

المُحاضرة الثالثة: الودائع

يُقوم النظام المصرفي بتعبئة المُدخرات عن طريق ما يُسمى **بالوديعة**. حيث تُعد الشكل الادخاري الوحيد في مُعاملات النظام المصرفي مما يؤكد حقيقة توجُّه السياسة المصرفية باعتبار الودائع المصرفية كأفضل سياسة ادخارية، و للتعرف على الودائع عن كثب تُنار عدة جوانب من بينها: **عموميات حول الودائع**.

1/ تعريف الودائع:

- ❖ الوديعة " على أساس ما يقوم به الأفراد و الهيئات بوضعه في البنوك بصفة مؤقتة قصيرة أو طويلة على سبيل الحفظ أو التوظيف، تتجسد هذه الودائع في غالب الأحيان في شكل نقود قانونية و على أن تأخذ أحيانا أشكالاً أخرى "
- ❖ الوديعة عبارة عن نقود يقوم شخص طبيعي أو معنوي بإيداعها لدى البنوك ، على أن يلتزم هذا الأخير بردها إليه لدى الطلب أو وفقاً للشروط المُتفق عليها
- ❖ عرفت الفقرة الأولى من المادة 60 من الأمر 11/30 الأموال المُتلقاة من الجمهور كما يلي :

✓ " تُعتبر أموال مُتلقاة من الجمهور ، الأموال التي يتم تلقيها من الغير لا سيما في شكل ودائع مع حق استعمالها لحساب من تلقاها بشرط **اعادتها** " .
من خلال استقراءنا لنص المادة يتّضح لنا أن عملية تلقي الأموال من الجمهور تقوم على 3 عناصر هي :

- أن يكون تلقّي الأموال من الغير.
- حُرّية التصرف لحساب من تلقاها.
- الالتزام بإعادة الأموال لأصحابها.

- ❖ ينظم **الوديعة** عقد يُبرم بين العميل المودع و البنك المودع اليه. بمقتضاه يكون من حق البنك التصرف في النقود محل الوديعة بما يتفق مع نشاطه ، اذ يلتزم البنك مُقابل ذلك برد مبلغ الوديعة عند الطلب أو عند أجل مُعين من الإيداع مضافاً اليه الفوائد بحسب الاتفاق القائم بينها.
- ❖ يمتلك البنك المبالغ النقدية المودعة لديه بمجرد تسلمه إياها و يُصبح العميل مُجرد دائن له بهذه المبالغ و يكون للبنك حرية التصرف فيها و استعمالها في أعماله المصرفية الأخرى **كالاقتراض ، خصم الأوراق التجارية**.
- ❖ كما تُعرف **الوديعة** " أنها تُمثل مبالغ نقدية مُقيدة في دفاتر البنوك التجارية مستحقة للمودعين بالعملة المحلية أو بالعملة الأجنبية و تتخذ هذه الودائع أكثر من شكل طبقاً للاتفاق المُنظم للعلاقة بين صاحب الوديعة و البنك "

" الوديعة هي دين بذمة المصرف ، أي رصيد موجب للمودع"

2/ أهمية الودائع :

تتعدد أهمية الوديعة سواء من وجهة نظر الأفراد أو النظام البنكي أو الاقتصاد ككل ، فهي تفتح آفاق واسعة أمام كل الأطراف لتحقيق أهدافهم فيما يتعلق بالسيولة و الأمن فنسأهم الودائع في خلق إمكانيات جديدة تسمح بالتوسُّع في النشاط الاقتصادي و تنمية دائمة من خلال التدفقات المالية المُستمرة التي تساعد على تطور الأعمال.

أ. من وجهة نظر الأفراد : تسمح الودائع بالحصول على العوائد المُترتبة عنها و التي لا يمكن لصاحبها أن يُحصل عليها اذا ما احتفظ بالنقود مُعطلة بحوزته الى جانب عامل **الأمان.**

ب. وجهة نظر النظام البنكي : تفتح الودائع أمام النظام البنكي فُرصا واسعة لتوسيع القرض دون اللجوء الى عمليات التمويل التضخُّمي للنشاط الاقتصادي
ج. من وجهة نظر الاقتصاد : وجود الودائع تخدم الاقتصاد ككل فهي تُشكل خزانة كبيرا من الموارد تُجنب عرقلة الاقتصاد بسبب سُخِّ الموارد مما يُساعد على توفير الظروف الضرورية للتنمية الاقتصادية.

و عليه يُمكن اعتبار الودائع هامة من عدة جوانب و لها عدة تصنيفات .

3/ أنواع تصنيفات الودائع المصرفية :

أ. الودائع الجارية : هي عبارة عن مبلغ مالي يُوضع في البنك تكون دائما تحت تصرُّف أصحابها اذ يُمكنهم اللجوء الى سحبها كليا أو جزئيا متى شاءوا و دون اشعار مُسبق و تُسمى **ودائع تحت الطلب** و لا يحق للبنك وضع شروط امام صاحبها عند السحب و عادة لا يمنح البنك فائدة عن هذا النوع من الودائع ، و كان لهذا النوع من الودائع دورا فريدا من جهة و لعملاء البنك من جهة ثانية ، حيث تُوفر مصدرا مالياً رئيسيا للمصارف كما خضت للعملاء حسابات تحويل جاهزة و أمانة لتسوية المعاملات الاقتصادية المختلفة و عليه فان أهمية **الودائع الجارية** لكلا الطرفين جعلها تنفرد باهتمام خاص سواء من قبل البنوك و النظام المصرفي ككل. بل أن طبيعتها جعلتها تخضع لرقابة صارمة من قبل البنك المركزي و البنوك التجارية نفسها لما تتَّسم به من مرونة شديدة في السحب تجعل عمليات استثمارها تُثير الكثير من المشاكل.

ب. الودائع لأجل : هي عبارة عن مبلغ مالي يُودع لدى البنك التجاري لا يحق لأصحابها السحب منها إلا بعد انقضاء مدة زمنية يتفق عليها مُسبقاً بين المودع و البنك عند الإيداع ، و عليه فان سعر الفائدة على هذا النوع من الايداعات يتَّسم بارتفاع تعويضاً عن الحرمان يتعرض له المودع خلال فترة ايداعه و أيضا تعويضاً عن المخاطر التي قد يتعرض لها . ورغم الحدود الزمنية لهذه الودائع وفق ما هو مُتفق عليه مع المصرف و عدم السحب منها الا أن غالبية البنوك لا تُمانع في قيام المودع بسحب جزء أو كل وديعته مقابل حرمانه من جزء أو كل الفائدة المُترتبة من الإيداع و ذلك رغبة من البنك في عدم التفريط

بالمودعين و تقديم الخدمات الأنسب لهم و على عكس الودائع الجارية فان **الودائع** لأجل لا تُعطي حثاً لأصحابها بالسحب بواسطة الشيكات.

ج. ودايع التوفير: تُعد أحد أهم الأوعية الادخارية التي تُحفظ المُدخرات الوطنية في غالبية الاقتصاديات خاصة مُدخرات ذوي الدخول المتوسطة و الصغيرة ، و قد وُقر هذا النوع من الودائع طاقة استثمارية كبيرة للمصارف التجارية ساهمت في زيادة ربحيتها و ذلك لكون ودايع التوفير تتسم بنوع من الاستقرار . ضف الى ذلك لا يفرض عليها البنك المركزي احتياطي اجباري عكس الودائع الجارية و لأجل .

د. الودائع المُشتقة: تتفرد البنوك التجارية عن غيرها من المؤسسات المالية بقدرتها على خلق النقود أو ما تُسمى **الودائع المُشتقة** ، و هي الودائع الناتجة بسبب عملية الإقراض و الائتمان المُباشر الممنوح من طرف البنوك التجارية ، و ان انفراد البنوك بهذه الخاصية يعود للسببين كما يلي :

- **القدرة التي يتمتع بها البنك التجاري يردّ الوديعة في أي وقت بسبب ما لديه من السيولة.**

- **استمرار الطلب على الائتمان من البنك التجاري.**

4/ محددات خلق الودائع لدى البنوك التجارية :

- حجم الودائع الحقيقية أي الأولية.
- نسبة السيولة او نسبة الاحتياطي.
- نسبة التسرب النقدي.
- السياسية الاقتصادية.
- الظروف الاقتصادية و الاجتماعية في المجتمع.
- مدى تفضيل الافراد للاحتفاظ بالودائع تحت الطلب على الودائع الزمنية .
- رغبة الافراد في الإقراض.

5/ عملية خلق النقود في البنوك التجارية :

عندما **تقرض** المصارف التجارية عميلاً من عملائها فهي بذلك تضع **كمية من النقود** تحت تصرف المُستفيد و القاعدة العامة التي تستند عليها المصارف في **خلق النقود** تتمثل في أن أصحاب الودائع لن يأتوا معاً في وقت واحد لسحب ودايعهم في المصرف ، و انما يأتون على شكل جماعات مُتفرقة و في أوقات مختلفة.

أ. الودائع الأولية: تنشأ نتيجة تدفق النقود السائلة الى المصرف الناتجة عن عمليات الإيداع التي يقوم بها العملاء و تشمل النقود السائلة الى جانب الأرصدة لدى البنك ما يحتفظ به هذا البنك من الودائع لدى البنك المركزي و منه فان النقود السائلة في الجهاز المصرفي تُعادل "**النقود المُصدرة**" **مطروحاً** منها "**النقود المتداولة**" خارج الجهاز المصرفي و من هذا فان زيادة النقود السائلة المُتدفقة الى الجهاز المصرفي يمكن أن تتم عن طريق :

• زيادة اصدار النقود من طرف المصرف المركزي.

• انخفاض كمية النقود المتداولة خارج الجهاز المصرفي.

ب. الودائع المُشتقة: لا تنشأ الودائع فقط مقابل نقود واردة الى المصارف و انما قد تنشأ أيضا عن طريق مبادلتها بأصول أخرى.

تؤثر النقود الممنوحة للأفراد من قبل البنك التجاري على كمية النقود المعروضة في المجتمع كما يلي :

مثال 1 :

إذا قام شخص بإيداع مبلغ 1000 دج في أحد البنوك التجارية فان ميزانية هذا البنك تصبح كما يلي :

الأصول	الخصوم
1000 دج نقدية	1000 ودائع

فاذا كانت نسبة الاحتياطي القانوني هي 20% فان البنك سيقوم باستثمار هذه النقود في شكل فروض و بالتالي تصبح ميزانية البنك كما يلي :

الأصول	الخصوم
200 نقدية 800 قروض	1000 ودائع

و هنا يقوم الشخص المقترض بإيداع مبلغ القرض اما في نفس البنك او في بنك اخر حيث يقوم البنك بدورة مرة أخرى بالاحتفاظ بنسبة الاحتياطي و اقراض الجزء الأخر من الوديعة الجديدة و هكذا ...

يتم تداول القروض من بنك اخر بحيث تتبعنا جملة القروض نجدها تصبح تساوي 4000 بينما احتفظت البنوك **بمبلغ 1000 دج** و هي قيمة الوديعة الأولى و السبب يعود **لمضاعف الائتمان**.

مضاعف الائتمان: هو عدد مرات التي يتضاعف بها الائتمان المصرفي
مضاعف الائتمان = مقلوب نسبة الاحتياطي القانوني.

البنك	اجمالي الودائع	اجمالي القروض	قيمة الاحتياطي	نسبة الاحتياطي
-------	----------------	---------------	----------------	----------------

20%	200	800	1000	1
20%	160	640	800	2
20%	128	512	640	3
.
.
.
	1000	4000	5000	المجموع

قيمة اجمالي الودائع = الوديعة الاولى × مضاعف الائتمان

$$5000 = 5 \times 1000 =$$

قيمة اجمالي القروض = اجمالي الودائع - الوديعة الأولى

$$4000 = 1000 - 5000 =$$

اجمالي قيمة الاحتياطي (النقدية) = الوديعة الأولى

$$1000 =$$

و نلاحظ في بعض الأحيان ان هناك نسبة من القروض تُسحب و لا يتم ايداعها لأنها تستخدم في الانفاق الاستهلاكي و تسمى "نسبة التسرب" و يرمز لها حرف L و بالتالي فان مضاعف الائتمان هنا يصبح :

اذا افترضنا وجود نسبة تسرب قيمتها 5% فان المضاعف يصبح

4 أي (1/25%)

25% = نسبة الاحتياطي القانوني + نسبة التسرب L

$$4000 = 4 \times 1000 =$$

$$3000 = 1000 - 4000 =$$

اجمالي النقود = اجمالي الودائع + الوديعة الأولى

ملاحظة: العوامل المؤثرة في مضاعف الائتمان :-

- نسبة الاحتياطي القانوني = تكون العلاقة بينهم عكسهم

- نسبة التسرب = تكون العلاقة بينهم عكسية

- الانفاق الاستهلاكي = العلاقة عكسية

تعدّ العادات المصرفية



- الودائع = العلاقة تكون طردية

6 / استراتيجيات البنوك في جذب الودائع:

تتنوع الخيارات الاستراتيجية بالبنوك التجارية لاستقطاب الودائع طبقا لإمكانياتها و أهدافها و خصائصها و ظروف المنافسة و يتم دراسة الاستراتيجيات في نوعين :

أ. استراتيجية المنافسة السعرية: يُركز البنك على استخدام المنافسة السعرية أي على السعر كوسيلة لتمييز منتجاتها عن الآخرين في السوق و يسعى الى فرض أسعار تنافسية يتعين على البنك استخدام المنافسة السعرية اذ كان لديه الرغبة و القدرة على تعديل أسعاره بصورة منتظمة و كذلك الرد بقوة و بسرعة على التخفيضات السعرية المنافسة و الآ فلن تنجح السياسة المنافسة السعرية توفر للبنوك المرونة حيث يمكن تعديل أسعاره لمقابلة التغير تكاليفه أو التغير في الطلب على المنتج في السوق كذلك القدرة على الرد بسرعة عندما تُحاول البنوك المنافسة في زيادة حصتها السوقية عن طريق تخفيض الأسعار و تنتهج البنوك في هذه الاستراتيجية نتيجة لعوامل عدة أهمها :

- ❖ رفع القيود عن أسعار الفائدة.
- ❖ صعوبة الحصول على الأموال.
- ❖ المنافسة القوية من أدوات سوق المال و منتجات البنوك الأخرى.
- ❖ وجود فرصة استثمار مربحة للأموال المودعة تعطي سعر الفائدة التي تدفعه على الودائع و كل ما كان الطلب أكبر على القروض شجع البنوك على هاته الاستراتيجية.
- ❖ ارتفاع معدلات التضخم.
- ❖ عدم تميز المنتجات المصرفية.

♣ و إن للمنافسة السعرية أهمية كبيرة في معظم المجالات و الأنشطة الاقتصادية المختلفة تضع التشريعات في أغلب الدول قيودا على هذه المنافسة و منها تحريم دفع فائدة على الودائع الجارية و هذا قد يؤدي الى منع المنافسة السعرية كاستراتيجية لجذب الودائع الجارية ، و من أسباب التي دفعت الى وضع مثل هذه القيود على البنوك :

- ❖ الحدّ من ارتفاع تكلفة الأموال.
- ❖ القضاء على المنافسة الهدامة بين البنوك.
- ❖ الحدّ من ارتفاع أسعار الفائدة على القروض.
- ❖ الحدّ من الهجرة للأموال من المدن الصغيرة.

ب. استراتيجية المنافسة الغير السعرية:

تتعلّق هذه المنافسة في قيام البنوك بتقديم خدمات مصرفية جديدة من اجل جذب المزيد من العملاء الجدد و تنمية و دائعهم بأشكالها المختلفة و تقوم هذه المنافسة أيضا على تقديم خدمات

جيدة و بأسعار تنافسية و أن العُملاء يعطون قدرا كبيرا من الاهتمام الى كفاءة البنك في الأداء للخدمات المصرفية و هناك عدة استراتيجيات للمنافسة الغير السعرية كما يلي :

أولا : استراتيجية تطوير الودائع : تتعلق بابتكار نوع من الودائع يغطي احتياجات أخرى للزبائن و يوفر مزايا تنافسية للبنك من جهة ثانية مثل ما قامت به " ميريل " بطرح منتجها الجديد و المتعلق بحسابات إدارة النقد مما شجّع الكثير من المودعين الى التحول نحوها.

ثانيا : استراتيجية تطوير الخدمات : جوهر هذه الاستراتيجية هو صناعة الخدمات و التسهيلات المرتبطة مع المنتجات المصرفية و المتعلقة بأساس مجال الخدمات المقدمة – تسهيل عمليات تحويل الأموال ، إدارة محافظ العُملاء ، منح بطاقات الدفع ... إضافة الى تحسين وسائل تقديم الخدمة و سرعتها .

رابعا : استراتيجية تطوير الأسواق : تنتهج هذه الاستراتيجية من طرف المصارف التي تتجه نحو التوسع في أسواقها بهذه جذب زبائن جدد في سوق الصناعة المصرفية و تتضمن هذه الاستراتيجية تطوير أسواق جديدة من خلال توسيع شبكة الفروع في مناطق جغرافية جديدة أو التغلغل في الأسواق الحالية من خلال العمل على كسب خطة سوقية أكبر عبر استخدام أساليب جديدة في السوق.

ثالثا : استراتيجية التنوع : تركز على اعتماد الصرفة الشاملة حيث تقوم البنوك بتنوع منتجاتها و خدماتها دون التخصص القطاعي.

خامسا : استراتيجية الاندماج و الحيازات : يُعرف بأنه جمع اثنان أو أكثر من وحدات العُمال ، بينما الحيازات فهي شراء بنك من قبل بنك اخر.