

جامعة الجزائر 3
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

متطلبات تطوير وتحليل الخدمات المصرفية في الجزائر
(دراسة الواقع والآفاق)

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير
فرع : التسيير

إشراف الأستاذ الدكتور:
سعدون بوكبوس

إعداد الطالب:
بن أحمد لخضر

لجنة المناقشة

رئيسا	الأستاذ الدكتور: بن حمودة محبوب
مقررا	الأستاذ الدكتور: سعدون بوكبوس
عضوا	الأستاذ الدكتور: بعداش مسيكة
عضوا	الدكتور: بن حليلة عمور
عضوا	الدكتور: بريس عبد القادر
عضوا	الدكتور: قصاب السعدية

السنة الجامعية

2012 / 2011

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إلى من أحب

إلى من علمني أن الحياة وقفة عز... والري الحبيب.

إلى ينبوع الحنان الذي لا ينضب والصدور الرافئ الذي لا يغضب... والرتي الحبيبة.

إلى من آزرني وكان لي في نفس الوقت الأخر والصديق وضحي من أجل ذلك بالكثير وهان عليه كل شيء

من أجلي... أخي السعيد حفظه الله.

إلى الورود التي تتفتح من حولي فتزير ريحها بهجة أيامي... زو وأولادي وي

مريم خلود، سالم بهاء الدين، مرام منة الله، والكتكات محمد شمس الدين.

إلى من علموني أن الدنيا تجارب والتجربة التي لا تحطك تقويك... إخوتي الأحباء.

إلى من أفرحني لقاءهم وأحزنني فراقهم... أساترتي الكرام وخلالني.

إلى من يكابرون الحصار والظلم والتهجير... أبناء غزة وكل فلسطين

إلى كل هؤلاء...

أهدي هذا العمل المتواضع.

شكراً وقديراً

“رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي، وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني

برحمتك في عبادك الصالحين”

لا يسعني وأنا أنهي هذا العمل إلا أن أتوجه بالشكر والحمد للباري سبحانه وتعالى علي ما وفق وألهم ...

وما بلكم من نعمة فمن الله”

ثم أتوجه بالشكر إلى أستاوي الفاضل الذي لم يبخل علي بعلمه ومعرفته

الأستاذ الدكتور سعدو بوكبوس

تقديراً لفيض علمه وصبره علي وتحفيزه لي ووعده،

كما أشكر كل الذين آزروني وشجعوني علي إتمام هذا العمل.

الفهرس العام

فهرس المحتويات

الصفحة	
III	الإهداء
IV	شكر وتقدير
X-V	فهرس المحتويات
XI	قائمة الجداول
XII	قائمة الأشكال
	المقدمة العامة [ص أ - ص ك]
ب	I. مشكلة الدراسة
د	II. أهمية الدراسة
هـ	III. أهداف الدراسة
هـ	IV. فرضيات الدراسة
و	V. حدود الدراسة
و	VI. منهج الدراسة
ز	VII. الدراسات السابقة
ي	VIII. خطة وهيكل الدراسة
	الفصل الأول: مدخل للخدمات المصرفية [ص 1 - ص 55]
2	تمهيد الفصل الأول
3	المبحث الأول: الخدمات المصرفية: المفاهيم والأسس الفكرية
3	أولاً: مفهوم الخدمات
5	ثانياً: تصنيف الخدمات
9	ثالثاً: خصائص الخدمات
11	رابعاً: أهمية الخدمات في التجارة الدولية
13	خامساً: الخدمات المصرفية
25	سادساً: دورة حياة الخدمة المصرفية

28	سابعا: مبررات الاهتمام بالخدمات المصرفية وتطويرها
28	المبحث الثاني: جودة الخدمة أو المعايير التي تؤدي تحقيق الميزة التنافسية
28	أولا: جودة الخدمات المصرفية والمعايير التي تحددتها
33	ثانيا: الميزة التنافسية في المصارف: المفهوم والأهمية
36	ثالثا: جودة الخدمات المصرفية كميزة تنافسية
39	المبحث الثالث: الخدمات المصرفية: تشخيص وتوصيف عام
39	أولا: تسيير وسائل الدفع
40	ثانيا: قبول الودائع
43	ثالثا: خلق نفود الودائع
43	رابعا: تقديم التسهيلات الائتمانية (القروض)
55	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: تحرير وتطوير الخدمات المصرفية [ص 56 - ص 107]
57	تمهيد الفصل الثاني:
58	المبحث الأول: العولمة الاقتصادية و المالية وأثرهما على تطوير وتحسين الخدمات المصرفية
58	أولا: العولمة الاقتصادية: النشأة والمفهوم
63	ثانيا: العولمة الاقتصادية: الخصائص والسمات.
65	ثالثا: البعد المالي للعولمة (العولمة المالية)
68	رابعا: العولمة المصرفية
82	المبحث الثاني: تطوير الخدمات المصرفية وانعكاساته على المصارف
82	أولا: مفهوم تطوير الخدمات المصرفية
83	ثانيا: أهمية تطوير الخدمات المصرفية
84	ثالثا: الحاجة إلى تطوير الخدمة المصرفية
86	رابعا: مبررات تطوير الخدمات المصرفية
86	خامسا: أهداف تطوير الخدمات المصرفية
87	سادسا: الأشكال المختلفة لتطوير المنتج المصرفي
88	سابعا: الأطراف الفاعلة في تطوير الخدمات المصرفية
90	ثامنا: إستراتيجيات تطوير الخدمة المصرفية

92	تاسعا: العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية
93	عاشرا: تنظيم عملية البحث والتطوير بالمصرف ومراحلها
97	المبحث الثالث: تحرير الخدمات المصرفية في ظل التطورات الاقتصادية والمالية
97	أولا: مفهوم التحرير المصرفي
98	ثانيا: مبادئ التحرير المصرفي
98	ثالثا: أهداف التحرير المصرفي
99	رابعا: مزايا وعيوب التحرير المصرفي
99	خامسا: عناصر التحرير المصرفي
101	سادسا: تحرير الخدمات المالية والمصرفية
104	سابعا: التحديات التي تواجه تحرير تجارة الخدمات المالية
104	ثامنا: اتفاقية تحرير تجارة الخدمات
107	خلاصة الفصل الثاني:
	الفصل الثالث: تقديم الجهاز المصرفي الجزائري [ص 108 - ص 143]
109	تمهيد الفصل الثالث
110	المبحث الأول: الإصلاحات المصرفية في الجزائر
110	أولا: إصلاحات 1990 إلى 2003
117	ثانيا: إصلاحات 2003 إلى 2010
137	المبحث الثاني: معوقات وعراقيل الإصلاحات المصرفية في الجزائر
137	أولا: المعوقات الموضوعية
140	ثانيا: المعوقات الهيكلية
141	ثالثا: المعوقات الذاتية
143	خلاصة الفصل الثالث
	الفصل الرابع: تحديات الخدمات المصرفية في الجزائر ومتطلبات التطوير والتحرير [ص 144 - ص 191]
145	تمهيد الفصل الرابع
146	المبحث الأول: الخدمة المصرفية في الجزائر: تشخيص وتحليل الواقع
146	أولا: الهيمنة شبه المطلقة للمصارف العمومية على السوق المصرفية الجزائرية
147	ثانيا: ضعف تغطية وانتشار وتوزيع شبكة المصارف

148	ثالثا: انحصار المنافسة في السوق المصرفية الجزائرية بين المصارف العمومية
148	رابعا: ضعف القواعد الرأسمالية للمصارف العمومية الجزائرية
149	خامسا: سوء ومحدودية الخدمة المقدمة
150	سادسا: ضعف كفاءة أداء العنصر البشري
151	سابعا: ضعف تنافسية الخدمة نتيجة غياب التسويق المصرفي
152	ثامنا: غياب الصيرفة الإلكترونية في الجزائر
153	تاسعا: نقاط ضعف أخرى
156	المبحث الثاني: الخدمات المصرفية في الجزائر وتحديات العولمة المالية
157	أولا: تحدي اندماج الاقتصاد الجزائري مع متطلبات العولمة
157	ثانيا: الآثار المتوقعة لتحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على النظام المصرفي الجزائري
159	ثالثا: معايير لجنة بازل الدولية للرقابة المصرفية ومدى استيفاء المصارف الجزائرية لها
171	رابعا: التطورات التكنولوجية المتسارعة وأثرها على تحديث وسائل الدفع
172	خامسا: الرقابة على عمليات غسل الأموال
174	المبحث الثالث: آفاق تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر
174	أولا: تبني مفهوم المصارف الشاملة
175	ثانيا: مواكبة التطورات التكنولوجية
176	ثالثا: مواصلة الإصلاحات المصرفية وتقوية الدور التوجيهي والرقابي للمصرف المركزي
179	رابعا: تبني وتطوير التسويق المصرفي
181	خامسا: الارتقاء بالعنصر البشري
182	سادسا: مواكبة المعايير الدولية
186	سابعا: التنويع في الأنشطة والخدمات المصرفية
189	ثامنا: الاتجاه نحو التجمع والاندماجات المصرفية
191	خلاصة الفصل الرابع

	الخاتمة العامة [ص 192 - ص 203]
193	نتائج الدراسة
198	اختبار الفرضيات
200	الخلاصة وتوصيات الدراسة
203	آفاق البحث
204	المراجع العامة

1- قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
05	أهم الفروقات بين الخدمات والسلع	1-1
26	الأبعاد الثلاثة للمنتج المصرفي	2-1
128	حجم الودائع والقروض لدى المصارف التجارية العمومية والخاصة	1-3
129	مقارنة حجم القروض الممنوحة للقطاع العام والقطاع الخاص	2-3
129	المقارنة بين أحكام قانون 10-90 والأمر 11-03	3-3
134	تدخلات بنك الجزائر في إطار الرقابة الميدانية	4-3
162	أوزان ترجيح المخاطر بالمصارف الجزائرية حسب التعليلة رقم 74-94	1-4
169	رأس مال المصارف التجارية العمومية في الجزائر (القواعد الرأسمالية)	2-4

2- قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
15	مفهوم الخدمة المصرفية	1-1
26	دورة حياة الخدمة المصرفية	2-1
33	الوزن النسبي لمعايير جودة الخدمة	3-1
136	المصارف والمؤسسات المالية المعتمدة في الجزائر إلى غاية 02 جانفي 2012	1-3

المقدمة العامة

المقدمة العامة

لقد شهد العالم خلال السنوات القليلة الماضية عدداً من التحولات الأساسية التي طالت مختلف جوانب الحياة المعاصرة في كافة دول العالم على اختلاف تكويناتها ومستويات تقدمها، بحيث لم يعد ثمة خلاف على أن المتغيرات العالمية، النوعية المتدفقة، التي ميزت العقدين الأخيرين من القرن العشرين، في السياسة والاقتصاد والتطور العلمي، شكلت في مجملها واقعاً تاريخياً معاصراً ورئيسياً وضع العالم على عتبة مرحلة جديدة لم يعهدها من قبل، إذ يمكننا القول أننا نعيش (عالمًا جديدًا) يختلف كل الاختلاف عن سابقه الذي امتد حتى بدايات عقد الثمانينات من القرن الماضي، كما شهد العالم موجة من التغيرات والتحولات الرهيبة مست مختلف مناحي الحياة أين تم التحول إلى مجتمع المعلومات، الذي يتخذ من المعرفة والتقنية مرتكزا له.

ولا شك في أن هذه التغيرات والمستجدات التي طرأت على العالم بانتهاء القرن العشرين وبالتالي تأثر النظام الاقتصادي العالمي بها، ومن ثم برزت أوضاع ومعالم نظام اقتصادي عالمي يختلف عن سابقه؛ إن هذه الأوضاع الجديدة ستتيح فرصا لبعض أطراف هذا النظام، وهؤلاء هم صانعوه في الواقع، بينما على البعض الآخر مواجهة تحديات مختلفة ومتنوعة وقد تكون كبيرة، إذ لا ريب في أن تلك التحولات تؤثر على مسارات التنمية بالدول المتخلفة نتيجة لصلتها بعمليات التنمية والتخطيط وصناعة القرارات المرتبطة بالخروج من التخلف وتحقيق التنمية؛ وعلى نسق العلاقات الدولية، فالتخطيط الاقتصادي تعرض فكرًا وممارسة لأزمة شديدة منذ بداية السبعينات والثمانينات واشتدت أزمة التنمية في أغلب البلدان المتخلفة وتجلت ذلك بوضوح أكثر مع انهيار النظم الاشتراكية في أواخر الثمانينات ومطلع التسعينيات.

والمأمل في مختلف القطاعات الاقتصادية يجد أن القطاع المصرفي يعد من أكثر الأنشطة استجابة وتأثرا بهذه المتغيرات العالمية وبخاصة العولمة المالية وتداعياتها، بدليل ما نلحظه من اتجاهات عالمية حديثة في مجال الصيرفة وتكوين الكيانات المصرفية العملاقة القادرة على المنافسة واقتحام الأسواق الخارجية عن طريق تبني فلسفة المصارف الشاملة، كما شهد العالم موجة من التحرير المالي والمصرفي بعد إبرام اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات GATS فضلا عن الدور الذي لعبته قرارات لجنة بازل للرقابة المصرفية وكفاية رأس المال بهدف ضمان سلامة واستقرار الأنظمة المصرفية على المستوى العالمي، وممارسة نوع جديد من العمل المصرفي هو الصيرفة الإلكترونية نتيجة توظيف الابتكارات التكنولوجية الحديثة والمذهلة وتطور تقنيات الاتصال.

ونظرا لما يحتله النظام المصرفي في الجزائر من أهمية خاصة بوصفه أحد المتطلبات الرئيسية لإنجاح الجهود الاقتصادية الرامية إلى تعزيز عملية النمو الاقتصادي وتحسين مناخ الاستثمار، فضلا عن حشد وتعبئة المدخرات وتوجيهها نحو مجالات الاستثمار المنتجة، فقد شهدت البيئة المالية والمصرفية الجزائرية عدة تطورات ومستجدات أبرزها إعادة هيكلة القطاع المالي والمصرفي في إطار البرنامج الحكومي للإصلاح الاقتصادي والمالي وكذا سعي الاقتصاد الجزائري للانضمام في الاقتصاديات الإقليمية والعالمية وكذا ما سوف تشهده هذه البيئة مستقبلا بالانضمام المرتقب للجزائر لمنظمة التجارة العالمية وتحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية، إذ أن ذلك يتطلب من مؤسسات الجهاز المصرفي الجزائري وفي مقدمتها البنك المركزي الجزائري والمصارف التجارية والمتخصصة استشعار تحديات المرحلة القادمة وهذا ما يفرض عليها البدء في تنفيذ الخطوات الإجرائية لإنشاء منظومة مصرفية جديدة بمواكبة التطورات الاقتصادية.

ويعد إصلاح النظام المصرفي الخطوة الأساسية للإصلاح الاقتصادي بحيث يحتل النظام المصرفي ضمن الهيكل المالي للاقتصاد مركزا حيويا في تعبئة المدخرات وتمويل التنمية من خلال قدرته في تدفق الأموال بين فئات الاقتصاد الوطني ولهذا يشير الكثير من الاقتصاديين أنه لولا الخدمات الكثيرة التي قدمها النظام المصرفي في الدول المتقدمة لما استطاعت هذه الدول أن تبلغ ما بلغته من تقدم اقتصادي ونمو.

ويأتي المشكل العام لإصلاح المنظومة المصرفية في صلب الإصلاحات الاقتصادية وعليه فقد أصبحت كل عملية إصلاح في المنظومة المصرفية عملية جوهرية لأنه سوف يترتب عنها حتما انعكاسات على كل مناجي الحياة الاقتصادية، إلا أن إشكالية تكييف الجهاز المصرفي مع حركية الإصلاحات الاقتصادية والمؤسسية لا تثير مسألة الأطر والمتغيرات في جهاز التسيير واستعمال مختلف الأدوات فحسب بل إنها تطرح كذلك معرفة ما إذا كانت أجهزة التنظيم والتأطير والمراقبة لا تتطلب فحصها من جديد، إضافة إلى أن العولمة الاقتصادية والمالية تلقي بمتغيراتها على الصناعة المصرفية سواء كانت محلية أو غير ذلك، الأمر الذي يتعين على المصارف مواجهة مثل هذه المتغيرات، حيث يلاحظ أن العولمة سوف تتيح فرصا للمصارف لزيادة الاستخدام الأمثل وفتح المزيد من الفروع في البلدان الأخرى شريطة إعادة هيكلتها وزيادة رؤوس أموالها وتنفيذ خطة محكمة للاندماج الذي يحقق لها مزيدا من الكفاءة والتطوير والمنافسة وتحسين نوعية خدماتها وتطوير مشاريعها، وخصوصا مع سقوط الحواجز والقيود بالنسبة للصناعة المصرفية، واعتبار السوق المحلية جزءا من السوق العالمية التي يمكن لأي مصرف دخولها وتقديم خدماته فيه، لذلك يجب على المصارف الجزائرية الاستعداد الفوري لهذا التحدي الكبير.

وعلى ضوء العرض السابق يأتي بحثنا الذي اخترنا له عنوان:

متطلبات تطوير وتحديث الخدمات المصرفية في الجزائر (دراسة الواقع والآفاق)

وقمنا بصياغة وبلورة الإشكالية الرئيسية التي نود معالجتها في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يمكننا تطوير وتحديث الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الجذرية التي تشهدها الجزائر وتحديات العولمة وانعكاساتها؟.

وعليه سنحاول تفكيك هذه الإشكالية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي الخدمات المصرفية وما هي أنواعها؟
2. ما هي آليات تحرير وسبل تطوير الخدمات المصرفية في ظل آثار العولمة الاقتصادية والمالية على قطاع الخدمات المصرفية؟
3. ما هو واقع الجهاز المصرفي قبل وبعد الإصلاحات؟ وكيف يمكن إعادة هيكلة الجهاز المصرفي بما يتماشى مع متطلبات التنمية الاقتصادية الشاملة والدائمة؟ وهل أعطت الإصلاحات الاقتصادية والمصرفية الثمار المرجوة منها؟.
4. في ظل العولمة الاقتصادية والمالية كيف يمكن للمنظومة المصرفية الجزائرية امتلاك مقومات مواكبة التطور المتسارع للصناعة المصرفية العالمية؟ وما هي سبل تحديث وعصرنة المصارف الجزائرية حتى يتسنى لها الاندماج في الاقتصاد العالمي وتتمكن من الصمود في وجه المنافسة القوية؟

I. أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة الحالية أهمية خاصة إذ تعالج موضوعا على قدر كبير من الأهمية تكمن أهميته في العديد من الجوانب أهمها:

1. أن الجزائر ليست في منأى عن التحولات التي تشهدها الساحة الدولية وأنها تتأثر وبشدة بكل ما يحدث من تغيرات إقليمية ودولية تفرض عليها الإسراع في تبني الإصلاحات الاقتصادية اللازمة من أجل الانفتاح والتحول إلى اقتصاد السوق.
2. أن القطاع المصرفي الجزائري مقبل على مرحلة جديدة من مراحل التطور الاقتصادي وسيق الإصلاحات والتحولات الذي تلعب فيه المنافسة دورا هاما في تحديد الأوضاع بالنسبة لهذه المصارف. وقد طرحت فكرة تطوير الخدمات المصرفية كمرتكز أساسي للقدررة التنافسية للمصارف في هذه المرحلة لتفعيل الدور الذي يجب أن تلعبه المصارف الجزائرية لمسايرة هذه التطورات العالمية.

3. أن وجود جهاز مصرفي فعال في الجزائر سوف يؤدي دورا إستراتيجيا في تعبئة الموارد والمدخرات المالية وتهيئتها للاستثمار وكذا بث روح الحيوية في القطاعات الاقتصادية

المختلفة وتحريك عجلة النمو الاقتصادي علي نحو متسارع فضلا عن مساهمته في جذب الاستثمارات المغتربة والعربية والأجنبية.

4. أن المعلومات التي توفرها دراسة تطوير وتحريير الخدمات المصرفية يمكن أن تعتبر مدخلا لتطوير وتحسين جودة ما تقدمه المصارف التجارية من خدمات مصرفية، وإن استطاعت المصارف تحقيق ذلك فإنه يمكن أن تضمن بقاءها واستمرارها.

II. أهداف الدراسة

بناء على ما تقدم نحاول في هذه الدراسة بلوغ الأهداف التالية:

1. تسليط الضوء على بعض المفاهيم والمضامين للجهاز المصرفي وكذلك التعريف بأهميته على المستوى الاقتصادي وخصوصا في ظل التحول إلى اقتصاد السوق والعولمة المالية.

2. البحث في دراسة إمكانية إنشاء منظومة مصرفية تتماشى والتغيرات الاقتصادية الراهنة.

3. التعرف على طبيعة الدور الاستراتيجي الذي تقوم به المصارف حاليا أو في المستقبل المنظور باتجاه بناء اقتصاد قوي فضلا عن معرفة الدور الذي يمكن أن تقوم به المصارف التجارية والمتخصصة سواء أكانت محلية أم أجنبية في إنجاح وتحقيق الأهداف والخطط التنموية المسطرة.

4. التعرف على دور الإصلاحات المصرفية في تهيئة المناخ لعمل السياسة الائتمانية للقيام بدورها الهام والمساهمة في عملية التنمية والإنعاش الاقتصادي.

5. لفت انتباه الباحثين الأكاديميين والممارسين إلى ضرورة الاهتمام بالبحث في مجال تطوير وتحريير الخدمات المصرفية، والاهتمام أيضا بجودة الخدمات المصرفية وكل المفاهيم المرتبطة بتحقيق التنافسية والتميز في تقديم الخدمات المصرفية.

III. فرضيات الدراسة

لمعالجة هذه القضايا نفترض من البداية مجموعة من الفرضيات التي نسعى لاختبارها وهي على النحو التالي:

1. إصلاح وتطوير وتحريير المنظومة المصرفية في الجزائر يتماشى ومتطلبات المرحلة ويحقق التنمية المسطرة.

2. لا يمكن توضيح دور المصارف في التنمية الاقتصادية إلا من خلال إعطاء نظرة شاملة عن نشأتها منذ الاستقلال وذلك لارتباط واقع المصارف الحالية بأساليب التسيير السابق.

3. غياب المردودية المالية للمصارف كان سببه سوء التسيير إضافة إلى هيمنة الدولة عليها.

4. تعد التحولات الاقتصادية في الجزائر دافعا لتطوير وإبراز دور النظام المصرفي في خلق التوازن الاقتصادي.
5. تتميز خدمات المصارف العمومية الجزائرية كونها محدودة وتقليدية وضعيفة التنافسية، كما أنها تقتصر إلى متطلبات تطور الصناعة المصرفية على المستوى العالمي.
6. لا يكون لنظام تطوير الخدمات والمنتجات المصرفية دور فعال، ما لم يكن مستوحي من واقع السوق المصرفية المحلية والدولية، لأن لهذه الأخيرة انعكاس واقعي لحاجيات ورغبات الزبائن المستهدفين في تلك السوق.

IV. حدود الدراسة:

يجب أن يعلم مسبقا أن هذه الدراسة هي دراسة اقتصادية تحليلية بالدرجة الأولى تتعلق بمحاولة وضع خطوط تمييز بين النظام المصرفي قبل الإصلاحات وبعدها وتهيئته للدخول في اقتصاد السوق وكيفية الصمود في وجه المنافسة العالمية والإقليمية في ضوء التطور الكبير الذي تشهده الصناعة المصرفية مقتصرين على إبراز انعكاس العولمة المالية والتحول إلى اقتصاديات السوق على المصارف الجزائرية العمومية باعتبارها مهيمنة على السوق المصرفي في الجزائر وبالتالي فإن أي تحديث وتطوير يجب أن يمسه هي بالدرجة الأولى إضافة إلى التحديات التي تفرضها عليها هذه التحولات حتى تواكب التطورات الحاصلة في مجال الصناعة المصرفية وأن تعمل على إيجاد أسباب استمرارها ولعب دورها الريادي في السوق المصرفية الجزائرية.

كما سنحاول معالجة الموضوع بصفة أساسية للفترة من 1990 إلى غاية اليوم، وذلك لاعتبار هذه الفترة نقطة التحول التي أصبح المحيط المصرفي يشهد فيها تغيرات سريعة وجذرية، إما على مستوى التشريعات أو على مستوى المعاملات، التحول إلى اقتصاد السوق وإعادة هيكلة وتنظيم الاقتصاد الوطني وفق قواعد السوق، وكذا تطوير العمل المصرفي وتنوع نشاطه مما أوجب على المصارف العمومية الجزائرية التكيف مع التغيرات الناتجة عن محيط تنافسي مفتوح حتى يتسنى لها لعب دورها الريادي المنوط بها.

V. منهج الدراسة:

لبحث ودراسة الموضوع والإجابة على الإشكالية والأسئلة المطروحة واختبار صحة الفرضيات المصاغة اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لاستعراض مختلف المفاهيم الأساسية سواء تلك المتعلقة بالعولمة أو تلك الخاصة بالخدمات المصرفية، وكذا تحليل دور المصارف في بناء اقتصاد قوي في الجزائر واستعراض الدور المعول للمصاريف التجارية والمتخصصة في ظل اقتصاد السوق والعولمة فضلا عن وصف بعض العوامل الخارجية المؤثرة في

المنظومة المصرفية، وهذا ما يتوافق مع طبيعة البحث، بما يساعد على فحص جميع المعلومات ومن ثم تحليلها واستخلاص أهم الملاحظات والنتائج، إضافة إلى استخدام المنهج التاريخي لاستعراض أهم محطات التحولات والإصلاحات الاقتصادية والمصرفية في الجزائر منذ الاستقلال.

كما استطعنا الحصول على البيانات الثانوية التي تخدم أهداف البحث من المصادر التالية:

1. التقارير السنوية للبنك المركزي الجزائري ونشراته المختلفة
2. التقارير السنوية والفصلية الصادرة عن المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي (CNES).
3. المجموعات الإحصائية السنوية للديوان الوطني للإحصاء.
4. الكتب والمراجع العلمية والدوريات والرسائل الجامعية.

VI. الدراسات السابقة:

الدراسات كثيرة وكثيرة جدا، نذكر منها:

1. دراسة (زيدان محمد 2005) قدمت لنيل شهادة الدكتوراه الدولة من كلية الاقتصاد وعلوم التسيير بجامعة الجزائر، تحت عنوان **دور التسويق في القطاع المصرفي دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية**، وقد تطرق الباحث إلى أهمية التسويق المصرفي ودوره في تطوير الخدمات المصرفية بالمصارف الجزائرية، مبرزاً نمو وتزايد الدور الذي تقوم به المؤسسات المصرفية الائتمانية في اقتصاديات الدول، ازدياد الحاجة إلى إدارات تتمتع بدرجة عالية من الكفاءة في تسويق المنتجات والخدمات المصرفية، باعتبارها تمثل أكثر القطاعات الاقتصادية أهمية وخلصت الدراسة إلى حتمية وضرورة تطبيق التسويق في المصارف الجزائرية وإدخال الخدمات الجديدة والارتقاء بمستوى جودتها لمواجهة المنافسة في السوق المصرفية الجزائرية.

2. دراسة (عبد القادر بريس 2006) قدمت لنيل شهادة الدكتوراه بكلية الاقتصاد وعلوم التسيير بجامعة الجزائر، تحت عنوان **التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للمصارف الجزائرية** وتعد هذه الدراسة من الدراسات المتميزة، إذ عالجت إبراز التحديات التي تواجه المصارف الجزائرية في ظل التطورات التي أصبحت تميز البيئة المصرفية العالمية، وما هي الآليات التي يمكن إتباعها لمواجهة تلك التحديات، وكيف يمكن تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للمصارف الجزائرية وبخاصة بعد انفتاح الاقتصاد الجزائري على الاقتصاد العالمي وفي ظل التحرر المالي، وما هو الدور الذي يجب أن تلعبه المصارف الجزائرية لتسهيل الاندماج في الاقتصاد العالمي، وتوصل الباحث إلى أن العولمة الاقتصادية بمختلف أبعادها لعبت دوراً بارزاً باتجاه المزيد من التحرر وترابط اقتصاديات دول العالم وأن تبني الجزائر لسياسة التحرير المالي والمصرفي جاء في سياق الإصلاحات الاقتصادية والإصلاحات المصرفية التي تم

مباشرتها مع مطلع التسعينات من القرن الماضي، بهدف التحول من نظام الاقتصاد الموجه إلى تبني آليات اقتصاد السوق.

3. دراسة (علي بطاهر 2006) قدمت لنيل شهادة الدكتوراه الدولة من كلية الاقتصاد وعلوم التسيير بجامعة الجزائر، تحت عنوان **إصلاحات النظام المصرفي الجزائري وأثرها على تعبئة المدخرات وتمويل التنمية**، وتعتبر هذه الدراسة إحدى الدراسات التحليلية التي عالجت هذا الموضوع في الاقتصاد الجزائري، وتعتبر بمثابة تقييم مهم للنظام المصرفي الجزائري وخصوصا في شكل المشكلة المطروحة وفي نوع المعايير التحليلية التي اعتمدها الدراسة وفي طول الفترة الزمنية التي شملها التحليل، حيث حكم إطار الدراسة الزمني اعتبار كون الفترة تمثل سنوات حافلة بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وكونها تغطي مراحل الانفتاح الاقتصادي التي لها أثرها الواضح في عملية التنمية الاقتصادية وقد استنتج الباحث محدودية النظام المصرفي (سياسة وأدوات) في تعبئة المدخرات وفي تمويل التنمية رغم التغيرات الهيكلية والمؤسسية التي صاحبت تطوره.

4. دراسة (جلال محزوي 2006) قدمت لنيل شهادة الدكتوراه من كلية الاقتصاد وعلوم التسيير بجامعة الجزائر، تحت عنوان **نحو تطوير وعصرنة القطاع المصرفي في الجزائر**، وقد هدفت هذه الدراسة من خلال دراسة خصائص الجهاز المصرفي الجزائري وتطوراته إلى معرفة الأشواط التي قطعها هذا القطاع الاقتصادي المهم، وذلك في ظل التغيرات الحادثة في المناخ الاقتصادي بالإضافة إلى معرفة أساليب وآليات التمويل المعتمدة وأثرها على القطاعات الأخرى وذلك من خلال التركيز على إصلاحات السبعينات والثمانينات وبداية التسعينات. وخلصت الدراسة إلى أنه يجب العمل على وضع المصارف الجزائرية في إطار تنافسي، وذلك عن طريق فتح رؤوس أموالها للمستثمرين الخواص الوطنيين أو الأجانب ومواصلة تشجيع استفاد مؤسسات مصرفية أجنبية، كما ينبغي التفكير في إعادة تنظيم للجهاز المصرفي من خلال عصرنته وتطهيره لكي تصبح الإصلاحات ممكنة وناجعة وبالتالي تحقق النمو الاقتصادي المنشود.

5. دراسة (جمال حود مويصة 2006) قدمت لنيل شهادة الدكتوراه من كلية الاقتصاد وعلوم التسيير بجامعة الجزائر، تحت عنوان **التحولات المصرفية في الجزائر في ظل الإصلاحات الاقتصادية والمتغيرات الدولية** حيث تأخذنا هذه الدراسة إلى القيام بجولة استطلاعية للوضع الاقتصادي للجزائر منذ الاستقلال مع التركيز بوجه الخصوص على الفترة الممتدة فيما بين 1990 و1998 وهي الحقبة التي عاش فيها الاقتصاد الجزائري تحولات استثنائية في خضم الاضطرابات الشعبية. وتهدف هذه الدراسة إلى تقييم المسار الذي انتهجته الجزائر لتحقيق الاستقرار الاقتصادي الكلي والتحول الشامل لاقتصادها لاسيما انطلاقا من نظام التخطيط المركزي إلى اقتصاد السوق.

6. دراسة (محمد زميت 2006) قدمت لنيل شهادة الماجستير من كلية الاقتصاد وعلوم التسيير بجامعة الجزائر، تحت عنوان **النظام المصرفي الجزائري في مواجهة تحديات العولمة**

المالية وقد استهدف هذا البحث إبراز موضوع في غاية الأهمية يعالج التحديات التي تواجه المصارف الجزائرية في ظل تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية، واندماج أسواق المال العالمية، وكيفية وضع آليات واستراتيجيات لتحديث المصارف وترقية العمل المصرفي من أجل التكيف بفعالية وبكفاءة مع تلك التحديات، وقد خلصت الدراسة إلى أنه رغم الإصلاحات التي تعاقبت على النظام المصرفي إلا أن إشكاليات عديدة ما تزال تطرح على مستوى هذا النظام، من خلال الممارسات القائمة بحيث لا يزال لم يحدث قطيعة حقيقية لنظام التمويل السابق لاسيما وأن المصارف ورثت العجز المتراكم للمؤسسات العمومية العاجزة عن تسديد الديون المستحقة عليها، إذ كلفت إعادة الرسملة وتطهير محافظ المصارف منذ التسعينيات أكثر من 10 ملايين دولار.

كما استطعنا أن نطلع على العديد من الدراسات التي أنجزت في الجامعات العربية نذكر البعض منها:

7. دراسة (نعمان عبد الله علي غلاب 2006) قدمت لنيل شهادة دكتوراه الفلسفة في العلوم المالية والمصرفية من الأكاديمية العربية للعلوم المصرفية بالأردن، تحت عنوان أثر سياسة التحرر المالي على كفاءة القطاع المصرفي في ظل العولمة المالية دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة في اليمن وقد استهدفت هذه الدراسة تحليل وضع المصارف العاملة في اليمن وتقييم كفاءتها الإنتاجية من خلال معرفة كيفية ومدى تأثير سياسة التحرر على كفاءة القطاع المصرفي فضلا عن تقصي مدى قدرة المصارف اليمنية على مواجهة التحديات المستقبلية في ظل سيطرة الدول المتقدمة اقتصاديا وحتى تستطيع هذه المصارف على مجابهة تحديات موجة التحرر المالي، بالاستفادة من مزاياها وفرصها أو تجنب التهديدات والمخاطر الناجمة عنها كما هدفت الدراسة إلى تقصي مدى تأثير بعض العوامل مثل كفاية رأس المال، حجم المصرف... الخ على كفاءة القطاع المصرفي.

8. دراسة (سوزان سمير نيب عيسى 2006) قدمت لنيل شهادة دكتوراه الفلسفة في المصارف من كلية العلوم المالية والمصرفية بالأكاديمية العربية للعلوم المصرفية بالأردن، تحت عنوان أثر دخول المصارف الأجنبية على السوق المصرفي المحلي في الأردن ودول الخليج العربي وقد خلصت الدراسة إلى أن دخول المصارف الأجنبية له تأثير مرغوب فيه في حالات معينة وغير مرغوب فيه في بعض الحالات الأخرى. أما من الناحية الإيجابية، فإن زيادة دخول المصارف الأجنبية تؤثر في أداء المصارف المحلية وتجعلها أكثر كفاءة وفعالية، أما من الناحية السلبية فإنها تؤدي إلى تخفيض هامش صافي الفائدة وتخفيض الأرباح المحاسبية وزيادة المصاريف التشغيلية كما خلصت الدراسة إلى أن التأثير يختلف من بلد إلى آخر فيكون مرغوبا فيه في بلد ما وغير مرغوب فيه في بلد آخر.

VII. خطة وهيكل الدراسة:

قمنا بوضع خطة للدراسة تتضمن مقدمة عامة يتبعها أربعة فصول، ثم نتائج الدراسة والتوصيات على ضوء الفروض الأساسية والهدف من البحث وذلك حسب الهيكل التالي:

ففي الفصل الأول المعنون بمدخل للخدمات المصرفية سنتناول فيه تحديد مفهوم الخدمات بصفة عامة والخدمات المصرفية بصفة خاصة، كما سنتطرق من خلاله إلى خصائص ومميزات وتصنيفات هذه الخدمات كما يتناول فيه جودة الخدمة المصرفية الذي يمثل أحد العناصر الرئيسية المساعدة على تطوير الخدمات المصرفية وأهم الأساليب الكفيلة بالوصول بها إلى مستويات تنافسية متطورة. كما سنتطرق إلى عرض وتشخيص أنواع الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف.

أما الفصل الثاني المعنون بتحرير وتطوير الخدمات المصرفية فيتناول مفهوم ونشأة وأبعاد العولمة الاقتصادية والتطورات الاقتصادية العالمية المصاحبة والأصول الفكرية لها ثم تعرض لخصائص وسمات العولمة البعد المالي للعولمة أو ما يعرف بالعولمة المالية وأثرها على النشاط المصرفي ليعالج عولمة الأنشطة المالية والمصرفية من خلال تحرير الأسواق المالية والنقدية، وانعكاسات العولمة المالية على القطاع المصرفي في ظل التطورات الاقتصادية والمالية. كما سنتطرق إلى الاتجاهات الأساسية لتطوير الخدمات المصرفية وتحرير الخدمات المصرفية في ظل التطورات الاقتصادية والمالية.

ويعالج الفصل الثالث تقديم الجهاز المصرفي الجزائري عن طريق التطرق إلى أهم المحطات التي عرفتها المنظومة المصرفية الجزائرية وهيكلها العام من خلال فترتين مهمتين هما الإصلاحات قبل صدور قانون 90-10 والإصلاحات بعد صدور القانون ومن ثم والتعرض بالشرح والتحليل إلى قانون النقد والقرض الجديد 03-11 والذي يلغي قانون 90-10 وتعديلاته.

أما الفصل الرابع: تحديات الخدمات المصرفية في الجزائر ومتطلبات التطوير والتحرير فسننتاول فيه أهم التحديات التي تواجهها المصارف الجزائرية، في ظل التطورات العالمية من خلال تشخيص واقع الخدمة المصرفية في الجزائر والوضعية الراهنة التي تعيشها وأهم التحديات التي تواجهها المصارف الجزائرية ومن ورائها الخدمات المصرفية مركزين على خمسة نقاط نراها أساسية وهي أهم متطلبات اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي واتفاقية تحرير تجارة الخدمات والخدمات المالية والمصرفية وآثارها المرتقبة على المصارف الجزائرية، ومتطلبات تكييف المصارف الجزائرية مع مقررات لجنة بازل للرقابة المصرفية وأثر التطورات التكنولوجية على تغيير ملامح العمل المصرفي الدولي ومدى مواكبة المصارف الجزائرية لهذه التطورات، أخيرا انتشار ظاهرة

غسيل الأموال والسبل المتخذة لمكافحتها دوليا ومحليا، وفي الأخير سنتطرق إلى آفاق تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر وما هي السبل الكفيلة بترقيتها وتطويرها حتى تكتسب قدرة تنافسية في ظل الانفتاح الاقتصادي والتحرير المصرفي.

أما الخاتمة العامة فتم فيها تلخيص عام للبحث، ثم اختبار الفرضيات المطروحة في المقدمة، ليتم بعد ذلك استعراض أهم النتائج المتوصل إليها، فالتوصيات التي يراها الباحث انطلاقا من هذه النتائج ليتم في النهاية تحديد الآفاق الممكنة لهذا البحث.

الفصل الأول: مدخل للخدمات المصرفية

الفصل الأول: مدخل للخدمات المصرفية

تمهيد الفصل الأول:

تمثل الخدمات المصرفية أحد أهم الأنشطة الاقتصادية في أي دولة، وقد عرفت هذه الخدمات مجالا كبيرا من التغيير والتطور بفضل التكنولوجيا الحديثة التي تبنتها المصارف وتعمل هذه المصارف جاهدة من اجل تطوير خدماتها المصرفية من خلال تنويعها وتحديثها حسب ظروف السوق وطبيعة المنافسين من اجل كسب عدد اكبر من الزبائن.

لقد أصبح تطوير الخدمات المصرفية ضرورة وليس ترفا، تتبع من الظروف المتغيرة التي يشهدها العالم الآن، وعلى رأسها المنافسة القوية المتوقعة خلال السنوات القادمة، من جانب المصارف والهيئات المالية العالمية التي ستدخل إلى السوق الجزائرية في ظل تطبيق اتفاقية تحرير التجارة من الخدمات المصرفية والمالية، بالإضافة إلى وجود العديد من محفزات التطوير الأخرى، كالفرض والتهديدات المرتبطة بالتطور الهائل في مجال الاتصالات والمعلومات، وارتفاع تطلعات الزبائن حيث صارت جودة الخدمة، وليس ولاء الزبون للمصرف، هي معيار الاختيار بين المصارف بالنسبة للزبائن.

و من خلال هذا الفصل نهدف في المبحث الأول منه إلى إبراز وتحديد مفهوم الخدمات بصفة عامة والخدمات المصرفية بصفة خاصة ومن ثم خصائص ومميزات وتصنيفات هذه الخدمات أما في المبحث الثاني جودة الخدمة المصرفية: السبيل إلى تحقيق الميزة التنافسية فنتناول فيه الثاني جودة الخدمة المصرفية التي تمثل أحد العناصر الرئيسية المساعدة على تطوير الخدمات المصرفية وأهم الأساليب الكفيلة بالوصول بها إلى مستويات تنافسية متطورة وفي المبحث الثالث فسنتناول عرض وتشخيص أنواع الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف.

المبحث الأول: الخدمات المصرفية: المفاهيم والأسس الفكرية

أدت التطورات الاقتصادية الجديدة إلى ظهور الخدمات بأشكالها المختلفة فهي ميدان واسع مما أُلزم علينا دراسة مفهوم الخدمات وأهم خصائصها وتصنيفاتها.

أولاً: مفهوم الخدمات

عرفت الخدمة المصرفية مجالاً كبيراً من التطور بفضل التكنولوجيا الجديدة التي أضافت إليها العديد من التقنيات للحفاظ على الزبون الحالي، والسعي لجلب زبائن جدد من خلال الأداء الحسن لها وتحقيق الجودة المتوقعة، وباعتبارها عنصراً هاماً من عناصر المزيج التسويقي المصرفي تضيف الخدمة بخصائصها تميزاً عن باقي العناصر المشكلة له.

1- ظهور الخدمة

تعتبر الخدمات قطاع اقتصادي كامل ومستقل بذاته لم يكن في بداياته بالشكل الحالي ويرجع هذا لعدة أسباب منها:

- أن المؤسسات العامة ضمن هذا القطاع لم تكن سوى مؤسسات خدمية صغيرة وفريدة.
- أدى التوسع العمراني للمدن وتغير الوضع وازدياد الطلب على الخدمات إلى جانب تطور وتوسيع نشاطات القطاعات الأخرى غير الخدمية إلى فتح الباب أمام ظهور نشاطات جديدة دعمت قطاع الخدمات وساهمت في تنوعه وتعدد مجالاته فأصبح كل من: المصرف، التأمين، السياحة، النقل وميادين أخرى تنتمي إلى هذا القطاع الذي أصبح استراتيجياً وحيوياً، ومن خلال هذا التنوع والتعدد تطورت الخدمة كمنتج له ما يميزه عن باقي المنتجات المادية¹.

2- تعريف الخدمة

لعل أسهل تعريفات الخدمات وأكثرها شيوعاً هو محاولة التمييز بين السلع والخدمات على أساس الخصائص المادية واللامادية لكل منهما. ففي حالة السلع فإنه يمكن وصفها وتحديد سماتها المادية وصفاً دقيقاً، في حين أن الأمر يختلف في حالة الخدمات، فالعمليات المؤدية إلى تحسين الصحة، أو إصلاح السيارات، أو إجراء مدفوعات، أو استثمارات مالية تصنف على أنها خدمات² غير أن التطورات التكنولوجية غيرت من طبيعة المعايير التي اعتاد الإنسان الاعتماد عليها في وصف الخدمات، فالسمات اللامادية (أي المعنوية) وعدم إمكانية التخزين، وتزامن الإنتاج والاستهلاك

¹ - محمد فريد الصحن، «إدارة التسويق»، الدار الجامعية الإبراهيمية، الإسكندرية 1996، ص 341.

² حاتم سامس عفيفي، «التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم»، الدار المصرية اللبنانية للنشر، الطبعة الثانية، القاهرة 1993، ص: 295

كخصائص للعمليات التي توصف "بالخدمات" تتغير كلياً أو جزئياً مع التطورات التكنولوجية مثلما حدث في حالة تسليم الخدمات عن بعد بواسطة وسائل الاتصال وعمليات تخزين المعلومات بواسطة الحاسب الآلي كأحدى ثمار ثورة الخدمات التي بدأت تتضح معالمها منذ عقد السبعينات، وتزايدت قوة وانتشارها في عقد الثمانينات.

من هنا، أصبحت هناك حاجة ملحة للبحث عن تعريف أكثر تحديداً لمصطلح "الخدمات"، رغم أن هناك عدة أسباب تراكمت جعلت من الصعب إيجاد تعريف دقيق للخدمة.

فإذا بحثنا جيداً في أصل كلمة خدمة والتي يقابلها بالفرنسية لفظ (Service) نجد أن أصلها الأول لاتيني (Servium) التي تعني العبودية، أي كثرة خدمة الأسياد (الملوك)، بينما نجده في الاقتصاد يمثل الزبون هو السيد¹، وللوقوف على تعريف صحيح للخدمات وجب علينا التعرض لمجموعة من التعريفات التي وردت في هذا الشأن نذكر منها²:

فقد عرف "Kotler" الخدمة بأنها أي عمل أو أداء غير ملموس يقدمه طرف إلى آخر من دون أن ينتج عن ذلك ملكية شيء ما، فتقديم الخدمة قد يكون أو لا يكون مرتبطاً بمنتج مادي، كما عرفها عرفها "Kotler et Armstrong": فقد عرفا الخدمة بأنها نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى آخر وتكون في الأساس غير ملموسة أو غير مادية ولا يترتب عليها أية ملكية، فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي أو لا يكون.

أما الجمعية الأمريكية للتسويق "AMA" فقد عرفت الخدمة بأنها النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة، وعرف زياد رمضان ومحفوظ جودة الخدمات بأنها أوجه نشاط غير ملموسة تهدف إلى إشباع حاجات ورغبات الزبون مقابل دفع مبلغ معين من المال على ألا يفترن تقديم الخدمة ببيع سلعة أخرى³.

في حين يقصد محمد الصيرفي بالخدمة ذلك المنتج غير الملموس مادياً وهي إما تكون مستقلة مثل خدمة النقل وإما تكون مرتبطة بمنتج ما مثل خدمات ما بعد البيع⁴.

¹أفالون جيلالي، «تسيير جودة الخدمات»، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، فرع تسويق، المدرسة العليا للتجارة 2003 ص: 06

² - زكريا أحمد عزام، عبد الباسط حسونة، «مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق»، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2008، ص 259-260.

³ زياد رمضان ومحفوظ جودة، «الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك»، دار وائل للنشر، عمان 2000 ص: 307

⁴ - المرجع السابق لـ محمد الصيرفي، «إدارة التسويق»، ص 45.

في حين عرفت أيضا بأنها عبارة عن منتجات غير ملموسة أو على الأقل هي كذلك إلى حد كبير، فإذا كانت بشكل كامل غير ملموسة، فإنه يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستهلك، ولا يتم نقلها أو تخزينها، وهي قريبا تقنى بسرعة، فسلع الخدمات يصعب في الغالب تحديدها أو معرفتها لأنها تظهر للوجود بنفس الوقت الذي يتم شراؤها واستهلاكها فيه، فهي تتكون من عناصر غير ملموسة متلازمة يتعذر فصلها وغالبا ما تتضمن مشاركة الزبون بطريقة هامة، حيث لا يتم بيعها بمعنى نقل الملكية، وليس لها لقب أو صفة¹.

من خلال هذه التعاريف، يمكن تحديد الخدمة من خلال التفرقة بينها وبين السلعة وذلك بالنظر للخصائص المميزة لكل منهما، حيث تتميز الخدمة في غالب الأحيان بعدم قابلية التجزئة إضافة إلى أنها غير قابلة للمس²، ويمكن توضيح أهم الفروق بين الخدمات والسلع في الجدول التالي:

الجدول رقم 1-1 : أهم الفروقات بين الخدمات والسلع

الخدمة	السلعة
غير مادي وغير ملموس	شيء مادي ملموس
إشباع حاجات خاصة مثل الخدمة التعليمية	إشباع حاجات ورغبات المستهلك النهائي
لا يتم تخزينها إلا نادرا	يتم تخزينها
تستهلك بمجرد إنتاجها	لا تستهلك بمجرد إنتاجها
نادرا ما يتم تبادلها من شخص لآخر	يتم تبادلها من شخص لآخر

المصدر: محمد الصيرفي، «إدارة التسويق»، مؤسسة حورس للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005، ص 45.

ثانيا: تصنيف الخدمات

إن تصنيف الخدمات يطلق ويقصد به وضعها في مجموعات تتميز كل مجموعة منها بخصائص مشتركة، وتتعدد تصنيفات وتقسيمات الخدمات بتعدد المبادئ والمعايير التي يتم التصنيف على أساسها. وسوف نتعرض لأهم التصنيفات التي وضعها الباحثون في هذا المجال وفقا لمعايير وأسس مختلفة وهي كالآتي³:

1- تصنيف الخدمة حسب طبيعتها:

- خدمات ضرورية مثل الخدمة الصحية والتعليمية الإلزامية.

¹ شفيق عداد ونظام سويدان، «أساسيات التسويق»، دار الحامد للنشر، 1998، دونبلد.ص:250

² BRECHIGNAC- ROUBAUD BEATRICE، «le Marketing des services»، édition d'organisation، France 2002، p:71

³ - المرجع السابق لـ زكريا أحمد عزام، عبد الباسط حسونة، «مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق»، ص ص 262-264.

- خدمات كمالية مثل خدمة التسلية والترفيه.

2- تقسيم الخدمات حسب الاعتمادية في تقديم الخدمة:

- خدمات تعتمد في تقديمها على الإنسان بدرجة كبيرة.
- خدمات تعتمد في تقديمها على الآلات والمعدات بدرجة كبيرة، وهذه الخدمات قد تكون مؤتمتة مثل البيع الآلي والصراف الآلي....

3- تصنيف الخدمات حسب درجة ارتباطها بالسلع المادية:

- قام فيليب كوتلر بتصنيف الخدمات حسب درجة ارتباطها بالسلع المادية إلى أربعة أنواع هي¹
- خدمة أو خدمات ثانوية مصحوبة بسلعة أساسية مثل تقديم خدمات الإصلاح والصيانة والضمان عند بيع أجهزة الحاسب الآلي.
 - خدمة أساسية مصحوبة بسلعة أساسية مثل تقديم الوجبات بجانب خدمات النوم والترفيه في الفنادق.
 - خدمة أساسية مصحوبة بسلع وخدمات ثانوية مثل تقديم التذاكر والمأكولات والمشروبات مع خدمة السفر بالطيران.
 - خدمة صافية مثل تصنيف الشعر.

4- تقسيم الخدمات حسب: الزبون - السوق - المستفيد

- خدمات استهلاكية: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية مثل السياحة، التأمين على الحياة، الصحة...، لهذا سميت بالخدمات الشخصية.
- خدمات الأعمال(المنشآت): وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات المنظمات كما هو الحال في الاستشارات الإدارية والمحاسبية والقانونية والمالية وصيانة المباني والآلات، فهي موجهة للمستخدم الصناعي (المشتري الصناعي).

5- تصنيف الخدمات حسب الوقت المبذول في سبيل الحصول عليها

قام كل من Murphy and Enis بتصنيف الخدمات حسب الوقت المبذول في سبيل الحصول عليها والمخاطر المدركة والمرتبطة بشرائها إلى أربعة أنواع هي²:

¹ محمد سالم، «تسويق الخدمات، المبادئ العلمية والحالات التطبيقية»، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1997، ص: 35

² P.E Murphy and B. Enis، «Classifying Products Strategically» Journal of Marketing ،vol.50(July)،1986.pp:25-29.

- **الخدمات التسويقية:** وهي الخدمات التي يبذل مشتريها وقتا وجهدا أكبر في سبيل الحصول عليها، ومخاطرها المدركة أكبر نسبيا بالمقارنة بالخدمات الاستقرابية والتفضيلية، ومن أمثلة هذه الخدمات التأمين والخدمة الصحية وتأجير المنازل.
- **الخدمات الاستقرابية:** وهي الخدمات التي لا يبذل مشتريها وقتا وجهدا كبيرين في سبيل الحصول عليها، حيث تكون مخاطرها المدركة سواء المالية أو النفسية أو المادية أو الوظيفية أو الاجتماعية صغيرة، ومن أمثلة هذه الخدمات النقل العام.
- **الخدمات الخاصة:** وهي الخدمات التي يكون مشتريها على استعداد لبدل وقت وجهد كبيرين في سبيل الحصول عليها، على الرغم من ارتفاع سعرها نسبيا ومن أمثلة هذه الخدمات خدمة الجراحين المشهورين.
- **الخدمات التفضيلية:** وهي الخدمات التي يبذل مشتريها وقتا وجهدا أكبر في سبيل الحصول عليها، ومخاطرها المدركة أكبر نسبيا بالمقارنة بالخدمات وتحاول بعض المنظمات تحويل خدماتها من استقرابية إلى تفضيلية عن طريق القيام بالأنشطة التسويقية المختلفة، مثل تمييز منتجاتها والإعلان عنها، ومن أمثلة هذه الخدمات تصفيف الشعر.

6- تقسيم الخدمات حسب ضرورة حضور المستفيد إلى أماكن تقديمها

- خدمات تتطلب حضور المستفيد لأماكن تقديم الخدمات: مثل العمليات الجراحية أو السفر، فحضور المستفيد أمر ضروري.
- خدمات لا تتطلب حضور المستفيد لأماكن تقديم الخدمة: مثل خدمات صيانة السيارات وتنظيف الملابس.

7- تصنيف الخدمات حسب درجة الاتصال بالمستفيد:

- خدمات ذات اتصال شخصي عالي: مثل خدمات الطبيب والمحامي والتعليم....
- خدمات ذات اتصال شخصي منخفض: مثل خدمة الصراف الآلي والتسويق عبر الإنترنت.
- خدمات ذات اتصال شخصي متوسط: مثل خدمة المطاعم السريعة وخدمة الترفيه في المسرح.

8- تصنيف الخدمات حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمة:

- خدمات مهنية: مثل خدمات الأطباء والمستشارين والمرضىين.
- خدمات غير مهنية: مثل خدمات تنظيف الملابس وحراسة العمارات وفلاحة الحدائق.

9- تصنيف الخدمات حسب العملية الموجهة:

- خدمات معالجة الناس: وهذه الخدمات موجهة للأفراد وتتطلب حضور المستفيد شخصيا لكي يحصل على الخدمة مثل: المريض الذي يجب أن يذهب للطبيب.
- خدمات معالجة الممتلكات: وهذه الخدمات موجهة إلى ممتلكات المستفيد مثل صيانة السيارة أو المسكن وهنا ليس بالضرورة حضور المستفيد إلى مكان إنتاج الخدمة.
- خدمات المثيل العقلي: وهذه خدمات أو نشاطات غير ملموسة موجهة إلى عقول المستفيدين وتتطلب مشاركة المستفيد ذهنيا أثناء عملية تقديم الخدمة مثل خدمات الترفيه والتعليم والتلفزيون.
- خدمات معالجة المعلومات: وهي خدمات موجهة لممتلكات المستفيدين أو لموجوداتهم الغير ملموسة مثل معالجة البيانات والمعلومات والخدمات القانونية.

10- تصنيفات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية:

- من أهم التصنيفات التي قدمت للخدمات، نجد التصنيفات التي أوردتها التقرير المقدم من قبل مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD)، والتي يمكن إيجازها فيما يلي¹:
- تصنيف الخدمات وفقا لمعيار حداثة الاستهلاك:

اقترح M.A.Katouzian معيارا لتصنيف الخدمات وفقا لدرجة حداثة استهلاكها إلى ثلاثة أنواع هي:

- ✓ **الخدمات الحديثة:** هي مجموعة الخدمات التي يزداد استعمالها نتيجة للتغيير الذي يحدث في متوسط دخل الفرد وأوقات فراغه، وتعتبر حديثة لأن استهلاكها يعتبر ظاهرة حديثة، مثل خدمات التعليم والتسليية والخدمات الصحية.
- ✓ **الخدمات التكميلية:** وهي مجموعة الخدمات التي ترتبط ارتباطا لا يقبل التجزئة بالتصنيع ومستوى النمو الحضاري، ومن أمثلتها العمليات المصرفية والمالية والتأمين والنقل.
- ✓ **الخدمات القديمة:** هي الخدمات التي فقدت أهميتها نسبيا بمرور الوقت بإحلال خدمات أخرى محلها، مثل الخدمات المنزلية.

¹United Nations، «Liberalization International Transactions In Services: A Handbook» New York and Geneva 1994: UNCTAD and World Bank، UNCTAD/DTC1/7

▪ تصنيف الخدمات وفقا لمعيار نوع الخدمة:

قام كل من Joachim Singelman و Harley L.Browning بتصنيف الخدمات وفقا للفرقة بين أنواع أربعة هي:

- ✓ **الخدمات التوزيعية:** كخدمات النقل والتخزين والاتصال
- ✓ **خدمات المنتج:** ومن أمثلتها خدمات المصارف والتأمين والأنشطة المالية والخدمات الهندسية والأعمال والحسابات والاستشارات القانونية.
- ✓ **الخدمات الاجتماعية:** مثل خدمات الصحة والتعليم، والخدمات الدينية وخدمات البريد وخدمات الرفاهية.
- ✓ **الخدمات الشخصية:** مثل الخدمات المنزلية وخدمات الإصلاح، ومحلات الحلاقة والتجميل والفنادق والمطاعم.

3. تصنيف الخدمات وفقا لمعيار المحتوى التكنولوجي:

قدم المكتب الأمريكي للتقييم التكنولوجي تقسيما للخدمات وفقا لمحتواها التكنولوجي إلى نوعين

هما:

- ✓ **خدمات قائمة على المعرفة:** مثل خدمات التأمين والخدمات الفنية والمهنية والخدمات المصرفية وخدمات المعلومات التكنولوجية، والإعلان والصور المتحركة، والرعاية الصحية والتعليم، وهي خدمات تعتمد على رأس المال البشري¹.
- ✓ **خدمات ثانوية:** مثل الخدمات التأجيرية، وخدمات النقل والتوزيع والتراخيص والسفر، وبعض الخدمات الاجتماعية، ومعظم خدمات التسلية والخدمات الشخصية، وهي خدمات ينخفض بها رأس المال البشري وتعتمد على طرق تقليدية في الإنتاج.

ثالثا: خصائص الخدمات

إن خصائص الخدمات بشكل عام تتشابه إلى حد ما مع خصائص الخدمات المصرفية. إلا أنها تختلف عنها بطريقة أداء الموظفين العاملين بالمنظمة: طبيعة الأنشطة والإجراءات. واختلاف حاجات ورغبات الزبائن وان خصائص الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف تأخذ سمة واسعة وذات بعد شمولي وكافية للعديد من الجوانب وتتمثل أهم الخصائص التي تتصف بها الخدمة المصرفية في:

¹ Feketekuty: «International Trade In service an Overview and Blue Print for Negotiations» American Enterprise institute. United states of America, 1988, pp:238-239.

1- لا ملموسية الخدمة:

إن أبرز ما يميز الخدمة عن السلعة أن الخدمة غير ملموسة، حيث يتعذر على الزبون تبعا ذلك إدراك الخدمة من خلال حواسه الخمسة، إذ أنه لا يستطيع أن يتذوق أو يشم أو يسمع أو يرى أو يلمس الخدمة قبل اقتنائها عكس السلع، وبالتالي فلا يمكن له تقييم أو فحص أو مراقبة جودة الخدمة قبل استهلاكها، ومن آثار هذه الخاصية كذلك:

- ✓ صعوبة تقييم الخدمات المتنافسة بهدف التمييز بينها قبل الحصول عليها.
- ✓ ارتباط الحصول عليها واستخدامها بعنصر المخاطرة وعدم الرضا عنها بعد تجربتها .
- ✓ يصبح سعرها عند الرغبة في الحصول عليها هو معيار جودتها .
- ✓ عدم القدرة على تقييم الخدمات بهدف اختيار أحسنها إلا بعد الحصول عليها
- ✓ إن الحصول على الخدمة يرتبط بعنصر المخاطرة وعدم الرضا عنها بعد تجربتها.

كما نشير إلى صعوبة حماية الخدمات قانونيا عن طريق براءة الاختراع مما يسهل عملية تقليدها، فمن السهل جدا أن يقوم أحد المصارف مثلا بتقديم منتج مصرفي جديد تحت اسم وشهرة جديدين إلى المستهلك مقلدا بذلك مصرفا آخر، والذي يمكن أن يكون صاحب المبادرة في تقديم هذا المنتج. إضافة إلى ذلك، فالخدمة تفنى بمجرد إنتاجها أي غير قابلة للتخزين*، وباعتبار أن الطلب على الخدمات جد متقلب، فإنه يصعب على المؤسسة الخدمية سحب منحى عرض خدماتها بما يتوافق ومنحنى الطلب عليها، فمثلا الغرف الشاغرة في أحد الفنادق السياحية خارج الموسم السياحي تعتبر فرصة ضائعة وتكاليف إضافية على عاتق المؤسسة.

2- عدم انفصالية الخدمة:

وتعني هذه الخاصية تلازم عمليتي الإنتاج والاستهلاك للخدمة، فالفحص الطبي لا يمكن أن يجرى إلا بوجود المريض الذي يعتبر عنصرا أساسيا في أداء الخدمة، أو أن يكون مرشدا أثناء تقديم الخدمة حتى يحصل عليها وفقاً لرغباته، وذلك مثلما يحدث في صالون الحلاقة من توجيهات الزبون للحلاق حتى يحصل على الحلاقة التي ترضيه، أي أنه يجب تقديم الخدمة في الوقت المناسب وبطريقة مناسبة حتى تبني الثقة لدى المستهلك.

* هذه الخاصية ليست مطلقة، فالعديد من الخدمات وفي شتى المجالات أصبحت تسجل في وسائط تخزين حديثة كالأشرطة السمعية والبصرية، الأقراص الممغنطة، أو في صفحات الانترنت... الخ، وهي ما يعرف بـ "الخدمات المجمدة".

ونشير إلى أن هناك خدمات لا تتطلب بالضرورة حضور المستفيد شخصيا إلى مؤسسة الخدمة كالخدمات الموجهة إلى ممتلكات المستفيد كالصيانة وإصلاح الآلات.

3- عدم تملك الخدمة:

أي أنه لا يمكن حيازة الخدمة كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية واستعمالها وقت ما يريد، أي أن الزبون يستفيد منها لحظة إنتاجها دون حيازتها.

4- فنائية الخدمة:

حيث لا يمكن تخزين الخدمة نظرا لخاصيتها غير الملموسة لأنها ستضيع إذا لم تستهلك في الوقت المناسب.

5- عدم التجانس " تباين الخدمة":

وتعني هذه الخاصية عدم القدرة في كثير من الحالات على تنميط الخدمات، وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير، لأنه من الصعب التنبؤ بالحصول على مستوى ثابت من الجودة في كل مرة لأن جودة الأداء تتأثر بمقدم الخدمة وبظروفها، فكل وحدة من وحدات الخدمة تختلف عن الوحدات الأخرى من الخدمة نفسها، عكس السلع التي تتميز بوحدة المقاييس والموصفات، وطالما أن أداء الخدمة مرتبط بمقدمها، فإنه يصعب التنبؤ بالحصول على مستوى ثابت من الجودة لها عبر الوقت سواء من شخص الآخر أو للشخص نفسه من وقت لآخر، فشركة الطيران مثلا لا تستطيع تقديم مستوى الخدمة نفسه في كل رحلة، وعلى خلاف ذلك فإن شركات كبرى مثل Disney و Mc donalds تسعى جاهدة لتقديم خدمات متشابهة عبر بلدان العالم التي تغطيها في إطار تدويل نشاطاتها.

رابعا: أهمية الخدمات في التجارة الدولية

يعتبر قطاع الخدمات في الكثير من الدول أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً، وأكثرها قدرة على خلق فرص العمل. وقد شهد هذا القطاع توسعا كبيرا وزيادة معتبرة في نصيب التجارة الدولية خاصة مع التطور السريع الذي شهدته تكنولوجيات الاتصال والمعلومات، وقد أصبح يحتل أهمية كبيرة في دفع عجلة التنمية واستقطاب الاستثمار الداخلي والخارجي وخاصة منه قطاع الخدمات المالية والمصرفية، وتتجلى هذه الأهمية في جملة من العوامل يمكن تلخيصها كما يلي:

- مساهمة الخدمة في الدورة الاقتصادية في البلدان النامية والمتقدمة على حد سواء من حيث نسق النمو والقيمة المضافة والتوازنات المالية الخارجية والتشغيل.

- سرعة نسق نمو الخدمة الذي بلغ تقريبا ضعف نسبة نمو تجارة السلع خلال عقدي الثمانينات والتسعينات، وارتفاع حصتها في التجارة العالمية.
- تسارع حركة الاستثمار الأجنبي المباشر وظهور أنماط متعددة لنشاط الشركات العالمية الكبرى عبر مختلف بقاع العالم، إضافة إلى المجهودات التي تقوم بها الدول لاستقطاب مثل هذا الاستثمار.

إن محاولة تحديد الأهمية النسبية لقطاع الخدمات بدقة تعترضه مجموعة من الصعوبات نذكر بعضها كما يلي¹:

- اختلاف المفاهيم الدولية فيما يتعلق بتجارة الخدمات من ناحية شمولها وتضمين بعض القطاعات الخدمية فيها من عدمه، وعلى سبيل المثال فإن البعض يستبعد قطاع الإنشاءات والمقاولات، والبعض يرى إن قطاع الخدمات الحكومية القابلة للتجارة كأساس لمدى شمول قطاع الخدمات. وبالرغم من أن الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات قد أخذت بالمفهوم الواسع لشمولها، حيث تغطي كافة الخدمات القابلة للتجارة الدولية، إلا أن الإحصاءات والبيانات الدولية مازالت قاصرة إلى حد بعيد عن خدمة أهداف تقييم آثار تلك الاتفاقية، مما دفع الكثير إلى التقييم التحليلي لصعوبة وضع نماذج رياضية لتحليل آثار تلك الاتفاقية، إضافة إلى حداثة تطبيقها مع إنشاء المنظمة العالمية للتجارة في جانفي 1995 .
- تكمن في تخلف الإحصائيات نسبيا عن تحليل حجم وطبيعة قطاع الخدمات، الأمر الذي ينعكس في افتقار البيانات إلى التفصيل سواء من الناحية القطاعية، أو من ناحية الاتجاهات الجغرافية للصادرات والواردات الخدمية، من حيث أن أهم مصدر للتجارة في الخدمات هي موازين المدفوعات التي تأخذ بالإجماليات دون الدخول إلى التفاصيل، بالإضافة إلى افتقار تلك الإحصاءات على فترات زمنية متباعدة، وفي الواقع أن قبل تطبيق الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات لم تكن هناك حاجة ملحة لمثل هذه الإحصاءات، مما يترتب على ذلك صعوبة الاعتماد على القياسات الإحصائية وحدها.

لكن رغم هذه الصعوبات في تحديد أهمية قطاع الخدمات في التجارة الدولية ومعرفة نصيبها بدقة، إلا أنه ليس من الصعب توضيح هذه الأهمية لتجارة الخدمات بصفة عامة والخدمات المالية والمصرفية بصفة خاصة في ظل التطور الكبير الذي شهدته الخدمات، حيث وحسب بعض الإحصائيات فإن تجارة الخدمات أصبحت تنمو بحوالي 12.3 % وتعتبر تجارة الخدمات المالية والمصرفية الأكثر ديناميكية ضمن تجارة الخدمات بشكل عام، حيث يقدر أن تكون تجارة الخدمات

¹ هلال محسن، «آثار الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات وانعكاساتها عالميا وعربيا»، اتحاد المصارف العربية 2002 ص 74.

المالية والمصرفية تنمو بمعدل % 15 سنويا، وتمثل تجارة الخدمات حوالي 20 % من إجمالي التجارة العالمية، وتصل القيمة السنوية لتجارة الخدمات إلى ما يتجاوز 810 مليار دولار عام 1998 كما تحتل الخدمات أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول لما توفره من فرص للعمل، حيث نجد أن قطاع الخدمات يمثل في الولايات المتحدة الأمريكية مثلا حوالي % 75 من فرص العمل ويساهم بحوالي 5.5% من الناتج المحلي الإجمالي.

أما بالنسبة للدول النامية، فنجد أنها تشارك بنسب متواضعة في التجارة الدولية، ولكن هذا لا يمنع من أن يحتل قطاع الخدمات أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول النامية ومنها الدول العربية، حيث يساهم قطاع الخدمات في البلدان العربية بحصة عالية في الناتج المحلي الإجمالي، وتبلغ القيمة المضافة للخدمات بنسبة ثلث قيمة الناتج المحلي الإجمالي في المتوسط، بينما تصل هذه النسبة إلى نصف قيمة الناتج المحلي لكل من لبنان وجيبوتي، وتعتبر خدمات التأمين والتمويل والنشاطات المصرفية لأخرى إضافة إلى خدمات تجارة التوزيع والمطاعم والفنادق والمواصلات أكثر النشاطات إسهاما في الناتج المحلي في البلدان العربية.

و عموما، يمكن الإشارة إلى أن إجمالي تجارة الخدمات تبلغ نسبة تزيد عن 20 % من الناتج المحلي الإجمالي للبلدان العربية مجتمعة عام 1998 ، حيث تشير التقديرات إلى أن معدل نمو الصادرات 1998، أما بخصوص الواردات العربية للخدمات - العربية للخدمات بلغ نسبة 4.7 % خلال الفترة 1990 فنجد أنها تقدر بنسبة 28 % من إجمالي الواردات العربية للسلع والخدمات عام 1998.

خامسا: الخدمات المصرفية

عرفت الخدمة المصرفية مجالا كبيرا من التطور بفضل التكنولوجيا الجديدة التي أضافت إليها العديد من التقنيات للحفاظ على العمل الحالي، والسعي لجلب زبائن جدد من خلال الأداء الحسن لها وتحقيق الجودة المتوقعة.

1- مفهوم الخدمات المصرفية وخصائصها

1-1- مفهوم الخدمة المصرفية

الخدمة المصرفية هي منتجات غير مادية تقدم من قبل المصرف للزبون، فيعتبر الزبون أن الخدمة المصرفية مصدر لإشباع جزء من حاجاته ورغباته، أما في نظر المصرف فهي مصدر للربح

وتحقيق أهدافه الإستراتيجية، إلا أن المفهوم الحديث للتسويق أضيف شيئاً من الشمول من خلال نظريته للخدمة المصرفية التي تكمن قيمتها أو جوهر المنفعة المترتبة عنها في التجربة التي يعيشها الزبون.¹

أو يمكن تعريف الخدمات المصرفية بأنها مجموعة من الخدمات التي تقدمها المصارف لزبائنها وترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للمصارف وهي الإيداع والائتمان وخدمات الاستثمار، فالخدمات المصرفية عديدة ومتنوعة وهناك من يقسمها إلى: الخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية المستحدثة، وخدمات متعلقة بإدارة الأموال والاستثمار في الأوراق المالية²، وكل هذه الأنواع سنتطرق إليها بالتفصيل في أنواع الخدمات المصرفية.

2-1- المفهوم التسويقي للخدمة المصرفية

الخدمة المصرفية هي منتجات غير مادية تقدم من قبل المصرف للزبون، فيعتبر الزبون أن الخدمة المصرفية مصدر لإشباع جزء من حاجاته ورغباته، أما في نظرة المصرف فهي مصدر للربح وتحقيق أهدافه الإستراتيجية، إلا أن المفهوم الحديث للتسويق أضيف شيئاً من الشمول من خلال نظريته للخدمة المصرفية التي تكمن قيمتها أو جوهر المنفعة المترتبة عنها في التجربة التي يعيشها الزبون والمتمثلة في ثلاثة زوايا هي³:

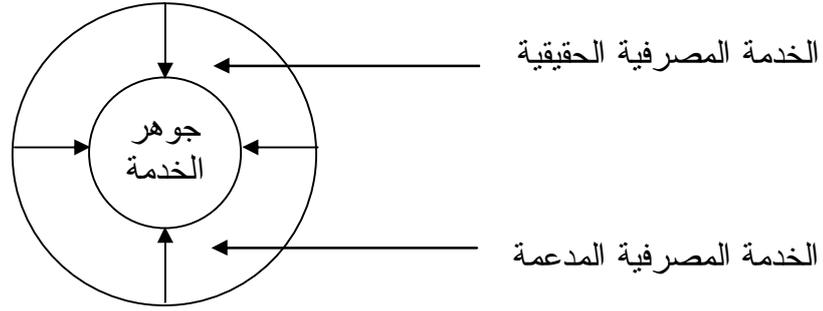
- **جوهر الخدمة:** وهي عبارة عن مجموع المنافع التي يهدف الزبون إلى تحقيقها من وراء طلبه للخدمة.
- **الخدمة الحقيقية:** هي مجموع الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة، وهو ما يرقى بالخدمة إلى مستوى التفضيل لدى الزبائن وتوقعاتهم.
- **الخدمة المدعومة:** من خلال هذه الزاوية تعتبر كحل يسعى إليه الزبون ليصل إلى درجة الإشباع والرضا المرغوب فيها.

¹ - ناجي معلا، «أصول التسويق المصرفي»، معهد الدراسات المصرفية، عمان، 1994، ص 16.

² - الدسوقي حامد أبو زيد، «إدارة البنوك»، دار الثقافة الغربية، القاهرة، 1998، ص 104.

³ - المرجع السابق لـ ناجي معلا، «أصول التسويق المصرفي»، ص: 49.

الشكل رقم 1-1: مفهوم الخدمة المصرفية



المصدر: المرجع السابق لـ ناجي معلا، «أصول التسويق المصرفي»، ص: 49.

نستخلص أن المفهوم التسويقي للخدمة المصرفية يشمل بعدين أساسيين هما:

- **البعد المتعلق بالمنفعة:** مجموعة المنافع التي يسعى الزبون إلى تحقيقها من استخدامه للخدمة، فلدَى الزبون الخدمة المصرفية تعني المنفعة بحد ذاتها.
- **البعد المتعلق بالخصائص:** مجموعة الخصائص التي تتصف بها الخدمة من خلال مضمون الخدمة المصرفية، أساليب وطرق تقديمها في التسويق الحديث. حيث نجد انعكاسات هامة برزت فيها جودتها كمجال من مجالات التنافس.

و من هنا ينطوي مفهوم الخدمة المصرفية تسويقياً على أكثر من مجرد الإشباع المادي المحسوس ويتعداه ليصل إلى الإشباع المعنوي (الرمزي) التي يسعى الزبون إلى تحقيقه، على سبيل المثال الزبون الذي يحصل على القرض في المثاليين السابقين يوازن بين النواحي المعنوية التي تقدم له من المصارف المختلفة، وقد يفضل المصرف الذي يقدم له هذا القرض دون فرض نواحي شكلية قد تهز من سمعته في السوق.

وبناء على ما سبق يمكن للباحث أن يحدد المفهوم التسويقي للخدمة المصرفية على النحو التالي " الخدمة المصرفية هي مصدر للإشباع الذي يسعى لتحقيق رغبات واحتياجات زبائن المصرف وفي نفس الوقت تحقيق الربحية المطلوبة "

ومن التعريف السابق يجب أن تتضمن الخدمة المصرفية العناصر التالية:

- تصميم جيد للخدمة المصرفية¹.

1 - أحمد سيد مصطفى، «مداخل صناعية لرفع كفاءة عمليات المصارف»، (مجلة آفاق اقتصادية، العدد 45، يناير 1991)، ص 46

- أهداف يتم العمل بمقتضاها.
- إجراءات تتم على مراحل منظمة.
- مهارات بشرية في فن التعامل مع الزبائن وفي الأداء الفني.
- تصميم جيد ومؤثر نفسياً للجو المحيط بتقديم الخدمة مثل تصميم مبنى المصرف وتجهيزات الخدمة المتوافرة لديه.

ولا بد من تكامل هذه العناصر في منظومة معينة وفقاً لطريقة وفن الإنتاج المصرفي تؤدي في فترة زمنية معينة ويفترض أن يؤدي تقديم الخدمة في هذا الإطار إلى تحقيق رضا الزبون أو إشباع رغبة معينة لديه، وفي نفس الوقت تحقيق الربحية المطلوبة للمصرف.

1-3- خصائص الخدمة المصرفية

اتفقت الكثير من الكتابات في مجال التسويق على عدم التفرقة بين السلع والخدمات باعتبار أنهما ذات طبيعة واحدة، وتراجع هذه النظرية إلى القبول الضمني أساسي مؤداه أن سلوك المستهلك لا يختلف في

حالة شرائه للسلع عنه عند الحصول على الخدمة¹. وقد انعكست هذه الرؤية بصورة سلبية على البحث في مجال تطوير وتسويق الخدمات بصفة عامة، حيث أدت تخلفه مقارنة بتسويق السلع، إلا أن الباحثين انتبهوا أخيراً إلى أهمية الخوض في هذا المجال وقد أظهرت أبحاثهم وجود بعض الخصائص الأساسية الدقيقة والمعبرة عن الخدمات بصفة عامة والخدمات المصرفية بصفة خاصة².

و يمكن تمثيل خصائص الخدمة المصرفية في شكل إطار عام يحتوي على ثلاث مجموعات من الخصائص هي:

1-3-1- الخصائص الظاهرة:

و ترتبط بما تقوم به إدارة المصرف من أحداث تعديلات في مواصفات الخدمة التي تقدمها للزبائن، أو في علاقات بمزيج الخدمات التي يقدمه المصرف، وذلك تضع في اعتبارها عند تطوير الخدمات المصرفية المواصفات والخصائص التي تشكل أبعاد وجوانب الخدمة والتي يمن أن تميز وتجعلها مختلفة عن غيرها من الخدمات.

1 - محمد عبد الله عبد الرحيم، «التسويق المعاصر»، (بدون ناشر، 1989)، ص 61

2 للمزيد من التفاصيل عن خصائص الخدمات المصرفية يمكن الرجوع إلى:

د.حسين حمادي، «التميز في خدمة الزبائن»، (القاهرة: مركز أكسفورد للاستشارات والتدريب الإداري، 1991) ص 25-30.

و تتطوي الخصائص الظاهرة على خاصتي التشكيل والتميط بما يسمح للوحدات المصرفية تغطية رغبات أكبر عدد ممكن من الزبائن وسهولة تقديمها من خلال شبكة فروع المصرف لمختلف الزبائن بصرف النظر عن مكانتهم الاجتماعية أو قدرتهم الشرائية أو توزيعهم الجغرافي أو الجنسي...الخ.

و من أمثلة ذلك أفراد البنك الأهلي المصري بتقديم خدمة كارت الفيزا بالعملة المصرية أو أي عمله أجنبية يحتاجها الزبون في أي دولة، وهي خدمة متميزة بخصائص ظاهرة للزبائن لا يقدمها حتى الآن في السوق المصرفي سوى البنك الأهلي المصري.

1-3-2- الخصائص الضمنية:

و هي خاصة بوجهة نظر الزبون تجاه الخدمة المقدمة له من المصرف، و يمكن القول أنه كلما كانت الخدمة المقدمة ترمز لإلى وظيفتها والغرض منها، وكان الاتصال بين المصرف والزبائن الحاليين والمرتبين واضحاً.. ومخاطبا لدوافعه ومنتاسباً مع شخصيته وثقافته كلما أدرك الزبون أن الخدمة المقدمة له تشبع رغباته واحتياجاته وبالتالي يزداد إقباله عليها.

و من أمثلة ذلك تقديم المصرف أحياناً لخدمات خاصة لفئة معينة من أفراد المجتمع كالخدمة التي تقدمها بعض المصارف المصرية للأطباء الجدد لمعاونتهم في فتح عيادات خاصة لهم أو خدمات تمويل الورش أو المصانع الصغيرة التي تقدمها بعض المصارف للمهندسين وخريجي المدارس الصناعية.

1-3-3- الخصائص الخارجية:

وترتبط بالمجتمع الذي يعمل المصرف في إطاره، مع المراعاة الدائمة لعدم تعارض الخدمة المقدمة مع الإطار القيمي والمعرفي والأخلاقي للمجتمع وكذلك مراعاة التشريعات واللوائح والقوانين الحكومية، وضرورة توافر عناصر الثقة والأمان وصدق المعلومات في الخدمة المقدمة.

ويرى كثير من كتاب التسويق المصرفي أن الخدمات المصرفية تتصف بأربع خصائص أساسية هي:

أ- اللاملموسية أو عدم التجسيد المادي:

تتصف الخدمة المصرفية بأنها محسوسة. إذ يتعذر لمس الخصائص المادية والنفعية بسهولة. كما هو الحال للسلعة¹ وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس ومن ثم فلا يمكن عرضها أو تعبئتها أو تخزينها، أو فحصها قبل الشراء وهو يلقي على كاهل الإدارة التسويقية في المصارف مسؤوليات كبيرة، وعليه فإن للخدمات المصرفية جانبا غير ملموس يتمثل بحماية وضمّان الأموال. وجانبا ماديا ملموسا يتمثل في تقديم تلك الأموال وقت الطلب. ورغم ذلك فإن عدم التجسيد المادي للخدمة المصرفية يعفى المصارف من القيام ببعض الأنشطة التسويقية التي تبرز عندما يكون مجال التسويق سلعة كالتخزين والنقل وغيرها، فالخدمة المصرفية خدمة مباشرة لا تحتاج إلى حلقات وسيطة بين المصرف كمنتج لهذه الخدمة والسوق المصرفية².

و يرى الكثير من الباحثين أن خاصية عدم التجسيد المادي أمر أصبح مشكوكا فيه مثل حالات تقديم خدمة بطاقات الائتمان المصرفي فبالرغم من أن هذه البطاقات ذاتها ليس هي الخدمة المصرفية، إلا أنها جعلت الخدمة المصرفية من سحب وإيداع وتعاملات مالية خدمة ملموسة لها تجسيد ومنافع تعبر عنها البطاقة.

و بوجه عام يلقي التجسيد المادي للخدمات المصرفية، على رجال التسويق في المصارف عبئا إضافيا في الترويج للخدمات التي تقدم للزبائن لإقناعهم بإمكانية إشباعها لاحتياجاتهم.

ب- التزامن والتلازم:

ويعني درجة الترابط بين الخدمة المصرفية ذاتها والشخص مقدم الخدمة، ويتضح ذلك من خلال ضرورة مساهمة الزبائن في إنتاج الخدمات المصرفية المقدمة لهم من المصرف كتحرير إيصال أو شيك أو تحرير فتح اعتماد، ويكون التزامن أيضا بإنتاج وتوزيع الخدمة المصرفية بشكل متزامن. إذ أن الاهتمام الرئيس للمصرف هو إيجاد المنفعة الزمانية والمكانية، وقد وضعت هذه الخاصية قيوداً على إمكانيات العمل في التسويق المصرفي وحدثت من حرية الاختبار بين البدائل التي غالبا ما تكون محدودة جداً، ولهذا لجأت الكثير من المصارف إلى التركيز على إرضاء الزبائن بأساليب متنوعة ومبتكرة لعدم إشعارهم بتلازم الخدمة التي تقدمها.

¹ الخصيري محسن أحمد، «التسويق المثرفي»، دار ابتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص:

2 - المرجع السابق لـ، ناجي معلا، ص ص 53 - 54.

ج- صعوبة التمييز:

إن الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف لا تختلف فيما بينها إلا في حدود ضيقة جداً، لذا فإنها تتصف بقدر كبير من النمطية والتشابه، فطبيعة العملية المصرفية معروفة، و تتضمن الحصول على الأموال من السوق، ثم إعادة توظيفها في السوق نفسه، وفي معظم الأحيان فإن اختيار الزبون للمصرف الذي يرغب بالتعامل معه يكون على أساس معايير الموقع، وجودة الخدمة المقدمة، والسرعة، والسمعة، وقدرة المصرف على تقديم خدمات جديدة ومتطورة، وبالنتيجة فإن احتمال الحصول تباين في الأداء يؤدي إلى عدم إمكانية الوصول إلى نفس مستوى الجودة في الخدمة المقدمة في كل مصرف، لأن الخدمة المصرفية تعتمد على نحو كبير على الخصائص الذاتية والشخصية للعاملين والزبائن، وهي تعتمد أيضاً على من يقدم الخدمة المصرفية ومتى يقدمها.

د- الانتشار الجغرافي:

إن اعتماد المصارف على فروع المنتشرة في كافة أرجاء المنطقة الجغرافية المتواجد فيها يساعده في زيادة قاعدة الزبائن المتعاملين معه والمستفيدين من خدماته، وتشكل محورا استراتيجيا لتقديم الخدمات المصرفية، مما يجعله أكثر قدرة على تلبية رغبات وحاجات الزبائن أينما وجدوا، ويزيد من الحصة السوقية في هذا القطاع.

هـ- الفناء:

و يعني عدم إمكان تخزين الخدمة لإعادة بيعها مستقبلاً، وبالتالي فإمكانيات المصرف لتقديم خدمات مصرفية غير مستغلة لا يمكن تأجيلها واستخدامها في أوقات أخرى، إلا أن البعض يعتقد أن خدمات المصارف يمكن تقسيماً إلى خدمات حسب الطلب وخدمات أخرى للتخزين، فبينما يتم منح القروض المصرفية حسب الطلب، نجد أن الودائع ما هي إلا مداخلات لدعم كثيرة على تسويق الخدمات المصرفية، حيث يجب بذل جهد مضاعف في توظيف موارد المصرف المختلفة من خلال استغلال أي فرص متاحة، وبالتالي تشهد العمليات الترويجية المصرفية نشاطاً ملموساً لجعل المصرف في حالة انتعاش بصفة مستمرة.

و - الموازنة ما بين النمو والمخاطرة:

تحرص المصارف التجارية عادة على أن تكون الخدمات المصرفية المقدمة لزبائنها ذات مخاطره منخفضة، ولتحقيق ذلك فإنه لا بد أن يكون هنالك رقابة لإيجاد وتحقيق التوازن ما بين التوسع

في تقديم الخدمات المصرفية، والحذر من زيادة مخاطرة تلك الخدمة المقدمة، والمسؤولية القانونية المترتبة عليها.

ن - التنوع:

تتسم الخدمات المصرفية بالتنوع الشديد حيث تختلف الأغراض التي تقدم هذه الخدمات من أجلها مثل منح تسهيلات ائتمانية للزبون فقد تكون بالعملة المحلية.. أو العملة الأجنبية.. وقد تكون لتمويل شراء خامات أو معدات أو فتح إعمادات، أو خطابات ضمان ابتدائية أو نهائية¹.

وقد يكون التنوع في جودة الخدمة حتى ولو كانت مقدمة من نفس المصرف مثل تقديم خدمة صرف الشيكات في بعض فروع المصارف التي تستخدم نظام التلر (Teller) تكون أسرع بدرجة كبيرة عن فروع نفس المصرف التي تستخدم نظام الصرف التقليدي.

ونظرا لإدراك المسؤولين بالمصرف لحاجة الخدمات المصرفية التي يقدمها إلى التنوع بصفة مستمرة، فإنهم يطلبون من المسؤولين عن تخطيط الخدمات المصرفية تقدم كل ما هو جديد ومبتكر، ويؤكد ذلك تعامل المصارف في مجالات لم تكن تتعامل فيها من قبل مثل تقديم خدمات جديدة مثل خدمة المشتقات المصرفية² بأنواعها المختلفة (العقود الآجلة وعقود الخيارات وعقود المبادلات) أو تقديم خدمة التمويل التأجيري للمعدات الضخمة للمشاريع العملاقة.

ع - المسؤولية الائتمانية:

إن من أولى أولويات أي مصرف سواء أكان تجاريا أم غير تجاري هو حماية ودائع زبائنه، والمحافظة على السرية المصرفية للزبائن، وعدم إفشاء أسرارهم، مما يزيد من ثقة الزبائن في المصارف التي يتعاملون معها.

غ - كثافة العمل:

يعد قطاع المصارف وما يقدمه من خدمات مصرفية لزبائنه من القطاعات التي تتصف بكثافة عمل عالية، وبالتالي فإن ذلك سيزيد من كلفة تقديم الخدمة المصرفية للزبائن، وكذلك سيؤثر في سعر الخدمات المقدمة أيضا ويشير kotler إلى أن تحليل الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن سيساعد الإدارة

1 - محمد سعيد سلطان وآخرون، «إدارة البنوك»، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1989) ص 373.

2 - لمزيد من التفاصيل عن المشتقات المصرفية يمكن الرجوع إلى:

- منير إبراهيم هندي، «الأسواق الحاضرة والمستقبلية: أسواق الأوراق المالية وأسواق الاختبار وأسواق العقود المستقبلية»، (عمان: المعهد العربي للدراسات المالية والمصرفية، 1994).

العليا للتعرف إلى الجوانب المهمة، التي تتعلق بتقديم تلك الخدمة أو وسائل تطويرها، حيث أن هذه العناصر تختلف باختلاف نوع وطبيعة الخدمة المصرفية، كما وان تحليل الخدمة المصرفية من شأنه أن يحقق الكثير من المزايا للإدارة العليا منها:

- تحديد القوة التنافسية للمصرف بمعرفة نقاط القوة والضعف مقارنة بالمنافسين.
- تساعد عملية التحليل لعناصر الخدمة المصرفية في التعرف إلى الدوافع الرئيسية التي تجعل الزبون يقدم على طلب الخدمة أو يحجم عنها، وبالتالي يساعد ذلك على تقسيم الزبائن على ساس حاجاتهم ورغباتهم، ويساعد الإدارة العليا على تخطيط استراتيجي جيد ومناسب للمصرف، بالنسبة لكل قطاع سوقي مستهدف.
- تساعد عملية تحليل عناصر الخدمة المصرفية وتحديد الخصائص التي يسعى الزبائن إليها في كشف جوانب القصور في أداء تلك الخدمة، ومدى إمكانية تطويرها.

1-4- أهمية الخدمة المصرفية:

تبرز أهمية الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف في أنها تمثل شريان الحياة بالنسبة لهذه المصارف، ويجب أن تكون موضع مراقبة لتحقيق من مدى فاعليتها وكفاءتها، ومن بين أهم ما ينبغي في هذا المجال مقدار توافق المنتجات المطروحة مع متطلبات السوق الحالية، ودرجة قدرتها على المنافسة، فالأسواق المعاصرة تتطلب المزيد من الخدمات التي تقدم للزبائن بمستوى متميز من الأداء، وتكمن أهمية الخدمات المصرفية أيضا في إنها ترتبط بشكل مباشر بإشباع حاجات الزبائن ورغباتهم، وتسعى المصارف دائما إلى التعرف إلى حاجات الزبائن، بهدف تعزيز نسبة الاحتفاظ بالزبون، والمساعدة في جلب المزيد من الزبائن، وهنا ينبغي أن ينظر إلى الخدمات المصرفية بوصفها حلا يسعى الزبون إليه وصولا إلى الرضا والإشباع.

ومن هنا أهمية الخدمات المصرفية والقيمة الإضافية المرتبطة بها من جهة نظر الزبون، تقاس بمقدار ما تحققه وتلك الخدمات للزبون من منافع، وعلى ذلك فان الخدمة المصرفية تعني المنفعة. ومما تقدم نرى بان الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف لزبائنهم تمثل احد أهم الركائز الأساسية لبقاء المصرف ونموه وازدهاره في السوق، عن طريق إشباع هذه الخدمات لحاجات ورغبات الزبائن، وإشباع الحاجات لا يمكن تحقيقه إلا إذا كانت هذه الخدمات تتوافق ومتطلبات الزبائن.

1-5- مستويات الخدمات المصرفية

يمكن تقسيم الخدمة المصرفية إلى ثلاث مستويات كما يأتي:

1-5-1- جوهر الخدمة المصرفية :

وهي عبارة عن مجموعة المنافع الأساسية التي يهدف الزبون إلى تحقيقها من وراء طلبه للخدمة المصرفية، وهذا المستوى من أكثر المستويات أهمية. إذ يجيب عن السؤالين الآتيين:

- ما الذي يبحث عنه الزبون فعلا؟
 - وما هي أكثر الخدمات تولد لدى الزبائن الحد الأعلى من الرضا؟
- اذن جوهر الخدمة المصرفية هو المحتوى الخدمي الذي تقدمه المصارف لزيائنها متمثلا بمجموعة المنافع التي يسعى الزبون الى تحقيقها¹

1-5-2- **الخدمة المدركة :** وتشير هذه الخدمة إلى مجموعة الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة والخدمة الفعلية المقدمة للزبائن، وهنا البعد في مضمون الخدمة المصرفية يرقى بجوهره إلى مستوى التفضيل لدى الزبائن وتوقعاتهم.

1-5-3- **الخدمات المصرفية المساندة :** وهذا المستوى يساند الخدمة المدركة، لتمييز الخدمات من المنافسين، وتمثل الخدمات المصرفية المساندة في مجملها مضمونا خديما متكاملًا، وتشير إلى جوهر الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن وحققتها، فضلا عن مجموعة الخصائص والمزايا المقترنة بتقديمها. وهنا لابد من النظر إلى الخدمات المصرفية ليس فقط من زاوية جوهرها، وإنما بوصفها حلا يسعى الزبون إليه وصولا للرضا والإشباع.

2-المنتج المصرفي والخدمة المصرفية:

بعد ما تعرفنا فيما سبق عن الخدمة المصرفية، مفهومها وخصائصها وتصنيفاتها وجب علينا أن نميز بين المنتج المصرفي والخدمة المصرفية فمن المفيد الإشارة إلى جوانب الاختلاف القائمة بينهما، وبغية استيعاب مفهوم المنتج المصرفي بشكل أفضل من وجهة النظر التسويقية، فإنه يتعين فهم الجوانب الثلاثة للمنتج وهي: جوهر المنتج، المنتج الملموس والمنتج المدعم. وهذا ما سيتم معالجته لاحقا في العنصر المتعلق بأبعاد المنتج.

1 - رفاه عدنان نجم ، << العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمة المصرفية دراسة تطبيقية >> ص 03

2-1- تعريف المنتج المصرفي

بما أن المنتج يمثل العنصر الأساسي في عرض السوق لتلبية حاجات ورغبات الزبائن المستهدفين، فإن الزبائن سوف يحكمون على المنتج من خلال ثلاث عناصر أساسية وهي:

- نوعية وخواص المنتج.
- مزيج ونوعية الخدمات المقدمة.
- سعر العرض.

بالإمكان تعريف المنتج المصرفي على أنه مجموعة من الأنشطة والفعاليات للخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف، لغرض تلبية حاجات ورغبات الزبائن.

من التعريف يمكن ملاحظة بأن المنتج المصرفي ما هو إلا كل ما يتعلق من أنشطة وفعاليات متنوعة ومتعددة، يتضمن حزمة من الخدمات المصرفية التي تتوفر لدى المصرف لغرض تقديمها للزبائن بالشكل الذي يحقق لهم حاجاتهم ورغباتهم.

إن ما يميز الخدمات هو إنتاجها، ووقوع الطلب الفعلي عليها يكون في نفس الوقت، مما يجعل الدور الذي يلعبه مقدم الخدمة كبيراً وفعالاً في إثارة وتحقيق الطلب الواقع على الخدمة، وفي كسب الزبائن وبناء الثقة وتقوية العلاقة معهم، كي لا تعرض المؤسسة المصرفية إلى خسارة الفرصة التسويقية المتاحة، لأن أي خلل في تقديم الخدمة سوف يؤثر على جودتها. وبما أن الخدمة غير ملموسة فإن هناك كثافة عالية للعامل البشري في إنتاج وتقديم الخدمة للزبائن.

إن مقدم الخدمة يسعى إلى تكوين صورة ذهنية وأهمية عن الخدمة لدى الزبائن، وذلك من خلال المعلومات التي يقدمها لهم، ومن خلال المعاملة الجيدة. وبشكل عام فإن مقدم الخدمة يجب أن يمتلك مواصفات جيدة ولاتئة تؤهله لكسب وجلب أكبر عدد من الزبائن والحفاظ عليهم.

2-2- أبعاد المنتج المصرفي : تتحدد أبعاد المنتج بثلاثة مستويات وهي¹:

2-2-1- جوهر المنتج :

وتشير إلى كل ما يتعلق بالمنفعة الجوهرية الناتجة والتي يحصل عليها الزبون أو يتوقع الحصول عليها. مثلاً عندما يقوم الزبون بفتح حساب الشيكات، فإنه لا يشتري دفتر شيكات وكشف حساب شهري، ولكن في الواقع يشتري الملائمة في دفع الفواتير.

¹Philip Kotler & Bernard Dubois, «Marketing Management», 10 edition, edition Publi-Union, 1998, P435.

2-2-2- المنتج الفعلي (الملموس) :

وهو كل ما يتعلق بالخصائص الطبيعية والكيميائية للمنتج وتصميمه وغلّافه الخارجي. معنى ذلك أن المنتج الفعلي هو عبارة عن ذلك الشيء الذي تراه السوق المستهدفة معروضا للبيع. فحسابات الشيكات، بطاقة الائتمان وغيرها هي منتجات ملموسة. تتصف هذه الأخيرة بمجموعة من الخصائص¹:

- مستوى معين من الجودة.
- اسم للمنتج.
- التغليف والتعبئة.
- معالم مختلفة.

فالمتمسوق الذي يبحث عن منتج ما، يجد أمامه تشكيلة مختلفة من المنتجات، كل واحد له خصائص تتعلق به. وعلى الرغم من أن الخدمات، التي تقدمها الصناعة المصرفية قد لا تكون ملموسة كلها في حالة السلع، إلا أنها لا تخلو من وجود بعض أو جميع الخصائص سابقة الذكر. فالوثائق المطبوعة التي تقدم إلى صاحب حساب شيكات جديدة من قبل مسؤول الحسابات الجديدة، مثلا هي من جزء "تغليف وتعبئة الحساب"، نفس الشيء بالنسبة للمعاملة الشخصية التي يتلقاها الزبون والبيئة التي تتم من خلالها المعاملة التجارية بين المصرف والزبون. فالزبون قد يعتبر جودة حساب الشيكات ذات مستوى عال لأن المصرف يتمتع بسمعة جيدة. وقد يحمل الحساب اسما خاصا، وقد تكون له معالم معينة، مثل حماية السحب على المكشوف.

2-2-3- المنتج المدعم :

يقصد به المنتج الملموس (الفعلي)، بالإضافة إلى كافة الإجراءات الملموسة وغير الملموسة لهذا المنتج. فالمنتج المدعم يشمل مجموعة المنافع التي يحصل عليها المستهلك عند شراء المنتج (الخصائص والخدمات المقدمة)، مقارنة بما صرفه من أموال ووقت وجهد، لقاء حصوله على ذلك المنتج. وخير مثال على ذلك عندما يشتري شخص سيارة، في الواقع فهو لا يشتري فقط المنتج الفعلي الملموس (السيارة) وإنما يشتري مجموعة كاملة من الخدمات والداعمة للسيارة مثل الصيانة، خدمات التصليح وغيرها، والجدول التالي يوضح الجوانب السابقة لمنتج مصرف (حالة قرض عقاري جديد):

¹ Gronroos S., "Quality V. «customer satisfaction", Journal of marketing, Vol 6, 1996, PP 41-49.

الجدول رقم 1-2 : الأبعاد الثلاثة للمنتج المصرفي

المكونات	البعد
المنفعة التي يستفيد منها الزبون من القرض مثال: أكتب لنفسك قرضا. لا داعي أن تقدم طلبا جديدا في كل مرة تطلب فيها قرضا	جوهر المنتج
معالم المنتج، الجودة، التغليف، التعبئة...الخ مثال: فائدة تشجيعية على القرض العقاري، تقديم قرضا بقيمة 70% من ثمن العقار، الحد الأدنى للقرض 100.000 دينار الحد الأقصى 1.000.000 دينار	المنتج الملموس
عناصر ملموسة وغير ملموسة مثل الخدمة، الضمان، التسليم المجاني...الخ مثال: طريقة تعامل المصرف مع طالب القرض خلال مرحلة تقديم القرض وعملية التقييم، كشوفات شهرية مفصلة، استجابة سريعة لتساؤلات طالب القرض	المنتج المدعم

المصدر: محمد فضل ملحم، «الخدمات المصرفية الخاصة»، مجلة المصارف في الأردن، العدد السادس المجلد العشرون، أوت 2001، ص 29

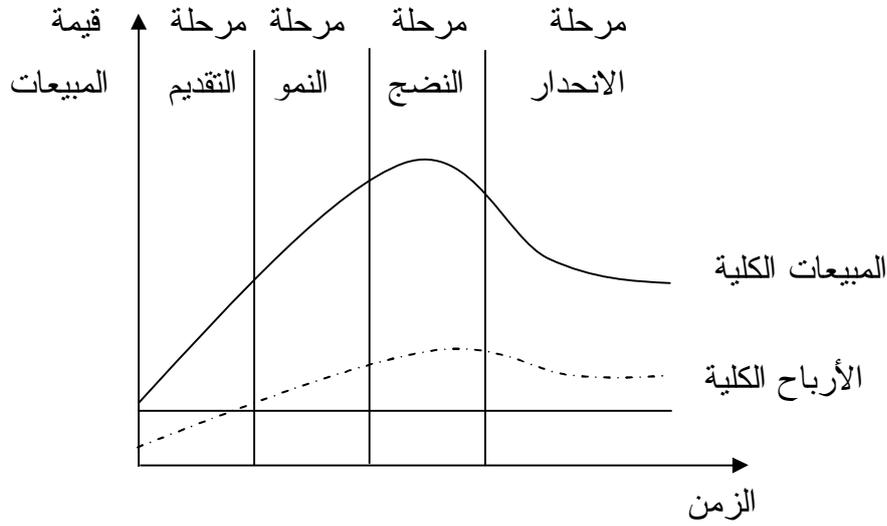
سادسا: دورة حياة الخدمة المصرفية

من المتعارف عليه أن أي خدمة مصرفية تعيش دورة حياة مثلها مثل أي كائن حي، لذلك سنحاول الوقوف على ماهية دورة حياة الخدمة المصرفية و مختلف المراحل التي تمر بها.

1- مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية:

تعتبر دورة حياة الخدمة المصرفية عن التطور في حجم المبيعات والأرباح عبر مراحل حياتها، وتتم الخدمة المصرفية خلال حياتها بنفس المراحل التي تمر بها دورة حياة أي منتج أو خدمة أخرى وهذه المراحل هي: مرحلة التقديم، مرحلة النمو، مرحلة لنضج، مرحلة الانحدار، و الشكل التالي يوضح دورة حياة الخدمة المصرفية:

الشكل رقم 1-2: دورة حياة الخدمة المصرفية



المصدر: عوض بدير حداد، «تسويق الخدمات المصرفية»، البيان للطباعة والنشر، 1999، ص 174.

2- مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية:

تمر دورة حياة الخدمة المصرفية كما يتضح من الشكل السابق بأربعة مراحل أساسية هي¹:

1-2- مرحلة تقديم الخدمة للسوق:

وهي مرحلة الميلاد الحقيقي للخدمة المصرفية الجديدة، وفيها يتم إدخال الخدمة المصرفية للسوق المصرفي لأول مرة بشكل تجريبي محدود، حيث يتعرف عليها الجمهور ويحيط بمزاياها وما يمكن أن تقدمه له من إشباع، وغالبا ما يكون التعامل على هذه الخدمات محدودا للغاية في هذه المرحلة، حيث يقوم المصرف بدراسة الانطباع الأول للزبون عن هذه الخدمة، ومدى قبوله لها ورضائه عنها، وأوجه القصور فيها ومعالجتها، ومعرفة جوانبها الإيجابية ومزاياها التي يركز عليها، وأي الدوافع التي سيتم تخطيط الحملات الإعلانية لمخاطبتها...الخ، ويهم الإدارة معرفة المدة التي تستغرقها هذه المرحلة وذلك باستخدام معيارين أساسيين¹:

1- المرجع السابق لـ، عوض بدير الحداد، ص ص 175-177.

¹ المرجع السابق لـ ناجي معلا، «أصول التسويق المصرفي»، ص: 71.

- وصول حجم التعامل بالخدمة إلى الأرقام المخططة من قبل البنك والخاصة بهذه المرحلة، وهذا ما تحدده الفرص التسويقية المتاحة وحدة المنافسة في السوق المصرفية.
- ظهور المنافسة وازدياد حدتها: إن نجاح المصرف في توصيل خدمته إلى نهاية مرحلة التقديم يعني قدرة هذه الخدمة على تجاوز كافة الصعاب مما يؤدي إلى قيام المصارف الأخرى بالمواجهة.

2-2- مرحلة النمو:

و في هذه المرحلة يزداد التعامل تدريجيا ولكن بمعدلات متسارعة على الخدمة التي تم إدخالها، وتتسع معرفة الزبون بها ويزداد تقبله لها واحتكاكه بها، وترتفع ربحية المصرف خلال هذه المرحلة من حياة الخدمة المصرفية مما يجذب المنافسين للدخول إلى ميدان تقديم الخدمة مماثلة، مما يستدعي إجراء مزيد من التحسينات الملحوظة في هذه الخدمة ونشرها على فروع المصرف في المناطق المختلفة من أجل الاحتفاظ بالمركز التنافسي للمصرف، ومن مميزات هذه المرحلة التزايد في معدلات نمو حجم التعامل والأرباح، زيادة حدة المنافسين بين المصارف وتحسين جودة الخدمة وتخفيض أسعارها كلما أمكن.

2-3- مرحلة النضج:

و في هذه المرحلة يبدأ معدل النمو في الانخفاض تدريجيا حتى يصل إلى الدرجة الصفر، وعادة ما تكون هذه الفترة أطول من الفترات السابقة حيث يتحدد النصيب السوقي لكل مصرف أو منشأة مصرفية تقوم بتقديم هذه الخدمة للجمهور المتعاملين، وتستقر السياسة التسويقية المستخدمة في هذه لمرحلة نظرا لعدم مرونة الزيادة في التعامل على هذه الخدمة واستجابتها للزيادة في الإنفاق على الحملات الترويجية، وفي الوقت نفسه يكون المجال مفتوحا أمام المصرف لإجراء تحسينات وإضافات لتطوير طريقة تقديم هذه الخدمة.

2-4- مرحلة الانحدار:

و هي مرحلة الشيخوخة للخدمة المصرفية، حيث تتميز بهبوط التعامل على الخدمة المصرفية بدرجة كبيرة تجعل بعض المصارف تفكر جيدا في التوقف عن تقديمها، وتقوم بسحبها تدريجيا من السوق، والبدء في إدخال خدمات مصرفية جديدة تحل محلها وتكون أكثر فاعلية في إشباع حاجات الزبائن.

سابعا: مبررات الاهتمام بالخدمات المصرفية وتطويرها

هناك العديد من المبررات التي تدعو المصارف وخصوصا التجارية منها للاهتمام بالخدمات المصرفية وتطويرها، وتتفاوت درجة تأثيرها في تطوير الخدمة المصرفية من مصرف إلى آخر ومن بيئة عمل إلى بيئة عمل أخرى، وبرزت في الآونة الأخيرة عوامل اقتصادية وسياسية، سواء أكانت على المستوى المحلي أم على المستوى العالمي ساعدت وبشكل فاعل على زيادة انتشار الخدمات المصرفية الجديدة في المصارف وأهمها:

- انخفاض حجم مبيعات الخدمة المصرفية.
- منافسة المصارف الأخرى والذي يؤدي إلى انخفاض الحصة السوقية للمصرف.
- وجود أسواق جديدة تحقق أرباحا جيدة للمصارف.
- الأبعاد الإستراتيجية التي يأخذها المصرف بعين الاعتبار للتعامل مع الأسواق.
- تحرير الحكومة للمصارف من بعض الأنظمة والقيود.
- تنوع خطوط الخدمات لتوزيع المخاطرة المرتبطة بتقديم الخدمات المصرفية.
- زيادة حجم المصرف (عدد الخطوط الرئيسية للخدمات المصرفية) يتطلب إضافة المزيد من الخدمات المصرفية.

المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية التي تؤدي إلى تحقيق الميزة التنافسية

إن التحولات السريعة التي عرفتھا الصناعة المصرفية في بداية هذا القرن ألفت بضلالها على مختلف الأنظمة المصرفية في العالم الأمر الذي يحتم عليها التأقلم مع المتغيرات الجديدة واعتماد استراتيجيات فعالة لمواجهة التحديات التنافسية المتزايدة، ويعد مدخل جودة الخدمة وتطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة احد أهم المداخل والأنظمة التسييرية التي يؤدي تطبيقها إلى اكتساب وتنمية القدرة التنافسية لدى المصارف، وذلك أن الالتزام الاستراتيجي بمبادئ ومرتكزات إدارة الجودة الشاملة يساهم بالضرورة في تحسين فرص المصارف على التكيف بشكل ايجابي مع التحديات الراهنة التي أصبحت تفرضها البيئة المصرفية الدولية.

أولا: جودة الخدمات المصرفية والمعايير التي تحددھا

إن المصارف تسعى دائما إلى تحقيق مستوى عال من الجودة لكي تبقى في سوق المنافسة، وإذا ما أرادت هذه المصارف أن تعتمد أسبقية الجودة، بوصفها أداة للمنافسة، فان عليها أن تنظر إلى الجودة على أنها فرصة لإرضاء الزبون، وليس على أنها طريقة لمعالجة المشاكل اليومية.

1- جودة الخدمات المصرفية

عرف باين جودة الخدمة المصرفية بان لها علاقة بقدرة المصرف على تقديم خدمات تلائم توقعات الزبائن أو تتفوق عليها، في حين عرفت جودة الخدمة المصرفية بأنها قياس لمقدار تطابق مستوى الخدمة المقدمة مع توقعات الزبائن، وبين كثير مكن الباحثين أن عملية تعريف جودة الخدمة المصرفية ومراقبتها تختلف كثيرا في القطاع المصرفي قياسا إلى القطاع الإنتاجي، كون الجودة المدركة في الخدمة المصرفية هي غير الجودة المدركة في السلع الملموسة، وعلى هذا الأساس فان الزبون تكون أحكامه بشأن جودة الخدمة المصرفية على أساس جودة عملية تقديم الخدمة، فضلا عن الأساس المستند إلى المنافع النهائية التي يجنيها الزبون من الخدمة.

2- المعايير التي تحدد جودة الخدمة المصرفية

لا يوجد اتفاق بين الكتاب والباحثين حول ماهية الأبعاد التي تنطوي عليها جودة الخدمة ، ولكن هناك اتفاق على تحديد هذه الأبعاد ، وهذه الأبعاد تتعلق بالجودة المادية Physical Quality والتي تتعلق بالبيئة المحيطة بتقديم الخدمة ، وجودة المنظمة Corporate Quality والتي تتعلق بصورة المنظمة لدى عملائها ، والجودة التفاعلية Interactive Quality والتي تمثل ناتج تفاعل الموظفين داخل المنظمة مع العملاء¹.

و قد أخذت معايير الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف مسميات وعناوين متعددة ومختلفة مثل مبادئ الجودة، ومعايير الجودة، وسمات الجودة، ومتطلبات الجودة، إلا أنها جميعا تصب في مجال واحد وبسبب أهمية جودة الخدمات المصرفية كميزة تنافسية أساسية، تكاد لا تجد مصرفا واحدا لا يحاول تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة لزيائنه:

2-- الإعتامية

وتشير الإعتامية إلى قدرة المصرف على إنجاز أو تأدية الخدمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه ، فمثلاً قد يسأل أحد العملاء مدير المصرف " إنني أرغب بتحويل مبلغ من المال إلى مستفيد

آخر في الخارج غدا فهل لي أن أعتد عليك في تحقيق ذلك؟²

وهي تعني قدرة المصرف على انجاز أو أداء الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن على نحو سليم وبأقل الأخطاء. وتعد هذه السمة من السمات الأكثر أهمية وتحسسا من الزبون، إذ يقوم المصرف

¹ المرجع السابق لـ عوض يدير الحداد، ص 341 342.

² محمد سعيد سلطان وآخرون ، التسويق المصرفي ، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية ، حلب ، 2005 ، ص 65 .

بتقديم الخدمات المصرفية بأداء ثابت وبصورة دقيقة، في حال تم الطلب عليها وبأقل أخطاء ممكنة، فضلا عن تعبيرها عن مدى وفاء المصرف بالتزاماته تجاه الزبائن، فعلى سبيل المثال إذا رغب الزبون بان يقدم له المصرف خدمة تتسم بالدقة، من حيث الوقت والسرية والانجاز، فيجب على المصرف انجازها تماما مثلما وعد، وتبرر أهمية هذه السمة من خلال حصول الزبون على:

- الخدمة المصرفية بأداء ثابت وبعرض جيد وفعال وفي الوقت المناسب.
- عدم بقاء الزبون مدة طويلة للحصول على الخدمة المصرفية المطلوبة.

2-2- مدى توفر الخدمة من حيث الزمان والمكان

ومعنى ذلك هل أن الخدمة متوفرة في المكان والزمان اللذين يريد هما المستفيد.. هل أن المستفيد سوف يحصل على الخدمة المطلوبة دون انتظارها؟ هل أن الوصول إلى حيث "مصنع الخدمة" أمر ميسر أم في غاية الصعوبة؟، ومن الأمثلة على ذلك مائة ساعة العمل، وتوافر عدد كاف من منافذ الخدمة المصرفية، مائة موقع المصرف، ووجود عدد مناسب من آلات الصرف الآلي... الخ.

2-3- الأمان

ويعكس ذلك بالدرجة الأولى خلو المعاملات مع مؤسسة الخدمة من المخاطرة مثال ذلك: ما هي درجة الأمان المترتبة على قيام زبون المصرف باستخدام الصراف الآلي.¹

2-4- المصادقية

وتشتمل الأمانة والثقة والسمعة، في كل من إدارة مؤسسة الخدمة والقائمين على تقديم الخدمة، كما تعني مدى اطمئنان الزبائن بان الخدمة المصرفية المقدمة لهم تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك. فلا يمكن أن يقوم الزبائن بإيداع أموالهم وممتلكاتهم في مصرف تزداد فيه حالات الغش والسرقة والرشوة والأخطاء المالية بشكل كبير. وتبرز أهمية هذه السمة بما يأتي:

- تقديم الخدمة المصرفية التي تكون خالية من السرقة والمخاطر والشك.
- الالتزام بالإجراءات الأمنية داخل المصرف.
- إخضاع العاملين بالمصرف للرقابة باستمرار.

¹ - (L) Taleb & (S.R) Rahil: «Accueil et qualité de service pour la CNEP, PGS en management et gestion, ISGP, 1994, P06.

- إشعار الزبون بالأمان، ويشمل ذلك الاطمئنان النفسي والمادي.

2-5- درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد

وتعكس الجهد المبذول للتعرف على احتياجات المستفيد ومواءمة الخدمة في ضوء تلك الخدمة، كما يتضمن هذا الجانب توفير الاهتمام الشخصي بالمستفيد وسهولة التعرف عليه.

2-6- الاستجابة

وهي مدى قدرة المصرف على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن، والاستجابة لشكاويهم، والعمل على حلها بسرعة وكفاءة، إذ يشير ذلك إلى أن الزبائن هم محل تقدير المصرف واحترامه. وتعني الاستجابة أيضا مدى درجة استعداد العاملين في المصرف لتقديم الخدمة المصرفية بالطريقة التي تحقق رغبات الزبائن، وسرعة التفاعل مع المشاكل غير المتوقعة وحلها بصورة جيدة، على وفق تصور الزبون، فضلا عن الوقت الذي يعد جزءا مهما جدا من الاستجابة. وتبرز أهمية هذه السمة بما يأتي:

- أداء الخدمة بالسرعة القصوى.
- انجاز الخدمة من الوقت المتوقع للزبون.
- كفاءة مواجهة المشاكل وحلها بأقصى سرعة ممكنة وبكفاءة عالية.

2-7- الجدارة

وتعكس مستوى الجدارة الذي يتمتع بها القائمون على تقديم الخدمة، من حيث المهارات والقدرات التحليلية والإستنتاجية، والمعارف التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل أمثل. وفي حالة التعامل مع مورد خدمة ما لأول مرة، فإن المستفيد غالبا ما يلجأ إلى معايير مثل الكفاءات العلمية لتقييم جدارة مورد الخدمة وجودة خدماته.

2-8- الأشياء الملموسة

وتتمثل كافة الجوانب الملموسة المتعلقة بالخدمة المقدمة مثل: مباني المصارف، التقنيات الحديثة المستخدمة، التسهيلات الداخلية للأبنية، والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة، وتتمثل بجميع التسهيلات المادية ذات العلاقة المباشرة بتقديم الخدمة. وبشكل عام تستخدم المصارف هذه الميزة لتحسين صورتها، وتأمين التواصل المستمر مع الزبائن، فالمصرف الذي لا يملك معدات لتدقيق الحساب ولا مستلزمات الراحة للعاملين والزبائن، مثل أجهزة التكيف، أو الإضاءة الجيدة، أو المقاعد المريحة، قد

يؤدي إلى تقييم خدماته من جهة نظر الزبائن بشكل سيء، وكلما كانت الملموسية ذات جودة عالية، اكتسب مقدم الخدمة المزايا الآتية:

- يعزز من قدرة وفعالية الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن.
- يعتبر ذلك مصدر جذب للزبائن جدد لأنها تشكل ميزة تنافسية.
- يشعر الزبائن بارتياح نتيجة حصولهم على خدمات مصرفية إضافية.

2-9- الاتصالات

وتعني دوام إمداد الزبائن بالمعلومات، ومخاطبة الزبون باللغة التي يفهمها، والإنصات وتأمين الحصول على المعلومات الإسترجاعية مثلا هل أن المورد الخدمة قادر على توجيه الزبون حول طبيعة الخدمة المقدمة والدور الذي ينبغي على الزبون أن يلعبه للحصول على الخدمة المطلوبة، بالتحديد مثلا هل يتم إبلاغ الزبون بالأعطال أو العراقل التي قد تحصل في نظام تقديم الخدمة.

2-10- اللباقة والتعاطف

و تعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للزبون، من حيث إبداء روح الصداقة والحرص على الزبون، وإشعاره بأهميته، والرغبة في تقديم الخدمة المصرفية بحسب حاجاته ورغباته. وفيها يكون مقدم الخدمة المصرفية على قدر كبير من الاحترام والأدب، من حيث اتسامه بالمعاملة الودية مع الزبون. إن هذا المعيار يشير إلى المودة والاحترام بين مقدم الخدمة والزبون ويتجسد ذلك بالقدرة على التفاعل وخلق علاقات شراكة إستراتيجية مع الزبائن والخدمة بحسب طلب الزبون. وبالتالي فإن تفهم الخدمة المصرفية المطلوبة يحقق رضا أعلى للزبائن، وإشعارهم بمدى اهتمام الإدارة العليا والعاملين في المصرف بهم، وتبرز أهمية هذه السمة بتحقيق الآتي:

- مقدار تفهم مقدم الخدمة المصرفية للمتطلبات الخاصة بالزبون.
- مقدار تفهم مقدم الخدمة المصرفية لمشاعر الزبائن.

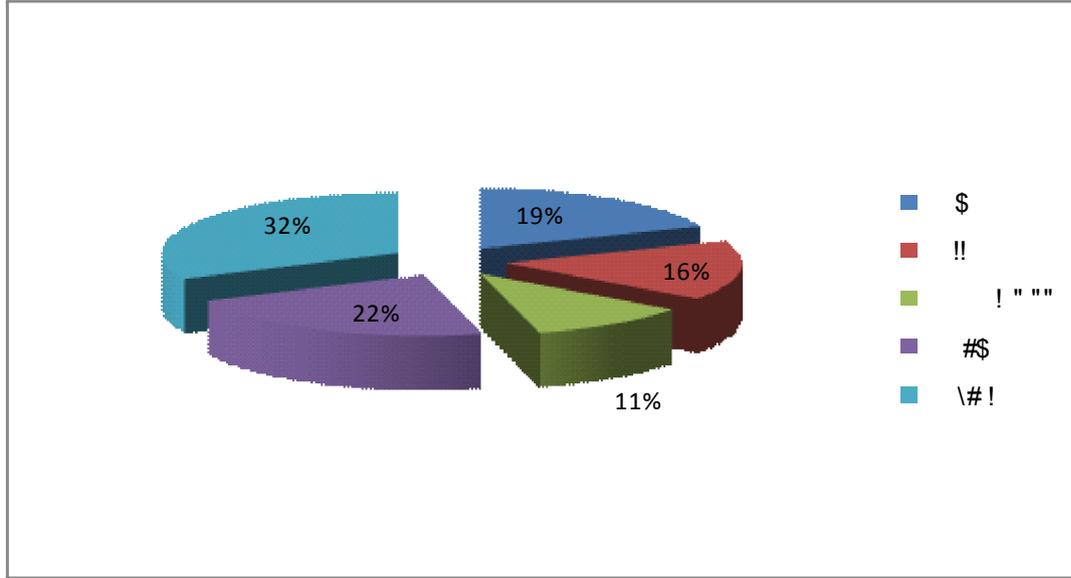
كما تعني أن يكون مقدم الخدمة على قدر من الاحترام والآداب، وأنه يتسم بالمعاملة الودية مع الزبون، ومن ثم فإن هذا المعيار يشير إلى المودة والاحترام بين مقدم الخدمة والزبون.

إن هذه المعايير العشرة التي يعتمدها المستفيد لتقييم جودة الخدمة ليست بالضرورة مستقلة عن بعضها البعض، بل أن بعض المعايير متداخلة مع بعضها البعض، وقد تكون أحيانا مكملة لبعضها البعض ويرى الباحثون أن هذه العوامل تعد ملائمة جدا لتقييم جودة العديد من الخدمات.

وجاءت دراسات أخرى تلخص هذه المعايير العشرة في خمسة نقاط فقط، أطلق عليها نموذج جودة الخدمة " SERVQUAL " ¹ والمشار إليه في العناصر السابقة.

لكن الوزن النسبي لهذه العناصر يختلف من مستفيد إلى آخر، ومن مؤسسة خدمة لأخرى وذلك على النحو الذي يعرضه الشكل التالي:

الشكل رقم 1-3: الوزن النسبي لمعايير جودة الخدمة



المصدر: بشير عباس محمود العلق وأحمد محمود، «استخدام الفجوات لتفسير العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا المستفيد»، مجلة الإداري، معهد الإدارة العامة سلطنة عمان، المجلد 24، العدد 88، 2003، ص22.

نلاحظ من الشكل أن معيار الاعتمادية يحتل المرتبة الأولى بمقدار 32%، في حين معيار الإنتاجية في المرتبة الثانية بـ: 22 %، أما 19% لمعيار الأمان، في حين 16% للباقة وأخيرا 11% للاعتبارات المادية.

ثانيا: الميزة التنافسية في المصارف: المفهوم والأهمية

ترجع بداية ظهور وتداول مفاهيم القدرة التنافسية وأساليب اكتسابها ودعمها إلى نهاية الثمانينات من القرن العشرين حيث ظهر مفهوم القدرة التنافسية وانتشر استخدامه بعد صدور كتابات "بورتر" الرائدة في هذا المجال والتي اهتمت بدراسة استراتيجيات التنافس وأساليب تدعيم القدرة التنافسية من خلال المداخل الثلاثة المعروفة وهي مدخل القيادة بالتكلفة أو مدخل الإدارة الإستراتيجية للتكلفة، وإستراتيجية التميز وأخيرا إستراتيجية التركيز، ثم تعددت بعد ذلك الكتابات في هذا المجال

¹ - Tournois Nadine: «Le marketing Bancaire face à la nouvelles technologies», Masson, Paris, 1989, P74.

حيث قدم "او اك لاند " استراتيجيات ثلاثة لتحقيق الميزة التنافسية وهي التميز بالتكلفة، إستراتيجية الجودة الشاملة ثم إستراتيجية التجديد والابتكار باعتبار أن تلك الاستراتيجيات تمثل بدائل أمام المصرف يمكن اختبار أحسنها، كما يمكن اعتماد جميعها في آن واحد¹.

لقد ركزت معظم الدراسات الحديثة على إستراتيجية التميز والتي يمكن تحقيقها بتبني أسلوب إدارة الجودة الشاملة.

1- مفهوم القدرة التنافسية

يعتبر أي مصرف ذا قدرة تنافسية أي يتمتع بميزة تنافسية إذا استطاع الحفاظ على استمرارية متحصلاته عبر الزمن أو زيادة حصته السوقية. وتعرف الميزة التنافسية بأنها مجموعة المهارات والتكنولوجيات والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين:

- إنتاج القيم ومنافع للزبائن أعلى مما يحققه المنافسون.
- تأكيد حالة من التميز والاختلاف فيما بين المنظمة ومنافسيها.²

وتنشأ الميزة التنافسية من مجموع وظائف المؤسسة والمرتبطة بالتصميم، الصنع، التسويق، توزيع وتطوير المنتج.

ويقصد بالميزة التنافسية للمصرف الوضع الذي يتيح له التعامل مع أسواقه ومع عناصر بيئته بصورة أفضل من منافسيه، بمعنى أن الميزة التنافسية تعبر عن مدى قدرة المصرف على الأداء بطريقة يعجز منافسيه عن القيام بمثها، وقد تعددت مصادر الميزة التنافسية ونذكر من أهمها:

1-2- الابتكار: إن نمو أي مؤسسة وقدرتها على التنافس يرتبط ارتباطا وثيقا بقدرتها على الابتكار حيث تصاعد اهتمام المؤسسات بالابتكار والتركيز عليه إلى درجة اعتباره الحد الأدنى في الأسبقيات التنافسية.

2-2- الزمن: يعتبر عامل الوقت خاصة في إدارة الخدمات ميزة تنافسية فالوصول إلى الزبون أسرع من المنافسين يعتبر ميزة تنافسية.

¹ إبراهيم شكري، «إستراتيجية الجودة الشاملة»، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، كلية التجارة جامعة عين شمس، مصر، 1998، ص 113.
² أمال عياري-رجم نصيب، «الاستراتيجيات الحديثة للتغيير كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات»، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، قسم التسيير جامعة محمد خيضر بسكرة، 29-30 أكتوبر 2002، ص 13.

2-3- المعرفة: إن التطور السريع في التكنولوجيا والمنافسين يجعل المؤسسات الناجحة هي التي تخلق بشكل متسق المعرفة الجديدة وتجسدها في تكنولوجيا وأساليب وخدمات جديدة.

2- أهمية تطوير القدرة التنافسية في المصارف:

يمثل امتلاك وتطوير القدرة التنافسية هدفا استراتيجيا تسعى المصارف لتحقيقه في ظل التحديات التنافسية جراء تحرير الخدمات المصرفية. إذ ينظر للقدرة التنافسية على أنها قدرة المصرف على تحقيق حاجات الزبون المصرفي في الوقت والمكان المناسبين وبالسعر المناسب، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من الخدمة مثل الجودة العالية¹، وبالتالي فهي استثمار لمجموعة الأصول المالية والبشرية والتكنولوجية بهدف:

- إنتاج قيمة للزبائن
- في شكل منتجات وخدمات مصرفية مختلفة
- تلبي احتياجاتهم.
- التميز عن المنافسين فيما يخص الجودة والسعر.

فلقد أكد M. Porter على أن الميزة التنافسية تنشأ من القيمة التي باستطاعة المصرف أن يخلقها لزيائمه، إذ يمكن أن تحاذ شكل السعر المنخفض، أو تقديم منافع متميزة من خلال المقدمة مقارنة بالمنافسين، لذا يمكن التمييز بين نوعين من الميزة التنافسية¹:

- **ميزة التكلفة الأقل:** التي تتحقق كنتيجة لقدرة المصرف على إنتاج وتسويق منتجاته وخدماته بأقل تكلفة ممكنة.
- **ميزة الجودة العالية:** حيث يتفوق المصرف على المنافسين بتقديم منتجات وخدمات مصرفية متميزة وعالية الجودة ولها قيمة كبيرة في نظر الزبائن.

3- جودة وتميز الخدمات المصرفية

لقد تزايد استخدام جودة الخدمة كوسيلة رئيسية لتمييز خدمات المصرف عن منافسيه ولتحقيق ميزة تنافسية والمصارف يمكنها أن تجني العديد من المزايا في حالة تقدم خدمات مصرفية عالية الجودة حيث يمكنها زيادة ولاء الزبائن ودفعهم للاستمرار في التعامل مع المصرف وتقليل حساسيتهم لأسعار الخدمات التي يقدمها المصرف.

¹porter; m. «l'avantage concurrentiel. Dunod. Paris.2000.p 8.

² طارق طه، «إدارة البنوك والمعلومات المصرفية»، دار الكتب للنشر، القاهرة، مصر، 2000، ص:119.

كما سيسمح ذلك أيضا من تحقيق قدر أعلى من الأرباح والحصول على نصيب أكبر من حصة السوق، وانخفاض التكاليف من خلال استخدام الأمثل للموارد المتاحة والحفاظ على العاملين والرفع من كفاءتهم.

إن تقديم خدمة مصرفية ذات جودة مميزة يتيح للمصرف إمكانية رفع أسعار خدماته واستخدام هذه الزيادة في مكافأة العاملين مثلا أو زيادة ميزانية التدريب وزيادة البحث والتطور للخدمات المصرفية التي يقدمها، ولتعزيز الوضع التنافسي في السوق، أو تقديم خدمات عالية الجودة وبمواصفات مميزة عن تلك الخدمات التي يقدمها المنافسون وهذا يترتب عليه تعزيز المركز التنافسي أيضا. والواقع إن تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة يحقق رغبة جميع الأطراف المرتبطة بالمصرف، كالإدارة، والعاملين، والزبائن، فالإدارة تسعى إلى تحقيق النمو وزيادة الأرباح، والمساهمون يسعون إلى زيادة العائد على الأسهم، أما العاملون يسعون للحصول على أجور ومكافآت أعلى، والزبائن يسعون للحصول على خدمات أفضل وأحسن والكفيلة بتحقيق كل هذه الرغبات هي الخدمة المتميزة عالية الجودة¹، وحقيقة الأمر أن التوجه نحو تقديم خدمات ذات جودة متميزة يبدأ بالتوجه نحو المستهلك على أنه محور نشاط المصرف وغايته، فالحاجة لتمييز الجودة تتبع من المستهلك ويحققها المصرف على أرض الواقع عندما يفهم التميز كما يعنيه وبيتيه المستهلك. وتعتبر جودة الخدمة المصرفية عن الميزة التنافسية التي تحملها للمصرف إذا كانت تحقق حاجات ورغبات الزبون وتوافق توقعاته، ويجدها في وقت الاحتياج ودون عناء، وتحمل له قسمة مضافة.

ثالثا: جودة الخدمات المصرفية كميزة تنافسية:

تعد جودة الخدمات المصرفية ميزة تنافسية وهي ذات فاعلية كبيرة، وتأخذ بها المصارف كوسيلة لتمييز خدماتها عن منافسيها لتحقيق الميزة التنافسية. ويتطلب التنافس بالجودة في المصارف عدة مقومات من أهمها:

- استلهم حاجات الزبائن وتوقعاتهم كأساس لتصميم الخدمات.
- جعل الجودة على رأس أولويات الإدارة العليا في المصرف.
- زرع وتنمية ثقافة الجودة لدى كل العاملين بالمصرف.
- تدريب العاملين بتقديم متميز.
- تبني مفهوم التحسين المستمر تحت مظلة إدارة الجودة الشاملة.

1 E.H chleiner & E.S.kim. «service Excellence.lessons from the Banking industry Management Decision Vol34 (5); 1996.

■ استخدام التكنولوجيا المتقدمة للمعلومات في تقديم الخدمات المصرفية.¹

إن التحديات التنافسية المتعاظمة التي أفرزتها تحرير تجارة الخدمات المصرفية، ألزمت معظم المصارف حالياً ضرورة تبني العديد من الاستراتيجيات في مجالات العمل والمنافسة ومن أهم هذه الاستراتيجيات نذكر:

1- إستراتيجية إدارة الجودة الشاملة:

اتخذت الجودة في الوقت الحالي أبعاد جديدة فهي وفقاً لما أشار إليه فيليب كوتلر " Philip kotler" الملامح أو الخصائص الكلية للمنتج سواء سلعة أو خدمة، والتي تحمل القدرة على إشباع الحاجة. ولقد أدت العولمة وبالأخص تحرير تجارة الخدمات المالية إلى زيادة المخاطر التنافسية ومن ثم ظهرت الحاجة إلى تبني إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتعزيز وزيادة القدرة التنافسية.

وإدارة الجودة الكلية أو الشاملة "Total Quality Management" واختصارها "TQM"، يقصد بها ذلك المدخل الإداري المتكامل الساعي للتحسين المستمر في جودة منتجات المصرف لتحقيق رضا الزبائن.²

ويتم ذلك من خلال استخدام أساليب وأدوات متقدمة ومتنوعة، تتيح للمصرف الوصول لمعدلات أداء مرتفعة في تحسين الجودة، وتمنح له وضع أفضل من منافسيه وبالتالي فرصة أكبر للبقاء في ظل العولمة. وتهدف إدارة الجودة الكلية إلى منع أي خطأ في الأداء المصرفي قبل حدوثه، ومن المزايا التي تعود على المصارف من وراء التركيز على تحسين جودة خدماتها ما يلي:³

- ✓ تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف.
- ✓ تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء والتحكم في أداء العمليات المصرفية.
- ✓ الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة للمصرف لإمكانية رفع الأسعار والعمولات وتحقيق أرباح أكبر.
- ✓ الخدمة المتميزة تجعل من زبائن المصرف كمندوبي بيع في توجيه وإقناع زبائن جدد.

¹ زيدان محمد-بريش عبد القادر، «جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية»، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة "منافسة-مخاطر-تقنيات"، جامعة جيجل، 6-7 جوان 2005، ص 04.

² المرجع السابق لـ طارق طه، «إدارة البنوك والمعلومات المصرفية»، ص 126.

³ المرجع السابق لـ، زيدان محمد-بريش عبد القادر، ص 04.

2- إستراتيجية إعادة الهندسة:

تعتبر إعادة هندسة الأعمال المصرفية من المداخل الإدارية الحديثة، والتي تنطوي على هدم الأوضاع القائمة بالمصرف وإعادة تصميم جميع أنشطة أعماله والقيام ببناء تنظيمي جديد مصحوب بتغيير جذري في القيم السائدة في المصرف بهدف الوصول إلى إنجازات كبيرة، يعجز المصرف عن الوصول إليها في ظل أوضاعه الحالية.

إن إستراتيجية إعادة الهندسة تحتاج إلى إدارة مرنة من قبل المصارف بحيث تتخذ قرارات سريعة لإحداث التغيير المطلوب فتجد بالمقابل اتجاهات إيجابية من العاملين، وتستوجب إعادة الهندسة ابتكار نظم وعمليات جديدة تمكن المصرف من مواجهة المنافسين، حيث يحتاج المصرف لما هو أبعد من رفع المعدلات الإنتاجية، أو تكثيف الجهود الترويجية بغرض زيادة حجم العمليات المصرفية، والاهتمام بالجودة، فهو بحاجة إلى معالجة إدارية جذرية تُحدث تفوق في الإنجازات، ويتضمن ذلك إعادة تصميم جميع أنشطة المصرف من جديد بغرض إحداث تحسين غير عادي في الأداء والجودة ونمط العمليات التشغيلية.

وحتى يتمكن المصرف من تحسين الأداء ومواجهة ضغوط المنافسة فهو بحاجة إلى تغيير سريع وجذري، فإعادة الهندسة يجب أن تتم بسرعة وليس على أساس التغيير البطيء، وكذلك يجب أن يكون هناك إعادة نظر جذرية في العمليات الممارسة ليصبح المصرف يعمل في إطار جديد يؤدي لتحسين الفاعلية وكذلك تحسين خدمة الزبائن لتحقيق الميزة التنافسية.

إنه مع تزايد حدة المنافسة خاصة بعد تحرير تجارة الخدمات المصرفية أصبح من الأهمية خلق قدرة تنافسية للمصرف تميزه عن منافسيه وذلك من خلال المصادر التالية¹:

- تحليل البيئة الديمغرافية من حيث الهيكل وخصائص الزبائن لتحديد رغباتهم.
- تحليل اتجاهات المنافسة المصرفية تكنولوجيا وتسويقيا.
- "من خلال مراقبة خدمات المصارف المنافسة يستطيع المصرف أن يتعلم من أخطاء ونجاحات هذه المصارف وكثيرا ما يحصل المصرف على أفكار لتطوير خدماته من خلال دراسة ما تقوم به المصارف المنافسة².
- اعتماد مبدأ جودة الخدمة والتحسين المستمر.

¹ المرجع السابق لـ زيدان محمد-بريش عبد القادر، ص 05.

² فريد عمر، «دور الأنشطة التسويقية المتكاملة في تطوير خدمات المؤسسات المصرفية»، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود وتمويل، جامعة بسكرة، 2004/2003، ص 113.

- اعتبار الزبون كحجر الزاوية في تصميم الخدمة المصرفية وقياس جودتها وتطويرها.

المبحث الثالث: الخدمات المصرفية: تشخيص وتوصيف عام

تمثل الخدمات المصرفية أحد الأنشطة الاقتصادية الهامة في أي دولة، وإذا نظرنا إليها كنشاط اقتصادي نجد أنه ينطوي على العديد من الخصائص. ولا شك أن توافر هذه الخصائص يعني ضرورة مواكبة النشاط المصرفي لمتطلبات التطور في جميع أوجه النشاط الاقتصادي والاجتماعي في أي دولة بغض النظر عن طبيعة نظامها الاقتصادي أو فلسفتها السياسية.

ويمكن القول باختصار أن الخدمات المصرفية كغيرها من أوجه النشاطات الاقتصادية مرت بالعديد من مراحل التطور، حيث تحول النشاط من مجرد القيام بعمليات الإقراض والإيداع في داخل حدود الدولة المعنية إلى قيام المصارف بالدخول في مجالات الاستثمار وتملكها للكثير من المشروعات الصناعية والخدمات التجارية، وكذلك قيامها بتصدير خدماتها إلى خارج حدود الدولة وانتشار فروع الكثير من المصارف في معظم دول العالم، وظهور المصارف متعددة الجنسيات.... الخ.

ولا شك أن هذا التحول الكبير والتنوع الملحوظ في الخدمات المصرفية أو في صناعة المصارف بصفة عامة كان بمثابة ضرورة فرضها واقع التطور والنمو السريع في مختلف الأنشطة الاقتصادية في دول العالم المختلفة وهذا ما جعل الكثير من الكتاب والممارسين في صناعة المصارف يرون بأن المشكلة الحقيقية التي تواجه رجال المصارف تكمن في كيفية إدارة ومواجهة التغير والنمو السريع في المجالات الاقتصادية والاجتماعية بنجاح، بالإضافة إلى التغير والتطور في سوق الصناعة المصرفية التي أصبحت تتصف بالمنافسة الشديدة، وسنحاول في هذه المبحث تحليل أهم الاتجاهات في مجال صناعة الخدمات المصرفية.

أولاً: تسيير وسائل الدفع

من أهم العمليات التي تقوم بها المصارف هي عملية تسيير وسائل الدفع وهي تلك الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية يوميا لزيائنها مقابل حصولها على عمولات مثل:

- صرف الشيكات المسحوبة على المصرف بالعملة المحلية والأجنبية.
- تحصيل الشيكات لصالح زبائن المصرف.
- إجراء جميع عمليات التحويلات وفقاً لأوامر الزبائن بالداخل والخارج.
- إصدار الشيكات للزبائن.
- فتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية.

- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.
- تحصيل الأوراق التجارية من سفتجة وسند لأمر
- تنفيذ عملية المقاصة بين حسابات التي تتواجد في مصارف مختلفة.

ثانيا: قبول الودائع

من أبرز وظائف المصارف قبولها للودائع تحت شروط معينة، والوديعة تمثل التزاما على المصرف بصفته المودع لديه لصالح المودع صاحب الحق في الوديعة.¹

ويقصد بالودائع السيولة المسلمة للمصرف من طرف أشخاص طبيعيين أو معنويين.² فالودائع تمثل الجزء الكبير من موارد المصارف التجارية والتي تمارس بها نشاطاتها. لهذا نجد الودائع في جانب الخصوم وتكون إما بشكل نقود تكون تحت تصرف المصرف أو على شكل قيم منقولة يديرها المصرف لصالح زبونه، وتنقسم الودائع إلى:

1- أنواع الودائع المصرفية

سننظر إلى أنواع الودائع المصرفية بتصنيفها حسب معيار الزمن.

1-1- الودائع الجارية أو تحت الطلب

هي الودائع التي تودع لدى المصرف دون شرط ويستطيع صاحبها أن يسحب منها في أي وقت، ويحتفظ بها الزبائن في المصارف لاستخدامها في المعاملات وسحب شيكات عليها، ولا يدفع المصرف فائدة على هذا النوع من الودائع غير أن بعض التشريعات في بعض الدول تقرّ على المصارف بدفع فوائد عند وصول هذه الودائع مبلغا معيناً، يمكن سحبها جزئياً أو كلياً في أي وقت بموجب أمر يصدره المودع، أي ليس لها تاريخ استحقاق.³

1-1-1- مميزات الودائع الجارية

بالرغم من التطورات التي لحقت بالودائع الجارية إلا مميزاتها بقيت ثابتة، وهي تمتاز عن غيرها من الودائع بما يلي :

¹ عبد النعيم مبارك، «مبادئ في الاقتصاد»، الدار الجامعية، مصر، 1997، ص 32.

² Ammour Ben Halima, pratique et techniques bancaires, édition dahlab, Alger, 1997, p: 40.

³ مجدي محمود شهاب، «اقتصاديات النقود والمال(النظرية والمؤسسات النقدية)»، دار الجامعية الجديدة، 2002، ص 24

- يستطيع صاحبها سحبها في أي وقت أو تحويلها إلى حساب آخر في نفس المصرف أو خارجه باستخدام الشبكات المحلية بين المصارف أو الدولية لتحويل الأموال بالطريقة الإلكترونية.
- حماية أموال المودع من الضياع والسرقة.
- نسبة الاحتياط النقدي القانوني الذي يحتفظ به المصرف يكون مرتفع مقارنة مع الأنواع الأخرى للودائع.
- تعد مصدر لتمويل الاستثمارات التي تحقق فوائد وأرباح المصرف.
- الحصول على خدمات مختلفة تقدمها المصارف من أجل تشجيع هذا النوع من الودائع كالحصول على البطاقات الائتمانية بمختلف أنواعها، كذلك دفع ما على الزبون من مستحقات كفواتير الغاز الكهرباء التأمين، الحصول على خدمات التأمين.. الخ.

1-1-2- تكلفة الودائع الجارية:

من المعروف أن الودائع الجارية غير مكلفة بالنسبة للمصرف فتكلفتها تتمثل في نفقات تسيرها فقط فالمصارف لا تدفع عليها فوائد، وبالتالي فهي لا تدير على صاحبها أي دخل هذا ما جعلها تتفهم ويتراجع حجمها لدى المصرف نتيجة لاتجاه 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 المصرفي، الأمر الذي نبه مسير المصرف إلى ضرورة العمل على جذب هذا النوع من الودائع لما له من دور فعال في تزويد المصرف بالسيولة، لذلك اعتمدت المصارف طرق حديثة واستراتيجيات مختلفة لزيادة نسبتها في حجم الموارد الخارجية ومن بين هذه الأساليب تقديم هدايا متنوعة لأصحاب هذه الودائع، خدمات التأمين وغيرها محاولة منها المحافظة على زبائنها الحاليين والمحتملين.

1-2- الودائع الادخارية (التوفير):

و تنقسم إلى نوعين مهمين من الودائع:

1-2-1- ودايع التوفير:

يعتبر هذا النوع من الودائع الأكثر استقرارا بالنسبة لحرية المصرف ما يسمح باستثمارها في الأجل المناسب ذلك أن مبالغ التوفير يتم وضعها عادة لمدة طويلة. وقد تم بالإضافة إلى الأنواع التقليدية استحداث أنواع جديدة من ودايع التوفير التي تتماشى مع حاجات ورغبات المتعاملين كدفتر التوفير الخاصة بالشباب، التوفير لأجل الاستثمار في البورصة، التوفير لأجل تسديد مستحقات الضرائب،

التوفير السكني... الخ 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 المصرف من أزمات السيولة .
- وبالتالي حتى تستطيع المصارف الزيادة في هذا النوع من الودائع لابد عليها من الاهتمام بصغار المودعين، ولكن رغبة المصارف في تشجيع هذا النوع من الودائع فهي تتغاضى في بعض الحالات عن هذا الشرط على 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 النقطة اللاحقة.

1-2-2- ودائع تحت إشعار:

هي الودائع التي لا يمكن لصاحبها السحب منها إلا بعد إخطار المصرف بفترة زمنية متفق عليها.

1-2-3- ودائع لأجل:

تودع لدى المصرف التجاري ولا يجوز لصاحبها سحبها أو سحب جزء منها إلا بعد انقضاء المدة المتفق عليها مع المصرف، وهذا ما يمكن المصرف من استثمارها لمدة تتناسب مع مدة سحبها، وبذلك يحصل صاحب هذه الوديعة على فوائد، وقد حافظت المصارف على هذا النوع من الودائع في ظل التغيرات المالية الحاصلة مرتكزة أساسا على مميزات هذه الوديعة، التي تعطي مرونة كبير للمصرف في إتباع إستراتيجية حديثة تتماشى وحاجات المتعاملين وتحقق غرض المصرف في استخدامها، بالإضافة إلى خاصية حصول صاحبها على فائدة، فلقد عمل المصرف على استنباط عدة سياسات من هذه المميزات ساعدته في جذب زبائن 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 كحرمائه من الفوائد أو يقرضه المبلغ بضمان الوديعة ويسعر فائدة أعلى من الذي يتقاضاه من المصرف.
- ابتكار أنواع جديدة من الودائع تكون فيها نوع من المرونة في التعامل من أجل المحافظة على الزبائن 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 بالزبائن 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 المصارف أن تلبى احتياجات زبائنها وجذب هذه الفئة وفي نفس الوقت تحقيق أرباح.

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

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

ثالثا: خلق نقود الودائع:

تعتبر هذه الوظيفة من العمليات المصرفية غير العادية، وتعتمد عملية خلق نقود الودائع على القاعدة التقليدية الإنكليزية القائلة بأن "القروض تخلق الودائع (Loans make deposits)" ¹ ونقصد بعملية خلق الودائع هو قيام المصارف التجارية مجتمعة بتقديم قروض إلى زبائنها تزيد قيمتها كثيرا عن قيمة الودائع الأولية، وهي بهذا تزيد من العرض الكلي للنقود، ويرجع ذلك إلى قيام الأفراد في العصر الحديث بتسوية مدفوعاتهم بواسطة الشيكات التي يسحبونها على ودائعهم في المصارف التجارية، والكمية المسحوبة تمثل عادة نسبة ضئيلة من حجم هذه الودائع وبذلك عمدت المصارف إلى إقراض زبائنها مبالغ تقيد في شكل ودائع تحت الطلب لديها قابلة للسحب بالشيكات.

رابعا: تقديم التسهيلات الائتمانية (القروض):

تعد القروض بشتى أنواعها بمثابة العمود الفقري للمصارف وإليها توجه النسبة الأكبر من مواردها ومنها تحقق النسبة الأكبر من إيراداتها ومن هنا فإن مصلحة القروض تحتل موقعا محوريا في المصارف، ومن هذا المنطلق تسعى المصارف إلى التنويع في عمليات الإقراض، ليس فحسب بغرض توزيع المخاطر ولكن أيضا بغرض تعظيم الدخل.

¹ Ammour ben Halima, «Monnaie et régulation monétaire, édition Dahlab, Alger, 1997, p: 18.

1- أنواع القروض

إن القروض الحديثة التي تمنحها المصارف التجارية لها نفس طبيعة القروض التقليدية فهي أموال تمنحها المصارف لمتعاملها من أجل تمويل أي نشاط اقتصادي ولكن الاختلاف الجوهرى هو في طريقة تقديمها للقروض وهذه الأخيرة هي التي تعطي للقروض سمة الحداثة، حيث أنها أصبحت تتعامل بالإضافة إلى الطرق التقليدية بوسائل الاتصال المتطورة كالإنترنت، الهاتف النقال، التلفزة الرقمية.. الخ، إذ أن تسوية كل المعاملات والإجراءات الخاصة بالقروض 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

- حسب معيار الزمن: نميز بين قروض قصيرة الأجل (أقل من سنتين)، وقروض متوسطة الأجل (حتى 7 سنوات) وقروض طويلة الأجل (أكبر من 7 سنوات) مع الإشارة إلى أن بعض المصارف تعتبر خمس سنوات كحد أقصى للقروض المتوسطة الأجل.
- حسب معيار الهدف: قروض استثمار وقروض استهلاك.
- حسب معيار النشاط: قروض صناعية وقروض زراعية وقروض تجارية.
- حسب معيار التعبئة: قروض قابلة للتعبئة (إعادة الخصم) لدى المصارف أو مؤسسات مالية أخرى أو البنك المركزى، وقروض غير قابلة للتعبئة.
- حسب معيار الطبيعة: قروض فعلية وقروض بالتوقيع.

وللمزيد من الشرح والتوضيح ارتأيت أن أعتمد معيار الزمن أو معيار الآجل:

1-1- القروض القصيرة الأجل

هناك شكلان أساسيان يمكن أن يأخذهما هذا النوع من القروض: قروض نقدية وقروض بالتوقيع، ويقصد بالقروض النقدية أو الفعلية تلك المبالغ النقدية التي يقدمها المصرف فعلا للزبون، في حين يقصد بالقروض بالتوقيع منح المصرف لزبونه ضمانا بالدفع، أي أن الزبون لا يحصل على مبلغ نقدي من المصرف وإنما يحصل على توقيع المصرف، وأهم أنواع القروض القصيرة الأجل ما يلي:²

1-1-1- قروض الصندوق

وهي قروض يطلبها الزبون لتغطية عجز ظرفي في السيولة (أي في الصندوق) وهو ينتظر تدفقات نقدية في القريب العاجل (أيام معدودة) ليسدد مبلغ القرص وكمثال على ذلك عجز المؤسسة عن

¹ رحيم حسين، «الاقتصاد المصرفي»، دار البهاء للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2008، ص: 238

² المرجع السابق لـ رحيم حسين، «الاقتصاد المصرفي»، ص 239

دفع أجور العمال، وتعتبر قروض الصندوق عن ترخيص المصرف للزبون بطلب من هذا الأخير ليجعل حسابه مدينا بمبلغ القرض وفق شروط معينة. ومن ابرز إشكال هذه القروض:

أ - تسهيلات الصندوق

تمنح من اجل إعادة التوازن لخزينة المؤسسة حتى تتمكن من ضمان لسير العادي لدورة الاستغلال، كسواء المواد الأولية أو دفع مستحقات الضرائب و أجور العمال، ولذلك تسمى أيضا بقروض الرزنامة.

ب- الكشف المصرفي

وهو المبلغ الإضافي الذي يسمح للزبون بسحبه فوق الرصيد الموجود في حسابه الجاري.

ج- القرض الموسمي:

وهو قرض يطلبه الزبون لتغطية عجز ناتج عن مصاريف إضافية موسمية تتطلبها طبيعة النشاط الموسمي الذي تمارسه بعض المؤسسات و ابرز مثال لها موسم الحصاد في مجال الفلاحة، حيث يحتاج الفلاح إلى استئجار حاصدة وتوظيف عمال مؤقتين وغير ذلك من مستلزمات الحصد أو مؤسسات صناعة المصبرات.

د- التسبيقات على الفواتير

وهي قروض تقدم بغرض تغطية جزء من فواتير الزبون المستحقة على بعض المؤسسات أو الإدارات أو الجماعات المحلية والناطقة عن أعمال أو خدمات قدمها لها.

1-1-2- خصم الأوراق التجاري

تعد عملية خصم الأوراق التجارية من قبيل عمليات الائتمان التي يمنحها المصرفي لزبون، حيث يحق للزبون استيفاء قيمة الورقة التجارية من المصرف قبل حلول ميعاد استحقاقها، على أن يحل المصرف محل الزبون في إشعار ميعاد استحقاقها ليحصل على المبلغ المتفق عليه في الورقة التجارية¹.

¹ بلعوز بن علي ومحمدي الطيب أمحمد، « دليلك في الاقتصاد »، دار الخلدونية، القبة، 2003، ص 22

1-1-3- عقد تحويل الفاتورة

عقد تحويل الفاتورة كما سمي في القانون التجاري الجزائري (المادة 543 مكرر 14 وما بعدها)، هي عقد يتم بمقتضاه التنازل عن حقوق على الزبائن من خلال تحويل فواتير غالى طرف آخر. و بعدما كانت هذه العملية تقوم بها مؤسسات مختصة تسمى المفوتر أو وسيط (القانون التجاري الجزائري)، وقد سمحت عدة تشريعات للمصارف بتقديم هذه الخدمة خاصة بعد الاتجاه نحو المصارف الشاملة.

يعتبر عقد تحويل الفاتورة تمويلا قصيرا الأجل تسمح بتعبئة ديون على الزبائن، وهي تستعمل في التجارة عموما لاسيما التجارة الخارجية حيث تسمح للمؤسسة المحولة لفواتيرها بتمويل نفسها مقابل التخلي عن جزء من قيمة هذه الفواتير يتم التفاوض بشأنه (عمولة). ومع إن عملية الفوترة شبيهة بعملية خصم الأوراق التجارية اهو إنها بديلا عنها إلا انه في عقد الفوترة ورغم تحويل كل الضمانات المرتبطة بالسداد إلى المفوتر يتحمل هذا الأخير خطر عدم السداد.

1-1-4- قروض الاستغلال

وتتمثل في القروض التي تفيد الزبون لتمويل دورة الاستغلال دون انكشاف في حسابه، كسواء المواد الأولية ومستلزمات الإنتاج أو تمويل مصاريف التسويق أو غير ذلك. ويخضع طلب القرض للدراسة من طرف المصرف، ثم يطلب من الزبون في حالة الموافقة على طلبه، تقديم ضمانات (عينية أو شخصية) تطمئن المصرف على استرداد قيمة القرض. ومن الضمانات العينية الأوراق التجارية وأذون الخزينة، ويطلق على هذا النوع من القروض تسبيقات مقابل سندات، كما يمكن أن يقدم القرض بضمان بضائع أو بضمان صفقات عمومية، والذي يجب أن يكون مثبتا في وثيقة يؤشر عليها صاحب المشروع، أو غير ذلك من الضمانات¹. كما يمكن تعريفه أنه هو ذلك الائتمان الذي يمنح عادة إلى الأفراد لتمويل عمليات استهلاكية مثل شراء سيارة أو الأثاث أو السلع المعمرة الأخرى، فهو ائتمان شخصي في العادة يقدم في الأغلب للأفراد من موظفي الدولة والمؤسسات الأخرى².

1-1-5- القروض الشخصية

وهي قروض تقدم لأصحاب حسابات الصكوك، أي لغير التجار. وتصف هذه القروض ضمن قروض الاستهلاك. ومع أن بعض هذه القروض يكون متوسط أو طويل الأجل، كالقروض الموجهة

¹ المرجع السابق لـ رحيب حسين، «الاقتصاد المصرفي»، ص 241

² حمزة محمود الزبيدي، «إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني»، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 95.

لبناء أو شراء المساكن، إلا أن بعضها يكون قصير الأجل، كالقروض الموجهة لاقتناء بعض التجهيزات المنزلية أو العلمية (كمبيوتر مثلا). ويجب على المستفيد من هذا القرض تقديم ضمانات للمصرف، وقد يتمثل هذا الضمان في الشيء الممول نفسه، كالمنزل والسيارة (ضمان عيني)، كما قد يكون الضمان من الجهة المستخدمة للمقترض (ضمان شخصي). وعادة ما يتم استرجاع مبلغ القرض على أقساط دورية وقد يتم اقتطاعها من راتب المقترض من المنبع. ولذلك يراعى في مثل هذه القروض دخل الفرد وسنه.

1-1-6- القروض بالتوقيع

يمنح المصرف توقيع عوض تقديم أموال بغرض تمكين الزبون من تفادي أو تأجيل التسديد، ولهذا يكون المصرف ملزم بدراسة طلب القرض بنفس الجدية والدقة الموجهة لدراسة طلب القرض العادي عن طريق الصندوق، لأن هذا القرض قد يؤدي إلى خروج قيمة معتبرة من أموال خزينة المصرف عوض الزبون، ويأخذ هذا الضمان الأشكال التالية:

أ- القبول المصرفي

ويدل على تعهد المصرف بدفع قيمة ورقة تجارية في تاريخ الاستحقاق إذا لم يتم الزبون بذلك، أي أن القبول يدل على ضمان المصرف للزبون. ويتم القبول بكتابة كلمة "مقبول"، أو ما يدل عليها صراحة على وجه الورقة. ويعتبر القبول بمثابة قرض لأنه يجعل الورقة التجارية أداة لدى صاحبها لدفع التزاماته.

كما يقوم المصرف في هذا النوع من القروض بالالتزام بتسديد ديون المؤسسة، ويمكن أن يشمل هذا النوع من القروض نوعين من القبول¹:

- القبول المقدم في عمليات التجارة الخارجية؛
- القبول المقدم لضمان ملاءة المؤسسة والذي يعفيها من تقديم الضمانات.

ب- الضمان الاحتياطي

ويمكن أن يضمن دفع مبلغ ورقة تجارية أو مبلغ شيك كلياً أو جزئياً، ضامن احتياطي، حتى وإن كان هذا الضامن أحد الموقعين على الورقة أو على الشيك. وعادة ما يكون المصرف هو الضامن الاحتياطي، وضمانه هذا يجعل الورقة أداة معززة في التداول، وبالتالي يصبح بإمكان الزبون استخدامها في دفع التزاماته. ويعبر عن الضمان الاحتياطي بكتابة عبارة "مقبول كضامن احتياطي"، أو أية عبارة

¹ عمران عبد الحكيم، « إستراتيجية البنوك في التمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة البنوك العمومية بولاية المسيلة »، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2007، ص 12

مماثلة، على نفس الورقة التجارية أو على نفس الشيك (على وجهيهما) أو على الورقة المتصلة بهما أو في سند منفصل يبين فيه مبلغ الكفالة ومكان الإصدار واسم المضمون، فضلا عن توقيع الضامن. ويعتبر الضمان الاحتياطي حاصلًا بمجرد توقيع ضامن الوفاء على وجه الشيك أو الورقة التجارية.

ج- الكفالة

قد يتقدم المصرف بكفالة زبون في ما يتعلق بالوفاء بدين الزبون من قبل الغير إذ لم يف به الزبون نفسه، وبذلك يوفر الائتمان والثقة للزبون اتجاه الغير، وللمصرف مصلحة واضحة في هذه العملية التي لا تلتزم بتقديم نقود ويتقاضى عنها عمولة لا تقل عن العمولة المستحقة في حالة القرض أو الاعتماد، وقد تتخذ الكفالة المصرفية صورًا متعددة، فقد تتم بتوقيع المصرف على ورقة تجارية كضمان احتياطي، أو قد تتم الكفالة المصرفية بعقد مستقل¹.

د- خطاب الضمان

أو رسالة الضمان هو محرر يقدمه المصرف بطلب من الزبون، يتعهد فيه بدفع مبلغ محدد إلى الدائن إذا عجز زبونه عن السداد خلال فترة محددة. ويأخذ المصرف مقابل ذلك عمولة في شكل نسبة من مبلغ الضمان. وقد تكون مدة صلاحية خطاب الضمان قابلة للتمديد وفي هذه الحالة يتم النص صراحة على مدة التمديد في الخطاب. وفي بعض الحالات لا يتم تحديد مدة سريان الخطاب، وإنما تربط صلاحيته بانتهاء المشروع موضوع الضمان. وكمثال على ذلك قد تشترط الجهة التي يتم التنفيذ لها (توريد سلع أو تنفيذ أعمال) خطاب ضمان يكون ساري المفعول حتى نهاية فترة التوريد أو فترة الانجاز كضمان لأداء الزبون لالتزاماته، وفي هذه الحلة نتحدث عن خطابات ضمان نهائية².

ويختلف خطاب الضمان عن كفالة في أن هذه الأخيرة هي عقد يتضمن تكفلا بالزبون (المكفول) عن أداء التزامات، سواء كانت هذه الالتزامات دفع ديون أو تنفيذ عقود، في حالة عدم وفاء الزبون بها، في حين أن خطاب الضمان ينحصر في دفع مبلغ محدد خلال مدة معينة، أي أن المصرف لا يضمن الزبون في تنفيذ المشروع أو في التزاماته الأخرى تجاه المشروع في حدود المبلغ المحدد في الخطاب إذا لم يوف بالتزامه.

كما أن خطاب الضمان يختلف عن الضمان الاحتياطي في أن هذا الأخير كما سلف الذكر، يتعلق بضمان دفع مبلغ شيك أو ورقة تجارية، في حين أن خطاب الضمان موجه لجهة معينة

¹ مصطفى كمال طه، «عمليات البنوك»، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص 79

² المرجع السابق لـ رحيم حسين، «الاقتصاد المصرفي»، ص 243

(المستفيد) كضمان للزبون عن أداء التزاماته تجاهه (في حدود مبلغ محدد). فقد يطلب المورد خطاب ضمان كشرط لتوريد سلع (تجارة محلية أو دولية)، كما يطلبه صاحب المشروع بدلا من طلب مقدم نقدي، كما قد تطلبه إدارة الضرائب كشرط لقبول الزبون بتقسيط مبلغ الضرائب المستحقة على الزبون، وفي هذه الحلة نتحدث عن خطابات ضمان ابتدائية¹. نشير في الأخير أن خطابات الضمان تستعمل كثيرا في مجال التجارة الخارجية، خاصة من طرف المصارف الانجلوسكسونية، على الرغم من أنها اقل ضمنا من الاعتماد المستندي.

هـ- الاعتماد المستندي

وهو تعهد من المصرف بدفع مبلغ محدد إلى المصدر مقابل تسليم المستندات الموافقة للبضاعة. وسوف نشرح هذه العملية بشيء من التفصيل لاحقا (في عمليات التجارة الخارجية).

1-2- القروض المتوسطة والطويلة الأجل

تتعلق هذه القروض بتمويل أنشطة الاستثمار، ولذلك تسمى أيضا بقروض الاستثمار. ومن أمثلة ذلك إقامة مشروعات جديدة وتمويل شراء الآلات والمعدات وتمويل برامج التكوين المتوسط المدى وبرامج البحث والتطوير. وتكوين معدلات الفائدة على هذه القروض أعلى من تلك المطبقة على القروض القصيرة الأجل. و تلجأ المؤسسات التي تقوم باستثمارات طويلة إلى المصارف لتمويل هذه العمليات نظرا للمبالغ الكبيرة التي لا يمكن أن تعبئها لوحدها، وكذلك نظرا لمدة الاستثمار وفترات الانتظار الطويلة قبل البد في الحصول على عوائد، والقروض طويلة الأجل، الموجهة لهذا النوع من الاستثمارات، تفوق في الغالب سبع سنوات، ويمكن أن تمتد أحيانا إلى غاية عشرين سنة. وهي توج لتمويل نوعا من الاستثمارات مثل الحصول على (عقارات، أراضي، مباني بمختلف استعمالاتها المهنية)، ونظرا لطبيعة هذه القروض (المبلغ الضخم والمدة الطويلة)، تقوم بها مؤسسات متخصصة لاعتمادها في تعبئة الأموال اللازمة لذلك، بحيث لا تقوى المصارف التجارية عادة على جمعها.

إن طبيعة هذه القروض تجعلها تتطوي على مخاطر عالية، الأمر الذي يدفع المؤسسات المتخصصة في مثل هذا النوع من التمويل إلى البحث عن الوسائل الكفيلة بتخفيف درجة هذه المخاطر، ومن بين الخيارات المتاحة لها في هذا المجال، تشترك عدة مؤسسات في تمويل واحد أو تقوم بطلب ضمانات حقيقية ذات قيم عالية قبل الشروع في عملية التمويل². ويخضع قرار الإقراض إلى دراسة

¹ المرجع السابق لـ رحيب حسين، «الاقتصاد المصرفي»، ص 243

² الطاهر لطرش، «تقنيات البنوك»، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 72

معمقة لجدوى المشروع ولمدى ملاءة طالب التمويل، ومن أجل ذلك يطلب المصرف تقديم دراسة مفصلة عن المشروع، لا سيما ما يتعلق بأهمية المشروع الاقتصادي والعوائد المتوقعة منه، كما يطلب ميزانيات السنوات الثلاث السابقة من أجل فحص الوضعية المالية، هذا فضلا عن المعاينة الميدانية التي قد يقوم بها المصرف.

بعد دراسة طلب القرض قد يرفض المصرف تمويل المشروع تماما، إما بسبب ضعف في جدواه الاقتصادية والمالية، أو بسبب المخاطر العالية المرتبطة به، أو بسبب عدم الاقتناع بالوضعية المالية للمؤسسة طالبة التمويل، وقد يوافق على تمويل المشروع كليا أو جزئيا. وفي هذه الحالة يشترط المصرف تقديم ضمانات (عينية) تكون قيمتها أكبر من مبلغ القرض.

1-3-3- عمليات التجارة الخارجية

يتجلى دور المصارف في مجال المبادلات الدولية، ليس فحسب باعتباره وسيطا ماليا ما بين الدائن والمدين ولكن أيضا لكونه وسيطا ما بين متعاملين في بلدان مختلفة على مسافات بعيدة لا يعرف احدهم الآخر، ويتعاملون بعملات مختلفة ولغات مختلفة. فالمصارف تلعب دورا محوريا في ترقية التجارة الخارجية، فهي تتدخل من خلال:

- تمويل العملية: قروض الصادرات (قرض المورد وقرض المشتري)، التمويل الايجاري، التحصيل المستندي، الاعتماد المستندي.
- ضمان الزبون تجاه المستفيد (الضمانات الدولية: مثل خطابات الضمان).
- تحويل الأموال المستحقة.

1-3-3-1 قروض الصادرات

تهدف هذه القروض إلى ترقية الصادرات، وعادة ما تكون مضمونة من طرف حكومة البلد المصدر في إطار سياسة دعم الصادرات، لما يحققه ذلك من اثر ايجابي على الميزان التجاري ودخول من العملة الصعبة وتشجيع للاستثمار، وتندرج هذه القروض ضمن القروض المتوسطة والطويلة الأجل (أكثر من سنتين)، وهي تتعلق بعملية تصدير محددة، أي أن القرض يكون موافقا للعملية من حيث الأجل والمبلغ. وعادة ما تكون مبالغها معتبرة، يمنحها المصرف (غالبا ما يكون في بلد المصدر) ويمكن أن يمنح قرض التصدير للمورد (المصدر)، كما يمكن للمشتري (المستورد)، ويندرج تحته:

- القرض المورد.
- القرض المشتري.

- التمويل الايجاري.
- قروض المرافقة .

1-3-2- القروض المستندية

وهي قروض قصيرة الأجل في مجال التجارة الخارجية، وتسمى قروض "مستندية" لأنها مشروطة بتقديم مستندات حول العملية الممولة. ونتحدث هنا عن شكلين من القروض:

1-3-2-1- التحصيل المستندي

عادة عندما تستمر علاقة تجارية بين المصدر والمستورد، وتصبح هناك درجة من الثقة وهذا ما يسمح للمصدر بتحمل خطر إرساله للسلعة بدون ضمان مصرفي، ويمكن أن تكون الثقة كاملة إذا قبل المصدر أن يقدم السلعة قبل أن يدفع له المستورد أو قبل أن يتلقى قبوله للكمية ولكن قد يبقى المصدر حريصا بتوصية المصرف في عملية حتى يراقب السلعة إلى غاية الالتزام بالدفع، ونلاحظ من الصيغة السابقة في التحصيل المستندي أن التنفيذ النهائي للعملية المالية يتم وفق صيغتين¹:

- المستندات مقابل الدفع: في هذه الحالة يستطيع المستورد أو المصرف الذي يمثل أن يستلم المستندات، ولكن مقابل أن يقوم بالتسديد الفعلي نقدا لمبلغ البضاعة.
- المستندات مقابل القبول: حسب هذه الصيغة، يمكن للمستورد أن يستلم المستندات ولكن ذلك لا يتم إلا بعد قبول السفحة المسحوبة علي، وتسمح هذه الطريقة للمستورد بالاستفادة من مهلة التسديد.

1-3-2-2- الاعتمادات المستندية

لقد تعددت تعاريف الاعتماد المستندي من حيث الغرض منها، من حيث الالتزامات الناشئة بموجبها ومن حيث التطبيق العلمي في إطار لائحة الأصول والأعراف الدولية للاعتمادات المستندية. ويعتبر الاعتماد المستندي أحد آليات تمويل التجارة الخارجية ويتسم كونه وسيلة دفع على نطاق دولي بقدرته على التغلب على العديد من المشاكل والمخاطر المرتبطة بالتبادل الدولي، ومن هذا المنطلق فإن تمويل الصفقات التجارية الخارجية من خلال الاعتماد المستندي، يمكن أن يساهم بفاعلية في نمو التبادل الدولي إذ يعد الاعتماد المستندي من الأهداف الرئيسية التي تسعى غرفة التجارة الدولية لاعتمادها وذلك للمزايا التي يتمتع بها.

¹ المرجع السابق لـ الطاهر لطرش، «تقنيات البنوك»، ص121

1-4- الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية: و تتمثل في:

- الاستثمار في الأوراق المالية والإدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن.
- المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية.
- خدمات الهندسة المالية، خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن.
- تقديم الاستشارات المالية.
- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح الزبائن.

1-5- الخدمات المصرفية الحديثة

تعددت أشكال تقييم الخدمات المصرفية الحديثة وذلك بالاعتماد على وسائل الدفع لالكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي ونظم التحويل الالكتروني للأموال والخدمات المصرفية عن بعد والخدمات المصرفية عن طريق الإنترنت أو ما يسمى المصارف الإلكترونية.

6- خدمات أخرى متنوعة

هناك عدة عمليات مصرفية التي تقوم بها المصارف على غرار تسيير وسائل الدفع، وتقديم الإقراض بمختلف أشكال والمتمثلة في ما يلي:

6-1- الحوالات المصرفية

وهي أبسط العمليات المصرفية التي تقوم بها المصارف من خلال التوسط بين طرفين المحول والمحول إلي لإنجاز عملية توصيل مبلغ من المال أودع شخ في فر المصرف في بلد معين إلى شخ يقيم في مدينة أو مكان في بلد آخر، وأمر التحويل قد يكون بريدياً أو برقياً.

6-2- تحويل الاستحقاقات

ويكون ذلك عندما يقبل المصرف طلباً من مؤسسة معينة بأن ترسل ل شهرياً رواتب موظفيها، ويقبل المصرف بأن يقوم بصفة دورية بتسديد قوائم الكهرباء والهاتف... الخ. بالنيابة عن زبائن في تسديد هذه الفواتير وإنفاص من حساب آلية.

6-3- إيجار الصناديق الحديدية

وهي عملية تقوم بها المصارف من أجل حماية وحفظ المجوهرات والوثائق ومستندات الملكية والوصايا والعقود الهامة والأوراق المالية... الخ. من السرقة أو الحريق في غرفة محصنة وتؤجر لمن يطلبها، وهو عقد يلتزم المصرف بموجبه أن يضع في العقار الذي يشغله خزانة حديدية، تحت تصرف الزبون¹.

6-4- تقديم المشورة للزبائن

وهي الوظيفة الحديثة التي تقوم بها المصارف من الخدمات إلى زبائنها من تقديم الاستشارة في الميادين المالية والقانونية ومشاكل التجارة الخارجية.

كما تجدر الإشارة إلى أنه هناك تقسيم آخر للخدمات المصرفية والتي نوردتها كما يلي²:

أ- الخدمات المصرفية بالتجزئة

و هي ذلك الجزء من الخدمات المصرفية الذي يقدم للأفراد والشركات الصغيرة، وتتسم الخدمات المصرفية بالتجزئة بثلاث سمات رئيسية وهي:

- التعامل مع عدد كبير من الصفقات بقيمة مالية صغيرة.
- تقديم الخدمات من خلال شبكة واسعة من الفروع.
- تعتبر الطرق التي يتم من خلالها تسويق هذه الخدمات بفعل التكنولوجيا الجديدة.

و تشمل الخدمات المصرفية بالتجزئة الخدمات المصرفية المتعلقة بالحسابات المصرفية وعرض الأدوات الادخارية والوساطة في الأنشطة المرتبطة بالأوراق المالية وقروض الاستهلاك والقروض العقارية وغيرها من الخدمات الموجهة للأفراد، وظهرت الخدمات المصرفية بالتجزئة كعنصر أساسي في استراتيجيات التوسع لكثير من المصارف وأصبحت المنافسة في منتجات الخدمات المصرفية بالتجزئة قوية سواء في البلدان المتقدمة أو في البلدان النامية.

1- علاء الدين زعتري، «الخدمات المصرفية وموقف الشريعة الإسلامية منها»، دار الكلم الطيب، دمشق، 2008، ص 307.

2- بريش عبد القادر، «التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية»، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية جامعة الجزائر 2005-2006، ص: 236.

ب- الخدمات المصرفية بالجملة

تعد أسواق الخدمات المصرفية بالجملة من الأسواق الشديدة المنافسة حيث تتمتع الشركات بقدر أكبر من المرونة في اختيار عملياتها المصرفية، تفوق تلك التي يتمتع بها القطاع العائلي، وقد شهدت هذه الأسواق في السنوات الأخيرة طلباً متزايداً على خدمات إدارة الأصول والخصوم والتي أدى تقديمها إلى الكثير من المستحدثات المالية وقد واجهت المصارف منافسة من الشركات الكبيرة التي أقامت شركات الإدارة المالية الخاصة بها.¹

كما قامت المصارف في مجال الخدمات المالية بتقديم تشكيلات واسعة من الخدمات المصرفية الاستثمارية ومثال على ذلك إعادة الهيكلة المالية للشركات والخدمات المرتبطة بعمليات الدمج والاستحواذ وتقديم الاستشارات المالية، كما شهدت المصارف اتجاهاً نحو تطوير أدوات المخاطر وإدارة صناديق رأس مال المخاطر.

ج- الخدمات المرتبطة بالأوراق المالية

تشمل هذه الخدمات أنشطة الإشراف على عمليات الإصدارات الجديدة للأوراق المالية وتسويقها خدمات السمسرة وإدارة المحافظ المالية والخدمات المرتبطة بتطوير الأدوات المالية الجديدة وأصبح قطاع الخدمات المرتبطة بالأوراق المالية من أكثر قطاعات الخدمات المالية الأكثر ديناميكية في السنوات الأخيرة خاصة في البيئات المصرفية المتطورة وذلك نتيجة الاتجاه نحو تزايد التعامل بالأدوات المالية الحديثة كالمشتقات المالية والتسديد وتكامل أسواق الأوراق المالية وأسواق النقد بالإضافة إلى الاتجاه العام في الأخذ بفلسفة الصيرفة الشاملة.

د- الخدمات المصرفية ما بين المصارف

ويقصد بسوق ما بين المصارف هي تلك السوق التي تتعامل فيها المصارف مع بعضها البعض وهي جزء هام في أي نظام مصرفي، فبعض المصارف يكون لديها ودائع تزيد عن حجم الأموال المطلوبة للاقتراض والعكس صحيح بالنسبة للمصارف الأخرى وتقوم السوق ما بين المصارف بعلاج هذه الاختلالات من خلال إتاحة طرق يستطيع من خلالها المصرف الذي لديه ودائع كبيرة تحويلها إلى المصارف الأخرى التي لديها طلبات قروض كثيرة وتشمل سوق الخدمات المالية ما بين المصارف عمليات الإيداع ومعاملات سوق النقد والصرف الأجنبي، وقد أدى تدويل أنشطة المصارف والتمويل إلى توسيع مجال تقديم الخدمات ما بين المصارف على المستوى الدولي.

1- المرجع السابق لـ بريش عبد القادر، ص 237.

خلاصة الفصل الأول:

إن الخدمة المصرفية من أهم الخدمات المقدمة للمجتمع كما تعتبر الودائع أهم مصدر من مصادر الأموال لدى المصارف التجارية في دعم الاقتصاد الوطني من خلال دورها كوسيط بين المقرضين والمقترضين وذلك عن طريق قيامها باستقطاب المدخرات المحلية والخارجية، وتحويلها إلى المستثمرين، كما تقوم المصارف التجارية على زيادة عرض النقود عن طريق خلق نقود الودائع أو ما يسمى نقود الائتمان. هذا علاوة على الإقراض الذي يعتبر بحق خدمة مصرفية مهمة إضافة إلى الخدمات الأخرى التي تتنافس المصارف في تقديمها إلى الزبائن، وتنعكس آثاره بصورة واضحة على النشاط الاقتصادي بشكل عام.

والخدمات التي تقدمها المصارف تحتوي على مجموعة من الصفات الإنتاجية، كما هو الحال في بقية الخدمات الأخرى التي أثارت اهتمام الدارسين في إدارة الإنتاج والعمليات، في البحث والتقصي لمشاكل الإنتاج الخدمي ومنها قياس الخدمات المقدمة.

والخدمات المصرفية تستخدم لإشباع حاجات معينة، ويجب أن تصمم هذه الخدمات وفقا لما يرغبه الزبائن. كما أن إنتاج وعرض هذه الخدمة من قبل القطاع الخاص أو العام تكون خاضعة للإشراف والرقابة من قبل الإدارة الحكومية المختصة، كما هو الحال في بقية الخدمات الأخرى.

و نظرا للصفات التي تتميز بها الخدمات المقدمة بكونها سلع غير ملموسة لذلك يسأل الزبون لتحديد معدل جودة الخدمة المقدمة، ومستوى الخدمة يعني النجاح لتلك الخدمة المنتجة لإشباع رغبة الزبون. مما يدفع إلى خلق وفاء (ولاء) من قبل الزبائن اتجاه هذه المصاريف، كما أصبح تقييم واختيار المصرف من قبل الزبون دون غيره مسألة مهمة لمعرفة الأسباب التي أدت إلى هذا الاختيار، ناهيك عن المنافسة في سوق هذه الخدمة.

و نظرا لما تشهده السوق المصرفية من انفتاح وتوسع في نشاطها وتأثرها بمحيطها المحلي والدولي ناهيك عن العولمة المالية والمصرفية وتأثيراتها المباشرة على هذا القطاع الحساس وخصوصا بعد اتفاقية تحرير الخدمات ومقررات لجنة بازل للرقابة المصرفية وهو الشيء الذي سنحاول تناوله و التطرق إليه من خلال الفصل القادم.

الفصل الثاني: تحرير وتطوير الخدمات المصرفية

الفصل الثاني: تحرير وتطوير الخدمات المصرفية

تمهيد الفصل الثاني:

إن التجديد والتطوير والتحرير للمنتجات والخدمات هو عصب الحياة بالنسبة للمصارف حيث يعتبر تطوير وطرح منتجات جديدة أساسيا وضروريا جدا من أجل بناء واستمرار عمل المصارف وذلك بسبب قصر دورة حياة المنتج في الأسواق الحديثة ونمو انتشار العولمة وزيادة حدة المنافسة.

و تؤكد تجارب العديد من الشركات الناجحة أن نجاحها يستند بالدرجة الأولى إلى الاستجابة السريعة لتغيرات المستهلكين ومع التطور الحاصل في وسائل النقل والاتصالات فإن دخول أي سوق لم يعد عقبة كبيرة فالميزة التنافسية لأي مصرف تكمن في القدرة على التنبؤ باحتياجات الزبائن والتجاوب معها لكي يسبق المنافسين، لذلك يتوجب على المصارف أن ترعى هذا التطوير وتغذيه بنشر ثقافة التطوير والتجديد بين مختلف فروعها.

إن المصارف التي لا تدرك رغبات وحاجات زبائنهم ولا تقوم بتلبية المتطلبات المتغيرة للأسواق من خلال التجديد والاختراع مهددة بالفشل والانهياء، حيث أن التنبؤ برغبات الزبائن يفرض أن يكون للمصرف إستراتيجية متكاملة للخدمات وتسويقها وأن يتبنى إستراتيجية ملائمة في تقديم الخدمة، ويرتكز دافع المصارف المستثمرة في خدمات جديدة بالدرجة الأولى على تحقيق أرباحا وخصوصا في مجال الخدمات ذات القيمة المضافة العالية والاستفادة من الأرباح المتولدة من هذه العملية في ابتكار خدمات جديدة وقد تبين أن الاستثمار في مجال تطوير منتجات جديدة يحقق أعلى نسب من الربحية.

لذلك سوف نتناول في هذا الفصل مفهوم ونشأة وأبعاد العولمة الاقتصادية والتطورات الاقتصادية العالمية المصاحبة والأصول الفكرية لها ثم تعرض لخصائص وسمات العولمة البعد المالي للعولمة أو ما يعرف بالعولمة المالية وأثرها على النشاط المصرفي ليعالج عولمة الأنشطة المالية والمصرفية من خلال تحرير الأسواق المالية والنقدية، وانعكاسات العولمة المالية على القطاع المصرفي في ظل التطورات الاقتصادية والمالية. كما سنتطرق إلى الاتجاهات الأساسية لتطوير الخدمات المصرفية وتحرير الخدمات المصرفية في ظل التطورات الاقتصادية والمالية.

المبحث الأول: العولمة الاقتصادية والمالية وأثرهما على تطوير وتحديث الخدمات المصرفية

شاع استخدام لفظ العولمة في السنوات الأخيرة من القرن العشرين وبخاصة بعد انهيار الاتحاد السوفيتي، والتحول نحو تبني اقتصاد السوق. كما تشير العولمة إلى ظاهرة ليست حديثة بالدرجة التي توحي بها حداثة هذا اللفظ، فالعناصر الأساسية في فكرة العولمة تتمثل في ازدياد العلاقات المتبادلة بين الأمم سواء المتمثلة في تبادل السلع والخدمات أو في انتقال رؤوس الأموال، أو في سرعة انتشار المعلومات والأفكار والقيم.

أولاً: العولمة الاقتصادية: النشأة والمفهوم

شهد الربع الأخير من القرن العشرين وبشكل أكثر تحديداً عقد التسعينات العديد من التغيرات العالمية السريعة والعميقة في آثارها وتوجهاتها المستقبلية، فالاقتصاد العالمي تحول إلى قرية صغيرة متناسقة الأطراف بفعل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، وأصبح هناك سوق واحد يوسع دائرة ومجال المنافسة لكل المتعاملين الدوليين من الدول والحكومات وتعددت إلى منظمات عالمية وشركات متعددة الجنسيات، وتكتلات اقتصادية عملاقة والكل يحاول توحيد سلوك اللعبة والتعامل، ويسعى بكل قوة إلى اقتناص الفرص ومواجهة التهديدات في إطار إزالة القيود بكل أشكالها وتحديث المعاملات. وقد نتج عن كل ذلك مفهوم جديد لا يزال يثير جدلاً واسع النطاق حوله من حيث تحديده وأثاره وأبعاده ألا وهو مفهوم العولمة الذي لا يمكن استيعابه إلا في ضوء تلك التغيرات، وفي إطار تزايد الاعتماد المتبادل، وتكون الأسواق العالمية وتحركات الأسعار والتغيرات في حجم ونوعية الإنتاج وتوجهات التجارة العالمية وتحركات رؤوس الأموال. وبناء على ذلك فقد انتشرت العولمة على كافة المستويات الإنتاجية والمالية والتكنولوجية والإدارية والإعلامية، ومن ناحية أخرى تعددت أنواعها ومجالات تطبيقها، فهناك العولمة الاقتصادية التي تبقى هي الأساس لكل الأنواع الأخرى، فما هي يا ترى العولمة الاقتصادية وكيف نشأت؟

1- مفهوم العولمة الاقتصادية وأبعادها:

رغم الغموض الذي يكتسبه مصطلح العولمة وصعوبة إيجاد أو حصر مفهوم شامل ومتكامل لهذا المصطلح الجديد، إلا أنها تعبر عن مدى انفتاح النماذج القطرية على بعضها البعض وتشكل النموذج الكلي، مع تحديد نمط العلاقة بينها، وذلك فيما يخص حركة رؤوس الأموال والمتعاملين والتكنولوجية، وذلك قصد توزيع الناتج العالمي بالتساوي بين جميع الدول والانفتاح من منطقة التجارة الذي كان يحكم العلاقات قديماً إلى منطقتي السوق والمنافسة في جميع المجالات، وهذا وفق التداخل الواضح لعوامل سياسية واقتصادية وثقافية وسلوكية، دون الانتماء لدولة معينة بعيداً عن بقية الدول.

كما يقصد بالعولمة كذلك أنها عملية سيادة السوق، وقوانينها على كافة الكرة الأرضية، لتجعل من العالم منطقة تجارية موحدة، مما يقتضي الحركة الحرة للسلع والخدمات أو الموارد البشرية ورؤوس الأموال، وبعبارة أخرى تخفيض للضرائب وإلغاء الحدود.

2- النشأة التاريخية للعولمة وأسباب ظهورها

قد يتساءل الكثير حول أصول العولمة فيما إذا كانت وليدة هذا الزمان أم كان لها جذور في التاريخ القديم. لكن ما يجب أن يعلم بالضرورة هو أن العولمة خضعت لقفزات ساهمت في تكريس هذا المفهوم على المستوى العالمي، ولعل أهمها في التاريخ¹ لحظة انتصار الغرب بانتهاء المعسكر الاشتراكي، أي منذ بداية ما عرف بسياسة الوفاق* التي سادت في الستينات بين القطبين المتصارعين في النظام الدولي آنذاك.

ويمكن تقسيم العولمة إلى نوعين: عولمة قديمة وأخرى حديثة³

- فالأولى ظهرت مع الثورة الصناعية بتزايد مع إنتاج السلع زيادة كبيرة دفعت بأوروبا إلى البحث عن أسواق جديدة أقامتها عن طريق إنشاء المستعمرات بأمريكا واسبيا وإفريقيا، مما مكنها من حصول على المواد الخام بأسعار جد منخفضة
- أما الثانية فهي العولمة الحديثة، وتظهر جليا من خلال تحرير التجارة الدولية، والتنافس على النطاق الدولي بالاعتماد على التقدم التكنولوجي الحديث، وفي ظل التدفق المتزايد للاستثمار الأجنبي بقيادة الشركات المتعددة الجنسيات.

كما تعتبر العولمة نتاج عوامل كثيرة أدت إلى المطالبة بنظم جديدة ومن أهم هذه العوامل:

- انخفاض القيود عن التجارة والاستثمار
- التطور الصناعي في الدول النامية وزيادة تكاملها مع السوق العالمية
- زيادة أهمية تدفقات رأس المال الخاص والاستثمار الأجنبي المباشر
- التقدم التكنولوجي وانخفاض تكاليف النقل والاتصالات
- تكامل أسواق المال الدولية.

¹ مرهف حسين أسد، العولمة رؤية إسلامية، دار وحي القلم، 2003، ص 15، 13.

* جاءت سياسة الوفاق بعد الصراع الذي كان مشتتلا بين القطبين الرئيسيين في العالم: الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي، والذي انتهى بتفكيك الاتحاد السوفيتي والكتلة الاشتراكية

³ إبراهيم عبد الهادي الملبجي، محمد محمود المهدي، العولمة وأثرها في التخطيط الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص 33 ص

3- مؤسسات العولمة:

لعل من الخصائص الهامة للعولمة هي تزايد دور المؤسسات الاقتصادية العالمية في إدارة وتعميق العولمة، وخاصة بعد انهيار المعسكر الاشتراكي وتلاشي المؤسسات الاقتصادية لهذا المعسكر، وإنشاء منظمة التجارة العالمي، وانضمام معظم دول العالم إليها¹، وبالتالي أصبح هناك ثلاث مؤسسات تقوم على إدارة العولمة من خلال مجموعة من السياسات النقدية والمالية، والتجارة المؤثرة في السياسات الاقتصادية لمعظم دول العالم، وهذه المؤسسات هي:

3-1- صندوق النقد الدولي

يعتبر صندوق النقد الدولي المؤسسة المركزية لنظام النقد الدولي ونظام المدفوعات الدولية وأسعار الصرف بين العملات الوطنية والتي من خلالها تقوم التجارة، وقد أنشئ هذا الصندوق بموجب اتفاقية بريتون وودز التي عقدت في يوليو 1944 وأصبحت نصوصها نافذة في 27 ديسمبر 1945، ووظيفة هذا الصندوق². و تتمثل وظائفها فيما يلي:

- دعم استقرار أسعار الصرف
 - المحافظة على التداير المنظمة للصرف بين الدول الأعضاء
 - تفادي التنافس على تخفيض أسعار الصرف
 - المساهمة في إقامة نظام للمدفوعات المتعدد الأطراف بالنسبة للعمليات الجارية بين الدول الأعضاء
 - إزالة القيود المفروضة على الصرف الأجنبي
 - التنسيق الفعال ما بين نشاط الصندوق ونشاط البنك الدولي لخدمة الاقتصاد العالمي وبالتالي فقد أسهم صندوق النقد الدولي في دعم اتجاهات العولمة وفي تحقيق مزيدا من الدافع والحافز على التعولم، والانخراط في تيار عولمة الاقتصاد العالمي
 - بث الثقة بين الدول الأعضاء، من خلال جعل موارد الصندوق ميسورة لها بضمانات ملائمة ومن ثمة إتاحة الفرصة لها لتصحيح الاختلال في موازين المدفوعات.
- كما يقدم الصندوق وظائف أخرى منها:

¹ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك الدار الجامعية، القاهرة، 2002، ص 28.

² الجميلي حميد، دراسات في التطورات الاقتصادية والإقليمية المعاصرة، 1999، ص 106

▪ تقديم المعونة الفنية عن طريق تخصيص بعض موظفيه وإرسالهم لعدد من الدول لفترات تتراوح بين بضعة أسابيع وبين أكثر من عام لتقديم النصائح الفنية في العديد من المشكلات.

▪ تقديم برامج تدريب متقدمة في مجالات التحليل المالي والسياسات النقدية والمالية.

▪ التنسيق الفعال ما بين نشاط الصندوق ونشاط البنك الدولي لخدمة الاقتصاد العالمي وبالتالي فقد أسهم الصندوق في دعم اتجاهات العولمة بتحقيق المزيد من الدافع والحافز على التعولم والانخراط في تيار عولمة الاقتصاد العالمي.

لقد أسهم الصندوق في دعم اتجاهات العولمة، وفي تحقيق مزيد من الدافع والحافز على التعولم والانخراط في تيار عولمة الاقتصاد العالمي من خلال الوظائف التي يؤديها متمثلة في تصحيح الاختلالات في موازين المدفوعات لدول الأعضاء، واستعادة توازنها، وتحقيق استقرار في أسعار صرف عملاتها، وتحرير المدفوعات الجارية، وإقامة نظام متعدد الأطراف للمدفوعات الدولية.

3-2- البنك الدولي

تكون البنك الدولي للإنشاء والتعمير في 27 ديسمبر 1945 على ضوء قرارات المؤتمر الذي وضع اتفاقية في يوليو 1944 بهدف تعمير الدول الأعضاء ونموها لتسيير استثمار رأس المال في أغراض إنتاجية والحث على استثمار الأموال الأجنبية الخاصة فإذا لم يكن رأس المال الخاص متوفرا بشروط معقولة يقوم البنك بإكمال الأموال الخاصة المستثمرة بقروض لأغراض الإنتاج كما يشجع البنك على نمو التجارة الدولية نمو متوازيا ويقرض البنك أموالا لتنمية التسهيلات الاقتصادية¹ ويعمل البنك من خلال مجل المحافظين الذي يتكون من ممثلي الدول الأعضاء فكل دولة تعين محافظا ونائبا لها وتتركز جميع سلطات البنك في هذا المجلس الذي يجتمع عادة مرة كل عام وهناك مديرون تنفيذيون وعددهم 21 مديرا تعين الدولة صاحب النصيب الأكثر من الأسهم 7 منهم وينتخب مجلس المحافظين بقية الأعضاء ويختار المديرون رئيسا للبنك تعاونه هيئة دولية، والمقر الرئيسي للبنك في واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية، إن البنك الدولي لا يعتمد في منح القروض أو ضمانها على رأس ماله المدفوع فقط ولكنه يعتمد على ما يستطيع جذبه من رؤوس الأموال الخارجية وبالتالي فهو يمثل قمة التعاون بين رأس المال الخاص ورأس المال الحكومي العام في مجال الاستثمار الدولي، وقد كان يهدف إلى:

¹ المرجع السابق لـ، الجميلي حميد، دراسات في التطورات الاقتصادية والإقليمية المعاصرة، ص 77.

- المساعدة على إعادة إعمار الدول الأعضاء بعد الخراب الذي لحق باقتصادها نتيجة الحرب العالمية الثانية.
- تنمية الدول الأعضاء عن طريق استثمار رؤوس الأموال لأغراض إنتاجية وتشجيع الاستثمار الخاص الأجنبي بواسطة تقديم ضمانات والمشاركة في قروض واستثمارات يقدم عليها القطاع الخاص.
- العمل على تطوير نمو متوازن للتجارة الدولية على مدى بعيد.
- المحافظة على استقرار موازين المدفوعات بتشجيع الاستثمارات الدولية الهادفة إلى تنمية الموارد الإنتاجية للدول الأعضاء ثم توجهت اهتمامات لاحقة لتشمل ما يلي:

- مساعدة الدول النامية في تمويل بنائها الأساسي
- مساعدة الدول النامية في تطوير قطاعاتها الاقتصادية
- رفع المستوى المعيشي لشعوب الدول النامية

3-4- منظمة التجارة العالمية

وهي أهم المؤسسات المتعلقة بالعولمة، والتي تمارس الدور الرئيسي في تحقيقها وتحويل الإقتصاديات المحلية المنغلقة على ذاتها إلى اقتصاديات مفتوحة مدمجة فعلياً في الاقتصاد العالمي وهي ليست وليدة 1994 كما يعتقد البعض بل حلت منظمة التجارة العالمية محل الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة والتي أنشئت عام 1948 كاتفاق متعدد الأطراف وتضع وتنظم إطاراً عاماً في التجارة الدولية، وعلى مدى عمر الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة أضيفت العديد من التعديلات والاتفاقيات، وكان آخرها ما تم في جولة الأورجواي، بمشاركة 125 دولة بهدف تحرير التجارة الدولية، وأسفرت إلى التوصل إلى مجموعة من الاتفاقيات والبروتوكولات والقرارات حول الموضوعات التي تضمنها إعلان بدء الجولة¹.

وصدرت في وثيقة ختامية ليوافق عليها وزراء التجارة والخارجية للدول المشاركة في الجولة، وعقد المؤتمر الوزاري في مدينة مراكش (12 - 15 أبريل 1994)، وكان من أهم نتائجه وضع الإطار التنظيمي والمؤسسي الذي يحتوي على جميع الاتفاقيات التي تتولى الإشراف على تجارة السلع وتجارة الخدمات، وحقوق الملكية الفكرية².

¹ المرجع السابق لـ، الجميلي حميد، دراسات في التطورات الاقتصادية والإقليمية المعاصرة، ص 107.

² المنذري سليمان، السوق العربية المشتركة في عصر العولمة، 1999، ص 209.

ثانياً: العولمة الاقتصادية: الخصائص والسمات.

واجه العالم مع بداية القرن العشرين مستجدات عدة، على رأسها التحديات التي تفرزها متغيرات في عالم سريع التحول لمختلف جوانب الحياة، سواء على الصعيد الاقتصادي، الاجتماعي، السياسي، والثقافي. أو على مستوى أصعدة أخرى مختلفة. والمتأمل للتطورات الراهنة في الاقتصاد العالمي يلحظ دون شك قيام نظام اقتصادي معلوم يتميز بخصائص وسمات خاصة.

1- التوجهات العامة للعولمة الاقتصادية.

لقد لعبت العولمة والتحرير الاقتصادي دوراً بارزاً في تغيير الظروف، وتشكيل السلوك الاقتصادي، على مستوى الأعمال، والتجارة في العالم وعبره، بل وأصبحت أكثر التصاقاً وتأثيراً بمسارات الاقتصاد الوطني والإقليمي والعالمي بحيث أصبح نجاح وتقدم الدول والتكتلات يقاس بدرجة التحرير الاقتصادي، والانفتاح على العالم الخارجي بل والاندماج فيه.

1. منذ بداية النصف الثاني من القرن العشرين أصبح للتكامل الاقتصادي دوراً هاماً في السياسات الاقتصادية الدولية والحفاظ على الدول الأعضاء من خلال فرض سياسات اقتصادية على الدول الأخرى المتعاملة معها، ونعني بالمصطلح التكامل الاقتصادي مجموعة الدول التي تربطها اتفاقات تجارية، ولها حدود مشتركة.

2. الاتجاه إلى شيوع إيديولوجية اقتصادية، وسياسية جديدة في عالم ما بعد الحرب الباردة، بانتصار المعسكر الرأسمالي وانهيار الاتحاد السوفيتي السابق، وما له من دلالة اقتصادية في وجود قطبية اقتصادية واحدة وخاصة بعد انضمام معظم دول هذا المعسكر المنهار إلى المؤسسات الاقتصادية العالمية.

3. الاتجاه إلى تحول العالم إلى كيان موحد إلى حد بعيد من حيث كثافة الاتصالات والمعاملات وعولمة الاقتصاد على نطاق كل أطراف الاقتصاد الدولي، حيث يتحول العالم إلى قرية صغيرة محدودة الأبعاد متنافسة الأطراف بفعل ثورة التكنولوجيا والاتصالات.

2- مظاهر العولمة الاقتصادية

لقد عرفت العولمة الاقتصادية العديد من المظاهر والتجليات التي تدلل عليها كما قد اقترنت العولمة بظواهر متعددة استجبت على الساحة العالمية، أو ربما كانت موجودة من قبل، ولكن زادت من درجة ظهورها، وهذه الظواهر قد تكون اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو اتصالية أو غيرها، ولاشك أن أبرز هذه الظواهر الاقتصادية التي أهمها:

- 1- تحول مفاهيم الاقتصاد ورأس المال:
- 2- دور أكبر للمنظمات العالمية:
- 3- تفاقم المديونية وتزايد الشركات المتعددة الجنسيات:
- 4- تبديد الفوائض بدلا من تعبئتها:
- 5- زيادة الفوارق بين الطبقات والبطالة:

3- خصائص العولمة الاقتصادية.

إذا ما أمعنا النظر في المحتوى الفكري بل والتاريخي للعولمة يكشف النقاب عن عدد من الخصائص الرئيسية التي تميز النظام الاقتصادي العالمي الحالي عن المراحل السابقة ولعل أهم هذه الخصائص ما يلي:

- 1- السعي لاكتساب القدرات التنافسية وسيادة آلية اقتصاد السوق لينتفق مع اتجاه الإنتاج أو عالمية الإنتاج وعالمية الأسواق¹.
- 2- ديناميكية وحركية مفهوم العولمة بدليل احتمالات تغير موازين القوى الاقتصادية القائمة حاليا وفي المستقبل².
- 3- تزايد الاتجاه نحو الاعتماد الاقتصادي المتبادل وما أسفر عنه عقد التسعينيات من اتفاقات تحرير التجارة العالمية وتزايد حرية انتقال رؤوس الأموال مع وجود الثورة التكنولوجية، حيث يتم في ظل العولمة إسقاط حاجز المسافات بين الدول³.
- 4- وجود أنماط جديدة من تقسيم العمل الدولي ويبدو ذلك واضحا في طبيعة المنتج الصناعي حيث لم يعد بإمكان أي دولة واحدة مهما كانت قدرتها الذاتية أن تستقل بمفردها في هذا المنتج، وقد أصبح هذا النوع من التخصص من أهم مظاهر تقسيم العمل بين البلاد الصناعية وبعضها البعض، وكذلك في حالات متزايدة بين البلاد الصناعية والنامية⁴.
- 5- تعاظم دور الشركات متعددة الجنسيات ذلك أن الشركات العملاقة ذات الإمكانيات التمويلية الهائلة، تلعب دور القائد في الثورة التكنولوجية التي نقلت الفن الإنتاجي إلى أن يصبح فنا إنتاجيا كثيف المعرفة، وبالتالي فهي من هذا المنظور، يعمق الاتجاه نحو العولمة، وبالتحديد العولمة الإنتاجية إلى أن يصبح فنا إنتاجيا، وللتأكيد على دور الشركات متعددة الجنسيات في

¹ عبد المطلب عبد الحميد،: البنوك الشاملة. عملياتها وإدارتها، الدار الجامعية، الإسكندرية، سنة 2001، ص 22.

² عبد المطلب عبد الحميد،: نفس المرجع، ص 23.

³ المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد «البنوك الشاملة. عملياتها وإدارتها»، ص 24

⁴ سعيد النجار، « الاقتصاد العالمي والبلاد العربية في عقد التسعينات»، دار الشروق، القاهرة، 1991، ص 15-19.

المعاملات الاقتصادية الدولية، يمكن أن نشير إلى أن إجمالي إيرادات الشركات الخمسمائة الأكبر، بلغ 11.4 تريليون دولار عام 1997. ولندرك ضخامة هذا الرقم نقارنه بإجمالي الصادرات العالمية البالغ 2.2 تريليون دولار بنفس العام، وتشير الإحصاءات إلى أن كبرى الشركات متعددة الجنسية تجاوزت قيمة مبيعاتها الناتج المحلي الإجمالي لكثير من البلدان في عام 1997¹.

6- تزايد دور المؤسسات الاقتصادية العالمية في إدارة العولمة وخاصة بعد انهيار المعسكر الاشتراكي وبتلاشي المؤسسات الاقتصادية لهذا المعسكر وإنشاء منظمة التجارة العالمية في 1995 وانضمام معظم دول العالم إليها، ومن ثم اكتمال الضلع الثالث من مؤسسات النظام الاقتصادي العالمي إضافة إلى صندوق النقد الدولي والبنك الدولي التي تمثل أهم سماته.

7- تقليص درجة سيادة الدولة في مجال السياسة النقدية والمالية حيث اضطرت الحكومات في مختلف بلدان العالم إلى إلغاء قوانين التحكم في السوق، وتطبيق قوانين تحرير الأسواق. الثورة العلمية التكنولوجية وتعميق العولمة الاقتصادية حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في اندماج وتكامل وتسهيل عمليات الأسواق المالية، متغلبة على الحواجز المكانية والزمانية بين الأسواق المحلية والعالمية.

ثالثاً: البعد المالي للعولمة (العولمة المالية)

شهد الربع الأخير من القرن العشرين، وفي العقد الأخير على وجه الخصوص، بزوغ العديد من التغيرات العالمية السريعة والمتلاحقة حيث تحول اقتصاد العالمي من أطراف مترامية إلى قرية صغيرة متناسقة بحكم ثورة الاتصالات والتكنولوجيا المعلومات.

1- مفهوم العولمة المالية.

في مطلع السبعينات، ومع انتهاء عصر بريتن وودز، والدخول في عصر تعويم أسعار صرف العملات، بدأت مرحلة جديدة وحاسمة، حيث دخلت اقتصاديات البلدان الصناعية المتقدمة مرحلة الركود التضخمي فارتفعت فيها معدلات البطالة مع معدلات التضخم في آن واحد، وتردت معدلات الاستثمار والنمو الإنتاجي، هذا في الوقت إلى نشأة فيه على الصعيد المثلي أكبر مشكلة فائض مالي في تاريخ النظام الرأسمالي، ذلك الفائض الذي حققته الدول النفطية وعززه التزايد المتسارع للفائض الياباني، إلى حد ما الفائض الذي كانت تحققه ألمانيا الغربية.

¹ المركز العربي للدراسات الاستراتيجية: التحولات العالمية ومستقبل الوطني العربي في القرن الحادي والعشرين - دمشق 2000 ص 134.

و في ذلك الحين وخاصة بعد التصحيح أسعار النفط (الصناعة، والنامية الاشتراكية آنذاك) وسادت أجواء عدم الاستقرار داخليا وخارجيا، منافذ كافية لاستيعابه في قطاعات الإنتاج العيني كما ينذر باندلاع أزمات اقتصادية خطيرة في ضل القيود المفروضة على حركات رؤوس الأموال والتي كانت تساهم في تأزم مشكلة استيعاب هذا الفائض من خلال إعاقه حركة فيما بين الأدوات المالية الدولية¹، وقد عزز من ضغوط الأخذ بالعملة المالية دخول العالم منذ عقود السبعينات في القرن الماضي، مرحلة جديدة، حيث تعاضمت مرحلة، حيث تعاضمت ظاهرة التدويل على كافة الأصعدة الإنتاجية والتسويقية والتكنولوجية والإعلامية، ويقصد بالتدويل، ذلك البروز المتعاضم لدور العلاقات الاقتصادية الدولية مقارنة بالنشاط الاقتصادي على الصعيد المحلي وهو الدور الذي قادتته الشركات العملاقة المتعددة الجنسيات التي تمتد فروعها وأنشطتها لتشمل مختلف أنحاء العالم ولتسيطر على قدر كبير ومنتام من عمليات إنتاج وتمويل وتوزيع الدخل العالمي، وعليه أصبحنا نتحدث عن مستوى اقتصادي عالمي متميز بآلياته ومشاكله على اعتبار أن العالم هو الوحدة الاقتصادية الأساسية، كما تولدت عوامل ضاغطة في اتجاه عمليات التحرير المصرفي فقامت معظم البلدان سياسة الانفتاح المالي.

و في العقد الأخير من القرن المنصرم، على وجه الخصوص، أصبحت أسواق رأس المال أكثر ارتباطا وتكاملا حيث قفزت التدفقات المالية بين الأسواق فقرة هائلة ويكفي للدلالة على ذلك أن نتتبع مؤشرين هما: تطور حجم المعاملات عبر الحدود في الأسهم والسندات في البلدان الصناعية المتقدمة، والتطور الهائل الذي حدث في تداول النقد الأجنبي على الصعيد المالي.

2- نشأة وتطور العولمة المالية

تتمثل العولمة المالية في ذلك التشابك والترابط شبه كامل للأنظمة النقدية والمالية لمختلف الدول والذي بدا بالتجسد أكثر فأكثر مع تطبيق إجراءات التحرير المصرفي، ورفع الحواجز في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا ما بين 1979 و1982 ثم في باقي الدول الصناعية الرئيسية الأخرى بعد ذلك، وتطبيق أسعار الصرف المرنة وتحويل الديون العمومية إلى أوراق مالية، أدى رفع الحواجز التي كانت تعيق حركة انتقال رؤوس الأموال وتوظيفها، والتي كانت تميز الأنظمة النقدية والمالية الوطنية قبل ذلك، إلى ظهور نضام مالي عالمي جديد شبه موحد، هذا لا يعني أن الأنظمة الوطنية قد زالت وانتهت وإنما تم إدماجها في هذا النظام المالي العالمي وزيادة ربطها في أن واحد أو في الوقت الحقيقي.

¹ شدا جمال خطيب، العولمة المالية ومستقبل الأسواق العربية لرأس المال، مؤسسة طابا، ط1، 2002، ص.10.

وإذا كانت للعولمة الاقتصادية جذور تمتد إلى القرن الخامس عشر حسب العدد من الدراسات ومنها نموذج رونالد روبرت سون، مع زيادة تبادل السلع بين الأمم آنذاك، فإن العولمة المالية حديثة النشأة نسبياً، فعملها لا يتجاوز الأربعين سنة على أكثر تقدير مهما يكن فقد مرة العولمة المالية بالمرحل التالية:

- 1- مرحلة تدويل التمويل غير المباشر استمرت هذه المرحلة من 1960 وحتى سنة 1979.
- 2- مرحلة التحويل المالي¹، وقد امتدت هذه المرحلة من 1980 إلى 1985.
- 3- مرحلة تعميم المراجعة وضم الأسواق المالية الناشئة حيث امتدت من 1986 وحتى الآن.

3- أسباب العولمة المالية

هناك عوامل عديدة ساعدت في توفير المناخ الملائم لتغذية العولمة المالية التي بدأت في التبلور منذ ما يربو على ربع قرن من الزمن وكان أهمها:

1. انخفاض القيود على التجارة والاستثمار ما ساعد في تضاعف معدل نمو التجارة العالمية وهذا النمو في التجارة العالمية راجع إلى انخفاض القيود على تجارة الدولة. تنامي الرأسمالية فقد صارت الرأسمالية ذات طابع ريعي تعيش على توظيف رأس المال لا على استثماره.
2. التطور الصناعي في الدول النامية وزيادة تكاملها مع السوق العالمي ويرجع ذلك إلى ما قامت به الدول النامية من تنفيذ برامج الإصلاح الاقتصادي.
3. عجز الأسواق المالية عن استيعاب الفوائض المالية حيث أن المؤسسات المالية غير المصرفية في مجموعة الدول السبع الرئيسية قد قامت عام 1995 بإدارة أصول مالية تزيد قيمتها عن 20 تريليون دولار أمريكي، وهو ما يمثل 110٪ من إجمالي الناتج المحلي، ونحو 90٪ من إجمالي حجم الأصول التي يملكها الجهاز المصرفي في هذه الدول، كما أنه يزيد عن نصف قيمة الأسهم والسندات المتداولة فيها.
4. تكامل أسواق المال الدولية حيث تعتبر الحركة الدولية لرأس المال مظهراً أساسياً من مظاهر التكامل الدولي.
5. ظهور الابتكارات المالية إلى جانب الأدوات التقليدية المتداولة في الأسواق المالية وهي الأسهم

¹ المرجع السابق لـ شدا جمال خطيب «العولمة المالية ومستقبل الأسواق العربية لرأس المال»، ص 11.

والسندات أصبح هناك العديد من الأدوات الاستثمارية منها المشتقات التي تتعامل مع التوقعات المستقبلية¹.

6. التقدم التكنولوجي وانخفاض تكاليف النقل والاتصالات التي تعتبر أحد محركات العولمة كما ساهمت في دمج وتكامل الأسواق المالية الدولية.

7. التحرير المصرفي المحلي والدولي فقد زاد معدل نمو هذه التدفقات وسرعتها خلال العقدتين الأخيرين من القرن الماضي⁴.

8. إعادة هيكلة صناعة الخدمات المالية حيث حدث تغير كبير في أعمال المصارف وتوسعت مساحة ودائرة ونطاق أعمالها المصرفية سواء على المستوى المحلي أو المستوى الدولي والعالمى، وأخذت المصارف تتجه إلى أداء خدمات مصرفية ومالية لم تكن تقوم بها من قبل وتعكس ذلك بوضوح على هيكل ميزانيات المصارف، ويكفي الإشارة أن تلك الميزانيات في أكبر خمسين مصرفاً في العالم حدثت عليها تغيرات هيكلية واضحة حيث تنوعت مصادر أموال المصارف أي مواردها وكذلك تنوعت مجالات توظيفها واستخداماتها².

رابعاً: العولمة المصرفية³

إن التطورات العالمية المعاصرة التي بدأت تجتاح العالم مؤخراً على مختلف الأصعدة منها الاقتصادية، قد ألفت بظلالها على النظام المصرفي أي ما أصبح يسمى بالعولمة المصرفية.

1- مفهوم العولمة المصرفية

إن العولمة المصرفية تعني انتقال الصيرفة من إطار المحلية إلى آفاق العالمية، مما يعني اندماج المصرف نشاطياً ودولياً في السوق العالمي بجوانبه وأبعاده المختلفة وبما يجعله في مركز التطور المتسارع نحو مزيد من: القوة، والسيطرة، والهيمنة المصرفية إذا ما كان يرغب في النمو والتوسع والاستمرار وإذا ما كان يرغب في غير ذلك تجعله يخضع: للتراجع أو التهميش أو الابتلاع، يرج اتجاه المصارف نحو العولمة إلى الرغبة العارمة في التوسع والنمو والانتشار والهيمنة العالمية.

2- أسباب العولمة المصرفية

هناك العديد من الأسباب المتداخلة فيما بينها والتي ساهمت في ظهور العولمة المصرفية، وأحد هذه الأسباب هي المصارف نفسها من حيث تطور أدائها واتساع مجال تقديم خدماتها خارج الأسواق

1- عمر صقر، العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة، الدار الجامعية تانيس سابقاً 2002-2003 ص14-15.

² المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد «البنوك الشاملة. عملياتها وإدارتها»، ص: 37، 36.

³ الخضيرى محسن أحمد، العولمة مقدمة في فكر واقتصاد وإدارة عصر الدولة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 1998، ص 208.

المحلية، كما لا يمكن عزل هذه الأسباب عن البيئة المصرفية وثورة المعلومات، الأمر الذي أسس لأوضاع اقتصادية جديدة وبالتالي متطلبات تمويلية وخدمية متطورة وملائمة يتعين على المصارف تقديمها.

وإجمالاً يمكن إرجاع العولمة المصرفية إلى الأسباب الرئيسية التالية:¹

- ضخامة حركة رؤوس الأموال الدولية وسرعة تدفقها من مكان إلى آخر ومن دولة إلى أخرى وامتداد أسواقها الدولية والزيادة في فرص الاستثمار والاستفادة منها، وقد دعم هذا الأمر ظهور الكتل النقدية وجعل قابليتها للتوطن والاستثمار متوسط وطويل الأجل على شكل رؤوس أموال وعلى انتقالها من مركز نقدي إلى مركز نقدي آخر.
- التطور الذي حدث في أداء وتشغيل المصارف، والذي أدى إلى جعل الأسواق المصرفية المحلية أضيق من أن تستوعب كل ما تسمح به القدرات الإنتاجية للمصارف المحلية، كما أنه في الوقت ذاته أصبحت لا توفر مجالاً للحماية والتقليل من المخاطر، ومن ثم فإن اندفاع المصارف إلى العولمة جاء بهدف توزيع المخاطر وتنويعها بحكم التخصص وتقسيم العمل الدولي وآليات التفاعل للنظام الرأسمالي الحر، فضلاً عن اعتبارات النمو السريع للمصارف والمصارف العالمية وتحولها إلى مصارف شاملة ما أدى إلى تهميش وتراجع المصارف المحلية ووقوعها تحت خطر الابتلاع والاختفاء.
- تبني المصارف المحلية سياسات متحفظة أمام ازدياد حجم المخاطر المنتظمة وغير المنتظمة ليس فقط في الأسواق العالمية بل في سوقها المحلي²، وهو ما يجعلها في موقف دفاعي انكماشى أكثر منه هجومي توسعي، ومن ثم فإنها قد تحجم عن تمويل أنشطة معينة أو زبائن معينين أو تغيير سياستها التوظيفية من وقت لآخر، مما يجعل المصارف المحلية غير مستقرة أمام زبائنها الراغبين في التعامل معها، ومن ثم تضطر مرغمة للتخلي عن خططها التوسعية المستقبلية وتغيير إستراتيجيتها الدائمة.
- خضوع المصارف المحلية إلى القواعد والضوابط والرقابة والإشراف التي تضعها مؤسسات الرقابة والإشراف العالمية وما تطلبه من المصارف المحلية من إجراءات إعادة هيكلة بنيتها للتوافق مع واقعها المعاش، وبصفة خاصة ما يقرره صندوق النقد الدولي والبنك العالمي، وهو ما قد يتطلب وقتاً واستعداداً خاصاً له في الوقت الذي تكون فيه المصارف العالمية مستعدة ومتوافقة معه.

¹ الخضيرى محسن أحمد، العولمة الإجتياحية، مجموعة النيل العربية، مصر، 2001، ص: 261-262.

² المرجع السابق لـ الخضيرى محسن أحمد << العولمة الإجتياحية >>، ص ص 262-263.

- تضخم وتنامي الشركات عابرة القوميات ومتعددة القوميات ذات كفاءات ورؤوس أموال عالية، كما أن حجم الأصول والأموال المتدفقة إليها كبير، والتي أصبحت تحتاج إلى وجود مصارف عالمية تتيح لها الخدمات المصرفية حيث ترغب وحيث تود أن تكون، خاصة وأن العلاقات ما بين هذه الشركات ومصارفها تستلزم منها أن يكون نشاطها ومعاملاتها المصرفية محصورة في مصرف ضخم يتولى مسؤولية وأمانة مستقبل هذه الشركات، ومن ثم فإن هذه الشركات تحتاج إلى مصرف وحيد قادر على خدمتها ورعاية مصالحها.
- التطور الهائل في نظم الاتصال ونظم الدفع ونظم التعامل والتداول على المستوى العالمي، بحيث أدت هذه النظم إلى تخفيض تكاليف العمليات عبر الحدود في جميع جوانب النشاط الاقتصادي بشكل عام والنشاط المصرفي بشكل خاص.

3- انعكاسات العولمة المصرفية على القطاع المصرفي

من خلال هذا المبحث سنحاول الكشف عن العلاقة الوطيدة بين العولمة والجهاز المصرفي وذلك من خلال ما أحدثته وما تحدثه العولمة من تغييرات مصرفية عالمية وبالتالي حدوث تغييرات جوهرية على مستوى المصارف المحلية وما ينتج عن ذلك من آثار على اقتصاديات المصارف والجهاز المصرفي من ناحية الأداء والسياسات والعمليات والنتائج والتوجيهات على نطاق أي دولة من دول العالم.

3-1- الآثار الإيجابية:

3-1-1- إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية:

حدثت تغييرات هائلة في صناعة الخدمات المالية وإعادة هيكلتها على مدى العقدين الماضيين، وعلى وجه الخصوص العقد التاسع من القرن الماضي، بحيث عملت كحافز للإسراع من وتيرة العولمة المالية، وفي هذا الصدد نشير إلى ثلاثة أمور هي:

- توسعت المصارف في نطاق أعمالها المصرفية على الصعيد المحلي والدولي فأصبحت تقوم بأعمال لم تكن تقوم بها من قبل في ضوء عمليات التحرير المصرفي، التي اقتضت تخفيف، وفي بعض الحالات إلغاء، القيود التي كانت تحد من نشاطها وهو الأمر الذي ترتب عليه تنوع مصادر رؤوس أموال المصارف وطرق استخداماتها وبالتالي تطور بنود ميزانيات المصارف في أكثر من خمسين مصرفاً في العالم.

- دخلت المؤسسات المالية المصرفية مثل شركات التأمين وصناديق المعاشات، وصناديق الاستثمار، كمنافس قوي للمصارف التجارية في مجال الخدمات التمويلية، مما يدل على تراجع دور المصارف في مجال الوساطة، وتعكس حالة المصارف هذا التطور بصورة واضحة خلال الفترة 1980-1995 انخفض نصيب المصارف التجارية في تمويل الأصول المالية الشخصية من 50% إلى 18% وفي مقابل ذلك ارتفع نصيب المؤسسات المالية غير المصرفية إلى نحو 42%، وإن كان هذا الاتجاه يختلف من بلد لآخر لاسيما وأن المصارف التجارية في مختلف دول العالم أصبحت تدرك المنافسة القوية التي باتت تهددها في ظل التحول من عقلية المصارف التجارية القائمة على أساس مخاطر الائتمان إلى عقلية مصارف الاستثمار القائمة على أساس مخاطر السوق.
- و في ضوء التنافسية القوية التي بدأت تستشعرها المصارف التجارية من المؤسسات الغير مصرفية في مجال الخدمات التمويلية قامت بعض المصارف بالاندماج فيما بينها وعلى قائمتها المصارف التجارية الموجودة في كل من الولايات المتحدة واليابان والدول الأوروبية.

3-1-2- التحول إلى المصارف الشاملة.

أصبحت ظاهرة العولمة أكثر الظواهر التصاقاً بالنشاط الاقتصادي، وترتبط العولمة أيضاً بالنشاط المصرفي بوصفها جزءاً من العولمة الاقتصادية، وقد اتخذت العولمة المصرفية أبعاداً ومضامين جديدة جعلت المصارف تتجه إلى ميادين وأنشطة غير مسبوقه، وأدت إلى انتقالها من مواقف وتصورات نشاطية ضيقة إلى أنشطة وتصورات واسعة ممتدة، من أجل تعظيم الفرص وزيادة المكاسب المحققة، والتطلع إلى المستقبل، ونظراً للمنافسة الشديدة التي أفرزتها العولمة الاقتصادية في جميع القطاعات الاقتصادية، ولاسيما القطاع المصرفي بات لزاماً على هذا الأخير السعي دوماً إلى تنويع مصادر تمويل وتوظيف مدخراته وليس هناك سبيل سوى التوجه إلى المصارف الشاملة.

3-1-2-1- مفهوم المصارف الشاملة

يمكن أن تعرف بأنها تلك الكيانات المصرفية التي تسعى دائماً وراء تنويع مصادر التمويل وتعبئة أكبر قدر من المدخرات من كافة القطاعات وتوظف مواردها وتفتح وتمنح الائتمان المصرفي لجميع القطاعات. كما تعمل على تقديم كافة الخدمات المتنوعة والمتجددة التي قد لا تستند إلى رصيد مصرفي بحيث نجد أنها تجمع ما بين وظائف المصارف التجارية التقليدية ووظائف المصارف

الاقتصاد العالمي الجديد يعتمد على المعلومات وسرعة وفورية الاتصال، و تحتاج عملية التحول إلى المصارف الشاملة توافر مجموعة من المتطلبات أهمها¹:

- إعلام مكثف الترويج لمفهوم المصارف الشاملة وأهميتها.
- مراكز تدريب متقدمة للمختصين في أعمال الصيرفة الشاملة.
- تطوير التشريعات والقوانين المنظمة للعمل المصرفي.

3-1-3- الاندماج المصرفي

إن الاندماج المصرفي هو أحد متغيرات العولمة، فهو حتمي لزيادة القدرة التنافسية من خلال تحقيق اقتصاديات الحجم والوصول بالوحدة المصرفية إلى حجم اقتصادي معين يتيح لها زيادة الكفاءة من خلال تخفيض التكاليف وتعظيم الربح، ومحصلة كل ذلك هو تحقيق النمو السريع والحفاظ على البقاء والاستمرار وزيادة نصيب الكيان المصرفي الجديد من السوق المصرفية العالمية والمحلية.

3-1-3-1- مفهوم الاندماج المصرفي

يتميز العصر الحاضر بأنه عصر الكيانات الاقتصادية الكبرى، لذلك يعد الاندماج من أهم التحولات التي شهدتها القطاع المالي والمصرفي عالمياً، باعتباره أحد المظاهر الأساسية للعولمة، وأحد التحديات للقطاع المصرفي الذي من شأنه أن يعزز القدرة التنافسية ويدعم القدرة على الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا المتقدمة وما يتولد عنها من منتجات مالية ومصرفية مبتكرة.

و يعرف على انه اتفاق يؤدي إلى اتحاد مصرفين أو أكثر وذوبانهما إدارياً في كيان مصرفي واحد، بحيث يكون الكيان الجديد ذو قدرة أعلى وفاعلية أكبر على تحقيق أهداف كان لا يمكن أن تتحقق قبلاً أتمام عملية تكوين المصرف الجديد². كما أصبح الاندماج المصرفي يتزايد بشكل كبير نتيجة لمتغيرين أساسيين:

1. المتغير المتعلق باتفاقية تحرير الخدمات المصرفية التي تأتي ضمن اتفاقية منظمة التجارة العالمية (OMC)، وهذا المتغير من شأنه إن يزيد من حدة المنافسة في السوق المصرفية العالمية

2. المتغير المتعلق بمعيار كفاية رأس المال بما لا يقل عن 8 بالمائة من قيمة الالتزامات المصرفية لأي مصرف، أضف إلى ذلك المتغيرات الأخرى كالتقدم التكنولوجي وتطور

¹ صلاح الدين حسن السبسي: القطاع المصرفي والاقتصاد الوطني، القطاع المصرفي وغسيل الأموال، عالم الكتب، ط2003، ص: 89.

² عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك: الدار الجامعية، مصر 2001، ص153.

المعلوماتية وتكريس ظاهرة التكتلات الاقتصادية العملاقة مثل الاتحاد الأوروبي وتكتل رابطة دول جنوب شرق آسيا.

3-1-3-2- أهداف الاندماج المصرفي

تهدف المصارف من وراء عملية الاندماج إلى تحقيق أربعة أهداف أساسية وهي:

- المزيد من الثقة والطمأنينة والأمان لدى جمهور الزبائن والمتعاملين ويتحقق ذلك بتقديم الخدمات المصرفية بأقل تكلفة ممكنة وبأعلى جودة، وبتسويق الخدمات المصرفية بشكل أفضل.
- خلق وضع تنافسي أفضل للكيان المصرفي الجديد تزداد فيه القدرة التنافسية للمصرف الجديد، وخلق فرص استثمار أكثر عائدا وقلل مخاطرة.
- إحلال إدارة جديدة أكثر خبرة تؤدي وظائف المصرف بدرجة أعلى كفاءة، وبالتالي تكسب المصرف الجديد شخصية أكثر نضجا وأكثر فعالية من جانب العاملين بعد دمج الكفاءات الموجودة في المصارف السابقة.
- الاندماج والمزج بين المؤسسات المصرفية سوف يؤدي إلى توفير رؤوس أموال ضخمة، القدرة على تحمل المخاطرة الناتجة عن الودائع والقروض المقدمة، تحسن مستوى اليد العاملة نتيجة توفر الخبرة والتدريب الجيد، القدرة الفائقة على الاتصال بفضل وجود المعلوماتية وشبكة قوة المعلومات المرتبطة بأنظمة الاتصال المختلفة بما فيها الإنترنت...إلى غير ذلك.

3-1-3-3- شروط الاندماج المصرفي

هناك عدة شروط يجب أن تتوافر لنجاح الاندماج المصرفي ومن أهمها¹:

- أن تتوافر رغبة حقيقية صادقة لدى القائمين على عملية الاندماج المصرفي،
- أن يتم وضع تصور عملي لمراحل عمليات الاندماج المصرفي يتضمن الإعداد وتهيئة البيئة الداخلية والبيئة الخارجية ويتم وضع خطة زمنية لتنفيذ عملية الاندماج،
- أن يتم اختيار المصرف الجديد والعلامة التجارية، ومجلس الإدارة والخدمات،
- إيجاد التنسيق الفعال بين وحدات المصارف المندمجة واللوائح والقوانين والقرارات،
- توفير الموارد المالية والبشرية اللازمة لعملية الاندماج المصرفي.

¹ المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص153.

3-1-3-4- أنواع الاندماج المصرفي

للاندماج المصرفي، أنواع متعددة ولكل منها دواعي استخدام فهناك اندماج مصرفي من حيث طبيعة نشاط الوحدات المندمجة، وهناك اندماج من حيث العلاقة بين أطراف عملية الاندماج.

3-1-3-4-1- الاندماج المصرفي من حيث طبيعة نشاط الوحدات المندمجة وفيها نميز بين نوعين¹:

▪ **الاندماج المصرفي الأفقي:** وفيه يتم بين مصرفين أو أكثر يعملان في نفس نوع النشاط أو الأنشطة المترابطة فيما بينها مثل المصارف التجارية، مصارف الاستثمار والأعمال، والمصارف المتخصصة.

▪ **الاندماج المصرفي الرأسي:** وهو الاندماج الذي يتم بين المصارف الصغيرة في المناطق المختلفة مع المصرف الرئيسي في المدن الكبرى، وهناك الاندماج المختلط والذي يتم بين مصرفين أو أكثر يعملان في أنشطة مختلفة وغير مترابطة فيما بينها، مثال ذلك الاندماج بين مصرف تجاري ومصرف متخصص.

3-1-3-4-2- الاندماج المصرفي من حيث أطراف عملية الاندماج ومن أهم أنواعه ما يلي:

▪ **الاندماج المصرفي الإرادي:** والذي يتم بموافقة كل من إدارة المصرف الدامج والمصرف المندمج مع الموافقة من طرف الحكومة (السلطة النقدية)، حينها يقوم المصرف الدامج بشراء أسهم المصرف المندمج، إما عن طريق السداد النقدي أو تقديم أوراق مقابل قيمتها مثل السندات أو الأسهم ونشير إلى أن السلطات النقدية تشجع في كثير من الدول مثل هذا النوع من الاندماج.

▪ **الاندماج المصرفي القسري (الإجباري):** ويتم هذا الاندماج نتيجة لتعثر أحد المصارف مما يضطر السلطات النقدية في العديد من الدول إلى الاندماج الإجباري، حيث تعثر أحد المصارف (الإفلاس والتصفية) يستلزم إدماجه في إحدى المصارف الأخرى الناجحة، واللجوء إلى هذا النوع من الاندماج يتم بصفة استثنائية طبقاً لظروف تحددها السلطات النقدية من أجل خدمة الاقتصاد الوطني.

ولتشجيع هذا الاندماج يرفق بقانون يشجع المصارف مقابل إعفاءات ضريبية أو عن طريق مد المصرف الدامج بالقروض المساعدة مقابل تعهده بتحمل كافة الالتزامات الخاصة بالمصرف المندمج.

¹ صفوت عبد السلام عوض الله: الآثار الاقتصادية للعولمة على الجهاز المصرفي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003 ص 98

3-1-3-5- الاندماج المصرفي وزيادة القدرة التنافسية

إن الاندماج المصرفي كما قلنا سابقا هو أحد متغيرات العولمة، فهو حتمي لزيادة القدرة التنافسية من خلال تحقيق اقتصاديات الحجم والوصول بالوحدة المصرفية إلى حجم اقتصادي معين يتيح لها زيادة الكفاءة من خلال تخفيض التكاليف وتعظيم الربح، ومحصلة كل ذلك هو تحقيق النمو السريع والحفاظ على البقاء والاستمرار وزيادة نصيب الكيان المصرفي الجديد من السوق المصرفية العالمية والمحلية، ويمكن تلخيص النتائج التي تسفر عنها عملية الاندماج في النقاط التالية¹:

- إن الاندماج المصرفي وخاصة فيما بين المصارف الصغيرة يهيئ الفرصة لتحقيق وفورات الحجم المتعلقة بالتوسع بالاعتماد على التقدم التكنولوجي في عمليات المصرف واستقطاب أفضل الكفاءات وزيادة الثقة الائتمانية في التعامل مع المؤسسات المالية وغيرها.
- التوسع في فتح أسواق جديدة وخلق مصادر جديدة للإيرادات وتهيئة الظروف لتنوع الخدمات المصرفية، مما يؤدي إلى تعزيز موقع المصرف في السوق المصرفي ودعم نشاطه وزيادة حجم الودائع وتنوع مصادره.
- خفض التكلفة وزيادة القدرة التسويقية وكفاءة الخدمة المصرفية،
- زيادة القدرة على المنافسة العالمية في إطار تحرير الخدمات المصرفية،
- زيادة القدرة على المخاطرة في ظل سياسة التحرر المالي.

3-1-4- الاتجاه نحو خصوصية المصارف

أصبح من الضروري على بعض الدول خاصة الدول النامية والتي يتميز اقتصادها أو قطاعها المصرفي بوجه التحديد بتدني مستوى الكفاءة وبالتالي عدم قدرته على المنافسة وخاصة بعد تحرير تجارة الخدمات المالية، أن تتبنى سياسة معينة للرفع من كفاءة وقدرة الجهاز المصرفي، ومن أهم هذه الاتجاهات هو الاتجاه نحو خصوصية المصارف، وهذا ما سنعرضه في هذا المبحث بحيث نتطرق إلى مفهوم الخصوصية وأبعادها المختلفة وكذلك نعرض أسباب خصوصية المصارف وأهدافها المتوقعة.

¹ سعيد عبد الخالق: القطاع المصرفي في مواجهة عصر الاندماج والتكامل، ندوة الأبعاد الاقتصادية والإدارية للاندماج المصرفي، 2001،

هناك العديد من الأبعاد التي يجب أخذها في عين الاعتبار عند الشروع في تطبيق عمليات خوصصة المصارف والتي من أهمها:¹

- البعد الإداري: يعطي هذا البعد إمكانية التخلص من النظم الإدارية والتنظيمية المطبقة في ظل الملكية العامة، حيث أن حرية اتخاذ القرارات وأهداف المصرف وسياساته المختلفة تحددتها التعليمات الحكومية والتي تؤثر على مجالات التوظيف واستثمار الأموال.
- البعد التنموي: تلعب المصارف العامة دورا هاما في عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتنفيذ السياسات النقدية والمالية، وبالتالي فإن عمليات الخوصصة يجب أن تراعي تحقيق المصالح الاقتصادية وتنفيذ السياسات الحكومية المالية والنقدية، واختيار الأسلوب الأمثل للخوصصة لضمان حقوق العاملين وعدم الإخلال بالتوازن النقدي والمالي.
- البعد الاجتماعي: تكون المصارف العامة مجبرة على تحمل حجم كبير من العمالة في حين نجد أن المصارف الخاصة تتجه إلى تطبيق تكنولوجيا الخدمات المصرفية مما يؤدي إلى الاستغناء عن بعض العمالة الزائدة، فإلى جانب هذا القدر من العمالة الذي تتحمله المصارف العامة فهي تقوم بتقديم الخدمات المصرفية ذات الطابع الاجتماعي كخدمة أصحاب المعاشات والنقابات العمالية، لذلك يجب الحفاظ على حقوق العاملين بعد عملية الخوصصة ووضع الضوابط اللازمة لعدم انتقاص الحقوق والحوافز المختلفة.
- البعد الخاص باختيار أسلوب الخوصصة: يجب اختيار الأسلوب الأمثل لعملية الخوصصة والتي نذكر منها:

○ زيادة رأس مال المصرف المراد خوصصته وتكون الزيادة مقتصرة على القطاع الخاص من خلال الاكتتاب العام، ويتم تداول الأسهم المطروحة في سوق الأوراق المالية، ولا يحتاج هذا الأسلوب إلى عملية تقييم أصول وخصوم المصرف وهو يؤدي إلى توفير موارد إضافية للمصرف مما يجعله قادرا على المنافسة في ظل تحرير الخدمات المصرفية.

○ خوصصة الإدارة مع الاحتفاظ بالملكية العامة لرأس المال، واستمرار حصول الدولة على الأرباح دون التدخل في الأعمال الإدارية.

○ البيع لمستثمر رئيسي: غير أن البعض يرى أن المستثمر الأجنبي عادة ما يلجأ إلى تحويل الأرباح إلى الخارج ويهتم بالأرباح المادية دون مراعاة الاعتبارات القومية،

¹ طارق عبد العال، اندماج وخصخصة البنوك، مرجع سابق، ص 210.

وفي الاتجاه الآخر يشترط البعض أن يكون المستثمر أجنبيا للاستفادة من التكنولوجيا المصرفية وضمان نجاح المصرف مع الالتزام بتطويره فنيا وتكنولوجيا.¹

▪ البعد الزمني: هناك اتجاهان في هذا المجال:

- الاتجاه الأول: يرى تأجيل خصصة المصارف حتى يتم خصصة المشروعات الإنتاجية مما يسمح بحل المشكل المالي بين هذه المشروعات والمصارف.
- الاتجاه الثاني: يرى عدم تأجيل خصصة المصارف من خلال وضع خطة تدريجية للوصول إلى الكيانات المصرفية الكبيرة.

3-2- الآثار السلبية

3-2-1- الأزمات القوية التي يتعرض لها الجهاز المصرفي:

أثبتت بعض الدراسات عام 1997 والتي أجريت على 65 دولة خلال الفترة من 1980-1994 أنه هناك علاقة وطيدة بين إجراءات العولمة المالية وأزمة الجهاز المصرفي التي حدثت في هذه الدول، وقد أوضحت هذه الأزمة التي اندلعت في جنوب شرق آسيا في صيف 1997 كيف تؤثر العولمة المالية من خلال تحرير حساب رأس المال والتمادي في الاقتراض الخارجي، وإعطاء قروض دون دراسة وضوابط وعرف مصرفي والانفتاح دون ضوابط على الأسواق المالية العالمية مما أدى إلى اندلاع أزمة الجهاز المصرفي.²

و عليه يمكن القول أن من أهم الآثار السلبية للعولمة المالية هي تلك الأزمات القوية التي يتعرض لها الجهاز المصرفي في عدد من دول العالم، حيث تشير بعض الدراسات إلى أنه خلال الفترة 1980 إلى 1996 حدثت أزمات في الجهاز المصرفي في ما لا يقل عن ثلث الدول الأعضاء في صندوق النقد الدولي، حيث تصاعدت أزمات المصارف في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وشمال أوروبا وجنوب شرق آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية فضلا عن الأزمات في ظل العولمة، مع الأخذ في الاعتبار أن تلك الأزمات كان لها تأثيرا شديدا على مجمل الاقتصاديات الوطنية التي حدثت فيها بل امتد تأثيرها السلبي على الجهاز المصرفي في بلاد أخرى غير التي حدثت فيها الأزمة، ولذلك طرحت تلك الأزمات بقوة ضرورة التحوط لكل هذه الأزمات، وأهمية وضع نظام الإنذار المبكر يعتمد على تطوير مجموعة من المؤشرات التي تحذر من الأزمة قبل وقوعها.

¹ المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك ص: 217.

² المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص: 44، 45.

3-2-2-تزايد مخاطر أنشطة غسيل الأموال من خلال المصارف

تعد عملية غسيل الأموال صورة من صور الجرائم الاقتصادية التي جرى تداول تعبيراتها مؤخرًا في المحافل الدولية والمحلية، مما يستدعي تكاتف المجتمع الدولي لردع مرتكبي هذه الجريمة، كما تعد عمليات غسيل الأموال أنشطة مكملة لأنشطة رئيسة سابقة أسفرت عن تحصيل كمية من الأموال المشروعة غالبًا أي الأموال القذرة الناتجة عن أنشطة الاقتصاد الخفي والتي تمثل ما بين 30% إلى 50% من هذا الاقتصاد الخفي الذي يوجد في معظم دول العالم بنسب مختلفة ومحاولة إدخالها في دور النشاط الاقتصادي للاقتصاد الرسمي أو الظاهر لإكسابها صفة شرعية عبر الجهاز المصرفي وأجهزة الوساطة المالية الأخرى¹، وأهم هذه الأنشطة هي الاتجار بالمحذرات والاتجار بالأسلحة المحظورة والاتجار في السوق السوداء للسلع الهامة والإستراتيجية والعمولات والرشاوى والاختلاسات والأموال الناتجة عن الفساد الإداري والسياسي والقروض المصرفية المهربة وتجار الرقيق والسرقات، ويستخدم الجهاز المصرفي كوسيط لعمليات غسيل الأموال حيث تمر عمليات غسيل الأموال بثلاثة مراحل وهي: مرحلة الإيداع النقدي، مرحلة التعقيم ثم مرحلة التكامل².

ومن خلال التجارب التي مرت بها معظم الدول التي تتغاضى عن عملية غسيل الأموال على أراضيها فقد ثبت أن هذه الأموال تتجه غالبًا إلى البحث عن الربح السريع والتوظيف القصيرة الأجل دون النظر لما قد تسببه من مخاطر كبيرة على النظام المصرفي خاصة والوضع الاقتصادي بصفة عامة³، ويمكن أن نورد هذه المخاطر فيما يلي:

- التأثير على الدخل الوطني إذ تعتبر الأموال الهاربة إلى المصارف الأجنبية بالخارج استقطاعات من الدخل الوطني للدولة التي تحققت فيها هذه الأموال، ذلك لأن خروج هذه الأموال غير المشروعة إلى الخارج التي كونها أصحابها على أرضها يحرم هذه الدولة من العوائد الإيجابية التي كان يمكن الحصول عليها لو تم تشغيل هذه الأموال داخل الدولة.
- زيادة الدخل غير المشروعة ومن ثم حصول بعض الأفراد على دخول هم لا يستحقونها في الوقت الذي يعمل فيه أصحاب الدخل المشروعة على زيادة مناظرة وهو ما يؤدي إلى اختلاف توزيع الدخل القومي، وما يتبعه من مشكلات اجتماعية واسعة.
- سوء توزيع العبء الضريبي واختلاف توزيع الدخل القومي.

¹ - المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص: 234.

² نفس المرجع السابق، ص: 45-47.

³ صلاح الدين حسن السيسي، غسيل الأموال الجريمة التي تهدد استمرار الاقتصاد، جامعة القاهرة، سنة 2003 م، ص 181

■ الحد من فعالية السياسة الاقتصادية حيث تتسبب الأنشطة غير المشروعة للمسؤولين عن السياسة الاقتصادية للدولة في الحصول على معلومات خاطئة عن معظم التغييرات الاقتصادية التي يمكن الاعتماد عليها عن هذه السياسات.¹

■ تأثر الدخل الوطني بعمليات غسل الأموال عن طريق هروب الأموال من المحيط الاقتصادي بحيث يتم استثمار الأموال الناتجة في دول أجنبية، وتكون تلك الاستثمارات في مصلحة تلك الدول فيكون حرمان الإنتاج وبالتالي يحرم الاقتصاد القومي من الاستفادة منها، وهذا ما يحدث غالباً بالنسبة للدول النامية ويؤدي إلى إحداث نوع من التوزيع العشوائي للدخل القومي. حيث تشير بعض الدراسات التي أقيمت على الدخول غير الموزعة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن وجود هذه الدخول يعتبر مسئولاً عن انخفاض الإنتاجية في الاقتصاد القومي بنسبة 28%.²

■ التأثير على الادخار المحلي فقد أثبتت عمليات غسل الأموال وجود علاقة عكسية بينها وبين الادخار المحلي، يعني أنه كلما زادت عمليات غسل الأموال قل معدل الادخار المحلي، حيث أن غسل الأموال يؤدي إلى هروب رأس المال إلى الخارج وبالتالي تقل المدخرات التي يمكن أن توجه للاستثمارات.

■ التأثير على معدل التضخم فالعلاقة بين غسل الأموال ومعدل التضخم طردية حيث كلما زادت الكتلة المغسولة، هذا يعني طلب إضافي يؤدي إلى زيادة معدلات التضخم، وعلى المستوى الدولي تساهم عمليات غسل الأموال على تصدير التضخم من الدول الصناعية المتقدمة إلى الدول النامية بسبب خروج أموال ضخمة من الدول النامية إلى الدول الصناعية المتقدمة التي يشعر أصحاب الأموال القذرة أنها أكثر أمان لأموالهم مع وجود تيار كبير داخل في الدول الصناعية لا يصاحبه زيادة في العرض السلعي فإن ذلك قد يؤدي في ظروف معينة إلى حدوث تضخم في الدول النامية الصناعية ولما كانت الدول النامية تعتمد على الصناعية في حوالي 80% من حجم تجارتها الدولية فإن ارتفاع الأسعار في الدول المتقدمة يعني الزيادة في أسعار السلع التي تستوردها الدول النامية وبالتالي ارتفاع الأسعار فيها.³

¹ المرجع السابق لـ صلاح الدين حسن السبسي،، غسل الأموال الجريمة التي تهدد استمرار الاقتصاد، ص 181.

² المرجع السابق لـ نادر عبد العزيز شافي، ص 194.

³ المرجع السابق لـ نادر عبد العزيز شافي، ص 194.

■ القضاء على المنافسة إذ أن أهم قواعد المنافسة هي نوعية الأموال، وكما نعرف أن غسل الأموال هي تلك الأموال الناتجة عن عمليات غير مشروعة وبالتالي فإن عمليات غسل الأموال تؤدي تشويه المنافسة والقضاء عليها من خلال الإخلال بإحدى قواعدها، خاصة داخل الأسواق والمؤسسات المالية، وبالتالي تحويلها إلى أماكن لغسيل الأموال من خلال الإخلال بإحدى قواعدها، خاصة داخل الأسواق والمؤسسات المالية، وبالتالي تحويلها إلى أماكن لغسيل الأموال¹.

■ التأثير على الاستهلاك فعندما تكون النشاطات في شكل شراء سلع معمرة أو عقارات فهذا يؤدي إلى زيادة الاستهلاك الكلي ورفع الأسعار وبالتالي نقص معدل الادخار المحلي.

■ تدهور قيمة العملة المحلية إذ تؤثر عملية غسل الأموال تأثيرا سلبيا على قيمة العملة الوطنية، نظرا للارتباط الوثيق بين هذه العملية وتهريب الأموال إلى الخارج، وما يعنيه ذلك من زيادة الطلب على العملات الأجنبية، التي يتم تحويل الأموال المهربة إليها، بقصد الإيداع في الخارج بالمصارف، أو بغرض الاستثمار في الخارج، ولاشك بأن النتيجة الحتمية لذلك هي انخفاض قيمة العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية.

■ التأثير على التحصيل الضريبي فنقص حصيلة الضرائب يكون سببه هروب رؤوس الأموال إلى الخارج بصفة غير شرعية لتمويل الاستثمارات في البلدان الأجنبية مما يجعلها خارج الدورة الاقتصادية أي أن ظاهرة غسل الأموال تعمل على زيادة معدلات الضرائب وفرض ضرائب جديدة لمواجهة نقص الدخل الوطني.

3-2-3- إضعاف قدرة المصارف المركزية على التحكم في السياسة النقدية

ومما يدل بوضوح على ذلك ما حدث من أزمات للجهاز المصرفي في دول جنوب شرق آسيا وعجز المصارف المركزية التام عن إنقاذ العملة الوطنية وسعر الصرف في تلك الدول من التدهور والانخفاض في قيم العملات الوطنية المتتالي والربح السريع هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى إذا وقع الاقتصاد الوطني في يد المضاربين العالميين فإن المصارف المركزية في العالم لا تستطيع أن تفعل الكثير تجاه هؤلاء الفاعلون غير الرسميون، حيث اتضح أن كافة المصارف المركزية في العالم لو اجتمعت فيما بينها على اتخاذ موقف معين لحماية عملة ما في مواجهة هجوم المضاربين فإن أقصى ما يمكن أن تجمعه هذه المصارف المركزية حوالي 14 مليار دولار يوميا مقارنة بحوالي 800 مليار دولار يستطيع أن يضخها المضاربون العالميون في السوق، وهذا يعني أن إمكانياتهم تفوق 57 مرة

¹ المرجع السابق لـ صلاح الدين حسن السبسي، غسل الأموال الجريمة التي تهدد استمرار الاقتصاد، ص 184

المصارف المركزية الموجودة في العالم مجتمعة مع العلم أن الأموال التي يضارب بها المضاربون يومياً وصلت إلى أكثر من 1.2 تريليون دولار.

المبحث الثاني: تطوير الخدمات المصرفية وانعكاساته على المصارف

إن الطبيعة الخاصة لصناعة المصارف تتلقى بطلاها على عملية تطوير المنتجات والخدمات المصرفية، فالمصارف تقدم تشكيلة واسعة من الخدمات التي يستفيد منها الزبائن في مجالات مختلفة ومتباينة، وفي واقع الحال فإن المصارف تسعى إلى تكوين خدمات مصرفية غير نمطية هذا ما ينتج عنها غالباً مشاكل حيث تؤدي هذه الأخيرة إلى تقلص فعالية وكفاءة استخدام الخدمات المصرفية كأداة تسويقية وعليه فإن هناك ضرورة ملحة بأن تقوم المصارف بتطوير الخدمات بحيث تكون هذه الأخيرة واضحة وجلية ومضمونة من قبل زبائن المصرف وأن تكون بالإمكان أيضاً مقارنة هذه الأنظمة بتلك المتبعة من قبل المصارف والمؤسسات المالية المناسبة.

كما تقتضي الطبيعة الدينامية السوق المصرفية بإدارة المصرف أن تكون واعية ومدركة لطبيعة وخصائص البيئة المحيطة بالمصرف بحيث تكمن قدرة هذا الأخير على البقاء والاستمرار في السوق، في قدرته على الاستجابة لمقتضيات التغيير والتفاعل مع معطياته فالتغيير يفزر في العادة كثيراً من المعطيات الاقتصادية والاجتماعية والحضارية التي تنعكس بدورها على الواقع الداخلي للمصرف وبذلك تصبح هناك علاقة وثيقة بين قدرة المصرف على الاستمرار والبقاء، وبين قدرته على إنتاج خدمات مصرفية تتلاءم مع الاحتياجات المتطورة للزبائن، ومن هنا فإن إدارة المصرف يجب أن تعمل في ظل الاعتقاد بأن "القدرة على التطور = البقاء والاستمرار" ويقتضي التفاعل والتجارب مع التطور البيئي عمليات بحث ودراسة وتحليل لهذا التطور وتقدير آثاره والمتوقعة ومن ثم صياغة الرد الذي يستطيع من خلاله المصرف التكيف مع معطيات لهذا التطور

أولاً: مفهوم تطوير الخدمات المصرفية

يعد تطوير المنتجات من الأمور الإستراتيجية الهامة لنجاح المصارف، وغالباً ما يستخدم مفهوم التطوير والابتكار كمفهومين مترادفين لأن كليهما يسعيان إلى تحقيق هدف واحد ألا وهو التوصل إلى ما هو جديد، الأمر الذي يضيف قيمة أكبر وأسرع من المنافسين في السوق.

لا يوجد هناك تعريف محدد أو متفق عليه بين الباحثين في هذا المجال لتعريف ما هو تطوير المنتجات. وذلك لأن مفهوم تطوير منتجات جديدة هو مصطلح متعدد الأبعاد، ونسبي في الوقت

نفسه. إضافة إلى ذلك أن الغالبية العظمى من المنتجات التي تم تطويرها ما هي إلا تحسينات وعمليات تطوير على منتجات حالية من نواحي متعددة.

و بناءا على ما سبق، فلقد اقترح تعريف لتطوير المنتجات: "تطوير المنتج هو أي شيء يمكن تغييره أو إضافته أو تحسينه أو تطويره على مواصفات وخصائص المنتج سواء المادية الملموسة أو غير الملموسة أو الخدمات المرافقة له ويؤدي إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلكين الحالية والمرتبطة في قطاعات سوقية مستهدفة، ويكون هذا المنتج جديدا على الشركة أو السوق أو المستهلكين أو جميعهم معا، وبغض النظر عن درجة التقدم التكنولوجي المستخدمة في تطوير هذا المنتج الجديد. ويشمل مواصفات المنتج، علامته التجارية، خدمات المستهلكين، سعره، ترويجه، توزيعه، خدمات ما بعد البيع، التغليف والتعبئة، الضمانات المقدمة، وطرق الدفع أو حتى عملية إعادة إحلال المنتج في قطاعات سوقية معينة".

و حسب التعريف السابق فإن تطوير الخدمات المصرفية يعني إدخال وإضافة مزايا جديدة للخدمات المصرفية القائمة بما يتماشى واحتياجات الزبائن، بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات.

ثانيا: أهمية تطوير الخدمات المصرفية

هناك أهمية قصوى لتطوير الخدمات والمنتجات في المصارف، وخاصة أن تطوير الخدمات يساعد المصارف على البقاء والاستمرار في ممارسة أعمالها في ظل بيئة عمل تتميز بالمنافسة الشديدة. وكذلك يساعد المصارف على تحقيق أهدافها الإستراتيجية المتعلقة بالنمو والتوسع، القصيرة والطويلة المدى. ويزيد معدل العائد على الاستثمار، وزيادة التعاملات والإيرادات، وزيادة صافي القيمة الحالية، وزيادة الحصة السوقية. أما الأهداف غير المالية فتتمثل بزيادة رضا الزبائن، وتحسين انطباع المنافسين عن المصرف، وتحسين سمعة وشهرة المصرف في السوق.

إن الأهمية التي تكتسبها عملية تطوير الخدمات المصرفية مردها إلى أن المصرف يعمل في بيئة متغيرة، وأن رغبات الزبائن في تغير دائم وعلى المصرف ملاحقة تلك التطورات والتغيير في الرغبات، ليتمكن من المحافظة على حصته السوقية والاستمرار في ظل المنافسة.

إن جهود المصرف المتعلقة بتطوير خدماته لا بد أن تتم في إطار الإستراتيجية الشاملة للمصرف، وذلك بالاهتمام بالابتكار والتجديد في الخدمات المصرفية، وتتبع أهمية الابتكار والتطوير من مجموعة من الاعتبارات نذكر أهمها فيما يلي¹:

- التغير المستمر في أذواق ورغبات الزبائن، وبالتالي فإن تطوير الخدمات المصرفية يصبح ضروري لضمان الاستمرار في السوق وجلب زبائن جدد.
- الاستفادة من التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي وتسخيرها لخدمة الزبائن.
- مواجهة المنافسة المحتمة في السوق المصرفية، حيث تعتمد المنافسة بين المصارف على جوانب الابتكار والتطوير وإيجاد أفكار جديدة تترجم في شكل خدمات لتحقيق رضا الزبائن.

ثالثاً: الحاجة إلى تطوير الخدمة المصرفية

تتطوي عملية تطوير وابتكار الخدمات المصرفية على مستويات مختلفة في الخطر بالرغم من اعتمادها على عمليات البحث عبر مراحلها المختلفة، ولهذا فإن جهود المصرف المتعلقة بتطوير خدماته لا بد أن تتم في إطار خطته الشاملة التي تعتبر أساساً لعملية الرقابة على عملياته وأدائه ويجب أن يكون التطوير يخدم الأهداف الإستراتيجية للمصرف في المدى الطويل وعموماً يستهدف تحقيق الغايات التالية:

- جذب واستمالة زبائن جدد للمصرف.
- زيادة حجم التعامل من الخدمات المصرفية في السوق الحالية.
- تخفيض تكلفة تقديم خدمات مصرفية مشابهة تقدمها مصاريف منافسة أخرى.

ونظراً للأهمية التي تضيفها هذه الغايات في تبرير عملية التطوير فإننا نقدم موجز لكل منها:

1- جذب استمالة زبائن جدد للمصرف

إن سوق أي مصرف لا تتمثل في سوقها الحالية بل تتكون من مجموع الزبائن الحاليين والمرتبين في السوق كما توضح الصياغة التالية: السوق المصرفية = الزبائن الحاليين + الزبائن المرتبطين ولهذا فإن عملية تطوير الخدمات المصرفية الجديدة وتحسين نوعية الخدمات الحالية يجب أن تكون موجهة بالأهداف الخاصة بالنمو والتوسع وبالتالي فإن إستراتيجية المصرف يجب أن تتركز على أساس الفرص الاحتمالية في السوق.

1 عبد الكريم الدعيس، تقييم السياسات التسويقية للخدمات المصرفية في اليمن، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر، 1994، ص:134.

2- زيادة حجم التعامل مع الزبائن الحاليين

1-2- زيادة حجم التعامل مع المصرف

فالمصارف تمتلك عادة شبكة الفروع التي تنفذ من خلالها الخدمات المصرفية إلى الزبائن، كما أن هؤلاء يتصفون بدرجة من الانتشار الجغرافي بالإضافة إلى أن سعة وشخصية وقدرة المصرف على تقديم خدمات مصرفية جيدة في المعيار الحاسم في التعامل معه.

2-2- تحويل زبائن المصارف المنافسة للتعامل مع المصرف

إن إستراتيجية تطوير الخدمة المصرفية التي يتبناها المصرف يجب أن تستهدف إقناع زبائن المصارف الأخرى المنافسة بالتحويل إلى المصرف، وبالطبع فإن هذا الهدف صعب التحقيق نسبياً، في اختيار الزبون للمصرف الذي يتعامل معه غالباً ما يتم مرة واحدة خلال حياته.

2-3- جذب زبائن المصارف المنافسة نحو خدمات مصرفية أخرى غير تلك المقدمة من قبل تلك المصارف

إن تطوير سوق المصرف يمكن أن يتم من خلال تقديم خدمات مصرفية لزبائن المصارف الأخرى والذين لا تقوم مصارفهم بتقديمها وقد دلت نتائج كثير من الدراسات أن ميل زبائن المصارف إلى شراء الخدمات المصرفية أعلى من ميلهم إلى التحول إلى مصارف أخرى.

2-4- تخفيض تكلفة تقديم الخدمة المصرفية

إن إدخال المكنة إلى العمليات المصرفية يمثل عاملاً هاماً في تخفيض تكلفة تأدية هذه العمليات ويمنح المصرف فرصاً كبيرة لتحقيق الوفورات فدخل كثير من الوسائل التكنولوجية الحديثة تمت كخدمة ATM استطاع أن يقلل حجم العمالة المستخدمة في تأدية وإدارة عمليات مصرفية هامة كالصرف والإيداع وكشف الحساب.. الخ ومع ذلك فإن قرار إدخال مستخدمات التقدم العلمي إلى العمليات المصرفية يجب أن يتخذ تحت أعلى درجات الإدراك لطبيعة العلاقة الشخصية بين المصرف والزبون¹.

1 محسن أحمد الخضيرى، << التسويق المصرفي المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية >>، مكتبة الأنجلو المصرية س 226

رابعاً: مبررات تطوير الخدمات المصرفية

إن عملية تطوير منتجات وخدمات جديدة أصبحت من المكونات الأساسية لأي إستراتيجية إدارية وتسويقية للمصارف من خلال الركائز والمهام والأهداف التالية:

- التغييرات التكنولوجية السريعة التي يمكن أن تجعل الخدمات والمنتجات القائمة في خطر.
- التغيير المستمر في أذواق ورغبات الزبائن، وبالتالي فإن تطوير الخدمات المصرفية يصبح ضروري لضمان الاستمرار في السوق وجلب زبائن جدد.
- قيام المنافسين بتقليد الخدمات الناجحة في السوق، وبالتالي فإن ضرورات بلوغ الميزة التنافسية المستدامة تستدعي التطوير المتواصل للخدمة لكي لا تفقد ميزتها التنافسية.
- التواصل المستمر مع الزبائن، حيث يمثل التطوير أحد أسباب نجاح المصارف في بلوغ أهدافها.
- اكتشاف الفرص كما ونوعاً وتطويرها وتحويلها إلى منافع، لحل بعض المشاكل التي يعاني منها الزبائن الحاليون والمحتملون. ذلك إن إتباع التطوير كجزء من منهج عمل أو استراتيجيات المصارف المعاصرة سيؤدي إلى نجاحها. أمال المصارف التي لا تمتلك هذه الرؤيا سوف تكون مهددة ومستقبلها سيكون معرض للخطر.
- يساهم التطوير المتواصل في بناء قاعدة صلبة للنمو المستقبلي، وبالتالي فهو يمكن المصرف من مواجهة التغييرات المستقبلية وإدارتها بفعالية عالية.

خامساً: أهداف تطوير الخدمات المصرفية

قد يرى البعض أن التطوير في حد ذاته هدف، باعتبار أنه أحد مقومات التواجد، وأساس الحياة الدائمة المستمرة، وإن كان ما تقدم حقيقة في الواقع، فإنه أيضاً لعملية تطوير مزيج الخدمات المصرفية وتحديثها أهدافها أساسية هي:

- جذب مزيد من الزبائن الجدد .
- زيادة تعامل الزبائن الحاليين.
- تخفيض تكلفة تقديم الخدمات المماثلة التي تقدمها المصارف المنافسة وما يتصل بها من جهد، ووقت .
- تحسين الوضع التنافسي للمصرف.
- زيادة حصة المصارف ونصيبه من السوق المصرفي.
- اكتساب قدرة على الاستمرار والتواصل السليم في السوق المصرفي.

هذا من ناحية ومن ناحية فإن هناك أهدافا أخرى لعملية التطوير من أهمها: تأكيد زيادة المصرف وتفوقه وسبقه الدائم نحو الجديد والتجديد، وفي الوقت ذاته تحقيق التكامل والاتساق بين عناصر مزيج الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف، وسد الفجوات القائمة بين مستوى الإشباع الحالي الذي يحظى به الزبون، وما بين تطلعات الزبون لمستوى إشباعي أفضل، ومن ثم تحرص المصارف بشك كبير على إيجاد قسم خاص لديها مهمته تحسين وتطوير الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف تدعيمها لكيان الثقة والفاعلية والقدرة على الإشباع المتنامي والمتطور كحاجات ورغبات الزبائن والزبائن الحاليين والمرتبين¹.

سادسا: الأشكال المختلفة لتطوير المنتج المصرفي

إن تطوير الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف يمكن أن يتم عن طريق :

1- إضافة خدمات مصرفية جديدة

ينطوي هذا المدخل في تطوير الخدمات المصرفية على زيادة عدد خطوط الخدمة التي يقدمها المصرف إلى عملائه، و لذلك فإنه ينبغي توسيع خطوط الخدمة وتنويعها ولا يجب أن يفهم ذلك على أنه شكل من أشكال التميز من الخدمات المقدمة. فخط الخدمة الجديدة يجب أن يكون قادر على إشباع حاجات مالية أو انتمائية لدى الزبون غير تلك الحاجات التي يتم إشباعها من قبل الخطوط الأخرى للخدمات.

2- إعادة تصميم الخدمة من حيث عناصرها ومواصفاتها

من المعروف أن مدى الخدمات التي يقدمها المصرف التقليدي واسع جدا إلى درجة التي يمكن من ترويجها بفاعلية بل وترويج المصرف ككل، والحقيقة أنه ضمن هذا المدى يوجد بمجموعات من الخدمات المرتبطة المقدمة بحاجات قطاعات معينة من الزبائن ومع ذلك فإنه بالنظر إلى عدم إمكانية ترويج كل الخدمات فإن الزبون لا يكون مدركا لتطابق الخدمة المصرفية المقدمة وتلائمها مع حاجاته، ولتحقيق التمييز في الخدمة المصرفية وتحويل زبائن المصارف المنافسة إلى التعامل مع المصرف فإنه يمكن تقديمها لقطاعات سوقية معينة.

¹ محسن أحمد الخضيرى ، التسويق المصرفي : مدخل متكامل للبنوك لامتلاك منظومة المزايا التنافسية في عالم ما بعد الجات، مصر : القاهرة، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 1999

3- تكييف وتوسيع الخدمات الحالية

إن تعزيز الخدمة المصرفية يمكن أن يتم بدون أي تغيير جوهري في الخدمات الحالية فمثلا تعتبر أية زيادة في الحسابات المضمونة من قبل بطاقة ضمان الشيك أو زيادة في عدد ونوع تجار التجزئة المشاركين في نظام البطاقة الائتمانية شكلا من أشكال التطور التي لا تتضمن أي تغيير جوهري في الخدمة المصرفية وفي المدى البعيد فإن هذا الشكل للتطوير الخدمي يمكن أن يكون ضرورة مستمرة يحتاج إليها المصرف لمجاراة منافسيه.

4- حذف بعض الخدمات

بسبب تقادمها، أو لأنها لا تتلاءم مع حاجات ورغبات الزبائن بالأسواق، وهذا من أجل إتاحة الفرصة لتطوير خدمات أخرى بديلة ذات قدرة أكبر على إشباع حاجات ورغبات الزبائن وبما يحقق أهداف المصرف بدرجة أفضل، كما تأخذ عملية تطوير المنتج المصرفي أشكالاً مختلفة أخرى هي:

- إعادة دمج الخدمات المصرفية للحصول على منتجات مصرفية جديدة.
- إحداث تغيير أو إجراء توسيع في الخدمات المصرفية المقدمة.

سابعا: الأطراف الفاعلة في تطوير الخدمات المصرفية

تسهم في عملية تطوير الخدمات المصرفية مجموعة من الأطراف منها ما هو داخلي مصدره المصرف نفسه ومنه ما هو خارجي من محيط المصرف:

1- الأطراف الداخلية لتطوير الخدمة المصرفية

نقصد بالعناصر الداخلية لتطوير الخدمات المصرفية تلك العناصر التي مصدرها المصرف نفسه والتي تعد كمنطلق لعملية تطوير وتحسين الخدمات المصرفية وتميبتها، وتتمثل هذه المصادر في:

- الإدارة العامة: تساعد جهود الإدارة، وبالذات العليا، في تحديد مجالات السوق التي تحتاج إلى إشباع جديد، وتوصي بأفكار جديدة يمكن أن تتحول إلى خدمات مصرفية جديدة.
- العاملون: يمكن أن تصدر الفكرة من أي عامل في أي مجال من مجالات النشاط بالمصرف وهذا نتيجة للاحتكاك الدائم بالزبائن فتصبح لديه الخبرة الكافية والقدرة على ترجمة احتياجات الزبائن، وهذه الاحتياجات يمكن ترجمتها من طرف العامل في شكل خدمات جديدة.

- **إدارة البحث والتطوير بالمصرف:** وهي مصدر هام للأفكار، فالبحوث التي يجريها الخبراء في مجال التسويق المصرفي تعتبر مصدرا رئيسيا للخدمات الجديدة، وهنا تظهر أهمية نشاط البحوث والتطوير في المصارف، حيث تقوم هذه الإدارة بالعديد من البحوث والدراسات وعلى ضوءها يمكن لها التقدم باقتراحات لتطوير الخدمات المصرفية الحالية أو إدخال واقتراح خدمات مصرفية جديدة.
- **إدارة التسويق بالمصرف:** من واقع تعاملهم مع الزبائن، فهم يتعرفون على أسباب عدم رضائهم والتعديلات الممكن أن تشبع احتياجات الزبائن، كما يعتبرون من مصادر المعلومات عن أنشطة المنافسين.

2- العناصر الخارجية لتطوير الخدمات المصرفية

نقصد بالعناصر الخارجية الفاعلة والمساهمة في عملية تطوير الخدمات تلك الأطراف المتواجدة في المحيط الخارجي للمصرف وتغذي المصرف بالأفكار والاقتراحات والآراء والانتقادات التي من شأنها تساعد في عملية تطوير الخدمات التي يقدمها المصرف، ومن بين هذه المصادر الخارجية نذكر:

- **زبائن المصرف:** يلعب الزبائن دورا رئيسيا في ابتكار الأفكار المتعلقة بتطوير الخدمات وتحسينها وذلك من خلال إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة والتوجه إليها.
- **المنافسون:** تجب ملاحظة التطورات التي يجريها المنافسون من المصارف ومنظمات مالية، وتعتبر إعلانات المصارف المنافسة، والزبائن وقوة البيع، أهم مصادر الحصول على البيانات والمعلومات عن المنافسين.

إن واقع الحال يشير إلى اعتماد المصارف الجزائرية بشكل رئيسي على الوظائف التقليدية المنحصرة أساسا في مجال تلقي الودائع ومنح القروض، وهناك من يقدر عدد الخدمات التي تقدمها المصارف الجزائرية بـ 40 خدمة في حين تقوم المصارف العالمية بتقديم أكثر من 360 خدمة مصرفية¹.

وغني عن البيان أن التطور التكنولوجي، وثورة المعلومات وتقنيات الاتصال، لهم الأثر الواضح في ظهور خدمات مصرفية جديدة، والارتقاء بمستوى الخدمات المصرفية القائمة إلى مستوى أعلى من

¹ صالح صالح، الآثار المتوقعة لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ودور الدولة في التأهيل الاقتصادي، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، العدد الأول 2002، ص: 60.

الجودة لتلبية احتياجات الزبائن، بحيث أصبح موضوع تطوير الخدمات المصرفية والارتقاء بجودتها يمثل تحد أمام المصارف في ظل تزايد حدة المنافسة، وسنتطرق إلى موضوع حتمية تخطيط الخدمات المصرفية في المبحث الموالي.

■ **معاهد البحث العلمي:** كثيرا ما تهتم الرسائل الجامعية بالنشاط المصرفي ودراسة الخدمات المصرفية، وتحليلها ونقدها واقتراح تطويرها، ووفقا لما استخلصه الباحث من نتائج يمكن تطوير الخدمة المصرفية وبذلك تكون الرسائل الجامعية والأبحاث مصدرا هاما من مصادر تطوير الخدمات المصرفية فعلى المصارف تبني هذه الدراسات والأبحاث واستضافة الباحثين للتعرف على أفكارهم واقتراحاتهم عن قرب.

■ **شركات البحوث الخارجية:** يمكن أن تقدم النصائح والإرشادات والخطط للمصارف¹: لتطوير خدماتها، وخاصة أنها كثيرا ما يتم ذلك بشكل تعاقدى حيث يقوم المصرف بالتعاقد مع هذه الشركات للقيام بالدراسات والبحوث التطويرية لما لديها من خبرات وخبراء متخصصين في هذه الأمور.

ثامنا: إستراتيجيات تطوير الخدمة المصرفية

إن تطوير الخدمات المصرفية تقوم على تحليل تام للسوق والخدمة في ذاتها وعموما فإن هناك أربع إستراتيجيات رئيسية التي يمكن للمصرف تبنيها لتطوير خدماته وهي :

1- إستراتيجية التغلغل في السوق

طبقا لهذه الإستراتيجية تبحث إدارة المصرف عن الطرق والأساليب التي تحقق زيادة في حصة المصرف في السوق من خلال الأسواق الحالية ومن خلال زبائن المصرف الحاليين، وهناك ثلاثة أسباب رئيسية أمام المصرف لإتباع هذه الإستراتيجية :

- إن تحاول المصرف حث عملائه الحاليين على زيادة حجم ودائعهم بشكل عام أو استخدام القروض بدرجة أكبر، وزيادة التعامل مع أجهزة الصرف الآتي في عمليات السحب النقدي أو الإيداع أو غيرها، ويفيد ذلك إذا كان حجم استخدام الزبائن لهذه الخدمات محدودا
- أن يحاول المصرف جذب زبائن المصارف المنافسة إذا شعرت هناك نقاط ضعف لدى المنافسين
- يمكن للمصارف أن تحاول إقناع زبائنها غير المستخدمين حاليا لبطاقات الائتمان أو غير المستخدمين لأجهزة الصرف الآتي بالإقبال على هذه الخدمات والاستفادة منها .

¹ المرجع السابق لـ محسن أحمد الخضيرى، << التسويق المصرفي المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية>>، ص 267.

2- إستراتيجية تنمية السوق

وفي ظل هذه الإستراتيجية ينبغي على إدارة المصارف أن تبحث عن أسواق جديدة وزبائن جدد يمكنها الوفاء باحتياجاتهم المالية والمصرفية عن طريق الخدمات الحالية التي يقدمها المصرف، فمن ناحية يمكن لإدارة المصرف أن تبحث عما كان هناك زبائن متوقعون يمكنهم الاستفادة من خدمات المصرف الحالية في المنطقة الموجود فيها المصرف عن طريق جذب هؤلاء الزبائن الجدد إلى المصرف، فمثلا إذا كان المصرف يقدم خدمات إقراض للتجارة ورجال الأعمال يمكن أن يقدم نفس الخدمات للأطباء والمهندسين غيرهم، ومن جهة أخرى يمكن للمصارف أن تفكر في فتح فروع جديدة أو أجهزة صرف آلي متعددة في المناطق التي تتواجد فيها، وذلك للوصول إلى زبائن آخرين في هذه المناطق، وأخيرا يمكن للمصرف فتح فروع جديدة في الخارج أو حتى في مناطق جغرافية أخرى في نفس البلد.

3- إستراتيجية تطوير الخدمات

طبقا لهذه الإستراتيجية فإن على إدارة المصرف أن تأخذ في الحسبان إمكانية تقديم خدمات مصرفية جديدة أو تطوير الخدمات الحالية، فإما أن الخدمة المصرفية الهاتفية، وقد يفضل التعديل أو التطوير في الخدمات المصرفية الحالية جديدة كلية للسوق لتقليل حجم المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها المصرف ومع ذلك فهناك ضرورة لدراسة تأثير هذه التعديلات من الناحية التجارية على المصرف وقد تأخذ أشكال تطوير الخدمات المصرفية الحالية العديد من الجوانب منها:

- *- التطوير في جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، حيث يؤدي ذلك إلى تحسين درجة الثقة في المصرف والخدمات التي يقدمها
- *- تحسين أو تطوير ملامح أو مواصفات الخدمة المصرفية، وهدف ذلك إلى زيادة المنافع أو الفوائد المتوقعة من الخدمة الحالية التي يقدمها المصرف.
- *- تحسين أو تعديل أسلوب تقديم الخدمة.

4- إستراتيجية التوزيع في تقديم الخدمات

إن هذه الإستراتيجية مختلفة تماما عن الإستراتيجيات الثلاثة السابقة إذ أنها تركز على التعامل مع خدمات جديدة كلية وزبائن جدد خارج نطاق الأنشطة المصرفية العادية ولكنها تعتبر خدمات مكملة

لما تعرض من أنشطة وخدمات مصرفية تقليدية، وعلى سبيل المثال يمكن أن يملك المصرف شركة تأمين ويمارس نشاط التأمين أو أن يعمل في مجالات العقارات أو في مجال خدمات السفر والسياحة¹.

تاسعا: العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية

هناك العديد من العوامل التي تحدد درجة انتشار ونجاح الخدمة المصرفية الجديدة أو المنتج الجديد، ومن أهم هذه العوامل ما يلي:

1- خصائص الخدمة الجديدة

ويقصد بذلك المزايا والمنافع التي تتمتع بها الخدمة المصرفية الجديدة ومدى اتفاقها مع حاجات ورغبات الزبائن وثقافتهم وخبراتهم. وفيما يتعلق بمزايا الخدمة للمستثمرين أو الزبائن، أفادت النتائج التي توصلت إليها إحدى الدراسات بأن استخدام التكنولوجيا الحديثة للانترنت في الاتصال بزبائن القروض الشخصية لشراء مساكن قد حقق مزايا للمقترضين وخفض متوسط التكاليف للقروض.

2- خصائص المصرف أو المؤسسة المالية

تتوافر للمؤسسة المالية المعروفة في السوق ذات السمعة الطيبة فرصة أكبر من المؤسسات أو المصارف الصغيرة غير المعروفة، من حيث سهولة انتشار منتجها الجديد، وبخاصة عندما تتمتع بالمزايا السابقة. بالإضافة إلى ذلك فإن التنظيم الجيد لعملية اختبار الأفكار الجديدة والتوصل إلى المنتجات الجديدة والتخطيط الجيد لذلك لهما أكبر الأثر على توافر الخصائص الجيدة في المنتج الجديد وبالتالي سرعة انتشاره. هناك أيضا قدرة المصرف على تحديد فئات الزبائن للمنتج الجديد وقدرته على تخطيط الحملات الترويجية الفعالة باستخدام أساليب الاتصالات المؤثرة. وتساعد القدرة العالية للمصرف في هذه النواحي على سرعة رواج وانتشار المنتج الجديد.

3- التأثير الشخصي

يلعب الأفراد دورا هاما في تحديد درجة انتشار الخدمة الجديدة، فلأفراد دورا هاما في التأثير على اتجاهات بعضهم البعض، وفيما يتعلق بالخدمة الجديدة فإن فئة الزبائن والمستعملين الأوائل للمنتج الجديد، يلعبون دورا هاما في التأثير على الفئات الأخرى عن طريق الاتصالات الشخصية والكلمة المنطوقة أو المنقولة من شخص لآخر، فالمعلومات التي ينقلها الشخص إلى الآخر لها دور كبير في التأثير على اتجاهاته نحو المنتج الجديد.

¹ المرجع السابق لـ عوض بدير حداد، «تسويق الخدمات المصرفية»، ص 225

4- تصرفات المنافسين

للمنافسين دور هام أيضا على درجة انتشار المنتج الجديد، فعندما تشتد المنافسة وتكثر المنتجات الجديدة المتشابهة، تقل فرص انتشار المنتج الجديد بسرعة. على العكس عندما لا تكون للمنافسين سياسات قوية فيما يتعلق بتطوير منتجات جديدة. ويكون المصرف هو الرائد في السوق في هذا المجال، ففي هذه الحالة يسهل انتشار المنتج الجديد للمصرف عن الحالة الأولى.

5- المتغيرات الأخرى

هناك عوامل أخرى تلعب دورا هاما وإن اختلفت درجة الأهمية من منتج لآخر، مثل الحالة الاقتصادية والنواحي الاجتماعية والثقافية. وبالرغم من أن هذه العوامل تؤخذ عادة، في الحسبان في مراحل تطوير الخدمة الجديدة إلا أن لها أثر أيضا في عملية الانتشار. وبالنسبة لتأثير العوامل التكنولوجية، فإن التطور التكنولوجي في أسواق معينة يساعد بعض المصارف على بيع القروض الشخصية للزبائن عن طريق التجارة الإلكترونية بدلا من الاتصالات الشخصية.

عاشرا: تنظيم عملية البحث والتطوير بالمصرف ومراحلها

في أغلب المصارف العصرية، نجد أشخاصا مكلفين بالقيام بنشاطات التجديد أو البحث والتطوير إما بشكل صريح أو غير صريح إلى أن يصل حجم المصرف إلى مستوى معين ثم يتم تجمع هؤلاء الأشخاص في هياكل تنظيمية رسمية، في هذه الحالات هذه النشاطات تصبح وظيفة مستقلة ويصبح المكان الذي تمارس فيه مصلحة، دائرة أو مديرية حسب الإمكانيات وحجم العمل.

1- تنظيم عملية البحث والتطوير بالمصرف

إن استقلالية وظيفة البحث والتطوير تفرض على المصرف تنظيمها بشكل يسمح بالحصول على أفكار المنتجات الجديدة، وإنشاء إدارة خاصة تسمى بإدارة البحث والتطوير.

1-1 - إدارة البحث والتطوير

عملية البحث والتطوير لها أهمية بالغة في نجاح عمليات التجديد داخل المصرف، مما يتطلب انتباها واهتماما كبيرا من قبل الإدارات المعنية في المصارف المعاصرة ذلك أن أهمية وجود قناعات كافية بعملية التطوير هو الذي يقود إلى تبني إستراتيجية التجديد لهذه المصارف أو تلك. فلقد تم نشر

عشرات الدراسات حول النموذج الأفضل لتنظيم إدارة البحث والتطوير وفيما يتعلق بالبحث والتطوير ووظيفة البحث والتطوير، ذلك أن إيجاد النموذج الأفضل لوظيفة البحث والتطوير هو الضمان الأساسي لتقليص مخاطر الابتكار وتوجيه الأموال المخصصة نحو الوجهة الصحيحة¹، وما لم يتم الوصول إلى قناعة فعلية بأهمية إيجاد إدارات للبحث والتطوير في المصارف العمومية والخاصة فإن فرصة ضمان بقاء المصرف في السوق تعد ضئيلة. ذلك أن فعالية وظيفة البحث والتطوير في المصرف متعلقة بمدى توفير الظروف العامة الملائمة لتشجيع عمليات الابتكار والإبداع، بالإضافة إلى مواجهة التحديات التالية²:

- إيجاد الآليات الفعالة للكشف عن الفرص والأفكار الجديدة.
- وضع التصورات والبرامج المؤدية لإيجاد حلول إبداعية للمشاكل التي يعاني منها المستهلكون حاليا وطرح التصورات السلعية والخدمية لحلها.
- وضع الآليات المناسبة لمتابعة وملاحقة أي تغييرات تحدث في أذواق وإمكانيات الشراء لدى المستهلكين مثل التقدم التكنولوجي بالإضافة إلى ظروف المنافسين والتغيرات الحاصلة على قدراتهم الشرائية.
- وضع البرامج والسياسات الفعالة للتغلب على أية مصاعب إدارية أو تنظيمية وبشكل دوري مع تحفيز الأفراد المعنيين بعملية التطوير على تحمل مخاطر التطوير والاستعداد لها بما يلزم من سياسات وقرارات.
- تحديد المزيح المناسب من الأبحاث الأساسية المرغوبة والمفيدة لتطوير مسار المصارف وخاصة المعاصرة منها.

1-2- خصائص الإدارة الفعالة لوظيفة البحث والتطوير

على رأس كل هيكل تنظيمي من الهياكل الخاصة بالبحث والتطوير توجد على العموم إدارة، وعندما يصبح الهيكل وحده المسؤول يسمى إدارة البحث والتطوير التي تتولى عملية إدارة نشاطات البحث والتطوير بالمصرف، والخصائص الأساسية التي تجعل الإدارة فعالة هي ما يلي³:

- المشاركة ضمن مشاريع البحث وتحمل المسؤولية الإدارية، حيث تتطلب هذه الأخيرة تكوين ومعارف في ميدان علوم التسيير، فالتسيير نفسه يستلزم عمليات عديدة كالتخطيط، التنظيم، التنسيق، التوجيه والمراقبة.

¹ محمد إبراهيم عبيدات، تطوير المنتجات الجديدة [مدخل سلوكي]، دار وائل للنشر، الطبعة 2، عمان، 2004، ص: 45

² محمد إبراهيم عبيدات، نفس المرجع السابق، ص: 45

³ Oukil M Saïd, Economie et gestion de l'innovation technologique, O.P.U, Alger, P: 41

▪ إدارة المشاريع بطريقة تسمح بضمان تحقيق أهداف المصرف بالدرجة الأولى مما يلزم الإدارة بالقيام بمراقبة مستمرة للأشغال المتعلقة بالبحث والتطوير، كما يوجد فرق شاسع بين هذه الوظيفة الأخيرة ووظيفة الإنتاج، فالأولى تتطلب يقظة أكثر من الثانية.

▪ متابعة الباحثين ومساعدتهم بانتباه كبير وبجدية، حيث تتطلب إدارة وحدة أو مديرية للبحث والتطوير درجة كبيرة من المرونة في تسيير العاملين الذين يمارسون مهنة البحث والتطوير، كما أن الأمر الذي يجب أن يعرفه مدير وحدة أو مديرية البحث والتطوير هو أن إنتاج الأفكار والمعارف مصدره الإنسان والبيئة التي يعمل بها.

إن الشروط السابقة يجب أن تكون متوفرة في الإدارة المسؤولة عن وظيفة البحث والتطوير بالمصرف حتى تسيير هذه العملية كما خطط لها من قبل إدارة المصرف.

1-3- تكاليف البحث والتطوير

يعتبر البحث والتطوير الأداة من المبادئ الأساسية لجهود الابتكار والتجديد، حيث تتأثر إدارات البحث والتطوير في المصارف المعاصرة بالمبالغ المستثمرة فيها، حيث أن بعض المصارف تخصص مبالغ كبيرة على وظيفة البحث والتطوير أكثر مما تخصص على المعدات، كما أن واحد من العوامل الأساسية المؤدية إلى تقدم اليابان هو إنفاق المؤسسات اليابانية على البحث والتطوير بما يزيد عن 30 % عن نظيراتها الأمريكية¹.

ومن المعروف أن نفقات البحث والتطوير مرتفعة جدا ومع ذلك لها أثر إيجابي في ربحية المصرف، حيث أن وظيفة البحث والتطوير لها طبيعة اقتصادية فهي تمثل استثمار مثل باقي النشاطات الاقتصادية. لذلك فإنه يجب أن تتوفر مجموعة من المبادئ الواجب مراعاتها عند حساب تكاليف البحث، وميزانية البحث والتطوير.

1-4- المبادئ الواجب مراعاتها عند حساب تكاليف البحث²

في كل محاولة لتحديد التكاليف الخاصة بالبحث والتطوير من الأفضل الأخذ بعين الاعتبار الأربع مبادئ التالية:

- فتح حساب خاص بنشاطات البحث والتطوير باعتبارها عمليات استثمارية.
- التفصيل في تصنيف تكاليف البحث والتطوير.

¹ بلختار ياسين، واقع الابتكار وتطوير المنتجات الجديدة في المؤسسة الصناعية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة

الجزائر، 2007، ص: 19

² المرجع السابق لـ Oukil M said، ص 49

- تحديد مسؤوليات وامتيازات مدير هذه الوظيفة.
- الفصل بين مختلف أنواع التكاليف والنفقات، بتحديد التكاليف المباشرة والتكاليف الغير المباشرة.

1-5- ميزانية البحث والتطوير¹

عملية وضع ميزانية البحث والتطوير الخاصة بأي مصرف هي عملية معقدة، نتيجة عدم التوافق بين النفقات الحقيقية والتكاليف والمصاريف المتوقعة مما يخلق مشاكل وصراعات عند تحديد الميزانية الخاصة بالبحث والتطوير، إلا أن هذا التخصيص لميزانية البحث والتطوير يقوم على أساس تسجيل جميع التكاليف والمصاريف الخاصة بمشروع البحث ومراعاة النقاط الأساسية التالية:

- المبالغ المسجلة في الميزانية تعتبر توقعات يتم تحديدها درجة عالية من العناية وقدر كبير من الاستشارة لمختلف الدوائر المعنية.
- جدول الميزانية سنوي ولكن من الممكن وضع جداول جزئية تفصيلية.
- إذا كان مشروع البحث والتطوير مكون من عدة مشاريع صغيرة مستقلة فيما بينها تتمثل في منتجات مختلفة غير متاسقة من الأفضل تحضير ميزانيات جزئية خاصة بكل نوع من المنتجات.
- تحضير الميزانية يجب أن يشمل في آل مرحلة من مراحل جميع النفقات الحقيقية المختلفة عن تلك المتوقعة، وهذه الطريقة تسهل وتسمح بتخفيض الانحرافات.

2- مراحل عملية تطوير الخدمات المصرفية الجديدة

تمر عملية تطوير الخدمات المصرفية بتسعة مراحل أساسية هي²:

- توليد الأفكار الخدمية الجديدة؛
- غربلة الأفكار؛
- الغربلة الفنية والاقتصادية؛
- تحليل جدوى الأفكار؛
- تطوير مفهوم الخدمة؛
- اختيار مفهوم الخدمة؛
- التحليل التجاري؛

¹المرجع السابق لـ Oukil M said، ص 50

²المرجع السابق لـ Oukil M said، ص 55

- التطوير النهائي للخدمة المصرفية؛
- اختبار سوق الخدمة الجديدة.

المبحث الثالث: تحرير الخدمات المصرفية في ظل التطورات الاقتصادية والمالية

بدأت عملية إزالة القيود بعد تأكيد فشلها وعدم فعاليتها في تخفيض رأس المال وتحقيق أهداف السياسة النقدية، وتهدف هذه العملية إلى إنهاء التدخل الحكومي المباشر في النظم المالية والمصرفية، وعلى ضوءها شهدت الأسواق المالية والنقدية اتجاها متزايدا نحو التحرر من القيود بما فيها التشريعات واللوائح والشكليات والمعوقات التي تحد من حريتها وحركتها.

أولاً: مفهوم التحرير المصرفي

يمكن تعريف التحرير المصرفي بالمعنى الضيق، على أنه مجموعة الإجراءات التي تسعى إلى خفض درجة القيود المفروضة على القطاع المصرفي، أما بالمعنى الواسع، فيشمل مجموعة من الإجراءات التي تعمل على تطوير الأسواق المالية، وتطبيق نظام غير مباشر للرقابة النقدية، وإنشاء نظام إشرافي قوي¹.

تقوم سياسة التحرير المصرفي على الثقة الكاملة في الأسواق، حيث يتم تحريرها من القيود الإدارية، وبالتالي إعطاء لقوى السوق الجديدة في العمل، عن طريق تحرير معدلات الفائدة، عدم وضع حدود قصوى له، مما يؤدي إلى زيادة الاستثمارات وتحسين نوعيتها، بزيادة الادخار والتحكم بالأسعار، والقضاء على الصعوبات التي تعرقل عمل الأسواق.

رغم النجاح الذي عرفته سياسة التحرير المصرفي في الدول المتقدمة، إلا أنها تشهد صعوبات في تطبيقها في الدول النامية، ترجع هذه الصعوبة لهشاشة اقتصادها نتيجة أعباء المديونية، فالدول النامية تلجأ إلى طلب القروض لتطبيق برامج التنمية، وأصبحت تعتمد على صندوق النقد والبنك الدوليين من أجل تحقيق الاستقرار الاقتصادي. هذه الظروف أدت ببعض الدول لرفض تطبيق سياسة التحرير المصرفي، نظراً لأثارها السلبية على الاقتصاد، إلا أنه يمكن تطبيق هذه السياسة لكن بالتزام الحيطة والحذر مع التدرج في تطبيقها، وكذا وضع الرقابة الحذرة على المصارف من طرف البنك المركزي، فليس المهم تطبيق سياسة التحرير المصرفي بل إدارتها بنجاح، والتمسك بالشروط الكفيلة بتحقيق الاستقرار الاقتصادي، ويتضمن التحرير المالي تحرير المعاملات التالية:

¹ سعيد النجار: السياسات المالية وأسواق المال، صندوق النقد العربي والصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، 1994، ص 13.

- المعاملات المتعلقة بالاستثمار في سوق الأوراق المالية مثل الأسهم، والسندات والأوراق الاستثمارية والمشتقات المالية.
- المعاملات الخاصة بالانتماء التجاري والمالي والضمانات والكفالات والتسهيلات المالية التي تشمل التدفقات للداخل أو التدفقات للخارج.
- المعاملات المتعلقة بالمصارف التجارية، وهي تشمل الودائع المقيمة واقتراض المصارف من الخارج التي تمثل تدفقات للداخل والقروض والودائع الأجنبية التي تمثل تدفقات للخارج.
- المعاملات المتعلقة بتحركات رؤوس الأموال الشخصية وتشمل المعاملات الخاصة بالودائع، القروض، الهدايا، المنح، الميراث، التركات أو تسوية الديون.
- المعاملات المتعلقة بالاستثمار الأجنبي المباشر وهي تشمل التحرر من القيود المفروضة على الاستثمار المباشر الوارد للداخل أو المتجه للخارج، أو تصفية الاستثمار، وتحويلات الأرباح عبر الحدود.

ثانياً: مبادئ التحرير المصرفي

تقوم عملية التحرير المصرفي على مبدئين¹:

- تمويل المشاريع باستعمال القروض المصرفية، بالتوفيق بين الادخار والاستثمار عن طريق معدلات الفائدة، برفعها للادخار وخفضها للاستثمار.
- تحديد سعر الفائدة في السوق بالالتقاء بين عرض الأموال والطلب عليها للاستثمار، عن طريق الملائمة بين الاستهلاك والإنفاق الاستثماري، وعليه فزيادة الأموال الموجهة للقروض يؤدي إلى زيادة الاستثمار، وبالتالي زيادة النمو الاقتصادي.

ثالثاً: أهداف التحرير المصرفي

وهي أهداف ساهمت في تطوير الظروف الملائمة لتحرير القطاع المصرفي، وتوفير الأموال اللازمة والجو المناسب لزيادة الاستثمار، وتتمثل في:

- تعبئة الادخار المحلي والأجنبي لتمويل الاقتصاد عن طريق رفع معدلات الاستثمار.
- خلق علاقة بين أسواق المال المحلية والأجنبية من أجل جلب أموال لتمويل الاستثمار.
- استعمال خدمات مالية مصرفية في المفاوضات التجارية بين عدة دول من أجل تحرير

¹ بن طلحة صليحة ومعوشي بوعلام: دور التحرير المصرفي في إصلاح المنظومة المصرفية ملنقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية- الواقع والتحديات- جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2004، ص 09

- التجارة الخارجية خاصة مع دخول عدة دول نامية إلى المنظمة العالمية للتجارة.
- رفع فعالية الأسواق المالية لتكون قادرة على المنافسة الدولية، وعليه تمكنها من فتح مصادر اقتراض وتمويل أجنبية وخلق فرص استثمار جديدة.
- تحرير التحويلات الخارجية مثل تحرير تحويل العملات الأجنبية وحركة رؤوس الأموال، خاصة مع التغيرات الاقتصادية التي منها تغيرات أسعار الصرف وأسعار الفائدة.

رابعاً: مزايا وعيوب التحرير المصرفي

في ظل اتساع بؤادر العولمة المالية، والعجز الذي تعاني منه الكثير من المصارف، كان عليها تحرير نشاطاتها وخدماتها، لترك المبادرة لوجود رؤوس أموال جديدة آتية من الخارج، ويحمل التحرير المصرفي في طياته مزايا، يعمل على تبيانها مؤيدوا هذا التحرير، منها:

- إعطاء فرصة للمصارف لتحسين أدائها وتسييرها، خاصة في ظل المنافسة الشديدة، حيث تصبح قادرة على مواجهة طلبات المستثمرين، والعمل على جلب أكبر عدد من المدخرين، عندما يتحكم في أسعار الفائدة والعمولات.
- إمكانية جلب تكنولوجيا متطورة في مجال الإدارة، بالاعتماد على الكفاءات المالية والمصرفية الأجنبية والمحلية.
- ترك المبادرة لقوى السوق للعمل، وبالتالي القضاء على المصارف غير القادرة على التحسين، باستعمال عمليات الاندماج المصرفي.
- رفع مستوى التعامل مع الزبائن، وجلبهم بتقديم لهم أحسن الخدمات المصرفية، وبالتالي الاعتماد على الادخار المحلي والأجنبي لتمويل الاستثمار لأنه أقل تكلفة.
- زيادة حجم المعاملات يساعد في خفض المخاطر للسوق والقرض، عن طريق رفع قيمة العائد للأموال المستثمرة، عندما تكون هناك حرية وسرعة في عملية اتخاذ القرارات.

خامساً: عناصر التحرير المصرفي

سعت الحكومات منذ أمد بعيد إلى السيطرة على الوساطة المالية بمنظار تحديد تركيزات الثروة وقوة الاحتكار ولحماية العامة من الخيارات غير المتوقعة والحفاظ على الاستقرار المالي. ولم يأت تسهيل عوامل التحكم في القطاع المالي خلال الخمسين والعشرين سنة الماضية من فراغ، بل صاحبه تحرير عام للاقتصاد المحلي عن طريق الانفتاح للعالم الخارجي، وللتحرير المالي عدة عوامل وعناصر ومن أهم هذه العناصر¹:

¹ المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص 3.

- الخصوصية.
- تحرير سعر الفائدة.
- الاستثمار الأجنبي في صناعة الخدمات المالية.

1- الخصوصية

أعاد دعاة العولمة الجدد أسباب الأزمات الاقتصادية إلى تضخم دور الدولة الاقتصادي، وتعطيل لآليات نظام السوق، وتغليب البعد الاجتماعي لذلك فإن الحل من وجهة نظرهم يتمثل في تخلي الدولة عن تلك السياسة من خلال الخصوصية، التي تعتبر جزءاً من التحرير الاقتصادي وتحول ملكية القطاع العام والإدارة إلى ملكية القطاع الخاص، وهو ما يعني تحول الاقتصاد إلى اقتصاد السوق، وإخضاع تلك الاقتصاديات للمنافسة في ظل الحرية الاقتصادية وعدم تدخل الدولة في الاقتصاد.

2- تحرير سعر الفائدة:

يعتبر تحرير سعر الفائدة مظهراً من مظاهر تدخل الحكومة في أواسط القرن العشرين، والذي دفع الكثير إلى طرح فكرة تحرير سعر الفائدة، ومما ساعد على سرعة تحرير سعر الفائدة هو التطور في الاتصالات والتقنيات المالية، بالإضافة إلى أزمة التضخم وتعويم سعر الصرف وأزمة النفط في السبعينات¹. كما يعتبر تحرير أسعار الفائدة الخطوة الأولى في عملية إصلاح القطاع المالي وعلى هذا يكون سعر الفائدة الحقيقي الإيجابي مؤشراً على تطور القطاع المالي.

3- الاستثمار الأجنبي المباشر

من أهم عناصر التحرير المصرفي هو فتح القيود أمام الاستثمارات الأجنبية بأنواعها طويلة الأجل وقصيرة الأجل، كونها واحدة من نتائج العقدين الأخيرين من القرن الماضي، وأحد أنشطة المؤسسات متعددة القومية، ولقد بدأت الأدبيات المالية بالتأكيد على الاستثمارات الأجنبية بأنواعها الداخلة والخارجة بشكل كبير، وبدأت تشكل ظاهرة تسعينات القرن الماضي لما فيها من تنامي مستمر، حيث بلغت أرقامها مبالغ هائلة وخيالية. وتبقى مسألة دخول وخروج الاستثمارات وفتح الأسواق أمامها وإمكانية التملك والتعامل بالأسهم واحدة من أهم اتجاهات وعناصر التحرير المالي.

¹ المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص 4.

سادسا: تحرير الخدمات المالية والمصرفية

لقد شهدت الأسواق المالية والنقدية اتجاها متزايدا نحو التحرر من القيود بما فيها التشريعات واللوائح والشكليات والمعوقات التي تحد من حريتها وحركيتها، وقد بدأت عملية إزالة القيود بعد تأكيد فشلها وعدم فعاليتها في تخفيض رأس المال وتحقيق أهداف السياسة النقدية، وتهدف هذه العملية إلى إنهاء التدخل الحكومي المباشر في النظم المالية والمصرفية.

1- عوامل تفسير نمو قطاع الخدمات المالية

- التقدم التكنولوجي الذي ساعد في انتشار تجارة الخدمات المالية ونقل ومعالجة البيانات إلكترونيا وتقنية الحواسيب المطورة وآلات الصرف الآلي والمصرف الهاتفي، وظهور خدمات مصرفية باستخدام الإنترنت.
- أدى نمو التجارة العالمية بالإضافة إلى انفتاح الاقتصاديات الانتقالية في أوروبا وآسيا، إلى اتساع الأسواق وزيادة الطلب على تمويل العالمي لأنشطة التجارة والاستثمار.
- توفر قنوات جديدة للصفقات التجارية وخفض الحواجز أمام المنافسين الصغار والبعيدين لدخول هذا المجال، إضافة لذلك فالأعمال أصبحت مباشرة بين المستهلكين في جميع أنحاء العالم حيث يمكن طلب أي شيء عن طريق الإنترنت دون مغادرة المنزل، مما جعل تحرير تجارة الخدمات المالية والعولمة يعززان بعضهما البعض عندما دفعت المنافسة المتزايدة الشركات للبحث عن طرق أفضل وأرخص لتمويل نشاطاتها.

2- دور الغات ومنظمة التجارة العالمية في تحرير الخدمات المالية

هناك أربعة أسباب رئيسية لتبني التزامات النفاذ إلى السوق والمعاملة الوطنية في الجات¹:

- للالتزام متعدد الأطراف تأثير على، وبغض التحرير في ظل نظام سياسة موجود وعلى التزامات التحرير المستقبلي، وتضعف الالتزامات المتعددة الأطراف قوة المجموعات المحلية التي تسعى إلى المحافظة على مكانتها، وبغض النظر عن التزامات الحكومة بتعزيز مصلحة الشعب بأكمله.

¹ المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص 10.

- تساعد احتمالية اتخاذ التزامات بتحرير خدمات مالية مستقبلية في تشكيل إصلاحات الاقتصاديات، وهنا تسهم التزامات التحرير المستقبلي في ظل الجات في تأسيس إطار زمني لسياسة الاقتصاديات الكلية الضرورية ولسياسة الإصلاحات التنظيمية
- توفر الالتزامات في ظل الجات إشارة إلى استقرار السياسة. فعن طريق تقديم ضمان إضافي للمستثمرين الأجانب تبدأ الدول باستقطاب وجذب رأس المال الأجنبي، فالدول تستفيد من استثمار الأجنبي المتزايد، وكذلك تقلل التكاليف بهدف جذب رأس المال عن طريق تقديم أنواع متعددة من الحوافز المالية.
- قد يغري الاستعداد لاتخاذ الالتزامات في المفاوضات متعددة الأطراف بلدان أخرى باتخاذ الالتزامات الإيجابية في دائرة من الفوائد المتبادلة. غير أنه تكمن بعض المخاطر في هذا الإدعاء حيث إنه قد يصرف الانتباه عن حقيقة أن التحرير يفيد معظم الدول التي تتبنى الإصلاحات.

تشمل الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات،¹ الالتزامات وأحكام عامة تحكم تجارة الخدمات، وهذه الالتزامات هي عبارة عن التزامات عامة تلتزم بها كافة الدول التي تنظم إلي عضوية منظمة التجارة العالمية هنا دعت الحاجة إلي وجود قوانين تنظيمية انبثقت من مفاوضات جولة أوروغواي وتضمن الاتفاق ملاحق تشكل جزءاً أساسياً منه وهي:

- ملحق خدمات الاتصالات.
- ملحق خدمات النقل الجوي.
- ملحق الخدمات المالية.
- ملحق انتقال العمال.

و تجدر الإشارة إلى أن الخدمات المالية تشمل التأمين المباشر وإعادة التأمين والتعويضات والوساطة كالسمسرة والوكالة والخدمات الاستشارية وتسوية المستحقات، والخدمات المصرفية مثل قبول الودائع والإقراض والتمويل التأجيري وخدمات المدفوعات والتحويل النقدي بما فيها بطاقات الائتمان والدفع والخصم والشيكات السياحية والمصرفية والكفالات والاعتمادات. وكذلك المساهمة في إصدار الأوراق المالية والسمسرة المالية وإدارة الأصول كإدارة النقدية وخدمات التسوية والمقاصة للأصول المالية وتوفير ونقل المعلومات ومعالجة البيانات المالية والخدمات الاستشارية.

¹ المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص 11.

ويستثني ملحق الخدمات المالية من هذه الخدمات كافة أنشطة المصارف، حيث المركزية أو السلطات النقدية في مجال ممارستها لأعمالها وتنفيذها لسياستها ويستثني كذلك أنشطة صناديق الضمان الاجتماعي صناديق التقاعد العامة وأية أنشطة أخرى تقوم بها أي من المؤسسات العامة لحساب الحكومة وبكفالتها أو باستخدامها الموارد المالية الحكومية ويؤكد الملحق على حق المصارف المركزية أو من يقوم بوظائفها في الدول الأعضاء في اتخاذ الإجراءات التي تحمي المستثمرين والمودعين وحاملي الأسهم وبوالص التأمين بما يضمن الثبات والاستقرار في السوق المالي وبالتالي فإنه يحق لأية دولة أن ترفض الترخيص بالعمل لأي مصرف أجنبي أو شركة تأمين إذا لم تلتزم بالمتطلبات الوطنية المحددة في هذا المجال.

ومن المبادئ الأساسية لاتفاقية الجات والتي تحتوي عليها المادة 19 هو مبدأ التحرير التصاعدي إلى حفظ أو إلغاء الآثار العكسية للتدابير الحكومية على تجارة الخدمات، وذلك بمرور الزمن لتسهيل الوصول للأسواق.

وهذا التدرج يهدف إلى مراعاة الظروف الدولية المشاركة في الاتفاقية، حيث يجب القيام بعملية التحرير من منظور تعزيز مصالح كل المشاركين على أساس المزايا المتبادلة، وتأمين التوازن الكلي للحقوق والواجبات.

إن الجات تتضمن بعض التدخلات في السياسات التي تؤثر على القطاع المالي، إلا أن هذه التدخلات لا تشمل جميع السياسات وإنما تقتصر على بعضها فقط، وهو ما يعني أن هناك بعض الأمور التي تقع تحت السيطرة الكاملة للدولة العضو، ومن بين هذه الأمور التي تكون تحت سيطرة الحكومات ما يلي:

- هناك السياسات المتعلقة بالاقتصاد الكلي ممثلة بالسياسة المالية والنقدية، مثل عمليات السوق المفتوحة التي يقوم بها المصرف المركزي، ومن شأن ذلك أن يؤثر على الظروف القطاع المالي، فمثل هذه التدخلات يمكن أن تؤثر على القدرة على الإقراض ومنح الائتمان، أو أسعار الفائدة، أو أسعار الصرف، و مثل هذه التفاعلات تكون خارج نطاق اتفاقية الجات.
- هناك بعض القواعد التنظيمية اللازمة لحماية القطاع المالي، واستقرار السوق والاقتصاد وتشمل هذه القواعد التنظيمية والضرورية بعض الجوانب مثل نسب كفاية رأس المال ومتطلبات السيولة، والقدرة على سداد وغيرها من القواعد، وإن الجات لا تضع أي قيود بأي حال من الأحوال على مدى القواعد المنظمة المعقولة والمناسبة التي تضعها الدولة العضو.
- هناك بعض القواعد التنظيمية الأخرى والتي لا تعتبر مناسبة بطبيعتها، ولكنها مع ذلك تؤثر على ظروف التشغيل والمنافسة في الأسواق مثل متطلبات لإقراض قطاعات أو أفراد

معينين، ويتضمن أيضا الإقراض بمعدلات فائدة مميزة ومثل هذه السياسات لا تخضع بالضرورة إلى الالتزامات التي أخذت في ظل اتفاقية الجات.

سابعا: التحديات التي تواجه تحرير تجارة الخدمات المالية

تواجه تحرير تجارة الخدمات المالية مجموعة من التحديات يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- سوء التخطيط وعدم وجود سياسات واضحة.
 - عدم وجود اقتصاد كلي مستقر من أجل أن يؤتي التحرير أكله.
 - عدم قيام الحكومات في إعداد المؤسسات المالية لبيئة تنافسية.
- و عليه ومن أجل التأقلم مع سياسات التحرير المصرفي والعولمة المالية مثل السياسات المالية والنقدية، والقيام بإعداد المؤسسات المالية لبيئة أكثر تنافسية وكذلك تسهيل تعميق السوق المالي، على الحكومات التي ترغب في الاتجاه نحو التحرير المصرفي والعولمة المالية الانتباه إلى هذه السياسات.

ثامنا: اتفاقية تحرير تجارة الخدمات

تعتبر الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات من النتائج المميزة لجولة أورجواي، فقد كان نطاق تطبيق القواعد الدولية للتجارة المتعددة الأطراف قبل هذه الجولة مقصوراً على التجارة في السلع، لكنه امتد في ظل الاتفاق الجديد ليشمل التجارة في الخدمات¹. وقد شملت الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات عدة أنواع من الخدمات كان من بينها الخدمات المالية التي تشمل الخدمات المصرفية، مما ادخل المصارف في ظل الاتجاه نحو التحرير المصرفي أو ما يسمى بالعولمة المالية.

وتجدر الإشارة إلى أن تحرير التجارة في الخدمات يختلف عنه في حالة تحرير التجارة في السلع، حيث أنه في معظم الحالات لا توجد مشكلة عبور حدود وتعريفات جمركية بالنسبة إلى الخدمات. كما إن قيود تجارة الخدمات تأتي من خلال القوانين والقرارات والإجراءات التي تسنها وتقرها الدولة، وقد سعت اتفاقية الخدمات إلى إزالة القيود وتخفيفها بحيث من الممكن التوصل في النهاية إلى نظم للتبادل الحر للخدمات، ومن المتوقع أن يتم التحرر من القوانين والتشريعات الوطنية والقواعد والإجراءات التي تفرضها الدول خلال عشر سنوات على الأكثر من تاريخ بدء إنفاذ اتفاقية الخدمات دولي².

¹ إبراهيم العيسوي، الغات وأخواتها النظام الجديد للتجارة العالمية ومستقبل التنمية العربية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1997م، ص73.

² عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر، 2001م، ص 109.

2- أشكال توريد الخدمات

تضمنت الاتفاقية كافة أنواع التجارة في الخدمات، ولقد استقر الرأي فيها على تحديد أربعة أشكال لتوريد الخدمات تتمثل فيما يلي:

- انتقال الخدمة عبر الحدود: وهو ما لا يستدعي انتقال مقدم الخدمة إلى دولة المستهلك.
- التواجد التجاري: ويقصد به تقديم الخدمة من خلال شركة أو فرع في دولة المستهلك.
- الاستهلاك في الخارج: ويقصد به انتقال طالب الخدمة للخارج لاستهلاكها هناك مثل أنشطة السياحة¹.
- انتقال الأشخاص الطبيعيين إلى الخارج لتقديم الخدمة: كما يحدث في حالة الخبراء والمستشارين².

3- أنواع الخدمات المصرفية في إطار اتفاقية الخدمات

تتمثل الخدمات المصرفية التي تشملها اتفاقية الخدمات في الآتي:

- قبول الودائع والأشكال الأخرى من الأموال الموجبة الرد إلى الجمهور.
- الإقراض بكافة أشكاله بما في ذلك قروض المستهلكين وتمويل العمليات التجارية.
- خدمات المدفوعات وتحويلات الأموال بما في ذلك الائتمان وكروت الائتمان والإقراض والشيكات السياحية والشيكات المصرفية.
- الضمانات والالتزامات.
- الاتجار لحساب المصرف أو لحساب الزبائن في: أدوات سوق المال والشيكات – الكمبيالات – شهادات الودائع والنقد الأجنبي والأوراق المالية.
- المشاركة في إصدار الأسهم وتقديم الخدمات المتعلقة بهذا الإصدار.
- سمسة العملات.
- إدارة محفظة الأوراق المالية.
- الاحتفاظ بالأوراق المالية
- خدمات الائتمان.
- خدمات الحفظ في الخزائن³.

Business Guide to the Uruguay Round International Trade Centre UNCTAD, WTO, 1995, p270

² محمد حافظ عبده الرضوان، احمد جامع، العلاقات الاقتصادية الدولية، القاهرة، دار النهضة العربية، 1999م، ص 412-416.

³ World Trade Organization, Gats / 49/ Supple. 2, 26 February 1998, p. 389 – 394.

4- تحديات المصارف في مواجهة تحرير تجارة الخدمات المالية

إن تحرير تجارة الخدمات المالية من شأنه تحقيق منافع كثيرة للدول، حيث من المفروض أن يتيح الاتفاق للدول النامية فرص نفاذ خدماتها المصرفية إلى أسواق الدول المتقدمة فإن هذه الدول ستوضع في مواجهة عدة تحديات أهمها:

- حدة المنافسة: خاصة في مجال الفنون الحديثة في العمل المصرفي، مما يؤدي إلى خروج بعض الوحدات المصرفية من السوق المصرفي، واحتكار سوق الأدوات الحديثة في العمل المصرفي لفترة من الزمن في ضوء خبرة المصارف الأجنبية نسبياً في هذه الأنشطة.
- لا شك أن تحرير التجارة الدولية في الخدمات المصرفية بما يعنيه من إتاحة الفرصة للمصارف الأجنبية لتقديم خدماتها في السوق المحلية سواء عبر الحدود أو عن طريق إنشاء فروع لها ينتج عنه العديد من الآثار السلبية على رأسها تأثير سياسات المصرف الأجنبي على السياسة الكلية للدولة.
- إن مخاطر تزايد المنافسة المحلية نتيجة توافر المصارف الأجنبية قد يؤدي إلى وضع المصارف ذات مخاطر عالية مما يعرضها والجهاز المصرفي لاحتمالات الخسارة، خصوصاً في ظل عدم قدرتها على خفض تكلفة الخدمات المصرفية التي ترتبط إلى حد كبير بالسياسة النقدية والأهداف الوطنية.
- هناك تخوف كبير بأن لا تقوم المصارف والمؤسسات المصرفية الأجنبية سوى بخدمة القطاعات المربحة من السوق فقط، والتي يشار إليها بالاختيار المفضل بما يحمله ذلك من مخاطر عدم وصول الخدمة المصرفية إلى قطاعات وأقاليم معينة.

خلاصة الفصل الثاني

إن مجمل ما تطرقنا إليه في هذا الفصل هو مفهوم العولمة، وكيفية نشأتها وما هي المراحل التي مرت بها وما هي أسسها العلمية وأصولها الفكرية، ومن خلال التعاريف المقدمة لها توصلنا إلى أنها حرية الاقتصاد، وانتهاء الحدود بين الدول، لتكون دولة واحدة وحكومة عالمية واحدة، بالإضافة إلى الجانب البشري، الذي هو الأكثر فعالية في تحديد حقيقة العولمة، فالعولمة أول ما تستهدفه هو الإنسان، ولها أهداف تصف الواقع الذي نتعايش معه اليوم يتعين تحقيقها يطلق الرفاهية والمنافع لدول العالم بالرغم من كل هذا لكنها تتضمن في طياتها تهديدات وتحديات تواجه دول العالم المتقدمة والمتخلفة يجب عليها أن تحذرهما.

ثم تطرقنا إلى إبراز دور العولمة في الدفع نحو التطوير والتحرير المصرفي والمصرفي، والتي تمثلت في:

- الدور الذي لعبته المؤسسات المالية الدولية في الدفع نحو المزيد من التحرر المالي والمصرفي وإزالة القيود التشريعية والتنظيمية التي كانت تحول دون ذلك.
- إنشاء المنظمة العالمية للتجارة والتوصل إلى اتفاقية تحرير الخدمات بما في ذلك الخدمات المالية والمصرفية.
- تدويل النشاط المصرفي وظهور الكيانات المصرفية العملاقة التي أصبحت تقدم خدماتها عبر الحدود وفي دول متعددة.
- تحرير الأسواق المالية وتنامي التعاملات المالية والمصرفية الدولية.
- تأثر وتدويل النشاط المصرفي وظهور الكيانات المصرفية العملاقة التي أصبحت تقدم خدماتها عبر الحدود وفي دول متعددة.

كل هذه المتغيرات تعد بمثابة القوى الدافعة نحو تبني سياسات التطوير والتحرير الاقتصادي والتحرير المصرفي، بحيث أصبحت تتبنى الدول في برامجها الإصلاحية سياسات التحرير، ومنح المزيد من الانفتاح لأنظمتها المصرفية، وهو الشيء الملاحظ بالنسبة للدولة الجزائرية حيث أجرت سلسلة من الإصلاحات المالية والمصرفية بهدف تطوير وتحرير الخدمات المصرفية والنهوض بالقطاع المصرفي وحمايته من المنافسة القوية الشرسة في ظل الإنفتاح الاقتصادي الذي تشهده من خلال سلسلة من القوانين ستكون محور دراستنا في الفصل القادم.

الفصل الثالث: تقديم الجهاز المصرفي الجزائري

الفصل الثالث: تقديم الجهاز المصرفي الجزائري

تمهيد الفصل الثالث

إن التطور الذي شهدته اقتصاديات دول العالم، من خلال وجود اقتصاد بلا حدود (عولمة اقتصادية، وإقامة تكتلات اقتصادية بما يخدم مصالحها)، جعل من هذه الدول تبحث عن نظام مصرفي يساعدها على وضع سياسة اقتصادية ومالية تترجم إستراتيجيتها في السوق وفي هذا الإطار عملت الحكومة الجزائرية على تشريع مجموعة من القوانين لإصلاح المنظومة المصرفية بما يتماشى وتوجهات الاقتصاد الجزائري نحو اقتصاد السوق، فنجد مرحلة ما قبل الإصلاحات الاقتصادية لسنة 1988، أين كان الجهاز المصرفي مسير من قبل الحكومة سواء أكانت مصارف تجارية أو البنك المركزي الذي كان هذا الأخير يقوم بعملية تمويل عزز المصارف التجارية بقرار إداري دون مراعاة شروط المرودية لبقاء تلك المصارف في السوق .

ويعتبر قانون النقد والقرض من أهم النصوص التشريعية للنظام المصرفي في تاريخ الجزائر المستقلة، حيث جاء بقواعد تنظيمية، رقابية، وأخرى توجيهية تتناسب وخصوصيات اقتصاد السوق، و نال بموجبه البنك المركزي إستقلالية إجرائية والسلطة اللازمة للإشراف على إصلاح القطاع وتنظيمه، و في سنة 1997 وضعت الحكومة إستراتيجية جديدة لتحسين أداء النظام المصرفي، التي ساعدت على تأسيس مصارف جديدة، خاصة أو مختلطة، فتح رؤوس أموال المصارف العمومية، وتنشيط السوق المالي، و متابعة إعادة الهيكلة التنظيمية للمصارف الحكومية، ومع بداية الألفية الثالثة شهد النظام المصرفي إصلاحات جوهرية أبرزها الأمر 03-11 الذي حل محل قانون 90-10 والمشاريع المتبناة لتحديث نظام الدفع.

وسوف نعالج في هذا الفصل المهم نقاطا ثلاثا نتناول أولها في المبحث الأول المتعلق بهيكل ومكونات منظومة المصارف في الجزائر عشية الإصلاحات من خلال التعرض إلى البنك المركزي (سابقا) وبنك الجزائر (حاليا)، فضلا عن دراسة المصارف العمومية التجارية الخمس،، كما سنتطرق في المبحث الثاني إلى الإصلاحات المصرفية في الجزائر من سنة 1962 إلى يومنا هذا، والتي قسمناها إلى إصلاحات المرحلة الأولى 1962 إلى 1990 والمتضمن ثلاث مراحل، وإصلاحات المرحلة الثانية 1990 إلى 2003 وقسمناها أيضا، ثلاث مراحل متتابعة، وأخيرا إصلاحات المرحلة الثالثة 2003 إلى 2010 وخصصنا المبحث الثالث والأخير إلى تقييم مسيرة الإصلاحات المصرفية في الجزائر وتحديد مختلف المعوقات والعراقيل التي تواجهها.

المبحث الأول: الإصلاحات المصرفية في الجزائر

إن الجزائر ورغبة منها في جعل نظامها المصرفي يتماشى وما تقتضيه التغيرات العالمية من جهة، وما يقتضيه انتهاجها اقتصاد السوق من جهة ثانية، فقد عملت على إصلاح جهازها المصرفي منذ بداية التسعينات من خلال تبني قانون النقد والقرض 90-10، إلى إلغائه وتعويضه بالأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض والذي سبقه مجموعة من الإصلاحات عبر محطات مختلفة منذ حصول الجزائر على استقلالها السياسي وتماشيا مع وجهتها السياسية المنتهجة كما لحقته أيضا عدة تعديلات. فقد مرت المنظومة المصرفية الجزائرية بعدة مراحل منذ نشأتها سنة 1962 إلى يومنا هذا حيث تميزت كل مرحلة بخصائص معينة ووقعت فيها تطورات مميزة أضفت كل واحدة منها بطابعها الخاص عليها، وسوف يتناول هذا المبحث عرضا تاريخيا لمسيرة الإصلاحات المصرفية في الجزائر من سنة 1962 إلى سنة 2010.

أولا: إصلاحات 1990 إلى 2003

جاء قانون النقد والقرض 90-10 الصادر في 14 أبريل 1990 وما جاء قبله من قانوني 86-12 وقانون 88-06 لترسيخ مبادئ اقتصاد السوق وهذا بوضع قواعد جديدة للمصارف وتحويل المصرف إلى همزة وصل فعالة ونشيطة في وظيفة الوساطة المالية، ويعتبر هذا القانون نصا تشريعا جاء من أجل إبراز أهمية المكانة التي يجب أن يكون عليها النظام المصرفي. كما حمل أفكارا جديدة ومبادئ وأهداف سوف نتعرض لها من خلال النقاط التالية.

1- إصلاحات قانون النقد والقرض 90-10 بتاريخ 14 أبريل 1990

يعتبر قانون النقد والقرض رقم 90-10 الصادر في 14 أبريل 1990 والمتعلق بقانون النقد والقرض نصا تشريعا يعكس بحق اعترافا بأهمية المكانة التي يجب أن يكون عليها النظام المصرفي ويعتبر من أهم القوانين التشريعية الأساسية للإصلاحات، كما أنه أخذ بأهم الأفكار التي جاء بها قانوننا 1986 و1988 إضافة إلى حمله أفكارا جديدة فيما يتعلق بتنظيم النظام المصرفي وأدائه، و فيما يلي نستعرض أهم المبادئ التي يقوم عليها هذا القانون:¹

¹ الطاهر لطرش، "تقنيات البنوك: دراسة في طرق استخدام النقود من طرف البنوك مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2004، ص ص 195-196.

1-1- أهم مبادئ قانون النقد والقرض 90 - 10

يعتبر قانون 90 - 10 من القوانين التشريعية الأساسية حيث يشتمل على أهم الأفكار والمبادئ التي جاءت بها قوانين الإصلاح السابقة كما حمل أفكار جديدة تتعلق بالتنظيم المصرفي وأدائه، وتتمثل أهم المبادئ الأساسية التي يقوم عليها هذا القانون فيما يلي:

- الفصل بين السلطة النقدية وخزينة الدولة.
- الفصل بين خزينة الدولة والنظام المصرفي.
- إنشاء سلطة نقدية وحيدة ومستقلة ممثلة في مجلس النقد والقرض.
- إصلاحات نقدية ذات طابع اقتصادي كلي.

وعليه فمن المبادئ التي يقوم عليها هذا القانون هو وضع آليات العمل التي تترجم إلى حد كبير الصورة التي سوف يكون عليها هذا النظام في المستقبل.¹

1-2-1- أهم إصلاحات قانون النقد والقرض 90 - 10

إن معظم خصائص ومميزات هذه المرحلة هي نتيجة لصدور قانون النقد والقرض في 1990 الذي يعتبر بمثابة ثورة على المنظومة المصرفية السائدة في الجزائر من قبل، لذلك نستطيع إجمالها في:

1-2-1-1- بنك الجزائر

أعطى البنك المركزي استقلالية واسعة عن السلطات الحكومية وذلك بموجب قانون النقد والقرض الجديد باعتباره صاحب السيادة وواضع السياسة النقدية وموجه السياسة المالية، وتبعاً لذلك فقد تغيرت تسميته من البنك المركزي الجزائري إلى بنك الجزائر، فهذا القانون الجديد يمكن البنك المركزي الجزائري من استعادة صلاحياته التقليدية الخاصة بالمصارف المركزية².

1-2-2-1- المحافظ ونوابه

يعين محافظ بنك الجزائر بمرسوم يصدره رئيس الجمهورية لمدة 6 سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة، وله ثلاث نواب يعينون بمرسوم رئاسي لمدة 5 سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة بترتيب محدد. ولا تخضع وظائف المحافظ ونوابه إلى قواعد الوظيف العمومي.

¹ المرجع السابق لـ الطاهر لطرش، « تقنيات البنوك »، ص 196

² مدخل للتحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2005، ص 142

1-1-3 - مجلس النقد والقرض

والذي يتمتع بصفتين الأولى استشارية والثانية كسلطة نقدية، والذي جاء خلفا للمجلس الوطني للقرض ويتولى تسيير بنك الجزائر حيث يكون تحت رئاسة المحافظ ويضم ثلاثة نواب المحافظ وكذلك ثلاثة موظفين ساميين يعينهم رئيس الحكومة بناء على خبرتهم في المجالين الاقتصادي والمالي، ويقوم مجلس النقد والقرض بالإضافة إلى إدارة بنك الجزائر، بالسهر على التطبيق السليم للسياسة النقدية باعتباره سلطة نقدية.

1-2-4 - إنشاء هيئات الرقابة المصرفية

أنشأت السلطات الجزائرية عدة هيئات مراقبة وهي:

- لجنة الرقابة المصرفية.
- مركز المخاطر.
- مركزية عوارض الدفع.
- جهاز مكافحة إصدار شيكات بدون مؤونة.

1-2-5 - عدم التخصيص المصرفي

حيث تم السماح لكل المصارف بالقيام بكل أنواع العمليات المصرفية في كل القطاعات الاقتصادية، والجدير بالذكر أنه بموجب قانون النقد والقرض 90-10 فإن المصارف التجارية العمومية تحصلت على قانون أو نظام المصرف الشامل¹.

1-2-6 - إنشاء السوق النقدي

لم ينشئ قانون النقد والقرض السوق النقدي لأنه كان موجودا أصلا بل عمل على تنظيمه وأعطى الحق لجميع المؤسسات المالية المصرفية والغير مصرفية للتعامل فيه شراء وبيعا أي التدخل بصفة المقرض أو المقترض، مما يتيح فرص جديدة للمصارف التجارية للحصول على السيولة اللازمة وعدم الالتجاء إلى البنك المركزي من أجل الخصم وإعادة الخصم.

¹ المرجع السابق لـ حميدات محمود، مدخل للتحليل النقدي، ص 142

1-2-7- إنشاء بورصة الجزائر

وهذا بغرض توفير فرصة أخرى لجميع المتعاملين الاقتصاديين للتزود بالأموال والسيولة اللازمة لتسيير نشاطاتهم وأعمالهم، وهي تعمل كذلك على خلق مناخ اقتصادي مبني على قواعد السوق وبالتالي تضع حد للتسيير الإداري للموارد المالية والنقدية الموجودة في الاقتصاد.

1-2-8- ترشيد العلاقة بنك الجزائر ولخزينة العمومية

جعل العلاقة بين بنك الجزائر والخزينة العمومية علاقة تنسيق وتعاون مصبوغة بالرشادة في التسيير والعقلانية في التنفيذ وذلك عن طريق تحديد سقف لمكشوف الحساب الجاري للخزينة لدى بنك الجزائر بنسبة 10% من إجمالي إيرادات الخزينة للسنة المالية المنقضية كما تم تحديد آجال قصوى مدتها خمسة عشر سنة لإعادة تسديد الديون المستحقة للبنك المركزي على خزينة¹.

1-2-9- المصارف والمؤسسات المالية في إطار قانون النقد والقرض 10-90

أحدث قانون النقد والقرض إصلاحات كبيرة على مستوى المصارف التجارية والمؤسسات المالية أهمها :

1-2-9-1- على مستوى المصارف التجارية

يعرف قانون النقد والقرض المصارف التجارية على أنها أشخاص معنوية مهمتها العادية والرئيسية إجراء العمليات التالية:

- جمع الودائع من الجمهور.
- منح القروض.
- توفير وسائل الدفع اللازمة ووضعها تحت تصرف الزبائن والسهر على إدارتها.

بالإضافة إلى القيام بعمليات الصرف، والعمليات على الذهب والمعادن الثمينة وغيرها، ومن أهم المؤسسات المصرفية التي ظلت تنشط حتى بعد عام 1990 نذكر: البنك الوطني الجزائري والقرض الشعبي الجزائري والبنك الخارجي الجزائري. وبنك الفلاحة والتنمية الريفية وبنك التنمية المحلية والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط.

¹ المرجع السابق لـ حميدات محمود، مدخل للتحليل النقدي، ص 150

1-2-9-2- على مستوى المؤسسات المالية

تعرف المؤسسات المالية ضمن قانون النقد والقرض 90 - 10 بموجب المادة 115 والمادة 111 على " أنها أشخاص معنوية مهمتها العادية والرئيسية القيام بالأعمال المصرفية ما عدا تلقي الأموال من الجمهور"، ويعني هذا أن مصادر القروض التي تمنحها هذه المؤسسات تتشكل من:

- رأس مال المؤسسة الخاص بها.
- قروض المساهمة.
- الادخار طويل الأجل.

وتقوم هذه المؤسسات بمنح قروض طويلة ومتوسطة الأجل وقد قسم قانون النقد والقرض هذه المؤسسات إلى ما يلي:

- صناديق التوفير والاحتياط.
- صناديق القرض البلدي.
- الشركات المالية.
- المؤسسات المالية المتخصصة.
- شركات التأمين.

1-2-9-3- المصارف التجارية والمؤسسات المالية الخاصة والأجنبية

سمح قانون النقد والقرض 90 - 10 بإنشاء مصارف ومؤسسات مالية خاصة وكذا إقامة فروع لمصارف ومؤسسات مالية أجنبية في الجزائر، بشرط خضوعها لقواعد القانون الجزائري وكذا حصولها على ترخيص من مجلس النقد والقرض ممضي عليه من طرف محافظ بنك الجزائر. وقد منح مجلس النقد والقرض الاعتماد للمصارف والمؤسسات المالية الخاصة والأجنبية والتي تتمثل في:

▪ مصارف خاصة برأس مال مختلط

- ✓ البنك المختلط B.A.M.I.C
- ✓ بنك البركة BARKA BANK
- ✓ البنك الاتحادي UNION BANK
- ✓ البنك العام المتوسط
- ✓ منى بنك MOUNA BANK

- ✓ المؤسسة العربية البنكية الجزائر (ABC)
- ✓ الشركة الجزائرية للبنك CA. BANK
- ✓ البنك التجاري والصناعي الجزائري BCIA

▪ مصارف خاصة برأس مال أجنبي

- ✓ الشركة العامة الفرنسية.
- ✓ سيتي بنك الأمريكي CITY BANK
- ✓ البنك العربي الأردني ARAB BANK. PLL
- ✓ بنك ناتكسيس NATEXIS ALAMANA
- ✓ البنك القطري ريان بنك RAYAN BANK

▪ المؤسسات المالية

لقد تم إنشاء مؤسسات مالية عامة ومختلطة، نذكر من بينها:

- ✓ مؤسسة ضمان القروض العقارية CSGI
- ✓ الصندوق الوطني للإسكان CNL
- ✓ مؤسسة LESSING SALEM
- ✓ Société de refinancement hypothécaire SRH.
- ✓ FINALEP Financière Algéro Européen de participation.

2- إصلاحات الفترة 1995 إلى 2000

قامت الحكومة الجزائرية منذ سنة 1995 بإصلاحات جاءت بعد قانون النقد والقرض مؤكدة على الأخذ بنفس مبادئ هذا القانون، ومن بين هذه الإصلاحات قانون "المنافسة" حيث تنص المادة الأولى من الأمر 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995 على أن هذا الأمر يهدف إلى تنظيم المنافسة الحرة، وترقيتها وإلى تحديد قواعد حمايتها قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين إلى شفافية الممارسات التجارية ونزاهتها، ويمتد مجاله إلى نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات بما في ذلك تلك التي تقوم بها المؤسسات المالية.

كما أكد هذا الأمر على "السهر أكثر على تطبيق النصوص القانونية والتسيير الحسن للمصارف والعقاب على كل خطأ مرتكب والعمل على التطهير المالي لكل ديون المصارف على المؤسسات العمومية والخزينة"، حيث تمثلت هذه الإصلاحات في ما يلي:

- تفعيل دور البنك المركزي على صعيد الاقتصاد الكلي،
- تكثيف تواجد المصارف الأجنبية والخاصة في الجزائر،
- تطبيق آليات مصرفية جديدة.

3- إصلاحات الفترة من 2000 إلى 2003

من الملفت للانتباه في هذه المرحلة من مراحل الإصلاحات المصرفية في الجزائر، هو الاستقرار الاقتصادي خاصة على المستوى الكلي، وهذا من حيث تحسين وضعية ميزان المدفوعات وزيادة احتياطات الصرف وتحسن الوضعية النقدية والمالية للاقتصاد الوطني، حيث يوعز ذلك كله إلى زيادة المداخل نظرا لارتفاع سعر البترول. وقد تميزت هذه المرحلة من مراحل الإصلاحات المصرفية بما يلي:

3-1- تكييف المصارف الجزائرية مع المعايير المصرفية الدولية

عمدت السلطات العمومية في الجزائر خلال هذه المرحلة، إلى تكييف المؤسسات المالية والمصرفية مع المعايير المصرفية الدولية حيث أعلن بنك الجزائر في يوم 26/03/2000 أن التعديلات التي أدخلت على التنظيم المؤرخ سنة 1993 المحدد لشروط إنشاء المصارف والمؤسسات المالية تندرج في إطار تحرير عدد من الأحكام القانونية المتعلقة بالنقد والقرض.

3-2- تعديلات أحكام قانون النقد والقرض 90-10

و ذلك بإصدار الأمر 01-01 المؤرخ في 27 فيفري 2001 والمعدل والمتمم لقانون النقد والقرض 90-10 لسنة 1990، حيث جاء ليعدل ويتم بعض الأحكام التي نص عليها قانون النقد والقرض 90-10، في المادة 14¹، حيث أصبحت التركيبة القديمة لمجلس إدارة البنك المركزي أي بنك الجزائر، المادة 02 التي تنص على ما يلي: يتولى تسيير البنك المركزي وإدارته ومراقبته، على التوالي محافظ يساعده ثلاثة نواب محافظ، مجلس الإدارة ومراقبان أما عن مجلس النقد والقرض فأصبحت تركيبته الجديدة، كما يلي:

نصت المادة 43 مكرر: "يتكون مجلس النقد والقرض من: أعضاء مجلس إدارة بنك الجزائر، وثلاثة شخصيات يختارون بحكم كفاءتهم في المسائل الاقتصادية والنقدية". كما عدل كذلك بعض

¹ الأمر 01-01 المؤرخ في 27 فيفري 2001 والمعدل والمتمم لقانون النقد والقرض 90-10 لسنة 1990،

صلاحيات مجلس النقد والقرض، حيث فصل بين مجلس إدارة البنك المركزي ومجلس النقد والقرض، أي فصل بين صلاحيتهما.

3-3- رفع رؤوس أموال المصارف التجارية العمومية وزيادة اعتماد المصارف الخاصة

كما يلاحظ أيضا هذه المرحلة من مراحل الإصلاحات المصرفية في الجزائر، رفع رؤوس أموال بعض المصارف التجارية وذلك بتاريخ 18 جويلية 2001¹، كما سمح كذلك مجلس النقد والقرض بفتح مصارف تجارية جديدة جزائرية وأجنبية وكذلك مؤسسات مالية، مع الإبقاء على الحضر المفروض على المصارف الإسلامية.

3-4- سحب اعتماد عدة مصارف خاصة

تعرض "بنك الخليفة" وهو أكبر المصارف الجزائرية الخاصة إلى فضيحة مصرفية كبرى في أوائل سنة 2003 بعد قيام مؤسسه بتحويل أموال المصرف لدعم شركاته المتعثرة. وكانت العديد من المؤسسات والإدارات الحكومية تودع أموالها في هذا المصرف، وأثبتت تقارير يرجع تاريخها إلى سنة 2001 مخالفة المصرف للقوانين المصرفية الخاصة بحركة رأس المال واستخدامه، ولكن لم يتخذ أي إجراء ضد المصرف حتى سنة 2003 وقدرت الحكومة المبالغ التي تصرف بها المصرف بـ 1.5 مليار دولار، كما تم أيضا في جوان 2003 سحب اعتماد "بنك التجارة والصناعة الجزائري" وبنك خاص آخر، يسمى بنك الوحدة، وإغلاقهما بعد إدانتهم بعمليات احتيال في مجال التصدير والاستيراد أدت إلى اختلاس ما يقرب من 100 مليون دولار، كما تم سحب اعتماد بنك الريان القطري لعدم استجابته لتعليمات البنك المركزي بوجود رفع رأس ماله، وكلها أحداث ووقائع تؤشر على هشاشة المنظومة المصرفية في الجزائر وعلى بطلان نظرية أن القانون وحده يكفي للإصلاح المصرفي وعلى صحة المقولة بأن العدالة تكمن في نفسية القاضي لا في نص القانون، وأن تطهير العقول أولى من تطهير الديون وأن تربية الإنسان أولى من إعلاء البنيان، هذا من جهة، وندل أيضا على تشابك المال بالسلطة وتزواج الاقتصاد بالسياسة

ثانيا: إصلاحات 2003 إلى 2010

شهدت هذه المرحلة صدور أمرين رئاسيين الأول بمثابة قانون جديد للنقد والقرض يلغي القانون رقم 90-10 الصادر بتاريخ 14/04/1990 والمتعلق بالنقد والقرض وهو الأمر 03-11

¹ الأمر 01-01 المؤرخ في 27 فيفري 2001 والمعدل والمتمم لقانون النقد والقرض 90-10 لسنة 1990،

بتاريخ 26 أوت 2003 والثاني هو عبارة عن الأمر رقم 10-04 بتاريخ 26 أوت 2010 المعدل والمتمم للأمر رقم 11-03.

1- النظام المصرفي الجزائري على ضوء الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض

إن الأمر 11-03 الصادر عن طريق أمر رئاسي في 26 أوت 2003 والمتعلق بالنقد والقرض ، يعتبر نصا تشريعيا جديدا يعكس بصدق أهمية المكانة التي يجب أن يكون عليها النظام المصرفي ويلغي في مادته 142 قانون النقد والقرض 10-90 الصادر بتاريخ 14/04/1990¹ و بذلك يعتبر آخر القوانين المتعلقة بالمنظومة المصرفية، فقد جاء ضمن التزامات الجزائر في الميدان المالي والمصرفي واستجابة لتطورات المحيط المصرفي الجزائري، وإعداد المنظومة المصرفية للتكيف مع المقاييس العالمية وخاصة بعد الفضائح المصرفية المتعلقة بإفلاس بنك الخليفة والبنك التجاري الصناعي الجزائري (BCIA).

و رغم أن هذا الأمر 11-03 يلغي أحام قانون النقد والقرض 10-90 إلا أنه جاء مدعما لأهم الأفكار والمبادئ التي تجسدت في هذا الأخير مع التأكيد على بعض التعديلات الجزئية التي جاء بها الأمر 01-01 ، والتي تتمثل أساسا في الفصل بين مجلس الإدارة ومجلس النقد والقرض فيما يخص الهيكل التنظيمي، و تجدر الإشارة إلى أنه قد تمت مراجعة قانون النقد والقرض نظرا للأوضاع الاقتصادية والمالية الجديدة التي عرفتها الجزائر، والتي تميزت بما يلي:

- النمو السريع لعدد المتعاملين الاقتصاديين المحليين والأجانب.
- تنوع المجال المصرفي والمالي، وذلك من خلال ظهور عدة مصارف ومؤسسات مالية.
- الارتفاع السريع للمديونية الخارجية، وضرورة تسييرها.

1-1- أسباب إصدار الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض

يمكن حصر الأسباب الرئيسية التي أدت إلى إلغاء قانون 10-90 المؤرخ في 14/04/1990 والمتعلق بالنقد والقرض واستبداله بالأمر رقم 11-03 المؤرخ في 26/08/2003 في النقاط التالية:

- إن الإصدار التشريعي المتمثل في القانون 10-90 المؤرخ في 14/04/1990 والمتعلق بالنقد والقرض والذي جاء لدعم الإصلاحات الاقتصادية التي شرع فيها سنة 1988 اتسم بتطبيقات ميدانية حالت دون السير الحسن للنشاط المصرفي والمالي، رغم عملية التطهير التي

¹ الأمر 11/03، الصادر بتاريخ 26 أوت 2003، المتعلق بقانون النقد والقرض

عرفتها المصارف والمؤسسات المالية العمومية، وذلك بإعادة هيكلة محفظتها المالية ورسمتها، كما نتج عنه ازدواجية في التسيير وصعوبة في رسم السياسة الاقتصادية للبلاد في ظل غياب التنسيق فأثرت هذه النقائص على التوازنات الكبيرة للمنظومة المصرفية لاسيما من حيث تعبئة الادخار وتمويل الاستثمار.

- إن الاختلالات الملحوظة في مجال الإشراف على السوق النقدية، واقتصار سياسة الصرف على تسيير التوازنات واحتياطي الصرف، وضعف آليات مراقبة المصارف، والمؤسسات المالية، وعدم التحكم في الأخطار المرتبطة بالصرف ونسب الفوائد والتداول، وضعف أساليب تسيير ومتابعة المديونية العمومية (الداخلية والخارجية)، وقلة انسياب المعلومات بين السلطة النقدية والجهاز التنفيذي، وعدم تنوع الموارد المالية للدولة. كلها عوامل جعلت المنظومة المصرفية والمالية محور مراجعة شاملة.
- إن الانفتاح المتزايد للاقتصاد، بحكم ليبرالية التجارة الخارجية والاستثمار المباشر وغير المباشر، والنمو السريع لعدد متعاملي التجارة الخارجية، والتطور الحديث للمفاوضات مع المنظمة العالمية للتجارة، والشراكة مع الاتحاد الأوروبي، والانفتاح المتزايد لقطاع الخدمات على الاستثمار الدولي، كلها ملفات تستدعي من الجزائر تطوير سياستها المالية والنقدية.
- إن انفتاح الدولة على القطاع الخاص في مجال إنشاء المصارف والتعامل المالي، وما أنجر عنه من انحراف في التطبيق، وبالتالي غلق لعدة مصارف وخسارة غير متوقعة للمتعاملين الاقتصاديين ومختلف زبائن هذه المصارف، وبالتالي إهدار لطاقت مالية وطنية، هذا ما جعل السلطة السياسية تولي اهتماما بالغا، بوضع تشريع يأخذ بعين الاعتبار مثل هذه التجاوزات .
- بالرغم من إصدار قوانين وأوامر رئاسية تسهل من إجراءات الاستثمار الداخلي والخارجي، وتقديم تحفيزات لا تظاهيها بعض التشريعات لدول الجوار، إلا أن المسجل بين النظري والتطبيق الميداني لا يبعث على الارتياح إطلاقا، وهذا يعود إلى جملة من العراقيل أهمها، دور المصارف التجارية والاستثمارية في عملية الإقراض.

ولعل هذه العوامل مجتمعة جعلت السلطة السياسية تقدم على وضع جملة من التدابير، من شأنها أن تساهم في تدليل العقبات، وتنهض بهذا القطاع الحيوي نحو مصاف المؤسسات المصرفية التي يحول عليها في دفع التنمية الاقتصادية والاجتماعية إلى الأحسن.

1-2- أهداف الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض

كما أدخلت أحكام الأمر 03-11 الصادر في 26 أوت 2003 والمتعلق بالنقد والقرض تغييرات هدفت من خلالها إلى ما يلي¹:

- توسيع صلاحيات مجلس النقد والقرض.
- تعزيز دور اللجنة المصرفية، ودعم استقلاليتها.
- إنشاء لجنة مشتركة بين بنك الجزائر ووزارة المالية.
- ضمان الأمن والاستقرار المالي.
- التشديد في العقوبات المفروضة على المخالفين للقوانين والأنظمة التي تحكم النشاط المصرفي.
- منع تمويل المؤسسات التي تعود ملكيتها لمالكي ومسيري المصارف.
- إنشاء قواعد وآليات تسمح بالتسيير الفعال للمديونية العمومية لفائدة الاقتصاد الوطني.

1-3- أهم ما جاء في الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض

يمكن تفصيل أهم ما جاء في هذا الأمر في النقاط التالية:

1-3-1- استقلالية البنك المركزي

قبل البدء في الحديث عن استقلالية البنك المركزي من خلال الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض يجب أن يعلم أولاً ما المقصود بالاستقلالية وما هي أهم معاييرها؟ حيث تعد استقلالية البنك المركزي من أهم الجدالات المطروحة في عصرنا الحالي على الساحة المصرفية، حيث من شأن هذه الاستقلالية أن تزيد من مصداقية المصارف المركزية وفعالية السياسة النقدية. وقد لوحظ خلال العقود الماضية تنامي الاتجاه نحو استقلالية البنك المركزي على المستويين النظري والعملي، خاصة بعد تبني صندوق النقد الدولي لها رسمياً في توصياته الخاصة بالإصلاح المالي والمصرفي. حيث تعتبر هذه الاستقلالية الشرط الأساسي لإمكانية قيام البنك المركزي بوضع وتنفيذ أهداف السياسة النقدية، بما يضمن تحقيق الهدف الرئيسي لها والمتمثل في تحقيق استقرار الأسعار والمحافظة على قيمة العملة.

ويقصد باستقلالية البنك المركزي منحه الاستقلال الكامل في إدارة السياسة النقدية، عن طريق عزله عن أية ممارسات سياسية من طرف السلطة التنفيذية من جهة، ومنحه حرية تصرف كاملة في وضع وتنفيذ السياسة النقدية، فالبنك المركزي له الاستقلالية في تحديد الأهداف إذا لم يكن هناك تحديد

¹ الأمر 11/03، الصادر بتاريخ 26 أوت 2003، المتعلق بقانون النقد والقرض

دقيق لأهدافه، والعكس فيما إذا كانت تلك الأهداف محددة بشكل دقيق. كما أن البنك المركزي يعتبر مستقلاً إذا كانت له الحرية في وضع وتطبيق السياسة النقدية المناسبة لتحقيق أهدافه، ولا يعد مستقلاً إذا كان ملزماً بقاعدة نقدية محددة أو بتمويل عجز الميزانية مثلاً. إلا أن منح البنك المركزي استقلالته لا يعني ألا يكون مسؤولاً اتجاه أية جهة، وهذا ما يستلزم على الأقل ضرورة قيامه بشرح وتبرير تصرفاته وسياساته، من خلال المنشورات والتقارير في مواجهة الرأي العام أو في مواجهة المؤسسات البرلمانية من خلال المثل أمام لجانها المتخصصة. ومن أهم معايير استقلالية البنك المركزي ما يلي:

- مدى التزام البنك المركزي بتمويل العجز في الإنفاق الحكومي ومنح التسهيلات الائتمانية للحكومة.
- مدى حرية وسلطة البنك المركزي في وضع وتطبيق السياسة النقدية، وحدود تدخل السلطة التنفيذية في ذلك.
- أهمية هدف المحافظة على استقرار الأسعار وقيمة العملة بالنسبة لبقية الأهداف الأخرى.
- مدى سلطة الحكومة في تعيين وعزل محافظ البنك المركزي وأعضاء مجلس الإدارة، وسلطتها فيما يخص ميزانية المصرف.
- مدى خضوع البنك المركزي للمحاسبة والمساءلة.

و من خلال ما سبق وإذا أعنا النظر في مواد الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض نجد أنه قد جاء في هذا القانون أن "بنك الجزائر مؤسسة وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ويعد تاجراً في علاقته مع الغير ويحكمه التشريع الجزائري ما لم يخالف ذلك أحكام هذا الأمر، ويتبع قواعد المحاسبة التجارية ولا يخضع لإجراءات المحاسبة العمومية ومراقبة مجلس المحاسبة¹.

وقد أعطي الأمر 03-11 بنك الجزائر الصلاحية الكاملة في إدارة السياسة النقدية إذ ينص على أن " بنك الجزائر تتعلق مهمته في مجالات النقد والقرض والصرف بإنشاء وتوفير الشروط اللازمة لتنمية سريعة للاقتصاد بحثاً عن الاستقرار الداخلي والخارجي للنقد"².

كما تجدر الإشارة أن الأمر 03-11 قد حدد بوضوح علاقة بنك الجزائر مع الحكومة فمنح البنك الاستقلالية التي تمكنه من رسم السياسة النقدية المناسبة وتنفيذها في إطار الرقابة تمارسها وزارة المالية التابعة للحكومة، ومنح الحكومة بالمقابل السلطة المضادة التي تمكنها من أن تعدل ما يخلص

¹ الأمر 11/03، الصادر بتاريخ 26 أوت 2003، المتعلق بقانون النقد والقرض

² الأمر 11/03، نفس المرجع السابق

إليه بنك الجزائر فيما يتعلق بالسياسة النقدية ، ولعل السبب في هذا التغيير مقارنة بقانون النقد والقرض 90-10 يعود لما شهدته الساحة المصرفية الجزائرية مع بداية القرن بإفلاس العديد من المصارف الخاصة ، الأمر الذي أثر كثيرا على أداء المنظومة المصرفية من جهة ، ومن جهة ثانية طرح العديد من التساؤلات في مدى نجاعة المراقبة المصرفية التي يمارسها بنك الجزائر .

1-3-2- مجلس إدارة بنك الجزائر

يعتبر السلطة التشريعية القائمة على إصدار النصوص والقواعد التنظيمية المطبقة في بنك الجزائر ، كما أنه المخول قانونا للبت في المنازعات والتأسيس كطرف مدني في الدعاوي القضائية يتكون من المحافظ وثلاثة نواب وموظفين ذو أعلى درجة معينين بموجب مرسوم بحكم كفاءتهم في المجالين الاقتصادي والمالي إذ يتولى مجلس إدارة بنك الجزائر وذلك من خلال الصلاحيات المخولة له والتي نصت عليها المادة 19 منه والمتمثلة فيما يلي¹:

- إجراء مداولات حول تنظيم بنك الجزائر وكذلك فتح الوكالات والفروع وإغائها.
- ضبط اللوائح المطبقة في بنك الجزائر كما يوافق على القانون الأساسي للمستخدمين ونظام رواتب أعوان بنك الجزائر.
- تحديد ميزانية بنك الجزائر كل سنة، كما يضبط توزيع الأرباح ويوافق على مشروع التقرير الذي يرفعه المحافظ باسمه لرئيس الجمهورية.
- يفصل في شراء العقارات وفي التصرف فيها.
- يبت في جدول الدعاوى القضائية التي ترفع باسم بنك الجزائر ويرخص بإجراء المصالحات والمعاملات.
- يحدد الشروط والشكل اللذين يعدُّ بنك الجزائر بموجبهما حساباته ويضبطها كما يضطلع بجمع الشؤون التي تخص تسيير بنك الجزائر.

ونشير إلى أن مجلس الإدارة يجتمع بناءً على استدعاء من رئيسه كلما دعت الضرورة إلى ذلك، كما يجتمع إذا طلب ثلاث أعضاء ذلك، ويكون عقد الاجتماع بحضور ثلاث أعضاء على الأقل وتتخذ القرارات بالأغلبية، وفي حالة تعادل عدد الأصوات، يكون صوت الرئيس مرجحاً.

¹ الأمر 11/03، نفس المرجع السابق

1-3-3- مجلس النقد والقرض

ويتكون حسب ما جاء به الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض من¹ أعضاء مجلس إدارة بنك الجزائر إضافة إلى شخصيتين مختاران بحكم كفاءتهما في المسائل الاقتصادية والنقدية تعينان بموجب مرسوم من رئيس الجمهورية، ويرأس المجلس محافظ بنك الجزائر الذي يستدعيه للاجتماع عضوين منه أو يقترحون جدول أعماله ويتخذ القرارات بالأغلبية، وفي حالة تعادل عدد الأصوات، يكون صوت الرئيس مرجحاً، ويعقد المجلس أربع دورات عادية في السنة على الأقل مع استلزام حضور ستة(06) أعضاء على الأقل، وقد تم توسيع مهام مجلس النقد والقرض كسلطة نقدية حيث نصت المادة 62 الفقرة "ج" بتحديدده للسياسة النقدية والإشراف عليها، ومتابعتها وتقييمها، ولهذا يحدد المجلس الأهداف النقدية لاسيما فيما يتصل بتطور المجاميع النقدية والاقراضية، ويحدد استخدام النقد وكذا وضع قواعد الوقاية في السوق النقدية، ويتأكد من نشر معلومات في السوق ترمي إلى مخاطر الاختلال.

وهكذا أوكلت للمجلس مهمة حماية زبائن المصارف والمؤسسات المالية في مجال المعاملات المصرفية وتدعيم التشاور والتنسيق ما بين بنك الجزائر والحكومة فيما يخص الجانب المالي، ويخول للمجلس بالصلاحيات التي تحددها المادة (62) من الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض والتي يمكن ذكر أهمها في ما يلي:

- إثراء مضمون وشروط التقارير الاقتصادية والمالية.
- إنشاء لجنة مشتركة بين بنك الجزائر ووزارة المالية لتسيير الحقوق والدين الخارجي.
- تمويل إعادة البناء الناجمة عن الكوارث الطبيعية التي تقع في البلد.
- العمل على انسياب أفضل للمعلومة المالية.
- إصدار النقد كما هو منصوص عليه في المادتين 4 و5 من الأمر 11/03.
- تحديد مقاييس وشروط عمليات البنك المركزي لاسيما فيما يخص الخصم والسندات تحت نظام الأمانة ورهن السندات العامة والخاصة والعمليات المتصلة بالمعادن الثمينة والعملات.
- تحديد السياسة النقدية والإشراف عليها ومتابعتها وتقييمها، وكذا وضع قواعد الوقاية في سوق النقد والتأكد من نشر معلومات في السوق ترمي إلى تفادي مخاطر الاختلال.
- سير وسائل الدفع وسلامتها، وكذا وضع شروط اعتماد المصارف والمؤسسات المالية وفتحها لاسيما تحديد الحد الأدنى لرأس مال المصارف والمؤسسات المالية، أضف إلى ذلك شروط فتح المكاتب التمثيلية.

¹ الأمر 11/03، مرجع سبق ذكره

- تحديد قواعد الحذر في تسيير المصارف والمؤسسات المالية وحماية زبائنها.
- تنظيم سوق الصرف ومراقبته.

وأمام اختلاف صلاحيات المجلس بين صلاحيات تنظيمية وأخرى فردية، فإن كيفية ممارسة هذه الصلاحيات وتوابعها تختلف، فحسب المادة (63) من الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض "يبلغ المحافظ مشاريع الأنظمة إلى وزير المالية خلال يومين من موافقة المجلس عليها، ويحق للوزير أن يطلب تعديلها خلال عشرة (10) أيام، وإذا لم يطلب وزير المالية التعديل ضمن المهلة المذكورة تصبح هذه الأنظمة نافذة¹."

ويجب على المحافظ حينئذ أن يستدعي المجلس للاجتماع في اجل خمسة (05) أيام ويعرض عليه التعديل المقترح ويكون القرار الجديد الذي يتخذه المجلس نافذاً مهما يكون مضمونه وينشر في الجريدة الرسمية للجمهورية.

1-3-4- الهيئات الرقابية والوقائية

نص الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض على إنشاء مجموعة من الهيئات الرقابية التي تسمح بتسيير النظام المصرفي على أحسن وجه خاصة في ظل فتح مجال المبادرة الخاصة والأجنبية التي تعتمد إلى قواعد السوق

1-4-3-1- اللجنة المصرفية

جاء الأمر 11-03 ليؤكد على الهدف من إنشاء اللجنة المصرفية في نص المادة 103 بل راح أبعد من ذلك فيمنح الصلاحيات لهذه اللجنة ، حيث نص الأمر 11-03 المتعلق بالنقد والقرض في مادته (105) على أنه: تؤسس لجنة مصرفية مكلفة بمراقبة مدى احترام المصارف والمؤسسات المالية لأحكام التشريعية والتنظيمية المطبقة عليها وبالمعاقبة على المخالفات التي تتم معيبتها... كما تسهر على احترام قواعد حسن سير المهنة المصرفية، وأصبحت اللجنة المصرفية بموجب المادة 106 من الأمر 11-03 تتشكل من خمسة أعضاء: محافظ وقاضيين ينتدبان من المحكمة العليا يختارهما الرئيس الأول لهذه المحكمة بعد استشارة المجلس الأعلى للقضاء، وثلاثة أعضاء يختارون بحكم كفاءتهم في المجال المصرفي والمالي والمحاسبي وتتخذ قرارات اللجنة بالأغلبية.²

¹ الأمر 11/03، مرجع سبق ذكره

² الأمر 11/03، نفس المرجع السابق

وتنفذ اللجنة المصرفية مهمتها الرقابية من خلال نوعين من الرقابة هما:

- الرقابة المكتبية: والتي تعتمد على فحص وتحليل التقارير والبيانات والإحصائيات التي ترفعها المصارف والمؤسسات غير المصرفية بانتظام للجنة المصرفية للوقوف على حقيقة المراكز المالية للمصارف ودرجة الكفاءة التي تمارس بها الوظائف وتتكفل اللجنة بتحديد آجال وكيفية تقديم الوثائق.
- الرقابة الميدانية: والتي تقوم بها المصالح المختصة لبنك الجزائر بصفة اعتيادية على أساس برنامج بعمليات رقابة شاملة في عين المكان تسمح بالتحقيق من شرعية العمليات المصرفية المنجزة ومقارنتها مع المعطيات المصرح بها لبنك الجزائر مع المعطيات المرقمة التي تمت معاينتها وعلى أساسها يتم إعداد تقارير من قبل المفتشين تحول إلى اللجنة المصرفية التي تبلغها بدورها إلى مجلس الإدارة وكذا محافظ حسابات المصارف والمؤسسات المعنية في حالة الإخلال.

وتتهي اللجنة عمليات المراقبة باتخاذ تدابير وإجراءات عقابية إذا استدعى الأمر ذلك، وتتناسب حدة هذه العقوبات مع درجة الأخطاء والمخالفات المثبتة. وتبدأ هذه التدابير من اللوم إلى حد إلغاء الترخيص بممارسة النشاط، ومن بين هذه التدابير¹:

- الإنذار.
- التوبيخ.
- المنع من ممارسة بعض العمليات وغيرها من أنواع الحد من ممارسة النشاط.
- التوقيف المؤقت لمسير أو أكثر مع تعيين قائم بالإدارة مؤقتاً أو عدم تعيينه.
- إنهاء مهام شخص أو أكثر من هؤلاء الأشخاص أنفسهم مع تعيين قائم بالإدارة مؤقتاً أو عدم تعيينه.
- سحب الاعتماد.

ويرتبط مجال فرض القواعد المالية من طرف اللجنة المصرفية بجميع التدابير التي من شأنها إعادة التوازن المالي للمصرف والمؤسسة المالية أو تصحيح أساليب إدارية عندما يبرر وضعها ذلك ، وتمس هذه القواعد المراكز المالية الكبيرة في الميزانية ، توزيع القروض ، سياسة إعادة التمويل ، تغطية الحقوق ، احترام معدلات التغطية ومركزية المخاطر...الخ. فعندما تسجل اللجنة اختلال في هذه العناصر فإنها تقوم بفرض قواعد مالية من شأنها تعديل الوضعية المالية وتصحيح أساليب التسيير ،

¹ الأمر 11/03، مرجع سبق ذكره

فيمكن لها أن ترسل المصرف للرفع من رأس ماله وإن كان حده الأدنى محترماً ، وهو ما يعني أنه ليس من الضروري أن يكون المصرف في حالة إخلال بأي قاعدة مصرفية ، بل يكفي أن يسجل اختلالاً مالياً يمكن أن يؤدي مستقبلاً لحدوث نتائج مضاعفة من شأنها التأثير على التوازن المالي للمصرف أو الجهاز المصرفي ككل.

زيادة على ذلك يمكن للجنة أن تقضي إما بدلاً عن هذه العقوبات وإما إضافة إليها بعقوبة مالية تكون مساوية على الأكثر للرأس المال الأدنى الذي يلزم المصرف أو المؤسسة المالية بتوفيره وتقوم الخزينة بتحصيل المبالغ الموافقة.

1-3-4-2- محافظو الحسابات

حيث نص الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض في مادته 100 على أنه يجب على كل مصرف أو مؤسسة مالية وعلى كل فرع من فروع المصرف الأجنبي أن يعين محافظين اثنين للحسابات على الأقل إذ يخضع محافظو الحسابات لرقابة اللجنة المصرفية وعموماً تتمثل مهامهم فيما يلي¹:

- الإعلام الفوري للمحافظ بكل مخالفة ترتكبها المؤسسة الخاضعة لمراقبتهم.
- تقديم تقرير خاص لمحافظ بنك الجزائر حول المراقبة التي قاموا بها، والذي يجب أن يسلم في أجل (4) أشهر ابتداء من تاريخ قفل السنة المالية.
- تقديم تقرير خاص للجمعية العامة حول منح المؤسسة أية تسهيلات لأحد الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين المذكورين في المادة 104 من الأمر 11/03 وهذا بالإضافة إلى أنهم ملزمين بإرسال نسخة من هذا التقرير للمحافظ.

أما فيما يخص المراكز الوقائية على ضوء الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض فإنه ينظم بنك الجزائر ثلاث مركزيات هي:

1-3-4-3- مركزية المخاطر

حيث تكلف مركزية المخاطر بجمع أسماء المستفيدين من القروض وطبيعة القروض الممنوحة وسقفها، والمبالغ المسحوبة والضمانات المعطاة لكل قرض من جميع المصارف والمؤسسات المالية.

1 الأمر 11/03، مرجع سبق ذكره

1-3-4-4- مركزية عوارض الدفع

عمد بنك الجزائر إلى إنشاء مركزية لعوارض الدفع تكلف بتنظيم المعلومات المرتبطة بكل الحوادث والمشاكل التي تظهر عند استرجاع القروض أو تلك التي لها علاقة باستعمال مختلف وسائل الدفع، وعليه فإن مركزية عوارض الدفع تكلف بـ:

- تنظيم بطاقة مركزية عوارض الدفع وما قد ينجم عنها وتسييرها.
- نشر قائمة عوارض الدفع وما يمكن أن ينجم عنها من تبعات.

1-3-4-5- مركزية الميزانيات

وهي مرصد إحصائي محاسبي ومالي للمؤسسات، الهدف منها تطوير المعلومات الخاصة بالمؤسسات للحصول من هذه الأخيرة على تصريحات لميزانياتها، جدول حساباتها وكذا جدول النتائج والبيانات الملحقة، تهيأ من خلال إحصائيات والتي تجعلها بنك معلومات يستجيب عند الحاجة للمعلومات الاقتصادية والمالية. وعليه، فإن هذه الثلاث مركزيات تشكل مراكز معلومات وتحليل تغذى وتزود من طرف كل مصرف أو مؤسسة مالية، والتي يمكن أن تراجع من طرف هذه الأخيرة، كما أن هذه المركزيات تنشر مذكرات إعلامية تكون قاعدة معلومات محاسبية ومالية حول المؤسسات والعائلات حول مديونياتهم وعوارض الدفع المتعلقة بهم.

1-3-4-6- نمو حجم نشاط المصارف

عرفت هذه المرحلة نموا معتبرا لنشاط المصارف التجارية العمومية منها والخاصة، إن على مستوى زيادة الودائع أو على مستوى زيادة القروض، وذلك يرجع للعوامل السالفة الذكر.

أ - جذب الموارد: والذي يمكن التدليل عليه من خلال معطيات الجدول التالي:

الجدول رقم 3-1 : حجم الودائع لدى المصارف التجارية العمومية والخاصة

مليار دينار

2011	2010	2009	2008	2007	2006	
3.495,8	2.870,7	2.502,9	2.946,9	2.560,8	1.750,4	1. وداائع تحت الطلب
3.095,8	2.569,5	2.241,9	2.705,1	2.369,7	1.597,5	مصارف عمومية
400,0	301,2	261,0	241,8	191,1	152,9	مصارف خاصة
2.787,5	2.524,3	2.228,9	1.991,0	1.761,0	1.649,8	2. وداائع لأجل
2.552,3	2.333,5	2.079,0	1.870,3	1.671,5	1.584,5	مصارف عمومية
(272,4)	(253,7)	(238,3)	(224,3)	(207,1)	(210,3)	منها: وداائع بالعملة الصعبة
235,2	190,8	149,9	120,7	89,5	65,3	مصارف خاصة
(31,2)	(35,4)	(27,3)	(26,9)	(22,4)	(25,0)	منها: وداائع بالعملة الصعبة
449,7	424,1	414,9	223,9	195,5	116,3	3. وداائع بضمانات (استيراد، كفالات)
351,7	323,1	311,1	185,1	162,9	85,6	مصارف عمومية
(1,2)	(3,3)	(1,6)	(2,1)	(0,8)	(1,0)	منها: وداائع بالعملة الصعبة
98,0	101,0	103,8	38,8	32,6	30,7	مصارف خاصة
(1,6)	(6,5)	(304)	(4,4)	(3,6)	(4,5)	منها: وداائع بالعملة الصعبة
6.733,0	5.819,1	5.146,7	5.161,8	4.517,3	3.516,5	إجمالي الموارد المجمعة
89,1 %	89,8 %	90,0 %	92,2 %	93,1 %	92,9 %	مصارف عمومية
10,9 %	10,2 %	10,0 %	7,8 %	6,9 %	7,1 %	مصارف خاصة

المصدر: تقرير بنك الجزائر 2011.

ب- منح القروض

زاد حجم منح القروض في هذه المرحلة خاصة للقطاع الخاص نظرا لتناقص عدد مؤسسات

القطاع العام نتيجة الخصوصية، ودليلنا في ذلك معطيات الجدول التالي:

الجدول رقم 3-2 : مقارنة حجم القروض الممنوحة للقطاع العام والقطاع الخاص

مليار دينار

2011	2010	2009	2008	2007	2006	
1.742,3	1.461,4	1.485,9	1.202,2	989,3	848,4	- قروض للقطاع العام
1 742,3	1 461,3	1.484,9	1.200,3	987,3	847,3	مصارف عمومية
0,0	0,1	1,0	1,9	2,0	1,1	مصارف خاصة
1.982,4	1.805,3	1.599,2	1.411,9	1.214,4	1.055,7	- قروض للقطاع الخاص
1 451,7	1 374,5	1.227,1	1.086,7	964,0	879,2	مصارف عمومية
530,7	430,8	372,1	325,2	250,4	176,5	مصارف خاصة
3.724,7	3.266,7	3.085,1	2.614,1	2.203,7	1.904,1	- إجمالي القروض الموزعة
85,7 %	86,8 %	87,9 %	87,5 %	88,5 %	90,7 %	مصارف عمومية
14,3 %	13,2 %	12,1%	12,5 %	11,5 %	9,3 %	مصارف خاصة

المصدر: تقرير بنك الجزائر 2011.

من خلال ما سبق يمكننا أن نحاول تلخيص ومقارنة أحكام كلا من قانون القانون رقم 90-10 الصادر في 14 أفريل 1990 والمتعلق بالنقد والقرض المعدل والمتمم وأحكام الأمر رقم 03-11 الصادر في 26 أوت 2003 والمتعلق بالنقد والقرض وذلك من خلال استعراض الجدول التالي:

الجدول رقم 3-3 : المقارنة بين أحكام قانون 90-10 والأمر 03-11

القانون رقم 90-10 الصادر في 14 أفريل 1990 والمتعلق بالنقد والقرض المعدل والمتمم	الأمر رقم 03-11 الصادر في 26 أوت 2003 والمتعلق بالنقد والقرض
✓ قيمة الدينار الجزائري تحدد بموجب قانون وطبقا للاتفاقيات الدولية المادة 02 .	***
✓ يقوم بتسيير بنك الجزائر وإدارته، ومراقبته محافظ يساعده ثلاثة نواب له ومجلس الإدارة ومراقبان المادة 19 الفقرة 01	✓ يتولى إدارة بنك الجزائر محافظ يساعده ثلاثة نواب له المادة 13 .
✓ يتكون مجلس الإدارة بالإضافة إلى المحافظ ونوابه الثلاثة، من ثلاثة موظفين ذوي الكفاءة في المجال الاقتصادي والمالي، ويتم	✓ يتم تعيين الثلاثة موظفين السامين بموجب مرسوم من رئيس الجمهورية المادة 18 .

تعيين هؤلاء الموظفين بموجب مرسوم من رئيس الحكومة المادة 32

✓ تقتطع وجوبا نسبة % 15 من الأرباح لتكوين الاحتياطي القانوني، ولا يكون هذا الاقتطاع إلزاميا عندما يبلغ الاحتياطي القانوني قيمة رأس المال، ويصبح إلزاميا إذا انخفضت هذه النسبة المادة 103 الفقرة 02 .

✓ يسلم محافظ البنك لرئيس الجمهورية خلال الشهر الذي يلي اختتام كل سنة مالية، الميزانية وحساب الأرباح والخسائر مع تقرير يبين أعمال بنك الجزائر المادة 105. _

✓ يتكون مجلس النقد والقرض بالإضافة إلى أعضاء مجلس الإدارة من ثلاثة أشخاص ذوي كفاءة في المجال الاقتصادي والنقدي المادة 43 الفقرة 01.

✓ تتكون اللجنة المصرفية من المحافظ أو نائبه وقاضيان ينتدبان من المحكمة العليا، وعضوين يتم اختيارهما نظرا لكفاءتهما في الشؤون المالية والمصرفية وخاصة المحاسبية المادة 144 الفقرة 01

✓ تقتطع نسبة % 10 من الأرباح لصالح الاحتياطي القانوني، وتتوقف إلزامية هذا الاقتطاع بمجرد بلوغ الاحتياطي قيمة رأس المال المادة 28 الفقرة 02.

✓ يرفع المحافظ إلى رئيس الجمهورية خلال الأشهر الثلاثة التي تلي اختتام كل سنة مالية، الحصيلة وحسابات النتائج، مع تقرير يتضمن عمليات بنك الجزائر ونشاطاته المادة 29 الفقرة 01.

✓ يرسل المحافظ دوريا إلى رئيس الجمهورية تقريرا حول الإشراف المصرفي، مع تبليغه لمجلس النقد والقرض وإلى اللجنة المصرفية المادة 29 الفقرة 02.

✓ يسلم المحافظ سنويا إلى رئيس الجمهورية مع التبليغ إلى رئيس الحكومة ومجلس النقد والقرض تقريرا حول تسيير كل من احتياطات الصرف والديون الخارجية المادة 29 الفقرة 03.

✓ يتكون مجلس النقد والقرض بالإضافة إلى أعضاء مجلس الإدارة من شخصيتين تختاران بحكم كفاءتهما في المسائل النقدية والاقتصادية المادة 58.

✓ تتكون اللجنة المصرفية من المحافظ، وثلاثة أعضاء يختارون بحكم كفاءتهم في المجال المصرفي والمالي والمحاسبي، وقاضيان ينتدبان من المحكمة العليا المادة 106 الفقرة

<p>01. ✓ يعين رئيس الجمهورية أعضاء اللجنة لمدة خمس سنوات المادة 106 الفقرة 02.</p> <p>✓ الطعون من اختصاص مجلس الدولة حسب المادة 107 الفقرة 05.</p> <p>✓ تستمع اللجنة المصرفية إلى الوزير المكلف بالمالية بطلب منه المادة 108 الفقرة 04 .</p> <p>✓ يمنع على كل مصرف أو مؤسسة مالية أن تمنح قروضا لمسيريها وللمساهمين فيها أو للمؤسسات التابعة لمجموعة المصرف أو المؤسسة المالية المادة 104 الفقرة 01 .</p> <p>✓ يجب على المصارف أن تشارك في تمويل صندوق ضمان الودائع المصرفية بالعملة الوطنية، ينشئه بنك الجزائر المادة 118 الفقرة 01 .</p> <p>✓ يتعين على كل مصرف أن يدفع إلى صندوق الضمان علاوة ضمان سنوية نسبتها 1 % على الأكثر من مبلغ ودائعه المادة 118 الفقرة 02.</p> <p style="text-align: center;">***</p>	<p>✓ يعين أعضاء اللجنة لمدة خمس سنوات بموجب مرسوم صادر عن رئيس الحكومة، ويمكن تجديد تعيينه المادة 144 الفقرة 02.</p> <p>✓ الطعن من صلاحيات الغرفة الإدارية المحكمة العليا المادة 146 الفقرة 04 .</p> <p style="text-align: center;">***</p> <p>✓ يجوز للبنك أو المؤسسة المالية أن تمنح قروضا لمديريها وللمساهمين فيها، شريطة ألا يتعدى مجموع هذه القروض % 20 من أموالها الخاصة، وأن تخضع هذه القروض للترخيص المنصوص عليه في المادة (627) من قانون التجارة) المادة (168 الفقرة) 01.</p> <p>✓ يجب على المصارف أن تكتتب برأس مال شركة مساهمة ضمان الودائع المصرفية بالعملة الوطنية المادة 170 الفقرة 01.</p> <p>✓ فضلا عن الأسهم التي يحوزها، يلزم كل بنك بدفع منحة ضمان سنوية قدرها 2 % على الأكثر من مبلغ ودائعه بالعملة الوطنية الذي يحدده المجلس سنويا المادة 170 الفقرة 03 .</p> <p>✓ يمكن كل شخص رفضت له عدة مصارف فتح حساب وديعة وبسبب ذلك ليس له أي حساب مصرفي، أن يطلب من بنك الجزائر أن يختار له إحدى المصارف لفتح حساب لديها.</p> <p>ويمكن للبنك المعني أن يحدد خدمات الحساب بعمليات الصندوق المادة 171.</p>
---	--

<p>✓ ينظم بنك الجزائر سوق الصرف المادة 188.</p> <p>✓ ينظم بنك الجزائر سوق الصرف في إطار سياسة الصرف التي يقررها المجلس، وضمن احترام الالتزامات الدولية التي تعهدت بها الجزائر المادة 127 الفقرة 01 .</p>	<p>✓ ينظم بنك الجزائر سوق الصرف المادة 188.</p>
<p>✓ تكلف لجنة مشتركة بين بنك الجزائر ووزارة المالية بالإشراف على تنفيذ إستراتيجية الاستدانة الخارجية وسياسة تسيير الأرصدة والمديونية الخارجية .تتكون اللجنة من عضوين يعينهما على التوالي : المحافظ والوزير المكلف بالمالية المادة 128 .</p>	<p>***</p>
<p>✓ عقوبة الحبس من سنة إلى 3 سنوات، وغرامة من 5000000 دينار إلى 10000000 دينار المادة 136.</p> <p>✓ عقوبة الحبس من سنة إلى 3 سنوات، وغرامة من 5000000 دينار إلى 10000000 دينار المادة 137.</p>	<p>✓ عقوبة الحبس من 6 أشهر إلى سنتين، وغرامة من 100000 دينار إلى 500000 دينار المادة 195 .</p> <p>✓ عقوبة الحبس من 6 أشهر إلى سنة، وغرامة من 50000 دينار إلى 250000 دينار المادة 196.</p>
<p>✓ تطبق العقوبات والغرامات على الرئيس أو أعضاء مجلس الإدارة أو المديرين العاملين للمصرف أو مؤسسة مالية في حالة قيامهم بأية مخالفات</p>	<p>✓ تطبق العقوبات والغرامات على الرئيس أو أعضاء مجلس الإدارة أو المديرين العاملين للبنك أو مؤسسة مالية في حالة قيامهم بأية مخالفات</p>

المصدر: حورية حماني، آليات رقابة البنك المركزي على المصارف التجارية وفعاليتها -حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، 2005 - 2006، ص ص: 18-21.

2- الأمر رقم 10-04 الصادر بتاريخ 26 أوت 2010 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-11

جاء الأمر 10-04 المؤرخ في 26 أوت 2010 والمعدل والمتمم لقانون النقد والقرض 03-11 لسنة 2003، ليعدل ويتمم بعض الأحكام التي نص عليها قانون النقد والقرض 03-11، وليؤكد على الدور المركزي والجهري لبنك الجزائر في التأكد من سلامة وصلابة النظام المصرفي الجزائري (المادة 95)، وإعداد ميزان المدفوعات وعرض الوضعية المالية الخارجية للجزائر (المادة 36 مكرر) والتأكد من سلامة وسائل الدفع غير العملة الائتمانية وإعداد المعايير المطبقة ورفض إدخال أي وسيلة دفع تقدم ضمانات سلامة غير كافية (المادة 56 مكرر) كما رخص الأمر 10-04 في المادة 72 منه للمصارف عمليات الاستشارة والتسيير المالي والهندسة المالية وكل الخدمات الموجهة لتسهيل إنشاء المؤسسات والتجهيزات وإتمامها.

كما ألغى في المادة 83 الترخيص بالمساهمات الخارجية في المصارف والمؤسسات المالية التي يحكمها القانون الجزائري إلا في إطار شراكة تمثل المساهمة الوطنية فيها 51% على الأقل. وألزم الأمر 10-04 في المادة 97 مكرر المصارف والمؤسسات المالية بوضع جهاز رقابة داخلي ناجع يهدف إلى التأكد على من:

- التحكم في نشاطاتها والاستعمال الفعال لمواردها.
- السير الحسن للممارسات الداخلية، لاسيما التي تساعد على المحافظة على مبالغها وتضمن شفافية العمليات المصرفية ومصادرها.
- صحة المعلومات المالية.
- الأخذ بعين الاعتبار مجمل المخاطر بما في ذلك المخاطر العملية.

كما ألزم في المادة 97 مكرر 2 منه المصارف والمؤسسات المالية بوضع جهاز رقابة المطابقة ناجع يهدف للتأكد من:

- مطابقة القوانين والتنظيمات.
- احترام الإجراءات.

و في المادة 98 منه أعطى للبنك المركزي سلطة تنظيم وتسيير مصلحة مركزية مخاطر المؤسسات ومركزية مخاطر العائلات ومركزية المستحقات غير المدفوعة. كما أدخل في المادة 102 منه تعديلا على عضوية اللجنة المصرفية وأصبحت تتكون من:

- المحافظ رئيسا.
- ثلاثة (03) أعضاء يختارون بحكم كفاءتهم في المجال المصرفي والمالي والمحاسبي.
- قاضيين (02) ينتدب الأول من المحكمة العليا ويختاره رئيسها الأول وينتدب الثاني من مجلس الدولة ويختاره رئيس المجلس، بعد استشارة المجلس الأعلى للقضاء
- ممثل عن مجلس المحاسبة يختاره رئيس المجلس من المستشارين الأولين.
- ممثل عن الوزير المكلف بالمالية.

و أُلزم اللجنة المصرفية بإرسال تقريرها سنويا إلى رئيس الجمهورية حول رقابة المصارف والمؤسسات المالية.

و الجدير بالذكر أنه بعد صدور الأمر 03-11 المتعلق بالنقد في 26/08/2003 كثف البنك المركزي من رقابته على المصارف عن طريق الرقابة والتفتيش الميداني والمكتبي والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 3-4 : تدخلات بنك الجزائر في إطار الرقابة الميدانية

البيان	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
رقابة كاملة	6	4	5	5	6	3	10
حملة ضد تبييض الأموال							
تمويل الإرهاب			8	1		23	2
أنظمة الدفع			5	5			
مهام أخرى محددة	4	3	2	1	1	5	4
تحقيقات خاصة	2	6	2	3	6	19	15
تجارة خارجية	6	10	3	16	17	2	7
المجموع	18	23	25	31	30	52	38

المصدر: تقرير بنك الجزائر 2011.

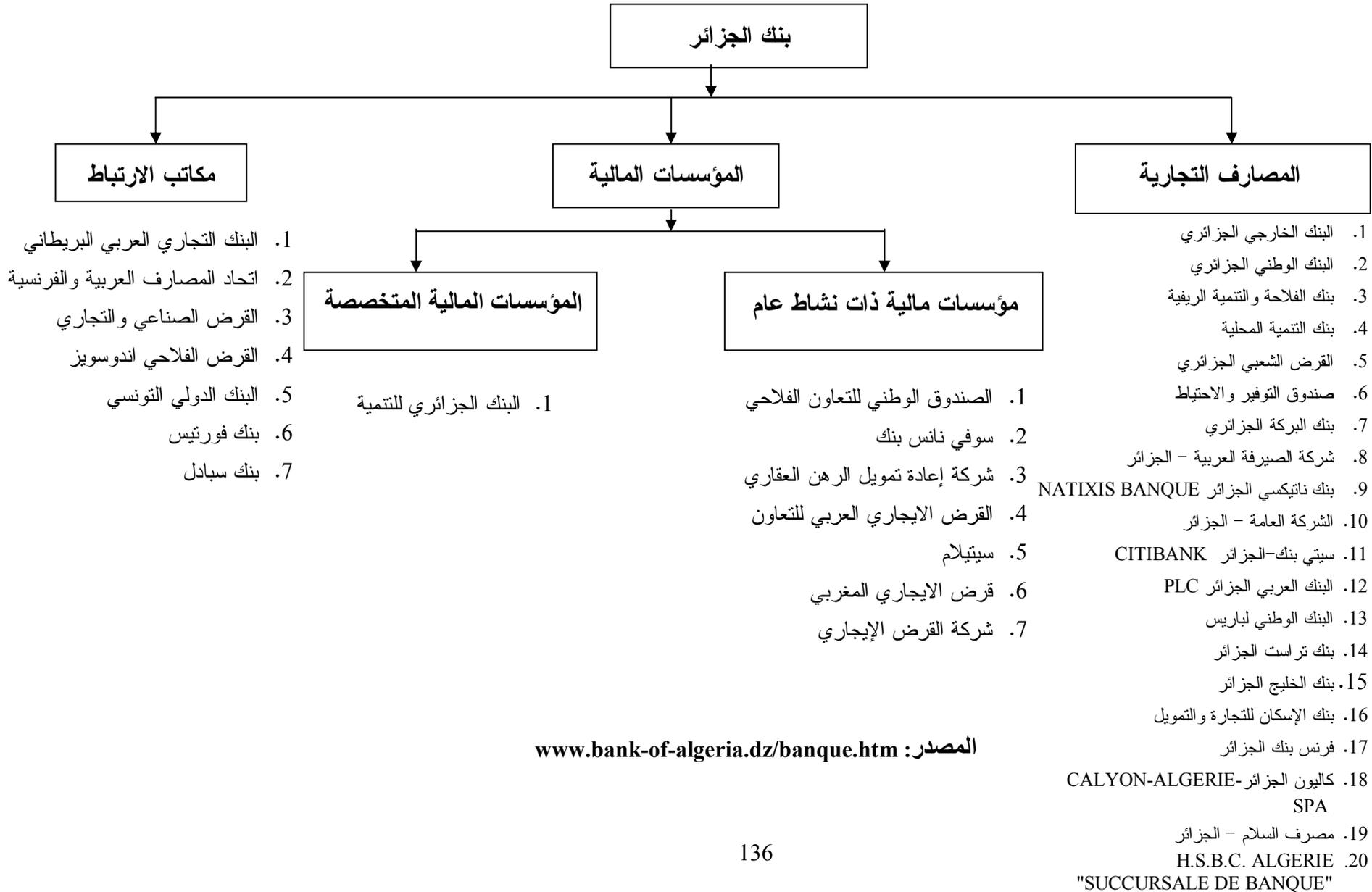
3- الهيكل العام للنظام المصرفي بعد الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض المعدل والمتمم الأمر 10-04 الصادر بتاريخ 26 أوت 2010

تكون النظام المصرفي مع بداية جانفي 2012 من 28 مؤسسة مصرفية ومالية لها الوجود الاجتماعي بالجزائر موزعة على النحو التالي¹:

¹ تقرير بنك الجزائر 2011.

- 06 مصارف عمومية بما في ذلك صندوق التوفير والاحتياط.
- 14 مصرفا خاصا برأس مال أجنبي منها واحدة برأس مال مختلط.
- 05 مؤسسات مالية.
- 02 شركتين خاصتين للإيجار المالي.
- 01 مؤسسة مالية متخصصة (البنك الجزائري للتنمية BAD).
- 07 مكاتب التمثيل.

الشكل رقم 3-1 : المصارف والمؤسسات المالية المعتمدة في الجزائر إلى غاية 02 جانفي 2012



المبحث الثالث: معوقات وعراقيل الإصلاحات المصرفية في الجزائر

تواجه الإصلاحات المصرفية في الجزائر العديد من العوائق والعراقيل التي تحد من قيمتها الإصلاحية وتحول دون بلوغ الأهداف المنشودة من ورائها لاسيما تحقيق النمو والمساهمة في دفع عجلة الإصلاحات الاقتصادية ويمكن أن نصنف هذه المعوقات إلى معوقات موضوعية مرتبطة بالجوانب القانونية والسياسة النقدية والعلاقات الخارجية ومعوقات هيكلية وأخرى ذاتية.

أولاً: المعوقات الموضوعية

ونعني بالمعوقات الموضوعية تلك العراقيل والقيود الخارجة عن نطاق المصرف التجاري والمتواجدة داخل محيط نشاطه ومجال تعامله مع مختلف المتعاملين الاقتصاديين سواء أكان مصدرها من السلطات الوصية - بنك الجزائر والحكومة - أو من الأفراد والمؤسسات العمومية والخاصة باعتبارهم زبائن المصرف التجاري، ويمكن رصد أنواع المعوقات الموضوعية فيما يلي:

1- القيود القانونية

وهي مجموع النصوص القانونية والتشريعية والتعليمات التنظيمية التي تضبط وتنظم أعمال ونشاطات وعلاقات المصارف التجارية الجزائرية من حيث الصلاحيات المخولة لها وكذا من حيث الحدود الموضوعية التي يجب احترامها، إذ تحد نسبياً من حرية نشاط وتوسع معاملاتها نذكر منها النظام القانوني للمصارف التجارية¹ حيث نلمس التدخل الواضح للدولة في توجيه سياسات المصارف التجارية بما يضمن خدمة وتحقيق أهداف بعيدة عن مبادئ الربحية والمردودية والأمان والسيولة، إضافة لصلاحيات بنك الجزائر الواسعة في المجال النقدي والمالي مما يحد في المقابل من حرية نشاط المصارف التجارية الجزائرية.

2- معوقات السياسة النقدية

وتعتبر السياسة النقدية مجموع الأدوات والوسائل المستعملة من طرف البنك المركزي لتحقيق الأهداف المسطرة ضمن السياسة الاقتصادية للدولة.

وفي الجزائر كانت السياسة النقدية إلى حد بعيد أداة لإحكام قبضة البنك المركزي ومن وراءه السلطات العمومية على المصارف التجارية من حيث الموارد والاستعمالات مما خلق عراقيل وعوائق لهذه الأخيرة أمام التحقيق الجيد لأهدافها ومن ثم تفتحها على المحيط الاقتصادي الذي تباشر فيه

¹ المرجع السابق لـ حميدات محمود، مدخل للتحليل النقدي، ص 140

أعمالها، لذلك فإن السياسة النقدية في الجزائر كانت إلى حد نهاية 1990 تعرف بخصائص التعديل النقدي المتبع في نظام اقتصاد الاستدانة.

ومن ثم فقد واجهت- وتواجه الآن- المصارف التجارية العمومية الجزائرية عدة عراقيل وصعوبات مصدرها أدوات وأهداف السياسة النقدية المملاة من طرف الجهات الوصية، ومن بين هذه الصعوبات والمعوقات تذكر ما يلي:

- انخفاض معدلات الفائدة نتيجة التسيير الإداري لها، الشيء الذي يعيق المصارف التجارية من تحقيق أرباحها وتغطية تكلفة اقتراضها.
- التساهل النقدي نتيجة تحديده من سلطات إدارية لا علاقة لها بالواقع النقدي والنشاط المصرفي في البلاد.
- تبعية البنك المركزي وخضوعه للسلطات السياسية أو العمومية في البلاد مما يفسر الإذعان المستمر للبنك المركزي لأهداف وتوجيهات الحكومة.
- لا عقلانية عرض النقود إذ نلاحظ أنه هناك انفصال بين القطاع النقدي والقطاع الاقتصادي فالعرض النقدي نجده تابع كلياً لاحتياجات الزبائن من القطاع العمومي.
- عدم مرونة الاقتراض مع أسعار الفائدة، حيث أن تكلفة القرض محددة إدارياً¹، ولا يوجد تناسب بين حجم الودائع كموارد وبين حجم القروض كاستثمارات.
- انخفاض معدلات إعادة الخصم حيث أنه في مستوى جد منخفض (2,75% منذ 1972 إلى 1986) وانتقل إلى 5% في شهر ماي 1989 وهو ما لم يشجع المصارف التجارية على جمع الادخار الخاص².
- القواعد الاحتياطية التي تقيس مستوى السيولة، ودرجة الوفاء وكذا تقسيم وتنويع الأخطار المصرفية المحتملة، وذلك تماشياً مع تفتح المصارف التجارية الجزائرية محل الدراسة على النسب العالمية مثل نسب COOK لكن المحيط الذي تتحرك فيه - المصارف التجارية العمومية الجزائرية - يمثل معوق حقيقي نظراً لحالة حوافظها المالية.

1- معوقات العلاقات الخارجية

ترتبط المصارف التجارية بمحيطها الاقتصادي علاقات عدة متشعبة بين عدة أطراف من جهة ومتشابكة بين هذه الأطراف من جهة أخرى، ومن خلال هذه العلاقات تتحمل المصارف التجارية تبعات المعوقات والعراقيل الناتجة عن هذه العلاقات وذلك من خلال تعاملها مع أجهزة الدولة ومختلف

¹ المرجع السابق لـ حميدات محمود، مدخل للتحليل النقدي، ص 136

² المرجع السابق لـ حميدات محمود، مدخل للتحليل النقدي، ص 136

الإدارات العمومية، إلا أن ذلك في الواقع لم يحدث وبالعكس نجد أن المصارف التجارية في تعاملها مع هذه الإدارات تواجه عوائق كثيرة منها:

- المعوقات الإدارية حيث تعاني المصارف التجارية في تعاملها مع الإدارات عوائق كثيرة
- معوقات المحاكم إذ مع العراقل الإدارية والتباطؤ البيروقراطي الذي يعرفه الفصل في القضايا تجد المصارف نفسها أمام خسائر عدة تخصص لها سنويا مؤونات معتبرة.
- معوقات الجماعات المحلية حيث تعاني المصارف التجارية في الجزائر من العراقل البيروقراطية التي تمارسها عليها الجماعات المحلية مما سبب لها تحمل خسائر في الوقت والجهد والمال.
- معوقات مصالح الضرائب حيث نجد أن إدارة ومصالح الضرائب غير قادرة أو لا تريد في كثير من الحالات التعاون مع المصرف نظرا لكثرة أعمالها وغير انتظامها في أغلب الأوقات.
- معوقات التجارة الخارجية ومصدرها عند شركات العبور والنقل البحري للبضائع وكذا مصالح الجمارك.
- معوقات الخزينة العمومية إذ أن الخزينة العمومية قد ألقت على المصارف التجارية الحمل الثقيل في تبني إجراءات وقواعد وشروط التطهير المالي.
- ضعف الادخار أو عدم وجود الرغبة أو القدرة الادخارية لدى الأفراد مما يشكل لها عائق كبير في سبيل تنمية مواردها.
- عدم مرونة وتطور السوق النقدي الذي يعتبر مجال استثمار مربح بالنسبة للمصارف الفائضة في كمية السيولة النقدية.
- عدم وجود سوق مالي فالنظام المالي والمصرفي في اقتصاد السوق لا يمكن تصوره بدون وجود سوق البورصة أو السوق المالي، لكن ذلك حادث في الجزائر، مع الإشارة إلى أن بورصة القيم في الجزائر والتي فتحت أبوابها في جانفي 1998 هي في غياب تام.
- عدم وضوح العلاقة مصرف تجاري عمومي - مؤسسة عمومية يجعل المصارف التجارية العمومية في الجزائر في حيرة من أمرها وبالتالي تخطئ في اتخاذ القرارات السليمة والمناسبة عند تعاملها مع المؤسسات العمومية التي تربطها بها علاقات توصف بأنها ضبابية.

2- معوقات الخلفية الثقافية

إن للخلفية الثقافية دور مهم في التعامل الجيد أو السيئ مع المصارف التجارية في الجزائر من خلال نشاطاتها المتعددة أو خدماتها المتنوعة، لذلك كثيرا ما لمسنا في الواقع أن الذهنية الثقافية كانت وراء عدة عراقل تواجهها المصارف التجارية في الجزائر، وهذه الذهنية أو الخلفية الثقافية

نجدها لدى الجهات الوصية على المصارف أو نجدها لدى المسيرين داخل المصارف التجارية أو نجدها كذلك عند الأفراد والمؤسسات المتعاملة مع هذه المصارف التجارية.

- لدى الجهات الوصية إذ يسود اعتقاد عند الجهات الوصية على المصارف التجارية بأنها ملك لها وتتصرف معها و بها كما تشاء ومتى تشاء، حيث تقرض من تحب وتمنع القروض عن تكره.
- لدى مسؤولي المصارف التجارية الذين يجب أن يكون لديهم خلفية ثقافية مبنية على العلم لا غير، وعلى الرشادة والعقلانية وخاصة على الموضوعية.
- لدى المؤسسات إذ يعتبر عدم التعامل بطريقة الربح والمردودية وكذا بعقلية التنافس والتوسع للمؤسسات العمومية خاصة مع المصارف التجارية في الجزائر معوق كبير لهذه الأخيرة التي لا تستفيد منها.
- لدى الأفراد إذ يعتقد الكثير أن كثير من معاملات المصارف التجارية هي غير مسموح بها في الشريعة الإسلامية.

ثانيا: المعوقات الهيكلية

تتمثل أهم المعوقات الهيكلية للمنظومة المصرفية الجزائرية في ما يلي¹:

- ضعف الابتعاد عن الائتمان الموجه.
- القروض المتعثرة مما أدى إلى الحد من مقدرة المصارف على أداء مهام الوساطة من خلال تقليص السيولة المتوفرة لديها وزيادة كلفة عملياتها.
- ضعف كفاءة أنظمة المدفوعات مما أدى إلى ضعف كفاءة أنظمة المدفوعات بشكل عام.
- ضعف الإفصاح والرقابة حيث تقتصر المصارف العمومية في الجزائر إلى مستوى عال محترم. من الإفصاح مما يجعل من الصعب إجراء المقارنة بينها وبين المصارف الدولية.
- ضعف استخدام التكنولوجيا إذ تحتاج المنظومة المصرفية الجزائرية خاصة المصارف العمومية منها إلى زيادة مستوى الاستثمار في التكنولوجيا المصرفية الحديثة وتطبيق الأنظمة العصرية لتكون قادرة على مواكبة المنافسة في الأسواق الداخلية والخارجية.
- ضعف القدرة التنافسية فالمنظومة المصرفية الجزائرية مازالت دون المستوى الذي يتيح لها منافسة المصارف الأجنبية داخل بلادنا ناهيك عن خارجها.
- ضعف الصناعة المصرفية التي مازالت بعيدة عن مستوى التحولات التكنولوجية وما يفرض عليها من تحديات مادية ومالية وبشرية.

¹ احمد هني، اقتصاد الجزائر المستقلة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثانية، 1993 ص: 63.

- عدم مواكبة الابتكارات المصرفية العالمية.
- عدم القدرة على جلب الاستثمار الأجنبي حيث يظل التنافس في تقديم الخدمات للزبائن هو الرهان الأكبر بين المصارف في استقطاب أكبر كمّ ممكن من رؤوس الأموال.
- ضعف المساهمة في مجهودات التنمية في واقع المصارف العمومية الجزائرية بصفة خاصة والمنظومة المصرفية الجزائرية بصفة عامة.
- اهتزاز ثقة المتعامل معها إذ نسجل البطء في تنفيذ أي إستراتيجية من شأنها إعادة الثقة للزبائن والضعف في الوصول إلى هكذا هدف.
- سيادة علاقة المقارضة لا المشاركة حيث انه تعد من الخطوات المهمة والمطلوبة للمصارف العمومية الجزائرية هي أن تتحول المصارف محل الدراسة من داعم (طرف مقرض) إلى شريك فاعل في العملية الاقتصادية.

ثالثا: المعوقات الذاتية

إن المقصود بالمعوقات الذاتية هي مجموع القيود ومختلف العراقيل وأنواع الصعوبات التي تصادفها المصارف العمومية الجزائرية داخل هياكلها ومن خلال نشاطاتها اليومية وما يلاحظ على هذه المعوقات الذاتية أنها معوقات داخلية حيث تملك المصارف محل الدراسة القدرة والسلطة على إزالة ومعالجة آثارها، ومن خلال تفحص وثائق وتقارير هذه المصارف وكذا بفضل الإطلاع الميداني على واقعها، أمكننا حصر مختلف المعوقات الذاتية فيما يلي:

- معوقات تتعلق بالتنظيم الداخلي للمصارف العمومية الجزائرية من خلال القانون الذي يضبطه وكذا قنوات تنقل المعلومات وورود القرارات فضلا عن الهياكل والوسائل التنظيمية العامة المستعملة.
- المعوقات المالية والمحاسبية وهذه المعوقات لا تقل خطورة عن المعوقات التنظيمية إلا أنها تتعلق بالموارد المالية ومشاكل المحاسبة التي تنجم عنها آثار وعواقب تضعف البنية المالية والقدرة التمويلية للمصارف التجارية الجزائرية.
- الصعوبات التي تصادفها المصارف العمومية في الجزائر عند تعاملها مع جمهور زبائنها وفق مبدأ المتاجرة المبني على الربحية والمردودية زيادة عن السيولة والأمان.
- معوقات نقص استعمال التكنولوجيا التي أصبحت أداة أساسية لا غنى عنها في يد المصارف التجارية لتسهيل أعمالها وتفعيل قدراتها واختصار المسافة والزمن وتحسين الخدمات وتجويد المنتجات.

- معوقات العنصر البشري الذي يعتبر أساسي في كل تنظيم، والمصارف العمومية في الجزائر وإن توفرت على هذه الموارد البشرية اللازمة إلا أنها تعاني من قلة مردوديتها وفعاليتها وانعدام روح المبادرة والخلق والإبداع لديها.

كما تواجه الإصلاحات المصرفية معوقات أخرى لا يمكن تصنيفها ضمن التصنيفات السابقة نوردها هنا منفصلة بشيء من الإيجاز:

- عدم الرغبة والقدرة في مواكبة الأحداث والتطورات المصرفية على الصعيد العالمي.
- عدم التفتح على المجتمع والإبقاء على العراقيل البيروقراطية.
- عدم الاهتمام بالبحث وتنمية القدرات والإطلاع على الجديد في الميدان العلمي
- عدم توظيف ذو الخبرة والكفاءة وخضوع ذلك إلى معايير أخرى لاعقلانية.
- السيطرة المفرطة لعقلية القطاع العام وعدم الاهتمام بمصير المصرف.
- و أخيرا لا تزال الضغوط السوسولوجية والروابط الثقافية في نظام الريع تحرف مناهج التنظيم الجديدة عن طريق السوق، وتغذي نظام الريع المعتمد من طرف المصارف وعمليات الدعم الموجه للمؤسسات.

خلاصة الفصل الثالث

لقد عرفت الجزائر إصلاحات اقتصادية ومالية مستمرة خاصة تلك التي شهدتها النظام المصرفي الذي مر بعدة مراحل مرتبطة بتطور الاقتصاد الوطني من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق، وكخلاصة لكل ما سبق يمكننا القول أنه رغم الإصلاحات التي شهدتها النظام المالي المصرفي في الجزائر وفتح المجال أمام المنافسة بإنشاء مصارف خاصة وفروع لمؤسسات مصرفية أجنبية، إلا أن كل هذا يتم في ظل سيادة منطق تسيير لم يتماشى مع جوهر الإصلاح الهيكلي الذي يبقى بعيدا عن مستويات الأداء ونوعية الخدمات المتعارف عليها دوليا.

هذا الواقع أفرز اختلال كبيرة على مستوى سير المؤسسات المصرفية الجزائرية والتي كانت نتيجتها حصيد 500 مليار دينار من قروض منحت للمؤسسات وشركات عمومية وهيئات رسمية وأخرى أصبحت اليوم غير مضمونة التسديد أو مدرجة ضمن الملفات المتنازع عليها.

كما أن الانفتاح المسجل في المجال المصرفي منذ صدور قانون النقد والقرض سنة 1990 لم يحقق مع ذلك النتائج المرجوة من برنامج إعادة هيكلة النظام المصرفي والمصرفي في الجزائر، فرغم أن الإصلاحات المصرفية نجحت في تقليص نسبة التضخم، لكنها بالمقابل أثرت في نسبي الادخار والاستثمار من خلال الحد من القروض والمراقبة الصارمة للكتلة النقدية.

وفي الواقع لم يعرف النظام المصرفي في الجزائر منذ 1990 أي سياسة واضحة في مجال إعادة الهيكلة أو الخصخصة، حيث لم يساير التطور المسجل في مجال إعادة الهيكلة الصناعية، إلى جانب الإبقاء على أنماط التسيير القديمة في مجال التعاملات المالية.

و تبقى الإصلاحات والتغييرات في الآليات النقدية والمالية تشكل قاعدة لتحسين نظام التمويل الاقتصادي، وتظل سلامة النظام المصرفي والسير المحكم لمؤسساته أساس لنجاح هذه الإصلاحات، ويعتبر الإبداع والتجديد أساس التطوير لنشاط المصارف وزيادة فعالية دورها في تعبئة الادخار وتخصيص الموارد الأمر الذي يضمن لها التوفيق في أداء المسؤولية التي حملتها على عاتقها في تمويل الاستثمار لتشكل بذلك محور التنمية الاقتصادية، وفي هذا الشأن نقترح تحسين الخدمات المقدمة إلى الزبائن من طرف المصارف وفتح وكالات في كل جهات الوطن حتى تزداد ثقة الزبائن في النظام المصرفي، مما يزيد في الادخار وتنشيط الاستثمار، وكذا ترقية استعمال الإعلام الآلي في جميع العمليات المالية مما يساعد على ربح الوقت وتخفيض التكاليف وهو ما سنقوم بالتفصيل فيه لاحقا.

**الفصل الرابع: تحديات الخدمات المصرفية في الجزائر
ومتطلبات التطوير والتحرير**

الفصل الرابع: تحديات الخدمات المصرفية في الجزائر ومتطلبات التطوير والتحرير

تمهيد الفصل الرابع

لقد أثرت ظاهرة العولمة على مختلف الأنشطة الاقتصادية، وكذا على العلاقات الاقتصادية الدولية لاسيما أمام الأنشطة المصرفية والمالية، والتي تمثلت أهم ملامحها، في الاتجاه المتزايد نحو التحرر من القيود، وإزالة المعوقات التشريعية والتنظيمية التي كانت تحول دون تحرير الخدمات المصرفية وتوسعها.

ويعد التقدم التكنولوجي من أهم العناصر، التي ساهمت في تغيير ملامح الخريطة المصرفية الدولية، هذا التغيير الذي بات يهدد الشكل التقليدي للمصارف، مما يشكل ضغوطا على المصارف في مجال تدعيم وتقوية مراكزها المالية. إضافة إلى المعايير والقواعد المصرفية الدولية، التي فرضتها لجنة بازل في مجال الرقابة المصرفية وكفاية رأس المال، والتي أصبحت تشكل ضغوطا جديدة على المصارف، في مجال تدعيم وتقوية مراكزها المالية، ناهيك عن ظاهرة الاندماجات بين المصارف والتي أفرزت كيانات مالية ومصرفية عملاقة، مما يحمل معه مخاطر مواجهة المصارف الصغيرة للتهميش والإفلاس والخروج من السوق المصرفية، لذا فقد أضحت لزاما على المصارف الجزائرية مواجهة تلك التحديات، لاتخاذ الخطوات الملائمة التي تساعدها على الانخراط في الاقتصاد العالمي، ومواجهة المنافسة التي تفرضها المصارف العالمية، وذلك من خلال إعادة صياغة إستراتيجياتها، وانتهاج سياسات أكثر تطورا وشمولا، بهدف ملاحقة الاتجاهات الإبداعية في العمل المصرفي الدولي، وتطوير جودة خدماتها ورفع كفاءة الأداء بها، مما يعزز قدراتها التنافسية على الساحتين الوطنية والدولية.

وسنتناول في هذا الفصل أهم التحديات التي تواجهها المصارف الجزائرية، وقد قسمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث حيث نتناول في المبحث الأول تشخيص واقع الخدمة المصرفية في الجزائر والوضعية الراهنة التي تعيشها وفي المبحث الثاني سنتطرق إلى أهم التحديات التي تواجهها المصارف الجزائرية ومن ورائها الخدمات المصرفية مركزين على خمسة نقاط نراها أساسية وهي أهم متطلبات اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي واتفاقية تحرير تجارة الخدمات والخدمات المالية والمصرفية وآثارها المرتقبة على المصارف الجزائرية، ومتطلبات تكييف المصارف الجزائرية مع مقررات لجنة بازل للرقابة المصرفية وأثر التطورات التكنولوجية على تغيير ملامح العمل المصرفي الدولي ومدى مواكبة المصارف الجزائرية لهذه التطورات، أخيرا انتشار ظاهرة غسل الأموال والسبل المتخذة لمكافحة دوليا ومحليا، وفي المبحث الثالث سنتطرق إلى آفاق تطوير وتحرير

الخدمات المصرفية في الجزائر وما هي السبل الكفيلة بتربيتها وتطويرها حتى تكتسب قدرة تنافسية في ظل الانفتاح الاقتصادي والتحرير المصرفي.

المبحث الأول: الخدمة المصرفية في الجزائر: تشخيص وتحليل الواقع

حتى يمكننا الوقوف على أهم الخطوات الواجب اتخاذها من أجل النهوض بالصناعة المصرفية الجزائرية، وجب علينا أولاً أن نشخص الحالة والواقع الذي تعيشه الخدمة المصرفية في الجزائر من أجل القيام بخطوات صحيحة تمكننا من تطوير وتحسين هذه الخدمات حتى تكتسب قدرات وميزة تنافسية تمكنها من الوقوف في وجه المنافسة الشرسة التي يفرضها انفتاح الاقتصاد الجزائري على العالم الخارجي ومن ثم دخول المصارف الأجنبية المعروفة بحسن وجودة خدماتها وقوتها التنافسية وحتى يمكننا التنبؤ بما ستؤول إليه الخدمة المصرفية في الجزائر.

أولاً: الهيمنة شبه المطلقة للمصارف العمومية على السوق المصرفية الجزائرية

يبلغ عدد المصارف العاملة بالجزائر والتي تشكل النظام المصرفي الجزائري في 02 جانفي 2012: 27 مؤسسة مصرفية ومالية منها 20 مصرفاً تجارياً و 07 مؤسسات مالية بين مصارف أعمال ومصارف متخصصة وشركات تأجير مالي، إضافة إلى 07 مكاتب للتمثيل، وإذا كانت المصارف العمومية تتمثل في ستة (06) مصارف كما أسلفنا، فإن بقية المصارف أغلبها ملكية أجنبية مطلقة باستثناء واحدة بملكية مختلطة جزائرية أجنبية.

وبالرغم من العدد الكبير للمصارف الخاصة والأجنبية فإن الأرقام والإحصائيات تشير إلى سيطرة شبه مطلقة للمصارف العمومية على القطاع المصرفي الجزائري، إذ تستحوذ هذه المصارف على 90 % من إجمالي الودائع سنة 2011 ويعود ذلك بالأساس إلى كثرة الفروع والوكالات التي تميز القطاع المصرفي العمومي عن القطاع الخاص بناءً على حداثة النشأة، حيث بلغ عدد الوكالات في بداية جانفي 2012 للمصارف العمومية 1083 وكالة عبر التراب الوطني أي ما يشكل نسبة 75.94 % من إجمالي هذه الوكالات على المستوى الوطني، مقابل 343 وكالة خاصة ونسبة 24.06 % في نفس السنة في مقابل 1077 و 290 وكالة لسنة 2010.¹

وقد استحوذ هذا القطاع في سنة 2011 على 89.1 % من إجمالي الموارد في السوق المصرفية الجزائرية مقابل 10.9 % للقطاع الخاص وقد كان مستحوذاً في سنة 2010 على 89.8 % من إجمالي الموارد في السوق المصرفية الجزائرية مقابل 10.2 % للقطاع الخاص.²

¹تقرير بنك الجزائر 2011.

²تقرير بنك الجزائر 2011.

كما منح القطاع العمومي 85.7 % من إجمالي القروض الممنوحة للاقتصاد مقابل 14.3 % للقطاع الخاص في سنة 2011 و86.8 % مقابل 13.2 % في سنة 2010.

و الجدير بالذكر إلى أن بقاء هيمنة المصارف العمومية على النشاط المصرفي لا يتيح الظروف المناسبة للمنافسة وهذا ما دفع بكل من البنك الدولي وصندوق النقد الدولي إلى التأكيد على ضرورة خصخصة المصارف العمومية، وبالفعل تم الشروع في طرح فكرة خصخصة أول مصرف عمومي وهو القرض الشعبي الجزائري CPA منذ سنة 2001 إلا أن العملية لم يكتب لها النجاح بسبب الوضعية المالية للمصرف وثقل محفظته بالقروض المتعثرة، من جهة ومن جهة أخرى بسبب محدودية نسبة ملكية الطرف الأجنبي التي حددت بـ 49 % فقط، وهذا ما اعتبر عائقا أمام الشركاء الأجانب.

ثانيا: ضعف تغطية وانتشار وتوزيع شبكة المصارف

رغم التطور الحاصل في السنوات الأخيرة في انتشار شبكة الفروع المصرفية عبر التراب الوطني إلا أن هناك سوء توزيع هذه الشبكة، ففي سنة 2011 بلغت الشبكة المصرفية 1426 شباك موزعة عبر التراب الوطني في مقابل 1367 في سنة 2010، كما أن الكثافة المصرفية ليست في المستوى على غرار المعايير العالمية التي تحدد لكل 10000 نسمة وكالة مصرفية، فنجد في الجزائر شباك مصرفي لأكثر من 25700 نسمة¹ في مقابل 26300 نسمة في 2010 وهذا الرقم بعيدا كل العد عن المعايير العالمية، كما نجد سوء توزيع للوكالات المصرفية بحيث تتمركز في مقرات الولايات وفي الولايات ذات الكثافة في النشاط الاقتصادي والتجاري وهي الولايات الشمالية من الوطن، إذ إن أغلب المصارف الخاصة ليس لها فروع أو وكالات في الجنوب الجزائري.

و في المقابل نجد أن مستوى العمل المصرفي فيما يتعلق بعدد الحسابات المصرفية والحسابات الجارية للزبائن المودعين تبلغ حوالي 2.6 حساب لكل شخص في سن العمل في سنة 2011 في مقابل 2.5 حساب في 2010. و قد تجاوز عدد الحسابات المصرفية المفتوحة بما فيه الحسابات الجارية البريدية 24.1 مليون حساب في نهاية عام 2011، منها 9.01 مليون حسابات مصرفية و15.1 مليون حساب CCP. وهكذا، فإن عدد حسابات الودائع تغطي 65.7% من مجموع السكان في عام 2011 مقابل 62% في عام 2010.

¹تقرير بنك الجزائر 2011.

ثالثا: انحصار المنافسة في السوق المصرفية الجزائرية بين المصارف العمومية

لقد أوضحت الأرقام السابقة أن المنافسة غير قائمة بين المصارف العمومية والمصارف الخاصة بسبب السيطرة شبه الكلية للأولى على السوق المصرفية الجزائرية، إلا أن هذه المنافسة بقيت قائمة بين المصارف العمومية نفسها، خاصة في ظل قانون النقد والقرض 90-10 الصادر في 14/04/1990 الذي فتح المجال أمام هذه المصارف لتمويل مختلف القطاعات الاقتصادية وممارسة كافة الأنشطة المصرفية طبقا لمبدأ الشمولية. كما يلاحظ أن هذه المنافسة تقتصر حاليًا على بعض المجالات فقط منها:

- المنافسة على كسب أكبر حصة من السوق بالاستحواذ على أكبر قدر من الموارد ومنح أكبر حجم من القروض، وتشتد المنافسة في هذا المجال خاصة بين المصارف الثلاثة: BNA و BEA و CNEP-Banque والاشترار في نظام السحب الآلي للنقود بالبطاقات ما بين المصارف CIB الذي تشرف عليه شركة SATIM وبدأ العمل به سنة 1995 حيث يضم هذا النظام المصارف العمومية الستة إضافة إلى مركز صكوك البريد CCP وبنك البركة الجزائري، أي أن أغلبية الأعضاء هم من المصارف العمومية.
- تقديم أكبر حجم من الخدمات المصرفية وتنويع المنتجات وإن كانت قليلة خاصة في مجال أنواع القروض، ويلاحظ أن التركيز يتم على قروض الاستغلال للمؤسسات وقروض الاستهلاك للأفراد.

كما أن السياسة التنموية المتبعة في الجزائر والمرتكزة على تخصيص الموارد بطريقة مخططة لتشمل مختلف أوجه النشاط الاقتصادي لتحقيق التنمية الشاملة، أدت إلى خلق نوع من التخصص في النشاط المصرفي وسيطرة الإدارة الروتينية على عمل المصارف، وانعكس ذلك على تجزئة النشاط المصرفي وما ترتب عنه من كبت العمل بالآلية أساسية تعتبر بمثابة محرك النشاط المصرفي بشكل عام ألا وهي المنافسة في السوق المصرفية وكذا تقليل الحوافز أمام تلك المؤسسات لتنويع محافظها المالية وتسيير المخاطر المترتبة عنها.

رابعا: ضعف القواعد الرأسمالية للمصارف العمومية الجزائرية

تتسم وحدات الجهاز المصرفي بصغر حجم رأس مالها فأول مصرف عمومي جزائري من حيث رأس المال وهو القرض الشعبي الجزائري لا يتعدى رأس ماله 48000 مليون دينار أي 640 مليون دولار أمريكي¹. ويأتي في المرتبة الثانية البنك الوطني الجزائري برأس مال قدره 41600 مليون دينار أي 554.6 مليون دولار ثم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بمبلغ 33000 مليون دينار أي

¹ تم حساب هذا المبلغ 640 مليون دولار بقسمة 48 مليار دينار على 75 دينار، على أساس سعر الصرف 1 دولار يساوي 75 دينار وجرى الأمر كله في حساب رأس مال البنوك الأخرى بنفس الطريقة.

440 مليون دولار ثم بنك الجزائر الخارجي برأس مال قدره 24500 مليون دينار أي 326.6 مليون دولار ثم بنك التنمية المحلية بمبلغ 15800 مليون دينار أي 210.6 مليون دولار وأخيرا الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بمبلغ 14000 مليون دينار أي 186.6 مليون دولار ورغم قرار السلطات الجزائرية برفع رأس مال المصارف العاملة في السوق المصرفي الجزائري بموجب النظام 04-01 الصادر عن بنك الجزائر والقاضي برفع رأس مال المصارف إلى 2.5 مليار دينار بالنسبة للمصارف و500 مليون دينار بالنسبة للمؤسسات المالية، غير أن الوضع لم يكن له تأثير يذكر على حجم رأس المال بالنسبة للمصارف العمومية، وتبقى بعيدة عن المعايير الدولية، بل بعيدة كل البعد عن حجم رأس المال بالنسبة للمصارف في المنطقة المغاربية والعربية.

إن ضعف حجم رأس مال المصارف الجزائرية يحرمها من توسيع خدماتها ومنتجاتها، والقدرة على خلق الائتمان الطويل الأجل والكبير الحجم، ومن هنا تأتي ضرورة تشجيع عمليات الدمج التي ستمكن المصارف من الاستفادة من وفورات الحجم المتأتية عن ذلك، كما سيتم بحثه لاحقا في الرابع من البحث.

خامسا: سوء ومحدودية الخدمة المقدمة

إن الخدمات المصرفية الخاصة بالشيك أو الصندوق أو الحساب أو الخزينة أو الإعلام أو الدفع بواسطة الصكوك أو النقل إلى الحساب تشكو عجزا. وتعتبر آجال معالجة الصكوك ونقل الأموال بين المصارف جد مفرطة. كما تجدر الإشارة إلى أن أنظمة المدفوعات تعاني من ضعف كبير في تسوية المعاملات بين المصارف، واستخدام المقاصة اليدوية والبطء في تحصيل الشيكات والتحويلات المالية حيث تقدر المدة المتوسطة لتحصيل الشيك بين المصارف بأكثر من 21 يوما في المتوسط وتصل أحيانا مدة ثلاثة أشهر، مما شجع المتعاملين الاقتصاديين بالتعامل خارج الجهاز المصرفي بحيث قدر حجم المعاملات التي تتم نقدا بـ 80%، كذلك ضعف الربط الشبكي بين فروع المصرف الواحد وفيما بين المصارف، ورغم إحساس السلطات المعنية بأهمية هذا الجانب، إلا انه يلاحظ تعثر مشروع الربط الشبكي بين المصارف منذ إعلان انطلاق مشروع "ريس Ris" سنة 2001 ويجري الحديث حاليا بان يتم تطبيق المقاصة الإلكترونية بين المصارف والانتهاه من عملية الربط الشبكي بين مختلف المصارف والهيئات المالية الأخرى، وتألية نظام الدفع وتعميم استخدام النقد الآلي.

إضافة إلى ذلك فإن معظم المصارف تقدم خدمات مصرفية تقليدية لا تستجيب حتى لأبسط التطور الحاصل في المجتمع، ففي الوقت الذي تقوم فيه المصارف الدولية بتقديم أكثر من 360 خدمة لربائنها، فإن المصارف الجزائرية لا تصل حتى إلى مستوى خدمات باقي الدول النامية والمقدرة بـ 40 خدمة مما يقلل من قدرتها التنافسية وتنمية رأس مالها.

سادسا: ضعف كفاءة أداء العنصر البشري

إضافة إلى ضعف كفاءة أداء العنصر البشري في المصارف الجزائرية، نلاحظ أيضا عدم قدرته على استخدام الأساليب والأدوات المتطورة مما أثر على طريقة تسيير المصارف، في ظل عدم وجود برامج جادة للتدريب والتطوير، ويتجلى ذلك في تخصيص عدد هام من المستخدمين لوظائف الدعم، أي الوسائل العامة والمحاسبة والأمانة على حساب الوظائف العملياتية التي ترتبط مباشرة بالنشاط المصرفي المحض، والمتمثلة في العلاقة مع الزبائن وتسيير وسائل الدفع، مع غياب بعض الوظائف الإستراتيجية الأساسية التي تمكن المصرف من التأقلم مع مستجدات المحيط، كدراسة السوق ورقابة التسيير، أضف إلى ذلك أن عدد كبير من العمال لم يتلق تكوينا تقنيا معمقا بل مجرد تكوين ميداني لا يكفي عادة لممارسة المسؤوليات المسندة إليهم، مما عرض المصارف إلى انتقادات لاذعة بسبب الضيق والوقاحة في الاستقبال الذي لا يليق بمكانة المصرف باعتباره مستشارا ووسيلة في مجال منتجات الادخار وتوظيف الأموال.

وعلى الرغم من الجهود التي بذلتها إدارات المصارف في السنوات الأخيرة لتطوير الخدمة المصرفية، إلا أن هذه الجهود سوف تظل محدودة النتائج ما لم يتواكب معها تطوير لإمكانيات العاملين وقدراتهم اللازمة لاستيعاب التطورات المتلاحقة في مجال الخدمات المصرفية بما يضمن رفع مستوى تقديم الخدمة المصرفية وتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية في المصارف الجزائرية. ويشير واقع الموارد البشرية في المصارف العمومية الجزائرية، أنها مازالت لم ترتقي إلى المستوى المطلوب، إذ أن نسبة العاملين بالمصارف العمومية الذين يحملون مؤهل جامعي في حدود 34 %¹ من مجموع العاملين، وهي نسبة متواضعة، دون الأخذ في الاعتبار أن نسبة الجامعيين هذه تحتاج هي الأخرى إلى تأهيل وإعادة تكوين لتكون في مستوى متطلبات العمل المصرفي المرغوب. وتشير بعض الإحصاءات أن نسبة إنفاق هذه المصارف على التكوين لا تتعدى 05% من الكتلة الأجرية، في حين نجد النسب المعيارية العالمية في حدود 15%².

ويمكن القول أن مستوى التأهيل البشري بالمصارف العمومية الجزائرية ما يزال ضعيفا مقارنة بالمصارف العالمية، وعليه فإن التحدي لا يزال قائما أمامها - المصارف العمومية - الأمر الذي يجب تداركه إذا أرادت تعزيز قدراتها التنافسية وضمان بقائها في السوق، في ظروف المنافسة القادمة من المصارف الأجنبية.

¹ المرجع السابق لـ بريس عبد القادر، ص: 298

² المرجع السابق لـ بريس عبد القادر، ص 298..

سابعا: ضعف تنافسية الخدمة نتيجة غياب التسويق المصرفي

إن التسويق المصرفي يمثل ثقافة راقية في التعامل المصرفي بحيث يهدف إلى كسب رضا الزبون ويتطلع إلى ربح ولائه الدائم، وإن هذا الهدف ليس مبتغى سهلا وتحقيقه يكون مرتبطا بمدى تشبع القائمين على تسيير النظام المصرفي في أي بلد بالمفاهيم التسويقية، وقد نجحت الكثير من الدول في تطوير منظماتها المصرفية باستعمال التقنيات التسويقية وما تتيحه من فرص لخلق مبادرات جديدة تمكن من الحصول على سبق وحصص السوق الكبيرة، إن التسويق بصفة عامة يمثل ثقافة في الأداء ولا يتأتى إلا بتشبع العاملين والمسيرين والمخططين والسياسيين بجدواه.

إن الهوة كبيرة بين الفكر التسويقي المصرفي وما هو موجود في الواقع المصرفي الجزائرية، ونعتقد في رأينا أن الإمكانيات المادية والبشرية الموجودة في الوقت الحالي في هذه المصارف بعيدة كل البعد على تحقيق قفزة نوعية في تحسين الأداء التسويقي للمصارف الجزائرية، ونعتقد أن المشكلة ليست في تبني إستراتيجية أو خطة تسويقية معينة لتحقيق الهدف التسويقي في المصارف الجزائرية لأن الإشكالية تكمن في طريقة التفكير والأداء والثقافة التسييرية وليست في الموارد، وبالتالي فإن الحلول الأكثر أهمية في حالة المصارف الجزائر يكمن في فتح مجال التحالفات والشراكات الإستراتيجية مع المصارف العالمية أو الجهوية التي شهدت تطورا يسمح لها بان تنافس في السواق العالمية بسهولة كبيرة.

إن العمل المصرفي في الجزائر بعيد كثيرا على التطور العالمي من حيث قدراته التقليدية في التمويل وتسيير العمليات المصرفية، وإن إصلاحه يتطلب قبل كل شيء تصفية ترسبات الممارسات السابقة التي في أغلبها لا تمت بصلة إلى التعامل الاقتصادي القائم على التجارة والتعامل الحر والنزيه، وهذا العمل يحتاج إلى إرادة سياسية قبل أن يكون عملا اقتصاديا بحثا، ثم أن الخطوة الثانية تكمن في جعل المصارف الجزائرية واقصد هنا العمومية تحتك بالأداء العالمي وذلك بتوفير مناخ لتحالفات إستراتيجية مع مصارف عالمية تتمتع بقدرة كبيرة في المنافسة والتسيير حتى تتمكن المصارف الجزائرية من كسب قدرات أداء متطورة، وإن هذا العمل يمثل السبيل السهل والسريع الذي في اعتقادي يكسب المصارف الجزائرية الثقافة التسويقية، لأن الكثير من المؤسسات المالية العربية والآسيوية وحتى الإفريقية انتهجت هذا السبيل في التعلم لأن التحالفات لا تعني فقط كسب التكنولوجيا وحصص السوق ولكن تمثل أحسن طريقة للتعلم من يعاني من التخلف.

و خلاصة القول إن تطبيق التسويق في المصارف الجزائرية مازال لم يرتقي إلى المستوى المطلوب، وينظر إليه نظرة ثانوية وهامشية، وأن معظم المصارف الجزائرية لم تولي أهمية إلى

الوظيفة التسويقية ضمن الوظائف الرئيسية للمصرف، ونجد أن الوظيفة التسويقية بها غير محددة بشكل واضح في هيكلها التنظيمي.

ثامنا: غياب الصيرفة الإلكترونية في الجزائر:

منذ بضع سنوات كثر الحديث في الجزائر عن عصرنة القطاع المالي والمصرفي. والعصرنة، وإن كانت لا تمثل إلا جزءا من إصلاح شامل لهذا القطاع الحساس، الذي يمكن وصفه بعجلة الاقتصاد، إلا أنها تعتبر أبرز جوانبه وأكثرها حيوية، خاصة ونحن مقبلون على اندماج فعلي في الحركة الاقتصادية الدولية.

ومن ناحية أخرى ينصرف مدلول العصرنة إلى إدخال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في النشاط المالي والمصرفي، مع ما يتطلب ذلك من عصرنة كل من أنظمة الدفع والسحب، الائتمان، التحويلات المالية، الخدمات المصرفية (مثل كشوف الحسابات)، التنظيم الداخلي للمصرف.

ونحن هنا سنركز على ما يتعلق بجانب الصيرفة الإلكترونية (E-banking)، وذلك من خلال نظرة كلية، متعرضين بإيجاز إلى القاعدة التي تقتضيها إقامة مثل هذا النوع من الصيرفة، وأبرز التحديات التي تواجهها في الميدان. ويتطلب تحقيق أي مشروع الصيرفة الإلكترونية توفر ثلاثة مقومات:

- تحديد الهدف بوضوح ودقة، وتحديد آجال مضبوطة للإنجاز.
- تخصيص الموارد (المالية والبشرية) اللازمة.
- توفر بيئة (قانونية، صناعية، سياسية،...) ملائمة، ليس فقط مساعدة، ولكنها محفزة.

فإذا نظرنا إلى المشروع من منظور جزئي، أي من منظور مصرف واحد، بل وحتى من منظور المصارف مجتمعة، لوجدنا أنه يستحيل إقامة مثل هذا المشروع. فالوضع الراهن للمصارف الجزائرية، بما فيها العمومية، والتي ما تزال تهيمن على نحو 90% من السوق (ودائع وقروض)، لا تحسد عليه، ولا يسمح لها بتخصيص موازنات بقدر ما يحتاج إليه مثل هذا المشروع. فالمصارف العمومية ما تزال تبحث الآن عن استقلالية فعلية لتدبير شؤونها، بل وتسيير سيولتها التي أضحت تشكل بالنسبة إليها مشكلة حقيقية، كما أن المصارف الخاصة، على ضعفها، ما تزال تفتقد في عمومها إلى إستراتيجية نمو، إذ أنها ما انفكت بعد عن توجيه مواردها نحو أنشطة أكثر ضمانا وأسرع ربحا، حتى أن استخداماتها تكاد تكون منحصرة على تمويل التجارة الخارجية.

ولذلك فإننا نرى أن من الضروري أن يؤخذ هذا المشروع التجديدي الهام كمشروع وطني، تكون فيه الدولة طرفاً أساسياً وحاسماً. ويتمثل دور الدولة هنا في جانبين:

- المساهمة في إرساء قاعدة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وذلك في إطار مخطط الإنعاش الاقتصادي.
- المساهمة في مجال البحث والتطوير، وذلك في إطار المخطط الوطني للبحث والتطوير.

تاسعا: نقاط ضعف أخرى

وعلى العموم يلاحظ أن نقاط الضعف السابقة ليست الوحيدة التي تسيطر على الخدمات المصرفية بل هناك العديد من النقاط السلبية والتي يمكن حصرها في الآتي:

1- ثقل الإجراءات البيروقراطية والتعقيدات في المعاملات المصرفية

حيث تتجاوز فترة دراسة ملف طلب قرض السنة في معظم الأحيان، كما أن تحصيل شيك من الجنوب إلى الشمال يستغرق أكثر من شهر في المصارف العمومية خاصة¹، فهي لا تستغرق أسبوعاً في مصرف أجنبي بالجزائر وهو سوسيتي جنرال Société Générale.

وقد قدرت مدة الرد على طلبات القروض من تاريخ إعداد الوثائق إلى الحصول على الرد بحوالي أربعة أشهر في المتوسط للحصول على رد قرض الاستغلال وستة أشهر تقريبا لقرض الاستثمار، كما أن الأمر يختلف فيما إذا تعلق بمؤسسة عمومية أو خاصة بدون أي مبرر يذكر لهذا التمييز والبطء، هذا ما أدى في معظم الأحيان إلى اضطرابات في مراحل المشروع مما يتسبب في أوضاع متشابكة ومعقدة.

2- نقص الوسائل المادية وضعف استخدام التكنولوجيا الحديثة

وذلك مقارنة بالاحتياجات الفعلية مما يحول دون التكفل بالسليم بالعمليات المصرفية ومحدودية نظام الإعلام الآلي غير المتكيف والقليل الفعالية مع الأوضاع الاقتصادية الراهنة. كما أن المصارف وبالخصوص العمومية منها لا تزال تستخدم الوسائل التقليدية في الحساب وغيره من العمليات المصرفية الأخرى، فانتشار الإعلام الآلي واستخدام بعض البرامج المحاسبية لا تكفي لوحدها لتحديث الجهاز المصرفي الذي خطى خطوات سريعة عند دول الجوار، فاستخدام الشبائيك الآلية والتزود بالبطاقات الإلكترونية لسحب الأموال وربط المصارف المختلفة بشبكة معلوماتية تسمح للجمهور

¹ ملكة زغيب وحياء النجار، النظام البنكي الجزائري: تشخيص الواقع وتحديات المستقبل، مداخلة مقدمة في ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - الواقع والتحديات يومي 14 و15 ديسمبر 2004 - جامعة الشلف - ص 401

وبالخصوص رجال الأعمال بتحويل أموالهم واستخدام الأنواع المختلفة من الشيكات وهذا ما يسمح بتنويع الخدمات المصرفية وسرعة إنجازها ومن ثم تنويع النواتج المالية التي تتميز بها المصارف الحديثة.

3- التركيز على التمويل قصير الأجل

يلاحظ على المصارف العمومية تركيزها على التمويل قصير الأجل بالرغم من أن قانون النقد والقروض 03-11 الصادر في 26/08/2003 فتح لها مجال الشمولية لتقديم القروض لمختلف الآجال، كما أن هذا التمويل يتوجه أساساً إلى التجارة الخارجية رغم أن القانون السابق فتح لها مجال الشمولية أيضاً لتمويل مختلف القطاعات.

ولقد أدت هذه الوضعية إلى تهديد الاستثمار المنتج بالجزائر بصورة حقيقية على حساب إنتاج مستورد ذي قيمة مضافة متواضعة بالنسبة للاقتصاد، وهو ما سبب صعوبات كبيرة بالنسبة للمستثمرين، بدليل أن ثلثي القروض الممنوحة في السوق المصرفية الجزائرية - والمصارف العمومية تستحوذ على معظمها - موجه أساساً للاستيراد بدل الاستثمار، ومن مجموع 3724.7 مليار دينار قدمت على شكل قروض للاقتصاد فإن نسبة 60 % إلى 70 % منها موجهة لعمليات التجارة الخارجية، في حين تضاعفت قيمة الواردات ما بين 2010 و 2011 بنسبة تتجاوز 50 %.

4- التعامل مع المخاطر بطريقة تقليدية

مما يصعب عليها التصدي لأزمات مالية مفاجئة. كل ذلك أسفر عن فشل المصارف في قدرتها على جلب المدخرات وتحسين نوعية الخدمات التي تقدمها . لقد تمكنت السلطات العمومية الجزائرية خلال الإصلاحات السابقة من قطع شوط كبير في إعادة هيكلة الأطر المؤسسية والقانونية للنظام المصرفي، وعلى الرغم من ذلك، فلا يزال هذا النظام يواجه تحديات كبيرة تولدت عن الأوضاع المتغيرة باستمرار والناجمة أساساً عن العولمة وتحرير الأسواق الدولية.

5- القروض المتعثرة

نتيجة للسياسات الإقراضية التوسعية التي انتهجتها الجزائر بغض النظر عن قواعد الفعالية الاقتصادية المرادوية المالية التي تحكم النشاط في مجال منح الائتمان على وجه الخصوص وبفعل التسيير الإداري للمصارف تفاقمت الوضعية المالية للمصارف الجزائرية نتيجة نمو القروض المتعثرة حيث وصلت إلى أكثر من 50%¹ من إجمالي القروض الممنوحة من طرف المصارف

¹ بوعتروس عبد الحق، الإصلاح المصرفي في الجزائر الإنجازات والتحديات بحث مقدم في الملتقى الوطني الأول "النظام المصرفي الجزائري واقع وأفاق" المنظم بجامعة قالة يومي 05-06 نوفمبر 2001 ص 2001.

العمومية حيث تجاوزت حاليا سقف 600 مليار دينار، فيما بلغ المكشوف المصرفي للمؤسسات العمومية 120 مليار دينار. والملاحظ أن نسبة 60 % من الديون المتعثرة حاليا من القطاع الخاص وهو ما يطرح إشكالا جديدا لدى المصارف،، في وقت طرح بنك الجزائر أيضا ظاهرتي تمركز الديون؛ حيث يتواجد أحيانا عدد قليل من المتعاملين يمتلكون نسبة ما بين 50 و 60 بالمائة من إجمالي الديون المسجلة، وهو ما يطرح إشكالا حقيقيا لدى المصرف في مجال استعادة حقوقه لضخامة المبالغ المالية المتعثرة. ورغم استفاضة المصارف من سيولة معتبرة بلغت مع منتصف 2010 حوالي 1100 مليار دينار جزائري¹ أي ما يعادل 14.5 مليار دولار² حسب تصريح محافظ بنك الجزائر، إلا أن المصارف انتهجت منذ مدة خطوات حذرة في مجال الإقراض بالنظر إلى حساسية الملفات. وقد كشف مصدر مالي أنه يرتقب طرح قضية تجريم مسؤولي المصارف بالنظر لقضايا تسيير القروض السنة المقبلة، بعد أن توالى مطالب المدراء العامين للمصارف العمومية وجمعية المصارف والمؤسسات المالية حول هذا الموضوع، حيث ارتفع عدد مسؤولي المصارف الذين تم تقديمهم للعدالة بفعل تسيير ملفات القروض وإن لم يثبت مباشرة ارتكابهم لأخطاء في هذا المجال، بل تعاملوا بصورة عادية مع ملفات تضمنت الضمانات الضرورية وتوجه الأمور إلى التخفيف من الضغوط على مسؤولي المصارف في هذا المجال.

6- ضعف الادخار

مما يؤثر سلبا على تنمية موارد المصارف التجارية بسبب انخفاض معدلات الفائدة وتوفر الاستثمارات المربحة في السوق السوداء، بالإضافة إلى التهرب الضريبي والاستفادة من تكاليف الفرصة البديلة في الدوائر غير الرسمية أكثر من 1400 مليار دينار خارج الدائرة الرسمية للتداول.

7- تسجيل جزء كبير من السيولة النقدية غير الموظفة

وهو ما يعتبر خسارة حقيقية للاقتصاد الجزائري بالنظر إلى اتساع مجالات الاستثمار وتفشي ظاهرة البطالة، فقد ارتفعت السيولة المصرفية المخزنة وغير الموظفة على مستوى المصارف الجزائرية إلى غاية جوان 2010، إلى 1100 مليار دينار جزائري³ في غياب مشاريع ناضجة لاستغلالها. هذا وقد فاق مستوى المداخيل الحالي سقف الأموال المنفقة من طرف الدولة، ما يمكن أن يتسبب في ارتفاع نسبة التضخم. وحسب مصادر مصرفية جزائرية بأن فائض السيولة الموجود على مستوى المصارف يعكس عجز الاقتصاد الوطني عن امتصاصه، في انتظار انتعاش جديد مبني على القطاع الخاص الداخلي.

¹ www.elmoudjahid.com/ar/actualités/458, date d'accès 31/10/2010

² تم احتساب هذا المبلغ عن طريق قسمة مبلغ 1100 مليار دينار على 75 دينار حيث 1 دولار أمريكي يساوي 75 دج.

³ www.elmoudjahid.com/ar/actualités/458, date d'accès 31/10/2010

8- عدم تخصيص الموارد المالية بناء على معيار الجدارة الائتمانية والتركيز على منح أغلب القروض للمؤسسات الاقتصادية العمومية

بحيث نلاحظ أن تعامل المصارف العمومية في معظمه يستحوذ ويتركز على منح قروض للمؤسسات الاقتصادية العمومية، إذ تقرص بنسبة 100% القطاع الاقتصادي العمومي وبما أن معظم هذه المؤسسات يعاني من عجز مالي فقد أفرز هذا التعامل وضعية مثقلة بالديون، والتي بلغت بالنسبة للنظام المصرفي الجزائري عموما حوالي 3724.7 مليار دينار منها 1742.3 مليار دينار للمصارف العمومية كديون على المؤسسات العمومية بنسبة 46.55 %، في حين بلغت القروض التي منحتها المصارف العمومية للقطاع الخاص 1451.7 مليار دينار أي 39 % في مقابل مبلغ 530.7 مليار دينار إجمالي القروض الممنوحة من المصارف الخاصة بنسبة 14.18 %.

كما يلاحظ أن أزمة الاستدانة وعملية الإصلاح عن طريق تحرير النظام المصرفي يؤديان إلى إعادة النظر في هذين العنصرين السالفين الذكر المتعلقين المردودية المصرفية، ويقلص التنظيم الاحترازي من قدرات المصارف على توزيع القروض، إن التحرير المقيد لأسعار الفائدة المدينة والدائنة لا يسمح بالتحديد الدقيق لهوامش الربح. وتزيد هذه مصاعب المؤسسات العمومية باعتبارها الزبون الوحيد من إضعاف نسبة المردودية، وتبين حاليا أن المصارف غائبة عن كل نشاط خارج القرض.

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية في الجزائر وتحديات العولمة المالية

لقد أثرت ظاهرة العولمة على مختلف الأنشطة الاقتصادية، وكذا على العلاقات الاقتصادية الدولية لاسيما أمام الأنشطة المصرفية والمالية، والتي تمثلت أهم ملامحها، في الاتجاه المتزايد نحو التحرر من القيود، وإزالة المعوقات التشريعية والتنظيمية التي كانت تحول دون تحرير الخدمات المصرفية وتوسعها.

وسنتناول في هذا المبحث أهم التحديات التي تواجهها المصارف الجزائرية، في ظل التطورات العالمية لاسيما متطلبات اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي لما له من اثر مباشر على الجهاز المصرفي باعتباره ممولا للاقتصاد، واتفاقية تحرير تجارة الخدمات والخدمات المالية والمصرفية وآثارها المرتقبة على المصارف الجزائرية، ومتطلبات تكييف المصارف الجزائرية مع مقررات لجنة بازل للرقابة المصرفية لنبرز من خلاله مدى استيفاء المصارف الجزائرية للمعايير المصرفية الدولية التي حددتها لجنة بازل، وكذا أثر التطورات التكنولوجية على تغيير ملامح العمل

المصرفي الدولي ومدى مواكبة المصارف الجزائرية لهذه التطورات، وفي الأخير انتشار ظاهرة غسيل الأموال والسبل المتخذة لمكافحتها دوليا ومحليا.

أولاً: تحدي اندماج الاقتصاد الجزائري مع متطلبات العولمة

حتى يندمج الاقتصاد الجزائري مع متطلبات الألفية الثالثة بطريقة سلسة يتحتم عليه توفير مجموعة من الشروط يمكن ذكر بعضها فيما يلي:

- تنويع الاقتصاد،
- تأهيل المؤسسات الاقتصادية وفق المقاربات الدولية،
- حوكمة الإدارة،
- صناعة المعرفة،
- التحكم في الصناعة الرقمية "التكنولوجيا المتطورة".

ثانياً: الآثار المتوقعة لتحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على النظام المصرفي الجزائري

تعتمد معرفة أثر تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على النظام المصرفي الجزائري على عدد من المحددات أهمها¹:

- العمالة الماهرة والمؤهلة.
- توافر التكنولوجيا المصرفية التي تساعد على أداء الخدمة بفعالية.
- القدرة الإدارية المصرفية.
- البنية المصرفية الداخلية والقوانين والتشريعات المنظمة لها.
- حجم السوق المحلي.
- مركز المصارف المحلية بين المصارف العالمية في ضوء المعايير الدولية المتعارف عليها.

و في ضوء ذلك يمكن القول أن اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية ستترك آثاراً بارزة على النظام المصرفي الجزائري، بل تعتبر إحدى التحديات التي يواجهها، الأمر الذي يستوجب مواجهة هذه التحديات من خلال تعظيم المكاسب التي تتيحها الاتفاقية والتقليل من الانعكاسات السلبية وتداعياتها على نظامنا المصرفي. و يتوقع من خلال انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة حدوث بعض الآثار على النظام المصرفي منها ما هو ايجابي ومنها ما هو سلبي:

¹ بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية جامعة الجزائر 2005-2006، ص:111.

4-1- الآثار الإيجابية

انطلاقاً من واقع وطبيعة هيكل النظام المصرفي الجزائري تختلف التوقعات حول انعكاسات اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية على الجهاز المصرفي الجزائري في جوانبها الإيجابية من خلال النقاط التالية:

- أن تفتح المجال للمنافسة بين المصارف الوطنية والمصارف الأجنبية يؤدي إلى تحفيز المصارف الوطنية على تطوير خدماتها للمحافظة على حصتها في السوق.
- سوف يرتبط دخول المؤسسات المالية الأجنبية إلى الأسواق المحلية بنقل التكنولوجيا المصرفية بما يؤدي إلى تطوير الأساليب والممارسات المصرفية ويتواءم مع أحدث التقنيات الحديثة على الصعيد العالمي.
- أن المنافسة تدفع بالمصارف الوطنية إلى تحسين نظم الإدارة وزيادة كفاءة تقديم الخدمات المصرفية.
- يؤدي تحرير الخدمات المالية والمصرفية إلى تحسين المناخ الذي تعمل فيه المصارف الجزائرية، وتطوير النظم الإشرافية والرقابية وتحقيق متطلبات كفاية رأس المال ودعم الأساليب الرقابية في ضوء الاحتكاك والتواجد الأجنبي، وهو أمر من شأنه زيادة قدرة المصارف الوطنية على مواجهة العولمة المالية.
- يمكن أن يؤدي تحرير التجارة في الخدمات المصرفية إلى جعل هذا القطاع أكثر كفاءة وتنافسية.
- يؤدي إلى إتاحة الفرصة أمام المصارف الجزائرية للتعرف على أفضل الأساليب الإدارية والمحاسبية وذلك من خلال الخبرة التي تتمتع بها العمالة المصرفية الأجنبية بما يساعد على إعداد كوادر وطنية على مستوى عال من الكفاءة المصرفية.
- سوف يسمح اتفاق تحرير الخدمات المالية والمصرفية بتوسيع السوق المالي والمصرفي ويدفع المصارف الجزائرية للقيام بالأعمال الصيرفة الشاملة وتقديم الخدمات المالية والاستثمارية، بالإضافة إلى ما سوف تحمله تيارات التحرير والانفتاح على العالم الخارجي من أنواع الابتكارات المالية التي لم تكن موجودة على الساحة المحلية.
- إن تحرير الخدمات المصرفية يؤدي إلى التحكم أكثر في التكاليف وتخفيضها وتحسين مستوى جودة الخدمات المصرفية وتطويرها باستمرار.
- كما أن تحرير الخدمات المصرفية يؤدي إلى رفع مستوى إدارة المخاطر بالمصارف الجزائرية واختيار أفضل وأنجع الوسائل وانسبها لعلاج الأزمات المصرفية والمالية.

- يمكن المصارف الجزائرية من التواجد في الدول التي تقيم بها الجالية، والاستفادة من ادخاراتها من خلال زيادة التحويلات المالية للجالية الجزائرية المقيمة بالخارج، خاصة المقيمة بفرنسا والتي يبلغ عددها خمسة ملايين مقيم.

4-2- الآثار السلبية

سيترك توقيع الجزائر على اتفاقية تحرير الخدمات المالية والمصرفية آثار سلبية وبخاصة على المدى القصير على الجهاز المصرفي الجزائري وذلك نظرا لواقع هذا الأخير بهيكلة الحالي، وطبيعة الخدمات التي يقدمها وتتمثل في ما يلي:

- أن تحرير الخدمات المالية والمصرفية قد يؤدي إلى إضعاف سلطات البنك المركزي الجزائري في توجيه السياسة النقدية وضبط النشاط المصرفي.
- أن المصارف الأجنبية التي تتواجد في السوق المصرفية الجزائرية تخدم فقط القطاعات المربحة، وخاصة قطاع التجارة الخارجية، الأمر الذي لا يخدم التنمية الاقتصادية بمختلف أبعادها.
- يؤدي فتح السوق المصرفية الجزائرية إلى تضخم البنية المصرفية وسوء توزيعها الجغرافي.
- أن المنافسة بين المصارف الوطنية والأجنبية ستكون في صالح المصارف الأجنبية نظرا لما تتمتع به هذه الأخيرة من خبرة فنية وعمالة مؤهلة وتنوع خدماتها بالإضافة إلى توظيفها إلى التكنولوجيا المصرفية.
- إن الواقع يشير إلى أن المصارف الجزائرية غير مهيأة لمواجهة المنافسة نظرا لضآلة رؤوس أموالها ومحدودية وصغر أحجامها وتواضع خدماتها بالمقارنة مع المصارف الخاصة والأجنبية المنافسة.
- أن تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية بما يمكنه من إتاحة الفرصة للمصارف الأجنبية من تقديم خدماتها المتطورة في السوق المحلية يؤدي إلى خسائر تنشأ من تأثير سياسات المصارف الأجنبية على السياسة الاقتصادية العامة للبلاد.

ثالثا: معايير لجنة بازل الدولية للرقابة المصرفية ومدى استيفاء المصارف الجزائرية لها

مع تزايد العولمة أصبح العمل المصرفي يتعرض للمخاطر المصرفية سواء أن كانت عوامل خارجية أو داخلية وأصبح لزاماً على المصارف أن تحتاط للمخاطر بعدة وسائل من أهمها تدعيم راس المال والاحتياطيان وقد اتخذ معيار كفاية رأس المال أهمية متزايدة منذ أن أقرته لجنة بازل 1988م، وأصبح لزاماً على المصارف الالتزام به كمعيار عالمي، ومن ثم تأثرت المصارف العاملة بهذا

المعيار حيث أصبح عليها الالتزام بان تصل نسبة رأس مالها إلى مجموع أصولها الخطرة بعد ترجيحها بأوزان المخاطر الائتمانية إلى 8 % كحد أدنى مع نهاية عام 1992. و للإشارة فإنّ اللجنة ترى أنه يتعيّن على البنوك المستخدمة لنماذج داخلية أن يكون لديها نظام متكامل لقياس المخاطرة يعبر عن كلّ مخاطرها السوقية، وبالتالي يجب قياس المخاطرة باستخدام منهج واحد، أي باستخدام النماذج الداخلية، أو باستخدام النموذج الموحد الصادر عن اللجنة¹.

وقد تم إجراء تعديلات فيما يتعلق بتلك المقررات فيما يعرف بمقررات بازل II وبازل III، ومن أهم ما جاء في المقترحات الجديدة التي اعتمدها لجنة بازل II ما يلي:

- إمكانية حصول المصارف والشركات العاملة في الأسواق الصاعدة على تقييمات أعلى من التقييمات السيادية التي تحصل عليها الدول نفسها التي تعمل بها تلك المصارف والشركات.
- إمكانية رفع الأوزان الترجيحية لمخاطر القروض المنخفضة الجودة من 100% إلى 150%.
- ضرورة تدعيم رؤوس أموال المصارف في حالة تقديمها لقروض مسندة (مورقة)، إلا إذا تم تجنب تلك المخاطر بنقلها إلى خارج عمليات المصرف.
- إمكانية تخفيض أوزان المخاطر المتعلقة بالقروض طبقاً لما يتمتع به من ضمانات وكفالات، وهي من ضمن النقاط الهامة التي أثير حولها العديد من المناقشات حول مدى جدوى الضمانة وكذا تعريفها القانوني والفني.
- إدراج أنواع جديدة من المخاطر وذلك لأول مرة ضمن متطلبات رأس المال مثل مخاطر التشغيل، والخسائر الناتجة عن أخطاء العاملين، وعدم كفاءة الأنظمة، فضلاً عن الخسائر الناتجة عن أحداث غير متوقعة ومن المقدر أن تستحوذ تلك المخاطر على نحو 20% من متطلبات رأس المال.
- إن عملية الإقراض من قبل المصرف لن تتوقف فقط على تقييمات المقترض، بل تتسع لتشمل تقديم المصرف للمقترض I بوجه خاص وللقطاع الذي يعمل فيه بوجه عام.
- تزايد أهمية دور وكالات التقييم من خلال الأنظمة سواء في عملية تقييم الزبائن أو في تقييم المصارف ذاتها.

¹ المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص 103

- إمكانية تمتع المصارف الكبيرة ذات الأنظمة المتطورة لإدارة المخاطر - والتي تحظى بالتالي بأوزان مخاطر منخفضة - بمتطلبات رأس مال أقل من تلك المطالبة بها المصارف الأقل حجماً.
- إمكانية قيام السلطات الرقابية المحلية بإلزام أجهزتها المصرفية (أو بعض المصارف) بمعدلات لكفاية رأس المال أعلى من الحد الأدنى المطلوب عالمياً، إذا رأت ضرورة لذلك.
- ضرورة قيام المصارف بالإفصاح والشفافية عن المزيد من المعلومات المتعلقة باستراتيجيات المخاطر ومتطلبات رأس المال وذلك لمجابهة ضغوط السوق وكذا للسعي لتدبير متطلبات العملية الإقراضية.
- ضرورة التعاون والتنسيق بين لجنة بازل والجهات الرقابية المحلية بما يكفل لتلك الجهات حسن أداء وظائفها.

كما تجدر الإشارة إلى أنه في 2010/09/12 تم إجراء بعض التعديلات على اتفاقية بازل II فيما يعرف باتفاقية بازل III وأهم التعديلات التي جاءت في بازل III ما يلي:

- تعزيز نسبة الموارد الذاتية للمصارف.
- الرفع من الشريحة الأولى من رأس المال (احتياطات صلبة) التي كانت تساوي 2 % لتصبح 4.5 % من رأس المال.
- تخصيص شريحة إضافية بمقدار 2.5 % من رأس المال لمواجهة أزمات مقبلة محتملة (ليصبح إجمالي الاحتياطي الصلب 7 %).
- الرفع من نسبة الأصول الذاتية (الإحتياطيات) من 4 % إلى 6 %.

و يبدأ العمل بهذه الإجراءات ابتداء من 1 جانفي 2013 وصولاً إلى 2015 وبشكل نهائي عام 2019.

1- تكييف المصارف الجزائرية مع مقررات لجنة بازل للرقابة المصرفية

حددت التعليمات رقم 74-94 الصادرة في 1994/11/29 عن بنك الجزائر المعدلات المتعلقة بالقواعد الاحترازية أو الحذرة وأهمها تلك المتعلقة بتحقيق معدل كفاية رأس المال وفق مقررات لجنة بازل، فقد فرضت هذه التعليمات على المصارف التي تنشط في السوق المصرفية الجزائرية الالتزام بنسبة ملاءة رأس المال وبالمعدل المتعارف عليه 8% بشكل تدريجي مراعاة للمرحلة الانتقالية التي يمر بها الاقتصاد الجزائري نحو اقتصاد السوق من جهة، ولحدثة تطبيق قواعد الحذر المصرفية في

النشاط المصرفي من جهة أخرى، وحددت آخر أجل لذلك بنهاية عام 1999 وذلك وفق للمراحل التالية¹:

- معدل 04% مع نهاية شهر ديسمبر 1995.
- معدل 05% مع نهاية شهر ديسمبر 1996.
- معدل 06% مع نهاية شهر ديسمبر 1997.
- معدل 07% مع نهاية شهر ديسمبر 1998.
- معدل 08% مع نهاية شهر ديسمبر 1999.

كما نصت التعليمات المشار إليها أعلاه على كيفية حساب ترجيح الأخطار كما هم مبين في جدول التالي:

الجدول رقم 4-1 : أوزان ترجيح المخاطر بالمصارف الجزائرية حسب التعليمات رقم 94-74

الأخطار المحتملة	معدل الترجيح
<ul style="list-style-type: none"> - صندوق الدولة أو ما شابهها. - ودائع لدى بنك الجزائر. - سندات الخزينة 	0 %
<ul style="list-style-type: none"> - قروض للمصارف والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر - سندات المساهمة والتوظيف المالية والمصارف المقيمة في الجزائر 	5 %
<ul style="list-style-type: none"> - قروض المصارف والمؤسسات المالية في الخارج. - حسابات عادية توظيفات. - سندات المساهمة والتوظيف للمؤسسات - القروض التي تعمل في الخارج. 	20 %
<ul style="list-style-type: none"> - قروض للزبائن. - الأوراق المخصصة. - القرض التجاري. - لحسابات المدينة. - سندات المساهمة والتوظيف غير ذلك الخاصة بالمصارف والمؤسسات المالية. - الموجودات الثابتة. 	100 %

المصدر: التعليمات رقم 94-74 الصادرة عن بنك الجزائر سنة 1994.

¹ سليمان ناصر، النظام المصرفي الجزائري واتفاقيات بازل، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات، 2004، ص: 293.

كما حددت في نفس التعليمات كيفية حساب مكونات رأس المال ونسب الملاءة والسيولة.

إن إصدار التعليمات رقم 94-74 في 29 نوفمبر 1994 المتعلقة بتحديد قواعد الحذر في تسيير المصارف والمؤسسات المالية، جاء لتكثيف المنظومة المصرفية مع متطلبات لجنة بازل الأولى المتعلقة بكفاية رأس المال كهدف أساسي¹، وقد ساهمت هذه التعليمات بشكل واضح في تحقيق هدفين رئيسيين:

- إرساء قواعد متينة للعمل المصرفي وفق المعايير الاحترازية المتعلقة بتسيير ومتابعة المخاطر.
- التكثيف مع متطلبات لجنة بازل الأولى والتقيد بمعاييرها.

2- العناصر الداعمة لتكثيف أحسن للمصارف العمومية الجزائرية مع متطلبات لجنة بازل

يمكن إدراج العناصر الداعمة لتكثيف المصارف الجزائرية مع متطلبات لجنة بازل في العناصر التالية:²

- للمصارف الجزائرية سابق تجربة في التعامل مع متطلبات لجنة بازل في إطار الاتفاقية الأولى الخاصة بكفاية رأس المال، وهو ما يمكنها من مواصلة العمل في إطار تكثيف نشاطها المصرفي مع اتفاقية بازل (2). التي تمت سنة 2003 والذي تعمل تحت سلطته لجنة بازل.
- عضوية بنك الجزائر في بنك التسويات الدولي BRI، الأمر الذي يمكن بنك الجزائر من الاستفادة من خبرة هذا المصرف في الشؤون المالية والمصرفية خصوصا على الصعيد الدولي
- توفر الجهاز المصرفي الجزائري على قاعدة من الأنظمة التشريعية والتنظيمية المصرفية المهمة خاصة المتعلقة بالرقابة المصرفية، وهي أصلا مستوحاة من توصيات لجنة بازل.
- إلتزام المصارف الجزائرية لنسبة الملاءة المحددة بـ 8% كحد أدنى من طرف لجنة بازل، وهو ما يدل على إمكانية مواصلة العمل المصرفي المحلي مع متطلبات لجنة بازل بفتح مجالات وورشات عمل أخرى.
- وجود هيئة لتأمين الودائع منشأة حديثا، تساهم بشكل كبير في نشر عامل الأمان داخل الجهاز المصرفي مما يساعد على تحقيق الاستقرار المطلوب، كما يعزز الثقة في الجهاز المصرفي.

¹ Dib Saïd, "L'évolution de la réglementation bancaire algérienne depuis la promulgation de la loi sur la monnaie et le crédit", Média Bank, N°48, juin/juillet 2000, p: 25.

² المرجع السابق لـ Dib Saïd ، ص 25

- التدعيم الأخير لرأس مال المصارف عن طريق النظام رقم 01/04 المؤرخ في 2004/03/01 المتعلق بتحديد الحد الأدنى لرأس مال المصارف والمؤسسات المالية.

3- متطلبات التزام المصارف الجزائرية بمقررات لجنة بازل

- اعتماد وبدء العمل بمعدل السيولة بالمصارف والمؤسسات المالية لإضفاء أكثر صرامة في تسيير الخزينة.
- إلزام المصارف بإنشاء إدارة للمخاطر كجزء أساسي من إدارة المصرف أو المؤسسة المالية.
- تطوير وتفعيل الرقابة الداخلية بالمصارف بشكل يسمح بتحديد جميع المخاطر الناتجة عن النشاط المصرفي.
- اعتماد نظام معلومات متطور وذو كفاءة يسمح بأحسن معالجة لجميع البيانات والمعلومات المالية.
- حث المصارف والمؤسسات المالية الجزائرية على تنويع قواعد تمويلها سواء من مصادر داخلية أو خارجية.
- زيادة استثمار المصارف في التكنولوجيا المصرفية بما يساعد على تحسين وتنويع الخدمة وسرعة تقديمها باستغلال ثورة الاتصالات والمعلومات، مع الاهتمام بالبحوث والتدريب.
- تدعيم عملية الإفصاح والشفافية بالمصارف الجزائرية.
- سن تشريعات جديدة لتشجيع عمليات الاندماج المصرفي بين المصارف والمؤسسات المالية العاملة على المستوى المحلي بعضها ببعض وحتى مع الأجانب، من أجل تكوين تكتلات مصرفية قوية ومعززة برؤوس أموال كافية قادرة على المنافسة العالمية.
- إنشاء جهاز متخصص في متابعة المشاريع الممولة بواسطة القطاع المصرفي، إذ يتم التدخل في المشروع لمجرد المبادرة في احتمالات التعثر قبل حدوثها، وهو الجهاز الذي يمكن أن تستعين به هيئات الرقابة والإشراف في متابعة التزامات المصارف في مجال التمويل المصرفي(تحديد مستوى المخاطر).
- إنشاء هيئة تنقيط متخصصة في الجانب المصرفي والمالي تقوم بتقييم المصارف والمؤسسات المالية العاملة بالجهاز المصرفي الوطني.
- إنشاء مكاتب للقروض وتشجيع الصناعة المصرفية في سبيل تنويع مصادر تدفق المعلومات المالية والمصرفية للقطاع المصرفي.
- تنشيط بورصة الجزائر في سبيل تقييم حقيق ي لرأس مال المصارف مختلف عن قيمته المحاسبية، كما يسمح للمراقبين من التأكد أن رأس المال قادر فعلا على امتصاص المخاطر المصرفية (القيم المصرفية بالبورصة).

ومن خلال ما تم تقديمه سابقا تظهر درجة التأثير الكبيرة لمتطلبات لجنة بازل للرقابة المصرفية على القواعد التمويلية بالمصارف الجزائرية، وبالرغم من الايجابيات التي تتيحها مقررات هذه اللجنة إلا انه بالتأكيد لهذه المقررات تأثير سلبي كبير على العمل المصرفي المحلي خصوصا إذا كان يتميز بنقائص عديدة في جانبه التمويلي بشكل رئيسي، وعلى هذا الأساس فالمطلوب من المصارف الجزائرية ليس مواجهة هذه التحديات فحسب بل إيجاد بدائل تمويل أخرى سواء تلك التي تتيحها مقررات لجنة بازل (استغلال الفرص) أو تلك التي تستجيب لحاجيات الاقتصاد الوطني وتتماشى وتطور وتغيرت الاقتصاد العالمي لمواكبة العولمة الاقتصادية.

4- تقييم القواعد الاحترازية المطبقة في الجزائر

قبل الإصلاحات كانت المصارف التجارية الجزائرية تفنقر إلى الإطار المؤسسي والخبرة للنهوض بأعمال الوساطة المالية التي تتسم بالفعالية، فقد كانت تعمل تحت تركة من الإقراض الإجباري للمؤسسات العمومية والتخصص في الائتمان القطاعي ووجود أنظمة احترازية غير كافية مما أدى إلى تدهور الملاءة المالية للقطاع المصرفي بدرجة كبيرة.

وابتداء من عام 1989 بدأت الجزائر في تطبيق الإصلاحات المالية، وحدثت نقطة تحوّل في عام 1990 بعد إصدار قانون النقد والقرض ليدعم الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت فيها السلطات العمومية والذي أتاح لعدد من الإصلاحات التي تم تنفيذها في القطاع المالي. وإدراكا منها لأهمية وجود جهاز مصرفي كفؤ وفعال، يخدم أنشطة الاقتصاد الوطني ويستجيب للتغيرات الجوهريّة التي شهدتها السياسة النقدية، عملت السلطة النقدية في الجزائر على النهوض بأداء الجهاز المصرفي وتعزيز مستوى منعته وسلامته من خلال تفعيل أسس ومعايير الرقابة والإشراف بما ينسجم مع المعايير الدولية المعاصرة، فقد اتخذت السلطة في هذا المجال سلسلة من الإجراءات على هذا الصعيد من أبرزها نسبة كفاية رأس المال الإجمالية المرجحة بالمخاطر بما يتماشى مع مقررات "لجنة بازل"، كما اتخذت السلطة النقدية العديد من التدابير الهادفة إلى ضبط المخاطر الناتجة عن التركزات الائتمانية وبناء المخصصات لمواجهة الديون المتعثرة.

وبهدف تقييم نوعية توظيفات المصارف لمواردها المختلفة، أصدرت السلطة النقدية تعليمات تتعلق بكيفية تصنيف الديون وتحديد المؤونات المطلوبة لها لدى المصارف وذلك بعد الأخذ بعين الاعتبار الضمانات المقدمة مقابلها، ومدى قيام الزبائن بخدمة مديوناتهم، إضافة إلى المخصصات العامة المطلوبة للتسهيلات الجيدة، وذلك سعيا إلى تطبيق المعايير الدولية المتعلقة ببناء هذه المخصصات والأسس التي يجب إتباعها لتصنيف الديون المشكوك فيها.

وللتأكد من التزام المصارف بتطبيق التعليمات الرقابية التي تصدرها، أولت السلطة النقدية اهتماما كبيرا لموضوع الإفصاح والشفافية، حيث تم في جميع الحالات الطلب من المصارف إعداد قوائمها المالية والإفصاح عنها وفقا للمعايير المصرفية الدولية، "مقررات لجنة بازل". ومن جانب آخر، عملت السلطة النقدية على تعزيز وتقوية وتطوير أساليب الرقابة الميدانية والمكتبية باستخدام أدلة شاملة للرقابة.

وعليه فقد أسس القانون 90 - 10 المتعلق بالنقد والقرض المعدل والمكمل إطارا قانونيا جديدا يضع المنظومة المصرفية ضمن مسار يتماشى والتوجهات العالمية في مجال تسيير المصارف.

وإبتداء من عام 1994 كانت الجهود موجهة إلى امتثال المصارف التجارية لمعايير محسنة تشمل العمل المصرفي والمحاسبة المصرفية وشرعت المصارف في تنفيذ برنامج لإعادة الهيكلة الداخلية والمالية ومن بين هذه الإجراءات¹:

- سنة 1994: تم إدخال الحد الأدنى من الاحتياطي الإجباري في المصارف بنسبة 2.5% من الودائع التي تفرض عليها فائدة قدرها 11% سنويا.
- سنة 1995: بداية تطبيق نسبة كفاية رأس المال للمصارف بمقدار 4% مع رفعها إلى معيار مصرف التسويات الدولية (BRI) البالغ 8% في عام 1999، وفي نفس السنة دائما تم تعزيز القواعد الاحترازية التي تقيد تركيزات المخاطر وتضع قواعد واضحة لتصنيف القروض والمخصصات الاحتياطية.
- سنة 1997: تم استحداث خطة التأمين على الودائع.

إضافة إلى هذه الإجراءات وتماشيا مع التطورات العالمية في هذا المجال واستجابة للأحداث التي ميزت النشاط المصرفي الجزائري، قامت السلطة النقدية بتعزيز هذه الإجراءات تهدف حماية المؤسسات من أخطار الإفلاس وحماية المودعين وذلك بإصدار نظم مصرفية والتي تتعلق بما يلي:

- سنة 2002: إقامة إطار تنظيمي هام للرقابة الداخلية للمصارف.
- سنة 2004: إصدار نظام يحدد الحد الأدنى الجديد لرأس مال المصارف والمؤسسات المالية غير المصرفية وكذا نظام يحدد شروط تأسيس الاحتياطيات الإجبارية.

وفيما يخص الرقابة الممارسة من طرف اللجنة المصرفية والمنجزة من طرف المفتشية لبنك الجزائر فقد صيغت بطريقة تتشابه مع توصيات "لجنة بازل" للرقابة والإشراف المصرفي التي تعتمد على المراقبة الميدانية والمراقبة عن بعد، وكذا الاستفادة من تقارير محافظي الحسابات.

¹ كريم النشاشيبي وآخرون، الجزائر: تحقيق الاستقرار والتحول إلى اقتصاد السوق - دراسة خاصة لصندوق النقد الدولي، 1998، ص: 7

إلا أن الرقابة الاحترازية في الجزائر معرقة أساسا بعوامل مرتبطة بالعمليات الداخلية للمصارف والمؤسسات المالية غير المصرفية، فتحويل المعلومة المالية والتي هي غاية الرقابة على الوثائق، غالبا ما هي معرضة للمخاطر، من جهة بعدم احترام آجال التصريح ومن جهة أخرى النقص في الدقة.

5- مقارنة النظم الاحترازية الجزائرية مع معايير لجنة بازل

من خلال دراستنا لتطبيق الرقابة الاحترازية في الجزائر نلاحظ أن هناك مطابقة كبيرة للإطار القانوني والتنظيمي وكذا المعايير في مجال تسيير المؤسسات المالية والرقابة عليها مع المعايير والمبادئ الدولية على الخصوص المبادئ الخمسة والعشرين (25) للجنة بازل وهذا ما ستؤكد المقارنة مع إبراز كل من أوجه التشابه وأوجه الاختلاف لكل من النظم الاحترازية الجزائرية مع تلك المقررة من طرف "لجنة بازل".

5-1- أوجه التشابه

لقد استوتحت الجزائر في صياغتها للقواعد الحذرة من تعليمات "لجنة بازل"، وعليه فإن هناك تشابها وتمائلا في عدة نقاط أهمها¹:

- يقدر الحد الأدنى لنسبة الملاءة المقررة من طرف بنك الجزائر ب 8 %.
- العناصر المستعملة في حساب رؤوس الأموال الخاصة الأساسية والعناصر المطروحة هي نفسها المتبعة في مقترحات "لجنة بازل".
- طريقة حساب معامل توزيع المخاطر هي نفسها المتبعة في الجزائر مع اختلاف في النسب فقط.
- المعايير المطبقة في الجزائر لمراقبة وضعية الصرف هي نفسها المقررة من قبل "لجنة بازل"
- بالنسبة لمعادلة تحويل الالتزامات خارج الميزانية فهي نفسها.

5-2- أوجه الاختلاف

بالرغم من التماثل الكبير الملموس بين التنظيمات الجزائرية ومعايير "لجنة بازل" إلا هناك اختلافات تعود إلى خصوصية النظام المصرفي الجزائري الذي جعل بعض المبادئ القاعدية المقررة من طرف "لجنة بازل" غير متوفرة، من بينها:

¹ القانون 90 - 10 المتعلق بالنقد والقرض المعدل والمكمل

- لا تحتوي المعايير الاحترازية المحلية على معامل السيولة وكذا معامل رأس المال الخاص والموارد الدائمة.
- اختلاف في معدلات ترجيح المخاطر.
- يضمن معامل الملاءة في الجزائر تغطية خطر القرض (المقابل) فقط بينما مخاطر الفائدة ومخاطر الصرف لا تؤخذ بعين الاعتبار، يؤثر هذا النقص على فعالية هذه النسبة (نسبة كوك) في تطبيق درجة الملاءة للمصرف وقدرته لتغطية المخاطر لاسيما غير المغطاة.
- تقترح " لجنة بازل" ترجيحات مختلفة عند احتساب نسبة تقسيم المخاطر عن تلك المستعملة في حساب نسبة الملاءة، عكس التنظيمات المحلية والتي تستعمل نفس الترجيحات في حساب كلتا النسبتين.
- تفتقر المصارف الجزائرية لنظام قياس المخاطر مقارنة مع مبادئ " لجنة بازل " للرقابة المصرفية الفعالة (المبدأ 11، المبدأ 12 والمبدأ 13)
- لا تحتوي الهيئة التنظيمية والرقابية على نظام تقييم وتسيير العمليات الجارية للمصارف (المبدأ 17).
- فيما يتعلق بنظام المعلومات وتطبيق الرقابة الداخلية فهو غير متطور بصفة جيدة في المصارف الجزائرية (المبدأ 14).

6- القواعد الرأس مالية للمصارف العمومية الجزائرية

أتى قرار رفع رأس مال المصارف الجزائرية إلى حدود 2,5 مليار دينار، والمؤسسات المالية إلى 500 مليون دينار(النظام رقم 04-01 المتعلق بالحد الأدنى لرأس مال المصارف والمؤسسات المالية، المادة 02) في إطار تعزيز قدرات المصارف والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر والرفع من مستوى أدائها. و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم 4-2 : رأس مال المصارف التجارية العمومية في الجزائر (القواعد الرأسمالية)

الوحدة: مليون و.ن

حجم رأس المال بالدولار الأمريكي 1 USA = 75 DA	حجم رأس المال بالدينار الجزائري	المصارف التجارية العمومية
554.6	41600	البنك الوطني الجزائري
640	48000	القرض الشعبي الجزائري
440	33000	بنك الفلاحة والتنمية الريفية
326,6	24500	بنك الجزائر الخارجي
210.6	15800	بنك التنمية المحلية
186,6	14000	الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط

المصدر: تبعا لتقارير المصارف العمومية

إن تنفيذ مثل هذه المقترحات يتطلب في معظم الأحيان حوارًا ما بين الجهات الرقابية والمصارف، وهذا يتطلب تدريب إطارات الرقابة في المصارف المركزية.

وتطرح المراجعة الرقابية في المصارف الجزائرية أهميتها كضرورة قصوى يجب توفيرها لضمان أداء مصرفي سليم يحافظ على سلامة المصرف والجهاز المصرفي، وإدراكا لهذه الأهمية اعتمد المشرع الجزائري بصدور قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض، الجهات الرقابية والإشرافية والتي تسهر على حسن أداء هذه المهمة الحساسة، وفي هذا الإطار كلف مجلس النقد والقرض بإصدار القوانين والنظم والتعليمات المصرفية المنظمة للمهنة المصرفية، وكلفت بالمقابل اللجنة المصرفية بمراقبة تطبيق ما يصدره مجلس النقد والقرض من طرف المصارف والمؤسسات المالية.

و في هذا الخصوص، أصدر المشرع المصرفي الجزائري العديد من التعليمات والأنظمة الملزمة للمصارف والمؤسسات المالية القيام بمختلف التصاريح ذات العلاقة بنشاطها، ألزمت التعليمات رقم 02-09 المؤرخة في 26 ديسمبر 2002 على المصارف والمؤسسات المالية الإعلان كل ثلاثة أشهر عن معدل الملاءة الخاص بها، ويمكن للجنة المصرفية أن تطلب من أي مصرف أو مؤسسة مالية الإعلان عن معدل الملاءة في تواريخ أخرى غير محددة في إطار عملها الرقابي والإشرافي (المادة 01 من التعليمات 02-09).

و بالمقابل تلزم التعليمات رقم 99-04 المؤرخة في 12 أوت 1999 المصارف والمؤسسات المالية الإعلان عن معدلات تغطية تقسيم المخاطر في 30 جوان و 31 ديسمبر من كل سنة بنسختين لبنك الجزائر (المديرية العامة المفتشية العامة) في آجال 45 يوم لكلا الفترتين (المادة 30 من التعليمات

رقم 99-04)، ويتعلق هذا الإعلان بمجموعة من النماذج المدرجة في المادة 02 من نفس التعليمات تخص كل من:

- حساب الأموال الذاتية.
- عناصر الخطر في الميزانية وخارج الميزانية.
- حساب معدل الملاءة.
- الإعلان عن معدلات تقسيم المخاطر، ومنها المخاطر الفردية أكثر من 25% من صافي الأموال الذاتية والمخاطر الفردية تفوق 15% من صافي الأموال الذاتية.
- تصنيف الحقوق والالتزامات على الزبائن بالإضافة إلى إعداد المؤونات الخاصة بـ:
 - ✓ مختلف عناصر الأموال الذاتية الأساسية والمكاملة.
 - ✓ بعض تعاريف خطر القرض في الميزانية وخارج الميزانية.

وفيما يخص ضرورة توفر المصارف الجزائرية على نظام للمعلومات دقيق يمكنها من القيام بعمليات الإفصاح بالشكل المطلوب، حددت المادة 05 من النظام رقم 02-03 الصادر في 2002/11/14 المتضمن المراقبة الداخلية للمصارف والمؤسسات المالية، طبيعة نظام مراقبة العمليات والإجراءات الداخلية التي يهدف في أحسن الظروف الأمنية والمصدقية والشمولية إلى¹:

- مراقبة مطابقة العمليات للأحكام التشريعية والتنظيمية للمقاييس والأعراف والعادات المهنية والأدبية ولتوجيهات هيئات التداول.
- مراقبة التقيد الصارم بالإجراءات المتبعة في اتخاذ القرار المتعلق بالتعرض للمخاطر من كل نوع والتقيد بمعايير لتسيير على شكل حدود قصوى.
- مراقبة نوعية المعلومات المحاسبية والمالية، سواء كانت موجهة للجهاز التنفيذي أو لهيئة التداول، المقدمة لبنك الجزائر، اللجنة المصرفية أو المخصصة للنشر.
- مراقبة شروط تقييم، تسجيل، حفظ ووفرة المعلومات المحاسبية والمالية، لاسيما بضمان مسار التدقيق في حالة العمليات المعالجة عن طريق المعلوماتية.
- مراقبة نوعية أنظمة الإعلام والاتصال.

كما تلزم المادة 47 من التعليمات رقم 02-03 المصارف والمؤسسات المالية إرسال اللجنة المصرفية ومدوبي الحسابات، التقريران الخاصان بـ:

- تقرير حول الشروط التي تتم في إطارها المراقبة الداخلية.
- تقرير خاص بتقدير ومراقبة المخاطر التي تتعرض لها.

¹ النظام رقم 02-03 الصادر في 2002/11/14 المتضمن المراقبة الداخلية للبنوك والمؤسسات المالية

كما حرص المشرع الجزائري، من خلال ما سبق ذكره، على أن تمس عمليات الإفصاح والشفافية الخاصة بنشاط المصارف والمؤسسات المالية نقطتين أساسيتين:

- العناصر المهمة في النشاط المصرفي كالمخاطر، الوضعية المالية، رأس المال، الأموال الذاتية، المراقبة الداخلية... الخ.
- دورية واستمرارية العملية بشكل منظم من طرف جميع المصارف والمؤسسات المالية الممارسة لنشاطها المصرفي داخل القطاع.

و نسجل في نهاية سنة 2003 وبعد صدور قانون النقد والقرض الجديد 11-03 الصادر في 2003/08/26 تقيد المصارف والمؤسسات المالية التي تمارس نشاطها في الجزائر بنسبة مائة تجاوزت 8%¹.

رابعاً: التطورات التكنولوجية المتسارعة وأثرها على تحديث وسائل الدفع

يعد التقدم التكنولوجي من أهم العناصر التي ساهمت في تغيير ملامح الخريطة المصرفية الدولية، والذي في تحول عدد كبير من المصارف إلى المعاملات المصرفية الإلكترونية والتوسع في استخدام تكنولوجيا الصناعة المصرفية، وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة مما أحدث تغييراً جذرياً في أنماط العمل المصرفي على النحو الذي بات يهدد الشكل التقليدي للمصارف.

هذا فضلاً عن المعايير والقواعد المصرفية الدولية التي فرضتها لجنة بازل في مجال الرقابة المصرفية وكفاية رأس المال، والتي أصبحت تشكل ضغوطاً جديدة على المصارف في مجال تدعيم وتقوية مراكزها المالية، ناهيك عن ظاهرة الاندماجات بين المصارف والتي أفرزت كيانات مالية ومصرفية عملاقة مما يحمل معه مخاطر مواجهة المصارف الصغيرة للتهميش والإفلاس والخروج من السوق المصرفية، لذا فقد أضحت لزاماً على المصارف الجزائرية مواجهة تلك التحديات لاتخاذ الخطوات الملائمة التي تساعد على الانخراط في الاقتصاد العالمي، ومواجهة المنافسة التي تفرضها المصارف العالمية، وذلك من خلال إعادة صياغة إستراتيجياتها وانتهاج سياسات أكثر تطوراً وشمولاً بهدف ملاحقة الاتجاهات الإبداعية في العمل المصرفي الدولي، وتطوير جودة خدماتها ورفع كفاءة الأداء بها، مما يعزز قدراتها التنافسية على الساحتين الوطنية والدولية.

¹ Banque d'Algérie, "L'évolution économique et monétaire en Algérie année 2003", Média Bank, numéro spécial, Novembre 2004, p: 13.

خامسا: الرقابة على عمليات غسيل الأموال

جرائم غسيل الأموال هي تلك الجرائم التي تتم بعمليات، يحاول من خلال مرتكبيها إخفاء مصادر هذه الأموال، التي تكون غير مشروعة، وتستخدم بعدئذ في أنشطة مشروعة، مما يخفي مصدرها الأصلي، خصوصا وأن التقدم العلمي والتكنولوجي في قطاع الخدمات المالية والمصرفية وشبكة المعلومات الدولية (إنترنت)، ساهمت في ترويج وتسهيل هذه الجرائم، مما أثر على كل من الاقتصاد الكلي للدولة، وعلى دخلها الوطني، وعلى سياساتها المالية والنقدية، وعلى توزيع الدخل والاستهلاك، إضافة إلى التأثير السلبي على مؤسسات قطاع الأعمال الخاص، وقد تنبه المجتمع الدولي ومؤسساته المالية والنقدية لهذا الخطر المحدق بالاقتصاد العالمي، فوضعت بعض المبادئ والإجراءات لمعالجة هذه الجرائم، إلا أن الواقع يكشف أن ثمة صعوبات وعقبات تواجه هذه الجهود، خصوصا وأن مرتكبي هذه الجرائم يحاولون الاستفادة من معطيات التقدم التكنولوجي المعاصر بطرق مختلفة، منها استخدام النقود الإلكترونية، كما يستفيدون من مبدأ السرية المصرفية.

كما انه لجرائم غسيل الأموال آثار سياسية واقتصادية واجتماعية مدمرة، فهي تنال من هيبة الدولة ومؤسساتها الدستورية، كما أنها تضعف الاقتصاد الوطني، إضافة إلى الإضرار بالقطاع الخاص وبمنظومة القيم الدينية والأخلاقية. وقد قدرت مجموعة العمل المالية الدولية لمحاربة غسيل الأموال، وفق آخر تقاريرها حجم غسيل الأموال بحوالي تريليون ونصف التريليون دولار سنويا، كما قدر صندوق النقد الدولي الحجم المالي لهذه العمليات ما بين 2-5% من الناتج المحلي الإجمالي للعالم¹.

إضافة إلى التحسيس الذي تقوم به السلطات الجزائرية بأهمية تبييض الأموال، فقد سن المشرع الجزائري في إطار مكافحة غسيل الأموال مجموعة من الأحكام القانونية والمالية واتخذ العديد من الإجراءات أهمها:

- المصادقة على الاتفاقية الدولية للأمم المتحدة لمكافحة الاتجار بالمخدرات والمؤثرات العقلية الموقع عليها بتاريخ 20 ديسمبر 1988 من طرف الجزائر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 95-41 المؤرخ في 28 يناير 1995.
- إصدار الأمر رقم 96-22 المؤرخ في 23 صفر عام 1417 الموافق لـ 09 جويلية سنة 1996 والمتعلق بقمع مخالفات التشريع والتنظيم الخاصين بالصرف وحركة رؤوس الأموال من وإلى الخارج.
- المصادقة على الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب الموقعة في القاهرة في 22 افريل 1998 من طرف الجزائر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 98-413 المؤرخ في 07 ديسمبر 1998.

¹ الحجري محمد بن ناصر، كيف تتم عمليات غسيل الأموال في العالم؟ مجلة عمان اليوم، العدد 7267، مسقط، 2001/4/25 ص 11.

- المصادقة على الاتفاقية الدولية لقمع تمويل الإرهاب المعتمدة من طرف الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة الصادرة بتاريخ 09 ديسمبر 1999 من طرف الجزائر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 2000-445 المؤرخ في 23 ديسمبر 2000.
- إنشاء خلية معالجة الاستعلام المالي CTRF بموجب الأمر التنفيذي 02 - 27 المؤرخ في 07 أبريل 2002 باعتبارها مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تكلف بمكافحة تبييض الأموال وتمويل الإرهاب، وتستلم بهذه الصفة تصريحات الاشتباه المتعلقة بكل عمليات تبييض الأموال أو تمويل الإرهاب التي ترسلها إليها الهيئات والأشخاص المنصوص عليهم في القانون، فنقوم بمعالجتها بكل الطرق والوسائل المناسبة، وترسل عند الاقتضاء الملف المتعلق بذلك إلى النيابة كلما كانت الوقائع المصرح بها قابلة للمتابعة الجزائية.
- إدراج مواد مرتبطة بمكافحة تبييض الأموال في القانون رقم 02-11 المؤرخ في 24/12/2002 المتضمن قانون المالية لسنة 2003 (المواد من 104 - 110).
- تعديل قانون العقوبات بإدراج أحكام عقابية على عمليات تبييض الأموال وتمويل الإرهاب، وتتعلق هذه الأحكام على الخصوص بـ:
 - ✓ إلزام المصارف والمؤسسات المالية بالتأكد من هوية وعنوان زبائنها قبل فتح أي حساب أو القيام بأي عملية مالية أو مصرفية، والاستعلام بكل الطرق القانونية عن مصدر الأموال ووجهتها.
 - ✓ وجوب إخطار الهيئة المتخصصة المكلفة بالاستعلام المالي بكل عملية مشكوك فيها من قبل الأشخاص الطبيعية والمعنوية الملزمة قانونا بواجب الإخطار بالشبهة.
 - ✓ توسيع صلاحيات اللجنة المصرفية التابعة لبنك الجزائر في مجال مراقبة المصارف والمؤسسات المالية، وضرورة توفيرها لبرامج الكشف عن عمليات تبييض الأموال وتمويل الإرهاب لدى المصارف والمؤسسات المالية.
 - ✓ رد الاعتبار للصك كوسيلة وفاء وتعامل مالي بإلزام استعماله عندما يفوق الدفع مبلغا معيناً يحدده التنظيم (و قد حدد بمبلغ 50 ألف دينار بموجب قانون المالية لسنة 2006).
 - ✓ ضرورة التعاون الدولي بين المؤسسات والهيئات المالية الوطنية والهيئات الدولية المماثلة لها.
 - ✓ ضرورة التعاون القضائي بين الجهات القضائية المختصة الوطنية والأجنبية.
 - ✓ إدراج عقوبات في حالة الإخلال بالالتزامات المنصوص عليها في هذا القانون.

▪ قانون رقم 05-01 المؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1425 الموافق لـ 06 فبراير 2005 يتعلق بالرقابة على عمليات تبييض الأموال وتمويل الإرهاب ومكافحتها.

المبحث الثالث: آفاق تطوير وتحديث الخدمات المصرفية في الجزائر

في ضوء التطورات المتلاحقة التي تواجه العمل المصرفي بدأت المصارف العمومية في تبني سياسات تهدف إلى زيادة قدرتها التنافسية للمحافظة على تنمية نشاطها ومواجهة التحديات السالفة الذكر ومن بين هذه السياسات ما يلي¹:

أولاً: تبني مفهوم المصارف الشاملة

في إطار سعي السلطات إلى تفعيل دور المصارف العمومية تم إلغاء التخصص المصرفي في بداية التسعينات من القرن الماضي، حيث سعت المصارف الجزائرية لتعظيم العائد والاستفادة من المتغيرات العالمية والمحلية، ومع تزايد درجة المنافسة في السوق المصرفي والرغبة في تقليل المخاطر المصرفية جاء توجه المصارف العمومية في ظل العولمة والنظام الاقتصادي الجديد نحو الأخذ بمبدأ الصيرفة الشاملة كانعكاس طبيعي لتضخم أعمال تلك المصارف بهدف جذب المزيد من الودائع لتوظيفها في مختلف النشاطات التي تتطلبها التنمية مع سعي تلك المصارف لتعظيم الأرباح من خلال مزاوله أنشطة مصرفية واسعة تستجيب لاحتياجات ورغبات الزبائن.

هذا وقد أسهمت التكنولوجيا المتطورة بما قدمته من وسائل حديثة تم استخدامها في مجال العمل المصرفي، مما أدى إلى تلاشي الفوارق بين تخصصات كل من المصارف التجارية ومصارف الاستثمار والأعمال والمصارف المتخصصة، حيث أدى ذلك إلى التحول لنظام المصارف الشاملة لكي تستطيع تلك المصارف من التكيف مع متطلبات الاقتصاد العالمي ومواصلة العمل في ضوء الظروف والتحديات المحلية والدولية.

و لمعرفة مدى استعداد المصارف العمومية الجزائرية لتطبيق خيار المصرف الشامل كخيار استراتيجي في ظل العولمة، يستلزم تشخيص إمكانات واستعداد هذه المصارف لتبني مفهوم المصرف الشامل، والانطلاق إلى أفق واسع في النشاط المالي والمصرفي، بما ينسجم مع المستجدات الخاصة من خلال قياس التوجهات نحو خيار المصرف الشامل، ويتم ذلك عن طريق:

¹ زيدان محمد وإدريس رشيد، متطلبات اندماج البنوك الجزائرية في الاقتصاد العالمي، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي- الواقع والتحديات- يومي 14 و15 ديسمبر 2004 المنظم بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية بجامعة الشلف

- تحليل نشاطات المصارف بتحليل الودائع والاستثمار في الأوراق المالية، وتحليل القروض ومساهمة المصارف في تأسيس شركات الاستثمار.
- مدى تطوير قاعدة النشاطات والأعمال المالية والمصرفية، والعمل على زيادة رأس مال المصارف لتلبية المعايير الدولية لمقررات لجنة بازل بشأن كفاية رأس المال.
- قياس إمكانية تقديم المصارف لخدمات مصرفية جديدة تماشى مع رغبات ومتطلبات الزبائن.
- تحليل مدى إمكانية المصارف في تقييم الأداء من خلال الأجهزة والخبرات المتوفرة لديها لحمايتها من الإخفاق في إنجاز هذا التحول.
- التشريعات والقوانين الصادرة بهذا الشأن، وإمكانية إنشاء سوق للأوراق المالية في حالة عدم وجوده.
- استطلاع آراء المعنيين بالسلطة النقدية والعاملين في المصارف.

ولقد تأثرت المصارف الجزائرية بهذا الاتجاه الجديد، والدليل على ذلك قانون النقد والقروض 90-10 الذي وضع أرضية قيام وإنشاء المصارف الشاملة في الجزائر، بما يتماشى والمتغيرات الدولية، إن هذه التشريعات والقوانين سمحت بقيام على سبيل المثال لا الحصر:

- مصرفا شاملا يتمثل في بنك الإسكان للتجارة والتمويل-الجزائر، برأس مال 2400 مليون دينار بمساهمات عربية وجزائرية مشتركة، فعلى الرغم من اقتران اسم هذا المصرف بالقطاع السكني، إلا أنه يمارس جميع العمليات المصرفية ويتعاطى مع أنواع الزبائن من أفراد ومؤسسات.
- تحول الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP الذي كان لسنوات طويلة يلعب دورا واحداً هو تجميع المدخرات وتحويلها إلى قروض سكنية إلى مصرف تجاري حكومي يتعاطى كل أنواع النشاط المصرفي، مع الاحتفاظ بجزء كبير من دوره كأهم مؤسسة لتجميع الإيداعات وتقديم القروض السكنية .

وتجدر الإشارة إلى أنّ المصارف الجزائرية لازالت الطريق أمامها طويلة لإدخال مثل هذه المنتجات الجديدة- المشتقات المالية -لافتقادها لشروط ومتطلبات التحول وضوابطه، وغياب مفهوم التنويع داخل المصرف بشكل معمق.

ثانيا: مواكبة التطورات التكنولوجية

إن تعاضم دور التكنولوجيا المصرفية، والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو أهم ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة، بغية تطوير

نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء.

وفي هذا الصدد سعت المصارف الجزائرية لمواكبة التطورات في الصناعة المصرفية بنقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الجزائرية لنتواءم مع متطلبات العصر الحديث، وعلى الرغم من أن تلك الجهود قد ساهمت بشكل كبير في تطوير العمل المصرفي في الجزائر وابتكار أدوات مصرفية جديدة، إلا أن الفجوة التكنولوجية بين المصارف العمومية ونظائرها من المصارف الأجنبية لا تزال كبيرة، وهذا راجع إلى العديد من المعوقات التي حالت دون تحقيق طفرة نوعية في مجال تطبيق التكنولوجيا المصرفية لعل أهمها:

- قصور البيئة القانونية والتشريعية في تقنين المعاملات المصرفية الإلكترونية.
- ارتفاع تكلفة إنشاء وصيانة وإيجار الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية الإلكترونية.
- تعدد المخاطر المرتبطة بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية ومنها مخاطر المنافسة والمخاطر الائتمانية.

ثالثا: مواصلة الإصلاحات المصرفية وتقوية الدور التوجيهي والرقابي للبنك المركزي

يتم الإصلاح المصرفي عن طريق عملية إعادة الهيكلة التي يمكن تعريفها بأنها مجموعة من الإجراءات تهدف إلى تصحيح الهياكل الفنية أو المالية أو الإدارية بغرض تحسين كفاءة المصارف، وتمكنها من الاستمرار بنجاح على المدى المتوسط والطويل، وسعيا من السلطات الجزائرية لتفعيل دور المصارف العمومية شهدت الفترة الأخيرة إصلاحات مصرفية واسعة كان الهدف منها بناء منظومة مصرفية قادرة على مواجهة التحديات التي فرضتها التطورات الاقتصادية العالمية.

كما لا يمكن أن نغفل الدور الكبير للبنك المركزي في تفعيل وتطوير أداء النظام المصرفي الجزائري في مرحلة تحرير الخدمات المصرفية من حيث القدرة الإشرافية والتنظيمية في ظل العولمة المالية والتحرر الاقتصادي العالمي وفي هذا الإطار يجب عليه أن يتكيف ويواكب المتغيرات الدولية، ومطالب بالعمل على:

- تهيئة المناخ التشريعي ليتلاءم مع مستجدات المصارف العالمية، بحيث يقوم بدور:

1. سن التشريعات الخاصة بنظام الدفع الإلكتروني التي تنظم العلاقة بين أطراف العملية.

2. تأسيس هيئة للإشراف على توثيق التوقيع الإلكتروني وفضّ أيّة نزاعات قد تنشأ بين المصارف وزبائنها بالإضافة إلى إنشاء دوائر متخصصة للنظر في نزاعات بطاقات الائتمان.

- يؤمن المنافسة ضمن النظام المصرفي.
- العمل بشكل مستمر على دفع المصارف الجزائية بتقديم الخدمات المصرفية بفعالية في تمويل الاقتصاد بأقل تكلفة ممكنة وبأحسن جودة وبأعلى إنتاجية في جو تنافسي، وفي أقل وقت ممكن¹.
- تقوية الرقابة على عمليات المصارف، والتدقيق فيها بغية الحد من احتمالات وقوع أزمات مستقبلية، والتأكد من سلامة أوضاع كلّ مصرف من ناحية الملاءة والسيولة، وتطبيق معيار حد أدنى من رأس المال، لتلافي المخاطر العديدة التي أصبحت تتعرض لها المصارف في ظل إقبالها على تقديم المنتجات المصرفية المستحدثة، وذلك وفق المبادئ الرقابية التي صدرت عن لجنة بازل 2001، وما طرأ عليها من تعديلات.
- توفير الكوادر الفنية اللازمة لتحليل البيانات الواردة من المصارف مع تكثيف التفتيش الدقيق والمستمر على جميع وحدات النظام المصرفي، والعمل على تطوير قواعد المحاسبية والمراجعة بالمصارف وفق المعايير الدولية.
- إنشاء فروع للبنك المركزي في كافة المناطق للتكيف مع سرعة إنجاز المعاملات، وممارسة الرقابة والإشراف عن قرب.
- تقديم المشورة للدولة في كلّ ما يتعلق بـ:

1. تطوير سوق نقدية تبدأ بين المصارف والشركات المالية ثم تتوسع لتشمل مؤسسات مالية أخرى مثل شركات الضمان والمؤسسات التجارية التي لديها فائض السيولة على المدى القصير².
2. تطوير بعض أنواع خدمات النظام المصرفي من خلال إنشاء شركات مالية متخصصة مثل التأجير أو إصدار قيم منقولة والترويج لها لدى الجمهور.
3. تطوير قنوات مالية جديدة وتسخيرها لتنمية القطاعات الإنتاجية (مثل قنوات شركات التضامن، ومؤسسة التقاعد، وإنشاء سوق للأسهم والسندات).
4. تقنيات حديثة وأساليب تحرير الاقتصاد وفق مقتضيات الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية، وتحقيق الشراكة الأوروبية متوسطة.

¹المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص: 147

²المرجع السابق لـ عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، ص: 147

▪ السعي بقوة إلى إقامة سوق مصرفية ومالية عربية مشتركة تزداد من خلالها القدرات التنافسية لكل المصارف العربية بما فيها المصارف الجزائرية ضمن منظومة الحلم العربي ممثل في ضرورة قيام سوق عربية مشتركة تواجه تحديات العولمة سواء كانت عولمة اقتصادية أم عولمة مالية .

▪ العمل بمبدأ الشفافية في العمليات التمويلية من خلال الإحصائيات والبيانات الدقيقة الواردة من النظام المصرفي لإقناع الرأي العام الجزائري والمستثمرين الأجانب.

▪ تقوية المناخ الاستثماري العام من خلال تشجيع وتفعيل قناة جلب مدخرات المواطنين المهاجرين وخلق حوافز مغرية تبقىها داخل الوطن مع تشديد الرقابة على تسرب الأرباح والمدخرات إلى أسواق المال الخارجية.

▪ تشجيع المصارف الجزائرية على تحسين فعالية نظام الدفع حتى تكون العمليات أكثر سلامة وأقل ريبا، وتبتعد عن أخطار السيولة وأخطار القرض.

▪ تنظيم نشاط المتعاملين الخواص في النظام، وتشجيع خصوصية المصارف، واستعمالها كأداة هامة لجذب الاستثمار الخاص ورفع مستوى كفاءة الأداء خاصة في إطار قانوني وتشريعي يمنع وجود الاحتكار، ويرمي إلى تنشيط سوق الأوراق المالية، ويوسع قاعدة الملكية وزيادة المنافسة في السوق المصرفية، وتحسين الأداء الاقتصادي وتحديث الإدارة وزيادة كفاءة أداء الخدمات المصرفية وترشيد الإنفاق العام وإدارة أفضل للسياسة النقدية ليقوي من مواجهة التحديات التي تواجه العمل المصرفي في ظل المتغيرات المصرفية العالمية والتكيف مع ما جاءت به اتفاقية تحرير الخدمات المالية في إطار اتفاقية الجات ومنظمة التجارة العالمية، ولا يتحقق ذلك إلا باستمرار فاعلية الرقابة المصرفية من خلال قوة واستقلالية البنك المركزي والتحديث الدائم لإطاره القانوني والمؤسسي الحاكم لهذه الرقابة.

إنّ تحديث الجوانب التقنية في عملية إصلاح المصارف هامة جدا وصعبة وتتطلب جهود مستمرة ومنتظمة، كما أن خلق سلطة نقدية ذات مصداقية واستقلالية يعد المناخ الملائم لنشاط المصارف، فإذا كان إصلاح النظام المصرفي يشكل أساس الإصلاحات، بما يكتسبه من أهمية بالغة في تسيير دواليب الاقتصاد، فإنّ عملية إصلاح البنك المركزي هي العملية الأساسية في إصلاح النظام المصرفي باعتباره السلطة النقدية العليا، الموجهة لحركة النقود وكذا للعمليات المصرفية، ويعتبر موضوع استقلاليته شرط أساسي لإنجاح عملية إصلاحه ومواكبته للتغيرات الاقتصادية العالمية، وتبعاً لهذا نقوم بتقديم جملة من الاقتراحات نوردها فيما يلي:

▪ توسيع صلاحيات البنك المركزي فيما يخص تطوير وتفعيل السوق النقدي والسوق المالي.

- التصييق من حجم المخاطر، المتعلقة بالسيولة، وبالمردودية من خلال وضع آلية مراقبة القدرة الإقراضية للمصارف من جهة، وضبط إجراءات صارمة فيما يتعلق بالضمانات الواجبة لمنح القروض.
- التنسيق الفعال بين الأدوات غير المباشرة للسياسة النقدية) سعر الخصم، سعر الفائدة، السوق المفتوح، الاحتياطي القانوني (قصد تفعيل عملية تسيير السيولة.
- تطوير إجراءات عمليات الصرف.
- إعداد إستراتيجية شاملة لإعادة هيكلة المصارف لتنماشى والأهداف السياسية للدولة مع تصنيف أو تبويب المصارف بحسب إمكاناتها ودورها في الاقتصاد.
- تطوير وسائل الدفع بتشجيع الإبداع والمبادرات في مجال خدمات الدفع مع إيجاد إطار قانوني يدعم الثقة في استخدام وسائل الدفع ونظام المقاصة.
- إصلاح النظام المحاسبي بما يتماشى مع متطلبات التحول آخذا بعين الاعتبار المعايير المحاسبية الدولية،
- توحيد المعايير المحاسبية، وتوفير معلومات محاسبية دقيقة وصادقة لما لها من أهمية في تحديد ثم تجاوز مخاطر العمليات المصرفية.
- إعداد برامج تكوين حول المعايير المحاسبية الدولية.
- إعداد برامج دقيقة لعملية مراقبة أسواق الصرف والأسواق النقدية.
- تحسين طريقة نشر القوائم المالية التي يعدها البنك المركزي والمستعملة من قبل أطراف داخلية وخارجية.
- تطوير نظام الرقابة الداخلية بما يسمح بتقييم النشاطات المصرفية وتسيير المخاطر التي يتعرض لها البنك المركزي.

رابعاً: تبني وتطوير التسويق المصرفي

إن التسويق المصرفي يمثل ثقافة راقية في التعامل المصرفي بحيث يهدف إلى كسب رضا الزبون ويتطلع إلى ربح ولائه الدائم، وإن هذا الهدف ليس مبتغى سهلاً وتحقيقه يكون مرتبطاً بمدى تشبع القائمين على تسيير النظام المصرفي في أي بلد بالمفاهيم التسويقية، وقد نجحت الكثير من الدول في تطوير منظماتها المصرفية باستعمال التقنيات التسويقية وما تتيحه من فرص لخلق مبادرات جديدة تمكن من الحصول على سبق وحصص السوق الكبيرة، إن التسويق بصفة عامة يمثل ثقافة في الأداء ولا يتأتى إلا بتشبع العاملين والمسيرين والمخططين والسياسيين بجواه.

و قد أخذت المصارف تنظر إلى التسويق على أنه تخطيط مستقبلي للمصرف، يؤدي بالمصرف إلى أن يدرس أعماله في الوقت الحاضر وخلال السنوات القادمة متعرفاً على إمكاناته

الحقيقية، ومتعرفاً على حاجات الزبائن الحاليين لديه والمتوقعين أي يخطط المصرف للعمل في المستقبل، التسويق المصرفي إذن يعني ذلك الجزء من النشاط الإداري للبنك الذي يضطلع بتوجيه تدفق الخدمات والمنتجات المصرفية لإشباع رغبات مجموعة معينة من العملاء بما يحقق تعظيم ربحية البنك وتوسعه واستمراره في السوق المالية، كما يعبر التسويق المصرفي كذلك عن النشاط الرئيسي أو الوظيفة الفعالة التي يتم على ضوئها تحديد مختلف المعايير والأسس التي تحدد احتياجات السوق ورغباته وتحديد الإستراتيجيات اللازمة لبقاء الزبائن الحاليين وكسب زبائن جدد عن طريق فهم طريقة استنباط أسس معرفية لفهم المنافسين الحاليين والمرقبين (المتوقعين)¹.

وكما هو معلوم فإن النظام المصرفي الجزائري هو الواجهة الحقيقية لحالة الاقتصاد الجزائري ففي كل دول العالم وخاصة دول التوجه الاشتراكي السابق قد أولت نظمها المصرفية أهمية قصوى حين وضعها لأسس التحول نحو اقتصاد السوق لما له من قيمة لدى المستثمرين المحليين والأجانب، وأن كسب المصرف لثقة الزبون يعتبر هدفا كبيرا قد عملت المصارف في الدول المتطورة كثيرا لأجل الوصول إليه، ويمثل التسويق المصرفي احد ركائز الفلسفة المصرفية في العصر الحديث فهو الذي اكسب المصارف في البلدان المتقدمة نجاحا هاما وأعطاهم وضعية تنافسية رائدة وثقة وولاء المستثمرين والأفراد.

و بما أن النظام المصرفي في الجزائر سائر نحو التفتح أكثر على الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي وإن المنافسين العالميين ذو الكفاءات العالية يستطلعون بوسائلهم التسويقية المتطورة كسب السوق الجزائرية والاستيلاء على حصص سوق بسهولة لاقتنار المؤسسات المصرفية الجزائرية للمفاهيم التسويقية والذي مرده وضعية الاحتكار التي اكتسبتها هذه المصارف جراء نظام اقتصادي الموجه الذي كان يسير البلاد، لذا فإننا نحاول في البحث تسليط الضوء على هذه النقطة أملا في الوصول إلى إقناع المصارف الجزائرية تبني الفكر التسويقي الحديث في تعاملها.

إن العمل المصرفي في الجزائر بعيد كثيرا على التطور العالمي من حيث قدراته التقليدية في التمويل وتسيير العمليات المصرفية، وإن إصلاحه يتطلب قبل كل شيء تصفية ترسبات الممارسات السابقة التي في أغلبها لا تمت بصلة إلى التعامل الاقتصادي القائم على التجارة والتعامل الحر والنزيه، وهذا العمل يحتاج إلى إرادة سياسية قبل أن يكون عملا اقتصاديا بحثا، ثم أن الخطوة الثانية تكمن في جعل المصارف الجزائرية واقصد هنا العمومية تحتك بالأداء العالمي وذلك بتوفير مناخ لتحالفات إستراتيجية مع مصارف عالمية تتمتع بقدرة كبيرة في المنافسة والتسيير حتى تتمكن المصارف

¹ جمعي عماري، التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - الواقع والتحديات، جامعة الشلف، 14-15 ديسمبر 2004.

الجزائرية من كسب قدرات أداء متطورة، وإن هذا العمل يمثل السبيل السهل والسريع الذي في اعتقادي يكسب المصارف الجزائرية الثقافة التسويقية، لأن الكثير من المؤسسات المالية العربية والآسيوية وحتى الإفريقية انتهجت هذا السبيل في التعلم لأن التحالفات لا تعني فقط كسب التكنولوجيا وحصص السوق ولكن تمثل أحسن طريقة للتعلم من يعاني من التخلف. ومن أهم ركائز وظائف التسويق المصرفي الحديث التي يجب التركيز عليها:

- خلق أو صناعة الزبون بالسعي نحو الزبون المرتقب ومعرفة احتياجاته ورغباته.
- المساهمة في اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها وتحديد المشروعات الجيدة، بما يكفل إيجاد زبون جيد.
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يكفل إشباع رغبات واحتياجات الزبائن بشكل مستمر يكفل رضا الزبون، وذلك بعد القيام بدراسة وافية لاحتياجات الزبائن.
- ضرورة قيام مسئولو التسويق المصرفي بالمعيشة الكاملة للبيئة الاقتصادية والاجتماعية التي يعمل بها المصرف، مع استخدام المنهج العلمي في تحليل قدرات الزبائن المالية.
- تحقيق التكامل بين الوظائف التسويقية المختلفة والوظائف المصرفية الأخرى.
- يعتبر التسويق المصرفي الحديث أداة تحليلية هامة في فهم النشاط المصرفي ومعاونة العاملين بالمصرف في رسم السياسات ومراقبة ومتابعة العمل المصرفي.
- القيام ببحوث السوق وجمع وفحص وتحليل تطورات السوق واتجاهاته.
- مراقبة ومتابعة المعلومات المرتدة من السوق المصرفي والتي تتضمن قياس انطباعات الزبائن عن مزيج الخدمات المقدمة ومدى تقبلهم له ورضاهم عنه وتحديد الأوجه الإيجابية والسلبية التي يتعين الاستفادة منها.
- تهيئة بيئة مصرفية مناسبة للزبائن تمكن المصرف من الاحتفاظ بهم من خلال الاهتمام بتحسين الانطباع المصرفي لدى الزبون عن طريق انتقاء من يتعامل مع الزبائن ممن تتوفر فيهم بعض الصفات الشخصية المميزة مثل اللباقة والذكاء والثقة والكفاءة.

خامسا: الارتقاء بالعنصر البشري

من اجل الاستفادة من أحدث ما وصل إليه العلم في مجال التكنولوجيا والمعرفة يجب إعداد كوادر مصرفية على مستوى عالمي، لاستيعاب التطورات المتلاحقة في مجال الخدمات المصرفية بما يضمن رفع مستوى تقديم الخدمة وتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية في المصارف الجزائرية، فرغم إنشاء شركة تكوين بين المصارف إلا أنها لا تتوفر على جميع الوسائل الضرورية لتلبية الحاجات الضخمة للمصارف كما أن هذه الجهود سوف تظل محدودة ما لم يواكبها تطوير لإمكانيات العاملين وقدراتهم اللازمة لاستيعاب التطورات المتلاحقة في مجال الخدمات المصرفية، بما

يضمن رفع مستوى تقديم الخدمة المصرفية وتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية في المصارف العمومية.، لذلك يستلزم على المصارف الجزائرية إذا ما أرادت تطوير نظم إدارتها لتكون مصارف فعالة والارتقاء بمستوى أداء العنصر البشري تبني عددا من الاستراتيجيات المتكاملة للوصول إلى نموذج " المصرفي الفعال" من خلال العناصر التالية:

- إعداد برامج تدريبية متطورة لتطوير الأداء واستخدام الأدوات الحديثة في مجال استيعاب المستجدين والمستحدثات العالمية، ومن خلال الاستعانة بالخبرات المحلية والأجنبية، وإرسال بعثات الموظفين للتكوين في الخارج.
- ترقية نظم الإدارة لتصبح فاعلة وكفؤة وقادرة على التفاعل مع متغيرات الصناعة المصرفية المستمرة والمتواصلة، مع دعمها بالأجهزة الحديثة.
- إنشاء مراكز للتوثيق من أجل توفير آخر المعلومات حول المستجدات في الحقل المصرفي.
- مشاركة الموظفين في وضع أساليب تطوير الأداء.
- وضع نموذج معياري وموضوعي لتقييم أداء الموظف من خلال نتائج الوحدة المصرفية التي يعمل بها.
- تشجيع الموظفين بإقامة نظام تحفيزي أحسن للأجور، وذلك عن طريق تثمين المسؤولية، ومنح أجر مقابل الاضطلاع بها.
- ترقية أداء العاملين من خلال صقل وتنمية مهارات حسن التصرف والقدرة على التفاوض والتخطيط واتخاذ القرار في الأوقات المناسبة.

سادسا: مواكبة المعايير الدولية

في ضوء ما تشهده الساحة المصرفية العالمية من تطورات هامة فرضت على صانعي السياسة المصرفية والمؤسسات الدولية وضع العديد من القواعد والمعايير الرامية إلى تحقيق السلامة المصرفية الدولية، فإن المصارف الجزائرية مطالبة بمراعاة هذه القواعد في سياق سعيها إلى تنويع خدماتها والارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة في السوق المصرفية، ومن أهم المجالات التي ينبغي مواكبتها ما يلي¹:

1- تدعيم القواعد الرأسمالية

تحتل قضية تدعيم رؤوس أموال المصارف أهمية كبيرة باعتبارها خط الدفاع الأول عن المودعين وصمام الأمان في مواجهة الصدمات والأزمات، فضلا عن أهميتها في منح قدرة أكبر

¹ المرجع السابق لـ بريس عبد القادر، ص: 301

للمصارف في تنويع خدماتها وتوسيع نشاطها المصرفي، وفي ضوء ذلك وتطبيقا لمقترحات لجنة بال
ألزم بنك الجزائر كافة المصارف الخاضعة له بتطبيق معدل 0.8%

2- تطوير السياسات الائتمانية بالمصارف

حددت لجنة بال رؤيتها الخاصة بالرقابة على المخاطر المصرفية التي احتلت فيها قواعد منح الائتمان، وفي هذا الإطار تسعى المصارف العمومية الجزائرية إلى وضع ضوابط ومحددات لمنح القروض تفاديا لأزمات السيولة التي عرفتتها في الفترة الأخيرة نتيجة ثقل محافظ بالديون المشكوك في تحصيلها.

3- الاهتمام بإدارة المخاطر

في ضوء ما تشهده السوق المصرفية من تطورات كبيرة نتيجة انفتاحها على القطاع الخاص الوطني والأجنبي، أصبح النشاط المصرفي يركز في مضمونه على إدارة المخاطر، وعلى هذا الأساس تم إجراء تعديلات هامة في قانون النقد والقرض لتفعيل دور بنك الجزائر وهياكله المختلفة في مواجهة المخاطر وإدارتها¹.

4- وضع آلية للإنذار المبكر بالمصارف

إن مؤشرات الحيطة الكلية التي تعرف بشكل عام بأنها مؤشرات على سلامة واستقرار النظام المالي يمكن أن تساعد البلاد على تقييم مدى قابلية أنظمتها المصرفية للتأثر بالأزمات، فقد أثار الاضطراب المالي الدولي في النصف الثاني من التسعينيات الكثير من التأملات في طرق تدعيم النظام المالي العالمي، وهذا ما جعله يتعاضم ويدعم من قبل المؤسسات الدولية، وفي مقدمتها صندوق النقد والبنك الدوليين، ولجنة بازل للرقابة المصرفية، وقد تعرف المجتمع الدولي على عدد من المؤشرات لمراقبة سلامة الأنظمة المالية من خلال برنامج تقييم القطاع المالي الذي أسندت دراسته لصندوق النقد الدولي، وانتهت إلى تحديد هذه المؤشرات التي تشمل مؤشرات الحيطة الجزئية المجمعة على سلامة المؤسسات المالية كل على حدا ومتغيرات الاقتصاد الكلي المرتبطة بسلامة النظام المالي مثل تغيرات سعر الفائدة، وتقلبات سعر الصرف.

4-1- مؤشرات الاقتصاد الجزئي :

وتستمد المؤشرات على السلامة الحالية للنظام المالي أساسا بجمع البيانات عن سلامة كل مؤسسة مالية على حدة، وتبحث في ستة جوانب حيوية للمؤسسة المالية هي:

¹ آيت عكاشة سمير، مخاطر القروض في البنوك الجزائرية، رسالة الماجستير، جامعة البليدة، 2004

- رأس المال : كفاية رأس المال هي التي تحدد في النهاية إلى أي مدى تستطيع المؤسسة المالية التغلب على الصدمات في ميزانياتها، لذلك من المفيد تتبع معدلات كفاية رأس المال التي تأخذ حسابها أهم المخاطر المالية- الصرف الأجنبي، والائتمان، ومخاطر سعر الفائدة - بتحديد أحجام من المخاطر لأصول المؤسسة.
- الأصول : تكون ملاءة المؤسسات المالية في العادة في خطر عندما تضعف أصولها، لذلك من المهم رصد المؤشرات الدالة على نوعية أصولها من حيث زيادة تعرضها لمخاطر معينة. ومن الجلي أن المصرف سيحتاج إلى مستوى أعلى من الرسمة، إذا كان يقرض صناعات معرضة لتقلبات كبيرة في الناتج والربحية نتيجة لأحداث خارجية، أو إذا كان يعمل في بيئة اقتصادية تتسم بالتضخم المرتفع والمتغير، ولهذا فإن التآكل السريع في رأس مال المصارف، وهي تستوعب خسائر متزايدة يكون في آن واحد علامة على أزمة النظام المصرفي.
- الإدارة : الإدارة السليمة عنصر أساسي في أداء المصارف، وهي عنصر نوعي يطبق على المؤسسات فرادى، وتستخدم فيها عدة مؤشرات منها مقاييس الكفاءة.
- الإيرادات: المؤسسات المالية غير المربحة بشكل مزمن تتعرض لخطر الإعسار، كما أن الربحية العالية بشكل غير عادي يمكن أن تعكس مخاطرة مفرطة.
- السيولة : المؤسسات المالية ذات الملاءة في البداية يمكن أن تدفع نحو الإغلاق بسبب الإدارة السيئة للسيولة على المدى القصير، ويجب أن تغطي المؤشرات موارد التمويل وتضع يدها على عدم التوافق في تواريخ الاستحقاق، والواقع أن الاعتماد المتزايد على التمويل قصير الأجل للأصول طويلة الأجل نسبيا يجعل المصرف أكثر عرضة للمواقف المتغيرة تجاه النظام المصرفي ككل أو تجاه تلك المؤسسة بالذات.
- الحساسية لمخاطر السوق : تشترك المصارف بشكل متزايد في عمليات متنوعة، وكلها تتعرض لمخاطر السوق، وخاصة في تحديد سعر الفائدة وتنفيذ صفقات العملة الأجنبية، وفي البلدان التي تسمح للمصارف بالتجارة في أسواق الأوراق المالية أو في تبادل السلع، تكون هناك ضرورة أيضا لرصد مؤشرات مخاطر أسعار الأسهم والسلع.

4-2- مؤشرات الاقتصاد الكلي

يتوقف عمل النظام المالي على النشاط الاقتصادي الكلي، وتتأثر المؤسسات المالية بدرجة كبيرة بالتغيرات في الاقتصاد الكلي، وقد بينت دراسات حديثة أن اتجاهات معينة في الاقتصاد الكلي قد سبقت في كثير من الأحيان نشوب أزمات المصارف، لذلك فإن تقييم السلامة المالية يجب أن يشمل الصورة العريضة، خاصة تعرض اقتصاد ما لمخاطر انعكاسات تدفق رأس المال نحو الخارج وبأزمات العملة.

ومن بين مؤشرات الاقتصاد الكلي المهمة، بيانات النمو الكلي والنمو في القطاعات، واتجاهات ميزان المدفوعات، ومستوى التضخم ودرجة تقلبه، وأسعار الفائدة والصرف، ونمو الائتمان، والتغير في ثمن الأصول، خاصة في أسعار الأوراق المالية والعقارات، ويجب أن تغطي المؤشرات أيضا المتغيرات التي تؤثر على قابلية الأنظمة المالية للإصابة بعدوى الأزمات التي تنتقل عبر البلدان، والتي تشمل العلاقة المتبادلة بين الأسواق المالية، وخصائص الاقتصاد الكلي المتماثلة، والآثار الجانبية للتجارة، والعدوى من سلوك المستثمرين.

إنّ إفلاس المصارف وأزمات النظام المصرفي تخلف آثاراً أليمة جداً، ولهذا فإنّ الحاجة الماسة لإنشاء وحدات التنبؤ المبكر بالأزمات المصرفية بالمصارف الجزائرية واستخدام مؤشراتها الأساسية يعد خطوة أساسية، في تحسين قدرة البلد على إدارة اقتصاداتها وقطاعاتها المالية، ويمكن تقييم هشاشة النظام المصرفي قبل وقوع الأزمة، وبالتالي فإنّ تحليل المخاطر التي تواجهها المصارف الجزائرية والّ طريقة التي يمكن أن تتأثر بها بالتغيرات في الاقتصاد الوطني أو الاقتصاد العالمي يكون مفيداً لصناع القرار والباحثين على السواء في التعرف على أيّة اختلال خاصة في المدى القصير واقتراح أهمّ الأساليب والإجراءات التي تعالج الموقف قبل وقوع الأزمة، وتفاهم مشكلاتها، وفي هذا السياق يمكن ذكر أهمّ الأدوات التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار في تصميم وحدات فعّالة للإنذار المبكر لتقييم سلامة النظام المالي الجزائري.

- توفير نظام جيّد للاتصالات لجمع المعلومات الدّقيقة والكافية في الوقت المناسب لاتخاذ القرارات السّليمة والإطلاع على الوضع الشامل داخل النظام المصرفي.
- استنباط مؤشرات مناسبة للحيطه الكليّة تكون قياسية ومعياريّة لتوفير إنذار مبكر بالمخاطر وحدث الأزمات المصرفيّة، في ضوء ظروف كل مصرف والوضع الاقتصادي الكليّ للدّولة.
- دراسة الأزمات المصرفيّة التي حدثت بالدول الناشئة، والعمل على الاستفادة من دروسها للابتعاد عن الأخطاء التي وقعت فيها.
- توافر الكفاءات الإدارية والكوادر المختصة ذات خبرة في المجال المصرفي التي يمكنها التعامل مع الأزمات والضائقة الماليّة بأسلوب علمي وحكيم، لأنّ العمل المصرفي في ظلّ الانفتاح على الأسواق الماليّة العالميّة والتطور السريع للتّقدّم التكنولوجي، وتنامي استخدام الابتكارات الماليّة يتعرّض للعديد من المخاطر -مخاطر الائتمان، أسعار الفائدة، السيولة، الاستثمار، المستندات، السمعة، الإلكترونيّة.

ونظراً لتنوّع المخاطر وأهميّة قياسها وإدارتها بأسلوب علمي¹، فإنّ المصارف الجزائرية تستطيع تجاوز كلّ المخاطر باتخاذ العديد من الإجراءات:

¹ المرجع السابق لـ بربيش عبد القادر، ص: 320

- العمل على حسن إدارة المخاطر من خلال تحقيق القدرة على قياس كافة أنواعها وإنشاء إدارات خاصة بها لمتابعة وتنفيذ السياسات والموافق عليها، مع تقوية دور الرقابة الداخليّة وتفعيل دورها بحيث تستطيع توقع المخاطر قبل حدوثها بدلا من التعامل معها بأسلوب ردّ الفعل مبني على قصر النظر.
- العمل على الاستفادة من الخبرات العالميّة باستعمال الأدوات الجديدة لتقييم سلامة النظام المصرفي والمالي كما سبق ذكره.
- تدريب كوادر مصرفيّة متخصصة في هذا المجال.

سابعا: التنوع في الأنشطة والخدمات المصرفية

هناك اقتناع لدى الاقتصاديين والماليين وأصحاب الأعمال والتجارة، بأن الحافز على التجديد يأتي من رغبة الأفراد ومؤسسات الأعمال في تعظيم الربح. وعلى هذا الأساس نشير إلى أن التغيير الذي يحدث على مستوى البيئة الاقتصادية يحفظ على التجديدات المربحة¹.

ومنذ السبعينات يعمل الأفراد والمؤسسات في بيئة يسودها التضخم وارتفاع أسعار الفائدة، مما جعل من الصعب التنبؤ في ظل التطور السريع لتكنولوجيا الكمبيوتر بأهم التغييرات، ومن ثم أدركت المؤسسات المالية أن كثيرا من الأساليب القديمة لم تعد مربحة، كما أن كثيرا من المنتجات المالية التي تقدمها لم تعد تلقى قبولا وقد وجد الكثير من المصارف أنها غير قادرة على تجميع مدخرات الأفراد بالأدوات المالية التقليدية المعروفة، وبدون تلك الموارد ربما تجد نفسها خارج مجال الصناعة ولكي تكتب لنفسها البقاء في إطار البيئة الاقتصادية الجديدة، كان عليها أن تبحث وتطور منتجات جديدة.

ومن هنا يمكن القول بأن الخدمات المصرفية تمثل أحد الأنشطة الاقتصادية الهامة في أي دولة، وإذا نظرنا إلى الخدمات المصرفية كنشاط اقتصادي نجد أنه ينطوي على عدد من الخصائص نذكر منها:

- تشعب وتعدد مجالات الخدمات المصرفية وارتباطها بجميع الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية الأخرى للدولة.
- إن الطلب على الخدمات المصرفية دالة في درجة التقدم الاقتصادي للدولة، حيث أن الخدمة المصرفية نشاط إنتاجي ذا طبيعة خاصة ويرتبط بقضايا التنمية بمجالاتها المتعددة.
- يرتبط بالخاصية السابقة، خاصية أخرى هي أن العرض من الخدمات المصرفية دالة في مستوى الرفاهة الاقتصادية في الدولة وكذلك الخصائص السكانية المختلفة هذا بالإضافة

¹ زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.

إلى ما تتمتع به الدولة وما تملكه من موارد طبيعية وسياحية بالإضافة إلى علاقاتها السياسية والاقتصادية بدول العالم الأخرى.

- إن الطلب على الكثير من الخدمات المصرفية يتصف بصفة التكرار.
- إن الخدمات المصرفية تعتبر صناعة حيث يتوافر فيها كل متطلبات وعناصر أي نشاط إنتاجي آخر.

ولا شك أن توافر الخصائص السابقة يعني ضرورة مواكبة النشاط المصرفي لمتطلبات التطور في جميع أوجه النشاط الاقتصادي والاجتماعي في أي دولة بغض النظر عن طبيعة نظامها الاقتصادي أو فلسفتها السياسية.

ويمكن القول، أن الخدمات المصرفية كغيرها من أوجه النشاطات الاقتصادية مرت بالعديد من مراحل التطور، حيث تحول النشاط من مجرد القيام بعمليات الإقراض والإيداع في داخل حدود الدولة المعنية إلى قيام المصارف بالدخول في مجالات الاستثمار وتملكها للكثير من المشروعات الصناعية والخدمية والتجارية، وكذلك قيامها بتصدير خدماتها إلى خارج حدود الدولة وانتشار فروع الكثير من المصارف في معظم دول العالم، وظهور المصارف متعددة الجنسيات.... الخ. ولا شك أن هذا التحول الكبير والتنوع الملحوظ في الخدمات المصرفية أو في صناعة المصارف بصفة عامة كان بمثابة ضرورة فرضها واقع التطور والنمو السريع في مختلف الأنشطة الاقتصادية في دول العالم المختلفة وهذا ما جعل الكثير من الكتاب والممارسين في صناعة المصارف يرون بأن المشكلة الحقيقية التي تواجه رجال المصارف تكمن في كيفية إدارة ومواجهة التغير والنمو السريع في المجالات الاقتصادية والاجتماعية بنجاح، بالإضافة إلى التغير والتطور في سوق الصناعة المصرفية التي أصبحت تتصف بالمنافسة الشديدة.

وبخصوص الاتجاهات الحديثة في مجال صناعة الخدمات المصرفية (صناعة المصارف) فيمكن القول أنها عرفت تقدماً في الأساليب الفنية المطبقة في مجال الخدمات المصرفية، مما يؤدي إلى حفز التجديد المالي من خلال تخفيض تكلفة تقديم الخدمات والأدوات المالية، وتخفيض في أداء المعاملات المالية ومن ثم تقديم خدمات وأدوات مالية جديدة، ولقد سبق الذكر بأن الخدمات المصرفية لم تعد الآن تقتصر فقط على عمليات الإقراض والإيداع وما يرتبط بها من أنشطة مصرفية.

حيث تشير الدلائل العملية إلى تنوع وتعدد الخدمات والأنشطة¹ التي تقوم بها المصارف في الوقت الحالي سواء في الدول المتقدمة أو الكثير من الدول النامية وفي هذا الخصوص يمكن الإشارة إلى بعض الحالات الخاصة:

¹ المرجع السابق لـ زيدان محمد، ص: 164

- شراء أو إنشاء وإدارة شركات صناعية وتجارية وزراعية وخدمية أو المساهمة فيها.
- إنشاء العديد من الفروع للمصرف الأم التي تقدم الخدمات المصرفية التقليدية (الإقراض، الإيداع، حسابات جارية، تحويلات نقدية..... الخ) في كل المقاطعات والمدن للأفراد ورجال الأعمال والمنظمات القائمة بمختلف أنشطتها وتبعيتها وجنسياتها.
- إنشاء العديد من الفروع للمصرف الأم والتي تخصص فقط في الأنشطة التجارية التقليدية وأسواق الجملة.
- دخول المصارف في صناعة التأمين من خلال تقديم كافة الخدمات الخاصة بالحاسبات الآلية، الاستثمار المشترك، السمسرة، وكتابة أو إصدار بوالص التأمين بأنواعها المختلفة (تأمين على الحياة، الممتلكات.... الخ).
- تقدم المصارف الكثير من الخدمات المصرفية للأفراد. مثل القروض الشخصية وتنظيم وتخطيط الضرائب الشخصية وميزانيات الإنفاق، دفع الإيجارات، ومنح بطاقات الائتمان أو الضمان وبطاقات الشيكات وتسهيلات وقروض مالية لكافة خدمات الصيانة والاستبدال الخاصة بالمنازل (الأثاث، الأجهزة المنزلية)، بالإضافة لكل ما يتعلق بالاستشارات الخاصة بشراء المساكن الجديدة أو بيعها وكذلك الشراء والتأمين على السيارات.
- تخليق أوراق مالية قابلة للتسويق: وتعرف هذه العملية بأنها تحويل أصول مالية غير سائلة إلى أدوات لسوق رأسمالية قابلة للتسويق، ولقد حفزت هذه العملية التقدم في تكنولوجيا الكمبيوتر، إذ مع الحفظ الإلكتروني للحسابات والمستندات، فإن المؤسسات المالية تجد نفسها قادرة على أن تجمع محفظة قروض (مثل القروض العقارية) ذات فئات صغيرة، ثم تجميع الفائدة والأصل وتدفع بهم إلى طرف ثالث.
- تقديم كافة الخدمات الخاصة بالسفر والسياحة.
- تقديم كافة الاستشارات ودراسات الجدوى الاقتصادية وإدارة المشروعات الجديدة في مجالات الصناعة والتجارة والزراعة.... الخ.
- التعامل مع كافة أنواع العملات (البيع والشراء)
- تقديم كافة الخدمات الخاصة بالكمبيوتر ونظم المعلومات.
- تنظيم وإدارة كل ما يتعلق بتقديم وصرف المعاشات والمنافع الاجتماعية التي يحصل عليها الأفراد من الدولة.
- منح الأفراد بطاقات صرف نقدية من الوحدات الآلية التابعة لفروع المصرف في كل مكان حتى يستطيع الفرد الحصول على أي مبلغ من النقود دون التقيد بمواعيد العمل الرسمي في المصارف. ولا يقتصر منح هذه البطاقات على من يملكون حسابات جارية فقط بل أيضا تمنح بطاقات مماثلة لكل من له حساب إيداع.

- عدم اقتصار تقديم القروض للشركات الكبيرة القائمة أو تحت الإنشاء بل أيضا تقديم القروض للأفراد الذين يرغبون في إنشاء المنشآت الفردية الصغيرة، والحرفيين في مجالات الصناعة والتجارة والزراعة.
- التعامل مع كافة أنواع الأوراق المالية وما يرتبط بها من أنشطة.
- تقديم التسهيلات للشركات التجارية التي ترغب في إصدار بطاقات الضمان لربائنها كوسيلة لترويج مبيعاتها.
- الاتجار في المواد الخام والسلع المختلفة.

ثامنا: الاتجاه نحو التجمع والاندماجات المصرفية

لتحقيق هدف النمو والتوسع تلجأ بعض المصارف الكبيرة خاصة في الدول المتقدمة إلى الاندماج مع بعضها لتكوين مجموعات مصرفية تقدم سلسلة من الخدمات المصرفية المتكاملة وتحقيق تغطية شاملة للبلد المعين، هذا بالإضافة إلى غزو لأسواق الخدمة المصرفية في خارج الدولة.

و المتتبع لحالة المصارف في العالم بعد الأزمة المالية الأخيرة يلحظ كم كثيرة هي التغيرات التي مرت بعالم المصارف منذ نشأته حتى الآن ما بين ازدهار وانهار وخصوصة وتأميم واندماجات وانكماشات فبسبب طبيعة عملها تتعرض المصارف لكثير من مصادر الخطر نتيجة لأي اضطرابات أو ضغوط في الاقتصاد وخصوصا في ظل التحديات التي تواجه المصارف: كالمنافسة، الثورة التكنولوجية، وعولمة المصارف. و قد شهد قطاع المصارف والمصارف الكثير من عمليات الاندماج في الأعوام القليلة الماضية تميزت بتجميع أصول مالية لمصارف عملاقة تعدت في جملتها 5 تريليون دولار، فقد شهد العالم منذ مطلع 1995 وحتى نهاية العام الماضي اندماج ما يقرب من 5400 منشأة مالية، بلغ الولايات المتحدة وحدها ما يعادل 56 % من هذه الاندماجات المصرفية.

كما أن الاندماجات بين المصارف تزيد بشكل ملحوظ أعقاب الأزمات الاقتصادية العالمية، ليس بدافع زيادة الإنتاج وإنما بدافع الخوف من ظهور خسائرها الناتجة عن تفاقم هذه الأزمات، حتى إن اندفاع بعض المؤسسات السريع نحو الاندماجات قد يتسبب في بعض الأحيان في فشل وخسارة وانهيار الشركة الجديدة.

و المتتبع للحالة الجزائرية يعلم مسبقا أنه لم يحدث أي اندماج مصرفي بالجزائر، ولعل السبب يعود في ذلك لطبيعة النظام والتشريع المصرفي في الجزائر الذي لم يسمح بقيام عمليات الاندماج سواء بين المصارف العمومية فيما بينها، أو بين المصارف العمومية والمصارف الخاصة الوطنية سواء كانت وطنية أو أجنبية، حيث أن التشريع الجزائري كان يسمح فقط للأجانب تملك 49 % فقط من أسهم المصارف الجزائرية، وهو ما اعتبر عائقا أمام المستثمرين الأجانب، الأمر الذي كان وراء

تعثر الشراكة وفتح رأس مال القرض الشعبي الجزائري CPA، حيث فشل مشروع التوأمة والخصوصية الجزئية لهذا المصرف بعدما اشرف مصرف الإخوة "لازار" الفرنسي بإجراء تقييم للقرض الشعبي الجزائري CPA إلا أن مصرف "سوسيتي جينيرال" تراجع عن الأمر وطالب بتملك أكثر من 49 % من هذا المصرف. كما أن المصارف الجزائرية العمومية ملزمة بالبحث على اندماجات تزيد من فعاليتها وتعطيها القوة على مواجهة المنافسة القوية كما الاندماج يعطيها بعض المزايا نذكر منها:

- الوصول إلى مستوى الحجم الأمثل وهذا لتحقيق زيادة الكفاية الإنتاجية وتقليل تكاليف الخدمات المصرفية باستخدام المتخصصين، والتخفيض في المصروفات الإدارية، وزيادة الثقة التي يوليها الرأي العام للمصارف الكبيرة.
- تقديم أكبر قدر ممكن من الخدمات المصرفية المتكاملة للاقتصاد الوطني في كثير من المناطق الجغرافية المتعددة وحتى وإن تعارض هذا مؤقتا مع الربحية.
- سهولة عملية التخطيط المالي والنقدي للمشروعات وبالتالي سهولة تحقيق الرقابة المصرفية باعتبارها جزء من الرقابة على تنفيذ الخطط الوطنية.
- ملكية الدولة لشركات القطاع العام يحتم بالضرورة إحداث تعديلات في هيكل المصارف وعلاقتها بالشركات طالما أن هناك خطة وطنية متكاملة يلتزم بها الجميع لتحقيقها، إذ لا داع لترك الحرية للمصارف ما لم يكن هناك خطة.
- عملية الاندماجات ليست غاية في حد ذاتها وإنما تعتبر كخطة للتخصص المصرفي وهو ما يجعل التخطيط المالي والرقابة المالية على الشركات أسهل وأفضل.

خلاصة الفصل الرابع:

من خلال الانضمام المرتقب للجزائر إلى منظمة التجارة العالمية واندماجها في الاقتصاد العالمي وجب على الجزائر الاعتناء بتحرير تجارة الخدمات بما فيها الخدمات المصرفية، وهذا بتنفيذ الالتزامات المتعلقة بتحرير هذا القطاع، وفي ظل استمرار الأوضاع والسياسات الحالية فإن المصارف الجزائرية ستدخل حلبة المنافسة في وضعية غير تنافسية وهي بذلك لا تستطيع الصمود والبقاء في السوق نظرا لمحدودية إمكانياتها وخدماتها وضعف مستويات أدائها، وبالتالي عدم قدرتها في منافسة المصارف العالمية الكبرى التي تتميز بقدرتها وجودة وتنوع خدماتها وكفاءتها الإدارية وقدراتها التسويقية، الأمر الذي يمكنها من استقطاب معظم الودائع وبالتالي التحكم في توجيهها إلى مجالات الاستثمار وميادين التوظيف التي تتناسب مع إستراتيجيتها بغض النظر عن مصلحة الاقتصاد الوطني، رغم ما يترافق مع هذا من فرص استفادة الزبون المصرفي من حيث السعر والجودة والوقت وكفاءة الأداء والتنوع في تشكيلة الخدمات، حيث تقوم المصارف العالمية الكبرى بتقديم أكثر من 360 خدمة لزبائنها، بينما لا تقدم المصارف في البلدان النامية - ومن بينها المصارف الجزائرية- في أحسن الأحوال أكثر من 30 خدمة بمستويات أداء ضعيفة وخدمات متدنية، الأمر الذي يشكل مخاطر وتحديات أكيدة للاقتصاد الوطني.

ورغم الإيجابيات التي يمكن أن يتيحها تنشيط هذا القطاع إلا أن الوضعية الحالية تستدعي سرعة تأهيله لتعزيز مكاسب الاندماج في الاقتصاد العالمي وتقليل المخاطر المحتملة ومحاولة التكيف مع الواقع الذي فرضته التطورات العالمية، إذا ما أرادت مزاولة نشاطها في سوق لم يعد حكرا عليها.

- ومن التوصيات المقترحة الإسراع في إصلاح هذا القطاع من خلال:
- تفعيل الشراكة مع المصارف الأجنبية خاصة في جانبها التقني من أجل تأهيل المصارف العمومية.
- تبني فلسفة التسويق المصرفي على مستوى المصارف لمواجهة المنافسة.
- إدخال الوسائل التكنولوجية والمعلوماتية الحديثة في مجال العمل المصرفي.
- تنويع الخدمات المصرفية وتبني إدارة الجودة الشاملة في المصارف .
- العمل على تأهيل الإطار البشري وترقية أداءه بما يحقق أهداف المصارف.
- البحث في سبل تحقيق بعض الاندماجات المصرفية بتجميع الأصول المالية لبعض المصارف العمومية كي تزيد من فعاليتها وتعطيها القوة على مواجهة المنافسة القوية.
- فتح مكاتب في كل المصارف العمومية وفق مبادئ الصيرفة الإسلامية للاستفادة منها في جذب الأموال التي يحجم أصحابها عن إيداعها بسبب حرمة التعاملات الربوية.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة

لقد احتل النظام المصرفي منذ فترات طويلة أهمية بالغة في مختلف المجتمعات والمنظومات الاقتصادية، ذلك نظرا للأهمية والدور البارز و الفعال الذي تلعبه مختلف المصارف في تمويل القطاعات الاقتصادية وتدعيم وتنشيط مختلف النشاطات والمشاريع التنموية، وعليه وجب وجود أو فرض رقابة وإشراف على هذه المصارف ومتابعة حسن سيرها وتسييرها.

ونحن عند اختيارنا دراسة موضوع اتجاهات التحول إلى اقتصاد السوق ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية الجزائرية في ظل العولمة الاقتصادية، كان هدفنا الأساسي يتمحور حول تقييم التجربة الجزائرية في الإصلاح الاقتصادي والمصرفي وعملية التحديث التي انتهجتها الدولة الجزائرية من أجل تطوير القطاع المصرفي، كما هدفنا إلى إبراز الكيفية التي تمكن من تطوير الخدمات المصرفية وبخاصة بعد انفتاح الاقتصاد الجزائري على الاقتصاد العالمي والتحديات التي أصبحت تواجه المصارف في ظل العولمة كتغير البيئة المصرفية العالمية وما لها من آثار كبيرة، كان في صدارتها اتفاقية تحرير الخدمات بما في ذلك الخدمات المالية والمصرفية، كما مثلت اتفاقية بازل ومقرراتها تحديات على المصارف والأنظمة المصرفية لمختلف دول العالم، بالإضافة إلى التطورات التكنولوجية والتوسع في المعاملات المالية والمصرفية الإلكترونية، وما نتج عنها من زيادة المخاطر المصرفية، بحيث أصبح الانشغال الرئيسي للقائمين على الأنظمة المصرفية مواجهة تلك التحديات والتقليل من تداعياتها وأثارها السلبية وتعظيم مكاسبها والمزايا التي تتيحها، وذلك بنبي استراتيجيات تنويع أنشطة المصارف وتبني فلسفة المصارف الشاملة والتوجه نحو الاندماج المصرفي لتكوين الكيانات المصرفية الكبيرة لمواجهة المنافسة المحتدمة في السوق المصرفية، بالإضافة إلى الاهتمام بإدارة المخاطر ونظم الإنذار المبكر للأزمات، إضافة إلى تحديث وعصرنة نظم المعلومات والدفع والاستفادة من تطبيقات تكنولوجيا الصناعة المصرفية.

وقد كانت المصارف التجارية الجزائرية تفتقد إلى الإطار المؤسسي والخبرة للنهوض بالأعمال المصرفية التي تتميز بالفعالية وفي سياق تحول الجزائر إلى اقتصاد السوق رأّت السلطات نفسها مدعوة أكثر فأكثر إلى إعادة النظر في هيكلها الاقتصادية لاسيما فيما يتعلق بالقطاع المصرفي لتكون أكثر ملاءمة لطبيعة المرحلة التي يمر بها الاقتصاد الوطني وأكثر استجابة لتزايد تعقد المحيط الاقتصادي.

ولعله يعتبر من الضروريات الملحة في المرحلة الراهنة تحديث وعصرنة المنظومة المصرفية الجزائرية لاستكمال مسار الإصلاحات المصرفية وتمكين المصارف الجزائرية من اكتساب ميزة تنافسية تؤهلها لمواجهة التحديات التي فرضتها العولمة، وعليه فإن أي جهد للإصلاح والتطوير

يجب أن يصب في اتجاه تحديث وعصرنة آليات تسيير المصارف الجزائرية، والأخذ بمبادئ وأسس إدارة الجودة الشاملة، والتوسع في استخدام تكنولوجيا الصناعة المصرفية والاهتمام أكثر بالابتكار وتطوير الخدمات المصرفية، والوصول إلى تقديم خدمات عالية الجودة وكفيلة بإشباع رغبات الزبائن للمحافظة على وجودها وصمودها في وجه المنافسة الشرسة الناتجة عن تحرير السوق المصرفية الجزائرية.

ولهذا كانت دراستنا لخصائص الجهاز المصرفي الجزائري وتطوراته تهدف في الدرجة الأولى إلى معرفة الأشواط التي قطعها هذا القطاع الاقتصادي المهم، وذلك في ظل التغيرات الحادثة في المناخ الاقتصادي من خلال التركيز على الإصلاحات في السبعينات والثمانينات وبداية التسعينات.

نتائج الدراسة

1. الإصلاح الاقتصادي ضرورة لنجاح الإصلاح المالي، حيث أن إجراء بعض التحرر المالي - دون التحرر الاقتصادي - عملية غير مجدية. وذلك لاستمرار وجود تشوهات كبيرة في الاقتصاد الوطني يدفع المصارف إلى عدم تخصيص مواردها المالية بناء على معيار الجدارة الائتمانية، فاستمرار وجود تشوهات سعرية كبيرة، وتقييد حرية التجارة الخارجية وضعف دور سوق الأوراق المالية في تمويل المشروعات. واستمرار عجز الميزانية العامة وتمويله من مصادر تضخمية. يجعل من الصعب على المصارف تقييم الجدارة الائتمانية لأي مشروع.

2. الإصلاح المالي خطوة رئيسية في الإصلاح الاقتصادي، حيث أن إجراء الإصلاح الاقتصادي دون الإصلاح المالي، من شأنه أن يؤدي لاستمرار تخصيص الموارد المالية للمصارف بطريقة بعيدة عن معيار الجدارة الائتمانية واستمرار تخصيص الموارد المالية للمصارف بناء على معايير تفضيلية، سواء في أسعار الفائدة أو في توجيه الائتمان المصرفي لمشروعات غير منتجة.

3. إن الإصلاحات المصرفية رغم أهميتها لم تسمح ببروز المنافسة، نتيجة هيمنة المصارف العمومية على السوق المصرفية الجزائرية واحتكارها للنشاط المصرفي من جهة وتعثر تجربة المصارف الخاصة من جهة ثانية والتي خرجت من السوق المصرفية بسبب نقص الاحترافية والسعي وراء الربح السريع.

4. إن انفتاح الاقتصاد الوطني وظهور العولمة المالية تضع المصارف الوطنية في وضعية صعبة، وهي لم تتوصل حتى الآن إلى التحكم بشكل جيد في استخدام مناهج العمل والتسيير المصرفي التقليدية، وبالتالي عليها تدارك ما فاتها وفي الوقت ذاته مسايرة وبخطوات متسارعة ما وصلت

إليه آخر التطورات المالية ومناهج التسيير والعمل المصرفي، وعليه يقتضي الإسراع في تعزيز المحيط القانوني والأخلاقي لصالح الملكية واحترام قواعد المنافسة وترقية الخدمات، وفي هذا الصدد يجب وضع آليات لمواجهة تلك التحديات.

5. إن تطوير الخدمات المصرفية أصبح ضرورة ملحة، وأن هذه الضرورة تتبع من الظروف المتغيرة التي يشهدها العالم الآن، وعلى رأسها المنافسة القوية المتوقعة خلال السنوات القليلة القادمة، من جانب المصارف والهيئات المالية والمصرفية العالمية، التي ستدخل إلى السوق الجزائرية في ظل تطبيق اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات المالية التابعة للمنظمة العالمية للتجارة، بالإضافة إلى وجود العديد من محفزات التطوير الأخرى، كالفرص والتهديدات المرتبطة بالتطور الهائل في مجال الاتصالات والمعلومات، وارتفاع تطلعات الزبائن، حيث صارت جودة الخدمة، وليس ولاء الزبون للمصرف، هي معيار الاختيار بين المصارف بالنسبة للزبائن.

6. يجب القيام بحسابات دقيقة لتكلفة وعائد التطوير مقدماً، حتى تتم عملية التطوير بنجاح، كما نرى بأن التهاون في القيام بعمليات التطوير في المصارف سيؤدي حتماً إلى أن تواجه تلك المصارف خلال سنوات معدودة من الآن، مصير شركات النسيج في الجزائر وفي الدول النامية ككل والتي أدى إهمالها لعملية التطوير إلى تردي أوضاعها بصورة لا تتناسب مع إمكاناتها وبداياتها.

7. ضرورة توفير بنية تكنولوجية ملائمة، حيث لا تزال بعض الطرق التقليدية التي كانت تستخدم في التعاملات المصرفية حتى وقت قريب، مسيطرة على قطاعات واسعة من العاملين في المجال المصرفي، وإن البنية التكنولوجية الأساسية داخل المصارف لا تزال إما غير جاهزة أو غير فعالة فيما عدا استثناءات قليلة، فتطوير البنية التكنولوجية للمصارف لا يعني توفير أجهزة حاسب آلي فقط، إنما يأتي ذلك في إطار إستراتيجية متكاملة لتطوير الخدمات والمنتجات المصرفية خاصة أننا لا نزال نفتقر إلى وجود منتجات مصرفية متنوعة تجذب الزبائن والمستثمرين. كما أن فكرة استخدام الأدوات التكنولوجية في تطوير العمل المصرفي لا تقتصر على مجرد السرعة في أداء تلك العمليات، وإنما تمتد لاستخدام تلك التكنولوجيا في تحليل البيانات الخاصة بالزبائن على اختلاف تصنيفاتهم، بما يمكن من رفع مستوى الأداء للمصرف وتقديم المزيد من المنتجات والخدمات التي تزيد من قدرته التنافسية.

8. يجب توفير مناخ تشريعي مناسب يساعد على حفز العمل المصرفي وتطويره، إذ أنه وبالرغم من الجهود المبذولة من الناحية التشريعية في مجال الإصلاحات المصرفية إلا أنها لم يكن لها انعكاسات على تحسين أداء المصارف الجزائرية وتحسين الخدمات المصرفية المقدمة.

9. يجب تبني أساليب متطورة للقضاء على المشاكل الناجمة عن بطء الفصل في المنازعات المالية والتجارية، ومن أمثلة ذلك ضرورة الاهتمام بوجود عدد من اللجان المؤهلة لفض المنازعات التجارية بما يسهل على المصارف أداء عملها في مناخ سليم يساعد على عملية التطوير.

10. إن تبني الإصلاحات الاقتصادية والمصرفية فرضته التطورات الاقتصادية العالمية، وبالأخص موجة الإصلاح الاقتصادي والمصرفي التي شملت الاقتصادات الاشتراكية التي تبنت التحول نحو اقتصاد السوق. كما كان للعولمة الاقتصادية والمالية بمختلف أبعادها دورا بارزا باتجاه المزيد من التحرر وترابط اقتصاديات دول العالم.

11. أن سلامة القطاع المصرفي لا تقوم بالضرورة على أسس محاسبية ومعدلات رياضية فحسب، فالخلفيات السياسية والاقتصادية والقانونية ونزاهة المديرين والاستعمال السليم للصلاحيات المعطاة لهم هي التي تحدد استمرارية القطاع لا نكسته

12. المنظومة المصرفية الجزائرية تواجه جملة من التحديات الداخلية والتي تمثل أهم أوجه القصور والضعف التي تميزها والتي يجب مواجهتها والقضاء عليها لاسيما:

- تحدي الندرة الناتج عن تقلص الموارد المالية مما يؤدي إلى اختفاء نسبي للوساطة المالية.
- التحدي التكنولوجي، إذ أن استخدام تكنولوجيات جديدة يستلزم إعادة النظر في مناهج التنظيم والإجراءات الحالية، وتفرض التغييرات التكنولوجية تنظيما مستمرا، كما أن التطورات الباهرة لتقنية المعلومات، أدت إلى زيادة تحرير الخدمات المصرفية "العولمة المالية"، والتي سهلت من حركة دخول وخروج رؤوس الأموال.
- تحدي المنافسة، حيث تواجه المصارف منافسة تزداد بشدة، لاسيما في ظل تحرير الاقتصاد، وإنشاء مصارف خاصة وطنية، ودخول مصارف أجنبية، وزيادة الاتجاه نحو خصوصية واندماج المصارف لتقوية المراكز المالية لها، وظهور الحاجة إلى تبني المصارف الشاملة التي تذيب الحدود الفاصلة بين المصارف والمؤسسات المالية الأخرى بواسطة الخليط من المنتجات والخدمات المالية التي تقدمها.
- تحدي الزبائن حيث أصبح الزبائن يطالبون بمنتجات جديدة وخدمات ذات جودة عالية.
- تحدي التأهيل المهني، إذ نجد أن من بين العاملين في المصارف العمومية 30 % ممن لهم تأهيل جامعي، لذا يجب إعداد برامج تكوين وتنظيم دورات تدريبية

وتحسين المستوى لفائدة عمال المصارف لتمكينهم من التقنيات المصرفية والمالية العصرية.

- التحدي الإعلامي، يقتضي اتخاذ القرار القاضي بتوفير معلومات دقيقة وفي الوقت الحقيقي، مما يتوقف على إقامة جهاز إعلامي عصري.
- تحدي الخطر، يتطلب تقدير الخطر المصرفي قدرة كبيرة على اختيار المشاريع المربحة التي يجب تمويلها وإلغاء تلك التي تتطوي على أخطار، كما يقتضي منها الالتزام بالمعايير الدولية لنشاطاتها وخدماتها المصرفية وأهمها معايير لجنة بازل، لذلك وجب الاهتمام بإدارة المخاطر ونظم الإنذار المبكر للأزمات واعتمادها في المصارف الجزائرية لمواجهة الضغوط التنافسية الناتجة عن سياسة التحرير المصرفي.
- تحدي إزالة المركزية والتخصص، يجب العمل على تنظيم المصارف وتوزيعها جهويا حتى تكون قريبة من انشغالات الزبائن .

13. إضافة إلى بعض التحديات الداخلية الأخرى:

- ضعف وتدني مستوى الخدمات المصرفية المقدمة ومحدوديتها، فالخدمات المصرفية المقدمة من طرف المصارف الجزائرية جد تقليدية وتتمحور أساسا حول الوظيفة التقليدية وهي وظيفة الوساطة المالية (جمع الادخار ومنح القروض).
- ملكية الدولة للمصارف جعلها تحتكر النشاط المصرفي، مما ترتب عنه نقص روح الابتكار والتطوير والمنافسة.
- تعد المصارف الجزائرية مصارف صغيرة ومتواضعة ولا تؤدي أدوارا فعالة في الخدمات المصرفية مما يجعلها في حالة عدم القدرة على المقاومة والمنافسة ويعرضها للانحيار.
- تعاضم حجم القروض المتعثرة نتيجة السياسات الائتمانية غير السليمة.
- عدم تناسب الإمكانيات المادية والبشرية مع حجم النشاط المصرفي، خاصة مع تزايد عدد المصارف والمؤسسات المالية غير المصرفية وتنوعها والتي بلغ عددها في السنة الحالية أكثر ثلاثين مصرفا ومؤسسة مالية غير مصرفية.

14. أن المصارف الجزائرية نتيجة التحولات الاقتصادية والانفتاح على الأسواق العالمية تواجه مجموعة من التحديات الخارجية أهمها:

- ضرورة التأقلم مع شروط الانضمام للاتفاقية العامة لتجارة الخدمات GATS وما يتطلبه من تحرير كافة الخدمات المالية والمصرفية، وحثية مواجهته عن طريق تبني فلسفة المصارف الشاملة لتتويج الخدمات وتنويع الأنشطة، كما يعد التوجه نحو الاندماج بين المصارف الجزائرية أحد الخيارات التي يجب تبنيها لزيادة القدرة التنافسية ومعالجة مشكلة ضعف قاعدة رأس المال
- تطبيق مقررات لجنة بازل للرقابة المصرفية ومطابقة المعايير المصرفية الدولية.
- ظهور المصارف الإلكترونية والخدمات المصرفية الجديدة كالمشتقات المالية والمعاملات المصرفية الإلكترونية، وما يترتب عن ذلك من تزايد المخاطر المصرفية وتغيير طبيعة الخدمات المصرفية.
- محاربة انتشار ظاهرة غسل الأموال، وما يتطلبه من مجهودات تشريعية وعملية.
- ضرورة تحديث وعصرنة نظام الدفع بالمصارف الجزائرية، وتعميم استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وتوظيف استخدام تكنولوجيا الصناعة المصرفية لتدارك التأخر المسجل في هذا المجال وتبني آليات ومعايير التسيير الحديثة.

اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: الانتقال إلى اقتصاد السوق يجب أن يرافقه إصلاح وتطوير للمنظومة المصرفية حتى تتماشى ومتطلبات المرحلة وتحقق التنمية المسطرة.

إن هذه الفرضية صحيحة إلى حد بعيد ذلك أن الإصلاح المالي خطوة رئيسية في الإصلاح الاقتصادي، حيث أن إجراء الإصلاح الاقتصادي دون الإصلاح المالي، من شأنه أن يؤدي لاستمرار تخصيص الموارد المالية للمصارف بطريقة بعيدة عن معيار الجدارة الائتمانية واستمرار تخصيص الموارد المالية للمصارف بناء على معايير تفضيلية، سواء في أسعار الفائدة البعيدة كل البعد عن أسعار السوق أو في توجيه الائتمان المصرفي لمشروعات غير منتجة.

الفرضية الثانية: لا يمكن توضيح دور المصارف في التنمية الاقتصادية إلا من خلال إعطاء نظرة شاملة عن نشأتها منذ الاستقلال وذلك لارتباط واقع المصارف الحالية بأساليب التسيير السابق.

هذه الفرضية أيضا صحيحة فقد كانت المصارف التجارية الجزائرية تفتقد إلى الإطار المؤسسي والخبرة للنهوض بالأعمال المصرفية التي تتميز بالفعالية وفي سياق تحول الجزائر إلى اقتصاد السوق رأت السلطات نفسها مدعوة أكثر فأكثر إلى إعادة النظر في هيكلها الاقتصادية. لاسيما فيما يتعلق بالقطاع المصرفي لتكون أكثر ملائمة لطبيعة المرحلة التي يمر بها الاقتصاد الوطني وأكثر استجابة لتزايد تعقد المحيط الاقتصادي.

الفرضية الثالثة: غياب المر دودية المالية للمصارف كان سببه سوء التسيير إضافة إلى هيمنة الدولة عليها.

هذه الفرضية صحيحة وهو ما تم إثباته من خلال العرض المفصل لكيفية تسيير المصارف العمومية الجزائرية من طرف الدولة والمعطيات التي أوردناها في الفصل الثالث حول مؤشرات المصارف الجزائرية والتي بينت أن المصارف العمومية تستحوذ على حصة تفوق 89 % من السوق المصرفية وأنها عمليا لا تتمتع بالاستقلالية بل تخضع لهيمنة الدولة.

الفرضية الرابعة: تعد التحولات الاقتصادية في الجزائر دافعا لتطوير وإبراز دور النظام المصرفي لخلق التوازن الاقتصادي.

هذه الفرضية نظريا صحيحة لكن نؤكد عدم صحتها عمليا في الجزائر إذ أنه لم يتغير أسلوب تعامل الدولة مع المصارف العمومية بعد صدور قانون النقد والقرض، وبقيت محاطة بنفس الأنماط القديمة للتسيير المصرفي، حيث أنه كان من المفروض أن تتمتع هذه المصارف بالاستقلالية وأن تخضع أنشطتها للقواعد التجارية، غير أن الواقع أثبت أن هذه المصارف ما زالت موضوعة تحت رقابة إدارية، وأن السلطات الاقتصادية كانت دوما تحل محل المصارف بإصدار أوامر وتعليمات وهذا التصرف يغذيه الاعتقاد بأن المصارف العمومية هي تحت سلطة الدولة، لذا فهي متخصصة في خدمة القطاع العام، رغم ما تطلبه الأمر من إعداد سلسلة معتبرة من النصوص القانونية، لاسيما خلال سنة 1990، قصد إرساء قواعد تغيير بهذا الحجم، و تحديد الشروط الجديدة لتغيير الوضعية الاقتصادية وكان من أهمها قانون النقد والقرض 10/90 الذي هدف إلى صياغة جديدة للمنظومة المصرفية تؤهلها للقيام بما هو منوط بها من أدوار ومهام في سبيل دعم التنمية والاقتصادية وخلق التوازن الاقتصادي.

الفرضية الخامسة: تتميز خدمات المصارف العمومية الجزائرية كونها محدودة وتقليدية وضعيفة التنافسية، كما أنها تفتقر إلى متطلبات تطور الصناعة المصرفية على المستوى العالمي.

نعم إن هذه الفرضية صحيحة هي الأخرى إذ أنه رغم كل المجهودات المبذولة تبقى الخدمات المصرفية المقدمة من طرف المصارف الجزائرية محدودة كما أن هذه الأخيرة تسيير بوتيرة جد بطيئة في تطوير أنظمة الدفع ولم تبادر إلى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية إلا في السنتين الأخيرتين لكن بوتيرة ضعيفة، اكسبها عدم ثقة زبائنها بها.

الفرضية السادسة: لا يكون لنظام تطوير الخدمات والمنتجات المصرفية دور فعال، ما لم يكن مستوحى من واقع السوق المصرفية المحلية والدولية، لأن لهذه الأخيرة انعكاس واقعي لحاجيات ورغبات الزبائن المستهدفين في تلك السوق.

نؤكد صحة هذه الفرضية ذلك أن عملية تطوير الخدمات المصرفية كي يرتقي بها إلى مستوى يفضله الزبائن ويرغبون فيه يجب علينا تبني مفهوم شامل لتطوير المصارف والمؤسسات المالية، بحيث يستوعب هذا المفهوم تلك المؤسسات بالسوق، أي أن التطوير يجب أن يشمل جميع الفئات القائمة والمستفيدة من هذه العملية، ابتداء من زبائن المؤسسات المالية وأصحاب رأس المال، والعاملين في المصارف، وانتهاء بجميع الأطراف الأخرى المتعاملة مع المصارف ولا يتأتى لنا ذلك إلا بدراسة معمقة للسوق المصرفية المحلية والدولية.

الخلاصة وتوصيات الدراسة:

لقد استهدفت هذه الدراسة إبراز موضوع في غاية الأهمية يعالج التحديات التي تواجه المصارف الجزائرية في ظلّ تحرير تجارة الخدمات المصرفية والمالية، واندماج أسواق المال العالمية، وكيفية وضع آليات واستراتيجيات لتحديث المصارف وترقية العمل المصرفي من أجل التكيف بفعالية وبكفاءة مع تلك التحديات، و يتوضح ذلك من خلال طرح إشكالية تتعلق بمكانة ودور النظام المصرفي في تمويل البرامج التنموية في ظل الإصلاحات والتحديات التي يعرفها الاقتصاد الوطني، والبحث عن السبل الناجعة لإعادة تنظيم القطاع المصرفي والمالي وتطوير أداء خدماته، وزيادة قدراته التنافسية للتأقلم مع الواقع الدولي الجديد، ومواكبة تحولات المصارف العالمية، ولمعالجة هذه الإشكالية التي حاولنا من خلالها توضيح وإبراز الأهمية البالغة لمكانة النظام المصرفي ضمن الخريطة الاقتصادية الوطنية، وما يضطلع به من دور متميز ضمن مسعى الإصلاحات الاقتصادية الحالية، باعتباره أحد الأعمدة الأساسية والركائز المهمة في التحول والانتقال إلى اقتصاد السوق ليساير منحى الاقتصاديات العالمية، والمصارف العملاقة. وعليه وعلى ضوء النتائج يوصي الباحث بـ:

1. دعم استقلالية البنك المركزي الجزائري والاعتماد على الأساليب غير المباشرة في إدارة السياسة النقدية، مع استحداث الأساليب الفنية والتكنولوجية في إدارة السياسة النقدية، وتطوير وتقوية أداء بنك الجزائر من أجل إشراف ورقابة قوية على النظام المصرفي.
2. تعزيز وتطوير أساليب الرقابة على المؤسسات المالية والعمل بأسلوب الرقابة الشاملة الذي يقوم على أساس التفتيش على تعاملات المصرف الواحد المعني بجميع فروع مع إدخال مفهوم " كاملز " (وهي كلمة مؤلفة من الحروف الست الأولى باللغة الإنجليزية للعناصر الداخلية للتقييم) لتحليل سلامة المؤسسات فرادى أي سلامة كل مؤسسة مالية على حدة والذي

- يبحث في ستة جوانب حيوية للمؤسسة المالية وهي: كفاية رأس المال، نوعية الأصول، سلامة الإدارة، الإيرادات، السيولة والحساسية لمخاطر السوق.
3. إعادة النظر في بعض التشريعات المصرفية لنتلاء مع مقتضيات المرحلة القادمة.
 4. الحاجة إلى تطوير نظم الإدارة من خلال برامج تدريبية متطورة وتطوير الأداء لاستيعاب التحديات المصرفية، وكشف المخاطر قبل حدوثها ولاسيما تلك المتعلقة بتبويض الأموال.
 5. الاهتمام بالعنصر البشري من خلال التأهيل والتدريب المستمر.. بما يضمن لها الفعالية وحسن الإدارة، إضافة إلى إفساح المجال أمام المتخرجين من مؤسسات متخصصة كالمدرسة العليا للمصارف، وإرسال إطارات القطاع للتدريب والتكوين في المصارف العالمية بهدف الاستفادة من رفع مستواهم واكتساب الخبرات في إطار الشراكة مع الأطراف الأجنبية.
 6. ضرورة الالتزام بالتخطيط الإستراتيجي لدى المصارف التجارية الجزائرية وذلك من خلال اهتمام الإدارة العليا بالتوجه المستقبلي للمصرف والتزامها ودعمها لذلك التخطيط، والعمل على تطوير قاعدة بيانات جيدة، وإنشاء أنظمة رقابية فعالة تشمل أنظمة الحوافز للموظفين.
 7. ينبغي على المصرف أن يفكر في اعتماد أسلوب جديد للتسيير يتلاءم والبيئة المحيطة ومتغيراتها، وتختلف قواعده عن قواعد الاقتصاد الموجه وبهذا الصدد، فإن الانتقال إلى نظام الاقتصاد الحر يقتضي الأخذ في الحسان معايير دراسة السوق بكل جوانبها ومن ثم يتم البحث عن كيفية الاستجابة لمتطلبات الزبائن وحاجاتهم وتبرز هنا أهمية المعلومات وتحليلها. بالإضافة إلى ضرورة إدراج الأدوات والتقنيات المصرفية الحديثة مع تشجيع الإبداع والبحث في الميدان المصرفي. وتشجيع المصارف على تقوية وتدعيم تخصصاتها لتصبح قادرة على التنافس لتحقيق الربح والذي يعتبر شرطا للاندماج في الاقتصاد العالمي.
 8. على المصارف أن تبرز الغاية من توسيع شبكاتها على المستويات الجهوية. إذ يعتبر التوزيع العقلاني للشبكات المصرفية بالغ الأهمية، كما أنه ينبغي على المصارف أن تفتح وكالات مع الأخذ بالحسبان معياري موارد " أي تعبئة المدخرات " و "الاستعمال " أي تقديم القروض بدرجة من العقلانية، بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام والإنصات لحاجات الزبون المصرفي.
 9. على القطاع المصرفي الشروع والتحول من أجل التكيف مع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية، ولكي يتحقق التكيف لابد من استغلال المناهج التكنولوجية الحديثة، لاسيما المعلوماتية، فتوفر القطاع المصرفي على جهاز معلوماتي فعال ضروري، يمكنه من التنسيق بين مختلف مصادر المعلومات ومعالجة العمليات المصرفية في آجال معقولة ترضي الزبون.
 10. تنفيذ المبادئ الأساسية للرقابة المصرفية الفعالة التي أقرتها لجنة بازل، إذ أن هذه العملية تنطوي على تحديات مهمة وتمتد على فترة طويلة، بالإضافة إلى ذلك يتعين تدريب الأشخاص

- اللازمين من موظفي الائتمان المصرفي، ومدققين ومحاسبين إلى غير ذلك، وتجميع الخبرات والقوانين اللازمة لتمكين النظام على العمل بفعالية.
11. تكييف نسبة ملاءة المصارف مع الأوضاع السائدة والحرص على احترامها، إذ لازالت هذه النسبة في الجزائر تعتمد في حسابها على خطر القرض (المقابل) ولا تأخذ بعين الاعتبار المخاطر الأخرى.
12. العمل بنظام الإنذار المبكر للتنبؤ بالأخطار المصرفية قبل حدوثها، وتنمية إمكانيات وقدرات المصارف في مجال إدارة الأزمات.
13. ضرورة القيام بتبني برامج علمية لتطوير جودة ما تقدمه لزبائنها من خدمات مصرفية، وعلى كافة مستويات الزبائن، بما يضمن تعزيز ادراكات وقناعات هؤلاء لجودة ما يقدم لهم من خدمات مصرفية ويحقق رضاهم عن تلك الخدمات. إن مثل هذه البرامج يجب أن تصمم في ضوء حاجات الزبائن ورغباتهم والأولويات التي يوليها هؤلاء لأبعاد الجودة.
14. تشجيع التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات السحب، وبطاقات الائتمان، ومنح تحفيزات جبائية وشبه جبائية للتجار الذين يقبلون التعامل ببطاقات الائتمان.
15. ضرورة تحسين قواعد الشفافية ونشر البيانات والقوائم المالية بشكل مناسب لجذب المستثمرين الأجانب وباحترام السلوك الجيد للمهنة المصرفية. في هذا المجال يجب على بنك الجزائر تشديد الرقابة المكتتبية والميدانية على المصارف والمؤسسات المالية غير المصرفية والتأكد من استخدامها للمعايير الدولية المعروفة، الخاصة بالتدقيق والمحاسبة والإفصاح.
16. إدخال مبادئ إدارة الجودة الشاملة في تسيير المصارف الجزائرية، وذلك وفق المعايير القياسية العالمية للجودة في قطاع الخدمات المصرفية.
17. حل مشكلة الديون المتعثرة، وذلك بتقوية آليات التحصيل بأطر تشريعية تمكن المصارف من تحصيل ديونها في وقت ملائم.
18. إنشاء نظام للتأمين على الودائع تشترك فيه جميع المصارف العاملة في الجزائر، حيث يؤمن نظام التأمين على الودائع نجاح الإصلاح المالي ويدعم الثقة في الجهاز المصرفي، وعدم تعرض النظام المالي لخلل كبير حين خسارة أحد المصارف وخروجه من النظام المالي بفعل المنافسة الكبيرة خاصة بعد تحرير التجارة العالمية في الخدمات المالية وتطور الأعمال المصرفية بصورة كبيرة.
19. ضرورة الاهتمام بالتسويق المصرفي وتطبيق مبادئه في المصارف الجزائرية.
20. الاستفادة من خدمات الصيرفة الإسلامية عن طريق فتح مكاتب لها في كل المصارف وتوسيع عمل المصارف الإسلامية من أجل استيعاب وجلب مدخرات شريحة كبيرة من المجتمع الذين لا يتعاملون مع المصارف التقليدية والوصول إلى الأوعية الادخارية غير المعبأة.

آفاق البحث.

في نهاية هذه الدراسة وتكملة للحلقة التي بدأناها التي هي في حاجة إثراء وتفصيل في اعتقادنا أنه مازالت بعض النقاط تحتاج إلى تحليل أعمق وبحوث جديدة، وإلى دراسات مكملة تغطي جوانب القصور لهذا البحث، لهذا رأينا أن هناك مواضيع وإشكاليات نراها جديرة بالبحث:

1. الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل أداء المصارف التجارية في الجزائر.
2. انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة وأثره على الخدمات المصرفية والنظام المصرفي في الجزائر
3. النظام المصرفي الجزائري ومخاطر العمليات المصرفية التي تتم من خلال القنوات الإلكترونية
4. الأزمات المالية والاقتصادية وآثارها على المصارف الجزائرية في ظل العولمة المالية
5. مخاطر العمليات المصرفية وحتمية إنشاء نظام التنبؤ المبكر في الجزائر

تمت بحمد الله

المراجع العامة

المراجع العامة

أولاً- مراجع باللغة العربية

1 - الكتب

- إبراهيم العيسوي، الغات وأخواتها النظام الجديد للتجارة العالمية ومستقبل التنمية العربية، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 1997.
- إبراهيم مختار، التمويل المصرفي، منهاج لاتخاذ القرارات، الطبعة الثانية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1987.
- أحمد حسن الزهري، المصارف في ظل الانفتاح الاقتصادي بمصر، القاهرة: معهد الدراسات المصرفية، 1987.
- أحمد سليمان خصاونة، المصارف الإسلامية مقررات لجنة بازل - تحديات العولمة - إستراتيجية مواجهتها، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008.
- أحمد نبيل عبد الهادي، النواحي المنهجية والعلمية في غدارة أعمال المصارف التجارية بدون ناشر، و بدون تاريخ نشر.
- أسامة الأنصاري، إدارة المصارف التجارية، مدخل كمي، الطبعة الثانية، بدون ناشر، 1988.
- الجميلي حميد، دراسات في التطورات الاقتصادية والإقليمية المعاصرة، 1999.
- الخضري محسن أحمد، العولمة مقدمة في فكر واقتصاد وإدارة عصر الدولة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 1998.
- الدسوقي حامد أبو زيد، إدارة المصارف، دار الثقافة الغربية، القاهرة، 1998.
- الطاهر لطرش، "تقنيات المصارف: دراسة في طرق استخدام النقود من طرف المصارف مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2004.
- القزويني شاكر، محاضرات في اقتصاد المصارف، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- المسافر محمود، العولمة الاقتصادية هيمنة الشمال والتداعيات على الجنوب، بيت الحكمة، 2000.
- المنذري سليمان، السوق العربية المشتركة في عصر العولمة، 1999.
- حسين حمادي، التميز في خدمة الزبائن، القاهرة: مركز أكسفورد للاستشارات والتدريب الإداري، 1991.
- حميدات محمود، مدخل للتحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2005.
- رأفت رضوان، "المبادئ الأساسية للتسويق والتجارة الإلكترونية"، ArabesqueGraphica، القاهرة، 2003.
- روب سميث وآخرون، "التجارة الإلكترونية: مرشد الأذكياء"، ترجمة خالد العمري، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

- زكريا أحمد عزام، عبد الباسط حسونة، مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2008.
- رحيم حسين، الاقتصاد المصرفي، دار البهاء للنشر والتوزيع، قسنطينة، 2008.
- سعيد النجار، الاقتصاد العالمي والبلاد العربية في عقد التسعينات، دار الشروق، القاهرة، 1991.
- سمير محمد عبد العزيز، التجارة العالمية بين جات 94 ومنظمة التجارة العالمية، الإسكندرية، مطبعة الإشعاع، 2001.
- شافي نادر عبد العزيز، تبييض الأموال، بيروت، منشورات الحلبي الحقوقية، 2001.
- صالح صالح، محاضرات في مقياس عرض الاقتصاد الجزائري، مطبوعة بجامعة سطيف، 1986.
- صلاح الشنواني، الإدارة التسويقية الحديثة، المفهوم والإستراتيجية الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعات، 1987.
- طارق عبد العال حماد، "التجارة الإلكترونية: المفاهيم - التجارب - التحديات - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية"، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2002-2003.
- طاهر مرسي عطية، أساسيات التسويق والإعلان، الطبعة الثالثة، بورسعيد: مكتبة الحلاء، 1989.
- عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات المصارف، الدار الجامعية، القاهرة، 2001.
- عبد الغفار حفني، الإدارة المصرية المعاصرة - مدخل اتخاذ القرارات (الإسكندرية: المكتب العربي الحديث 1993).
- عبد الكريم عبد الحميد بسيوني، "التجارة الإلكترونية"، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005
- عبد اللطيف بن أشنهو: التجربة الجزائرية في التنمية والتخطيط 1962-1980 ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982.
- عبد اللطيف بن أشنهو: تكوين التخلف في الجزائر 1830 - 1962 ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والمصارف، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001.
- عبد المنعم سليمان، دروس في القانون الجنائي الدولي، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2000.
- عبد المنعم سليمان، مسؤولية المصرف الجنائية عن الأموال غير النظيفة - ظاهرة غسل الأموال، الإسكندرية دار الجامعة الجديدة 1999.
- عبد الواحد العفوري، العولمة والجات، التحديات والفرص، القاهرة، مكتبة مدبولي، 2000م.
- عمر صقر العولمة وقضايا اقتصادية معاصرة الدار الجامعية تانيس سابقا 2002-2003.
- عوض بدير حداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، 1999.
- فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الإلكترونية - التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة - الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.

- فريد عبد الفتاح زين الدين: المنهج العلمي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات العربية القاهرة بدون ناشر 1996.
- مجيب إسطواني، الخدمات المصرفية الدولية الحديثة، باريس: إتحاد المصارف العربية (يوباف)، 1978.
- محفوظ لعشب، الوجيز في القانون المصرفي الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- محفوظ لعشب، سلسلة القانون الاقتصادي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1997.
- محمد إبراهيم عبيدات، تطوير المنتجات الجديدة [مدخل سلوكي]، دار وائل للنشر، الطبعة 2، الأردن، 2004.
- محمد محمد إبراهيم، إدارة التسويق أسس ومبادئ علمية، القاهرة: مكتبة عين شمس، 1997/96.
- محمد محمد الهادي، نحو توظيف تكنولوجيا المعلومات لتطوير التعليم في مصر، أبحاث المؤتمر العالمي II لنظم المعلومات وتكنولوجيا الحاسبات 15 - 13 ديسمبر 1994، (المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر).
- محمد السيد السعيد، الكتل التجارية الدولية وانعكاساتها على الوطن العربي والمتغيرات العالمية، معهد العلوم والدراسات العربية 1992.
- محمد الصيرفي، إدارة التسويق، مؤسسة حورس للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2005.
- محمد بلقاسم حسن بهلول، الجزائر بين الأزمة الاقتصادية والأزمة السياسية، دار دحلب، 1993.
- محمد بلقاسم حسن بهلول، سياسة تخطيط التنمية وإعادة تنظيم مسارها في الجزائر، الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999.
- محمد حافظ عبده الرضوان، احمد جامع، العلاقات الاقتصادية الدولية، القاهرة، دار النهضة العربية، 1999.
- محمد سعيد سلطان وآخرون، إدارة المصارف، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1989.
- محمد عبد الحليم عمر، "الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، ايتراك للنشر، بدون بلد، بدون سنة.
- محمد عبد الله عبد الرحيم، التسويق المعاصر، بدون ناشر، 1989.
- محمد فخري مكي، مدخل إلى نظم المعلومات المصرفية، بدون ناشر، 1990.
- محمد فريد الصحن، إدارة التسويق، الدار الجامعية الإبراهيمية، الإسكندرية 1996.
- محمد محمد إبراهيم، ثابت عبد الرحمن إدريس، المدخل الحديث في إدارة التسويق القاهرة: مكتبة عين شمس، 1993.
- محمد نبيل إبراهيم، أهمية نظم توكيد الجودة العالمية وأسس تطبيقها في المصارف القاهرة: معهد الدراسات المصرفية، 1998.
- محمود صادق بازرعه، إدارة التسويق، الجزء الثاني، القاهرة: دار النهضة العربية 1995/1992.
- محمود صبح، الابتكارات المالية، دار الكتاب للنشر القاهرة، 1998.

- محمود عبد السلام عمر، التطورات الاقتصادية العالمية وانعكاساتها على عمليات المصارف مع إشارة خاصة لمصر الورقة العشرون، المعهد المصرفي، القاهرة 1992.
- محمود عبد العزيز محمود، معدل كفاية رأس المال للمصارف وفقا لاتفاقية بازل القاهرة:معهد الدراسات المصرفية، 1996.
- محي الدين الأزهرى، إدارة النشاط التسويقي مدخل إستراتيجي، الجزء الثاني، القاهرة: دار الفكر العربي، 1988.
- مدحت صادق، «أدوات وتقنيات مصرفية"، دار غريب للطباعة والنشر، 2001.
- مصطفى إبراهيم عبد النبي، " دور السلطات النقدية في مواجهة مخاطر الصيرفة الإلكترونية"، دراسات وأبحاث، مجلة المصرفي، العدد32، يونيو 2004.
- منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، " المصارف الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
- منير إبراهيم هندي، الأسواق الحاضرة والمستقبلية:أسواق الأوراق المالية وأسواق الاختبار وأسواق العقود المستقبلية، عمان:المعهد العربي للدراسات المالية والمصرفية، 1994.
- نبيل عز، إدارة المنشآت المتخصصة، المنشآت المالية، المصارف والتأمين، مكتبة عين شمس، القاهرة، بدون سنة نشر.
- نبيل صلاح محمود العربي، " الشيك الإلكتروني والنقود الرقمية:دراسة مقارنة"، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، 10-11ماي 2003، غرفة تجارة وصناعة دبي.
- هلال محسن، اثر الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات وانعكاساتها عالميا وعربيا، اتحاد المصارف العربية، 2002.
- هني احمد، " اقتصاد الجزائر المستقلة، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، الطبعة الثانية، 1993..
- هني احمد، " العملة والنقود، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 1991.

2- رسائل وأطروحات جامعية

- آيت عكاشة سمير، مخاطر القروض في المصارف الجزائرية، رسالة الماجستير، جامعة البليدة، 2004.
- بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للمصارف الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية جامعة الجزائر 2005-2006.
- بن عمر خالد، تقدير مخاطرة القرض وفق الطرق الإحصائية: دراسة حالة البنك الوطني الجزائري، رسالة ماجستير علوم التسيير، تخصص مالية، المدرسة العليا للتجارة، 2004/2003.
- بلمختار ياسين، واقع الابتكار وتطوير المنتجات الجديدة في المؤسسة الصناعية، مذكرة لنيل شهادة

الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2007.

- جميلة بدريسي، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الشغل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، ماي 1994.
- خديجي عبد القادر، دراسة الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية، حالة الجزائر، ماجستير في العلوم الاقتصادية، نقود مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001.
- زايد مراد، دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، فرع التسيير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006
- زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.
- عبد القادر بابا، سياسة الاستثمارات في الجزائر وتحديات التنمية في ظل التطورات العالمية الراهنة، دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، فرع التخطيط، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.
- عبد الكريم الدعيس، تقييم السياسات التسويقية للخدمات المصرفية في اليمن، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر، 1994،
- عبد الله فكري محمد الوكيل، تقييم أداء المصارف في ظل سياسة التحرير الاقتصادي، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة القاهرة، 1997.
- عبد الله بلوناس، الاقتصاد الجزائري الانتقال من الخطة إلى السوق ومدى إنجاز أهداف السياسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.
- غادة فلة، انعكاسات اقتصاد السوق على العمالة بالقطاع العام الجزائري، ماجستير في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001.
- محمد يدو، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحديث الخدمة المصرفية دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، التخصص: مالية، نقود، مصارف، 2007، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب بالبلدية.
- معراج هواري، تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة الجزائر، 2005.
- ناصر سليمان، علاقة المصارف الإسلامية بالمصارف المركزية، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.
- نهلة محمد عبد العظيم المنشاوي، تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية المصرية، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة المنصورة، 2002.

- هبه محمد الطنطاوي الباز، التطورات العالمية وتأثيرها على العمل المصرفي وإستراتيجية عمل المصارف في مواجهتها مع إشارة خاصة لمصر، رسالة ماجستير في الاقتصاد، جامعة عين شمس، كلية التجارة، قسم الاقتصاد، 2003.

3- ملتقيات وندوات

- الندوة الفكرية التي نظمها المركز الوطني للدراسات والتحليل الخاصة بالتخطيط في الجزائر، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت فبراير، 1999.

- الملتقى الوطني الأول حول النظام المصرفي الجزائري واقع وأفاق، المنظم بجامعة قالمة يومي 05-06 نوفمبر 2001.

- المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، الجديد في التمويل المصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، جامعة بيروت العربية، 2002.

- مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، غرفة تجارة وصناعة دبي 10-11 ماي 2003.

- الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، يومي: 22-23 أبريل 2003.

- الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة 15-16-17 مارس 2004.

- الملتقى الدولي حول السياسات الاقتصادية في الجزائر: الواقع والآفاق، جامعة تلمسان، أيام: 29-30/10/2004.

- الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - الواقع والتحديات، جامعة الشلف، 14-15 ديسمبر 2004.

4- مجلات، دوريات وتقارير

- أحمد سيد مصطفى، مداخل صناعية لرفع كفاءة عمليات المصارف، مجلة آفاق اقتصادية، العدد 45، يناير 1991.

- التقرير الاستراتيجي العربي 1989، القاهرة 1990 تصريح أحمد بن بيتور وزير المالية، جريدة الخبر، عدد 1095، جوان 1994.

- الحجري محمد بن ناصر، كيف تتم عمليات غسل الأموال في العالم؟ مجلة عمان اليوم، العدد 7267، مسقط، 2001/4/25.

- المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مشروع تقرير حول: المديونية الخارجية لبلدان جنوب البحر الأبيض المتوسط ك عائق أمام التنمية الأورو _ متوسطة، الدورة 15، الجزائر، 2000.

- النشرة الاقتصادية - البنك الأهلي المصري "القواعد الرقابية الجديدة للجنة بازل وأثرها على الجهاز

- المصرفي.
- أوراق اقتصادية: الاتحاد العام لغرف التجارة والصناعة والزراعة للبلاد العربية. العدد 13. سبتمبر 1997.
- بن طاهر علي، سياسات التحرير والإصلاح الاقتصادي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 00 / 2004.
- بشير عباس محمود العلق وأحمد محمود، استخدام الفجوات لتفسير العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا المستفيد، مجلة الإداري، معهد الإدارة العامة سلطنة عمان، المجلد 24، العدد 88، 2003.
- بومايله سعاد وفارس بوباكور، «أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية»، مجلة الاقتصاد والمناجمت، العدد 03، مارس 2004.
- تقارير البنك المركزي الجزائري 1983.
- تقارير البنك المركزي الجزائري 1985.
- تقارير بنك الجزائر 1998.
- تقرير بنك الجزائر 2010.
- جلال الشربيني صفا، صناديق الاستثمار - سماتها - مواردها وأسلوب إدارة الأموال بها (البنك المركزي المصري - معهد الدراسات المصرفية 1996).
- رأفت رضوان، "عالم التجارة الالكترونية"، سلسلة بحوث ودراسات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999.
- كريم النشاشيبي وآخرون، الجزائر: تحقيق الاستقرار والتحول إلى اقتصاد السوق - دراسة خاصة لصندوق النقد الدولي، 1998.
- سميحة فوزي، النظام العالمي الجديد وانعكاساته الاقتصادية على الوطن العربي، مجلة البحوث والدراسات العربية، العدد 22 معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 1994.
- سمير محمد الشاهد "الضوابط العامة للرقابة الجديد للجنة بازل لمعيار كفاية رأس المال" - العدد الأول والثاني، المجلد الرابع والخمسون، القاهرة 2001.
- سمير محمد الشاهد "الضوابط العامة للرقابة المصرفية أهميتها وأثرها" - الإطار الرقابي الفعال لصيرفة القرن الحادي والعشرين، اتحاد المصارف العربية، مصارف الغد، 2001.
- صالح نائل عبد الرحمن، الوقاية من الجريمة في عصر العولمة، بحث مقدم لمؤتمر كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات العربية المتحدة، بالتعاون مع أكاديمية نايف العربية المتحدة، بالتعاون مع أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، 2002.
- صالح صالح، الآثار المتوقعة لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ودور الدولة في التأهيل الاقتصادي، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، العدد الأول 2002.
- صندوق النقد الدولي، آفاق الاقتصاد العالمي، مكتبة لبنان، بيروت، ماي، 1997.
- صندوق النقد العربي، "الملاحم الأساسية لاتفاق بازل اثنان والدول النامية"، أبو ظبي، سبتمبر 2004.

- عبد الوهاب كرمان، التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، بنك الجزائر، 2000/11/06.
- عبد الوهاب كرامان، الاقتصاد الجزائري بين الاستقرار والإصلاح الهيكلي، الملحق الثاني: تطور الديون الخارجية، بنك الجزائر.
- عدنان إبراهيم سرحان، "الوفاء الإلكتروني"، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المجلد الأول، 10-11 ماي 2003، غرفة تجارة وصناعة دبي.
- فائقة الرفاعي "عولمة الرقابة المصرفية" - مجلة المصارف - اتحاد مصارف مصر.
- محمد فضل ملحم، "الخدمات المصرفية الخاصة"، مجلة المصارف في الأردن، العدد السادس المجلد العشرون، أوت 2001.
- محمود الصميدعي، "أثر خصائص المنتج على مدى تقبل المستهلك"، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد الثاني عشر، 1990.
- محمود فهمي، إضافة نشاط التأجير التمويلي إلى مجالات قانون الاستثمار الجديد الأهرام الاقتصادي العدد 1105-1990.
- ناجي معلا، أصول التسويق المصرفي، معهد الدراسات المصرفية، الأردن، 1994.
- ناصر مراد، تقييم فعالية الضريبي في الجزائر، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 09، 2003.
- ناصيف يوسف حتى، أي هيكل للنظام الدولي الجديد، مجلة عالم الفكر، المجلد الثالث والعشرين، العدد الثالث والرابع، الكويت، 1995.
- نشرة برنامج التعاون الأوروبي الجزائري، برنامج دعم وعصرنة القطاع المالي الجزائري، العدد 05، مارس 2003.

5- قوانين وتشريعات

- القانون رقم 86-12 المؤرخ في 19/08/1986 المتعلق بنظام القروض والمصارف.
- القانون رقم 88-16 المؤرخ في 12/01/1988 المتعلق باستقلالية المؤسسات.
- النظام رقم 90-01 المؤرخ في 07/04/1990 والمتعلق بالحد الأدنى لرأس مال المصارف والمؤسسات المالية العاملة في الجزائر.
- القانون رقم 90-10 المؤرخ في 14/04/1990 قانون النقد والقرض.
- التعليم رقم 91-09 الصادرة عن بنك الجزائر بتاريخ 14/08/1991.
- النظام رقم 92-01 المؤرخ في 22/03/1992 المتضمن تنظيم وسير مركزية المخاطر.
- الجريدة الرسمية رقم 64 لسنة 1993، المتعلقة بقانون ترقية الاستثمار.

- التعليم 94-74 الصادرة في 1994/11/29 المتعلقة بتحديد القواعد الاحترافية في تسيير المصارف والهيئات المالية.
- المرسوم التنفيذي رقم 94 - 319 المؤرخ في 17 أكتوبر 1994، المتضمن صلاحيات تنظيم و سير وكالة الاستثمار ودعمها ومتابعتها.
- الجريدة الرسمية رقم 55 لسنة 1995، المتعلقة بتسيير رؤوس الأموال التجارية التابعة للدولة.
- الجريدة الرسمية رقم 9 لسنة 1995 والمتعلقة بالمنافسة.
- النظام رقم 95-06 المؤرخ في 19/11/1995 والمتعلق بالانشطات التابعة للمصارف والمؤسسات المالية.
- الجريدة الرسمية رقم 47 لسنة 2001، والمتعلق بتطوير الاستثمار.
- الأمر 11/03، الصادر بتاريخ 26 أوت 2003، المتعلق بقانون النقد والقرض.
- الأمر 11-03 الصادر في 26 أوت 2003، المعدل والمتمم لقانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية 56.
- النظام رقم 04-01 المؤرخ في 04/03/2004 المتعلق بتحديد الحد الأدنى لرأس مال المصارف والمؤسسات المالية.
- النظام رقم 04-03 المؤرخ في 04/03/2004 المتعلق بنظام ضمان الودائع المصرفية.

ثانيا- مراجع باللغات الأجنبية

1- الكتب

- AMMOUR BENALIMA , Le système bancaire algérien, Textes et Réalité, 2eme Ed, edition dahlab, Alger. 2001.
- Chandler ,L. ,The Monetary –Financial System , (N.Y: Harper and Row , 1979)
- James R. Barth, et al., The Future of American Banking New York: M.E.Sharpe.Inc ,1993.
- Ghernaout..M ,Crises financières et faillites des banques algériennes, Edition GAL,Alger , 2004.
- Michel Paquin, Gestion des technologies de l'information, (Les éditions Agence d'arc, sans place, CANADA, 1990)
- Oukil Mohamed Said, Economie et gestion de l'innovation technologique, O.P.U, Alger
- Philip Kotler & Bernard Dubois, Marketing Management, 10 édition ,édition Publi-Union, 1998.
- Roger carter, Information technology, Made simple books, without place, London, 1991
- Sylvie de coussergues: Gestion de la banque, Dunod, Paris, 1996,
- Tournois Nadine: Le marketing Bancaire face à la nouvelles technologies, Masson, Paris, 1989.

2- مجلات ودوريات

- (L) Taleb & (S.R) Rahil: Accueil et qualité de service pour la CNEP, PGS en management et gestion, ISGP, 1994

- Business Guide to the Uruguay Round International Trade Centre UNCTAD, WTO, 1995
- Furash, E. Here 'S., the Newest Marketing Challenge , Banking Journal , Feb., 1983-
- Gronroos S., “ Quality V. customer satisfaction “, Journal of marketing ,Vol 6,1996.
- Mary Ann Pezzullo ,Marketing For Bankers , U. S.A: American Bankers Association ,1988
- Media bank N° 35 avril –mai 1998
- Revue conjoncture N° 67 , Algérie, juillet 2000 ,
- World Trade Organization, Gats / 49/ Supple. 2, 26 February 1998

3- ملتقيات وندوات

- Nadjib Karim Tabti: Les contraintes de l’environnement institutionnel des banques/ Assises nationales des banques: Alger , 7 et 8 décembre 1994