



العنوان

الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية في البنوك التجارية دراسة حالة: "بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR" - وكالة المسيلة -

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في العلوم التجارية
تخصص: بنوك

الأستاذ المشرف:
حمزة فيشوش

إعداد الطالب (ة):
أحمد شويرب

لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
رئيسا وممتحنا	أستاذ محاضر "ب"	د . إلياس سالم
مشرفا ومقررا	أستاذ مساعد "أ"	أ. حمزة فيشوش

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم، والشكر له على توفيقه ونعمائه من قبل ومن بعد .

والصلاة والسلام على معلم البشرية محمد - صلى الله عليه وسلم - وبعد :

يسعدني أن أقدم بجزيل الشكر ووافر التقدير وعظيم الامتنان، لراعي هذه الثمرة، والمشرف عليها حتى أينعت، أستاذي (حمزة فيشوش) الذي كان بمثابة أخي الذي لم تلده أمي، لما قدمه لي من توجيه مرشيد، وفيما بذله من جهدٍ جهيد، بأسلوبه المتميز الفريد، وعلو همته، وكرم خلقه، وحسن تعامله، ودقة ملاحظته، وإخلاصه في عمله، فشكراً من قلب صادق محب حامل جميل العرفان، فأدعوه الله سبحانه وتعالى بخير الجزاء، وطول البقاء، في صحة وعافية .

كما لا يفوتني أن أشكر الاخ عمر سهلي والزميلة الرائعة، التي كانت بمثابة أختي (مجادى ام السعد) على كل ما قدمته لي من مساعدات ودعم معنوي .

كما أخص بالشكر والتقدير أساتذتي الأفاضل بقسم العلوم التجارية بالمسيلة وعلى رأسهم: الدكتور شريط صلاح الدين والدكتور: بلعجوز الحسين والأستاذ سالم الياس .

وفي الختام أقدم بالشكر الى الطاقم العامل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة الذي سهل لي العمل الميداني، من المدير إلى المحارس، والشكر موصول إلى كل من ساهم في إنجاح هذا العمل من قريب أو من بعيد، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين . . . آمين .



فهرس المحتويات

	شكر وعرهان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	مقدمة عامة
الفصل الأول : الخدمات المصرفية التقليدية	
05	المبحث الأول:عموميات حول البنوك
05	المطلب الأول: ماهية البنوك
06	المطلب الثاني:أنواع البنوك
08	المطلب الثالث: الجهاز المصرفي الجزائري
15	المبحث الثاني: الودائع المصرفية.....
16	المطلب الأول : أنواع الودائع المصرفية
19	المطلب الثاني :آليات الفكر المصرفي في مجال الإيداع
28	المبحث الثالث:القروض المصرفية
28	المطلب الأول:أنواع القروض
32	المطلب الثاني:آليات الإقراض
39	خلاصة
الفصل الثاني : الخدمات المصرفية الحديثة	
41	تمهيد
43	المبحث الأول:تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية
43	المطلب الأول:مفاهيم عامة حول الاتفاقية

47	المطلب الثاني: انعكاسات الاتفاقية على أعمال البنوك
50	المطلب الثالث: ظروف دخول الدول العربية في الاتفاقية
53	المبحث الثاني: التنوع في الخدمات المصرفية الحديثة
53	المطلب الأول: الإقدام على مجالات استثمارية جديدة
66	المطلب الثاني: الأنشطة غير المصرفية التي يمارسها البنك بنفسه
69	المطلب الثالث: السياسة التسويقية الحديثة في البنوك التجارية
70	المطلب الرابع: الخدمات التي يقدمها البنك عن طريق الشركة الشقيقة
77	المبحث الثالث: استراتيجية التسويق المصرفي
77	المطلب الأول: مفاهيم عامة
80	المطلب الثاني: المزيج التسويقي الحديث
86	خلاصة
	الفصل الثالث: الخدمات المصرفية الحديثة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
91	تمهيد:
92	المبحث الأول: مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية
92	المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة BADR
93	المطلب الثاني: خصائص بنك الفلاحة والتنمية الريفية
95	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لوكالة المسيلة 904 ومصادر تمويله
99	المبحث الثاني: واقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية في ظل تطور الخدمات الالكترونية
99	المطلب الأول: البطاقات الالكترونية الخاصة ببنك BADR
102	المطلب الثاني: المقاصة الالكترونية
103	المطلب الثالث: إجراء تطبيق المقاصة
105	المطلب الرابع: أداء بنك الفلاحة وبنك التنمية الريفية الحالي
107	خلاصة
108	خاتمة
111	اقتراحات

114	قائمة المراجع.....
119	ملخص الدراسة.....

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
59	جدول يوضح البطاقات المصرفية أفضل وسيلة للدفع في أوروبا	01
61	جدول يوضح التوزيع النسبي للبطاقات في السعودية	02
100	جدول يوضح بطاقة الدفع	03
100	جدول يوضح بطاقة السحب	04

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
74	شكل بين توريق القروض	01
80	المزيج التسويقي في العالم الافتراضي	02
97	الهيكل التنظيمي لوكالة المسيلة 904	03

مقدمة عامة

تعتبر الخدمات المصرفية أحد أهم الأنشطة الاقتصادية في أي دولة، إذ أن درجة الطلب عليها تدل على درجة التقدم الاقتصادي للبلد، أما عرضها فهو يعمل على تحقيق رفاهية المجتمع، لذا نجد النشاط المصرفي يتأثر بالتطورات الاقتصادية المختلفة، حيث انتقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية محصورة في الإيداع والإقراض إلى اقتحام مجالات متعددة في تقديم خدماتها المصرفية وغير المصرفية، كما أن تقديم هذه الأخيرة لم يعد يستفيد من حماية الدولة فلقد أصبح السوق هو المسؤول عن تحديد نوعية التوجهات البنكية في مجال تقديم الخدمة المصرفية، ويعتبر هذا التطور الذي شهدته المنظومة البنكية ضرورة فرضتها التغيرات الاقتصادية المختلفة خاصة العولمة والتطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال، وبالتالي على البنوك مواجهة هذا التطور السريع بنجاح مع مراعاة رغبات الأطراف الأربعة التي تؤثر وتتأثر بنشاط البنك التجاري، والمتمثلة في الوحدات ذات الفائض، الوحدات ذات العجز، مالكي البنك (المساهمون) والجهة المنظمة لنشاط المصرف (البنك المركزي).

إذن فلا يعتبر عرض البنك لخدماته لوحدات ذات الفائض أمر كاف بل ينبغي تقديم عائد مجزي لها بهدف الوقوف في وجه المنافسة الشرسة، كما أنه يتوجب عليه الأخذ بعين الاعتبار العائد المدفوع لها والذي يعتبر تكلفة بالنسبة له، لذا على مسير البنك أن يكون حذر في تقديره حتى لا يعرض البنك لمخاطر قد تؤدي إلى إفلاسه .

أما إذا نظرنا إلى الوحدات ذات العجز فهي تبحث عن أقل تكلفة ممكنة، ومن المعروف أن هذه الأخيرة تعتبر عائد للبنك وبالتالي كلما كانت أقل كان العائد كذلك، لذا على البنك إتباع سياسات محكمة لزيادة من العائد وفي نفس الوقت الحفاظ على زبائنه. بالإضافة إلى كل ذلك ينبغي على البنك مراعاة رغبات مالكيه من خلال تحقيق عائد مجزي من تقديمه للخدمات المختلفة، ولا يمكن اعتبار تلبية رغبات الفئات الثلاث أمر كاف بل على البنك وضع متطلبات الجهة المشرفة على تنظيم عمل المصرف في الحسابان، من خلال احترام القوانين التي تضعها لحماية البنك من المخاطر المختلفة .

إن تحقيق رغبات الأطراف الأربعة من الأمور الصعبة التي تواجه مسير البنك خاصة وأن العمل المصرفي لم يعد حكرا فقط على البنوك، بل هناك العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية التي حولت جانب كبير من نشاطها نحو تقديم خدمات مصرفية كان البنك ينفرد بتقديمها، وهذا لأنها

أصبحت ترى في أعمال البنوك مجالاً مربحاً لها، مما ضيق من مجال عمل البنك التجاري وزاد في المخاطر كما خفض العائد المحقق من الخدمة المقدمة، الأمر الذي دفع البنوك إلى استعمال جهود إضافية في استغلال النشاطات المربحة بطريقة عقلانية من خلال اقتحام مجالات جديدة ومحاولة البحث في طرق تسهل التعامل المصرفي وتطور التبادل من خلال التنبؤ بكافة العناصر التي تؤثر على العمل المصرفي بشكل فعال، بالإضافة إلى البحث المستمر عن المشاريع وخاصة التكنولوجيا منها لتكييف المنتجات المصرفية مع متطلبات الزبائن و استعمال أحدث الأساليب والتقنيات التي تساعد على جذب العملاء وتقلل من المخاطر التي يتعرض لها البنك كما تساعد على تحسين الأداء البنكي من أجل التأقلم مع التغيرات المعاصرة ومواكبتها، وهذا ما عملت عليه البنوك من خلال اقتحامها مجالات غير مصرفية وذلك بإعادة تنظيم نفسها في شكل شركات قابضة تنشئ شركات شقيقة تضطلع بالمهام التي يحرم القانون على البنك القيام بها، كما عملت البنوك في إطار سياسة تقريب الخدمة من العميل على إدخال قنوات الاتصال المختلفة في تقديم خدماتها وكذا إدخال التقنيات الإلكترونية في تأديتها وهذا لأجل التأقلم مع الاقتصاد الجديد المعروف بالاقتصاد الرقمي الذي يتميز بالعمل في بيئة إلكترونية، ولأجل تحقيق أهداف البنك والمحافظة على مكانته في ظل هذه التغيرات عمل على إتباع العديد من الاتجاهات في مجال تقديم الخدمات المصرفية.

والسؤال الذي يمثل إشكالية الموضوع هو:

- ما هي أهم التوجهات الحديثة التي إتبعتها البنوك في تقديم خدماتها المصرفية ؟
- و هذا السؤال يقودنا إلى أسئلة فرعية لأجل التعرف أكثر على هذه الأخيرة يمكن تلخيصها فيما يلي :
- ما هي الأساليب والطرق الحديثة التي إتبعتها البنوك في توجيه خدماتها المصرفية لتكون ملبية لحاجات المتعاملين مع البنك ؟
- ما هو أثر التوجهات الحديثة للبنوك على الخدمة المصرفية وعلى البنك ككل؟
- وللإجابة على هذه التساؤلات والوصول إلى الأهداف المرجوة من البحث فإننا سنتبع الخطة التالية :
- يضم البحث ثلاث فصول، الأول و الثاني يمثلان الجانب النظري أما الثالث يمثل الجانب التطبيقي حيث سنعرض في الفصول النظرية نظرة مبسطة عن الموضوع، إذ أننا سنتناول في هذه الفصول ما يلي :
- الفصل الأول : سنتطرق فيه إلى الخدمات التقليدية التي تقدمها البنوك التجارية باعتبارها أساس الخدمات الحديثة.
- الفصل الثاني : سنعرض فيه أهم الاتجاهات الحديثة التي اتبعتها البنوك في تقديم خدماتها

المصرفية وذلك بالتطرق إلى اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية وأثرها على هذه الأخيرة، ثم بعد ذلك نعرض أهم المجالات الحديثة التي اقتحتها البنوك في تقديم خدماتها المختلفة، وتقودونا الدراسة إلى معرفة الاستراتيجيات التسويقية الحديثة التي اتبعتها في ذلك

- الفصل الثالث : يمثل هذا الفصل الجانب التطبيقي للبحث، حيث سنعرض فيه حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية كمثال لمعرفة التوجهات الحديثة للخدمات المصرفية .

وتم اختيار هذا البنك لأنه يقدم أغلب الخدمات المصرفية الحديثة التي سنعرضها في الفصول النظرية، كما أنه بدأ في الاتجاه نحو الاقتصاد الرقمي والتطورات الحديثة التي شهدتها النشاط المصرفي منذ فترة طويلة، مما يساعدنا على معرفة أثر التوجهات الحديثة للخدمة المصرفية على البنك، بالإضافة إلى توفر المعلومات الكافية عنه .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى إعطاء صورة عن مختلف التغيرات التي لحقت بالعمل المصرفي خاصة بعد التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وعمل البنك على إدخالها في تقديم خدماته من خلال اتجاهه إلى العالم الإلكتروني خاصة بعد التطورات التي عرفتها التجارة الإلكترونية وبالأخص شبكة الانترنت، كما تهدف إلى التعرف عن مختلف التأثيرات التي تنتج عن التوجهات الحديثة للخدمة المصرفية في كل من البنك والخدمة في حد ذاتها.

منهج الدراسة :

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي الذي ينسجم حسب رأينا مع طبيعة و موضوع البحث

حدود الدراسة :

إن موضوع الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية موضوع جديد لا توجد فيه مراجع بكثرة وأن وجدت فأغلبها بالإنجليزية وتعذر الحصول عليها ، لذا حاولنا الاستعانة بالمكتبة الإلكترونية لاسيما الانترنت في إثراء الموضوع من خلال الحصول على العديد من المعلومات وخاصة في جانب الخدمات الإلكترونية، أما فيما يخص التعرف على مختلف التطورات التي أدخلتها البنوك الجزائرية فقد واجهتنا صعوبات كثيرة في الحصول على المعلومات الخاصة بها، لذا اعتمدنا كذلك على الانترنت في الحصول على أغلب المعلومات .

أما فيما يخص الجانب التطبيقي بالنسبة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية(وكالة المسيلة) الذي أجرينا عليه الدراسة اعتمدنا على الانترنت وبحوث سابقة كمصدر في الحصول على المعطيات والمعلومات الخاصة بالبنك.

الفصل الأول

الخدمات المصرفية التقليدية

المبحث الأول : عموميات حول البنوك

نظرا لأهمية البنوك منذ ظهورها و مساهمتها في النشاط الاقتصادي سيستدعي بنا الأمر إلى التعمق أكثر في دورها الفعال ، و خاصة إن تعلق الأمر بالجهاز المصرفي الجزائري و التعرض إلى أهم التغييرات التي عرفها النظام المصرفي في الجزائر .

المطلب الأول : ماهية البنوك

مفهوم البنك

تختلف التعاريف الخاصة بالبنوك باختلاف طبيعة نشاطها و شكلها القانوني ، و لذا فمن الصعب إيجاد تعريف شامل لها ، إلا انه يمكن اختيار جملة منها لتلخص لنا المعنى الحقيقي لهذه المؤسسة المالية :

" يقصد بالمصرف منشأة مالية تتصب عملياتها على تجميع النقود الفائضة عن حاجة الجمهور او المنشآت الأعمال لغرض إقراضها للآخرين وفق أسس معينة أو استثمارها في أوراق مالية (أسهم و سندات محددة) " 1

" البنك هو مكان التقاء عرض الأموال و الطلب عليها حيث تتجمع الأموال على شكل ودائع لدى المصارف و تأخذ شكل أقساط تامين في شركات التامين و شكل المدخرات في صناديق التوفير البريدية " 2

حسب المشروع المصرفي في المادة 19 من القانون 57 لسنة 1951 " فالمصرف هو كل شخص طبيعي أو معنوي أو اعتباري يكون عمله الرئيسي قبول الودائع من الجمهور تدفع تحت الطلب أو بعد اجل " 3

أما التعريف الذي نأخذ به فهو التعريف الذي أورده المشرع الجزائري في قانون 90-10 الصادر في 14 افريل و المتعلق بالقرض و التنفيذ في مادته 114 : " البنك هو شخصية اعتبارية تمتن بصفة دائمة كل وظائف البنوك من استقبال الودائع ، منح القروض ، و توفير وسائل الدفع و تسيرها "

¹ فلاح حسن الحسني : ادارة البنوك مدخل كمي و استراتيجي معاصر ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2003 ، ص13.

² رشاد العصار: النقود و البنوك، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2001، ص14.

³ خالد امين عبد الله : العمليات المصرفية ، طرق محاسبية حديثة " ، دار وائل النشر ، عمان ، 1991 ، ص 15-16.

طبيعة عمل البنوك

يستثمر المصرف بأموال الجمهور ، و هذا يؤدي بنا إلى نتيجة مفادها أن الأموال التي تتمثل في (رأس ماله عند التأسيس + الاحتياطي + الأرباح المتراكمة) ، إنما يمثل جزءا بسيطا من مجموعة الأموال التي يتعامل بها ، بل من الممكن إن هذا الجزء البسيط لا يتعامل به لأنه يكون قد تم استهلاكه في القيم الثابتة و تجهيزاته.... الخ و يترتب عن المتاجرة بأموال الغير من طرف البنك نتيجتان هامتين :

تتمثل في الأمان لأنه حريص على أموال المودعين الذين وضعوا ثقتهم فيه .

تتمثل في الربحية لأنه يتعامل بأموال الناس ، و هذا يفسر مبدأ وجوب توفر السيولة الكافية (أي المال النقدي الجاهز) لدى المصارف لمواجهة طلبات السحب التالية من قبل الزبائن المودعين ، و هذا خاص بالبنوك التجارية لأنها هي أكثر أنواع البنوك انتشارا و تعاملها مع الجمهور ، و أكثرها خدمة له و بحكم التشريع فهي ملزمة بان تحتفظ لدى البنك المركزي بنسبة من أموالها بشكل سائل لضمان السيولة .

المطلب الثاني : أنواع البنوك

هناك بعض المميزات الخاصة لكل صنف من البنوك ، و هنا يتضح الفرق بين كل نوع منها من خلال التطرق لها فيما يلي :

البنك المركزي (بنك البنوك)

و هو المؤسسة التي تشغل مكانا رئيسيا في سوق النقد فهو يقوم على قمة النظام المصرفي و يقوم بالوظائف التالية¹ :

عملية الإصدار النقدي و الإشراف على الرقابة على بقية المصارف الأخرى
القيام بتسوية المقاصة فيما بينها
القيام بتوجيه السياسة النقدية للدولة
قيامه بجمع العمليات على الذهب

و انه لمن المسلم به إن الهدف الرئيسي لسياسة البنك المركزي حتى في الأنظمة الليبرالية ليس هو تحقيق أقصى ربح ممكن بل خدمة الصالح الاقتصادي العام .

¹ جميل سالم الزيدانين السعودي : اساسيات في الجهاز المالي ، دار وائل للنشر ، الاردن ، 1999 ، ص 76.

البنوك التجارية (بنوك الودائع او بنوك الائتمان)

و هي تتمثل في دخول الأموال على شكل ودائع و خروجها على شكل قروض قصيرة الأجل فهي تدعى ببنوك الودائع 1.

و هي أقدم المصارف تاريخيا حيث انه أول مصرف ظهر كان في مرحلة سيادة التجارة في العالم لذا سميت بنوك تجارية إلى زراعة و صناعة و خدماتية . استوجب الأمر تخصص البنوك التجارية في نشاط معين فقسمت إلى 2 :

بنوك تجارية غير متخصصة : تمارس عمليات الإقراض انطلاقا من جمعها للأموال من مختلف المصادر على شكل مدخرات لتصبح ودائع تتعهد بتسديدها عند الطلب أو حلول أجل تسديدها . و إعادة تقديمها للجمهور الذي يحتاجها في أي نوع من النشاطات لأجل قصير في الغالب .

بنوك تجارية متخصصة : و تتميز فيها :

بنوك التنمية الزراعية

بنوك التنمية الصناعية

البنوك العقارية

بنوك تمويل التجارة الخارجية

بالإضافة إلى أنواع أخرى من البنوك التجارية كبنوك الاستثمار ، بنوك الادخار و التوفير و بنوك الأعمال

أهمية البنوك

تعد البنوك من المنشآت المالية و النقدية الحيوية ضمن إطار الاقتصاد الوطني حيث تلعب دورا فعالا و استراتيجيا في تنفيذ أهداف و مكونات السياسة المالية للدولة ، و عليه فإنها تساهم بشكل جوهري في التصعيد و التأثير على التنمية الاجتماعية و الاقتصادية ، و هذا الأمر إنما يتطلب تفعيل هذه المنشآت لزيادة كفاءتها و فعاليتها الإدارية و كما تعمل على تحقيق أهدافها و إستراتيجيتها و برامجها و غاياتها ضمن إطار النسبة المالية و المصرفية التنافسية ، و سعيا لبناء مركز استراتيجي ، فتمتاز من خلال اعتماد استراتيجيات مالية و مصرفية متعددة ، و ذلك من خلال المنافسة على أساس التكلفة

¹ شاكر قزويني : محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1987 ، ص 09.

² عقيل جاسم عبد الله : النقود و المصارف ، دار الكتب الوطنية للنشر ، العراق ، 1999 ، ص 274.

الخاصة بالعمليات المصرفية ، و أسعار الخدمة المقدمة لمختلف الزبائن أو على أساس طبيعة و نوعية الخدمة ، و اعتماد إستراتيجية التميز المصرفي و ذلك لضمان جذب أكبر ما يمكن من المتعاملين معها ، و زيادة قدرتها على الابتكار و التجديد و ذلك لضمان البقاء و النمو و الاستمرار .

تعد الأموال الشريان الحيوي الذي يحقق النمو و الاستقرار و التطور لأي نشاط اقتصادي ، و لا يمكن لأية عملية تنموية و تطويرية أن تحقق أهدافها و غاياتها ما لم تستند إلى ركيزة مالية و تمويلية ، حيث لا يتحقق التطور دون الشروع بأنشطة استثمارية محددة ، و هذه الفعاليات لا يمكن القيام بها دون توفر التمويل اللازم ، و لذلك فالبنوك و سائر المنشآت المالية تلعب دورا فعالا على مستوى الاقتصاد القومي .

المطلب الثالث : الجهاز المصرفي الجزائري 1

إن الجهاز المصرفي الجزائري كسائر الأجهزة المصرفية الدولية ، يتكون من بنوك تجارية متمثلة في بنوك الودائع المتخصصة و الاستثمارية ، و البنوك الادخارية ، و نظرا لكون التجارة الخارجية ذات علاقة مباشرة بالبنوك و المتعاملين التجاريين من خلال تحقيق العمليات التجارية الخارجية ، استلزم الأمر إدخال إصلاحات على النظام المصرفي الجزائري ، و عليه أصبح النظام المصرفي المنظم الوحيد للتجارة الخارجية .

و يتكون الجهاز المصرفي من البنك المركزي الجزائري و بنوك أخرى تجارية ، استثمارية ، ادخارية ، و شركات التامين 2.

البنك المركزي الجزائري 3 :

يعتبر البنك المركزي مؤسسة اقتصادية عمومية ، يشغل مكانا رئيسيا ضمن الشبكة المصرفية الجزائرية ، حيث يوجد في قمة النظام المصرفي ، ثم تأسيسه في الجزائر المستقلة عن منطقة الفرنك الفرنسي في 13 ديسمبر 1963 بموجب القانون رقم (62-144) و قد ورث البنك المركزي الجزائري اختصاصات بنك الجزائر الذي تم تأسيسه في عهد الاستعمار ، و أوكلت الجزائر له بمقتضى القانون جميع المهام التي تختص بها البنوك المركزية في كل دول العالم ، كعملية إصدار النقود القانونية الذي يحتكره لوحده ، و هو بنك البنوك مسئول عن السياسة النقدية و الاقراضية للتحكم بين الطلب و العرض للنقود ، كما

¹ الطاهر لطرش : تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية - بن عكنون - 2005 ، ص 186.

² المرجع نفسه ، ص 186.

³ المرجع نفسه ، ص 186.

يعتبر أيضا بنك الحكومة و يحتم عليه ذلك أن يقدم تسهيلات لها بواسطة إعطاء تسبيقات الخزينة ، أو إعادة خصم سندات مكفولة من طرفها ، و تقع تحت سلطة البنك الجزائري مجموعة من البنوك التجارية و بنوك استثمارية و ادخارية و شركات التأمين .

البنوك التجارية 1

البنك الوطني الجزائري

أنشئ البنك الوطني الجزائري في 13 جوان 1966 نتيجة تأميم البنوك الأجنبية و هو يقوم بجمع الودائع و منح القروض القصيرة الأجل ، و تبعا لمبدأ التخصص في النظام البنكي فهو يمنح القروض للقطاع الفلاحي و التجمعات المهنية للاستيراد ، كما يقرض المؤسسات الصناعية العمومية و الخاصة .

القرض الشعبي الوطني 2

تأسس في 14 ماي 1966 و هو ثاني بنك تجاري يتم تأسيسه في الجزائر ، و هو بنك يقوم بجمع الودائع باعتباره بنكا تجاريا ، و يقوم بمنح القروض القصيرة الأجل و ابتداء من سنة 1971 أصبح يمنح القروض المتوسطة الأجل أيضا ، و هو متخصص لمنح القروض للقطاع الحرفي ، الفنادق ، القطاع السياحي بصفة عامة و كذلك قطاع الصيد و التعاونيات غير الفلاحية ، و المهن الحرة .

البنك الخارجي الجزائري

تأسس البنك الخارجي الجزائري في أول أكتوبر 1967 بعد إدماجه للبنوك الأجنبية الموجودة آنذاك ، و يمارس البنك الخارجي الجزائري كل مهام البنوك التجارية فيمكنه جمع الودائع الجارية و في جانب الإقراض يتكفل بتمويل عمليات التجارة الخارجية و في هذا البنك تركز العمليات المالية للشركات الكبرى مثل : سونا طراك ، شركات الصناعة الكيماوية و البيتروكيماوية و قطاعات اقتصادية أخرى

بنك الفلاحة و التنمية الريفية

إن ظهور عجز و نقص في البنك الوطني الجزائري على تلبية جميع الطلبات بسبب الزيادة بصفة مستمرة لحاجات القطاع الفلاحي ، أدى إلى ضرورة إنشاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية في 13 مارس 1982 مكلف كليا و على انفراده بهذه المهمة ، لهذا يعتبر

¹ المرجع نفسه ، ص 188-189-190.

² المرجع نفسه ، ص 187.

بنكا متخصصا في القطاع الفلاحي ، فهو يمنح قروض التمويل القطاع الفلاحي و ترقية النشاطات الفلاحية و الحرفية و كذلك تمويل أنشطة الصناعة الغذائية و مختلف الأنشطة في الريف .

بنك التنمية المحلية

أنشئ بتاريخ 30 افريل 1985 في إطار إعادة تنظيم شبكة المؤسسات النقدية و المصرفية ، حتى يمكن تحقيق التكامل الاستراتيجي في تنمية الجهات المحلية ، القرض الشعبي الجزائري يعتبر آخر بنك تجاري تم تأسيسه في الجزائر قبل الدخول في مرحلة الإصلاحات ، و هو يقوم بجمع الودائع و منح القروض لصالح الجماعات و الهيئات العامة المحلية .

البنوك الاستثمارية 1

البنك الجزائري للتنمية

تأسس الصندوق الجزائري للتنمية بموجب القانون رقم (63-165) الصادر في 7 ماي 1963 ، و تم تحويل اسمه إلى اسمه إلى البنك الجزائري للتنمية بموجب القانون رقم (72-26) الصادر في 7 جويلية 1972 .

يقوم البنك بتعبئة الادخار المتوسط و الطويل الأجل ، و في مجال القرض تمثلت مهمته في منح القروض المتوسطة و الطويلة الأجل ، و قد زادت هذه الأهمية بصفة خاصة بعد الشروع في تنفيذ المخططات التنموية ، و لذلك فان البنك الجزائري للتنمية من هذه الجهة هو بنك أعمال حقيقي متخصص .

البنوك الادخارية

الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط 2

تأسس الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط بتاريخ 10 أوت 1964 و تتمثل مهمته في جمع الادخار الصغير للعائلات و الأفراد ، أما في مجال القرض فان الصندوق يقوم بمنح القروض أما للبناء أو شراء السكن أو تمويل مشاركة المقترضين في تعاونية عقارية .

¹ المرجع نفسه ، ص 186

² المرجع نفسه ، ص 187-188

شركات التأمين

هي شركات ذات أهمية كبيرة بحيث تلعب دورا هاما باعتبارها عونا اقتصاديا و اجتماعيا ذلك بفضل ما توفره من الأموال التي تعيد توزيعها في شكل تعويضات فنجد الشركات الجزائرية للتأمين (saa) حيث تأسست هذه الشركة ب: 12 ديسمبر 1963 على أساس القطاع المختلط الموجود آنذاك ثم تأميم هذه الشركات في 27 ماي 1966 ، و منذ سنة 1975 تعددت وظائفها التأمينية أهمها ما يلي :

تأمين عند أخطار السرقة

تأمين من أضرار الحرائق و حوادث السيارات

تأمين ضد المخاطر على الأشخاص سواء على حياتهم أو وفاتهم

كما تأسس الصندوق الجزائري للتأمين و إعادة التأمين بموجب القانون رقم 63-197 الصادر بتاريخ 8 جوان 1963 .

الإصلاحات الاقتصادية المتعلقة بالجهاز المصرفي الجزائري 1

عرف النظام البنكي الجزائري في سنوات الثمانينيات عدة تغيرات و إصلاحات نظرا لوجود خلل على مستوى التنظيم و الأداء ، و يمثل أصل الخلل في التعارض بين اعتبارات التمويل و أولوياتها ، يرجع ذلك إلى المبالغة في إصدار النقود استجابة لطلب الخزينة العامة و بنوك الودائع قصد تمويل النقائص الموجودة على مستوى كل القطاعات الاقتصادية . و نظرا لتبني النظام الاقتصادي الجزائري لقوى السوق كقواعد القرارات و آليات الضبط الاقتصادي ، استلزم الأمر أن يخضع لتنظيم البنكي بدوره لهذه القواعد التي تخص التنظيم الاقتصادي الجديد ، حتى يتكيف مع الآليات الجديدة و يجسد ذلك في الإصلاحات التي مست الجهاز المصرفي الجزائري و أهمها ما يلي :

قانون (86-12)

يتعلق هذا القانون بنظام البنوك و القرض و ذلك ضمن المخطط الوطني للتنمية ، إذ تم إدخال إصلاح جذري على الوطنية البنكية ، و قد كانت روح هذا القانون القانون تسيير في اتجاه المبادئ العامة و القواعد الكلاسيكية للنشاط البنكي ، فمن الناحية العملية جاء ليوحد الإطار القانوني الذي يسيير النشاط الخاص بكل المؤسسات المالية مهما كانت طبيعتها

¹ الطاهر لطرش : مرجع سابق ، ص ص 194-195

القانونية ، و بموجب هذا القانون استعاد البنك المركزي صلاحيته كبنك البنوك و كبنك الدولة ، و أصبح يتكفل بالمهام التقليدية للبنوك المركزية ، ليتولى تنفيذ المخطط الوطني للقرض و هو ترجمة فعلية للوسائل و الأهداف التنموية التي تسطرها الحكومة في المجال المالي ، و كذلك مراقبة المجلس الوطني للقرض و متابعتها باستعمال الأدوات التقنية و طرق تحقيق الأهداف المالية و النقدية المقررة .

و يمر إعداد مخطط القرض الوطني بمراحل هي :

جمع المعلومات : تقوم مؤسسات القرض بجمع المعلومات من المؤسسات الاقتصادية و تقديمها إلى البنك المركزي الذي يديرها ثم يقدمها إلى الوزارة المعنية .
تحديد التوازنات الكلية : يقوم المجلس الوطني للقرض رفقة الحكومة بمخطط القرض الوطني على أساس المعلومات السابقة ، و هذا بالتوافق مع أهداف مخطط التنمية الاقتصادية السنوية .

تنفيذ مخطط القرض الوطني : يتولى البنك المركزي تنفيذ المخطط الوطني للقرض

وضع نظام بنكي جديد و بموجب ذلك تم الفصل القانوني لدور البنك المركزي و بنوك الودائع .

فصل الخزينة عن المحيط المالي حيث نجد غياب مركزية الموارد من الخزينة العامة و منه غياب تدخل هذه الأخيرة في المساعدات المؤخرة .

إنشاء هيئات رقابة على النظام البنكي و هيئات استثمارية أخرى .

قانون (06/88) 1

نظرا لكون القانون السابق لم يأخذ بالاعتبار المستجدات التي طرأت على مستوى التنظيم الجديد للاقتصاد و أحكامه ، لم تعد تتماشى و قوانين الإصلاحات عام 1988 ، فكان من اللازم أن يكيف القانون النقدي مع هذه القوانين بالشكل الذي يسمح بانسجام البنوك كمؤسسات مع القانون رقم -1- الصادر في 12 جانفي 1988 و المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية ، و في هذا الإطار بالذات جاء القانون 06/88 الصادر في 12 جانفي 1988 و هو القانون المعدل و المتمم لقانون 12/88 السابق الذكر

¹ الطاهر لطرش ، مرجع سابق ، ص ص 195-196

، و مضمون قانون 1988 هو إعطاء الاستقلالية للبنوك في إطار التنظيم الجديد للاقتصاد و المؤسسات و أهم العناصر التي جاء بها هذا القانون هي :

يعتبر البنك مؤسسة اقتصادية ، تملك شخصية معنوية تجارية ، تخضع لمبدأ الاستقلالية المالية و التوازن المحاسبي و هذا يعني ان نشاط البنك يخضع ابتداء من هذا التاريخ إلى قواعد التجارة ، و يجب أن يأخذ أثناء نشاطه مبدأ الربحية و المردودية و لكي يحقق ذلك يجب أن يكيف نشاطاته في هذا الاتجاه .

يمكن أيضا لمؤسسات القرض أن تلجا إلى الجمهور للإقراض على المدى الطويل كما يمكنها أن تلجا إلى طلب ديون خارجية .

على المستوى الكلي تم دعم دور البنك المركزي في تسيير السيادة النقدية .

في مجال الخارجية كان يتم التمويل بالعملة الصعبة و الحصول على الرخص الإجمالية للاستيراد ، و الذي يتطلب عدة إجراءات إدارية و هذا ما كان يعيق و يؤثر على العمليات التي كان يقوم بها المستثمر مع الخارج ، و لتجنب هذه العراقيل أصبحت كل مؤسسة مصرفية تصنع ميزانيتها الخاصة للعملة الصعبة و هي المسؤولة عن تسييرها حسب احتياجاتها دون الرجوع إلى أية هيئة أخرى لطلب الموافقة .

يتم فتح الحساب بالعملة الصعبة للمؤسسة الإنتاجية لدى أي بنك تجاري ، و لا يقوم هذا البنك إلا بدفع المبالغ المطلوبة .

قانون (10/90) المتعلق بالنقد و القرض 1

لمسايرة الإصلاحات ، صدر هذا القانون في 14 افريل 1990 و المتعلق بالنقد و القرض النص التشريعي يعكس بحق الاعتراف بالأهمية التي يجب أن يكون عليها النظام البنكي و يعتبر من القوانين التشريعية الأساسية للإصلاحات و بالإضافة انه اخذ بأهم الأفكار التي جاء بها قانون 86 و 88 فقد حمل أفكار جديدة فيما يتعلق بتنظيم النظام البنكي و أدواته ليتماشى مع اقتصاد السوق و محاربة التضخم و تجديد التجارة الخارجية ،

¹ الطاهر لطرش ، مرجع سابق ، ص 196

- و من أهم النقاط التي جاء بها :
- الإصلاح الاقتصادي و ذلك بفرض نظام جديد للمؤسسة العمومية الاقتصادية .
 - العمل على التسيير الحسن للالتزامات المالية مع الخارج و إنشاء مجلس النقد و القرض مسئول بمراقبة الاقتصاد الوطني و كل العمليات الاستثمارية بما انه يعتبر كسلطة إدارية ، في إدارة شؤون البنك المركزي و يمثل دور مجلس النقد و القرض في :
 - إصدار العملة .
 - تنظيم سوق الصرف .
 - إدارة بنك الجزائر .
 - تحديد النسب المطبقة في البنوك و المؤسسات المالية .
 - تقديم الشروط المتعلقة بفتح و تأسيس بنوك و مؤسسات مالية وطنية أو أجنبية .
 - منح الاعتماد لإنشاء بنوك خاصة .

المبحث الثاني: الودائع المصرفية

تمهيد :

لو نظرنا إلى المراحل التي مرت بها المنظومة البنكية لوجدنا أنها بدأت من خلال التبادل بين أشخاص يعرفون بعضهم البعض إلى ظهور الإنتاج السلعي (الإنتاج الموجبة للتبادل)، وهنا ظهرت الحاجة إلى الموارد المالية نتيجة لتوسيع في الإنتاج وفي هذه المرحلة ظهرت البنوك التجارية كوسيط مالي يربط بين أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجز المالي ونتيجة للتطورات التي لحقت بالأوضاع الإقتصادية والمالية انصبت اهتمامات البنوك على الإستخدامات المالية لأن الموارد كان يحصل عليها خلال هذه المرحلة بسهولة، وبعد ذلك رأت البنوك أن ضعف الموارد المالية يعرضها إلى العديد من المخاطر الأمر الذي لفت انتباهها إلى جذبها بمختلف الطرق والأساليب، وهذا لا يعني أنها تجاهلت البحث في طرق استخدامها ولكن بأقل درجة من الحصول عليها، وكمرحلة أخيرة لتعبر عن الوقت الراهن لاحظ البنكيين ضرورة الإهتمام بالجانبين وبنفس الدرجة، كما أنه تبين أن العلاقة التي تربط الإستخدامات بالموارد والموارد بالاستخدامات علاقة ترابطية متكاملة حيث أن نجاح المصرف بإحداهما يعتمد على مدى كفاءته في القيام بالجانب الآخر.

إن المصرف لا يستطيع جذب الموارد بصورة كافية ومستمرة إذا أساء استخدامها، وكذلك لا يستطيع جذب ثقة الأفراد إذا قصر في توفير السيولة من خلال إفراطه في منح القروض والسلف و عدم إلتزامه بضوابط وأصول الإقراض المصرفي، لهذا على المصرف إتباع استراتيجيات محكمة لتسيير الجانبين بكفاءة عالية، ويتم ذلك بإتباعه اتجاهات حديثة في جمع الأموال من مصادرها المختلفة واستعمال جهود جبارة في تطوير وابتكار خدمات مصرفية تتلائم مع حاجيات ورغبات العملاء، وباعتبار أن الخدمات المصرفية الحديثة مشتقة من الخدمات التقليدية إرتأينا أن نعرض في هذا الفصل مختلف الخدمات التقليدية التي تقدمها البنوك، على هذا الأساس جزءنا هذا الفصل إلى مبحثين :

المبحث الأول : الودائع المصرفية ؛

المبحث الثاني: القروض المصرفية؛

في هذا المبحث سنعرض الأنواع المختلفة للودائع ، ثم بعدها نتطرق إلى آليات تنميتها وجذبها.

المطلب الأول : أنواع الودائع المصرفية:

سننتظر الى أنواع الودائع المصرفية بتصنيفها حسب معيار الزمن .

1- الودائع الجارية أو تحت الطلب :

إن الودائع الجارية التي تعرضها البنوك حاليا لا تختلف في طبيعتها عن الودائع الجارية التقليدية، حيث أنها مبالغ مالية تودعها الأفراد والهيئات لدى البنك يمكن سحبها جزئيا أو كليا في أي وقت بموجب أمر يصدره المودع أي ليس لها تاريخ استحقاق(1) لكن لو نظرنا إلى تقنيات أداء هذه الخدمة لوجدنا أن البنوك تعمل كل ما بوسعها من أجل تطويرها فمثلا لو أخذنا خدمة الإيداع لوجدنا أنها كانت تتم إما بدفع المبلغ نقدا في خزينة البنك مباشرة أو تقديم شيكات محررة لصالح المودع يحصلها البنك ، أما في الوقت الحالي أضافت إلى الطرق السابقة طرق حديثة تتماشى مع وسائل وأدوات التعامل المعاصرة ، منها مثلا : الإيداع عن طريق تحصيل أوراق مالية الإيداع من أجل الحصول على بطاقات الإئتمان والبطاقات الإلكترونية المختلف التي سنعرضها في الفصول القادمة ، أما السحب فلقد أضافت إلى الطرق التقليدية المتمثلة في مسحوبات نقدية يطلبها العميل أو شيكات لصالح طرف آخر ، طرق حديثة كتسديد الفواتير المختلفة باستعمال التحويلات الإلكترونية للأموال ، شراء أوراق مالية ، وغيرها من العمليات التي يطلبها المودع.

1-1 مميزات الودائع الجارية :

- بالرغم من التطورات التي لحقت بالودائع الجارية إلا مميزاتها بقيت ثابتة، وهي تمتاز عن غيرها من الودائع بما يلي:(2)
- يستطيع صاحبها سحبها في أي وقت أو تحويلها إلى حساب آخر في نفس البنك أو خارجه باستخدام الشبكات المحلية بين البنوك أو الدولية لتحويل الأموال بالطريقة الإلكترونية.
- حماية أموال المودع من الضياع والسرقة.
- نسبة الاحتياط النقدي القانوني الذي يحتفظ به البنك يكون مرتفع مقارنة مع الأنواع الأخرى للودائع.
- تعد مصدر لتمويل الاستثمارات التي تحقق فوائد وأرباح البنك.

(1) مجدي محمود شهاب: اقتصاديات النقود والمال (النظرية والمؤسسات النقدية) ، دار الجامعية الجديدة، 2002 ، ص 2

(2) Lue berner rollande ;la banque et vous-100 réponses a vos questions- ;première édition ;édition part ;1999 France, p 141

- الحصول على خدمات مختلفة تقدمها البنوك من أجل تشجيع هذا النوع من الودائع كالحصول على البطاقات الائتمانية بمختلف أنواعها، كذلك دفع ما على العميل من مستحقات كفواتير الغاز الكهرباء التأمين، الحصول على خدمات التأمين ... إلخ.

2-1 تكلفة الودائع الجارية :

من المعروف أن الودائع الجارية غير مكلفة بالنسبة للبنك فتكلفتها تتمثل في نفقات تسييرها فقط فالبنوك لا تدفع عليها فوائد، وبالتالي فهي لا تدير على صاحبها أي دخل هذا ما جعلها تتقهقر ويتراجع حجمها لدى البنك نتيجة لإتجاه الأفراد والمؤسسات إلى اعتماد طرق أكثر فعالية في إدارة سيولتهم بالإضافة إلى ارتفاع أسعار الفائدة المقترحة على الأنواع الأخرى من الودائع كذلك ظهور وسائل جديدة منافسة كأمر السحب القابل للتداول، إضافة إلى الوسائل الأخرى المقترحة من المؤسسات المالية التي حولت جانب كبير من نشاطها نحو النشاط البنكي، الأمر الذي نبه مسير البنك إلى ضرورة العمل على جذب هذا النوع من الودائع لما له من دور فعال في تزويد البنك بالسيولة، لذلك اعتمدت البنوك طرق حديثة واستراتيجيات مختلفة لزيادة نسبتها في حجم الموارد الخارجية ومن بين هذه الأساليب تقديم هدايا متنوعة لأصحاب هذه الودائع، خدمات التأمين وغيرها - سنعرفها في الفصول اللاحقة محاولة منها المحافظة على عملائها الحاليين والمحتملين .

وبالتالي ما يلاحظ في الآونة الأخيرة أن الودائع الجارية أصبحت مكلفة بالنسبة للبنك فتكلفتها تتمثل في نفقات التسيير + الخدمات المختلفة المقدمة، والغرض البنك من جذب هذا النوع هو تدعيم سيولته وزيادة حجم موارده من أجل للحفاظ على مكانته المصرفية واستقراره المالي .

2 ودائع التوفير :

بالإضافة إلى الأنواع التقليدية عملت البنوك على استحداث أنواع جديدة من ودائع التوفير التي تتماشى مع حاجات ورغبات المتعاملين كدفتر التوفير الخاصة بالشباب، التوفير للأجل الاستثمار في البورصة، التوفير لأجل تسديد مستحقات الضرائب، التوفير السكني... إلخ.

وهذه الأنواع من الودائع المستحدثة لا تختلف في جوهرها عن ودائع التوفير التقليدية من حيث:

- تحصل صاحبها على فائدة .

- تحدد المبلغ الذي يمكن للمودع سحبه في الشهر من أجل حماية البنك من أزمات السيولة(1) وبالتالي حتى تستطيع البنوك الزيادة في هذا النوع من الودائع لابد عليها من الاهتمام بصغار المدخرين وذلك بتقديم خدمات خاصة لهم كتسهيل إجراءات عمليات فتح الحساب، الإيداع والسحب بالإضافة إلى منحهم مثلا هدايا مجانية لكل من يفتح حساب وغيرها من الخدمات- سنتطرق إليها في المطلب اللاحق

3 ودائع لأجل :

الإستراتيجيات الحديثة التي اتبعتها البنوك من أجل المحافظة على هذا النوع من الودائع في ظل التغيرات المالية الحاصلة مرتكزة أساسا على مميزات هذه الوديعة، فلو أخذنا ميزة السحب منها لا يتم قبل تاريخ الاستحقاق لوجدنا أنها تعطي مرونة كبير للبنك في إتباع استراتيجية حديثة تتماشى وحاجات المتعاملين وتحقق غرض البنك في استخدامها، بالإضافة إلى خاصية حصول صاحبها على فائدة، فلقد عمل البنك على استنبط عدة سياسات من هذه المميزات ساعدته في جذب عملاء هذا النوع نذكر منها ما يلي :

- سياسة تحسين وتطوير قوانين العمل : فمثلا في حالة طلب صاحب الوديعة وديعته قبل تاريخ الاستحقاق يعطيه قيمة الوديعة ويطبق عليه إجراءات تكون فيها ليونة كحرمانه من الفوائد أو يقرضه المبلغ بضمان الوديعة وبسعر فائدة أعلى من الذي يتقاضاه من المصرف.

- إبتكار أنواع جديدة من الودائع تكون فيها نوع من المرونة في التعامل من أجل المحافظة على العملاء الحاليين والمحتملين، كالودائع لأجل وبإخطار المصرف بفترة متفق عليها مسبقا عند الإيداع وهنا المصرف يدفع عليها فائدة تكون أقل من التي يدفعها على الودائع لأجل، فهذا النوع من الودائع يكون خاص بالعملاء الذين لهم مبلغ من المال في فترات دورية وينتظرون فرص الاستثمار ولا يرغبون في الارتباط بإيداع أموالهم لفترات محددة خوفا من ضياع الفرص الاستثمارية، وبالتالي من خلال هذا النوع استطاعت البنوك أن تلبي احتياجات عملائها وجذب هذه الفئة وفي نفس الوقت تحقيق أرباح.

(1) *ولكن رغبة البنوك في تشجيع هذا النوع من الودائع فهي تتغاضى في بعض الحالات عن هذا الشرط

كما أن البنوك عملت على استحداث أنواع أخرى من الودائع من أجل جذب أكبر قدر من الموارد المالية كشهادات الإيداع التي تسمح بتوفير أموال طويلة الأجل يمكن إستخدامها في زيادة الطاقة الاستثمارية للبنك .

- من خلال كل ما سبق يمكن القول بأن البنوك تعمل كل ما بوسعها من أجل تنويع مصادر التمويل لزيادة مواردها المالية، ويتم ذلك من خلال إتباع العديد من الاستراتيجيات والسياسات التي تساعد في جذب وتنمية الودائع بمختلف أنواعها باعتبارها أهم المصادر .

المطلب الثاني : آليات جذب الودائع

سنعرض في هذا المطلب مختلف المراحل التي مرت بها المصارف في الإهتمام بنوع الودائع، ثم بعد ذلك نتطرق الى مختلف السياسات التي إتبعتها البنوك في جذب الأنواع المختلفة منها .

1- تطور الفكر المصرفي في مجال الإيداع :

لو نظرنا إلى مراحل تطور الفكر المصرفي من جانب الإهتمام بالودائع المصرفية لوجدناها

تتقسم الى ثلاث مراحل : (1)

1-1 المرحلة الأولى :

في هذه المرحلة كانت البنوك تولي اهتمام كبير لجذب الودائع من المنشآت الأعمال والتي غالبا ودائعها تحت الطلب لأن السلطات النقدية تحرم عليها إيداع أموالها في حسابات التوفير والحسابات لأجل (2) وإن سمحت لها بذلك تكون في حدود معينة، وكسبب ثاني لاهتمام البنوك بالودائع الجارية انخفاض معدلات الفوائد على القروض وبالتالي كان من الأفضل التركيز على الودائع التي لا تدفع عنها فوائد بالإضافة إلى أنها تتجنب الودائع التي يكون فيها معدل الفائدة قريب من معدل العائد، كذلك خوف البنوك من تحويل أصحاب الودائع الجارية لودائعهم إلى ودائع لأجل وودائع التوفير وبالتالي يدفع عنها فائدة وهذا يؤدي إلى رفع تكلفة الأموال بالنسبة للبنك.

(1) د / منير ابراهيم الهندي : إدارة البنوك التجارية ، مدخل اتخاذ القرار - الطبعة 3 ، مركز دالتا للطباعة المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية 1996 ص 13 .

(2) NADLER P ,commercial banking in the economy , 3re ed ,new york ; random house , 1979 , p128-130.

2-1 المرحلة الثانية :

هذه المرحلة ناتجة عن تغير الظروف المحلية الخاصة بالعمل البنكي الناجمة عن ارتفاع أسعار الفائدة في الأسواق الأمر الذي دفع المودعين الحاليين والمحتملين للبحث عن مجالات استثمارية أخرى أكثر مردودية بدلا من إيداعها في حسابات جارية لا تدر عليهم أي عائد، حيث أن الكثير من الأفراد ومنشآت الأعمال قاموا بسحب ودائعهم واستخدموها في مجالات استثمارية متعددة ك شراء سندات تصدرها الحكومة أو منشآت الأعمال، هذا ما أدى إلى انخفاض الودائع الجارية، الأمر الذي نبه البنوك إلى ضرورة السعي لتنمية ودائع التوفيرو لأجل كبدل عن الودائع الجارية وإدراكها لأهمية التعامل مع الأفراد الذين يفضلون هذا النوع من الودائع وماله من مميزات تفيد البنك في الكثير من القضايا كميزة الثبات والاستقرار التي تساعد في الحد من السحوبات غير المتوقعة وهذا يحمي البنك من خطر النقص المفاجئ في السيولة بالإضافة إلى أنها تساعد البنك في التوجه نحو استخدامات متوسطة وطويلة المدى وذات العائد المرتفع .

كما أن خاصية ارتفاع الطاقة الاستثمارية لهذه الودائع والناجمة عن التشريعات التي تضعها بعض الدول والمتمثلة في فرض نسبة احتياطي قانوني منخفض مقارنة مع الودائع الجارية هذا ما يؤدي إلى زيادة القيمة الصافية - من الوديعة - التي توجه للإستثمار .

- لقد وصل الاهتمام بهذا النوع من الودائع حتى أصبح يمثل جانب كبير من حجم الودائع في البنك وهذا راجع لعدة أسباب هي(1):

- جذب ودائع الأفراد معناه الزيادة في تنوع الودائع وبالتالي الحد من التعرض لخطر العسر المالي

- إدراك أن الأفراد الطبيعيين مصدر لتنمية الموارد المالية في البنوك باعتباره قوة إقراضية إضافية يمكن استخدامها في تزويد المنشآت بالقروض ومن ثم زيادة الأرباح.

3-1 المرحلة الثالثة :

تعتبر هذه المرحلة عن الوقت الراهن، حيث أدركت البنوك أنه كلما زادت وتنوعت مصادر الموارد المتاحة كلما كان ذلك أفضل بالنسبة للبنك، لذا نجد هذه الأخيرة تبذل قصار جهدها في تنمية وتدعيم كل أنواع الودائع من أجل المحافظة على مكانتها وضمان استمرارها

(1) د/ منير ابراهيم هندي ، مرجع سابق ، ص 1

وتحقيق أهدافها والوقوف في وجه المنافسين وذلك من خلال وضعها للعديد من الإستراتيجيات التنافسية لجذب الودائع بكل أنواعها

2 الإستراتيجيات التي اتبعتها البنوك في جذب الودائع :

و يمكن تقسيم الإستراتيجيات المتبعة في هذا المجال الى قسمين هما : المنافسة السعرية والمنافسة غير السعرية.

1-2 المنافسة السعرية :

أساس هذه الإستراتيجية هو الدفع بمعدل الفائدة إلى أعلى من أجل جذب المودعين، لكن هناك عوامل تحد من إمكانية تطبيق هذه السياسة على نطاق واسع منها¹ :

- كونها تعمل على الحد من أعمال البنك.

- تتأثر بحجم الطلب على القروض من خلال التغيرات التي تطرأ على سعر الفائدة.

- القدرة المحدودة للبنك على استيعاب حجم معين من الودائع.

- قرارات السلطات النقدية من خلال وضعها قيود تحد من هذه السياسة كتحريم دفع الفوائد على الودائع الجارية وبالتالي هنا تسقط هذه الإستراتيجية، وترجع أسباب تحريم دفع الفوائد على الودائع الجارية إلى ما يلي :

+ الحد من ارتفاع تكلفة الأموال :

إن البنوك تتحمل تكاليف تسيير هذه الودائع فلو تزيد دفع الفوائد فإن ذلك يدفعها إلى البحث عن فرص استثمارية من أجل تغطية التكاليف وهذا ينطوي على مخاطر قد تهدد مكانة واستقرار البنك.

- الحد من المنافسة بين البنوك :

تتنافس البنوك في جذب الودائع من خلال الرفع في معدل الفائدة وبالتالي تزداد تكلفة الحصول على الموارد وهذا يدفع البنك إلى البحث عن استخدامات قد تكون ذات مخاطر عالية، إذن فعدم وجود فائدة يلغي المنافسة على هذه الودائع.

- تم الرد على هذين السببين بأنه لو نظرنا إلى الواقع المصرفي لتبين لنا أنه حتى ولو ترك البنك المركزية الحرية في تحديد معدل الفائدة على الودائع الجارية فإنه لن يتعدى الحد الأقصى المتمثل في المستوى التي يضمن تكلفة معقولة للأموال.

¹ - المرجع نفسه، ص 16.

كذلك يمكن القول بأن إدارة البنك لن تستثمر أموالها في مجالات ذات مخاطر عالية وذلك لأنها على دراية تامة بأن سوء تصرفها سوف يؤدي بالمودعين إلى سحب ودائعهم ووضعتها في بنوك أخرى وهذا يسيء إلى السمعة المصرفية للبنك.

- انتقال رؤوس الأموال من البنوك الصغيرة إلى البنوك الكبيرة :

يرجع السبب في ذلك إلى كون البنوك الكبيرة تستطيع دفع معدلات فائدة أعلى من البنوك الصغيرة.

- تم الرد على الحجة بأن من مصلحة المجتمع انتقال الأموال إلى مكان استخدامها في مشروعات يتوقع أن تدر عائدا كبيرا، كذلك ما يلاحظ على البنوك الصغيرة أنها معظمها فروع لبنوك كبيرة وبالتالي تستطيع سحب الأموال من أي فرع دون اللجوء إلى المنافسة السعوية.

- الحد من ارتفاع الفوائد على القروض :

إن انخفاض تكلفة الحصول على الأموال تؤدي إلى تخفيض معدلات الفائدة على القروض وهذا يساعد على زيادة الاستثمار وما لذلك من آثار إيجابية على التنمية الإقتصادية.

- لو حللنا هذا السبب لوجدنا أن تحريم دفع الفوائد على الودائع الجارية يفيد المقرضين لكن يلحق الضرر بالمودعين وهذا ما يجعلهم يستخدمون أموالهم في مجالات تدير عليهم عائد وخاصة وأن هناك مؤسسات مالية تعرض أمامهم خدمات متنوعة ومربحة، الأمر الذي أدى بالبنوك إلى دفع فوائد على الودائع الجارية وإن كانت ضمنية وتتمثل أساسا في خدمات تقدمها لعملائها من أجل المحافظة عليهم.

- نتيجة للأسباب السابقة الذكر فإن الولايات المتحدة الأمريكية ألغت القانون الذي كانت تحرم فيه دفع ، كذلك في مصر أصبحت تدفع فوائد بالعملة الفائدة على الودائع الجارية وهذا في 1980/12/31 (2) الصعبة من أجل تشجيع هذا النوع من الودائع.

- لكن ما يمكن لفت الانتباه إليه هو أن حرية البنك في تحديد معدل الفائدة على الودائع بمختلف أنواعها ليست مطلقة، وذلك لأن السلطات النقدية تتدخل بوضع حد أقصى لها لا يمكن تجاوزه، هذا ما يؤدي إلى وجود تقارب في أسعار الفائدة ما بين البنوك، وبالتالي فإن

(2) المرجع نفسه، ص 156.

استراتيجية المنافسة على أساس رفع معدل الفائدة لجذب الودائع غير فعالة ولا يمكن الاعتماد عليها ولا بد من البحث عن استراتيجية بديلة .

2-2 المنافسة غير السعرية :

الأساس الذي تقوم عليه هذه الإستراتيجية هو تقديم خدمات مصرفية جديدة تميز البنك عن غيره من البنوك وتتلاءم مع متطلبات و احتياجات العملاء، ويتم ذلك من خلال إتباعها العديد من السياسات يمكن تلخيصها فيما يلي:

1-2-2 إستراتيجية التكوين :

تتمثل هذه الاستراتيجية في العمل على جذب فئات جديدة من العملاء وكذلك تكوين هيكل المجتمع على الوعي المصرفي و الإدخاري ومحاولة إدخال مختلف الفئات من المتعاملين في الأعمال المصرفية وذلك من خلال سعي البنوك إلى توفير خدمات مصرفية خاصة بكل فئة كإعداد نظم إيداع خاصة بالأطفال والشباب بغرض تثبيت التعامل معهم فيما بعد فهم عملاء البنك في المستقبل، وتم تطبيق هذه الأنظمة في العديد من الدول الأوروبية والأمريكية وحتى بعض الدول العربية .

ومن بين هذه الأنظمة ما يلي : (1)

أ/ نظام توفير العميل المميز : يسمح هذا النوع من الودائع للصبي في سن 07 سنوات بفتح دفتر توفير وله حق الإيداع في حدود معين وبآليات بسيطة جدا.

ب/ حساب خاص بالأولاد من سن 11 إلى 18 سنة : يمكن لصغار فتح حسابات توفير، وتعطى لهم فائدة إضافية تميزهم عن حسابات التوفير العادية.

ج/ حسابات الشباب من 11 إلى 20 سنة : وهذا ما تم تطبيقه في أوروبا من خلال حسابات والغرض الأساسي منه هو جذب عمليات الشباب ومحاولة الحفاظ الخدمات المتنوعة، "Mozaic" على التعامل معهم فيما بعد .

2-2-2 استراتيجية تثبيت الموارد واستقرارها :

لقد أصبحت الودائع التقليدية لا تلبي الإحتياجات المالية للبنك مما دفعه إلى البحث عن طرق متعددة لأجل إبقاء أموال العملاء أطول مدة ممكنة، والغرض من ذلك هو توفير المرونة الكافية للبنك في توظيف الأموال خاصة ونحن في ظل إقتصاد تسوده العولمة التي

(1) د/ عبد المطلب عبد الحميد: البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها، دار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 12.

تؤدي إلى زيادة البحث عن مجالات استثمارية تتطلب مصادر تمويل طويلة الأجل، لذلك أخذت البنوك تسلك أو تتبع اتجاهات حديثة من أجل تثبيت الموارد المالية وتحقيق إستقرارها ومن بين هذه التوجهات ما يلي: (2)

أ/ الإيداع الثابت بالتقسيت : وهو أن يدفع المودع مبلغ ثابت في شكل أقساط شهرية لمدة معينة وفي نهايتها يدفع البنك المبلغ الأصلي بالإضافة إلى الفوائد، وعلى الرغم من ارتفاع تكلفة إدارة هذا النوع إلا أنه توجد هناك العديد من الدول تعمل به كاليابان، دول غرب أوروبا والهند وهذا للدور الذي يلعبه في زيادة الوعي المصرفي بالإضافة إلى زيادة حجم تعامل الطبقات المتوسطة مع البنوك.

ب/ الإيداع بالتقسيت لأغراض دفع الضريبة : والهدف منه هو التخفيف عن دافعي الضرائب من أفراد ومنشآت وأعمال.

ج/ الإيداع الثابت مع خدمات التأمين : يتميز بالجمع بين الودائع لأجل وخدمات التأمين، بموجبه يقوم البنك باستخدام الفائدة على المال الأصلي أو جزء منها بدفع أقساط التأمين لإحدى الشركات بهدف تغطية العميل من خطر معين ونجد هذا النوع منتشر في بنوك الولايات المتحدة الأمريكية، أوروبا واليابان.

د/ شهادات الإستثمار : تعرف أيضا بشهادات الإدخار الغرض منها تجميع أكبر قدر ممكن من الأموال لتمويل التنمية الإقتصادية.

ه/ شهادات الإيداع : نوع من أنواع الودائع لأجل ويمكن تقسيمها إلى¹:

- شهادات الإيداع القابلة للتداول : تعتبر شهادات غير شخصية يمكن لحاملها التصرف فيها بالبيع والشراء بمعنى أنها قابلة لتداول والتحويل قبل تاريخ الإستحقاق في السوق الثانوي دون الرجوع للبنك الذي أصدرها² ، بالإضافة إلى أن سعر الفائدة عليها يتم تحديده دون تدخل البنك المركزي فهي لا تخضع في بعض التشريعات للحد الأقصى للفوائد وبالتالي يستطيع البنك تطبيق المنافسة السعرية عليها لزيادة الطلب كذلك يمكن تداولها في سوق المال وهذا ما يؤدي إلى إمكانية حصول البنك على ودائع من مناطق بعيدة عن منطقة تقديم الخدمة، أضف إلى ذلك أنها منافسة للأوراق المالية الحكومية قصيرة الأجل وبالتالي تجلب

(2) د/ عبد المطلب عبد الحميد: العولمة وإقتصاديات البنوك ، الدار الجامعية ، القاهرة 2001 ، ص 64-65.

1 - د/ منير إبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص 162-163.

2 - د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 55.

إلى البنك أموال مستثمرين كانوا يتعاملون أساسا في الأوراق المالية الحكومية ذلك ما يؤدي إلى حدوث زيادة ملموسة في حصيلة البنك من الموارد المالية.

- شهادات الإيداع غير قابلة للتداول : هي شهادات لا يسمح لها بالتداول لهذا تعتبر شخصية تصدر بموجب إتفاق بين البنك والعميل كما أنه لا يجوز لحاملها التصرف فيها ويتم إسترداد قيمتها عند التاريخ المتفق عليه، الميزة الأساسية لهذا النوع هو المرونة في تحديد تاريخ الإستحقاق بحسب الحالة التي تتلاءم مع الوضعية المالية للعميل .

- بالإضافة إلى أنه تم إستحقاق من هذين النوعين أنواع أخرى مكنت صغار المستثمرين من إستثمار أموالهم في ودائع مؤمن عليها وبعائد أكبر تتمثل فيما يلي¹:

- شهادات الإيداع ذات معدل فائدة متغير الغرض منها حماية البنك والمستثمر ضد التغير في أسعار الفائدة

- ودائع لأجل صغيرة ولها عدة أشكال : كشهادات الإيداع، إيداعات عمومية وحكومية ويكون سعر الفائدة فيها غير محدد .

أمر السحب القابل لتداول (Negotiable Orders of Withdrawal) (NOW) يمكن تحريره للغير وفاء لما عليه من إلتزامات ويحصل حامله على فائدة .

- ودائع سوق النقد Money market deposit accounting

تشبه أمر السحب القابل لتداول، حيث يمكن تحرير شيك عليها ويحصل حاملها على فائدة أعلى من أمر السحب القابل لتداول².

كذلك أصبحت البنوك تقدم خدمات أخرى كوحدة الإستئجار، صناديق الإستثمار.. إلخ.
- يمكن القول بأنه كلما نجح البنك في إدخال أو ابتكار أنواع جديدة من الودائع كلما كان ذلك مؤشر حيوية يبين قدرة البنك على الابتكار، الأمر الذي يلفت إنتباه الكثير ويشجع المودعين المحتملين على التعامل مع المصرف وما لذلك من فوائد عليه .

- 3-2-2 إستراتيجية المحافظة على سيولة البنك :

الأساس الذي تقوم عليه هذه الإستراتيجية هو العمل على تمكين العميل من الإعتماد على البنك كليا في الوفاء بكافة إحتياجاته المالية حتى لا يحتفظ بنقود لديه، ولا يتم تحقيق ذلك إلا من خلال السرعة في أداء الخدمة المصرفية بالإضافة إلى التواجد الزمني

¹ - المرجع نفسه ، ص 55.

² - Rose p, kolari, j Fraser , **Financial institution** , 4th ed , Boston ,1993 , p 156

لوحداث البنك وهذا ما حققته التطورات التكنولوجية والمعلوماتية و إستعمالها في تقديم خدمات مختلفة للعملاء ومن أهمها ما يلي :

- إمكانية السحب والإيداع في غير أوقات العمل وذلك من خلال :
- الصرف الآلي والخدمات المتكاملة، شبك الألي البنكي والموزع الألي للنقود الموجودين في أماكن مختلفة لخدمة الجمهور في عمليات السحب في حدود مبالغ بسيطة دون الحاجة إلى الذهاب إلى المصرف وهذا كله من أجل تحسيس العميل بالأمان وزرع الثقة في نفوس العملاء بأن أموالهم تعود إليهم في أي وقت عند الحاجة إليها.
- كذلك استحداث شبابيك لتقديم الخدمات المصرفية لركبي السيارات دون الحاجة إلى نزولهم.
- الخدمات التي تقدمها الشبكات البنكية المحلية والدولية كغرفة المقاسة الإلكترونية، الخدمات المباشرة عبر الإنترنت، خلق بنوك عن بعد من خلال القنوات المختلفة (الهاتف ،المنتال التلفزة الرقمية ، الأنترنت) بالإضافة إلى البنوك المباشرة والخدمات الإلكترونية بمختلف أنواعها، وكل هذه الخدمات الغرض منها هو زيادة مداخيل البنك .
- ويمكن القول أنه تزداد قدرة البنك في جذب الودائع كلما نجح في إدخال الوسائل الحديثة لتسيير المعاملات والتوسيع في استخدامها.

4-2-2 استراتيجية تعظيم راحة العملاء :

- يعمل البنك على إتباع عدة أساليب من أجل تحقيق راحة عملائه منها:¹
- إختيار الموقع الملائم للعميل وتوسيع دائرة إنتشار البنك من خلال القنوات المختلفة للاتصال عن والمتمثلة أساسا في الهاتف، المنتال، الأنترنت، التلفزة الرقمية و الهاتف النقال سيتم التطرق إليها بالتفصيل في الفصل الثالث .
- تحصيل الشيكات المسحوبة على البنوك أو الفروع بسرعة فائقة وتكاليف منخفضة.
- تحصيل الكمبيالات المسحوبة لحساب العملاء باستخدام حوالة داخلية (أمر كتابي يصدره أحد الأطراف إلى البنك الذي يتعامل معه ليدفع مبلغا معيناً لطرف ثاني (المستفيد) ، السندات الإذنية، التحصيلات المستندية التي تتعلق بالمعاملات التجارية... إلخ.
- قبول الأمانات وتأجير الخزائن.²
- سداد المدفوعات نيابة عن العميل.

¹ - د/ منير إبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص 157 ،
² - د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 68.

- إختيار موظفين يمتازون بأخلاق حسنة وبحسنون التعامل مع الجمهور. إذن نستطيع القول أنه تزداد ودائع المصرف كلما نجح في اختيار الموقع الملائم وتوسع في إنشاء فروع وتعدد قنوات الاتصال به ونجح في تقديم خدمات في أنسب الفترات خلال اليوم.

5-2-2 استراتيجية دعم النشاط المالي للعملاء :

تتم هذه الاستراتيجية من خلال تقديم الإستشارات المالية الخاصة باستثمار أموال العملاء ومن أهم الخدمات التي تقدمها البنوك في هذا المجال ما يلي:¹

- عمليات على الأوراق المالية نيابة عن العملاء، هذا لأنه يوجد هناك من ليس لديهم الوقت الكافي والمعرفة الجيدة لأساليب التعامل في الأوراق المالية ومن أهم العمليات : حفظ الأوراق المالية شراءها أو بيعها، الإكتتاب في الأسهم وسداد قيمة الكوبون بالإضافة إلى خدمات التسجيل والإصدار وهذا كله بما يحقق أكبر ربح وأقل خسارة وبعمولة أقل من العمولة التي يأخذها السماسرة لتنفيذ العمليات السابقة، وبالتالي كلما كانت هناك كفاءة في إدارة الأوراق المالية وانخفضت نسبة العمولة التي يحصل عليها البنك مقابل الخدمة كلما أدى ذلك إلى تمسك المودعين الحاليين بالبنك وزيادة رغبة المحتملين في التعامل معه.

- بالإضافة كذلك إلى حساب ميزانية الأسرة وخاصة الأسر ذات الدخل الثابت، وغيرها من الخدمات الإستثمارية الأخرى.

- من خلال ما سبق تبين لنا أنه لم يصبح من السهل على البنك التجاري الحصول على الموارد المالية كما كان في السابق بل لابد من انتهاج طرق وأساليب متطورة وفعالة تتماشى مع التطورات الحاصلة في كل المجالات من أجل تجميع الموارد المالية المتاحة من مصادرها المختلفة، لهذا فإنه على مسير البنك أن يستخدم هذه الأموال بكفاءة عالية وذلك بإتباعه أساليب وطرق عقلانية في توجيه هذه الأموال، وتعتبر القروض أحد أهم الاستخدامات البنكية.

¹ - د/ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 67-68.

المبحث الثالث: القروض المصرفية

تعتبر القروض أهم استخدامات البنك إذ أنها تأخذ الحصة الأكبر من جانب الأصول وعائدها يعتبر أكبر إيراد تتحصل عليه البنوك، لهذا على مسير البنك أن يكون حذرا في منحها من خلال وضعه لسياسات محكمة وملائمة تتضمن سلامتها من الضياع. وتعتبر الإستخدامات التقليدية للبنك أساس الإستخدامات الحديثة إذ أن هذه الأخيرة مشتقة من التقليدية الأمر الذي دفعنا الى التطرق إليها ولو بصفة مختصرة، وسنحاول في هذا المبحث شرح أنواع القروض والعوامل المتحكمة فيها واستراتيجيات منحها .

المطلب الأول : أنواع القروض

إن القروض الحديثة التي تمنحها البنوك التجارية لها نفس طبيعة القروض التقليدية لهي أموال تمنحها البنوك لمتعاملها من أجل تمويل أي نشاط إقتصادي ولكن الإختلاف الجوهرى هو في طريقة تقديمها للقروض وهذه الأخيرة هي التي تعطي للقرض سمة الحداثة، حيث أنها أصبحت تتعامل بالإضافة إلى الطرق التقليدية بوسائل الإتصال المتطورة كالإنترنت، الهاتف النقال، التلفزة الرقمية... إلخ، إذ أن تسوية كل المعاملات والإجراءات الخاصة بالقرض تتم عن بعد وتحول بعد ذلك قيمة القرض مباشرة إلى الجهة المستفيدة أو يتم تعبئتها في البطاقات الإلكترونية.

ويمكن تقسيم القروض حسب عدة معايير تتمثل في ما يلي :

1- من حيث الآجال :

ونميز فيه نوعين أساسيين (1):

1-1 القروض قصيرة الأجل :

هي قروض مدتها لا تتجاوز سنة توجه لتمويل النشاط الإستغلالي للمنشآت ويتم تسديدها في نهاية العملية الممولة ولها عدة أشكال :

1-1-1 خصم الأوراق المالية :

بمعنى أن يمنح البنك لحاملها ما يعرف بالقيمة الحالية للورقة التجارية مقابل عمولة يقطعها تسمى ، الأجيو (2)Agio وهذا قبل تاريخ استحقاق الورقة، وبعدها يقوم البنك بتحصيل قيمتها من المدين عند تاريخ استحقاقها .

(1)AMMEUR BENHALIMA , pratique des techniques bancaires , éditions dahleb , Algérie 1997, p 6

(2) الطاهر لطرش : تقنيات البنوك ، الطبعة 2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 2003 ، ص 60.

2-1-1 إتمادات الصندوق :

هي الأموال التي يقدمها البنك للعميل مقابل وعد بالوفاء في الموعد المحدد مع دفع فائدة والغرض منها هو توفير السيولة الآتية ويمكن تقسيمها إلى عدة أقسام (1):
 أ/ السحب على المكشوف le découvert : هو سحب العميل ما يزيد عن حسابه الجاري الموجود لدى البنك وذلك بدفع فائدة تتعلق بفترة سحب المبالغ المدينة، ويتوقف البنك عن فرض الفوائد بمجرد عودة الحساب من مدين إلى دائن، ويستعمل عادة لسد العجز الناجم عن عدم كفاية رأس المال العامل.

ب/ اعتماد الموسوم crédit de compagne : هي قروض موسمية تعطى لمساعدة المنشآت التي يكون نشاطها موسمي (2)، وذلك لأنها تشهد في مرحلة من مراحل نشاطها زيادة في الحاجة إلى رأس مال العامل نتيجة لتوسيع أو زيادة نشاطها لهذا تلجأ إلى هذا النوع من القروض (3).

ج/ القروض بتوقيع : هي إلتزام البنك بدفع مبلغ معين بدل المدين للجهة الدائنة في حالة عجز المدين عن السداد وتنقسم إلى (4):

الضمان الاحتياطي L'AVAL :

جاءت عن طريق وثيقة التحويل La letter de change ويتم فيها التعاقد عن طريق الموثق بين المستفيد منها هو الشخص الطبيعي أو المعنوي والبنك ، كما يتم تحديد للمبلغ الذي يضمنه البنك (5)

الكفالة La caution : ومفادها أن شخص يضمن آخر وتعطى عادة للبلديات، الولايات ، صناديق التوفير، وتظهر في المناقضات خاصة وذلك لتفادي عدم التزام العميل بالقيام بالمشروع وكذلك تعطى للجمارك لأخذ السلع من الميناء .

د/ الإتمادات المستندية : هي مرتبطة أساسا بعمليات التجارة الخارجية حيث يتوسط بنك أو أكثر بتسديد قيمة السلع المستوردة وتحصيل قيمة السلع المصدرة.

هـ/ بطاقات الائتمان : وهي بطاقات شخصية تصدرها البنوك لخدمة عملائها وتحتوي على

(1) د/ بوعتروس عبد الحق ، الوجيز في البنوك التجارية (عمليات ، تقنيات ، تطبيقات) ، بدون دار نشر ، قسنطينة 2000 ، ص 41-42.
 (2) AMMOUR BANHALIMA , lexique de banque , op cit , p19.

(3) الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، مرجع سابق ، ص 60.

(4) FAROUK BOUYACOUB., l'entreprise & le financement bancaire , édition Casbah, Algérie 2001, p249

(5) AMMOUR BANHALIMA , op cit , p 6.

معلومات خاصة بحاملها يستعملها لتسوية مدفوعاته بدل النقود، كما أن البنوك تعمل جاهدة على تلبية حاجات زبائنها وتوفير الراحة لهم لأجل الوقوف في وجه المنافسين لهذا استحدثت عدة أنواع من البطاقات نذكر منها :

بطاقات الوفاء، بطاقات الائتمان، البطاقات الدولية (فيزا كارد، ماستركارد، ارو كارد) وغيرها من البطاقات سيتم التطرق إليها بالتفصيل في الفصل القادم.

2-1 القروض طويلة الأجل (قروض الإستثمار):

يوجه عادة هذا النوع من القروض لتمويل الأصول الثابتة وهذا هو السبب في طول مدتها التي تتراوح ما بين 2 سنة إلى 7 سنوات (1) ، لهذا تفرض البنوك سعر فائدة مرتفع عليها، وتكون حذرة فيمنحها (2) ويتم منح هذا النوع من الخدمة مقابل ضمانات وهذا راجع للمخاطر التي ينطوي عليها هذا النوع، وتلجأ البنوك إليه عندما تكون لديها أموال جامدة تزيد عن حاجة تعاملها .

2-2 من حيث النشاط الممول :

أي حسب الغرض الذي يرغب المستثمر في تحويله وهي(3):

2-1-1 قروض إستهلاكية :

وتستخدم للحصول على سلع إستهلاكية من خلال تعبئة بطاقة الإئتمان أو لمواجهة مصروفات مفاجئة أو استثنائية كالمرض، الوفاة، الدراسة ... إلخ.

2-2-2 القروض الإنتاجية :

توجه هذه الخدمة لتمويل كل أوجه النشاط التجاري كالزراعة، الصناعة والخدمات بهدف توفير رأس المال العامل لأغراض التشغيل.

3- من حيث الضمان :

يعتبر الضمان تأميناً للبنك ضد الأخطار التي قد تنتج عن عمليات الإقراض حيث أنه يمكنه من إسترجاع قرضه أو على الأقل جزء منه ويمكن تقسيمها إلى(4):

(1) الطاهر لطرش ، مرجع سابق ، ص 74.

(2) د/ بوعتروس عبد الحق ، مرجع سابق، ص 43.

(3) د/ منير إبراهيم الهندي : الفكر الحديث في مجال التمويل الجزء الأول ، بدون ناشر ، الإسكندرية 1999 ، ص 213.

(4) د/ بوعتروس عبد الحق ، مرجع سابق ، ص 42.

1-3 القروض غير المكفولة بضمان :

يتم تقديم هذا النوع في حالات معينة أو خاصة كإعطاء قرض لعميل يتعامل بصفة دائمة مع البنك وذو ملاءة ويكون البنك على إطلاع بمركزه المالي وقدرته على التسديد، وبالتالي مدته أقل من سنة وعادة يتم تسديده على دفعات شهرية .

2-3 القروض المكفولة بضمان :

ويمكن تقسيمها إلى :

1-2-3 قروض مكفولة بضمان شخصي :

حيث نجد في هذا النوع من القروض الضمان يتمثل في تعهد من شخص غير المقترض، تكون سمعته جيدة وذو ملاءة مالية، بأن يسدد السحقات المالية للمقترض في حالة عجزه عن السداد.

2-2-3 القروض المكفولة بضمانات عينية :

وتتمثل في الأصول المالية التي يقدمها المقترض للمقرض مقابل الحصول على القرض، وتكون هذه الأصول تحت تصرف البنك حتى إرجاع القرض في الموعد المتفق وتأخذ عدة أشكال (1)

أ/ رهن عقاري: وهنا الضمان يتمثل في عقار مرهون لصالح البنك.

ب/ رهن المنقولات : وقد تكون بضاعة، أوراق مالية، آلات ...إلخ.

وهنا يمكن للبنك التصرف فيها في حالة عدم قدرة المقترض على الوفاء بدينه.

كما أن للضمانات أهمية بالغة فهي تحمي البنك من خطر ضياع حقوقه، لذا فيجب على البنك أن يكون حذرا في قبول الضمانات إذا لابد عليه من إعتقاد الدقة في مراجعة وتفحص وثائق إثبات الحيابة للأشياء المقدمة كضمان.

المطلب الثاني : آليات الإقراض

سنعرض في هذا المطلب تطور وجهات نظر المفكرين الإقتصاديين في سياسة الإقراض ثم نتطرق الى أهم السياسات التي إتبعها البنك في مجال الإقراض .

1- تطور وجهات نظر البنوك في مجال الإقراض :

تقتصر السياسة التقليدية للإقراض على تقديم قروض قصيرة الأجل والموجهة إلى الإنتاج الحقيقي (إنتاج السلع).

وهو ما يعد تطبيقاً لنظرية القروض التجارية commercial loan theory الذي يجعلها تتسم بخاصتين أساسيتين¹

- القروض تسدد نفسها
- أن القروض آلية بمعنى أن قيمة بيع الإنتاج سوف تغطي قيمة القرض هذا يعني توجيه القروض إلى التجارة، الزراعة والصناعة، أما القروض الإستهلاكية فتتجنب البنوك منحها إذ أنها قروض غير منتجة بالإضافة إلى الإستثمار في الأصول التي يمكن تحويلها إلى سيولة بسرعة وبدون خسارة.

ويدعم مؤيدي هذه النظرية أفكارهم من خلال إعتبار الموارد المالية للبنك في أغلبها ودائع تحت الطلب أو خلال فترة قصيرة، لذا لا بد أن تكون متجانسة مع استثمارات البنك بالإضافة إلى أن القروض المعطاة تمول أساساً من ودائع هي ملك للغير لهذا يتم توجيهها إلى تمويل سلع حقيقية تضمن إسترداد القروض.

- تم الرد على هذه النظرية بأن تقديم القروض تسدد نفسها أمر كان مقبول في الماضي حيث لم تكون هناك رقابة حكومية تعمل على سلامة إجراءات وقرارات الإقراض وتتدخل بالمساعدة في الوقت المناسب، بالإضافة إلى أن توجيه القروض إلى إنتاج السلع الملموسة لا يمكن إعتباره حماية مؤكدة لأنه قد تفشل المنشأة المقترضة في تصرف السلع وهذا يؤدي إلى صعوبة إسترداد البنك لمستحقته .

¹ - د./ منير إبراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية - مدخل اتخاذ القرار - ، مرجع سابق ، ص 16 .

أما بالنسبة إلى القروض الإستهلاكية التي اعتبرت غير منتجة فتم الرد عليها بأن المستهلكين هم الذين يشترون السلع الحقيقية وبالتالي رفض تقديم قروض لهم معناه تراكم السلع و بهذا يصعب على المنتجين الوفاء بالتزاماتهم تجاه البنك، كما يضيف هؤلاء المفكرين إلى أنه يوجد هناك مستهلكين لهم قدرة كبيرة على تسديد ما عليهم من مستحقات. أما إذا نظرنا إلى الآجال فمن المعروف أن التنمية الإقتصادية تتطلب قروض متوسطة وطويلة الأجل الأمر الذي يفرض على البنوك التجارية التوجه إلى تقديمها بالإضافة إلى القروض قصيرة الأجل و إلا سوف يتجه المقرضين إلى الأسواق المالية كبديل لهم لتغطية احتياجاتهم وبالتالي يحدث تسرب للودائع من البنوك.

- يرد المفكرين على فكرة استخدام الودائع باعتبارها مصدر تمويل قصير الأجل في تمويل مشاريع طويلة الأجل بأنه وفقا لقانون المتوسطات law of averages فإنه إذا ما تم سحب مبلغ معين من الودائع فإحتمال كبير أن يتم إيداع مبلغ يساوي أو يقترب منه وبالتالي ينتج إستقرار الموارد المالية للبنك مما يجعله قادر على استخدامها في الآجال المتوسطة والطويلة (1) .

- كنتيجة لهذه الإنتقادات ظهر فكر جديد يبين لنا أنه ليست العبرة في توجيه القروض لتمويل سلعة تباع قبل تاريخ استحقاقه لأنه لا يوجد ما يضمن لنا أن السلعة التي عليها الطلب اليوم سيكون عليها الطلب في الغد، لذلك لبد من النظر إلى الدخل المتوقع من النشاط الذي استخدم فيه القرض لا إلى النشاط في حد ذاته وهذا ما عرفه الإقتصاديين بنظرية الدخل المتوقع.

theory Anticipated income والتي ترى أنه إذا كان إحتمال الحصول على دخل من نشاط معين كبير ويكفي لخدمة الدين ينبغي الموافقة على القرض بغض النظر عن فترة القرض ما إذا كانت قصيرة أو متوسطة أو طويلة أضف إلى ذلك أنه في حالة الإزدهار الإقتصادي وزيادة الطلب على القروض طويلة الأجل والبنك مصر على منح قروض قصيرة الأجل فإن هذا يؤدي إلى وجود أموال عاطلة لدى البنك.

(1) د/ منير إبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص18-19 .

- ما يلاحظ على أغلبية البنوك أنها تميل لإستخدام نظرية الدخل المتوقع، فحتى البنوك المتحفظة والتي تعمل بنظرية القروض التجارية نجدها تعتمد نفس الفكرة ولكن بطريقة أخرى فهي تجديد القروض قصيرة الأجل استجابة لطلب العميل لعدد من السنوات مما يجعله تقترب من القروض طويلة الأجل (1)

- من خلال كل ما سبق يمكن الإشارة إلى أن الأسس المعتمدة في تحديد نوعية الإستخدام لا تخرج عن نطاق ثلاث أهداف هي : الربحية، السيولة والأمان، فنظرية القروض التجارية تحقق هدف السيولة (تقديم قروض قصيرة الأجل) والأمان (عدم إقراض المستهلكين) أما نظرية الدخل المتوقع فتحقق عامل الربحية، لكن لو نظرنا إلى الإتجاه الحديث فهو أكثر استخداماً في الوقت الحالي من طرف معظم البنوك لوجدنا أنه لا يهتم بطبيعة القرض في حد ذاته بقدر ما يهتم بالمزايا التي يحققها القرض للبنك، وعلى هذا الأساس فإنه يستطيع البنك استخدام أمواله في أي مجال ولأي فترة شريطة أن يعمل على ضمان سلامتها ويحقق عائد مجزي منورائها يتلاءم مع المخاطر التي ينطوي عليها قرار الإستثمار ويساعده على جذب العملاء إلى البنك وأن لا ينتج عنه انخفاض في السيولة مما يؤدي إلى انخفاض قدرة البنك على الوفاء بالتزاماته تجاه العملاء، وبالتالي نستطيع القول بأن عملية استخدام الأموال من طرف البنك تتم وفق أسس و إعتبارات يتحتم على البنك الأخذ بها ومراعاتها عند توظيف

أمواله بغض النظر عن طبيعة الإستخدامها والمتمثلة في السيولة، الربحية والأمان، وهذا لأجل المحافظة على مكانته المصرفية في ظل التغيرات الحاصلة في المحيط المالي الداخلي والخارجي إذ نجد البنوك أصبحت تعمل على تطوير خدماتها التقليدية كما تعمل على إبتكار مجالات استثمارية جديدة ومربحة بالإضافة إلى إستعمالها الأساليب والطرق العقلانية في استخدام أمواله.

(1) د/ منير إبراهيم الهندي ، مرجع سابق ، ص 20.

السياسات المتبعة في الإقراض :

من أهم هذه الطرق والأساليب الإستراتيجية التي يتبعها البنك في مجال الإقراض

ما يلي:

1-2 حجم الأموال المتاحة للإقراض :

وهنا يتحتم على البنك أن يكون حجم القروض الكلية لا يزيد عن نسبة معينة من الموارد المالية المتاحة لدى البنك، وتظهر مرونة هذه السياسة من خلال إمكانية البنك من رفع وتخفيض حجم الإستثمارات في القروض على حسب إرتفاع و إنخفاض الموارد المالية المتاحة، كذلك هذه النسبة تتغير بتغير الوضع الإقتصادي، ففي فترات الرواج على البنك أن يعمل كل ما بوسعه لتحقيق نسبة الإقراض المحددة حتى لا يقع في خطر سيولة، أما في فترات الكساد فعليه أن ينقص من النسبة المحددة للإقراض وذلك في حدود البنوك المنافسة التي لها نفس حجم الموارد المالية.

2-2 سياسة التنوع

إن التنوع في الإستثمارات يؤدي إلى تخفيض أو تقليص المخاطر التي قد يتعرض لها البنك وتتم هذه الإستراتيجية من خلال مثلا :

- التنوع في القطاعات التي توجه لها القروض.
 - التنوع في تواريخ الإستحقاق .
 - التنوع على أساس الموقع الجغرافي للنشاط الذي توجه إليه القروض .
- كذلك أن يحدد مقدار ونوع القرض الذي يمكن إعطائه لقطاع معين أو لعميل معين .
- بالإضافة إلى الأهمية التي يعطيها البنك لمجال على حساب الأخر فقد يرى مثلا أن استثماره في القروض الموجه لقطاع الزراعي أفضل من غيره...إلخ .
- أما في الدول النامية فهي تواجه مشكل تدخل الدولة في تحديد وتوجيه القروض حسب طبيعة السياسة التنموية للبلد وهذا ما يحدد من تطبيق هذه السياسة .

3-2 مستويات إتخاذ القرار :

كانت تتم بتوزيع مستويات اتخاذ القرار فمثلا بالنسبة للقروض الصغيرة يكون القرار بيد وكالة البنك أما المتوسطة فتكون بيد الفرع والمبالغ الكبيرة بيد البنك الأم، لكن في الوقت الحالي نتيجة توفر وسائل الإتصال وخاصة الإلكترونية أصبح يتم الإتصال مابين

المستويات الثلاثة من خلال الرسائل الإلكترونية وبالتالي يستطيع أي مستوى منح أي نوع من القرارات الخاص بأي قرض سواء كان قصير، متوسط أو طويل، والهدف من هذا هو ضمان عدم تضييع الوقت وسرعة إتخاذ القرار خاصة إذا كان طالبي القرض في عجلة من أمرهم، والغاية المرجوة من هذا كله هي جذب العملاء للبنك وعدم تضييع الفرص البديلة على البنك.

4-2 شروط الإقراض :

ويقصد بها كل ما يتعلق بالقرض من تحديد حد أقصى للقروض الممنوحة وأن لا تتجاوز نسبة معينة من رأس مال البنك وهذه الأخيرة يحددها البنك المركزي، كذلك تحديد حد أقصى لتاريخ استحقاق القرض وإتباع استراتيجيات في تحديد معدل الفائدة على القرض وهل يبقى ثابت أو يتغير خلال فترة القرض؟ ، بالإضافة إلى الضمانات التي تلجأ إليها البنوك وكل ما يتعلق بها من أجل تأمين قرضها من الضياع.¹

5-2 متابعة القرض :

الغاية المرجوة من متابعة القرض هي إكتشاف الصعوبات التي قد تعترض أخذ ه في عدم القدرة على التسديد والتدخل في الوقت المناسب من أجل حفظ القرض من الضياع.

6-2 ملفات القرض :

كانت عملية طلب القرض تتم من خلال تقديم وثائق رسمية تبين الوضعية المالية للعميل حتى يتسنى لها إعطاءه القرض أو عدم إعطاءه، أم في الوقت الحالي فبالإضافة إلى الطريقة السابقة أصبحت الطلبات تتم من خلال إستخدام قنوات الإتصال عن بعد المختلفة وخاصة الإنترنت ويتم من خلاله الحصول على المعلومات الكافية الخاصة بالعميل خاصة إذا كانت مؤسسة كبيرة فيتم الحصول عليها من خلال الأسواق المالية، وهدف البنك من تجميع هذه المعلومات هو التعرف على مدى قدرة العميل على الوفاء بقيمة القرض وكذا تحديد نوعية وطبيعة المخاطر المحيطة به وكيفية التحكم فيها .

بعد الحصول على الطلب يتم تحليله من طرف خبراء في مجال الإقراض .

¹ - و د/ عبد المطلب عبد الحميد ، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها ، مرجع سابق ،ص67.

7-2 استراتيجيات أخرى:

من المعروف أن الطاقة الإستثمارية للبنوك ليست مطلقة بل محدودة بمدى قدرته على الحصول على الموارد المالية المتاحة، فإذا تقدم أحد كبار العملاء بطلب قرض يفوق قدرة البنك هنا يقع البنك أمام أمرين العمل على توفير القرض للعميل وبالتالي الحفاظ عليه وعلى رصيده الكبير في الحسابات الجارية، وإما أن يرفض فيخسره، وحتى لا تقع البنوك في هذا المشكل فإنها تحاول استخدام عدة استراتيجيات من أهمها :

1-7-2 تعديل خطة الإقتراض والسداد :

قد يمتنع البنك عن إعطاء قرض نتيجة لحاجته للموارد المالية في تاريخ يسبق تاريخ تسديد القرض رغم أن الموارد المالية متاحة له وتكفي لذلك، هذا ما يجعل البنك يقترح على العميل عدة بدائل منها:

- تقديم القرض شريطة تسديده على أقساط تناسب ظروف الطرفين .
- مساعدة البنك العميل في إعادة تخطيط موارده المالية واستخداماتها.

2-7-2 المشاركة في تمويل القرض :

يطلب البنك من بنك آخر أو عدة بنوك لمشاركته في تمويل القرض الذي طلبه العميل ، وإذا تم الإتفاق بينهم فإنه العائد الذي يدره القرض تقسمه البنوك المشاركة كذلك المخاطر والتكاليف التي تتطوي عليها عملية الإقتراض . عملية المشاركة تحكمها قواعد وضوابط حددتها مؤسسة روبرت موريس (Robert Morris Association)¹

3-7-2 توجيه العملاء إلى وسائل بديلة :

وهنا اتبعت البنوك أساليب متعددة فمثلا إذا كان أراد أحد المودعين (خاصة الكبار منهم) شراء آلات هنا يستطيع البنك إقناعه بفكرة الإستئجار بدل الشراء حيث يتصل البنك بأحد المنشآت المتخصصة في التأجير ويتم التفاوض معها (قد تكون أحد الشركات الشقيقة للشركة القابض) بدل العميل، وهذا ما عملت به معظم بنوك الولايات المتحدة الأمريكية والأوروبية وكذلك بعض البنوك العربية، وهو ما يعرف باستراتيجية التأجير التمويلي ولأجل تغطية الحاجات المختلفة للعملاء في هذا المجال عملت البنوك على اشتقاق أنواع متعددة

¹ - لتوسيع أكثر أنظر : د/ منير إبراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية مدخل إتخاذ القرارات ، مرجع سابق ، ص 176.

منه التأجير التشغيلي، التأجير التمويلي و التأجير المقرون برافعة تمويلية - سنتعرف عليهم لاحقاً¹.

- بالإضافة إلى الإستخدامات النقدية التي سبق ذكرها نجد البنوك عملت على إبتكار مجالات إستخدام أخرى تعرف بالإستخدامات غير النقدية تمنحها البنوك للعملاء من أجل تسهيل أعمالهم، وتكون هذه التوظيفات ذات مردودية إذا أحسن أداءها و إلا فقد تلحق بها خسارة فادحة إذا لم تحسن إستخدامها وهذا لأنها تؤثر على سيولة البنك فهو يأخذها بعين الإعتبار في تقدير سيولته الكلية ذلك أنها تتحول إلى إلتزام حقيقي إذا أخل المكفول بشروط الكفالة، ومن بينها :

- خطاب الضمان أو الكفالات : هو إلتزام غير أكيد يصادق عليه البنك لصالح أحد عملاءه ينتهي بإنهاء فترة الضمان² وفيه عدة أنواع : خطاب الضمان الإبتدائي، خطاب الضمان للدفعات المقدمة خطاب الضمان النهائي.

- الإعتتماد المستندي :

خدمة الاعتماد المستندي الحديث لا تختلف في أساسها عن التقليدية حيث يمكن تعريفه حسب الغرض منه بأنه وسيلة من وسائل الدفع المستخدمة في التجارة الدولية

- أما إذا عرفناه حسب الإلتزام الناشئ بموجبه، فهو تعهد مكتوب يصدره بنك يسمى فاتح الإعتتماد بناء على طلب عميله، يتعهد هذا البنك بمقتضاه لطرف ثالث يسمى المستفيد (المصدر) بأن يدفع أو يقبل أو يخصم قيمة الكمبيالات المصاحبة لمستندات الشحن طالما كانت تلك المستندات مطابقة لشروط هذا التعهد و الإعتتماد المستندي عدة أشكال :

الإعتتماد المستندي القابل للنقض، المعزز، غير قابل للنقض، غير معزز القابل للتحويل وغير قابل للتجزئة³

لقد أصبحت البنوك تستعمل أساليب حديثة في القيام بإجراءات الاعتماد كاستخدام الشبكات الدولية الالكترونية في تحويل الأموال بالإضافة إلى الاستفادة من خدمات الفروع في الخارج وخدمات المؤسسات الشقيقة وكذا إرسال وثائق الاعتماد بطريقة الكترونية... الخ

¹ - FAROUK BOUYACOUB , l'entreprise & le financement bancaire ,op cit, p253-258.

² - د/ صبحي تادريس قريصة ومدحت محمود العقاد : النقود والبنوك والعلاقات الإقتصاد الدولية ، دار النهضة العربية 1963 ، ص 137.

³ - Kamal c ,les credit documentaires ,édition grand livres , Alger 1994 ; p 12- 93

خلاصة:

ما يمكن ملاحظته على البنوك أنها تعمل باستمرار من أجل الوقوف في وجه المنافسين والمحافظة على مكانتها المصرفية من خلال الزيادة في حصتها السوقية، ويتم تحقيق ذلك بتطوير الخدمات التقليدية والعمل على إدخال التكنولوجيا الحديثة و ابتكار أو استحداث أنواع جديدة من الخدمات ومحاولة تمييزها عن مثيلتها في البنوك الأخرى، كما استعملت البنوك العديد من الاستراتيجيات لزيادة مواردها المالية و استخدامها بأساليب عقلانية تحقق لها الأهداف المرجوة، وهذا ما رأيناه في هذا الفصل حيث تطرقنا الى الخدمات التقليدية التي تعتبر أساس الخدمات الحديثة وتطورات وجهت نظر البنك إليها، ورأينا كيف توصل البنك الى أنه لابد من الاهتمام بكل أنواع الخدمات فلكل واحدة منها خصائص تحقق أهداف البنك وحاجات المتعاملين، ثم بعد ذلك تطرقنا الى أهم الاستراتيجيات المتبعة في جذب الموارد المالية المتاحة وكذا الأساليب التي تساعد البنك في استخدامها في مجالات متعددة بطريقة مثلى تحميه من مخاطر الضياع .

إن رغبة البنوك في التوسع و الانتشار لتحقيق أهدافها في ظل التغيرات العالمية الحاصلة دفعتها إلى تغيير وجهات نظرها في تقديم خدماتها المصرفية، حيث نجد العديد من الدول قامت بتحرير خدماتها المصرفية والمالية نتيجة لانضمامها إلى إتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية وما لذلك من آثار على كفاءة واستقرار المصرف.

الفصل الثاني

الخدمات المصرفية الحديثة

تمهيد:

لقد تغيرت نظرة المصارف إلى العمل المصرفي من مجرد تأديتها لخدمات تقليدية تتمثل في تلقي الودائع من مختلف المتعاملين الاقتصاديين وتقديمها في شكل قروض لطالبيها والمحتاجين إليها إلى تقديم خدمات حديثة وبتوجيهات تتلائم مع أهدافها المتنوعة بتنوع مهامها ووظائفها التي تكتسي في كل مرة طابعا من التجديد والاستحداث الناشئ عن إقحامها مجالات جديدة ترى فيها بقائها ونمائها وازدهارها بالإضافة إلى حصولها على الأرباح، وكل ذلك من أجل مواكبة التطور بأوجهه التكنولوجي والمعلوماتي الذي شهدته كل مناحي الحياة، ويتم ذلك بتوظيف كل إمكانياتها في جذب التقنية المصرفية الحديثة والاستثمار فيها وتدريب العاملين على استخدامها لتلبية احتياجات المتزايدة لعملائها من الخدمات المصرفية وتقديمها لهم بأرقى وأفضل الطرق وبسرعة وفعالية مناسبة، بالإضافة إلى الإستعداد للمنافسة المحلية والإقليمية والدولية وإعطائها حقا من الاهتمام حتى تستطيع البنوك التعامل مع متطلبات التغيرات الاقتصادية من عولمة وإنفتاح السوق.

بالتالي الحفاظ على مكانة البنك في السوق النقدي ليس بالأمر الهين بل يتطلب الإستثمار في مختلف المجالات وخاصة المتدنية المخاطر وتقديم خدمات مصرفية تضاهي مثيلاها في البنوك المنافسة بالإضافة إلى محاولاتها ابتكار أو استحداث خدمات مصرفية تتسجم مع اتجاهات السوق وتواكب المستجدات في المصارف العالمية، كذلك محاولة ربط الخدمات المصرفية بالتطور الحاصل في سوق المعلومات والاتصالات والإستمرار في ترسيخ وتجسيد بيئة تحفيزية وتشجيعية تساعد في استكشاف الفرص التسويقية المتاحة وبالتالي زيادة الحصة السوقية من الخدمات المصرفية.

سنحاول في هذا الفصل توضيح الاتجاهات الحديثة التي اتبعتها البنوك في تقديم خدماتها المصرفية ولأجل ذلك قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: إتفاقية تحرير تجارة الخدمات

المبحث الثاني: أشكال الخدمات المصرفية الحديثة

المبحث الثالث: إستراتيجيات التسويق الحديث

المبحث الأول: تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية

تعتبر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية أحد أهم التغيرات البارزة في المجال المصرفي، ولهذا سنتناول في هذا المبحث بعض المفاهيم العامة حول هذه الاتفاقية وبعد ذلك نتناول إنعكاساتها على أعمال البنوك، ثم نتطرق إلى ظروف دخول الدول العربية فيها. **المطلب الأول: مفاهيم عامة حول الاتفاقية:**

سنحاول في هذا المطلب التعرف على مبادئ الاتفاقية ثم نتطرق إلى مفهوم تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية بعدها نعرض مزايا الاتفاقية على الخدمات المصرفية.

مبادئ اتفاقية تجارة الخدمات المصرفية والمالية:

تعتبر الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات "ألجاتس" (GATS) هي السند الأساسي لتحرير الخدمات المصرفية والمالية ولقد بدأ الحديث عنها مع افتتاح جولة أوروغواي في 30 ديسمبر 1986 فيما يسمى بإعلان بوفناديليس، في 15 ديسمبر 1993 ظهرت الوثيقة الختامية للاتفاقية تضمنت 29 مادة محددة فيها كل جوانبها القانونية والعملية تم توقيع الاتفاقية من طرف 70 دولة عام 1997 وهذا على أساس أن سريانها بكامله يبدأ في 1999⁽¹⁾ كما أنها تركز على عدة مبادئ وقواعد والتي يجب مراعاتها عند تطبيق الاتفاقية تتمثل في ما يلي:⁽²⁾

مبدأ زيادة مشاركة الدول النامية

مبدأ عدم السماح بالاحتكارات والممارسات التجارية المقيدة⁽³⁾

تطبيق مبدأ تعميم المزايا على كافة دول الأعضاء .

عدم تفرقة أو التمييز بين الشركات الأجنبية والوطنية في أداء الخدمات .

الالتزام بمبدأ الشفافية أي كل القيود التي تضعها الدول على الخدمات تكون معلنة وواضحة للجميع.

مبدأ تحرير التدريجي من خلال تخفيف القيود تدريجياً لوصول الأجانب إلى الأسواق الوطنية لدول الأعضاء .

(1) د/ عبد المطلب عبد الحميد : العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية ، القاهرة ، 2001 ، ص10.

(2) د/ صلاح الدين حسن السيسى : القطاع المصرفي و الإقتصاد الوطني (القطاع وغسيل الأموال) ، عالم الكتب ، بدون سنة ، ص 107.

(3) د/ عبد المطلب عبد الله ، مرجع سابق، ص 114 .

يخضع تنفيذ هذه المبادئ إلى الإطار العام للاتفاقية الذي يحدده الإلتزام العام الذي يسري على كافة الأطراف والتعهدات التي اقدمها الدولة وبالتالي نستطيع القول بأن الاتفاقية سوف تؤدي إلى تغيير مسار العمل البنكي الأمر الذي يدفع المنظومة البنكية للتجاوب مع الآثار والتحديات التي نتجت وستنتج عنها، ويتم ذلك من خلال إتباع أساليب واستراتيجيات جديدة تمكنها من تعظيم عوائدها وأن يكون لذلك آثار إيجابية على البنك من كل الجوانب وكذلك التعامل على التقليل من المخاطر والأعباء التي تعترضها.

مفهوم تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية

يختلف مفهوم تحرير تجارة الخدمات عن تحرير تجارة السلع، حيث أن هذه الأخيرة يعترضها مشكل التعريفات الجمركية، أما الأول فلا يعترضها مشكل عبر الحدود، والقيود تظهر من خلال القوانين والقرارات التي تضعها الدول لذلك آتت إتفاقية تحرير تجارة الخدمات من أجل العمل على التقليل إلى الحد الأدنى منها والوصول إلى التحرير الكامل في تجارة الخدمات وتحقيق ما يعرف بنظام التبادل الحر للخدمات⁽¹⁾

إذن كلما كان هناك تحرير في القوانين والتشريعات والقواعد والإجراءات التي تعترضها الدولة كلما كان تحقيق هذه الاتفاقية

لو نظرنا إلى مضمون الاتفاقية لوجدنا أن الجزء الأول منها يحدد فيه المقصود بالتجارة في الخدمات بالاستناد إلى نمط تأديتها، بالإضافة إلى الخدمات الشمولية وهي أية خدمة في أي قطاع ماعدا الخدمات التي تقوم على أساس غير تجاري وهكذا فإن الاتفاقية تشمل جميع الخدمات ذات الطابع التجاري القابلة للتداول والتي لا تدخل ضمن وظائف الدولة الرئيسية وأهمها الخدمات المالية والمصرفية⁽²⁾ والمتمثلة في ما يلي:⁽³⁾

قبول الودائع والأموال بين الأفراد والجهات

الإقراض بكافة أشكاله، بما فيها القروض الإستهلاكية، والائتمان العقاري والمساهمات وتمويل العمليات التجارية.

(1) د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 25.

(2) د/ عاطف السيد: الجات والعالم الثالث ، مطبعة رمضان ، الإسكندرية ، 1999 ، ص 16.

(3) د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 120.

خدمات المدفوعات والتحويلات، بما فيها بطاقات الائتمان والخصم على الحسابات والشيكات المصرفية

خطابات الضمان والإعتمادات المستندية

التجارة لحساب المؤسسة المالية أو للغير في السوق الأولية أو غيرها وذلك في الأدوات التالية :

النقد الأجنبي

المشتقات المصرفية والمالية بأنواعها

أدوات سعر الفائدة وسعر الصرف مثل المبادلة والاتفاقات الآجلة

الأدوات الأخرى القابلة للتفاوض والأصول المالية الأخرى بما في ذلك السبائك

الاشتراك في الصادات لكافة أنواع الأوراق المالية بما في ذلك الترويج والإصدار الخاص

كوكيل وتقديم الخدمات المختلفة بالإصدارات

أعمال السمسرة في النقد

إدارة الأموال مثل الإدارة النقدية، محافظ الأوراق المالية، خدمات الإيداع وحفظ الأمانات

خدمات المقاصة والتسوية للأصول المالية بما فيها الأوراق المالية والمشتقات والأدوات

الأخرى القابلة للتفاوض

تقديم وإرسال المعلومات والبيانات المالية وخدمات البرامج الجاهزة المرتبطة بها بواسطة

مقدمي الخدمات المالية الأخرى

تقديم الاستشارات، خدمة الوسائط المالية والخدمات المالية المساعدة الأخرى وذلك لكافة

الأنشطة سالفة الذكر بما يشمل الخدمات المرجعية للمعلومات عن العملاء لأغراض

الإقراض، تحليل الائتمان إجراء البحوث، تقديم المشورة للإستثمار، إدارة المحافظ للأوراق

المالية، تقديم الخدمات الإستشارية في مجال التملك وإعادة الهيكلة ووضع الإستراتيجيات

للشركات والمؤسسات، ويلاحظ أن الخدمات المصرفية والمالية ماعدا التأمين تشمل الخدمات

المصرفية التقليدية والمعاملات المصرفية بالأدوات الحديثة وأعمال الأسواق المالية⁽¹⁾ .

(1) د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 120-121.

مزايا الاتفاقية على الخدمات المصرفية

لقد أثبتت الدراسات في مجال الخدمات أن تحرير تجارة الخدمات تنتج عنها مكاسب كبيرة على مستوى الإقتصاد ككل، حيث أوضحت الدراسة التي قام بها (1996-1997) Levine و King (1993) and Levine أن الدول النامية والمتقدمة ذات القطاعات المفتوحة زادت فيها معدلات النمو بصورة أسرع من تلك الدول ذات القطاعات المالية المغلقة⁽²⁾

لو نظرنا إلى الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية والبالغ عددهم 135 عضو حسب المؤتمر الوزاري الثالث للمنظمة والذي انعقد في سياتل في ديسمبر 1999، لوجدنا أن حوالي 65 دولة لم تنضم إلى اتفاقية تحرير تجارة الخدمات على الرغم من أن الدراسات والتحليلات المتعددة بينت أنه توجد العديد من المزايا التي تنتج عن تطبيق الاتفاقية وخاصة في مجال الخدمات المصرفية ومن أهم هذه المزايا ما يلي:⁽¹⁾

تجعل القطاع المصرفي أكثر كفاءة واستقرار

تؤدي إلى اتساع سوق الخدمات المصرفية وبالتالي الاستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير من خلال تزايد عمليات الاندماج والخصخصة

الآثار الإيجابية للمنافسة الدولية على الخدمات المصرفية بحيث تدفع البنوك إلى زيادة كفاءة تقديم خدماتها وتخفيض تكاليف تقديمها بالإضافة إلى تقليص فروق أسعار الفائدة ما بين القروض والودائع وهذا كله من أجل تلبية حاجات المستهلكين بجودة عالمية وأسعار معقولة وفي أسرع وقت

تحرير القطاع المصرفي يضع ضغوطا على الحكومات لتبني سياسات نقدية مقبولة ومناسبة لتتبع وتطوير التقنيات المصرفية وكذا نظم وأساليب العمل التي تساعد على زيادة درجة التقدم التكنولوجي في المجال المصرفي وما لذلك من آثار على الخدمة

العمل على إعادة هيكلة الجهاز المصرفي وتقديم خدمات مصرفية جديدة والتوسع فيها نقل المهارات وتطوير الخدمات عن طريق الإحتكاك عن قرب بالبنوك الأجنبية .

المطلب الثاني: إنعكاسات الاتفاقية على أعمال البنوك:

(2) د/ طارق عبد العال حماد : التطورات العالمية وانعكاسات ها على أعمال البنوك ، الدار الجامعية ، الإسكندرية 1999 ، ص 28.

(1) د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 128-129.

إن عملية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية سوف تخلق العديد من التحديات أما الكثير من الدول وكذلك أما العاملين في المجال المصرفي، لذلك على البنوك التكيف مع هذا الموضوع الجديد ويتم ذلك من خلال تقديم خدمات مصرفية تضاهي مثيلاتها في باقي دول العالم حتى تستطيع الصمود أمام المنافسين، لذلك ارتأينا أن نعرض في هذا المطلب بعض التحديات المترتبة على الدخول في الاتفاقية.

الانعكاسات الداخلية:

هناك العديد من الانعكاسات الداخلية يمكن تلخيصها فيما يلي:⁽²⁾

تشبع السوق المصرفية المحلية

إذا كانت السوق المصرفية المحلية لا تحتل دخول المزيد من المصارف لتقديم خدماتها، هذا يعني حدوث ما يعرف بالوفرة المصرفية التي تؤدي إلى خلق العديد من المشاكل، فوجود إفراط أو الوفرة مصرفية معناه أن هناك العديد من البنوك تعرض خدماتها في سوق مصرفية محدودة، ولخروج من هذا الوضع نحاول إحداث المزيد من الاندماج للكيانات المصرفية وخاصة الضعيفة منها والغير قادرة على الصمود أمام المنافسين.

عدم قدرة البنوك الصغيرة على الصمود

قد يؤدي تحرير تجارة الخدمات المصرفية إلى تخفيض قدرة البنوك المحلية من الاستمرار في ظل أداء ضعيف وهذا لأن المنافسة المتزايدة تخفض من ربحية القطاع المصرفي وكذا حصته السوقية في تقديم الخدمات المصرفية

تم الرد على هذا العنصر بأن المنافسة تدفع إلى تحسين الأداء والبقاء في السوق وبالتالي تزداد الحاجة إلى التطور، الابتكار، تحسين الإدارة، تعزيز القدرات التنظيمية والإشرافية للسلطات النقدية مما ينعكس إيجاباً على الخدمات المصرفية .

(2) المرجع نفسه، ص 132.

التعرض لبعض المخاطر السوقية

تخوف البنوك من مخاطر السوق الناتجة أساساً على تزايد التعامل بالمشتقات المالية. لكن النظرة الحالية تبين أن المخاطر الناتجة عن الأنشطة التقليدية أكبر منها في المشتقات بالإضافة إلى انخفاض معدلات الربحية في الخدمات التقليدية بالمقارنة مع الخدمات المصرفية الحديثة، وهذا ما دفع البنوك إلى تغيير وجهات نظرها وتكريس أموال هائلة في البحث عن طرق جديدة واستعمال استراتيجيات حديثة في توظيف مواردها المالية.

إفلاس البنوك الصغيرة

قد يؤدي تحرير تجارة الخدمات المصرفية إلى فشل وإفلاس بعض البنوك خاصة الصغيرة منها وهذا يخلق أزمة مصرفية نتيجة لفقد الأفراد لثقتهم في المصرف مما يؤدي إلى سحب ما لديهم من أموال وبالتالي تنزع ثقة الأفراد في الجهاز المصرفي ككل وما لذلك من آثار سلبية على الإقتصاد بأكمله.

يمكن التغلب على هذا الخطر من خلال الإشراف والتنظيم المحكم للبنك المركزي وعمله المستمر على توجيه البنوك وتحديد المشكلات في بدايتها، وبالتالي يكون هناك الوقت الكافي لإتخاذ التدابير اللازمة للخروج بحلول تعالج تلك الأزمات قبل وقوعها، بالإضافة إلى ضرورة التزام البنوك بالنسب المالية المعروفة والتي حددتها لجنة بازل.

الانعكاسات الخارجية

ويمكن تلخيص الانعكاسات الخارجية فيما يلي: (1)

سيطرة خدمات البنوك الأجنبية

إن الخوف من سيطرة خدمات البنوك الأجنبية على السوق المصرفية المحلية بعد تحرير تجارة الخدمات المصرفية يرجع أساساً إلى أن الموردين الأجانب أكثر كفاءة من المحليين من حيث جودة وكيفية الخدمة للعملاء وهذا يعود للخبرة المكتسبة في هذا المجال. ولقد تم الرد على ذلك بأنه ليس من الضروري أن تكون الخدمات المصرفية الأجنبية أفضل من الخدمات المحلية وحتى وإن كان كذلك فهو يأخذ كحافز على المنافسة وبالتالي زيادة القدرة التنافسية للبنوك المحلية، وهذا ما يدفعها لتطوير خدماتها المصرفية ومحاولتها إبتكار خدمات جديدة منافسة بالإضافة إلى إدخال تقنيات حديثة ومتطورة في تعاملاتها البنكية.

(1) د/ عبد المطلب عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 132-143.

أما فيما يخص حاجة البنوك المحلية لفترة زمنية حتى تتأقلم مع الأوضاع وإكمال إستعدادها لهذا الوضع التنافسي، فلقد تم الرد عليه بأن الإتفاقية تتم على مراحل والفضل يرجع إلى الدور الفعال الذي تلعبه الحكومة في هذا المجال من خلال القوانين التي تضعها والتمشائية مع متطلبات المصارف وهذا حتى لا تتأثر خدماتها المصرفية سلبيا.

سيطرة البنوك الأجنبية على الخدمات المربحة:

التخوف من توجه خدمات البنوك الأجنبية إلى القطاعات المربحة في السوق فقط وهذا ما يعرف بالإختيار المفضل Cherry-Picking وما لذلك من مخاطر على عدم وصول الخدمات المصرفية إلى قطاعات أخرى، ولتفادي الوقوع في هذا الخطر على الدولة أن تحاول وضع سياسات واستراتيجيات وتدابير تحفيزية لمعالجة مثل هذه الأوضاع.⁽¹⁾

أثر المنافسة في السوق الخدمات المصرفية العالمية:

التخوف من قدرة خدمات البنوك المحلية على المنافسة في سوق الخدمات المصرفية العالمية ومن أجل تجاوز هذه الأزمة على السلطات النقدية أن تعمل على تهيئة البنوك لهذه الظروف الجديدة الأكثر تنافسا وهذا من خلال خفض تكاليف التشغيل، تحسين الكفاءة أو الإستثمار في التكنولوجيا الحديثة وتكوين العاملين في المصارف، بالإضافة إلى تشجيع البنوك للاتجاه نحو الإندماج والخصخصة وخاصة البنوك الصغيرة التي لا تستطيع توجيه خدماتها إلى مقاييس الخدمات في البنوك العالمية الأكثر تطورا، بالإضافة إلى تقديم خدمات ذات جودة عالمية وإنتاجية أعلى سعر وبسعر تنافسي وبأسرع وقت وغيرها من الاجراءات التي يلاحظ فيها المصرف استقراره وقوته وازدهاره.

(1) د/ طارق عبد العال ، التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك ، مرجع سابق ، ص 34-35.

المطلب الثالث: ظروف دخول الدول العربية في الإتفاقية:

إن التحرر العالمي لقطاع تجارة الخدمات سيكون له آثار سلبية على اقتصاديات الدول العربية وخاصة مصارفها، وهذا راجع للمنافسة الشديدة التي ستواجهها بالإضافة إلى ضعف مواردها المالية، البشرية، التكنولوجية، والفقدان الشبه كامل لوعي التكتل، لكن في إطار التوحيد العربي القائم على نضوج فكرة التعاون والتنسيق الحقيقيين يمكن لهذه الدول تحقيق العديد من المكاسب في المديين المتوسط والطويل وفي كل المجالات، على رأسها القطاع المصرفي كإستيعاب التكنولوجيا الحديثة وإدخالها في العمل المصرفي من أجل تقديم خدمات ذات جودة عالية وإنتاجية مرتفعة تستطيع الدخول بها إلى الأسواق الدولية لمنافسة منتوجات الدول الأخرى، بالإضافة إلى استقطاب الاستثمارات الخارجية، ويتحقق كل هذا بمواصلة الدول العربية في تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي ومحاولة افتتاحها على العالم الخارجي، لكن على الدول العربية الإستعداد إلى الآثار السلبية للاتفاقية في المدى القصير وخاصة في القطاع المصرفي والعمل على التقليل منها قدر الإمكان، أما الآثار الإيجابية لها فإنها لا تأتي بشكل تلقائي بل تتطلب التحضير المكثف لها من الآن وهذا ما عملت به المصارف العربية مؤخرا حيث أنها تبذل جهود جبارة من أجل:⁽¹⁾

تطوير الإطار المؤسسي لتقديم خدمات ومنتجات مصرفية ومالية جديدة تضاهي مثيلتها في المصارف العالمية.

الإستثمار في التكنولوجيا المصرفية ومحاولة الاستفادة من التطورات الحاصلة في وسائل المعلوماتية والإتصال في تقديم الخدمات المصرفية.

الإستثمار في الموارد البشرية من خلال تدريب العاملين في المصارف على التفاعل مع متغيرات الصناعة المصرفية المستمرة والمتواصلة.

مسايرة المعايير العالمية في العمل المصرفي وخاصة في ميدان الإفصاح المالي، معدلات كفاءة رأس المال، الرقابة المصرفية وشفافية ميزانيات المصارف.

ومن خلال كل ما سبق يمكن القول أن الدول العربية تعمل كل بوسعها من أجل توفير المناخ المناسب لخلق كيانات مصرفية تقدم خدمات قادرة على المنافسة، إلا أن الصعوبات والتحديات مازالت تواجهها خاصة ونحن نعيش تحولات جارية تستأثر كل الجهود على

(1) د/ صلاح الدين حسن السبيسي، القطاع المصرفي والاقتصاد الوطني- القطاع المصرفي وغسيل الأموال، مرجع سابق، ص 105.

المستوى العالمي من أجل تأسيس تجمعات اقتصادية استراتيجية كالإندماج والتي يتوقع أنها ستقوم بتسيير الإقتصاد العالمي المستقبلي لهذا على البنوك العربية إدراك حقيقة المنافسة في الوقت الحالي بأنها قائمة على الفروق بين القوانين والنظم المختلفة وكذلك الفروق في مستويات المهارات، البنية التحتية المتوفرة لدى المصارف، التطور التكنولوجي للمعلومات، توفير الخدمات المصرفية بمقاييس عالمية ومحاولة التنويع فيها بالقدر الذي يلبي رغبات المتعاملين معها.

المبحث الثاني: التنوع في الخدمات المصرفية الحديثة:

لقد تميز المحيط العمراني بالسرعة في المعاملات ومواكبة التطورات الحاصلة في كل المجالات لأجل زيادة رقم أعماله ومحاولة منه ضبط وترشيد مصروفاته وأعبائه، لذلك يستعمل سياسة ائتمانية يوازن فيها بين العائد والمخاطر، وهذا بالنظر من خلال إلى موجوداته وحج السيولة المتوفرة لديه علاوة على وجوب تحقيق التميز في أداء خدماته المصرفية من خلال إدخال مفهوم التنوع على مصادر التمويل وأدوات الاستثمار، ويزداد هذا المفهوم عمقا كلما اتجه البنك لممارسة أنشطة جديدة لم تكن من قبل وأدخال تطورات تكنولوجيا على الخدمات السابقة لتمييزها عن مثيلاتها في البنوك الأخرى، وسنعرض في هذا المبحث أشكال الخدمات الحديثة التي أصبحت البنوك تقدمها منها:

الإقدام على مجالات استثمارية جديدة، الخدمات التي تقدمها البنوك بنفسها في مجالات غير مصرفية، كما سنتطرق الخدمات التي تقدمها البنوك عن طريق الشركات الشقيقة.

المطلب الأول: الإقدام على مجالات استثمارية جديدة:

سنتعرف على بعض الخدمات الحديثة التي أصبحت تقدمها البنوك مركزين الدراسة على خدمة البطاقات المصرفية باعتبارها أكثر أدوات الدفع إستخداما في الوقت الحالي.

التنوع في الخدمات:

إن التحديات الداخلية والخارجية التي واجهتها البنوك شجعتها على إدخال مفهوم التنوع في مصادر التمويل وأدوات الإستثمار من خلال استحداث خدمات مصرفية من بنها ما يلي:

تقديم خدمات استشارية للمتعاملين:

من المعروف أن المصارف تشترك في إعداد دراسات مالية للمتعاملين معها عند إنشاء مشروعاتهم منذ سنوات عديدة، ويتم من خلال هذه الدراسة تحديد الحجم الأمثل للتمويل المطلوب، طريقة السداد التي تتلاءم مع سياسة المشروع في الشراء، الانتاج، البيع والتحصيل⁽¹⁾.

وإن سمت الحداثة اكتسبتها هذه الخدمة من التطورات المستمرة التي شهدتها أساليب وطرق دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع وكذا حتى في دراسة الدورة النقدية وعلاقتها بالمركز المالي، كذلك نجد البنوك أصبحت تستثمر أموال في البحث عن الأساليب الحديثة في تقديم

(1) د/ فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمن الدوري: إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر، دار وائل للنشر، 2000، ص 36.

خدمات استثمارية عالية للمتعاملين معها، من خلال متابعة أبحاث القائمين على تحليل المشروعات وارتقَاب أحدث الطرق لاستعمالها في تقديم خدماتها الاستثمارية وهذا كله لأجل رفع كفاءة المشروع وبالتالي تكون قادرة على والفاء بالتزاماته أقوى، لأن مصلحة المشروع والبنك مشتركة، بالإضافة إلى أن إدخال الأساليب الحديثة في تقديم هذه الخدمة تساعد على زيادة عدد المتعاملين مع البنك.

ادخار المناسبات:

تشجع المصارف متعاملها للقيام بالادخار لمواجهة نفقات معينة كنفقات الدراسة، شراء مسكن، أثاث منزلي..... إلخ لكي تعطيمهم فوائد ومنحهم تسهيلات ائتمانية تتناسب مع حجم مدخراتهم كمنح قرض بشروط سهلة وبمبلغ مضاعف للمبلغ المدخر عند حلول المناسبة المدخر من أجلها وبالتالي هذا النوع من الخدمات يزيد من موارد المصرف بالإضافة إلى أن السحب منه لا يؤثر على موارد المصرف وهذا يرجع لما يلي:¹

تنوع المناسبات المدخر من أجلها فهي ليست كلها في وقت واحد.

ارتفاع عدد المدخرين.

تمويل عملية الخصخصة وتوسيع قاعدة الملكية

ويتم ذلك من خلال تقديم قروض طويلة الأجل لاتحادات العاملين المساهمين من خلال حصيلة توزيعات الأسهم المشتراة بالإضافة إلى ما تسدده اتحادات ونقابات العاملين، ويستفيد البنك في مقابل ذلك بإعفاءات ضريبية تقدر بـ 50% من الفوائد المستحقة²، هذا ما دفعه إلى تقديم مثل هذه القروض وبأسعار فائدة منخفضة تساهم إلى حد بعيد في نجاح برنامج الخصخصة وتوسيع قاعدة الملكية، وبالتالي هذه الخدمة وجهته إليها السلطات النقدية والظروف الاقتصادية التي يعيشها البنك.

رسمة القروض

بمعنى استبدال القروض بحصة في رأس المال بعد الفشل في سداد التزامات الشركة المعنية وتأكد البنك أن أسباب التدهور تلك المنشأة يرجع إلى سوء الإدارة، وبالتالي ملكيته لجزء من رأس المال يعطيه الحق في المشاركة في إدارة هذه الشركة والعمل على إعادتها إلى ما كانت عليه من خلال الاستعانة بخبراء في الإدارة المالية للشركات.

¹ - د/ زياد رمضان، محفوظ جودة: الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر، 2000، ص 418.

² - د/ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 57.

خدمة البطاقات المصرفية

تعتبر من أشهر الخدمات المصرفية نتيجة لاستخدامها بشكل واسع في الوقت الحاضر حيث أنها أصبحت من الأنشطة الهامة للبنوك التجارية، كما أنه يتعامل بها الملايين من الأفراد كبديل عن النقد العادي، بالإضافة إلى العدد الكبير من المؤسسات المالية التي تقبل التعامل بها، وتتلخص هذه الخدمة في منح المتعاملين بطاقات بلاستيكية شخصية تحتوي على شريط ممغنط أو على ذاكرة Puce تحمل اسم حاملها، عنوانه، تاريخ الصلاحية، تاريخ الإصدار وإمضاء العملي بالإضافة إلى رقم حسابه ورقمه السري.

تمنح لأشخاص لديهم حسابات مصرفية لدى البنك المصدر أو أحد فروعه أو البنوك المشاركة في نظام الإصدار المعرف بنظام الدفع الإلكتروني والذي ينفذ من طرف الهيئات المصدرة للبطاقة ، كما أنها تمكن حاملها من الاستفادة من خدمات عديدة في مجالات متفق عليها مع جهة المصدرة لها.

أنواع البطاقات المصرفية

يمكن تقسيم البطاقات حسب عدة معايير نذكر منها ما يلي:

2-1-1- تقسيم البطاقات على حسب المزايا

ونميز فيها نوعين مهمين هما:

البطاقة الائتمانية:

من المعروف أنها تمثل ائمانا حقيقيا لحاملها، ولقد عرف هذا النوع من البطاقات تطورات عديدة في أساليب استخدامها، حيث أن التأكيد على عملية الشراء أصبحت تتم بالطريقة الإلكترونية بدل التوقيع اليدوي على قوائم الشراء كما كان يتم سابقا، وقبل عرض الأسلوب الجديد الذي أصبحت تتعامل به بطاقات الائتمان سنعرض الطريقة التقليدية التي تتم كما يلي:

يمر التاجر البطاقة على الجهاز الخاص بها للحصول على المعلومات الشخصية الخاصة بحامل البطاقة، بعد ذلك يتم التوقيع على قوائم الشراء ويرسلها التاجر إلى البنك طلبا من سدادها خلال 25 يوم كحد أقصى من تاريخ إرسال الفواتير كإئتمان مجاني بدون أن يتحمل أي فوائد أو أي مصاريف إذا راعى هذا الزبون المهلة المحددة، أما في حالة انتهائها ولم يتم

تسديد قيمة المشتريات أو جزء فإن البنك يفرض على الزبون فوائد على الرصيد المتبقى بدون سداد بمعدل 1.5% شهريا.⁽¹⁾

أما الطريقة الحديثة فبمجرد تمرير البطاقة في الجهاز الإلكتروني الخاص بها وإدخال الرقم السري PIN الذي يزود به البنك صاحب البطاقة تنتقل الرسالة الإلكترونية مباشرة من جهاز البائع إلى البنك ويقوم هذا الأخير بتحويل المبالغ من حساب العميل إلى حساب البائع بطريقة الكترونية، أما في حالة كون حساب العميل مدين يتم تحويل من الحساب الخاص بالبنك إلى البائع وتسوى فيما بعد العملية بين حساب البنك والعميل (وهذا بعد 25 يوم كائتمان مجاني).

* بطاقة الوفاء: Debit Cards

تعتبر أكثر البطاقات انتشارا في العالم لأنها تقلل من مخاطر الديون المعدومة لدى البنوك المصدرة للبطاقة، وتعتمد على وجود أرصدة فعلية في صورة حسابات جارية للعميل لدى البنك لمقابلة المسحوبات المتوقعة، بمعنى يتم تلقائيا خصم قيمة المشتريات من حساب العميل في البنك وتحويلها إلى حساب المحل أو المتجر أو المحطة (البائع)، إذن فهي أداة وفاء فقط ولا تمنح العميل ائتمانا من البنك.⁽¹⁾

يتم التعامل بهذه البطاقة من خلال تمريرها في الجهاز الخاص بها الموجود في مواقع البيع الخاص بالتجار المتفق معهم، ثم بعد ذلك يتم إدخال الرقم الشخصي أو السري (PIN) الخاص به، فيعلم جميع البيانات المسجلة على البطاقة، وبعدها يتم التوقيع على فاتورة المشتريات وترسل إلى البنك لتحويل المبلغ لحساب البائع⁽²⁾، في حالة عدم كفاية رصيد حساب لقيمة المشتريات يحمل البنك حامل البطاقة فائدة ينص عليها في اتفاقية إصدار البطاقة ويتراوح معدلها 1.5% إلى 1.85% شهريا.⁽³⁾

نتيجة للتطورات التي شهدتها المنظومة البنكية أصبح جهاز التاجر متصلة مباشرة بمركز البطاقات لدى البنك مصدر البطاقات وتتم التعاملات بين البنك والتاجر من خلال الرسائل الإلكترونية، حيث تمرر البطاقة في الجهاز الخاص بها لقراءة البيانات الموجودة في الشريط

(1) د/ عبد الهادي النجار، مرجع سابق، ص 30.

* تعرف كذلك ببطاقة القيد المباشر أو الفوري، بطاقة الخصم في موقع البيع و البطاقة الدائنة

(1) د/ محمد عبد الحليم عمر: الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، ايتريك للنشر والتوزيع 1998، ص 17.

(2) د/ مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، مرجع سابق، ص 30.

(3) د/ عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية، مرجع سابق، ص 30.

الممغنط فتنقل الرسالة الإلكترونية إلى مركز البطاقات آليا ثم يتم الإتصال بالفرع المفتوح لديه الحساب للإطلاع على رصيد العميل فإن كان يسمح بالخصم يتم آليا وتضاف إلى حساب التاجر قيمة المشتريات التي سجلها على الجهاز، أما إذا كان الرصيد لا يسمح فسيتم ظهور ذلك على الجهاز بما يفيد عدم إتمام عملية البيع (تلغى)⁽¹⁾.

2-1-2- الأنواع المختلفة لبطاقات المصرفية بحسب الاستخدام

نتيجة للتطورات التي لحقت باستخدام البطاقات المصرفية في مجالات متعددة وكذا إمكانية إستعمالها على المستوى المحلي والدولي، نستطيع التمييز بين أربع أنواع.² وهذا مهما يكن البنك مصدرالبطاقة-

البطاقات من المستوى الأعلى:

تحتوي على الخدمات التي تقدمها بطاقة السحب حيث تسمح بالسحب من الموزع الآلي للنقود (DAB)، والشبك الآلي البنكي (GAB).

البطاقة البنكية الوطنية من المستوى الثاني:

بالإضافة إلى السحب فهي تسمح بتبادل الخدمة بين البنوك (Le dépannage) (interbancaire dans toutes les banques) بمعنى الحصول على الخدمة من البنوك المشتركة في عضوية البطاقة.

وكذلك تسمح بالدفع للتجار المتعاقدين مع البنك ويقتصر استخدامها داخل حدود الوطن وبالعملة المحلية ولحاملها ميزتين أساسيتين يمكن أن يختار بينهما:
يتم تحويل الأموال مباشرة بعد استعمال البطاقة.

يتم تحويل المبلغ لحساب البنك شهريا وذلك بتجميع كل العمليات التي تتم في الشهر وتحويلها في نهايته، بالإضافة إلى أنها تضم خدمات إضافية أخرى تكميلية كالتأمين على الحياة

(1) د /سميجة القليوني: وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية)، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والمصرفية أعمال المؤتمر العلمي السنوي ، الجزء الأول -الجديد في التقنيات المصرفية ، ص 68.

² Sans acte , Les différents types de cartes bancaires ,site :

<http://www.apbt.org.tn/fr/htm/dossiers/archives.asp>

ج - البطاقة البنكية الدولية من المستوى الثالث:

خدمات هذه البطاقة موجودة في الكثير من الدول المتضامنة مع المنظمة العاملة في مجال البطاقات هي فيزا (VISA)، ماستركارد (MASTER CARD)، واليوركارد (EURO CARD)، وأمريكان أكسبريس (AMERICAN EXPRESS)، وتعطي المنظمة حق إصدار البطاقات للبنوك الأعضاء المشتركين فيها، كما تقوم بدور الوسيط بين البنوك الأعضاء في نقل المعلومات، تسوية الحسابات ومنح الموافقات على إعطاء البطاقة. بالإضافة إلى أن منظمة فيزا وماستركارد تسمح بإصدار العديد من البطاقات منها البطاقة الذهبية (Golden Card)، بطاقة رجل الأعمال (Business) والبطاقات العادية Classic Card⁽¹⁾، ويمكن هذا النوع من البطاقات حمله من إمكانية السحب من أجهزة الصراف الآلي الدولية والأجهزة القارئ للشريط المغناطيسي المزودة بها البنوك المشاركة في إصدار البطاقة، وبالتالي فهي تستخدم في جميع أنحاء العالم وبكل العملات⁽²⁾.

د - البطاقة البنكية الدولية:

ذات مستوى عالي يتم تصنيفها ضمن الدرجة الرابعة كبطاقة أولى للفيزا Carte visa première de gold master card ومن مميزات ما يلي: إمكانية فتح خط قرض.

الحصول على خدمة التأمين الخاصة بالسفر وأدوات الدفع.

الحصول على خدمات مجانية من طرف وكالة المساعدات الأوروبية Euro Assistance

تطورات البطاقة المصرفية وأجهزة استعمالها:

ما يلاحظ على البنوك أنها تعمل كل ما بوسعها من أجل تقديم خدمات تلبي حاجات عملائها وتتجاوز توقعاتهم، لهذا عملت على تطوير البطاقة المصرفية لتجنب المشاكل الناتجة عنها والمحافظة على عملائها، إذا أنها عملت على إدخال التطورات التكنولوجية على أنظمة التخزين والقراءة للمعلومات الموجودة في البطاقة لأجل تحقيق أعلى مستوى من الضمان والطمأنينة للمتعاملين بها.

فوجد في فرنسا مثلا ظهرت نماذج متطورة جدا للبطاقات البلاستيكية أطلق عليها (la carte micro-processuer)، وهي بطاقات يخزن عليها برنامج لا يقبل التلاعب فيه يتضمن

(1) د/ سميحة القليوني،: وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية) ، مرجع سابق، ص 69.

(2) د/ عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية ، مرجع سابق، ص 32.

طريق تسوية الحساب مع التاجر الذي يعلن قبوله للوفاء بهذه البطاقة بالإضافة إلى تخزين الرقم السري ومدة السريان وحدود المبالغ المصرح التعامل فيها، ولهذه البطاقة مكان لتسجيل عدة عمليات، ويتم تخزين كل ذلك على منطقة دائرية كهربائية تسمح بنقلها على الشاشة الخارجية المخصصة للقراءة التي يستعملها التاجر لمعرفة كل البيانات على البطاقة.⁽¹⁾

ومن أجل تحقيق رضا العملاء باعتبارهم أحد أهم القيم الجوهرية للبنك استمر التطور في استخدام البطاقات المصرفية، حيث أصدرت بعض البنوك خدمة البطاقة البلاستيكية الرفيعة تستعمل للسحب الآلي تحمل رقما سريا (PIN) يدقه الزبون بنفسه على الآلة وكانت هذه الأخيرة بسيطة في بداية الأمر فهي لم تكن آمنة لكونها لا تراجع رصيد العميل وتعمل على OFF-LINE*، بمعنى أنها غير متصلة بكمبيوتر البنك وتقد نقود حتى إن كانت البطاقة مسروقة، هذا ما أدى بالبنوك إلى ابتكار المزيد من الأجهزة الإلكترونية التي تحقق أعلى مستوى من الضمان والطمأنينة للمتعاملين، منها النظام الحديث المرتبط بخط إلكتروني يطلق عليه ON-LINE**، وهو خط إلكتروني داخل الآلة المخصصة لفحص وكشف البطاقات يصل إلى الحاسب الآلي المركزي للجهة المصدرة للبطاقات فيحصل على كل البيانات التي تخص البطاقة أي أنه يحقق شفافية كاملة، بالإضافة إلى أنه يجعل عملية التسوية وقيد العملية لا تستغرق 10 ثوان⁽¹⁾.

فعمل البنوك على تحسين جودة الخدمات المصرفية والقضاء على أغلب عيوب البطاقة الائتمانية وتقادي خاصة سحب أموال وإجراء عمليات غير مصرح بها عن طريق البطاقة إذا سُرقت أو استغلت من غير صاحبها خلسة، فقد ظهرت بطاقة جديدة متعددة التطبيقات التكنولوجية تعرف بالبطاقة الذكية وهي بطاقة تشبه البطاقة العادية تحتوي على شريحة إلكترونية Micro Processor chip، بالإضافة إلى إمكانياتها أعلى من بطاقة الشريط الممغنط التقليدية فهي تحتوي على بطاقة الوفاء وبطاقة مختزنة القيمة Stored Value Cards، كما أنها تحتوي على تقنيات متقدمة ومتعددة للتشفير من أجل حمايتها من

(1) د/ سميحة القلوبني ، وسائل الدفع الحديثة ، مرجع سابق ، ص 63.

* كما هو الحال بالنسبة لبطاقة الائتمان والوفاء التقليدية

** كما هو الحال كذلك في بطاقة الائتمان الحديثة، وبطاقة الوفاء

(1) د/ عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الإلكترونية، مرجع سابق، ص 37.

التزيف، بالإضافة إلى إمكانية استخدامها كبطاقة ائتمان، تستخدم كمستودع للمعلومات الشخصية⁽²⁾ وسنعرضها بالتفصيل فب الفصل القادم-1

حجم الطلب على البطاقات المصرفية الحديثة:

ما يميز أساليب الدفع الحديثة هو استخدام البطاقات المصرفية بشكل واسع في كل من البلدان الأمريكية والأوروبية وحتى العديد من الدول العربية.

2-3-1- حجم الطلب على البطاقات في أوروبا:

أثبتت الدراسات التي قام بها البنك المركزي الأوروبي أن المدفوعات بالبطاقة البنكية تمثل 4/1 من المدفوعات في أوروبا وأكثر من 200 مليار أورو من المدفوعات لـ 46.7 مليون بطاقة بنكية - بما فيها البطاقات الذكية التي سنعرفها لاحقا- وهذا في 31 ديسمبر 2003.⁽²⁾

بالإضافة إلى أن الدفع بالبطاقات البنكية أصبح أكثر من الشيكات وهذا ما بينته دراسة تمت على أشخاص أكثر من 18 سنة ممثلين لـ 7 بلدان سنة 2003 كما يبينها الجدول التالي:

جدول رقم 1: البطاقات المصرفية أفضل وسيلة دفع في أوروبا

البلد	البطاقات البنكية	الشيكات العادية	الورقية	أنواع أخرى
				Espèce Noukoud
فرنسا	69%	17%		13%
ألمانيا	40%	00%		58%
هولندا	72%	00%		24%
إيطاليا	64%	1%		34%
إسبانيا	44%	00%		54%
بلجيكا	42%	1%		30%
إنجلترا	58%	2%		38%

Source carte Bancaire CB, avril 2004, P4, sit

(1) CEPT F The Report of the Consumer Electronic Payments Task Force April 1998, P5 site :

<http://www.occ.treas.gov/netbank/ceptfrpt.pdf>.

(2) Banque central Européenne , blue book, Sep 2003.

[pdf.com/FR/telechagements/CHIFFRESGCB2003.cartes-bancaires.www://http](http://www.cartes-bancaires.com/FR/telechagements/CHIFFRESGCB2003.pdf)

من خلال الجدول يتضح لنا أن الدفع بالبطاقات البنكية أخذ الحصة الأكبر في كل الدول، وهذا يرجع إلى الوعي المصرفي الكبير الذي تشهده هاته الدول، بالإضافة إلى سهولة إجراءات وأساليب التعامل بها، كما نلاحظ أن هناك استبدال تدريجي للشيك بالبطاقة المصرفية حيث نجد -كما يبين الجدول أعلاه- أن بعض الدول أصبحت لا تستعمله نهائياً والتي تستعمله تستخدمه بنسب متدنية جداً، وهذا يرجع إلى المخاطر والتكلفة العالية الناتجة عن استخدامه مقارنة بالبطاقة المصرفية بالإضافة إلى ظهور الشيك الإلكتروني .

نلاحظ من الشكل أن الدفع بالبطاقات المصرفية في تزايد مستمر وهذا يرجع أساساً لأنظمة الأمان التي امتازت بها البطاقات في الفترة الأخيرة -كما سبق وأن رأينا- بالإضافة إلى الوعي الكبير الذي يمتاز به سكان فرنسا ومعرفتهم للمزايا التي يحققها استخدام البطاقات المصرفية وخاصة الائتمانية وكذلك ساعد هذا التطور القوانين والأنظمة المتبعة في فرنسا والتي تعمل على توسيع نطاق استخدام البطاقة المصرفية خاصة من خلال الأنترنت.

قبول التعامل بالبطاقة الائتمانية حيث أجرت الدراسات على حاملي البطاقة أن عوامل اختيارها كوسيلة دفع يرجعها 80% إلى ما يلي:⁽¹⁾

وجود فترة السماح، حد الائتمان، وقت الاستلام، خدمات العملاء ورسوم العملة .

الأنواع المختلفة المعروضة من البطاقات المصرفية، حيث بلغ عدد البطاقات المتداولة في السعودية سنة 2000 حوالي 1.7 مليون بطاقة محققة نسبة زيادة تقدر 36% خلال خمس سنوات الأخيرة⁽¹⁾، والجدول التالي يبين الأنواع المختلفة للبطاقات المستعملة وكذا نسبة حاملي كل منها.

⁽¹⁾ بدون مؤلف، دراسة ميدانية للوطن، هل ستصبح أكثر راس تخداما -سوق البطاقات الائتمانية في السعودية-، مجلة الوطن، العدد 190، سنة الأولى، السبت أبريل 2001، الموقع :

http://www.mafhoum.com/phpprw/review_view.php?prid=41&langW=4

⁽¹⁾ بدون مؤلف، دراسة ميدانية للوطن، هل ستصبح أكثر استخداما -سوق البطاقات الائتمانية في السعودية، مرجع سابق، ص35.

جدول رقم 2: التوزيع النسبي للبطاقات في السعودية

أنواع البطاقات	نسبة حاملي البطاقة في السعودية
بطاقة فيزا الدولية	71%
بطاقة ماستر كارد	23%
أنواع أخرى	6%

المصدر: بدون مؤلف، دراسة ميدانية للوطن، هل ستصبح أكثر استخداما - سوق البطاقات الائتمانية في السعودية، مجلة الوطن، العدد 190 السنة الأولى، السبت 7 أبريل 2001، الموقع:

http://www.41&langW=4=php?prid.view_com/phpprw/review.mafhoum.http//www

نلاحظ أن استخدام بطاقة فيزا الدولية تحوز على أكبر نسبة وهذا يبين أن معدل التعامل بالبطاقات المحلية منخفضة جدا وذلك بسبب عدم الوعي باستخدامها. وأخيرا يمكن القول أن حجم البطاقات في البلدان العربية لازال يعاني من ضعف في الاستخدام وهذا يرجع إلى العادات السائدة في الدفع المتمثلة أساسا في استخدام النقود السائلة، بالإضافة إلى عدم الوعي بالمزايا التي تقدمها هذه البطاقة أضف إلى ذلك ضعف البنية التحتية الخاصة بطرفيات الدفع كما أن القوانين والأنظمة المتبعة لا تشجع التعامل بالبطاقة المصرفية في هذه البلدان.

2-3-3- البطاقات المصرفية في الجزائر:

ويعتبر أول تطور شهدته البنوك الجزائرية في مجال تقديم الخدمات المصرفية هو توسيع الحصة السوقية لكل البنوك من خلال الخروج من إطار التخصص في التمويل إلى إمكانية الإستثمار في مختلف مجالات الإقتصادية إلا أنها تشهد تأخر من حيث مجالات التطبيق العمل المصرفي الحديث مقارنة مع الدول الأمريكية والأوربية وحتى بعض الدول العربية على الرغم من التوسع الكبير للشبكة البنكية الجزائرية.⁽¹⁾

وتعتبر أول تجربة للبنوك الجزائرية في مجال استخدام أدوات الدفع، استعمال بطاقات السحب الخاصة بالشباك الآلي البنكي، (GAB) والموزع الآلي للبنوك (DAB) وتم ذلك على مراحل.

(1) EI HACHEMI MEGHLAOU, l'évolution du secteur bancaire en Algérie, Sit:

<http://www.samat.fr/ga/ga37/ga379.html>

المرحلة الأولى:

كانت تستعمل بطاقة سحب إلا في الشباك الآلي البنكي والموزع الآلي للنقود الخاص بالبنك مصدر البطاقة بمعنى لا يستطيع حالم البطاقة السحب من جهاز بنك آخر.

المرحلة الثانية:

بدأت هذه المرحلة سنة 1997⁽²⁾، حيث تم ربط الشبكة البنكية الجزائرية من خلال استعمال شبكة Satim التي تسمح بإمكانية إجراء السحب من أي موزع آلي للنقود سواء كان تابع لمصدر البطاقة أو لبنك آخر، وبذلك حولت شبكة Satim بطاقة السحب العادية إلى بطاقة سحب ما بين البنوك Le carte interbancaire de retrait CIB، ولقد عملت على استثمار 3.6 مليون أورو سنة 2003 لأجل تقليص دوران النقود السائلة وتعميم استعمال البطاقة المصرفية في الجزائر، حيث عملت على زيادة عدد الموزع الآلي للنقود وكذا إقامة طرفيات دفع عند التجار (Terminaux de paiement) ولأجل نفس الغرض تم عقد اتفاقية في شهر أفريل 2003 مع مؤسسات فرنسية Ingenco مختصة في صنع طرفيات البطاقات و Satim بمبلغ 400.000 أورو، ولقد مول هذا العقد من طرف البنوك المساهمة في Satim لهي الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي Caisse Nationale de Mutualité Agricole (CNMA) وبنك البركة (Algéro-saoudienne)⁽¹⁾.

ولقد تم ربط كل الموزعات الآلية للنقود الموجودة في الجزائر سنة 2003.

أسباب تأخر ظهور أنواع أخرى من البطاقات في الجزائر:

يرجع سبب عدم إدخال أنواع أخرى من البطاقات في التداول إلى ما يلي:

نقص الوعي المصرفي لدى المتعاملين: عدم وجود إهتمام كبير من طرف المتعاملين لبطاقة السحب ما بين البنوك وهذا يدل على عدم وجود شفافية مصرفية ووعي مصرفي في هذا

(1) SALAH SLIMANI , Carte bancaire , Algérie à la traîne , Mardi 22/06/2004 El Watan

Sit: <http://www.algerie-dz.com/article813.html>

(2) – SALAH SLIMANI, Carte bancaire, Algérie à la traîne, Op.cit.

(3) – SALAH SLIMANI, Op.cit BADR INFOS, monétique-le rendez-vous de 2003-, N33 mars – avril

2003.,p25.

(4) MALIKA SUIRE , l'intelligent Afrique , les carte magnétique ont vécu en Afrique de l'ouest et au Maghreb on se prépare aux nouvelle technologies, 26/06/2003.

المجال حيث بينت الإحصائيات أنه من بين 30 مليون شخص يوجد 250 ألف حامل للبطاقة ونسبة مستعملي البطاقة لا يتجاوز 1% بالنسبة لعدد السكان سنة 2004.⁽²⁾ ضعف شبكة الإتصالات: إن سبب التأخر المسجل في جيل البطاقات المصرفية يرجع أساسا إلى شبكة الإتصالات عن بعد الجزائرية Réseau Télécoms (RTA) d'Algérie حيث يقول في هذا المدير العام لشبكة Satim "إذا كانت شبكة RTA فعالة ومتاحة في أي وقت هذا سيشجع البنوك على الإقرار بمزايا البطاقة كما يساعد على عرض البطاقات المصرفية على كل الوطن"، كما قال السكرتير العام للجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (L'association professionnelle des Banques (ABFF) établissement) عبد الرحمان بن خلفه "لا يمكن أن تكون عندنا الإستخدام الموسع لكل أنواع البطاقات إن لم تكن هناك شبكة RTA كاملة ومنتشرة على كل الوطن (مائة) مع احتمال التعطل صفر.⁽³⁾

بالإضافة إلى ضعف التسويق المصرفي في مجال البطاقات إذ أن أغلب السكان ليس لهم دارية بوجود هذه البطاقة والذين يعرفونها لا يعون بمزاياها.

البطاقات الائتمانية في الجزائر:

عمل البنك الفلاحة والتنمية الريفية على تجاوز المشاكل السابقة من خلال قيامه سنة 2003 بمشاركة شركة أمريكية Aci World Wide على طلب TPE 500 (طرفيات الالكترونية للدفع) لأجل توزيعها على التجار القابلين للتعامل معه، وتم تحقيق مشروع الدفء بالبطاقات الائتمانية في فيفري 2005⁽¹⁾ وهذا ما أعلنت عنه شبكة Satim بمشاركة 8 مؤسسات مالية -أغلبها بنوك- من بينهم BNA، BDL، BEA، بنك CNEP، بريد الجزائر و CNMA، بالإضافة إلى ABC-Algeria، BNB Paribas AL DJAZAIR، المؤسسة العامة الجزائرية (فرع مؤسسة فرنسية) التي تحتاج إلى هذا النظام وتم إصدار هذه الأخيرة للبطاقات في شهر أفريل 2005.

وهذا المشروع انطلق في منطقة الجزائر وتم تقسيمه إلى مرحلتين:

(1) - AMAR RAFA,des cartes à puce pour effectuer des achats dans les commerces,la tribune ,Alger

7/02/2005,sit http://www.latribune-online.com

المرحلة الأولى: تم من خلال شهر تحقيق معاملات الدفع لـ 200 حامل لدى عدد محدود من التجار.

المرحلة الثانية: تمتد إلى 1500 تاجر و 50000 حامل لبطاقة الائتمان، وتستمر حتى جويلية 2005 -نهاية هذه المرحلة-.

ثم فيما بعد سيتم تعميمه على كافة الوطن بحسب إعلان مدير SATIM كم قال أن البنية التحتية لطرفيات الدفع تحقق الأمان الكلي والتوافق بين الطرفين (بنك، تاجر) وكذا يتماشى مع الضوابط التي وضعتها EMV (Europay, MASTER CARD, VISA) بمعنى أنها مطابقة للنموذج العالمي في هذا المجال وأكد على ذلك بقوله "بطاقة الدفع CIB بين البنوك تعتبر بطاقة آمنة في دائرة المعاملات الدفع".

بالإضافة إلى أن شبكة Satim أخذت على عاتقها تسوية عملية السحب والدفع للنقود ما بين البنوك ولأجل توسيع دائرة التعامل بالبطاقات سيتم إقامة 500 موزع آلي للنقود جديد تكون موزعة على مختلف البنوك وكذا البريد الجزائري، بالإضافة إلى 300 موزع آلي للنقود BAD و الشباك الآلي بنكي الموجودة سابقا والموزعة على كافة التراب الوطني كما ستعمل على إقامة TPE بالقرب من التجار وسيكون مجال تدريجي لأجل الوصول إلى 10.000 TPE عند التجار ومليون بطاقة في نهاية عام (1)2006.

إن بطاقة السحب ما بين البنوك وبطاقة الدفع ما بين البنوك (بطاقة الائتمان) لهما نفس المظهر الخارجي لكل البنوك المشاركة، بالإضافة إلى رمز البنك المصدر للبطاقة وتسمح لحاملها بالحصول على مشتريات وخدمات مختلفة من تجار متعددين مثل: الفنادق، المطاعم، الصيدلية، محطة خدمات، وكالات السفر، دفع فواتير الهاتف، الكهرباء، الماء، الغاز، اقتناء بعض المشتريات من محلات متفق معهم.....الخ.

بالإضافة إلى بطاقة السحب ما بين البنوك وبطاقة الائتمانية التي أصبح تقدمها البنوك مؤخرا عمل البنك الخارجي الجزائري على إدخال بطاقة سابقة الدفع في إطار الشراكة مع نפטال، حيث تعتبر فكرة استعمال هذه البطاقة في محطات الخدمات Station-srevice من العوامل المساعدة على تطوير الخدمات المصرفية في الجزائر، بالإضافة إلى أنها تحقق العديد من المزايا لشركة نפטال.

(1) - AMAR RAFA ;op cit.

ولقد تم تمويل تكاليف هذا المشروع من قبل نפטال والبنك، وبدأ العمل بهذه البطاقة في محطتين، ومن أجل التعامل بها تم دفع عمولة على مبلغ المعاملات المقبولة على الشبكة على شكل مكافأة على هذه الخدمة، والغرض من إقامة هذه التجربة هو تنشيط تعبئة البطاقات من طرف وكالات BEA حيث حققت هذه التجربة نتائج موجبة حسب رأي نפטال، وسيتم استعمال البطاقة بشكل موسع في حوالي 1800 محطة خاصة بنפטال في بداية السداسي الأول لسنة 2005⁽²⁾.

أما فيما يخص الدفع الدولي فنجد البنك الخارجي الجزائري والقرض الشعبي الجزائري هم البنكين الذين يعرضان لعملائهم خدمات البطاقة الدولية VISA ومن بين شروط الحصول على هذه الخدمة مايلي:

حساب بالعملة الصعبة بـ 1725 أورو.

حساب بالدينار يقدر بـ 20.000 دج جزائري.

وتبقى هذه الأرصدة مجمدة لدى البنك ككفالة حتى نهاية مدة البطاقة والتي تقدر بسنة واحدة.

أما فيما يخص البنوك الأخرى فلقد صرحت شبكة Satim بأنه سيتم توفير خدمة البطاقات الدولية في العديد من البنوك في الثلاثي الثالث لسنة 2005 من طرف الإتصال بالخدام Satim والمنظمة الدولية فيزا وما ستر كارد.⁽¹⁾

من خلال كل ما سبق يمكن القول أن خدمة البطاقات المصرفية وخاصة الائتمانية حديثة التطبيق وأغلب المشروع لازال لم يطبق، فهل سينجح هذا المشروع في الجزائر أم سيكون حاله حال بطاقة السحب؟

(1) – LIES SAHAR, monétique –carte à puce pour naftal , 29/12/2004;sit :

<http://www.elwatan.com/2004-12-29/2004-12-29-10799>

(2) – AMAR RAFA, des cartes à puce pour effectuer des achats dans les commerces, la tribune,Op.cit

المطلب الثاني: الأنشطة غير المصرفية التي يمارسها البنك بنفسه:

نتيجة لرغبة البنوك في التوسع في مجال تقديم الخدمات المصرفية عملت على إبتكار للمتعاملين معها العديد من الخدمات الحديثة في مجالات غير مصرفية وسوف نحاول في هذا المطلب التطرق إلى أهمها.

إدارة الاستثمارات لحساب العملاء:

هناك العديد من الاستثمارات التي أصبحت تقوم بها البنوك لصالح عملائها وخاصة اقتحامها السوق المالية وممارستها لبعض العمليات المالية التي لم تكن تقوم بها من قبل منها.

تكوين صناديق ودائع الاعانات:

هذه الخدمة هي عبارة عن صناديق تستثمر فيها أموال العملاء في كل المجالات ويديرها البنك لصالحهم وفيها نوعين:⁽²⁾

يحصل البنك على عمولة نتيجة لتقديمه هذه الخدمة، ويحصلون العملاء على الأرباح ويتحملون الخسائر لوجودهم.

يقتسم البنك مع العملاء الأرباح والخسائر وتسمى بصناديق الودائع العامة المشاركة.

إدارة محافظ الأوراق المالية للعملاء:

بمعنى أن يقوم البنك بتقديم خدمات البيع والشراء للأوراق المالية بناء على أوامر العميل وكذا تحصيل الأرباح والفوائد الناتجة عن تلك الاستثمارات ويحصل البنك على عمولة البيع والشراء والعميل على الأرباح، ويتحمل الخسائر الناتجة، ولكن ما يلاحظ في الوقت الحالي أن التعامل بالأوراق المالية لم بعد سهلا كم كان من قبل، وهذا راجع لتوسيع أنشطة السوق المالي وزيادة حجم المعاملات فيه حيث أنه أصبح يتميز بكفاءة وفعالية عالية مما دفع البنوك إلى الاستعانة بمختصين في هذا المجال، كما أصبحت تقوم البنوك بوضع خطط تكوينية مستمرة لتدريب العاملين في البنك والقائمين على تأدية هذه الخدمة.

إدارة ممتلكات وتركات المتعاملين في المصرفية:

كمرحلة أولى لتقديم هذه الخدمة كانت البنوك تقوم بإدارة أموال وممتلكات العملاء وتركاتهم لصالح أولادهم القصر، محددين المصرف مجالات الاستثمار وكيفية التصرف بالعائد⁽²⁾، أما الآن للخبرة التي اكتسبها البنك من خلال دخول مجالات استثمارية متعددة وخاصة بعد

(1) منير إبراهيم الهندي ، إدارة البنوك التجارية مدخل إتخاذ القرارات، مرجع سابق، ص 72.

(2) د/ زياد رمضان و محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، مرجع سابق، ص 23.

اقتحامه السوق المالية وممارسة العديد من الأنشطة فيه أصبح العميل يعطي الحرية التامة للبنك في تحديد مجال الاستثمار لأمواله وهذا ما عمل به البنك الإسلامي الأردني حيث أنه يفيد عملاءه بخبرته في الاستثمار من خلال إدارته لممتلكاتهم. إذن إدارة الاستثمارات للعملاء تحقق عائداً للبنك دون أن تضيف عبئاً على السيولة ودون تعرضه لمخاطر، وبالتالي فهي تحقق الأهداف التي يسعى البنك لتحقيقها (الربحية، السيولة، الأمان).

الاتجار بالعملة:

من المعروف أنه يتم التعامل بالعملة في أربع أسواق السوق الحاضر، السوق الآجل، سوق العقود المستقبلية وسوق الاختيارات، ونظراً لما ينطوي عليه التعامل في الأسواق الثلاثة الأخيرة من مخاطر وكذلك خربت البنوك المحدودة في مجال الاتجار بالعملة في هذه الأسواق، اقتصر تعاملها على السوق الحاضر⁽¹⁾ مبتعدة عن المضاربة ومخاطرها حيث أنها تقوم بإتمام صفقات تجارية دولية لصالح بعض المؤسسات لتحقيق عوائد تتمثل في العمولة التي تتحصل عليها دون تعرضنا لمخاطر على الإطلاق ولكن في الوقت الحالي ونتيجة للخبرة التي اكتسبتها البنوك من التعاملات في السوق المالي أصبحت تقوم بالإضافة إلى عمليات في السوق الحاضر بعمليات في الأسواق الأخرى معتمدة في ذلك على توقعات رجال الأعمال، وتستفيد البنوك نتيجة لتقديمها لهذه الخدمة من العمولة وكذا إمكانية استخدام العملة لبعض الوقت قبل حلول موعد إتمام الصفقة.

التعامل في المشتقات المالية:

لقد وصل تنويع النشاط المصرفي إلى أقصى مداه في ظل العولمة عندما أضافت البنوك أنشطتها المشتقات المالية (Derivative Securities)، حيث أصبحت تتعامل مع العقود المستقبلية وهي العقود التي تلزم صاحبها بشراء أصل من البائع بسعر متفق عليه في تاريخ لاحق محدد في المستقبل، وكذلك التعامل في حقوق الرأى الاختيارية Call Options وهي الحقوق التي تعطي لصاحبها حق شراء أصل من البائع بسعر محدد في الفترة المستقبلية ويطلق عليها أيضاً عقود الاختيار Put Options وكذلك عقود المبادلة Swaps بأنواعها

(1) لمزيد من المعلومات أنظر : د/ منير إبراهيم الهندي، إدارة البنوك التجارية مدخل إتخاذ القرارات، مرجع سابق، ص 70.

كمبادلة الخيار Swap Options، مبادلة العائد Swap Interest ومبادلة العملات Currency Swap⁽²⁾.

إن تعامل البنوك بالمشنقات المالية يحقق لها العديد من المزايا أهمها:
التحكم والسيطرة على مخاطر السوق المالية.
تحسين معدلات الاقتراض والإقراض.
استكشاف الأسعار في السوق.
زيادة خبرة البنك في تعاملاته في السوق المالي.
التسهيل للعملات بالوصول إلى الأسواق المالية المختلفة.
تحسين السيولة.

على الرغم من المزايا السابقة إلا أن التعامل بالمشنقات المالية فيه العديد من المخاطر وعلى البنك أن يكون حذرا في التعامل بها ويعمل على الاستفادة من خبرات المتخصصين في هذا المجال.

تصريف الأوراق المالية المصدرة للمؤسسات.

لم تكن للبنوك الحرية الكاملة في تصريف الأوراق المالية (أسهم، سندات) بل حدد لها القانون العمليات التي تستطيع القيام بها منها:⁽¹⁾

دخولها كوسيط لتصريف الأوراق المالية مقابل عمولة يتحصل عليها من الجزء الذي نجحت في تصريفه، وإذا ما تبقى جزء لم يتم تصريفه يرد إلى الجهة المصدرة أي لا تلتزم بتصريف كل الكمية لأن ذلك يعرضها إلى مخاطر كبيرة، خاصة وأنها إذا فشلت في تصريفها فإلخسائر قد تؤدي إلى ضياع أموال العملاء أو المودعين باعتبار أن نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الودائع ضئيلة، كذلك ينتج عنها ضعف ثقة المؤسسات المصدرة للأوراق المالية في البنك، بالإضافة إلى آثاره على كفاءة رأس المال.

كما تستطيع البنوك تصريف السندات التي تصدرها الحكومة باعتبار المخاطر فيها غير موجودة وإن وجدت فهي ضئيلة جدا

⁽²⁾ د/ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة و إقتصاديات البنوك ، مرجع سابق، ص 39.

⁽¹⁾ د/ عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة عملياتها و إدارتها، مرجع سابق، ص 201.

ومن أجل الخروج من القيود القانونية وممارسة هذه الخدمة بكل حرية عملة البنوك على تنظيم نفسها في شكل شركات قابضة تضم العديد من المؤسسات المالية -شركات شقيقة- التي تقدم الخدمات التي يمنع القانون على البنك تقديمها.

المطلب الثالث: السياسات التسويقية الحديثة في البنوك التجارية Marketing Policy

إن جوهر النشاط التسويقي هو محاولة تطابق بين الرغبات وإحتياجات المستهلكين من ناحية وبين إمكانيات وموارد البنك من ناحية أخرى، وينجح المصرف كلما استطاع تحقيق هذا التطابق لذلك اتبعت البنوك عدة استراتيجيات في تسويق خدماتها المصرفية التقليدية أو الحديثة وتبقى هذه السياسات صالحة في ظل الخدمات الإلكترونية.

سياسة تطوير وتنمية المزيج التسويقي للخدمات المصرفية:

تعمل إدارة البنك على الإهتمام بكل عنصر من عناصر المزيج التسويقي كما سبق وأن رأينا وتعمل على مواكبت التطورات المختلفة ومحاولة إيجاد توازن وتنسيق بينها، وتتضمن هذه السياسة عدة جوانب يمكن تلخيصها فيما يلي:

خصائص الخدمة المصرفية:

إن خصائص الخدمة المصرفية تجعل السياسات التسويقية المطبقة عليها تختلف عنها في السلع ومن بينها ما يلي:

إرتباط العرض بالطلب من خلال إعتقاد البنك على الودائع في أداء كافة الخدمات، لهذا نجد المختصين في التسويق المصرفي يعملون على اختيار سياسة تشجيع الودائع وتسهيل من جهة أخرى مجال الإقراض والإستثمار.

الخدمات المصرفية مرتبطة بإسم البنك ودرجت الثقة فيه.

تعدد وتنوع الخدمات المصرفية مقارنة مع المؤسسات المالية الأخرى.

تأثر الخدمة المصرفية بالقرارات السياسية والإقتصادية.

الترايط والتكامل ما بين الخدمات المصرفية، فمثلا تقدم خدمة الحساب الجاري وما يتبعها من خدمات مشتقة (لإقتطاع المباشر، خدمات البطاقات وارتباطها بالنقود الإلكترونية....الخ).

مراعاة الخصائص الضمنية للخدمة المتمثلة في الرمزية (ترمز كل خدمة مصرفية إلى وظيفتها)، الاتصال (ضرورة إجراء إتصال بين البنك والعميل من خلال قنوات الإتصال

المختلفة وخاصة عن بعد ولمدة 24/24سا) والإدراك (العميل يدرك الخدمة معناه التعامل أو عدم التعامل معها بمعنى التعرف على منافع الخدمة المقدمة من خلال أدوات الإتصال المختلفة).

تخطيط الخدمات:

تحتاج سياسة تطوير وتنمية مزيج الخدمات المصرفية إلى تخطيط الخدمات لتحقيق عدة أهداف منها:

زيادة رقم الأعمال من خلال الحفاظ على المتعاملين الحاليين وجذب المحتملين

المطلب الرابع : الخدمات التي يقدمها البنك عن طريق الشركة الشقيقة:

نتيجة لرغبات البنوك في ممارسة أنشطة غير مصرفية من أجل العوائد وتنويع مجالات الاستثمار قامت بإقتحام مجالات من شأنها تقديم خدمات مبتكرة لعملائها، لأجل توزيع المخاطر وبالتالي المحافظة على استقرار البنك والوقوف في وجه المنافسين وكذا مساهمة النمو الاقتصادي على الصعيدين الإقليمي والدولي، ونتيجة لوجود حدود في مباشرة بعض الأعمال كالقيود القانونية التي تمنع على البنك التنفيذ المباشر لتلك الأنشطة، بالإضافة إلى ذلك الخدمات غير المصرفية تحتاج إلى خبرة متخصصة لا علاقة لها بالنشاط المصرفي، لم تجد البنوك إلا الاتجاه لعمل تحت مظلة الشركة القابضة خاصة لوجود ميزة الشخصية المعنوية المستقلة، مما يعني أن الخسائر التي تتعرض لها إحدى الشركات المنظمة لا تمتد إلى البنك الشقيق، وسنعرض في هذا المطلب أهم الخدمات التي أصبحت تقدمها البنوك نتيجة لإنضمامها إلى الشركة القابضة.

خدمة التأمين:

لقد اقتحمت البنوك مجال التأمين من 20 سنة في كل من أمريكا وأوروبا ومؤخرا في بعض البنوك العربية ويمكن تعرف صيرفة التأمين بأنها الصيرفة التي توفر منتجات التأمين والمصارف من خلال قناة توزيع مشتركة تجمع قاعدة العملاء لدى المصارف وشركات التأمين.⁽¹⁾

البيساط هشام: صيرفة التأمين، بحث في الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الثاني-الجديد في التمويل (1)المصرفي- منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002 ، ص258 .

إن البنك في بداية تقديمه لهذه الخدمة كان يتصرف كوكيل لشركة التأمين وموافق بقبول الأخطار عنها ولحسابها بمعنى أنه عندما يقدم هذه الخدمة لا يحتفظ بالخطر المضمون لحسابه إذا أنه يغطيه أساساً بموجب عقد يحمل اسم شركة التأمين الشقيقة الضامنة له.

ونتيجة للتطورات التي يشهدها المحيط المالي أصبحت هناك العديد من الطرق التي يتبعها البنك لممارسة صيرفة التأمين نكر منها ما يلي:⁽²⁾

المساهمات المشتركة بمعنى امتلاك لكل مؤسستين أسهم في المؤسسة الأخرى.

تقوم إحدى المؤسسات بشراء الأخرى جزئياً أو كلياً.

تمتلك الشركة القابضة مصرفاً وشركة التأمين وتقوم المؤسسات بالتعاون.

الخدمات التي يقدمها البنك في مجال التأمين.

وفي كل المجالات يبقى البنك يمارس عمله كبنك ليس كشركة التأمين، ومن بين خدمات البنك في هذا المجال ما يلي:

التأمين على الحياة:

تقديم وثيقة التأمين على الحياة من طرف البنوك أصبح يطلق عليها بخدمة وثيقة التأمين على الحياة الائتمانية⁽¹⁾، فمثلاً: شخص حصل على قرض ويريد أن يجنب أسرته مسؤولية السداد إذا توفي فإنه يلجأ لشراء هذه الوثيقة، وهي تمتد لعدة سنوات ومبلغ التأمين يتغير مع الرصيد المتبقي من القرض ويستمر المؤمن عليه في دفع قسط القرض إلى البنك طالما هو على قيد الحياة أما إذا توفي قبل أن ينتهي السداد الأقساط التزمات شركة التأمين الشقيقة - التي يحمل إسمها العقد - بسداد الأقساط المتبقية في تواريخ استحقاقها.

التأمين على الممتلكات:

وفي هذه الحالة عادة يكون البنك قد منح المتعامل الاقتصادي قرض لغرض شراء الشيء محل التأمين.

التأمين على أدوات الدفع المختلفة، بالإضافة إلى التأمين على السفر:

أصبحت البنوك تقدم ضمنياً مع خدمة البطاقات المصرفية الممنوحة التأمين عليها من الضياع أو السرقة وكذا التأمين على السفر.

(2) د/ البساط هشام ، مرجع سابق ، ص 46.

(1) د/عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة و إقتصاديات البنوك، مرجع سابق ، ص 59.

الآثار الناجمة عن تقديم خدمات التأمين:

إن التحالف ما بين التأمين والبنك في تقديم الخدمات للعملاء له العديد من الآثار منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي.

الآثار الإيجابية

يمكن تلخيص الآثار الإيجابية التي تنتج عن صيرفة التأمين فيما يلي⁽²⁾:

تسويق الخدمة بتكلفة قليلة مما يؤدي إلى عرض أسعار تنافسية.

جذب العملاء من خلال ميزة الحصول على الخدمات المتكاملة (إئتمان، تأمين) من نفس المكان بمعنى توحيد قنوات التوزيع للمنتجات.

زيادة الجودة الائتمانية بمعنى التأمين على المديونية وهذا ما يؤدي إلى انخفاض تكاليف الديون غير المسدد وبالتالي إخفاض خطر الديون المعدومة.

زيادة مهارات موظفي البنك التسويقية بإدخال منتجات جديدة.

زيادة الربحية من جراء إيرادات العملاء وتحسين الإنتاجية وزيادة ولاء العمال.

زيادة الحصة التسويقية لخدمة تأمين الأفراد فلقد عرف نجاحا كبيرا ونتائج مرضية.

(تطور صيرفة التأمين في السوق الأفراد بشكل أساسي)

إستفادة شركة التأمين من التوزيع الجغرافي لفروع البنك وقنوات التوزيع عن بعد بمعنى توسع شبكة نقاط البيع.

1-1-2- الآثار السلبية:

من بين الآثار السلبية الناتجة عن تقديم خدمات التأمين ما يلي:

تعرض وسطاء التأمين إلى إخفاض في حصتهم السوقية أي وقوع ضرر عليهم بدخول البنوك كموزع منتجات التأمين خاصة إذا كان يعمل كوكيل أو في ظل شركة شقيقة.

إحراج العميل في البحث عن شركة التأمين تقدم الخدمة بتكلفة أقل.

الميزة التنافسية التي يحضى بها البنك مقدم الخدمة ولا تكون لشركة التأمين.

يبقى ولاء العميل لمصرفه وليس لشركة التأمين.

(2) د/ هشام البساط ، صيرفة التأمين Bancassurance مرجع سابق ، ص 457.

عوامل نجاح صيرفة التأمين:

تتطلب صيرفة التأمين تضافر الجهود بين المصرف وشركة التأمين ومن بين عوامل نجاحها ما يلي: (1)

تكوين فريق مشترك لاتخاذ القرارات وتنفيذها بالإضافة إلى التخطيط المتزامن بين الأقسام المختلفة في المصرف وشركة التأمين.

من التدريب المكثف للمعنيين بصيرفة التأمين ما يلي:

تقديم خدمات تأمين بسيطة غير معقدة تلبي احتياجات العملاء، خاصة إذا كان البيع يتم من قبل موظفي المصرف أما المنتجات الأكثر تعقيدا فمن الأفضل بيعها من قبل متخصصين من شركة التأمين.

تحديد شرائح العملاء المستهدفين وتحديد حاجاتهم.

متابعة دقيقة لنتائج بيع الخدمة.

أن تكون الاستراتيجية المتبعة متوافقة مع رؤية وثقافة المصرف وأن تتكامل خدمة التأمين مع خدمات المصرف الأخرى.

إذن باقتحام البنوك نشاط التأمين استطاعة الزيادة في إيراداتها وتنويع منتجاتها ومن ثم تعزيز مكانتها المصرفية والوقوف في وجه المنافسين وبدون تعرضها للمخاطر المصرفية.

التوريق: Securization * Sécurisation:

هو تحويل المديونية أو الأصول المالية غير السائلة مثل القروض المصرفية إلى مساهمات في شكل أوراق مالية⁽¹⁾ قابلة للتداول في أسواق رأس المال، وهي أوراق تستند إلى ضمانات عينية أو مالية ذات تدفقات متوقعة، ولا تستند إلى مجرد القدرة المتوقعة للمدين على السداد من خلال إلتزامه العام بالوفاء بالدين.⁽²⁾

تعتبر عملية التوريق أحد صور الاستثمار خارج الميزانية فإذا كان لدى البنك دين مشكوك في تحصيله فإنه يضطر إلى تكوين مخصص له، وبالتالي من الأفضل على البنك توريق هذا الدين ببيعه إلى مؤسسة مختصة في إصدار الأوراق المالية -وعادة تكون شقيقة-، وهذا

(1) هشام البساط ، مرجع سابق ، ص 463.

* securitization مشتقة من كلمة securities بمعنى الاسهم والسندات

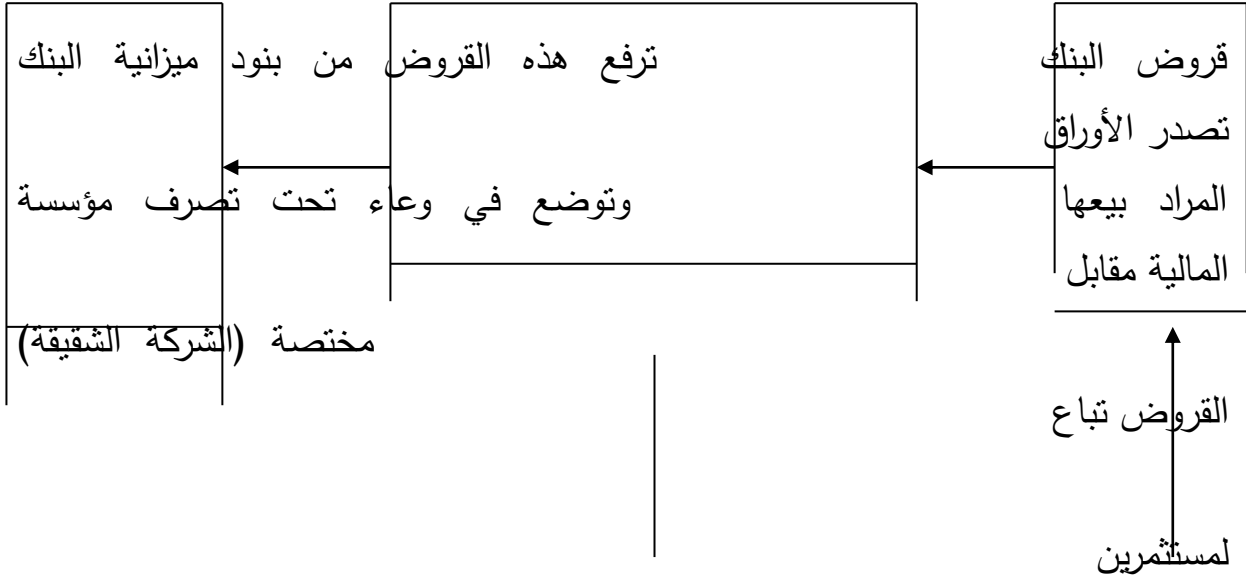
(2) د/ عبد المطلب عبد الحميد ، العولمة وإقتصاديات البنوك ، مرجع سابق ، ص 39.

1. p 1996 London ; Kendall Lron , Michael Fishman ; securitization ; edition the mit press cambridge ; (3)

يكون أمام البنك خيارين إما الاحتفاظ بالأوراق المالية أو بيعها في السوق المالي وإِعادتها استخدامهما في مجالات أكثر ربحية.

والشكل التالي يوضح كيف تتم عملية توريق القروض المصرفية وتحويلها إلى أموال جديدة تضاف إلى مصادر التمويل التي يعتمد عليها البنك.

شكل رقم 1: توريق القروض



سداد ثمن القروض المباعة

المصدر: د/مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب لنشر، القاهرة، 2001، ص242.
من خلال الشكل التالي يتضح لنا أنه بإمكان البنك التخلص بطريقة بسيطة من قروضه وتحويلها إلى أصول في ميزانيته عن طريق بيعها إلى مؤسسة مالية مختصة وتقوم هذه الأخيرة بطرح أوراق مالية قابلة لتداول وتطرح في السوق المالي ويتم سداد حصيلة البيع كئتم لشراء الدين وتدخل من جديد إلى البنك مكونة مصدر تمويل جديد.

خدمة التأجير:

إن خدمة التأجير معرفة منذ فترة طويلة في البنوك التجارية ولكن اعتبرتها خدمة حديثة نتيجة لإدخال الأساليب المعاصرة في تقديمها وكذا تداول السوق وما ينتج عنه من صعوبة الحصول على الأموال بالإضافة إلى إدخال الأصول المنقول في عملية التأجير بعدما كانت تتم فقط الأصول الثابتة الأمر الذي دفع البنوك إلى العمل مع شركة شقيقة مختصة في

تأجير الأصول مما يساعد البنك في التغلب على عدم كفاية المواد المالية لتلبية بعض طلبات الاقتراض.

إن عملية التأجير الحديثة لا تختلف في طبيعتها عن التقليدية إذ أنها تتم من خلال حصول البنك إتفاق عم بعض المؤسسات التجارية لتأجير الآلات لعملائها بأسعار متفق عليها مع البنك، وفيه عدة أنواع⁽¹⁾.

التأجير التشغيلي:

حيث يقدم التجهيزات للعملاء وتضمن إلى المستأجر الصيانة، ومن مميزاته أن دفعة الإيجار لا تكفي لتغطية الدفعة الكلية للأصل، ما يبين أن عقد الإيجار لا يمتد إلى نهاية عم الأصل، مما يدل على أن التكلفة الكلية تغطي من خلال إعادة تأجير الأصل.

التأجير التمويلي:

يتميز بتطلبه إطفاء كامل قيمة الأصل خلال فترة العقد بالإضافة إلى عدم تقديم خدمات الصيانة ولا تتعهد بتقديم باقي المصاريف، وفيه نوعين هما البيع وإعادة التأجير والتأجير المباشر.

التأجير المقرون برافعة التمويل:

يتم هذا النوع من التأجير عادة على الأصول المرتفعة القيمة ويتميز بوجود ثلاث أطراف المؤجر المستأجر والبنك المقرض، حيث يتم الإتفاق ما بين المؤجر والمستأجر على تأجير أصل معين تقوم الجهة المؤجرة بالحصول عليه بناء على طلب المستأجر كما يقوم المؤجر بدفع مقدار 20% إلى 30% من قيمته والباقي يمول عن طريق القرض⁽²⁾.

وبالتالي يمكن القول أن البنوك تحقق العديد من المزايا نتيجة لتقديمها لهذه الخدمة أهمها: المحافظة على عملائها الحاليين والمحتملين. زيادة العائد من خلال حصولها على عمولة.

جذب الشركة الشقيقة إلى التعامل معها وما لذلك من دور في زيادة الموارد المالية المتاحة من خلال ودائعها والقروض التي قد تطلبها من البنك.

(1) دا منير إبراهيم ال هندي، إدارة البنوك التجارية مدخل إتخاذ القرار، مرجع سابق، ص 179-181.

2-د/ هاني محمد دويدار، التمويل التأجيري من الوجهة القانونية بحث في الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الثاني-الجديد في التمويل المصرفي، ص 13.

بالإضافة إلى كل الخدمات التي رأيناها أصبح البنك يقدم خدماته في المحلات الكبرى والسوبر ماركت حتى أنها أبرزت فكرة إنشاء السوبر ماركت المصرفية التي تتعبّر بمثابة فرع يقدم خدمات مصرفية متكاملة وقريبة من العملاء، كذلك تكوين فروع تتخذ شكل مخازن لأقسام تعمل 24/24 ساعة لتلبية الحاجات المختلفة للعملاء المميزين لدى البنك كالأثرياء ورجال الأعمال، بالإضافة إلى إنشاء الفروع كاملة آلية أو شبه آلية لتقديم الخدمات إلى العملاء بطريقة حديثة وتكنولوجية، واستعمال قنوات التوزيع عن بعد -التي سنعرفها في الفصل القادم.

إن غرض البنك من كل ما سبق هو تنويع الخدمات المعروضة وتقريبها من المتعاملين معه لأجل زيادة حصته السوقية، ولتحقيق هذه الأخيرة اتبعت البنوك عدة إستراتيجيات حديثة في مجال تسويق خدمات المختلفة وبأساليب أكثر حداثة.

المبحث الثالث: إستراتيجية التسويق المصرفي:

لقد إزداد الإهتمام بالتسويق المصرفي في الآونة الأخيرة نظرا للتغيرات والتطورات المستمرة في النشاط المصرفي، وكذا تزايد حدة المنافسة في السوق وإدراك البنوك لأهمية إشباع حاجات العملاء فهو يعتبر عامل حاسم من أجل البقاء في السوق.(1)

إن التسويق المصرفي لم يعد ساكنا كما كان من قبل حيث أن خبراء التسويق عملوا على استحداث استراتيجيات والقيام بالدراسات والأبحاث بدرجة ملموسة ومكثفة غايتها إقتحام الأسواق الكبرى والمتنامية وكذا مسايرة التطورات العالمية في تكنولوجيا المعلومات والإتصال، لذلك كان من الضروري تكيف تقنيات ومبادئ التسويق المصرفي التقليدي مع المتطلبات التي توفرها أحدث أدوات الإتصال، مما أدى إلى ظهور الوجه الجديد للتسويق الذي يتماشى مع الإقتصاد الرقمي ألا وهو التسويق الإلكتروني لأجل التعرف على هذا الأخير سنعرض في هذا المبحث بعض المفاهيم العامة حول التسويق ثم بعد ذلك نتطرق إلى المزيج التسويقي الحديث وكمطلب أخير نعرض فيه الإستراتيجيات الحديثة في التسويق الإلكتروني.(2)

المطلب الأول: مفاهيم عامة:

سنعرض في هذا المطلب المراحل الأساسية التي مر بها التسويق حتى وصلنا إلى التسويق الإلكتروني كما سنتناول التعريف الشامل لهذا الأخير.

تطور التسويق المصرفي:

قبل التوجه إلى التسويق الإلكتروني مر التسويق المصرفي بعدة مراحل تتمثل فيما يلي(3):

مرحلة تسويق العرض (1970)

تعرف أيضا بمرحلة ترويج العرض حيث قامت البنوك بالأنشطة الترويجية من دعاية، إعلان وترويج للخدمات نتيجة المنافسة الشديدة على جذب حسابات التوفير والإدخار والعمل على المحافظة على العملاء الحاليين لديها، حيث قامت بإنشاء وحدات تنظيمية

(1) – Michel Badoc, Bertrand Lavayssiére, Emmanuel Copin, @ marketing de la banque et de l'assurance, édition.

2 . د/ عوض بدير الحداد : تسويق الخدمات المصرفية ، البيان للطباعة والنشر الطبعة الأولى ، 1999 ، ص 28 - 32.

3 Philip kotler, Marketing Management : Analyse, planning implantation, and control, 8th ed, Englewood cliffs, 1994, P28-29.

خاصة بالتسويق أو تغيير إدارات العلاقات العامة إلى إدارات التسويق وقامت هذه الأخيرة باستخدام عدة أساليب لجذب العملاء.

مرحلة تسويق الطلب:

ترتكز هذه المرحلة على الإهتمام بالزبون والمحافظة عليه من خلال شعار "الزبون هو الملك" (le client est roi) ويمكن أن نميز فيها مرحلتين.

1-2-1- مرحلة الإهتمام الشخصي بالعملاء:

هدف البنوك هو المحافظة على عملائها وتم ذلك بإتباع عدة استراتيجيات منها⁽¹⁾:

توجيه الخدمات المصرفية وفقا لرغبات العملاء.

تحديث أساليب وأنظمة تقديم الخدمات المصرفية.

تقديم استشارات للعملاء ومساعداتهم في إتخاذ القرارات المالية الصحيحة والمناسبة لهم.

تحديث وتطوير أماكن تأدية الخدمة وخاصة صالات الإنتظار بجعلها أكثر جاذبية وإزالة الحواجز الزجاجية بين الموظف والعميل مما يجعله موضع ترحيب مستمر.

1-2-2- مرحلة التجديد والابتكار:

هنا بدأ التوجه نحو التجديد والابتكار في نوعية الخدمات المقدمة وكيفية تقديمها والقيام

بدراسات وأبحاث مستمرة من أجل تقديم أفضل المنتجات للعملاء بطاقات الائتمان،

الخدمات عن بعد عن طريق الهاتف، المنتال، السوبر ماركت المصرفية....الخ.

وهنا واجهت البنوك مشكل سرعة تقليد الخدمة من باقي البنوك لهذا لم تجد البنوك أمامها إلا

الإستمرار في الإبتكار والإبداع لعرض أفضل الخدمات التي تلبي حاجات المتعاملين مع

البنك.

(1) د/ عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، مرجع سابق، ص 29

1-3-3-1- مرحلة تسويق إدارة التوزيع:

ويمكن تقسيمها إلى مرحلتين.

1-3-3-1-1- مرحلة التركيز على قطاع محدد من السوق:

هنا أدركت البنوك أنها لا تستطيع تلبية رغبات كل فئات المتعاملين لهذا عليها التخصص في منتجات معينة من خلال اللجوء إلى ما يعرف بالإحلال التسويقي Positioning بإتباعها برنامج تسويقي معين يميز الخدمة⁽¹⁾ المصرفية عن مثيلاتها في البنوك الأخرى، وهذا ما عملت عليه الولايات المتحدة الأمريكية من خلال إتخاذ بنك Harris Bank رمز الأسد.

1-3-3-2- مرحلة تنظيم التسويق:

أصبح النشاط التسويقي يتم في إطار أنظمة متكاملة للمعلومات وإعداد الخطط التسويقية.

1-3-3-3-1- مرحلة إعادة تنظيم التوزيع:

أدركت البنوك أهمية الذي يربط البنك والعميل وظهر قنوات مختلفة للتوزيع ومحاولة ربطها بالتطورات التكنولوجية المختلفة.

1-4-4- التسويق الإلكتروني : (E-marketing)

في سنة 2000 ظهر التسويق المصرفي الإلكتروني لأجل⁽¹⁾ استعمال التكنولوجيا المتاحة بهدف إرضاء الزبائن وتلبية حاجاتهم (les besoins intimes) بطريقة دائمة ومستمرة، ويعتمد في ذلك على أربع متغيرات أساسية تتمثل في المعلومة، التكنولوجيا، التوزيع (الإمدادية) والموارد البشرية.

مفهوم التسوق الإلكتروني

لا يختلف مفهوم التسويق الإلكتروني في جوهره عن التسويق التقليدي إلا من حيث تقنية الإتصال المستعمله، إذ يمكن تعريفه بأنه.

نظام متكامل من الأنشطة المتداخلة والهادفة إلى التخطيط، التسعير، الترويج والتوزيع للخدمات مرضية لحاجات العملاء الحاليين والمرتقبين من المستهلكين النهائيين عن طريق تقنية اصال حديثة متمثلة في الانترنت بما يضمن الفعالية والسرعة في الأداء.⁽³⁾

(1) زياد رمضان ومحفظ جودة ، الإتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، مرجع سابق ،ص 305.

2-Michel Badoc, Bertrand Lavayssière, Emmanuel Copin, @ marketing de la banque et de l'assurance ,Op. cit, P74 P74 .

(3) محمد مسعود عبد الفتاح : التسويق ، المكتب العربي الحديث ، بيروت ، الطبعة الخامسة 1995 ،ص 26.

كما تم تعريفه على أنه التسويق الذي يهدف من خلال إلى استعمال مجموعة من التكنولوجيا المتاحة إلى تحسين ربح المنظمات وهذا بالإرتكاز على إشباع الحاجات الفردية لكل زبون بطريقة عامة، مستمرة وتفاعلية في إطار أكبر قرب ممكن من الزبون.⁽²⁾

المطلب الثاني: المزيج التسويقي الحديث.

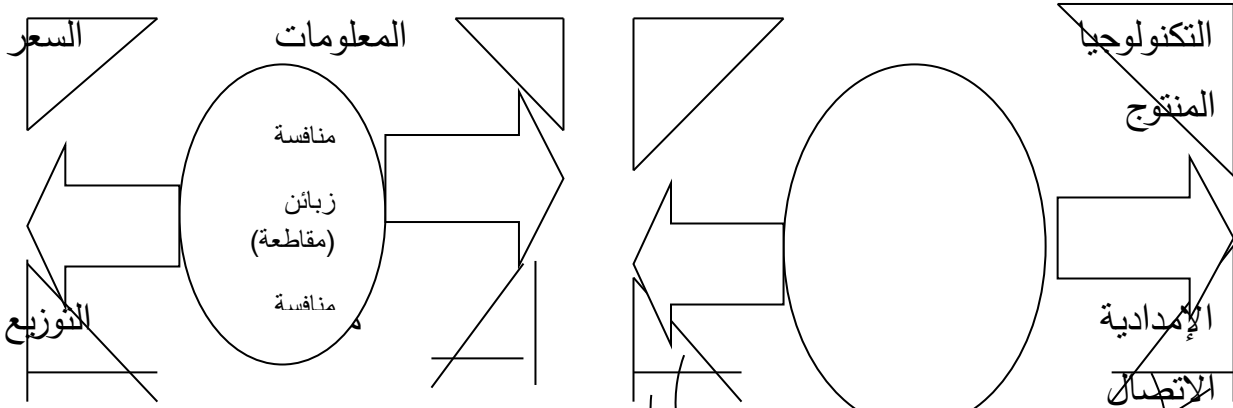
يمثل المزيج التسويقي التي تحددها إدارة التسويق من خلال إيجاد التوليفة المناسبة التي تتماشى مع حاجات الزبون، وتبقى عناصر المزيج التسويقي ثابتة مهما تغير توجهات البنوك في تقديم خدماتها المصرفية وسنحاول في هذا المطلب التعرف على العناصر الرئيسية للمزيج التسويقي (4p)، كما سنعرض أهم ركائز التسويق الإلكتروني التي يعمل البنك على التنسيق بينها لإيجاد توليفة منسجمة مع السياسات التسويقية.

عناصر المزيج التسويقي:

يتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر تتمثل في الخدمة، السعر، التوزيع (المكان) والاتصال (الترويج) ويمكن تلخيص عناصر المزيج التسويقي وكذا أهم ركائز التسويق المصرفي الإلكتروني في الشكل التالي:

شكل رقم 2: المزيج التسويقي في العالم الافتراضي

متغيرات مالية وتسييرية



Source : Michel Badoc, Bertrand Lavayssière, Emmanuel Copin, @ marketing de la banque et de l'assurance, édition d'organisation, 2000, P79.

(2) – MICHEL BADOCC, Bertrand Lavayssière, Emmanuel Copin, @ marketing de la banque et de l'assurance

من خلال الشكل نلاحظ أن المزيج التسويقي الحديث في العالم الرقمي أضيفت له العديد من الكائز الناتجة عن التغيرات الحديثة وخاصة الإلكترونية التي مست الخدمات المصرفية وسنحاول التعرف على المزيج التسويقي الحديث بالإضافة إلى أهم هذه الركائز.

المنتوج: produit

التوجه الحديث للبنك هو عرض مختلف خدماته عبر العديد من القنوات وأهمها الانترنت لذلك نميز نوعين من المنتوجات على الانترنت.(1)

المنتوجات والخدمات الرقمية: Les produits et les services numérique

تضم مجموعة من المنتوجات والخدمات المرتبطة بالمعلومة وتمتاز بسهولة التقييم وصعوبة التقليد.

المنتجات المادية: Les produits physique

هي كل المنتوجات التي يتم بيعها عبر الانترنت والتي تظهر على صفحة تحمل عنوان خاص بها يعرف بالموقع (Le site) والمصرف مهما تكن طبيعة الخدمة فهو يركز على نطاق تقديمها، جودتها ومميزاتها وكذا دراسة ربحيتها من خلال تحليل مفهوم دورة حياتها.

السعر: Prix

يبقى المفهوم الجوهرى للسعر الثابت سواء في التسويق المصرفي التقليدي أو الإلكتروني إذ أنه القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من الخدمات أو هو المبلغ النقدي المدفوع للحصول على خدمة مصرفية معينة⁽²⁾، والإشكالية التي تطرح ليست في تحديد السعر وإنما في كيفية تسديد قيمة الخدمة إن نجد البنوك أصبحت توفر العديد من الطرق الإلكترونية لتسوية المدفوعات تتمثل في بطاقة الائتمان، الشيك الإلكتروني، النقود الإلكترونية والدفع عن طريق الانترنت.

(1) - J .P BERNADET, A BOUCHEZ, S. pihier, précis de marketing série Nathan , 1996 , P66

(2) د/ عبد السلام أبو تحف : التسويق وجهة نظر معاصرة ، الطبعة الأولى ، مكتبة الشاعاع 2001 ، ص 438.

سياسة التوزيع (place المكان):

أصبحت تستعمل البنوك قنوات متعددة لتوزيع خدماتها المصرفية تتمثل في الهاتف، المنتال، التلفزة الرقمية والإنترنت ويعتبر هذا الأخير أهم قناة خاصة بعد توفير خدمة البيع عن طريقه ولقد ساعدت في تسويق منتجات البنك بطريقة فعالة وهذا يرجع لما يلي⁽¹⁾:
الوسيلة الجديدة كل ما هو جديد يشكل وسيلة جذب المستهلكين (الانترنت ظاهرة جديدة).
يستطيع البنك إقامة علاقة مع زبائنه دون وجود وسيط من خلال الإنترنت (البنك الافتراضي لبيع المنتجات).

تقليص الوقت وانخفاض التكلفة.

سياسة الترويج Promotion:

ويتم من خلال هذه السياسة التعريف بالخدمة المصرفية من خلال استعمال أحدث وسائل الإتصال ويعتبر الإنترنت من خلال مواقعها المختلفة أهم وسيلة أصبحت تستخدمها البنوك في ترويج خدماتها بالإضافة إلى الوسائل التقليدية.

الركائز الأساسية لتسويق الإلكتروني:

قسمها Michel Badac إلى أربع ركائز أساسية كما سبق وأن رأيناها فس الشكل

2-1-العولمة:

تعتبر مصدر مهم لإبتكار منتجات جديدة وخلق قيمة مضافة للزبون والبنك.

2-2- الموارد البشرية:

يعتبر عنصر هام بالنسبة للبنك إذ أن الكفاءة المالية والمستقبلية التي تتكيف مع التغيرات التكنولوجية تنعكس إيجابا على البنك.

2-3- التكنولوجيا:

تساعد في الإنتاج والتطور وإدخال خدمات تزيد من الحصة السوقية للبنك.

⁽¹⁾ – M FRANCIS , rapport du groupe de travailLlorenz commerce électronique sit :

http://www.finances.gouv.fr/commerce_electronique/lorenz/sommaire.htm , ou bien sit

www.deigitalbusinessglobe.com

2-4- الإمدادية :

تحقق الإتصال الذي يضمن تحسين العلاقة والإرتقاء بها إلى الصداقة ما بين البنك والعميل من خلال القنوات المختلفة التي تعرضها البنوك لتقديم خدماتها المصرفية والمتمثلة في الوكالة، الهاتف، المنتال، التلفزة الرقمية، الانترنت.

وهذه العناصر الأساسية جعلت التسويق الإلكتروني يمتاز بما يلي:

لا وجود لحدود جغرافية فلقد اقتحم كل الأسواق والتعامل مع مستخدمي الانترنت من كل أنحاء العالم⁽¹⁾.

تسويق واحد الواحد. (Marketing one to one)

يهدف التسويق التقليدي لمقاطعة من الزبائن تجمعهم خصائص و رغبات مشتركة، أما الإلكتروني فهو تسويق واحد لواحد أي يهدف لتلبية الحاجات الخاصة بالفرد (les besions intimes)⁽²⁾

تسويق تفاعلي interactif

تشكل علاقة شخصية مباشرة لمدة من الزمن تؤدي إلى تفاعل آني⁽³⁾ التي تهدف لخلق ردة فعل الزبون مما يؤدي إلى حدوث استجابة بطلب الخدمة، وهذا يساعد على الابتكار والارتقاء إلى الأفضل من أجل تحقيق حاجات الأفراد تحقيق استقرار البنك

تطبيق سياسة التنوع في الخدمات لتحقيق هامش ربح معين

1-3- تطوير مزيج الخدمات المصرفية:

يتم تطوير مزيج الخدمات المصرفية من خلال ما يلي:

إدخال الوسائل الحديثة وخاصة الإلكترونية لتقديم خدمات ذات كفاءة عالية.

التوسع في تقديم الخدمات المصرفية ومحاولة عرضها عبر العديد من قنوات التوزيع المباشرة (الوكالة) أو عن بعد من خلال الهاتف، المنتال، التلفزة الرقمية والأنترنيت.

1-مداخلة كل من:د/كمال رزيق و د/مسدور فارس، التجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد المجتمع..

(2) – MICHEL BADOUC , Bertrand lavayssière , Emmanuel copin @ marketing de la banque et de l'assurance, op cit ,70

(3) – IBID , P70

1-4-4- خطوات تقديم الخدمات المصرفية الحديثة في السوق المصرفية:

يمكن تلخيص هذه الخطوات فيما يلي:⁽²⁾

إجراء بحوث منتظمة لدراسة السوق المحلية والعالمية من خلال الأفكار التي يحصلون عليها من إجراء دراسات على عينة من العملاء، دراسة خدمات البنوك المنافسة أفكار الخبراء في المجال التسويقي.

تجميع الأفكار وتقييم فعاليتها ودراسة صلاحيتها وتطبيقها على أرض الواقع.

صياغة الأفكار في شكل توصيات بخدمات جديدة تتضمن تحليل السوق، تحليل الخدمة، تحديد مواصفاتها واستراتيجية تسويقها.

تحديد مجال تقديم الخدمة من خلال تجزئة السوق وفقا للخصائص الجغرافية، اللابيرارطية وأنماط حياة المتعاملين ومنافعهم.

2- سياسة ترويج الخدمات المصرفية

تعتبر كسياسية مكملة للسياسة السابقة وتتم بدراسة السياسات الترويجية من خلال لفت إنتباه العميل وإعلامه بمختلف الخدمات التي يعرضها البنك وكذا مميزاتها، كيفية الحصول عليها والإستفادة من منافعها، إقناعه بالخدمة وحدثه على قرار التعامل مع البنك، ويتم تحقيق ذلك من خلال ما يلي:

الإعلان:

الغرض منه هو التأثير على تفكير، إدراك، دوافع، اتجاهات وسلوك العميل، وحتى يكون للإعلان فعالية لا بد من توافر عدة شروط منها⁽²⁾:

الصدق والأمان في التعبير عن خصائص ومواصفات الخدمة المقدمة.

إختيار الوسيلة المناسبة للإعلان.

تخطيط وتصميم الرسالة الإعلانية من خلال الإستعانة بمختصين في هذا المجال.

متابعة النشاط الإعلامي ومحاولة إدراك النقص.

2-2- البيع الشخصي:

(1) د/ عبد المطلب عبد الحميد ، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها ، مرجع سابق ، ص 25.

(2) بنك التجارة والتنمية ، ترويج الخدمات المصرفية ، الموقع <http://www.newsofcd.com>

وذلك من خلال الاتصال المباشر بالبنك أو من خلال المواقع المختلفة التي يخصصها البنك لبيع منتجاته عبر شبكة الانترنت.

وهذا يساعد على معرفة الزبون وبالتالي التعرف على حاجاته وتقديمه من المنتج المناسب له بمعنى إيصال المنتج الملائم للشخص المناسب.

2-3- الإعلام:

ويتم استخدامه كوسيلة لترويج الخدمات المصرفية من خلال وسائل الإعلام المختلفة، الصحف، المجالات، التلفزة، الإذاعة وشبكة الانترنت ومن خلالهم يتم بث معلومات تأخذ الطابع الإخباري عن البنك والخدمات المقدمة.

3- سياسة الانتشار الجغرافي:

ويعتبر الإتجاه الحديث لهذه السياسة هو استخدام قنوات التوزيع المختلفة والمتمثلة أساسا في الانترنت من خلال المواقع المستعملة في التعريف بالبنك والخدمة وتقريبها منه وما لذلك من آثار على البنك.

خلاصة:

إن التوجهات الحديثة للبنوك التجارية تعتمد على مدى كفاءتها في استغلال كل الفرص لتحقيق رضا العملاء الذي يرتبط ارتباطاً متزايداً بالابتكارات التقنية، والغرض من ذلك هو الحفاظ على مكانتها المصرفية واستقرارها في ظل التغيرات الحاصلة في كل المجالات، بالإضافة إلى وقوفها في وجه المنافسين.

حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى أهم الإتجاهات الحديثة في مجال تقديم الخدمة المصرفية، إذ تعرفنا في المبحث الأول على إتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية ورأينا آثارها وإنعكاساتها على أعمال البنوك وبالأخص في الدول العربية، كما تناولنا في المبحث الثاني مختلف المجالات الحديثة التي إقتحمتها البنوك في تقديم خدمات، وذلك من خلال إبتكار خدمات مصرفية جديدة والعمل على الإدخال المستمر لتطورات التكنولوجيا المختلفة، كذلك تقديمها لخدمات في مجالات غير مصرفية لتحقيق أهدافها المتنوعة بتنوع مهامها، بالإضافة إلى الخدمات التي تقدمها في إطار الشركات الشقيقة.

أما في المبحث الثالث فلقد عرضنا توجه البنك نحو التسويق الإلكتروني خاصة بعد ظهور الخدمات الإلكترونية والتوجه التدريجي نحو الإقتصاد الرقمي، وتعرفنا على ركائزه المختلفة وكيفية التنسيق بينها وبين المزيج التسويقي، كما عرفنا أهم الإستراتيجيات التسويقية التي تعتمد عليها البنوك في تقديم خدمات المصرفية عبر قنوات التوزيع المختلفة وبالأخص الانترنت.

الفصل الثالث :

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية

الريفية **BADR**

وكالة المسيلة 904

تمهيد:

يعتبر قطاع الخدمات من الهياكل الإرتكازية التي يقوم عليها اقتصاد السوق، والخدمات المصرفية تعتبر من جملة الأنشطة التي يشتمل عليها قطاع الخدمات، حيث أن الخدمات لها خصوصياتها وأهميتها، ونظرا لواقع النظام المصرفي الجزائري والتطور المذهل الذي عرفته تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتأثيرها على كل جوانب الحياة وخاصة الاقتصادية منها، ولقد تأثر النظام المصرفي تأثيرا عميقا بالتحولات التي شهدتها العالم في السنوات الأخيرة، وأكثر ما يلفت الانتباه هو تأثير التكنولوجيات الحديثة على العالم المالي بصفة عامة وعلى النظام المصرفي بصفة خاصة.

ومن اجل مواكبة التطورات الحاصلة في الخدمات المصرفية العالمية يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR إلى إعادة هيكلة إستراتيجية سياسته على كل المحاور من اجل الاستفادة من الفرص التي تتيحها التطورات وإدارة التحديات لزيادة فرص النمو والربحية لذا سنتطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

المبحث الثاني: واقع الخدمات المصرفية الحديثة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

المبحث الأول: مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أهم البنوك الجزائرية مكانة على المستوى الداخلي والخارجي، بحيث نجد مهمته الأولى هي تمويل القطاع الفلاحي بالإضافة إلى أنشطة مختلفة أخرى.

المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

تأسس بنك الفلاحة والتنمية الريفية على المستوى الوطني بموجب مرسوم رقم 82-06 بتاريخ 13-03-1982، وهو بنك متخصص في تمويل القطاع الفلاحي غير انه في الوقت الراهن، لم يعد مخصصا بشكل مطلق فيما أحيط به من مهام بل تعدها إلى مهام أخرى تجارية أكثر منها فلاحية، والسعي للربح أكثر ودوافعه في ذلك مجارة لاقتصاد السوق والقدرة على المنافسة، وطبقا لمرسوم 110/88 المؤرخ في 16/05/1988، تم تحويله إلى شركة مساهمة وبرأس مال قابل للتعديل، وحدث هذا فعلا بتاريخ 25/09/1995 حيث حلت صناديق المساهمة واستبدلت بشركات قابضة.

ويعرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية على انه مؤسسة اقتصادية مالية وطنية لها قانونها الأساسي والتجاري وأوكلت له مهمة التكفل بالقطاع الفلاحي حيث حقق ما كان يصبو إليه إذ بلغ عدد وكالاته سنة 2008 إلى 286 وكالة أما في يومنا هذا فقد أصبح عدد وكالاته 300 وكالة و43 مديرية جهوية تشغل حوالي 10000 عامل مابين إطار وموظف.

أما فيما يخص وكالة المسيلة فقد تم إنشاءها سنة 1982 وتضم حاليا 80 عاملا ما بين إطار وموظف ورقمها في التقسيم البنكي 904 وتسعى هذه الوكالة كغيرها من الوكالات إلى تحقيق وتوسيع خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية باعتبارها جزء منه والعمل على تنفيذ سياسة التمويع التي يسعى البنك لتحقيقها.

المطلب الثاني: خصائص بنك الفلاحة والتنمية الريفية ووظائفه، أهدافه

الفرع الأول: خصائص البنك

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بنكا أوليا، بنك تنمية، وسيلة للتخطيط ووسيلة للمراقبة:

بنك أولي: حيث يقوم بما يلي:

معالجة جميع العمليات البنكية من قروض وصراف وخزينة.

فتح الحسابات لكل شخص يتقدم لهذا الشأن.

استلام الودائع لأجل وتحت الطلب لكل شخص يتقدم إليه.

المشاركة في جمع التوفير والاحتياط.

بنك للتنمية: حيث تمكن مهمة البنك في تنمية وترقية مجموع النشاطات الفلاحية الصناعية

وكذا الصناعة التقليدية.

وسيلة للتخطيط: إن بنك الفلاحة والتنمية الريفية يسهر على تنفيذ البرامج والمخططات

والبرامج المقدرة لصالح الهياكل والنشاطات الفلاحية بفضل أولوية هذا القطاع في التمويل

من طرف البنك.

وسيلة للمراقبة: يراقب البنك بالاتصال مع السلطات المعنية الحركات المالية للمؤسسة،

المخططات والبرامج المتعلقة به ويقوم دوريا بتحليل وضعيتها وتسييرها المالي، كما يقوم

بإعلام السلطات العامة عن اختتام عمليات الحصيلة بتقديرات بشأن:

سير الحملات الفلاحية.

النتائج الإنتاجية والمالية والدراسات المالية.

تحقيق الاستثمارات وتأثيرها الاقتصادي والمالي.

الفرع الثاني: وظائف البنك

وضع سياسة اتصال فعالة لتحقيق الأهداف المخططة من خلال:

العمل على مواجهة مخاطر الصرف على القروض الخارجية بصفة عقلانية.

تطوير مستوى هيئة الموظفين وإعطاء الأولوية لحاملي الشهادات.

إعطاء الدعم الإعلامي.

عرض المنتجات والخدمات الجديدة من خلال:

تصفية المشاكل المالية.

اخذ الضمانات الملائمة وتطبيقها ميدانيا.

تمويل التجارة الخارجية.

الاستقبال الجيد للزبائن واحترامهم والرد على طلباتهم بجدية.

تمويل المشاريع الداخلية في إطار تشغيل الشباب.

تطبيق الخطط والبرامج الداخلية وفق سياسة الحكومة من اجل:

تطوير الموارد والعمل على رفعها وتحسين تكاليفها.

الاستعمال الرشيد للإمكانيات التي تمنحها السوق المالية.

مسايرة التطور الحاصل في عالم المهنة المصرفية وتقنياتها.

الفرع الثالث: أهداف البنك

المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي.

ترقية النشاطات الفلاحية الحرفية.

إعادة تنظيم جهاز الإنتاج الفلاحي بتطوير وتعميم استعمال الإعلام الآلي وتجديد الثروة.

توسيع الأراضي الفلاحية وتحسين الخدمات.

الاقتراب من الزبائن عن طريق فتح وكالات جديدة في المدن الغنية بالموارد وكذا تكوين

الموظفين وتقويم سلوكهم.

اكتتاب جميع السندات وشرائها: سندات التجارة والسفجات.

احترام الضوابط التقنية للسيولة النقدية والائتمان.

القيام بدور مراسل البنوك الأخرى ويتولى عمل وكالة مؤسسات القرض الوطنية الأخرى كما

يكون وسيطا لذلك.

القيام بجميع عمليات الدفع ويتلقاها نقدا او بواسطة الصكوك والتحويلات.

تحسين علاقته الخارجية عن طريق تسهيل تعاملاته مع الخارج من اعتمادات مستندية

وغيرها من التعاملات.

إصدار تعليمات السلطة الوطنية وتوجيهاتها.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لوكالة المسيلة 904 ومصادر تمويله.

أولا: الهيكل التنظيمي للبنك

يحتوي على مجموعة مصالح وخلايا حسب الشكل الذي سوف نعرضه أدناه ويتألف من:

المدير: يعد المسؤول الأول عن الوكالة ويتولى تسيير برامج عمل البنك ويتخذ القرارات ويسهر على تنفيذها، ويسعى إلى تحقيق الربح للبنك.

المدير المساعد: هو السلطة الثانية بعد المدير حيث في حالة تغيب المدير تبقى أعمال البنك تسيير بشكل عادي.

الأمانة: يتم فيها استلام كل الملفات الصادرة أو الواردة كما أنها تمثل وسيط بين العمال والعملاء والمدير.

الواجهة الأمامية: حيث يتم في هذه المصلحة استقبال وتوجيه الزبائن من طرف الموجه إلى المكلفين وتنقسم إلى:

أ/ المكلفين بالزبائن: أي استقبال الأشخاص، وإفادتهم بالمعلومات اللازمة واستقبال الملفات المودعة لدى البنك والتأكد من صحة المعلومات في الوثائق وكذلك التأكد من وجود جميع الوثائق اللازمة قبل نقل الملف إلى المكلفين بالدراسة.

ب/ المكلفين بالمؤسسات: مهمتهم استقبال الأشخاص أصحاب المؤسسات والشركات وإفادتهم بالمعلومات اللازمة، واستقبال الملفات المودعة، ونقلها للمكلفين بالدراسة.
قطب المعاملات: والذي يتضمن:

أ/ صندوق العملة DA: يختص بتحويل النقود من العملة الصعبة إلى الدينار.

ب/ صندوق العملة الصعبة: مهمته هي تحويل الدينار إلى العملة الصعبة.

ج/ الخزائن الحديدية: حيث يقوم الأشخاص بالاحتفاظ بممتلكاتهم سواء من ذهب أو أشياء أخرى ثمينة لدى البنك في الخزائن الحديدية مقابل مبلغ يدفع سنويا يقدر بحوالي
DA 8000

الواجهة الخلفية:

أ/ القروض: تقوم بدراسة طلبات القروض ويعد الدراسة الكاملة والشاملة والدقيقة للمشروع تمنح القروض بمختلف أنواعها وأشكالها.

ب/ التجارة الخارجية: تقوم بالاستيراد والتصدير من الناحية المالية سواء في صورتها النقدية أي بيع وشراء أو تحويلات من حساب الزبون إلى حساب المورد في الخارج.

ج/ المحفظة والصندوق: مهمتها هي تسيير الصكوك البنكية والقيام بالتحويلات المالية، والمقاصة الالكترونية وهي مسؤولة على النقود الالكترونية.

د/ الإدارة والمحاسبة: الإدارة هي مراقبة العمال وتوفير الوسائل العامة التي يحتاجها العمال وتسييرها، أما المحاسبة فهي تحضير الوثائق المحاسبية وتحليلها (الميزانية، جدول حسابات النتائج، ميزان المراجعة).

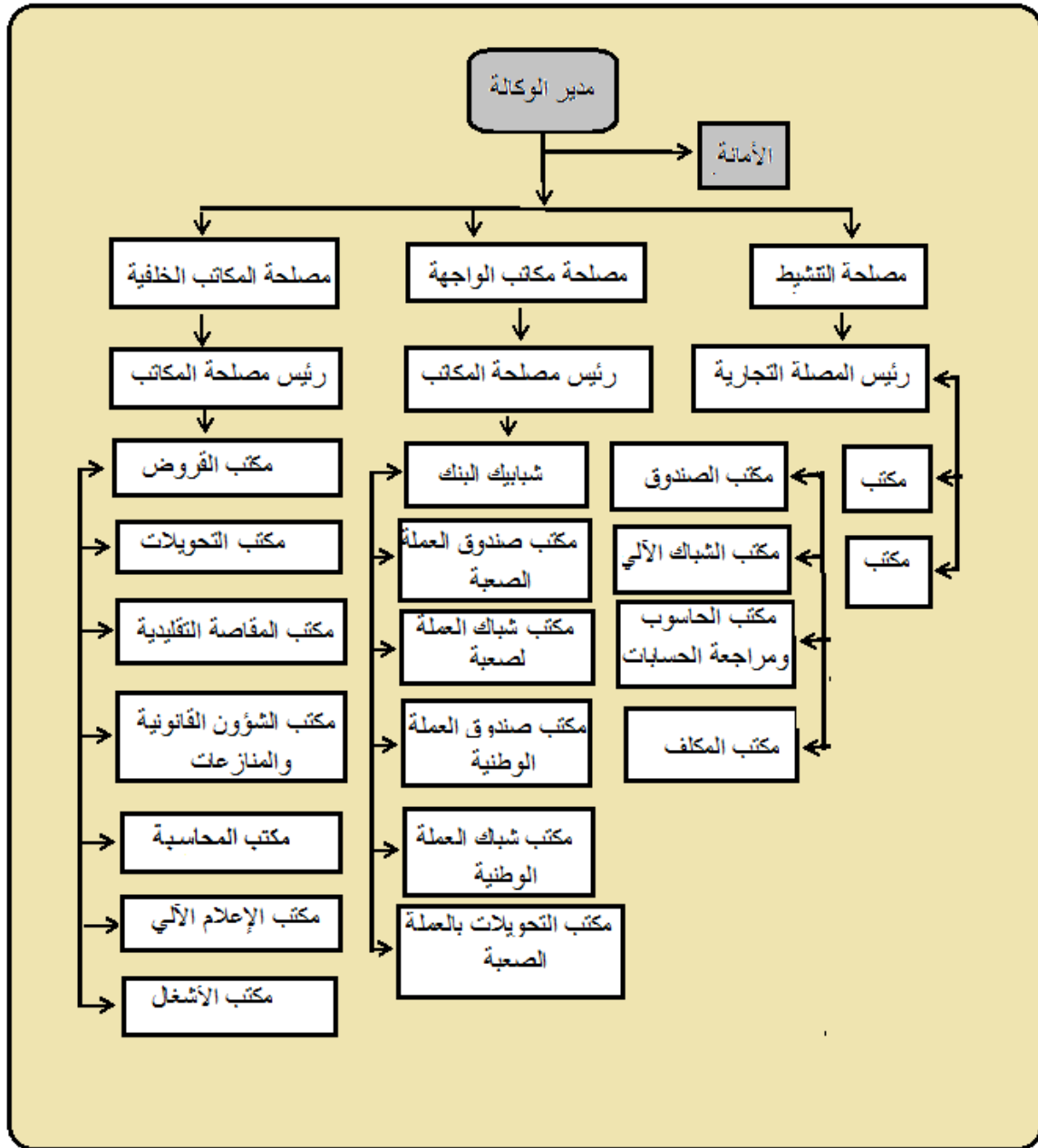
هـ/ الخلية القانونية: وتتكون من:

المكلفين بالتحصيل: مهمتهم هي استعادة ديون المؤسسة بالطرق القانونية سواء وديا أو متابعة قضائيا.

المكلفين بالمنازعات: حيث أن المكلف بالمنازعات يعتبر ممثلا للبنك من الناحية القانونية لدى المحكمة (الهيئات القضائية).

- مراقبة الملفات من ناحية الضمانات والتأكد من أنها قانونية.

الشكل رقم (3): يمثل الهيكل التنظيمي لوكالة المسيلة 904.



المصدر : بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة المسيلة 904-

من خلال الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية يظهر لنا أنه يضم في البداية مدير الوكالة والأمانة وينقسم بدوره إلى ثلاث مكاتب كما هو موضح في الشكل السابق .

ثانياً: مصادر تمويله

يعتبر بنك BADR كسائر البنوك بالإضافة إلى رأسماله المحدد في قانونه الأساسي فإن موارده المالية الموجودة بحوزته تتشكل من:

رأس ماله الأساسي واحتياطاته القانونية والخاصة.

الودائع التي تمثل المصدر الرئيسي للموارد الفورية والمحددة الأجل التي يتلقاها من الجمهور.

نسب الفوائد المحصلة من القروض الممنوحة للزبائن.

الأموال المتوفرة التي تأتمن عليها الهيئات العمومية التابعة للهيكل والأعمال الفلاحية والحرفية.

القروض التي يتعاقد برهنها في حافظته الخاصة بالسندات المالية وغيرها من السفتجات.

السلفيات التي تقدمها الخزينة للتمويل ببرامج التنمية والتي تعتبر أكبر الموارد ربحاً وأقلها سيولة بشكلها.

الميزانية المحددة من طرف المديرية العامة.

المبحث الثاني: واقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR في ظل تطور الخدمات المصرفية الالكترونية

بنك BADR كغيره من البنوك يتحتم عليه مواكبة التطورات التكنولوجية التي جاءت بها والتي من بينها البطاقات الالكترونية وتقنيات المقاصة الالكترونية.

المطلب الأول: البطاقات الالكترونية الخاصة ببنك BADR

أولاً: عموميات حول البطاقة الالكترونية

تسعى البنوك الجزائرية إلى مواكبة التغيرات الجديدة التي تطرأ على العمل المصرفي، لذلك قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة كغيره من البنوك باقتراح البطاقات الالكترونية على زبائنه منذ 2005 لتسهيل طلباتهم واختصار الوقت والتي تلقت قبول كبير.

وفي 02 فيفري 2006 وحسب المرسوم 04-06 قام BADR بطرح بطاقة الدفع CIB وفي 26 ديسمبر 2005 وحسب المرسوم 05-15 والذي كان يحمل الهيكل التنظيمي للإدارة النقدية والاتصالات الشبكية (DMCR).

يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بتقديم نوعين من البطاقات وهي بطاقات السحب، وبطاقات الدفع لزبائن البنك المالكين للحسابات 200 أو 300 وهذه البطاقات صالحة للاستعمال في الجزائر فقط والت تسمح لحاملها ب:

السحب من الأجهزة الآلية للبنك (GAB /DAB) الخاصة ب: BADR والتي يمكن استعمالها مابين البنوك.

دفع المشتريات والخدمات المقدمة من طرف التجار.

والبطاقة الالكترونية مصنوعة من مادة بلاستيكية تحتوي على توقيع حاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيتها.

أنتجتها شركة SATIM ويبلغ حجمها 5×8 سم ويكون مالك البطاقة هو المسؤول عن استعمالها كما انه ملزم بالمحافظة عليها وعلى الرقم السري.

يتقدم العميل بطلب للحصول على البطاقة الالكترونية، ثم يقوم بملا العقد والذي يكون توقيعته إجباريا ثم يحصل على البطاقة، وعلى الرقم السري في ورقة مغلقة تسلّم له شخصيا.

قبل استلام العميل للبطاقة يتقدم بطلب للبنك، وبعد ذلك يتم دراسته ثم يقوم بدفع مبلغ معين وذلك حسب نوع البطاقة فمثلا يدفع 300 دج لبطاقة السحب وللتجديد يدفع 250 دج، أما

بطاقة الدفع 600دج وللتجديد 300دج، وتقدر مدة صلاحية البطاقة بسنة كاملة بالنسبة لبطاقة السحب وستين لبطاقة الدفع ويقتطع مقابل ذلك عمولة تقدر ب: 11,7دج. وهناك أنواع للبطاقات الالكترونية التي يستعملها بنك BADR وهي نوعين من البطاقات وتمثل في:

جدول رقم (3): بطاقة CIB³⁵: بطاقة الدفع .

البطاقة	عددتها	الموزعة	المخزنة	توفي أصحابها
CIB	631	575	56	-

جدول رقم (4): بطاقة CBRI³⁶ : وهي بطاقة السحب.

البطاقة	عددتها	الموزعة	المخزنة	توفي أصحابها
CBRI	276	225	42	9

ثانيا: كيفية استعمال البطاقة و أهم المتعاملين بها

1-كيفية استعمال البطاقة: تمنح البطاقة إلى صاحبها بعد 45 يوم من تقديم الطلب، ويمكنه استعمالها بعد 6 أشهر من تاريخ إيداع الملف، حيث بإمكان صاحب البطاقة التقدم لأي صاحب إلي GAB والقيام بعملية السحب.

يمكن لصاحب البطاقة باستعمالها للسحب 5 مرات في اليوم وفي حالة الخطأ في الرقم السري يقوم الساحب الآلي بسحب البطاقة تلقائيا، ويمكنه المحاولة 3 مرات فقط.

كما أن للبطاقة خاصية وهي inter bancaire أي التعامل بين البنوك أي يمكن لصاحبها السحب من بنك آخر وساحب إلي آخر.

أما بالنسبة للجهاز الذي توضع فيه البطاقة عند عملية السحب فهو الساحب الآلي GAB وهو الجهاز الذي يسمح باستخدام البطاقة وتحصيل الأموال الخاصة بحسابك في أي وقت ممكن ومن مميزات انه بإمكان العميل سحب أي مبلغ في حالة عدم وجود رصيد له وإذا تجاوز 3مرات تسحب منه البطاقة تلقائيا.

³⁵) :CIB : carte interbancaire de paiement.

³⁶) :CBRI : carte de banque de retrait interbancaire.

فإذا تم السحب دون وجود رصيد يقوم البنك باقتطاع المبلغ المستحق عند دخول أول مبلغ في حساب العميل مع احتساب التكاليف التي تقدر بـ 370 دج، وعند انتهاء الأوراق الموجودة في الساحب يقوم الموظفين بتزويده للأوراق التي يزودهم بها البنك المركزي ويتحمل تكلفتها البنك.

2- أهم المتعاملين ببطاقة الدفع: لقد أبرمت عدة اتفاقيات بين البنك وعدة أشخاص معنويين لحيازة البطاقات وقد زودتهم بأنظمة TPE لتسهيل عملية الدفع ومن أهمها: صيدلية أخروف، حضنة Tour، دودو رانية.

ثالثا: كيفية حماية البطاقة والهدف منها

1- كيفية حماية البطاقة الالكترونية: يتحمل كل عميل مسؤولية بطاقته ورقمه السري ففي حالة السحب على المكشوف يقوم البنك بإرسال إشعار للتسديد، فإذا رفض العميل التسديد يقوم البنك بالاتصال بالبنوك الأخرى إذا كان يتعامل معها ويقوم بإقفال الحساب، إلى أن يتم التسديد أو يلجا البنك إلى متابعته قضائيا بعد عدم الاستجابة للدفع.

وفي حالة ضياع البطاقة يعتبر البنك غير مسؤول عن هذا، وبالتالي على مالكا التصريح عن ضياعها أو سرقتها لإيقاف عمل البطاقة، أما في حالة سحبها من الساحب الآلي تلقائيا لا تعاد للعميل في تلك اللحظة بل يتم إرسال إشعار إلى العاصمة للتأكد من بيانات العميل، فإذا كانت البطاقة تنطبق مع العميل تعطى له مباشرة، أما إذا تبين لهم أنها مسروقة أو مشكوك فيها فلا تسلم له وترسل إلى البنك المركزي، أما إذا توفي صاحب البطاقة يقوم البنك بتوقيف بطاقة سحبه الخاصة.

2- الهدف من البطاقة الالكترونية:

اختصار الزمن والجهد بالنسبة للعملاء والبنك أيضا.

تسهيل العمليات للزبائن.

التقليل من الاكتظاظ عند الانتظار في عمليات السحب سابقا.

السحب المالي مسموح عبر كل التراب الوطني.

المطلب الثاني: المقاصة الالكترونية

أولاً: مفهوم المقاصة الالكترونية

نظام المقاصة مرتبط بالإعلام الآلي تستخدمه البنوك فيما بينها للقيام بعمليات الدفع ذات المبالغ الزائدة.

المقاصة الالكترونية هي عملية تحويل النقود من حساب العمال إلى حسابات أفراد آخرين أو منظمات أخرى في أي فرع لأي بنك في الدولة، مثل دفع مرتبات شهرية من حساب صاحب العمل إلى حسابات الموظفين، ودفع المعاشات الشهرية من حساب هيئات التأمين والمعاشات إلى المستفيدين منها، كما أن المقاصة الالكترونية أصبحت تشمل نظام التسوية.

ثانياً: أهداف وفوائد المقاصة الالكترونية

بالنسبة للأهداف نذكر منها:

الانتقال من نظام المقاصة الكلاسيكية إلى نظام المقاصة الالكترونية.

التوقف عن تداول الشيكات الورقية.

زيادة الثقة بالشيكات كأداة وفاء.

الحد من حجم الشيكات المعادة.

أما بالنسبة للفوائد التي نجمت عن تطبيق المقاصة الالكترونية فقد مست البنوك والعملاء كل على حدا.

- بالنسبة للبنوك:

معرفة الوضع المالي للبنك في الوقت المحدد.

التوظيف الأمثل للأموال لدى البنوك.

الحصول على معلومات وإحصائيات دقيقة عن الشيكات.ذ

التقليل من مخاطر الشيكات الورقية من وإلى البنك.

إمكانية الحصول على صور وبيانات عن الشيكات من خلال نظام المقاصة الالكترونية

بسهولة وسرعة، ويعمل النظام على مدى 24سا.

- بالنسبة للعملاء:

تحصيل الشيك في نفس اليوم الذي يتم إيداعه فيه.

معرفة وضع الشيك في نفس اليوم (مقبول أو مرفوض).

تقيد الشيك في حساب المستفيد في نفس اليوم أو في يوم العمل التالي.

زيادة الثقة بالتعامل بالشيكات.

المطلب الثالث: إجراءات تطبيق المقاصة الالكترونية

تتم عملية المقاصة الالكترونية في المصلحة الخاصة بها وهي عبارة عن مكتب به عامل يقوم بجمع الشيكات التي تأتي من مصلحة المحفظة لكي يحصلها عن طريق جهاز الإعلام الآلي في برنامج خاص بالمقاصة الالكترونية ويتكون أيضا من جهاز يقوم بتصوير الشيكات التي ترسل عن طريق هذا البرنامج.

تتم عملية المقاصة الالكترونية عند تقديم الشيك للصرف من بنك إلى آخر أليا، فمثلا نفترض انه تمت عملية بيع وشراء بين طرفين كل منهما يمتلك حساب في بنك مختلف عن الآخر، وعملية التسديد سوف تتم بواسطة الشيك، حيث نفترض أن من قام بعملية البيع X يمتلك حساب جاري لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمسيلة، أما من قام بعملية الشراء Y يمتلك حساب جاري لدى بنك التنمية المحلية بمستغانم، وقيمة هذه العملية 100000 دج، وهنا يقوم X بإيداع الشيك لدى شبك بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمسيلة ثم يقوم الموظف بهذا الشباك بملاً تسليم صكوك للتحميل ويرمز لها بالرمز (PF34) ويحتفظ موظف البنك بنسختين كأرشفيف، ويقدم نسخة ل X كإثبات على تقديم الشيك ثم يقوم البنك بإرسال الشيك مع الوثيقة PF34 إلى مصلحة المقاصة الالكترونية، يسجل موظف المصلحة عل جهاز الإعلام الآلي الخاص بعملية المقاصة المزود بالبرنامج الخاص لذلك، حيث يقوم بسحب مبلغ 234 دج من حساب X تلقائيا وهذا المبلغ كمصاريف لعملية تحصيل كل شيك، وهنا يقوم الموظف بأخذ نسخة من الشيك عن طريق استخدام جهاز Scnaire وتحويل النسخة إلى المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية/ المسيلة بالجزائر العاصمة لمصلحة المقاصة الالكترونية هناك، حيث يقوم موظف مصلحة المقاصة الالكترونية لدى المديرية العامة بإرسال كشف الشيك المبعوث من طرف وكالة المسيلة إلى المصلحة العامة للمقاصة الالكترونية في البنك الجزائر وهذه العملية تجري في اليوم الأول وتسجل هذه العملية تلقائيا عند وصول الكشف بواسطة النظام المبرمج، أما في اليوم التالي تسجل العملية في برنامج لدى بنك الجزائر ثم يقوم المكلف بالمقاصة في بنك الجزائر بإرسال الكشف إلى المديرية

العامّة لبنك التنمية المحليّة وبعدها يقوم المكلف بمصلحة المقاصة الإلكترونيّة في المديرية العامّة لبنك التنمية المحليّة بإرسال الشيك وصورته إلى المكلف بالمقاصة الإلكترونيّة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بمستغانم لكي يتأكد من الشيك، ثم عندما يصل الكشف والنسخة عن الشيك إلى بنك التنمية المحليّة بمستغانم يقوم موظف مصلحة المقاصة الإلكترونيّة بمراقبة ومعاينة الكشف وصورة الشيك من حيث عدة نقاط من بينها:
الإمضاء.

التاريخ من حيث نهاية صلاحية الشيك والتي تحدّد ب 3 سنوات و 20 يوم.
المكان إذا كان موجه إلى بنك آخر أم نفس البنك.

وعند التأكد من صحة كل المعلومات يقوم الموظف ببنك التنمية المحليّة لمستغانم بإرسال كشف الموافقة على صرف الشيك ثم يرسل كشف الشيك يحتوي على الموافقة بصرفه وهذا في اليوم التالي من العملية وقبل الساعة 15:00 زوالا حيث يمر بنفس المراحل التي مر عليها إلى أن يصل إلى بنك الجزائر فيتم سحب المبلغ من حساب بنك التنمية المحليّة وإدراجه في حساب بنك الفلاحة والتنمية الريفية وفي اليوم الثالث يقوم موظف بنك الجزائر بإرسال كشف الشيك مع الموافقة إلى مديرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وتقوم بدورها بإرساله لنا، نقوم هنا بصرف الشيك لصاحبه غالبا في اليوم الرابع لكن يمكن صرفه في اليوم الثالث أي بعد 72 ساعة وصول كشف الموافقة.

أما أسباب عدم الموافقة على صرف الشيك هي كثيرة أهمها:

عدم توفر الذخيرة في حساب Y .

وعدم كفاية رصيده.

عدم كفاية المعلومات في الشيك.

صورة الشيك التي وصلت غير واضحة.

وفي حالة عدم الموافقة على صرف الشيك يقوم موظف المقاصة الإلكترونيّة بتحويل كشف عدم الصرف للشيك لمديرية بنك التنمية المحليّة في العاصمة وهذا في اليوم التالي الذي يرسله بدوره إلى بنك الجزائر لكي يراقب العملية من حيث سبب عدم الصرف وتسجيل هذا التلاعب الخطير بوسائل الدفع حيث يقوم بتسجيل رقم الحساب وصاحبه وفي حالة تكرار عملية التلاعب يقوم بنك الجزائر بإصدار أمر إلى بنك التنمية المحليّة لغلق حسابه ومعاقبته

بعد فتح الحساب له مرة أخرى لمدة زمنية تقدر ب: 5 سنوات ويقوم بإشعار كافة البنوك التجارية بعدم فتح حساب لهذا الشخص، وفي اليوم الثالث يقوم موظف بنك الجزائر بإرسال عدم الموافقة إلى مديرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي يرسله لهم في نفس اليوم، وعند وصول الشيك غير القابل للصرف تقوم الوكالة بإرجاع الشيك ل X مع وثيقة تسليم صكوك للتحويل ويذكر عليها سبب عدم الموافقة.

المطلب الرابع: أداء بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR الحالي

إن أهم ما يشغل العميل هو الحصول على أجود الخدمات وفي أقل وقت ممكن، لذلك تسعى البنوك التجارية الجزائرية إلى تحسين أدائها كذلك بنك الفلاحة والتنمية الريفية بشكل يضمن لها البقاء والحفاظ على قدرتها التنافسية، مما جعله يتبع التطورات العالمية الحديثة. وقد قام بطرح نوعين من البطاقات الالكترونية التي ساهمت في تحقيق رضا الزبائن وهي بطاقة الدفع وبطاقة السحب.

وعندما تبنى بنك الفلاحة والتنمية الريفية للتجارة الالكترونية تحسن أدائه بنسبة 95% عما كان عليه سابقا، إلا إن الأداء يتركز في كيفية تقديم الموظفين لأجود الخدمات المصرفية وطريقة تعاملهم مع الزبائن، فكلما وجد العميل تعاملته تتم بسرعة وبشكل أفضل زاد تمسكه بالبنك.

ورغم مواكبة البنك للتطورات الحديثة إلا انه مازال يعاني من بعض الصعوبات لعل من أهمها انقطاع الشبكة والتيار الكهربائي.

ولعل ما يطمح إليه بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك الجزائرية هو توزيع منتجاته من البطاقات ففي سنة 2005 بطرح بطاقة *carte de crédit* وقامت بتجربتها على مستوى موظفي البنك، إلا أنها لم تلقى رواجاً كبيراً لأن العمال يسحبون أموالهم قبل دفع أجورهم كما أنهم كانوا يسحبون بالبطاقة مرتين من وجهتين مختلفتين، لأن العملية في الجهاز لا تسجل إلا بعد مرور يومين أو ثلاث أيام.

نظراً لفشلها قامت بسحبها وطرحت البطاقتين بطاقة السحب CBRI وبطاقة الدفع CIB وتوزيعها إلى الزبائن المعتمدين لديها وتزويد المتعاملين معها من تجار ومؤسسات بأجهزة TPE إلا أنها لم تستخدم وذلك نظراً للمشاكل التي كانت حجرة عثرة تحول دون تحقيقها من أبرزها:

تخوف التجار من ضرائب مما أدى بهم إلى الأحجام عن استعمالها.
غياب الثقافة المصرفية في المجتمع لان جل الأفراد يفضلون استخدام النقود السائلة بدلا من حمل البطاقة في الجيب.
غياب عامل الثقة والأمان.
وفي المستقبل يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالمسيلة إلى استخدام احدث البطاقات (مثلا VISA/GOLD) وهذا كله مجرد أفكار لمواكبة التطور السريع الحاصل في عالم المصارف.

خلاصة:

رغم تكور الخدمات المصرفية الالكترونية وتخطيها الحدود العالمية وانتشارها ومواكبتها للتطور التكنولوجي الحاصل لدى الدول بصفة عامة وبعض الدول العربية أيضا التي بدأت تخطو خطوات هامة، إلا أن مواكبة الجزائر لهذا التطور لم يصل حد التطلعات، وظل القطاع المصرفي الجزائري ناقصا لعدم مواكبته التطورات الحاصلة في الصناعة المصرفية العالمية.

ومن خلال تربص بوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية المسيلة تبين لي أن البنك منشأة مالية خدمتية ويمثل ركنا هاما في الدورة النقدية الالكترونية للبلاد، ومن خلال العمليات المصرفية التي يقوم بها ساهم بشكل كبير في تنمية الاقتصاد الوطني وتقديم أجود الخدمات بأداء متميز مما يؤدي إلى كسب ثقة اكبر عدد من الزبائن.

كما تبين لي طبيعة الخدمات الالكترونية التي يقدمها لعملائه بالإضافة إلى آلية عمل كل مصلحة من مصالحه، إلا انه ورغم التطورات الحاصلة والتي حققها بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمسيلة مازال يعاني من بعض المشاكل التي تحول دون تحقيقه للأهداف المرجوة.

خاتمة عامة

خاتمة عامة

ساعد التوجه الحديث للصناديق الجهوية في مجال تقديم الخدمات المصرفية على الوقوف في وجه المنافسين مما أدى إلى تحسن مستوى أداء الخدمات المقدمة، الأمر الذي أدى إلى زيادة الطلب على الخدمات المصرفية وما لذلك من آثار إيجابية على مردودية البنك وبالتالي على القيمة السوقية لأسهم البنك.

إن البنوك تسعى جاهدة إلى تطوير خدماتها المصرفية من خلال إدخالها تقنيات حديثة تضمن لها تقديمها بجودة عالية ودقة وسرعة في الأداء كما أنها تحقق رضا المتعاملين وتحول رضاهم إلى ولاء دائم، وذلك إما بشكل مستقل أو من خلال بناء تحالفات استراتيجية مع بنوك كبرى أو مع شركات شقيقة والهدف من ذلك تحقيق استقرار البنك والمحافظة على مكانته المصرفية في ظل التغيرات الاقتصادية المستمرة من عولمة وانفتاح اقتصادي ومواكبتها.

نتائج الدراسة :

يمكن تلخيصها فيما يلي:

- 1-زيادة القيمة المالية للبنك من خلال تحقيق نمو دائم ومتصاعد ومستديم في الربحية و معدلات العائد على حقوق الملكية والموجودات، مع التركيز باستمرار على الاحتفاظ بكفاءة مالية عالية تتسجم مع النسب والمعايير الدولية المعتمدة التي حددتها لجنة بازل.
- 2-التعامل بكفاءة مع التطور السريع والهائل لعدد حسابات العملاء في البنوك وذلك من الناحية المحاسبية وعدم زيادة الموظفين مع تحقيق سرعة في إنجاز وتقديم الخدمات المصرفية.
- 3-تحرير العملاء من قيود المكان و الزمان، إذا أنه كان يتم التعامل مع العملاء في البنوك وداخل مقرها وفي مواعيد العمل الرسمية، في حين أصبح الآن بوسع كل العملاء التعامل في أي وقت ودون الحاجة إلى التنقل، من خلال تقنية الخدمات المصرفية المنزلية والتي يتم تقديمها بإستعمال قنوات التوزيع الالكترونية المتمثلة أساسا في الهاتف ،المنتال ، الأنترنت والتلفزة الرقمية.

خاتمة عامة

4-تحسين مستوى جودة الخدمة المصرفية باعتبارها ميزة نسبية تمكن البنك من توظيفها في الاتجاه الذي يعزز مكانته المالية في السوق النقدي.والاستمرار في ترسيخها وادخالها على مختلف جوانب الأداء المصرفي.

5-تشجيع البنوك من أجل إستحداث خدمات مصرفية واستثمارية تتسجم مع اتجاهات السوق وتواكب المستجدات في الأسواق المالية والنقدية ، خاصة وأن العملاء أصبحوا أكثر دراية بما يحدث في السوقين وبالتالي أصبح صعب على البنك إقناع العميل بأن الأسعار تنافسية وهذا لأنه يستطيع الحصول على كل الأسعار بسرعة عالية ومن كل الأماكن بسبب ثورة المعلومات والاتصالات التي تتيحها التقنيات خاصة استعمال شبكة الأنترنت.

6-العمل بإستمرار على تطوير استراتيجية تأهيل القوى والموارد البشرية، لتكون مستندة على مفهوم متطور وجديد من أجل تعزيز الكفاءة الإدارية والإنتاجية وتوفير موارد بشرية مؤهلة مع التركيز على تنويع النشاط التدريبي ليكون منسجما مع متطلبات العمل المصرفي الحديث ويساعد كذلك في تقديم خدمات تضاهي مثيلاتها من الدول الأخرى.

7-تدعيم وتعزيز الكفاءة الانتاجية لتحقيق وفورات وترشيد النفقات والمصاريف الإدارية من خلال تخفيض تكاليف التشغيل التي تنعكس إيجابا على معامل الإستغلال، ويتم ذلك من خلال تطوير وتسهيل إجراءات تقديم الخدمات وكمثال على ذلك إدخال الصيرفة الإلكترونية 8 -توسع مجال الاستثمار في التكنولوجيا المصرفية وتوظيفها بهدف تحسين مستوى أداء الخدمة، من خلال إدخال التقنيات المصرفية الحديثة وخاصة الإلكترونية وما لذلك من أثار على الخدمة وعلى البنك ككل.

9-تدعيم القدرات التنافسية خاصة بعد أن أصبحت المنافسة لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت أبعادا دولية قانونية في ظل تحرير تجارة الخدمات التي برزت بقوة في الفترة الأخيرة خاصة بعد التطورات التي عرفتها التجارة الالكترونية و دخول المؤسسات المالية غير المصرفية والمؤسسات غير المالية مجال التعامل بالأدوات الالكترونية، وبالتالي فالبنك الذي لا يستطيع التطوير على المستويين السابقين سيترك الأرضية لغيره من البنوك.

10-زيادة الحصة السوقية للمصرف من مختلف الخدمات المقدمة ومحاولة تجسيد الثقافة البيعية التي تقيم نتائجها على أساس الايرادات والفوائد والحصة السوقية التي يحققها البنك،

11-تخفيض المخاطر المختلفة التي يتعرض لها البنك و المتعاملين معه خاصة في ظل الخدمات الالكترونية، ويتم ذلك من خلال توجه البنك نحو سياسة التنويع والبحث عن

خاتمة عامة

مجالات استثمارية ترى فيها نمائه وبقائه بالإضافة إلى حصوله على الأرباح ، أضف إلى ذلك إدخاله الأنظمة الإلكترونية الحديثة التي تمتاز بدرجة عالية من الأمان في التعامل.

12-إكتساب خبرات متعددة في مجالات غير مصرفية من خلال تعامل البنك مع الشركات الشقيقة وإقتحامه الأسواق المالية خاصة البورصة بالإضافة إلى تطبيقه لسياسة البنك الشامل.

13-تلبية حاجات ورغبات العملاء من خلال عرض البنك المستمر للخدمات التي تتماشى والتطورات الخاصة في كل المجالات وخاصة التكنولوجيا ، المعلوماتية و الإتصالات.

14-تقديم خدمات للعملاء لم تكن معروفة من قبل، كما أتاحت لهم الإستفادة من فرص أفضل لتوظيف أموالهم إذ أنهم أصبحوا أكثر وعياً ودراية بما يجري في مختلف الأسواق المالية والنقدية وبالتالي من الصعب على البنوك إقناع عملائها بأن أسعارها تنافسية وهذا كله بسبب الثورة التكنولوجية التي وفرت للعميل السبل المختلفة في الحصول عن المعلومة من خلال قنوات الإتصال عن بعد المتمثلة في الهاتف، المنتال ، التلفزة الرقمية و الأنترنت الزيادة في حجم الخدمات المقدمة- وهذا كما رأينا في الفصل الأخير - كما تساعد على خفض عدد موظفي البنك من خلال إدخال التقنية الحديثة.

خاتمة عامة

اقتراحات :

وعلى الرغم من أن المصارف تدرك هذه الحقيقة إلا أنه يوجد هناك العديد من البنوك وخاصة الصغرى مترددة في تبني الخدمات المصرفية المباشرة عبر الأنترنت وهذا يرجع للمخاطر المختلفة الناتجة عن التعامل بواسطتها وفي الأخير بعد هذه الدراسة يمكن القول بأن التطورات والتغيرات الإقتصادية من عولمة، إنفتاح الأسواق العالمية والتوجه نحو الإقتصاد الرقمي سيكون له آثار كبير على البنوك الصغيرة وبالأخص البنوك العربية، لذا من الضروري على هذه الأخيرة أن تنتهج سياسة التوجه بإستمرار نحو الأفضل للحفاظ على مكانتها أو التوجه نحو سياسة الإندماج المصرفي أو الدخول تحت ظلال شركات قابض وتحقيق إستراتيجية البنك الشامل وهذا للحفاظ على مكانتها المصرفية، وبالتالي فإنه من المحتمل أن تكون أغلب البنوك الصغيرة تعمل تحت ظلال البنوك والمؤسسات الكبرى فهل سيستمر هذا الإكتساح أم ستجد البنوك الصغرى مجالات أخرى تساعدها على الصمود أمام الكينيات الكبرى؟ وهل ستسود الصيرفة الإلكترونية في المدى الطويل أم تخوف المتعاملين منها يجعل مستقبلها مظلم وغير ظاهر ؟

تبقى الإجابة على هذه التساؤلات مجال بحث خصب لدراسة اللاحقة، كما تعتبر مجال لمختلف الباحثين والمهتمين بالموضوع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

1- قائمة الكتب العربية :

1. البساط هشام: صيرفة التأمين، بحث في الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الثاني-الجديد في التمويل المصرفي- منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002 .
2. بوعتروس عبد الحق ، الوجيز في البنوك التجارية (عمليات ، تقنيات ، تطبيقات) ، بدون دار نشر ، قسنطينة 2000 .
3. جميل سالم الزيدانين السعودي : اساسيات في الجهاز المالي ، دار وائل للنشر ، الاردن ، 1999 .
4. خالد امين عبد الله : العمليات المصرفية ، طرق محاسبية حديثة " ، دار وائل النشر ، عمان ، 1991 .
5. رشاد العصار: النقود و البنوك، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2001.
6. زياد رمضان، محفوظ جودة: الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر، 2000 .
7. سميحة القليوني: وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية)، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والمصرفية.
8. شاكر قزويني : محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1987 .
9. صبحي تادريسقريصة ومدحت محمود العقاد : النقود والبنوك والعلاقات الإقتصادالدولية، دار النهضة العربية 1963 ،ص 137.
10. صلاح الدين حسن السيسي : القطاع المصرفي و الإقتصاد الوطني (القطاع وغسيل الأموال) ، عالم الكتب ، بدون سنة .
11. طارق عبد العال حماد : التطورات العالمية وانعكاساتها على أعمال البنوك ، الدار الجامعية ، الإسكندرية 1999 .
12. الطاهر لطرش : تقنيات البنوك ، الطبعة 2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 2003 .

قائمة المراجع

13. الطاهر لطرش : تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية بن عكنون - 2005 .
14. عاطف السيد: الجات والعالم الثالث ، مطبعة رمضان ، الإسكندرية ، 1999 .
15. عبد السلام أبو تحف :التسويقوجهة نظر معاصرة ، الطبعة الأولى ، مكتبة الشعاع . 2001 .
16. عبد المطلب عبد الحميد : العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية ، القاهرة ، 2001 .
17. عبد المطلب عبد الحميد :البنوك الشاملة عملياتها وإدارة، الدار الجامعية ، الإسكندرية، ، 2000 .
18. عبد المطلب عبد الحميد: العولمة واقتصاديات البنوك ، الدار الجامعية ، القاهرة . 2001 .
19. عقيل جاسم عبد الله : النقود و المصارف ، دار الكتب الوطنية للنشر ، العراق ، 1999 .
20. عوض بدير الحداد : تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر الطبعة الأولى ، 1999 .
21. فلاح حسن الحسني : ادارة البنوك مدخل كمي و استراتيجي معاصر ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2003 .
22. فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمن الدوري: إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر، دار وائل للنشر، 2000 .
23. مجدي محمود شهاب :اقتصاديات النقود والمال (النظرية والمؤسسات النقدية) ، دار الجامعية الجديدة، 2002 .
24. محمد عبد الحليم عمر: الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، ايتريك للنشر والتوزيع 1998 .
25. محمد مسعود عبد الفتاح : التسويق ، المكتب العربي الحديث ، بيروت ، الطبعة الخامسة 1995 .

قائمة المراجع

26. منيرابراهيمالهندي : إدارة البنوك التجارية ، مدخل اتخاذ القرار - الطبعة 3 ، مركز دالتا للطباعة المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية،1996.
27. منيرابراهيمالهندي : الفكر الحديث في مجال التمويل الجزء الأول ، بدون ناشر ، الإسكندرية 1999 .
28. هاني محمد دويدار،التمويلالتأجيري من الوجهة القانونية بحث في الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الثاني-الجديد في التمويل المصرفي.

2- قائمة الكتب الأجنبية :

1. AMMEUR BENHALIMA , ,pratique des techniques bancaires , éditions dahleb , Algérie 1997.
2. FAROUK BOUYACOUB, . **l'entreprise & le financement bancaire** , édition Casbah, Algérie 2001.
3. J .P BERNADET, A BOUCHEZ, S. pihier, précis de marketing série Nathan , 1996 .
4. Kamal c ,les credit documentaires ,**édition grand livres** , Alger 1994 .
5. Lue berner rollande ;la banque et vous-100 réponses a vos questions- ;première édition ;édition part ;1999France.
6. NADLER P ,**commercial banking in the economy** , 3re ed ,new york ; random house , 1979.
7. Philip kotler, Marketing Management : Analyse, planning implantation, and control, 8th ed, Englewood cliffs, 1994. KENDALL LRON ,MICHAEL FISHMAN ;securitization ; edition the mit press cambridge ;London 1996 .

قائمة المراجع

8. Rose p, kolari, j Fraser , **Financial institution** , 4th ed , Boston ,1993 .
9. SALAH SLIMANI, Op.cit BADR INFOS, monétique–le rendez-vous de 2003–, N33 mars – avril 2003.

3- قائمة المواقع الالكترونية :

1. <http://www.algerie-dz.com/article813.html>
2. <http://www.apbt.org.tn/fr/htm/dossiers/archives.asp>
3. <http://www.elwatan.com/2004-12-29/2004-12-29-10799>
4. http://www.finances.gouv.fr/commerce_electronique/lorentz/so
5. <http://www.latribune-online.com>
6. http://www.mafhoum.com/phpprw/review_view.php?prid
7. <http://www.newsofcd.com>
8. <http://www.occ.treas.gov/netbank/ceptfrpt.pdf>.
9. <http://www.samat.fr/ga/ga37/ga379.html>
10. <http://www.deigitalbusinessglobe.com>

ملخص الدراسة

- ملخص الدراسة :

تعتبر الخدمات المصرفية احد اهم الانشطة الاقتصادية للتقدم الاقتصادي لأي بلد ، اما عرضها فهو يعمل على تحقيق رفاهية المجتمع ، لذا نجد النشاط المصرفي يتأثر بالتطورات الاقتصادية المختلفة حيث انتقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية محصورة في الايداع والاقراض الى اقتحام مجالات متعددة في تقديم خدماتها المصرفية وغير المصرفية ، كما ان تقديم هذه الاخيرة لم يعد يستفيد من حماية الدولة ، فلقد اصبح السوق هو المسؤول عن تحديد نوعية التوجهات البنكية في مجال تقديم الخدمة المصرفية ، ويعتبر هذا التطور الذي شهدته المنظومة البنكية ضرورة فرضتها التغيرات الاقتصادية المختلفة خاصة العولمة والتطورات التكنولوجية في مجال الاعلام والاتصال وبالتالي على البنوك مواجهة هذا التطور السريع بنجاح مع مراعاة رغبات الاطراف الاربعة التي تؤثر وتتأثر بنشاط البنك التجاري ، والمتمثلة في الوحدات ذات الفائض ، الوحدات ذات العجز ، مالكي البنك (المساهمون) والجهة المنظمة لنشاط المصرف (البنك المركزي).

- *Résumé de l'étude:*

Est une banque l'une des principales activités économiques de la progression économique des pays, soit l'affichage est de travailler pour atteindre le bien-être de la communauté, nous trouvons l'activité bancaire est influencée par l'évolution économique où plusieurs banques déplacés pour fournir des services traditionnellement confinés au dépôt et de prêt à casser en plusieurs zones dans la fourniture de services bancaires et non-bancaires, fournissent également ce dernier ne bénéficient plus de la protection de l'Etat, est devenu le marché est responsable de déterminer les tendances de la qualité de la banque dans la fourniture de services bancaires, et est-ce l'évolution du système de la nécessité bancaire imposée par les changements économiques de divers mondialisation privé et les développements technologiques dans le domaine des médias et de la communication, et donc Les banques font face à ce développement rapide, en tenant compte des souhaits des quatre partis succès qui affectent et sont affectés par activement Commercial Bank, et des unités excédentaires, les unités avec le déficit, les propriétaires de la banque (actionnaires) et l'organisateur de l'activité de la Banque (la banque centrale).