

تقييم كفاءة الأوعية المصرفية الجزائرية في دعم وتحفيز السلوك الادخاري لدى القطاع

العائلي - دراسة تطبيقية للفترة 1995 - 2016

Evaluation of the efficiency of the Algerian banking receptacles in supporting and stimulating the saving behavior of the family sector - An Applied Study for the period 1995 - 2016 -

عبد القادر زيتوني

أستاذ محاضر "أ"

المركز الجامعي غليزان

Abdelkaderzitouni9@gmail.com

0665876913

تاريخ النشر: 2019/10/15

تاريخ القبول: 2019/10/11

تاريخ الاستلام: 2019/07/16

ملخص: عُني البحث على نحوٍ دقيقٍ ببحث واستجلاء مدى كفاءة الأوعية المصرفية الجزائرية - ممثلة أساساً بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط باعتباره مؤسسة تعنى بشؤون الادخار الأسري تحديداً- في خلق وحفز ونشر السلوك الادخاري لدى قطاع الأفراد. وبعد تحليل مُبسّط للسلوك الادخاري والمسؤولية المصارف في بعثه وتعميمه بين أفراد المجتمع، وبيانٍ مُختصرٍ لمظاهر ممارسة الوعاء المصرفي لذلك الدور على نحوٍ من الكفاءة والفعالية وتشخيص من ثَمَّ لواقع اهتمام الأوعية المصرفية الجزائرية بحفز العائل الجزائري على مُمارسة السلوك الادخاري بشكل مُتواصل ومُستديم، انتهى البحث إلى حقيقة أن تلك الأوعية لم تنجح في تأدية ذلك الدور- بشهادة ما تم تناوله من مؤشرات دالة على ذلك- على النحو الذي يليق بها كمؤسسات تمويل تُعنى أساساً بشؤون الادخار والاستثمار، إذ لم تتعدَّ حجم المدخرات العائلية المستقطبة 10% في أحسن الأحوال، ولم يستطع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بشبكاته وفروعه من استقطاب سوى 22% من الفئة القادرة على الادخار، وبحجم ادخار سنوي لم يتجاوز 6000 دينار.

كلمات مفتاحية: ادخار، سلوك، أوعية مصرفية، قطاع الأفراد.

تصنيف JEL: D01, E21.

Abstract: This research examines the role and efficiency of Algerian banking receptacles - represented mainly by The National Fund for Saving and Reserve as an institution Interested about family savings - in creating, motivating and spreading savings behavior in the private sector. The study dealt with a simple analysis of saving behavior and the responsibility of banks in circulating it among members of society. It also included a brief explanation of the practice of the Algerian banks for that role efficiently and effectively. Then we went to a study of the reality of interest of Algerian banking receptacles in motivating the family to practice saving behavior on a continuous and sustainable. The study concluded that banks did not succeed in that role- according to the indicators used - where the size of family savings was only 10%. The National Fund for Saving and Reserve, with all its networks and branches, was able to attract only 22% of the savings Capable category and an annual savings of 6000 dinars.

Keywords: saving ; behavior ; banks ; Banking receptacles, Individuals Sector.

Jel Classification Codes : D01, E21.

1. مقدمة:

ليس من المبالغة في شيء القول بأن نقطة البدء السليمة لأي اقتصاد ينبغي لنفسه القوة والنمو تتمثل في موقفه الصحيح من عملية الادخار، التي هي الأساس الحقيقي الوحيد لعملية التمويل. وما لم تُوجد في الاقتصاد المحلي آليات تعمل بقوة واقتدار على التوالد المستمر والمتنامي للمدخرات، وجهات تسهر على تعبئته وتجميعه وتركيبه حتى يتأتى لها من الفعالية ما لم تكن لها وهي مُبَعَثَةٌ مَفْتَتَةٌ، فلن يكون هناك لا تمويل ولا استثمار، اللهم إلا تمويل مُصطنع، سرعان ما يذبل وينزوي أو تمويل خارجي وهو بدوره متولّد عن مدّخرات خارجية لا تغطّي محاسنة مثالبه في غالب الأحوال.

إنّ الادخار وإن كان قد حظي باهتمام بليغ في مدوّنات رواد الاقتصاد المحدثين وإن كان أيضاً يُعدّ ركيزة من ركائز التنمية بشهادة الواقع وفقهاء هذا الأخير أمثال آرثر لويس ووالث رستو وهارود ودومار وغيرهم كثير، فإن وجوده كسلوك لدى أفراد المجتمع الجزائري وككمّ لدى قنواته المصرفية، لم يكن ليعكس البتة ما اتفقت عليه وتنادت به مُختلف التّطبيقات وما تظاهرت به وعقدت على تجسيده تلك الأوعية عند إنشائها-خاصة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-. وهنا وإن تعدّدت وتنوّعت المبررات والأسباب، فإن مُنتهى التّظر عند العام والمختص سيقف على جُهد مُحتمس وباهت لتلك المنظومة في إرساء ثقافة وسلوك ادخاري لدى الفرد الجزائري، وضَعْف مُبين في أداء دورٍ محسوس ملموس في تعبئة ما توقّر من مدّخرات بشكلٍ عفوي، وقصُورٍ واضحٍ في ضيخٍ ودمجٍ ما تجمّع من أموال في الدّورة الاقتصادية بما يدعم حركة الإنتاج بشكل خاص- على اعتبار أن ذلك له وقعٌ أكبر في نفوس الأفراد مُقارنة بعملية توجيه الموارد نحو تنشيط الحركة التجارية حصراً-. وأياً كان السبب وأياً كان التفسير فإن النتيجة الأهم في نظرنا هي أننا نخسر مورداً عظيماً سوف تظهر أهميته وإن طال الزمان، وحينها تكون تلك الأوعية قد خسرت ثقة الأفراد، وربما وجودها خاصة وأن دائرة الوساطة في انحسارٍ مستمر. وإني لأعتقد أن مظاهر ذلك واضحة اليوم للعيان لا تحتاج إلى انتزاع دلائل لها.

أهمية البحث: إنّ نجاح الأوعية المصرفية في أداء دورٍ مهم في خلق وعي ادخاري بين أفراد هو مطلب يُريده كلُّ اقتصاد يرجو النّمو والقوّة، ودراسة وبحث السبيل التي تُقود إلى تحقيق ذلك هو شأن يخصّ تلك الأوعية أولاً والمجتمع تبعاً. ولما كانت الدراسات تؤكّد على حقيقة احتفاظ القطاع العائلي بقوة شرائية هامة وامتلاكه لقُدرة كبيرة على توليد مدّخرات مُعتبرة الكم والكيف، وكان الواقع يُبني على قصُورٍ واضحٍ وضَعْفٍ مُبين في ثقافة الادخار المصرفية لدى ذلك القطاع، وكانت ثمة حاجة مُلحّة للظفر بأيّ مورد جديد يُخرج البلد من مأزق الشحّ ويساعده على تنفيذ برامجه التنموية الكبرى، فإنه كان لا بدّ عندئذٍ من الكشف عن حقيقة تبني الفرد الجزائري للسلوك الادخاري، وعن مدى اضطلاع الأوعية المصرفية- ممثلة خصوصاً بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط- بحفز ودعم مثل ذلك السلوك-بوصفها المؤسسة المجتمعية المسؤولة مسؤوليّة كبرى عن تنمية ونشره- بغية بحث سبل تكفّل تصحيح الدور في حال ضعفه وتعزيزه في حال وجوده.

أهداف البحث: تستهدف وقتنا البحثية هذه على نحو دقيق تشخيص واقع اهتمام الأوعية المصرفية الجزائرية ممثلة أساساً بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بحفز ونشر السلوك الادخاري لدى قطاع الأفراد. ويندرج ضمن ذلك تحليل للسلوك الادخاري لدى هذا الأخير وبيان لمسؤولية المصارف في خلق ونشر ذلك السلوك بشكلٍ عام.

مشكلة البحث: ممّا لا مرأى فيه أن من أكبر المشاكل التي تواجهها الاقتصاديات النامية دون استثناء الحاجة الماسّة إلى موارد تمويلية تلبي الاحتياجات الفعلية للعملية التنموية. وقد تعدّد وتتمايز الأسباب المُحدثة لتلك الحاجة بين أسباب لا سلطان للدولة عليها وأسباب مُرتبطة أساساً بقصُور الجهود المبذولة من قِبل مختلف الأعوان. وقد يبرز من هذه الأخيرة على وجه الخصوص ضعف مُساهمة القطاع العائلي في توليد المدّخرات. والجزائر كدولة نامية هي الأخرى تقع في دائرة هذا الإشكال، إذ وباستثناء ما تجود به الحكومة من مدّخرات تتنقّس بها العملية التنموية (على حسب أحوال وظروف سوق النّفط) فإن مستوى المدّخرات المتدفّقة عن القطاع العائلي والمتجمّعة بمؤسّسات التعبئة المصرفية تحديداً يبقى في حكم الحجم الضئيل المحدود. واعتباراً من أن حجم المدّخرات التي يُحدّثها الأفراد مُرتبته بمدى غلبة وتأصل السلوك الادخاري لديهم، وبأن حدوث هذا الأخير مُرتبط إلى حد كبير بما تبدله وتوقّره الأوعية المصرفية من برامج وحوافز ونحو ذلك -وذلك على الأقل من قبيل

المسؤولية الاجتماعية- فإننا نتساءل عن حجم وأهمية الدور الذي تؤديه أوعيتنا المصرفية في إيجاد وحفز وتأسيس السلوك الادخاري لدى القطاع العائلي (الأفراد) خدمة لأهدافها وأهداف المجتمع التنموية ؟.

2. تحليل السلوك الادخاري للأفراد

تعدُّ مسألة الادخار واحدة من المسائل الهامة التي تعنى باهتمام السياسات الاقتصادية لما لها من تأثير واضح على شتى جوانب الاقتصاد. وهي ظاهرة قديمة صاحبت السلوك الإنساني منذ آلاف السنين. وقد شهدت تطورات وتغيرات ارتبطت أساساً بتطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية للفرد. وكون الادخار سلوكاً اقتصادياً واجتماعياً مهماً فقد تبنت أنظمة كثيرة في المجتمع مسؤولية إيجاد دوافعه وتهيئة البيئة المناسبة لنموه وانتشاره بين الأفراد، والارتقاء به إلى مستوى العادة لا الحاجة فقط.

1.2 مفهوم العملية الادخارية والقطاعات الممارسة لها

نتدر هنا بالإشارة إلى المراد بالسلوك الادخاري عند أهل الاقتصاد، فنقول باختصار أن هذا الأخير ما هو إلا أنماط التصرف الفعلي الصادر عن الفرد لدى توزيعه لدخله بين بنود الاستهلاك والادخار. وبمعنى آخر فإن المقصود بالسلوك الادخاري الفردي هو كيفية تصرف الفرد في دخله، وتوزيعه بين أوجه الإنفاق عبر الزمن.

وفعل الادخار للمال هو سلوكٌ طبيعي (يقوم على العادة والطبع البشري) للنفس البشرية لا سيما ادخار النقد، كما أنه فعل اقتصادي يُمارسه الفرد. وهو يعتمد على المعرفة الحقيقية والمدركة والمهارات المستقاة من التجارب والخبرات السابقة. وفي الوُسع الاستدلال عليه بسلوكيات عدّة، كمعرفة ترتيب الفرد للأولويات المختلفة عند توزيعه لهذا الدخل على بنود الاستهلاك والادخار، ومعرفة ما إذا كان للفرد موازنة خطية (خطّة إنفاق)، وما إذا كان يتقيد بها ويحرص على تنفيذها.... ونحو ذلك من الأفعال والسلوكيات.

يُراد بالادخار على وجه العموم عملية اقتطاع جزء من الدخل بغية استخدامه وقت الحاجة (منير البعلبكي، 1983 ص215) أو الاحتفاظ بجزء من الدخل للمستقبل. كما يُقصد به أيضاً تلك العملية الاختيارية التي يقوم بها الفرد بحيث يقتطع جزءاً من دخله، ويمتنع عن إنفاقه على الاستهلاك قصد التصرف في ذلك الجزء وقت الحاجة (قطب مصطفى سانو 2001، ص18). ويفرق أهل الاقتصاد بين الادخار بصفته عملية يقوم بها فرد من الأفراد أو جماعة من الناس، وبين الشيء الذي يدخره ذلك الفرد أو تلك الجماعة. فيقصودون بعملية الادخار تلك العملية الاختيارية التي تؤدي إلى تكوين مال يُطلق عليه "المدخر" ويريدون بالادخار كشيء ذلك المال الذي يتكوّن من جزء تلك العملية. ممّا يعني أن الادخار عملية تسبق المدخر، بل منه يتكوّن المدخر. هذا، ويجنح الكثير من الاقتصاديين إلى القول بأن عملية الادخار تركز في أصلها على ثلاث أركان أساسية وهي: الدخل والانتفاع والاستثمار. ويتخرّج من هذا أن لهذه العملية مراحل ثلاث وهي: توليد المدخرات ثمّ تعبئتها وتركيبها وتجميعها ثمّ توجيهها للقنوات التوظيفية، أو بعبارة أخرى توصيلها للجهات ذات العجز والحاجة لاستثمارها وخلق قيمة مُضافة للاقتصاد.

وتذكر المدونات الاقتصادية لتلك العملية ممارسين ثلاث وهم على وجه الإجمال: الأفراد أو ما يُعرف في الأدب الاقتصادي بالقطاع العائلي، المؤسسات الاقتصادية أو ما يُسمّى بقطاع الأعمال المنظم، والقطاع الحكومي. ويخضع ادخار كل قطاع تمّ ذكره آنفاً لعوامل ودافع معينة تستجيب لخصوصية هذا الأخير (زيتوني عبد القادر، 2010، ص08-10).

1.1.2 تحليل السلوك الادخاري للأفراد وانعكاساته النفسية الإيجابية

معلوم أن عملية الادخار تتمثل في قرار يتخذه الفرد بتأجيل جزء من إنفاقه العاجل إلى وقت آجل. هذه عملية إذا أردنا أن نصنّفها علمياً فإننا نقول أنها عملية سلوكية. يقول علماء النفس والتربية في هذه العملية أن القرار الذي اتخذه الفرد بتأجيل الإنفاق لا يمكن- علمياً- أن يكون قراراً عارضاً أو عفويّاً، بل هو قرار سبقته في نفس من اتخذه مجموعة من العمليات والنشاطات التي وإن لم تكن واضحة وملموسة فإنها تمّت على مستوى رمزي (أحمد محمد النجار وآخرون، 1981 ص53). وعلى نحو الاختصار فإنه في الوُسع تحديد هذه العمليات في إطار تسلسلي كما يلي (أحمد محمد النجار، 1972 ص147-157):

أ. تقييم ظروف الحياة: يتضمّن هذا التقييم تدريب الفرد على الدقة في حساب ما يمتلكه من إمكانيات، وفي الحساب المقدر الذي تخدم به هذه الإمكانيات أهدافه المستقبلية.

ب. تفتح هذه العملية أمام الفرد الطريق إلى الإدراك الكلي للموقف بأبعاده المختلفة والعلاقات بين هذه الأبعاد، والتي هي هنا عبارة عن عناصر الموقف المعيشي التي تتضمّن المستوى الحالي للدخل، والاحتياجات الراهنة والتوقعات المستقبلية.

ج. يعمل هذا الإدراك بدافع قوي وحيوي للوصول إلى الحل. وهو هنا القدرة على تنظيم مكونات الموقف وعناصره بصورة تكفل له تحقيق العملية التوافقية بين رغبات ذاته وبين واقع العالم الخارجي.

د. ينتج عن ذلك التوزيع الداخلي لطاقت الفرد القدرة على التحكم في تأجيل مطالب وحاجات راهنة إلى فترات أخرى.

هـ. العملية التي تلي العمليات السابقة والتي هي بمثابة النتيجة لها، هي أن يتخذ الفرد قراره، فيمارس السلوك الادخاري من خلال عملية ذكية من تنظيم هادف للجهد. ومن هذه الحرية الذاتية المطلقة، ومن تكرار حدوثها يستمد السلوك الادخاري عناصر التدعيم والتعزيز، والتي تنتهي إلى ثبوته واستمراره.

وعلى هذا فإن تأجيل الإنفاق (الادخار) إنّما هو سلوك اجتماعي، وإذا يسرنا أمام الفرد السبيل لتكراره ومعاودته وممارسته فإنه يصبح عادة، وطالما أن الفرد الذي مارس هذا السلوك قد قام بمجموعة من العمليات الرمزية، فإنه وعندما يصبح ذلك السلوك عادة متأصلة فيه فإنه يكون قد ترسخ فيه في نفس الوقت كلّ مفردات السلوك الرمزي الذي كان يُصاحب عملية الادخار في كلّ مرة يقوم فيها بهذه العملية.

هذا باختصار ما اختصّ بالإطار التسلسلي للعمليات التي تُسفر عن تكوين السلوك الادخاري لدى الفرد. أمّا عن الانعكاسات النفسية الإيجابية لخلق هذا السلوك وتأصله ليصير إلى مستوى العادة، فنقول أن تدريب الأفراد على اكتساب السلوك الادخاري ينشأ عنه عدّة فضائل نذكر منها على وجه الإجمال ما يلي: الشعور بالمسؤولية والإحساس بها وضبط النفس، الترشيح (ونعني بالترشيح المحافظة على كلّ ما له قيمة من النقصان أو الضياع دون فائدة)، الثقة بالنفس، زيادة الرغبة في العمل، السلوك الديناميكي وتكوين الشخصية الاقتصادية والاجتماعية.

3. مسؤولية المصارف في إيجاد وتأصيل السلوك الادخاري لدى قطاع الأفراد

تتجه النظريات الاقتصادية في حديثها عن الادخار إلى القول بأن ليس ثمة علاقة تامة بين الدخل وبين كون الفرد مدخراً أم لا باعتبار الادخار الفردي سلوكاً. وقد حدى هذا الموقف بالكثير إلى ربط القدرة على توليد المدخرات ودفع الأفراد إلى مزاوله العملية الادخارية بمقدار درجة إثارة الدوافع (الرغبة) الادخارية لدى الأفراد وتقويتها وإزالة ما يعوق بروزها. ومع الإقرار بأن هذا العمل ليس من المهام الأساسية المباشرة للنظام المالي- وبالأخص المصارف- بل هو في المقام الأول مسؤولية أنظمة أخرى في المجتمع، إلا أن ذلك لا يعني البتة أنه معفي من تحمّل مسؤولية نشر السلوك الادخاري بين الأفراد وتأصيله فيهم خصوصاً إذا أخذنا في الاعتبار في الاعتبار حقيقة حتمية تحوّل نواتج عملية التخزين والاكتمال التي يُجرها الأفراد إلى قنوات تجارية وممارسات استثمارية، وبأن الادخار كسلوك واتجاه للأفراد يُمكن أن يتأثر بما تتبناه الدولة من سياسات مالية وما تُقيمه من مؤسسات تمويلية واستثمارية.

وعلى وجه العموم، فإن مساهمة المصارف في تحريك دوافع ممارسة السلوك الادخاري لدى القطاع العائلي (أو الأفراد) وحفزه وتقويته على النحو الذي يُسمي به كعادة اجتماعية متأصلة، تبرز في تحمّله مسؤولية القيام بالواجبات التالية: - تحمّل جانب من مسؤولية القيام بترشيد الاستهلاك وتجنّب الإسراف والتبذير في كلّ مجالات الإنفاق بما فيها الإنفاق الاستثماري والإنفاق على الغير. وتظهر مساهمة المصارف في علاج مثل هذا الوضع من خلال قيامها بدور إيجابي في مجال دعم وتعزيز دور الحكومة في منع استيراد نوعيات معينة من السلع الترفية بحظر التمويل عن مستورديها. كما يُمكن للمصارف أن تتصرف حيال هذا الواقع بالحدّ من الائتمان الاستهلاكي- يتعلّق الأمر بالطبقة المتوسطة- خاصة بالنسبة للسلع غير الضرورية. كما ينبغي على المصارف في سياق المسؤولية الاجتماعية ألاّ تركز فقط على تسويق الاقراض، بل يجب أن تتّجه نحو تعزيز مفهوم الادخار لدى هذه الفئات، وذلك من خلال ترسيخ ثقافة الإنفاق المسؤول، عن طريق الموازنة بين الانفاق والدخل وعدم اللجوء للاقتراض بما يتجاوز القدرة المالية.

- قد علمنا مما سبق أن العملية الادخارية هي ولادة لعنصرين وليس لعنصر واحد الإنفاق من جانب والدخل من جانب آخر. ولنجاح هذه العملية فإنه لا يكفي فقط الوقوف عند ترشيد الإنفاق مع بالغ أهميته وأثره، وإنما لا بد من اهتمام بمسألة الدخل وتنميته. ورغم أن ذلك مطلب غريزي، إذ ما من فرد مسلم أو غير مسلم إلا ويحب المال ويسعى لكسب المزيد منه، إلا أنه قد يفشل في تحقيق هذه الرغبة، فتذهب عنه عندئذ فرصة التفكير في الادخار. وهنا يظهر قدر من المسؤولية تتحمله المصارف بخصوص دعوة الأفراد وحثهم على تنمية دخولهم، فيتوجب عليها تحقيقاً لذلك أن توفر - وبشكل مستمر - طرقاً ومجالات للاستثمار في المجتمع تتيح لهم فرصة تملك الأصول الإنتاجية وتسمح بتحقيق زيادة في دخول الأفراد. ويمكن للمصارف أيضاً أن تشجع الأفراد على ولوج ميادين الاستثمار المختلفة بدخولها طرفاً مشاركاً في المشروعات التي تزداد مخاطرة القيام بها. وإذا لم تستطع ادراك ذلك أو لم تشأ مشاركة الأفراد لها في مشاريعها الاستثمارية، فعلى الأقل يجب عليها تشجيعاً لأولئك على مزاوله العملية الادخارية تقديم عائد مجزٍ على الأموال التي يعهدونها إياها.

- القيام بحملات تحسيس (من خلال المنشورات والكتيبات ونحو ذلك من الوسائل) واسعة لتوعية الأفراد اتجاه مسؤوليتهم الاجتماعية والتي هي في الواقع انعكاس لمسؤولية الخلافة. ومعنى ذلك تحسيسهم وترغيبهم وحثهم على ضرورة تخصيص جزء من مداخيلهم لغرض الإسهام في تمويل المشاريع التنموية، الصناعية أو الزراعية منها، على أساس أن ذلك فيه مصلحة لهم ولأبنائهم من بعدهم على وجه التأكيد (عبد الرحمن يسرى أحمد، 1981، ص74). وما قد يُيسر نجاح مثل هذه الحملات حقيقة (وهي فطرية) أن الادخار في مكنونه هو فضيلة تُساهم في بث الشعور بالمسؤولية والإحساس بالواجب لدى المدخر وتنبي عنده الرغبة في المشاركة الاقتصادية وتُحبب إليه المساهمة في بناء اقتصاده الخاص واقتصاد بلاده وتجعله يشعر بقيمة نفسه وبأهميته كشخص فاعل في المجتمع. هذا، ولا ننسى أن نُشير في هذا الصدد إلى مسألة أخرى هي على قدر من الأهمية وهي قضية توعية الأفراد بأن عادة الادخار ليست مسألة مزاجية أو غير ممكنة التحقيق إلا بدخل مرتفع، بل في وسع الفرد القيام بها بشيء من الانضباط، والتضحية بالاستهلاك والصبر الحالي. فحقيقة أن الادخار له علاقة بحجم الدخل لكن يمكن معالجة معضلة انخفاض مستوى الدخل بادخار صغير كأنه أصلاً ليس جزءاً من الراتب أو بأي إجراء آخر يُمكن من مزاولته المهم أن تكون هناك عزيمة على فعل ذلك. ومثل هذا الأمر ينبغي أن تنتبه له المؤسسات المصرفية وأن تبذل جهوداً لمعالجة مختلف النزاع النفسية المثبطة.

- تعضيد المهام السابقة بحمل جانب من مسؤولية أو مهمة التثقيف المالي لمختلف فئات المجتمع وذلك اعتباراً من أن المثقفون مالياً يميلون على الأرجح إلى الادخار بشكل أكبر من الأفراد الذين هم دون ذلك. وتتضمن هذه المهمة التأكيد على ضرورة ممارسة السلوك الادخاري، من خلال تقديم الأدوات الأساسية للادخار ووضع الميزانيات، وتزويد العائلات بالمهارات والمعلومات اللازمة للادخار وإرشادهم إلى إنفاق دخولهم بالطريقة التي تعود عليهم وعلى المجتمع بالنفع.... الخ.

- تسويق منتجات ادخارية من شأنها أن تدعم السلوك الادخاري لدى الفرد.

- اتخاذ اجراءات تدخلية تُساعد الأفراد على تحقيق أهدافهم الادخارية أو تُسعفهم على زيادة مستوى مدخراتهم: وذلك عن طريق استخدام رسائل تذكير أو من خلال عرض مُحفّزات التزام تتضمن امتناع المستهلكين طواعية عن السحب من مدخراتهم لحين بلوغ المدخرات المستوى المستهدف.

- دعوة أفراد المجتمع إلى فتح حسابات لدى المصرف وتيسير الشروط المتعلقة بذلك.

- ولا ننسى هنا أن نُشير إلى مسؤولية المصارف اتجاه فئة النشء، فكونها مؤسسة من مؤسسات المجتمع فإنه يقع على عاتقها مهمة تعويد وتدريب هذه الفئة على تعاطي السلوك الادخاري، مُستخدمة في ذلك كل ما تراه ملائماً من وسائل تؤدي إلى أن يكون هذا السلوك أصيلاً ومنتكزاً في حياتهم (أحمد محمد النجار وآخرون، 1981، ص61).

هذا، وإذا كنا قد جعلنا مهمة تأصيل السلوك الادخاري لدى الأفراد واحدة من المهام التي ينبغي على المصارف القيام عليها أتم القيام مع علمنا بأن ذلك شأن تتحمله مؤسسات أخرى كما سبق وقلنا، فإننا نعلل إلحاق تلك المهمة بالعمل المصرفي بعدد من الأسباب والمسوغات نسوق منها على وجه الاختصار ما يلي:

- المصارف بحاجة إلى ودائع طويلة الأجل (مصدر للأموال أقل تقيلاً) تُتيح لها دعم نشاطاتها التمويلية بكلفة قليلة (معلوم أن ودائع الأفراد ذات كلفة مُنخفضة نسبياً بالمقارنة مع المصادر الأخرى)، وهو ما توفره لها نسبياً مدّخرات الجمهور.
- استحداث وطرح أدوات للادخار والتوفير هو من صلب عمل المصارف.
- معلوم أن توفير السيولة للاقتصاد هي مسؤولية تقع على عاتق المصارف لكونها القلب النابض له، هذه السيولة للأفراد أن يُساهموا فيها بشكل كبير.
- لمّا كان من غير الممكن لكل واحد أن يستعمل مدّخراته إنتاجياً، فإنّه كان من باب الأولى أن تقوم مؤسسات مالية منضّمة- على رأسها المصارف- تنظيمياً فعّالاً بتعبئة المدّخرات العاطلة وتوجيهها إلى استخدامات إنتاجية للوفاء بحاجات اقتصاد نامٍ وسليم. لأنه وببساطة الوساطة المالية هي الرابطة الأساسي بين الادخار والاستثمار، ومن دونها فإنه سوف لن يكون هناك حافزٌ كبير للاحتفاظ بالمدّخرات المالية، وبفعل ذلك تميل الاستثمارات إلى أن تظلّ مركزة في القطاع الذي ولّد مدّخرات، وهو ليس بالضرورة أن يكون الأكثر إنتاجية.
- يُضاف إلى ذلك حقيقة أن الاقتصاد القائم التّقد يكون عُرضة للإغراءات، والتسويق والسلوكيات الأخرى المخالفة للسلوك الادخاري. ويوفّر الجانب الأخير مبررات قوية للتدخلات الحكومية، لا سيما في البلدان النامية، لاستحداث مؤسسات معيّنة- وهي المصارف- تساعد الأفراد على التغلب على عجز الإرادة، وفرض تفضيلاتهم الحالية على الادخار من أجل مستقبلهم (The World Bank، 2015، ص115).

4. تشخيص واقع اهتمام الأوعية المصرفية الجزائرية بنشر السلوك الادخاري لدى قطاع العائلي

لئن كنا قد انتهينا في المحور المنصرم إلى القول بأن ثمة قدراً من المسؤولية لا تبرأ المصارف من تحمّله بخصوص نشر السلوك الادخاري لدى الأفراد، وانهضنا في ذلك عدداً من المبررات لها من قوّة الاثبات ما لها. ولئن كنّا قد قدّمنا في الوقت عينه جملةً من المهام التي تُسعف وتساعد المصارف على تحريك وتبنيج دوافع مزاوله تلك العملية عند الأفراد تحديداً فإننا نتساءل عمّا إذا كانت الأوعية المصرفية الجزائرية قد نجحت في تجسيد تلك المسؤولية على النحو الذي يفترضه النظّر؟ وعمّا إذا كانت قد أدّت دوراً ملموساً محسوساً في خلق سلوك ووعي ادخاري لدى الفرد الجزائري؟.

1.4 مظاهر كفاءة الوعاء المصرفي في نشر السلوك الادخاري لدى الأفراد

نريد بمصطلح الكفاءة هنا المساهمة الفاعلة للمصارف في دفع أكثر أفراد المجتمع نحو مزاوله وتعاطي نشاط الادخار. أمّا عن مظاهر تلك الكفاءة، فإنه ومع إدراكنا لحقيقة أن قياس مدى انتشار السلوك الادخاري بين الأفراد- النّاجم عن تدخل وتأثير الأوعية المصرفية- قياساً دقيقاً هو أمرٌ يعصب تبينه بالنظّر إلى حقيقة أن المدّخرات يُمكن أن تتخذ أشكالاً عديدة (أصول مالية وغير مالية)، وأنه سلوك يتضمّن أفعالاً غير واضحة وغير ملموسة، إلا أنه في الوُسع الاستدلال على وجوده ومقدار انتشاره بمجموعة من المؤشّرات، نسوق منها بما يفي للدلالة على المطلوب ما يلي:

- ارتفاع حجم معاملات الأفراد المصرفية: اعتباراً من أن امتلاك أدوات وحسابات للادخار وتسهيل الوصول إليها يُساعد على الأرجح على الحد من طفرة المصروفات والسلوكيات المضاربية غير النّافعة- كما تدلّ على ذلك عديد الدراسات-، وعلى مُمارسة عملية الادخار من ثمّ بشيءٍ من السّهولة والمرونة، فإنه كلّما تمكّنت الأوعية المصرفية من جذب الأفراد نحو دائرة النّشاط المصرفي وجعلت جلّ أو أكثر معاملاتهم قائمة على المعاملات المصرفية (خصوصاً في الأدوات الادخارية)، أمكن الحُكم عندئذٍ بكفاءة المصارف في إحداث تأثير إيجابي على السلوك الادخاري للأفراد.

- مدى تفضيل وإيثار الأفراد للسلوك الادخاري على السلوك الاستهلاكي: فالأوعية المصرفية في مقدورها أن تدفع الأفراد نحو تفضيل السلوك الادخاري على السلوك الاستهلاكي، خاصّة في حال زيادة الدخول، وحصول ذلك مُرتبناً بما توفره تلك الأوعية من أدوات وآليات متنوّعة، وما تُقدّمه من حوافز تجعل الفرد إلى الادخار أقرب منه إلى الاستهلاك. وإذ الأمر كذلك، فإنه متى لُوَظ في مجتمع ما إيثارٌ من لدن الأفراد للادخار على الاستهلاك عند زيادة الدخول خاصّة، حمل ذلك دلالةً على فعالية الدّور الذي تُؤدّيه المصارف في نشر السلوك الادخاري لدى أفراد مُجتمعها.

- القدرة الواسعة على المشاركة في تمويل احتياجات الاقتصاد المحلي: بالنظر في أشكال وأنواع المصادر التي تتدفق منها الموارد المالية وفي طبيعتها، فإننا ننع على حقيقة أن ليس ثمة ما يُضاهي مَدخرات قطاع الأفراد في توفير الدعم المرغوب وخاصة من ناحية الكم، حيث قاعدة القطاع هي على قدرٍ من الاتساع كبير- يُضاف إلى ذلك أنها عادة ما تكون مُستقرة وأقلَّ كلفة- ومن ثمَّ فإنه وإذا ما تحركت الأوعية المصرفية بشكلٍ فعّالٍ مُستهدفة موارد ذلك القطاع فإنها ما من شك ستكون أقدر على تغطية أكثر احتياجات المجتمع للمال. ولما كانت نسبة الائتمان التي تغطّيها المصارف ترتبط ارتباطاً وثيقاً بحجم الموارد التي تمتلكها، وكان القطاع العائلي المصدر الرئيسي لها، فإن ارتفاع تلك النسبة إنّما يعني ضمناً مقدرة المصارف على جذب واستقطاب مَدخرات الأفراد وبالتالي نجاحها في دفع أولئك نحو تعاطي أو ممارسة السلوك الادخاري.

- مدى انحسار ظاهرة الاكتناز: مختصر القول هنا أنه كلما تمكّنت الأوعية المصرفية من تقزيم تلك الظاهرة والحد من حجمها في المجتمع، كلما تمكّنت من زيادة حجم المَدخرات المنتجة، واستطاعت بالتالي ترسيخ ونشر سلوك الادخار الإيجابي لدى الفرد.

- قابلية واستعداد المصارف لتعبئة المَدخرات مهما كان حجمها: مع الإقرار بحقيقة أن تعبئة وإدارة الحسابات الصغيرة جداً غالباً ما يُحمّل المصارف كلفة عالية، إلا أنه وانطلاقاً من أن نجاح استراتيجيات جميع المَدخرات يستلزم اعتبار المَدخرات عنصراً أساسياً للهوية المؤسسية وجعلها جزءاً لا يتجزأ من خدمات المصرف، فإنه يتوجّب على هذا الأخير قبول المَدخرات مهما كان حجمها. وينبغي على هذا أنه متى اعتنى واهتمَّ المصرف بتعبئة المَدخرات ولو كانت صغيرة، أمكن الحكم عندئذٍ بفعالية دوره في نشر السلوك الادخاري لدى قطاع الأفراد (العائلي).

- مدى اتساع شبكة الأوعية المصرفية: فمما تتفق عليها بعض الدراسات أن الدعم القوي لمستوى العمق المالي غالباً ما يُحدث تأثيراً جُداً إيجابياً على الرغبة الادخارية. وقد يحصل ذلك العمق بفعل اتساع تشكيلة الأصول المالية المتاحة، كما قد يكون ذلك العمق على علاقة وطيدة باتساع شبكة الأوعية المصرفية التي تخدم احتياجات المَدخرين، زيادة على قُربها وتنوعها. وبينما تُشير بعض الدراسات بأهمية العامل الأول كسبيل لتعميق السلوك الادخاري عند الأفراد، تذهب دراسات أخرى إلى تأكيد حقيقة أن مقدار الوفورات الفردية يعتمد أيما اعتماد على مدى انتشار المؤسسات المصرفية، وإلى أن وجود هذه الأخيرة كثيراً ما يخلق نزعات هامشية عالية لممارسة الادخار (Godwin Nwaobi، 2003).

2.4 قراءة لواقع مساهمة الأوعية المصرفية الجزائرية في دفع القطاع العائلي نحو تبني السلوك الادخاري

تتعدّد الأوعية التي تهتم بقضية الادخار العائلي وهيئة أسباب ممارسته ومزاويلته داخل المجتمع الجزائري، فتظهر منها المصرفية وغير المصرفية كالوعاء التأميني ومؤسسة البريد والمواصلات. ويتبّنى كلّ وعاء من تلك الأوعية في أدائه لتلك المهمة على النحو المطلوب منها سياسات وأدوات ومنتجات.

ويعدّ الوعاء المصرفي تحديداً الوعاء الأكثر شيوعاً داخل الاقتصاد الجزائري. وهو وعاء يضمُّ عدداً من المصارف العمومية والخاصة، تساهم في تعبئة الموارد المالية الطليقة (بما فيها الأسرية) في الاقتصاد، كما تتولّى مسؤولية إعادة توزيعها وفقاً للسياسة الائتمانية المسندة للحاجات الاقتصادية. وتعتمد في أدائها لنشاط التعبئة (وهو وجه من وجوه ترسيخ السلوك الادخاري) على ما يسيى بالوديعة المصرفية، وتحديد الدوائج لأجل حيث تعتبر هذه الأخيرة الشكل الادخاري الأكثر بروزاً في تعامله مع مَدخرات القطاع العائلي (أي الأفراد)، على اعتبار أن الدوائج الجارية لا تمثّل في الحقيقة ادخاراً بالمعنى الاقتصادي المتعارف عليه لمصطلح الادخار.

اعتباراً بما خلى من قول، فإن من الواضح أن الوعاء المصرفي الرئيس المقصود بالتحليل والدراسة هنا هو الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط لكونه بنكاً متخصصاً ورائداً في مجال الادخار، خاصة الأسري. غير أننا قد نتوسّع أحياناً للاستدلال على مدى اهتمام الأوعية المصرفية الجزائرية بمسألة نشر السلوك الادخاري لدى قطاع الأفراد، فنتناول باقي المصارف على قدر الحاجة وتوفّر الإحصائيات بشكلٍ أساسي. هذا، ونُشير قبل البدء بأن بحث مدى تحقّق تلك المظاهر أو المؤشّرات إنّما يعتمد أولاً وأخراً على مدى توافر البيانات المساعدة، وبالتالي لا أخذه إن لم نستطع إدراكها كلّها.

- نسبة حجم الادخار العائلي المعبأ من قبل الأوعية المصرفية إلى إجمالي الادخار المتولد عن قطاع العائلات الجزائرية: يُعطينا هذا المؤشر فكرة أولية وشاملة عن مدى سعي الأوعية المصرفية الجزائرية إلى نشر ثقافة أو سلوك الادخار لدى الفرد الجزائري من خلال إتاحة الفرصة له بإيداع فوائضه المالية على سبيل التوظيف. حيث يحمل ارتفاع معدل التعبئة دلالة واضحة على كفاءة الوعاء في دفع الأفراد نحو ممارسة عملية الادخار - وذلك اعتباراً من أن الفرد إذا ما وجد فرصاً كافية لتوظيف أي جزء من مدّخراته فإن رغبته في تخصيص جزء من دخله على نحو مستمر ستزيد لا محالة. - بينما يُشير العكس إلى ضعف التأثير الممارس من قبل المصرف على الرغبة الادخارية.

بتفحص واقع سعي الأوعية المصرفية الجزائرية - ممثلة بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط حصراً - نحو ترسيخ ثقافة الادخار لدى القطاع العائلي فإنه يتضح جلياً من خلال الشكل رقم (01) أن الجهود المبذولة في ذلك المجال من قبل ذلك الوعاء لا يمكن وصفها بتاتا بشيء من الأهمية أو الإيجابية، فالفوائض الأسرية المستقطبة من قبله لم تتجاوز 10% من مجمل مدّخرات القطاع في أحسن الأحوال، بل إنها لم تتعدّ 4% خلال أغلب فترات الدراسة - تحديداً في 16 مشاهدة من مجمل المشاهدات - وأياً كان التفسير المساق هنا لتبرير هذا الواقع، فإن عصاره القول أن صندوق التوفير لا يُقيم اعتباراً لمسؤولية الترويج لسلوك الادخار عند الأفراد، فالنسب المسجلة تدخل في نظرنا في حكم النسب المهملة باعتبارنا نتحدث عن مؤسسة تُعنى بشكل خاص بشؤون الادخار الأسري.

هذا، ويبدو أن الوضع لا يختلف كثيراً بالنسبة لباقي الأوعية المصرفية العمومية منها والخاصة. فباستثناء الطفرات المتحققة خلال سنتي 1998 و 1999م، فإن الحال يُبنى عن عدم وجود سياسة ادخارية مُعتمدة من قبل تلك الأوعية اتّجاه مدّخرات قطاع الأفراد بدليل أن نسبة الفوائض الأسرية المجمعة لديها لم تتعدّ 10% من مجمل ما تولّد عن ذلك القطاع خاصة خلال الفترة 2002- 2016 - أنظر الشكل رقم (02) - بل حتّى إنها قاربت الصفر في بعض السنوات، وكأن مصارفنا لا يهمها مُطلقاً ما إذا ما كان للفرد الجزائري رغبة ادخارية أم لا ؟، وما إذا كانت لديه ثقافة ادخار أصلاً أم لا ؟. ثمّ إننا ننّه إلى أننا نتكلّم عن منظومة بأصولها وفروعها وليس عن مصرف واحد فقط. فمنظومة لم تستطع استقطاب حتى عُشر ما ادّخره القطاع العائلي لا يمكن وصفها بأيّ حال إلا بالإهمال والتقصير في حق الفرد والمجتمع، لأنها التنظيم المجتمعي المسؤول مسؤولية كبرى عن تشجيع الأفراد لممارسة عملية الادخار ومزاومتها على نحو من الاهتمام والاستمرار.

وبالرجوع مرّة أخرى للحديث عن مدى اضطلاع الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بمسؤولية نشر السلوك الادخاري لدى الأفراد من خلال أدائه لمهمة التعبئة أو بمعنى آخر من خلال إتاحتها فرصاً لأولئك الأعوان لتوظيف فوائضهم المالية، فإنه وإذا ما استثنينا الدعم الذي قدّمته مؤسسة البريد والمواصلات من خلال المكاتب المستحدثة على مستواها لصالح صندوق التوفير فإن مساهمة هذا الأخير في تجميع الفوائض كانت على قدرٍ من الضعف المبين. وعلى نحوٍ من التفصيل وبقراءة التطوّرات المصوّرة في الشكل رقم (03) نجد أن معدل استقطاب الموارد الأسرية من طرف وكالات الصندوق حصراً لم يتعدّ مستوى 3% خلال أغلب فترات الدراسة تقريباً (في 13 مشاهدة من أصل 19 مشاهدة) وهذا بعد أن كان في حدود 4% إلى 5%، أي بانخفاض متوسطه 40% تقريباً. وهذا إن دلّ على أمرٍ إنّما يدلّ على أن ليس ثمة مجهودات تُبذل من طرف الصندوق لحثّ الأفراد على ممارسة عملية الادخار، بل إنّنا نعتقد أن الأفراد يبادرون من تلقاء أنفسهم نحو إيداع فوائضهم لدى هذا الأخير وهذا أمرٌ قد نستدلّ عليه بذلك التطوّر العفوي لحجم المدّخرات المعبأة للملاحظ من خلال الشكل رقم (04) أن مستوى الادخار لدى الصندوق لم يشهد تطوّراً إيجابياً مُستمراً طوال فترة الدراسة، بل كان بين الارتفاع تارة والانخفاض تارة أخرى.

- حجم قاعدة العملاء المستقطبة: ممّا هو معلوم فقهياً ونظراً أن من دلائل نجاح الوعاء المصرفي في أدائه لمهمة نشر السلوك الادخاري بين أفراد المجتمع قدرته على جذب السواد الأعظم منهم إليه ودفعهم إلى توسيع معاملاتهم الادخارية معه - حجماً وعدداً - وبشكلٍ مستمر بإتاحته لبرامج ادخارية ذات مزايا وحوافز. ومع إدراك حقيقة أن اتّساع قاعدة المشاركين في البرامج الادخارية التي تطرحها الأوعية المصرفية تحمل دلالةً على نجاح هذه الأخيرة في القيام على مسؤوليتها الاجتماعية فيما يتصل بنشر السلوك الادخاري بين الأفراد، وبأن ذلك سيمكّنها من الظفر بكمٍ هائلٍ من الموارد - حتّى مع صغر حجم الوديعة - فإنه يبدو

أن السياسة الادخارية للأوعية المصرفية الجزائرية لم تُدرج ذلك الهدف ضمن أولوياتها، إذ وعلى الرغم من اتساع حجم قاعدة القوى العاملة على اعتبار أنها الفئة الأقدر على ممارسة الادخار لامتلاكها دخول منتظمة- فإن القنوات المصرفية - وتحديدًا الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط- لا تزال عاجزة عن توصيل خدماتها الادخارية لتشمل جميع أفراد تلك الفئة فباستثناء الفترة 1997- 2001 (وهي الفترة التي سُجلت فيها نسبة تغطية كاملة) لم يتمكن صندوق التوفير والاحتياط بوكالاته وفروعه البريدية من أن يجذب اهتمام أكثر من 80% في المتوسط من أفراد الفئة العاملة - أنظر الشكل رقم (05)- على الرغم من كونه الراعي الأول لشؤون الادخار الأسري (الفردية). وتبرز مظاهر ذلك الفشل أيضاً من خلال مقارنة معدلي نمو قاعدة القوى العاملة وقاعدة المدّخرين لدى الصندوق، فيظهر من خلال الشكل رقم (06) أن ليس ثمة نمواً متساوياً بين قاعدة القوى العاملة وقاعدة العملاء المستقطبين - على اعتبار أن النمو المتوازي يعكس اهتماماً بجذب الأفراد ذوي الدخل المنتظمة إلى برامج أو أدوات الصندوق الادخارية، بما يعني تحفيز أولئك على ممارسة النشاط الادخاري- بل كان معدل نمو القوى العاملة أكبر في فترات كثيرة من معدل نمو قاعدة المدّخرين، الأمر الذي يحمل دلالة عدم مبالاة صندوق التوفير بمسألة اهتمام العامل الجزائري بعملية الادخار من عدم ذلك.

وبالرجوع مرة أخرى للحديث عن نسبة التغطية التي حققها الصندوق خلال فترة الدراسة فإنه قد يظهر للوهلة الأولى أن نسبة التغطية المسجلة- وهي 80%- هي نسبة جيدة بكلّ المقاييس، والحق أنها كذلك، غير أنها تبقى مؤشراً مضللاً إلى حد كبير وهذا في حال أخذنا في الحسبان حقيقة أن ثمة أفراداً يمتلكون أكثر من حساب ادخاري (بل قد يفوق عددها 5 حسابات)، وقمنا من ثمّ بإقصاء ذلك التعدّد. وعلى نحو ما يجليه الشكل رقم (07)، فإنه يبدو من الواضح أن قدرة الصندوق على جذب المدّخرين من الفئة العاملة قد انخفضت بمعدل 50% في المتوسط أو أكثر في عددٍ من السنوات. الأمر الذي يؤكّد مرة أخرى فشل هذا الأخير في تلبية احتياجات ورغبات الأفراد ذوي القدرة الادخارية بالشكل الذي يدفعهم إلى توسيع حجم التعامل معه وبالتالي إلى تنمية السلوك الادخاري لديهم في حال ضعفه، وتعميقه في حال وجوده.

هذا، ويبدو أن الضعف المسجل للصندوق في جانب القدرة على جذب شريحة واسعة من العملاء ذوي القدرة الادخارية لا يتوقّف عند ذلك الحد، خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار مسألة فصل الحسابات الخاملة والابقاء على الحسابات النشطة فقط. فإذا ما أجرينا ذلك الفصل، فإنه وبناء على احصائتي عامي 2008- 2009 (في الحقيقة لا نملك هنا بيانات شاملة نظراً لندرة التقارير وصعوبة الوصول إليها) يتكشف لنا أن الصندوق (هذا مع افتراض أن كلّ شخص يمتلك دفترًا أو بالأحرى حساباً واحداً فقط) لم يتمكن بوكالاته وفروعه من استقطاب سوى 22% تقريباً من إجمالي القوى الناشطة في الاقتصاد الوطني- أنظر الشكل رقم (08)-.

وبالابقاء في دائرة الحديث عن مؤشر حجم قاعدة العملاء المستقطبة، وبالالتفات إلى تحليل مسألة تأثير استثناء فروع الصندوق لدى مؤسسة البريد والمواصلات، فإنه يبدو بناءً على الانتشار الواسع الذي تحظى به هذه الأخيرة أن وضع الصندوق في جانب استقطاب المدّخرين من القوة العاملة من خلال وكالاته حصراً سيصبح أضعف إلى حد كبير جداً ويتبين ذلك بوضوح من خلال النتائج التي يعكسها كلّ من الشكلين، إذ يتخرّج من الشكل رقم (09) أن حوالي 55% في المتوسط من مجمل قاعدة المدّخرين لدى الصندوق تمّ استقطابهم من خلال مكاتب مؤسسة البريد والمواصلات، الأمر الذي يعني تبعاً أن وكالات الصندوق ساهمت في جذب 45% في المتوسط فقط من إجمالي العملاء المدّخرين. ومن ثمّ، فإنه وإذا ما حصرنا نشاط الصندوق في الوكالات فقط، فإن نسبة التغطية- من مجمل القوة العاملة- لن تتعدّد عندئذٍ 39% في المتوسط- أنظر الشكل رقم (10)-، وهذا بعد أن كانت في حدود 80%. وطبعاً هذا مع افتراض أن لكلّ شخص حساب واحد وأن كلّ الحسابات نشطة أمّا إذا أدخلنا في الحسبان حيازة الأفراد لأكثر من حساب وأن بعضها يلج في حكم الحساب الخامل، فمن الأكّد عندئذٍ أن شريحة المدّخرين المستقطبة من قبل الوكالات تحديداً ستكون أقلّ بكثير.

وبناءً على ما سبق كلّه فإنه في الوُسع وصف الدور الذي يؤديه الصندوق في مجال نشر السلوك الادخاري بين أفراد الفئة ذات القدرة الادخارية خصوصاً بالدور الضعيف.

وليت ذلك الضعف تجلّى وانحصر في حجم قاعدة المدّخرين فقط، بل تعدّى الأمر إلى ما هو أدهى وأمر. ويتعلّق الأمر بحجم الادّخار المستقطب من كلّ مدّخر بالصدوق، إذ وبإجراء تحليل لمتوسط ما تمّ اجتذابه من كلّ مدّخر، نجد أن ذلك المتوسط لم يتعدّ سنوياً 5893 دينار- أنظر الشكل رقم (11)-، وهي قيمة في نظرنا ضعيفة جداً أو قلّ مهملة إذا ما قورنت بمتوسط دخل الفرد السنوي من القوى العاملة والذي هو في حدود 243826,743 دينار في المتوسط، وتحمل دلالة على الغياب التام لكلّ شكلٍ من أشكال الوساطة المالية والاهتمام بتثقيف وتنشيط الرّوح الادخارية الملموسة فعلاً- يُمكن تبين ذلك من خلال حجم إجمالي الادّخار- لدى الفرد الجزائري.

- الانتشار الجغرافي: كنا قد تحدّثنا في موضع سابق عن علاقة الوفورات الادخارية بالانتشار الجغرافي للمؤسسات المالية وانتهينا إلى القول بأن وجود هذه الأخيرة وانتشارها على نحوٍ وسيع كثيراً ما يخلق نزعات هامشية عالية لممارسة الادّخار لدى الأفراد. وعلى الرّغم من أن هذه العلاقة ليست على نحوٍ من الإطلاق-بحكم أنها أثبتت من قبل عددٍ من الدراسات-، إلا أن الاستدلال بها قد يحمل إشارة ضمنية على الدور الممارس من قبل المؤسسة المالية في حفز الرّغبة الادخارية وبالتالي السلوك الادخاري لدى الفرد. ولذا فإنه متى رأينا انتشاراً واسعاً للصدوق أمكننا القول عندئذٍ بأهميّة الدور الذي يؤديه في حفز الأفراد على ممارسة النّشاط الادخاري وتأصيله فيهم كسلوك.

بملاحظة التطوّرات التي يسجلها الصدوق من ناحية التواجد الجغرافي والمبيّنة في الشكل رقم (12)، فإنه يبدو أن نجاح الصدوق في أداء دور ملموس في مجال نشر السلوك الادخاري لدى الأفراد سيبقى أمراً بعيد المنال، فنمو شبكة بواقع وكالتين سنوياً- في المتوسط- عبر كامل التراب الوطني، نموّ لا يسمح بأيّ حال بإيصال خدمة التوفير للأفراد على نحوٍ أكثر سهولة. ويكفي على ذلك دلالة الضّغط الهائل الذي يولّده ذلك التّمو البطيء جداً على نشاط الوكالات، إذ يتّضح بناءً على النتائج التي يُظهرها مؤشّر الكثافة أن الوكالة الواحدة مُلزّمة بتغطية احتياجات أكثر من 40700 فرد (من القوى العاملة في الاقتصاد الوطني)- في المتوسط خلال الفترة 1995-2016 - قادر على ممارسة النّشاط الادخاري بشكلٍ مُنتظم- أنظر في ذلك الشكل رقم (13)-، وهذا معدّل عالٍ جداً بالنّسبة لمؤسسة تريد ممارسة دور مهم في تجميع موارد قطاع يتمتع عادة بقدرة ادخارية هامة وهائلة ولا يحتاج إلا لمن يدعم رغبته في مزاولته تلك العملية. وعلاوة على ذلك، فإن الضّغط المسجّل يحدث في ظلّ وجود شبكة مكاتب بريدية تنمو بوتيرة أسرع بكثير مقارنة بالوكالات- بواقع 24 مكتب سنوياً في المتوسط-، وتساهم في امتصاص ضغط احتياجات 2457 عامل في المتوسط، ما يعني أنه وفي حال إلغاء دعهما الملموس تضاعف الضّغط المسجّل لدى الوكالات، وخسارة كمّ مُعتبر من الطّاقة الادخارية المتواجدة لدى الأفراد، والمقدّرة سنوياً- أي الخسارة المحتملة- بأكثر من 11.6 مليار دينار في المتوسط، من أصل 29.87 مليار دينار- في المتوسط- كحجم ادّخار مُستقطب سنوياً من العائلات الجزائرية خلال الفترة 1995-2016.

بناءً على العرض الأنف حول واقع اضطلاع الأوعية المصرفية -خاصةً الصدوق الوطني للتوفير والاحتياط- بمسؤولية نشر السلوك الادخاري لدى قطاع العائلات الجزائري، فإننا نميل إلى تقرير القول بأن تلك الأوعية لم تنجح حقيقة في تأدية ذلك الدور-بشهادة ما تمّ تناوله من مؤشّرات دالة على ذلك- على النّحو الذي يليق بها كمؤسسات تمويل تُعنى أساساً بشؤون الادّخار والاستثمار.

5. خاتمة

عُنيت الدراسة جملةً وتفصيلاً ببحث مدى كفاءة الأوعية المصرفية الجزائرية- ممثلة أساساً في الصدوق الوطني للتوفير والاحتياط- في خلق وحفز ونشر السلوك الادخاري لدى القطاع العائلي (أو الأفراد). وبعد عرض مبسّط حول المراد بالسلوك الادخاري لدى الأفراد وبمسؤولية المصارف في بعثه وتفعيله، وبيان لأهم مقومات الكفاءة في حفز السلوك الادخاري لدى قطاع الأفراد، وتشخيص من ثمّ مختصر لواقع اهتمام الأوعية المصرفية الجزائرية بنشر وتنمية ذلك السلوك، انتهت الدراسة إلى جملة من النّتائج، أرجحها وزناً وأبعدها دلالة ومعنى ما هو آت:

- الادّخار هو سلوكٌ اجتماعي إذا تيسّر أمام الفرد السبيل لتكراره ومُعاودته ومُمارسته فإنه يُصبح عادة. وهو نتاجٌ لمجموعة من العمليات والنّشاطات الرمزية وله انعكاسات إيجابية كثيرة على نفسية الفرد.

- توليد المدّخرات ودفع الأفراد إلى مزاولة العملية الادخارية إنّما هو مُرتبَن بدرجة كبيرة بمدى إثارة الدوافع الادخارية لديهم وتقويتها وإزالة ما يعوق ظهورها. وهي مسؤوليّة لا تبرأ المصارف من تحمّل قدرٍ منها، ولها ما يُوجبها.

- من مظاهر مُساهمة المصارف في خلق دافع الادخار لدى الفرد وترقيته إلى مستوى السلوك الاجتماعي: تحمّل جانب من مسؤوليّة القيام بترشيد الاستهلاك وتجنّب الإسراف والتبذير، الاهتمام بمسألة الدخل وتنميته بتوفير طرق ومجالات للاستثمار، القيام بعمليات تحسيس واسعة لتوعية الأفراد اتّجاه مسؤوليتهم الاجتماعية، القيام على مُهمّة التثقيف المالي تسويق المنتجات الادخارية، اتّخاذ اجراءات تدخّلية تُساعد الأفراد على تحقيق أهدافهم الادخارية، تعويد وتدريب النّشء على تعاطي السلوك الادخاري.

- من مظاهر كفاءة الوعاء المصرفي في نشر السلوك الادخاري بين أفراد المجتمع: ارتفاع حجم معاملات الأفراد المصرفيّة، مدى تفضيل وإيثار الأفراد للسلوك الادخاري على السلوك الاستهلاكي، القُدرة الواسعة على المشاركة في تمويل احتياجات الاقتصاد المحلي مدى انحسار ظاهرة الاكتناز، قابلية واستعداد المصارف لتعبئة المدّخرات مهما كان حجمها، مدى اتّساع شبكة الأوعية المصرفية.

- تكشّف لنا على إثر التشخيص الميداني لنشاط الأوعية المصرفية الجزائرية- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط كمحلّ أساس للدراسة والتحليل- بناءً على عددٍ من المؤشّرات أن تلك الأوعية لم تنجح حقيقة في مُمارسة دور مهم في خلق وتنمية سلوك الأفراد الادخاري على النّحو الذي يليق بها كمؤسّسات تُعنى أساساً بشؤون الادخار والاستثمار.

هذا، ولقد نعلم أن من تمام الفائدة وحُسن الختام أن نُذيل هذه الخاتمة بتوصيات نرجو لها الأثر البعيد في الانجاز، والإثراء والتفعيل:

☞ الاهتمام أكثر بمسألة حفز وتقوية دوافع مُمارسة الادخار لدى قطاع الأفراد بتصميم المزيد من البرامج الادخارية وتضمينها امتيازات متنوعة تناسب تفضيلات الأفراد وقدراتهم المالية.

☞ تهيئة الإطار القانوني الملائم لدمج المنتجات المالية الاسلامية في العمل المصرفي وإذا لم يتيسر الأمر لصعوبات وعراقيل فليكن ذلك من خلال إنشاء نوافذ بالأوعية المصرفية الجزائرية، ولكن من الأفضل ألا يقتصر التطبيق على بعض المنتجات فقط حتّى نضمن الاستفادة القصوى من المزايا المتوزّعة بين مُختلف تلك المنتجات.

☞ توعية قطاع الأفراد بمسألة الادخار يستوجب دعماً إعلامياً وإعلانياً موسّعاً من لدن أوعيتنا المصرفية.

☞ ادخال تسهيلات في قطاع الاستثمار على اعتبار رواج المنتجات الادخارية يعتمد بشكل أو بآخر على درجة التسهيلات التي تُحدثها الحكومة خاصّة في ذلك القطاع.

6. قائمة المراجع:

باللغة العربية:

- 1- منير البعلبكي (1983)، موسوعة المورد، دار العلم للملايين، بيروت.
 - 2- قطب مصطفى سانو (2001)، المدّخرات: أحكامها وطرق تكوينها واستثمارها في الفقه الإسلامي، دار النفائس، الأردن.
 - 3- أحمد محمد النجار وآخرون (1981)، 100 سؤال و 100 جواب حول البنوك الاسلامية، الاتحاد الدولي للبنوك الاسلامية القاهرة.
 - 4- أحمد محمد النجار (1972)، بنوك بلا فوائد كاستراتيجية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول الاسلامية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.
 - 5- عبد الرحمن يسرى أحمد (1981)، التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الإسلام، مؤسّسة شباب الجامعة، الاسكندرية.
- رسائل ماجستير:
- زيتوني عبد القادر (2010)، محددات الادخار للقطاع العائلي في الجزائر، دراسة قياسية للفترة 1970- 2008، رسالة ماجستير، جامعة الشلف.

باللغة الأجنبية:

تقارير:

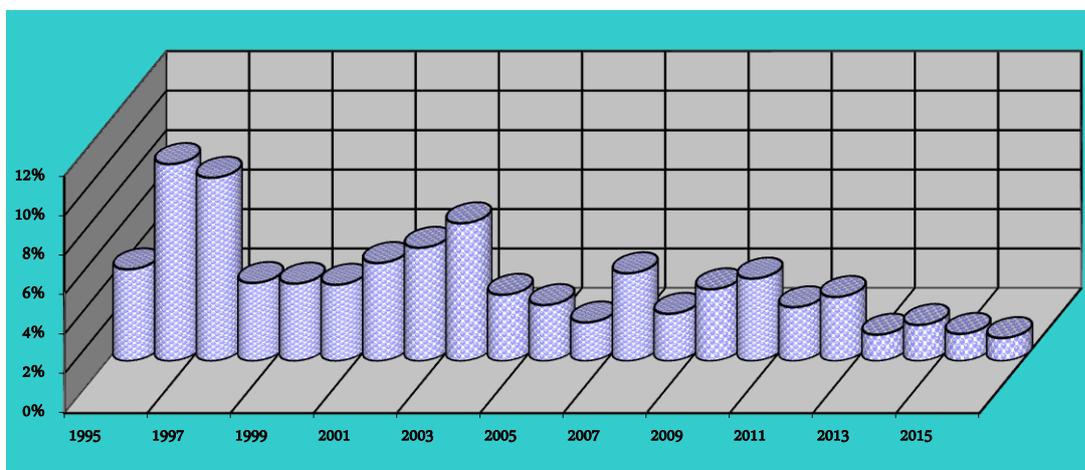
- The World Bank (2015), 'Mind, Society, And Behavior', world development report.

مقال على الانترنت:

- Godwin Nwaobi (2003), 'Savings Mobilization Role Of Nigerian Commercial Banks: An Analytical Policy Study' Discussion Paper, On Line: <https://www.researchgate.net/publication/23743531>.

7. ملاحق:

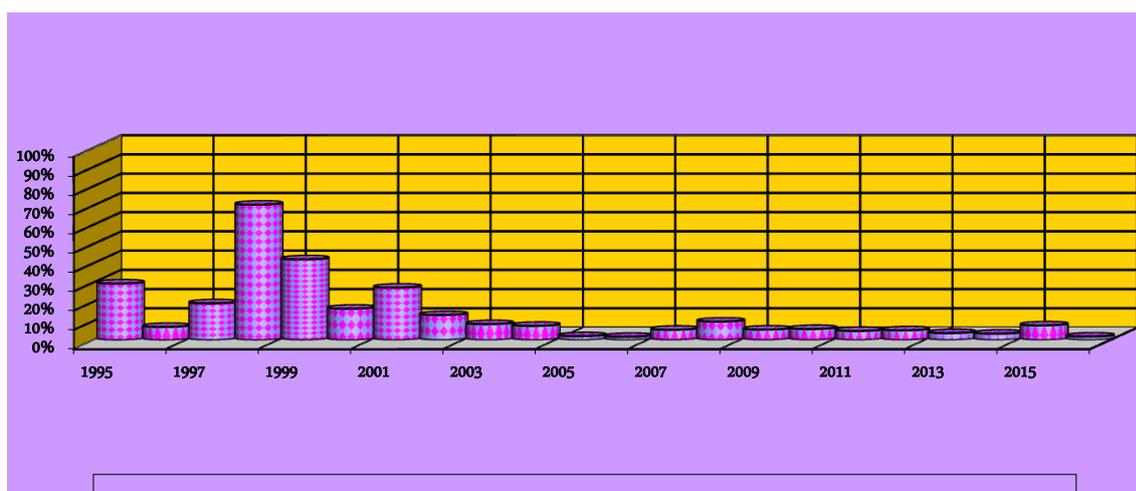
الشكل 01: تطوّر نسبة مُجمل مدّخرات الأفراد لدى صندوق التوفير والاحتياط إلى مُجمل الادّخار العائلي



نسبة مجمل المدخرات العائلية لدى الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط إلى إجمالي ادخار القطاع العائلي

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

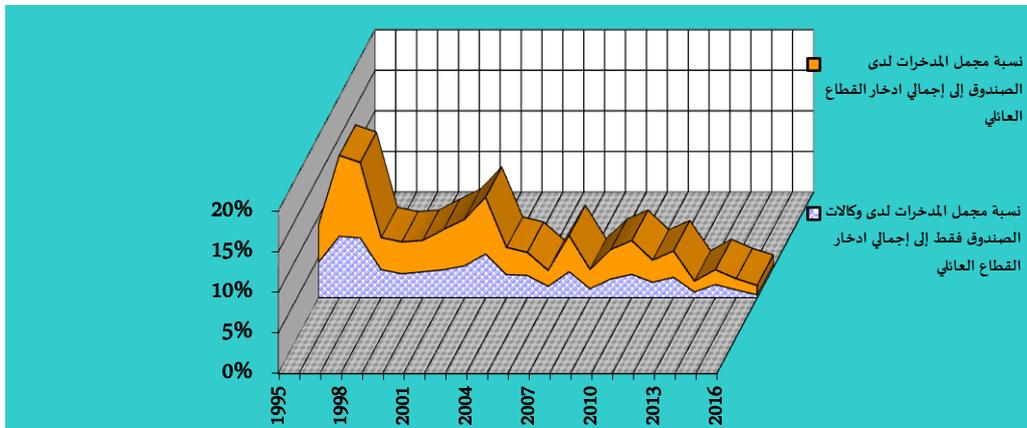
الشكل 02: تطوّر نسبة مُجمل المدّخرات العائلية لدى باقي الأوعية المصرفية إلى إجمالي الادّخار العائلي



نسبة مجمل المدخرات العائلية لدى الأوعية المصرفية باستثناء صندوق التوفير إلى إجمالي ادخار القطاع العائلي

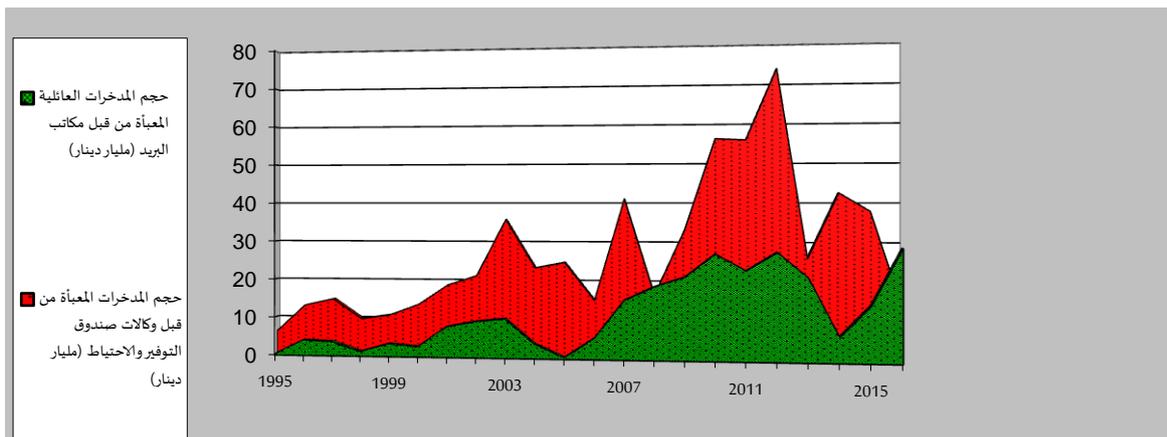
المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

الشكل 03: تطور نسبة مجمل المدخرات العائلية لدى وكالات الصندوق إلى إجمالي الادخار العائلي خلال الفترة 1995-2016



المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

الشكل 04: تطور حجم المدخرات العائلية المعبأة من قبل مكاتب البريد ووكالات الصندوق حصراً إلى مجمل الادخار العائلي للفترة 1995-2016



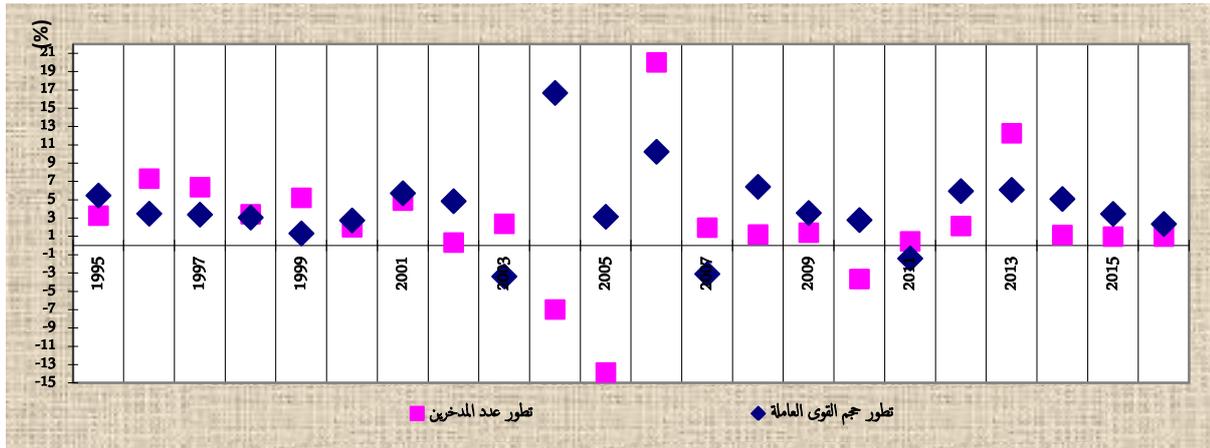
المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

الشكل 05: حجم القوى العاملة المساهمة في إجمالي المدخرات العائلية المتجمعة لدى الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط



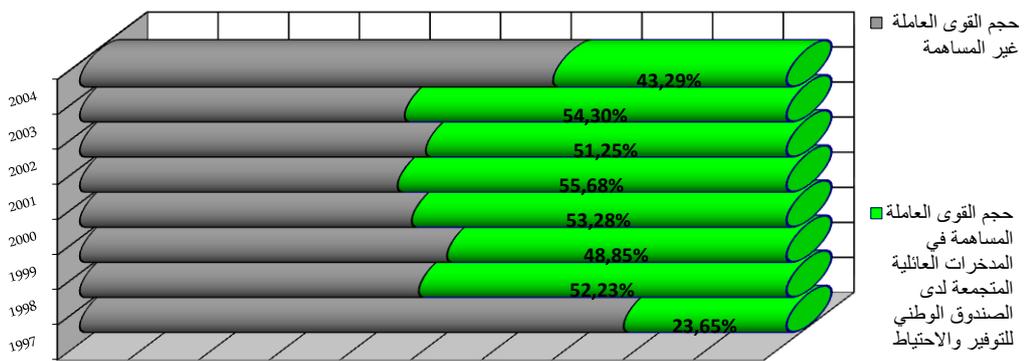
المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

الشكل 06: معدلي نمو حجم القوى العاملة وعدد المدخرين لدى الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط



المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

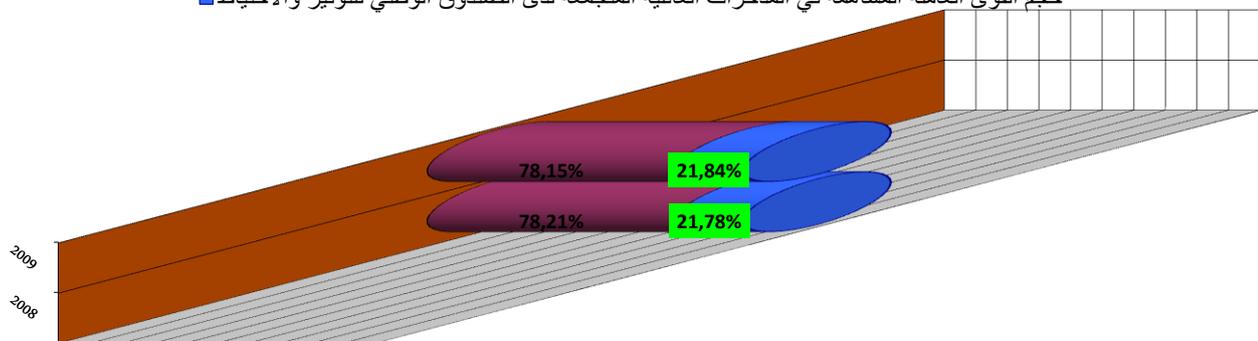
الشكل 07: حجم القوى العاملة المستقطبة من قبل الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بعد إقصاء التعدد في الحسابات



المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

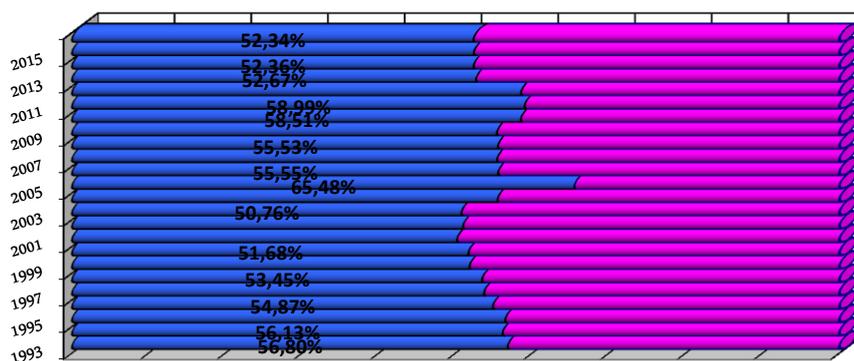
الشكل 08: حجم القوى العاملة المستقطبة من قبل الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بعد إقصاء الحسابات الخاملة

- حجم القوى العاملة غير المساهمة
- حجم القوى العاملة المساهمة في المدخرات العائلية المتجمعة لدى الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط



المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط.

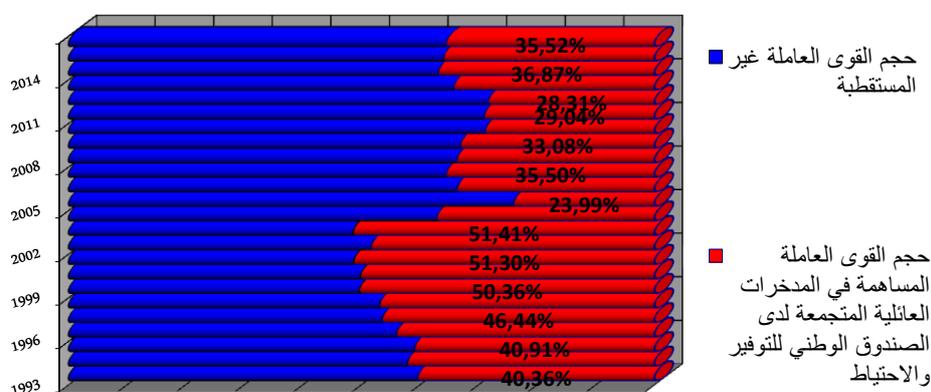
الشكل 09: حجم القوى العاملة المستقطبة من قبل الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بعد إقصاء التعدد في الحسابات



■ نسبة المدخنين المستقطين عن طرق مكاتب البريد

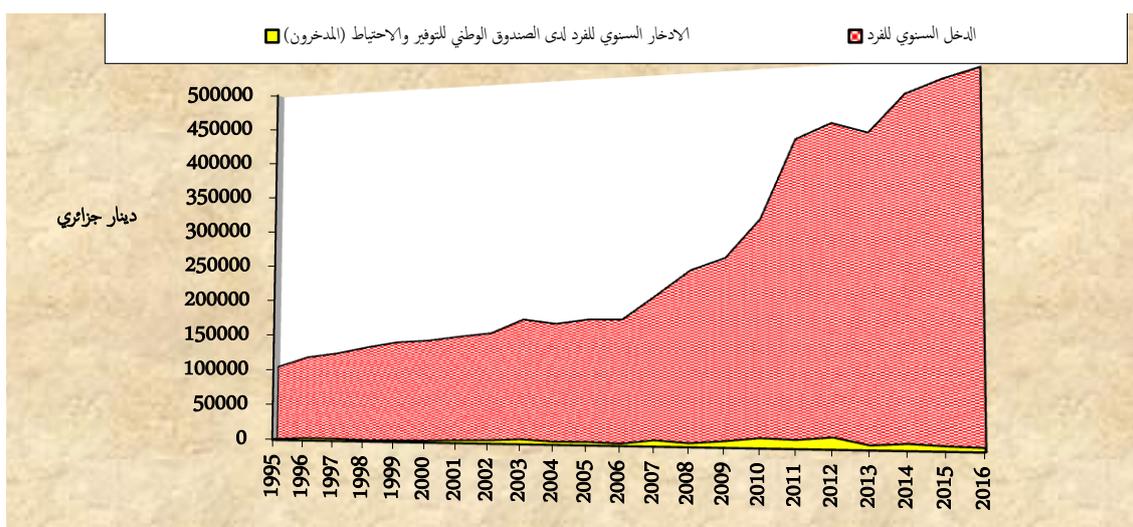
المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

الشكل 10: حجم القوى العاملة المستقطبة من قبل الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بعد إقصاء الحسابات الخاملة



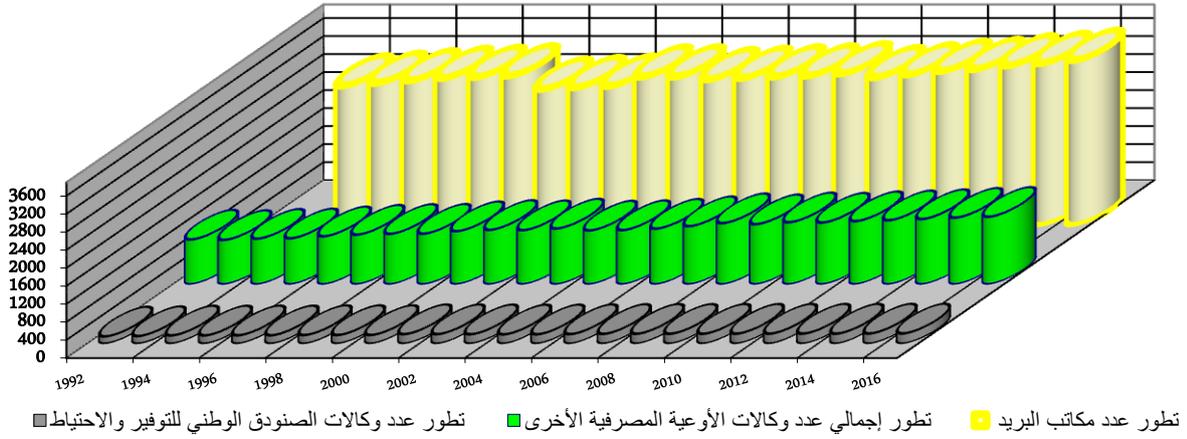
المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

الشكل 11: حجم الادخار المستقطب من كل فرد مدخّر لدى الصندوق خلال الفترة 1996-2016



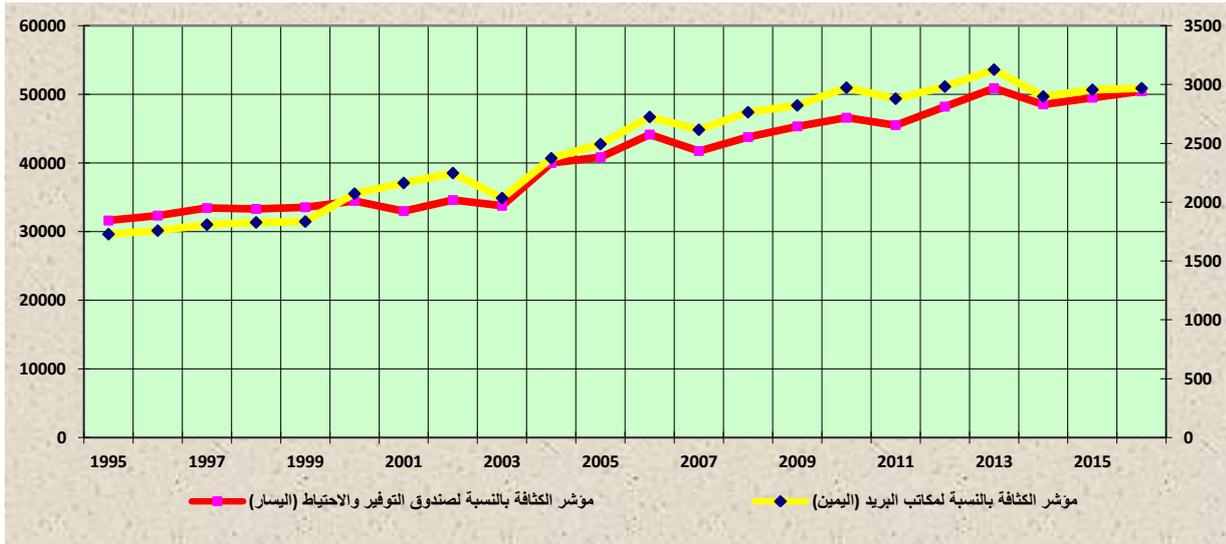
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات.

الشكل 12: تطوّر عدد وكالات الأوعية المصرفية ومكاتب الصندوق على مستوى مؤسسة البريد والمواصلات خلال الفترة 1991-2016



المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات ومؤسسة البريد والمواصلات.

الشكل 13: مؤشر الكثافة لدى كل من الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وكذا مكاتب الصندوق على مستوى مؤسسة البريد والمواصلات للفترة 1991-2016



المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على بيانات الديوان الوطني للإحصائيات ومؤسسة البريد والمواصلات.