

الاقتصاد البنكي المعمق

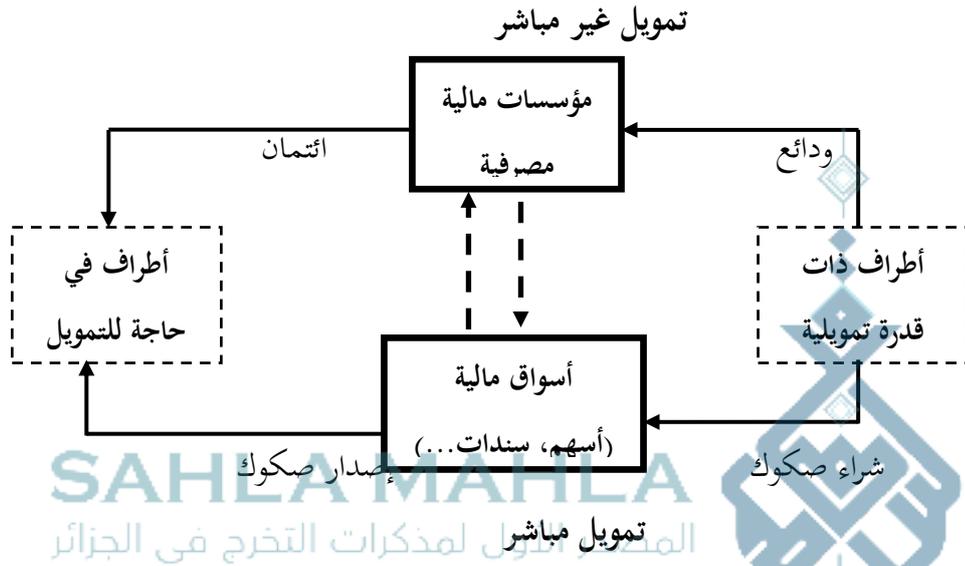
١- الصيرفة وأنواع البنوك:

١- قنوات التمويل:

هناك نوعين من القنوات التي يستطيع عبرها صاحب الفائض المالي توظيف مدخراته و بالتالي توفير الموارد المالية

لتمويل الاستثمار هما:

طرق التمويل



١-١- التمويل المباشر: يعبر التمويل المباشر عن العلاقة المباشرة بين صاحب الفائض التمويلي (المقرض) وصاحب الحاجة التمويلية (المقترض أو المستثمر) دون تدخل أي نوع من الوسطاء الماليين المعتمدين، ويتجسد ماديا باصدار اسهم او سندات للاكتتاب العام ، وتسمى الاقتصاديات التي تعتمد على هذا النوع من التمويل بشكل كبير باقتصاديات الاسواق المالية.

تصادف طريقة التمويل المباشر مجموعة من الصعوبات بالنسبة لكلا طرفي العلاقة التمويلية، ويمكن تلخيص هذه الصعوبات فيما يلي:

- عدم توافق الرغبات: ليس من السهولة بمكان اتمام عملية تمويل مباشر نظرا لمشكلة عدم توافق بين رغبات أصحاب الفائض و رغبات أصحاب العجز من حيث المبلغ و مدة القرض و المخاطرة، حيث نجد:
- أن صاحب العجز المالي يبحث عن تمويل طويل الاجل بينما صاحب الفائض المالي يبحث عن توظيف قصير الاجل و قليل المخاطر.
- قد يحتاج صاحب العجز المالي الى مبالغ مالية أكبر من الفائض المالي للطرف الآخر لهذه العلاقة المالية المباشرة و يصبح من اللازم على صاحب العجز المالي البحث عن شخص آخر لاستكمال حاجته المالية.
- عدم قدرة المقرض على التقدير الجيد للمخاطر المتعلقة بالطرف المقابل.

١-٢- التمويل غير المباشر: هذا النمط التمويلي يتطلب وجود وسيط مالي بين الاعوان الاقتصاديين (اصحاب الفائض و العجز) ، و يتمثل هذا الوسيط في المؤسسات المالية المصرفية التي تتولى مهمة تجميع المدخرات النقدية من الوحدات الاقتصادية ذات الفائض (عائلات، مؤسسات) ثم تقوم بتوزيعها على الوحدات التي تحتاج إليها أي تلك التي لديها عجز.

وبهذا المفهوم فان البنوك تمثل المكون الاساسي لنظام التمويل ، و تسمى الاقتصاديات التي تعتمد على هذا النوع باقتصاديات الاستدانة و هي دول لم ترقى فيها الاسواق المالية الى المستوى المطلوب و ذلك لأسباب مختلفة.

٢- مفهوم الوساطة المالية: يمكن تعريف الوساطة المالية على أنها:

- " عملية جلب موارد مالية من أحد الوحدات الاقتصادية (الشركات ، العائلات، المنظمات الحكومية) و ذلك بغرض اتاحة هذه الموارد الى وحدات اقتصادية أخرى، فالمؤسسة المالية توجد من أجل تسهيل هذه الوساطة".

ويمكن تعريف الوسيط المالي على أنه: "مؤسسة تتوسط بين المقترضين النهائيين و المقترضين النهائيين، فالوساطة المالية تسمح لعملية الاقتراض و الاقتراض بأن تنقسم الى معاملتين منفصلتين عن بعضهما فيقترض الوسيط المالي من الدائنين النهائيين و هكذا تتضمن عملية الوساطة مبادلة ثنائية من الحقوق المالية ، حيث يعرض الوسيط حقا على نفسه تجاه دائنيه بمقابل نقدي ، مستعملا النقود التي حصل عليها من ذلك في خلق حقوق مالية على مالية على المقترضين النهائيين ، و بذلك يمكن تعريف الوسطاء الماليين بأنهم وحدات اقتصادية وظيفتها الاساسية هي شراء الاوراق المالية من المقترضين النهائيين، و اصدار دين غير مباشر على نفسها لصالح المقترضين النهائيين".

كما يمكن تعريف وحدات الوساطة المالية على أنها: "منظمات تصدر التزامات مالية على نفسها (بمعنى أنها تبيع اصول مالية فتترتب التزامات مالية عليها مقابل النقدية التي تحصل عليها)، ثم تستخدم الحصيلة النقدية من هذه الاصدارات بصورة أساسية في شراء أصول مالية من الغير".

٣- أهمية الوساطة المالية:

ان ظهور الوساطة المالية كان بسبب عدم قدرة التمويل المباشر على تلبية رغبات كل من أصحاب الفائض التمويلي و أصحاب العجز التمويلي، و نظرا لقدرة الوسيط المالي على تفادي بعض سلبيات التمويل المباشر.

٣-١- بالنسبة لأصحاب الفائض المالي: تمكن الوساطة المالية من تحقيق عدة مزايا بالنسبة لهذه الفئة أهمها:

- يعني وجود الوساطة المالية أصحاب الفائض المالي من انفاق الوقت و الجهد في البحث عن المقترضين المحتملين فهم يعرفون مسبقا الجهات التي يودعون فيها أموالهم فالوساطة المالية بحكم طبيعتها نشاطها تتيح امكانية مستمرة لقبول الاموال في كل وقت.

- مصداقية الوسيط المالي مضمونة، و ليس السبب في ذلك حجم السيولة التي يسيرها فحسب، انما بصفة رئيسية نظرا للقوانين و التنظيمات المعدة خصيصا لحماية المودعين ، فالاموال المودعة هي مأمونة الحفظ وهو لا يتوفر دائما في حالة التمويل المباشر.

- يتيح وجود الوساطة المالية لصاحب الفائض المالي امكانية الحصول على السيولة في أي وقت، فالمؤسسات المالية الوسيطة مجبرة على الاحتفاظ بجزء من الاموال في شكل سائل لمواجهة مثل هذه الاحتمالات.
- ان العديد من اصحاب الفائض المالي ليس لديهم المعرفة الكاملة بشؤون الاوراق المالية، قد لا يستطيعون أن يقوموا بجمع و تحليل المعلومات المتعلقة بعدد كبير من الاوراق المالية خصوصا اذا كانت لديهم مبالغ نقدية صغيرة يرغبون في استثمارها ، و من هنا يأتي دور الوسطاء الماليين فهم يستطيعون الاستعانة بالخبراء في ميدان التحليل المالي، و ستكون تكلفة استخدام الخبراء بالطبع منخفضة جدا اذا ما تم توزيعها على الحجم الكبير و المتنوع من الاصول.
- تدنية المخاطر، فالمدخر مهما كانت قيمة الفوائض المتاحة لديه لغرض الاستثمار لن تمكنه الا من شراء عدد صغير من الاصول غير المتنوعة و بالتالي فان حجم المخاطرة الذي يواجهه يكون كبيرا ، أما الوسيط المالي فانه يستطيع شراء أحجام كبيرة و متنوعة نظرا للموارد الضخمة المتوفرة لديه.
- يتجنب صاحب الفائض المالي مخاطر عدم السداد التي تكون كبيرة في حالة التمويل المباشر فالوسيط المالي يستطيع استخدام اخصائيين في المجال المالي من ذوي الكفاءات العالية التي تعنى بتحليل الائتمان و وضع المعايير المناسبة لتقييم المقترضين .

٣-٢- بالنسبة لأصحاب العجز المالي:

- يستفيد أصحاب العجز المالي من الجوانب التالية :
- ان عملية الوساطة المالية تؤدي الى توفير الاموال القابلة للاقراض و بالشكل الكافي و في الوقت المناسب، فدور الوسيط المالي يتمثل في تجميع الفوائض المالية الصغيرة و بشكل مستمر ثم يقوم بتقديمها الى أصحاب العجز المالي.
- يوفر الوسيط المالي مشقة البحث عن أصحاب الفوائض المالية، فالوساطة المالية تكون دائما مستعدة لتقديم التمويل لأصحاب العجز المالي اذا توفرت بعض فيها شروط الملاءة المالية.
- تسمح الوساطة المالية بتوفير قروض بتكاليف منخفضة نسبيا و تتناسب مع مدة القرض و حجم المخاطر.

٣-٣- بالنسبة للوساطة المالية ذاتها:

- تستفيد وحدات الوساطة المالية من الكثير من المكاسب يمكن ايجازها فيما يلي:
- يتحصل الوسيط المالي على مقابل من خلال الخدمات التي يقدمها لعملائه (اصحاب الفائض وأصحاب العجز) و تتمثل مداخيل الوسيط المالي في الفرق بين الفوائد الدائنة و المدينة اضافة الى مختلف العمولات البنكية التي يحصل عليها الوسيط المالي.
- استعمال موارد غير مكلفة في الغالب، فالودائع الجارية هي الجزء الغالب في موارد الوساطة المالية، وهذا النوع من الودائع لا يكلف الوسيط المالي أي شيء، حيث أن معظم الأنظمة النقدية العالمية تمنع منح فوائد على هذا النوع من الودائع.

- حصول الوساطة المالية على ودائع يسمح بتوسيع قدرتها على منح القروض و ذلك بإنشاء نقود الودائع، أي أن البنوك تستطيع أن تمنح قروضا أكثر مما تحصل عليه من ودائع و هو بطبيعة الحال أمر يزيد من امكانياتها في زيادة الارباح.

٣-٤ - بالنسبة للاقتصاد ككل:

يستفيد الاقتصاد بدوره من وجود الوساطة المالية من عدة جوانب نذكر منها:

- يسمح وجود الوساطة المالية بتوفير الاموال اللازمة لتمويل المشاريع الاستثمارية التي تؤدي الى نمو الاقتصاد الوطني و توفير مناصب عمل للبطالين.

- تقليص اللجوء الى الاصدار النقدي الجديد بتعبئة سيولة جديدة.

- تفادي احتمال عرقلة النشاط الاقتصادي لعدم توافق الرغبات بين أصحاب الفائض المالي و أصحاب العجز المالي ، فوجود هذا التعارض في الرغبات سواء من حيث الوقت أو المبلغ سوف يؤدي الى خلق الكثير من الاختلالات في الاداء الاقتصادي، و الوساطة المالية وحدها بإمكانها ان تسمح بتفادي كل هذه المشكلات.

٤- أنواع البنوك:

٤-١- البنك المركزي:

٤-١-١- نشأة البنوك المركزية:

لقد نشأت البنوك المركزية و انتشرت في القرن السابع عشر ، و أولها في النشأة هو بنك ريكس السويدي عام ١٦٦٨ ، و بنك إنجلترا عام ١٦٩٤ ، إلا أنه لم يتم بمهمة الصيرفة المركزية إلا في سنة ١٨٤٤ ، و يمثل تاريخ بنك إنجلترا تاريخ تطور قواعد و أساليب الصيرفة المركزية ، ثم تلاه بنك فرنسا عام ١٨٠٠ ، و مع مرور الوقت انفردت هذه البنوك بإصدار النقود دون سواها من البنوك التجارية نظرا لخطورة هذه العملية على الاقتصاد و المجتمع و توالى نشأة البنوك المركزية، ففي القرن التاسع عشر تم تأسيس البنوك المركزية في العديد من دول العالم، وبالأخص في أوروبا، و منحه سلطة إصدار النقود الورقية.

يعتبر المؤتمر المالي العالمي الذي انعقد في بر وكسل عام ١٩٢٠ أهم حدث ساعد على إنشاء البنوك المركزية، و قد جاء في تقريره النهائي: " على كل الدول التي لم تنشئ فيها بنكا مركزيا لحد الآن أن تبدأ بإنشاء بنك مركزي فيها بأسرع وقت ممكن، ليس فقط من أجل تحقيق الاستقرار في نظامها النقدي والمصرفي، بل و أيضا لتحقيق التعاون الدولي."

و حاليا توجد البنوك المركزية في كل دول العالم ذات السيادة و الاستقلال السياسي.

٤-١-٢- تعريف البنك المركزي: مع تطور وظائف البنك المركزي و التي تختلف من وقت لآخر و من دولة

لأخرى، أصبح من الصعب إعطاء تعريف موجز ثابت و دقيق للصيرفة المركزية، فأى تعريف للبنك المركزي هو مشتق من وظائفه.

البنك المركزي هو الهيئة التي تتولى إصدار البنكنوت، و تضمن بوسائل شتى سلامة أسس النظام المصرفي، ويوكل إليها الإشراف على السياسة الائتمانية في الدولة بما يترتب على هذه السياسة من تأثيرات هامة في النظامين الاقتصادي و الاجتماعي.

"البنك المركزي هو سلطة نقدية، يتخذ التدابير المتعلقة بالجمال النقدي وتختلف درجة إنفراده باتخاذ القرار تبعاً لدرجة الاستقلالية التي يتمتع بها".

اذن فالبنك المركزي هو عبارة عن مؤسسة نقدية ذات طبيعة خاصة تختلف وظائفها عن الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية، وهو يتمتع بشخصية اعتبارية تشغل مكاناً رئيسياً في سوق النقد وهو الذي يقف على قمة النظام المصرفي، ويهدف أساساً إلى خدمة الصالح الاقتصادي العام في ظل مختلف النظم النقدية والمصرفية، كما أنه يتميز بـ:

- يحتل صدارة الجهاز المصرفي وهو يمثل سلطة الرقابة العليا على البنوك التجارية

- هو ملك للدولة.

- لا يتعامل عادة مع الافراد.

- لا يعتبر أن تحقيق الربح هو هدفه الوحيد أو هدفه الرئيسي، وهو مجبر على عدم منافسة البنوك التجارية

٤-١-٣- وظائف البنك المركزي: يترأس البنك المركزي النظام المصرفي و يعتبر الدعامة الأساسية للهيكل النقدي

و المالي للدولة و تعتبر نشاطاته في غاية الأهمية ، أما عن وظائفه فيمكن تلخيصها فيما يلي:

- إصدار أوراق النقد وتحديد فئاتها ومواصفاتها وسك العملة المعدنية، بجانب إعادة إصدار النقد واسترداده

واستبداله: إصدار النقد هو امتياز ينحصر بالدولة، ويمارس هذا الامتياز حصراً البنك المركزي لحساب الدولة بما يلي

احتياجات تطور الاقتصاد الوطني ونموه المضطرد ومواكبة عملية التنمية والبناء في مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية.

- بنك البنوك: يعتبر البنك المركزي بنكا للبنوك فبالإضافة الى احتفاظه بالاحتياطي النقدي للبنوك فإنه يقوم بإعادة

الحصم للأوراق التجارية، ويتولى العمليات المصرفية المتعلقة بالمقاصة والتسويات والتحويلات الخاصة بهذه البنوك.

- المستشار المالي للحكومة: يضطلع البنك المركزي بصفته مستشاراً للحكومة بـ:

* تمثيل الدولة لدى المؤسسات النقدية المالية الإقليمية والدولية.

* اصدار وإدارة أوراق الدين العام بالإضافة إلى دفع قيمتها وعوائدها وعمولاتها، بصفته وكيل مالي للدولة والوزارات

والأجهزة الحكومية الأخرى والهيئات والمؤسسات العامة، وذلك وفقاً للشروط والأحكام التي يتم الاتفاق عليها مع

وزير المالية.

* تقديم المشورة للحكومة في كل ما يتعلق بالشؤون المالية والاقتصادية.

* مسك حسابات المصالح و المؤسسات الحكومية، حيث إن الحكومة تودع كل أو بعض أموالها لديه وتسديد

(القروض نيابة عن الحكومة) ديونها بشيكات مسحوبة عليه.

* إصدار و دفع الفوائد و تسديد القروض نيابة عن الحكومة.

* تقييم الاستثمارات المالية و النقدية للحكومة بهدف اتخاذ الإجراءات المناسبة.

* إدارة واستثمار أموال واحتياطيات المصرف.

* يحتفظ بحسابات المصالح والهيئات والمؤسسات الحكومية

* جمع ونشر الإحصائيات المتصلة بنشاطه وأعماله.

- تسيير السياسة النقدية: تحتكر الدولة من خلال بنكها المركزي وظيفة الاصدار النقدي غير أن البنوك التجارية لديها قدرة خاصة لزيادة حجم النقد المتداول و ذلك عبر الية خلق النقود فالبنوك التجارية قادرة على خلق المزيد من النقود المصرفية على شكل ودائع بما قد يوازي عدة أضعاف ما يودع لديها من ودائع أولية، فعمليات الإقراض والاستثمار التي تمارسها البنوك التجارية تؤدي إلى زيادة الكتلة النقدية ولا يخفى ما لذلك من آثار على القدرة الشرائية للنقود على المستوى النشاط الاقتصادي.

يستعمل البنك المركزي مجموعة من الادوات اصطلح على تسميتها بأدوات السياسة النقدية، قصد التأثير على حجم الائتمان الموجه لقطاع أو لقطاعات ما وتعمل على الحد من حرية ممارسة المؤسسات المالية لبعض الأنشطة من أهمها نذكر ما يلي:

* سياسة سعر الخصم: سعر الخصم هو عبارة عن سعر الفائدة، أو سعر البنك الذي يتقاضاه البنك المركزي مقابل تقديم القروض و خصم الأوراق التجارية في المدة القصيرة، يمكن للبنك المركزي أن يحدد سعر الخصم عند أي مستوى يشاء بمراعاة ظروف السوق و أسعار الفوائد المختلفة السائدة فيه ، و هناك علاقة طردية بين سعر الخصم و سعر الفائدة .

إذا ما أراد البنك المركزي تقليص حجم الائتمان المصرفي، فيمكنه رفع سعر الخصم مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار الفائدة على القروض وخاصة للأجل القصير فينخفض نتيجة لذلك الطلب على الاقتراض من المصارف أو تحديد القروض السابقة بالنظر لارتفاع كلفتها، فينخفض حجم الائتمان المصرفي.

* سياسة السوق المفتوحة: و التي يقصد بها قيام البنك المركزي ببيع و شراء الاوراق المالية في الاسواق المالية وذلك من أجل التأثير على كمية النقود المتداولة و التأثير على قدرة البنوك على خلق النقود.

ان سياسة السوق المفتوحة التي ينتهجها البنك المركزي تكون فعالة اذا استطاع البنك المركزي من خلالها التأثير على حجم الاحتياطات النقدية لدى البنوك التجارية، ففي حالة التضخم التي تكون نتيجة زيادة الاحتياطات النقدية لدى البنوك يقوم البنك المركزي ببيع الأوراق المالية التي تكون بحوزته بهدف امتصاص السيولة الزائدة و بالتالي الحد من قدرة البنوك على خلق الائتمان.

غير أن فعالية السوق المفتوحة كأداة هامة تستخدمها البنوك المركزية في الرقابة على الائتمان الذي تقدمه البنوك التجارية لعملائها يتوقف على وجود أسواق مالية تمتاز بتطورها و كبر حجم التعامل فيها وكذا الاعتماد على الجهاز المصرفي في تسوية التعاملات المالية.

* **سياسة الاحتياطي القانوني:** يحق للبنك المركزي أن يفرض على البنوك التجارية الاحتفاظ بنسبة من الودائع لديه (البنك المركزي) كاحتياطي قانوني قابل للتعديل بالزيادة أو النقصان حسب الظروف الاقتصادية السائدة. و يمكن للبنك المركزي استخدام هذه الوسيلة بهدف التأثير على الكتلة النقدية المتداولة و ذلك عن طريق الزيادة أو الحد من قدرة البنوك على خلق الائتمان بالرفع أو خفض نسبة الاحتياطي القانوني، حيث يعتمد البنك المركزي الى رفع هذه النسبة بهدف تخفيض قدرة البنوك على التوسع في تقديم القروض، فرفع نسبة الاحتياطي القانوني تؤدي الى انخفاض حجم الودائع التي تبقى تحت تصرف البنوك التجارية، فمثلا اذا كان حجم الودائع لدى بنك تجاري في لحظة ما ١٠٠٠ و.ن وكانت نسبة الاحتياطي القانوني ١٠% فان البنك يعتمد على ٩٠٠ و.ن (١٠٠%-١٠% = ٩٠% X ١٠٠٠) في تقديم القروض لعملائه، و اذا رفع البنك المركزي نسبة الاحتياطي القانوني الى ٢٠% فان حجم الودائع الذي يبقى تحت تصرف البنك التجاري هو ٨٠٠ و.ن (١٠٠%-٢٠% = ٨٠% X ١٠٠٠).

* **الاقناع الأديبي:** وهي من الوسائل النوعية التي تلجأ اليها البنوك المركزية، ففي حالة ارتفاع معدل التضخم يمكن للبنك المركزي باعتباره بنكا للبنوك الاعتماد على وسيلة الاقناع الادبي لدفع البنوك التجارية الى تخفيض حجم الائتمان.

* **هامش الضمان:** عند قيام الافراد بتمويل عملية شرائهم للأوراق المالية من جانبين ، الجانب الاول يمول من أموالهم الخاصة و يمثل ذلك هامش الضمان المقدم من الأفراد عن القروض الممنوحة للمضاربة و يمول الجانب الثاني من مشترياتهم من الأوراق المالية من خلال التسهيلات الائتمانية المقدمة لهم من البنوك التجارية.

ان رفع أو خفض هامش الضمان كأداة من أدوات السياسة النقدية يؤدي الى التأثير على حجم التسهيلات الائتمانية المقدمة من طرف البنوك التجارية لتمويل عمليات شراء الأوراق المالية، فمثلا عندما تكون نسبة مساهمة العميل (هامش الضمان) ٣٥% و تكون نسبة التمويل البنكي ٦٥%، أما اذا كانت نسبة مساهمة العميل ٥٠% فان نسبة التسهيلات الائتمانية المقدمة من طرف البنك التجاري هي ٥٠% فقط.

- الدور الاشرافي للبنك المركزي:

* **الحفاظ على استقرار النظام المالي والمصرفي:** أصبح الحفاظ على الاستقرار المالي من اولويات السياسة الاقتصادية حيث اصبح صناع القرار في مختلف الدول يولون له اهمية بالغة في سياق صنع السياسات الاقتصادية.

* **دعم البنوك:** إن إطلاع البنك المركزي على أوضاع البنوك ، تجعله يمتلك قاعدة معلومات مصرفية عن كافة البنوك العاملة في الجهاز المصرفي، تؤهله للتنبؤ باحتمالات حدوث أية مشاكل أو أزمات في أي من البنوك العاملة، كما تمكنه من الإطلاع السريع على المشاكل العاجلة كتعثر السيولة أو الائتمان وبالتالي يمكنه التدخل في الوقت المناسب.

٤-١-٤ - استقلالية البنوك المركزية:

" تعني استقلالية البنك المركزي، أن البنك يجب أن يكون مفوضا وحده بالعمل على حماية قيمة النقد وتحقيق استقرار الأسعار، و أن يكون بالتالي، مستقلا عن الدولة في إدارة السياسة النقدية وذلك حرصا على إبعاد السياسة النقدية عن المصالح الضيقة لأعضاء الحكومة و البرلمان".

ولقد عرف الاقتصادي الأمريكي ستانلي فيشر استقلالية البنوك المركزية من خلال تقسيم تلك الاستقلالية إلى نوعين هما:

– استقلالية الإدارة: إن الاستقلالية التي تسعى إليها البنوك المركزية حالياً تركز أساساً على إعطائها حرية التصرف الكاملة، سواءً في ما يتعلق بالسياسة النقدية، أو أدوات الرقابة المصرفية.

– الاستقلالية في تحديد الأهداف: إذا كانت أهداف البنك المركزي محددة بدقة فهذا يعني أن الاستقلالية في تحديد الأهداف ضعيفة و العكس فإذا كانت الأهداف غير محددة بدقة فتكون استقلاليته أكبر، كما أنه إذا كانت الأهداف كثيرة و متعددة فإن هذه الأهداف تتناقض وبالتالي تقل الاستقلالية في تحديدها، كذلك إذا كانت مهمة البنك المركزي هي استقرار الأسعار فإنه يكون أكثر استقلالية.

– **نموذج (Neyapti & Webb Cukierman) لاستقلالية البنك المركزي**: تتحدد استقلالية البنك المركزي وفقاً لهذا النموذج بالاعتماد على أربعة عناصر أساسية، و يتضمن كل عنصر من عناصر الاستقلالية القانونية متغيراً أو أكثر حيث تم إعطاء وزن نسبي لكل عنصر بحيث يصبح إجمالي الأوزان النسبية للعناصر يساوي الواحد، وتم إعطاء درجة استقلالية لكل متغير من المتغيرات بحيث يصبح الحد الأقصى لمدى الاستقلالية وفقاً لهذه الدراسة واحد. وتنحصر هذه العناصر الأربعة التي تتحدد وفقاً لدرجة استقلالية البنك المركزي في هذه الدراسة كما هو موضح في الجدول التالي:

معايير الاستقلالية القانونية للبنك المركزي وفقاً لنموذج
(Neyapti & Webb Cukierman) في الجزائر

المتغير	التوصيف
المعيار الأول: المحافظ	الوزن النسبي للمعيار هو ٠.٢٠
أ – فترة الوظيفة.	كل ما كانت فترة التوظيف محددة و طويلة نسبياً زادت درجة استقلالية البنك المركزي و العكس صحيح.
ب – تعيين المحافظ.	أي الجهة المسؤولة عن تعيين المحافظ فكلما كانت بعيدة عن السلطة التنفيذية زادت درجة الاستقلالية.
ج – الرفض، أو الطرد.	أي ما هي الاسباب التي تؤدي الى اعضاء المحافظ من منصبه وكلما كان للحكومة يد في ذلك نقصت درجة الاستقلالية.
د – هل يتقلد المحافظ وظائف أخرى في الحكومة؟	تزيد درجة الاستقلالية اذا لم يكن للمحافظ الحق في ان يشغل مناصب اخرى في الحكومة.
المعيار الثاني: صياغة السياسة النقدية	الوزن النسبي للمعيار هو ٠.١٥
أ – من يصوغ السياسة النقدية؟	من اجل استقلالية افضل يجب ان يقوم البنك المركزي منفردا بصياغة السياسة النقدية و الادوات التي سيستعملها في تحقيق اهدافه.

ب - من له الكلمة الاخيرة في حل التعارض ؟	تزيد درجة الاستقلالية اذا كانت كفة البنك المركزي هي الراجحة في حالة حدوث تعارض بين الحكومة و البنك المركزي فيما يتعلق بالسياسة النقدية.
ج - دور البنك المركزي في عملية إعداد الموازنة.	أي ان اذا كان للبنك المركزي دور نشيط في إعداد الموازنة تكون درجة الاستقلالية اعلى.
المعيار الثالث: الأهداف	الوزن النسبي للمعيار هو ٠.١٥
	اذا كان استقرار الأسعار الهدف الرئيسي أو الوحيد حسب القانون، والبنك المركزي له الكلمة الأخيرة في حل التعارض مع الحكومة تكون اعلى درجات الاستقلالية، اما اذا كان هناك اهداف اخرى متعارضة مع هذا الهدف فان ذلك يؤثر على استقلالية البنك المركزي.
المعيار الرابع: فرض حدود على إقراض الحكومة	الوزن النسبي للمعيار هو ٠.٥٠
أ - التسليف (حدود على الإقراض غير المورق)	(الوزن النسبي هو ٠.١٥)، و اذا كان التسليف غير مسموح فان ذلك يدعم استقلالية البنك المركزي.
ب- إقراض توريقي.	(الوزن النسبي هو ٠.١٠)، غير مسموح اعلى درجات الاستقلالية.
ج- شروط الإقراض (الاستحقاق، سعر الفائدة، و الكمية).	(الوزن النسبي هو ٠.١٠)، اذا كانت هذه الشروط يتم تحديدها من طرف البنك المركزي فان ذلك يمنح للبنك حرية اكبر.
د- المقترضون المحتملون من البنك المركزي.	(الوزن النسبي هو ٠.٠٥)، اذا كان الاقراض فقط للحكومة المركزية فان ذلك يعني البنك يحافظ على استقلاليته.
هـ- حدود إقراض البنك المركزي .	(الوزن النسبي هو ٠.٢٥)، يجب ان يكون المبالغ المسموح باقراضها محددة كنسبة من كمية النقود.
و - استحقاق القروض.	(الوزن النسبي هو ٠.٠٢٥)، كلما كانت المدة محددة وقصيرة زادت حرية و استقلالية البنك المركزي.
ز- أسعار الفائدة على القروض.	(الوزن النسبي هو ٠.٠٢٥)، يجب ان تكون أعلى من الحدود الدنيا.
ج - البنك المركزي ممنوع من شراء أو بيع أوراق مالية حكومية من السوق الأولية.	(الوزن النسبي هو ٠.٠٢٥)، اذا كان البنك المركزي ممنوعا من ممارسة أي عملية شراء او بيع لاوراق مالية حكومية في السوق الأولية نقول انه في اعلى درجات استقلاليته بالنسبة لهذا المعيار.

٤-٢- بنوك الاعمال او الاستثمار: هي البنوك التي تعتمد بشكل رئيسي على أموالها الخاصة بالإضافة إلى الودائع لأجل في قيامها بالأعمال التي أنشأت من أجلها و من أهم هذه الأعمال تقديم القروض طويلة الأجل للمشروعات أو المساهمة فيها لأغراض الاستثمار، و القانون سمح لهذه البنوك بإنشاء شركات استثمارية.

فمثلا في فرنسا تقوم بنوك الاعمال بوظيفتين اساسيتين:

- تقديم التمويل و الخدمات المالية الكبيرة الحجم صناعية كانت او تجارية.

- تسيير محفظة اوراق مالية.

٤-٤- البنوك التجارية: تعتبر البنوك التجارية من أهم اعمدة النظام المصرفي و هي من أقدم البنوك من حيث النشأة، و ان كلمة بنك مشتقة من الكلمة الايطالية بانكو و التي تعني المصطبة و التي كان يقصد بها في البداية

المصطبة التي كان يجلس عليها الصيارفة لتحويل العملة ، ثم أصبح يقصد بالكلمة المنضدة التي يتم فوقها عد و تبادل العملات بعدها اصبحت تعني المكان الذي توجد فيه و تجري فيه المتاجرة بالنقود و استمدت البنوك التجارية تسميتها من عملية تقديم القروض القصيرة الاجل للتجار.

٤-٤-١- تعريف البنك التجاري:

يعتبر بنكا تجاريا كل مؤسسة مالية نشاطها الاساسي هو قبول الودائع و منح القروض بالاعتماد على الودائع المجمعة و بعض مصادر الاموال الأخرى، و لم يعد نشاط البنوك التجارية يقتصر على الائتمان التجاري القصير الاجل بل أصبحت البنوك التجارية تقدم قروضا بآجال مختلفة لمجمل القطاعات الاقتصادية.

ان البنوك التجارية هي عبارة عن مؤسسات نقدية تقوم بتأجير النقود فهي مثل أي مشروع تجاري تهدف اساسا الى تعظيم ربحيتها في اطار تقليل المخاطر، الا أن هذا الهدف لا يمكن أن يتحقق الا اذا تمكنت البنوك من التوفيق بين مبدأين هما:

- مبدأ الربحية: يقوم هذا المبدأ على تعظيم ارباح البنك و يتم ذلك عن طريق زيادة اليرادات و تخفيض النفقات.
- مبدأ السيولة: هي مجموع التدفقات أو الارصدة المتاحة للبنك و التي تحدد قدرته على مواجهة الظروف الطارئة و لذلك نجد أن احتفاظ البنك بقدر من السيولة هو الذي يحدد قدرته على الوفاء بالتزاماته.

٤-٤-٢- النظريات المفسرة لنشاط البنوك التجارية:

- **نظرية القروض التجارية:** وهي نظرية متأثرة بالتقاليد الانجلوساكسونية و بافكار ادم سميث، و ترى هذه النظرية أن معظم موارد البنك التجاري تأتي من الودائع تحت الطلب او القصيرة الاجل و ان دواعي الحيلة و السلامة تستدعي ان تقتصر عمليات البنك على قبول الودائع و استثمارها في المدى القصير ومن ثم يحضر على البنك التجاري استثمار الودائع في الاقراض المتوسط أو الطويل الاجل او المساهمة في مشروعات جديدة. وقد تعرضت هذه النظرية للعديد من الانتقادات أهمها:

- أن الاسواق المالية تطورت مما يسمح بتحويل الكثير من الاوراق المالية الى نقود بسرعة و بدون خسارة في القيمة.
- لم يعد صحيحا بصفة مطلقة أن ترتبط زيادة الانتاج و المعاملات بزيادة الاوراق التجارية.
- لم يعد نشاط البنوك يقتصر على منح التمويل للقطاع التجاري فقط بل اصبحت البنوك التجارية تساهم في تمويل القطاع الصناعي و تقديم القروض الاستهلاكية.

- **نظرية التبديل:** و هي تطور للنظرية الاولى و تهتم بتوسيع قاعدة التوظيف أو الاصول ، يرى اصحابها ضرورة توسيع عمليات البنوك التجارية و عدم اقتصرها على القروض التجارية، و ذلك لأن البنك يتمتع بمرونة التحويل أو التبديل و القدرة على بيع الاوراق المالية و اعادة خصم بعض الاوراق التجارية أو تسهيل بعض الاصول و هذه المرونة تتوقف على تنوع و تعدد حجم الاصول.

- **نظرية الدخل المتوقع:** وهي تختلف من حيث تشجيعها للقروض طويلة الاجل و القروض الاستثمارية، وتبدأ تحليلها بانتقاد نظرية القروض التجارية و خاصة فكرة استمرارية السيولة من خلال امكانية السداد، فليس هناك

ضمانة من أن القروض التجارية (القصيرة الاجل) تحقق امكانية السداد في المواعيد المقررة وعليه فالأمر الهام في هذه النظرية هو أن منح الائتمان او القرض يتوقف على مدى جدية العملية و مقدار الدخل المتوقع أما مدة القرض فلا تمثل ضمانا حقيقية.

– **نظرية ادارة الخصوم:** تركز هذه النظرية على جانب الخصوم (الموارد) فالى جانب تركيزها على الاصول في توفير السيولة ، فانها تركز على أهمية جانب الخصوم (الودائع) في توفير السيولة اللازمة لضمان استمرارية نشاط البنك .

ان حاجة البنك للسيولة ترجع الى سببين هما:

– مواجهة طلبات سحب الودائع.

– مواجهة طلبات الحصول على قروض لتمويل عمليات استثمارية او استهلاكية.

وهذه النظرية تؤكد على أن البنك يشتري ما يحتاجه من سيولة حيث انه باستطاعته الاقتراض من السوق النقدية او المالية، ويستطيع استخدام هذه الاموال لمواجهة طلبات القرض ما دام يتقاضى ثمنا مرتفعا أعلى من تكلفة الحصول على الاموال .

٤-٣- البنوك التجارية وعملية خلق النقود:

تقوم البنوك التجارية بوظيفة هامة وهي خلق النقود والتي تؤدي الى زيادة الكتلة النقدية المتداولة في الاقتصاد فمثلا اذا تلقى بنك تجاري وديعة قيمتها ١٠٠٠ دج فانه يحتفظ باحتياطي نقدي اجباري (نسبته مثلا ٢٠%) في حساب له لدى البنك المركزي ، و يبقى في متناوله ٨٠٠ دج يقرضها للشخص أ فيصبح لدينا:

الاصول	الخصوم
احتياطي لدى البنك المركزي: ٢٠٠ دج	ودائع: ١٠٠٠ دج
قروض: ٨٠٠ دج	
المجموع: ١٠٠٠ دج	المجموع ١٠٠٠ دج

اذا فرضنا أن الشخص أ وضع مبلغ القرض في نفس حسابه لدى نفس البنك مثلا (و لنفرض عدم وجود تسرب نقدي)، فان البنكأ يصبح لديه وديعة جديدة قيمتها ٨٠٠ دج، فيحتفظ بقيمة الاحتياطي الاجباري لدى البنك المركزي (بنسبة ٢٠% من قيمة الوديعة : ٨٠٠ دج أي ما قيمته: ١٦٠ دج) ليبقى في حوزته مبلغ ٦٤٠ دج يقرضها لشخص ب فيصبح لدينا:

الاصول	الخصوم
احتياطي لدى البنك المركزي: ٢٠٠ دج + ١٦٠ دج	ودائع: ١٠٠٠ دج + ٨٠٠ دج
قروض: ٨٠٠ دج + ٦٤٠ دج	
المجموع: ١٨٠٠ دج	المجموع ١٨٠٠ دج

واذا فرضنا أن الشخص ب وضع قيمة القرض في حسابه لدى نفس البنك فيقوم بنفس العملية السابقة أي الاحتفاظ بالاحتياطي الاجباري لدى البنك المركزي (بنسبة ٢٠% من قيمة الوديعة الجديدة أي ٦٤٠ * ٢٠ = ١٢٨ دج) و الباقي: ٦٤٠ - ١٢٨ = ٥١٢ دج يقرضها لشخص ج فيصبح لدينا:

الاصول	الخصوم
احتياطي اجباري: ٢٠٠ دج + ١٦٠ دج + ١٢٨ دج	ودائع: ١٠٠٠ دج + ٨٠٠ دج + ٦٤٠ دج
قروض: ٨٠٠ دج + ٦٤٠ دج + ٥١٢ دج	
المجموع: ٢٢٤٠ دج	المجموع: ٢٢٤٠ دج

وتستمر العملية و في كل مرة تتناقص فيها المبالغ الموجهة للإقراض و هذا نظرا لوجود الاحتياطي الاجباري المفروض من طرف البنك المركزي والذي يعتبر اداة من ادوات السياسة النقدية يستعملها البنك المركزي للتأثير على قدرة البنوك على خلق النقود.

و هكذا تستمر العملية و تصبح الزيادة في الكتلة النقدية الناتجة عن ودیعة قيمتها ١٠٠٠ دج كما يلي:

$$1000 + 800 + 640 + \dots = M$$

$$M = 1000 [1 + 0,8 + (0,8)^2 + \dots]$$

وهي متتالية هندسية حدها الاول ١٠٠٠ و أساسها ٠,٨، و يمكن التعبير عن التغير في عرض النقود بالمعادلة التالية:

$$M = R * 1 \setminus Y$$

R: الزيادة الاولى في مقدار الاحتياطات.

Y: نسبة الاحتياطي القانوني.

1 \setminus Y: مضاعف الاحتياطي الذي يبين أثر الاحتياطات النقدية على الكتلة النقدية.

بالتطبيق على المثال السابق نجد:

$$M = (1 \setminus 0,2) 1000 = 5000$$

٥- العوامل التي أثرت على نشاط البنوك:

تأثر نشاط البنوك بعدة عوامل ترافقت مع تغيرات جذرية في عالم الأعمال، من أهم هذه عوامل نجد:

٥-١- اتساع المنافسة:

يمكن تعريف المنافسة بأنها عبارة عن عملية تهدف إلى تحقيق الفعالية، الحركية والتنمية في أي قطاع إقتصادي، وهذا من خلال الأسعار والتطوير والرفع من جودة الخدمات... الخ.

وتعتبر المنافسة البنكية عن مجموعة الإجراءات التي تسعى من خلالها كل مؤسسة بنكية إلى التأقلم مع احتياجات

السوق من أجل اكتساب مكانة في السوق وتمكنها من المحافظة على العملاء الحاليين وجذب أكبر عدد ممكن من

العملاء المرتقبين والإستجابة لطلباتهم المعقدة والمتغيرة باستمرار.

تنقسم المنافسة إلى قسمين هما:

٥-١-١- المنافسة السعرية:

وهي تركز على السعر الذي يمثل الأداة النقدية التي تعبر على القيمة أو تكلفة المنتجات أو الخدمات لذلك على الموردين تغطية المصاريف المتحملة وتحقيق الأرباح التي قد تكون أهميتها مرتبطة بإشتداد المنافسة.

فالمنافسة السعرية تتجلى في سعي المتنافسين إلى كسب أكبر حصص في السوق البنكي عن طريق تخفيض الأسعار (طارق عبد العال، ص ٦٠) ، وذلك فيما يتعلق مثلاً بالعمولات أو بالفوائد المفروضة على القروض، كما تكون هذه المنافسة كذلك عن طريق الرفع من أسعار الفوائد الممنوحة على الودائع.

- **المنافسة غير السعرية:** وهي لا تركز على السعر ، بل تركز على وسائل أخرى كالإعلان والترويج للخدمات المقدمة وجودتها، وكذا العمل على توفير الراحة للعملاء بهدف جذبهم ، وتعتبر هذه المنافسة أكثر فعالية وهي أحسن طريقة يمكن للبنوك إستعمالها للتنافس على جلب العملاء.

و قد برزت ثلاثة اتجاهات تنافسية رئيسية في مجال الأعمال المصرفية تتمثل في:

- المنافسة بين البنوك التجارية: فمنذ بداية السبعينيات شهد العالم عدة تحولات من أهمها السعي لإلغاء كل القيود والقوانين والإجراءات التي كانت تعوق حركة الجهاز المصرفي أدى التحرر من القيود الداخلية إلى اتساع المنافسة بين البنوك.

إن تنامي حدة المنافسة فيما بين البنوك حتم عليها زيادة الجهود لتقديم المزيد من المنتجات المالية والنقدية التي تستجيب لطلبات المتعاملين من مستثمرين أو مدخرين.

- المنافسة بين البنوك التجارية و المؤسسات المالية غير المصرفية: أصبحت المؤسسات المالية غير المصرفية تشكل أحد أركان المنافسة الحالية للمؤسسات المالية المصرفية، إذ أصبحت تلجأ إليها المؤسسات لتمويل المشروعات الكبرى و تتزايد حدة المنافسة التي تشكلها حسب درجة نمو السوق المالي (محمد ابراهيم موسى، ص ١٢٨) ، وتشمل المؤسسات المالية غير المصرفية كلا من:

- صناديق التقاعد والمعاشات: وهي هيئات تقوم بجمع إيدخار العائلات و مساهمة أرباب العمل و ذلك في إطار نظام التقاعد عن طريق الرسالة، وإن نشأة هذه الصناديق تهدف إلى تسيير الادخار الجماعي، وتوجه هذه الادخارات في الغالب إلى الاستثمار في الأسواق المالية.

- صناديق المضاربة: وتتدخل هذه الصناديق في مختلف أسواق رؤوس الأموال و تهدف من خلال شراء مختلف أنواع الأصول إلى الاستفادة من فوارق الأسعار.

- شركات التأمين بأنواعها،

- شركات وصناديق الاستثمار وصناديق الادخار،

ونتيجة للتطورات الجديدة في عملية التمويل أصبحت الفروق بين المؤسسات المالية ضيقة ولم تعد البنوك المتخصصة هي مصدر التمويل الوحيد للاستثمار، و إنخفضت حصة البنوك من الودائع و أصبح عليها أن تتجه إلى مصادر أموال جديدة.

٥-٢- التححرر من القيود: يعد التححرر المالي في كثير من الدول من العناصر الأساسية في إستراتيجية التكيف الهيكلي و ذلك في سياق إعادة هيكلة الاقتصاد العالمي وفقا لمتطلبات استكمال حلقات التححرر الاقتصادي، ونتيجة لذلك فقد شهدت مختلف الأسواق المصرفية في العالم عمليات تخفيف القواعد التنظيمية الهيكلية و التي تحدد مجالات

النشاط التي تسمح بها السلطات المنظمة للبنوك و المؤسسات المالية المختلفة، وتحرير الأسعار التي تتقاضاها البنوك و المؤسسات المالية الأخرى مقابل الخدمات التي تقدمها لزيائنها.

٥-٣- التطور التكنولوجي: لقد أدى التطور التكنولوجي إلى إحداث الكثير من التغيرات والتطورات في المجال المالي و المصرفي حيث واكبت وسائل الدفع هذا التطور فتعددت أنواعها وأشكالها على مستوى العالم، وقد نتج عن النمو المتسارع لوسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيا المعلومات أثراً كبيراً سواء على مستوى البنوك من ناحية أشكالها وأدائها وتسويق خدماتها، أو على مستوى القوى البشرية بها.

٥-٤- ظهور الابتكارات المالية: لقد أصبح هناك قناعة لدى كافة دوائر البحث و الإبتكار أن المعرفة التي أسفرت عنها البحوث العلمية و الإبتكارات هي القوة الذاتية التي تدفع النظام المالي نحو وظيفته في التخصيص الكفاء للموارد الإقتصادية، و يرى روبرت ميرتون (الحائز على جائزة نوبل في المشتقات) (سمير عبد الحميد رضوان، ص ٨٣) أن الهندسة المالية و الإبتكار المالي هي القوة الدافعة للنظام المالي العالمي لرفع مستوى الكفاءة الاقتصادية من خلال زيادة فرص اقتسام المخاطر وتخفيض تكاليف العمليات والمعلومات و الوكالات.

٥-٥- الاندماج والتوسع: لقد شهدت صناعة الخدمات المالية لا سيما في العقدين الاخيرين من القرن الماضي نمواً كبيراً وتطوراً في الخدمات التي تقدمها وكذلك في هياكلها وأحجامها، لذلك فقد انتشر الاندماج المصرفي وأصبح هدفاً في حد ذاته لأنه يحقق فوائد كثيرة تنجم عن اقتصاديات الحجم من خلال تخفيض تكاليف الإنتاج وتحقيق معدل تركيز عالٍ في الأسواق المصرفية، وزيادة مستوى الجودة في الخدمات المقدمة وتحقيق مبدأ زيادة الكفاءة على الجزئيات المكونة له أو ما يعرف بمبدأ: $2+2=5$.

وتهدف البنوك من وراء عملية الاندماج إلى تحقيق أربعة أهداف أساسية، وهي:

- بتقديم الخدمات المصرفية بأقل تكلفة ممكنة وبأعلى جودة، و بتسويق الخدمات المصرفية بشكل أفضل.
- زيادة القدرة التنافسية للكيان المصرفي الجديد مما يؤدي الى رفع قدرته على الاستثمار والادارة الجيدة للمخاطر المصرفية.
- تدعيم الكوادر و الكفاءات الادارية بعد دمج الكفاءات الموجودة في البنوك السابقة مما يؤدي الى رفع الكفاءة التسييرية لادارة البنك .
- ان عملية الاندماج المصرفي سوف تمكن من توفير رؤوس أموال ضخمة، مما يحسن قدرة البنك الجديد على تحمل المخاطرة الناتجة عن الودائع والقروض المقدمة، تحسن تنافسيته المتعلقة بقدرته على ادارة المخاطر بالشكل الذي يضمن سلامة واستمرارية البنك الناتج عن عملية الاندماج.

II- البنوك الالكترونية

١- مفهوم البنك الالكتروني.

إن ظهور البنوك الالكترونية يرجع إلى عام ١٩٩٥، الذي شهد ميلاد أول بنك عبر الشبكة، وفي الوقت الحاضر هناك أكثر من ٢٠٠ بنك يعمل عبر شبكة الانترنت، حيث تمثل البنوك الالكترونية آخر وأرقى المعاملات عبر البنوك باستعمال الانترنت والكمبيوتر.

يعد مفهوم البنك الالكتروني كتعبير شامل ومتطور للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد، فهو مصطلح يتصل بتعبيره بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق أي مكان خارج مقر البنك وفي الوقت الذي يريده الزبون ويعبر عنه بعبارة "الخدمة المالية في كل وقت وفي أي مكان"، فلقد كان الزبون عادة يتصل بحساباته لدى البنك ويتمكن من الدخول إليها وإجراء ما تتيحه له الخدمة عن طريق خط خاص، وتطور هذا المفهوم مع شيوع الانترنت، إذ مكن الزبون الدخول من خلال الاشتراك العام عبر الانترنت ولكن ببقية فكرة الخدمة المالية عن بعد على أساس وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام حاسوب الزبون، بمعنى أن البنك زود العميل بحزمة من البرمجيات تمكنه من تنفيذ عمليات مالية عن بعد، أو قد يحصل عليها من الجهات المزودة لأجهزة الإعلام الآلي، وتسمى هذه البرمجيات باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية، وهذا المفهوم للخدمات المالية عن بعد هو الذي يعبر عنه واقعيًا بينك الحاسوب الشخصي (PC Panking) وهو مفهوم شائع في عالم العمل المصرفي الالكتروني.

وباعتبار أن التكنولوجيا قوة ديناميكية في بيع وشراء وتسليم وتوصيل الخدمات والمنتجات المالية لذلك حققت تكنولوجيا المعلومات طفرة في عالم البنوك، ومع تطبيق فكرة الشبكات التي تضم المركز الرئيسي للبنك وفروعه، استطاعت تكنولوجيا المعلومات أن تحقق معاملات مالية سريعة ودقيقة ومتوازية وفورية داخل شبكة البنك والفروع كالتالي:

أ- تغيير العلاقة بين البنك ومجتمع تكنولوجيا المعلومات: حقق التفاعل والتكامل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبنوك تعديلا جذريا في العلاقات بين البنوك وأسواق المال والمؤسسات المالية الأخرى، لذلك خصصت البنوك ميزانيات كبيرة لشراء وتجهيز وتطبيق تكنولوجيا المعلومات المصرفية والمالية.

ب- تطوير الهيكل التنظيمي للبنك وعلاقته بالمؤسسات والأسواق المالية: أدى استخدام الحواسيب الالكترونية الشخصية إلى دعم شبكة المعاملات المصرفية داخل البنك الواحد وفروعه، وبين البنوك جميعا وبقية المؤسسات المالية وأسواق المال والمتعاملين إلى ضرورة إعادة هندسة العمليات المصرفية المباشرة في شبائيك الخدمة وكذلك في المكاتب الخلفية.

ج- تحسين العلاقة بين البنك والمتعاملين (المستثمر والمقرض): ويمكن تحديد أهم مجالات التحديث في العلاقة المصرفية مع المتعاملين (العملاء) فيما يلي:

● تحسين أسلوب توصيل وتقديم الخدمة المصرفية مثال ذلك الخدمات التليفونية والانترنت واستخدام كابل التليفون مما قلل من تكلفة المعاملات؛

- إنشاء قاعدة بيانات دقيقة للمستثمرين والمقترضين ساعدت على تلبية رغبات المتعاملين فوراً وبدقة؛
- بناء نظام معلومات للمتعاملين؛
- تحقيق تكامل بين نظام معلومات الفروع ونظام معلومات المركز الرئيسي للبنك؛
- تقليل التعامل مع الوسطاء الماليين (مثل السمسرة وفروع البنوك) لتوفير التعامل الفوري المباشر للعميل مع البنك؛
- د- تطوير أساليب الرقابة على المؤسسات المالية؛
- د- تحسين المركز التنافسي للبنك: يتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أنشطة الاستثمار والبورصة والأوراق المالية.

وتسعى البنوك الالكترونية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ١- تحديد أسلوب تقديم الخدمات لكل مجموعة من العملاء.
 - ٢- تحديد قنوات الاتصال والوسطاء (إذا كان ضرورياً) لكل خدمة.
 - ٣- تحديد الخدمات النمطية والخدمات حسب الطلب لكل شريحة من المتعاملين.
 - ٤- تحديد أنواع قنوات التوصيل البديلة لكل خدمة ولكل نوع من المتعاملين.
 - ٥- تحديد كيفية الترويج للخدمات المصرفية الجديدة بالكتالوج الالكتروني على الانترنت e.cataloging.
- استطاعت البنوك الالكترونية e.banks أن تحسن في العمليات المصرفية وفي الخدمات والمنتجات المصرفية في نفس الوقت، وأدى ذلك إلى تقليل المخاطر والإسراع بالتسويات المالية وتحقيق رقابة مصرفية فعالة. وتشير الإحصاءات إلى أن حوالي ٢٥% من ٢٤٠٠ مشارك في الانترنت يستخدمون البنك الالكتروني وأن ١٢% يتاجر في الأوراق المالية من أسهم وسندات عن طريق الانترنت وصناديق الاستثمار، ويحقق ذلك في البنك الالكتروني ما يلي:
- القيمة، الثقة، السهولة، السرعة، الدقة، المراجعة والتحقق، الرضا، ونوضح ذلك في الشكل التالي:

بيئة البنك الالكتروني، استراتيجيه وعملياته

بيئة البنك الالكتروني	استراتيجية البنك الالكتروني	عمليات البنك الالكتروني
الاقتصاد الرقمي	الرؤية	الودائع الفورية
الاتصالات	الرسالة	الائتمان الفوري
مجتمع المعلومات	القيمة	الاستثمار الفوري
فرص الإيداعات	الأهداف	خدمة العملاء
		المدفوعات الفورية
		التحصيلات الفورية

وتحقق البنوك الالكترونية مع بعضها البعض B2B- Bank to bank العمليات المصرفية الفورية بسرعة تفوق العمليات المصرفية كالتحويلات أو التسويات التي تأخذ وقتا طويلا وتكلفة مرتفعة (البريد العادي يكلف الورقة ٢.٥ جنيه في حين البريد الالكتروني يكلف ٥ قروش فقط)، ويتم تبادل البيانات الكترونيا EDI بين البنوك بسرعة فورية، كما يتم تحويل الأموال بين البنوك المتعاملين في أمان وسرعة فائقتين، وتستخدم البنوك الالكترونية أيضا أسلوب سلسلة التوريد لربط ملفات العمليات المصرفية والتأمين والاستثمار والبورصة باستخدام برمجيات لتحسين أسلوب أداء العمل المصرفي وتخفيض التكلفة وتوسيع فرص الاختيار وتطوير المركز التنافسي، ومن بين تطبيقات سلسلة التوريد ما يتم الآن بين البنوك والبورصة وشركات التأمين وصناديق الاستثمار.

٢- وسائل وآليات تمويل التجارة الالكترونية

١.٢- مفهوم الدفع الالكتروني.

يلتزم المتعاقد بتقديم سلعة أو منتج أو خدمة نظير مقابل معين يتعين الوفاء به، هذا الوفاء يتسم في

المعاملات الالكترونية، بطابع مميز ويأخذ صورا متعددة، هذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا المطلب.

تعريف النقد الالكتروني والخصائص المميزة له.

أ- تعريف النقد الالكتروني:

يشمل مصطلح النقود الالكترونية Monnaie Electronique, E Maney، مجموعة متنوعة من المنتجات المصممة لتزويد المستهلكين ببدائل لطرق الدفع التقليدية، وإزاء تنوع هذه المنتجات والتطور المتلاحق فيها فإنه من الصعب التوصل إلى تعريف جامع مانع يتضمن كافة نظم النقود الالكترونية على نحو يميزها بدقة من النواحي القانونية والنقدية والاقتصادية، وفي ضوء ما سبق يكاد يتفق الخبراء على عدم جدوى تقديم تعريف دقيق للنقود الالكترونية في المرحلة الحالية من تطورها، ورغم ذلك فإنه لا يوجد خلاف بين هؤلاء الخبراء على أن مصطلح النقد الالكتروني يشتمل على وجه الخصوص على صورتين:

١- الصورة الأولى: هي البطاقات السابقة الدفع المعدة للإستخدام في أغراض متعددة، ويطلق عليها أيضا تعبير

البطاقات محتزنة القيمة Stord Valuecards أو محفظة النقود الالكترونية.

٢- الصورة الثانية: هي آليات الدفع محتزنة القيمة أو سابقة الدفع التي تمكن من إجراء مدفوعات من خلال استخدام

شبكات الحاسب الآلي المفتوحة خاصة الانترنت، والتي يطلق عليها أحيانا نقود الشبكة Net Money أو النقود السائلة الرقمية.

ويتبين مما سبق أن تعبير النقد الالكتروني يستخدم أساسا للإشارة إلى مجموعة متنوعة من آليات وطرق الدفع محدودة

القيمة Retail Payment Mechanisms تتميز بأنها سبق تسديد قيمتها Pre Paid أو تحتزن قيمتها بداخلها Stored

.Value

ب- الخصائص المميزة للنقد الالكتروني:

- النقد الالكتروني هو عبارة عن مستودع للقيمة النقدية يحتفظ به في شكل رقمي Digital Form بحيث يكون متاحا للتبادل الفوري في المعاملات ويتميز هذا النقد بمجموعة متنوعة من الخصائص وهي:
- ١- أنه يحتفظ بالقيمة كمعلومات رقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي.
 - ٢- أنه يسمح بتحويل القيمة إلى شخص آخر عن طريق تحويل المعلومات الرقمية.
 - ٣- أنه يسمح بالتحويل عن بعد عبر شبكات عامة كشبكة الانترنت أو شبكات الاتصال اللاسلكية.
 - ٤- أنه لا يستلزم في معظم الأحيان وجود طرف ثالث لإظهار أو مراجعة وتأكيد التبادل.
 - ٥- أنه يناسب المعاملات قليلة القيمة Micro-transactions لأن نفقات التبادل Transaction Costs تكون عادة عند حدودها الدنيا، فلا جدال في أن نفقة استخدام النقود الالكترونية تحدد مدى انتشارها، فيتعين أن تكون هذه النفقة متناسبة من قيمة السلعة أو الخدمة محل التبادل، فلا مجال لفرض نفقة عالية على تعاملات لا تتجاوز قيمتها دولار واحد أو عدة دولارات.
 - ٦- أنه يتميز بالقابلية للانقسام Divisibility ويكون متاحا بأصغر وحدات النقد الممكنة تيسيرا لإجراء المعاملات محدودة القيمة.
 - ٧- أنه يتميز بكون التعامل به متاحا في كافة الأوقات والظروف ليتناسب مع الطبيعة الكونية للانترنت وما تقتضيه من استمرار المبادلات الدولية مع اختلاف التوقيت من بلد لآخر، فلا يمكن في ظل هذا التطور التسامح مع انقطاع أو توقف النظام الذي يتيح إتمام تسوية المدفوعات باستخدام النقود الالكترونية.
 - ٨- أنه مصمم ليكون سهل الاستخدام مقارنة بوسائل الدفع الأخرى، ولا جدال في أن سهولة الاستخدام تشكل عنصرا حاسما في قبول المستهلكين لأي نظام للنقود الالكترونية، ويعتبر القبول العام والواسع لأي نظام مطروح للنقود الالكترونية ضروريا لضمان استمراره وبقائه. وجدير بالذكر في هذا الخصوص أن أحد استطلاعات الرأي أظهر أن نحو ٩٠% من مستخدمي الانترنت يرون أن آليات الدفع عبر الانترنت صعبة الاستخدام، وهو مؤشر يدل على أن هناك جهودا جديدة يجب أن تبذل لتطوير نظم النقود الالكترونية من ناحية يسر وسهولة الاستخدام.
 - ٩- بالنظر لطبيعة الانترنت كشبكة مفتوحة، فالملاحظ أن عنصر الأمان في استخدام النقود الالكترونية يرتبط تماما بمسألة تشفير المعطيات المتعلقة بالتعامل النقدي، ورغم أهمية التقدم في مجال التشفير في السنوات الأخيرة فإنه يتعين التذكير بأنه لا يوجد نظام مشفر لا يمكن اختراقه، فكما يمكن تزييف النقود الورقية رغم التطوير المتواصل في أساليب حمايتها، فإن الصراع سيقى أيضا بين الخبراء الذين يسعون لتأمين النقود الالكترونية من خلال استخدام أكثر أساليب التشفير تعقيدا وكفاءة، وبين القراصنة Pirates من المحترفين Crackers والهواة Nackers الذين يسعون للنفذ إلى النظم المشفرة واكتشاف مكوناتها واستغلالها في اغتصاب الحقوق المالية للآخرين، سواء كانوا مصارف أو تجار أو مستخدمين من الجمهور العادي للانترنت.

٢.٢ - وسائل الدفع الالكتروني

إن وسائل الدفع الالكتروني عديدة وسريعة التطور، وتعرض لأهم أنواعها فيما يلي:

- أ- التحويل الالكتروني: تتمثل هذه الطريقة في القيام بتحويل مبلغ معين من حساب المدين إلى حساب الدائن Télévirement، ويتولى ذلك الجهة التي تقوم على إدارة الدفع الالكتروني وهي غالبا البنك.
- ب- البطاقات البنكية (النقود البلاستيكية): وهي البطاقات البلاستيكية والمغناطيسية التي تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها كالكارت الشخصي أو الفيزا (Visa)، والماستركارد (Master card) و (American Express) بدلا من حمل النقود التي تعرض للسرقة والتلف.

وهناك عدة أنواع من هذه البطاقات لعل أهمها:

١- بطاقات السحب الآلي cash card: يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه والهدف من هذا النوع من بطاقات السحب الآلي، هو رغبة البنوك في التسهيل على العملاء وتوفيرا لاحتياجاتهم من النقود، لذلك نجد البنوك تنشئ منافذ توزيع لها عن طريق هذه البطاقات في أماكن كثيرة مثل المطارات ومحطات السكك الحديدية ومراكز التسويق.

٢- بطاقات الشيكات Cheque guarantee card: بمقتضاها يتعهد البنك مصدر هذه البطاقة لعميلة حامل البطاقة بأن يضمن سداد الشيكات التي يجرها العميل من هذا البنك. وذلك وفقا لشروط إصدار البطاقة وتحتوي هذه البطاقة عادة على اسم العميل وتوقيعه و رقم حسابه والحد الأقصى الذي يتعهد البنك بالوفاء به في كل شيك يجره العميل.

٣- بطاقات الدفع Debit card: وهي بطاقات تحول لحاملها سداد ثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها من بعض المحلات التجارية التي تقبلها بموجب اتفاق مع الجهة المصدرة لها، وذلك بتحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب العميل حامل البطاقة إلى حساب التاجر (البائع).

٤- بطاقات الائتمان Cridit card: ويمنح فيها البنك لحاملها تسهيلات ائتمانية، حيث يستطيع استعمالها للحصول على السلع والخدمات، ويتولى البنك السداد، ثم يقوم الحامل بسداد دفعة البنك مع الفوائد خلال أجل متفق عليه، ولا تمنح البنوك هذه البطاقات إلا بعد التأكد من ملاءة العميل أو الحصول منه على ضمانات عينية أو شخصية كافية.

٥- بطاقات الصرف البنكي Charge cards: وهي وسيلة من وسائل الدفع الالكتروني لدى البنوك الالكترونية، ويطلق عليها بطاقات الصراف الآلي (ATMS)، ولا تتجاوز فترة الائتمان في تلك البطاقة مدة الشهر، حيث يتعين على العميل السداد أولا بأول خلال الشهر الذي يتم فيه السحب.

٦- البطاقات الذكية Smart cards: وهي آخر جيل من البطاقات وتحتوي على رقائق حاسوب (Chips) أو معالج (Processor) و لا تعتمد على الاتصال مع حاسوب المصرف أو الجهة المصدرة، وهذه البطاقات يمكن للعميل شحنها بمبلغ معين من النقود من حسابه بواسطة جهاز الصراف الآلي وتخزن عليها كافة البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم والعنوان والهاتف والمصرف المصدر.

٧- بطاقات الموندكس Monde X cards: وهي مثال للبطاقات الذكية، تتسم بمرونة كبيرة في الاستخدام، حيث تجمع مميزات النقود الورقية التقليدية وبطاقات الدفع الإلكتروني الحديثة، ويمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقا لرغبة العميل أي كبديل للنقود في كافة عمليات الشراء، حيث يتم الخصم الفوري من حساب البطاقة وإضافة القيمة إلى حساب التاجر المدون على ذاكرة إلكترونية داخل نقطة البيع، تسهل تلك البطاقة العمليات التجارية لسهولة إدارتها مصرفيا بضوابط أمنية محكمة تتيح لحاملها إجراء العمليات المصرفية دون اللجوء إلى فروع البنوك، حيث يمكن التحويل من رصيد البطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى، والسحب من رصيد الحساب الجاري للعميل إلى رصيد البطاقة من خلال آلات الصرف الذاتي أو التليفون.

ج- الوسائط الإلكترونية المصرفية: تطورت النقود مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة، وظهرت في شكل مستحدث في صورة وسائل إلكترونية يتم تداولها من خلال عدة أشكال أهمها:

٣- البنك المحمول أو الهاتف المصرفي Phone bank: وهو مركز خدمة مصرفية هاتفية خاصة لتقديم خدمات التجزئة، وهي جزء من الأعمال المصرفية عن بعد، ويحصل العميل على خدمة معرفة الرصيد وآخر حركات على الحساب بالإضافة إلى إجراء تحويل من حساب إلى آخر ويمكن فتح حساب جديد وتلقى طلبات اقتراض وتسديد الفواتير.

ورغم حداثة البنك المحمول إلا أنه ثبت أن هذا البنك يحقق أرباحا تعادل ستة أضعاف، ما يحققه البنك في تعاملاته التقليدية، وذلك لأن البنك المحمول يستخدم التكنولوجيا لتحسين علاقاته وتوسيع مجال تعاملاته مع العملاء. وذلك عن طريق التعامل مع البيانات الشخصية التي لديه عن العميل بطريقة ذكية، لكي يقوم بتسويق خدمات من نوع جديد للعملاء، لم تكن تدخل من قبل في إطار الخدمات البنكية.

وهذا البنك المحمول له مزايا ومخاطر، ومن أهم مزاياه أنه يخفف الكثير من التكاليف عن عاتق البنك، ذلك أنه يرفع عن البنك عبئ فتح فروع جديدة وكثيرة في أماكن مختلفة داخل أو خارج الدولة، وذلك لأجل تقديم الخدمة إلى عدد كبير من العملاء، والقضاء على الزحام الشديد أمام المقر الرئيسي للبنك، وذلك لأن نظام البنك المحمول ينقل البنك وخدماته المتنوعة إلى كل عميل حيثما كان، كما أن هذا البنك يحقق وفرا في الوقت والجهد.

كما يوفر هذا النظام البنكي الجديد مزيدا من الراحة للعملاء حيث يوفر عليهم عبئ الذهاب إلى مقر البنك والوقوف في طابور طويل حتى يحصل على الخدمة، كما له الوقت ويتيح له خدمات جيدة كسداد فواتير السلع والخدمات التي يحصل عليها دون عناء، والخدمات الجديدة الأخرى التي قد تتناسب مع ظروفه كوثيقة التأمين أو قروض الزواج والتعليم وغيرها من الخدمات، كما أن هذا النظام يحقق سرية الحسابات التي يرغب فيها عدد كبير من العملاء.

أما عن مخاطر البنك المحمول، فهي ذات مخاطر التكنولوجية الجديدة، ذلك أن هناك أخطار محتملة من جراء التعامل بنظام البنك المحمول، ومنها المخاطر الناجمة عن اتساع الهوة في علاقة البنك بالعميل، وما يمكن أن يترتب عليه من عمليات اقتراض دون ضمانات كافية، وتعرض البنوك كذلك لعمليات نصب، ذلك أن الخدمة

البنكية عبر الانترنت يكون من الصعب مراقبتها بصورة دقيقة، وهناك كذلك تأثيره على الاقتصاد القومي من جانب حجم السيولة في الاقتصاد، ذلك أن نظام البنك المحمول يعطي العميل فرصة لأن يقوم بتحويل أمواله وبأي مبالغ بمجرد أن يضغط على زر الكمبيوتر أو التليفون خارج حدود الدولة، وذلك إلى دولة أخرى أو العكس، وفي هذه الحالة يكون من الصعب على البنك المركزي مراقبة حجم السيولة في هذه الحالة، الأمر الذي يجعل الدولة معرضة للتأثير بأزمات السيولة النقدية، سواء كان ذلك بالزيادة أو النقصان.

٤- **خدمات المقاصة الالكترونية المصرفية Banker's Automated Cleaning**: حل هذا النظام مكان أوامر الدفع المصرفية، وظهر نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي الذي يتم في خدمات مقاصة الدفع الالكترونية للتسوية الالكترونية في المدفوعات بين المصارف و ذلك ضمن نظام المدفوعات الالكترونية للمقاصة وهو نظام الكتروني للمقاصة ينطوي على عنصر اليقين حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء أو تأخير، وبنفس قيمة اليوم.

٥- **الانترنت المصرفي**: أتاح انتشار استخدامات الانترنت للبنوك التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي Home banking حيث يتم إنشاء مقر لها على الانترنت بدلا من المقر العقاري، ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الانترنت وفي منزله، ويمكنه محادثة موظف البنك على شاشة الكمبيوتر، ويتم إجراء كافة العمليات المصرفية.

د- الوسائط الالكترونية الجديدة:

وهي صور للوفاء للتعامل عبر الانترنت ومن أهمها نظام القابض الافتراضي الأول First virtual holding والقابض Incorporated وشيك نت Cheque net.

- والقابض عبارة وسيط بين المتعاملين يتلقى طلبات وبيانات كل منهما ويتحقق منها عن طريق موقعه على الشبكة، ويتولى مباشرة عملية عرض السلعة أو الخدمة والتسليم والوفاء نظير عمولة معينة.
- الشيكات الالكترونية: تعتمد هذه الشيكات على وجود وسيط بين المتعاملين ويطلق عليه جهة التخليص Clearing House، وغالبا ما يكون البنك حيث يتم فتح الحساب وتحديد التوقيع الالكتروني للعميل، يقوم المشتري مثلا بتحرير الشيك مزيلا بتوقيعه الالكتروني ويرسله بالبريد الالكتروني المؤمن إلى البائع الذي يوقعه كمستفيد إلكتروني ثم يقوم بإرساله إلى البنك الذي يتولى مراجعته ويخبر كل من الطرفين بتمام إجراء المعاملة المصرفية، أي خصم الرصيد من المشتري وإضافته لحساب البائع.

هـ- النقود الالكترونية (Electronique Money): تعرف النقود الالكترونية على أنها " وحدات أو عملات رمزية نقدية تأخذ شكلا رقميا وتنتقل على الشبكات الالكترونية، ووحدات القيمة الرقمية هي الوحدات الأساسية لقيمة النقود الالكترونية وهي قد تماثل أولا تماثل العملات القومية.

وتعرف شركة "إيرنس أنديونغ" النقود الالكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية.

إذن يقصد بالنقود الالكترونية المدفوعات من خلال قنوات الاتصال الالكترونية مثل الانترنت، ويتجه العديد من الدول نحو التوسع في استخدام النقود الالكترونية، وتسوية الحسابات فيما بين العملاء والبنوك الكترونيا من خلال شبكة الانترنت، ولا جدال أن التوسع في النقود الالكترونية يؤدي إلى سهولة وسرعة تسوية المدفوعات، وهي مزايا تنعكس بالتأكيد على التوسع في التجارة الالكترونية.

وتأخذ النقود الالكترونية شكلان، نقود الكترونية مجسدة في مخزون الالكتروني، ونقود الكترونية ائتمانية.

١- نقود المخزون الالكتروني (Monnaie électronique scripturale): يتم تخصيص مبالغ في حافظة نقود الكترونية Porte monnai electronique حيث يتم التخزين على بطاقة لها ذاكرة، تصبح غير قابلة للاستعمال بعد انتهاء المبالغ المحملة عليها، وهناك حافظة النقود الافتراضية Porte monnaie vertuel، حيث لا يكون المبلغ المخصص بها ثابتا على بطاقة، بل على ذاكرة كمبيوتر البنك أو الجهة التي تقدم خدمة الدفع الالكتروني.

يقوم العميل بالحصول على وحدات النقد الالكتروني من البنك بالكمية التي يرغبها في صورة وحدات نقد صغيرة ويطلب وضعها في محفظة النقود التي يختارها، ويتم الوفاء من المشتري إلى البائع من خلال برنامج خاص بإدارة الدفع الالكتروني يكون لدى الطرفين، حيث يتم تحديد وحدات النقد التي سيتم الدفع بها بالرقم الخاص لكل وحدة في كشف خاص وإرساله إلى البائع عن طريق البنك المصدر للعملة، الذي يتأكد من صحة الأرقام.

٢- النقود الائتمانية الالكترونية Monnaie electronique Fiduciaire: ويطلق عليها النقود الرقمية أو الرمزية أو القيمة E cash وهي تمثل المفهوم الحقيقي للعملة الالكترونية لسببين: الأول: تسمح هذه النقود بالوفاء مباشرة بالمقابل النقدي للعقد الالكتروني عن طريق الانترنت، وذلك دون حاجة إلى الاتصال بالمتعاقد أو تدخل وسيط، حيث تنقل العملة مباشرة من المشتري إلى البائع دون تدخل البنك أو الجهة التي تعمل على إدارة الدفع الالكتروني.

الثاني: تتمثل هذه النقود في سلسلة من الأرقام التي تعبر عن قيم معينة تصدرها البنوك التقليدية أو الافتراضية لعملائها، ويتم الحصول عليها في صورة نبضات Gits كهرومغناطيسية على كارت ذكي Smart card أو على الهارد لايف CD-Rom.

٦- مزايا النقود الالكترونية والمشكلات التي تطرحها

إذا كانت للنقود الالكترونية فوائد ومزايا في توسيع التبادل التجاري وتسوية معاملاته، وهذا ما سنتناوله في الفرع الأول من هذا المطلب، فإن استخدام النقود الالكترونية وانتشارها يطرح عدة مشكلات أو تحديات على مستوى السياسات الاقتصادية.

أ- مزايا النقود الالكترونية

لا جدال في أن استعمال النقود الالكترونية يؤدي إلى:

- تكلفة تداولها زهيدة: تحويل النقود الالكترونية (أي الرقمية) عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

- لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الالكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم، وفي أي وقت كان، وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، ولا تعترف بالحدود السياسية.
 - بسيطة وسهلة الاستخدام: تسهل النقود الالكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تغني عن ملئ الاستثمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف.
 - تسريع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة، مما يعني تسريع هذه العملية.
 - توفير درجة أمان أكبر: تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الالكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة (SET- Secure electronic transaction) كما تستخدم مستعرضات لشبكة الوب تدعم بروتوكول الطبقات الآمنة SSL-Secure socket layers، مما يجعل عمليات دفع النقود الالكترونية أكثر أماناً.
- ب- المشكلات التي تطرحها النقود الالكترونية.**

تطرح النقود الرقمية عدداً من المشكلات الجديدة بالنظر والتأمل، ومن أبرز هذه المشكلات ما يلي:

- ١- إن ظهور النقود الالكترونية وانتشارها قد يشجع عمليات غسل الأموال، وكما هو معروف فإن غسل الأموال يتمثل في إخفاء ما يحوزه الشخص من أموال مكتسبة في الغالب بطرق غير مشروعة، وإعادة إدخالها إلى مسارات التجارة والاستثمار المعتادة، حيث يجري انفاقها والتمتع بها بحرية، وكثير من هذه الأموال يأتي من تجارة المخدرات وتجارة السلاح والدعارة واختلاس أموال الدولة أو العدوان على ممتلكات الغير، ومن المتصور أنه سيكون من السهل على غاسلي الأموال إرسال أموالهم كـنقود رقمية إلى موقع خارجي، أو تخزينها على بطاقات ذكية يمكن حملها بسهولة في حافظة أو حذاء مسافر أو ما إلى ذلك. وقد يجد من ذلك أن الأموال يجب أن تودع أولاً في حساب لدى أحد البنوك أو الشركات من أجل شراء مقابلها من النقود الرقمية، ولكن من المتوقع مستقبلاً فك الارتباط بين حياة حساب مصري وشراء النقود الرقمية، وربما يأتي العائق من أن النقود الرقمية مازالت محصورة في فئات صغيرة القيمة، ومن ثم قد لا يكون من الميسور تحويل مبالغ كبيرة عن طريقها.
- ٢- يثير النقد الإلكتروني وتزايد انتشاره في الأسواق الالكترونية مشكلات أمام الحكومات المركزية فيما يختص برقابتها على النقد المتداول والتحكم في عرض النقود، خاصة إذا ما توسعت الشركات الخاصة في إصدار النقود الالكترونية وإذا ما تعددت الأشكال التي تتخذها هذه النقود، كما يطرح البعض تساؤلات حول سعر الصرف، وما إذا كان سيظل من الممكن وجود سعر صرف موحد للعمليات الالكترونية التي تصدر في الدول المختلفة، إذ قد يتفق البائع والمشتري على سعر صرف خاص بكل معاملة، ومن جهة أخرى، إذا ظهرت وحدات نقد رقمية مقبولة التداول عالمياً، فقد تفقد العملات الوطنية معناها وسيادتها على أراضيها، وهذه القضايا تثير مسألة تنظيم المؤسسات المالية والرقابة عليها، والحاجة إلى تطوير التشريعات المالية وقوانين النقد القائمة لـبسط مظلة التنظيم والرقابة على مصدري النقود الرقمية، ولكفالة الأمان والحماية لمستعملي هذه النقود.

٣- في ظل انتشار النقود الالكترونية، قد يصبح من الصعب الاحتفاظ ببيانات الدخل القومي ذات معنى، مع صعوبة أو استحالة تعقب المعاملات إذا ما أصبح النقد الالكتروني وسيلة مقبولة لتسوية المدفوعات على الصعيد العالمي، وإذا ما اختفى بالتالي الكثيرون من الوسطاء الذين كانوا نقاط ضبط وتسجيل لمثل هذه المعاملات وهذا بدوره سي طرح أسئلة عن معنى السوق الوطنية و حول مغزى استمرار اعتبارها وحدة الحساب الأساسية في النظام الاقتصادي الدولي، ولكن مثل هذه المشكلات ليست جديدة تماما إذ أنها مطروحة منذ أن ظهرت العوامة، لا سيما العوامة المالية، من الظواهر المهمة في حياتنا.

٤- ستجد مصلحة الضرائب أنه من الصعب عليها تعقب الدخل عندما يجري التعامل بالنقود الالكترونية، وسيصبح التهرب من دفع الضرائب مشكلة أضخم كثيرا مما هي الآن، خاصة إذا قدر للنقود الالكترونية الذبوع والانتشار، كما ستتعد الأمور في حالة التعاملات الالكترونية عبر بلدان مختلفة، حيث لا يكون من الواضح ما هي الدولة التي يجب أن يكون قانونها ساري المفعول، وما هي الدولة التي يحق لها فرض الضرائب، وعلى أية معاملات.

٥- ومن الأمور المثيرة للقلق من جانب الحكومات، هو فقدانها للعائد المتمثل في الفرق بين كلفة سك النقود المعتادة وقيمتها الاسمية، وطبقا لتقديرات بنك التسويات الدولية، فإن خسارة رسوم سك العملة لدى الدول الأعضاء الإحدى عشر فيه ستزيد على ١٧ مليار دولار إذا ما قدر للبطاقات الذكية أن تحل محل كل الأوراق النقدية التي تقل قيمتها عن ٢٥ دولار.

٦- وعند مستوى معين، يطرح إحلال النقود الالكترونية محل النقود الورقية، للمناقشة وبشكل مباشر وجود البنوك ذاتها فحسب "ديهون" الرئيس السابق "فيزا إنترناشيونال" "إن البنك لن يستطيع الحفاظ على دوره كمشغل رئيسي في عمليات الدفع، ففي السابق البنوك تتمتع باحتكار مقاصات الشيكات وهو احتكار ممنوح من طرف الدولة، أما حاليا فإن النقود الالكترونية تهدد البنوك في هذا المجال، ولكي تتدارك ذلك استثمرت بعض البنوك أموالها في أنشطة بطاقة الائتمان.

إن ثورة المعلومات والاتصالات قد حررت النقود من كل مظهر مادي، إذ تنتقل عبر الحدود من خلال نبضات أو ومضات لاسلكية، فالنقود لم تعد تنتقل ماديا في حقائب أو صناديق وإنما تنتقل عبر الأثير في شكل تلكسات أو مجرد تغيير القيود المحاسبية في حسابات البنوك.

٧- تأمين نظم الدفع الالكتروني.

بالرغم من الاحتياطات التي يتخذها المتعاملون عبر الانترنت لتأمين المعلومات الخاصة بالبطاقات الائتمانية، إلا أن الخطر لا يزال ماثلا تجاه أصحاب البطاقات يسطو اللصوص على بياناتها والتعرض لسرقة أموالهم سدادا لمشتريات لم يقوموا بها أصلا.

إن مشكلة الأمن لنظم الدفع التقليدي معروفة جدا:

- النقود يمكن تزيفها؛
- التوقيعات يمكن تقليدها و تلفيقها؛

- الشيكات يمكن تزيفها؛
- ونظم الدفع الالكترونية بها نفس المشاكل مثل نظم التقليدية وأكثر:
- الوثائق الرقمية يمكن نسخها بدقة وكثيرا عشوائيا؛
- التوقيعات الرقمية يمكن إنتاجها بواسطة أي شخص يعرف المفتاح الخاص.
- هوية الدافع يمكن أن تصاحب مع كل تعامل دفع.
- ومن الجانب العملي هناك وسيلتين أساسيتين لتأمين المعاملات.

الوسيلة الأولى: الأمن البرمجي Securite software

تعتمد هذه الوسيلة على تشفير المعلومات البنكية، عن طريق برنامج خاص يكون محتوى في برنامج الإبحار، كما هو الحال في بروتوكول (SSL) لشركة Netscape، وهي طريقة معيارية للتشفير، كما أن هناك بعض الأنظمة الخاصة في نوعها مثل Kline cyber cash، أين يتحصل المستهلك على برنامج إضافي ينفذ في نفس الوقت مع برنامج الإبحار يتدخل من أجل تشفير المعلومات الخاصة بإتمام عمليات الشراء بحيث لا يمكن قراءتها في حالة اعتراضها.

الوسيلة الثانية: الأمن العتادي Securite Hard Ware

تم هذه الوسيلة باستعمال البطاقة الذكية (Smart card) الخاصة بالمستهلك، فعندما يقوم هذا الأخير بعملية الشراء، يدخل بطاقته بقارئ خاص يسمى (Pinpad)، ثم يكتب عليه مبلغ الشراء ورمزه السري، تتم عملية التأكد من الرمز محليا، أي أن الرمز السري يترجم مباشرة من قبل القارئ ولا يرسل عبر الشبكة لتتم مراقبته عن بعد، ويوفر هذا الحل عدة مزايا أهمها:

- قراءة الرمز محليا للوقاية من أي قرصنة؛
- إذا كان بالإمكان نسخ رقم البطاقة فإن البطاقة في حد ذاتها أداة لم يتم نسخها حتى اليوم، والرمز السري لا يعرفه إلا حاملها الذي يمكن التعرف عليه بإجراءات أمنية بسيطة؛
- أصبحت عملية إدخال وإخراج البطاقة سهلة بالمقارنة مع تحويل برنامج التشفير إلى الحاسب؛
- البطاقة الذكية لا تتطلب تعليم معقد بل هي وسيلة اعتيادية؛
- يتم التعرف على حامل البطاقة بتقديم الرمز السري أثناء قراءة البطاقة إمضاء إلكترونيا، إرادة الشراء تصبح غير مشكوك فيها وإمكانية نقض المعاملة مستحيلة؛

لقد أصبحت الآن أحدث أجهزة الكمبيوتر مجهزة بقارئ البطاقات المصرفية، التي تعتبر أكثر فعالية من حيث الأمن في المعاملات، إضافة إلى ذلك فإن البطاقات الذكية غزت العالم تدريجيا بفضل مشروع البطاقات الذكية الدولية والذي يحمل رمز (EMV).

هناك العديد من أنشطة الدفع الجديدة توجهت لإكمال النقائص الأساسية الخاصة بالدفع عن طريق البطاقات المصرفية، المتمثلة في غياب الأمن وعدم إمكانية إجراء معاملات ذات قيمة مالية صغيرة، إلا أن هذه الحلول لا تقدم نفس مستوى الخدمة والأمن:

- الأولى لا تستعمل التشفير، لكن عمليا هي أكثر سهولة؛
- الثانية تستعمل التشفير، لكن لا تقدم ضمان الدفع؛
- الثالثة تستعمل التشفير وتقدم ضمانات لكن لا تسمح بالمدفوعات الصغيرة.
- الرابعة والمتمثلة في المحافظ المالية الالكترونية والخيالية التي تقدم مجموعة من المهام لكن تهيئتها وتشغيلها تجعلها أنظمة معقدة.

١- المعالجة بدون تشفير لأرقام البطاقة: إن غياب التشفير لا يمثل حاجزا للتخلي عن المعالجة الآلية أو اليدوية لأرقام البطاقة: التي هي عبارة عن وسيلة سهلة لإتمام المعاملة، وعمليا يعتبر النظام الأسرع، وهذا لأنه يتطلب الحصول على برامج خاصة، لا من طرف المشتري الذي يستعمل برنامج الإبحار، ولا من طرف التاجر الذي يمكنه الحصول على المعلومات المتعلقة بعملية الشراء، (هوية المشتري، عنوان التسليم، رقم البطاقة وتاريخ صلاحيتها، ... الخ) وذلك كله يتأكد عن طريق ملف نصي بسيط، وينصح التاجر هنا بعدم تسليم البضاعة حتى يتأكد من أن عملية تحويل الأموال قد تم على حسابه ومن طرف بنك المشتري.

٢- الدفع المشفر دون ضمان (بروتوكول SSL): إن التشفير الذي يتم عن طريق بروتوكول SSL يكون ب ٦٤-١٢٨-٥١٢ بايت، لهذا وجب على التاجر أن يزود الحاسب الخادم ببرنامج تسيير من نوع (Marchand service) ويوجد حاليا أنواع متعددة من هذه المنتجات في الأسواق نذكر منها: Marchand system, Netscape, Microsoft Net (commerce)، فكل هذه البرامج تسمح بحل شفرة المعلومات الخاصة بوسيلة الدفع وإرسالها إلى البنك. والحصول على المعلومات المرسله من المشتري بشكل غير مشفر يجب على التاجر أن يحصل على شهادة من شركة خاصة تقوم بعملية المراقبة.

أما بالنسبة للمشتري فإنه جد حريص على رؤية المعلومات الخاصة تنتقل بشكل مشفر، فغالبية المستهلكين يستعملوا شفرة SSL عند إرسال رقم البطاقة المصرفية، إذ يعتبر هذا الأخير بروتوكول SSL أي مقياس التشفير المدمج، معيار عالمي لتشفير المعلومات الخاصة بالدفع.

٣- تألية النقد: طورت شركتي (SG٢) و(SLIGOS) نظامان هما على التوالي (SIPS) و(PAYLINE) اللذان يرتكزان على نماذج متشابهة ويظهران جد متماثلان في عملهما.

المبدأ الأساسي المؤلف لهذين النظامين يتجلى في عدم ازعاج المستعملين (المشتري والتاجر) في عاداتهم التجارية، كذلك فإنه ليس من الضروري أن يجهز المشتري نفسه ببرنامج خاص تصدره (SG٢) و(SLIGOS) الذي يأخذ مكانا على الحاسب الخادم على الوب، إن هذا البرنامج عند تثبيته يقوم بتسيير العمليات بين المشتري والتاجر والحاسب الخادم بطريقة شفافة لا تترك أي مجال للمغالطات، يتميز النظامين بما يلي:

- استعمال بروتوكول تشفير أكثر انتشارا (SSL)، يجمع بين الأمن والبساطة ولا يتطلب تجهيزات خاصة بالنسبة للمشتري؛

• البيانات البنكية غير مخزنة لدى التاجر لكن في الحاسب الخادم ل (SG2) و (SLIGOS)، كما أن قضية الثقة المطلوبة بين التاجر والمشتري تصبح محلولة؛

• كلا النظامان يقدمان ضمان دفع حقيقي وفوري بغض النظر عن حالة الإلغاء، كما أن البرنامج المحمل على الحاسب الخادم عند التاجر يمثل تطبيقاً سهلاً؛

٤- المحفظة المالية الالكترونية والافتراضية: إن جميع الأنظمة لحد الآن لم تبني لتحمل نفقات تسيير المدفوعات ذات المبالغ الصغيرة باستعمال البطاقات المصرفية، الشيء الذي أدى إلى التفكير في نظام جديد يحل محل النقود الحقيقية في تعاملات الحياة اليومية والذي يسمى بنظام "المحفظة المالية"، فهي إذن عبارة عن قيمة نقدية مخزنة تستعمل في تسيير المعاملات ذات المبالغ الصغيرة في مختلف أوجه الحياة اليومية، يتم تسيير تكاليف هذا النظام الجديد عن طريق التراكم في العمليات (المبالغ).

يتم التفريق بين نوعين من نظام المحفظة المالية، فهناك المحفظة المالية الالكترونية والمحفظة المالية الافتراضية:

أ- المحفظة المالية الالكترونية (e.perce): في هذه الحالة تكون القيمة المالية مخزنة في بطاقات ذات ذاكرة مثل (mondex) و (Digicash)، يتم عمل هذه الأنظمة كما يلي:

• **Mondex**: هو نظام للمحفظة المالية الالكترونية يعمل على بطاقة رقاقية (Cart a puce) طور في البداية من طرف (National Westminster) واحدة من أربع أكبر بنوك بريطانيا، ثم تم إعادة شرائها من طرف ماستركارد، الشيء الذي أكسبها مكانة بين تكنولوجيات الشيكات صغيرة المبالغ (القيمة)، إذا أراد الشخص تحميل بطاقة بمبلغ معين، فإنه يرتبط بالبنك ثم يقوم بإدخال بطاقته في قارئ Ad-hoc أو ما يعرف ب (Pinpad) ثم يستعمل إمضائه الالكتروني الذي يمكن أن يكون شفرة سرية أو كلمة مرور. هذا الإجراء يسمح له بتحميل مبلغ معين في بطاقته (محفظة الكترونية) عندما يستعمل الفرد هذه البطاقة للشراء من محلات مجهزة بحسابات نهائية الكترونية للدفع أو ما يسمى ب TPE: Terminal de Paiement Electronique فإن النقود تسحب بصورة فورية عند التاجر دون المرور بوسيط، يتميز نظام Mondex بإمكانية التحويل من حساب شخص إلى حساب آخر من حاملي البطاقة.

• **Digicash**: هو نظام للمحفظة الالكترونية له مبدأ عمل آخر يعتمد على تخزين القيمة النقدية على القرص الصلب لحساب الفرد بواسطة برمجيات (خوارزميات) مشفرة.

ب- المحفظة المالية الافتراضية (Cyber-cash): هو نظام قدمته Sligos بإمضاء عقد مع Cyber cash كتكملة لنظام Slips... للمعاملات المالية الكبيرة ويسوق هذا النظام تحت اسم Cyber cain ولتسديد قيمة المشتريات، يجب على المشتري تثبيت برنامج خاص يعمل مع برامج الإبحار بطريقة شفافة، يسمح بتشفير بيانات المعاملة وكذا في عمليات التسديد.

٥- اتفاق أمن المعاملات الالكترونية: تلعب عملية التأكيد من صحة هوية التاجر ونوعية المنتج وتدخل طرف ثالث موثوق في العملية، دور مهم في تخفيف مخاطر الشراء والبيع عن بعد بالنسبة لكلا من الباعة والمشتريين على حد سواء.

فهناك العديد من الحلول المتطورة من قبل البنوك ومقدمي الخدمات المعلوماتية، والتي تمثل عروض خدمية تنافسية من جهة، والإجراءات التي وضعتها السلطات الرسمية من أجل توحيد النشاط وهذا كله لتفاد العجز وعدم التوقف من جهة أخرى.

إن الأنظمة التي تم التعرض إليها سابقا لا تستعمل أنظمة متوافقة فيما بينها، فمن أجل توحيد معايير الدفع وتطويرها دون التعرض إلى حاجز اختلاف المعايير، فقد توصلت عدة شركات ومصارف عالمية إلى وضع معيار عالمي أطلق عليه اسم (SET)، إذ يضمن هذا المعيار حد أدنى من الأمن وتوافق الأنظمة، ومن أهم خصائص هذا الاتفاق ما يلي:

• إصدار شهادات رقمية للمستهلكين المعروفين، تشهد بصحة هويتهم حين يستخدمون الأرقام السرية الخاصة بهم لدى قيامهم بمعاملات تجارية إلكترونية.

• انشاء مستودع مركزي للسجلات يستخدم لتخزين وتحديث المعلومات حسب ما تقتضيه الأوضاع (مثل الغاء أو تغيير رقم سري ما أو إصدار رقم جديد ما أو إضافة معلومات جديدة ومهمة)

• السماح للتجار الإلكترونيين بسحب أموالهم في العمليات التي يتم فيها الدفع بأنواع بطاقات الائتمان المختلفة فوراً عبر حسابات بنكية عائدة لهم.

• تمكين المشتري من التأكد من صحة هوية البائع الإلكتروني.

إضافة إلى كل ما سبق ذكره، فإن الاتفاق يدعو إلى اتصالات مشفرة للمعلومات الخاصة بطلب الشراء والعمل، بعد التأكد من صحة الطلب والموافقة عليه، على التاجر إبلاغ أن عملية البيع قد تمت الموافقة عليها وأن استثناء أمواله قد تم، ويتلقى التجار معلومات تأكد أن طلبات الشراء قد أرسلت من زبائن قد تم التحقق من شخصيتهم، ولم يتم التلاعب بالطلبات أثناء عملية إعداد طلبيات الشراء، تتلقى البنوك التي يتعامل معها التجار المعنيون معلومات غير مشفرة عن عملية الدفع عن طريق البطاقات الائتمانية المختلفة، لكنها لا تتلقى أية معلومات معينة عن عملية التبادل نفسها، وفي الوقت نفسه يتلقى التاجر تأكيد لمواصلة عملية التبادل لكن دون الأرقام الحقيقية للبطاقات الائتمانية.

إن هذه الرقابة الوثيقة على المعلومات وتقديمها حسب الحاجة إليها فقط من شأنها أن تقلل المخاطر للجهات الثلاث الداخلة في عملية التبادل (البائع، المشتري، المؤسسة المالية) نتيجة لهذا الاتفاق يكون لأطراف أية معاملة تجارية قدر من الثقة بأن الأشخاص الذين يتعاملون معهم عن بعد، هم في الواقع الأشخاص الذين يحدددهم عنوان أو صفحة الانترنت، هناك حلول موافقة لخصوصيات معيار SET تم إعدادها لاستغلال مميزات البطاقة الذكية وخاصة الإمضاء الإلكتروني والذي يحذف إمكانية إلغاء المعاملة الذي تبنته العديد من المؤسسات العالمية.

ومما سبق، نستنتج أن معيار SET يجب أن يتوفر على خمسة متطلبات أساسية وهي:

- سرية المعلومات الخاصة بالدفع؛
- المعلومات المحولة تكون كاملة؛
- تحديد هوية صاحب الحساب؛
- تحديد هوية التاجر؛
- العمل المتبادل بين ناشري البرامج والشبكات (مقدمي الخدمات).

III- تحرير الخدمات البنكية

١- ماهية تحرير الخدمات المالية والمصرفية:

عرف الاقتصاد العالمي في العقدين الأخيرين من القرن العشرين تزايدا كبيرا في نصيب تجارة الخدمات ضمن التجارة الدولية و خاصة منها الخدمات المالية و المصرفية بسبب التقدم الكبير الحاصل في تكنولوجيات الاتصال إضافة إلى عمليات التحرير الواسعة التي شهدتها عدة بقاع من العالم و التي زادت حدة بعد قيام المنظمة العالمية للتجارة منذ منتصف التسعينيات بمختلف اتفاقياتها و منها اتفاقية التجارة في الخدمات.

١.١- مفهوم التحرير و مبرراته:

لقد أضحى التحرر الاقتصادي والتجاري سمة أساسية من سمات البيئة العالمية في نهاية القرن العشرين سواء ما تعلق منه بتجارة السلع أو الخدمات، ومن ثم التوجه نحو العولمة.

حيث يشكل تحرير تجارة الخدمات في إطار دولي متعدد الأطراف تحديات كبيرة تختلف طبيعتها عن تلك التي تواجهها تجارة السلع، ويعزى ذلك إلى كون غالبية الحواجز التي تعترض تجارة الخدمات هي القوانين والإجراءات التنظيمية و الممارسات الإدارية التي تقف أمام توريدها عبر الحدود الوطنية، وتعتبر هذه الحواجز أقل وضوحا بكثير من الحواجز الجمركية وأكثر صعوبة في تقييم أثارها التقييدي على تجارة الخدمات.

من خلال ما سبق يمكن القول بان التحرير عموما يتمثل في إزالة جميع أو بعض العراقيل والحواجز القانونية والإجراءات التنظيمية والممارسات الإدارية التي تقف عائقا أمام حرية وسهولة انتقالها، ومع زيادة التطور الاقتصادي والتقدم الكبير الذي شهدته تكنولوجيات الاتصال فقد زاد التوجه إلى عملية التحرير لجميع الخدمات، وخاصة منها المالية والمصرفية والتي تعتبر الأكثر ديناميكية ضمن التجارة الدولية، ومن ثم التوجه إلى العولمة المالية.

إن دعاء تحرير قطاع تجارة الخدمات المالية والمصرفية وفتح الأسواق الدولية يستندون إلى عدة اعتبارات في دعوتهم إلى عولمة أنشطة القطاعات المالية، هذا وتراوح مثل هذه الاعتبارات بين تحسين مناخ المنافسة إلى زيادة الاستثمارات ورفع كفاءة الخدمات المالية وتخفيض تكاليف هذه الخدمات و ضمان توظيف أفضل في هذه القطاعات. و يمكن بشكل عام تلخيص منطلقات و مبررات تحرير تجارة الخدمات في الجوانب التالية:

- تعزيز المنافسة وتحسين كفاءة أداء قطاع الخدمات المالية، الأمر الذي من شأنه ان يؤدي الى تخفيض التكاليف وتحسين نوعية الخدمة، بالإضافة إلى توفير خيارات أكثر وأفضل في الخدمات المالية.

- تحسين خدمات الوساطة المالية و زيادة فرص الاستثمار من خلال توظيف أفضل للموارد فيما بين القطاعات والبلدان المختلفة وفقا للفترات الزمنية المناسبة ومن خلال إدارة أفضل للمخاطر.

- تحفيز الحكومات لتحسين إدارة السياسات الاقتصادية وسياسات الإشراف والرقابة الخاصة بالقطاعات المالية.

بالإضافة إلى ما سبق ذكره، فان دعاة تحرير تجارة الخدمات يعززون من موقفهم بالاستناد إلى مبررات أخرى، بعضها مرتبط بالقدرة على تحقيق معدلات نمو اقتصاد اعلي، والبعض الآخر وثيق الصلة بالسعي الى وضع سياسات اقتصادية وإجراءات رقابية سليمة ومحكمة، وبالفعل فقد اتضح من خلال تجارب الكثير من دول العالم ان هناك علاقة ايجابية بين سياسات الانفتاح ومعدلات النمو الاقتصادي في الدول النامية، أي ان الدول ذات السياسات الاقتصادية المفتوحة قد نمت بسرعة أكبر من تلك الاقتصادية المغلقة، هذا ينطبق كذلك على مدى السرعة في تطبيق الإصلاحات الاقتصادية، حيث ان الدول التي قدمت التزامات بتحرير أسواقها المالية وجدت نفسها في وضع يحتم عليها السرعة في تطبيق سياسات الإصلاح الاقتصادي و تطوير سياسات الإشراف والرقابة المالية مقارنة بغيرها من الدول التي لم تقدم أي التزامات، وبالتالي لم تجد نفسها في عجلة لإدخال الإصلاحات المطلوبة.

إن المبررات التي تساق في صالح تحرير الخدمات المالية والمصرفية لا تتوقف في الواقع عند حد ما تم ذكره، بل ان بعضها يشير إلى جوانب أخرى لا تقل أهمية، ومن هذه الجوانب على سبيل المثال لا الحصر، إمكانية نقل المعرفة والتكنولوجيا التي تشمل الممارسات المتقدمة في القطاع المالي وبخاصة في مجال الإدارة، المحاسبة، التعامل مع المعلومات والتعامل مع الأدوات المالية الجديدة، وكذلك فإن تحرير تجارة الخدمات من شأنه ان يوفر وسائل متنوعة لتقليل المخاطر التي قد تتعرض لها الأسواق المالية الصغيرة، كما ان ذلك من شأنه ان يعمق ويوسع من هذه الأسواق من خلال زيادة حجم التعاملات وزيادة تنوع الخدمات المعروضة، الأمر الذي من شأنه ان يخفض من تذبذب هذه الأسواق و يقلل من حدة تعرضها للصدمات المالية.

٢.١- تحرير حساب رأس المال:

يعتبر تحرير تدفق رؤوس الأموال من احد أهم جوانب تحرير القطاع المالي والمصرفي، والذي يتمثل في إلغاء الحصار أو الحظر على المعاملات في حساب رأس المال والحسابات المالية لميزان المدفوعات والتي تشمل المعاملات المتعلقة بمختلف أشكال رأس المال مثل الديون وأسهم المحافظ المالية والاستثمار المباشر والعقاري والثروات الشخصية، ومن ثم فهو يرتبط بإلغاء القيود على معاملات النقد الأجنبي والضوابط الأخرى المرتبطة بهذه المعاملات، ويمكن توضيح المعاملات الرأسمالية التي يمكن ان تخضع للضوابط والتي يشملها التحرير كما يلي:

● أسواق المال و رأس المال: يمكن ان تطبق الضوابط المفروضة على عملية سوق النقد و رأس المال على: عمليات الشراء التي تتم محليا ويقوم بها غير المقيمين، عمليات البيع أو الإصدارات التي تتم في الخارج بواسطة مقيمين، على مبيعات أو إصدارات يقوم بها غير المقيمين محليا، أو عمليات الشراء التي يقوم بها المقيمون في الخارج.

- عمليات الائتمان: يمكن ان تطبق الضوابط على التدفقات إلى الداخل (الائتمان الممنوح للمقيمين من جانب غير المقيمين) أو على التدفقات إلى الخارج .
- الاستثمار المباشر والمعاملات العقارية: يمكن ان تطبق الضوابط على الاستثمار المباشر الوارد إلى الداخل أو المتجه إلى الخارج، تصفية الاستثمار، شراء أو بيع العقارات التي تتم محليا بواسطة غير المقيمين، أو شراء العقارات في الخارج بواسطة المقيمين.
- أحكام خاصة بالبنوك التجارية: يمكن تطبيق الضوابط على الودائع غير المقيمة وعلى اقتراض البنوك من الخارج (تدفقات إلى الداخل) وكذا القروض والودائع الأجنبية (تدفقات إلى الخارج).
- تحركات رؤوس الأموال الشخصية: تطبق الضوابط على الودائع أو القروض أو الهدايا أو المنح أو الميراث أو الشركات أو تسوية الديون.
- أحكام خاصة بالمستثمرين المؤسسين: يجوز أن تتضمن الضوابط حدودا لشراء الأوراق المالية التي يصدرها غير المقيمين.

وقد استند تبرير فرض الرقابة على رؤوس الأموال في غالبية الدول إلى أربعة أسس وهي:

- المساعدة في إدارة أزمات موازين المدفوعات، أو عدم استقرار أسعار الصرف التي تتولد عن تدفقات رؤوس الأموال قصيرة الأجل التي تتسم بشدة التقلب
- التيقن من ان المدخرات المحلية في البلدان النامية تستخدم في تمويل الاستثمارات المحلية وليس في تملك أصول أجنبية، وكذا للحد من ملكية الأجانب لعوامل الإنتاج المحلية
- تقوية قدرة السلطات على تحصيل الضرائب على الأعمال المالية وعلى الدخل والثروة.
- منع تدفق رؤوس الأموال من زعزعة الجهود المبذولة لتحقيق الاستقرار الاقتصادي والحفاظ على برامج الإصلاح الهيكلية

و رغم وجود العديد من الضوابط السابقة الذكر، إضافة إلى تزايد المخاوف من المخاطر المرتبطة بتحرير حساب رأس المال والتي عززها تردد الأزمات المالية في العديد من بقاع العالم التي أصبحت من أبرز سمات عصر العولمة والتحرير المالي إلا انه مازال تحرير حساب رأس المال خيارا أكثر جاذبية من تقييده بالنسبة للعديد من بلدان العالم. ومن أجل زيادة فائدة تحرير رأس المال إلى أقصى حد وفي نفس الوقت تقليل المخاطر إلى أقصى حد، يجب التفكير جيدا في السرعة والتسلسل، فوجهة النظر التقليدية للتسلسل تؤكد على أهمية تحقيق استقرار الاقتصاد الكلي وتطوير المؤسسات المالية المحلية والأسواق، وقبل التحرير - وطبقا لهذا الرأي - يجب ان يحدث تحرير حساب رأس المال في فترة متأخرة من برنامج البلد للإصلاح الاقتصادي. أما وجهة النظر البديلة، فتبرز القيود التي تقف في وجه الإصلاح والقدرة المحدودة للبلاد على إصلاح ذاتها في غياب الضغوط الخارجية للإصلاح، وتفضل وجهة النظر هذه تحرير حساب رأس المال المبكر الذي يمكن ان يكون عاملا مساعدا لإصلاحات اقتصادية أوسع ويتغلب على معارضة الإصلاح من جانب أصحاب المصالح المكتسبة. وترى وجهة نظر متوسطة ان تحرير حساب رأس المال يجب

أن يكون جزءا من أسلوب معالجة متزامن ومتكامل وشامل للإصلاح الاقتصادي الكلي والهيكلية، ومن وجهة النظر هذه يكون التنسيق بين الإصلاحات في القطاعات المحلية والخارجية هو المسألة الرئيسية.

لقد اتبعت البلدان استراتيجيات مختلفة في سعيها لتحقيق قابلية حسابات رأس المال للتحويل، ففي حين قام بعض البلدان (مثل الأرجنتين والأوروغواي والمملكة المتحدة في السبعينيات) بإزالة معظم القيود على رأس المال خلال فترة قصيرة، فقد اتبع معظم البلدان نهجا أكثر تدرجا يتمثل أولا في تخفيف القيود على تدفقات رأس المال المرتبطة بالتجارة (لقابلية الحساب الجاري للتحويل)، ثم إزالة القيود عن تدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة طويلة الأجل والاستثمارات في المحافظ المالية وأخيرا إزالتها عن التدفقات المالية قصيرة الأجل، وقد كان للتهجين نصيبهما من النجاح والفشل.

ويشير خبراء صندوق النقد الدولي في هذا الخصوص إلى قضيتين هامتين:

الأولى: أنه من الأفضل البدء في تحرير التدفقات طويلة الأجل قبل التدفقات قصيرة الأجل، وتحرير الاستثمار الأجنبي المباشر قبل تحرير استثمار المحافظة أو الاستثمار غير المباشر.

الثانية: أن التحرير الشامل لمعاملات وتحويلات رأس المال لا يعني التخلي عن كل القواعد والنظم المطبقة على معاملات العملة الأجنبية، بل ربما احتاج الأمر إلى تقوية القواعد المنظمة التحويلية المتعلقة بمعاملات وتحويلات العملة الأجنبية التي يجربها غير المقيمين.

والإجراءات التحويلية تعرف بشكل عام بأنها الأعمال الرسمية (القوانين والقواعد التنظيمية والسياسات والإجراءات المعتمدة رسميا) التي تقوم بتعزيز سلامة المؤسسات المالية بضمان الإدارة المناسبة للمخاطر والتوجيه الداخلي الفعال وبتعزيز انضباط السوق، إضافة إلى حماية المستثمرين من الغش والممارسات الخداعية وضمان قيام الوكلاء الماليين بالمسؤوليات التي تسند إليهم.

٢- ماهية التحرير المصرفي و مبادئه

١.٢- 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 الإجراءات التي تعمل على تطوير الأسواق المالية وتطبيق نظام غير مباشر للرقابة النقدية وإنشاء نظام إشرافي قوي.

يعرف التحرير المصرفي من خلال ثلاث جوانب أساسية:

● تحرير القطاع المالي المحلي:

يشمل تحرير ثلاث متغيرات في تحرير سعر الفائدة عن طريق الحد من الرقابة المتمثلة في وضع سقوف على أسعار الفائدة الدائنة والمدينة وتركها تتحدد في السوق بالانتقاء بين عارضي الأموال والطلب عليها للاستثمار عن طريق الملاءة بين الاستهلاك والإنفاق الاستثماري وبالتالي زيادة النمو الاقتصادي ويمكن لهذا أن يحدث إذا لم تثبت

الأسعار عند حد معين وتحرير الائتمان (القروض) وهذا بالحد أولاً من الرقابة في توجيه الائتمان إلى القطاعات ذات الأولوية وكذا من وضع سقف عليا للقروض الممنوحة لباقي القطاعات الأخرى وأخيراً إلغاء الاحتياطات الإجبارية بالنسبة للبنوك وتحرير المنافسة البنكية بإلغاء وإزالة القيود والعراقيل التي تعيق إنشاء وعمل البنوك المحلية والأجنبية وكذلك القيود المرتبطة باختصاص البنوك والمؤسسات المالية.

● تحرير الأسواق المالية:

يتم بواسطة إزالة وإلغاء كافة القيود والعراقيل المفروضة ضد حيازة وامتلاك المستثمر الأجنبي للأوراق المالية للمنشآت والمؤسسات المحلية المسعرة في بورصة القيم المنقولة والحد من إجبارية توظيف رأس المال وأقساط الاحتياطات والأرباح والفوائد.

● **تحرير رأس المال:** يتضمن إلغاء الحواجز والعقبات والعراقيل التي تمنع البنوك والمنشآت المالية الأخرى من الاقتراض من الخارج، والعمل على الحد من الرقابة المفروضة على سعر الصرف المطبق على الصفقات المرتبطة بالحساب الجاري وحساب رأس المال وتقليص الفجوة بين سعر الصرف الاسمي والحقيقي وتحرير تدفقات رؤوس الأموال.

٢.٢ - مبادئ التحرير المصرفي:

تقوم عملية التحرير المصرفي على مبدئين:

١. تمويل المشاريع باستعمال القروض المصرفية بالتوفيق بين الادخار والاستثمار عن طريق معدلات الفائدة برفعها للادخار وخفضها للاستثمار.

٢. تحديد سعر الفائدة في السوق بالالتقاء بين العرض للأموال والطلب عليها .

- الاستثمار عن طريق الملائمة بين الاستهلاك والإنفاق الاستثماري وعليه فزيادة الأموال الموجهة للقروض يؤدي إلى زيادة الاستثمار وبالتالي زيادة النمو الاقتصادي.

رغم النجاح الذي عرفته سياسة التحرير المصرفي في الدول المتقدمة إلا أنها تشهد صعوبات في تطبيقها في الدول النامية، وهذا راجع لهشاشة اقتصادها نتيجة أعباء المديونية فالدول النامية تلجأ إلى طلب القروض لتطبيق برامج التنمية، وأصبحت تعتمد على صندوق النقد الدولي والبنك الدولي من أجل تحقيق الاستقرار الاقتصادي هذه الظروف أدت ببعض الدول لرفض تطبيق سياسة التحرير المصرفي كما لها من آثار سلبية على الاقتصاد كما نوه أنه يمكن إتباع هذه السياسة مع التزام الحيطه والحذر مع التدرج في تطبيقها.

٣.٢ - إجراءات التحرير المالي وأهدافه:

- **إجراءات التحرير المالي:** تختلف أساليب التحرير من بلد إلى آخر حسب الأهداف المحددة في السياسة العامة فهي إما إجراءات لتحسين السياسة النقدية أو لتشجيع المنافسة في القطاع المالي أو لتحسين البنية الأساسية وتطوير الأسواق المالية.

● إلغاء القيود على سعر الفائدة بتوسيع مدى تحركها وإزالة السقف المفروضة عليها.

- إلغاء القيود الإدارية المطبقة على بنوك معينة مثل السقوف الائتمانية والاحتياطي القانوني.
- زيادة استقلالية المؤسسات المالية.
- إعادة هيكلة البنك التي تديرها الدولة وتحويلها للقطاع الخاص.
- التقليل من تدخل الدولة في منح الائتمان وتخفيض القيود المباشرة عليها.
- تقليل الحواجز أمام الانضمام للسوق والانسحاب منه.
- تحسين درجة الشفافية في المعاملات مع زيادة أوجه الحماية للمودعين المستثمرين.
- إطلاق الرسوم والعمولات.
- إعادة تكوين رأس المال المصرفي.
- **أهداف التحرير المالي:**

ينطوي التحرير المالي على مجموعة من الأهداف:

- تعبئة الادخار المحلي والأجنبي لتمويل الاقتصاد عن طريق رفع معدلات الاستثمار.
- خلق علاقة بين أسواق المال المحلية والأجنبية من اجل جلب رؤوس الأموال لتمويل الاستثمار.
- استعمال خدمات مالية مصرفية في المفاوضات التجارية بين عدة دول من اجل تحرير التجارة الخارجية خاصة مع دخول عدة دول نامية إلى المنظمة العالمية للتجارة.
- رفع فعالية الأسواق المالية لتكون قادرة على المنافسة الدولية والتي يمكنها من فتح مصادر اقراضية وتمويلات أجنبية وخلق فرص استثمارية جديدة.
- تحرير التحويلات الخارجية مثل تحرير العملات الأجنبية وحركة رؤوس الأموال خاصة مع التغيرات الاقتصادية التي منها تغير أسعار الفائدة و الصرف.

● علاقة التحرير المصرفي بالأزمات المصرفية

- بينت دراسات تجريبية أقيمت على عينة من الدول أصابها الأزمات المصرفية أنها تنشأ في الغالب بفعل تطبيق سياسة التحرير المصرفي ومن بين هذه الدراسات نذكر:
- دراسة تجريبية قام بها " Reimhart et Kammski " تحت عنوان " the twin crises: the causes of banking and balances of payment problemes "
- قدمت في شكل ورقة عمل لصندوق النقد الدولي على ٢٠ دولة من آسيا وأمريكا اللاتينية وأوروبا والشرق الأوسط من فترة الستينات إلى غاية التسعينات النتائج التالية:
- ندرة الأزمات المصرفية والمالية خلال الستينات وهذا بسبب الرقابة الشديدة المفروضة على الجهاز المصرفي.
 - إثر ظهور موجات التحرير المالي في العالم تصاعدت بشدة الأزمات المصرفية ومعظمها كانت ناجمة عن التحرير المالي.
- كذلك في دراسة أخرى أقيمت سنة ١٩٩٨ من طرف (demirguc-kunt.Ate.E.Detradiache) بعنوان " التحرير المالي و الهشاشة المالية " لدى صندوق النقد الدولي على ٥٣ دولة.
- خلال فترة ١٩٨٠-١٩٩٥ أكدت أن سياسة التحرير المالي تزيد من احتمالات حدوث الأزمات البنكية.

IV- الاندماج المصرفي

تعريف الاندماج المصرفي

تعددت التعريفات في مجال اقتصاديات المصارف فيما يتعلق بالاندماج المصرفي وقد اختلطت بعض التعريفات والمفاهيم التي وردت في أكثر من مرجع وتحاول الدراسة أن تحدد وتميز بين بعض التعريفات والمفاهيم وقد وجدت أن هناك ثلاثة مصطلحات وردت بهذا الشأن في تعريف الاندماج المصرفي وهي الاندماج والدمج والاستحواذ

أ- **الاندماج المصرفي**: هو اتفاق يؤدي إلى اتحاد مصرفين أو أكثر وذوبانهما إراديا في كيان مصرفي واحد بحيث يكون الكيان الجديد ذا قدرة أعلى وفاعلية أكبر على تحقيق أهداف كان لا يمكن أن تتحقق قبل إتمام عملية تكوين الكيان المصرفي الجديد.

ب- **الدمج المصرفي**: هو العملية التي تتم من خلال تدخل حكومي أو تنظيمي من الجهات الرقابية والسلطات النقدية وذلك في حالة تعثر مصرف والخوف من انهياره، فتأمر تلك السلطات بإدماجه في مصرف آخر إذا كان القانون يسمح لها بذلك. وفي حالة ما إذا كان القانون لا يعطى السلطات الإشرافية حق إلزام المصارف بالاندماج بقرار إداري، فإنها قد تنجح في تحقيقه عن طريق التهديد بإغلاق المصرف المتعثر، مما يدفعه لقبول عرض قائم بشرائه أو الدخول في مفاوضات لاندماجه مع مصرف آخر، وقد تقوم الدولة أو جهة الإشراف على المصارف بشراء جزء كبير من أسهم المصرف المتعثر ثم تعيد بيعها بعد أن تستقر أحواله.

ج- **الإستحواذ**: فهو عملية اندماج تتم بين مصرف كبير ومصرف صغير أو أكثر والمصرف الصغير يذوب في المصرف الكبير ويحمل اسمه في الغالب ولذلك فإن الاستحواذ يمكن أن يكون درجة من درجات الاندماج المصرفي الإرادي والاتفاقي بين مصرفين لتحقيق أهداف معينة في ظل ظروف معينة.

ومن هنا نرى أن الاندماج والاستحواذ قريبان في المعنى حيث إنهما يحدثان بصورة طبيعية إى عند توصل المؤسسات المصرفية إلى اتفاق ودي وإرادي على عملية الاندماج أو الاستحواذ، وعلى العموم، هو عملية مالية تؤدي إلى اندماج كافة أصول وخصوم مصرفين أو أكثر لكي ينتج عنها كيان مصرفي جديد أكبر حجماً وله القدرة على المنافسة والبقاء.

١- الاندماج المصرفي

تتعدد وتنوع طرق الاندماج المصرفي وذلك نظرا لتنوع أساليب ودواعي ودوافع والظروف والأهداف المستقبلية من عملية الاندماج، ومن ثم فإن مجمل هذه العناصر تجعل للاندماج المصرفي أنواعا متعددة ولكل نوع منها دواعي استخدام وفيما يلي تفصيل هذه الأنواع:

١.١- الاندماج المصرفي من حيث طبيعة نشاط الوحدات المندمجة

تتعدد أنواع الاندماجات المصرفية الناتجة عن ارتباط مصرفين معا سواء يعملان في نفس النشاط أو يعملان في أنشطة مختلفة وأيضا تشابه واختلاف الخدمات التي يقدمها كل منها وينقسم هذا النوع من الاندماج المصرفي إلى ثلاثة أنواع وهي.

- **الاندماج المصرفي الأفقي:** يتم هذا النوع من الاندماج بين مصرفين أو أكثر يعملان في نفس نوع النشاط أو الأنشطة المترابطة فيما بينهما، مثل المصارف التجارية أو مصارف الاستثمار والأعمال أو المصارف المتخصصة وغيرها، وينتج عن هذا النوع من الاندماج زيادة الاحتكارات في السوق المصرفية، وذلك بسبب تزايد الاندماجات بين المؤسسات العاملة في نفس النشاط، مثل ما حدث في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الستينيات مما دفع السلطة التشريعية أن تسن قوانين تمنع حدوث مثل هذه الاحتكارات.

- **الاندماج المصرفي الرأسي:** يتم هذا النوع من الاندماج بين عدة مصارف صغيرة في المناطق المختلفة والمصرف الرئيسي في المدن الكبرى أو العاصمة بحيث تصبح هذه المصارف الصغيرة وفروعها امتدادا للمصارف الكبيرة.

- **الاندماج المصرفي المتنوع:** يحدث هذا النوع من الاندماج بين مصرفين أو أكثر يعملان في أنشطة مختلفة غير مرتبطة فيما بينها، مثل الاندماج بين إحدى المصارف التجارية وإحدى المصارف المتخصصة أو بين إحدى المصارف المتخصصة وإحدى مصارف الاستثمار والأعمال، وهذا النوع من الاندماج يحث على عملية التكامل في الأنشطة بين المصارف، وكذلك يؤدي إلى مزيد من الخدمات إلى العملاء مما يكسبها مزايا تنافسية كبيرة.

٢.١- الاندماج المصرفي من حيث العلاقة بين أطراف عملية الاندماج

ينقسم إلى ثلاثة أنواع:

- **الاندماج الودي:** يتم هذا النوع من الاندماج من خلال تطابق الإرادة والتفاهم المشترك بين مجالس إدارات المصارف المشاركة في عملية الاندماج وبهدف تحقيق المزايا والفوائد من الاندماج المصرفي الودي.

- **الاندماج المصرفي الإجباري:** يحدث هذا النوع من الاندماج عن طريق السلطات النقدية (المصرف المركزي) عندما يكون هناك مصرف متعثر مما يستلزم الأمر إدماجه في أحد المصارف الناجحة أو القوية، وكما يجب اللجوء للدمج الإجباري بصفة استثنائية طبقا لظروف تحددها السلطات النقدية للدولة من أجل خدمة الاقتصاد الوطني بشكل عام، وقطاعها المصرفي بشكل خاص، ومثل هذا النوع من الاندماج يستخدم كمحطة نهائية لتنقية المصارف المتعثرة أو التي على وشك الإفلاس والتصفية، ولكي يتحقق هذا الاندماج يجب أن يصاحبه حوافز ومزايا مثل الإعفاءات الضريبية ومنح المصرف الدمج القروض المساعدة مقابل تعهده بتحمل كافة الالتزامات الخاصة بالمصرف المدمج.

- **الاندماج المصرفي العدائي:** يتم هذا النوع من الاندماج دون موافقة أو رغبة المصرف المستهدف للاندماج، وبذلك فإن الشركات أو المصارف الناجحة والقوية في السوق تضع أنظارتها تجاه هذه الشركات أو المصارف الضعيفة للاستيلاء عليها بهدف تغيير الإدارة الضعيفة بإدارة قوية وناجحة.

٢- معايير أخرى للاندماج المصرفي

يقسم الاندماج المصرفي طبقا لبعض الدلالات والشواهد العملية والتجريبية، وبذلك توجد في الإطار أنواع

عدة من الاندماجات المصرفية كما يلي:

- **الاندماج بالابتلاع التدريجي:** يحدث هذا النوع من الاندماج من خلال ابتلاع مصرف لمصرف آخر تدريجياً ومن خلال شراء فرع أو فروع معينة للمصرف المراد الاستحواذ عليه، ثم بعد فترة يتم شراء فرع آخر وهكذا إلى أن يتم ابتلاع أو شراء كافة الفروع والوحدات الخاصة بهذا المصرف، ويكون ذلك سواء في السوق المصرفية العالمية أو المحلية.

- **الاندماج بالحيازة والنقل للملكية:** يقوم هذا النوع من الاندماج على شراء أسهم المصرف المراد دمجها وذلك بشكل تدريجي أو فجائي وفقاً للقدرة المالية المتوفرة للمصرف الدامج، ومدى إمكانية ورغبة حاملي أسهم المصرف المندمج في عرضها للبيع، والتخلص منها وذلك وفقاً للقوانين والتشريعات المعمول بها في الدولة.

- **الاندماج بالامتصاص الاستيعابي:** يتم هذا النوع من الاندماج من خلال شراء عمليات مصرفية في المصرف المراد دمجها مثل العمليات الخاصة بمحافظ الأوراق المالية وعمليات الائتمان والمشتقات المصرفية وبشكل متتابع حتى يتخذ قرار الاندماج النهائي.

- **الاندماج بالضم:** يقوم هذا النوع من الاندماج على ضم مصرفين أو أكثر، وينتج عنه ظهور كيان مصرفي له شخصية اعتبارية مستقلة ويحمل اسم جديد ويقوم على مجلس إدارة موحد للمصرف الجديد.

- **الاندماج بالمزج:** يحدث مثل هذا النوع من الاندماج عن طريق مزيج متفاعل بين مصرفين أو أكثر ليخرج لنا كيان مصرفي جديد ناتج من خليط بين مصرفين أو أكثر، ومن ثم فإن المصرف الجديد الناتج من عملية الاندماج بالمزج يحمل اسماً جديداً وعلاقة تجارية جديدة ووضع جديد وحصص في السوق المصرفي أكبر من الوضع القديم.

- **الاندماج القهري الفوري:** يحدث هذا النوع من الاندماج بقرار حكومي أو من جانب سلطة عليا تنظيمية تملك من القوة ما يجعلها تفرض على المصارف قرار الاندماج وعدم معارضتها له وهو أحياناً يكون حلاً لمشكلة خطيرة يعاني منها المصرف الذي تم إدماجه قهراً.

٣- شروط الاندماج المصرفي

عند اتخاذ قرار الاندماج بين المصارف يتطلب هذا القرار مجموعة من الشروط والضوابط لكي يكون هذا الاندماج ناجحاً وأكثر فعالية وقوة ولكي يتجنب الآثار السلبية التي تؤدي لعدم إنجاحه، يجب التعامل معه باعتباره مهمة إستراتيجية طويلة المدى لتأثيرها الرئيسي والواضح على مستقبل المصرف والسوق المصرفي المحلي والدولي على حد سواء. وسنعرض شروط وضوابط الاندماج المصرفي كما يلي:

- أن يكون هناك رغبة حقيقية صادقة لدى القائمين على عملية الاندماج ولا توجد بداخلهم الشكوك والمخاوف من عدم نجاح عملية الاندماج، وأن يتوفر لديهم الدافع الذاتي والحافز للقيام به وعدم وجود معارضة أو مقاومة له ويكون ذلك مع توفر إطار من الصلاحيات والسلطات الكفيلة بإنجاح عملية الاندماج بين مصرفين أو عدة مصارف.

- أن يخضع قرار الاندماج لدراسات اقتصادية ومالية وتسويقية واجتماعية ومعالجة أوجه الاختلالات القائمة بالفعل داخل المصارف الراغبة في الاندماج.

- تقييم وفحص شامل لجميع أصول والتزامات المصارف الداخلة في عملية الاندماج، وكذلك تحديد حقوق المساهمين والأصول والتزامات التي تؤول إلى المصارف الدامجة وكيفية التعامل مع الأصول الأخرى والتزامات الأخرى.

- وضع تصور واقعي عملي لمراحل عمليات الاندماج وان يتضمن البرنامج الزمني المناسب له وكذلك تهيئة البيئة الداخلية لقبول عملية الاندماج والبيئة الخارجية للترحيب به ويتم وضع خطة زمنية لتنفيذ عملية الاندماج.
- أن يتم اختيار اسم الكيان المصرفي الجديد والعلامة التجارية وأعضاء مجلس الإدارة والخدمات المصرفية التي سيتم التعامل معها، وذلك بالشكل الذي يكون له التأثير المضمون والأثر الجماهيري الجاذب.
- توفير الموارد المالية والبشرية والتجهيزات المناسبة للإفناق على عملية الاندماج.
- أن تتم عملية الاندماج بدقة متناهية وبحرص شديد وعدم إغفال أي ما كان من شأنه أن يؤدي إلى متاعب للمصارف المندمجة حالياً أو مستقبلاً.
- التنسيق الفعال بين وحدات المصارف المندمجة واللوائح والقوانين والقرارات مع وضع شبكة داخلية على درجة عالية من الكفاءة في الاتصالات.

٤- ضوابط الاندماج المصرفي

هناك ضوابط ضرورية لنجاح عملية الاندماج المصرفي ومن أهمها:

- ضرورة توفر كل المعلومات اللازمة وترسيخ مبدأ الشفافية في عملية الاندماج المصرفي وهذا يتطلب إتاحة كل البيانات التفصيلية عن كل مصرف داخل عملية الاندماج من حيث حجم الودائع والقروض والاستثمارات ودرجة كفاية المخصصات والديون المعدومة والاحتياطيات والعمليات خارج الميزانية وكل البيانات المتعلقة بالمركز المالي، إلى جانب بيانات عن العمالة وتخصصاتها ودرجة مهاراتها وخبراتها، وكذلك الهيكل التنظيمي والوظيفي لكل مصرف داخل في عملية الاندماج.
- توفير دراسات كاملة مثل دراسات الجدوى الاقتصادية، والاجتماعية، توضح النتائج المتوقعة من حدوث الاندماج، وهي تسبق عملية الاندماج المصرفي.
- السلطات النقدية (المصرف المركزي) تلعب دوراً فعالاً في تقييم الدراسات التي تم إجرائها على تلك المصارف والتحقق من سلامتها ومدى دقة نتائجها مع تحديد المراحل التي يجب أن تمر بها قبل البدء في اتخاذ قرار الاندماج، ثم تحديد إجراءات الاندماج والتمهيد له، ثم متابعة هذه الإجراءات والإشراف عليها والتعرف على أثارها المتوقعة.
- يجب أن تسبق عمليات الاندماج إعادة هيكلة مالية وإدارية للمصارف الداخلة في عملية الاندماج ويتطلب ذلك معالجة المشاكل التي تعاني منها مثل العمالة الزائدة واحتلال السيولة والمراكز المالية وتطوير النظم الإدارية ولوائح العمل.
- عدم اللجوء إلى الاندماج الإجباري للمصارف إلا في أضيق الحدود ومع وجود ضرورة ملحة لذلك ويفضل أن يحدث الاندماج المصرفي في ظل الظروف العادية أو الطبيعية.
- ضرورة توفر مجموعة من الحوافز المشجعة لإجراء عمليات الاندماج المصرفي مثل الإعفاءات الضريبية ومنح التسهيلات الائتمانية وغيرها.
- دراسة تجارب الدول المتقدمة والنامية في مجال الاندماج المصرفي لمعرفة الاستفادة منها وإمكانية تطبيقها على حالات الاندماج في المصارف المحلية.

٥- الآثار الايجابية المترتبة عن عمليات الاندماج المصرفي

- تترتب على عملية الاندماج الحصول مزايًا اقتصاديات الحجم والسعة والنطاق وزيادة أنشطة وعمليات المصرف الجديد التي ينتج عنها تناقص نصيب الوحدة من عناصر التكاليف الثابتة التي يتبعها انخفاض في جانب التكاليف الكلية ومع زيادة الإيرادات تبعًا لذلك، فأما تنعكس بالإيجاب على معدلات ربحية المصرف الجديد.
- زيادة قدرة المصرف الجديد على إجراء البحوث والدراسات وإدخال الميكنة التي تزيد من تطوير وتحسين وتحديث العمليات المصرفية، والقيام بالدورات التدريبية على استخدام الحاسب الآلي الذي يستخدم في تنفيذ العمليات المصرفية بدقة وبسرعة عالية.
- قدرة المصرف الجديد على زيادة عدد فروعها في الداخل والخارج والعمل على توسيع وتطوير الفروع الحالية وزيادة قدرتها على خدمة أنشطة أكبر تساهم في جذب عملاء جدد، مما يمكن المصرف الجديد من الانتشار الجغرافي على مستوى الدولة وخارجها، وكذلك تنوع الخدمات التي يقدمها مما يساعده على توزيع المخاطر وزيادة مستوى الأمان.
- الحصول على مزايا تنافسية قائمة على مجموعة من الوفورات الداخلية والخارجية والإدارية، وبرغم أهمية هذه المزايا، إلا أنه يجب العمل للحصول على مزيد من الدقة والسرعة الفائقة في تنفيذ العمليات وإنجاز المعاملات وبالتالي زيادة المتعاملين معه، وحياسة نصيب ومكانة متقدمة في السوق المصرفي.
- اتباع المصرف الجديد أساليب نظم العمل الإداري والعمل على الارتقاء بها إلى مستوى أفضل بتحفيز وتشجيع العاملين بتحقيق أهدافهم وطموحاتهم، وذلك يؤدي إلى رفع درجة ولائهم وانتمائهم، مما يزيد من استقرار معدلات دوران العمالة وزيادة العائد للمصرف الجديد.
- زيادة قدرة المصرف الجديد على تكوين احتياطات علنية وسرية تدعم المركز المالي للمصرف وتحقيق الملاءة المصرفية (معيار كفاية رأس المال)، وترفع من قدرته على مواجهة الأزمات الطارئة.
- زيادة الأرباح الصافية للمصرف الجديد التي ينتج عنها زيادة قيمته ومن ثم زيادة الإيداعات الناتجة عن زيادة عدد عملائه، وبالتالي زيادة الثقة في المصرف الجديد، وهذا ما يزيد من ربحيته وتحسين الربحية هو ناتج للأثر التجميعي لعمليات الاندماج، وهذا الأثر يحتوى على الأثر التجميعي التشغيلي والأثر التجميعي المالي والأثر التجميعي التشغيلي ينتج عنه زيادة الحجم وزيادة القوة التسويقية وزيادة الكفاءة في أداء الخدمة المصرفية، والأثر التجميعي المالي ينتج عنه الحوافز والمزايا الضريبية والوفر الضريبي وانخفاض تكاليف إصدار الأوراق المالية وانخفاض احتمالات تحمل المصرف الجديد لتكاليف الإفلاس.
- زيادة تنوع مصادر الودائع وإيجاد طرق لتوظيفها التوظيف الأمثل للحصول على عائد وربحية أكبر.
- خلق تكتلات وكيانات مصرفية ومالية كبيرة قادرة على مواكبة متطلبات التحديث والعمولة وتعمل وفقاً لمتطلبات الأسواق الدولية.

- التزام المصرف الجديد بالوفاء بجميع التزامات والديون المتبقية على المصرف المندمج أو المصرف الدامج، وهذا يدل على أن عملية الاندماج لا تؤدي إلى إسقاط التزامات وديون المصارف المندججة، من هنا نلاحظ أن عملية الاندماج تجنب الوحدات المصرفية المتعثرة مخاطر التصفية.

- زيادة قاعدة رأس مال المصرف الجديد، ومن تم كفاية وقوة ومثانة المركز المالي له، وكذلك الاعتماد عليه كمصدر للتمويل الاستثمارات وزيادة قدرته على مواجهة عوامة الأعمال وتحمل المخاطر، وتعتبر قاعدة رأس مال المصرف وسادة أمان تمتص كل المخاطر التي تهدد أموال المودعين.

- ارتفاع نصيب المصرف الجديد من حيث حصوله على ترتيب ائتماني أفضل من قبل المرسلين ومؤسسات التصنيف الائتمانية الدولية.

- قدرة المصرف الجديد على مواكبة المعايير الدولية فيما يخص مجال الإفصاح المالي والحوكمة وإدارة المخاطر ومعدلات كفاية رأس المال والرقابة المصرفية.

- تترتب عن عملية الاندماج بين الوحدات المصرفية خلق أدوات ووسائل دفاعية تستخدم لحل المشكلات التي تعاني منها بعض المؤسسات المصرفية والمالية سواء كانت مشكلات تمويلية أو تسويقية أو تنظيمية.

- من الآثار الإيجابية التي تتحقق من خلال عملية الاندماج هو أن الأسواق المالية تستجيب لإجراء الاندماج المصرفي، حيث ترتفع قيمة الأسهم المتداولة للمؤسسات المصرفية المندججة في الأسواق المالية، وبالتالي ترتفع قيمة رأس المال السوقي للمصارف المندججة الأمر الذي يعظم من قيمة استثمارات المساهمين فيها من خلال تحقيق أرباح رأسمالية لهم من جراء الاندماج بين المصارف التي يساهمون فيها، وذلك على النحو التالي:

• أن المساهمين في المؤسسات المصرفية المبيعة يمكن أن يبيعوا أسهمهم بعلاوة تزيد عن سعر السهم في سوق الأوراق المالية.

• في حالة وجود أكثر من متقدم يتنافس على الاستحواذ على المؤسسة المصرفية المستهدف دمجها فإنه من خلال مزايدهم في سبيل الاستحواذ عليها يمكن أن تزيد قيمة أسهمها عن أسعارها في سوق الأوراق المالية.

٦- الآثار السلبية للاندماج المصرفي

على الرغم من تلك المزايا والآثار الإيجابية للاندماج المصرفي التي تم ذكرها إلا أنه لا يخلو من بعض الآثار السلبية ومن أهمها:

- إنشاء أوضاع احتكارية وشبه احتكارية في المؤسسات المصرفية والمالية.
- حدوث اختلالات في السوق المصرفي واختفاء دوافع تنظيم العمل الإداري وتطويره، مما يؤثر سلبا على سير العمل المصرفي بصفة خاصة والنشاط الاستثماري بصفة عامة.
- أن وجود اقتصاديات الحجم والسعة والنطاق في المصارف نتيجة للاندماج المصرفي ليس لها إلا أدلة وشواهد ضعيفة تؤكد ذلك.

- نظرا لعدم وجود نظرية عامة للاندماج المصرفي، لهذا كان من الصعب معرفة نتيجة الاندماج المصرفي مسبقا، وكذلك لا توجد أدلة وبراهين تؤكد على أن المصارف الكبيرة أكثر فعالية من المصارف الصغيرة.
- زيادة حجم المؤسسة المصرفية والتي ينتج عنها ظهور البيروقراطية وطول خطوط المسؤولية واتخاذ القرار، مما يؤدي إلى ارتفاع تكلفة الخدمة المصرفية ومن ثم الانخفاض في الأداء.
- حدوث تركيز في الصناعات المصرفية التي ينتج عنها قلة الاختيارات المتاحة أمام العميل، ويؤدي ذلك إلى ارتفاع أسعار الخدمات المصرفية المقدمة من هذه المصارف.
- زيادة المخاطر الناتجة عن عملية الاندماج التي ينتج عنها إخفاء المعلومات والبيانات، مما قد يؤدي إلى زيادة الأخطاء وعدم تداركها وتصحيحها في الوقت المناسب.
- كبر حجم المصرف الجديد الناتج عن عملية الاندماج قد يؤدي إلى عدم الاهتمام بالعملاء، وانصرافهم إلى مصارف أخرى ومن ثم انخفاض حجم أعماله بالنسبة إلى تكاليفه ما لم تعمل الإدارة على إدخال اللامركزية في إدارة أعمال المصرف.
- أن عملية الاندماج بين المؤسسات المصرفية قد تترتب عنها قيام السلطات النقدية (المصرف المركزي) بإجبار المصارف على التخلص من بعض فروعها بهدف الحفاظ على المنافسة في الأسواق الدولية، مما يؤدي إلى فقدان هذه المصارف المندمجة لأصول قد تكون مرتفعة الجودة وذات أداء عالية الكفاءة والمنافسة في هذه الأسواق.
- صعوبة مزج الثقافات وأساليب العمل بين المصارف المندمجة.
- فقدان عدد من الموظفين ووظائفهم أو تغيير درجاتهم الوظيفية، وهذا الأمر ينعكس سلبا على أداء العمل والإدارة والإنتاجية في المصرف الجديد.
- نظرا لكبر حجم المصارف المندمجة فإنها تسعى لزيادة ربحيتها عن طريق زيادة حجم استثماراتها ، وذلك من خلال اختيارها محفظة استثمارات ذات مخاطر عالية بهدف الحصول على ربحية أعلى، وهذا يؤدي إلى زيادة المخاطر واحتمال حدوث أزمات مالية لهذه المصارف المندمجة

٧- تأثير عملية الاندماج على الاقتصاد

- إن عملية الاندماج تمتد آثارها الايجابية والسلبية إلى الاقتصاد القومي ككل، ومن الناحية الإيجابية زيادة قدرة المصرف الجديد على تصدير الخدمات المصرفية إلى الخارج، وبالتالي زيادة الربحية والدخل على مستوى المصرف بصفة خاصة وعلى المستوى القومي بصفة عامة، وبالتالي تحسن ميزان المدفوعات.
- كما يعمل المصرف الجديد على توفير إستراتيجية اقتصادية دفاعية قوية تكون إلى جانب مؤسسات مصرفية قوية تستخدمها السلطات الرقابية للإشراف على إنقاذ مؤسسات مصرفية أخرى ضعيفة، وذلك من خلال العمل على دمجها وبالتالي ينتج عنها ظهور كيانات مصرفية ومالية ضخمة يكون لها دور هام في تكوين المشروعات الكبرى والمساهمة بقدر كبير في توفير الموارد المالية الضخمة التي تحتاجها هذه المشروعات، هذا ما ينعكس إيجابيا على قوة وفعالية النظام المصرفي بشكل خاص وعلى الاقتصاد القومي بشكل عام، وكما تترتب عن عملية الاندماج مزايا

الحجم الكبير التي ينتج عنها زيادة كبيرة في رؤوس أموال المصارف المندمجة ما يمكنها من تمويل مشروعات التنمية العمرانية والصناعية العملاقة في ظل القيود المفروضة على تمويل أي مشروع كنسبة من رأس مال المصرف، وبذلك تخفض تكلفة الحصول على الأموال وتقليل المخاطر.

ومن الناحية السلبية للاندماج المصرفي فإن كبر حجم المصارف المندمجة يجعلها تقوم بالاستثمارات ذات مخاطر عالية معتمدة في ذلك على دعم وحماية المصرف المركزي، مما يؤدي إلى احتمال تعثرها وإفلاسها وقد ينتج عنها حدود كوارث وأزمات مالية تمتد إلى الاقتصاد القومي ككل، وهذا يمثل مشكلة كبيرة للقطاع المصرفي بشكل خاص وللإقتصاد القومي بشكل عام

إن كل تلك الآثار السلبية الناتجة عن عمليات الاندماج المصرفي يمكن أن تكون صحيحة في الأجل القصير من فترة الاندماج، إلا أنها يمكن أن تتناقض وتختفي في الأجل المتوسط والطويل وتبرز المزايا والآثار الإيجابية للاندماج المصرفي، ولكن لكي نتغلب على هذه الآثار السلبية يجب أن يخضع قرار الاندماج المصرفي إلى دراسة متأنية وعميقة ومن ثم ضرورة توفر شروط وضوابط لإتمام عملية الاندماج بنجاح.

SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر



V - إدارة المخاطر المصرفية

. إدارة المخاطر "المفاهيم والأهمية"

للتعرف على المخاطر التي تعد أمراً غير مرغوب فيه وغير قابلة للتخلص منها بشكل نهائي، لا بد من البحث عن طرق وأساليب وأدوات للتعامل معها... وهذا العمل هو ما يعرف بإدارة المخاطر.

١ - أساسيات حول إدارة المخاطر

إدارة المخاطر هي جزء أساسي في الإدارة الإستراتيجية لأي مؤسسة. وهي الإجراءات التي تتبعها المؤسسات بشكل منظم لمواجهة الأخطار المصاحبة لأنشطتها، بهدف تحقيق المزايا المستدامة من كل نشاط ومن محافظة كل الأنشطة، والتركيز الأساسي لإدارة المخاطر هو التعرف على هذه الأخطار.

- تعريف إدارة المخاطر

هناك العديد من التعريفات لإدارة المخاطر، نورد فيما يلي أهمها:

● إدارة المخاطر عبارة عن "منهج أو مدخل علمي للتعامل مع المخاطر البحتة عن طريق توقع الخسائر العارضة المحتملة وتصميم وتنفيذ إجراءات من شأنها أن تقلل إمكانية حدوث الخسارة أو الأثر المالي للخسائر التي تقع إلى الحد الأدنى".

● إدارة المخاطر هي "النشاط الذي يهدف إلى التحكم بالمخاطر وتخفيضها إلى مستويات مقبولة، وبشكل أدق هي عملية تحديد وقياس السيطرة وتخفيض المخاطر التي تواجه المؤسسات المالية بكل مكوناتها من بنوك وشركات ومؤسسات. وإدارة المخاطر هي عملية قياس وتقييم للمخاطر وتطوير استراتيجيات لإدارتها. تتضمن هذه الاستراتيجيات نقل المخاطر إلى جهة أخرى، وتجنبها وتقليل أثارها السلبية وقبول بعض أو كل تبعاتها".

● يقصد بإدارة المخاطر: "تنظيم متكامل يهدف لمعالجة المخاطر بأفضل الوسائل وأقل التكاليف وذلك عن طريق إكتشافه وتحليله وقياسه وتحديد وسائل مجابته مع إختيار أنسبها لتحقيق الهدف المطلوب".

● إدارة المخاطر هي ذلك الفرع من علوم الإدارة الذي يتعلق بالآتي:

✓ المحافظة على الأصول الموجودة لحماية مصالح المودعين، و الدائنين و المستثمرين.

✓ إحكام الرقابة والسيطرة على المخاطر في الأنشطة أو الأعمال التي ترتبط أصولها بها كالقروض والسندات والتسهيلات الائتمانية وغيرها من أدوات الاستثمار.

✓ تحديد العلاج النوعي لكل نوع من أنواع المخاطر وعلى جميع مستوياتها، وتقوم إدارة المنشآت، والعمليات التي تقوم بها يوماً بيوم.

✓ العمل على الحد من الخسائر وتعليلها إلى أدنى حد ممكن وتأمينها من خلال الرقابة الفورية أو من خلال تحويلها إلى جهات خارجية إذا ما انتهت إلى ذلك إدارة المنشأة، ومدير إدارة المخاطر.

✓ تحديد التصرفات والإجراءات التي يتعين القيام بها فيما يتعلق بمخاطر معينة للرقابة على الأحداث والسيطرة على الخسائر.

✓ إعداد الدراسات قبل الخسائر أو بعد حدوثها وذلك بغرض منع أو تقليل الخسائر المحتملة، مع محاولة تحديد أية مخاطر يتعين السيطرة عليها واستخدام الأدوات التي تعود إلى دفع حدوثها، أو تكرار مثل هذه المخاطر.

✓ حماية صورة المنشأة بتوفير الثقة المناسبة لدى المودعين، والدائنين، والمستثمرين، بحماية قدراتها الدائمة على توليد الأرباح رغم أي خسائر عارضة والتي قد تؤدي إلى تقلص الأرباح أو عدم تحقيقها.

• تاريخ نشأة إدارة المخاطر

بدأ الاتجاه العام لإستخدام مصطلح إدارة المخاطر في أوائل الخمسينات وكان من بين المطبوعات المبكرة التي أشير فيها لهذا المصطلح عام ١٩٥٦م، حيث طرح المؤلف "هارفارد بيرنس" ما بدا في ذلك الوقت فكرة ثورية وهي أن شخصا ما بداخل المنظمة ينبغي أن يكون مسؤولا عن مخاطر المنظمة البحتة.

في ذلك الوقت كان يوجد لدى عدد كبير من الشركات الكبرى بالفعل مركز وظيفي يشار له باسم "مدير التأمين" حيث كان التأمين بدأ متزايدا الأهمية في ميزانيات الشركات خاصة مع تنامي حركة الاستثمار وبالتدريج تم إسناد وظيفة شراء التأمين كمسؤولية محددة لأخصائيين من داخل الشركات، وفي عام ١٩٢٩م، عقد مشترو التأمين اجتماعا غير رسمي في بوسطن لمناقشة المشكلات ذات الاهتمام المشترك فيما يخص التأمين، وفي عام ١٩٣١م قامت رابطة الإدارة الأمريكية بتأسيس قسم للتأمين تابع لها بهدف تبادل المعلومات ونشرها لكي يطلع عليها مشترو التأمين. وفي عام ١٩٣٢م تم تنظيم "مشترو التأمين" في نيويورك الذي أصبح فيما بعد معهد أبحاث للمخاطرة. وفي عام ١٩٥٠م تم تأسيس رابطة مشترو التأمين القومية ثم تحولت لاحقا إلى الجمعية الأمريكية لإدارة التأمين.

وقد حدث الانتقال من إدارة التأمين إلى إدارة المخاطر عبر فترة من الوقت وسار بشكل موازي لتطوير علم إدارة المخاطر الأكاديمي، حيث عرفت مدارس الأعمال تغييرا في مناهجها الدراسية وإضافة مقررات دراسة جديدة، فتم إدخال علم بحوث العمليات والإدارة، الأمر الذي أحدث تحولا من الاهتمام بالمقررات الدراسية الوصفية إلى نظرية القرار التي تركز على أسس سليمة. ومن هذه البداية البسيطة جاء علم إدارة المخاطر الذي يقوم على فكرة مؤداها أن الإدارة يمكنها بعد التعرف على المخاطر التي تعترضها والقيام بتقييمها أن تتفادى حدوث خسائر وأن تقلل من تأثيراتها إلى أدنى حد.

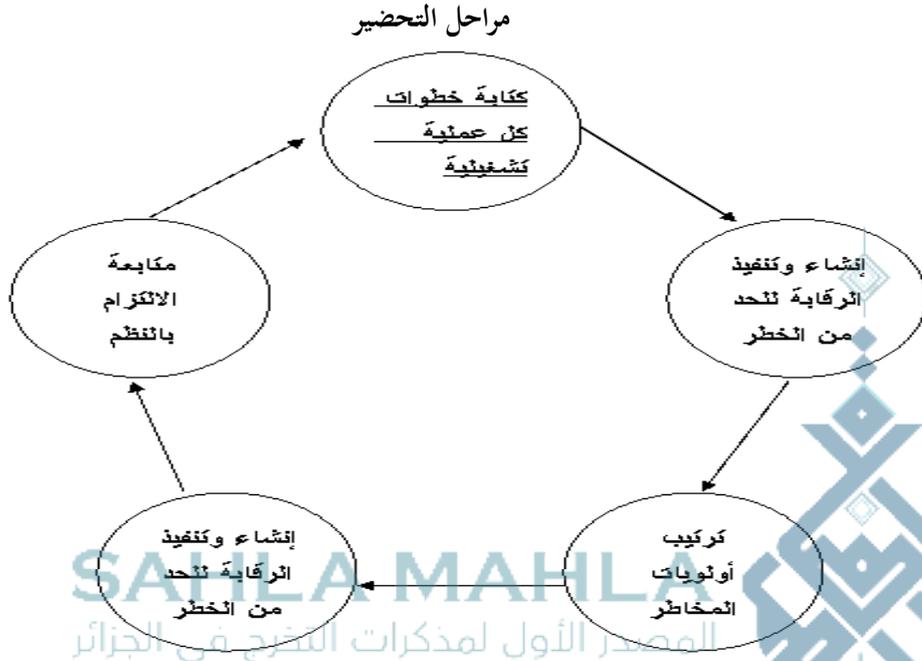
وعندما قررت رابطة مشترو التأمين تغيير اسمها إلى "جمعية إدارة المخاطر والتأمين" (RIMS) في عام ١٩٧٥م انتشرت إدارة المخاطر، وقد كان ذلك بعد ما عرفته أدوات إدارة المخاطر من ابتكارات، إذ شهدت سنوات الستينات من القرن العشرين ثورة في مجال الابتكارات المالية فتم إيجاد أدوات لإدارة المخاطر التي مكنت من إعادة توزيع المخاطر المالية طبقا لتفضيلات المستثمرين للمخاطر.

ومن الدلائل التي توضح الاهتمام الكبير بإدارة المخاطر قيام جمعية إدارة المخاطر والتأمين بنشر مجلة اسمها "إدارة المخاطر" كما يقوم قسم التأمين في رابطة الإدارة الأمريكية بنشر مجموعة عريضة من التقارير والدراسات لمساعدة مديري المخاطر بالإضافة إلى قيام معهد التأمين الأمريكي بوضع برنامج تعليمي في إدارة المخاطر يتضمن

سلسلة من الامتحانات يحصل الناجحون فيها على دبلوم في إدارة المخاطر وقد تم تعديل المنهج الدراسي لهذا البرنامج في ١٩٧٣م، وأصبح المسمى المهني للمتخرجين من البرنامج "زميل إدارة المخاطر" (ARM).

٢- خطوات عملية إدارة المخاطر

- التحضير: ويتضمن التخطيط للعملية ورسم خريطة نطاق العمل والأساس الذي سيعتمد في تقييم المخاطر وكذلك تعريف إطار للعملية وأجندة للتحليل كما هو مبين في الشكل أدناه.



- تحديد المخاطر: في هذه المرحلة يتم التعرف على المخاطر ذات الأهمية. المخاطر هي عبارة عن أحداث عند حصولها تؤدي إلى مشاكل وعليه يمكن أن يبدأ التعرف إلى المخاطر من مصدر المشاكل أو المشكلة بحد ذاتها. عندما تعرف المشكلة أو مصدرها فإن الحوادث التي تنتج عن هذا المصدر أو تلك التي قد تقود إلى مشكلة يمكن البحث فيها.

الطرق الشائعة للتعرف على المخاطر هي:

- التحديد المعتمد على الأهداف: إن المنظمات والفرق العاملة على مشروع ما جميعها لديها أهداف، فأبي حدث يعرض تحقيق هذه الأهداف إلى خطر سواء جزئيا أو كليا يعتبر خطورة.
- التحديد المعتمد على السيناريو: في عملية تحليل السيناريو يتم خلق سيناريوهات مختلفة قد تكون طرق بديلة لتحقيق هدف ما أو تحليل للتفاعل بين القوى في سوق، لذا فإن أي حدث يولد سيناريو مختلف عن الذي تم تصوره وغير مرغوب به، يعرف على أنه خطورة.
- التحديد المعتمد على التصنيف: وهو عبارة عن تفصيل جميع المصادر المحتملة للمخاطر.
- مراجعة المخاطر الشائعة: في العديد من المؤسسات هناك قوائم بالمخاطر المحتملة.

- التعرف على المخاطر: بعد التعرف على المخاطر المحتملة يجب أن تجرى عملية تقييم لها من حيث شدتها في إحداث الخسائر واحتمالية حدوثها. أحيانا يكون من السهل قياس هذه الكميات وأحيانا أخرى يتعذر قياسها. صعوبة تقييم المخاطر تكمن في تحديد معدل حدوثها حيث أن المعلومات الإحصائية عن الحوادث السابقة ليست دائما متوفرة. وكذلك فإن تقييم شدة النتائج عادة ما يكون صعب في حالة الموجودات غير المادية.

- التعامل مع المخاطر: بعد أن تتم عملية التعرف على المخاطر وتقييمها فإن جميع التقنيات المستخدمة للتعامل معها تقع ضمن واحدة أو أكثر من أربع مجموعات رئيسية:

• النقل: وهي وسائل تساعد على قبول الخطر من قبل طرف آخر وعادة ما تكون عن طريق العقود أو الوقاية المالية. التأمين هو مثال على نقل الخطر عن طريق العقود. وقد يتضمن العقد صيغة تضمن نقل الخطر إلى جهة أخرى دون الالتزام بدفع أقساط التأمين.

• التجنب: وتعني محاولة تجنب النشاطات التي تؤدي إلى حدوث خطر ما. ومثال على ذلك عدم شراء ملكية ما أو الدخول في عمل ما لتجنب تحمل المسؤولية القانونية. إن التجنب يبدو حلا لجميع المخاطر ولكنه في الوقت ذاته قد يؤدي إلى الحرمان من الفوائد والأرباح التي كان من الممكن الحصول عليها من النشاط الذي تم تجنبه.

• التقليل: وتشمل طرق التقليل من حدة الخسائر الناتجة. ومثال على ذلك شركات تطوير البرمجيات التي تتبع منهجيات للتقليل من المخاطر وذلك عن طريق تطوير البرامج بشكل تدريجي.

• القبول (الاحتجاز): وتعني قبول الخسائر عند حدوثها. إن هذه الطريقة تعتبر إستراتيجية مقبولة في حالة المخاطر الصغيرة والتي تكون فيها تكلفة التأمين ضد الخطر على مدى الزمن أكبر من إجمالي الخسائر. كل المخاطر التي لا يمكن تجنبها أو نقلها يجب القبول بها.

- وضع الخطة وتنفيذها: وتتضمن أخذ قرارات تتعلق باختيار مجموعة الطرق التي ستبذل للتعامل مع المخاطر، وكل قرار يجب أن يسجل ويوافق عليه من قبل المستوى الإداري المناسب.

على الخطة أن تقترح وسائل تحكم أمنية تكون منطقية وقابلة للتطبيق من أجل إدارة المخاطر. وكمثال على ذلك يمكن تخفيف مخاطر الفيروسات التي تتعرض لها الكمبيوترات من خلال استخدام برامج مضادة للفيروسات.

وفي مرحلة التنفيذ يتم إتباع الطرق المخطط لها لكي تستخدم في التخفيف من آثار المخاطر. يجب استخدام التأمين في حالة المخاطر التي يمكن نقلها إلى شركة تأمين. وكذلك يتم تجنب المخاطر التي يمكن تجنبها دون التضحية بأهداف المنشأة كما و يتم التقليل من المخاطر الأخرى و الباقي يتم الاحتفاظ به.

- مراجعة و تقييم الخطة: تعد الخطط المبدئية لإدارة المخاطر ليست كاملة فمن خلال الممارسة و الخبرة والخسائر التي تظهر على أرض الواقع تظهر الحاجة إلى إحداث تعديلات على الخطط و استخدام المعرفة المتوفرة لاتخاذ قرارات مختلفة.

يجب تحديث نتائج عملية تحليل المخاطر وكذلك خطط إدارتها بشكل دوري، وذلك يعود للأسباب التالية:

• من أجل تقييم وسائل التحكم الأمنية المستخدمة سابقا إذا ما زالت قابلة للتطبيق و فعالة.

● من أجل تقييم مستوى التغييرات المحتملة للمخاطر في بيئة العمل، فمثلا تعتبر المخاطر المعلوماتية مثالا جيدا على بيئة عمل سريعة التغيير.

– **المحددات (المعوقات):** إذا تم تقييم المخاطر أو ترتيبها حسب الأولوية بشكل غير مناسب فإن ذلك قد يؤدي إلى تضيق الوقت في التعامل مع المخاطر ذات الخسائر التي من غير المحتمل أن تحدث. وكذلك تمضية وقت طويل في تقييم وإدارة مخاطر غير محتملة يؤدي إلى تشتيت المصادر التي كان من الممكن أن تستغل بشكل مريح أكثر. إعطاء عمليات إدارة المخاطر أولوية عالية جدا يؤدي إلى إعاقة عمل المؤسسة في إكمال مشاريعها أو حتى المباشرة فيها، ومن المهم أيضا الأخذ بعين الاعتبار حسن التمييز بين الخطورة والشك.

٣- متطلبات إدارة مخاطر التمويل بالبنوك الإسلامية و التقليدية و أهميتها

– **متطلبات إدارة المخاطر بالبنوك:** إن إدارة المخاطر لكل مؤسسة مالية مهما كانت طبيعتها تتطلب العناصر الرئيسية التالية:

✓ **رقابة فاعلة من قبل مجلس الإدارة العليا:** تتطلب إدارة المخاطر إشراف فعلي من قبل مجلس الإدارة والإدارة العليا ويجب على مجلس الإدارة اعتماد أهداف واستراتيجيات وسياسات وإجراءات تتناسب مع الوضع المالي للمؤسسة، وطبيعة المخاطر التي تواجهها.

وكذلك على مجلس الإدارة التأكد من وجود هيكل فعال لإدارة المخاطر لممارسة أنشطة البنك بما في ذلك وجود أنظمة ذات كفاءة لقياس ومراقبة حجم المخاطر والإبلاغ عنها والتحكم فيها.

أما الإدارة العليا فيجب أن تقوم بشكل مستمر بتنفيذ التوجيهات الإستراتيجية التي أقرها مجلس الإدارة، كما أن عليها تحديد خطوة واضحة للصلاحيات والمسؤوليات المتعلقة بإدارة ومراقبة المخاطر والإبلاغ عنها.

✓ **كفاية السياسات والحدود:** على مجلس الإدارة والإدارة العليا العمل على ضرورة أن تتناسب سياسة إدارة المخاطر مع المخاطر التي تنشأ في البنك، كذلك ضرورة إتباع إجراءات سليمة لتنفيذ كافة عناصر إدارة المخاطر بما في ذلك تحديد المخاطر، وقياسها، وتخفيفها، ومراقبتها والإبلاغ عنها والتحكم فيها. لذلك يجب تطبيق سياسات ملائمة واتخاذ قرارات فعالة تتناسب مع طبيعة نشاط البنك .

✓ **كفاية رقابة المخاطر وأنظمة المعلومات:** إن الرقابة الفعالة لمخاطر البنك تستوجب معرفة وقياس كافة المخاطر ذات التأثير المادي الكبير وبالتالي فإن رقابة المخاطر تستلزم ضرورة توفر نظام معلوماتي قادر على تزويد الإدارة العليا ومجلس الإدارة بالتقارير اللازمة وفي الوقت المناسب حول أوضاع البنك المالية، أدائه... وغيرها من المعلومات المتصلة بنشاط البنك كتزويد إدارته بتقارير حول قائمة القروض المستحقة ووضع الميزانية والأرباح والخسائر.

✓ **كفاية أنظمة الضبط:** إن لأنظمة الضبط في البنك دور حاسم في ضمان حسن سير أعماله على وجه العموم وفي إدارة المخاطر على وجه الخصوص، اذ تعمل - أنظمة الضبط - على توفير تقارير مالية مهمة ذات مصداقية عالية تساعد على الالتزام بالأنظمة والقوانين مما يساهم في حماية موجودات البنك ونظرا لأهمية الضبط في نشاطه يجب

إيلاء أهمية كبيرة لتقارير مدقق الحسابات الداخلي والخارجي، حيث أصبح التدقيق الداخلي مصدراً استشارياً وتوجيهياً يساعد في تحمل مسؤوليات إدارة المخاطر وتقليل المخاطر إلى حدود مقبولة.

ولنشاط التدقيق دور هام وأساسي في تقييم إدارة المخاطر وتحسين فعاليتها حيث يتم من خلال عملية التقييم تحديد المجالات التي تتطلب تركيزاً معمقاً عند إجراء عملية التدقيق مما يساعد على إدارة المخاطر.

وتجدر الإشارة إلى نقطة هامة تتعلق بكون حسن إدارة المخاطر يتطلب توفير مجموعة من المبادئ الأساسية " وهذا وفقاً لمقررات لجنة بازل" والتي نذكر منها ما يلي:

• أن يكون لدى كل بنك لجنة مستقلة تسمى بـ " لجنة إدارة المخاطر" تصنع السياسات العامة وتتولى الإدارة المتخصصة في إدارة المخاطر بتطبيق تلك السياسات.

• تعيين مسؤول مخاطر لكل نوع من المخاطر الرئيسية تكون له الخبرة الكافية في مجال عمله وفي مجال خدمات البنك.

• وضع نظام محدد لقياس ومراقبة المخاطر لدى كل بنك.

• وضع مجموعة شاملة من الحدود والسقوف الرقابية للائتمان والسيولة.

• تقييم أصول البنك وخاصة الاستثمارية منها.

• استخدام أنظمة معلومات حديثة لإدارة المخاطر ووضع ضوابط أمان ملائمة لها.

• وجود وحدة مراجعة داخلية مستقلة تقوم بمراجعة أعمال البنك فيما يخص إدارة المخاطر.

- أهمية إدارة المخاطر التمويلية بالبنوك: بدأ الاهتمام يتزايد بتحليل مخاطر البنوك في السنوات الأخيرة، وأخذ يُنظر إليه كأهم أداة في تقييم أداء المصارف، خاصة بعد الهزات العنيفة التي عصفت بالكثير من البنوك، والمؤسسات المالية في اليابان، وأوروبا، والبلدان العربية.

تنبع أهمية تحليل مخاطر البنوك من أهمية الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات في الحياة الاقتصادية، فهي تقوم

بتعبئة المدخرات من الناس غير القادرين على توظيفها توظيفاً منتجاً إلى أولئك القادرين على ذلك، بالإضافة إلى الوظيفة الأكثر خطورة وهي: خلق النقود، والتي تؤثر بشكل فوري على العرض النقدي، وما يتصل بهذا العرض من آثار اقتصادية كلية، ولهذا كله فقد أصبح النظام المصرفي جزءاً أساسياً من النظام الاقتصادي، وركيزة حيوية من ركائزه ولو انهار فيه هذا النظام فإن انهياره يؤدي إلى زعزعة استقرار الاقتصاد الوطني، وتعرضه لمخاطر كبيرة.

إن تحليل مخاطر المصارف يعمل على بقاء النظام المصرفي في وضع صحي، وبالتالي يعمل على تحقيق استقرار

الاقتصاد، والوصول إلى الأهداف النهائية للسياسة النقدية، والمتمثلة بالاستخدام الشامل، والنمو الاقتصادي، واستقرار الأسعار، واستقرار أسعار الفائدة، واستقرار أسعار الصرف، وأخيراً استقرار الأسواق المالية وتطويرها.

أما على الصعيد المصرفي فإن مسألة تحليل المخاطر تهم أطراف متعددة وهي:

• الإدارة التنفيذية للمصرف: إذ تعتبر الإدارة التنفيذية للمصرف الجهة الأكثر اهتماماً بتحليل المخاطر، وذلك حتى يتمكن من ممارسة الوظائف الهامة من تنظيم، وتخطيط، ورقابة. ولما يوفره هذا التحليل من ثروة في المعلومات،

ومن وسائل ومعايير لقياس فاعلية التخطيط ودقته، ولقياس الأداء وتقييمه ولتحديد الكيفية والتوقيت اللازمين عند إصدار القرارات المتعلقة باستخدام الأموال بطريقة تحافظ على أصول البنك، فضلاً عن تنمية موارده، هذا بالإضافة إلى تمكين إدارة البنك من الموازنة بين الهدفين أو المبدأين المتعارضين السيولة والربحية.

● **البنك المركزي:** يساعد تحليل المخاطر البنك المركزي على التأكد من سلامة الوضع المالي للمصرف التجاري، ومعرفة مدى متانة مركزه المالي، وسلامة أصوله، ومدى تحقق التناسب بين أموال المصرف الخاصة (رأس المال، الاحتياطيات، الأرباح المحتجزة) وموارد المصرف الأخرى من الودائع، كما أن هذا التحليل يساعد البنك المركزي على معرفة مدى التزام البنك بالتوجيهات والتعليمات الصادرة من جهته. كما يساهم تحليل المخاطر في التعرف على كيفية توجيه الائتمان، ومدى احتفاظ المصرف بنسب السيولة المقررة.

والبنك المركزي يهدف إلى حماية جمهور المتعاملين من مودعين ومقترضين، ومساهمين، وبالتالي إلى حماية الاقتصاد من الآثار السلبية التي تنتج عن فشل أي منها، كما يهدف المصرف المركزي إلى توجيه السياسة الائتمانية، والنقدية في البلد المعني، ولا يتحقق ذلك دون الإشراف، والمراقبة، بناءً عليه فإن المصرف أن يصرح للبنك المركزي عن الأخطار التي يتعرض لها، ويبحث له الكشوفات، والبيانات الدورية.

● **المودعون (أفراد، هيئات، مصارف أخرى):** حيث يهتم المودعون بسلامة المركز المالي للمصرف، وبمدى الأمان الذي يحققه هذا المصرف لأموالهم المودعة لديه، ومدى قدرته على رد ودائعهم في الوقت الذي يطلبونها به، كما أنه يساعد المودعين في التأكد من مدى قدرة إدارة المصرف على التسديد، وعلى المحافظة على الوضع التنافسي لهذا المصرف في الجهاز المصرفي ككل.

● **حملة الأسهم:** يهتم حملة الأسهم بتحليل المخاطر، لأنهم الفئة الأكثر تحملاً للمخاطر سواء في حالة التصفية، أو في حالة اقتسام الأرباح، لذلك فهم يهتمون بسلامة المركز المالي لمصرفهم، والتأكد من أن أموالهم تجري إدارتها بكفاءة، وفاعلية، بما يحقق لهم أكبر قدر من العائد.

وخلاصة القول إن تحليل مخاطر البنوك يفيد في تحقيق الاستقرار للاقتصاد الوطني، على اعتبار أن البنوك تلعب دوراً بالغ الخطورة في التأثير على العرض النقدي، وما ينجم عن هذا العرض من آثار اقتصادية، ويقدم في الوقت نفسه المعلومات المهمة، والمفيدة التي تساعد الجهات المصرفية على معرفة نواحي القوة، والضعف في عمليات التمويل والتشغيل، ومعرفة السيولة التي يتمتع بها المصرف ومدى ملائمة رأس المال فيه، ومدى ربحيته.

VI- مقررات بازل ١، ٢، ٣

. القواعد الاحترازية المقررة ضمن اتفاقيات بازل للرقابة المصرفية:

٢- مقررات بازل I لكفاية رأس المال:

أ- الأهداف الأساسية لاتفاقية بازل الأولى: لقد استهدفت توصيات لجنة بازل الصادرة سنة ١٩٨٨ تحقيق الغايات التالية:

- المساهمة في تقوية و تعميق استقرار النظام المصرفي (الشواربي عبد الحميد، ص ٨٢) ، حيث تهدف الرقابة المصرفية عموما إلى التأكد من أن وحدات القطاع المصرفي تعمل في ظل الالتزام بمقررات السياسة النقدية والائتمانية فتأخذ في اعتبارها متطلبات الأوضاع الاقتصادية في البلاد.

- تحقيق العدالة في حلبة المنافسة المصرفية الدولية وإزالة مصدر مهم من المنافسة غير المتكافئة و ذلك بإزالة الفروق في المتطلبات الرقابية الوطنية بشأن رأس المال المصرفي حيث تمثل تلك الفروق مصدر رئيسي للمنافسة غير العادلة بين البنوك. حيث كان هناك تخوف من أن تحقق بعض البنوك مزايا تنافسية لممارسة نشاطها في دول اقل تشددا في إجراءات الرقابة.

- تحسين الأساليب الفنية للرقابة على أعمال البنوك وتكوين مناهج أكثر استيعابا و أحسن معالجة للمخاطر المصرفية. فالرقابة هي عملية ملاحظة نتائج الأعمال التي سبق تخطيطها ومن ثم تحديد الفجوة بين النتائج المستهدفة والنتائج الفعلية واتخاذ الإجراءات التصحيحية لسد هذه الفجوة.

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

- العمل على إيجاد آليات للتكيف مع المتغيرات المصرفية العالمية و في مقدمتها العولمة المالية .

رغم أنه قد قصد باتفاقية بازل ١٩٨٨ أن تطبق في دول مجموعة العشرة وفي غيرها من دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE)، ولكنها صارت مؤشرا معياريا لتحديد كفاية رؤوس أموال البنوك على نطاق دولي، ولأول مرة تقدم الاتفاقية إطارا لتنظيم رؤوس أموال البنوك وفق المخاطر الكامنة في أصولها.

ب-متطلبات كفاية رأس المال وفقا لمقررات بازل I:

- مكونات رأس المال وفقا لاتفاقية بازل الأولى: تم تقسيم رأس المال إلى فئتين هما راس المال الأساسي، والمساند.

مكونات رأس المال وفق بازل I

مكونات رأس المال الاساسي

مكونات رأس المال المساند

- حقوق المساهمين: وتشمل الأسهم العادية
- الاحتياطيات غير المعلنة او السرية
- المصدرة و المدفوعة بالكامل و الأسهم الممتازة.
- احتياطيات إعادة تقييم الأصول
- الاحتياطيات بكافة أنواعها باستثناء مخصص
- المخصصات العامة
- الديون المشكوك
- الأدوات الرأسمالية المتنوعة (فئات متنوعة من الأسهم و أدوات الدين)

الاستعدادات من رأس المال الأساسي

القيود المفروضة على رأس المال:

- الشهرة (Good Will)
- لا يزيد مجموع رأس المال المساند عن ١٠٠% من مجموع رأس المال
- الاستثمارات في البنوك و المؤسسات المالية الأساسي
- الديون المساندة لا تزيد نسبتها عن ٥٠% من قيمة رأس المال الأساسي.
- الحد الأقصى للمخصصات العامة هو ٢٥.١%.
- الاستثمارات المتبادلة في رؤوس أموال البنوك

- كيفية قياس كفاية رأس المال: قامت طريقة قياس رأس المال على أساس إيجاد نظام من الأوزان للمخاطرة يتم تطبيقه على جميع الفقرات داخل وخارج الميزانية العمومية للبنك، ونظرا لأهمية المخاطر الائتمانية في البنوك جاءت اتفاقية ١٩٨٨ تركز على المخاطر الائتمانية للأصول المصرفية داخل الميزانية أو خارجها بتقنين رأس المال المطلوب، وقد تم وضع إجمالي أصول البنوك في خمسة فئات للمخاطر (صفر، ٢٠%، ٥٠%، ١٠٠%).

ملخص أوزان رأس المال وفق فئات المخاطر

الموجودات

الترتيب درجة المخاطرة

الترتيب	درجة المخاطرة	الموجودات
أ		النقدية
ب		المطلوبات من الحكومات و البنوك المركزية مقومة بالعملة الوطنية
ج	صفر%	المطلوبات الاخرى من حكومات دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OCDE) وبنوكها المركزية
د		المطلوبات بضمانات نقدية أو أوراق مالية لحكومات دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية او مضمونة من قبلها.
أ	صفر، ١٠%	المطلوبات من قبل مؤسسات القطاع العام المحلي باستثناء الحكومة، و القروض المضمونة
ب	٢٠%، ٥٠%	من قبل تلك المؤسسات.
أ		المطلوبات من بنوك التنمية عابرة القارات مثل البنك الدولي، و بنك التنمية الإفريقي و بنك التنمية الآسيوي، وكذلك المطلوبات المضمونة أو المعززة بضمانات الأوراق المالية الصادرة من تلك البنوك.
ب		المطلوبات من البنوك المسجلة في دول (OCDE) و القروض المضمونة من قبلها، والمطلوبات من مؤسسات القطاع العام غير المسجلة في دول (OCDE) والقروض المضمونة من قبلها.
ج	٢٠%	المطلوبات من البنوك المسجلة في دول خارج دول (OCDE) والتي تبقى سنة واحدة، والقروض المضمونة من قبل البنوك المسجلة خارج (OCDE) والتي تبقى من اجلها اقل من سنة.
د		المطلوبات من مؤسسات القطاع العام غير المسجلة في دول (OCDE) والقروض المضمونة من قبلها.

هـ	الفقرات النقدية برسم التحصيل	
أ	القروض المضمونة بالكامل برهانات على العقارات السكنية المشغولة من قبل المقترض او تلك التي تؤجر.	٥٠%
أ	المطلوبات من القطاع الخاص	١٠٠%
ب	المطلوبات من البنوك المسجلة خارج دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OCDE) باستحقاقات متبقية تزيد على السنة الواحدة.	
ج	المطلوبات من الحكومات المركزية خارج دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OCDE) ما لم تكن مقومة بالعملة الوطنية و ممولة بها	
د	المباني و الآلات و العقارات و غيرها من الموجودات الثابتة.	
هـ	العقارات والاستثمارات الأخرى بما في ذلك المساهمات في شركات اخرى غير الموحدة ميزانيتها.	
و	أدوات رأس المال المصدرة من قبل البنوك الأخرى ما لم تكن مطروحة من راس المال.	
ز	جميع الموجودات الأخرى.	

-معدل كفاية رأس المال (نسبة كوك): اعتمدت اللجنة معيار كوك ليكون ملزما لكافة البنوك العاملة كمعيار دولي كدلالة على متانة المركز المالي للبنك و يتعين على كل البنوك أن تلتزم بان تصل بنسبة رأس مالها إلى مجموع أصولها الخطرة بعد ترجيحها بأوزان المخاطر الائتمانية ٨%.

إجمالي رأس المال

$$\text{نسبة كوك} = \frac{\text{إجمالي رأس المال}}{\text{الأصول المرجحة بأوزان المخاطرة}} \leq 8\%$$

-تصنيف دول العالم من حيث المخاطر وفقا لاتفاقية بازل الأولى: قامت لجنة بازل بتصنيف دول العالم من حيث المخاطر إلى مجموعتين وذلك كأساس لقياس المخاطر الائتمانية فقط و هذا فيما يتعلق بقياس المخاطر الائتمانية فقط، و تتمثل هاتان المجموعتان في ما يلي:

أ-المجموعة الأولى: تشمل مجموعة الدول ذات المخاطر المنخفضة والتي تضم دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) وتشمل ٣٠ دولة، بالإضافة إلى المملكة العربية السعودية باعتبارها من الدول التي عقدت ترتيبات إقراضية خاصة مع صندوق النقد الدولي، حيث ترى لجنة بازل أن مجموعة محددة من دول العالم ممثلة في هذه الدول يمكن أن يحدد لالتزامات حكوماتها المركزية أو المسجلة بها وزن مخاطر يقل عن الوزن

المخصص لباقي دول العالم، و يتم استبعاد أي دولة منها لمدة خمس سنوات إذا قامت بإعادة جدولة ديونها.

ب-المجموعة الثانية: تشمل باقي دول العالم و اعتبرتها لجنة بازل دولاً ذات مخاطر مرتفعة.

٢- اتفاقية بازل الثانية ودورها في إدارة المخاطر المصرفية:

أ- مبررات إصدار بازل II: وقد أدت التغيرات التي شهدتها الصناعة المصرفية إلى تغيير مفهوم الرقابة حيث تطور بشكل ملموس و انتقل من مرحلة الوقوف على وضع البنك في لحظة معينة إلى مرحلة الرقابة المستمرة للوقوف على الأوضاع المالية للبنك، و من ثم لم يقتصر مفهوم الرقابة على استقرار القوائم المالية سواء من خلال الرقابة المكتتبية أو

من خلال الرقابة الميدانية، و من ثم التحقق من التزام البنوك بالضوابط الرقابية و الوقوف على مدى سلامة النظام المحاسبي و نظام الرقابة الداخلية و مدى التزام العاملين بها بل امتد إلى نظام الرقابة للمخاطر.

يمكن إجمال الأسباب التي أدت إلى إصدار اتفاقية بازل الثانية فيما يلي:

- لقد صدر اتفاق بازل I في نهاية الثمانينات لمعالجة ظروف خاصة حالت في ذلك الوقت دون تحقيق أوضاع تنافسية عادلة بين البنوك ذات النشاط الدولي.

- قد برزت من خلال تقييم الممارسة عدة عناصر قصور و ثغرات في هيكل الاتفاقية الأولى من أهمها أن بازل I تغطي هيكلًا سطحيًا غير مرن و غير عميق لنتائج قياس المخاطر، ولا يتماشى مع درجات المخاطر في كل بنك على حده

- من غير المناسب الاستمرار في التفرقة بين الدول على أساس كونها من دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) أو أنها لا تنتمي إلى هذه المجموعة (Non OCDE)، ولم يتم التمييز بين الدول والبنوك العاملة بها فقد لا يتطابق تقييم درجة مخاطرة الدولة مع تقييم البنوك.

- أدى التقدم التكنولوجي في الاتصالات وتحليل المخاطر إلى إتباع العديد من البنوك إلى أساليب أكثر تقدمًا وفاعلية في إدارة المخاطر المالية، وقد تجاوزت المصرفية الإلكترونية والخدمات الأخرى القائمة على تقنية المعلومات الكثيفة تجاوزت التشريعات الرقابية.

- وجدت الجهات المشرفة على القطاع المصرفي في الدول الصناعية أن معايير بازل I أصبحت غير مناسبة على الأقل بالنسبة للبنوك الكبيرة بعد تغير مفهوم رأس المال استجابة لابتكار أدوات مالية جديدة.

- وقد شجعت الاتفاقية كذلك فرص مراجعة رأس المال، خاصة تشجيعها الأنشطة خارج الميزانية والأنشطة التجارية المرتبطة بالتعامل في أسواق المال.

ب-الدعائم الأساسية لمقررات بازل II :

تؤكد اللجنة أن مقررات بازل II تهدف إلى تحسين إطار كفاية رأس المال للبنوك من خلال التركيز على أهمية إدارة المخاطر وعلى تشجيع البنوك على التحسين المستمر لأنظمة قياس وتسيير المخاطر وتدعيم قدراتها على تقييم المخاطر بحيث يتم تحقيق ذلك عن طريق إيجاد تجانس بين متطلبات رأس المال لدى البنوك وممارسات إدارة المخاطر الحديثة، مع إعطاء دور هام للسلطات الرقابية بشأن تفعيل الأنظمة الخاصة بإدارة المخاطر والتأكد من صلاحيتها وكذلك تحسين طرق الإفصاح المتعلقة بالمخاطر ورأس المال وتتلخص هذه المقررات في ثلاث دعائم أساسية.

• الدعامة الأولى: الحد الأدنى لمتطلبات رأس المال

تحدد الدعامة الأولى لاتفاقية بازل الثانية المتطلبات الدنيا لرأس المال الرقابي أي كمية رأس المال التي يجب على البنوك تأمينها لتغطية المخاطر، و لقد أقرت لجنة بازل على معدل كفاية رأس المال بنسبة 8%، حيث يشكل رأس المال القانوني ما نسبته 8% من مجموع الموجودات المرجحة بأوزان المخاطر، ويغطي الحد الأدنى لمجموع رأس المال حسب المقررات الجديدة ثلاثة أنواع رئيسية للمخاطر وهي: المخاطر الائتمانية، مخاطر السوق والمخاطر التشغيلية.

وتبقي المقررات الجديدة على نفس المفهوم لرأس المال القانوني و الذي يمثل شريحة رأس المال الأساسي وكذلك رأس المال المساند حيث بقيت مكوناته على حالها، إلا أنها عدلت جذريا من نظام الأوزان فلم تعد الأوزان تعطى حسب هوية المقترض (الدولة، المؤسسات، البنوك الأخرى) بل أصبحت مرتبطة بدرجة التصنيف الممنوحة للديون من قبل مؤسسات التصنيف العالمية و حسب معايير محددة فصلتها لجنة بازل. وتشير اللجنة إلى أن الاتفاق الجديد يقدم سلسلة من المقاربات الأساسية و المتطورة لقياس مخاطر الائتمان والتشغيل.

أساليب قياس المخاطر وفق مقررات بازل II



• معادلة حساب معدل كفاية رأس المال (نسبة Mc Donough):

إن اتفاقية بازل الثانية تهدف إلى ضمان أن الأموال الخاصة للبنوك تكون في مستوى المخاطر التي تواجهها ، حيث تفرض على البنوك بان يكون رأسمالها الجاهز يساوي على الأقل رأس المال الرقابي المطلوب للتغطية ضد المخاطر الائتمانية (FP_{RC}) و مخاطر السوق (FP_{RM}) و مخاطر التشغيل (FP_{RO}) ، و قد عبرت اتفاقية بازل الثانية عن هذه المعادلة بنسبة سميت باسم Mc Donough والتي يجب أن تكون أكبر أو تساوي 8% وهي كالتالي:

$$\text{مجموع رأس المال} \leq 8\%$$

متطلبات رأس المال لمخاطر السوق * 12,5

+ متطلبات رأس المال لمخاطر التشغيل * 12,5

+ الأصول المرجحة لمخاطر الائتمان

• الدعامة الثانية: عملية المراجعة الرقابية: تعتمد الدعامة الثانية لاتفاقية بازل II على مجموعة من المبادئ التي

تؤكد على ضرورة امتلاك البنك لنظم داخلية سليمة لتقييم ملاءة رأسماله وفقا لحجم المخاطر التي يواجهها و تحدد هذه الدعامة مسؤوليات الإدارة العليا و التنفيذية مما يؤدي إلى تدعيم الرقابة الداخلية.

و تستند عملية المتابعة هذه على أربعة مبادئ متكاملة و أساسية هي:

- ممارسة البنوك لأنشطتها بمستويات راس مال تفوق الحدود الدنيا: يجب على البنوك الاحتفاظ بنسبة ملاءة تفوق الحد الأدنى لمعيار ملاءة راس المال، ويجب على هيئات الإشراف حث البنوك التي تحتفظ بالحد الأدنى على زيادة رأسمالها.

- أن يتوفر لدى البنك عمليات تقييم كفاية راس المال: يجب أن يكون لدى البنك أنظمة رقابة داخلية جيدة لتقييم كفاية راس المال الكلية و العلاقة مع بنية مخاطرها.

- سهولة مراجعة: وتقويم التقييمات والاستراتيجيات الداخلية لكفاية راس المال و كذلك مدى وفاء البنوك بمتطلبات راس المال الرقابية.

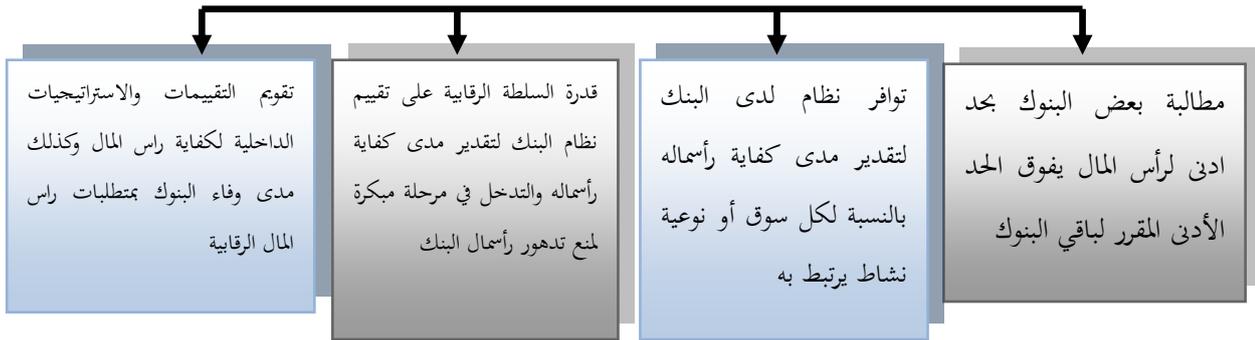
- تدخل السلطات الرقابية: يجب أن تتدخل هيئات الإشراف و الرقابة في مرحلة مبكرة من اجل الحؤول دون انخفاض راس المال ما دون المعدلات الوقائية، و بالتالي يتم اتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة كأن تفرض على البنك عدم توزيع الأرباح أو التأمين الفوري لرأسمال إضافي.

كما يجب على السلطات الرقابية الحرص على الوقاية من مخاطر المعدلات و المخاطر الائتمانية بالإضافة الى المخاطر التشغيلية، وقد اوصت لجنة بازل بضرورة الاعتماد على اختبارات الضغط لتقييم خطر القرض.

الدعامة الثانية لمقررات بازل II

الدعامة الثانية

التأكد من كفاية رأس المال حسب نوعية المخاطر



-**الدعامة الثالثة-الانضباطية السوقية:** يعتبر هذا المحور مكملا للدعامتين السابقتين حيث أن عمليات الإفصاح إذا ما تمت بفاعلية فإنها تعود بالنفع على البنوك والهيئات الرقابية، اذ يساهم الإفصاح والفعال و الشفافية في تعظيم انضباط السوق وذلك من خلال فهم منظومة المخاطر التي تواجه القطاع المصرفي ومدى ملاءة الأطراف المشاركة المتدخلة في السوق بشكل أكثر وضوحا.

وقد عملت لجنة بازل على تطوير نظام للإفصاح بما يسمح لمعاملتي السوق المصرفي بتقييم المعلومات الرئيسية الخاصة بالمخاطر الكلية التي يواجهها البنك ذلك أن الانضباط السوقي يتطلب توفر المعلومات الدقيقة في أوانها والتي تمكن مختلف الفرق من إجراء تقييمات صحيحة للمخاطر و هذا يعني زيادة درجة الإفصاح الأمر الذي يحفز البنوك على ممارسة أعمالها بشكل امن وسليم وبذلك تشكل الانضباطية السوقية عنصرا أساسيا لتقوية الثقة في القطاع المصرفي وبالتالي ضمان سلامة القطاع المصرفي، وتلعب البنوك المركزية و هيئات الرقابة دورا هاما في تمكين البنوك من تطبيق مقررات بازل II بطريقة سليمة.

٣- مقررات بازل III:

لقد كان من نتائج أزمة الرهن العقاري أن قامت البنوك والمؤسسات المالية بمراجعة الكثير من الممارسات المصرفية والمالية، وقد تنبعت السلطات الرقابية وهيئات الإشراف إلى القصور الذي أدى إلى حدوث هذه الأزمة، ليس هذا فقط بل حتى لجنة بازل للرقابة المصرفية أقرت مجموعة من التعديلات على مستوى المقررات التي بدأ العمل بها مؤخراً، وهذا بعد اجتماع رؤساء الدول العشرين الكبرى في ٢٠٠٩ والذين اخذوا المبادرة لتحديد الإتجاهات التي يتوجب على لجنة بازل اعتمادها لإصدار توصياتها، وقد أعلنت لجنة بازل عن إستراتيجية شاملة لمعالجة مواطن الضعف التي كشفت عنها الأزمة والخاصة بالتنظيم والإشراف وإدارة المخاطر في البنوك الدولية وقد سميت هذه الاصلاحات بمقررات بازل III ، والتي ركزت على النقاط التالية:

*تحسين نوعية وكمية الأموال الذاتية والأصول السائلة، من اجل تمكين البنوك من امتصاص الخسائر المحتملة خلال فترات الأزمات

*تعزيز تغطية رأس المال للمخاطر وخاصة بالنسبة للأوراق المالية لغرض التداول وحسابات خارج الميزانية وعمليات التوريق و المشتقات المالية.

SAHLA MAHLA

*تعزيز المعايير الخاصة بالرقابة المصرفية وتنسيق ممارسات المتابعة الرقابية على المستوى العالمي.

*تعزيز الأطر الرقابية الخاصة بمخاطر السيولة.

*التركيز على تطبيق معايير الحوكمة في البنوك، وتعزيز الشفافية والإفصاح.

-متطلبات راس المال: في جويلية ٢٠١٠ قررت لجنة بازل اعتماد مفهوم جديد للأموال الخاصة، بحيث يحسن من نوعيتها ويقوي قدرة البنوك على امتصاص الخسائر وامتصاص الصدمات خلال فترات الشدة، وركز المفهوم الجديد على مكونات راس المال الأساسي حيث نجد:

- بالنسبة لبازل II كانت الأسهم العادية تمثل فقط نسبة ٢%، وقد ارتفعت في بازل الثالثة إلى نسبة ٤.٥% ابتداء من سنة ٢٠١٣.

-إضافة نسبة احتياطية (Volant de conservation) تقدر ب ٢.٥%.

- رفع نسبة رأس المال الأساسي من ٤% (النسبة المعتمدة في مقررات بازل I و بازل II) إلى ٦%.

-انتقلت النسبة الدنيا لمتطلبات رأس المال من ٨% إلى ١٠.٥% كنسبة من الأصول المرجحة بالمخاطر، ابتداء من جانفي ٢٠١٩.

-هامش الحماية من التقلبات الدورية: إن من الانتقادات الشديدة التي وجهت لمقررات بازل III أنها تميل إلى تقوية تقلبات الدورة الاقتصادية، ومن أجل ذلك قامت لجنة بازل بإضافة نسبة احتياطية جديدة تتراوح بين ٠% و ٢.٥% من

الأصول المرجحة بالمخاطر، ومكونة من عناصر رأس المال الأساسي لمواجهة خطر تقلبات الدورة الاقتصادية ويهدف هذا الهاشم الى ضمان أن متطلبات رأس المال في القطاع المصرفي تأخذ في الاعتبار البيئة المالية الكلية.

-**نسبة الرافعة المالية:** بالنسبة لبازل الثالثة قدمت إضافة جديدة تمثلت في نسبة الرافعة المالية، وجاء إدراج هذه النسبة كنتيجة لتبعات الأزمة المالية، ففي جويلية ٢٠١٠ حددت اللجنة هذه النسبة ب ٣% بالنسبة لرأس المال الأساسي، وهذا خلال المرحلة الأولى التي تعد تجريبية و التي تنطلق ابتداء من سنة ٢٠١٣.

-**السيولة:** إن ترسيخ متطلبات كافية لرأس المال في البنوك هو مطلب رئيسي لضمان سلامة البنك و لكن ذلك لم يكن كافيا لتحقيق استقرار النظام المالي، و يجب أن يتم تعزيز ذلك عن طريق التركيز أكثر على السيولة البنكية، لذلك ركزت لجنة بازل خلال تعديلها الأخير على إدراج نسبة للسيولة من اجل تمكين البنوك من مواجهة صعوبات السيولة العابرة، وحددت اللجنة نوعين من النسب:

*نسبة السيولة في المدى القصير (LCR): والذي يفرض على البنوك امتلاك أصول سائلة كافية لمواجهة أي صعوبات مستقبلية.

$$\frac{\text{الموجودات السائلة ذات الجودة العالية}}{\text{نسبة السيولة في المدى القصير}} = < 100\%$$

*نسبة هيكلية للسيولة في المدى الطويل (NSFR): وتم اعتمادها لتصحيح عدم التماثل في السيولة، وتغطي هذه النسبة كامل الميزانية و تطالب البنوك بالاعتماد على مصادر سيولة أكثر استقرار.

$$\frac{\text{الموجودات السائلة عالية الجودة}}{\text{نسبة صافي مصادر التمويل المستقرة}} = < 100\%$$

-**إدارة و مراقبة المخاطر:** في جويلية ٢٠٠٩ قامت لجنة بازل بإعادة فحص الكيفيات المعتمدة في الرقابة الاحترازية (الدعامة الثانية لمقررات بازل II) وذلك من اجل معالجة النقائص التي تمت ملاحظتها فيما يتعلق بعمليات إدارة المخاطر من طرف المؤسسات المصرفية خلال الأزمة، و ركزت اللجنة على الميادين التالية:

-الإدارة السليمة للمخاطر على مستوى المؤسسات المصرفية؛

-الأخذ بعين الاعتبار المخاطر التي تواجه العمليات خارج الميزانية و عمليات التوريق؛

-حث البنوك على التركيز على المدى البعيد في إدارتها للمخاطر و الأرباح؛

-إعادة النظر في المكافآت والأجور الممنوحة لمسؤولي البنوك.

-**انضباط السوق:** لقد كشفت الأزمة نقص وعدم تجانس المعلومات المالية المصرح بها من طرف العديد من البنوك والخاصة بالمخاطر ورأس المال الرقابي.

ومن اجل تصحيح هذا الاختلال المتعلق بالإفصاح وشفافية المعلومات قامت لجنة بازل في جويلية ٢٠٠٩ بإعادة النظر في المتطلبات الخاصة بالدعامة الثالثة والمتعلقة بعمليات التوريق والعمليات خارج الميزانية، وألزمت البنوك بالإفصاح عن كل مكونات رأس المال الرقابي في المواقع الالكترونية الخاصة بها، على أن يتم الالتزام بهذه التعديلات نهاية ٢٠١١.

IIV- الأزمات المالية والجهاز المصرفي:

شهد الاقتصاد العالمي عدة أزمات مالية أثرت سلباً على كل مناحي الحياة الاقتصادية، من بينها الأزمات المصرفية التي كانت آخرها في جنوب شرق آسيا سنة ١٩٩٧، وهذا ما جعل المؤسسات المالية الدولية على غرار صندوق النقد الدولي يفكرون في آليات تعمل على الأقل في التنبؤ بها ومواجهتها للتخفيف من آثارها المدمرة على المستوى الدولي.

١- جذور الأزمات المالية والمصرفية

تختلف أسباب ومظاهر الأزمات المالية المصرفية من مؤلف لآخر على حسب إختلاف تأثيراتها ومسبباتها من منطقة إلى أخرى ومن إقتصاد لآخر.

١.١- تعريف الأزمات المالية والمصرفية

يرجع تاريخ الأزمات المالية والتي تضم الأزمات المصرفية إلى أواخر القرن التاسع عشر، وتبلورت في أزمة الكساد الكبير في ١٩٢٩-١٩٣٣، فخلال الفترة من ١٩٧٩-١٩٩٧ كانت هناك أكثر من ٥٤ أزمة مصرفية والتي سادت أكثر في الفترة بين ١٩٨٧-١٩٩٧ وارتبط ذلك بسياسات التحرير المالي.

وكانت هذه الأزمات تشترك بين الدول الناشئة والمتقدمة في العناصر الآتية:

- أنظمة تحليل وإدارة ورقابة المخاطر الداخلية ضعيفة بالمصارف؛

- الإشراف الرسمي غير مناسب وغير ملائم؛

- الحوافز الضعيفة داخل النظام المالي؛

- الإفصاح غير الملائم للمعلومات؛

- ترتيبات حوكمة الشركات غير المناسبة للمصارف و لزيائتها من الشركات الكبرى.

عموماً، سنتطرق تارة إلى مصطلح الأزمات المصرفية، والتي تعتبر جزء من الأزمات المالية دون الفصل بين الأزميتين، لأنه في أغلب المؤلفات والمقالات والبحوث التي تم الاطلاع عليها، لا يتم الفصل بين الأزميتين. فعند ذكر مصطلح الأزمة المالية فإننا نقصد الأزمة المصرفية.

حيث أعطيت بعض التعاريف للأزمات المالية المصرفية، نحاول سرد البعض منها فيما يلي:

- ١/ تعرف الأزمات المصرفية بأنها الحالة التي تصبح فيها البنوك في حالة إعسار مالي، بحيث يتطلب الأمر تدخلا من البنك المركزي لضخ أموال إضافية لهذه البنوك أو إعادة هيكلة النظام المصرفي، ويعرفها البعض الآخر بأنها حينما تكون الالتزامات الموجودة في البنوك تفوق الأصول المقابلة لها لدرجة أن يكون دخل النظام المصرفي غير كاف لتغطية نفقاته؛
- ٢/ الأزمات المالية هي ارتفاع مفاجئ وكبير في سحبوات الودائع من البنوك التجارية، وينبع من الانخفاض المتواصل في نوعية الموجودات المصرفية. فعندما تكون الودائع غير مضمونة يؤدي هذا إلى انخفاض نوعية محفظة القروض وتزايد القروض الرديئة (غير العاملة) منها يمكن أن يؤدي إلى أزمة مصرفية. ولعل هروب الودائع من المصارف في كوريا واندونيسيا نتيجة للمشاكل المتمثلة في تدهور نوعية الموجودات المصرفية وتدهور الثقة في الجهاز المصرفي سبب مهم في تحديد الأزمة المصرفية في تلك الدول.

٣/ الأزمات المصرفية هي عبارة عن مزيج معقد ومتفاعل من حالات الضعف الاقتصادي والمالي والهيكلية، والباعث للكثير من الأزمات هو الأساس متغير اقتصادي كلي يتزامن في الأغلب مع الانسحاب المفاجئ لرأس المال الخارجي (الأجنبي)؛

٤/ من المعايير المستخدمة في تعريف الأزمة المالية:

- نسبة القروض المعدومة إلى مجموع القروض تتجاوز ١٠ بالمائة؛
- إذا تجاوزت عملية إنقاذ البنوك من الإفلاس والانهيار ٢ بالمائة من الناتج المحلي الخام؛
- إذا نتج عن الأزمة تأمين البنوك؛
- هناك حالة هستيرية متمثلة في تسييل كبير للودائع من قبل المودعين، مما يستدعي تدخل السلطات بتجميد الودائع، فمثلا تم إغلاق ١٦ بنكا في إندونيسيا سنة ١٩٩٧.

ومن بين أعراض حدوث الأزمات المالية المصرفية نذكر:

* الركود في معدلات النمو الاقتصادي؛

* المخاطر المعنوية، وهذا عند قيام البنكيين بالإفراط في الإقراض بدون ضمانات كافية؛

* تؤدي المعلومات غير الكاملة أو غير الصحيحة أثناء الأزمة إلى قيام كل شخص من المستثمرين والمقترضين باتخاذ قرارات خاطئة أسوأ بالآخرين (سلوك القطيع) مما يؤدي إلى تعميق الأزمة، وحدثت تدفقات مالية قصيرة الأجل بحجم كبير.

إضافة إلى ذلك فإن الجدول التالي يوضح بعض المؤشرات الاقتصادية الكلية والهيكلية الجزئية التي توحى بظهور أزمة مالية

مصرفية:

المؤشرات الاقتصادية التقليدية للتعرض لأزمات مالية

الخصائص الهيكلية أو البنوية	التطورات في الاقتصاد الكلي
- إستراتيجية النمو المتزايد في الصادرات	- ارتفاع معدل التضخم
- قطاع التصدير أكثر تركّزاً	- نمو سريع في التدفق النقدي
- ارتفاع معدل التغير للديون الخارجية	- انخفاض حقيقي في معدلات نمو الصادرات
- ارتفاع حجم الدين الخارجي قصير الأجل	- عجز مالي متزايد
- تحرير السوق المالي حديث النشأة	- ارتفاع معدل التبادل بالنسبة للاتجاه السائد
- إطار ضعيف في الإشراف على الأموال وتنظيمها	- النمو السريع في الاعتمادات المالية المحلية كنسبة من الناتج الوطني الإجمالي
- أسواق الائتمان مضمونة بأصول مالية أو عقارية	- ارتفاع نسبة القروض غير المنتجة (غير العاملة) إلى إجمالي القروض
- سيطرة بعض المؤسسات على سوق الأسهم	- ارتفاع نسبة العجز في الحسابات الجارية كنسبة من الناتج الوطني الإجمالي
	- نمو الديون الخارجية وزيادة الديون بالعملات الأجنبية

٢.١ - الأسباب الكلية للأزمات المالية والمصرفية

هناك بعض المسببات على مستوى الاقتصاد الكلي التي تؤدي إلى نشوب الأزمات المالية المصرفية، ونركّز على

ثلاثة أسباب وهي:

- **العولمة المالية:** تعبر العولمة المالية عن سلسلة التدفقات المالية المتصاعدة عبر الحدود والتي سببت سلسلة من

الأزمات الاقتصادية المالية المدرّة عصفت بالعديد من الأسواق الناهضة في أواخر الثمانينات وفي

التسعينات، فالعولمة المالية لم تحقق الفائدة المرجوة بزيادة تقاسم المخاطر الدولية بل بالعكس أصبحت عامل سلبى على بعض الاقتصاديات.

وتشير بعض الدراسات الحديثة التي أجريت سنة ١٩٩٧، أنه في ٦٥ دولة خلال الفترة ١٩٨٠-١٩٩٤ وجدت علاقة وطيدة بين إجراءات العولمة المالية وأزمة في الجهاز المصرفي، وقد أوضحت الأزمة التي اندلعت في جنوب شرق آسيا ١٩٩٧ ذلك. ولتجنب مخاطر العولمة المالية ينبغي التكيّف مع المعطيات الدولية الجديدة وإنتهاج إصلاحات تتضمن مجموعة من العوامل منها:

♦ الشفافية وروح المسؤولية في تسيير الشأن العام؛

♦ نظام بنكي قوي يحمي أموال المدخّرين الصغار؛

♦ تحرير تدفقات رؤوس الأموال بشكل حذر وتدرّجي؛

♦ خفض الإنفاق العام على المشاريع غير المنتجة.

- **التحرير المالي:** في حالة تحرير معدلات الفائدة يمكن للبنك أن يخسر الحماية التي وضعتها السلطات النقدية والتنظيمية التشريعية، وكذلك دخول منافسين جدد يرفع من الضغط على البنوك بهدف التعامل الجدي مع الأنشطة المخاطرة، ما لم يتم تعزيز وتقوية أطر الرقابة والتنظيم قبل التحرير المالي، حيث سجل كامينسكي ورينهارت (KAMISKY et REINHART) في سنة ١٩٩٥، أن ١٨ أزمة مصرفية من أصل ٢٥ حدثت بعد تحرير القطاع المالي بـ ٥ سنوات.

فبعض الأسواق المحلية لا تتحمل دخول المزيد من المؤسسات، لأنه يعني حدوث وفرة مصرفية وهذا ينجم عنه بنوك غير سليمة، في روسيا مثلاً نجد أن ٤٥٠ بنك من أصل ٢١٥٠ بنك قد فشل ما بين ١٩٩٥-١٩٩٦، وفي الأرجنتين ربع بنوكها والتي تبلغ ٢٠٠ بنك قد تم تصفيتها بين ١٩٩٥-١٩٩٦، ومن العناصر التي ساهمت في اللااستقرار مالي لدينا:

♦ السياسات النقدية المتساهلة والتي ينتج عنها الإفراط في الإقراض؛

♦ تشجيع ارتفاع التدفقات النقدية نحو الداخل وما يسببه ذلك من خطر مثلما حصل في المكسيك ١٩٩٥؛

ولهذا لا ينبغي تحرير القطاع المصرفي والمالي وتوجه الحكومة إلى وضع أسعار فائدة معيارية على الودائع والقروض دون وضع الضوابط المالية الصارمة لتجنب احتمالات حدوث الذعر المصرفي والانهيارات المالية.

التحرر المالي غير الوقائي يؤدي إلى إستحداث مخاطر إئتمانية جديدة للبنوك وقد لا يستطيع العاملون في هذه البنوك تقييمها والتعامل معها بحذر ووقاية وكما يعني التحرير دخول مصارف أخرى ممّا يزيد من الضغوط التنافسية على المصارف المحلية، فبدون الإعداد والتهيئة الرقابية اللازمة قبل التحرير فان البنوك قد لا تتوفر لها الموارد والخبرات اللازمة للتعامل مع المخاطر الجديدة.

قام كل من غيل وكوفمان (GIL et KAUFMAN) بدراسة حول العلاقة بين التحرير المالي والأزمات المصرفية في عينة من الدول، تتكون من ٥٦ دولة في الفترة ما بين ١٩٧٧-١٩٩٧، فتوصلا إلى ما يلي:

- تحدث الأزمات المصرفية في فترة تحول اقتصاديات الدول؛
- احتمال نشوب الأزمات بشكل كبير يكون بعد خمسة سنوات من بدأ التحرير المالي؛
- يرتفع احتمال نشوب الأزمات المصرفية بواقع شديد في دول تتسم بضعف الشفافية؛
- توصي الدراسة، الاقتصاديات التي هي في طريق التحرير المالي، أن يكون هذا بشكل تدريجي وببطء في ظل غياب الشفافية وفي نفس الوقت العمل على تقوية هذا العنصر.
- والجدول الآتي يعطي معطيات أكثر حول هذه الدراسة:

الأزمات المصرفية والتحرير المالي

٦٠	العدد الكلي للأزمات المصرفية
١٥	- أزمات حدثت قبل عمليات التحرير المالي
٣٦	- خمسة سنوات بعد التحرير
٩	- أكثر من خمسة سنوات بعد التحرير
٩٢	العدد الكلي لعمليات التحرير
٥٢	- عدد عمليات التحرير التي لم تخلف أزمات في ٥ سنوات التالية لها
٤٠	- عدد عمليات التحرير التي خلفت وراءها وبعد ٥ سنوات أزمات

- مؤشرات الاقتصاد الكلي: أشارت بعض الدراسات الحديثة أن بعض التطورات الاقتصادية الكلية تسبق الأزمات المصرفية، من هذه التطورات:

♦ **النمو الاقتصادي:** حيث أن انخفاض معدلات النمو الاقتصادي الإجمالي يضعف من مقدرة المقترضين المحليين على خدمة الديون ويساهم في زيادة مخاطر الائتمان، إضافة إلى تدهور بعض القطاعات التي تتركز فيها القروض المصرفية لأن ذلك يؤدي إلى إهتزاز المحافظ المالية الاستثمارية للبنوك؛

♦ **ميزان المدفوعات:** انخفاض نسبة الاحتياطي في الجهاز المصرفي نسبة إلى الالتزامات قصيرة الأجل ينظر إليه من قبل المستثمرين على عدم وجود استقرار مالي، مما يؤدي بهم إلى سحب أموالهم، والعجز في الموازين العامة يؤدي بدوره إلى التوسع النقدي حيث تلعب سياسة التمويل بالعجز التي تنتهجها البنوك دور في معالجة العجز في الموازين، وهذا التمويل يؤدي إلى تقديم القروض بحجم كبير مما يُولد مخاطر الائتمان التي قد تهدد البنك بالإفلاس. إضافة إلى أن التدهور الكبير في شروط التبادل التجاري كان سبباً في حدوث الأزمات المالية المصرفية حسب بعض الدراسات وخاصة في الدول التي تتصف صادراتها بالتركيز على سلع معينة، لأنه عندما تنخفض شروط التبادل يصعب على عملاء البنوك المشتغلين بنشاطات ذات العلاقة بالتصدير والاستيراد الوفاء بالتزاماتهم خصوصاً خدمة الدين ويشير صندوق النقد الدولي أن ٧٥ بالمائة من الدول التي حدثت بها أزمات مالية مصرفية شهدت انخفاض في شروط التبادل؛

♦ **التضخم:** حيث أنّ درجة التضخم في معدلات التضخم تقلّ من دقة التقييم السليم لمخاطر الائتمان ومخاطر السوق، لأن التضخم يرتبط بمستوى الأسعار الذي يزيد من المخاطر المالية ويشوّه المعلومات التي تعتمد عليها البنوك في نظّم إدارتها للمخاطر ونظّم الإنذار المبكر المعتمدة؛

♦ **ازدهار الإقراض:** والذي يعبر عنه بالفارق بين نسبة نمو الائتمان المقدم من طرف البنوك ونسبة النمو في الناتج المحلي الخام، والذي يسود عادة قبل الأزمات المالية الحادة. فالتوسع السريع في الإقراض من قبل البنوك يحدث نتيجة لعدم الدقة في تحليل طلبات الإقراض وضعف البيئة التشريعية.

٣.١- الأسباب الجزئية للأزمات المالية والمصرفية

من بين الأسباب على المستوى الجزئي التي تؤدي إلى نشوب الأزمات المالية المصرفية نذكر:

- **ضعف الانضباط المالي:** يمثل الافتقار إلى الانضباط المالي، أحد أهم الأسباب التي تؤدي إلى إندفاع الدول نحو الأزمات المالية المصرفية و يكون ذلك عندما لا تتوفر نفس المعلومات للجميع وحينها تنعدم الثقة بين تلك الأطراف (المقرض والمقترض)، هذا ينتج عنه معلومات غير متماثلة بين الأطراف والتي تظهر بحدة لدى دائني البنوك لا سيما كون معظم المودعين لا يملكون الموارد ولا القدرات المناسبة لتقييم البنك والتحقق من ملاءته.

من الدراسات التي قدّمت حول الأزمات المصرفية ودرجة الشفافية والإفصاح، دراسة سولومون (SOLOMON)، استعملت عدّة متغيرات للوصول إلى درجة الارتباط بين الأزمات المصرفية والإفصاح الذي يلزم على البنوك، منها متغيرات مُفسّرة (الإفصاح بالبنوك، التقارير الإضافية، إلتزامات المديرين، تقوية المراجعة الخارجية والتزامات المراجعين) ومتغيرات مُفسّرة (التركّز في البنوك، المنافسة، شروط التبادل الخارجي والتضخم)، ووجدت أن هناك ارتباط عكسي بين نشوب الأزمات المصرفية وكل المتغيرات المُفسّرة وهذا يوحي بأهمية ضرورة الإفصاح لتجنب تلك الأزمات.

وأوصت الدراسة بأهمية أن تكون التقارير الإضافية التي يقدّمها مجلس الإدارة موضوعية، وكذلك رد الاعتبار إلى دور المراجعة الخارجية في تحسين الشفافية والرفع من الاستقرار المصرفي؛

- **تشوّه الحوافز:** إنّ أي نظام صمّم للحدّ من الصدمات والأزمات المالية المصرفية لن يعمل بنجاح، إلّا إذا كان القائمون عليه لديهم الحافز المهّم لعدم تشجيع قبول المخاطر المتزايدة واتخاذ إجراءات تصحيحية في مرحلة مبكرة، ويجب أن يكون هناك إحساس مشترك لدى كل من أصحاب البنوك والمديرون والمقترضون وكذا السلطات الإشرافية بأن هناك شيئاً ما سيفقدونه إذا فشلوا جميعاً في العمل بالطريقة التي تتفق والتزاماتهم.

حيث دلّت التجارب العالمية أنّ الإدارات العليا في المصارف وقلة خبرتها كانت من الأسباب الأساسية للأزمات المصرفية وأن عملية تعديل هيكل المصارف وتدوير المناصب الإدارية لم تنجح في تفادي الأزمات أو الحد من آثارها، كما أن هذه الإدارات نجحت في إخفاء الديون المعدومة للبنك لسنوات طويلة نتيجة قلة الرقابة وضعف نظّم وإجراءات المحاسبة؛

- **تزايد إلتزامات البنوك مع عدم تناسق أجال الاستحقاق:** إذا كان معدل تزايد إلتزامات البنك عالياً وسريعاً مقارنة بحجم البنك نسبة إلى الاقتصاد الوطني وأرصدة الاحتياطات الدولية، وإذا ما اختلف تكوين هيكل أصول

البنك عن هيكلي التزاماته من حيث السيولة ومواعيد الاستحقاق، وإذا كان رأسمال البنك و/أو أرصدة الديون المشكوك في تحصيلها غير كافٍ لمواجهة تقلبات أصوله، وإذا كان الاقتصاد الوطني معرضاً لصدمات كبيرة من عدم الثقة. فإنه يمكن اعتبار ذلك بمثابة وصفة لتزايد هشاشة النظام المصرفي.

إلا أن هناك عدة عوامل قد تزيد من حدة و تأثير تلك الأزمات، مثل:

١- **عدم الموازنة بين حجم الأصول وحجم الالتزامات للمؤسسات المالية:** حيث لا تتناسب المخاطر التي تتحملها تلك المؤسسات مع أصولها، خاصة مع ارتفاع الوزن النسبي لحجم الأصول طويلة الأجل بميزانية تلك المؤسسات، وبالتالي تتعرض لامكانية التعثر والافلاس. فعلى سبيل المثال حين تتيح البنوك سحب الودائع في أى وقت بينما تتوسع في الاقراض طويل الأجل - كالقروض لتمويل شراء - فهي بذلك تتحمل مخاطر مالية مرتفعة. كذلك الحال بالنسبة للدول، فكثير من العقارات مثلاً الاقتصادات النامية تلجأ الى إصدار سندات قيمتها الاسمية مقيمة بالدولار أو اليورو، وهو ما قد يؤدي الى عدم تناسب القيمة الاسمية للالتزامات - أى السندات المصدرة - وأصول تلك الحكومات المتمثلة في الضرائب المحصلة بالعملة المحلية. وفي تلك الحالة تظهر امكانية حدوث ما يسمى بحالة التعثر الازمة المالية عن سداد الالتزامات أي عندما تعجز تلك الحكومات عن الوفاء بالتزاماتها من العملة الأجنبية عند استحقاق تلك السندات

٢- **أثر العدوى:** أو ما يسمى "Contagion Effect" أي انتقال الأزمات المالية - مثل تلك الخاصة بأسعار العملة أو انهيار أسواق الأسهم - وانتشارها في دول أخرى. ويختلف الاقتصاديون حول ما إذا كان حدوث أزمة في أكثر من دولة في ذات الوقت نتيجة لانتشار غير مبرر "للعدوى" بالفعل، أم بسبب مشكلات حقيقية تعاني منها الاقتصادات التي انتقلت إليها الأزمة، سواء اختلفت تلك الأسباب فيما بينها أم تشابهت.

الأزمة المالية عام ٢٠٠٨: تعرض العالم في الآونة الأخيرة لأزمة مالية توصف بأنها الأسوأ ربما منذ أزمة الكساد الكبير على حد تعبير الخبراء الاقتصاديين. فمنذ مطلع العام تنبأت المؤشرات الاقتصادية المختلفة بحدوث كساد في النشاط الاقتصادي على المستوى العالمي. كان من أهم تلك المؤشرات الارتفاع المطرد في أسعار البترول؛ ارتفاع معدل تكرار الأزمات الائتمانية في الأسواق العالمية؛ أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة؛ و البطالة. ففي يناير ٢٠٠٨، ارتفعت أسعار البترول لتصل الى ١٤٧ دولار للبرميل في يوليو، وذلك قبل أن تبدأ في الانخفاض بعد ذلك. وقد أدى ذلك الارتفاع الذي استمر لفترة الى قفزة كبيرة في أسعار السلع الأساسية مما هدد بحدوث ركود أو "كساد" تضخمى. **Stagflation** أما في النصف الثاني من ٢٠٠٨ فقد ظل التوقع لحدوث كساد عالمي شهدت أسعار معظم السلع انخفاضاً من ناحية أخرى، سجلت معدلات التضخم العالمية مستويات تاريخية، حيث كان هناك اتجاه عام لزيادة عرض النقود خاصة من قبل البنك المركزي الأمريكي FED في محاولة للتخفيف من حدة أزمة "الرهن العقاري الأمريكية". وقد كان هذا التضخم أكثر قوة في البلاد المصدرة للبترول حيث ارتفعت لديها إحتياجات النقد الأجنبي، مع الإفتقار إلى حزمة من السياسات النقدية المناسبة - مثل عمليات السوق المفتوحة على

سبيل المثال - وذلك للاحتفاظ بالمعدلات المستهدفة لأسواق النقد وأسعار الفائدة، فيما ي سمي بعمليات التعقيم. Sterilization.

٢- أزمة جنوب شرق آسيا ١٩٩٧

قُبِلَ إنتهاء النصف الأول من سنة ١٩٩٧، بدأت الأزمة المالية في جنوب شرق آسيا وكانت البداية من تايلاند، ثم تبعتها الفلبين، ماليزيا وبعدها إلى إندونيسيا وكوريا الجنوبية وتايوان وسنغافورة ثم هونغ كونغ.

حيث برزت عدة إختلافات في تفسير الأزمة المالية الآسيوية وهي أربعة إتجاهات:

- **الاتجاه الأول:** تفسير الأزمة لا يزيد عن تحريف جديد لفكرة الاستثناء الآسيوي القديم، فبدلاً من فكرة النمو القائم على القيم الآسيوية جيء الآن بديل نشوب الأزمة بفعل رأسمالية المحسوبة وهي نوع من رأسمالية غير نظامية، تلعب فيها شبكات المعارف والأصدقاء والأقرباء دوراً طاعياً في تقرير العلاقات الاقتصادية؛

- **الاتجاه الثاني:** الأزمة ترجع إلى السحب الفجائي للأرصدة قصيرة الأجل من جانب المستثمرين الغربيين والبيع المبكر واسع النطاق في البورصات الأجنبية من جانب المضاربين؛

- **الاتجاه الثالث:** يرى كروجمان (KRUGMAN) أنّ الأزمة نشأت عن الإغراءات المتأصلة عند الوسطاء الماليين في ظل ضعف الضوابط المقيّدة لهم للقيام باستثمارات غزيرة، فحيث يكون المستثمرون في إطار معين يحميهم على الاعتقاد بأن الحكومة تحميهم من خطر المجازفة، فإنهم سوف يقرضون للوسطاء الماليين بفائدة في إستثمارات مضاربة تنطوي على مجازفة عالية؛

- **الاتجاه الرابع:** يركز مانويل مونت (MANUEL MONTES) على تايلاند البلد الذي بدأ بنشوب الأزمة، فيشير إلى أن نمو الاقتراض الخارجي والإخفاق في فرض الضوابط الفعالة جاءا في أعقاب الليبرالية (التحرير) المزدوجة للنظام المالي المحلي والضوابط الخارجية على رأس المال والحساب الجاري.

. أسباب الأزمة المالية لجنوب شرق آسيا:

١/ النمو السريع للائتمان المصرفي: وهذا طيلة الفترة ١٩٩٠-١٩٩٦ ويقاس ذلك من خلال مؤشرين:

* الائتمان الممنوح للقطاع الخاص؛

* نسبة الدين إلى أسهم رأس المال، حيث ارتفعت هذه النسبة من ٩٠ بالمائة في الستينات إلى ٣٥٠ بالمائة في منتصف الثمانينات قبل أن تنخفض إلى نحو ٣٠٠ بالمائة في النصف الأول من التسعينات، وتشير هذه النسبة إلى تعرّض القطاع المصرفي وقطاع الشركات إلى مخاطر الصدمات وربما تفاقم الضعف نتيجة للطبيعة قصيرة الأجل التي تتميز بها الديون وأثر ذلك في ضعف القدرة على التسديد وزيادة أعباء القروض المصرفية.

والجدول الآتي يبيّن التوسّع الكبير في منح القروض من قبل البنوك:

التوسّع في القروض البنكية

الوحدة: نسبة مئوية

هامش المعدّل الصافي للأصول		تكاليف إستغلال الأصول		المعدّل السنوي لتوسّع القروض البنكية في القطاع الخاص		
-١٩٩٥	-١٩٩٠	-١٩٩٥	-١٩٩٠	-١٩٩٠	-١٩٨١	
١٩٩٦	١٩٩٤	١٩٩٦	١٩٩٦	١٩٩٧	١٩٨٩	
٢.٢	٢.٢	٢.١	١.٩	١٢	١٣	كوريا الجنوبية
٣.٦	٣.٣	٢.٨	٢.٣	١٨	٢٢	إندونيسيا
٣.٢	٤.٧	١.٤	١.٦	١٦	١١	ماليزيا
٤.٨	٥.٣	٣.٥	٤.٠	١٨	٥-	الفلبين
٢.٠	٢.٢	٠.٧	٠.٨	١٢	١٠	سنغافورة
٣.٦	٣.٦	١.٨	١.٩	١٨	١٥	تايلاند

فأغلب هذه القروض وُجّهت إلى مشروعات غير منتجة (غير عاملة) مع عدم وجود دقة في تقويم مخاطر الائتمان. حيث مثّلت القروض غير المنتجة نسب مرتفعة جداً خاصة في إندونيسيا وكوريا وتايلاند، والجدول الآتي يوضّح ذلك:

القروض غير العاملة في فترات الأزمة الآسيوية

الوحدة: نسبة مئوية

الدول	الفترة	القروض غير العاملة (نسبة من إجمالي القروض)	التكلفة المالية للأزمة (نسبة من الناتج المحلي الخام السنوي)
إندونيسيا	٢٠٠٢-١٩٩٧	٧٠	٥٥
كوريا	٢٠٠٢-١٩٩٧	٣٥	٢٨
ماليزيا	٢٠٠١-١٩٩٧	٣٠	١٦
الفلبين	١٩٩٨	٢٠	١٣
تايبوان	١٩٩٨-١٩٩٧	٢٦	١٢
تايلاند	٢٠٠٢-١٩٩٧	٣٣	٣٥

تميّزت القروض الممنوحة من طرف البنوك بأنها قروض مجاملة نتيجة الفساد السياسي ووجّهت لتمويل التوسع العقاري والمضاربات، لأنه مع تعاظم تدفقات رأس المال الأجنبي أصبحت العديد من البنوك المحلية أقل حذرًا في تعاملاتها ومن ثم الإفراط في تقسيم القروض، ولا سيما في سوق الإسكان الفاخر.

٢/ التحرير المالي السريع: والذي ترتب عنه توسع كبير وسريع في القطاع المالي وتوسع الإقراض الأجنبي في الوقت الذي لم تتطور فيه قدرة الحكومة على الرقابة، فتقييد رؤوس أموال المضاربة وإحكام الرقابة تعد أمور جادة في منع حدوث الأزمة. ويلخص الجدول التالي التدفق الصافي لرأس المال الخاص لعينة من الدول:

التدفق الصافي لرأس المال الخاص لعينة من الدول*

الوحدة: نسبة مئوية من الناتج المحلي الخام

١٩٩٩	١٩٩٨	١٩٩٧	١٩٩٦	١٩٩٥	١٩٩٤	١٩٩٣	١٩٩٢	
٢٤.٦-	٢٥.٦-	٢٠.٤-	٦٥.٨	٧٤.٢	٣٦.١	٣١.٨	٢٩	إجمالي التدفق
١٠.٢	٨.٦	١٠.٣	٨.٤	٧.٥	٨.٨	٧.٦	٧.٣	الاستثمارات المباشرة
٦.٣	٦-	١٢.٩	٢٠.٣	١٧.٤	٩.٩	١٧.٢	٦.٤	إستثمارات المحفظة المالية
٤١.١-	٢٨.٢-	٤٣.٦-	٣٧.١	٤٩.٢	١٧.٤	٧	١٥.٣	القروض البنكية

٣/ الإرتباط القوي بين ندرة المعلومات ومخاطر الإنهيار: وفق إحدى الدراسات التي قام بها البنك الآسيوي للتنمية، فإنه يوجد إرتباط قوي جداً بين ندرة المعلومات التي تم الإفصاح عنها ومخاطر إختيار الكثير من البنوك والشركات في شرق آسيا، فعندما لا يكون هناك إفصاح فليست هناك محاسبة عن المسؤولية، وإذا لم تكون هناك محاسبة عن المسؤولية فليست هناك معاملة سليمة أو عادلة لصغار المستثمرين. وقد تمت إساءة استغلال ثلاثة من مبادئ حوكمة الشركات الحديثة: الشفافية، العدالة والمحاسبة عن المسؤولية والتي غابت عن الوجود إلى حد كبير، ووجهت إنتقادات لدول جنوب شرق آسيا لوجود أوجه القصور في محاسبة البنوك والتي نتج عنها عدم كفاية وعدم إكتمال عرض المعلومات المالية في التقارير المالية السنوية وترى أطراف في السوق أن ذلك ناتج عن عدم كفاية معايير المحاسبة المطبقة بتلك البنوك.

٤/ هشاشة النظام المصرفي المحلي: حيث سجلت بنوك تايلاند ديون صافية بالعملة الصعبة تمثل ٢٠ بالمائة من الأصول في سنة ١٩٩٦ مقابل ٣ بالمائة فقط سنة ١٩٩٠، وفي ١٩٩٧ مثلت الديون قصيرة الأجل ٩٦ بالمائة من مجموع الديون بنفس البلد و٦٧ بالمائة في كوريا الجنوبية مقابل ٢٥ بالمائة على الأكثر في أهم دول أمريكا اللاتينية. أما الأصول، فإن البنوك الآسيوية تعرضت لمخاطر السوق وكذلك وجود قروض غير عاملة قدرت ب ١٩ بالمائة من المستحقات باندونيسيا و١٧ بالمائة في تايلاند و١٦ بالمائة في ماليزيا مع منتصف ١٩٩٧. وما دعم هذه الهشاشة التورط الشديد للحكومات وتباطؤ الرقابة على ربط القروض بعضها ببعض، حيث أنّ هذا التورط يسمح لأهداف السياسة الحكومية وللمصالح الشخصية للداخلين (الملاك والمديرين) بالتدخل في كل جوانب عمليات البنك، فأغلبية البنوك ذات الملكية العمومية مثلاً تخصص قروض لقطاعات معينة في الاقتصاد أين الجدارة الائتمانية للمقترض لا تأخذ بعين الاعتبار في قرارات الائتمان.

* تضم الدول الأكثر تضرراً من الأزمة المالية وهي: إندونيسيا، ماليزيا، تايلاند، الفلبين وكوريا

ويشير الجدول الآتي عن بعض مؤشرات بنوك بعض الدول خلال سنة ١٩٩٤:

مؤشرات هيكل الصناعة المصرفية

الوحدة: نسبة مئوية

الدول	حصة البنوك في الوساطة المالية	حصة البنوك العمومية	تكاليف التشغيل باستثناء معدلات الفائدة على الودائع (نسبة مئوية من الأصول الكلية)	هوامش الفائدة الصافية
هونغ كونغ	-	٠	١.٥	٢.٢
كوريا	٣٨	١٣	١.٧	٢.١
سنغافورة	٧١	٠	١.٤	١.٦
تايوان	٨٠	٥٧	١.٣	٢.٠
اندونيسيا	٩١	٤٨	٢.٤	٣.٣
ماليزيا	٦٤	٨	١.٦	٣.٠
تايلاند	٧٥	٧	١.٩	٣.٧

. تداعيات الأزمة

في أعقاب أزمة جنوب شرق آسيا وبقي الأزمات المالية التي حدثت نهاية التسعينات، تم التفكير في ضرورة وضع هياكل مالية قوية تعتمد على ثلاثة دعائم أساسية وهي:

- الدعامات الأولى: الشفافية

أحد الدروس الأساسية المستفادة من الأزمات المالية في سنوات التسعينات، أن المعلومات تلعب دوراً حيوياً في استقرار الاقتصاد العالمي، ففي عالم تدفقات رأس المال تحدث الأزمات إلى حدٍ كبير نتيجة لمفاجآت المعلومات التي تجعل المشاركين في السوق يسارعون إلى تغيير توقعاتهم، ومن شأن الشفافية في توفير البيانات الاقتصادية الدقيقة وفي حينها للجمهور، أن تخفف من عدم اليقين، ومن المرجح أن يشجع تحقيق المزيد من الشفافية، المسؤولين عن السياسة الاقتصادية القيام بتعديلات السياسة بصورة مبكرة؛

- الدعامات الثانية: توحيد المعايير

في عصر ينوء بالمعلومات، يصبح من الضروري وجود مقياس معياري يمكن من خلاله الحكم على المعلومات ويمكن للمعايير الدولية أن تلعب هذا الدور، حيث تم تحقيق تقدّم كبير في إنشاء وتقوية المعايير الدولية في مجالات اقتصادية ومالية مختلفة، فمع الإفلاسات المتكررة على المستوى الدولي، كان هنالك إتجاه يدعو إلى ضرورة تجاوز القواعد الرقابية والاحترازية المحلية نحو قواعد دولية موحدة نظراً لتشابه اقتصاديات الدول ووجود بنوك

كبيرة لها فروع في العديد من الدول في العالم. حيث يتطلب التعرف على الأزمات المالية الناشئة في مراحلها الأولى المبكرة إحصاءات اقتصادية دقيقة وفي وقتها، لذا أدخل صندوق النقد الدولي في سنة ١٩٩٦ معياره الخاص بنشر البيانات؛

- الدعامة الثالثة: النظم المالية السليمة

كانت النظم المصرفية الضعيفة من العناصر الأساسية في الأزمة المالية الآسيوية، خاصة في عملية إنتشار العدوى. بالإضافة إلى حثّ الدول على إتباع معايير بازل لكفاية رأس المال ومراقبة مراعاتها، قام صندوق النقد الدولي بالاشتراك مع البنك الدولي بتدشين "برنامج تقييم القطاع المالي" الذي يهدف إلى دراسة مدى سلامة واستقرار النظم المالية المحلية.

٣- نظام الإنذار المبكر

نظرًا لمخلفات الأزمة المالية الآسيوية والمكسيكية والروسية على الاقتصاديات الوطنية والعالمية، تبيّن لصندوق النقد الدولي بالخصوص أهمية وحتمية وضع مؤشرات إقتصادية ومالية للحيلولة دون نشوب الأزمات من غير التنبؤ بها، اعتمادًا على تجارب دول منها الو.م.أ التي تعتبر أول من وضع نظام للإنذار المبكر.

أولاً: ظهور وتطور نظام الإنذار المبكر

من أوائل الدول التي استخدمت معايير نظام الإنذار المبكر، هي الو.م.أ وذلك بسبب الانهيارات المصرفية التي تعرضت لها في العام ١٩٣٣، وأعلن بموجبها عن إفلاس أكثر من ٤ آلاف مصرف محلي، ثم حدث انهيار مماثل في سنة ١٩٨٨ أدى إلى فشل ٢٢١ مصرف، فنظم الإنذار المبكر (EWS) تستهدف التعرف على المشكلات المستقبلية المحتملة في النظم المالية والبنوك الفردية، وتجمع هذه النظم بين عناصر كمية وأخرى نوعية (كيفية)، وتميّز بين أربعة أنواع من هذه النظم:

١. النظم الإشرافية الخاصة بإعطاء تقديرات للبنوك، وأشهرها نظام (CAMEL) ويتم ذلك التقدير نتيجة الفحص في الموقع؛

٢. نظم تحليل النسب المالية والتي تقوم على مجموعة من المتغيرات؛

٣. نظم التقييم الشامل لمخاطر البنك؛

٤. النماذج الإحصائية التي تحاول إكتشاف المخاطر التي تؤدي إلى ظروف مستقبلية معاكسة لما يرغبه البنك.

والجدول الأتي يحدّد بعض المؤشرات المستعملة في بناء نظم الإنذار المبكر:

مؤشرات نظم الإنذار المبكر

المؤشرات الاقتصادية الكلية	المؤشرات النوعية المصرفية (CAMELS)
- معدّل نمو الناتج المحلي الخام	- كفاية رأس المال
- سعر الصرف الحقيقي	- السيولة
- سعر الفائدة الحقيقي	- العسر المالي
- الحساب الجاري	- الربحية أو العائد
- الاحتياطات الدولية	- الديون المتعثرة ومخصّصاتها
- أسعار الأسهم والسندات	- ودائع البنوك

نقوم بتبني النظام الأكثر شهرة وهو النظام الأول في هذه المطلب، لأنه الأكثر تطوّر والأكثر اعتماداً عليه من قبل البنوك في تقييم وضعياتها الحالية والتنبؤ بالمستقبلية منها.

قامت هيئة تأمين الودائع الفدرالية (FDIC) بإعطاء تقديرات للبنوك وفقاً لنظام تقدير المؤسسات المالية الموحد والذي يشمل خمسة فئات:

- كفاية رأس المال (CAPITAL ADEQUACY)؛
- جودة الأصول (ASSETS QUALITY)؛
- الإدارة (MANAGEMENT)؛
- الدخل (EARNING)؛
- السيولة (LIQUIDITY).

والتي يرمز لها بالرمز (CAMEL) نسبة إلى الأحرف الأولى لهذه الفئات. بدأ استخدام معايير الإنذار المبكر في الو.م.أ منذ سنة ١٩٧٩، حيث ظل البنك الاحتياطي الفدرالي يقوم بتصنيف البنوك ويمدّها بالتناجج، إلى أن تمكّنت السلطات الرقابية من التنبؤ بالانهيار المصرفي قبل حدوثه في سنة ١٩٩٨، حيث قل العدد في إختيار البنوك إلى ثلاثة بنوك فقط.

بعد فترة من الزمن، ومع ظهور واستفحال مخاطر السوق أضيف معيار جديد إلى نظام الإنذار المبكر (CAMEL)، وهو معيار الحساسية لمخاطر السوق (SENSITIVITY to MARKET RISKS)، فأصبح يرمز إلى نظام الإنذار المبكر بـ (CAMELS)، وهناك من يسمي المعيار الجديد بأنظمة الرقابة الداخلية (SYSTEMS of INTERNAL CONTROL).

تساعد نظم الإنذار المبكر على:

- ١) التقييم المستمر لنظم المؤسسات المصرفية في شكل إطار أو هيكل رسمي للتقييم؛
- ٢) التعرف على المؤسسات أو المواقع داخل المؤسسات المصرفية، التي قد تكون فيها مشاكل أو يهتمل وقوعها في المستقبل؛

٣) المساعدة في تحديد أولويات الفحص، والتقييم والتخصيص الأمثل للموارد الإشرافية والتخطيط المسبق للفحص؛

٤) توجيه الاهتمام والتوقيت السليم من قبل المشرفين على البنوك.

ومن الركائز الأساسية التي تقوم عليها نظم الإنذار المبكر نذكر:

* حسن إختيار المتغيرات التي يقوم عليها التنبؤ؛

* توافر بيانات المدخلات بصفة موثوقة؛

* الحدود المتصلة بالقياس الكمي للعوامل الكيفية النوعية ذات الصلة بأداء البنك (نوعية الإدارة).

ولضمان نجاح هذه النظم في التنبؤ المبكر بالأزمات المالية المصرفية والانهيارات المفاجئة، فانه ينصح بما يلي:

- توفير نظام إتصالات جيّد لجمع المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب؛
- استخدام الأساليب الإحصائية والرياضية التي يمكن من خلال التنبؤ؛
- إستخلاص الدروس من الأزمات السابقة.

توجد عدة دراسات ساهمت في تطوير وتأصيل نظّم الإنذار المبكر منها على الخصوص:

- دراسة kaminski – Associates سنة ١٩٩٨؛
- دراسة Demirgue – E.detragiache سنة ١٩٩٩؛
- دراسة Inci otker – Patric T.downes – David martson سنة ١٩٩٩؛
- دراسة Ranjana sahajwata – Paul van der berger سنة ٢٠٠٠.

ثانيا: مؤشرات ومعايير نظام (CAMELS)

مؤشرات نظام (CAMELS) تدعى كذلك بمؤشرات الحيلة الجزئية التي تعتبر جزء من مؤشرات الحيلة الكلية لتقييم سلامة الأنظمة المالية، هذه المؤشرات هي:

١/ كفاية رأس المال (C): تحدّد كفاية رأس المال في النهاية، إلى أيّ مدى تستطيع المؤسسة المالية التغلب على الصدمات في ميزانيتها، فمن المفيد تتبّع معدّلات كفاية رأس المال التي تأخذ في حسابها أهم المخاطر المالية (مخاطر الائتمان، مخاطر السيولة، المخاطر التشغيلية، مخاطر سعر الصرف، مخاطر معدّلات الفائدة ومخاطر السوق). حيث يتوقع من كل بنك الاحتفاظ برأس مال مناسب مع طبيعة وحجم المخاطر لديه، ويتم تصنيف هذا المعيار على أساس:

- مستوى ونوعية رأس المال والوضع المالي الكلي للبنك؛
- طبيعة واتجاه وحجم القروض المتعثرة؛
- مكونات ميزانية البنك مثل طبيعة وحجم الموجودات؛
- المقدرة على الدخول إلى سوق رأس المال للحصول على التمويل اللازم؛
- المخاطر المتعلقة بالنشاطات خارج الميزانية.

٢/ جودة الأصول (M): تكون ملاءة المؤسسات المالية المصرفية في خطر عندما تضعف أصولها، لذا يجب الاهتمام بنوعية الأصول المكتسبة، حيث أن تقييم هذه النوعية يعتمد على ما يلي:

- كفاية معايير الضمانات وقوة إدارة القروض؛
- كفاية مخصّصات الديون والاستثمارات؛
- كفاية نظّم الرقابة الداخلية ونظّم المعلومات؛
- مخاطر الإفراض الناجمة عن عمليات خارج الميزانية؛
- تركّز التسهيلات؛
- سلامة السياسة الائتمانية والالتزام بها.

٣ / الإدارة (M): الإدارة السليمة عنصر أساسي في البنوك ولكن يصعب قياسها نوعاً ما، فيجب أن يعكس البنك مدى مقدرة مجلس الإدارة وإدارة البنك على القيام بالدور المنوط بهما، رغم ذلك هناك بعض المقاييس التي تحدّد مدى سلامة الإدارة ومنها:

- مستوى ونوعية ومعرفة الإدارة بنشاطات البنك؛
- مقدرة مجلس الإدارة والإدارة ككل على التخطيط والتعامل مع المخاطر؛
- العلاقات والمعاملات بين المديرين وكبار المساهمين؛
- كفاية أنظمة الضبط والرقابة الداخلية؛
- دقة وتوقيت وفعالية أنظمة المعلومات؛
- الالتزام بالقوانين والتعليمات.

٤ / الدخل (E): المؤسسات المصرفية غير المربحة يمكن أن تتعرض لمخاطر الإعسار، لأن الربحية العالية غير العادية مثلاً ربما تعكس مخاطرة مُفرطة يتبناها البنك. فمن المقاييس المعتمد عليها لتقييم معيار الدخل لدينا:

SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

- مستوى واتجاه ومدى استقرار الإيرادات؛
- القدرة على تدعيم حسابات رأس المال من خلال الأرباح المحققة؛
- نوعية ومصادر الإيرادات؛
- نسبة المصاريف إلى الإيرادات؛
- كفاية نظام الموازنة وعمليات التنبؤ.

٥ / السيولة (L): ينبغي أن تغطي مؤشرات السيولة موارد التمويل وتضع يدها على عدم التوافق في تواريخ الاستحقاق، ويمكن قياس تلك المؤشرات من خلال:

- كفاية مصادر الأموال مقارنة مع الاحتياجات الحالية والمستقبلية؛
- جاهزية الموجودات القابلة للتسييل؛
- اتجاه واستمرار تدفق الودائع؛
- درجة الاعتماد على مصادر الأموال قصيرة الأجل؛
- القدرة على توريق وبيع الموجودات.

٦ / الحساسية لمخاطر السوق (S): تشترك البنوك في عمليات متنوعة وفي تعرضها لمخاطر السوق، وخاصة في تحديد سعر

- الفائدة وتنفيذ صفقات العملة الأجنبية، ويتم استعمال مؤشرات خاصة بمفاهيم السوق، ومنها:
- درجة حساسية إيرادات البنك ورأس المال للتغيرات المعاكسة في سعر الفائدة وسعر الصرف؛
- درجة تعقيد نشاطات البنك في الأدوات غير المحتفظ بها للمتاجرة؛
- طبيعة ودرجة تعقيد مخاطر السوق الناجمة عن مخاطر عمليات البنك الأجنبية؛
- مقدرة الإدارة على تحديد وضبط وقياس مخاطر السوق.

تتراوح درجات التصنيف ما بين التصنيف (١) وهو الأفضل إلى التصنيف (٥) وهو الأسوأ كما يلي:

▪ التصنيف رقم (١): قوّي " Strong "

يعد البنك مؤسسة مالية سليمة في كافة المجالات، وأيّ نقاط ضعف لديه تكون ذات طبيعة ثانوية ويمكن معالجتها بطريقة روتينية ويمكن تحمل تقلبات السوق ولا يدعو وضع البنك في هذه الحالة للقلق؛

▪ التصنيف رقم (٢): مرضي " Satisfactory "

يعد البنك مؤسسة مالية سليمة أساسا ولكن توجد نقاط ضعف بسيطة قابلة للتصويب في ظل الظروف العادية، ويمكن له تحمل تقلبات السوق ويحتاج إلى رقابة عادية؛

▪ التصنيف رقم (٣): معقول " Fair "

تتوافر عدّة نقاط ضعف قد تعرّض البنك أكثر إلى المزيد من المخاطر وتقل قدرته على تحمل تقلبات السوق، ويتطلب البنك رقابة أكثر من عادية؛

▪ التصنيف رقم (٤): هامشي (خطر) " Marginal "

يعاني البنك من ضعف خطير في النواحي المالية والإدارية وهو غير قادر على تحمل تقلبات السوق ويحتاج إلى إجراءات فورية لتصويب أوضاعه ويتطلب رقابة لصيقة؛

▪ التصنيف رقم (٥): غير مرضي " Unsatisfactory "

حالة البنك أسوأ من البنوك في التصنيف رقم (٤) ويحتاج إلى مساعدة عاجلة من المساهمين أو من أيّ مصادر أخرى، كما يتطلب رقابة مستمرة.

من خلال هذه التصنيفات، تتخذ السلطات الرقابية في الدولة مجموعة من الإجراءات لإعادة الاستقرار والتوازن للمؤسسات المصرفية حسب كل تصنيف وحالته، والجدول الآتي يبيّن هذه الإجراءات:

الإجراءات الرقابية التي تتخذ بناءً على درجة التصنيف

درجة التصنيف	موقف البنك	الأجراء الرقابي المتخذ
١. قوّي	الموقف سليم من كل النواحي	لا يتخذ أي إجراء
٢. مرضي	سليم نسبياً مع وجود بعض القصور	معالجة السلبيات
٣. معقول	تظهر عناصر الضعف والقوة	رقابة ومتابعة لصيقة
٤. هامشي	خطر قد يؤدي إلى الفشل	برنامج إصلاح ومتابعة ميدانية
٥. غير مرضي	خطير جداً	رقابة دائمة وإشراف مستمر

لم يخلو نظام (CAMELS) من العيوب والانتقادات التي وجهت إليه ومنها:

١. إختيار النسب المالية التي يبنى عليها النظام، يقوم على التقدير الشخصي وليس على افتراضات مثبتة إحصائياً؛

٢. أعطى النظام أوزاناً ثابتة للعناصر المكوّنة له بغض النظر عن الأهمية النسبية لكل عنصر؛

٣. بنيت الأوزان المستخدمة في النظام على التقدير الشخصي غير الموضوعي؛
٤. من الصعوبة بمكان تثبيت الأوزان طول فترات التقييم دون إعتبار للمتغيرات؛
٥. في حالة حدوث تغيير في حجم موجودات بنك معين الأمر الذي يضعه في مجموعة شبيهة أخرى أكبر أو أصغر من مجموعته الأصلية، فقد يحدث تغيير ملحوظ في درجات وأوزان تقييم وتصنيف البنك المعني.

٤. الأزمة المالية العالمية "أزمة الرهون العقارية الأمريكية" مفهومها، وأسبابها:

(١) أزمة الرهن العقاري: يواجه الاقتصاد العالمي في الفترة الراهنة أزمة مالية حقيقية عصفت بالأسواق المالية الدولية والوطنية، وأثرت على البنوك والمؤسسات المالية بصفة خاصة وبشكل لم يسبق له مثيل منذ أزمة ١٩٢٩، وتعود بداية الأزمة إلى أغسطس/آب سنة ٢٠٠٧ عبر ما يسمى بـ"أزمة الرهن العقاري" أو "القروض السيئة ذي الفائدة القابلة للتغيير" حين توسعت المؤسسات المالية الأمريكية في منح قروض سكنية لعدد كبير من الأفراد لتمويل شراء سكنات وارتفع معدل التمليك السكني في الولايات المتحدة من ٦٤% سنة ١٩٩٦ إلى ٢,٦٩% سنة ٢٠٠٤ وتم تشجيع هذه العملية من قبل الحكومة الأمريكية بمقتضى القانون الصادر سنة ١٩٧٧ والذي ينص على إمكانية أن تحصل أي مؤسسة مالية على ضمانات لودائعها المالية من الهيئة الفدرالية للتأمين على الودائع إذا التزمت بالإقراض إلى أسر أمريكية من ذوي الدخل المتواضع، ومع توسع البنوك والمؤسسات المالية في نسب التمويل العقاري دون ضمانات كافية ذلك أثر سلباً على قدرتها المالية رغم محاولتها الاقتراض من بنوك أخرى عبر السوق النقدية ورفضها إقراضها، وتدخل البنوك المركزية في تقديم مليارات الدولارات كقروض للبنوك إلا أنه اتسعت رقعة البنوك التي تعاني من عجز في السيولة النقدية، الأمر الذي أدى في مرحلة تالية إلى ظهور حالات الإفلاس التي يشهدها الاقتصاد الأمريكي والعالمي حيث بلغ عد المؤسسات الأمريكية التي أفلست أو قريبة من الإفلاس بحوالي ١٢٠ مؤسسة مالية منها إفلاس مؤسستي "ليمان برذرز"، "ميرل لينش"، ووصلت أكبر مؤسسة تأمين أمريكية "Group International" "American AIG" حافة الإفلاس لولا تدخل الخزانة الأمريكية والاحتياطي الأمريكي الفيدرالي لإنقاذها، ويكفي أن نشير إلى أن الأزمة المالية الحالية كلفت الاقتصاد الأمريكي فقط من الإدارة الاقتصادية لإيجاد حل لهذه مباشرة حتى تاريخه حوالي ١٠٠٠ مليار دولار مما استدعى تدخلا الأزمة، وخصصت مبالغ ضخمة لتجاوزها قدرت بحوالي ٨٠٠ مليار دولار ويقدر مجموع ما ضحىه الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي حتى الآن حوالي ١٨٠ مليار دولار، كما قامت الخزانة الأمريكية بطرح سندات خزينة وشراء القروض المتعثرة لإنقاذ المصارف والمؤسسات المالية الأمريكية، وساهم تحرير أسواق التمويل العقاري بإلغاء الحد الأقصى للإقراض، ولأسعار الفائدة على الودائع، والغاء القيود على الائتمان في فتح المجال لزيادة التنافس بين البنوك والمؤسسات وسرعة نمو الائتمان العقاري، وتميز أسواق الرهن العقاري بمجموعة من الخصائص تتمثل في النقاط التالية:

- نسبة القرض إلى القيمة (أي نسبة القرض العقاري إلى قيمة السكن) ومدة القرض: إارتفاع نسبة القرض إلى القيمة يفسح المجال أمام المقترضين لإقتراض المزيد، بينما تسمح فترات السداد الأطول بالمحافظة على نسبة خدمة الدين (المقصود بخدمة الدين سداد القسط مضافا إليه الفائدة المستحقة) إلى الدخل في حدود يمكن استيعابها
- إمكانية تكرار الإقتراض بضمان قيمة السكن والسداد المبكر للقرض بدون رسوم: بإمكانية الإقتراض بضمان القيمة المتراكمة للسكن تسمح للجمهور بالاستفادة مباشرة من ثرواتهم السكنية والحصول على المزيد من القروض عند إرتفاع أسعار السكنات، وتتسبب رسوم السداد المبكر في تقييد قدرتهم على إعادة تمويل قروضهم العقارية في حالة انخفاض أسعار الفائدة.
- إنشاء أسواق ثانوية للقروض العقارية: فكلما ازداد تطور أسواق القروض العقارية الثانوية سيجد المقرضون سهولة أكبر في الحصول على التمويل عبر أسواق رأس المال، وتقديم القروض للجمهور إذا ما تساوت الشروط الأخرى.

٢) تطورات الأزمة واضطراب الأسواق المالية: امتد تأثير الأزمة إلى الأسواق والمؤسسات الأساسية في النظام المالي بعد ارتفاع حالات التعثر عن السداد في سوق الرهون العقارية العالية المخاطر في سياق عملية تصحيح رئيسية تشهدها سوق المساكن في أميركا، حيث قامت المصارف وشركات العقار ببيع الديون إلى شركات التوريق التي أصدرت بموجبها سندات قابلة للتداول في أسواق البورصة العالمية من خلال ما يعرف بعمليات "التسنييد"، أو "التوريق" وتولت عمليات التوريق والتي أدت بدورها إلى توسع الفجوة بين الاقتصاد الحقيقي والاقتصاد المالي، ومن جهة أخرى ولتعزيز مركز السندات قامت البنوك والمؤسسات المالية بالتأمين على السندات لدى شركات التأمين على أن يقوم حامل السند بدفع رسوم التأمين عليها ضمانا لسداد قيمة السندات من طرف شركة التأمين في حالة ما إذا أفلس البنك أو عجز صاحب العقار عن السداد، كما قاموا برهن تلك السندات للإستفادة من أسعار الفائدة مما شجعهم على إقتناء المزيد من تلك السندات، وخلال ذات الفترة تم إصدار أدوات مالية جديدة تسمى "المشتقات المالية" حيث تم المضاربة عليها في الأسواق المالية وبصورة منفصلة عن السندات، وكنتيجة لتلك الفروقات السعرية التي أرهقت أصحاب العقارات فتوقفوا عن التسديد، ثم قامت البنوك ببيع العقارات محل النزاع والتي رفض مالكوها الخروج منها وكنتيجة لهذا النزاع بين البنوك وأصحاب العقارات أدى ذلك إلى إنخفاض قيمة تلك العقارات بدءاً من عام ٢٠٠٧ وأصبحت قيمتها أقل من قيمة السندات المتداولة والصادرة بشأنها فلم يعد في مقدور الأفراد سداد ديونهم حتى بعد بيع السندات التي بدأت قيمتها في الإنخفاض فأصبحوا مكبلين بالالتزامات المالية، وكنتيجة لتضرر المصارف الدائنة من عدم السداد هبطت قيمة أسهمها في البورصة وأعلنت عدة شركات عقارية وشركات تأمين إفلاسها فسيطر على أذهان المستثمرين حالة من عدم الثقة مما دفع في اتجاه قيام المودعين بسحب ودائعهم مما إنعكس سلباً على سيولة البنوك على الرغم من تدخلات البنوك المركزية والتي تجاوزت ٥٠٠ مليار دولار ، وتولت الخسائر وانخفضت أسهم البنوك وشركات الإستثمار العقاري فأعلنت إفلاسها والنتيجة أصيبت الأسواق المالية بالشلل التام.

- **مظاهر الأزمة المالية العالمية :** تبرز تداعيات الأزمة المالية العالمية في مجموعة من المؤشرات الخطرة التي تهدد بالإقتصاد الأمريكي والعالمي ويمكن إيجازها ضمن النقاط التالية:

- إفلاس متواصل لكثير من البنوك، والمؤسسات العقارية، وشركات التأمين، وقد بلغ عدد البنوك المنتهية ١١ بنك، من بينها "بنك إندي ماك" الذي يستحوذ ٣٢ مليار دولار من الأصول، وودائع بقيمة ١٩ مليار دولار.
- تدهور حاد في نشاط الأسواق المالية العالمية جراء تأثيره بالقطاع المصرفي والمالي، وهو ما يفسر تقلب مستوى التداولات ترتب عنها اضطرابا وحللاً في مؤشرات البورصة بتراجع القيمة السوقية لـ ٨ مؤسسات مالية عالمية بحوالي ٥٧٤ مليار دولار خلال العام.

- ارتفاع نسبة الديون العقارية على نحو ٦.٦ تريليون دولار، بلغت ديون الشركات نسبة ٤.١٨ تريليون دولار وبذلك فإن المجموع الكلي للديون يعادل ٣٩ تريليون دولار أي ما يعادل ٣ أضعاف الناتج المحلي الإجمالي، كما بلغت نسبة البطالة ٥%، ومعدل التضخم ٤%.

- تراجع كبير في نسب نمو الدول الصناعية من ٤,١% سنة ٢٠٠٨ إلى حدود ٣,٠% سنة ٢٠٠٩ مع توقع تقرير منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية أن تصل نسب النمو عام ٢٠٠٩ في الولايات المتحدة إلى ٥,٠%، مقابل ١,٠% لليابان ، و ٥,٠% لأوروبا.

- تراجع أسعار النفط بدول منظمة الدول المصدرة للبترو "أوبك" إلى ما دون ٥٥ دولار للبرميل .
- إعلان رسمي بدخول إيطاليا وألمانيا كأول وثالث إقتصاد أوروبي في مرحلة ركود إقتصادي.
- التعثر والتوقف والتصفية وافلاس العديد من البنوك.
- انخفاض حاد في مبيعات السيارات وعلى رأسها أكبر المجموعات الأمريكية "فورد"، "جنرال موتورز".

VII - حوكمة البنوك

بدأ الاهتمام بتطبيق أسس ومبادئ حوكمة الشركات بالبنوك متأخراً نسبياً، مقارنة بالاهتمام الذي حظيت به باقي القطاعات الأخرى بالرغم من أهمية البنوك في الحياة الاقتصادية ومن تعدد المتعاملين معها من مقرضين (مودعين) ومقترضين.

١ - مفهوم الحوكمة بالبنوك

هناك عدّة تعريفات لحوكمة الشركات بالبنوك، ومن تلك نذكر:

• الحوكمة من المنظور المصرفي تعني تطوّر الهياكل الداخلية للبنوك بما يؤدي إلى تحقيق الشفافية في الأداء وتطوّر مستوى الإدارة، وترى لجنة بازل أن الحوكمة من المنظور المصرفي تتضمن الطريقة التي تدار بها المؤسسات المصرفية بواسطة مجالس إدارتها والإدارة العليا؛

• كما تعرّف الحوكمة بالبنوك بأنها النظام الذي تتمّ بموجبه إدارة البنوك ومراقبتها ابتغاء تحقيق غاياتها وأهدافها، فهو النظام الذي يتعاملون بموجبه مع مصادر رؤوس الأموال (المساهمين والمستثمرين المؤسسيين)؛

• حوكمة البنوك هي الأسلوب الذي من خلاله يحكم مجلس الإدارة والمديرين والإدارة العليا، أعمال وقضايا ومعاملات البنك. يوضح هذا الأسلوب كيف يتم:

- وضع أهداف البنك؛
- عمليات البنك اليومية والأساسية؛
- الوفاء بالالتزامات التي قطعت للمساهمين؛
- حماية مصالح المودعين؛
- وضع نشاطات وسلوك البنك جنباً إلى جنب مع توقعاته وأهدافه المسطرة والذي سيعمل بأسلوب سليم وامتياز وآمن للوصول إلى ذلك.

• إضافة إلى أن نظام الحوكمة في البنوك يشمل الطريقة التي تدار بها شؤون البنك من خلال الدور المنوط بكل من مجلس الإدارة والإدارة العليا، بما يؤثّر على تحديد أهداف البنك ومراعاة حقوق المساهمين وحماية حقوق المودعين. وبازدياد التعقيد في نشاط الجهاز المصرفي أصبحت عملية مراقبة إدارة المخاطر من قبل السلطة الرقابية غير كافية وباتت سلامة النظام المصرفي تتطلب المشاركة المباشرة للمساهمين ومن يمثلونهم في مجلس إدارة البنك.

من بين العوامل الأساسية التي تدعم التطبيق السليم للحوكمة بالنظام المصرفي لدينا:

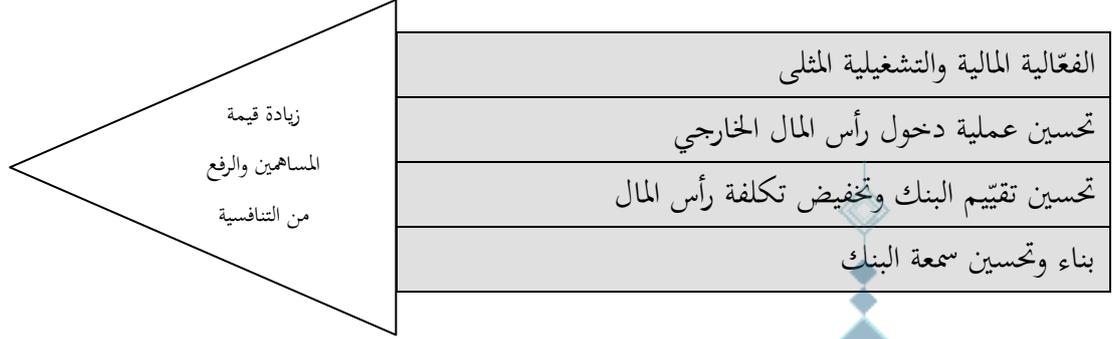
- وضع أهداف إستراتيجية ومجموعة من القيم والمبادئ التي تكون معلومة لكل العاملين في المؤسسة المصرفية؛
- وضع وتنفيذ سياسات واضحة للمسؤولية بالبنك؛
- ضمان كفاءة أعضاء مجلس الإدارة وإدراكهم للدور المنوط بهم في عملية الحوكمة وعدم خضوعهم لأيّ تأثيرات، سواء خارجية أو داخلية؛
- ضمان توافر رقابة ملائمة بواسطة الإدارة العليا؛
- الاستفادة الفعلية من العمل الذي يقوم به المراجعين الداخليين والخارجيين في إدراك أهمية الوظيفة الرقابية؛
- ضمان توافق نظم الحوافز مع أنظمة البنك وأهدافه والبيئة المحيطة؛
- دور السلطات الرقابية في مراجعة أعمال مجلس الإدارة والإدارة العليا.

إضافة إلى:

- خلق بيئة لتعزيز إنضباط السوق فعلياً؛
- مبادرات التعليم والتدريب لبناء طاقات في حوكمة الشركات؛
- تطوير إطار قانوني فعال يحدّد حقوق وواجبات البنك.

يوضح الشكل التالي مدى استفادة البنوك من تطبيق مبادئ الحوكمة المتعارف عليها والمعمول بها على المستوى الدولي:

مدى استفادة البنوك من تطبيق الحوكمة



وتعتبر حوكمة الشركات بالبنوك حالة خاصة ومختلفة عن بقية الشركات نظراً ل:

- ١) وجود معلومات مالية أكثر غموضاً وتعقيداً وهذا يصعب من عملية تقييم الأداء والمخاطر؛
- ٢) تعدّد وتنوع أصحاب المصالح بالبنوك (عدّة مودعين وحقوق ملكية متعدّدة)؛
- ٣) رافعة مالية ذات معدلات مرتفعة ولحقوق للغير قصيرة الأجل وبمبالغ ضخمة؛
- ٤) صرامة وشدّة اللوائح والقواعد التنظيمية؛
- ٥) تنظيم بطيء وثقيل في الإجراءات؛
- ٦) الآثار الأوسع انتشاراً في حالة إهمالها والتي تنال من المودعين والدائنين التجاريين والمساهمين والذين يعدّون بالملايين والآلاف حسب حجم النظام المصرفي في كل دولة.

وتعتبر كذلك لأن البنوك:

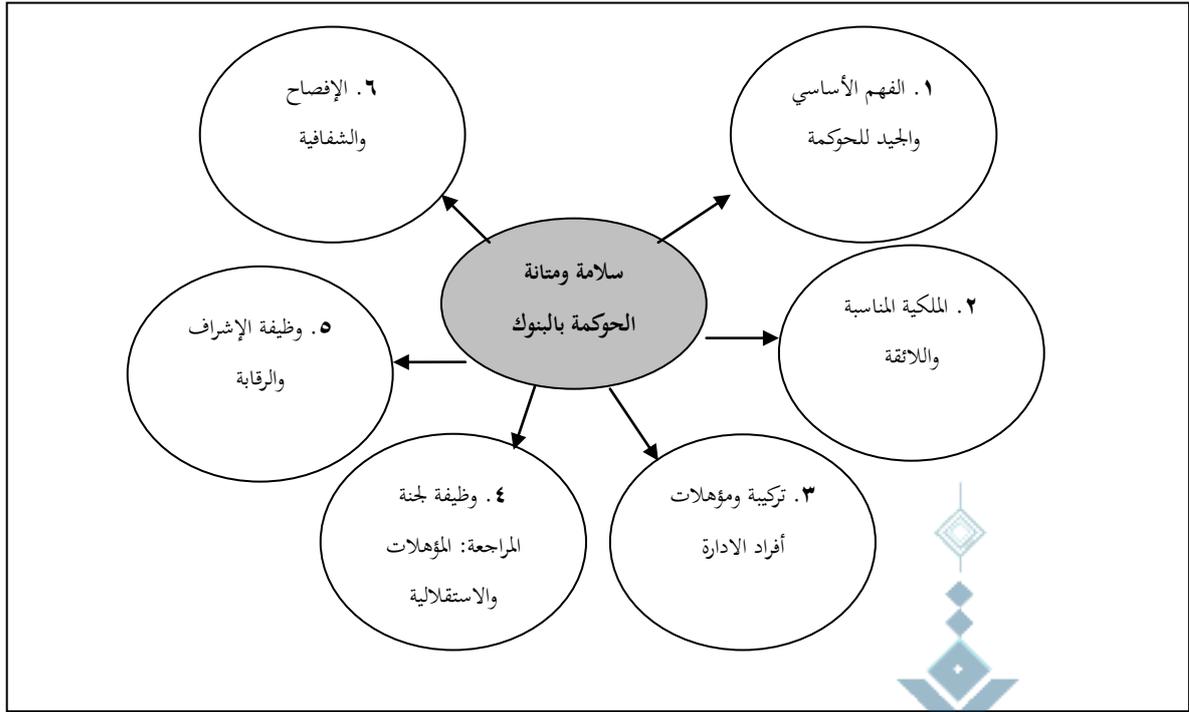
* تمثل عامل مهمّ وحيوي في النّمّو والتنمية، ففي الجزائر يتم تمويل الاقتصاد الوطني من البنوك بنسبة ٨٠ بالمائة أي ما يعادل ١٨ مليار دولار؛

* هي جوهر الاستقرار المالي للاقتصاد ككل؛

* تتمتعها بثقة عامة لأنها تتلقى الودائع من الجمهور ومن أطراف أخرى خارج الجهاز المصرفي.

لدينا الشكل الآتي الذي يبيّن المكونات التي تعمل على متانة وسلامة الحوكمة بالبنوك:

مكوّنات متانة الحوكمة بالبنوك



تتمثل أهمّ علاقات البنك بالأطراف ذات المصلحة في نوعين مهمّين هما:

– العلاقة بين البنك والمودع (علاقة وكالة):

المدخّر الذي يتقدم لسوق رأس المال يتعرض لما يعرف بعدم تماثل المعلومات، لأن ليس له الوقت ولا الوسائل التقنية ولا المالية التي تمكنه من فحص ملاءة المقترضين، وأحسن طريقة لادخار أمواله هو البنك الذي يعتبر وسيط متخصص في تقييم وتقسيّم المخاطر وكذلك في مراقبة المقترضين، والسؤال المطروح هنا هو نوع الرقابة المسلطة على البنك نفسه من قبل المودع. هنا تتدخل السلطات العمومية بقواعد تنظيمية وإحترازية تضمن من خلالها أموال المودعين؛

– العلاقة بين البنك والمقترضين:

ينشأ عن هذه العلاقة مشكل الاختيار العكسي، فعندما يريد البنك أن يمنح مبلغ للمقترض، ويرى أنه غير قادر على التحكم في المخاطر و لا يستطيع تسييرها عندئذ يمكنه في هذه الحالة أن يرفض طلب المقترض. ولكن نظرًا لحاجة المقترض إلى الأموال فانه يضطر إلى إخفاء بعض المعلومات عن البنك والتي أدت إلى رفض طلبه فينشأ بذلك مشكل عدم تماثل المعلومات بينهما.

قامت مؤسسة التمويل الدولية (IFC) باقتراح مخطط عمل من أجل تطبيق مبادئ الحوكمة في البنوك والمؤسسات المالية، وهذا على أربعة مستويات كما في الجدول التالي:

الخطوات المتوالية لحوكمة البنوك

المستوى (١):	المستوى (٢):	المستوى (٣):	المستوى (٤):	السمات
ممارسات حوكمة الشركات المتعارف عليها	الخطوات الإضافية لضمان تحقيق حوكمة الشركات	الإسهام الأساسي في تحسين حوكمة الشركات على المستوى الوطني	القيادة	(أ) الالتزام بحوكمة الشركات
<ul style="list-style-type: none"> - التأكد من ممارسة الجوانب الشكلية من الحوكمة. - تحفظ البنك بعدد من السياسات المصاغة أو ميثاق للحوكمة يتناول كحد أدنى حقوق المساهمين والتعامل معهم ودور مجلس الإدارة والشفافية والإفصاح وأخلاقيات المهنة. 	<ul style="list-style-type: none"> - يحدد البنك موظف مسؤول عن ضمان التزامها بميثاق الحوكمة وسياساتها ومراجعة هذا الميثاق وهذه السياسات بشكل دوري. - يفتح البنك بشكل دوري للمساهمين عن ميثاق الحوكمة والممارسات ودرجة التزام هذه الممارسات بالمواثيق الاختيارية لأفضل الممارسات في هذه الدولة. 	<ul style="list-style-type: none"> - يلتزم البنك بجميع التوصيات المتعلقة بميثاق أفضل الممارسات الاختياري القائم في الدولة. - يحتوي مجلس الإدارة على لجنة للحوكمة 	<ul style="list-style-type: none"> - البنك معترف به دوليا بوصفه زعيم وطني له موقع بين رواد العالم في الحوكمة. 	
<ul style="list-style-type: none"> - ينعقد مجلس الإدارة بصفة دورية ويتشاور بشكل مستقل عن الإدارة التنفيذية للبنك. - يحصل أعضاء مجلس الإدارة على معلومات مناسبة ووقت كافٍ للتحليل والتشاور من أجل ممارسة مهامهم المتعلقة بالإشراف على اتجاه البنك وتنميته. - يشتمل المجلس على أعضاء ليسوا من ضمن الموظفين التنفيذيين به ولا تابعين له ولا هم أعضاء ضمن مجموعة المساهمين المسيطرين. - يشتمل المجلس على لجنة للمراجعة والالتزام معظم أعضائها مستقلين، تقدم التوصيات بشأن اختيار المراجعين الخارجيين واجتماعات المساهمين ومراجعة تقارير المراجعين الداخليين والخارجيين وإقرارها، كما تعد مسؤولة عن الإشراف على تنفيذ توصيات المراجع وبرنامج البنك التنظيمي. - يؤسس مجلس الإدارة ويراجع على أساس دوري سياسات البنك فيما يتعلق بنوع الصفقات الائتمانية التي تتطلب موافقة المدير ولجنة الائتمان وكافة مستويات المجلس. 	<ul style="list-style-type: none"> - يتضمن المجلس عضوين أو ثلاثة مستقلين عن الإدارة والمساهمين المسيطرين. - لدى المجلس لجنة إدارة للمخاطر ويحصل مجلس الإدارة بأكمله على مراجعات سنوية تحتوي على آراء من مصادر خبرات خارجية بخصوص نظم إدارة المخاطر بالبنك. - وضع البنك إجراءات خاصة لمراجعة كاملة لمجلس الإدارة حول كافة صفقات الائتمان الهامة المبرمة مع الأعضاء المتدربين وأعضاء المجلس والتابعين للبنك. - تكوين مجلس الإدارة من حيث الاختصاصات والمهارات المتنوعة يتناسب ومهام الإشراف وإتمام التقييم السنوي. 	<ul style="list-style-type: none"> - يحتوي مجلس الإدارة على لجنة للمراجعة الحسابية تتكون من أعضاء مستقلين فقط. - معظم أعضاء مجلس الإدارة مستقلين. - تعمل لجنة من لجان مجلس الإدارة لتكون فقط من الأعضاء المستقلين على إقرار جميع الصفقات الهامة المبرمة مع التابعين للمساهمين المسيطرين أو مع أعضاء مجلس الإدارة أو الإدارة (أو لجنة من لجانها) لضمان التعرف السريع على الأصول المتعثرة وحل هذه المشكلة. 	<ul style="list-style-type: none"> - أن يكون لدى البنك مراجعة مستقلة للأصول (القروض) وأن يتم إخطار مجلس الإدارة (أو لجنة من لجانها) لضمان التعرف السريع على الأصول المتعثرة وحل هذه المشكلة. 	(ب) هيكل مجلس الإدارة وعمله
<ul style="list-style-type: none"> - يتم إعداد القوائم المالية للبنك وفق النظام الدولي للمحاسبة وتراجعتها شركة مستقلة. - تلتزم سياسات البنك وممارساته فيما يتعلق بتوثيق رأس المال وجودة محفظة الأوراق المالية ومكافحة غسيل الأموال وغير ذلك من الأمور التنظيمية بالمعايير التي تضعها الجهات التنظيمية الوطنية المناظرة لها. - لدى البنك نظام قائم من الضوابط الداخلية والمراجعة الحاسبية الداخلية يتسق دائما مع المراجعين الخارجيين ويعد مسئول أمام مجلس الإدارة. 	<ul style="list-style-type: none"> - تتخطى حسابات البنك المالية والتنظيمية وسياسات رفع التقارير والإفصاح الشروط القانونية والتنظيمية الوطنية، بحيث تدرج عناصر هامة من أفضل الممارسات الدولية للبنوك. 	<ul style="list-style-type: none"> - لدى البنك ممارسات للإفصاح عن الشؤون المالية وغير المالية تتفق مع أعلى المعايير الدولية. - تتاح جميع صور الإفصاح والاتصالات بالمساهمين على شبكة الانترنت في الوقت المناسب. 	<ul style="list-style-type: none"> - يتاح جميع صور الإفصاح والاتصالات بالمساهمين على شبكة الانترنت في الوقت المناسب. 	(ج) الشفافية والإفصاح
<ul style="list-style-type: none"> - يلتزم البنك بشروط الإفصاح جميعها بموجب القوانين السارية والنظم والقواعد التي تحكم القيد، ويتم التعامل مع المستثمرين والمحللين 				

			المالين بالتساوي عند الإفصاح عن المعلومات.	(د) معاملة المساهمين الأقلية
- تاريخ البنك في المساواة بين المساهمين يشهد التزام يتسق مع توقعات السوق الدولية.	- لدى البنك آليات فعّالة للتصويت من أجل حماية أقلية المساهمين من التصرفات التي تتسم بالتحيز ضدهم عند تركيز الملكية أو تضارب مصالحهم مع مصالح المساهمين المسيطرين.	- تمثل جيد لمساهمي الأقلية يتمثل في آليات التصويت التجميعي وغير ذلك من الآليات. - وضع البنك بوضوح سياسات قابلة للتطبيق تتعلق بالتعامل مع حقوق أقلية المساهمين عند تغيير السلطة. - يتيى البنك سياسة مفهومة وممارسة للإفصاح الكامل للمساهمين يتعلق بكافة الصفقات الهامة مع تابعي المساهمين المسيطرين أو الأعضاء بمجلس الإدارة أو الإدارة (تضارب المصالح) مع الإفصاح التام عن كافة اتفاقيات المساهمين بين المساهمين المسيطرين. - يفصح التقرير السنوي عن المخاطر الرئيسية التي تواجه أقلية المساهمين فيما يتعلق بجموية المساهمين المسيطرين بالبنك أو درجة تركيز الملكية أو الملكية المشتركة بين تابعي البنك، والوضع العام للأسهم بالبنك.	- يحصل أقلية المساهمين على إخطار في الوقت المناسب بانعقاد اجتماعات المساهمين بالإضافة إلى جدول الأعمال، مع السماح لهم بالمشاركة في التصويت أثناء تلك الاجتماعات. - يعامل البنك جميع المساهمين المتضمنين لفئة واحدة من الأسهم بالتساوي فيما يتعلق بحقوق التصويت والاكتمال ونقل ملكية الأسهم. - يتم التعامل مع جميع حملة الأوراق المالية بالتساوي فيما يخص الإفصاح عن المعلومات. - يحصل المساهمون على معلومات دقيقة في الوقت المناسب تتعلق بعدد الأسهم في كل فئة التي يحملها المسيطرين والتابعين للبنك.	

٢- توصيات لجنة بازل بشأن حوكمة البنوك

يمكن القول أن لجنة بازل للرقابة المصرفية هي من أهم وأبرز الهيئات الدولية المالية على الإطلاق التي تبذل الجهد الكبير في سبيل إدارة البنوك والمؤسسات المالية بشكل سليم يضمن مصالح الجميع، حيث أصدرت فيما يخص الحوكمة في البنوك وثيقتين إثنين تحويان توصيات هامة، الأولى في سنة ١٩٩٩ والثانية في سنة ٢٠٠٦. المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر ١٩٩٩

أصدرت لجنة بازل للرقابة المصرفية في سنة ١٩٩٩، وثيقة حول سبل تحسين حوكمة الشركات في المؤسسات المصرفية، جاءت هذه الوثيقة بأبرز الممارسات التي تعمل على سلامة الحوكمة بالبنوك ضمن سبعة مبادئ هي:

- المبدأ الأول: بناء أهداف إستراتيجية ووضع قيم للعمل

لا يمكن لأي شركة إدارة نشاطاتها بدون وجود أهداف إستراتيجية أو قيم سلوكية تقودها وترشدتها، حيث ينبغي لهذه القيم منع الفساد والرشوة في نشاطات البنك وعلى مجلس الإدارة أن يضمن أن الإدارة العليا تنفذ سياسات تمنع النشاطات والعلاقات التي تقلل من نوعية حوكمة الشركات بالبنوك ومن بينها:

(١) تضارب المصالح بين أفراد الإدارة؛

(٢) الإقراض للرئيس أو للعاملين؛

(٣) المعاملة التفضيلية الممنوحة للأطراف ذات العلاقة.

- المبدأ الثاني: وضع وتعزيز خطوط واضحة حول المسؤولية والمساءلة

مجلس الإدارة الفعال يوضح سلطاته وأهم مسؤولياته، والإدارة العليا مسؤولة عن القيام بمساءلة هرمية للمستخدمين بالبنك؛

- المبدأ الثالث: ضمان كون أعضاء المجلس مؤهلين حسب وضعياتهم

ولهم دراية واضحة بشأن دورهم في حوكمة الشركات، فمجلس الإدارة يعزز ويمتد الحوكمة بالبنك عندما:

(١) يعي دوره الإشرافي وواجبه الأمين نحو البنك ومساهميته؛

- ٢) خدمة الضبط والموازنة في الوظائف اليومية لإدارة البنك؛
- ٣) تزويد البنك باستشارات رزينة؛
- ٤) تجنّب تضارب المصالح في نشاطاته؛
- ٥) الاجتماع المنتظم مع الإدارة العليا والمراجعة الداخلية لتأسيس والمصادقة على السياسات.

- المبدأ الرابع: ضمان أن هناك إشراف ملائم من الإدارة العليا

على الإدارة العليا أن تأخذ على عاتقها الدور الإشرافي مع إحترام حدود المديرين في قضايا الأعمال الخاصة، حيث أن الإدارة العليا ينبغي أن تتشكل من مجموعة الرؤساء المسؤولين بالبنك مثل المسئول المالي الرئيسي (CFO) ورئيس المراجعين؛

- المبدأ الخامس: الاستفادة الفعالة من العمل الذي يقوم به المراجعون الداخليون والخارجيون

حيث يلعب المراجعون دور جوهري في عمليات حوكمة الشركات بالبنوك، ويمكن تحسين كفاءة المجلس والإدارة العليا من خلال:

- ١) الاعتراف بأهمية عمليات المراجعة؛
 - ٢) الأخذ بمقاييس وإجراءات تحسين إستقلالية و نزاهة المراجعين؛
 - ٣) ضمان إستقلالية المراجع الرئيسي؛
 - ٤) على المراجعين الخارجيين الحكم على مدى كفاءة نظم الرقابة الداخلية.
- فعلى المجلس التسليم بأن المراجعين الداخليين والخارجيين أعوان مهمين ويمكن الاعتماد عليهم وينبغي عليه الاستفادة القصوى من أعمالهم المنجزة؛

- المبدأ السادس: ضمان كون أساليب المكافآت متشكّلة من القيم الأخلاقية للبنك ومن المحيط الرقابي والاستراتيجي له

على مجلس المديرين المصادقة على مكافآت أعضاء الإدارة العليا وباقي العاملين الرئيسيين، وضمن أن كل المكافآت تتشكّل وتتحدّد وفقاً لأهداف وثقافة البنك وبيئته الرقابية؛

- المبدأ السابع: العمل والسير بحوكمة الشركات في البنك وفق أسلوب ونمط شفاف

من الصعب مسك الحسابات الشخصية عن نشاطات وأداء مجلس المديرين والإدارة العليا عندما يكون نقص في الشفافية، يحدث هذا عندما لا يجد أصحاب المصلحة والمشاركون في السوق والجمهور العام، معلومات كافية عن هيكل وأهداف البنك الذي من خلاله نحكم عن كفاءة المجلس والإدارة العليا التي تديره. حيث يمكن للشفافية أن تقوي حوكمة الشركات من خلال الإفصاح العام المرغوب فيه وفق العناصر الآتية:

- ١) هيكل المجلس (الحجم، العضوية، المؤهلات)؛
- ٢) هيكل الإدارة العليا (المسؤوليات، المؤهلات والخبرة)؛
- ٣) الهيكل التنظيمي الأساسي؛
- ٤) معلومات حول هيكل الحوافز بالبنك (سياسات الأجور، المكافآت التنفيذية، خيارات الأسهم والعلاوات)؛
- ٥) طبيعة وامتداد الصفقات مع الفروع والأطراف المتصلة بالبنك.

ثانيا: توصيات سنة ٢٠٠٦

يركّز الجيل الثاني من التوصيات حول حوكمة الشركات بالمؤسسات المصرفية، على وظائف ومسؤوليات كل من مجلس المديرين والإدارة العليا، وقد قدمت اللّجنة ثمانية مبادئ للبنوك من أجل العمل على تحسين وترقية وتعزيز معايير الحوكمة السليمة و هي:

– المبدأ الأول: ينبغي على أعضاء مجلس الإدارة أن يكونوا مؤهلين حسب المناصب التي يشغلونها، ولديهم فهم واضح عن دورهم في حوكمة الشركات، إضافة إلى قدرتهم على الحكم السليم بشأن أعمال البنك فمجلس المديرين في النهاية هو المسئول عن السلامة المالية والتشغيلية للبنك، وترى اللّجنة أن المجلس وأعضاؤه يمكنهم تقوية حوكمة الشركات بالبنوك من خلال:

١. إدراك وتنفيذ دورهم الإشرافي؛
٢. المصادقة على الإستراتيجية العامة لأعمال البنك؛
٣. تجنّب تضارب المصالح في أنشطتهم؛
٤. تطوّر والحفاظ على مستوى ملائم من الخبرة لأجل نموّ البنك في الحجم والتركيب؛
٥. ترقية أمن وسلامة البنك.

– المبدأ الثاني: ينبغي على مجلس المديرين المصادقة والإشراف على الأهداف الإستراتيجية للبنك وعلى قيمه على مجلس المديرين ضمان أن الإدارة العليا تطبّق الإجراءات والسياسات الإستراتيجية المصمّمة للرفع من النزاهة والسلوك المهني، كما عليه ضمان أن الإدارة العليا تنقذ سياسات تمنع الأنشطة والعلاقات والوضعيات التي يمكنها تقليص نوعية حوكمة الشركات مثل:

١. تضارب المصالح؛
٢. الإقراض للرؤساء وللمستخدمين وللمديرين أو للمراقبين المساهمين؛
٣. القيام بمعاملة تفضيلية لأصحاب العلاقة ومختلف الأطراف المرغوب فيهم.

– المبدأ الثالث: ينبغي على مجلس المديرين وضع وتعزيز الخطوط العريضة للمسؤولية والمساءلة مجلس المديرين الفعّال حقيقة يحدّد السلطات والمسؤوليات التي على عاتقه وعلى عاتق الإدارة العليا، كما يعتبر المجلس مسئول على الإشراف عن أنشطة الإدارة ومدى توافقها مع سياسات المجلس، وكذلك فإن الإدارة العليا مسئولة عن تفويض السلطات والواجبات إلى أفراد البنك وفي إنشاء هيكل إدارة يرفع من المساءلة؛

– المبدأ الرابع: على المجلس ضمان إشراف ملائم من الإدارة العليا يوافق سياساته الإدارة العليا بحكم هيكلها من حيث الأفراد المسئولين مثل (CFO)، هي مسئولة عن الإدارة اليومية للبنك، فمن أهم أدوار الإدارة العليا تأسيس تحت إرشادات مجلس المديرين نظام للرقابة الداخلية الفعّالة؛

– المبدأ الخامس: ينبغي على المجلس والإدارة العليا فعلياً، استعمال الأعمال التي تقوم بها وظيفة المراجعة الداخلية والمراجعين الخارجيين ووظائف الرقابة الداخلية

على المجلس الاعتراف بأن إستقلالية وكفاءة وتأهيل المراجعين هو سياق جوهري في تحقيق الحوكمة، فالمجلس يستعمل أعمال المراجعين ووظائف الرقابة للحصول على معلومات مضبوطة ودقيقة عن أداء وعمليات إدارة البنك، ويمكن للمجلس والإدارة العليا تحسين كفاءة وظيفة المراجعة الداخلية من خلال:

١. الاعتراف بأهمية عمليات المراجعة والرقابة الداخلية بالبنك؛

٢. استعمال في الوقت المناسب وبأسلوب فعال مخرجات المراجعة الداخلية؛

٣. ترقية إستقلالية المراجعين الداخليين؛

٤. إشراك المراجعين الداخليين في الحكم على مدى كفاءة الرقابة الداخلية.

كما يمكن للمجلس والإدارة العليا المساهمة في بناء كفاءة للمراجعين الخارجيين بشأن ضمان عدالة وحيادية القوائم المالية المقدمة للبنك باحترام:

١. ضمان أن المراجعين الخارجيين ملتزمين بتطبيق إرشادات ومعايير الممارسة المهنية؛

٢. إشراك المراجعين الخارجيين في رؤية مسار عمل الرقابة الداخلية والمتعلق بالإفصاح عن القوائم المالية؛

٣. ضمان كون المراجعين الخارجيين يفهمون ويدركون واجباتهم نحو البنك.

– المبدأ السادس: على البنك ضمان ملائمة ممارسات وسياسات المكافآت مع ثقافة المؤسسات المصرفية ومع الأهداف الإستراتيجية و الطويلة الأجل، وكذلك مع محيط الرقابة

ينبغي على مجلس المديرين أو لجان المجلس المصممة بتحديد أو المصادقة –ووفق سياسة مكافآت ملائمة– على تعويضات أعضاء المجلس والإدارة العليا وضمان أن أيّ تعويضات تمنح، تتوافق و العناصر المذكورة؛

– المبدأ السابع: ينبغي إدارة البنك وفق أسلوب شفاف

الشفافية مهمة لسلامة حوكمة الشركات، فمن الصعب على المساهمين وأصحاب المصلحة والمشاركين في السوق فعليًا، مراقبة ومساءلة مجلس المديرين والإدارة العليا في ظلّ نقص الشفافية. كذلك فإن الإفصاح العام الملائم يسهّل انضباط السوق ويمتّن معايير الحوكمة بالبنوك وهذا عندما يحسّن تقرير المراقبين من مقدرة الإشراف الفعلي للمراقبين أنفسهم على أمن وسلامة البنك؛

– المبدأ الثامن: ينبغي على المجلس والإدارة العليا فهم الهيكل التشغيلي للبنك من خلال مدى الالتزام بالعمل وفق بيئة قانونية معينة

على مجلس المديرين أخذ خطوات تضمن أن مخاطر أيّ عمليات يتم التعامل معها بادراك جيّد وإدارة حديثة من خلال:

١. ضمان المجلس، كوّن الإدارة العليا تعي السياسات التي تقوم بها؛

٢. الاستراتيجيات والإجراءات والسياسات الملائمة ينبغي أن تحكم وتدير الهياكل المالية المعقدة المصادق عليها، إضافة إلى المنتجات والأدوات المالية المقدمة للزبائن.

نلاحظ أن مبادئ تحسين حوكمة الشركات بالمؤسسات المصرفية في توصيات ١٩٩٩ وتوصيات ٢٠٠٦ متشابهة من حيث إنطلاقة كل مبدأ ولكن مطوّرة ومعزّزة في لب وجوهر كل مبدأ، إضافة إلى أنّ التوصيات الأخيرة جاءت بالمبدأ الثامن الذي يعتبر الجديد مقارنة بتوصيات ١٩٩٩ والمتعلق بالمخاطر التشغيلية التي يمكن أن يتعرض لها البنك، على اعتبار الافلاسات والانهيارات التي حصلت في البنوك والمؤسسات الأخرى والتي نتجت عن سوء تقدير المخاطر التشغيلية

(الاختلاس، التدليس، الغش في القوائم المالية)، حيث أن هذا المبدأ يعمل على تذكير مجلس المديرين والإدارة العليا بهذا النوع من المخاطر، وكذلك استعمال توصيات سنة ٢٠٠٦ لمصطلح مجلس المديرين أكثر مما إستعملتها توصيات ١٩٩٩، أي أن هناك تغيّر في هيكل إدارة البنوك.

وبالنسبة للجزائر، فمن بين الدلالات والمؤشرات التي توحى ببداية إدخال مبادئ الحوكمة ضمن الإدارة المصرفية الجزائرية حسب بعض الباحثين والمتخصصين نذكر:

١. أصبح تعيين مسيري البنوك يتم على أساس الكفاءة العلمية، بالإضافة إلى إبرام عقود نجاعة بين الجهات الوصية وهؤلاء المسيرين من اجل الدفع بتطوير الأداء والحرص على تحقيق نتائج جيدة؛
٢. تمكين النظام المصرفي من آليات التحكم الخارجي والتي تتمثل في الهيئات الرقابية الخارجية، أي تلك المتمثلة في اللجنة المصرفية وإعطاءها صلاحيات واسعة بمراقبة أنشطة البنوك؛
٣. إعطاء صلاحيات أوسع مجالس الإدارة وتحديد الأطر التي تحكم أعضاء المجلس والوصاية، باعتبار أن الدولة هي المالك الوحيد لرأس مال البنوك العمومية المسيطرة على النشاط المصرفي الجزائري.

SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر



XI- التسويق المصرفي:

١- تعريف التسويق المصرفي:

تعددت تعاريف الكتاب والمفكرين للتسويق ، وذلك راجع إلى خلفياتهم وتجاربهم، بالإضافة إلى اختلاف الزوايا التي ينظرون من خلالها إلى عملية التسويق المصرفي، خاصة وأن التسويق قد أخذ في الفترة الأخيرة أبعاد ووظائف واسعة تتمثل في تسويق الخدمات المصرفية، التسويق الاستراتيجي والتسويق العملي.

ومن أشهر المفكرين الذين تطرقوا إلى تعريف التسويق المصرفي هو P.Kotler الذي اعتبر التسويق المصرفي على أنه « مجموعة الأنشطة المتكاملة التي تجرى في إطار إداري محدد، وتقوم على توجيه انسياب خدمات البنك بكفاءة وملائمة لتحقيق الإشباع للمتعاملين من خلال عملية مبادلة تحقق أهداف البنك ، وذلك في حدود توجهات المجتمع».

أما S. Coussergues فتعرف التسويق المصرفي بأنه مجموع المهام التي تهدف إلى الموازنة بين عرض البنك من الخدمات المصرفية واحتياجات العملاء من هذه الخدمات، فالتسويق المصرفي يكفل ضمان تدفق المنتجات المصرفية في المكان والوقت المناسبين، ولا يجب التفكير على أن التسويق المصرفي يشبه التسويق في المؤسسات الصناعية والتجارية رغم أن الأهداف والفلسفة واحدة، إلا أن الانطلاقة وطرق العمل مختلفة لاختلاف سلوك المستهلك وخصوصية الخدمات المصرفية التي تتطلب البحث المستمر عن مسالك مناسبة لإيصالها إلى العميل.

أما ناجي معلا فقد اعتبر التسويق المصرفي على أنه مجموعة من الأنشطة المتخصصة والمتكاملة التي توجه من خلالها موارد البنك وإمكانياته ضمن صياغات خلاقية، تستهدف تحقيق مستويات أعلى من الإشباع لحاجات ورغبات العملاء الحالية والمستقبلية والتي تشكل دائما فرصا تسويقية سانحة بالنسبة لكل من البنك ومستهلك الخدمة المصرفية.

بالنظر إلى هذا التعريف يلاحظ أن التسويق المصرفي عبارة عن نشاط يتصف بكونه:

- متعدد الجوانب ذو إستراتيجية متشابكة.
 - متغلغل عميق الجذور على اعتبار أنه يمارس في جهاز حساس وإستراتيجي.
 - نشاط متراكم بأي شكل (تراكم المعرفة والخبرة).
 - مرتبط بهدف تحقيق السيولة، الربحية والأمان.
- بناء على التعاريف السابقة نقدم تعريفا شامل للتسويق المصرفي على أنه فلسفة تحدد أهداف البنك ويعني خلق وتسليم وإرضاء العميل من خلال الأنشطة التي يزاولها البنك، وهو عملية مستمرة ومتجددة تعني ابتكار الخدمات المصرفية وأدائها وتقديمها للعميل في أحسن صورة بهدف إرضائه وتحقيق أقصى ربح للبنك، كما يهتم بدراسة السوق المصرفية المتمثل في عملاء البنك الحاليين والمرتبين والمؤسسات المصرفية المنافسة.

٢- مفهوم وخصائص الخدمات المصرفية ومشكلاتها التسويقية.

تتفرد الخدمات عموما - ومنها الخدمات المصرفية- بوجود ملامح مميزة والتي يجب أن يأخذها رجل التسويق في الحسبان، وهذه الملامح المميزة تخلق مشاكل تسويقية تؤثر في أشكال وأبعاد البرامج التسويقية المتعلقة بها والتي تختلف في الغالب عن تلك المتعلقة بالسلع المادية.

تعتبر الخدمات المصرفية مصدرا للإشباع الذي يسعى إلى تحقيقه العميل، أما من منظور البنك فإنها تمثل مصدرا للربح. **أولا: مفهوم الخدمات:** هناك شبه اتفاق بين كثير من الكتاب حول تعريف الخدمة على أنها نشاط أو منفعة أو إشباع يقدمها البائع إلى المشتري وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يرتبط إنتاجها بمنتج مادي ملموس، ولا يترتب عنها نقل للملكية.

لقد عرف Stanton الخدمة بأنها أوجه نشاطات غير ملموسة تهدف إلى إشباع الرغبات والاحتياجات عندما يتم تسويقها إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي مقابل سداد مبلغ معين من المال، بحيث لا تقترن هذه الخدمات ببيع منتجات أخرى.

أما Kotler فقد اعتبر الخدمة أنها أي نشاط أو أداء يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر، ومن الضروري أن يكون غير ملموس ولا ينتج عنه أي نقل للملكية، وإنتاجه قد يرتبط بالمنتج المادي أو لا يرتبط به. ويتضح من التعريفين السابقين ما يلي:

SAHLA MAHLA
المعهد الأول للمحركات التخرج في الجزائر

- أن الخدمة أداء أو نشاط وليست شيء مادي ملموس.
- تتطلب الخدمة وجود طرفين، طرف يقدم الخدمة وطرف يحصل عليها.
- الخدمة غير ملموسة ولا يمكن إدراكها أو الإحساس بها.
- لا ينتج عن أداء الخدمة نقل للملكية باعتبار أنها غير ملموسة.

ثانيا- تصنيف الخدمات: طبقا للعديد من الكتاب يمكن تقسيم الخدمات باستخدام أكثر من أساس، وفيما يلي نقدم عرضا مختصرا ومبسطا لهذا التقسيم:

أ- التقسيم طبقا للهدف من تقديم الخدمة:

- خدمات تقدم بهدف تحقيق الربح وهي الخدمات التي تقدمها المنظمات (المنظمات الخاصة) مثل الخدمات الفندقية، والصحية وخدمات التوصيل...إلخ.

- خدمات تقدم بهدف عدم تحقيق الربح وهي تلك الخدمات التي تقدمها على الخصوص المؤسسات الحكومية في مجال الصحة والتعليم والتكفل الاجتماعي لبعض فئات المجتمع.

ب- التقسيم طبقا لنوع العميل:

- خدمات استهلاكية وهي تلك الخدمات التي يشتريها الأفراد لإشباع حاجاتهم الشخصية مثل خدمات الإصلاح (تصليح السيارات، الأجهزة الإلكترونية و الكهرومنزلية....).

- خدمات صناعية والمتمثلة في الخدمات التي تشتريها منظمات الأعمال بغرض تمكينها من أداء أعمالها مثل خدمات التركيب والصيانة والحراسة وغيرها.

ج- التقسيم حسب درجة الاعتماد على العمالة أو الآلة:

- خدمات تعتمد على العمالة وهي تلك الخدمات التي تلعب العمالة دورا أساسيا في تقديمها مثل خدمات التعليم، التصليح، الخدمات المصرفية.

- خدمات تعتمد على الآلة وهي الخدمات التي تلعب الآلة دورا هاما في تقديمها مثل خدمات الإعلام الآلي وخدمات الاتصالات، ومراكز اللياقة البدنية.

- خدمات تعتمد على العمالة والآلة معا، وهي خدمات يعتمد في تقديمها على عنصري العمالة والآلة معا كالخدمات المصرفية وخدمات النقل وبعض الخدمات الطبية.

د- التقسيم حسب الاتصال والاحتكاك بالعميل:

- خدمات ذات اتصال كبير بالعميل كخدمات الفنادق، والبنوك والخدمات الطبية، حيث يعتبر تواجد العميل أمرا ضروريا لأداء الخدمة.

- خدمات ذات اتصال قليل بالعميل وهي تلك الخدمات التي يتم تقديمها دون تواجد العميل، مثل خدمات التصليح بصفة عامة.

هـ- التقسيم حسب مهارة مقدم الخدمة:

- الخدمات المهنية وهي تلك الخدمات التي تمتاز بالتعقيد، حيث عادة ما يحمل مؤديها شهادة تعطي له حق القيام بها، ويتوافر في مؤديها درجة عالية من المهارة مثل الخدمات القانونية والطبية والخدمات المصرفية.

- الخدمات غير المهنية وهي خدمات تمتاز بالبساطة، ولا يتطلب من مؤديها ضرورة الحصول على شهادة تعليمية أو مهنية، ويعتمد أصحابها في أدائها على خبرتهم الشخصية التي غالبا ما يتوارثونها عن آبائهم ولا يتوافر في مؤديها درجة عالية من المهارة مثل خدمات التصليح، التنظيف والطلاء.. إلخ .

و- التقسيم حسب سلوك العميل:

- خدمات ميسرة وهي تلك الخدمات التي يشتريها العميل دون مجهود شرائي من أقرب مكان ن مثل خدمات الحلاقة و خدمات تنظيف الملابس وخدمات التصليح.

- خدمات تسوق وهي الخدمات التي يشتريها المستهلك بعد بذل مجهودات، خاصة إذا تطلب الأمر القيام بعملية مقارنة بين تلك الخدمات المتاحة وتمثل هذه الخدمات في خدمات تأجير السيارات خدمات التأمين خدمات النقل... إلخ.

ثالثا- خصائص الخدمات ومشكلاتها التسويقية:

تنفرد الخدمات عموما- ومنها الخدمات المصرفية- بوجود ملامح مميزة والتي يجب أن يأخذها مدير التسويق في البنك في الحسبان، هذه الملامح المميزة تخلق مشاكل تسويقية تؤثر في أشكال وأبعاد البرامج التسويقية المتعلقة بها

والتي تختلف في الغالب عن تلك المتعلقة بتسويق السلع المادية، و سوف نستعرض الخصائص التسويقية للخدمات بوجه عام، ثم نلي ذلك بعرض أهم الخصائص التسويقية للخدمات المصرفية فيما يلي:

أ- أنها غير ملموسة: فالخدمات ليس لها وجود مادي، فالعميل لا يستطيع الحكم على الخدمة دون تجربتها بنفسه، ولا تكفي المشاهدة أو رأي الغير في الاقتناع بهذه الخدمة أو تلك إلا بعد تقديمها واستعمالها من طرف العميل.

ب- أنها غير قابلة للتخزين: إن السلع يمكن تخزينها في مراحل الإنتاج أو بعد الإنتاج أو أثناء البيع، ولكن لا يحدث ذلك في الخدمات، فالخدمة مثلا لا يمكن تخزينها عند أوقات الازدحام بالنسبة للبنوك، أو أثناء فترات الركود بالنسبة للمنشآت السياحية وشركات النقل ودور السينما وشركات الخدمات الأخرى.

ج- الناحية الشخصية للخدمة: هناك ترابط كبير بين إنتاج واستهلاك الخدمة، فالانتفاع بالخدمة يتطلب وجود المنتفع أو العميل أثناء إنتاجها بواسطة موظف الشباك في البنك، الطبيب في المستشفى، المضيف في الرحلات الجوية، وذلك بعكس السلع التي تنتج في مكان ثم تباع في مكان آخر حيث لا يرى المستهلك أي خطوة من خطوات إنتاج السلعة أو من يقوم بذلك.

د- الخدمة غير قابلة للفحص بعد الإنتاج: تقدم الخدمة بناء على تفاعل بشري بين الموظف والعميل ولا يمكن بطبيعة الحال إجراء عملية رقابة على جودة الخدمة بعد الإنتاج، ومن ثم لا يمكن الاستغناء عن الخدمات المعيبة فالاستهلاك قد تم فعلا، والمسؤولية هنا أكبر وأخطر وتتطلب ضمانات الجودة لحظة تقديم تلك الخدمات.

هـ- الخدمات تنتج وتستهلك في نفس الوقت وغير قابلة للاستدعاء مرة أخرى: بمجرد أن تقدم الخدمة للعميل فإنه يستهلكها في اللحظة التي تقدم له، وبالتالي فإن العميل لا يستطيع تداول هذه الخدمة مع طرف ثالث، كما أن الخدمة المقدمة للعميل لها طبيعة مختلفة من حيث أنها غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها، لذا تسعى المؤسسات الخدمية إلى الاهتمام بالعنصر البشري الذي يقدم الخدمة دون أن يشوبها أي خلل أو تقصير.

و- الانتشار الجغرافي: ليس هناك حدود جغرافية لطلب الخدمات، فهناك طلب محلي موزع على أماكن جغرافية متفرقة داخل أي بلد وهناك طلب خارجي عليه، وعلى هذا فإن كافة الخدمات على اختلاف أنواعها يجب تقديمها للعميل حيث يطلبها وفي أقرب مكان يناسبه.

ي- درجة نظام تقديم الخدمة: تتطلب طبيعة الخدمة - وخاصة الخدمات المصرفية - توافر درجة عالية من الخصوصية في التعامل، وأن هذه الخاصية تفرض على الإدارة أن تكون قناة التوزيع مباشرة وقصيرة ولا مجال هنا للوسطاء في توزيع الكثير من الخدمات.

إن هذه الخصائص المرتبطة بالخدمات أدت إلى ظهور بعد المشكلات المرتبطة بتسويقها، وتنعكس هذه الخصائص على المزيج التسويقي للخدمة، مما دعا البعض كما سبق وأن ذكرنا إلى وجوب إضافة عناصر ثلاثة أخرى هي العنصر البشري، متطلبات إنتاج الخدمة وإدارة التشغيل لهذا المزيج.

إن العناصر الثلاثة الإضافية ليست جديدة على المزيج التسويقي للخدمات، حيث أن الاهتمام بالعنصر البشري هو أحد عناصر المزيج الترويجي، ومستلزمات ومتطلبات إنتاج الخدمة هي إحدى مقومات عنصر الجودة وبذلك تدخل في

عنصر الخدمة - ومنها الخدمة المصرفية-، ولهذا فإن الانشغال الرئيسي لمسئولي البنوك مرتبط بجودة الخدمات المصرفية وفي كيفية تسويقها وتقديمها للعملاء.

و إن كانت هناك خصائص تميز الخدمات عن السلع الملموسة فإن هناك خصائص مميزة للخدمات المصرفية في حد ذاتها قد تعكس مشكلات تسويقية معينة متعلقة بهذا النوع من الخدمات سيتم التعرض لها من خلال النقطة التالية.

رابعاً- مفهوم الخدمات المصرفية والعوامل المميزة لها:

تعد الخدمات المصرفية أحد عناصر مزيج التسويق المصرفي، وأحد الركائز التي يعتمد عليها في وضع الإستراتيجية التسويقية للبنك بل في وضع الاستراتيجية العامة للبنك، وهي على غرار السلع المادية وباقي الخدمات الأخرى تتصف بخصائص تميزها وتجعلها تحدد المعالم الرئيسية للبنك، وقد عرفت مجالاً كبيراً من التغيير والتطور بفضل التكنولوجيات الحديثة التي تبنتها البنوك والتي أضفت لها العديد من الميزات.

أ- مفهوم الخدمات المصرفية: تمثل الخدمات المصرفية مجموعة الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها غير خدمات الإيداع والائتمان والاستثمار، وهي خدمات عديدة ومتنوعة وعادة ما ترتبط بالخدمات الرئيسية الثلاث المشار إليها، وتشمل مجموعتين من الخدمات وهما مجموعة الخدمات المصرفية التقليدية و مجموعة الخدمات غير التقليدية أو المستحدثة. وتنوع الخدمات المصرفية إلى خدمات الإقراض والائتمان وخدمات الودائع والخدمات المستحدثة الأخرى. إنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء تقدم من طرف البنك إلى العميل، وتتصف الخدمات المصرفية بمجموعة من الخصائص تختلف كل الاختلاف عن السلع المادية وحتى عن الخدمات الأخرى وهي:

أ- عدم إمكانية صنع أو إنتاج الخدمات المصرفية مقدماً كما لا يمكن تخزينها.

ب- لا يمكن إنتاج عينات من الخدمات المصرفية.

ج- الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت.

د- جودة الخدمات غير قابلة للفحص قبل تقديمها للعملاء.

يختلف المقصود بالخدمة المصرفية من الناحية الوصفية عنه من الناحية التسويقية، فمن الناحية الوصفية لكل خدمة مكوناتها التي يقابلها العميل وقد تجعله يختار بنكاً دون الآخر، فمثلاً تكون خدمة الحساب الجاري من الحد الأدنى لفتح الحساب، طلب فتح الحساب وعمولة فتح الحساب وغيرها.

أما من الناحية التسويقية فالخدمات المصرفية تمثل مجموعة من المنافع التي يحتاج إليها العملاء سواء من الأفراد أو من الهيئات والمنظمات الأخرى والتي يجب أن تقابل أهدافهم ومن هذه المنافع، منفعة الأمان على الأموال، منفعة الادخار والحصول على العائد ومنفعة سرعة وتسهيل المبادلات المالية مع الآخرين.

وتوفر كل خدمة مصرفية منفعة أو منافع للعميل تجعله يختار البنك الذي يتعامل معه، لذا يقع على عاتق الإدارة التسويقية للبنك العمل على تحقيق هذه المنافع وبالمقابل تحقيق أكبر قدر من الأرباح.

ب- العوامل المميزة للخدمات المصرفية:

كما سبقت الإشارة إلى أن الخدمات المصرفية تتميز بمجموعة من المواصفات تختلف عن بقية الخدمات الأخرى يمكن التطرق إليها فيما يلي :

- تشابه ما تقدمه البنوك من الخدمات: إن الخدمات التي يقدمها أي بنك تقدمها معظم البنوك الأخرى، وهذه أول وأهم مشكلة تسويقية تواجه أي بنك حيث يعمل على التمييز عن المنافسين بمستوى جودة ما يقدمه من خدمات.

- اتساع مجموعة الخدمات المقدمة: يقدم البنك الواحد العديد من الخدمات المصرفية وكل خدمة لها مشكلاتها الخاصة، ولكل خدمة عملاء ذوي خصائص ورغبات معينة وعلى البنك بذل مجهودات من أجل التعرف على هذه الخصائص والرغبات ومحاولة الاستجابة لها وتحقيقها للعميل في الوقت والمكان المناسبين وبالسعر المناسب وبال جودة المطلوبة :

- شدة المنافسة بين البنوك: تشتد المنافسة بين البنوك في الانفراد بتقديم خدمات متميزة تستقطب عن طريقها أكبر عدد من العملاء، لكن يصعب على البنك المحافظة على مستوى معين من المنافسة نظرا للظروف البيئية التي ينشط فيها البنك.

- الاعتماد على التوزيع المباشر: لا يستطيع البنك إنتاج الخدمة مركزيا تم توزيعها بواسطة قنوات توزيع وسيطة كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية، ولكن يقدم البنك خدماته مباشرة عن طريق فروع المنتشرة لتلبية رغبات عملائه من الخدمات بأن يكون قريبا منهم، ولأهمية الناحية الشخصية في تقديم الخدمة يستخدم البنك طرق حديثة في تقديم بعض الخدمات.

- أهمية السرعة والثقة في البنك: وذلك لأن الأموال هي أحد أهم اهتمامات العميل، فحسارة البنك في أحد العمليات المالية قد تنشئ خوف لدى عدد كبير من العملاء يؤدي إلى عجز البنك عن توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية الناتجة عن تخوفات العملاء، كما أن عجز البنك عن تحقيق العائد المناسب والناتج عن ادخارهم يؤدي إلى نفس النتيجة.

- الارتباط بالسياسة الاقتصادية والنقدية للدولة: إن العلاقة الوثيقة بين الجهاز المصرفي والنشاط الاقتصادي تجعل كل منهما يؤثر ويتأثر بالآخر، فبناء على الحالة الاقتصادية للدولة يتخذ البنك المركزي قرارات ويستخدم مجموعة من الأدوات النقدية والائتمانية للتأثير على النواحي الاقتصادية حسب الأهداف الموضوعية، ومن خلال ذلك تتأثر البنوك بهذه القرارات بطريقة مباشرة حيث قد تكون مفاجئة لها في بعض الأحيان، كما تتأثر بقية الأعوان الاقتصادية بهذه القرارات (منها أسعار الصرف، أسعار الفائدة، السوق الائتمانية، نسبي السيولة والاحتياطي، معيار كفاءة رأس المال ...). إلا أن تأثيرها مباشر على البنوك والاستطرد في تلك النقطة يخرج عن نطاق الدراسة، إلا أنه يستنتج من ذلك ارتباط البنوك أكثر من غيرها من المنشآت الأخرى بالسياسة الاقتصادية للدولة.

خامسا- المفهوم الحديث لتسويق الخدمات المصرفية:

إن المفهوم الحديث لتسويق الخدمات المصرفية يرتكز على عدة مبادئ يمكن ذكرها أهمها فيما يلي:

أ- مبدأ الانطلاق من العملاء:

إن المفهوم الحديث لتسويق الخدمات المصرفية يعني أن لا يقتصر تفكير إدارة البنك على معالجة مشاكلها الداخلية، ولكن عليها أن تفكر بالدرجة الأولى في مشاكل العميل وحاجاته ورغباته باعتبارها نقطة الانطلاق لكافة سياسات البنك الأخرى، بل وتنظيمه الإداري، ولا يتأتى ذلك إلا بارتباط متكامل بين البنك وسياسته من جهة، وتطورات السوق ومناخه من جهة أخرى، ويرتبط هذا المبدأ بعدة اعتبارات هامة يجب أن تؤخذ في الحسبان عن صياغة الفلسفة التسويقية للبنك:

- أن العملاء يمكن تقسيمهم إلى عدة فئات أو أجزاء وفقا لحاجاتهم ورغباتهم.
- أن العميل من أي فئة سوف يرحب بأي جهد من جانب البنك يأتي متوافقا بين حاجاته ورغباته.
- أن الهدف الرئيسي للبنك هو البحث واختيار الأسواق المرتقبة وإتباع الأساليب والبرامج الكفيلة بجذب العملاء والاحتفاظ بهم.

ب- مبدأ الارتباط بين النشاط التسويقي والعملية الإدارية:

يعني هذا المبدأ ضرورة تطبيق المفهوم الإداري في التسويق عن طريق تحليل وتخطيط وتوجيه ومباشرة الرقابة على القرارات التسويقية في ظل إطار إداري متكامل في مجالات تقديم وتطوير الخدمات، والتسعير وفتح وحدات جديدة بغرض تشجيع ودفع عمليات التبادل التي تحقق أهداف البنك.

ج- مبدأ استمرارية الوظيفة التسويقية:

حتى تضمن الارتباط بالسوق والعمل وكلاهما يمثل حركة مستمرة، فإنه يجب على الإدارة التسويقية أن تبدأ بإجراء البحوث المستمرة التي تساعد على تصميم أو إعادة تصميم الخدمات، وتقديم الجديد منها، بما في ذلك جهود التجربة والنصح، بإعطاء مختلف أجهزة البنك صورة متكاملة عما يبحث عنه العميل، إلى جانب إعطاء الإدارة صورة حديثة عن الخدمات التي تتواءم مع قدرة العملاء.

لقد توصل المفهوم الحديث لتسويق الخدمات المصرفية إلى مجموعة من المعطيات الأساسية التي أصبحت ركيزة العمل التسويقي في البنوك نذكرها فيما يلي:

- أن موارد البنك المختلفة ليست لها أية قيمة دون وجود العملاء.
- إن أساس النشاط المصرفي هو وضع سياسة لجلب العملاء للتعامل في الخدمات التي يقدمها، بما يحقق أهداف البنك من سيولة وربحية وغيرها.
- أن العمل المصرفي يتطلب العمل المستمر - القيام ببحوث التسويق المصرفي - من أجل التأكد من تحقيق احتياجات العملاء ورغباتهم.
- أن الإشباع الحقيقي لرغبات وحاجات العملاء يتأثر بالدرجة الأولى بأداء موظفي البنك.

٣- المزيج الخدمي للمصارف:

يعتبر الوصول إلى مزيج المنتجات والخدمات المصرفية من الأمور الهامة التي تعكس مدى كفاءة إدارة التسويق بالبنك من ناحية ومدى وصول البنك إلى تحقيق أهدافه من ناحية أخرى.

لقد أوضحت الدراسات في هذا المجال أن استمرار نشاط البنك يتوقف بالدرجة الأولى على مدى قدرته في تطوير منتجاته وخدماته التي تعطي إضافات جديدة لخط منتجاته بما يتناسب مع احتياجات ورغبات العملاء. ويتطلب وضع مزيج الخدمات المصرفية دراسة المتغيرات البيئية للبنك، مع الاعتماد على نظام متكامل للمعلومات يضمن تدفق المعلومات إلى الإدارة التسويقية لوضع الاستراتيجية التسويقية ومن ثم الاستراتيجية العامة للبنك.

أولاً: مفهوم المزيج الخدمي وأبعاده:

يعبر المزيج الخدمي عن مجموعة الخدمات التي يقدمها البنك في وقت واحد إلى عملاءه، حيث يتكون من عدد من الخطوط التي يندرج تحت كل منها مجموعة من الخدمات التي تتصف بدرجة من التماثل والتكامل والترابط فيما بينها.

وتحدد الاستراتيجيات والسياسات التي يتبناها البنك في تسويق وبيع ما ينتجه من خدمات، بنوع وخصائص كل منها ومدى تعددها ونوعية الجمهور الذي يتعامل بها، ويتكون " المزيج الخدمي " من كافة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك لعملائه لتلبية حاجاتهم وتحقيق الأهداف المستطرة. وينطوي المزيج الخدمي للبنك على أربعة أبعاد رئيسية وهي:

- **الاتساع:** يشير بعد الاتساع إلى عدد خطوط الخدمات التي يقدمها البنك، مثلاً تعتبر القروض بمختلف أنواعها خط خدمة مستقل، وتعتبر الاعتمادات المستندية خط خدمة واحد آخر، وتعتبر الحسابات الجارية وحسابات التوفير خطوط خدمة أخرى.

- **الطول:** هو إجمالي عدد الخدمات المصرفية التي تتكون منها كافة خطوط الخدمات و يمكن حساب متوسط طول المزيج الخدمي للمصرف عن طريق قسمة طول المزيج الخدمي على مدى اتساع المزيج (عدد المنتجات والخدمات المصرفية الموجودة في البنك).

- **العمق:** هو التشكيلة الخدمية التي يتكون منها خط الخدمات الواحد، فإذا كان أحد المصارف يقدم أكثر من نوع من القروض فإن هذا التنوع داخل الخط الواحد إنما يشير إلى عمقه، ولهذا فإن درجة التشكيل والتوزيع في خدمات الخط توضح مدى عمقه، ويمكن حساب متوسط عمق المزيج الخدمي عن طريق قسمة المجموع الكلي لتشكيلة الخدمات التي يتكون منها خط الخدمة على عدد الخطوط الفرعية الموجودة في الخط الواحد.

- **التوافق و الاتساق:** درجة الترابط والانسجام بين مختلف خطوط الخدمة المصرفية التي يقدمها البنك سواء كانت من حيث استعمالها من قبل العميل الذي يطلبها أو مستلزمات تقديمها أو حتى أسلوب توزيعها.

من خلال ما تم عرضه، نستطيع التفريق من جهة بين الخط الخدمي الذي يمثل مجموعة المنتجات والخدمات المصرفية المتشابهة والمترابطة فيما بينها، ومن جهة أخرى بين المزيج الخدمي الذي يمثل مجموعة الخطوط الخدمية المتكاملة ويتميز بطوله، باتساعه ومدى عمقه على خلاف الخط الخدمي الواحد. ويمكن تطبيق المزيج الخدمي من طرف البنك على

الصورة التالية:

أ- عدد الخدمات التي يقدمها البنك (عدد الخطوط) يجب أن يكون كبيراً بحيث يعكس قدرأً من التنوع في أداء الخدمة المصرفية لأنه يعزز القدرة التنافسية للبنك.

ب- على إدارة البنك أن تحافظ على توازن وتوافق بنيتها الهيكلية عند البحث عن التنوع باستعمال متوسط عدد خطوط الخدمة في تحديد العدد المناسب.

ج- يجب أن يركز البنك عند اتجاهه نحو تنوع خطوط خدماته على أن يشبع كل خط حاجات معينة لدى العميل، تختلف عن تلك الحاجات التي يشبعها خط خدمات آخر.

ثانياً- دورة حياة الخدمة المصرفية.

مثلاً لكل كائن حي دورة حياة مرتبطة بنطاق زمني محدد يبدأ من ولادته إلى وفاته، فإن للخدمة المصرفية دورة حياة تبدأ بتقديمها إلى السوق وتنتهي بانحدارها وزوالها أو إعادة تقديمها في السوق بعد تطويرها.

أ- مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية.

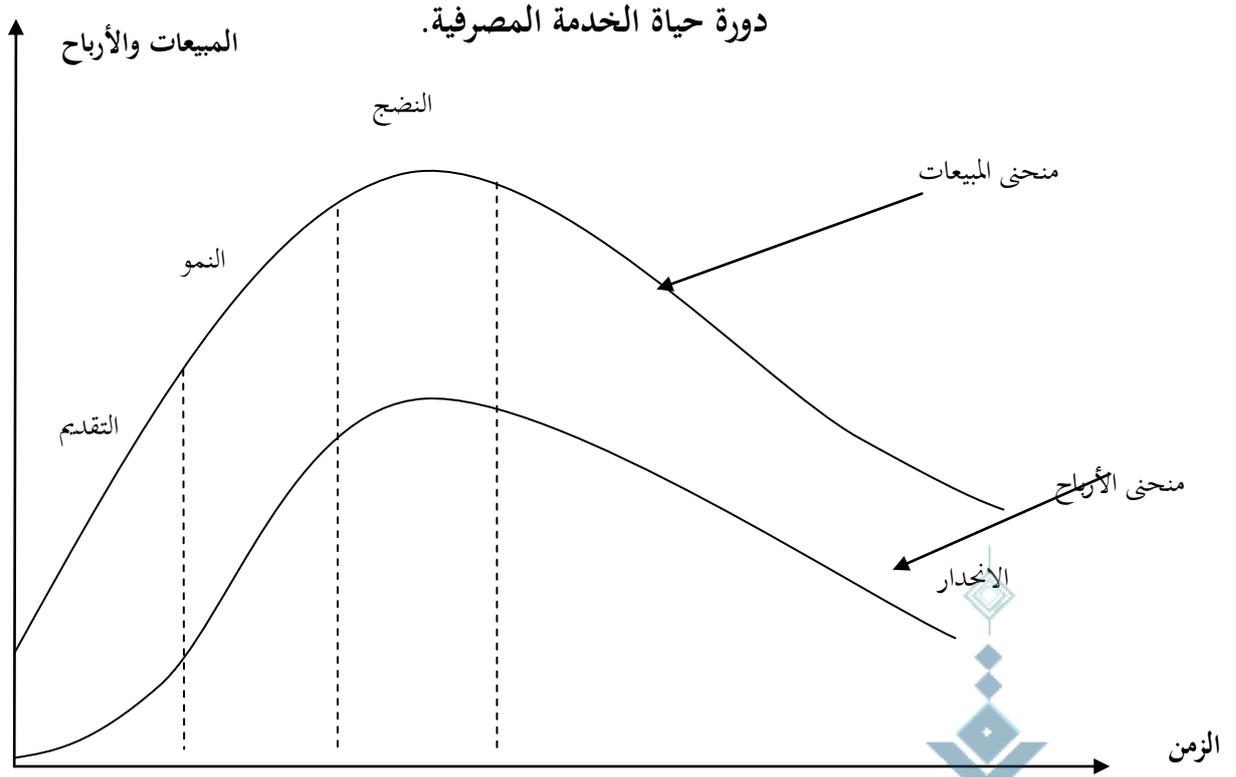
تعتبر دورة حياة الخدمة المصرفية عن التطور في حجم التعامل بها عبر الزمن، إنها دورة متباينة عن دورات السلع والخدمات الأخرى من حيث طولها، بل طول كل مرحلة فيها، وكذا اختلاف السيناريو الحيائي لكل مرحلة.

ب- مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية:

تمر الخدمات المصرفية خلال حياتها بنفس المراحل التي تمر بها دورة حياة أي منتج أو خدمة أخرى، وبشكل عام فإن الخدمة المصرفية تمر بأربعة مراحل وهي التقدم، النمو، النضج والانحدار حيث ترتبط هذه المراحل بحجم مبيعات الخدمة أو الأرباح المحققة الناتجة عنها.

ويعتبر تحليل ومراقبة دورة حياة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك لعملائه أداة مساعدة في التعرف على الاستراتيجيات التسويقية الملائمة لكل مرحلة من هذه المراحل وكذلك الفرص التسويقية المتاحة لتقديم خدمات مصرفية جديدة، ويعتبر مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية مفهوماً له أهميته في تقييم وتحليل متطلبات السوق المصرفية والأخذ في الحسبان ظروف المنافسة السائدة.

وتمر دورة حياة الخدمة المصرفية كما يتضح من الشكل الموالي بأربع مراحل أساسية وهي مرحلة تقديم الخدمة في السوق، مرحلة النمو ومرحلة النضج ثم مرحلة الانحدار، أما البعض فيختصر دورة حياة الخدمة المصرفية في ثلاث مراحل وهي مرحلة التقدم، مرحلة النضج ثم مرحلة الانحدار.



- مرحلة التقديم:

تبدأ هذه المرحلة من الوقت الذي تقدم فيه الخدمة المصرفية إلى السوق، وتستغرق وقتاً طويلاً، ويعتبر هذا التوقيت بعداً استراتيجياً في نجاح الخدمة المصرفية واستمرارها، وتتصف هذه المرحلة بانخفاض نسبي في حجم التعامل بالخدمة، وكذا بانخفاض الأرباح وفي بعض الحالات تحمل الخسائر، ويعود ذلك إلى ارتفاع التكاليف خاصة تكاليف التوزيع و الترويج.

وتكون الأولوية لدى إدارة البنك في هذه المرحلة خلق الإدراك بوجود الخدمة والمنافع التي تقدمها في السوق المصرفية المستهدفة.

كما يهتم الإدارة معرفة المدة التي تستغرقها هذه المرحلة وذلك باستخدام معيارين أساسيين في حسم هذه المسألة هما:
أ- تحقيق البنك الأرقام المخططة لحجم التعامل في هذه المرحلة وهذا ما تحدده الفرص التسويقية المتاحة وحدّة المنافسة في السوق المصرفية.

ب- ظهور المنافسة وازدياد حدتها: إن نجاح البنك في تقديم الخدمة المصرفية خلال هذه المرحلة في أقصر وقت ممكن يعني قدرة هذه الخدمة على تجاوز كل الصعاب مما يحرك البنوك الأخرى نحو المواجهة.

- مرحلة النمو:

تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة المصرفية، ومن أبرز ميزات الزيادة الملموسة في حجم التعامل فيها ومقدار الأرباح المحققة.

تقود هذه المرحلة البنك إلى زيادة درجة التنوع في تشكيلة الخدمات التي يقدمها ويسمى البعض هذه المرحلة "المرعى الخصب".

و تستمر هذه المرحلة ما دام حجم التعامل بالخدمة لم يصل إلى أعلى مستوياته الموضوعية من طرف إدارة البنك، وطالما أن عائدات الخدمة لم تصل إلى ذلك المستوى يعني أنها لا تزال في مرحلة النمو وهناك مؤشرات تدل على أن الخدمة المصرفية في مرحلة نمو نذكر أهمها فيما يلي:

أ- التزايد في معدلات نمو حجم المبيعات و الأرباح.

ب- اشتداد حدة المنافسة بين البنوك.

ج- تحسين جودة الخدمة و تخفيض أسعارها كلما أمكن.

- مرحلة النضج:

تتصف هذه المرحلة بوصول حجم التعامل بالخدمة و الأرباح المتولدة عن ذلك إلى المستوى المتوقع، الذي يصبح في أحسن أوضاعه، ويتميز بعد ذلك بالثبات و الاستقرار بالرغم من الزيادة المستمرة في حجم التعامل و اتجاهه نحو الانخفاض، و يقود هذا كله إلى الضغط على الأسعار لتتجه نزولاً بتكثيف الجهد الترويجي في هذه المرحلة واستغلال كل إمكانيات البنك للمحافظة على مستوى معين من حجم مبيعات هذه الخدمة، ولهذا فإن أي استراتيجية تسويقية يتبناها البنك في هذه المرحلة يجب أن تركز على محورين رئيسيين:

أ- أسعار منخفضة لإغراء الجمهور واستمالة رغباتهم.
ب- ترويج مكثف يتم من خلاله تأكيد المكانة التنافسية للبنك و إبراز الميزة النسبية فيما يقدمه من خدمات.

مرحلة الانحدار:

تبدأ مرحلة الانحدار مع توقف الخدمة المصرفية عند مستوى تعامل ثابت و اتجاهها بعد ذلك إلى الانخفاض، و تعكس هذه المرحلة درجة عالية من التعتثر الذي يغري الإدارة في كثير من الأحيان على اتخاذ قرار التوقف نهائياً عن تقديم الخدمة وإسقاطها من المزيج الخدمي للبنك، والحقيقة أنّ الخدمة المصرفية لا ينبغي لها أن تصل إلى هذه المرحلة، إلا بوجود خدمة مصرفية بديلة أو بإجراء تعديل عليها وفقاً لمتطلبات العملاء المصرفيين.

ثالثاً: خصائص مراحل حياة الخدمات المصرفية:

من خلال ما تم تقديمه، يعتبر مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية أداة تحليلية تخطيطية تنطوي على مجموعة من

المضامين نذكر منها:

أ- تمثل مرحلة النمو أهم مرحلة للبنك بما أن الخدمة تصل إلى أعلى مستويات الأرباح في حجم التعامل، و لهذا على البنك أن يطيل هذه المرحلة لتحقيق أقصى الأرباح.

ب- تمثل دورة حياة الخدمة المصرفية نموذجاً وصفيًا يتم من خلاله توضيح سلوك بعض المؤشرات المرتبطة بالخدمة المصرفية كحجم التعامل الذي يحدد بداية دخول كل مرحلة، طول الفترة الزمنية المستغرقة لكل مرحلة، كما أنها تمكن صانع القرار من وضع استراتيجية تتناسب مع فعالية كل مرحلة.

أ- **مرحلة التقديم:** يجب أن تكون قصيرة جداً وتكون فيها الخدمات المصرفية حادة التطور، وذلك حتى يتمكن البنك من المرور إلى المرحلة الأساسية وهي مرحلة النمو.

ب- **مرحلة النمو:** يجب أن تكون مدتها مرتبطة بخصائص الخدمة المصرفية المقدمة وبرد فعل المنافسين، والتي عادة ما يزداد الطلب عليها، حيث يعمل البنك على إطالة مدتها مادام أنها تؤدي إلى زيادة المبيعات وبالتالي الأرباح.

ج- **مرحلة النضج:** يجب أن تكون مدتها طويلة نسبياً، أين يكون للخدمة المصرفية أكثر شهرة، واستقرار في حجم التعامل بها، وتحاول البنوك في هذه الفترة الحفاظ على حصتها السوقية لقلّة الطلب على هذه الخدمة.

د- **مرحلة الانحدار:** يجب أن تكون مدتها قصيرة نسبياً، تتقادم فيها الخدمة المصرفية، يتطلب من إدارة التسويق في البنك إقصائها من المزيج الخدمي، أو العمل على إضفاء تغييرات عليها وإعادة طرحها في السوق المصرفية لتبدأ كخدمة جديدة من المرحلة الأولى في دورة حياتها.

٤- أثر جودة الخدمات المصرفية في اكتساب الميزة التنافسية للبنوك

مازالت التحولات السريعة التي عرفتتها الصناعة المصرفية في بداية هذا القرن تلقي بظلالها على مختلف الأنظمة المصرفية في العالم والذي يحتم عليها التأقلم مع المناخ الاقتصادي الجديد، واعتماد استراتيجيات فعالة لمواجهة التحديات التنافسية المتزايدة، و تعد إدارة الجودة الشاملة أحد أهم تلك الأنظمة التي يؤدي تطبيقها إلى اكتساب و تنمية الميزة التنافسية لدى البنوك، ذلك أن الالتزام الاستراتيجي بمبادئ ومرتكزات إدارة الجودة الشاملة يساهم بالضرورة في تحسين فرصة البنوك على التكيف بشكل إيجابي مع التحديات الراهنة.

أولاً- مفهوم وأهمية امتلاك الميزة التنافسية ومداخل تطويرها:

أ- مفهوم الميزة التنافسية:

يقصد بالميزة التنافسية للبنك الوضع الذي يتيح له التعامل مع مختلف الأسواق المصرفية ومع عناصر البيئة المحيطة به بصورة أفضل من منافسيه، بمعنى أن الميزة التنافسية تعبر مدى قدرة البنك على الأداء بطريقة يعجز منافسيه عن القيام بمثلها.

أما جيفري ساكس فيعتبر أن التنافسية تمثل قدرات البنك على إنتاج خدمات مصرفية بأقل تكلفة مقارنة بالمنافسين، وتسويقها على أن يؤدي إنتاج وتسويق هذه الخدمات زيادة في ربحية البنك.

كما يعرف آخرون الميزة التنافسية على أنها تمثل قدرة البنك على اكتساح السوق المصرفية من خلال التحكم في التكاليف وأسعار عرض الخدمات مع المحافظة على جودة الخدمات المقدمة.

إن الميزة التنافسية عملية ديناميكية تتغير باستمرار بتغير مكوناتها الذاتية والتي تشمل الموارد التقنية والبشرية والنظم والنتائج، ويمكن اعتبار البنك قادر على المنافسة إذا أستطاع المحافظة على حصته في السوق أو زيادتها عبر الزمن.

للميزة التنافسية شقين أساسيين الأول هو قدرة التميز عن المنافسين في الجودة أو السعر أو توقيت التسليم أو خدمات ما قبل وبعد البيع، وفي الابتكار والقدرة على التغيير السريع الفاعل، وأنا الثاني فهو القدرة على مغالبة وجذب العملاء، ولا شك أن النجاح في الشق الثاني متوقف على النجاح في الشق الأول.

ب- أهمية الميزة التنافسية في البنوك:

يمثل امتلاك وتطوير الميزة التنافسية هدفا استراتيجيا تسعى البنوك لتحقيقه في ظل التحديات التنافسية جراء تحرير الخدمات المصرفية. إذ ينظر للميزة التنافسية على أنها قدرة البنك على تحقيق حاجات العميل المصرفي في الوقت والمكان المناسبين وبالسعر المناسب، أو القيمة التي يتمنى الحصول عليها من الخدمة، مثل الجودة العالية، وبالتالي فهي استثمار لمجموعة الأصول المالية و البشرية و التكنولوجية بهدف:

أ- إنتاج قيمة للعملاء - في شكل منتجات وخدمات مصرفية مختلفة - تلي احتياجاتهم.

ب- التميز عن المنافسين فيما يخص الجودة والسعر.

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

- **ميزة التكلفة الأقل:** التي تتحقق كنتيجة لقدرة البنك على إنتاج و تسويق منتجاته وخدماته بأقل تكلفة ممكنة.

- **ميزة الجودة العالية:** حيث يتفوق البنك على المنافسين بتقديم منتجات وخدمات مصرفية متميزة وعالية الجودة و لها قيمة كبيرة في نظر العملاء.

ج- مداخل تطوير الميزة التنافسية في البنوك:

أدت الزيادة التنافسية إلى سعي البنوك على اختلاف أنواعها إلى رفع كفاءة وفعالية أدائها بهدف امتلاك الميزة تنافسية، حيث برزت مداخل مازالت تساهم في تنميتها والحفاظة عليها من خلال تلبية حاجات العملاء باستمرار، أو تنمية قدراتها التنافسية من خلال تبني أساليب الابتكار والتطوير.

. مدخل تلبية حاجات العملاء:

يتوقف نجاح البنوك في اختراق الأسواق المصرفية في ظل المناخ الاقتصادي الجديد على مدى إمكانية العمل باستمرار وباستعمال كل الوسائل التكنولوجية في تلبية حاجات العملاء التي تتطور بشكل دائم.

إنّ اشتداد المنافسة بسبب انفتاح الأسواق المصرفية الوطنية والعالمية جعل هدف كسب ولاء العملاء و استمرارية ارتباطهم بالتعامل مع البنك هدفا استراتيجيا للبنوك على تحقيقه، الأمر الذي يستوجب دراسة و تحليل تلك الاحتياجات من خلال بحوث التسويق، و محاولة تصميم و إنتاج السلع القادرة على إشباعها بدرجة عالية وبالتالي يتطلب الأمر ما يلي:

● **تحقيق رضى العملاء:** إن قدرة البنوك على امتلاك ميزة تنافسية مقارنة بالمنافسين مرهون بتحقيق رضا العملاء عن القيم و المنافع القادرة على تحقيق الإشباع العالي لحاجاتهم المتنوعة و المتغيرة باستمرار.

● **سرعة الاستجابة في تلبية الحاجات:** من خلال العمل على تقديم الخدمات المصرفية ذات الجودة العالية في الوقت والمكان المناسبين وبالسعر المناسب بمعنى:

- تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة متميزة عن ما يقدمه المنافسون.

- تقديم الخدمات المصرفية بأسعار جذابة و ملائمة لإمكانيات العملاء.

● **ضرورة تقديم الخدمات بأساليب متطورة:** يعني قيام موظفي البنك بتقديم الخدمات بأساليب تستجيب لرغبات وحاجات العملاء، كالشباك الموحد، أو بنك الجلوس وغيرها من الخدمات.

. **مدخل تنمية القدرات التنافسية:**

تعتبر القدرات التنافسية من بين أهم العوامل التي تؤدي تنميتها إلى تطوير قدرة البنوك على تحقيق رضا العملاء وتلبية حاجاتهم كنتيجة لتقديم الخدمة الأفضل والمتميزة دائما، وتمثل تلك القدرات في:

● **المرونة:** وهي قدرة المؤسسة على تنوع منتجاتها وتسويقها في الوقت المناسب الذي يكون المستهلك في حاجة إليها، كما أنّ مرونة التعامل مع المتغيرات التسويقية تساعد على تحسين سمعتها وصورتها لدى المستهلك و تعزز ولائه لمنتجاتها.

● **بالإنتاجية:** يؤدي الاستثمار والاستغلال الأمثل للأصول المادية و المالية و التكنولوجية والبشرية للبنوك إلى زيادة الإنتاجية، وتحقيق أفضل المخرجات وأجودها بأقل تكلفة ممكنة، مما يؤثر إيجابيا على ميزة البنك التنافسية.

● **الزمن:** أدت التغيرات التنافسية المتلاحقة إلى تغيير حيز التنافس ليشمل عنصر الزمن وتقليصه لصالح العميل والبنك في نفس الوقت.

المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

إن أبعاد المنافسة عبر عنصر الزمن تظهر في:

- اختصار زمن دورة حياة المنتج أو الخدمة المصرفية،

- تخفيض زمن تحويل و تغيير العمليات، أي ضرورة إحداث المرونة في عملية إنتاج الخدمات،

- تخفيض زمن الدورة للعميل، و هي الفترة الممتدة بين تقديم الطلب و تسليم الخدمة،

● **الجودة العالية** بهدف البقاء في الأسواق و تنمية الموقف التنافسي يلزم البنوك تبني نظام الجودة الشاملة الذي

يضمن استمرارية الجودة العالية في السلع و الخدمات والوظائف و العمليات رغم تزايد الضغوط التنافسية و

شدتها.

ثانيا- **إدارة الجودة الشاملة مصدر الميزة التنافسية:**

تعددت التعاريف المقدمة لإدارة الجودة الشاملة و تباينت في تحديد مضمونها حسب وجهة نظر الباحثين،

فحسب Juran أن الجودة الشاملة ليست برنامج بل نظام تسييري يستخدم و يطبق أدوات تم تطويرها وتطبيقها بصورة فعالة على المؤسسة مع إحداث تغيير في توجهات العاملين ومستويات التشغيل اليومية، ولنجاح تطبيق هذا

النظام يجب على جميع الأقسام الالتزام طويل الأجل بالجودة.

بينما يعرفها Kaluzny بأنها الطريقة النظامية في تخطيط وتنفيذ عملية التحسين المستمر للخدمات المقدمة التي تركز

على إرضاء العميل وتلبية توقعاته وتحديد المشكلات والتعرف عليها وزيادة الشعور بالانتماء لدى العاملين، ودعم

فكرة المشاركة في اتخاذ القرار من خلال تطبيق أدوات تحليلية وإحصائية لجمع البيانات عن مختلف نشاطات البنك لتسهيل عملية الاتصال واتخاذ القرار.

ويؤكد هذا المضمون تعريف معهد الجودة الفيدرالي الأمريكي لإدارة الجودة الشاملة فهي نظام تسيير استراتيجي متكامل يسعى لتحقيق رضا العميل بمشاركة جميع العاملين، كما يقوم باستخدام مختلف الطرق الكمية لتحسين العملية الإدارية بشكل مستمر.

ويعرف Crosby إدارة الشاملة بأنها المنهجية المنظمة لضمان النشاطات التي تم التخطيط لها مسبقاً، فهي الأسلوب الأمثل الذي يساعد على منع وتجنب حدوث المشكلات، وذلك من خلال التشجيع على السلوكيات الجيدة، وكذلك الاستخدام الأمثل لأساليب التحكم ذلك أن تحفيز وتشجيع السلوك التنظيمي الأمثل في الأداء بكفاءة وفعالية يساعد على منع مختلف مشكلات الأداء في المؤسسة.

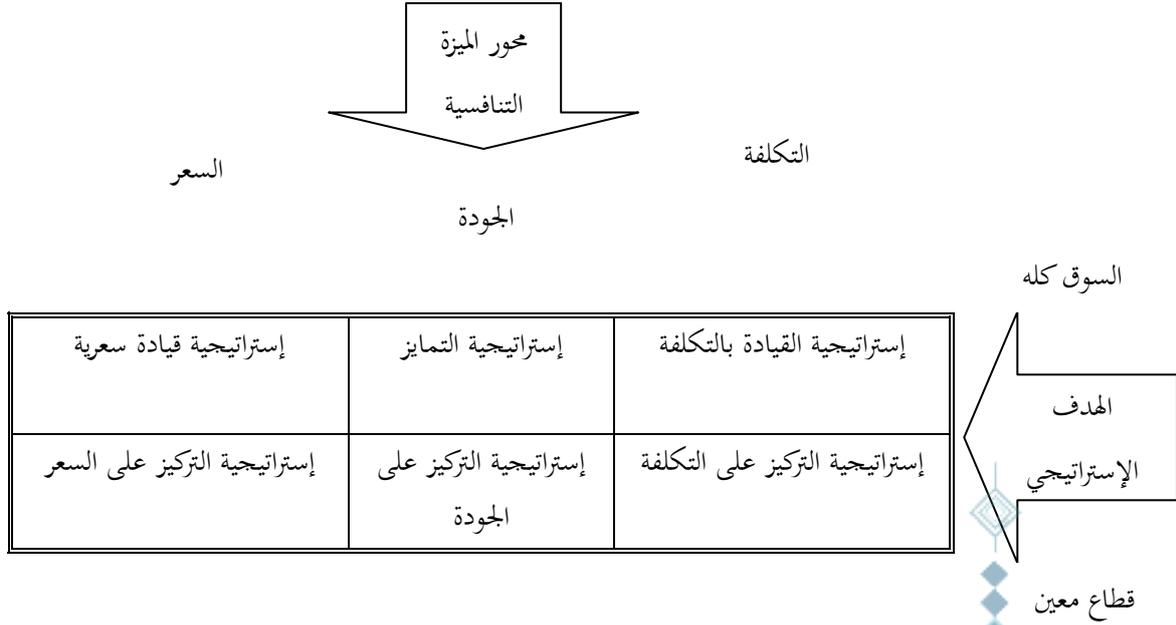
نستخلص من التعاريف المقدمة بان إدارة الجودة الشاملة هي نظام يستخدم بشكل أمثل مجموعة من الفلسفات الفكرية المتكاملة والعمليات الإدارية الموارد المالية والبشرية بهدف تلبية احتياجات العميل الداخلي والخارجي على حد سواء، فهي نظام تسييري يلتزم بتقديم قيمة للعملاء من خلال إيجاد بيئة يتم فيها تحسين وتطوير مستمر لمهارات الأفراد ولنظم العمل، مع الالتزام بإرضاء العميل ودعم العمل الجماعي، وبالتالي تحقيق أهداف البنك الاستراتيجية وامتلاك ميزة تنافسية مستدامة.

ثالثاً- استراتيجيات الميزة التنافسية في البنوك:

يندرج تحت عنصر الميزة التنافسية ثلاثة محاور رئيسية، التكلفة، الجودة والسعر، حيث يمكن للبنوك أن تكون لها ميزة تنافسية في أحد تلك المحاور أو كلها إما عن طريق قدرتها التداؤبية الإيجابية بتوافر إمكانيات تحقيق هذه الميزة (نقطة قوة موجودة بالفعل لدى البنك)، وإما عن طريق قدرتها على الحصول على تلك الميزة (نقطة يمكن الحصول عليها).

ومهما يكن الأمر فإن اختيار الاستراتيجية الملائمة في هذا المجال سيتوقف ليس على محور الميزة التنافسية فقط، ولكن على الهدف الاستراتيجي للبنك بالنسبة لنطاق السوق، والمقصود بذلك هنا ما إذا كان البنك يستهدف السوق كله أو قطاع معين منه، ويمكن الربط بين محاور الميزة التنافسية والسوق المستهدفة في المصفوفة التالية بغرض عرض نوعية الاستراتيجيات المختلفة المتاحة أمام البنوك.

البدائل الاستراتيجية في حالة الميزة التنافسية .



١- إستراتيجية القيادة التكاليفية:

يركز البنك من خلال هذه الاستراتيجية على ترشيد تكاليف إنتاج وتسويق الخدمات حتى يمكنها اكتساب ميزة تنافسية عن طريق تخفيض أسعار خدماتها عن أسعار خدمات البنوك المنافسة، وتستعين منظمات الخدمات ومنها البنوك بمنحى تعلم يطلق عليه "منحى الخبرة التكاليفية"، بإتباع البنك لهذه الاستراتيجية يجد المنافسين أنفسهم مضطرين إلى خفض تكاليفهم على حساب مستوى الجودة لمجاراة البنك سعرياً، ومن ثم يصبح البنك قائداً في مجال نشاطه بسبب تميزه تكاليفياً.

٢- إستراتيجية التمايز:

ضمن هذه الاستراتيجية يركز البنك جهوده على تقديم خدمات متميزة ذات قيمة أعظم للعملاء، تنعكس في سعر أعلى يكون العملاء راغبون ومستعدون لدفعه مقابل الحصول على تلك الخدمة، ومعنى هذا أن تكون جودة الخدمة المصرفية المقدمة أعلى من تلك المقدمة من طرف المنافسين مع تعادل الأسعار، ويمكن تحقيق ذلك بالعديد من الطرق نذكر من أهمها:

أ- تقديم خدمات مصرفية تكميلية جديدة غير معلومة للمنافسين.

ب- جعل حصول العملاء على الخدمات المصرفية أكثر سهولة.

ج- التطوير المستمر لجودة الخدمات المصرفية الحالية.

رغم فعالية هذه الاستراتيجية في المدى القصير، إلا أنها لا تضمن التمايز على المدى الطويل بفعل درجة التقليد المرتفعة في صناعات الخدمات وخصوصاً الخدمات المصرفية.

لذلك يتم الأخذ باستراتيجية الجودة الفنية والتي تعتبر حجر الأساس لكل أنشطة البنك من أجل الحفاظ على جودة فنية متميزة للخدمة، ويعني أيضا أن تصبح الميزة التنافسية معتمدة كلياً على الحل الفني المتميز الذي تحققه الخدمة للعملاء دون اعتبار للسعر من خلال أبعاد الجودة، حيث يحدد C.Gronroos أربعة أبعاد رئيسية للخدمات ومنها الخدمات المصرفية.

أ- البعد الفني للجودة المدركة: والذي يعني الجودة التي تحتويها الخدمات المقدمة والمدركة من طرف العملاء.

ب- البعد الوظيفي للجودة: المقصود به الكيفية التي تقدم بها الخدمة للعميل.

ج- بعد الطابع: وهي الصورة التي يتلقاها العملاء عن البنك وما تقدمه من خدمات.

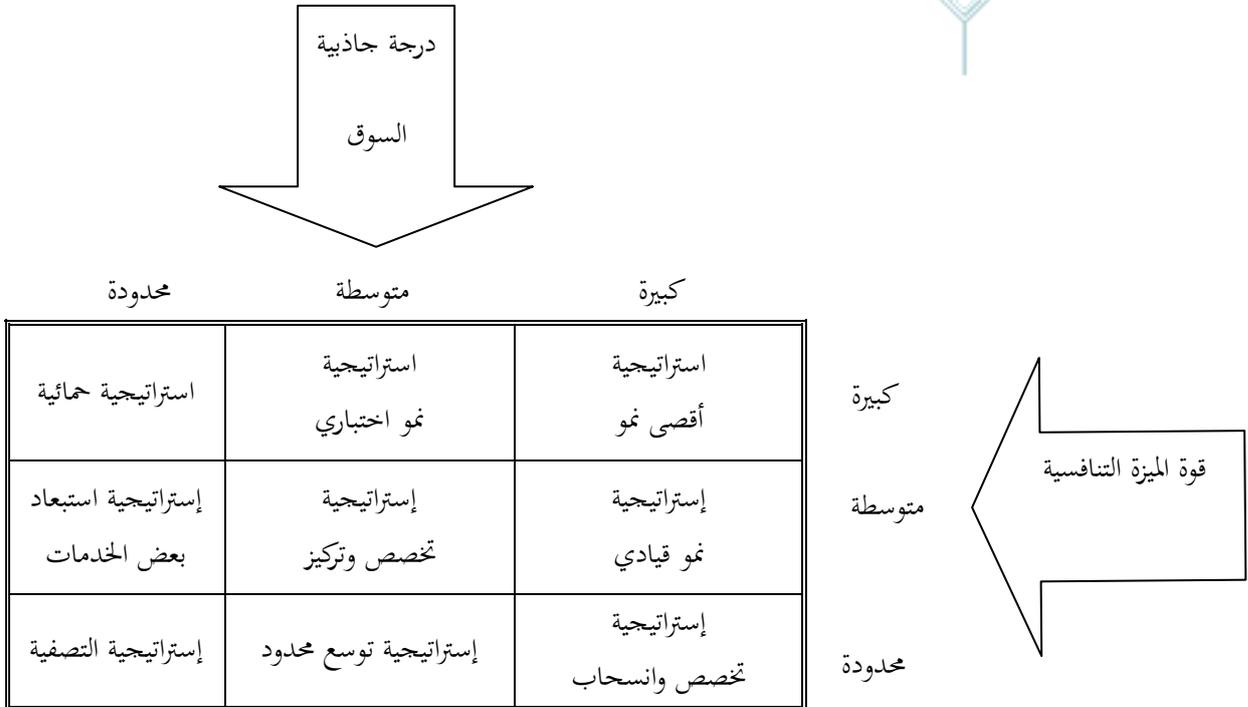
د- بعد العملاء الآخرين: يقصد به طريقة ونتيجة تقييم عملاء البنوك المنافسة لجودة الخدمة التي يقدمها البنك.

٣- استراتيجية التركيز:

تركز البنوك في ظل هذه الاستراتيجية على خدمة قطاعات محدودة من السوق بدلا من التعامل مع السوق ككل، حيث تعمل البنوك من خلال برنامجها التسويقي على إشباع حاجات ورغبات القطاعات المستهدفة من خلال تقديم منتجات وخدمات مصرفية بأسعار أقل، أو منتجات وخدمات متميزة بالمقارنة مع المنافسين.

بالإضافة إلى هذه الاستراتيجيات قدمت شركة جنرال إلكتريك ضمن مصفوفة تدور حول قوة الميزة التنافسية وعلاقتها بدرجة جاذبية السوق، حيث تتحدد قوة الميزة التنافسية في هذا الإطار بدرجة تقابل الفرص المتاحة مع نقاط القوة التي تتمتع بها البنوك، ويوضح الشكل التالي الإستراتيجيات التي تقترحها تلك المصفوفة.

مصفوفة جنرال إلكتريك للربط بين درجة جاذبية السوق وقوة الميزة التنافسية.



للاستفادة القصوى من تلك المصفوفة من الضروري تقسيم كل بعد إلى مستويات فرعية تتحدد وترتب حسب الأهمية النسبية لكل منها، فعلى سبيل المثال يمكن قياس جاذبية السوق من نواحي ثلاث رئيسية وهي حجم السوق، معدل

نموه ورجيحته، كما يمكن تقسيم قوة الميزة التنافسية من حيث قوة العلامة، خبرة المؤسسة في السوق، مدى وفرة الموارد المالية والبشرية المتميزة لدى البنك.

كما يستلزم الأمر تقييم درجة جاذبية السوق وقوة الميزة التنافسية قبل استخدام هذه المصفوفة. من الضروري على أي بنك أن يختار استراتيجية قائمة على الميزة التنافسية بحيث يؤخذ في الاعتبار ردود أفعال المنافسين، حيث قدم (١٩٩١) P.Kotler في هذا الصدد أربعة أنماط لاستراتيجيات رد الفعل المحتملة من المنافسين وهي:

أ- **استراتيجية المنتظر:** بموجب هذه الاستراتيجية لا يتخذ المنافس أي رد فعل سريع، فقد يكون ذلك راجع إلى تأكيد المنافسين من ولائهم، أو لشكك في علمهم حركات المنافسة، أو لنقص موارده المالية، أو لأنه يخطط للخروج من ذلك النشاط.

ب- **الاستراتيجية الانتقائية:** بموجبها يقدم المنافس على التحرك فقط في مواجهة بعض الاستراتيجيات وليس كلها، فقد يتحرك في حالة تخفيض الأسعار أو في حالة وجود جودة عالية، فإن البنك المنافس ينتقي ضمن الإستراتيجيات المتاحة التركيز على استراتيجية واحدة بناء على المتغيرات البيئية.

ج- **استراتيجية النمر:** بموجبها يتحرك المنافس بسرعة وعنق في حالة إحساسه بغزو السوق الذي ينشط فيه، كوسيلة لتحذير المنافسين بأنه قادر على المواجهة.

د- **استراتيجية غير المتوقع:** وفقا لهذه الاستراتيجية يكون تصرف المنافس بطريقة عشوائية مقصودة، بحيث يجعل من الصعب على منافسيه توقع رد فعله بناء على تاريخه أو موقفه الاقتصادي، أو أي عنصر آخر. وفي عام ١٩٩٩ قدم كل من M.Cusumano & Yoffi.D استراتيجية حديثة تقوم على مبادئ ثلاثة رئيسية وهي الحركة السريعة، المرونة والقوة الفاعلة ويطلق عليها استراتيجية RAMFL.

المبدأ الأول: التحرك بسرعة في تطبيق أفكار جديدة لتجنب المواجهة مع المنافسين وذلك عن طريق:

أ- التحرك في تطبيق مزيج جديد يمكن البنك من تحديد منطقة المنافسة.

ب- التحرك في تطبيق سياسات سعرية يتعذر على المنافسين مواجهتها.

ج- المرونة في مواجهة المؤثرات الخارجية.

د- عدم التعامل مع الحركة السريعة كبديل للرؤية طويلة الأجل.

المبدأ الثاني: المرونة وتعني التعامل بخطة دقيقة وفي الوقت المحدد مع تغيرات السوق المفاجئة التي تفرضها البنوك المنافسة.

المبدأ الثالث: يستحسن استغلال القوة الفاعلة عن طريق استخدام عناصر القوة في استراتيجية المنافسين ويشترط هذا المبدأ التعاون مع الآخرين المهتمين بنجاح المنافس.

كما تطرق بعض الكتاب إلى استراتيجيات أخرى يمكن للبنوك اتباعها لاكتساب الميزة التنافسية من بينها استراتيجية SWOT وهي الاستراتيجية التي تعتمد على مصفوفة نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات، استراتيجية الغزو La Conquête واستراتيجية إعادة التوجيه La réorientation واستراتيجية التخصص والتنويع.

إذا كان ثمة ما يميز هذا العصر فهو التطور الكبير الذي أحدثته ومازالت تحدثه التكنولوجيا في قطاعات الاقتصاد والصناعة ووسائل الاتصال، وفي مقدمتها البنوك والتي كان لمظاهر العولمة انعكاسا واضحا على مختلف أنشطتها وتوجهاتها.

فلا شك أن التوسع الكبير في مختلف المجالات الاقتصادية والتجارية يعتمد أساسا على التعامل المصرفي من خلال تعبئة المدخرات وتحويلها إلى استثمارات في شكل قروض وخدمات مصرفية مختلفة تم استحداثها نظرا لحاجات العملاء المتزايدة، هذه الخدمات تنفرد بخصائص مميزة لا بد وأن يأخذها رجل التسويق في الحسبان، فهي أنشطة غير ملموسة وأنه يتم إنتاجها واستهلاكها في آن واحد، كما أنه لا يمكن فصلها عن الشخص الذي يقدمها وهذا يمثل بعد من أبعاد التسويق المصرفي، بالإضافة إلى ذلك تتميز الخدمات المصرفية بأنها غير خاضعة للنمطية بل يتغير مستوى جودة الخدمة من وقت لآخر.

لقد اتجهت الكثير من البنوك إلى تبني الأساليب التسويقية الحديثة نظرا للدور المزدهج الذي يلعبه التسويق من خلال جذب الودائع ومنح القروض، وتدعو الاستراتيجية التسويقية الناجحة القائمين على البنك إلى الاهتمام ليس فقط بتسويق الخدمات المصرفية وإنما بترقية العنصر البشري عن طريق التدريب المستمر في التعامل مع العملاء المصرفيين، فالعملاء لا يحكمون على مستوى الخدمة المصرفية من خلال معايير فنية فقط، بل يستخدمون معايير تتعلق بكيفية تقديم الخدمة.

لقد أصبح موضوع جودة الخدمات ومنها الخدمات المصرفية من المواضيع البارزة التي لقيت اهتمام الكثير من الباحثين، حيث يعد عنصر حاكما في ظروف المنافسة الحادة بين مختلف البنوك وبخاصة في السنوات المقبلة، إذ أن تبني أسلوب الجودة الشاملة من شأنه تمكين البنوك من اكتساب قدرات تنافسية تمكنها من البقاء والاستمرار في ظل المتغيرات البيئية الناتجة عن المناخ الاقتصادي الجديد.

لقد ساهمت التكنولوجيا في إعطاء بعدا هاما للخدمات المصرفية باعتبارها على درجة كبيرة من الحساسية، بالإضافة إلى اتصافها بالنمطية في معظم الأحيان، لذلك تسعى البنوك في الوقت الراهن إلى اعتماد التكنولوجيا كوسيلة أساسية في تصميم المزيج التسويقي خاصة في بعده الخدمي والتوزيعي.

٥- الاستراتيجيات التسويقية في مراحل حياة الخدمة المصرفية.

تختلف الاستراتيجيات التسويقية التي تطبقها البنوك باختلاف المرحلة التي تمر بها الخدمة المصرفية:

أولاً: الإستراتيجية التسويقية في مرحلة التقديم:

في حالة الخدمات المصرفية الجديدة يمكن لإدارة التسويق أن تصيغ مستوى مرتفع أو منخفض لكل متغير تسويقي كالسعر والترويج والتوزيع ومواصفات الخدمة، فإذا أخذنا السعر والترويج فقط في الاعتبار فإنه يمكن في هذه المرحلة المفاضلة بين أربع استراتيجيات بديلة وهي:

. إستراتيجية السعر المرتفع والترويج المكثف: تتضمن هذه الاستراتيجية التوسع في تقديم الخدمة الجديدة في السوق عن طريق سعر مرتفع مع ترويج مكثف، وتتبع البنوك سعرا مرتفعا من أجل تحقيق ربح مرتفع وفي نفس الوقت تنفق الكثير على الترويج حتى تقنع العملاء بأهمية الخدمة.

. استراتيجية السعر المرتفع والترويج المنخفض: تتضمن هذه الاستراتيجية الاعتماد على السعر المرتفع والترويج المنخفض، والهدف من السعر المرتفع تحقيق أقصى ربح، والتخفيض في الترويج بهدف تخفيض تكاليف التسويق، وتفترض هذه الاستراتيجية:

أ- أن يكون حجم السوق محدود نسبيا.

ب- أن معظم شرائح السوق ترغب في الخدمة.

ج- أن الراغبين في الخدمة مستعدون لدفع سعر مرتفع.

د- أن تهديد المنافسين المتوقعين منخفض.

. استراتيجية السعر المنخفض والترويج المرتفع: تركز هذه الاستراتيجية على تحديد سعر منخفض للخدمة المصرفية الجديدة، لأن هذا السعر سوف يشجع العملاء في التعامل بتلك الخدمة المصرفية، وفي نفس الوقت يحتفظ البنك بتكاليف ترويج مرتفعة مما يزيد في مستوى الأرباح، وتعتقد البنوك أن طلب السوق يكون أكثر مرونة بالنسبة للسعر ولكن أقل مرونة بالنسبة للترويج، وتفترض هذه الاستراتيجية:

- أن يكون السوق كبيرا.

- أن يكون السوق حساسا للسعر.

- أن هناك منافسة مرتقبة.

. استراتيجية اختراق السوق: تعتمد هذه الاستراتيجية على السعر المنخفض والترويج المكثف وهي الاستراتيجية التي تتبناها معظم البنوك والتي تفترض:

- أن يكون السوق ذو حجم كبير.

- أن معظم شرائح السوق لا ترغب في الخدمة المصرفية.

- أن العملاء ذوي حساسية للسعر.

- توقع منافسة قوية.

ثانيا: الاستراتيجية التسويقية في مرحلة النمو:

تركز هذه الاستراتيجية على زيادة المبيعات من الخدمة المصرفية وبالتالي زيادة الأرباح، كما تهدف إلى المحافظة على المكانة التنافسية للبنك ولتعزيز هذه المكانة فإن بإمكان إدارة البنك انتهاز عدة استراتيجيات تسويقية نذكر منها:

. استراتيجية التركيز على الجودة: وذلك بإضافة مواصفات جديدة تحمل بعض المزايا النسبية للخدمة المصرفية.

. استراتيجية التوجه لخدمة قطاعات جديدة من العملاء: عن طريق نظم توصيل وتوزيع الخدمة المصرفية، مع التركيز على الترويج وخاصة الإعلان للوصول إلى العملاء.

. الاستراتيجية السعرية: وذلك عن طريق تخفيض الأسعار لجذب عدد أكبر من العملاء للتعامل بالخدمة المصرفية.

. الاستراتيجية التسويقية في مرحلة النضج: هناك ثلاث استراتيجيات في هذه المرحلة وهي:

• استراتيجية تعديل السوق: حيث يجب البحث عن فرص إيجاد عملاء جدد، وفي هذا الأخطار هناك ثلاثة احتمالات أو اتجاهات:

أ- البحث عن سوق جديدة أو أقسام للسوق لم تنفذ إليها الخدمة المصرفية الجديدة.

ب- زيادة الاستخدامات للعملاء الحاليين.

ج- البحث عن استعمالات جديدة للخدمة وترويجها.

• استراتيجية تعديل الخدمة المعروضة: ويعني إدخال تعديلات في مواصفات الخدمة الظاهرية والضمنية والتي

سوف تعمل على جذب عملاء جدد وتأخذ هذه الاستراتيجية ثلاثة أشكال:

أ- تحسين المواصفات (الجودة).

ب- تحسين الملامح (الصور).

ج- تحسين النمط (النمطية في إنتاج الخدمات المصرفية).

• استراتيجية تعديل المزيج التسويقي: وتعني محاولة زيادة المبيعات من خلال التغيير في أحد أو أكثر من عناصر

المزيج التسويقي مثل:

SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

أ- تخفيض السعر.

ب- تنويع المزيج الترويجي.

ج- زيادة الخدمات المصاحبة للخدمة المصرفية.

د- استخدام الآلية في توزيع الخدمات المصرفية.

والمشكلة الأساسية في هذه الاستراتيجية أنه يمكن للمنافسين تقليدها بدرجة كبيرة وخاصة تخفيض السعر والخدمات

الإضافية والتوزيع المكثف، وهذا يعني أن البنك لن يكسب كما كان يتوقع.

. الاستراتيجية التسويقية في مرحلة الانحدار:

في هذه المرحلة تخرج الكثير من البنوك من السوق مبكرا، وإذا ما قررت البنوك عدم الانسحاب مبكرا أو حذف

الخدمة فإنه يمكنها تطبيق بعض الاستراتيجيات للتكيف مع المتغيرات نذكر منها:

- استراتيجية الاستمرار: حيث يستمر البنك في استراتيجيته السابقة بالنسبة لعناصر المزيج التسويقي وتقسيم

السوق وذلك حتى تختفي الخدمة من السوق.

- استراتيجية التركيز: حيث يتم التركيز على الأسواق ذات الطلب المرتفع على الخدمة وإهمال الأسواق الضعيفة من

ناحية حجم الإقبال عليها.

- استراتيجية إنهاء الخدمة (إخراجها من السوق): حيث يتم تخفيض تكلفة التسويق بشدة من أجل زيادة

الأرباح، علما أن هذا الإجراء سيؤدي إلى زيادة معدل انحدار المبيعات وفي نهاية الأمر ستضمحل الخدمة من السوق.

إن الجدول الموالي يلخص أهم الاستراتيجيات المتبعة من طرف البنوك من خلال مراحل الخدمة المصرفية وتأثيرها على التكاليف والمبيعات والأرباح.

الاستراتيجيات التسويقية في دورة حياة الخدمة المصرفية.

البيان	التقديم	النمو	النضج	الانحدار
<u>أولا : الخصائص</u> المبيعات	منخفضة	ترتفع بمعدل كبير	ترتفع بمعدل بطيء وتصل للقمة	تنخفض المبيعات
التكاليف	مرتفعة للعميل	متوسطة للعميل	منخفضة للعميل	منخفضة للعميل
الأرباح	سالبة	ترتفع نسبيا	ترتفع	تنخفض
العملاء	الابتكاريون	أوائل المتبنين	الأغلبية	المتأخرون
المنافسون	عددهم قليل	يتزايد العدد	يستقر العدد	يقبل العدد
<u>ثانيا : الأهداف التسويقية</u>	خلق الإدراك بالخدمة المصرفية	زيادة القدرة التنافسية	زيادة الأرباح والمحافظة على المركز التنافسي	تقليل التكاليف واحتمال حذف الخدمة المصرفية
<u>ثالثا: استراتيجية المزيج التسويقي</u>	تقديم خدمة رئيسية	تقديم أشكال من الخدمة	أسعار تجارية وأشكال متعددة من الخدمة	حذف أنواع من الخدمات المصرفية الضعيفة
التسعير	التكلفة + هامش الربح	التمكن من السوق	وضع سعر لمواجهة المنافسة	تخفيض السعر والخروج من السوق
التوزيع	توزيع انتقائي في فروع محددة	توزيع شامل في كل الفروع	توزيع شامل بدرجة أكبر	توزيع انتقائي
الإعلان	تكثيف الإعلان بدرجة كبيرة	زيادة تكثيف الإعلان	تركيز الإعلان	تقليل الإعلان أو التوقف
تنشيط المبيعات	تستخدم بكثرة لتشجيع تجربة الخدمة المصرفية	تقل	تزيد	تقل إلى الحد الأدنى

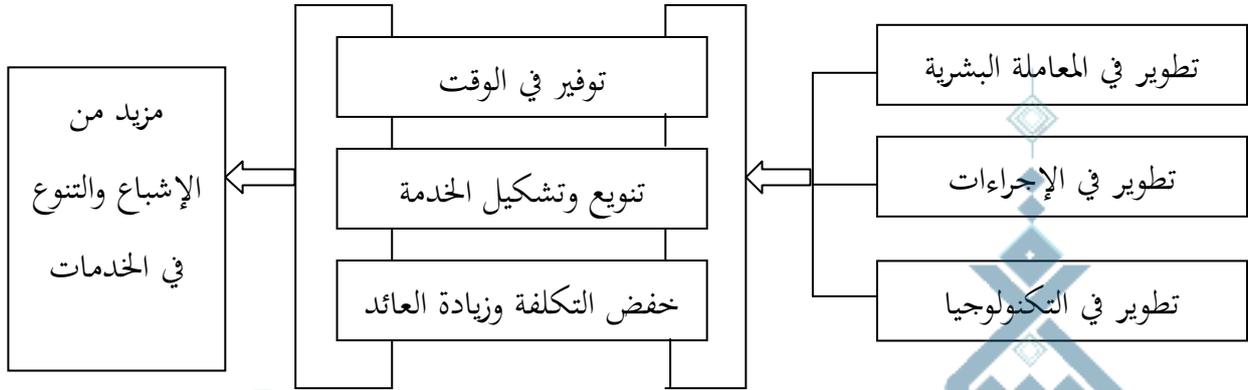
. تطوير مزيج الخدمات المصرفية:

تقتضي الطبيعة المتغيرة للسوق المصرفية تجاوب إدارة البنك والتفاعل مع التطور البيئي بالبحث المستمر في تطوير الخدمات المصرفية، حيث تكمن قدرة البنك على البقاء والاستمرار في السوق في مدى قدرته على الاستجابة لمقتضيات التطور والتفاعل مع متغيرات السوق.

أ. مفهوم تطوير الخدمات المصرفية: المقصود بتطوير الخدمات المصرفية إضافة مزايا جديدة للخدمات القائمة بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات مثل:

- إدخال تحسينات أو تعديلات على الخدمة المصرفية الموجودة وفي طريقة تقديمها.
 - استحداث خدمات وتقديمها ضمن مزيج الخدمات الحالي للبنك.
 - مد الخدمة المصرفية القائمة إلى مناطق جغرافية جديدة، وتقديمها إلى شرائح جديدة من العملاء لم يتعاملوا معه من قبل.
- يخضع تطوير الخدمات المصرفية وتنميتها إلى منظومة إبتكارية لها محاور ولها في نفس الوقت جوانب وأهمية وأهداف ويظهر ذلك في الشكل التالي:

تطوير مزيج الخدمات المصرفية في البنوك.



هناك ثلاث محاور لتطوير الخدمات المصرفية تتمثل في:

المحور الأول: تطوير المعاملة البشرية لتصبح أكثر كفاءة ويتحول معها العميل إلى صديق، بل أكثر من ذلك إلى شريك في إنتاج الخدمة المصرفية، وبالتالي تحقيق الأهداف التسويقية.

المحور الثاني: تطوير الأساليب والإجراءات والمنافذ التي تمر بها الخدمة في اتجاه العميل .

المحور الثالث: التطوير المستمر في التكنولوجيا المستخدمة في البنوك ، بإدخال كل الأنظمة الإلكترونية من أجل راحة العميل وتحقيق المنفعة الزمنية والمكانية

تتضمن دراسة تطوير وتنمية مزيج الخدمات المصرفية الأخذ في الاعتبار الجوانب التالية:

- **مراعاة الخصائص التسويقية للخدمات المصرفية:** حيث تتميز خدمات البنوك التجارية ببعض المميزات التي تجعل السياسات التسويقية لها تختلف بشكل واضح عن السياسات التسويقية لبقية الخدمات والسلع المادية الأخرى ومن أهم هذه الخصائص:

أ- اعتماد البنوك التجارية على الودائع في نشأتها وفي أداء كافة خدماتها المصرفية، وقد نتج عن ذلك ارتباط العرض والطلب على الخدمة المصرفية، ولذلك فإن إدارة التسويق تعمل على تشجيع استقطاب الودائع وتحويلها إلى خدمات مختلفة.

ب- إن اتصاف الخدمات المصرفية بعدم الملموسية يؤثر تأثيراً مباشراً على المزيج التسويقي الذي يختاره البنك.

ج- ارتباط الخدمات المصرفية باسم بنك الخدمة ودرجة الثقة فيه من طرف العملاء.

د- تحتاج الخدمات المصرفية إلى نوعية خاصة من المهارات العاملة على التطوير وحسن الأداء
- وضع سياسة لتطوير مزيج الخدمات المصرفية: يحتاج إلى تخطيط الخدمات المصرفية المراد إنتاجها وعرضها في السوق بهدف تحقيق مجموعة من الأهداف نذكر من بينها.

أ- زيادة المبيعات من خلال جذب المزيد من العملاء الجدد والتغلغل في أسواق جديدة.
ب- العمل على استقرار البنك من خلال زيادة الربحية وتحقيق السيولة الدائمة والأمان للعملاء.

- أن تطوير الخدمات المصرفية يتم عن طريق أساليب متعددة لعل أهمها:
أ- إدخال تحسينات أو تعديلات في مكونات الخدمة المصرفية وطريقة تقديمها للعملاء تماشيا مع التطورات التكنولوجية وامثالاً لاحتياجات العملاء ورغباتهم.

ب- إضافة خدمات مصرفية جديدة يتم استحداثها وتقديمها ضمن مزيج الخدمات المصرفية للبنك تأخذ في الاعتبار متغيرات السوق المصرفية.

ب . أهمية تطوير الخدمات المصرفية:

إن جهود البنك المتعلقة بتطوير خدماته لا بد أن تتم في إطار استراتيجيته الشاملة، وهذا يعني أن ابتكار أية خدمة مصرفية جديدة أو تطويرها يجب أن يخدم الأهداف الاستراتيجية للبنك في المدى الطويل، وتنبع أهمية الابتكار والتطوير في مجموعة من الاعتبارات نذكر أهمها فيما يلي:

أ- التغيير المستمر في أذواق ورغبات وحاجات العملاء، وبالتالي فإن تطوير الخدمات المصرفية ضروري لضمان استمرار التعامل مع البنك بحيث يكون ذلك التطوير ملائماً لرغبات وحاجات العملاء وميولهم، والعمل على تحويل عملاء البنوك المنافسة للتعامل مع البنك.

ب- الاستفادة من التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي وتسخيرها لخدمة العملاء.

ج- مواجهة المنافسة، حيث تعتمد المنافسة في مجال العمل المصرفي على جوانب الابتكار والتطوير للخدمات، بينما يقل دور المنافسة السعرية، وخاصة فيما يتعلق بالودائع والقروض وعمليات الخصم حيث يتم الالتزام بمعدلات يفرضها البنك المركزي.

. المداخل الرئيسية في تطوير الخدمات المصرفية:

إن تطوير الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك يمكن أن يتم في:

أ. إضافة خدمات مصرفية جديدة:

ينطوي هذا المدخل في تطوير الخدمات المصرفية على زيادة عدد خطوط الخدمة التي يقدمها البنك إلى عملائه، أي أنه يعني توسيع خطوط الخدمة وتنويعها، حيث لا ينبغي أن يفهم من هذا الإجراء على أنه شكل من أشكال التمييز بين الخدمات المقدمة من طرف البنك، فخط الخدمة الجديدة يجب أن يكون قادراً على إشباع حاجات العملاء أكثر من خط الخدمات المصرفية القديمة، ولهذا فإن إضافة خطوط خدمة جديدة إلى الخطوط الحالية لا يحمل أي

معنى للتمييز بين الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك والخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الأخرى ويرجع ذلك إلى سببين رئيسيين هما:

- سهولة قيام البنوك الأخرى بتقليد الخدمة المصرفية الجديدة المضافة .
- اتساع مدى الخدمات المقدمة إلى الدرجة التي يستحيل معها نقل الاختلافات في المواصفات التي تتوفر في الخدمة الجديدة بسهولة إلى غير العملاء الحاليين للبنك.

إن الهدف من إضافة خدمات جديدة وعرضها في السوق هو محاولة إحداث نوع من التمييز عن المنافسين في الخدمات الجديدة المقدمة وخاصة في الجوانب المرتبطة بالخدمات الإضافية المرافقة للخدمة.

ب . إعادة تصميم الخدمة من حيث عناصرها ومواصفاتها:

يعتمد هذا المدخل على اعتماد البنك على أسلوب تطوير الخدمات المصرفية الحالية وخاصة تلك التي تكون في مرحلة النحار، حيث يقوم البنك بإعادة تصميم تلك الخدمات وفقا لحاجات ورغبات العملاء آخذا في الاعتبار عنصر الجودة أي المنافع المدركة من طرف العميل، وكذلك المواصفات الظاهرية للخدمة وأساليب تقديمها إلى العملاء.

ج . تكييف وتوسيع الخدمات القائمة:

إن تعزيز الخدمة المصرفية يمكن أن يتم بدون أي تغيير جوهري في الخدمات القائمة، فأى عمل يقوم به البنك ويتضمن تخفيف الإجراءات المتعلقة بالحصول على خدمة معينة من شأنه أن يعمل على استقطاب عملاء جدد، فهذه العملية لم تتضمن أي تطوير أو إعادة تصميم بل إجراء يهدف إلى زيادة العملاء وتعزيز الموقف التنافسي للبنك.

العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية: الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

تخضع عملية تطوير الخدمات المصرفية إلى نوعين من العوامل:

أ. العوامل الخارجية:

ترتبط هذه العوامل بالبيئة التي ينشط فيها البنك، والتي من شأنها التأثير على عملية التطوير من أهمها، العملاء، البنوك المنافسة، التطور التكنولوجي، السياسة الحكومية.

ب . العوامل الداخلية:

تتضمن هذه العوامل التنظيم الإداري للبنك، مدى استعداد موظفي البنك للتغيير، الوسائل المادية المتاحة والأهداف الاستراتيجية للبنك.

إن عملية تطوير المزيج الخدمي في البنوك أصبحت ضرورة ملحة على ضوء ما تشهده الساحة المصرفية في الآونة الأخيرة من خطوات متسارعة للعمل على تحديث وتطوير المنتجات والخدمات المصرفية.

ولا شك أن التطور التكنولوجي وثورة المعلومات والاتصالات كان لهما الأثر الواضح في ظهور خدمات مصرفية حديثة كوسائل ونظم الدفع الإلكتروني والتي تعد حجر الزاوية لنجاح وتطور المعاملات التجارية، كما أن لكل خدمة مصرفية عمر محدود، عادة ما يتم إعادةتها في السوق بأساليب جديدة، أو أن يتم استبدالها بخدمات أخرى أكثر تطورا استجابة لاحتياجات العملاء ورغبتهم ولمواكبة التطورات على مستوى البنوك الأخرى المنافسة.

ثالثاً- تسعير الخدمات المصرفية:

يعتبر التسعير عنصراً من عناصر المزيج التسويقي للبنك، باعتباره يستخدم كإستراتيجية في دخول الأسواق وفي اكتساب الميزة التنافسية وتمييزها.

وتفرض أهداف البنك السياسات السعرية التي ينبغي إتباعها لتحقيق الأهداف المرسومة سواء في المدى القصير أو الطويل. ويأخذ السعر مدلولاً خاصاً في التسويق المصرفي، بسبب تمايز المنتجات والخدمات المصرفية عن باقي المنتجات الأخرى، كما أنه يتصف بالحساسية الكبيرة باعتباره أن العديد من المنتجات والخدمات المصرفية تتصف بالنمطية. سوف نتناول في هذا البحث أهمية قرارات التسعير سواء تعلق الأمر بتأثيرها على ربحية البنك، أو تأثير التسعير في علاقته بالقيود والتشريعات الحكومية.

ينبغي أن تأخذ سياسات تسعير الخدمات المصرفية في الاعتبار العديد من العوامل مثل دورة حياة الخدمة المصرفية، المزيج الخدمي للبنوك المنافسة وأسعار خدماتها المعروضة في السوق المصرفية، إلى جانب ارتباط التسعير بتكاليف إنتاج الخدمة المصرفية باعتبار أن المدخل التقليدي الذي أتبعته البنوك لفترة زمنية طويلة يقوم في تحديد السعر على أساس التكاليف بالدرجة الأولى، غير أن المدخل التسويقي للتسعير يعتبر التكاليف كأحد القيود المفروضة على البنك في تحديد أسعار الخدمات المصرفية التي يتقاضاها البنك، وبالتالي فإن من وجهة نظر هذا المدخل لا تعتبر التكاليف هي المحدد الأساسي لأسعار الخدمات المصرفية. ولذلك فإن الأساليب التي يتبناها البنك في تسعير خدماته ينبغي أن تعتمد على ظروف السوق والمنافسة بالإضافة على اعتمادها على عنصر التكلفة.

لقد فرضت طبيعة المنافسة وظروفها ضرورة تبني البنوك لسياسات سعرية تتلاءم مع أهدافها المرسومة، فالسعر سواء كان في شكل عمولة أو فائدة أو خصم له تأثير مباشر على العملاء في اختيار البنك الذي يتعاملون معه، لذلك يعتبر التسعير من الانشغالات الرئيسية التي تواجه إدارة البنوك، خاصة عند تسعير خدماتها لأول مرة، أو عندما تتطلب الظروف الاقتصادية العامة أو ظروف المنافسة القيام بتغيير الأسعار الحالية بصفة مؤقتة أو دائمة، أو عندما يقوم البنك بتقديم عدداً كبيراً من الخدمات المصرفية المترابطة من حيث الطلب والتكلفة.

العوامل المؤثرة على تسعير الخدمات المصرفية.

قد تكون قرارات التسعير معقدة نتيجة لعدم التأكد من رد فعل مستوى السعر على العملاء والمنافسين، ولأن السعر يمثل عنصر هام في التخطيط التسويقي وتحليل السوق المصرفية، فإن هناك عوامل كثيرة تؤثر على التسعير وهي عوامل داخلية تتمثل في مجموعة العوامل المرتبطة بالاستراتيجية التسويقية للبنك وأهدافه التسويقية وتكاليف المنتجات المصرفية وعوامل خارجية مرتبطة بالأوضاع السائدة في السوق.

أ. العوامل الداخلية المؤثرة على التسعير.

- الإستراتيجية التسويقية للبنك (عناصر المزيج التسويقي): يعتبر السعر أحد العوامل التي تستطيع إدارة البنك تحقيق الأهداف التسويقية بالتنسيق مع العناصر الأخرى للمزيج التسويقي وهي الخدمة المصرفية والتوزيع والترويج.

فالخدمة المصرفية الجيدة تحتاج إلى مدخلات جيدة مما يحمل البنك تكلفة مرتفعة وهو ما ينعكس على سعر الخدمة المصرفية المطروح في السوق المصرفية. أما توزيع الخدمات المصرفية فيتطلب وجود منافذ تتلاءم مع طبيعة هذه الخدمات، فاستخدام آلات الصرف الآلي أو التحويل الإلكتروني للأموال تتطلب تكلفة إضافية بالنسبة للخدمة المصرفية الموزعة.

كما أن الترويج للخدمات المصرفية وخاصة الجديدة منها يتطلب استعمال كل مكونات المزيج الترويجي مما يحمل البنك المزيد من التكاليف.

- الأهداف التسويقية: ينبغي على الإدارة التسويقية بالبنك وضع الاستراتيجية التسويقية لتحقيق أهداف البنك المتمثلة في:
 - ✓ البقاء والاستمرار.
 - ✓ تعظيم الأرباح خاصة في المدى القصير.
 - ✓ تحقيق الاستراتيجية القيادية (قيادة تكاليفية أو قيادة سعرية).

- الأهداف التكاليفية: تمثل التكاليف بعدا هاما في استراتيجية التسعير، حيث يتعين على الإدارية التسويقية تحديد السعر الذي يحقق تغطية التكاليف وفي نفس الوقت تحقيق أقصى الأرباح مع حجم أكبر من المبيعات، لذلك تقوم بعض البنوك بوضع استراتيجيتها السعرية على أساس التكلفة المنخفضة حتى تستطيع البيع بأسعار منخفضة مقارنة مع المنافسين وبالتالي تحقيق أقصى ربحية.

وعموما فإن البنوك تكون مقيدة بعامل التكلفة في تحديد أسعار خدماتها المصرفية، فإذا ارتفعت تكاليف هذه الخدمات فإن البنوك تقوم برفع معدلات ما يتقاضاه من رسوم وعمولات عليها، ونتيجة لذلك تنعكس مثل هذه الظواهر في انخفاض التعامل مع البنوك خاصة في ظروف المنافسة.

. العوامل الخارجية المؤثرة على التسعير:

يجب على إدارة التسويق بالبنك عند تسعيرها لمختلف منتجاتها المصرفية الأخذ في الحسبان عدة عوامل لها تأثير واضح على حجم مبيعاته وبالتالي على ربحيته ومن بين أهم هذه العوامل:

- الموقف الائتماني للعميل: ينبغي تحليل الحالة الائتمانية للعميل ومعرفة موقفه الائتماني من الأسعار المطبقة كسعر الفائدة والأجيو والعمولات المختلفة.

- درجة المخاطرة في السوق: يعتبر تحليل درجة المخاطرة التي يتعرض لها نشاط العملاء من الأمور الهامة في التسعير، لذلك ينبغي أن تعكس الأسعار التي يتقاضاها البنك عند المخاطرة في السوق.

- ظروف السوق: نظر لما تتصف به الأسواق المصرفية من منافسة فقد اتجهت معظم البنوك إلى ما يعرف بفلسفة التوجه بالسوق في تحديد أسعار خدماتها، ولذلك ينبغي على المسؤولين على التسويق بالبنك إحداث التوافق بين أساليب التسعير والاستراتيجية التسويقية، كما يجب أن تربط الأسعار التي يتقاضاها البنك بدورة حياة الخدمة المصرفية، فعلى سبيل المثال عند تقديم خدمة مصرفية جديدة ومتميزة للسوق يمكن للبنك أن يتبع ما يعرف بسياسة كشك السوق وتعني هذه السياسة الدخول إلى السوق بأسعار مرتفعة ويولي ذلك تخفيض الأسعار بعد فترة معينة إذا

تطلب الأمر ذلك حتى تلقي أسعار البنك نوع من القبول في قطاعات أخرى من السوق، غير أنه ينبغي أن تأخذ في الحسبان أن سياسة كشط السوق قد تشجع بنوكا أخرى على إتباع نفس السياسة. وقد يتبع البنك سياسة التغلغل في السوق من خلال تخفيض الأسعار، أي تخفيض السعر بهدف اختراق السوق، والهدف من وراء ذلك هو منع المنافسين من دخول السوق، غير أن إتباع هذه السياسة يؤدي بالبنك إلى فقدان العائد الإضافي الذي كان من الممكن الحصول عليه إذا أتبع سياسة كشك السوق.

- **مدى مرونة الطلب على الخدمات المصرفية:** تتحدد سياسات التسعير المتبعة والمذكورة سابقا بمدى مرونة الطلب في السوق، وتعني مرونة الطلب درجة حساسية الطلب للتغيرات في مستويات الأسعار، ففي بعض الأسواق يلاحظ أن الطلب لا يتأثر كثيرا بالأسعار كما هو الحال بالنسبة للحسابات الجارية مثلا. ومن ناحية أخرى هناك بعض الخدمات المصرفية تكون حساسة للتغيرات في أسعارها، وعلى الرغم من أهمية مرونة الطلب في تحديد السياسة السعرية إلا أنها لا تفسر استجابة الأسواق لمستويات الأسعار المتغيرة.

. طرق تسعير الخدمات المصرفية.

يمكن التمييز بين مدخلين أساسيين في تسعير الخدمات المصرفية وهما المدخل الموجه بالتكلفة والمدخل الموجه بالسوق.

- **التسعير طبقا لمدخل التكلفة:** يعتبر التسعير على أساس التكلفة إحدى الطرق الشائعة الاستعمال، خاصة مع سوق يتميز بالمنافسة ويتميز مدخل التسعير على أساس التكلفة بالبساطة والسهولة في التطبيق، ويتحدد سعر بيع الخدمات المصرفية عن طريق جعل سعر بيع الخدمة مساويا لتكلفة إنتاجها مضافا إليها هامش الربح المحدد إداريا أو الذي تحدده العوامل المؤثرة في السوق المصرفية.

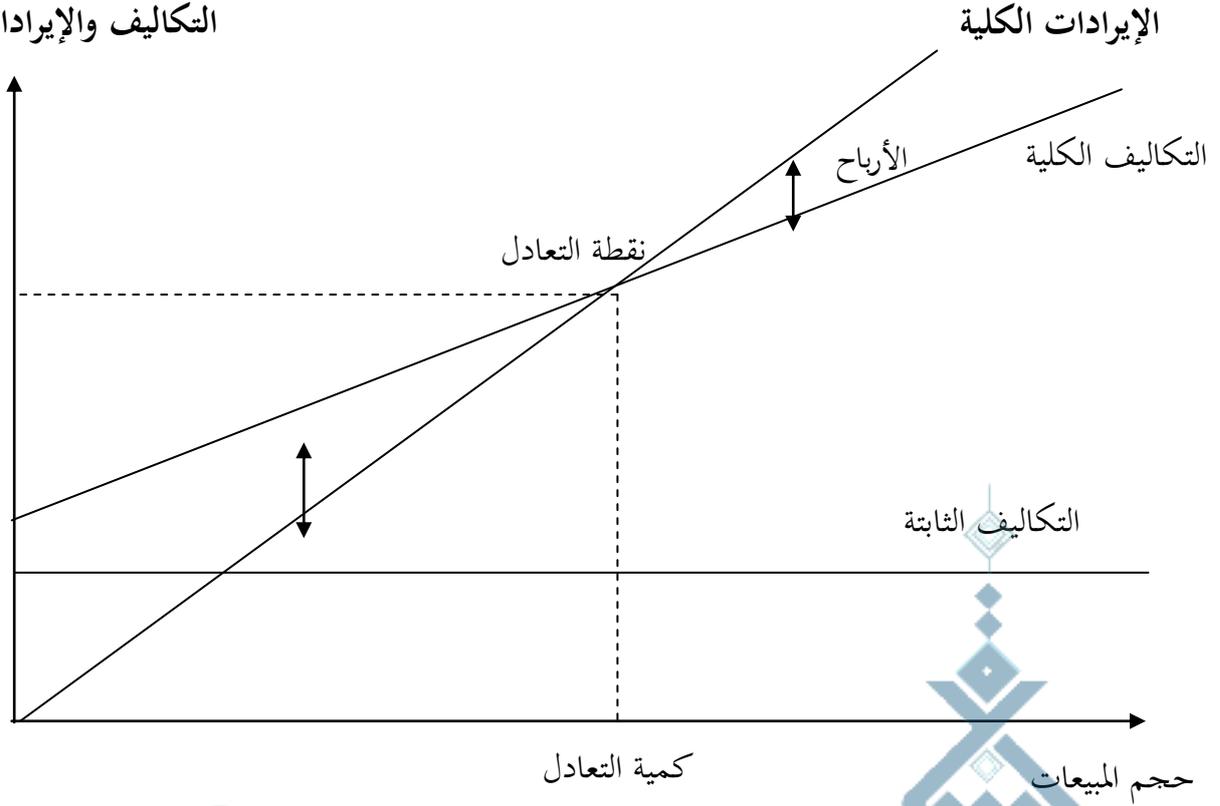
وفي الواقع نجد أن الكثير من إجراءات التسعير في البنوك المعتمدة على مدخل التكلفة تتحدد وفقا للمعادلة التالية:

$$\text{سعر بيع الخدمة المصرفية} = \text{المصاريف الإدارية} + \text{مصاريف التسويق} + \text{هامش الربح}$$

وبإتباع هذا المدخل في التسعير يحدد البنك مستوى من الأرباح ينبغي تحقيقه عند مستوى من المبيعات، وهي الطريقة المبنية على ما يعرف بأسلوب تحليل نقطة التعادل الموضح في الشكل التالي:

أهمية تحليل نقطة التعادل في تسعير المنتجات و الخدمات المصرفية.

التكاليف والإيرادات



كما أن هناك العديد من المشاكل التي تواجه البنوك عند اعتمادها لسياسة تحديد الأسعار وفقا لمدخل التكلفة نذكر منها:
- أن هذا المدخل يفترض تحقيق حجم محدد من المبيعات عند سعر معين، بينما للسعر تأثير جزئي على حجم المبيعات من الخدمات المصرفية.

- صعوبة تحديد السعر على أساس التكاليف الكلية فهذه التكاليف عادة ما تكون مشتركة بين العديد من الخدمات المصرفية، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة تخصيص التكاليف وخاصة التكاليف غير المباشرة

- صعوبة إدراج التكاليف الثابتة التي تم تحملها، والتي لا ينبغي أن يكون لها تأثير عند تحديد السعر.

- **التسعير طبقا لمدخل السوق:** طبقا لهذا المدخل فإنه ينظر إلى التكاليف باعتبارها نوعا من القيود في تحديد السعر الأدنى الذي يجب أن يتقاضاه البنك في مقابل الخدمات المصرفية التي يعرضها في السوق، وعلى ذلك فإن التكاليف تمثل قيودا على حرية البنك في عدم النزول عن حد أدنى في التسعير، وتشير المعادلة الآتية إلى مدخل التسعير حسب اعتبارات السوق :

السعر = هامش الربح - (تكاليف إنتاج الخدمات + التكاليف الإدارية + تكاليف التسويق).

وينقسم التسعير طبقا لمدخل السوق إلى نوعين من التسعير:

أ- **التسعير الموجه بالطلب:** وفيه يحدد السعر بناء على اتجاه الطلب على الخدمة المصرفية حيث:

- يحدد سعر مرتفع عندما يكون الطلب مرتفع على الخدمة.

- يحدد سعر منخفض عندما يكون الطلب ضعيف على الخدمة.
- ويعتقد بعض خبراء التسعير أن التسعير بناء على اتجاه الطلب يجب أن يكون العامل الوحيد في التسعير، حيث يعتقد هؤلاء أن السعر يجب أن يتحدد بناء على القيمة التي يشعر بها العميل والتي يترجمها حجم الطلب على الخدمة.
- وطبقا لهذه الطريقة يمكن وضع أكثر من سعر للخدمة أي بيعها بأكثر من سعر وذلك باختلاف العملاء، وقت ومكان عرض الخدمة. هناك عدة حالات يمكن استخدام هذه السياسة تتمثل في:
- إذا كانت السوق المصرفية قابلة للتقسيم إلى قطاعات وفيها يختلف الطلب من قطاع لآخر.
- عدم وجود فرصة للمنافسين لبيع الخدمة بسعر منخفض في القطاعات التي يبيع فيها البنك بسعر مرتفع.
- أن تكلفة تجزئة السوق والسياسات المطبقة لا تزيد عن العائد الذي سيتحقق نتيجة تمييز الأسعار.
- أن لا يؤدي ذلك إلى عزوف العملاء وابتعادهم عن التعامل مع البنك.

ب- التسعير على أساس المنافسة:

عندما يحدد البنك أسعار خدماته على أساس الأسعار التي يحصل عليها المنافسون، فإنه يطلق على عملية التسعير في هذه الحالة أنه تسعير موجه بالمنافسين، ولا يعني ذلك أن البنك لا بد أن يتقاضى نفس أسعار المنافسين ولكن قد يتقاضى أقل أو أكثر، وبالتالي فإن الخاصية المميزة لهذه الطريقة أنها لا تهدف إلى المحافظة على علاقة قوية بين السعر والتكاليف أو الطلب، حيث يمكن أن تختلف التكاليف و أيضا الطلب ومع ذلك يحتفظ بمستوى السعر لأن المنافسين يحتفظون بذلك المستوى من السعر، أو العكس حيث يمكن للبنك تغيير السعر لأن المنافسين غيروا سعرهم حتى وأن لم تكن تكاليف الخدمة أو الطلب عليها قد تغير.

ويتم الاعتماد على هذه الطريقة في تحديد السعر بناء على أسلوبين وهما:

أ- التسعير على أساس متوسط أسعار المنافسين:

وهي الطريقة الأكثر شيوعا في التسعير الموجه بالمنافسين حيث أن البنك يحاول أن يحدد أسعار خدماته بشكل يتطابق مع متوسط أسعار المنافسين ويرجع شيوع استعمال الطريقة لعدة اعتبارات:

- عندما يصعب حساب أو تحديد التكاليف.
- تحقيق توافق في الأسعار وتقليل من المنافسة السعرية.
- الصعوبة في معرفة تصرف العملاء أو المنافسين كرد فعل للأسعار المختلفة يعتبر مبرر في تطبيق هذه الطريقة.
- **التسعير على أساس المناقصات:** يوجد هذا الأسلوب في الحالات التي تتنافس فيها الشركات في الحصول على مشاريع بأعلى قيمة، أملا في التسعير بأقل من الآخرين ولكن في حدود معينة، وعموما فإن هذه الطريقة لا تستعمل في قطاع الخدمات ومنها البنوك.

ويرى بعض الكتاب أن هناك طرق أخرى تستخدم من طرف البنوك تأخذ في الاعتبار الطرق السابقة منها:

أ- **التسعير وفقا لمنافع العملاء:** وتعتمد هذه الطريقة على أساس أن الطريقة التقليدية التي تنظر إلى السعر على أنه (تكلفة زائد هامش ربح)، لا تأخذ في الاعتبار قيمة المنافع التي يحصل عليها العملاء بجانب الخدمة المصرفية، أو

يرغبون في الحصول عليها مثل سرعة الأداء، الثقة والأمان...، لذلك فإنه وفقا لهذه الطريقة يتم تقدير قيمة تلك المنافع وأخذها في الاعتبار عند تحديد أسعار الخدمات المصرفية.

ب- التسعير طبقا لمجموعة الخدمات المقدمة: وفقا لهذه الطريقة تحدد أسعار الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وفقا لعدة اعتبارات أهمها حجم الخدمات ونوعيتها، وفاء العميل للبنك....، والواقع فإن هذه الطريقة غير ناجحة على أساس أنها تميز بين العملاء وبالتالي تترك آثار سلبية على البنك.

ج- التسعير وفقا لتمييز الخدمات: وفقا لهذه الطريقة يتم تقديم خدمات خاصة لبعض العملاء مقابل أسعار مرتفعة مثل خدمات الوصاية وأمانة الاستثمار، أو تقديم خدمات أخرى مقابل أسعار منخفضة كالحسابات الجارية تحويل الأموال وغيرها.

وخلاصة القول أن إدارة التسويق بالبنك يكون أمامها مجال للتحرك في تحديد أسعار الخدمات المصرفية تتمثل حدود مجال التحرك فيما يلي:

أ- ينبغي أن يكون السعر أعلى من التكلفة المتغيرة للخدمات المصرفية، وبدون ذلك لا يمكن تحقيق الأرباح بل تكبد الخسائر في المدى القصير إذا أخذنا في الاعتبار التكاليف الثابتة.

ب- ينبغي أن يكون السعر في حدود معينة يقبل به العميل.

ج- يجب على إدارة التسويق عند تحديد الأسعار الأخذ في الاعتبار أن العملاء يحكمون على جودة الخدمات من خلال الأسعار.

د- أيضا يجب الأخذ في الاعتبار عند وضع الأسعار جميع القيود والتشريعات والقوانين الحكومية.

رابعا: استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية الجديدة:

تهدف إدارة البنك عند تسعيرها للخدمات المصرفية الجديدة إلى تحقيق ثلاثة أهداف وهي:

- تحقيق قبول سريع للخدمة المصرفية الجديدة من قبل العملاء.

- المحافظة على مركز البنك في السوق وبالتالي على حصته البيعية.

- تحقيق الربحية والمحافظة على صورة جيدة وانطباع حسن من قبل العملاء.

لتحقيق هذه الأهداف غالبا ما تتبع البنوك الاستراتيجيات الثلاث التالية:

. استراتيجية كشط السوق:

تقوم هذه الاستراتيجية على تقديم الخدمة المصرفية الجديدة على أساس سعر مرتفع بغية تحقيق أكبر قدر من

الأرباح، حيث يتم تبني هذه الاستراتيجية من قبل البنوك لمجموعة الاعتبارات التالية:

- عدم تأثير الكميات المباعة من الخدمات المصرفية الجديدة بالسعر في مرحلة تقديمها إلى السوق مقارنة بالمرحلة

الأخرى من دورة حياة هذه الخدمات عندما تلعب المنافسة دورا مؤثرا في السعر.

- إن سياسة كشط السوق تسمح بجذب فئات العملاء الأقل حساسية للسعر المرتفع، قبل تخفيضه للوصول إلى

فئات جديدة أكثر حساسية والذين ينظرون إلى عملية تخفيض السعر على أنه نوعا من الإغراءات التسويقية.

- إن السعر المرتفع يساعد على تمييز الخدمات المصرفية الجديدة المعروضة في السوق، خاصة إذا كانت موجهة لفئة معينة من المجتمع ذات الدخل المرتفع.

- تستعمل استراتيجية التسعير القائمة على كشط السوق في اختيار مرونة الطلب على الخدمة الجديدة، فمن المعروف أنه من البدء بسعر مرتفع ثم تخفيضه إذا اقتضت ظروف السوق ذلك. أما في حالة البدء بسعر منخفض فإن البنك يواجه صعوبات كبيرة لزيادته تتعلق بالمنافسين وحتى العملاء أنفسهم.

- إن تحديد السعر المرتفع وفقا لهذه الاستراتيجية يمكن البنك من الحصول على عائد مرتفع في المرحلة من حياة الخدمة المصرفية يمكنه من توفير السيولة اللازمة من التوسع والتغلغل في قطاعات أخرى من السوق في المراحل المتبقية من حياة الخدمة.

عموما فإن نجاح هذه الاستراتيجية يتطلب من البنك تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية وضمن منافذ قصيرة، إلى جانب قيام البنك بتقسيم السوق المصرفية إلى قطاعات على أساس الدخل، والعمل على عدم شعور العملاء بالحساسية المفرطة نحو السعر.

. استراتيجية التغلغل في السوق (التمكن من السوق):

يتم بموجب هذه الاستراتيجية تسعير الخدمات المصرفية الجديدة بسعر منخفض بعكس الاستراتيجية السابقة، وذلك كوسيلة لاستمالة الجمهور للتعامل مع البنك في هذه الخدمات، وهدف البنك تحقيق أكبر حجم من المبيعات في أسرع وقت ممكن، وبعد ذلك رفع السعر تدريجيا كلما سمحت ظروف السوق بذلك. تفضل البنوك استخدام هذه الاستراتيجية في الحالات التالية:

- عندما تكون مرونة الطلب السعرية مرتفعة، بمعنى أن درجة حساسية الطلب لأي تغييرات تكون كبيرة، وقد يؤدي ذلك إلى عزوف العملاء في التعامل بهذه الخدمات.

- احتمال وجود منافسة قوية للخدمات بعد عرضها مباشرة في السوق، وفي هذه الحالة فإن السعر المنخفض لا يشجع الكثير من المنافسين على دخول السوق.

- إذا تم عرض الخدمة المصرفية في مناطق تتصف بمحدودية الدخل.

. استراتيجية التسعير حسب القيمة المدركة (الاستراتيجية النفسية للتسعير):

يتم تسعير الخدمات المصرفية على أساس هذه الاستراتيجية ليس على أساس التكلفة بل على أساس نفسي - أي على أساس الخدمة المدركة من الخدمة - فكلما زادت الخصائص الظاهرية وغير الظاهرية المرتبطة بالخدمة فإن ذلك سوف يؤدي إلى ارتفاع القيمة المدركة للخدمة لدى العملاء، وبالتالي يمكن للبنك في هذه الحالة تحديد سعر مرتفع والعكس صحيح، وعليه فإذا أرادت البنوك انتهاز هذه الاستراتيجية بذل جهود ترويجية كبيرة للتقليل من حساسية العملاء للسعر، مع العمل على إضافة بعض المزايا غير السعرية عند اقتنائها.

والملاحظ أن البنك الذي يتمتع بسمعة جيدة والمقدم لخدمات ذات جودة عالية له القدرة في زيادة أسعار هذه الخدمات دون غيره من البنوك الأخرى التي لا تتمتع بهذه المميزات.

خامسا: تعديل أسعار الخدمات المصرفية القائمة:

تقوم البنوك في كثير من الأحيان بإجراء تعديلات في أسعار خدماتها المعروضة في السوق، وذلك بمبادرة منها لطلب أكبر عدد من المتعاملين معها في حالة تخفيض الأسعار، أو محاولة تحقيق أقصى الأرباح في رفع الأسعار، وغالبا ما تتخذ هذه الإجراءات ردا على تحركات البنوك المنافسة أو محاولة التكيف مع التشريعات المصرفية الجديدة (تعليمات البنوك المركزية)، إلى جانب ذلك فقد تلجأ البنوك إلى تعديل أسعار خدماتها لاعتبارات أخرى نذكر أهمها فيما يلي:

- إذا كانت أسعار خدمات البنك مرتفعة بشكل ملحوظ مقارنة مع أسعار خدمات البنوك المنافسة.
 - عندما تكون أسعار بعض الخدمات منخفضة بشكل ملحوظ، مع وجود زيادة في التكاليف أو حجم الطلب.
 - عدم الانسجام في أسعار بعض الخدمات المصرفية التي تنتمي لخط منتجات واحد.
 - اعتقاد جل العملاء بأن أسعار بعض الخدمات التي يقدمها البنك مرتفعة عن المستوى المفروض أن تكون عليه.
 - إدخال تعديلات أو إضافات على الخدمة أدت إلى زيادة تكلفتها، أو قيمتها المدركة لدى العملاء.
- إن عملية تغيير الأسعار ليست عملية سهلة، لذلك تتطلب دراسة دقيقة لجميع المؤثرات البيئية، لأن قرار تغيير السعر سوف يترك آثارا على العملاء والمنافسين وحتى العاملين بالبنك، كما أن نجاح هذه العملية يكمن في درجة استجابة أولئك الذين يكونون السوق.

ففي حالة إقدام البنك على تعديل أسعار خدماته المصرفية المعروضة في السوق عليه الأخذ في الاعتبار النواحي الأساسية التالية:

SAHLA MAHLA

المذكرات حول لمذكرات التخرج في الجزائر

- تحديد التوقيت المناسب في تغيير أسعار الخدمات.
- تحديد خط الخدمات المصرفية الخاضع لعملية التعديل.
- مدى تأثير الخدمات الأخرى من تغيير السعر.

ترجع الأسباب الرئيسية في تغيير أسعار الخدمات المصرفية إلى عاملين أساسيين:

أ- تغيرات أسعار خدمات المنافسين: تضطر البنوك إلى النظر في تعديل أسعار خدماتها المصرفية كشكل من أشكال الاستجابة للتغيرات السعرية التي تعرفها البنوك الأخرى المنافسة، خاصة في الحالات التي تتصف فيها الخدمات بالتجانس حيث يواجه البنك ضغوطا للرد على تخفيضات الأسعار التي تبادر بها البنوك الأخرى.

ب- الاستجابة للتشريعات الحكومية: من المشاكل التي تواجه إدارة البنوك تلك التشريعات التي تصدرها الجهات المعنية وخاصة البنك المركزي فيما يتعلق بتحرير بعض أسعار بعض الخدمات كالعمولات وغيرها، أو إعادة النظر فيها كمعدلات الفوائد أو معدلات الخصم، وفي هذه الحالة يتوجب على البنك الاستجابة لهذه التشريعات والتكيف لها.

خلاصة القول أن التسعير يعتبر أهم عناصر المزيج التسويقي للبنك، وخاصة وأنه يستخدم كسلاح في المنافسة والتغلغل في السوق، كما ينبغي أن لا يستخدم هذا العنصر بمعزل عن عناصر المزيج التسويقي الأخرى، إذ لا يمكن رفع السعر إذا كانت الخدمات المنتجة لا تتصف بالجودة العالية، ولا تقدم في الظروف المناسبة للعملاء، فقبل صياغة الاستراتيجية السعرية على إدارة البنك القيام بالدراسة التفصيلية المتعلقة برد فعل المنافسين والعملاء ومدى توافق هذه الاستراتيجية مع التشريعات الحالية، مع الأخذ في الاعتبار مدى انسجام قرارات التسعير مع رغبة البنك ومركزه التنافسي.

٦- توزيع الخدمات المصرفية

تكتسب استراتيجية التوزيع - كأحد عناصر المزيج التسويقي - مكانة خاصة نظرا لأهمية إتاحة الخدمات المصرفية في مكان ووقت ملائمين للعملاء، وقد أدى اتجاه معظم العملاء في مجال التسويق المصرفي إلى تحقيق عنصر الملائمة للحصول على خدماتهم من مصدر واحد إلى قيام البنوك بالتنوع في الخدمات وإتاحتها بشكل مناسب للعملاء، وقد ترتب على ذلك زيادة أهمية القرارات المتعلقة بالتوزيع وبصفة خاصة اختيار موقع البنك والتي أوضحت الكثير من الدراسات أن الموقع المناسب من أهم المحددات المؤثرة في اختيار بنك ما دون الآخر.

بالإضافة إلى ذلك فقد اتبعت العديد من البنوك مداخل أكثر ابتكارية في النظر إلى قرارات التوزيع المصرفي بحيث لم يصبح اختيار موقع البنك أو فروعه هو القرار الوحيد الذي يتخذ في هذا المجال، بل أصبح هناك العديد من الوسائل والأساليب التي تزيد من إتاحة الخدمات المصرفية والتي يمكن النظر إليها كقنوات لتوزيع هذه الخدمات، ومن ضمن هذه الوسائل أجهزة الصرف الآلي، البطاقات البلاستيكية والتحويل الإلكتروني للأموال.... وما شابه ذلك من وسائل. وقد أدى زيادة الاعتماد على هذه الوسائل المتقدمة والمرتبعة الآلية أن زاد الطلب على جميع أنواع المعلومات المتعلقة بسلوك العميل وخصائصه ودوافعه وتلك المتعلقة بالخدمات المصرفية وفرص الاستثمار، وذلك بهدف توفير هذه المعلومات وإتاحتها للعملاء عند طلبها مما يساهم بشكل كبير في زيادة درجة إتاحة هذه الخدمات للعملاء.

إن توزيع الخدمات المصرفية يتضمن كافة الأنشطة والجهود التي تبذلها إدارة البنك من أجل توصيل خدماتها المصرفية في الأماكن والأوقات المناسبة للعملاء، وبالرغم من وجود كثير من أوجه التشابه بين تسويق السلع وتسويق الخدمات إلا أن الفرق الجوهرى بينهما يكمن في مجال التوزيع.

أولاً- مفهوم وأهمية قنوات التوزيع في النشاط المصرفي.

بالرغم من أن مضمون التوزيع في السلع والخدمات يكاد يكون واحداً، من حيث أنه يمثل كل الوسائل التي تمكن من إيصال السلع والخدمات نحو العميل في أحسن الظروف، إلا أن العملية تصبح أكثر تعقيدا عندما يتعلق الأمر بتوزيع الخدمات المصرفية، نظرا لما تتصف به هذه الخدمات من مواصفات تختلف كل الاختلاف عن السلع المادية وحتى عن بعض الخدمات الأخرى والتي تعرضنا إليها بالتفصيل في المبحث الأول من الفصل السابق. وعليه فإنه يتعين على إدارة التسويق بالبنك التفكير في إيجاد قنوات توزيع تهدف إلى إيصال الخدمة المصرفية إلى العملاء بصورة ملائمة، تساعد على تفاعل العملاء مع البنك وبالتالي زيادة التعامل بهذه الخدمة.

تتصف الخدمات المصرفية بعدم الملموسية وعدم إمكانية فصلها عن بائعها، فالعميل لا يمكنه لمس الخدمة وإدراك منافعها كما لا يمكن تخزينها وتقديمها في أي وقت، فالعميل لا يمكنه الحصول عليها إلا من خلال الاتصال المباشر بالموظف المعني ببيعها وهو ما يضيف عليها بعدا شخصيا.

كما تمتاز الخدمات المصرفية بدرجة من عدم التجانس، حيث تختلف الخدمة الواحدة في كثير من الأحيان من بنك لآخر فيما يتعلق بالطريقة التي تتم بها تقديم الخدمة من حيث الوقت وعملية التسليم وغيرها. كذلك فإن الخدمة المصرفية تنتج وتباع في نفس الوقت ونتيجة لذلك فإنه يتم انتقاء أفضل الوسطاء لتوزيعها.

ويلعب البعد الشخصي دورا كبيرا في اختيار العميل للبنك، فمقدم الخدمة بالبنك يعتبر أساس العلاقة الواسطة بين العملاء والبنك.

. قنوات التوزيع المصرفي بين المفهوم التقليدي والمفهوم الحديث:

تصل السلعة أو الخدمة إلى المستهلك النهائي بعد الانتهاء من إنتاجها عن طريق الوظيفة التسويقية، التي تعمل على تدفق السلع والخدمات من أماكن إنتاجها إلى مواقع استهلاكها من خلال ما يعرف بقنوات التوزيع أو منافذ التوزيع. يقصد بقنوات التوزيع الطريق الذي تسلكه السلعة أو الخدمة في انسيابها وتدفقها من المنتج إلى المستهلك، وذلك من خلال عدد من الأجهزة المتخصصة في التوزيع والتي قد تكون تابعة للمنتج أو مستقلة عنه.

لقد تناولت الكتابات التسويقية المختلفة مدى إمكانية تطبيق المفاهيم والأدوات التسويقية في مجال الخدمات ومنها طبيعة الحال قنوات التوزيع، ويرتكز محور هذه الكتابات على أن الخدمات المصرفية تتصف بخصائص تميزها عن السلع المادية وتؤثر في نفس الوقت على الاستراتيجيات التسويقية المطبقة في هذا الصدد.

ففيما يتعلق بقنوات التوزيع نجد أن الهدف من قرارات التوزيع المصرفي هو نفسه بالنسبة لتوزيع السلع المادية، بمعنى اختيار القنوات التي تعظم من الربحية في الأجل الطويل وتكسب البنك سمعة طيبة لدى العملاء، وهذا يعني مد العملاء بالخدمات ذات الجودة العالية وتغطية المناطق المستهدفة بأقل تكلفة، وبالرغم من ذلك فإن المفهوم التقليدي لقنوات التوزيع الخدمات المصرفية والمطبق في حالة السلع المادية أصبح ذو فائدة محدودة وخاصة عند مواجهة مشاكل التوزيع في حالة الخدمات بشكل عام والخدمات المصرفية على وجه الخصوص.

بالرغم من أن العديد من الكتابات في مجال تسويق الخدمات بصفة عامة، والتسويق المصرفي على وجه الخصوص قد توصلت بناء على استعراض الخصائص المميزة للخدمات المصرفية، إلا أن البيع المباشر هو السبيل المتاح لتوزيع معظم الخدمات وأن الاعتماد على الوسطاء يكون أضيق نطاقا، كما ينبغي التنويه في هذا الصدد إلى نقاط هامة وهي:

- أن الوصول إلى تعميم عام فيما يتعلق بالتوزيع المباشر للخدمات المصرفية ينبغي أن يقودنا إلى الاعتقاد بأن تحديد الموقع الملائم هو القرار الوحيد الذي يمكن أن يتخذ في مجال الاستراتيجية التوزيعية، وأن دراسة حركة السكان وتوزيعهم الديمغرافي والجغرافي هو السبيل لتوسيع رقعة توزيع الخدمات المصرفية.

فبالرغم من أن العديد من الدراسات الميدانية قد توصلت إلى أهمية الموقع كمعيار هام وأساسي في اختيار العملاء للبنك، إلا أن هناك العديد من القرارات التي يجب أن تتخذ في إطار استراتيجية التوزيع بخلاف تحديد الموقع الملائم.

- أن توسيع مجال عمل البنوك والمؤسسات المالية الأخرى ليشمل تسويق الخدمات المالية قد ساعد على استخدام العديد من المؤسسات المالية لتأدية هذه الخدمات.

- إن التفكير المستمر في مداخل إبتكارية تساهم في تحقيق الملائمة الزمنية والمكانية للخدمات المصرفية قد مكن العديد من البنوك من التوصل إلى منافذ توزيع جديدة يمكن أن تستخدم لتحقيق أهداف البنك. وتقضي المداخل الابتكارية تغييرا لدى الإدارة العليا للبنوك، ويعتبر بمثابة انطلاق من الحدود المرسومة لمنافذ التوزيع والشائع استخدامها في حالة السلع المادية بما يمكن من استحداث منافذ جديدة تتلاءم وطبيعة الخدمات المصرفية وخصائصها.

. المفهوم الحديث لقنوات التوزيع المصرفي:

إن التوصل إلى مفهوم شامل وموسع لقنوات التوزيع المصرفي يلاءم تطور الصناعة المصرفية وتوسعها في الوصول إلى مفاهيم تسويقية تناسب قطاع الخدمات بصفة عامة والقطاع المالي والمصرفي على وجه الخصوص، أصبح محل دراسات وبحوث العديد من الكتاب في الفترة الأخيرة.

إن عدم رضا الكثيرون عن المفهوم التقليدي ومحدودية فائدته في مجال التوزيع المصرفي، دعت كما ذكرنا العديد من الكتاب إلى البحث عن تفسير ملائم للوسائل التي يمكن من خلالها للبائع إتاحة السلعة أو الخدمة إلى مجموعة عملائه بحيث تتحقق معها مجموعة المنافع الزمنية والمكانية لهذه السلعة أو الخدمة .

فالمعيار الأساسي في تحديد قنوات التوزيع هو تحقيق الإتاحة والملائمة الزمنية والمكانية للخدمة، وطبقا لهذا المعيار فإن أي وسيلة تزيد من إتاحة وملائمة الخدمة بحيث تؤدي إلى زيادة استخدامها أو العائد من استخدامها يمكن أن تعتبر كمنفذ لتوزيع هذه الخدمة. فطبقا لهذا المعيار فإن هناك العديد من الوسائل التي يمكن اعتبارها بمثابة قنوات لتوزيع الخدمات المصرفية كبطاقات الائتمان المصرفي، وبطاقات الصراف الآلي وغيرها.

وعلى منظور أوسع قدم Gronross مفهوم الوصول Le Concept de l'accessibilité للتعبير عن المفهوم الحديث لتوزيع الخدمات المصرفية، وهو كما عبر عنه " أن التوزيع مفهوم إداري مفيد في تسويق السلع المادية، أما في مجال تسويق الخدمات فإن الحاجة تظهر إلى مفهوم أوسع وأشمل وهو مفهوم الوصول حيث ينبغي أن تكون الخدمة متاحة للهدف السوقي بطريقة ملائمة وجذابة".
المصدر الأول لمفاهيم التوزيع الحديثة

وطبقا لهذا المفهوم فإن هناك العديد من الموارد التي تؤثر على التوزيع وتزيد من درجة إتاحة الخدمة للعملاء ومن أمثلتها الموارد البشرية، الآلات والمكاتب والمباني وغيرها من الأشياء المادية بالإضافة للخدمات المصاحبة لتقديم الخدمة الأساسية، ويعتقد الكاتب أن مفهوم الوصول يمكن أن يحسن من فهم الممارسين والدارسين لتسويق الخدمات المصرفية في نايتين:

- أنه يركز على كل الأجزاء المكونة للخدمة، فالخدمة غير ملموسة ولكن الموارد التي تؤثر في وصول الخدمة إلى مستهلكها تؤدي إلى تحويل الخدمة غير الملموسة إلى خدمة متماسكة تصل إلى العميل بشكل ملائم تساعده في تقييم هذه الخدمة، وهذه العناصر قد تكون موقع البنك، مدخل البنك وطريقة تصميمه، المكاتب وطريقة تنظيمها، الأفراد العاملين وهيئتهم، الأنظمة الآلية ومدى مسيرتها للتطورات التكنولوجية.

- أن تطبيق هذا المفهوم يمكن من كسر الحدود التقليدية لمفهوم التوزيع في تسويق الخدمات بحيث يكون التوزيع المباشر أحد العناصر المتاحة والمستخدمة في وصول الخدمة إلى العملاء.

كما أبرزت العديد من الكتابات اصطلاحات جديدة لقنوات التوزيع المصرفي تتماشى مع الاتجاهات الحديثة للتوزيع المصرفي مفهوم " أنظمة تسليم الخدمات المصرفية " حيث يتكون التوزيع المصرفي وفق هذا المفهوم من:

أ- نظام الإمدادات أو متطلبات التدعيم الفني والتي تقوم بتقديمها العمليات الخلفية للبنك والتي من خلالها تتحقق العمليات التشغيلية المختلفة وتسهل في نفس الوقت من سرعة الأداء وحصول العملاء على خدماتهم بكفاءة ويسر.

ب- نظام التسليم وهو عبارة عن القنوات المستخدمة بواسطة العملاء للحصول على خدمات البنك المختلفة مثل أجهزة الصرف الآلي، بطاقة الائتمان المصرفي، التحويل الإلكتروني للأموال وغيرها.

. التصنيفات المختلفة لقنوات التوزيع المصرفي وفق المفهوم الحديث:

تعددت الآراء والمحاولات التي قام بها كتاب التسويق في تقديم إطار جديد لقنوات توزيع الخدمات المصرفية انطلاقاً من عدم الرضا عن المفهوم التقليدي المستخدم في توزيع السلع المادية. وقد استندت هذه المحاولات في وضع تصنيف لقنوات التوزيع بناء على المفهوم الأساسي للتوزيع وهو تحقيق المنفعة المكانية والزمنية ولكن بمدخل إبتكارية على أساس أن أي وسيلة تزيد من إتاحة وملائمة الخدمة للعملاء تعتبر من وجهة نظر هؤلاء الكتاب بمثابة جزء من منافذ توزيع هذه الخدمات.

- تصنيف Meidan:

اعتمد الكاتب على التصنيف التقليدي لقنوات التوزيع والمستخدم بنجاح في تسويق السلع المادية، وذلك بتقسيمه إلى قنوات مباشرة وغير مباشرة، مع تطوير الأساليب المتبعة لكي تتوافق مع طبيعة وخصائص الخدمات المصرفية. وتعتمد القنوات المباشرة على مبنى البنك وفروعه والتي تقدم خدماتها إلى العملاء من خلال الاتصال المباشر وتتطلب ضرورة وجود العميل داخل مبنى البنك، أما قنوات التوزيع غير المباشرة فتتضمن استخدام الوسائل التي تزيد من درجة إتاحة وملائمة الخدمات للعملاء كبطاقات الائتمان، أجهزة السحب الآلي وغيرها.

- تصنيف Thompson & Little:

قدم الكاتبان تصوراً للقنوات التي يمكن من خلالها أن يصل البنك إلى مجموعة عملائه وذلك حسب طبيعة تلك القنوات وهي الأفراد العاملين بالبنك، البطاقات البلاستيكية، والمكان والآلات، فبالنسبة للأفراد فقد أشار الكاتبان إلى أهمية دور رجل البنك كمستشار مالي وذلك سواء للعملاء الأفراد أو الشركات، بالإضافة إلى ذلك تزداد أهمية العاملين داخل البنك وخاصة هؤلاء الذين لهم صلة مباشرة مع العملاء. وفيما يتعلق بالمكان، فجانبا الفروع التقليدية للبنوك فهناك الفروع الصغيرة التي تتركز في أماكن التسوق والتجمعات الصناعية والمطارات والمباني الإدارية الكبيرة. بينما يشير استخدام البطاقات البلاستيكية كقناة توزيع إلى مختلف بطاقات الائتمان والتي يستخدمها حاملها في أماكن التسوق المختلفة ومحطات البنزين وغيرها. أما الآلات فتعني استخدام الآلية في توزيع الخدمات المصرفية من خلال أجهزة الصرف الآلي، بالإضافة إلى نقاط البيع (POS) والخدمات المصرفية عبر الإنترنت.

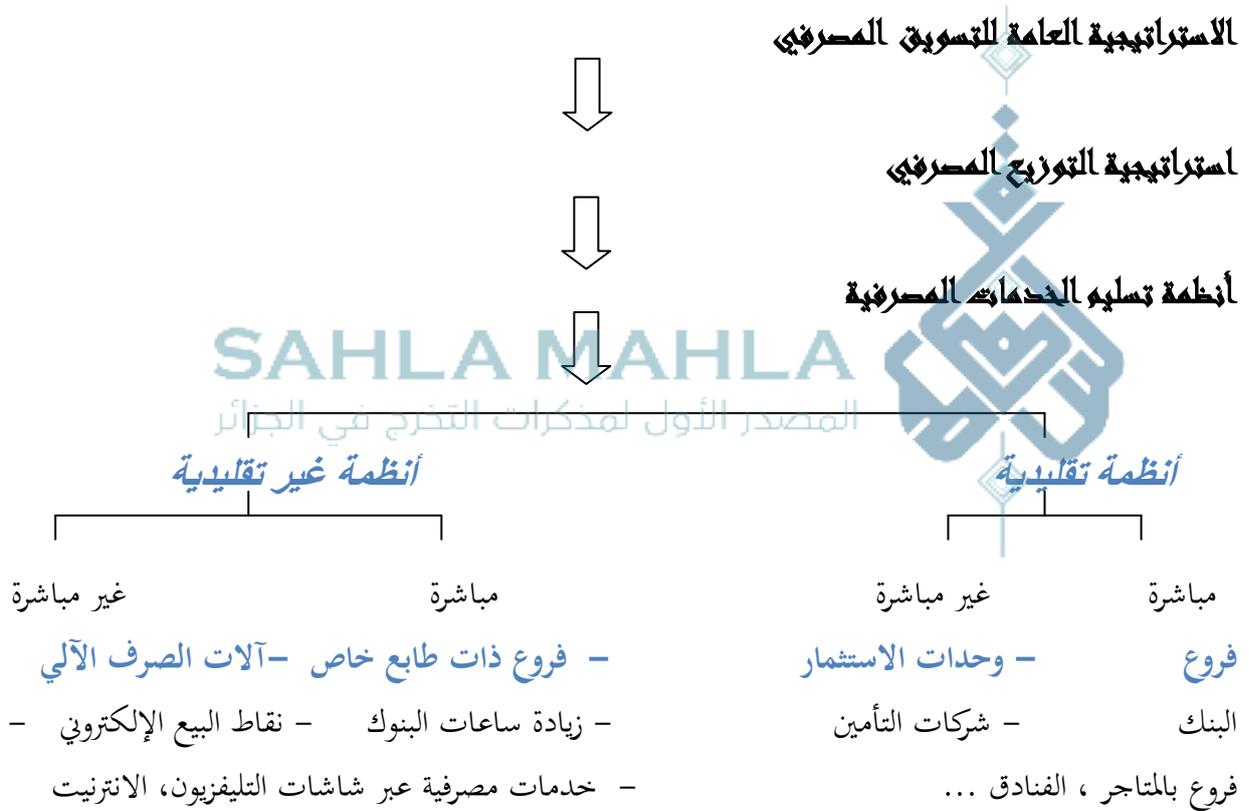
- تصنيف Mc Mahon:

اعتمد Mc Mahon على تصنيف قنوات التوزيع على أساس الاتصال بالعملاء سواء بصورة شخصية أو غير شخصية، فبالنسبة لأنظمة التسليم الشخصية اعتمد الكاتب على البنك وفروعه كوسيلة تقليدية وأساسية لتقديم الخدمات المصرفية وإتاحتها للعملاء. أما فيما يتعلق بالأنظمة غير الشخصية فقد أشار الكاتب إلى أجهزة الصرف الآلي، والخدمات في نقاط البيع، والخدمات عبر شاشات التلفاز.

- تصنيف Channon:

أشار **Channon** إلى أهمية استخدام الآلية في إتاحة الخدمات المصرفية، حيث أكد على أنه نتيجة لاستخدام أنظمة التسليم الإلكتروني فإن العميل يحدد وقت ومكان التحويلات والخدمات المصرفية المطلوبة، وعليه فإنه يجب تعديل إستراتيجية التسليم التقليدية لكي تتلاءم مع خصوصيات الخدمات المصرفية إضافة إلى استخدامه للأنظمة الإلكترونية المختلفة. بناء على مختلف الدراسات السابقة التي تناولت موضوع توزيع الخدمات المصرفية يمكن تصنيف أنظمة تسليم الخدمات المصرفية بشكل من خلاله إطارا يساعد مسؤولي البنوك على اختيار المزيج المناسب من هذه الأنظمة الفرعية، والتي تسهم في إتاحة الخدمات المصرفية بشكل ملائم وبما يتناسب مع إمكانية البنوك المادية والبشرية والظروف التنافسية التي تعمل بها، وذلك من خلال الشكل الموالي:

تصنيف أنظمة توزيع الخدمات المصرفية.



٧- قنوات توزيع الخدمات المصرفية:

ترى الكثير من الدراسات كما أشرنا سابقا بأن التوزيع المباشر للخدمات المصرفية هو المنفذ الأكثر كفاءة لتوزيع تلك الخدمات، وترى دراسات أخرى بأن التوزيع المباشر عن طريق البنك وفروعه هو أسلوب تقليدي ولكن ضروري، وهناك أساليب حديثة للتوزيع إلى جانب مبنى البنك وفروعه مثل بطاقات الائتمان، وأجهزة الصراف الآلي، وآلات الإيداع النقدي والخدمات بالبريد والهاتف، والمكاتب التي تفتح في أوقات غير الأوقات المعتادة للبنك وفروعه وأنظمة التحويل الإلكتروني للأموال والبنوك المنزلية وغيرها.

ويميل الكثير في هذا المجال إلى تقسيم منافذ التوزيع للخدمات المصرفية إلى منافذ مباشرة ومنافذ غير مباشرة ويرى هؤلاء أن الوسائل الحديثة لتسليم الخدمات المصرفية ترتبط إلى حد كبير بهذا التقسيم، فمنها ما يعتبر مباشرا ومنها ما يعتبر غير مباشر، فألات السحب والإيداع، والمكاتب المتواجدة في أماكن محددة، والمكاتب التي تفتح في أوقات غير أوقات الدوام المعتادة وخدمات البريد والهاتف والانترنت كلها تعتبر منافذ توزيع مباشرة ولكن بأساليب متطورة، حيث أن الذي يقوم بهذه الخدمات هو البنك نفسه، وهناك من الأساليب الحديثة ما يمكن تصنيفه بأنه توزيع غير مباشر للخدمات المصرفية مثل بطاقات الائتمان والتحويل الإلكتروني للأموال عند نقاط البيع، والشيكات السياحية، لأن العميل يحصل على مثل هذه الخدمات من جهات أخرى غير البنك، وتقوم هذه الجهات فيما بعد بتسوية حساباتها مع بنك العميل لتقاضي ثمن تلك الخدمات.

وإن كانت الأساليب الثلاثة الأخيرة ترتبط في جانب منها بالتوزيع المباشر، وهو ما يتمثل في الحصول عليها من البنك أساسا وبناء على ذلك يمكن تقسيم منافذ توزيع الخدمات المصرفية إلى منافذ مباشرة وغير مباشرة كما يلي:

. القنوات المباشرة لتوزيع الخدمات المصرفية: تتمثل هذه المنافذ في:

- مباني البنك وفروعه: وهي أهم منافذ توزيع الخدمات المصرفية، حيث يتم من خلالها إتاحة الخدمات المصرفية التي يطلبها العملاء وبصورة ملائمة، كما يمكن من خلالها أن يتم توسيع التعامل مع البنك في المنطقة التي يتواجد فيها خاصة في تلك المعاملات التي تقوم على التعامل الشخصي المباشر مع العملاء، ويمكن تقسيم فروع البنك إلى ثلاثة أنواع هي:

فروع الدرجة الأولى: وهي الفروع التي تقوم بتقديم كافة الخدمات وعلى نطاق شامل، وتشكل جانبا مهما من معاملات البنك مع عملائه، وتتواجد في مراكز النشاط الاقتصادي الرئيسية سواء التجارية أو الصناعية أو الخدمية.

فروع الدرجة الثانية: وهي فروع تقل في حجمها عن فروع الدرجة الأولى وتقوم بتقديم الأنشطة الرئيسية الأساسية للبنك، وغالبا ما تتواجد هذه الفروع في المناطق التي لازالت في مرحلة التطوير حيث يقل عدد السكان والنشاط الاقتصادي عن القدر المطلوب لفتح فروع من النوع الأول.

فروع الدرجة الثالثة: وهي فروع يقتصر عملها على تقديم بعض الخدمات المصرفية مثل خدمات قبول الودائع وتقديم القروض بمبالغ محدودة، وتوجد هذه الفروع في المناطق النائية والريفية، ويمكن تقسيم هذه الفروع إلى نوعين أساسيين:

أ- فروع تشغل مركز ثابت في المركز العمراني للتجمعات السكانية إذا كان هناك عددا مناسباً من السكان لإقامة هذا الفرع.
ب- فروع متحركة، وتتمثل في السيارات المتنقلة التي يعدها البنك لخدمة بعض التجمعات السكانية التي تتصف بعدم الاستقرار.

نشير إلى أن كثير ما تبدأ الوحدة المصرفية التعامل على أساس أنها وحدة من الدرجة الثالثة، وبتوسع حجم تعاملاتها ونمو النشاط الاقتصادي بالمنطقة ترتقي حتى تصل إلى وحدة من الدرجة الأولى.

. القنوات غير المباشرة لتوزيع الخدمات المصرفية :

لقد أدى تطور خدمات البنوك واتساعها إلى استخدام الوسطاء في بعض الخدمات المصرفية وخاصة الخدمات التي تصدر في شكل صكوك قابلة للبيع مثل شهادات الادخار إذ تقوم الكثير من البنوك في المملكة المتحدة وأمريكا والهند باستخدام الوكلاء في توزيع هذه الشهادات، كما أدى استخدام البطاقات الائتمانية إلى تمكين العديد من

البنوك من ممارسة أنشطة تبعد عن حدود نشاطها، عن طريق زيادة حجم أسواقها الحالية وجذب فئات مختلفة من العملاء، ومن أهم قنوات التوزيع غير المباشرة:

- أ- الوكلاء: وهم عبارة عن مكاتب تقدم بعض الخدمات نيابة عن البنك و بالاتفاق معه مقابل تقاضيه عمولات محددة.
- ب- البنوك الأخرى: حيث تقوم البنوك بتقديم الخدمات لبعض العملاء نيابة عن البنك المعني، ثم تقوم هذه البنوك بتسوية حساباتها مع بنك العميل، وهذا من شأنه تيسير التعامل المصرفي ونشر الوعي والعادة المصرفية لدى الجمهور.
- ج- البنوك المراسلة في الخارج: وهي بنوك يكون مقرها خارج حدود الدولة، تقوم بتأدية بعض الخدمات بالنيابة عن البنك بعد الاتفاق معه.

د- الوسائل الحديثة: مثل بطاقات الائتمان، التحويل الإلكتروني للأموال عند نقاط البيع و فروع الخدمات الآلية الشاملة.

SAHLA MAHLA
المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر



X- المصارف الإسلامية

١- أساسيات حول المصارف الإسلامية

. ماهية البنك الإسلامي وتمييزه عن البنوك التقليدية.

يعرف المصرف الإسلامي بأنه " مؤسسة مالية تلتزم بأحكام الشريعة الإسلامية في كل أنشطتها الإستثمارية والخدمية من خلال دورها كوسيط مالي بين المدخرين والمستثمرين, وتقدم الخدمات المصرفية في إطار العقود الشرعية". وهي التي تمارس المهنة المصرفية وفق فنونها وأساليبها المصرفية ونظمها الشرعية وتقبل الودائع من الناس، ونعرفها بأنها: مؤسسة مالية مصرفية تتقبل الأموال وفقاً لقاعدتي "الخراج بالضمان" و"الغرم بالغنم" وتوظيفها في وجوه التجارة والاستثمار طبقاً لمقاصد الشريعة الإسلامية وأحكامها التفصيلية. وتميزها مجموعة الخصائص والفروق الجوهرية التي تفرق بينها وبين المصارف التقليدية، الجدول يوضح ذلك:

أهم الفروق الجوهرية بين المصرف التقليدي و المصرف الإسلامي

عصر المقارنة	المصرف التقليدي	المصرف الإسلامي
المفهوم	أحد مؤسسات السوق النقدي التي تتعامل في الائتمان النقدي وعمله الأساسي قبول الودائع لاستعمالها في عمليات مصرفية كخصم الأوراق التجارية وشراؤها وبيعها ومنح القروض وغير ذلك من عمليات الائتمان.	مؤسسة مالية مصرفية تتقبل الأموال على أساس قاعدتي "الخراج بالضمان" و"الغرم بالغنم" للالتجار بما واستثمارها وفق مقاصد الشريعة وأحكامها التفصيلية.
طبيعة الدور	مؤسسة مالية وسيطة بين المدخرين/المودعين والمستثمرين	لا يتسلم دوره بجمادية الوسيط بل يمارس المهنة المصرفية والوساطة المالية بأدوات استثمارية وتجارية يكون فيها بائعاً ومشترياً وشريكاً... الخ.
أساس التمويل	يقوم على أساس القاعدة الإقراضية بسعر فائدة.	يقوم على أساس القاعدة الإنتاجية وفقاً لمبدأ الربح والخسارة.
صفة التعامل معه	مودع ومدخر فهو مقرض ودائن أو مقرض ومدين وكلاهما على أساس الفائدة. مستأجر لبعض الخدمات المصرفية كصناديق الأمانات.	صاحب حساب جاري على أساس "القرض الحسن" و"الخراج بالضمان". صاحب حساب استثماري فهو رب مال. مشتري/بائع في جميع أنواع البيوع الحلال. شريك.
المحظور والجائز	- الأصل أنه يحظر عليه ممارسة التجارة أو الصناعة أو أن يمتلك البضائع إلا سداداً لدين له على الغير على أن يبيعه خلال مدة معينة. - يحظر عليه شراء عقارات غير التي يحتاج إليها لممارسة أعماله، أو أن يملكها سداداً لدين له على أن يبيعها خلال مدة معينة. - يجوز له أن يشتري لحسابه الخاص أسهم الشركات التجارية الأخرى في حدود نسبة محددة من أمواله الخاصة أو بناء على موافقة مسبقة من المصرف المركزي.	الأصل أنه يجوز له ممارسة التجارة والصناعة وتملك البضائع وشراء العقارات والتعامل في أسهم الشركات التجارية بالضوابط الشرعية.
الموارد المالية الذاتية	يستطيع إصدار أسهم ممتازة.	لا يستطيع ذلك لوجود الفائدة فيها.
الموارد المالية الخارجية	- الودائع والقروض على أساس الفائدة.	- لا يقترض ولا يقترض بفائدة ويوجد به حسابان للاستثمار: - ح.ث. العام، و ح.ث. الخاص، ويؤسس الأول على قواعد المضاربة

عنصر المقارنة	المصرف التقليدي	المصرف الإسلامي
		المطلقة ويؤسس الثاني على قواعد المضاربة المقيدة.
استخدامات الأموال	- الجزء الأكبر من الأموال يستخدم في الإقراض بفائدة.	- الجزء الأكبر من الأموال يتم توظيفه على أساس صيغ التمويل الاستثمار الإسلامية من البيوع والمشاركات والمضاربات وغيرها.
الوظيفة الرئيسية	- يقوم بصفة أساسية ومعتادة بقبول الودائع وتقديم القروض للغير على أساس الفائدة.	- مضارب في مضاربة مطلقة باعتبار المودعين في مجموعهم رب مال، وللمضارب أي المصرف أن يضارب فيكون رب مال وأصحاب العمل (المستثمرون) هم المضارب. - وكيل استثمار بأجر معلوم.
الادخار وتنمية الوعي الادخاري	- طبقاً للنظرية الوضعية الادخار هو الفائض من الدخل بعد الاستهلاك، لذلك يبحث المصرف التقليدي عن الأموال لدى الأغنياء. - لذلك يهتم بكبار أصحاب الأموال على حساب تنمية الوعي الادخاري لدى الأفراد عموماً.	- الادخار تأجيل اتفاق عاجل إلى أجل فهو عملية سلوكية ابتداء لذلك يبحث المصرف الإسلامي عن الأموال لدى جميع الأفراد أغنياء وفقراء. - لكل فئة من فئات المجتمع دوافعها الادخارية ولذلك تتنوع هذه الدوافع ومن هنا يهتم المصرف الإسلامي بتنمية الوعي الادخاري لدى الجميع تحقيقاً لدوافعهم الخاصة.
الربح	- يتحقق من الفرق بين الفائدة الدائنة والمدبنة في عمليات المصرف.	- يتحقق بأسبابه الشرعية من: المال - العمل - الضمان - وفق الأساليب الشرعية المحددة لكل سبب.
الخسارة	- يتحملها المقترض وحده حتى ولو كانت لأسباب لا دخل له فيها.	- يتحملها المصرف إذا كان رب مال في مضاربة، وفي البيوع إذا حدثت حوالة الأسواق، ويقدر رأس المال دائماً في المشاركات.
الخدمات المصرفية	- تؤدي مقابل ما يسمى عمولة تعتبر مصدراً من مصادر الإيراد لا تنقيد بطبيعة الخدمة ولا بالحلال والحرام.	- تؤدي نظير التكاليف الفعلية لهذه الخدمة وتنقيد بالحلال والحرام.
الرقابة	- نوعان من الرقابة: من قبل الجمعية العمومية، والسلطات النقدية.	- ثلاثة أنواع من الرقابة: الرقابة الشرعية، ومن قبل الجمعية العمومية، والسلطات النقدية.

إن مما يجب الإشارة إليه من بين الفروق ما بين المصارف التقليدية و الإسلامية هو طبيعة الدور الذي يلعبه كل نوع، فالمصارف التقليدية هي مؤسسات مالية وسيطة بين (المدخرين - المودعين) من جهة والمستثمرين من جهة أخرى، بينما تحاول المصارف الإسلامية الابتعاد عن هذا الدور السليبي أو الحيادي فهي تسعى لممارسة المهنة المصرفية والوساطة المالية بأدوات استثمارية وتجارية تكون فيها بائعاً ومشترياً وشريكاً.

التمييز بين الربح (بالبنك الإسلامي) و سعر الفائدة (بالبنك التقليدي)

الربح	أسعار الفائدة
- الربح يكون هناك اختلاف في الأجناس العائد المتحصل عليه يكون حسب العقد المتفق عيه.	- الربا يقع في الشئ ومثله كالنقود بالنقود أو القمح بالقمح مع الحصول على زيادة
- البيع فان الأسعار قابلة للتغير فقد يربح البائع من المشتري, كما قد يتحمل خسارة.	- إن العائد في التعامل الربوي مضمون للمرابي على أي حال مهما كانت النتيجة النهائية للمؤسسة
- إن الربح يوجد المنافسة وذلك بالبحث عن أحسن ثمن للبائع والمشتري معا.	- الفائدة اقرب إلى الاحتكار وتحديدها من قبل المرابي يكون سلفاً.
- الربح كنشاط تجاري مرتبط بعرض المنتجين وطلب المستهلكين يزدهر بازدهار الحركة الاقتصادية.	- الفائدة الربوية لا يوجد مثل هذا, فهي عائد يتحصل عليه المرابي بغض النظر على النتائج المتوقعة.
- الربح يقترن بفكرة تقليب المال + بذل جهد + إضافة منفعة اقتصادية	- الربا كسب ربوي دون أي مقابل اقتصادي بل هو عملية إقراض للمال دون ما تحمل تبعات المخاطرة

. أهداف البنوك الإسلامية وخصائصها.

- أهداف البنوك الإسلامية

إن البنوك الإسلامية لها جملة من الأدوات والأساليب التي تميزها عن باقي البنوك التقليدية المبنية على أساس نظام الفوائد المسبقة ومن هنا يمكننا القول أنها مؤسسات لها أدواتها ومناهجها الخاصة التي تعتمد عليها في تحقيق أهدافها. كما لا بد من الإشارة إلى أن أهداف البنوك الإسلامية قد تختلف حسب البيئة التي تعمل بها، ففي بيئة حيث يكون النظام المالي إسلامياً بالكامل فإن الأهداف ستنصب أساساً على جلب المتعاملين و تحقيق أكبر قدر من الأرباح أو بصيغة أخرى ستركز في الأهداف الاقتصادية، بينما في حالة النظام المالي المزدوج فإن تلك الأهداف ستختلف، بحيث يؤدي تغير المعطيات و الواقع و التحديات التي يمكن أن يضيفها على بيئة عمل هذه المؤسسات إلى تغير أهدافها... بحيث يصبح من بين أهدافها مثلاً إعطاء أحسن صورة للعمل المالي و المصرفي الإسلامي مع ضمان البقاء خاصة في المنافسة من المؤسسات التقليدية.

إن أهداف المؤسسات التي نتناولها هنا تمثل الأهداف التي تسعى البنوك الإسلامية تحقيقها بافتراض أنها تعمل في بيئة مزدوجة (لأن هذا هو الواقع في أغلب الحالات العملية)، إلا إذا تمت الإشارة إلى ذلك.

عموماً يتم النظر إلى هذه الأهداف من ثلاثة أبعاد، هي: البعد الاجتماعي، البعد التنموي و البعد الاستثماري.

إلا أنه يمكن تصنيفها إلى قسمين: أهداف اقتصادية و أهداف غير اقتصادية، وذلك كما يلي:

أولاً: الأهداف الاقتصادية: وهي تشمل:

. **الأهداف المالية:** انطلاقاً من أن المؤسسة المالية الإسلامية في المقام الأول مؤسسة أعمال إسلامية تقوم بأداء

دور الوساطة المالية بمبدأ المشاركة، فإن لها العديد من الأهداف المالية التي تعكس مدى نجاحها في أداء هذا الدور

في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية، وهذه الأهداف هي:

- تقديم التمويل إلى مختلف القطاعات الاقتصادية بشكل متوازن مما يؤدي إلى تنمية تلك القطاعات.
- جذب الودائع وتنميتها: وترجع أهمية هذا الهدف إلى أنه يعد تطبيقاً للقاعدة الشرعية بعدم تعطيل الأموال واستثمارها بما يعود بالأرباح على المجتمع الإسلامي وأفراده.
- استثمار الأموال: مع الأخذ بعين الاعتبار تحقيق التنمية الاجتماعية.
- تحقيق الأرباح، حتى يستطيع المنافسة والاستمرار في السوق المصرفي، وليكون دليلاً على نجاح العمل المالي و المصرفي الإسلامي.

✓ **هدف نقدي:** إن عملية التمويل الإسلامي تهدف أساساً إلى العمل على خفض معدلات التضخم، لأن نظام التمويل بالمشاركة لا يؤدي إلى خلق النقود الائتمانية، على عكس عملية التمويل بالقروض، إضافة لذلك فالبنوك الإسلامية مثلاً تأخذ في عين الاعتبار درجة التقدم الاقتصادي في البلد الذي تعمل فيه، وطبيعة أسواقها النقدية، وبالتالي فهي تعمل على إعادة توزيع رأس المال من خلال عملية التوازن النقدي الجهوي والقطاعي، أي تعبئة الفائض النقدي وتحريكه من العطالة إلى العمالة، وبهذا فإنها تسعى لكسب الموارد النقدية من عدة قنوات، سواء عن طريق الحسابات الجارية، أو ودائع الأمانة أو ودائع الاستثمار التي يقدمها المدخرون.

✓ **أهداف خاصة بالمتعاملين:** للمتعاملين مع المؤسسة المالية الإسلامية أهداف متعددة يجب أن تحرص هذه المؤسسة على تحقيقها وهي على النحو التالي:

- تقديم الخدمات المالية والمصرفية: إن نجاح المؤسسة المالية الإسلامية في تقديم الخدمات المصرفية و المالية بجودة عالية للمتعاملين، وقدرتها على جذب العديد منهم، وتقديم الخدمات المتميزة لهم في إطار أحكام الشريعة الإسلامية يُعد هدفاً رئيساً للإدارة و نجاحاً لمجموع البنوك الإسلامية.

- توفير التمويل للمستثمرين.

- توفير الأمان للمودعين و المستثمرين.

✓ **أهداف ابتكارية:** وهي تشمل بعضاً من الجوانب التالية:

- ابتكار صيغ للتمويل، وذلك للاستفادة من الفرص الاستثمارية و التمويلية المتاحة.

- تطوير الخدمات المالية والمصرفية التي يتم تقديمها للعملاء.

✓ **أهداف أخرى:**

- السعي لتحقيق الرواج الاقتصادي من خلال قنوات التمويل الخالية من الفائدة، الأمر الذي سيؤدي إلى تخفيض أسعار السلع المنتجة، وبالتالي انخفاض سعرها لدى المستهلك النهائي.
- تنمية الاقتصاد والمجتمع عن طريق الخدمات المالية وأعمال الاستثمار المشروع الفعلي وتشجيع الادخار، وتوفير التمويل للمشاريع الإسلامية بعائد ربح عادل...

- تحقيق معدلات نمو: تنشأ المؤسسات بصفة عامة بهدف الاستمرار وخصوصاً المصارف والمؤسسات المالية، حيث تمثل عماد الاقتصاد لأي دولة، وحتى تستمر المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية في السوق لابد أن تضع في اعتبارها تحقيق معدلات نمو مقبولة.

ثانياً- الأهداف غير الاقتصادية،

وهي تشمل باقي الأهداف الأخرى، و نذكر منها:

✓ العمل على خلق التوازن القطاعي من خلال تمويل العديد من المشاريع، وفي مختلف القطاعات، وبالتالي خلق فرص عمل جديدة لأفراد المجتمع.

✓ إقامة نظام اقتصادي عادل و شامل: فالمصارف الإسلامية كأهم جزء من المؤسسات المالية الإسلامية تقوم على مبدأ العدالة في توزيع الأرباح و ذلك لاعتمادها على نظام المشاركة، و كذلك الحال بالنسبة لمؤسسات التأمين الإسلامية المعتمدة على مبدأ التكافل.

✓ إيجاد نظام اقتصادي حر و مستقل.

✓ تطبيق أحكام الشريعة الإسلامية في المعاملات الشائعة و لا سيما المعاملات المصرفية في النقود و السلع.

✓ تنمية الموارد البشرية: تعد الموارد البشرية العنصر الرئيسي لعملية تحقيق الأرباح في المصارف بصفة عامة، حيث أن الأموال لا تدر عائداً بنفسها دون استثمار، وحتى تحقق المؤسسات المالية الإسلامية ذلك لابد من توافر العنصر البشري القادر على استثمار هذه الأموال، ولابد أن تتوفر لديها الخبرة المالية و المصرفية، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال العمل على تنمية مهارات أداء العنصر البشري بهذه المؤسسات عن طريق التدريب للوصول إلى أفضل مستوى أداء في العمل.

- خصائص البنوك الإسلامية

البنوك الإسلامية مؤسسة ذات عقيدة إسلامية، و هي الخاصة الأساسية التي تتصف بها المؤسسات المالية الإسلامية، فهي تقوم على العقيدة الإسلامية، و تستمد منها كل كيانها و مقوماتها، فهي تعد الركيزة الأساسية للاقتصاد الإسلامي، و يمكن أن نوجز الخصائص الأخرى فيما يلي:

أولاً: الالتزام في معاملاتها بالحلال

وتوجيه جهدها نحو الاستثمار في رحابه، و الابتعاد عن العمل في المجالات المحرمة: لما كان المصرف الإسلامي (مثل بقية المؤسسات المالية الإسلامية) يستمد مشروعيته من تجسيده للفكر الإسلامي، فإنه يلتزم التزاماً كاملاً بتطبيق قاعدة الحلال و الحرام في كل معاملاته، و التقيد بأخلاقيات الإسلام، و آدابه في هذه المعاملات، في طابعها الشمولي الذي يمتد إلى كافة مجالات النشاط الإنساني، التي يقوم المصرف أو المؤسسة المالية بالتعامل معها.

ثانياً: عدم التعامل بالربا

وهي سمة مميزة للبنوك الإسلامية من أجل تطهير المال، و تعد هذه الخاصية المعلم الرئيس و الأول لها. ومن هنا فإن البنوك الإسلامية لا تتعامل بالفائدة أياً كانت صورتها و أشكالها، أخذاً و عطاءً، إيداعاً أو توظيفاً، قبولاً أو خصماً، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ثابتة أو متحركة...

ثالثاً: الرقابة الشرعية

تفرد البنوك الإسلامية عن غيرها من البنوك التقليدية بأن لها رقابة ثالثة على عملياتها وهي الرقابة الشرعية بالإضافة إلى الرقابات المالية والإدارية والمصرفية، وهي الميزة الرئيسية للبنوك الإسلامية تختلف في آلياتها وشموليتها سواء كانت هذه الرقابة سابقة أو لاحقة وبموجبها يتم تسيير العمل المصرفي الإسلامي وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية. ومن الجدير بالذكر أن المراقب الشرعي أو من تعهد إليه مهمة الرقابة الشرعية ينبغي أن يكون مؤهلاً تأهيلاً شرعياً وعلمياً ليكون باستطاعته إبداء الرأي الذي يستند على العلم والدراية، مصداقاً لقوله تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾.

صيغ التمويل بالبنوك الإسلامية

يتم في الغالب الأعم تقسيم صيغ التمويل الإسلامية إلى ثلاثة أصناف رئيسية:

- أدوات ينشأ عنها دين:

أولاً: السلم و الاستصناع

✓ السلم والسلم الموازي

من أهم صيغ التمويل التي تستخدمها البنوك الإسلامية صيغة السلم، والسلم التمويلي، وهي تستخدم في تمويل التجارة، والزراعة، والصناعة.

• **تعريف السلم:** السلم هو عقد بيع لشيء موصوف في الذمة، معلوم القدر يتأخر تسليمه إلى أجل معلوم، بثمن حال يدفع عند التعاقد، وهو تقدم الثمن وتأخير استلام البضاعة المشتراة، وتكون الصورة هنا معاكسة تماماً للبيع الآجل، أي أن المصرف يدفع مقدماً ثمن بضاعة يتعاقد على شرائها من المتعامل الذي يتعهد بتسليم البضاعة للمصرف بعد إنتاجها.

• **السلم الموازي (التمويلي):** عقد السلم الموازي أو التمويلي هو عقد سلم، يكون البنك فيه مسلماً إليه أي بائعاً مسلماً ومحل هذا العقد أي المسلم فيه، هو بضاعة موصوفة في الذمة يتعهد البنك بتسليمها في أجل معين، ويقبض ثمنها من المسلم، أي المشتري عند التعاقد، ولكن من أين يأتي البنك بهذه البضاعة التي باعها مسلماً و قبض ثمنها في مجلس العقد؟ هذه البضاعة كان قد سبق للبنك شراء بضاعة من جنسها مسلماً، ودفع ثمنها في مجلس العقد و حدد للتسليم أجلاً، ومن هنا فإن البنك وهو يعقد السلم الموازي يحدد للتسليم فيه أجلاً أبعد من أجل السلم الذي اشتراه حتى إذا قبض البضاعة التي اشتراها مسلماً سلمها للمشتري منه مسلماً ومن الواضح أن البضاعة التي يبيعها في السلم الموازي لا بد أن تكون بمواصفات البضاعة التي اشتراها مسلماً لأنه لا يبيع نفس البضاعة من عدم جواز بيع دين السلم قبل قبضه، ولا الحوالة عليه، وعادة ما يتعاقد البنك على السلم الموازي بعد عقد شرائه مسلماً بمدة قصيرة حتى يسترد ما دفعه في فترة وجيزة وبدلاً من دخول البنك في عقد سلم تمويلي فإنه يمكنه الانتظار إلى حلول أجل السلم فيه الذي اشتراه وبيعه بثمن أجل أو على أقساط ويحقق بذلك ربحاً.

✓ الاستصناع والاستصناع الموازي :

• **الاستصناع:** هو عقد بيع بين الصانع والمستصنع على بيع أو شراء أصل ربما لم يتم إنشاؤه بعد، وعلى أن تتم صناعته أو بناؤه وفقاً لمواصفات المشتري النهائي وتسليمه له في تاريخ مستقبلي محدد وبسعر بيع محدد سلفاً، وذلك مقابل ثمن يدفع مقدماً أو مؤجلاً على دفعة واحدة أو على عدة دفعات حسب الاتفاق، وتكون العين والعمل من الصانع، وإذا كانت العين من المستصنع لا من الصانع فإن العقد يكون إجارة لا استصناعاً.

• **الاستصناع الموازي:** الاستصناع التمويلي، فيه مركب من عقدي استصناع أولهما : عقد بين البنك والمتعامل يكون البنك فيه بائعاً صانعاً ، والمتعامل مشترياً مستصنعاً ، وعادة يكون الثمن مؤجلاً ويترتب على هذا العقد ثبوت

• يعرف على أنه: "دفع مال إرفاقاً لمن ينتفع به و يرد بدله". أو هو إتاحة البنك مبلغاً محدداً لفرد من الأفراد، أو لأحد عملائه حيث يضمن سداد القرض الحسن، دون تحميل هذا الفرد أو العميل أية أعباء أو عمولات، أو مطالبته بفوائد و عائد استثمار هذا المبلغ، أو مطالبته بأي زيادة من أي نوع، بل يكفي استرداد أصل القرض. فالقرض الحسن إذن هو عبارة عن قرضٍ خالٍ من الفائدة، ويكون على نطاق ضيق إذ يصعب على البنك الإسلامي التوسع فيه لأنه يضر بمصلحة البنك والمدخر في نفس الوقت.

✓ الفرع الثاني: أدوات شبه الدين.

• أولاً: الإجارة (بيع الإيجار).

الإجارة من الناحية الشرعية هي عقد لازم على منفعة مقصودة قابلة للبدل والإباحة لمدة معلومة بعوضٍ معلوم، أو باختصار هي بيع المنفعة، وهي قسمان: المصدر الأول لمذكرات التخرج في الجزائر

- الإجارة التشغيلية (العادية): و فيها يكون لدى البنك الأصل الذي يريد تأجيره.

- و هي في حقيقتها بيع مستتر بإجارة، لهذا تسمى بيع الإيجار أو البيع التأجيري.

و يتم تطبيق الإجارة بالبنوك الإسلامية على النحو التالي:

- قيام البنك (المؤجر) بشراء أصول ثابتة محددة بمعرفة (المستأجر).

- يقوم البنك بتمويل شراء الأصل وامتلاكه ثم تأجيره بعقد متوسط أو طويل الأجل وتسليمه له للإنتفاع به واستخدامه.

• مميزات الإجارة المنتهية بالتملك

تحقق صيغة الإجارة المنتهية بالتملك المزاي التالية لكل من المؤجر(البنك) و المستأجر(العميل):

- الاجارة التمويلية(المنتهية بالتملك): وفيها يقوم البنك باقتناء الأصل بناءً على طلب العميل(المستأجر) باستئجارها، بالنسبة للمؤجر (البنك):

- يدر عليه عائداً بالنسبة لأمواله المستثمره (في شراء الأصل المؤجر) وبضمان جديد يتمثل في ملكيته للأصل المؤجر ذاته.

- يتم خصم نسبة (تمثل قسط الإهلاك) من قيمة الأصول المؤجرة من أرباح المؤجر لتحديد صافي الربح الخاضع للضريبة رغم أنه ليس هو المستخدم لهذه الأصول.

بالنسبة للمستأجر (العميل):

- الحصول على تمويل كامل الأصول المستأجرة (حيث أنه لا يتطلب أن يدفع المستأجر جزءاً من ثمنه مقدماً).
 - يتم خصم كامل قيمة الدفعات الإيجارية من أرباح المستأجر وصولاً إلى صافي الربح الخاضع للضريبة، وهذه الدفعات تكون عادة أكبر من قيمة قسط الإهلاك المسموح بخصمه، ومن ثم يحقق التأجير ميزة ضريبية للمستأجر. ويتم نقل الملكية للعميل عن طريق إحدى الصور التالية:
 - أ- إقتران عقد التأجير مع عقد هبة العين للمستأجر معلقاً على سداد كامل الأجرة، أو وعد بالهبة بعد سداد كامل الأجرة.
 - ب- عقد إجارة مع إعطاء المالك الخيار للمستأجر بعد الإنتهاء من وفاء جميع الأقساط الإيجارية المستحقة خلال المدة من شراء العين المأخوذة بسعر السوق عند إنتهاء مدة الإجارة.
 - ت- عقد إجارة مع إقترانه بوعده بيع العين المؤجرة بعد سداد كامل الإجرة.
 - ث- عقد إجارة ويعطي المؤجر للمستأجر حق الخيار في تملك العين المؤجرة في أي وقت يشاء.
- ✓ الفرع الثالث: أدوات اقتسام الأرباح و الخسائر.

- المشاركة: هي أن يتعاقد اثنان فأكثر على إنشاء عمل أو مشروع تجاري أو صناعي أو زراعي، بقصد الاسترباح أو تحقيق الربح. حيث تستخدمها البنوك الإسلامية للإسهام في رأسمال مشروعات جديدة، أو قائمة، فيصبح البنك المشارك مالكاً لحصته في رأس المال بصفة دائمة، تستحق نصيباً من الأرباح، وتستثمر هذه الأرباح إلى حين انتهاء الشركة، ويمكن تقسيم أنواع المشاركات كما تقوم بها البنوك الإسلامية إلى:
- المشاركة الثابتة (طويل الأجل): ويطلق عليها المشاركة في رأس المال وتقوم على مساهمة المصرف الإسلامي في تمويل جزء من رأس مال معين، مما يترتب عليه أن يكون شريكاً في ملكية هذا المشروع وإدارته وفي هذا الشكل يبقى لكل طرف حصة ثابتة في هذا المشروع إلى حين انتهاء هذه الشركة.
- المشاركة المتناقصة (المشاركة المنتهية بالتملك): في هذه الصورة يقوم البنك الإسلامي بالاشتراك مع عميل بتمويل المشروع المطلوب ثم يقوم ببيع جزء من حصته دورياً (كل سنة مثلاً) إلى الشريك (العميل) حتى تؤول ملكية الشركة أو المشروع كلية للشريك في نهاية المدة المتفق عليها. ومن صور المشاركة المتناقصة المنتهية بالتملك:
- أ- الصورة الأولى: أن يتفق البنك مع الشريك على أن يكون إحلال هذا الشريك محل البنك بعقد مستقل يتم بعد إتمام التعاقد الخاص بعملية المشاركة بحيث يكون للشريك حرية كاملة في التصرف ببيع حصته لشريكه أو لغيره.
- ب- الصورة الثانية: أن يتفق البنك مع الشريك على المشاركة في التمويل الكلي أو الجزئي لمشروع ذي دخل متوقع وذلك على أساس اتفاق البنك مع الشريك الآخر لحصول البنك على حصة نسبية من صافي الدخل المحقق فعلاً مع حقه بالاحتفاظ بالجزء المتبقي من الإيراد أو أي قدر منه يتفق عليه ليكون ذلك الجزء مخصصاً لتسديد أصل ما قدمه البنك من تمويل، وعندما يقوم الشريك بتسديد ذلك التمويل، تؤول الملكية له وحده.
- ت- الصورة الثالثة: يحدد نصيب كل شريك حصص أو أسهم يكون له فيها قيمة معينة ويمثل مجموعها إجمالي قيمة المشروع أو العملية وللشريك إذا شاء أن يقتني من هذه الأسهم المملوكة للبنك عدداً معيناً لسنة بحيث تتناقص أسهم البنك بمقدار ما تزيد أسهم الشريك إلى أن يمتلك كامل الأسهم فتصبح ملكيته كاملة.

- **المشاركة المتغيرة:** هي البديل عن التمويل بالحساب الجاري المدين حيث يتم تمويل العميل بدفعات نقدية حسب احتياجه ثم يتم أخذ حصة من الأرباح النقدية.

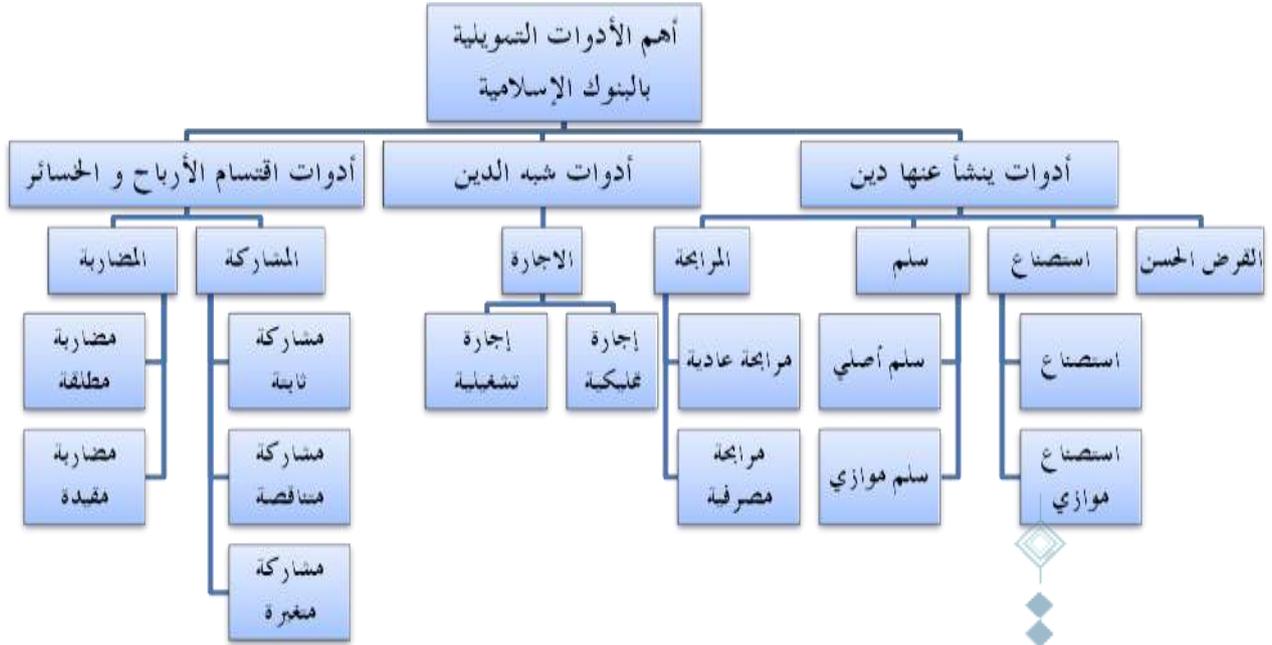
• **المضاربة:** تعتبر المضاربة أكثر صيغ الاستثمار والتمويل الإسلامي، ملائمة لتجميع أكبر قدر من الأرصدة النقدية من أصحاب الأموال بمرونة، إذ تحرص البنوك الإسلامية حرصاً شديداً على المواظبة في التعامل بهذه الصيغة لأنها تقوم على التألف الحقيقي بين من يملكون المال وليس لديهم الخبرة أو الوقت لتشغيله وبين من يملكون الجهد والخبرة والوقت الكافي إلا أن لا مال لهم أو أن طاقتهم الإنتاجية تفوق ما لديهم من مال.

وبذلك تعرف المضاربة على أنها عقد على المشاركة في الاتجار بين مالك لرأس المال، و عامل يقوم بالاستثمار بما لديه من الخبرة، و يوزع الربح بينهما في نهاية كل صفقة بحسب النسبة المتفق عليها. أما الخسارة إذا وقعت فيتحملها رب المال وحده، و يخسر المضارب جهده أو عمله. وما يميز هذا الأسلوب عن باقي الأساليب الإسلامية في عملية التمويل هو المخاطرة الكبيرة، لأن المصرف يقوم بتسليم ماله للمضارب الذي يتولى مهمة العمل والإشراف، ولا يكون ضامناً إلا في حالة التقصير أو التعدي، ويشترط في المضاربة الإيجاب والقبول بين الممول والزبون، كما يمكن تقسيم المضاربة الى قسمان:

-**المضاربة المطلقة:** هي التي تتم دون قيود، بأن يدفع صاحب المال، المال مضاربة من غير تعيين العمل و المكان و الزمان و صفة العمل و من يعامله المضارب.

-**المضاربة المقيدة:** و تكون مقترنةً ببعض القيود، بأن يدفع البنك مثلاً مالاً إلى شخص آخر، على أن يعمل به في بضاعة معينة، أو في سوق معينة، أو في وقت معين. وعلى هذا يجوز أن يشترط رب المال على المضارب ألا يتجر في سلع لا تحقق في عرف السوق حداً معيناً من الربح.

أهم الأدوات التمويلية المستخدمة بالبنوك الإسلامية



إن مختلف أشكال و صيغ التمويل الإسلامية و المشار إليها سابقاً سواء أدوات اقتسام الأرباح والخسائر أو حتى الأدوات التي ينشأ عنها دين تعتبر بديلاً للتمويل القائم على الفائدة، و بصفة عامة فهي تعتمد على مبدأ المشاركة الذي هو أساس نظرية التمويل الإسلامية في الوقت الذي يعتمد التمويل التقليدي على المديونية، كما أنها تقوم على عدم التأكد و قبول مخاطر عالية و محسوبة .

٢- مخاطر التمويل بالبنوك الإسلامية

إن البنوك الإسلامية، تواجه نوعين من المخاطر، فبجانب المخاطر التي تشترك فيها مع البنوك التقليدية، فهي تواجه مخاطر إضافية نابعة من التزامها بالشريعة الإسلامية، كالمخاطر التجارية المنقولة، ومخاطر فقدان الثقة، ومخاطر المؤشرات وغيرها، بجانب المخاطر المختلفة في صيغ التمويل الإسلامية.

. مخاطر تختص بطبيعة عمل البنوك الإسلامية

وهذه المخاطر تشترك فيها البنوك الإسلامية مع بقية البنوك التقليدية، و هي تشمل:

أولاً- مخاطر الائتمان و مخاطر السيولة.

تكون مخاطر الائتمان في صورة مخاطر تسوية أو مدفوعات تنشأ عندما يكون على أحد أطراف الصفقة أن يدفع نقوداً (مثلاً في حالة عقد السلم أو الإستصناع) أو عليه أن يسلم أصولاً (مثلاً في بيع المراجحة قبل أن يتسلم ما يقابلها من أصول أو نقود)، مما يعرضه لخسارة محتملة. وفي حالة صيغ المشاركة في الأرباح (مثل المضاربة والمشاركة). وتأتي مخاطر الائتمان في صورة عدم قيام الشريك بسداد نصيب البنك عند حلول أجله. وقد تنشأ هذه المشكلة نتيجة تباين المعلومات عندما لا يكون لدى البنوك المعلومات الكافية عن الأرباح الحقيقية لمنشآت الأعمال التي جاء تمويلها على أساس المشاركة/ المضاربة. وبما أن عقود المراجحة هي عقود متاجرة، تنشأ المخاطر الائتمانية في صورة مخاطر الطرف الآخر وهو المستفيد من التمويل والذي تعثر أداؤه في تجارته ربما بسبب عوامل خارجية عامة وليست خاصة به.

أما مخاطر السيولة فتمثل بعدم قدرة البنك الإسلامي على الإستجابة لطلبات السحب التي ترد من المودعين، ويكون ذلك بسبب عدم كفاية الإحتياطي النقدي وعدم القدرة على تسهيل الموجودات أو الحصول على النقدية اللازمة من البنك المركزي أو البنوك الأخرى. فهي تحدث نتيجة صعوبات الحصول على نقدية بتكلفة معقولة إما بالافتراض أو ببيع الأصول. و مخاطر السيولة التي تنشأ من هذين المصدرين حرجة و مهمة للبنوك الإسلامية. وكما هو معلوم، فإن القروض بفوائد لا تجوز في الشريعة الإسلامية، ولذلك فإن البنوك الإسلامية لا تستطيع أن تقتض أموالاً لمقابلة متطلبات السيولة عند الحاجة. وإضافة لذلك لا تسمح الشريعة الإسلامية ببيع الديون إلا بقيمتها الاسمية. ولهذا فلا يتوفر للبنوك الإسلامية خيار جلب موارد مالية ببيع أصول تقوم على الدين.

وتواجه البنوك الإسلامية مشكلة السيولة بحجم أكبر من البنوك التقليدية، ذلك أنها تفتقر إلى رعاية البنوك المركزية لها في أغلب الدول التي أتاحت لها مجالاً للعمل، إما عمداً، أو تناسياً لخصوصية هذه البنوك حيث تشكّل البنوك المركزية الملاذ الأخير للبنوك التقليدية عند مواجهة هذا النوع من المشاكل.

ثانياً- مخاطر السعر المرجعي.

قد يبدو أن البنوك الإسلامية لا تتعرض لمخاطر السوق الناشئة عن التغيرات في سعر الفائدة طالما أنها لا تتعامل بسعر الفائدة، لكن التغيرات في سعر الفائدة تحدث بعض المخاطر في إيرادات البنوك. فالبنوك تستخدم سعراً مرجعياً لتحديد أسعار أدواتها المالية المختلفة. ففي عقد المراجحة مثلاً يتحدد هامش الربح بإضافة هامش المخاطرة إلى السعر المرجعي، و هو في العادة مؤشر ليبور. وطبيعة الأصول ذات الدخل الثابت تقتضي أن يتحدد هامش الربح مرة واحدة طوال فترة العقد.

وعلى ذلك إن تغير السعر المرجعي فلن يكون بالإمكان تغيير هامش الربح في هذه العقود ذات الدخل الثابت ولأجل هذا فإن البنوك الإسلامية تواجه المخاطر الناشئة من تحركات سعر الفائدة في السوق المصرفية.

ثالثاً- مخاطر التشغيل و المخاطر القانونية.

تواجه البنوك بشقيها الإسلامي والتقليدي مخاطر تشغيلية واحدة، إلا أن هناك مخاطر تشغيلية إضافية تنفرد بها البنوك الإسلامية، نتيجة لخصوصيتها وتعاملها بأحكام الشريعة الإسلامية. ومن الممكن أن يؤدي الخلل في نظام التشغيل لنقص التدفقات النقدية مقارنة بما هو متوقع أو مستهدف، وبذلك يخلق مشكلات لإدارة البنك.

تنشأ مخاطر التشغيل عندما لا تتوافر للبنك الإسلامي الموارد البشرية الكافية والمدربة تدريباً كافياً للقيام بالعمليات المالية الإسلامية، فالناظر في الكوادر البشرية العاملة في البنوك الإسلامية، يجد أن معظمها وفد إليها من بنوك تقليدية، لذلك فهم يجهلون طبيعة العمل في البنك الإسلامي، ويحتاجون إلى قدر من التأهيل والتدريب حتى يستوعبوا تلك الطبيعة المختلفة . ولا شك أن ذلك قد يستغرق جزءاً من الوقت، وقدراً من المال يزيد من نسبة مصاريف التشغيل.

وهناك نوع ثانٍ من المخاطر التشغيلية، تتمثل في عدم توافر برامج تشغيلية في مجال الحاسب الآلي تتناسب واحتياجات البنوك الإسلامية، حيث إن أغلب البرامج التشغيلية المتوفرة في الأسواق صممت في الأساس لتلبية احتياجات البنوك التقليدية في المقام الأول، لأنها تشغل مساحة كبيرة في السوق المصري، وتعتبر هدفاً استراتيجياً للشركات المنتجة لتلك البرامج. وقد أوجدت هذه المسألة مخاطر تطوير واستخدام تقنية المعلومات. ولكي تعالج البنوك الإسلامية هذا المشكل،

تضطر إلى دفع مبالغ إضافية لتصميم برامج جديدة. تتناسب واحتياجاتها، وقطعاً فإن ذلك يزيد من مصاريف التشغيل أيضاً.

وبما أن هناك اختلافاً في طبيعة العقود المالية الإسلامية، فإن هنالك مخاطر تواجه البنوك الإسلامية في جانب توثيق هذه العقود وتنفيذها، وكذلك بما أنه لا تتوفر صور نمطية موحدة لعقود الأدوات المالية المتعددة، فقد طورت البنوك الإسلامية هذه العقود وفق فهمها للتعاليم الشرعية و القوانين المحلية، ووفق احتياجاتها الراهنة. ثم إن عدم وجود العقود الموحدة إضافة إلى عدم توفر النظم القضائية التي تقرر في القضايا المرتبطة بتنفيذ العقود من جانب الطرف الآخر، تزيد من المخاطر القانونية ذات الصلة بالاتفاقيات التعاقدية الإسلامية.

رابعاً- مخاطر السحب ومخاطر الثقة.

يقود نظام العائد المتغير على ودائع الادخار والاستثمار إلى حالة عدم التأكد من القيمة الحقيقية للودائع. فالمحافظة على قيمة الأصول بمعنى تخفيض مخاطر الخسارة جراء معدل العائد المنخفض ربما يكون العامل المهم في قرارات العملاء الخاصة بسحبهم أرصدة وداائعهم. ومن وجهة نظر البنك فإن ذلك يؤدي إلى مخاطر السحب التي يكون وراءها معدل العائد المنخفض مقارنةً بالبنوك الأخرى، كما قد يؤدي معدل عائد منخفض للبنك الإسلامي مقارنةً بمتوسط العائد في السوق المصرفية إلى مخاطر الثقة، حيث ربما يظن المودعون و المستثمرون أن مرد العائد المنخفض التعدي أو التقصير من جانب البنك الإسلامي. وقد تحدث مخاطر الثقة بأن تحرق البنوك الإسلامية العقود التي بينها و بين المتعاملين معها. وعلى سبيل المثال، قد لا يستطيع البنك الإسلامي الالتزام الكامل بالمتطلبات الشرعية لمختلف العقود. وبما أن المسوغ الأساسي لأعمال هذه البنوك، هو التزامها بالشرعية، فإن عدم مقدرتها على الوفاء بذلك أو عدم رغبتها يمكن أن يقود إلى مشكلة ثقة عظيمة الأثر وبالتالي تؤدي إلى سحب الودائع.

خامساً- المخاطر التجارية المحولة

تنشأ المخاطر التجارية المنقولة -وهي تختلف عن المخاطر التجارية العادية- نتيجة لضغوط تجارية. حيث يجد البنك نفسه مضطراً تحت هذه الضغوط لدفع معدلات عوائد عالية لأصحاب حسابات الاستثمار لإقناعهم بالاستمرار في استثمار أموالهم بدلاً من سحبها واستثمارها في مكان آخر، وهذا النوع من المخاطر هو تحويل مخاطر الودائع إلى المساهمين. ويحدث ذلك عندما تقوم البنوك الإسلامية، وبسبب المنافسة التجارية في السوق المصرفية، بدعم عائدات الودائع من أرباح المساهمين لأجل أن تمنع أو تقلل من لجوء المودعين إلى سحب أموالهم نتيجة العوائد المنخفضة عليها. وتعني مخاطر الإزاحة التجارية أنه قد يعجز البنك الإسلامي (رغم أنه يعمل وفق ضوابط الشريعة الإسلامية) عن إعطاء عائد منافس على الودائع مقارنةً بالبنوك الإسلامية أو التقليدية المنافسة. وهنا قد يتوفر الدافع مرة أخرى لكي يقرر المودعون سحب أموالهم. ولمنع ذلك يحتاج مالكو البنك الإسلامي إلى أن يتخللوا عن بعض أرباح أسهمهم لصالح المودعين في حسابات الاستثمار.

إن أحد الأسباب التي تجعل من المخاطر التجارية حقيقة واقعة للبنوك الإسلامية، في حين لا تكون كذلك بالنسبة للمؤسسات التقليدية لإدارة الأموال (الصناديق المشتركة) هو أن أموال حسابات الاستثمار التي تديرها البنوك لا ينشأ لها في العادة منشأة ذات شخصية اعتبارية منفصلة عن البنك نفسه، بل تتم إدارتها بموجب شروط عقد المضاربة بين البنك

والمستثمرين. من ناحية أخرى فإن متطلبات كفاية رأس المال لمؤسسة إدارة الأموال في العادة تكون أقل من متطلبات المؤسسة التي تتقبل الودائع، وذلك لأن التوفيق السليم بين مدد الاستحقاق والسيولة الكافية يجب أن يمكن مؤسسة إدارة الأموال من القدرة على تحقيق تخفيض منظم في حجم الأموال دون أن تعرض للمخاطرة قدرتها على الوفاء بالتزاماتها . المخاطر التي تختص بها صيغ التمويل الإسلامية.

صيغ التمويل الإسلامية ممارسة مصرفية جديدة، تفردت به البنوك الإسلامية، ولا تجد ما يماثل مخاطر هذه الصيغ في البنوك التقليدية، وهذا شئ طبيعي فمنشأ المخاطرة في هذه الصيغ نابع من أن بعضها يقوم في الأساس على المشاركة في الربح والخسارة، كالمضاربة والمشاركة، وبعضها الآخر يقوم على الدين كالسلم والاستصناع وغيرهما، فالمخاطرة تحيط بهذه الصيغ إحاطة تامة، وتتفاوت من صيغة إلى أخرى، ومن الصعب أن نحكم على صيغة بأنها أكثر مخاطرة من غيرها من شكلها العام، بعيداً عن البيئة التعاقدية، ولكن نستطيع أن نقول ذلك على وجه التقريب، فصيغ التمويل الإسلامية هي عقود والخطر بيئة. لذلك يكون من الصعب أن نحكم على العقود من شكلها بعيداً عن البيئة التعاقدية المحيطة بها، ونصفها بأنها عقود خطيرة وما إلى ذلك. فرمما كانت هذه الصيغ عالية المخاطر وربما كانت متدنية المخاطر، وبالطبع فإن ذلك الوصف لا يكون بناء على صيغة العقد، بل على الظروف المحيطة. ومن خلال هذا المطلب نحاول الإمام بمخاطر التمويل بكل صيغة من صيغ التمويل الإسلامي.

- مخاطر أدوات ينشأ عنها الدين

أولاً- مخاطر التمويل بالسلم .

يعتبر التمويل بصيغة السلم من أكثر أنواع التمويل تعرضاً للمخاطر، ذلك أنه يرتبط بظروف الزراعة، وكما هو معلوم فإن النشاط الزراعي تجاربه أنواعاً مختلفة من المخاطر. وعليه فإن مخاطر السلم تنشأ نتيجةً لمخاطر النشاط الزراعي، التي يمكن حصرها في النقاط التالية:

● مخاطر عدم السداد، وتتمثل في عدم تسليم المسلم فيه في الوقت المتفق عليه في العقد، بحجة الإعسار، أو فشل الموسم. أو الشعور بالغبن في المحصول، أو الفشل في تسليمه كلياً وقد تكون بسبب عوامل ليس لها صلة بالملاءة المالية للزبون أو يكون مرد الفشل إلى أن المسلم استخدم التمويل في غير أغراضه. ويمكن التغلب على هذه المشكلة باختيار البنك للعملاء الجيدين، وأخذ الضمانات الكافية.

● انخفاض جودة المسلم فيه، وقد يكون مرد ذلك لظروف طبيعية أيضاً.

● عدم قدرة البنك على بيع سلعة السلم نظراً لظروف السوق، حيث إن الأسعار قد انخفضت عن معدل السعر الذي تم به الشراء، وبالتالي فإن البنك سيتحمل مصروفات إضافية جراء قيامه لتخزين المحصول في حالة عجزه عن الدخول في عقد سلم موازٍ قبل استلامه للمسلم فيه.

● كما تتعرض هذه الصيغة أيضاً إلى مخاطر العملة أي انخفاض قيمة العملة، حيث يتميز عقد السلم عن التمويل التقليدي في أنه يقلل من أضرار التضخم، الذي يؤدي بدوره إلى انخفاض قيمة العملة بشكل طبيعي ومتناسب، ولأن رأس المال غالباً ما يصرف في شراء مستلزمات إنتاجية، والتي ترتفع أسعارها بحدوث التضخم، وفي هذه الحالة لا يمكن أن ننفي احتمالية الضرر لأحد العاقدين أو كليهما نتيجة حدوث تغير قيمة العملة الناتج عن التضخم، لأنه من المحتمل

ألا يرتفع ثمن المسلم فيه لكثرة العرض أو لقلته في الطلب، كما أن هذا الاحتمال وارد أكثر في جانب المسلم إليه، ومن الممكن أن يحدث انخفاض كبير في قيمة رأس المال وهو بيده قبل أن يقوم باستخدامه في الإنتاج مما يؤدي إلى وقوعه في خسارة كبيرة، وخاصة أن رأس مال السلم أقل قيمة من ثمن المسلم فيه في الغالب.

ويمكن حصر مخاطر التمويل بالسلم في النقاط التالية:

- تبديد ثمن الشراء في غير الغرض المحدد في محل العقد.
- عدم تسليم البضائع في مواعيدها أو عدم تسليمها مطلقاً.
- تلف البضاعة تحت يد البائع.
- تلف البضاعة كلياً أو جزئياً لأسباب لا ترجع للبائع.
- تقلب السعر انخفاضاً عما تم الشراء به.
- انخفاض جودة السلع المسلمة عما اتفق عليه.
- عدم القدرة على بيع البضاعة بعد استلامها بواسطة البنك.
- عدم وجود فرصة إجراء عقد سلم مواز.

ثانياً- مخاطر التمويل إستصناعاً.

عندما يقدم البنك التمويل وفق عقد الإستصناع، فإنه يعرض رأس ماله لعدد من المخاطر الخاصة بالطرف الآخر،

وهذه تشمل الآتي:

- مخاطر الطرف الآخر في عقد الإستصناع التي تواجهها البنوك والخاصة بتسليم السلع المباعة إستصناعاً تشبه مخاطر عقد السلم، حيث يمكن أن يفشل الطرف الآخر في تسليم السلعة في موعدها أو أنها سلعة رديئة، غير أن السلعة موضع العقد في حالة الإستصناع تكون تحت سيطرة الزبون (الطرف الآخر) و أقل تعرضاً للجوائح الطبيعية مقارنة بالسلع المباعة سلماً ولأجل ذلك، من المتوقع أن تكون مخاطر الطرف الآخر (المقاول) في الإستصناع أقل خطورة بكثير مقارنة بمخاطر الزبون في عقد السلم.

- مخاطر العجز عن السداد من جانب المشتري ذات طبيعة عامة، بمعنى فشله في السداد بالكامل في الموعد المتفق عليه مع البنك. وفي هذه الحالة فإن البنك سيتحمل تكلفة تخزين السلعة وتسويقها وبيعها، وربما يتعرض إلى مخاطر السوق العامة أو إلى خسارة عند بيعها إلى زبون آخر.

- إذا اعتبر عقد الإستصناع عقداً جائزاً غير ملزم - وفق بعض الآراء الفقهية- فقد تكون هنالك مخاطر الطرف الآخر الذي يعتمد على عدم لزومية العقد فيترجع عنه.

- وإن تمت معاملة الزبون في عقد الإستصناع معاملة الزبون في عقد المراجعة، وإن تمت بخيار التراجع عن العقد ورفض تسليم السلعة في موعدها، فهناك مخاطر إضافية يواجهها البنك الإسلامي عند التعامل بعقد الإستصناع.

ومن مخاطر التمويل استصناعاً نجد أيضاً:

- تقلبات الأسعار بعد تحديدها في عقد الاستصناع وتأخر الصانع في تسليم البضائع إذا كان البنك مصنعا إضافة إلى تأخر المقاول أو المنتج في تسليم البضاعة إذا كان البنك صانعا وأيضا تلف البضاعة تحت يد البنك قبل تسليمها.

- وبنشأة الالتزام تصبح البنوك الإسلامية على قدم المساواة مع البنوك التقليدية فيما يخص المخاطرة الائتمانية للمستصنع.
ثالثاً- مخاطر التمويل بالمراجحة.

المراجحة من أكثر صيغ التمويل التي تتعامل بها البنوك الإسلامية، حتى أنها أصبحت معروفة لدى عامة الناس. ويأتي تفضيل البنوك لاستخدامها لأنها متدنية المخاطر نوعاً ما، إذ يستطيع البنك أن يعرف مقدار العائد عليه في كثير من الأحيان، من خلال معرفته بالسوق وأسعار السلع، قبل أن يمتلك السلعة نفسها. وبالرغم من ذلك فإن العملية لم تسلم من المخاطر. فإن أمكن تمنييط العقد وتوحيده فإنه يمكن أن تكون مخاطره قريبةً من مخاطر التمويل التقليدي القائم على الفائدة. وتتمثل مخاطر هذه الصيغة بمخاطر عدم القدرة على التسليم، ومخاطر السعر، ومخاطر عدم صلاحية السلعة، أو عدم توافرها، والتوقف عن السداد، وبصفة عامة فإن المخاطر التي تعترض هذه الصيغة التمويلية تتمثل في أن الصيغة الموحدة لعقد المراجحة قد لا تكون مقبولة شرعاً لجميع علماء الشريعة، وهذا ما يؤدي على ما يعرف بـ"مخاطر الطرف الآخر في العقد". و وفقاً لقرار مجمع الفقه الإسلامي فإن الوعد في عقد المراجحة قد يكون ملزماً لطرف واحد (و هو بالنسبة للمجمع ملزم للزبون)، لكن فقهاء آخرين اعتبروه غير ملزم للزبون... وهذا يعني أن بإمكان الزبون التراجع عن إتمام عقد الشراء حتى بعد أن يصدر عنه الوعد و بعد أن يقوم بدفع العيوب. وبهذا فإن أهم المخاطر الخاصة بهذا العقد قد تنشأ من عدم الإنفاق على طبيعة العقد وما قد يطرأ من مسائل قضائية بسبب ذلك.
ويمكن حصر مخاطر المراجحة في نقطتين جوهريتين:

الأولى : هي التكون عن الوعد، فبعد طلب الزبون للسلعة، ودفعه لمقدم المراجحة، يمكن أن يغير رأيه في العملية، في الوقت الذي يكون فيه البنك قد قام بشراء السلعة المطلوبة. وعليه فسيتحمل البنك تكلفة التخزين، وما قد يصيب السلعة من تلف، أو ما يحدث من تغير في الأسعار، إلى أن يجد مشترياً آخر لهذه السلعة. وعليه فسيتحمل البنك التكاليف التي أشرنا إليها، بجانب الخسارة إذا كان هناك فارقاً في السعر من مخاطر السوق، لذلك فقد أجاز بعض الفقهاء المعاصرين، أن يلزم البنك العميل بمقدار ما لحقه من خسارة، جراء نكوله عن الوعد، وإذا لم تكن هناك خسارة فلا يلزمه التعويض بشيء.

الثانية : هي أن عملية البيع في المراجحة تكون على أقساط. فإذا ما تأخر الزبون، أو ماطل في سداد تلك الأقساط، فلا يستطيع البنك أن يزيد عليه، أو يفرض غرامات تأخير، وفي هذه الحالة يكون البنك مخيراً بين إمهاله إن كان معسراً، أو اللجوء إلى المحاكم إن كان المدين ملئاً مماًطلاً، وفي كلا الحالتين يتضرر البنك، وتحدث له الخسارة.

رابعاً- مخاطر التمويل بالقرض الحسن .

المخاطر المحتملة لهذه الصيغة فهي عجز العملاء عن السداد، ويعود هذا العجز لظروف خارجة عن إرادة العميل، وإما يكون هذا العسر مؤقتاً، وليس هناك مشكلة، أو أن يكون دائماً فيحسر البنك المقرض ماله وهذا هو وجه المخاطرة، وقد تبرز المخاطرة بصورة أخرى في مماطلة هذا المدين مع يسره على أن يرد القرض، وهذا يستدعي من المقرض إثبات ذلك، أو رفع دعاوى قضائية، وما يترتب على ذلك من تكلفة مالية، وخسائر مختلفة، وتفويت الفرص الاستثمارية الأخرى، وتعكس هذه الصيغة بشكل عام احتمالية وجود مخاطر فقهية مثل قضايا المماطلة، والإعسار، والأنظار.

- مخاطر أدوات شبه الدين .

✓ مخاطر التمويل بالاجارة .

تعتبر الإجارة أداة مهمة من أدوات التمويل الإسلامية، إذ أنها تتمتع بمزايا متعددة للمؤجر والمستأجر معاً. فبالنسبة للبنك تعتبر أقل مخاطرة من صيغ التمويل الأخرى، (مضاربة، مشاركة). حيث إن البنك يملك الأصل المؤجر، ويتمتع بإيراد مستقر. ثم إنها أقل تعقيداً من حيث الإجراءات والشروط القانونية. أما بالنسبة للمستأجر، فهي تشكل تمويلاً من خارج الميزانية، بمعنى أن إدارة المؤسسة في العادة هي المطالبة بتقديم تبرير تفصيلي لاستعمالات أموالها. إضافة إلى أنها تساعد المستأجر على حسن التخطيط والبرجحة لنفقاته، لأنه يعرف التزامه المالي مقدماً، وتعتبر الاجارة وسيلة جيدة تحمي المستأجر ضد التضخم، خصوصاً إذا ارتبط بعقد إجارة ثابت الأجرة لوقت طويل.

وثمة مخاطر أخرى تكتنف عقود الإجارة نجملها في النقاط التالية:

- مخاطر فقدان أو تلف الأصل، نتيجة السرقة، أو سوء الاستعمال، أو الفقدان، أو الحروب والكوارث والاضطرابات.
- مخاطر الإعطاب، حيث إن الأعطال تكون مسؤولية المؤجر.
- مخاطر التسويق.
- مخاطر الإدارة.
- رفض المستأجر تملك الأصل بعد انتهاء مدة العقد.
- ضعف الصيانة الدورية للمعدات.
- ارتفاع أثمان المعدات في السوق بعد تمام عقد التأجير.
- التأخر أو عدم الالتزام بسداد الأقساط الإيجارية.
- مخاطر التضخم، وهي مخاطر زيادة تكلفة الأصول في المستقبل، أو تقادم الأصول المستأجرة والتي يمكن أن تتعرض لتطورات تقنية سريعة، كذلك المخاطر المترتبة على المؤجر، والمتعلقة بقيمة الأصول كخردة في نهاية عمرها الافتراضي، فقد لا يستطيع البنك نقل هذه المخاطر للمستأجر من ناحية شرعية، وبالتالي تحقق خسارة فادحة تلحق به الضرر.

- مخاطر أدوات إقتسام الأرباح والخسائر

أولاً: مخاطر التمويل بالمشاركة .

يعتبر التمويل بالمشاركة ميزة تنفرد بها البنوك الإسلامية على البنوك التقليدية. ومع هذا التميز نجد أن البنوك الإسلامية تتعامل بها في أضيق الحدود، خشية المخاطرة المحيطة بها من ناحية، ثم إنها قد تحتاج أن يبذل البنك جهداً إضافياً في الإشراف والمتابعة للمشروع الممول من ناحية أخرى، وقد يكون ذلك غير متيسر للبنك، فيتنازل عن دوره في الإشراف للطرف الآخر. لذلك فإن البنوك الإسلامية تفضل التعامل بصيغ التمويل القائمة على الديون، بالرغم مما فيها من مخاطر.

من المخاطر المحيطة ببيئة المشاركة، مخاطر الأعمال العادية المتمثلة في المنافسة في السوق، وتغير أذواق المستهلكين، وتغير مستوى الأسعار. يضاف إلى ذلك تلف البضاعة عند التخزين، كما أن هذا النوع من التمويل يتعرض لمخاطر الائتمان فيما يتعلق بمدفوعات العميل لشراء حصة البنك، بالإضافة إلى المخاطرة المتعلقة بنصيب البنك في الأصل موضوع الشراكة. كما أن هناك مخاطر تتعلق بالشريك من حيث إخلاله بالعقد، وعدم التزامه بشروط المشاركة، أو سوء

إدارته للمشروع، أو تعديده أو تقصيره في القيام بمتطلبات المشروع بصورة سليمة. فالشريك لا يضمن إذا تعدى أو قصر في إدارته للمشروع، ويجوز أخذ ضمان أو رهن على هذا الشريك، ولكن لا يجوز أخذ الضمان مقابل الربح أو الخسارة التجارية.

ثانياً: مخاطر التمويل بالمضاربة .

المضاربة هي حجر الزاوية في التمويل المصرفي الإسلامي، وتحظى بقبول فقهي واسع، ومع ذلك فالبنوك الإسلامية تتعامل بها في حدود ضيقة، وبحذر شديد. ولعل مرد ذلك يرجع إلى المخاطر التي تكتنفها. تواجه المضاربة شأنها شأن صيغ التمويل المصرفية غير القائمة على الدين، خطر المخاطرة الأخلاقية. ذلك أن العقود في التمويل المصرفي الإسلامي قوامها الثقة والأمانة. خلافاً لما هو عليه الحال في التمويل التقليدي. إذ تركز المصارف بشكل أساسي على ملاءة العميل وجودة ضماناته، ولا تقف كثيراً عند صفاته الشخصية. ففي المضاربة مثلاً يتم التعاقد بين رب المال والمضارب في ضوء ما توافر من معلومات عن أمانة المضارب، وصدقه وحسن نواياه. وبالطبع فقد تكون هنالك معلومات لم يتمكن رب المال من معرفتها، ولم ييدها المضارب عن نفسه، وإنما أبدى منها بقدر ما يساعد على تمام العقد وإنفاذه، فإذا ما ظهر لرب المال فيما بعد بأن المعلومات التي توافرت لديه عن الطرف الآخر غير صحيحة، فإن السلوك المتوقع من عامل المضاربة لن يكون راشداً، ولن يجني رب المال ثمرة تعامله معه، بل على العكس من ذلك سيتعرض إلى خسارة مالية. من هنا تأتي المخاطرة الأخلاقية.

بصفة عامة تزيد المخاطر المتوقعة في صيغ المشاركة و المضاربة للأسباب التالية:

- إذا كان البنك الإسلامي يتلقى الأموال باعتباره عامل مضاربة لاستثمارها، ورأينا أن جزءاً من هذه الأموال يستثمر في التجارة بالبيع والشراء، فإن من العقود التي يلجأ إليها في استثماراته عقد المضاربة (أو القراض)، هذا يعني . في هذه الحالة أنه يصبح صاحب رأس المال، و العميل المشارك يكون عامل المضاربة. وحيث أن عامل المضاربة وكيل أمين فهنا تكمن المخاطرة الأخلاقية، و لذلك كان لا بد من اتخاذ الوسائل الكفيلة بتقليل مخاطرة المضاربة...
- عدم وجود مطلب الضمان مع وجود احتمالات الخطر الأخلاقي.
- الانتقاء الخاطئ للزبائن.
- بسبب ضعف كفاءة البنوك الإسلامية في مجال تقييم المشروعات و تقنياً.
- ثم إن الترتيبات المؤسسية مثل المعاملة الضريبية ونظم المحاسبة و المراجعة، و الأطر الرقابية جميعها لا تشجع التوسع في استخدام هذه الصيغ من قبل البنوك الإسلامية.