**الاستراتيجيات البنكية**

يقصد بالاستراتيجية المسار الدي اتبعه البتك لتحقيق أهدافه عبر استخدام موارده وامكانياته المتاحة.  ويعتمد البنك على عدة استراتيجيات من أهمها استراتيجية تنمية الموارد المالية من خلال جلب الودائع وزيادتها وغير دلك، واستراتيجية الاقراض والإستثمار في الأوراق المالية.

**1- إستراتيجية تنمية الموارد المالية**

يطلق على ادارة الموارد المالية مصطلح إدارة الخصوم، وذلك على أساس أن مفردات الخصوم تتمثل في مصادر الأموال التي يستخدمها البنك في تمويل إستثماراته، أي تمويل الأصول، وتعتبر الودائع المصدر الرئيسي لموارد البنك المالية. وتهدف إدارة الخصوم إلى تحقيق زيادة في الموارد المالية للبنك والتي تمكنه من الإستجابة إلى المزيد من طلبات الإقتراض.

وتتفرع هده الاستراتيجية الى عدة استراتيجبات تتمثل في:

* **إستراتيجية زيادة الودائع الأولية:** ويقصد بالودائع الأولية أو الأصلية تلك الودائع التي حصـل عليها البنك من العملاء إما نقدا أو شيكات**،**عبر جذب الودائع من داخل البلد (ودائع محلية) أو من الخارج أي ودائع أجنبية .
* **إستراتيجية خلق الودائع**: تتم من خلال عملية الإقراض ويقصد بها الودائع المشتقة والتي تتمثل في الفوائد التي يأخذها البنك من خلال إقراضه الأموال إلى الجمهور.
* **إستراتيجية زيادة رأس المال:** ويقصد برأس المال قيمة الأسهم العادية مضافا إليها الإحتياطات والأرباح من أعوام سابقة، وتتم هذه الإستراتيجية عن طريق إصدار أسهم عادية جديدة، حيث يتمكن البنك من بيع هذه الأسهم المصدرة بقيمة تفوق قيمتها الإسمية .
* **إستراتيجية احتجاز الأرباح**:  نجد أن إستراتيجية احتجاز الأرباح هي عكس إستراتيجية زيادة رأس المال لأنه يترتب على هذه الإستراتيجية إرتفاع القيمة السوقية للأسهم العادية.

**- إستراتيجية الحصول على قروض:** هذه الإستراتيجية تعد من أهم الإستراتيجيات من أجل الحصول

على الموارد المالية لأنها سهلة وآمنة في الحصول على الودائع.

* **إستراتيجية تخفيض الإحتياطي القانوني**: تنص التشريعات على ضرورة إحتفاظ البنوك بحد أدنى من الودائع لدى البنك المركزي كاحتياطي قانوني، ولكن في بعض الأحيان قد تزيد أو تقل هذه النسبة لأنها ليست ثابتة، وفي هذه الحالة يستطيع البنك أن يحتفظ بنسبة من هذا الإحتياطي كودائع لديه**,**

**2- إستراتيجية تنمية الودائع**

تعتبر الودائع المصدر الرئيسي للبنك في تنمية موارده المالية لأنها تعتبر أكثر مصادر الأموال خصوبة

وأقلها تكلفة لذلك خصص البنك لها إستراتيجية يستطيع من خلالها الحصول على المزيد من الأموال،

وهناك إستراتيجيتان لتنمية الودائع:

**أ- المنافسة السعرية:** وهي إستراتيجية يتبعها البنك من أجل إغراء المودعين، وذلك عن طريق دفع معدلات فائدة أعلى، إلا أن هذه الإستراتيجية بالرغم من أنها تعتبر فعالة في جذب الودائع، فإن بعض التشريعات تضع قيودا على تلك المنافسة تجعلها تقلل من فعاليتها مثل تحريم الفوائد على الودائع الجارية

للحد من ارتفاع تكلفة الأموال والحد من المنافسة الهدامة بين البنوك.

أما بالنسبة لودائع التوفير والودائع لأجل فالتشريعات في كافة الدول تعطي لأصحاب تلك الودائع الحق في الحصول على فوائد، غير أن تحديد معدل الفوائد يختلف نظرا لتدخل الحكومة لوضع حد أقصى لمعدل الفوائد على تلك الودائع وذلك للأسباب السابقة الذكر، ولهذا السبب تقوم البنوك بوضع فوائد متقاربة على تلك الودائع وذلك نظرا لشدة المنافسة بين البنوك لجذب الودائع.

**ب- المنافسة غير السعرية :** تعتبر المنافسة السعرية من بين الإستراتيجيات الغير فعالة في جذب الودائع بأنواعها لذلك يجب على البنوك اتباع إستراتيجية بديلة وهي المنافسة غير السعرية والتي لا تستند إلى دفع فوائد أعلى على الودائع وإنما تعتمد على تقديم خدمات مصرفية مختلفة تساعد على جذب العميل وتحفيزه على إيداع أمواله لدى البنوك. وتتميز هده الاستراتيجية بالدقة والسرعة في التنفيذ وانخفاض التكاليف. وتتمثل هذه الخدمات في: تحصيل مستحقات العميل، سداد المدفوعات نيابة عنه، إدارة محفظة الإستثماراته...الخ.

**3- الاستراتيجية الإقراضية**

تعتبر القروض من أهم أوجه إستثمار الموارد المالية،  إذ تمثل الجانب الأكبر من الأصول كما يمثل

العائد المتولد عنها الجانب الأكبر من الإيرادات، لدلك تولي ادارة البنوك عناية خاصة بها وذلك بوضع إستراتيجية للإقراض ملائمة تضمن سلامة إدارتها، وتوفر عامل الثقة لدى الموظفين والإدارة التنفيذية،

وتضمن سلامة الأموال المستثمرة، وتحقق عائد يتلاءم مع المخاطر التي ينطوي عليها قرار الإقراض.  وتهتم هده الاستراتيجية بعدة مسائل اهمها:

**- حجم الأموال المتاحة للإقراض:** تنص عادة سياسات الإقراض على أن لا تزيد قيمة الإقراض عن

نسبة معينة من الموارد المالية المتاحة والتي تتمثل في الودائع ورأس المال.

- **تشكيلة القروض:** ان أفضل تشكيلة للقروض التي تتكون منها محفظة القروض تتميز بإستراتيجية التنويع، ويكون هذا التنويع وفق تاريخ الإستحقاق، حيث توجد قروض قصيرة الأجل وقروض متوسطة الأجل وقروض طويلة الأجل، وهناك تنويع على أساس الموقع الجغرافي للنشاط الذي يوجه إليه القرض، والتنويع وفق قطاعات النشاط حيث توجد القروض التي توجه إلى القطاع الزراعي والقطاع الصناعي وقطاع الخدمات، وأخيرا هناك التنويع على أساس طبيعة نشاط العمل داخل كل قطاع.

**- مستويات إتخاذ القرار**: ينبغي أن تحدد المستويات الإدارية التي تقع على عاتقها البث في طلبات الإقراض بما يضمن عدم ضياع وقت الإدارة العليا، وبما يضمن سرعة إتخاذ القرارات خاصة عندما يكون العميل بحاجة ماسة إلى الأموال العاجلة.

**- متابعة القروض**: من الضروري متابعة القروض التي تم تقديمها وذلك من أجل إكتشاف الصعوبات المحتملة في السداد .

**- ملفات القرض**: يشترط عند تقديم أي قرض تخصيص ملف لكل قرض يتضمن طلب الإقتراض، و سجل تاريخي عن مدى إلتزام العميل والأرباح التي حققها البنك من القروض.

**4- استراتيجية الإستثمار في الأوراق المالية**

تركز هده الاستراتيجية على نواحي رئيسية تتعلق بحجم المخاطر التي يقبلها البنك، والعائد المطلوب على الإستثمار، والمفاضلة بين الأوراق المالية، والتنسيق بين متطلبات السيولة وهيكل اتخاذ القرار...الخ.

- الرهونات: يشترط البنك المركزي على البنك الذي يودع لديه الودائع بأن يشتري جزء من الأوراق المالية التي تصدرها الحكومة كضمان لتلك الودائع، وتهتم استراتيجية الإستثمار بتجديد نوعية الاوراق الحكومية المرهونة.

- تحديد المستوى المقبول من المخاطر : تتعرض الأوراق المالية إلى نوعين من المخاطر وهي المخاطر العامة والمخاطر الخاصة، ويهتم البنك بتحليل المخاطر التي قد تتعرض لها الأوراق الماليةـ

- العائد على الإستثمار: يتم تحديد العائد الذي يقبله البنك لتعويضه من المخاطر التي قد يتعرض لها من خلال الاستثمار في الأوراق المالية.

**5- الإستراتيجيات المرتبطة بالخدمات المصرفية**

تهدف عملية تطوير وابتكار خدمات مصرفية جديدة الى تحقيق عدة أهداف إستراتيجية للمصرف من

أهمها: جذب عملاء جدد، تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية المقدمة...الخ. وهناك أربع إستراتيجيات

يمكن للمصرف تبنيها لتطوير خدماته المصرفية تتمثل في:

**استراتيجية تنمية وتطوير السوق**: حيث يقوم المصرف بتطوير برنامج جديد يمكن من خلاله إشباع

حاجات مالية لدى عملاء جدد، الدخول الى مناطق جغرافية جديدة والبحث عن عملاء جدد.

**إستراتيجية إختراق السوق:** وتنطوي على قيام المصرف بمحاولة زيادة حجم تعامله بخدماته الحالية في

السوق الحالية، وذلك من خلال جهود تسويقية مكثفة وموجهة ،

**إستراتيجية تطوير خدمات جديدة او تحسين الخدمات الحالية** لتصبح أكثر ملائمة لحاجات العملاء.

**إستراتيجية التنويع:** من خلال تطوير خدمات مصرفية جديدة وتنويع خطوط الخدمات الحالية.