

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République algérienne démocratique et populaire

Université M'hamed Bougherra -
Boumerdes

Faculté des sciences économiques,
commerciales et de gestion

Département des sciences de gestion



جامعة أمحمد بوقرة - بومرداس

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

رقم المذكرة M27

مذكرة التخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر
تخصص : تسويق الخدمات

الموضوع:

دور البنوك في ترقية الخدمات السياحية دراسة حالة بنك التنمية المحلية BDL بومرداس

تحت إشراف :

د. بجاوية سهام

من إعداد الطالبتين:

حمودي سيليا

رمول مريم

السنة الجامعية 2022/2021

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République algérienne démocratique et populaire

Université M'hamed Bougherra -
Boumerdes

Faculté des sciences économiques,
commerciales et de gestion

Département des sciences de gestion



جامعة أمحمد بوقرة – بومرداس

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم
التسيير

قسم العلوم التجارية

رقم المذكرة M27

مذكرة التخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر
تخصص : تسويق الخدمات

الموضوع:

دور البنوك في ترقية الخدمات السياحية "دراسة حالة بنك التنمية المحلية BDL بومرداس"

تحت إشراف الأستاذة :

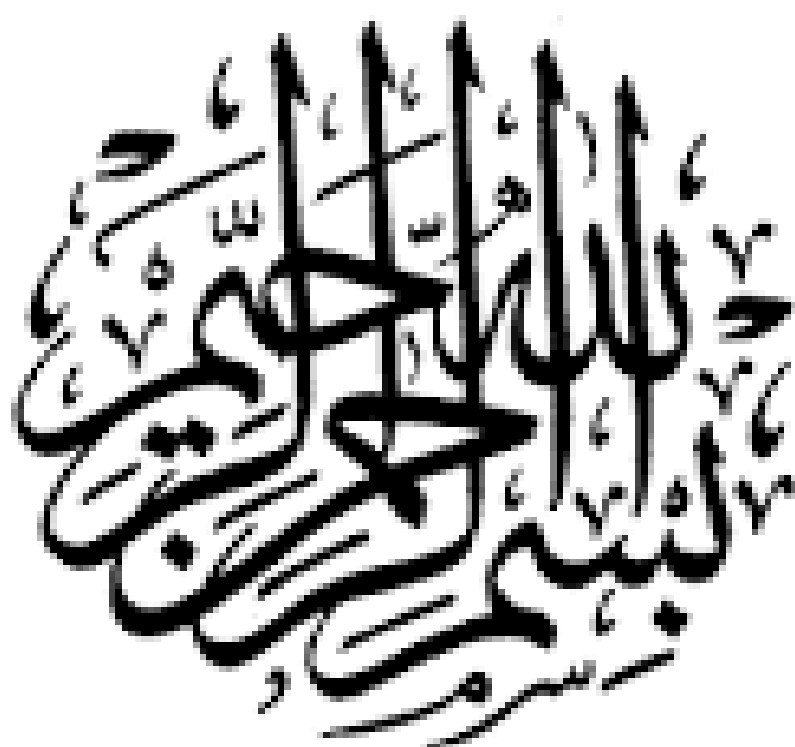
بجاوية سهام

من إعداد الطالبتين:

حمودي سيليا

رمول مريم

السنة الجامعية 2021 // 2022





كلمة شكر كلمة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

"اقرأ بسم ربك الذي خلق. خلق الإنسان من علق. اقرأ وربك الأكرم. الذي علم بالقلم. علم الإنسان ما لم يعلم".

الحمد لله قيوم السموات والأرض، والصلاة والسلام على سيدنا محمد خير الخلق أجمعين، الذي بعثه الله بأكمل دين، وعلى آله وصحبه أجمعين.

اللهم إننا نحمدك أطيب الحمد عندك، وأقرب الحمد إلى رضاك، وأزكى الحمد لديك، وأدنى الحمد من قبولك، ونسألك أن تتقبل عملنا هذا قبولاً حسناً، وأن تجعل فيك رجاءنا، وعليك معتمدنا، وإليك لجأنا ورغبتنا، وبك معتصمنا، فإنك ولي ذلك كله.

وبعد، فهذا العمل إحدى الثمار الطيبة التي أنتجها تدريسنا للعلوم التجارية بجامعة بومرداس، وبهذه المناسبة نتقدم بجزيل الشكر والتقدير والعرفان إلى كل أساتذتنا وبالأخص إلى الأستاذة المشرفة "بجاوية سهام" التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة، وكذا إلى كل من ساهم ولو بالقليل في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد.



إهداء

بسم الله الذي هدانا لنعمة الإسلام وأنار لي طريق العلم ووقفني في إنجاز هذا العمل، بداية إهدائي الشكر والحمد لله سبحانه وتعالى، والصلاة والسلام على نبينا محمد صلى الله عليه وسلم.

وأخص إهدائي

إلى النبع الفياض بحنانه، نبع المحبة والحنان والصبر والاحترام، إلى أروع وأجمل زهرة أيامي إلى أُمي العزيزة، حفظها الله وأطال الله عمرها.

إلى مرجع حياتي ونبوع أفكارِي وأخلاقي وصفاتي، الذي دفعني لمواجهة الحياة بثقة واعتزاز إلى أبي العزيز الغالي، حفظه الله وأطال الله في عمره.

إلى مصدر فخري إلى شقائق روحي، الذين عشت معهم سنين عمري وقضيت معهم أوقاتي بخلوها ومرها إلى إخوتي: موسى، نبيل، مجيد.

وإلى أختاي: ليليا وزوجها فارس وإلى بناتهما حفظهما الله "إيناس" و"أنابيس"، وإلى كنزة وزوجها محمد وأولادهم حفظهم الله "سيرين"، "ليان"، "أنس".

إلى جدي وجدتي حفظهم الله من كل شر وأطال الله في عمرهم، وإلى خالاتي وخلاي، وإلى عماتي وعمي، وكل أولادهم.

إلى التي اخترتها رفيقة بختي صديقتي العزيزة مريم...، إلى كل أفراد عائلتها، إلى كل زميلاتي في الجامعة

قسم العلوم التجارية، الفوج الثالث تخصص تسويق الخدمات، كما لايفوتني أن أهدي هذا العمل

صديقتي الوفيات دلال فتيحة وردة، وإلى رفيق دربي

"أمين"

سيليا



بسم الله هدانا لنعمة الإسلام وأنار دربي، والشكر لله رب العالمين و الصلاة و السلام
على خير خلق الله سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

الحمد لله الذي وفقنا لنثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد
و النجاح بفضلته تعالى مهدات إلى الوالدين الكريمين "أمي نادية و أبي محمد" حفظهما
الله و أدامهما نورا لدربي.

لكل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال من إخوة و أخوات

فريال، رميساء عادل، كريم إلى رفيقات المشوار اللاتي قاسمني لحظاته رعاهم الله
ووفقهم.

إلى كل قسم العلوم التجارية دفعة 2022.



مريم

ملخص البحث

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الدور الذي يلعبه البنك في خدمة ترقية وتمويل الخدمات السياحية، حيث يعتمد هذا القطاع على مجموعة من الأساليب والإجراءات والامتيازات التي يسعى من خلالها القائمين عليه العمل بكل ما بوسعهم لتحقيق مستوى كفاءة عالية في ترقية وتمويل الخدمات السياحية، وكل شخص منخرط في هذا الهدف، حيث يعد القطاع البنكي جد مهم في تمويل وترقية وتطوير الخدمات السياحية .

لهذا تطرقنا في هذه الدراسة إلى معرفة أهمية ودور البنوك على الخدمات السياحية المقدمة من طرف المسؤولين والعملاء ،وقصد إجراء هذه الدراسة وربطها بالواقع الميداني تم اختيار بنك التنمية المحلية للاستغلال وكالة بومرداس محل الدراسة، وتم استخلاص النتائج والوصول إلى الاقتراحات اللازمة من خلال جمع بيانات ومعلومات.

Résumé : cette étude vise à :

clarifier le rôle que joue la banque dans la promotion et le financement des services touristiques, car ce secteur dépend d'un ensemble de méthodes, de procédures et de privilèges à travers lesquels ses responsables cherchent à travailler de toutes leurs forces pour atteindre un haut niveau d'efficacité dans la promotion et le financement des services touristiques. Tout le monde est impliqué dans cet objectif, car le secteur bancaire est très important dans le financement, la promotion et le développement des services touristiques.

C'est pourquoi nous avons discuté dans cette étude de l'importance et du rôle des banques sur les services touristiques fournis par les fonctionnaires et les clients, et

dans l'intention de mener cette étude et de la relier à la réalité du terrain, la Banque de développement local a été choisie pour exploiter le Boumerdes Agence à l'étude, et les résultats ont été tirés et les suggestions nécessaires ont été faites grâce à la collecte de données et d'informations.

الفهرس

العنوان	الصفحة
كلمة شكر	
الإهداء	
ملخص البحث	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
مقدمة	أ-د
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للبنوك ووظائفه	1
تمهيد	2
المبحث الأول: ماهية البنوك	3
المطلب الأول: تعريف البنوك ونشأتها	3
المطلب الثاني: أنواع البنوك	5
المطلب الثالث: وظائف البنوك	6
المبحث الثاني: مراحل تطور النظام البنكي في الجزائر والإصلاحات الجديدة له	11
المطلب الأول: النظام البنكي في الجزائر	11
المطلب الثاني: أنواع المخاطر البنكية	11
المطلب الثالث: الإصلاحات الجديدة للنظام البنكي الجزائري	13
المبحث الثالث: أهمية البنوك في ترقية وتمويل الخدمات السياحية	19
المطلب الأول: مفاهيم عامة حول التمويل ومصادره	19
المطلب الثاني: الدور التمويلي والخدمي للبنوك	24
المطلب الثالث: مشاكل تمويل الإستثمار السياحي	28
الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي للخدمات السياحية	31
تمهيد	32
المبحث الأول: مدخل نظري للسياحة	33

33	المطلب الأول: المفهوم العام للخدمات السياحية
34	المطلب الثاني: دورة حياة الخدمات السياحية
35	المطلب الثالث: مكونات وخصائص الخدمات السياحية
37	المبحث الثاني: أنواع وأساليب تسويق الخدمات السياحية
37	المطلب الأول: أنواع الخدمات السياحية
37	المطلب الثاني: عناصر المزيج التسويقي السياحي
38	المطلب الثالث: وسائل تسويق الخدمات السياحية
40	المبحث الثالث: طبيعة نشاط الخدمات السياحية
40	المطلب الأول: أسس ومقومات الجذب السياحي
40	المطلب الثاني: عوامل ومحددات السوق السياحية
43	المطلب الثالث: عملية ترويج الخدمات السياحية
47	الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية وتمويل القطاع السياحي
48	تمهيد
49	المبحث الأول: بطاقة تعريفية لبنك التنمية المحلية
49	المطلب الأول: تعريف بنك التنمية المحلية ونشأته
50	المطلب الثاني: مهام وأهداف بنك التنمية المحلية
52	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمديرية الجهوية بومرداس لبنك التنمية المحلية
55	المبحث الثاني: كيفية الحصول على القروض السياحية لدى بنك التنمية المحلية
55	المطلب الأول: متطلبات الحصول على قرض مستوى بنك التنمية المحلية
59	المطلب الثاني: الإطار القانوني للقرض السياحي في بنك BDL
59	المطلب الثالث: تطور منح القروض السياحية للمديرية الجهوية لبنك التنمية المحلية خلال سنوات 2015/2014/2013

63	المبحث الثالث:دراسة تطبيقية لطلب قرض إنشاء فندق عبور
63	المطلب الأول:بطاقة تقنية حول المؤسسة وصاحب المشروع
63	المطلب الثاني:تقديم الملف الكامل إلى وكالة بومرداس165
65	المطلب الثالث:دراسة الملف ومنح القرض
69	الخاتمة العامة
74	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الأشكال والجدول

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	أوجه النشاط الرئيسية للبنك التجاري	01
17	هيكل النظام المالي بعد إصلاحات سنة 1990	02
54	الهيكل التنظيمي لمديرية مجموعة الإستغلال بومرداس	03
62	نسبة تمويل البنك للقطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الأخرى	04

قائمة الاشكال والجداول

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
60	نسبة إستفادة قطاع السياحة من القروض المصرفية على مستوى البنك	01
64	هيكل القرض الإستثماري السياحي	02

مقدمة عامة

مقدمة:

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية ومن خلال وعيه المستمر النابع من ثقافة سياحية مبنية أساساً، يلعب الفرد فيها الدور الأكبر كما يلعب الإرث السياحي وما تملكه الدولة من على ضرورة استقطاب السواح باستمرار، إمكانات ومواقع سياحية العامل الأساسي في جلب عدد كبير من السواح لتشابكاتها مع قطاعات، لقد إزداد الإهتمام في الفترة الأخيرة بالسياحة والتنمية السياحية ومن ثم، ولدورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم رصيد ميزان المدفوعات كثيرة المساهمة في التنمية الاقتصادية إذ تؤكد الدراسات الحديثة أن صناعة السياحة تعد من أسرع من حيث تحقيق معدلات النمو لذا نجد الكثير من الدول النامية تسعى إلى تسخير الصناعات لتقديم تسهيلات تدعمها بالتشريعات اللازمة لتكفل تحقيق الأهداف المرجوة من كافة السبل والمتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية بنوعها للداخلية وتطوير قطاعها السياحي الخارجية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إن لم تكن أكبرها على الإطلاق.

كما أن الإستثمار في القطاع السياحي يتأثر بحجم الخدمات المقدمة بالبنية التحتية المتوفرة، وبالبنية الإستثمارية الملائمة والمشجعة إلى أن هذا كله تجده غير متوفر رغم القوانين والأنظمة التي تم وضعها لخدمة السياحة، كما أنها ليست كافية ولم تلغي المشاكل التي يتخبط فيها القطاع خصوصاً تلك المتعلقة بالجانب المالي من خلال القطاع المصرفي، وعلى رأسها البنوك التجارية والتي تبقى الملاذ الأخير للتمويل في إنتقاء قنوات التمويل الأخرى، ورغم تدخل الدولة من خلال الأجهزة ووكالات الدعم التي تم إنشائها، لكن دورها يبقى مرهوناً بالدور الذي تلعبه البنوك التجارية.

ومن خلال ماتم ذكره نبرز معالم الإشكالية الرئيسية للدراسة والتي يتم صياغتها على النحو الموالي:

فيما يتمثل دور البنوك في ترقية وتمويل الخدمات السياحية؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بالخدمات السياحية وما دورها في التنمية السياحية؟

- فيما تتمثل عوامل الجذب ومحددات السوق السياحي؟

- ماهي الصعوبات التي واجهها المستثمرين في الحصول على التمويل البنكي الإستثمار السياحي؟

ولإجابة عن الإشكالية الرئيسية المطروحة وتساؤلاتها الفرعية واستناداً إلى ما تم التوصل إليه من نتائج

الدراسات السابقة، يمكن طرح الفرضية العامة التي تتمحور حول فكرة أن:

"دور البنوك في ترقية وتمويل الخدمات السياحية للمؤسسة محل الدراسة" والمتضمنة للفرضيات الجزئية التالية:

-الفرضية الأولى: أن"يعتبر التسويق السياحي من العناصر الأساسية التي تعتمد عليها الدول لزيادة نصيبها من الحركة السياحية العالمية وتفعيل القطاع السياحي".

-الفرضية الثانية:أن"تختلف عوامل الجذب السياحي بين أولوية وثانوية وعلى أساسها يتركز العرض والطلب السياحي".

-الفرضية الثالثة :أن"توفر البنوك التجارية والهيئات الرسمية للدولة كل التسهيلات المالية للدولة واللوجيستية يقابلها غياب ثقافة لدى المستمر وعدم وجود الرغبة في التوسع وإنشاء الإستثمار السياحي".

-أسباب إختيار الموضوع:

تم إختيار الموضوع بناء على عدة عوامل نوجزها كالآتي:

أسباب ذاتية:

-الحصول على شهادة الماستر

-الميل الشخصي للموضوع والرغبة في الإطلاع على نواحه الذي نراه ذو أهمية بالغة،والرغبة في التوسع أكثر في الموضوع والبحث في مختلف الطرق والأدوات المستخدمة فيه.

-الميل للبحث في مواضيع الساعة التي لها علاقة بتخصصنا تسويق الخدمات .

أسباب موضوعية:

-الرغبة في توضيح مدى مساهمة البنوك في ترقية وتمويل القطاع السياحي.

-محاولة إسقاط المفاهيم النظرية المتعلقة بالموضوع والتي درسناها خلال المشوار الدراسي على واقع المؤسسة محل الدراسة.

أهداف الدراسة:

-فهم وتوضيح المفاهيم المتعلقة بهذا الموضوع.

-التعرف على دور ومكانة البنوك في ترقية وتمويل وتنشيط الإستثمارات السياحية.

-توجيه الإهتمام نحو إبراز التمويل البنكي للسياحة كقطاع له وزن إقتصادي وإجتماعي وبيئي.

-محاولة إبراز أهمية البنوك ودورها في ترقية وتمويل الإستثمارات السياحية.

حدود الدراسة:

- الموضوعية:تتمثل في الجوانب التي يتضمنها البحث أي هي عبارة عن المجال الذي أجريت عليه الدراسة حيث إقتصرت على عمال البنك محل الدراسة من رؤساء وموظفين،حيث قمنا بالتطرق إلى مختلف الجوانب المتعلقة بالخدمات البنكية ودورها في ترقية وتطوير الإستثمارات السياحية .
- الزمانية:تمت الدراسة التطبيقية خلال الفترة الواقعة بين شهر فيفري حتى شهر ماي 2022 .
- المكانية:تم إجراء التريص في بنك التنمية المحلية BDL.

-المنهج المتبع:

إجابة عن الإشكالية المطروحة وسعيا لإختبار صحة الفرضيات الموضوعية إعتدنا في بحثنا هذا على مجموعة من المناهج العلمية المكملة لبعضها البعض ولدراسة موضوعنا بطريقة جيدة إستخدمنا المنهج الوصفي الذي يركز على الوصف الدقيق والتفصيلي لموضوع الدراسة وكما تم الإعتماد على المنهج التحليلي وذلك من أجل تحليل المعطيات المتوفرة عن الموضوع محل الدراسة.

أدوات الدراسة ومصادر البيانات:

إتبعنا في هذا البحث المنهج الوصفي إذ إستخدمنا لأجل ذلك الأدوات التالية:

- 1.الكتب:إعتدنا على الكتب كمصادر أولية في التعريف والمصطلحات ورصد المعلومات.
- 2.المذكرات:إعتدنا عليها لعلاقتها بالموضوع المدروس.
- 3.البحث في المواقع الموثقة والمعتمدة عبر الأنترنت.
- 4.المقابلات الشخصية مع الأطراف في الشركة.

الدراسات السابقة:

-مذكرة ماستر من إعداد الطالبة جميلة شراد تحت عنوان"دور البنوك في تطوير القطاع السياحي"دراسة حالة القطاع السياحي لولاية الوادي(2015/2014)، تطرقت فيها إلى دور واهمية البنوك ومدى مساهمتها لتطوير القطاع السياحي لولاية الوادي.

-مذكرة ليسانس من إعداد الطالبتين صغير جميلة وحمدوش فتيحة تحت عنوان "إصلاح النظام البنكي الجزائري بين النصوص القانونية والتطبيق. حالة ولاية بومرداس،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الليسانس،

2004/2003

-مذكرة ليسانس من إعداد الطالبتين بوجمعي إيمان وزموري دينا زاد تحت عنوان "النظام البنكي وإجراءات منح القروض،حالة ولاية بومرداس،مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس،2004/2003

تقسيم الدراسة:

قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاث فصول، فصلين نظريين وفصل تطبيقي.

لقد إنطلقنا في إختيار خطة البحث بتسليط الضوء على موضوع دراستنا المتمثل في دور البنوك في ترقية الخدمات السياحية، وعلى هذا الأساس قسمنا البحث إلى مقدمة وخاتمة ويتعلق الفصل الأول بمدخل عام للبنوك، حيث قسمناه بدوره إلى ثلاثة مباحث نتناول في المبحث الأول ماهية البنوك وفي المبحث الثاني إلى مراحل تطور النظام البنكي الجزائري وفي المبحث الثالث إلى أهمية البنوك في ترقية وتمويل الخدمات السياحية، وفي المبحث الثاني إلى الخدمات السياحية، نتناول في المبحث الأول ماهية الخدمات السياحية وفي المبحث الثاني أنواع وأساليب تسويق الخدمات السياحية، وفي المبحث الثالث إلى طبيعة نشاط الخدمات السياحية.

و في الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة نعالج في هذا الفصل تعريف البنك محل الدراسة BDL والمبحث الثاني إلى كيفية الحصول على القروض السياحية لدى بنك التنمية المحلية BDL بإختتامها بالمبحث الثالث دراسة تطبيقية لطلب قرض إنشاء فندق عبور.

فصل الأول

الإطار المفاهيمي للنمو وظائفه

تمهيد:

تعتبر البنوك ذات أهمية بالغة لأي اقتصاد كان،فهي من الركائز الأساسية للاقتصاد الحديث، وهذه الأهمية لم تكتسبها من فراغ وإنما من خلال النشاطات والدور التي تقوم بها،حيث تسمح لهذا الاقتصاد وعلى اختلاف أنظمتها وأنماطه بالتطور والرفي.

ويستمد هذا الموضوع أهميته في كونه يدرس واقعا اقتصاديا يمارس يوميا ، أي لارتباطه الوثيق بالحياة العملية مما يجعله محل اهتمام العام والخاص،حيث أن البنية الاقتصادية القوية لأي دولة كانت تعتبر المعيار الأولي والأساسي لقياس مدى التقدم والنمو،ولا يتحقق ذلك إلا بتفعيل دور المؤسسة،الذي لايمكن أن يكون دون تزويدها بالموارد المالية الأساسية والتي يوفرها البنك باعتباره مسير للقروض والتمويل ، وسوف نحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى مفهوم وتطور البنوك وكذا أهميتها.

المبحث الأول: ماهية البنوك

تعد البنوك في الوقت الراهن من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها البلدان في تطوير اقتصادياتها، وذلك لما تؤديه من دور هام وفعال في ربط العمليات الاقتصادية والصفقات التجارية وهذا من أجل تنشيط جميع القطاعات التي تساهم في بناء اقتصاد كل دولة، ولهذا الغرض سنتطرق في هذا المبحث لمفاهيم عامة حول البنوك وكذلك أنواع ووظائف البنوك.

المطلب الأول: تعريف البنوك ونشأتها

أولاً: تعريف البنوك

إن كلمة بنك إشتقت من المقاعد التي كان يجلس عليها الصرافون في أسواق البندقية وأمستردام، فمن حيث الأصل اللغوي للكلمة ، و الكلمة الإيطالية (بانكو) والتي تعني مسطبة، ويقصد بها في البدء المصطبة التي كان يجلس عليها الصيارفة لتحويل العملة ثم تطور المعنى فيما بعد لكي يقصد بالكلمة المنضدة التي يتم فوقها عد وتبادل العملات، بعدها أصبحت تعني المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة وتجري فيه المتاجرة بالنقود.¹

-البنك مكان تجميع الأموال على شكل ودائع أو مدخرات صغيرة، أو اشتراكات ليتم توظيف هذه الأموال واستخدامها تبعاً لدرجة استقرارها ومقدارها وحجمها.²

-كما وردت عدة تعاريف للبنك منها الكلاسيكية ومنها الحديثة، من وجهة نظر الكلاسيكية بأن البنك: مؤسسة تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيسيتين من العملاء، الأولى لديها فائض من الأموال وتحتاج إلى الحفاظ عليه وتنميته، والثانية مجموعة من العملاء تحتاج إلى الأموال لأغراض الاستثمار أو التشغيل أو كلاهما.

-أما الحديثة عرفت البنك على أنه مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول ودائع تدفع عند الطلب، أو لأجل محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية وسياسة الدولة ودعم الاقتصاد القومي ، وتباشر عمليات تنمية الإيداع والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما يساهم في إنشاء المشروعات ، وما يتطلب من عمليات مصرفية وتجارية ومالية وفقاً لأوضاع التي يقررها البنك.³

¹ بو عتروس عبد الباقي، الوجيز في البنوك التجارية،
² إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، إدارة البنوك التجارية، نفس المرجع ص 67
³ إسماعيل إبراهيم عبد الباقي،

عمليات تقنيات وتطبيقات،
دار غيداء للنشر والتوزيع،
الطبعة الأولى،
ص 6
2016 ص 12

ثانيا:نشأة البنوك

ارتبط نشأة البنك وتطوره بتطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات، إذ أن أول شكل من أشكال البنوك ظهر في بلاد الرافدين عام 3500 ق.م، وتعتبر المبادئ التي وضعها حمورابي عام 1675 ق.م في تشريعاته من أقدم النصوص المعروفة في التاريخ فيما يتعلق بتنظيم عمليات الإيداع والتسليف والفوائد والضمانات المرتبطة بها.

وبتقدم التجارة بين الشعوب وظهور النقود كأحدى الوسائل الهامة في التبادل التجاري، فقد بدأت ظاهرة إيداع الفائض منها، بالإضافة إلى الحلي والمعادن الثمينة كودائع مقابل حصول هؤلاء على عمولة نظير حراستها والمحافظة عليها، تعتبر هذه الظاهرة من أولى أشكال التعامل المصرفي في المجتمع، حيث استمرت حقبة من الزمن حتى ظهرت في القرون الوسطى ظاهرة الصراف الذي يكسب دخله من مبادلات العملات بعضها بعض بين رجال البحارة والتجارة اللذين كانوا يترددون على موانئ أوروبا الجنوبية.

و مع تطور الزمن لاحظ رجال البنوك أن نسبة صغيرة من شهادات الإيداع تعود إليهم للمطالبة بتحويلها إلى نقد أو لتحويلها إلى الأشياء التي تماثلها، ومن ثم يتبقى لدى هذه البنوك مبالغ نقدية كبيرة خاملة، حيث رأى رجال البنوك إمكانية التصرف بها باقتراضها للغير، وبضمانات معينة مقابل حصولهم على فائدة معينة، دون الإخلال بمبدأ الثقة بينهم وبين المودعين، طالما أنه في وضع يسمح له بالوفاء بطلبات المودعين، ويسمى الجزء من الأموال الذي لا يتم التصرف به بالاحتياطي النقدي، وهو يمثل نسبة معينة من الودائع التي يلتزم بها البنك إزاء عملائه حين طلبهم استيراد ودائعهم وفي هذه الحالة جمعت البنوك بين وظيفتين هما: قبول الودائع والإقراض معاً، ثم تطورت هذه الأعمال وظهرت أشكال أخرى عديدة من التعامل المصرفي، حتى وصل إلى ما نعرفه عنها اليوم من تطور ومكانة في الاقتصاد الوطني لجميع البلدان، ويذكر المؤرخون أن أول بنك ظهر بشكله الحديث كان بمدينة البندقية عام 1557م، وفي عام 1587 ظهر بنك آخر بنك رياتو بمدينة البندقية ومنها انتشرت البنوك في بقية أوروبا ومنها بنك أمستردام في هولندا عام 1609، وبنك هامبورغ بألمانيا عام 1619، وبنك إنجلترا عام 1694 وبنك فرنسا الذي أسسه نابليون الأول عام 1800م.

وقد عرف العرب قبل الإسلام النشاط المصرفي حيث يشير المؤرخون أن سكان مكة قبيل الإسلام وصلوا إلى درجة عظيمة من التبادل التجاري وكان اعتماد الروم عظيماً على هذا التبادل، وظهرت تخصصات

في الإنتاج التبادلي مثل تبادل تمور البحرين مقابل الزيت والزبيب والخمور في الشام ،وعرف المكيون آنذاك استثمار الأموال بطريقتين:¹

الأولى:وهي إعطاء المال مضاربة على حصته من الربح

الثانية:هي الإقراض بالربا الذي كان شائعا في الجاهلية بين العرب أنفسهم وبينهم وبين اليهود وجاء الإسلام فحرم الربا وأبقى ما عدا من التعاملات التجارية لكن أسباب التخلف التي حلت بالبلاد الإسلامية قد أدت إلى قطع كل صلة بما كان قائما ومعروفا من أشكال التعامل المصرفي القديم وخضع الشرق للغرب المستيقظ من العصور الوسطى حتى فجره الجديد. هذا وقد ساهم تنوع العمليات الاقتصادية والمبادلات التجارية في تنوع وتعدد العمليات المصرفية، بما استدعى تخصص البنوك في أنواع معينة من العمليات ،فظهرت البنوك المتخصصة.

المطلب الثاني:أنواع البنوك

تختلف كل دولة عن الأخرى في نظامها الاقتصادي،ولذلك تختلف النظم المصرفية من دولة لأخرى وتختلف البنوك في أنواعها تبعا لتخصصاتها، وأهم هذه الأنواع:²

1:البنك المركزي

له دور هام جدا حيث يقوم بالإشراف على السياسة الائتمانية في الدولة ويراقب أعمال البنوك التجارية ويقوم بأعمال المستشار النقدي للدولة،ويحتفظ بحسابات لها ويسهل جميع عملياتها المصرفية.

2:البنوك التجارية

تقوم بقبول الودائع وتوظيف النقود بأنواعها لمدة قصيرة لالتزيد في الغالب عن السنة ومن أهم أعمالها: خصم الأوراق التجارية،والتسليف بضمان أوراق مالية أو بضائع وفتح الإعتمادات.

3:بنوك الإستثمار

تقوم بتوظيف أموالها في المشروعات التجارية والصناعية لأجل طويل والاشتراك في إنشاء شركات، وإقراضها لمدة طويلة،وقد أنشئ في مصر في الآونة الأخيرة منذ عام 1974 عدد كبير منها وتتماثل هذه البنوك التجارية في قبولها للودائع والذي يمثل جزءا رئيسيا لنشاطها.

4:البنوك الإسلامية

تقوم بقبول الودائع تحت الطلب والودائع لأجل مثل:البنوك التجارية إلا أنها تختلف عن البنوك التجارية في طريقة توظيف الأموال،حيث أن البنوك التجارية تعتبر الفائدة أساس التعامل،في حين أن البنوك الإسلامية

¹ اسماعيل ابراهيم عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص ص 11، 12
² اسماعيل ابراهيم عبد الباقي، مرجع سبق ذكره ص ص 72، 73

تعتمد على المضاربة الإسلامية في توظيف أموالها ويعتبر هذا البنك من البنوك التجارية بالنظر إلى الطبيعة الغالبة للنشاط الذي يزاوله.

5: البنوك المتخصصة (الغير التجارية)

تعتمد هذه البنوك على مصادرها الداخلية في القيام بوظائفها حيث تعتمد في تمويل أنشطتها التي تتخصص فيها على مواردها الذاتية ولا تمثل الودائع بالنسبة لها دورا ملحوظا كما أن تجميع الودائع لا يمثل واحدا من أغراضها.

المطلب الثالث: وظائف البنوك

1: قبول الودائع وتنمية الادخار

تقوم البنوك التجارية بصفة معتادة بقبول ودائع الأفراد والهيئات التي تدفع عند الطلب أو بناء على إخطار سابق أو بعد انتهاء أجل محدد، ولا تقتصر وظيفة البنك التجاري على مجرد قبول الودائع تقدمها الأفراد والهيئات، بل تتعدى هذه الوظيفة السلبية لتصبح وظيفة إيجابية تتمثل في جذب هذه الودائع عن طريق تنمية الوعي الادخاري، وحث الأفراد والهيئات على الادخار، ويمكن تقسيم أنواع الإيداعات التي يقدمها المودعون لدى البنوك التجارية إلى أربعة أقسام رئيسية هي:¹

أ: حسابات جارية (دائن)

الحسابات الجارية لدى البنوك التجارية هي الحسابات التي تتضمن معاملات متبادلة بين البنوك وطرف آخر وقد يتمثل الطرف الآخر في شخص أو أشخاص طبيعيين (أفراد) أو في أشخاص اعتباريين (شركات وهيئات وبنوك أخرى) وقد تكون أرصدة بعض الحسابات الجارية لدى البنوك التجارية أرصدة تتمثل في المبالغ المستحقة للطرف الآخر (نقدية لدى المراسلين وفروع البنوك الأخرى)، وتعتبر الحسابات الجارية الدائنة لدى البنوك التجارية بمثابة مصدر من مصادر الأموال الهامة لدى هذه البنوك، ولذلك تسعى البنوك التجارية إلى جذب قدر كبير من إيداعات الأفراد والهيئات في صورة حسابات جارية دائنة، لذا نجد أنها تقوم بدراسة الدوافع السلوكية للعملاء التي تجعلهم يفضلون التعامل مع بنك تجاري معين دون بنك تجاري آخر وبدراسة الدوافع السلوكية للعملاء يمكن القول أن العملاء يفضل التعامل مع بنك تجاري معين دون سواه بسبب أو أكثر من الأسباب التالية :

-قرب البنك من محل إقامة العميل أو محل عمل العميل.

-نوع الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك لعملائه.

-سهولة وسرعة الحصول على الخدمات المصرفية ،وعدم تعقيد الإجراءات الخاصة بالحصول على هذه الخدمات المصرفية،لذلك تقوم البنوك التجارية بزيادة عدد فروعها لتكون قريبة من محلات إقامة وعمل عدد كبير من العملاء،كما تتنافس البنوك التجارية في تعدد وتنوع الخدمات المصرفية التي تقدم للعملاء، مع تبسيط إجراءات الحصول على هذه الخدمات وسرعة تلبية رغبة هؤلاء العملاء.

ب:حسابات صندوق التوفير

تلجأ البنوك التجارية إلى تشجيع العملاء (محدودي الدخل عادة) على الادخار عن طريق فتح حسابات توفير لهؤلاء العملاء تمنحهم بعض المميزات مثل: دفع نسبة فائدة سنوية محددة عن المبالغ التي يحتفظ بها العملاء في حسابات صندوق التوفير وتحدد قيمة الفائدة التي يحصل عليها العميل بقيمة المبالغ التي يحتفظ بها، و المدة التي يحتفظ خلالها بهذه المبالغ،و معدل الفائدة السنوية الذي يتعهد البنك بدفعه للعملاء على إيداعاتهم،والى جانب معدل الفائدة المحدد،فإن البنوك التجارية تعمل على جذب عدد أكبر من عملاء صندوق التوفير،وذلك عن طريق تقديم بعض المزايا الأخرى مثل:تقديم بعض الجوائز النقدية أو العينية (شقة تملك أو سيارة) للفائزين في عمليات السحب الدوري الذي يجريه البنك التجاري بين أرقام حسابات صندوق التوفير خلال فترات دورية معينة ويعلن عنها البنك.

ج:حسابات ودائع (بإخطار)

تعمل البنوك التجارية على جذب المدخرات على اختلاف أنواعها فتقوم بتنويع حسابات الودائع للأفراد والهيئات بحيث يمكن للعملاء اختيار النوع المناسب لهم من حسابات الودائع،فمن العملاء من يجد نفسه أنه في غير حاجة لمبلغ معين من المال لمدة غير معلومة على وجه التحديد،ويرغب في استثمار هذه المبالغ طول فترة عدم حاجاته إليها، بحيث يكون من حقه سحب هذه الأموال عند الحاجة لها فيقوم البنك بتشجيع هؤلاء العملاء على إيداع أموالهم في حسابات ودائع بإخطار سابق ويقوم البنك بدفع فوائد المودعين عن المبالغ المودعة في هذه الحسابات ولكي يتمكن البنك التجاري من دفع فوائد بنسب مرتفعة فإنه يعمل على استثمار هذه الأموال بما يعود عليه بأرباح مرتفعة تزيد عن قيمة الفوائد التي يدفعها للعملاء.

د:حسابات ودائع(لأجل)

قد يجد بعض العملاء أنهم في غير الحاجة إلى مبالغ معينة لمدة محددة ومعلومة فيلجئون إلى إيداع هذه المبالغ في حسابات ودائع لأجل محدد لا يحق لهم سحبها إلا بعد انقضاء الأجل المحدد فتقوم البنوك بتلقي هذه الودائع واستثمارها في أنواع الاستثمار الملائم لهذا الأجل المحدد،وتزداد قدرة البنك على توجيه

هذه الإيداعات والاستثمار ذات معدلات الأرباح المرتفعة بزيادة الأجل الذي تتمكن من استثمار هذه الإيداعات خلاله، فكلما زاد أجل الوديعة كلما تمكن البنك التجاري من تحقيق معدلات أرباح مرتفعة، وكلما أمكن للبنك بالتالي من دفع معدلات فوائد مرتفعة لمودعي هذه الودائع.

2: مزاوله عملية التمويل الداخلي والخارجي بما يحقق أهداف خطة التنمية

تعمل البنوك التجارية على تنمية الادخار وقبول الودائع قصيرة الأجل لكي تستخدم هذه الودائع في عمليات التمويل الداخلي والخارجي بما يحقق أهداف خطة التنمية، فمن أهم أنواع الاستثمارات التي تلجأ إليها البنوك التجارية لتمويل المشروعات وخدمة الاقتصاد وتنمية مايلي:¹

_منح (تقديم) التسهيلات الإئتمانية - قصيرة الأجل - فنقوم البنوك التجارية بتقديم القروض والسلفيات للعملاء لتمويل عمليات الإنتاج والتسويق الداخلي والخارجي وتطالب البنوك التجارية العملاء في معظم الأحوال بتقديم الضمانات الكافية للبنك حتى يتجنب مخاطر عدم وفاء العملاء بالتزاماتهم أو تحد من هذه المخاطر.

_المساهمات في إنشاء مشروعات جديدة أو تدعيم المركز المالي لمشروعات قائمة عن طريق الاكتساب في رؤوس أموال هذه المشروعات فتلجأ للاشتراك في أحد المشروعات عن طريق تقديم قروض طويلة الأجل، وذلك لدعم الاقتصاد القومي والمساعدة في تحقيق أهداف خطة التنمية.

_الإستثمارات - قصيرة الأجل - في شراء الاسهم والسندات من الدرجة الأولى مثل: السندات الحكومية وأسهم وسندات الشركات التي يتأكد للبنك سلامة مركزها المالي، و كثيرا مايلجأ البنك التجاري إلى تكوين محفظة أوراق مالية تحتوي على تشكيلة من الاوراق المالية التي يسهل تحويلها إلى نقدية دون التعرض للخسائر وهذا يتمشى مع عاملي السيولة والأمان، هذا ويلاحظ أنه عند إختيار البنك لطريقة استثمار أموال المودعين فإنه لابد أن يوازن بين ثلاثة عوامل رئيسية يجب أخذها في الإعتبار عند إقرار سياسة الاستثمار هذه العوامل الثلاثة هي:

_الربحية

_الأمان

_السيولة

3:تقديم الخدمات المصرفية

حيث تتنافس البنوك التجارية في تنويع الخدمات المصرفية التي تقدمها لعملائها،وفي تبسيط إجراءات حصول العملاء على هذه الخدمات،ومن أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية للعملاء:¹
_تحصيل وخصم الأوراق التجارية مقابل الحصول على عمولات وأجور وتقديم التسهيلات الائتمانية للعملاء بضمان الأوراق التجارية.

_تقديم بعض الخدمات الخاصة بالأوراق المالية للعملاء حيث تقوم البنوك التجارية بأعمال شراء وبيع الأوراق المالية نيابة عن العملاء كما تقوم بتحصيل ودفع كوبونات الأوراق المالية نيابة عن الشركات وحفظ الأوراق المالية للعملاء ومنح التسهيلات الائتمانية بضمان الأوراق المالية .

_فضلا عن ذلك تقوم البنوك بتقديم العديد من الخدمات المصرفية الأخرى مثل:إصدار خطابات الضمان للعملاء،و القيام بأعمال الإعتمادات المستندية نيابة عنهم في حالة الاستيراد والتصدير،وشراء وبيع العملات الأجنبية وتأجير الخزائن.

-أما عن الخدمات المصرفية الحديثة فمن أمثلتها ما يلي:²

_القروض الاستهلاكية

_خدمات الإرشاد والنصح المالي

_إدارة النقدية للمشروعات

_التأجير التمويلي

_المساهمة في تمويل المشروعات المخاطرة

_بيع الخدمات التأمينية

_تقديم الخدمات الاستثمارية للمضاربة في الأسهم

_تقديم صناديق الاستثمار والعوائد السنوية الدورية

_خدمات بنوك الاستثمار والبنوك المتخصصة

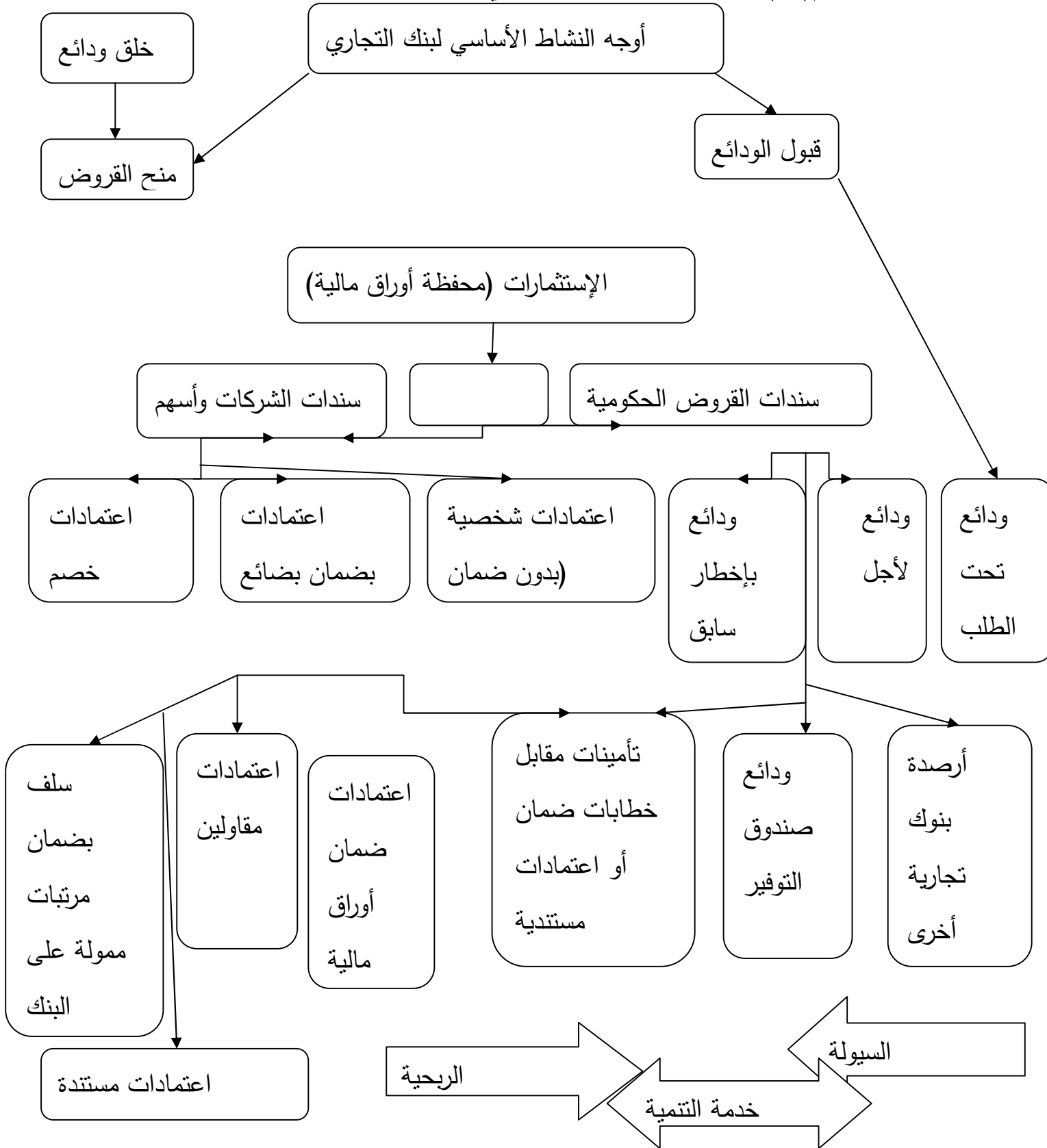
_تقديم خدمات الثقة

_تمويل مشروعات الامتياز

²محمد عبد الفتاح الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص25

هذا ويظهر الشكل التالي ملخصا لأوجه النشاط الرئيسية لبنك تجاري:¹

الشكل رقم (01): أوجه النشاط الرئيسية لبنك تجاري



¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي، مرجع سبق ذكره ص 26

المبحث الثاني: مراحل تطور النظام البنكي في الجزائر والإصلاحات الجديدة له

لقد شهدت السوق المصرفية العالمية تطورات متسارعة خلال السنوات الأخيرة وذلك نتيجة لتنامي ظاهرة العولمة المالية، مما أدى إلى وضع البنوك أمام رهانات وتحديات وجب عليها كسبها، الأمر الذي دفعها إلى وضع إستراتيجيات مواجهة أهمها التحول إلى بنوك شاملة تقدم كافة الخدمات المالية (البنكية والغير البنكية)، ومن بين هذه البنوك، البنوك الجزائرية وعليه يتلخص هذا المبحث في دراسة النظام المصرفي في الجزائر وأهم الإصلاحات الجديدة له.

المطلب الأول: النظام البنكي في الجزائر

تعريف النظام البنكي الجزائري:¹

يعتبر النظام المصرفي الجزائري إمتدادا للنظام المصرفي الفرنسي، حيث تقرر إنشاء أول مؤسسة مصرفية في الجزائر بالقانون الصادر في 19_07_1843 وكانت بمثابة فرع لبنك فرنسا ولكنه لم يعمل كثيرا بسبب الظروف السياسية، أما ثاني مؤسسة فهي المؤسسة الوطنية للخصم، وكانت وظيفتها منحصرة على الإئتمان وهي الأخرى لم تتجح في مهمتها بسبب قلة الودائع، وثالث مؤسسة تتمثل في البنك الجزائري الذي زاول نشاطه كبنك إصدار وبنك إئتمان في آن واحد.

أما فيما يخص البنوك التجارية الأخرى فقد تضمنت مجموعة من البنوك التجارية وبعض بنوك الأعمال ومنشأة لإعادة الخصم، ومؤسسة متخصصة للبنوك الشعبية، وقد شهدت فترة الخمسينيات زيادة فعاليات إئتمانية فرنسية متعددة.

المطلب الثاني: أنواع المخاطر البنكية عند توظيف الأموال:²

1 المخاطر الإئتمانية:

تتعلق المخاطر الإئتمانية دائما بالسلفيات (القروض) والكشف على الحساب أو أي تسهيلات إئتمانية تقدم للعملاء، وتتجم المخاطر عادة عندما يمنح المصرف العملاء قروضا واجبة السداد في وقت محدد في المستقبل، ويفشل العميل في الإيفاء بالتزاماته بالدفع في وقت حلول القروض، أو عندما يفتح المصرف خطاب إعتقاد مستنديين لإسترداد بضائع نيابة عن العميل في توفير المال الكافي لتغطية البضائع حين وصولها.

2 مخاطر السوق:

¹ صغير جميلة، حمدوش فتيحة، إصلاح النظام البنكي الجزائري بين النصوص القانونية والتطبيق، حالة ولاية بومرداس،

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الليسانس، 2004/2003 ص35

² محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان_الأردن، 2006 ص66

تنشأ مخاطر السوق للتغيرات المفاجئة في احوال السوق حيث تتأثر المصارف بذلك التغيير،وقد تتخذ الحكومات إجراءات لرفع الدعم عن بعض السلع مثل الأرز أو الشعير أو ربما تمنع دخول بعض المنتجات حماية للإنتاج المحلي.

3مخاطر سعر الفائدة:

هذه المخاطر ناتجة عن تغير أسعار الفوائد صعودا أو هبوطا حسب كل مصرف على حدة نسبة إلى السيولة المتوفرة لديه ومثالا على ذلك:هناك إحتمال أن يتعرض المصرف إلى خسارة عند توفير فائض السيولة لديه في حالة هبوط سعر الفائدة وعندما تنشح السيولة فيضطر المصرف للإقتراض من سوق المصارف فمن المحتمل أن يتعرض لخسارة في حالة إرتفاع سعر الفائدة لذلك يتوجب على المصرف أن يولي هذا الموضوع مراقبة وإدارة مستمرة تجنباً للمخاطر.

4مخاطر المعاملات:

كثيرا ما نسمع عن تحرك أسعار الدولار الأمريكي أو الين الياباني صعودا أو هبوطا في الأسواق المالية مقابل المارك الألماني أو الجنيه الإسترليني مثلاً.

لذلك يجب أن يكون للمصرف القدرة على حماية أمواله وأموال عملائه ضد هذه التقلبات سواء كانت صعودا أو هبوطا.

5مخاطر السيولة:

غالبا ماتنتج هذه المخاطر بسبب عدم مقدرة المصرف على جذب إيداعات جديدة من العملاء أو بسبب ضعف المصرف في إدارة الموجودات والمطلوبات.

هذا ويقوم المصرف باللجوء إلى أسواق المصارف كلما أقرض عملائه ،وذلك لكي يتمكن من الإيفاء بتعهداته على الوفاء بطلبات القروض من عملاء المصرف.

فكلما إقترض المصرف من الأسواق المالية،قلت قدرته على إبقاء هامش ربحي جيد على القروض التي يقدمها.

6المخاطر التشغيلية:

هذه تتعلق بالمخاطر المتصلة بالعمل اليومي في المصارف،ولأن المصارف ليست كالمصانع فإن المخاطر التشغيلية فيها تتركز في عمليات السطو والمباني غير الآمنة،وتتضمن هذه المخاطر أيضا أخطاء الصرافين والقيودات الخاطئة.

7المخاطر القانونية:

هي المخاطر التي قد يتعرض لها المصرف من جراء نقص او قصور في مستنداته مما يجعلها غير مقبولة قانونيا، وقد يحدث هذا القصور سهوا عند قبول مستندات ضمانات من العملاء والتي يتضح لاحقا أنها ليست مقبولة لدى المحاكم، وقد يحدث أكثر من واحدة من المخاطر المذكورة في آن واحد، لذا فإن المصارف عموما ترسم سياستها لإدارة وتحديد تلك المخاطر، وتقوم بعد تحليلها بضبطها ضمن حدود معقولة، كما تقوم بمراقبتها بصفة مستمرة من خلال قسم ينشأ خصصا لإدارة المخاطر.¹

المطلب الثالث: الإصلاحات الجديدة للنظام البنكي الجزائري

لقد عرف الجهاز المصرفي الجزائري العديد من الإصلاحات نذكر أهمها فيما يلي:²

أولا- المخطط الوطني للقرض:

ينص القانون رقم 02.86 الصادر في 19 أوت 1986 على:

- الحكومة تحدد السياسة فيما يخص جمع الموارد وترقية الإدخار كما تحدد أيضا سياسة تمويل الإقتصاد
- المخطط الوطني للقرض يتولى التعريف بالمؤسسات البنكية والتأكيد على دور البنك المركزي واستخدامات الأجهزة الجديدة لمراقبة النشاط المصرفي

- المخطط الوطني للقرض يتولى تحديد الأهداف الواجب بلوغها في مجال جمع الموارد وتحديد الأولويات والقواعد التي يجب إتباعها عند توزيع القروض، ويمكن تحليل مهامه فيما يلي:

1- تحديد حجم وطبيعة الموارد الداخلية التي يجب جمعها وتوزيعها حسب كل مؤسسة مصرفية

2- تحديد حجم القروض الخارجية القابلة للجمع

3- درجة تدخل البنك المركزي في تمويل الإقتصاد وفي هذه النقطة فقد أكد القانون الوطني للقرض

أكد القانون الوطني للقرض على وظائف البنك المركزي والمتمثلة في:

- القيام بصلاحية إصدار النقود بأشكالها

- ضبط ومراقبة تداول الصرف

- مراقبة وتوزيع القروض للإقتصاد

- تقديم قروض للخرينة ، بالإضافة إلى إستعادة دوره كبنك للبنوك، كما تطرق المخطط الوطني للقرض

إلى تحديد نشاط المؤسسات المصرفية وميز بين نوعين من مؤسسات القرض:

1. مؤسسات القرض ذات التوجه العام (البنوك)

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي، مرجع سبق ذكره ص ص 67، 68

² بوجمعي إيمان، زموري دنيا زاد، النظام البنكي وإجراءات منح القروض، حالة ولاية بومرداس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس، 2004/2003 ص ص 20، 22

2.مؤسسات القرض المتخصصة

الأجهزة الجديدة المسؤولة عن إدارة ومراقبة النشاط المصرفي:

إن الأجهزة الجديدة التي كلفت بالقيام وتطبيق وتسيير ما جاء في محتوى قانون 1986:

- 1-المجلس الوطني للقرض:يعتبر مجلس إستشاري يخضع لوزارة المالية يقوم بقبول تقديم الشروط عند تحديد المخطط الوطني للقرض ويقوم بإجراء الدراسات المختلفة المتعلقة بالقرض والنقد
- 2-اللجنة التقنية للبنوك:هي لجنة تابعة للبنك المركزي تقوم بالسير على حسن تطبيق الإجراءات المنظمة لعمل البنوك.

ثانيا_قانون النقد والقرض90-10:

المؤرخ في 14أفريل 1990،جاء هذا القانون لتصحيح الأخطاء السابقة وليظم جميع النقاط الإيجابية المستنتجة من الإصلاحات الاقتصادية وتمثل في ثلاث محاور أساسية ¹:

1.خلق قطيعة من الماضي

2. إعادة الاعتبار للنقود

3. خلق مؤسسات جديدة فيما يخص مراقبة منح القروض

وقد نص قانون 90_10أساسا على:

_إعادة الاعتبار للبنك المركزي فيما يخص وظائفه مع منحه الإستقلالية وذلك بفصله عن وزارة المالية وتكليفه بتسيير السياسة النقدية مع إعطائه تسمية جديدة وهي بنك الجزائر .

_إضافة إلى تمكين هذا الأخير من خلق النقود على أحسن صورة في سبيل إعادة القيمة والاعتراف للدينار الجزائري.

_نص أيضا على صلاحية تسديد الديون من طرف المؤسسات العمومية وكذا صلاحية بسديد الخزينة لديونها نحو البنك المركزي في أجل لا يتعدى خمسة عشر سنة.

_أما فيما يخص البنوك التجارية فقد نص على جعلها تخضع إلى المنافسة وذلك بحرية منح القروض وتحديد أسعار الفائدة.

_شجع على إنشاء بنوك جديدة مختلطة،خاصة ،وطنية أو حتى أجنبية.

_إيجاد أدوات ضبط جديدة كنسب الإحتياط لكي تسمح للبنك المركزي من متابعة ومراقبة البنوك التجارية

.

¹بوجمعي إيمان، زموري دنيا زاد، مرجع سبق ذكره، ص ص 22، 23

إضافة إلى تشجيع الإستثمارات الأجنبية.

الأجهزة الجديدة لهذا القانون:

مجلس النقد والقرض:

مهامه أداء دور مجلس إدارة بنك الجزائر والمتمثلة في تحديد ميزانية البنك وإنشاء فروع البنك المركزي بالإضافة إلى خلق لجان إستشارية على مستوى البنك.

ويتكون من محافظ يعين لمدة خمسة سنوات وثلاث نواب يعينون لمدة ستة سنوات وهذا بموجب مرسوم رئاسي بالإضافة إلى 03 موظفين سامين يعينون بمرسوم من رئيس الحكومة .

أما فيما يخص أجهزة الرقابة فقد نص هذا القانون إلى إنشاء لجنتين :

1. اللجنة المركزية: تتولى هذه اللجنة مراقبة مدى تطبيق البنوك والمؤسسات المالية للتشريعات المالية والقوانين المطلقة تتولى تعيين متصرف إداري لمراقبة عمل البنوك عند الضرورة بالإضافة إلى إتخاذ الإجراءات العقابية في حق البنوك والمؤسسات المالية.

2. لجنة النظر: تتكون من ناظرين يعينان بمرسوم رئاسي يقومان بمراقبة مصالح البنك المركزي ويحرران تقريراً سنوياً يوجه لوزارة المالية .

إضافة إلى ذلك فإن قانون النقد والقرض نص إلى إنشاء 03 مركزيات هي:

_مركزية المخاطر: تعتبر مصلحة الإعلان لدى البنك المركزي تستشيرها جميع البنوك عند تقديم القروض للحصول على المعلومات الكافية وتتعرف على الزبون وقدرته على التسديد كما أنها تسمح للبنك المركزي بمعرفة معلومات حول حجم القروض إلى منحت من طرف كل بنك وكيفية توزيعها، وهذا الجهاز الإعلامي يهدف إلى تأمين البنوك من خطر عدم التسديد .

_مركزية الأموال الغير المدفوعة: تتولى تسجيل كل الحوادث المرتبطة بالدفع من الصكوك بدون مؤونة والشيكات بدون رصيد.

_مركزية الميزانيات: لها صلاحية أساسية تتمثل في معالجة وتوزيع المعلومات المحاسبية والمالية المتعلقة بالمؤسسة التي تحصلت على موافقة بنكية .

ثالثاً_الإصلاحات المكملة لقانون النقد والقرض:

إن إصلاح 1990 لم يكن نقطة النهاية فيما يخص النظام المصرفي الجزائري حيث تبعته عدة إصلاحات وتعديلات مكملة لهذا القانون بداية من سنة 1991 وهذا بغرض إعادة الهيكلة لإعطاء دافع جديد للإقتصاد الوطني بصفة عامة والنظام المصرفي بصفة خاصة.

الشكل 02: هيكل النظام المالي بعد إصلاحات 1990

وزارة المالية

البنك المركزي الجزائري

إصدار النقد

تنظيم الدورة النقدية

مراقبة توزيع القرض للاقتصاد الوطني

تسيير احتياجات الصرف

تسيير احتياجات السوق المالي

تسيير احتياجات المقاصة

مراقبة عمليات البنك

منح مساعدات للخزينة العامة

اعتماد الاستثمارات الأجنبية

اعتماد فتح مكاتب البنوك والمؤسسات الأجنبية في الجزائر



و تتلخص أهم نقاط هذه الإصلاحات في:¹

- 1.منح إستقلالية البنوك وتطهيرها.
- 2.تدعيم الإطار التنظيمي بإعتباره عنصر أساسي لبناء سلطة بنكية فعلية.
- 3.فتح بنوك للمستثمرين الخواص سواء كانوا محليين أو أجانب.
- 4.كل هذه الإجراءات أدت إلى انفتاح القطاع المصرفي وذلك بخلق المنافسة بين البنوك وفق إطار قانوني وتنظيمي حيث تم توسيع شبكة البنوك من خلال:
- أ-إنشاء بنك البركة في 20 ماي 1992 وهو بنك مخطط بالتساوي بين مجموعة البركة السعودية وبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR في شكل شركة أسهم
- ب-إنشاء بنك الإتحاد الأوروبي Union Bank وذلك في 7 ماي 1995 بمساعدة منظمة رأس المال الخاصة الوطنية الأجنبية وتمثلت نشاطاته في :

- جمع الإدخار

- تمويل الإنفاق الدولي

- مساعدة المشاركين في الاعمال المنجزة وقيد الإنجاز

ج-إنشاء أربعة بنوك برؤوس أموال جزائرية وهي:

-ال خليفة بنك

- الشركة الجزائرية للبنوك SAB

- الشركة الجزائرية للبنوك BCIA

- بنك الريان

د- فتح أربعة فروع لتمثيل البنوك الأجنبية وهي:

سيثي بنك

-البنك العربي Arab Bank corporation

Société General

Notexis Bank

هـ - إنشاء ستة مؤسسات مالية برؤوس أموال عمومية وخاصة.

و- توسيع نشاطات الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA ليشمل نشاطات مصرفية.

¹بوجمعي إيمان، زموري دنيا زاد، مرجع سبق ذكره، ص26

ي- تحويل الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط إلى بنك وذلك في سنة 1997.

و في الأخير تم السماح وموافقة مجلس النقد والقرض على إنشاء بنوك برؤوس أموال أجنبية خاصة وهي¹:

Arab Bank -

-هيرمس الجزائر Hermes Algérie

رابعا- إصلاحات سنة 2001:

حسب المرسوم 1/1 ل 4 ذو الحجة 1421 الموافق ل 27 فيفري 2001 المعدل المكمل لقانون 10_90.

جاء هذا القانون لتعديل بعض النصوص التي جاءت في قانون النقد والقرض وإكمالها، وأهم ما قام به وإضافة مجلس إداري بمجلس النقد والقرض ويظهر هذا في المواد 3، 9، 10 والتي توضح النقاط التالية:

1. أقسام المجلس الإداري للبنك المركزي

2. الدعوة إلى الاجتماع فالأغلبية عنصر أساسي لاتخاذ القرارات.

3. توصيف المجلس الإداري للبنك المركزي.

و يمكن حصر أهم الأهداف التي كان يرمي إليها هذا المرسوم في مايلي:

أ- زيادة سرعة تقديم المعلومات والخدمات للزبون والمحافظة عليهم

ب- جلب أكبر عدد من المستثمرين المحليين والأجانب

ج- تنظيم ومراقبة عملية منح القروض بشكل أدق

د- الاستغلال الجيد للموارد المالية بشكل يتماشى مع اقتصاد السوق

هـ- عصرنة البنوك مع متطلبات السوق الجديدة

المبحث الثالث: أهمية البنوك في ترقية وتمويل الخدمات السياحية

تعد البنوك والمؤسسات المالية المحرك الرئيسي لعجلة التنمية في أي إقتصاد مهما كانت مقوماته وتوجهاته الإيدولوجية، وتزداد أهمية الفكرة في الإقتصاديات النامية حيث تسعى الدولة إلى توجيه مجهودات البنوك والمؤسسات المالية نحو تمويل المؤسسات الناشئة أو كما يطلق عليها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوفير التسهيلات الضرورية لإنشائها وتفعيل نشاطها، وذلك من أجل توجيه الإقتصاد نحو

¹ بوجمعي إيمان، زموري دنيا زاد، مرجع سبق ذكره، ص 27

إستثمار ناجح إضافة إلى تحقيق عدة أهداف إجتماعية، إلا أن هذا الأمر لن يتحقق إلا بتوفير الضمانات اللازمة لذلك.

وحتى يمكننا الوقوف على أهمية البنوك في تمويل الخدمات السياحية وما وراءه من قوة وضعف وإدراك معوقاته ومشاكله ومدى توافقه مع المتغيرات الداخلية والخارجية المرتبطة بالنشاط السياحي، تم التحليل والدراسة من خلال ثلاث مطالب.

المطلب الأول: مفاهيم عامة حول التمويل ومصادره

في الواقع الحالي للتمويل وظيفة هامة هي الوظيفة الاقتصادية التي تهدف إلى تدبير مال (نقدا أو عينا) بأقل تكلفة ممكنة، و ذلك بغية إستثمار هذا المال، ويمكن توضيح ذلك من خلال تحديد ماهية التمويل ومصادره.

أولاً: مفاهيم عامة حول التمويل¹

- التمويل لغة: هو الإمداد بالمال
- التمويل اصطلاحاً: هو مجموعة الأعمال والتصرفات التي تمدنا بوسائل الدفع، و بقدر حجم التمويل ويسر مصادره وحسن إستثماره يكون العائد أو الربح

أو هو: الإمداد برأس المال أو بقرض نقدي للحاجة إليه في تنفيذ الأعمال، و قيل بأنه هو: كافة الأعمال التنفيذية التي يترتب عليها للحصول على النقود، وإستثمارها في عمليات مختلفة تساعد على تعظيم قيمة النقدية المتوقعة الحصول عليها مستقبلاً، في ضوء النقدية المتاحة حالياً للإستثمار، والعائد المتوقع تحقيقه منه، و المخاطر المحيطة به وإتجاهات السوق المالي.

وقريب من هذا التعريف ما يراه البعض من أن التمويل "يعبر عن مختلف الأنشطة التي تتضمن مختلف الأعمال التي يقوم بها الأفراد والمشروعات للحصول على النقدية اللازمة للوفاء بالإلتزامات المستحقة للغير في مواعيد إستحقاقها.²

وتنشأ الحاجة إلى التمويل بإعتباره طلباً على النقود نتيجة لوجود فاصل زمني بين لحظة الحصول على الإيراد ولحظات الإنفاق، أي بسبب الفترة الزمنية التي تتقضي بين النشاط الإنتاجي والفائدة المرجوة منه، أو بسبب التباين في معدلات الإستهلاك، كما أن المشروع يحتاج إلى التمويل عند إنشائه أو تجديده أو زيادة حجم نشاطه، ذلك أن رأس المال هو شريان الحياة بالنسبة للمشروعات الإقتصادية.

و نظراً لأهمية التمويل في حياة المشروعات الإقتصادية، فإن بحث جوانبه يسبق عملية التخطيط ذاتها داخل هذه المشروعات، وعلى سبيل المثال فإنه لا جدوى من التخطيط لزيادة خطوط الإنتاج مثلاً قبل أن

¹ عبيد علي أحمد الحجازي، مصادر التمويل، دار النهضة العربية، جامعة حلوان، 2001، ص 3

² عبيد علي أحمد الحجازي، نفس المرجع، ص ص 12، 11

تتظر الشركة فيما لديها من تمويل متاح كحقوق الملكية او الأرباح المحتجزة او الإحتياطيات، أو الدعم المقدم من الحكومة،أو إمكانية الإقتراض من البنوك ومؤسسات التمويل الخارجية،فإن لم تستطيع تدبير التمويل المطلوب فإن التخطيط يضحى بلا جدوى.¹

ثانيا:مصادر التمويل

إذا كانت مصادر التمويل تتباين ما بين قديم ألفتته الأنشطة التجارية والإقتصادية منذ زمن بعيد، مثل التمويل من خلال الموازنة العامة للدولة والتمويل بالأسهم والسندات والتمويل الذاتي عن طريق الإحتياطيات والأرباح المحتجزة ومجمع الإهلاك والتمويل بالقروض،و بين حديث أفرزته حاجات العصر ومقتضياته كالتأجير التمويلي،لذا فقد يكون من الملائم أن نتناول هذه الدراسة على النحو التالي:²

-التمويل بالملكية

-التمويل بالقروض

أولا:التمويل بالملكية

ينصرف تعبيرالتمويل بالملكية إلى مصادر التمويل التي تستند إلى المال المملوك لصاحب المشروع، سواء أكان هذا المالك شخصا إعتباريا أم فردا من آحاد الناس،وعلى هذا فكل من الموازنة العامة للدولة والاسهم والأرباح المحتجزة والإحتياطيات ومجمع الإهلاك يعتبر مصدرا من مصادر التمويل بالملكية، وهو ما سنعرض له تفصيلا من خلال الثلاث أجزاء على النحو التالي:³

-التمويل من خلال الموازنة العامة للدولة

-التمويل بالأسهم

-التمويل الذاتي

أ:التمويل من خلال الموازنة العامة للدولة

-الميزانية العامة والموازنة العامة: تعتبر الميزانية العامة عن الرصيد الممثل لحقيقة النفقات والإيرادات الفعلية التي تمت خلال فترة زمنية ماضية(عادة سنة) وذلك في لحظة معينة،وهي بهذا المفهوم تكون موجودة على مستوى المشروعات الخاصة،ولا يتصور وجودها على مستوى الدولة لإستحالة تقييم الأصول

¹ عبيد علي أحمد الحجازي،	نفس المرجع،	ص ص14،	13
² عبيد علي أحمد الحجازي،	مصادر التمويل،	دار النهضة العربية،	جامعة حلوان، 2001، ص14
³ عبيد علي أحمد الحجازي،	نفس المرجع،	ص15	

على مستوى الدولة في لحظة زمنية معينة، وقد يغني عنها الحساب الختامي الذي تتم مناقشته وإقراره من السلطات المختصة.¹

أما الموازنة العامة فتعبر عن التدفق النقدي المتوقع للنفقات والإيرادات الإحتمالية خلال فترة زمنية مقبلة (عادة سنة)

مع إعتمادها من السلطة المختصة، وتوجد هذه الموازنة على مستوى الدولة وعلى مستوى المشروع، وتقوم على عنصري الإحتمال والإجازة من السلطة المختصة حسب طبيعة ملكية المشروع، ويبين مما سبق أن كتاب المالية العامة يفرقون بين الميزانية العامة والموازنة العامة على أساس من عاملي الزمن ومدى التحقق، فبينما تعبر الميزانية عن الموقف المالي في لحظة معينة، عن مدة سنة سابقة، فإن الموازنة تعبر عن الموقف المالي في سنة لاحقة، وبينما تعبر الميزانية عن الموقف المالي بصورة حقيقية، فإن الموازنة لا تكون إلا تقديرية.²

ب: التمويل بالاسهم

من المعروف أن السهم هو "صك" يمثل جزءا من رأس مال الشركة يزيد وينقص تبعا لرواجها، أو هو حق ملكية جزء من أصول شركة ما، أو هو الصك المثبت لهذا الحق، وهذا الصك قابل للتداول طبقا لقواعد القانون التجاري وليس طبقا لقواعد الحوالة المدنية، وإذا كنا بصدد الكلام عن الأسهم فما هي أنواعها؟ أنواع الأسهم: تم تقسيم الأسهم حسب الفقهاء إلى:³

1 أسهم عادية: ويكون لحاملها الحق في المشاركة في أرباح الشركة بقدر نصيبه وهناك من يقسم هذا النوع إلى سهم مالي ويحصل عليه كل شريك قدم حصته في صورة مبلغ من المال وسهم عيني ويحصل عليه كل شريك قدم حصته في صورة عينية.

2 أسهم ممتازة: وتطرح هذه الأسهم -عادة- للإكتتاب بعد نشأة الشركة، وتتمتع بمزايا خاصة، كأن يكون للسهم ربح ثابت ثم يشارك بعد ذلك في بقية الأرباح أولا يشارك، بحسب ما ينص عليه النظام الأساسي للشركة ولقد نشأ هذا النوع من الأسهم في القرن التاسع عشر لتشجيع المستثمرين على الإستثمار في مجال النقل بالسكك الحديدية الأمريكية.⁴

¹ عبيد علي أحمد الحجازي،	نفس المرجع،	ص17
² عبيد علي أحمد الحجازي،	نفس المرجع،	ص18
³ عبيد علي أحمد الحجازي،	مصادر التمويل،	دار النهضة العربية، جامعة حلوان، 2001، ص24
⁴ عبيد علي أحمد الحجازي،	نفس المرجع،	ص25

3 أسهم التمتع (الإنترفاع):قد ترغب الشركة الإبقاء على الصلة بينها وبين المساهمين الذين إستهلكوا أسهمهم تكريما لهم وإعترافا منها بفضلهم في تأسيسها وهذه الأسهم تعطي حاملها الحق في بعض الأرباح (بنسبة أقل من تلك الممنوحة للمساهمين الآخرين) وذلك بعد إعطاء حملة الأسهم العادية مقدارا معيناً من الأرباح ،وعند التصفية لا يكون لهم من نصيب إلا فيما يوزع كريح بعد الوفاء بقيمة الأسهم الأخرى.

4 حصص التأسيس: هي حصص تقدمها الشركة لمن قدم لها خدمة أو عملاً ممتازاً عند تأسيسها (كحق إختراع مثلاً) وهي قابلة للتداول،ولكن ليس لحاملها حق حضور الجمعية العمومية ويشارك حاملوها في الأرباح ،ولكن بعد أن يحصل حملة الأسهم العادية على قدر معين من الأرباح(5 بالمئة) مثلاً ، وعند التصفية لا يكون لحملة الحصص سوى مجرد المشاركة في الأرباح المتقدمة بعد رد قيمة الأسهم والتكليف القانوني الراجع لحملة الحصص أنه ليسو بشركاء ولكنهم دائنون ومن ثم فهم محرمون من التصويت في الجمعية العمومية ،وتلجأ غالبية الشركات عند تأسيسها إلى التمويل من خلال الأسهم كمصدر أساسي للتمويل ،وهي إذ تلجأ إلى هذا المصدر فإنما تلجأ لضرورة تتمثل في أن التركيب الهيكلي لأموال الشركة إنما ينبغي أن يستند إلى قاعدة راسخة هي أسهم الشركة،و بقدر هذه المساهمة تكون "أهلية الإقتراض لدى الشركة" ويكون الضمان لدى الجهات المالكة لمصادر التمويل الأخرى.¹

ج التمويل الذاتي:

اختلفوا العلماء في تحديد مفهومه،حيث يرى الفريق الأول حصره في الفائض ومجمع الإهلاك وماعدى ذلك يعتبر تمويلا غير ذاتي بما في ذلك الأسهم،بينما يرى فريق آخر إلى أنه يشمل كافة صور التمويل فيما عدا السندات والقروض الخارجية، ولعلّى الصحيح هو ماذهب إليه الرأي الأول،إذ الأرباح المحتجزة وإحتياطات الإهلاك يعدان مصدرين هامين من مصادر الأموال المتولدة داخليا،وهذا التولد الداخلي هو الذي يضيف على هذا المصدر صفة الذاتية.²

ثانيا:التمويل بالقروض

القرض قانونا: هو "عقد يلتزم به المقرض أن ينقل إلى المقترض ملكية مبلغ من النقود أو أي شيء مثلي آخر على أن يرد إليه المقترض عند نهاية القرض شيئا مثله في مقداره ونوعه وصفته"³

- الفكرة الأساسية من القرض: يقوم القرض على اساس من فكرة "معدل الخصم والقيمة الحالية وهي فكرة رياضية أطلق عليها كينز"(الكفاية الحدية لرأس المال)وتقوم على:

¹عبيد علي أحمد الحجازي، نفس المرجع ص ص، 28، 27
²عبيد علي أحمد الحجازي، نفس المرجع ص، 35
³عبيد علي أحمد الحجازي، نفس المرجع ص72

"بأن القيمة السوقية للجنيه اليوم ليست هي القيمة السوقية له بعد فترة زمنية تالية، حيث تزداد هذه القيمة بنسبة تعادل قيمة العائد على استثمار هذا الجنيه في خلال هذه الفترة.

إذا هذه الفكرة تضع الزمن في الاعتبار الأول لها، وتعتبر سعر الفائدة أداة لإحتساب قيمة هذا الزمن.¹

المطلب الثاني: الدور التمويلي والخدمي للبنوك

أولاً: الدور التمويلي للبنوك:²

ومما سبق ذكره يمكن أن نجد العديد من أنشطة التمويل التي تقدمها البنوك لقطاع السياحة منها:

أ عمليات التأجير التمويلي:

لقد كانت المشروعات السياحية من قبل تعاني من عدم توفر القروض المصرفية اللازمة لها لشراء المعدات والمستلزمات الرأسمالية الضرورية لزيادة الطاقة الإنتاجية بها لكي تتمكن من توفير الخدمات السياحية والفندقية بشكل أفضل وقد كان هذا واضحاً في القرى السياحية، ولهذا فقد قامت البنوك بحل هذه المشكلة للمشروعات السياحية عن طريق ما يسمى بعملية التأجير التمويلي حيث استطاعت هذه المشروعات من توفير ما يلزمها من المعدات الرأسمالية ويمكن توضيح فكرة التأجير التمويلي وما له من مزايا فيما يلي:

- مفهوم التأجير التمويلي وخصائصه:

من المتفق عليه أن التأجير التمويلي هو نشاط التمويل لشراء معدات وأصول رأسمالية بغرض التأجير وفيه يقوم المؤجر والذي يكون البنك بتمويل شراء أصول محددة الأوصاف من مورد معين وذلك بناء على طلب المشروع أو الشركة وتؤجر إليه بعقد طويل الأجل وغير قابل للإلغاء بحيث تغطي الدفعات الإيجارية خلال فترة التعاقد الأموال المدفوعة في الأصل والفوائد وهامش ربح يقترب إلى ما يسمى بالتغطية الكاملة لقيمة الأصول ولا يتحمل المؤجر أية تكاليف للصيانة والإصلاح أو غيرها بل يتحمل المستأجر كافة المصروفات.

ب: عملية التمويل بالمشاركة:

هناك نوع آخر من مصادر التمويل التي تقدمها البنوك لقطاع السياحة وهي ما يسمى بالتمويل بالمشاركة وهو من أساليب التمويل الحديثة التي ظهرت في أواخر السبعينات، وهذا النوع من التمويل يوفر

¹ عبيد علي أحمد الحجازي، مصادر التمويل، دار النهضة العربية، جامعة حلوان، 2001، ص ص،

75، 76

² شراد جميلة، دور البنوك في تطوير القطاع السياحي، حالة ولاية الوادي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر،

2015، 2014 ص 38، نقلا عن الموقع 26 Mardi: visite le <https://www.univ-eloued.dz>

Avril 2022 (16h : 16min)

للمشروعات السياحية الأموال اللازمة لها لممارسة نشاطها ولا يلزمها أيضا بسداد الفوائد أو أقساط وبصرف النظر عن نتيجة أعمال المشروع السياحي بل يقوم هذا النظام بتحميل كل من البنك الممول والمشروع السياحي طالب التمويل الريح أو الخسارة حال وقوعها.¹

ج القروض التعاقدية طويلة الأجل:

تتحصل المؤسسة على هذه القروض من البنوك وشركات التأمين وغالبا ما تستحق بعد فترة زمنية طويلة تتراوح بين سبع سنوات وعشرين سنة كأقصى حد، حيث توجه أساسا إلى تكوين رأس المال العامل بالإضافة إلى تمويل الإستثمار ومن خصائص هذا النوع من القروض ما يلي:

_ قيمة الإتفاق على الشروط القرض معدل الفائدة، تاريخ الإستحقاق، الرهون والضمانات، مدة القروض، طريقة التسديد.

_ تكلفة هذا النوع من القروض تمثل نسبة معينة من قيمة القرض متغير خاصة إذا كانت معدلات الفائدة في السوق متجهة نحو الإرتفاع.

_ تسديد القرض يكون مرة واحدة في تاريخ الإستحقاق أو يتم على أقساط متساوية بتواريخ محددة.

_ تطلب البنوك ضمانات مهمة على القروض وذلك لرهن عقارات مملوكة للمؤسسة المقترضة.

_ يعتبر هذا النوع من القروض من المصادر النادرة ومن الصعب الحصول عليها لأنها تعتمد على مدى توفر المدخرات طويلة الأجل في المؤسسات القائمة بالوساطة المالية .

ثانيا: الدور الخدمي للبنوك

ينبع هذا الدور الخدمي للبنوك من القدرة التي إمتلكتها خلال السنوات الماضية في استيعاب التجارب والخبرات والمستحدثات في الصناعة المصرفية والمالية حيث أنه قام برصد آخر التطورات في التكنولوجيا المصرفية وقام بتطبيق العديد من برامج لإعادة تأهيل وتدريب العاملين في أقسامها المختلفة لإستيعاب هذه التطورات بما يخدم تطور العمل المصرفي والمالي .

ويمكن تحديد الدور الخدمي للبنوك لقطاع السياحة فيما يلي:²

_ لقد قامت البنوك بإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية والمالية للفرص والمشروعات الإستثمارية السياحية التي تتكشف أمامها وبذلك يكون هناك فيض دائم لهذه الدراسات تنتظر التمويل والتنفيذ لتأخذ شكل شركات مساهمة تعمل في مجالات حيوية .

¹ شراد جميلة، مرجع سبق ذكره ص39

² شراد جميلة، مرجع سبق ذكره ص40

ومن المعروف أن هذه الدراسات تمر بمراحل ثلاث هي:

- . مرحلة نشوء فكرة المشروع الجديد .
- . مرحلة إجراء دراسات جدوى له .
- . مرحلة القيام بالخطوات اللازمة لإخراج المشروع إلى حيز الوجود فيما لو توفر له التمويل وتم تدبير المساهمين فيه

_ الترويج حيث تقوم البنوك بالترويج وبشكل منظم للفرص الإستثمارية السياحية ذات الجدوى والعمل على تسويقها لغرض تشجيع المستثمرين من الأفراد والشركات والمؤسسات للإقبال عليها وتنفيذها، وهذا الترويج يشمل مبادرة البنوك للإفصاح من خلال المعلومات الملائمة عن جدوى هذه الفرص الإستثمارية ومواقعها والمردود المتوقع منها والخدمات التي يقدمها البنك إذا كان هناك إقبال عليها.

_ وإلى جانب ذلك فإن البنوك تلعب دورا إيجابيا أيضا من خلال المبادرة مرة أخرى في تقديم النصح والمشورة لمن يتقدم إليها بطلب فيما يتعلق بهذه الفرص الإستثمارية خاصة لمن يتوافر لدى البنوك من مخازن للمعلومات المعاصرة حول التطورات والظروف المحيطة بالسياحة في العالم .

_ تقوم البنوك بتوفير التجارب والخبرات المصرفية إذا كان هناك مشروع سياحي جاري خصصته وذلك حيث يقوم بعمل الدراسات والإستثمارات اللازمة لضمان حسن سير هذه العملية وإقتراح السبل الملائمة لتوفير مصادر التمويل المناسبة لتسهيل تلك العمليات .

_ ومن المرجح أن تتقارب نسب المساهمة التي يدخل بها البنك تبعا لحجم الإستثمار المطلوب والمجال الذي يعمل فيه المشروع ومدى كون نشاطه جديدا أو معروفا.

_ وبالإضافة إلى ما سبق فإن البنوك تقوم بتقدير العديد من الخدمات المصرفية الأخرى لخدمة قطاع السياحة ونذكر منها على سبيل المثال ما يلي:

1 إصدار الشيكات السياحية:¹

وتعتبر هذه الشيكات من أكثر الوسائل إستخداما لدى السائحين حيث أنها تمد السائح بوسيلة تبادل نقدي مقبولة وسهلة.

¹ شراد جميلة، مرجع سبق ذكره ص 41

وهناك العديد من المؤسسات المالية التي تقوم بإصدار هذه الشيكات السياحية ومن أمثلتها مؤسسة الخدمات المالية العربية والتي يمتلكها 55 مصرفا كما أنها تقوم بإصدار كروت الإتمان السياحية .

2 أوامر التبادل السياحية:

وهذه لا تختلف من حيث الغرض عن الشيكات السياحية إلا أنها تختلف من حيث المظهر وأيضا :

. ذات قيم أكبر من الشيكات السياحية

. لونها يختلف عن الشيكات السياحية

. ويمكن إستبدالها بشيكات سياحية

3 خطابات الإعتماد السياحية:

ولهذه الخطابات أهمية كبيرة بالنسبة للسائح الذي يرغب في نقل مبالغ كبيرة فإذا كان السائح متجها لزيارة عدة دول فإنه يشتري إعتمادا مقوما بعملة بلده ويجرى التحويلات اللازمة إلى العملة التي يريد على حسب حاجته أما إذا كان متجها إلى دولة معنية بالذات دون غيرها فإنه يشتري خطاب إعتماد مقوما بعملة هذه الدولة متفاديا بذلك تقلبات أسعار الصرف

4 الكروت الائتمانية السياحية:

لقد قامت البنوك بإصدار هذه البطاقات أو الكروت الائتمانية السياحية حيث أصبحت بديلا عن العملات وكذلك الشيكات وهذا النوع من الخدمات كان له أهمية كبيرة جدا لخدمة السياحة وهناك أنواع عديدة من هذه الكروت نذكر منها :¹

_ الفيزا كارد.

_ الماستر كارد.

وجميع الخدمات السابقة التي تقدمها البنوك نجد أن السائح يحتاج إليها في تنقلاته حيث أنه يحتاج إلى وسيلة سهلة ومضمونة لمواجهة نفقات إقامته في البلد التي يزورها .

و لما كانت أغراض السياحة تختلف ما بين سياحة وزيارة وعلاج وتجارة مباشرة أعمال وغير ذلك فإن وسيلة إنفاق السياح تتغير وتتباين تبعا لذلك كما تختلف على حسب الجنسية إذ لكل جنسية وسيلة تفضلها ولكل غرض طريقة مناسبة .

وإجمالا للخدمات التي تقوم بها البنوك في مجال السياحة فإنها قامت بإنشاء العديد من المشروعات السياحية هدفها الأول والرئيسي تنشيط السياحة نذكر منها على سبيل المثال :

- _ إنشاء شركة سياحية لتقديم كافة الخدمات السياحية بغرض تنشيط التسويق السياحي .
 - _ شركة للنقل السياحي البري لتنشيط حركة نقل أفواج السائحين الوافدين خاصة السائحين العرب بما ينعكس على تخفيض تكلفة الدولة.
 - _ إنشاء شركة للطيران تهدف إلى دعم الطيران العارض بين الدول التي يتوافر فيها مقومات الجذب السياحي .
 - _ إنشاء شركة للإستثمار الفندقية تقوم بإنشاء الفنادق والقرى السياحية الأمر الذي يساهم في تدعيم الطاقة الفندقية.
- وضمن هذا الإطار أيضا بادرت البنوك إلى تشجيع السياحة عن طريق المبادرة في إقامة لقاءاتها المهمة في المناطق الأثرية.

المطلب الثالث:مشاكل تمويل الإستثمار السياحي

يسفر عادة تحليل وتقييم البنك لدراسة الجدوى المقدمة له من إدارة المشروع طالب التمويل عن بعض ملاحظات تتفاوت في أهميتها وفي درجة تأثيرها على قرار البنك بشأن التمويل.¹

فقد يتضح من مراجعة بنود التكاليف الإستثمارية للمشروع انه لم يأخذ في الإعتبار بطريق السهو أو الخطأ تكلفة بعض العناصر، أو أن بعضها قد قدر بأقل من الواجب، أو أنه لم تتخذ الإحتياجات المناسبة لإحتمال إرتفاع الأسعار وفقا للمؤشرات الاقتصادية المتاحة.

ومن أمثلة ذلك عدم إدخال مصروفات التدريب وتجارب التشغيل بدقة ضمن مصروفات ما قبل التشغيل أو عدم الأخذ في الحسبان تكلفة إنشاء مباني سكنية أو وسائل إنتقال للعمال رغم بعد الموقع المشروع أو عدم توافر سبل ميسرة للمواصلات، أو تقدير تكاليف توصيل المرافق العامة للمشروع بأقل من اللازم، أو عدم الإحتياط المناسب للإرتفاع أسعار تكلفة بعض الأصول كالمباني والإنشآت والمعدات أو لمواجهة تقلبات أسعار الصرف للعملات المستخدمة في سداد قيمة الآلات في حالة الشراء بعملات غير عملة القرض المطلوب للمشروع، أو عدم الدقة في حساب فئات الرسوم الجمركية المستحقة على الأصول المستوردة من الخارج، أو تقدير تكلفة التمويل بأقل من الواجب.

وقد تبين وجود إختلاف في هيكل التمويل لتغير حجم التكلفة الإستثمارية الأمر الذي قد يتطلب تعديل حجم كل من الأموال المطلوب إقتراضها وتلك الممولة من أصحاب المشروع للوصول إلى علاقة مقبولة من الناحية التمويلية.

وفي مجال مراجعة إيرادات المشروع قد تبين أن هناك مغالاة في تحديد سعر بيع منتجات المشروع أو أن دراسة السوق لم تأخذ في الاعتبار بدقة ظروف المنافسة من بعض المشروعات التي على وشك الإفتتاح وقد يكون هناك تفائل في حساب تدرج الطاقة الإنتاجية للتشغيل على العمر الإنتاجي للمشروع أو خطأ في احتساب تكاليف التشغيل.

ويتطلب الأمر من البنك في الأحوال السابقة ومايمثلها تصويب دراسة الجدوى المقدمة إليه في ضوء ما توصل إليه فحصه من ملاحظات وفي بعض الحالات يعاد حساب التكاليف الإستثمارية للمشروع وهيكل التمويل وتصوير قوائم الدخل والتدفقات النقدية ويتبع إجراء هذه التعديلات إعادة حساب المؤشرات المختلفة للربحية وأهمها إيجاد الفترة الزمنية لإسترداد التكلفة الإستثمارية للمشروع والقيمة الحالية لصافي التدفقات بمعدل خصم بعكس تكلفة الفرصة البديلة، وحساب معدل العائد الداخلي للإستثمار.

تواجه البنوك مشكلة الاختيار عند إتخاذ القرارات التمويلية والمفاضلة بين فرص الإستثمار المختلفة آخذة بالإعتبار ماتسعى إليه من إستخدام الموارد المتاحة بكفاءة لإنجاز أكبر عدد من الأهداف المطلوب تحقيقها في ظل السياسة الإستثمارية والأولويات المحددة لها، وكلما جاءت القرارات الإستثمارية التي تتخذها هذه البنوك سليمة كلما أدى ذلك إلى نجاح عملية التنمية ومن أجل ذلك فإنها تعتمد أساسا على دراسات الجدوى لتقييم المشروعات وتحليل ربحيتها التجارية.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل الأول وتعرضنا للمفاهيم العامة اتضح لنا أهمية البنوك بأنواعها والتي تلعب دورا أساسيا في تنمية الاقتصاديات المعاصرة خاصة القطاع السياحي العمود الفقري للإقتصاد وذلك مع ظهر اقتصاد السوق الذي تبنته معظم دول العالم.

ومن هنا كان من الضروري على البنوك الاعتماد على جملة من السياسات لتمويل القطاع السياحي، حيث تعمل البنوك على توفير مختلف هذه الأشكال ووضعها تحت تصرف عملائها وهي بذلك توفر عدد من المزايا لكل أطراف،يمكننا قوله أو الإشارة إليه أن البنوك دورا هاما وأساسيا في العمليات المصرفية بحيث يعرف بصفة أدق بأنه يقبل الأموال ويقترضها ويستفيد من ذلك وأنه يقدم للمتعاملين تقنيات وطرق مختلفة سواء قصيرة الأجل أو المتوسطة، والطويلة الأجل بحيث أن هذه التقنيات يتم اختيارها من طرف هؤلاء المتعاملين وفقا لمعايير مختلفة قد يتعلق بعضها بنوع وطبيعة العملية أو الصفقة أو بعلاقة البنك بعملية أو حتى إلى علاقة المتعاملين فيما بينهم ولتسهيل وتسريع هذه المبادلات تستخدم البنوك وسائل للدفع منها الكلاسيكية ومنها الحديثة .

الفصل الثاني

:

الاطار المفاهيمي للخدمات السياحية

تمهيد:

الإنسان بطبعه يعشق التنقل والتجوال بحثا عن الجديد ورغبة منه في الحصول على المتعة والسعادة، ونتج عن هذا التجوال والسياحة إكتسابه معارف جديدة وانتقال مستمر لمفاهيم الحياة بين الشعوب المختلفة .

وتطورت السياحة من ظاهرة بسيطة إلى صناعة عظيمة وأصبح لها أسسها وأركانها وأجهزتها المتعددة، فأقيمت المؤسسات التعليمية المتخصصة وانتشرت الفنادق في كل مكان وبدأ الإهتمام بمقومات الجذب السياحي على قدم وساق، وتسابقت الدول في تقديم التسهيلات السياحية وتأمين البنية التحتية المناسبة لجذب أكبر عدد من السواح.

وطبقا لتوقعات عالم المستقبل الأمريكي (جون ينبرت) فإن إقتصاد العالم في القرن الحادي والعشرون سوف تقوده ثلاث صناعات خدمية هي صناعة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات وصناعة السياحة والسفر، والعالم اليوم يعيش ثورة السياحة التي تبشر بالكثير من الخير، وحسب إحصاءات منظمة السياحة العالمية لعامي 1998/1997 فإن السياحة تساهم بمقدار 12.5 بالمئة من جملة الناتج العالمي.

و بالتالي فإن السياحة تعتبر من الصناعات التي تساعد على بناء عالم أفضل لتعزيزها فرص التفاهم والسلام بين شعوب الأرض مما يؤدي إلى تفاعل حضاري وثقافي، وسوف نحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى مفهوم ونشاط الخدمات السياحية.

المبحث الأول: مدخل نظري للسياحة

تعتبر السياحة ظاهرة شمولية لأنها حتى في الوقت الحالي الذي لم تبلغ فيه بعد أقصى نموها تؤثر على الإنسانية جمعاء، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، والواقع أنه لا يوجد مظهر واحد من مظاهر الحياة، في بلد ما، لا يتأثر بها، سواء بطريقة إيجابية أو سلبية فتعكس السياحة صورة للتطور الحضاري للأمم والشعوب، بما تتضمنه من نشاط إنساني له أبعادها الاجتماعية والثقافية والإقتصادية، فضلا عن تعاملها واتصالها بمختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية - سواء بشكل مباشر أو غير مباشر - كالنقل والإعلام والصناعة والبنوك وغيرها، ومن هذا الغرض سنتطرق من خلال هذا المبحث لمفهوم الخدمات السياحية وأهميتها.

المطلب الأول: المفهوم العام للخدمات السياحية

أ: نبذة تاريخية عن الخدمات السياحية¹

لقد عرفت ظاهرة السفر منذ القدم بوصفها ظاهرة طبيعية تحتم على الإنسان الانتقال من مكان لآخر لأسباب متعددة، وكانت ظاهرة السفر في فجر التاريخ بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها. ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة حتى أصبحت في هذا العصر تشكل علما يدرس، ونشاطا له أسسه ومبادئه وقواعده وتأثيراته المباشرة وغير المباشرة على مختلف شؤون الحياة، لذلك انبرى علماء السياحة والمعنيون بشؤونها إلى ضرورة متابعة تاريخ ظاهرة السفر والسياحة، وبحث تطورها في المراحل التاريخية المختلفة لكي يمكنهم ذلك من حصر أسبابها وأهدافها وفوائدها ونتائجها بهدف خدمة الفرد والمجتمع.

ومما سبق نستنتج أن السياحة:

- 1- ظاهرة قديمة نشأت منذ خلق الله الأرض وما عليها.
- 2- تحولت من ظاهرة لتحقيق رغبات الإنسان وحاجاته على ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والراحة والاستجمام.
- 3- كانت السياحة في الماضي مجرد ظاهرة اجتماعية وإنسانية. وتغيرت النظرة إليها في العصر الحديث بحيث أصبح ينظر إلى السياحة على أنها صناعة مركبة وهادفة إلى تحقيق تقدم اقتصادي واجتماعي.
- 4- مرت السياحة في تطورها التاريخي بعدة مراحل هي:

¹نعيم الظاهر سراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى 2001، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان

. السياحة في العصور القديمة

. السياحة في العصور الوسطى

. السياحة في عصر النهضة

ب. تعريف الخدمة السياحية:

_ هي أوجه نشاط غير ملموس تهدف إلى إشباع الرغبات والإحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك النهائي مقابل دفع مبلغ معين من المال.

أو هي زيادة الطلب على سلسلة من الخدمات لأجزاء هذه الرحلة المرتحلة والثابتة، فكل منها يمكن أن يخلق طلباً لأكثر من مرة في الرحلة الواحدة في أثناء هذه الزيارة أو الرحلة، وتشمل الخدمات السياحية الإيواء والتجهيز السياحي والاطعمة والمشروبات والتسليّة والترفيه والبرنامج... إلخ.¹

_ وعادة تحت كلمة الخدمات السياحية يفهم:²

"مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء وإستهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو خلال إقامتهم في المرافق السياحية بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي" وهي أيضاً عملية إنتاجية حيث أنه من خلاله ينتج بضاعة جديدة والتي لها قيمة إستهلاكية خاصة وتلبي حاجة مميزة من الإستهلاك"

المطلب الثاني: دورة حياة الخدمات السياحية

لكل منتج دورة حياة معينة يمر بها وتتغير عبر الزمن، حيث يمكن للسياحة من معرفة كيف نشأت ونمت وتوسعت وأصبحت تقدم خدمات متنوعة وكثيرة، حيث أن الخدمات إذا كانت مرغوبة فإن الأرباح تتضاعف وتؤدي إلى توسيع وتنوع الخدمات السياحية، وتتم دورة حياة المنتج بمراحل هي:³

أولاً: مرحلة النمو المبكر

تكون الخدمة في هذه المرحلة في تطور مستمر وتصبح متيسرة للمستخدمين منها، وفي هذه المرحلة يبدأ المواطنون في الإستماع أو المشاهدة صورة هذا المكان لأول مرة، وتحتاج هذه المرحلة إلى ترويج كبير ومتنوع، وتبدأ السياحة والسواح في التدفق على هذا المكان وتبدأ الخدمات بالتنوع والإزدهار وتكون المنافسة ضعيفة وتبدأ إرتفاع الأرباح بصورة بطيئة وتزداد حصة السوق من السواح والبيع يزداد.

¹ عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، 2009، عمان: دار الراية،

ص 55

² مروان السكر، مختارات من الإقتصاد السياحي، الطبعة الأولى 1999، عمان/دار مجدلاوي، ص 39

³ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى 2008 الأردن/ عمان ص ص 54 55 56

ثانيا: مرحلة النمو السريع

في هذه المرحلة يصبح المكان مشهورا ومعروفا من قبل السواح وتبدأ الأرباح بالصعود السريع، و حصة السوق من السواح والبيع يزداد بصورة سريعة، وتبدأ الخدمات بالتوسع أكثر، وتبدأ الأسعار بالإستقرار.

ثالثا: مرحلة النضوج

تبدأ الأرباح في هذه المرحلة بالإنخفاض في منتصفها، ويبدأ البيع بالإنخفاض وأيضا حصة السوق تبدأ في الإنخفاض، في يوما هذا أصبحت الأماكن السياحية في مرحلة النضوج، وتبدأ الشركات السياحية بتنفيذ خططها وتنويع خدماتها للمحافظة على الأرباح وحصة السوق، وفي هذه المرحلة تزداد المنافسة وتصبح مؤثرة وفعالة وشديدة، وتزداد الإعلانات والترويج لغرض المحافظة على السوق.

رابعا: مرحلة التدهور

في هذه المرحلة تبدأ الأرباح بالهبوط السريع وتقل حصة السوق والمبيعات وإذا إستمرت لفترة طويلة نرى أن المنطقة تنتهي نهائيا أي سوف لا يزورها أي سائح إلا إذا تم صرف مبالغ كبيرة على الإعلان والترويج وتحسين الخدمات، تحتاج هذه المرحلة إلى جهود كبيرة لبحوث السوق والتخطيط السياحي والتنفيذ وجعل المنتج يبقى في مرحلة النضوج.

المطلب الثالث: مكونات وخصائص الخدمات السياحية

أولا: خصائص المنتج السياحي¹

1. تأثير السوق السياحية بالموسمية: حيث يطلق عليه موسم الذروة وهو موسم الطلب السياحي وإزداد عدد السياح، وأيضا موسم الكساد الذي ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائيا، وأيضا موسم وسط والذي يتذبذب فيه الطلب من يوم إلى آخر ومدى مناطق معينة من العالم إذ يكون الجو معتدل على مدار السنة.

2. إستحالة نقل أو خزن المنتج السياحي: لا يمكن خزن طاقات الإيواء أو مقاعد الطائرة أو مقاعد المطعم، وعدم إشغالها يعتبر خسارة للسياحة.

3. عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير: أي صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى إستخدام آخر، أي لا يمكن تحويل الفندق إلى مطار في وقت قصير.

4. تباين قطاعات السوق السياحي: قد تتباين مستويات الدخل بالنسبة للسواح وهذا يؤدي إلى صعوبة التأثير فيهم وإقناعهم بشكل جماعي وصعوبة توفير خدمات التي يرغبها السائح.

¹ أحمد محمود مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 52 53

5. المرونة العالية للطلب السياحي فيما يتعلق بالظروف الاقتصادية والقوة الشرائية.

ثانيا: مكونات المنتج السياحي¹

_عناصر الجذب السياحي

_التجهيزات

_سهولة الوصول

أما الترويج فيشمل قنوات توصيل المعلومات إلى السواح سواء كانت عن طريق وكلاء السفر او عن طريق الراديو أو التلفزيون أو السينما أو القمر الصناعي.

¹أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص53

المبحث الثاني: أنواع وأساليب تسويق الخدمات السياحية

المطلب الأول: أنواع الخدمات السياحية

تشمل هذه الأنواع على أنواع مهمة يمكن إيجازها كما يلي:¹

1. **الإيواء:** وتشمل خدمات الفنادق، و الموتيلات، أو الأكواخ المؤقتة، و الشقق المفروشة للسياح.

2. **النقل:** وتشمل خدمات سياحية وفندقية تقدم للسياح لتسهيل نقلهم من مكان إلى مكان آخر من خلال توفير خدمات سياحية مثل الطرق والسكك الحديدية والمائية، وباصات وقطارات سياحية مريحة وغيرها من وسائل النقل المختلفة.

3. **الطعام والشراب:** وتشمل خدمات طعام وشراب تقدم للسياح في طريقهم للمنطقة السياحية أو الفنادق المراد الإقامة فيها .

4. **خدمات سياحية تكميلية وترفيهية أخرى:** وتشمل خدمات رياضية تمكن السياح من ممارسة أو المشاركة الفعالة في الأنشطة الرياضية المختلفة، وخدمات ثقافية كمسارح ودور السينما والكازينوهات وأماكن العبادة الدينية، وخدمات الإستقبال والتنظيم كمكاتب السياحة والسفر، وخدمات إجتماعية عامة تشتمل على بنية تحتية عامة مثل المرافق الصحية والعلاجية ومرافق الأمن وإنقااض الحياة.

المطلب الثاني: عناصر المزيج التسويقي السياحي²

1. **سياسة الخدمة:** و تشمل المدى الواسع في حالات تكيف الخدمة وتعديلها لما هو مناسب للحالة المطلوبة، كما أن الجهات المقدمة للخدمة تبادر في تقديم ما لا يتوقعه الزبائن.

2. **السعر:** إن السعر يصعب تقديره في المنظمات وخاصة عند تقديم المنظمة خدمات متنوعة عديدة لا يستطيع المسوق معرفة معدل تكاليف إنتاج وحدة واحدة من الخدمة، وبذلك من الصعب جدا على هذا المسوق تحديد معدل أسعار البيع.

ويلعب السعر دورا هاما وبارزا في إعطاء صورة واضحة عن نوعية الخدمات التي يجري تقديمها، حيث عندما تعين العناصر المادية الملموس للمنتوج يلجأ الزبائن إلى ربط الأسعار العالية بالمستويات العالمية للأداء وفقا لخصائص وسمات الخدمات الأساسية، ومن أجل تحديد وتعيين معنى مصطلح القيمة فقد أجرت أبحاث عن الأطعمة والمشروبات ثم التوصل من خلالها إلى مايلي:

أ. القيمة هي السعر المنخفض.

¹ عصام حسن السعدي، مرجع سبق ذكره ص 57

² عصام حسن السعدي، مرجع سابق، ص 59

ب. القيمة هي النوعية التي أحصل عليها مقابل السعر الذي أدفعه.

ج. القيمة هي ما أحصل عليه مقابل ما أعطي.

وتم التوصل إلى أنه إذا كان الفرق الإيجابي بين الفوائد الملموسة وبين التكاليف والنفقات الملموسة كبيراً كلما كانت القيمة النهائية الصافية عالية، ويستطيع المسوق أن يزيد ويرفع من القيمة النهائية الصافية لأي منتج كان، إما من خلال إضافة فوائد ومنافع أو من خلال تقليل وتقليص النفقات.

3. الترويج: هناك متطلبات للمنظمات من البحث عن نظام النقل. المعلومات حول خدماتها وفوائدها وثم إيصالها للزبائن. يجب على الترويج أن يركز على التعابير المادية الملموسة للخدمات المختلفة والتي تكون بطبيعتها سهلة الإدراك والاستيعاب من قبل المستفيدين.

4. التوزيع: وهي قنوات لتوزيع الخدمات بشكل أكبر من قنوات توزيع السلع وذلك بسبب اللامادية واللاملموسية عند الخدمات وهو يستخدم ويستغل قنوات تصريف وتوزيع أقصر على نحو نموذجي. كما أن قنوات توزيع الخدمة السياحية تشمل:¹

أ. الزبون

ب. الوسيط

ج. المنظمة الخدمية

ويكون الهدف التسويقي كمايلي:

أ. وصول العملاء للفندق

ب. تحقيق حاجات ورغبات العملاء

ج. توجيه العملاء إلى الفندق

د. اختيار السياح القادمين لحضور مؤتمرات أو للسياحة العلاجية

هـ. ابتكار مزيج تسويقي والذي من خلاله يتم اشباع حاجات الهدف التسويقي

المطلب الثالث: وسائل تسويق الخدمات السياحية²

1. الدعاية السياحية الداخلية: إن الإعداد السياحي يجب أن يسير جنباً إلى جنب مع عملية التسويق السياحي والقاعدة الدعاية التي تخدمه، وتعد الخدمة الفندقية المرضية على إختلاف مستويات الفنادق ودرجاتها الميسرة للسائحين سواء في التفتيش الجمركي أو النقد والمواصلات المريحة المعدة إعداداً محكماً

¹ عصام حسن السعيد، مرجع سبق ذكره ص ص 59 ، 60

² عصام حسن السعيد، مرجع سبق ذكره، ص ص 61، 60

لتوصيل السائحين الفرادى وسائحي المجموعات إلى الفنادق التي ينولون فيها وفي بلوغهم المقاصد من الرحلات السياحية الداخلية التي يقومون بها. وكذلك انتشار الحدائق والنافورات ونظافة المدن وحسن المعاملة للمواطنين السائحين وعدم استغلالها وعدم انتشار تجار العملة الصعبة وتنوع الرحلات الداخلية وأحكام تنظيمها والإعداد لأماكن السياحة من الأمور المهمة التي تساعد على زيادة أعداد السائحين في تمديد مدة إقامتهم وزيادة الدخل السياحي.

2. الدعاية السياحية الخارجية: والتي تهدف إلى التقريب بين الطلب والعرض السياحي، أي إيصال ما يكون عرضا سياحيا داخل البلد المعين إلى السائحين المحتملين في الأسواق السياحية المختلفة. كما يجب على وسائل الدعاية أن يشتمل على أمرين هامين هما: أ. خلق وتوجيه الحاجة السياحية "الطلب السياحي"

ب. تسهيل الحصول على المعلومات الكاملة على مدى ونوع وكيفية "العرض الساعي"

يجب أن تتوفر في المادة الدعائية مايلي:

1. التنوع والتطور بحيث تلائم المادة السياحية مختلف الأذواق في الأسواق السياحية.
2. الصدق بحيث تبني المادة الدعائية على معلومات حقيقية لا يوجد فيها مبالغة، حيث أن السائحون سرعان مايكتشفون أي مبالغة عندما يقومون بزيارة البلد السياحي من خلال الدعاية المقدمة فيها.
3. استمرارية الحملات الدعائية وانتظامها لفترات طويلة.

المبحث الثالث: طبيعة نشاط الخدمات السياحية

المطلب الأول: أسس ومقومات الجذب السياحي¹

تتمثل عناصر الجذب السياحي في عناصر الجذب الطبيعية وعناصر جذب من صنع الإنسان وعناصر جذب خاصة، نلخصها فيما يلي:

1. دعم الأنشطة السياحية بكافة أنواعها

2. الإهتمام بالمواقع الأثرية والتراثية والسياحية

3. تعبيد الطرق المؤدية للمواقع السياحية والعناية بها ونظافتها

4. مشاركة المواطنين والمؤسسات الأهلية والحكومية من خلال توفير السكن المناسب والطعام والتنقل اللائق للسواح والزائرين

5. فتح أبواب البلد للسواح والزائرين وتقديم التسهيلات الضرورية لهم

6. رفع شعار النظافة من الإيمان والعمل على تحقيق ذلك من قبل المواطنين والمسؤولين والإهتمام به من قبل وسائل الإعلام الوطنية

7. إبراز صفة الصدق في التعامل وتقديم الخدمات الإنسانية حتى تكون هذه الصفة هي ميزة المؤسسات والشركات والمواطنين الذين يتعاملون مع السواح

بهذه النقاط وغيرها سيتحقق مستقبل النهضة السياحية لكل بلد ينشدها، فهل هناك من شك في أن السياحة والسفر كانا وليزال الأساس في التعارف وتبادل المصالح ما بين البلدان المجاورة والتي ترتبط بوشاح اللغة أو العقيدة، أن المصالح تأتي لتحصيل حاصل لهذا التقارب والتبادل السياحي والزيارات، وأخيرا لمن يريد التعرف على المعالم السياحية والتراثية في عالمنا، إن مجلة السياحة تنقل القارئ عن طريق المعلومات والصور الجميلة إلى تاريخ وحضارات ومعالم الشعوب، وتفتح أبواب السياحة للمؤسسات العالمية ولكن من له إهتمامات في هذا المجال من أجل المعرفة.

المطلب الثاني: عوامل ومحددات السوق السياحية

أولا: العرض السياحي²

هي تقديم الخدمات السياحية أو ماتعرضه المنظمة السياحية إلى سواحها الفعليين أو المتوقعين، ويتضمن عوامل الجذب الطبيعية والصناعية والتاريخية التي هي من صنع الإنسان أو الطبيعة وكذلك الخدمات والسلع والتي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله على بلد آخر أو مكان آخر.

¹ أحمد محمود مقابلة، مرجع سبق ذكره،

ص 23

² أحمد محمود مقابلة، مرجع سبق ذكره،

ص ص 57،

56

مكونات العرض السياحي:

1. المكونات الطبيعية وتشمل :

أ_ المناخ (الشمس/الهواء/الصخور/الجبال... إلخ.

ب_ الغابات.

ج_ هيئة الأرض والمناظر الطبيعية.

د_ المياه الكبرى.

2. المكونات التي هي من صنع الإنسان وتشمل:

أ_ الآثار التاريخية والثقافية والدينية القديمة والأحداث التقليدية مثل: مهرجانات وطنية أو محلية... إلخ

ب_ التقدم العلمي والتكنولوجي مثل: نهر ليبيا العظيم وهذا النهر من صنع الإنسان ويهدف لجلب الماء إلى

الصحراء

ج_ البنية التحتية والفوقية

د_ وسائل المواصلات السياحية

هـ_ طريقة حياة الناس

ثانيا: الطلب السياحي¹

هي الكمية التي تنوي مجموعة معينة من المستهلكين شرائها من سلعة، وبسعر محدد في زمان ومكان

محددين ويمكن قياس مستوى الطلب أو حجمه في أسعار مختلفة من خلال إفتراض بقاء العوامل الأخرى

المؤثرات على الطلب على حالها، إن العوامل المركبة التي تؤثر أو تحكم السائح في السفر إلى منطقة ما

هي مختلفة إلى الدرجة التي تجعل الطلب السياحي يبدو مختلفا.

خصائص الطلب السياحي:

1. الحساسية

2. المرونة

3. الموسمية

4. المنافسة

5. التوسع

6. عدم التكرار

¹ أحمد محمود مقابلة، مرجع سبق ذكره ص ص 61، 60، 59

العوامل التي تساعد على زيادة الطلب السياحي:

_الإرتفاع المستمر في الدخول حيث يشجع زيادة الدخل على الإستفادة من الخدمات السياحية والترحال واكتساب المعارف والخبرات.

_الهجرة من الريف إلى المدينة وخاصة في الدول النامية والتي تجعل إزدياد الطلب على الخدمات في المدينة وتعد الحياة وهذا يساعد على تطور السياحة والسفر.

_التطور المستمر في وسائل النقل والمواصلات والاتصالات ومأتاحته من إمكانيات الإنتقال السريع لأي مكان في العالم إذا أن تطور وتقدم وسائل النقل أدى إلى إلغاء المسافات في العالم، وأصبح العالم قرية صغيرة من السهولة التنقل من مكان لآخر وبساعات محدودة.

_التطور المستمر في مستوى المعيشة وزيادة أوقات الفراغ وحتى العاملين في الحصول على إجازات مدفوعة الأجر.

أنواع الطلب السياحي:¹

1.الطلب السياحي العام:وهو الطلب على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بصرف النظر على النوع والوقت أو المدة.

2.الطلب السياحي الخاص:يرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته وإحتياجاته،واختص ذلك بإشباع رغبات السواح.

3.الطلب السياحي المشتق:يرتبط هذا النوع من الطلب على الخدمات السياحية المكمل أو المكونة للبرنامج السياحي،مثل الطلب على الفنادق،الطلب على شركات الطيران أو النقل السياحي.

المطلب الثالث:عملية ترويج الخدمات السياحية

هناك مجموعة من الاختلافات في عملية ترويج الخدمات السياحية قياسا على ترويج السلع،هذه الاختلافات نردها فيما يلي:

أولا:إختلافات نردها إلى خصائص الصناعات الخدمية السياحية،يمكن توضيحها بالشكل التالي:

1.الإفتقار إلى التوجه التسويقي:

هناك صناعات خدمية سياحية تعتبر نفسها مجرد منتجة للخدمات وليست مؤسسات معنية بخدمات أو تلبية حاجات المستفيدين، فالمدراء العاملون فيها غير مدربين وغير ماهرين وغير مدركين للدور الذي قد يلعبه الترويج في إطار التسويق.

¹أحمد محمود مقابلة، ص ص63، 62

2. وجود معوقات مهنية وأخلاقية:

فالعادات والتقاليد وأخلاقيات المهنة قد تمنع بعض مؤسسات الضيافة من اللجوء إلى أساليب وأشكال ترويجية معينة فهذه الأساليب قد تسيء إلى دين أو مذهب أو معتقد أو قد تسيء إلى الآداب العامة.

المطلب الثالث: عملية ترويج الخدمات السياحية

هناك مجموعة من الاختلافات في عملية ترويج الخدمات السياحية قياساً على ترويج السلع، هذه الاختلافات نوردتها فيما يلي:¹

أولاً: اختلافات نوردتها إلى خصائص الصناعات الخدمية السياحية، يمكن توضيحها بالشكل التالي:

1. الإفتقار إلى التوجه التسويقي:

هناك صناعات خدمية سياحية تعتبر نفسها مجرد منتجة للخدمات وليست مؤسسات معينة بخدمات أو تلبية حاجات المستفيدين، فالمدرء العاملون فيها غير مدربين وغير ماهرين وغير مدركين للدور الذي قد يلعبه الترويج في إطار التسويق.

2. وجود معوقات مهنية وأخلاقية:

فالعادات والتقاليد وأخلاقيات المهنة قد تمنع بعض مؤسسات الضيافة من اللجوء إلى أساليب وأشكال ترويجية معينة فهذه الأساليب قد تسيء إلى دين أو مذهب أو معتقد أو قد تسيء إلى الآداب العامة.

3. محدودية حجم/نشاط عمليات الخدمة:

يوجد عديد من عمليات الخدمة ذات المحدودية في الحجم والأبعاد مثال ذلك عمليات الخدمة التي يديرها شخص واحد، ومثل هذه المنشآت أو الوحدات الخدمية لا تعتبر نفسها كبيرة بما يكفي لتبرير الإنفاق على التسويق بشكل عام والترويج بشكل خاص.

4. طبيعة المنافسة وظروف السوق:²

توجد مؤسسات سياحية ليست بحاجة إلى الترويج لخدماتها بشكل مكثف لأنها ببساطة غير قادرة على التعامل مع حجم العمل الحالي الذي بين يديها ومثل هذه المؤسسات لاتعي أو تدرك أهمية الترويج على المدى البعيد في إدانة موقعها وترخيصه في السوق قد تشهد منافسة شديدة في المستقبل.

¹ مصطفى يوسف كافي، وسائل الإتصال ودور الترويج في ترقية الخدمات السياحية، الطبعة الأولى 2017، عمان،

ص 179

² مصطفى يوسف كافي، نفس المرجع، ص 180

5. نظرة قاصرة لطرق الترويج المتاحة:¹

قد لا تعرف بعض المؤسسات السياحية عن وجود طرق وأساليب ترويجية كثيرة يمكن اللجوء إليها وقد تدرك المؤسسات ذلك، لكن نظرتها لطرق الترويج المتاحة قد تكون قاصرة أو محدودة.

6. طبيعة الخدمة:

حيث أن طبيعة الخدمة نفسها قد تحول دون استخدام عناصر ترويجية معينة على نطاق واسع.

ثانياً: إختلافات نورها إلى خصائص الخدمة

إن الأدلة المتاحة في الوقت الراهن تشير إلى وجود عدة جوانب من التشابه والتماثل بين سلوك المشتري في مجالي تسويق الخدمات السياحية وتسويق السلع وبالرغم من ذلك توجد بعض الإختلافات المهمة وأغلبها يتعلق بالنواحي التالية:

1. مواقف واتجاهات السائح:

إن لمواقف واتجاهات السائح تأثيرات كبيرة على قرارات الشراء وبالنظر لخصية اللاملموسية في الخدمات السياحية فإن مواقف واتجاهات المستفيد تعتبر حاسمة تسويقية، وعليه فإن المستفيد غالباً ما يعتمد أو يعول على انطباعاته الإشتهادية بخصوص الخدمة السياحية، ويعول في نفس الوقت على أداء البائع أو مورد الخدمة عند الشراء، ونجد أن هناك بعدان اثنان لمواقف واتجاهات السائح إزاء موردي أو بائعي الخدمة والمؤسسات السياحية وهما:

أ- هناك إدراك مفاده أن الخدمات السياحية هي شخصية أكثر من السلع.

ب- غالباً ما يكون الزبائن أقل رضا عند شراء الخدمات.

2. حاجات ودوافع الشراء:

هناك حاجة مهمة في شراء السلع والخدمات وهي الرغبة للحصول على إهتمام شخصي وإن اشباع هذه الحاجة (بمعنى زيادة الإهتمام بالمستفيد والإنتباه إليه بشكل شخصي) هي واحدة من الأساليب التي تتبعها مؤسسة الضيافة لتمييز خدماتها عن تلك المقدمة من قبل المنافسين.

3. عملية الشراء:²

إن شراء الخدمة ينطوي على مخاطرة وسبب ذلك يعود جزئياً إلى أنه من الصعب على المستفيد تقييم جودة وقيمة الخدمة بالمقارنة مع السلعة.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 181، ص 180
² مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 181، ص 180

كما أنه في حالات شراء الخدمات يلعب الأصدقاء والجيران والكلمة المنطوقة دورا هاما وأحيانا حاسما في التأثير على قرارات الشراء.

إن لهذه التأثيرات الشخصية إنعكاسات تسويقية مهمة هي:

- أ- الحاجة إلى تطوير علاقات مهنية بين موردي الخدمة والمستفيدين منها.
- ب- الحاجة إلى بذل جهود ترويجية بالإعتماد على إتصالات الكلمة المنطوقة.
- ت- ضرورة إنتهاج وسائل البيع الشخصي بدلا من الإعتماد على الإعلانات المكثفة التي تتسم بدرجة عالية من الشخصية.

خلاصة الفصل:

مما سبق يتضح بأن السياحة أصبحت أحد أكبر وأهم الظواهر الاقتصادية والإجتماعية في عالم اليوم ، فبعد أن كانت السياحة نشاطا يقتصر على فئة قليلة من الأثرياء في بداية القرن العشرين أصبحت ظاهرة جماهيرية خاصة في البلدان الأكثر نموا بحلول السبعينات وغدت في متناول فئات أوسع من الناس في معظم البلدان بسبب تحسن الظروف المعيشية والعمل، وتطور وسائل النقل وظهور الحاجة إلى الراحة والترفيه أثناء العطل والإجازات.

ويستفاد أيضا بأن السياحة صناعة قائمة ومتكاملة، تتضمن التخطيط والإستثمار في المرافق التي لها علاقة بالنشاط السياحي والتسويق والترويج، وهذا ما أضفى على النشاط السياحي خصوصية من حيث إتساع مفاهيمه وأنشطته التي تتميز عن باقي الأنشطة الاقتصادية.

الفصل الثالث

دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية وتمويل القطاع السياحي

تمهيد:

بعد الدراسة النظرية لموضوعنا هذا والخاص بالتمويل البنكي لقطاع السياحة عن طريق القروض السياحية كما لابد علينا من دراسة تطبيقية حول الموضوع.

ويعد بنك التنمية المحلية من بين المؤسسات الرائدة في الجزائر، فلقد تعددت مهامه منذ تأسيسه، حيث خاض ولا يزال يخوض في قطاعات حساسة في البلاد، مما جعله بنك ذو أهمية ومسؤولية.فهو يمس أغلب القطاعات الموجودة في الجزائر، ويعمل على تنميتها وتحسينها، فبالإضافة لمهامه العادية والتي تتمثل في فتح الحسابات بكل العملات النقدية وتبادلها والإدخار البنكي وعملية التحويل...إلخ، فهو يقوم بتقديم قروض خاصة بالقطاع السياحي الذي هو محل دراستنا.

وعلى هذا الأساس يتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث تتمثل في:

المبحث الأول:بطاقة تعريف لبنك التنمية المحليةBDL.

المبحث الثاني:كيفية الحصول على القروض السياحية لدى بنك التنمية المحليةBDL.

المبحث الثالث:دراسة تطبيقية لطلب قرض سياحي لدىBDL .

المبحث الأول: بطاقة تعريفية لبنك التنمية المحلية BDL

يعتبر بنك التنمية المحلية من أبرز البنوك التجارية في الجزائر بالإضافة إلى تمويله لمختلف المشاريع الإستثمارية، يقوم بتقديم قروض عقارية لهذا سنحاول من خلال هذا المبحث لمحة تاريخية عن بنك التنمية المحلية banque de développement local نشأته، مهامه، أهدافه والهيكل التنظيمي له.

المطلب الأول: التعريف ببنك التنمية المحلية ونشأته

بنك التنمية المحلية هو مؤسسة مالية عمومية انشأت بعد الإصلاحات التي طرأت على النظام البنكي الجزائري سنة 1982 أسس هذا البنك بموجب المرسوم رقم 85_85 المؤرخ في 30-04-1985 بمبادرة من القرض الشعبي الجزائري CPA والذي انبثق عنه برغبته من الحكومة آنذاك التي كانت تسعى إلى تمويل عمليات البنى التحتية العقارية وإلى تمويل المناطق المختلفة من البلاد إن هذه المناطق لم تلقى نصيبها من التمويل خصوصا وأن البنوك الجزائرية الأخرى كانت لها أهداف محددة بتنمية القطاعات المصرفية وقد فرضت التطورات قيام بنك من هذا النوع، الأمر الذي يفسر تأخر تأسيس بنك التنمية المحلية 20 سنة بعد الإستقلال تقريبا حيث تغير آخر بنك تجاري تم تأسيسه في الجزائر قبل الدخول في مرحلة الإصلاحات أي أحدث البنوك في الجزائر فقد سبق إنشاء هذا البنك تأسيس الدولة المؤسسات المحلية التي تتكفل بأعمال المقاولات والخدمات الموجهة لتنمية الولايات والمدن المتنامية الأطراف.

إن هذه المؤسسات بأشكالها المختلفة فرضت قيام بنك متخصص بخدمتها فكان نشوء بنك التنمية المحلية الذي استقل عن القرض الشعبي الجزائري ابتداء من 20 فيفري 1989 م وذلك بموجب المرسوم 88-04 المتعلق بإستقلالية المؤسسات العمومية والتي يتم تحويلها إلى شركات ذات أسهم الذي أخذ نحو 35 فرع من فروع القرض الشعبي الجزائري منتشرة في المناطق والولايات وجمعها تحت اسم هذا البنك، لقد تأسس بنك التنمية المحلية برأس مال قدره نصف مليار دينار في إطار إعادة تنظيم شبكة المؤسسة النقدية والبنكية التي تستجيب لحاجيات التجهيز الجهوي والمحلي لتحقيق نوع من التكامل الإستراتيجي في تنمية الجهات المحلية والتحكم أكثر في الجهاز المصرفي لقد كانت نشاطات البنك في المرحلة الأولى تكمن في الإدخار فتح الحسابات للزبائن بالإضافة إلى تقديم محدود للقروض القصيرة والمتوسطة الأجل للمؤسسات لآكن بعد تكوين البنك لكتلة نقدية تمكنه من توسيع نشاطه ففكر مسؤولو البنك في الدخول في عمليات التمويل المختلفة لكي تصبح في وقتنا الحالي من بين البنوك العمومية التي تحقق أحسن النتائج

يتواجد المقر الرئيسي لبنك التنمية المحلية ب 5 شارع قاسي أحمد بسطا والي ويحتوي مقره العام على 15 مديرية جهوية وتمتد شبكة فروعها لتغطي كافة انحاء البلاد ب 151 وكالة منها:

52 وكالة بوسط البلاد تابعة ل 5 مديريات جهوية 44 وكالة بشرق البلاد تابعة ل 4 مديريات جهوية 15 وكالة بجنوب البلاد تابعة لمديريتين جهويتين 40 وكالة، بغرب البلاد تابعة ل 40 مديرية جهوية إن هذه المديريات الجهوية خاضعة للمديريات العامة إضافة إلى 5 وكالات خاضعة بالرهانات، فنفضل هذه الوكالات الموزعة تقريبا على كل التراب الوطني، استطاع بنك التنمية المحلية أن يقترب قدر الإستطاعة من المستهلكين والمستثمرين بمختلف خدماته التي تهدف إلى:

-تشجيع الادخار .

- استعمال تلك الإذخارات لمنحها كقروض قصيرة ومتوسطة الأجل.
- جمع الفوائد الناجمة عن القروض لتمويل الاستثمارات الطويلة الأجل.
- تشجيع المواطنين ذوي الدخل الضعيف والمتوسطة في اقتناء حاجياتهم بمنحهم قروض الإستهلاك.

المطلب الثاني: مهام وأهداف بنك التنمية المحلية

لبنك التنمية المحلية مهام وأهداف كثيرة نذكرها فيما يلي:

الفرع الأول: مهام بنك التنمية المحلية

إن المهام الأساسية لبنك التنمية المحلية هو تنفيذ جميع العمليات البنكية ومنح القروض بمختلف أنواعها والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للجماعات المحلية، ولبنك التنمية المحلية عدة مهام نذكر منها:

1. جمع الودائع، حين أن الموارد المالية الموجودة في البنك عبارة عن الأصول التي يودعها الأفراد والمؤسسات التي تكون موجهة إما لكي تمثل نفقات عبر الزمن أو تكون للحديقة والحذر.
2. منح قروض للإستثمار (قروض متوسطة الأجل، قروض طويلة الأجل، الإعتماد الإيجاري....)
3. منح قروض للإستهلاك.
4. إنشاء أو فتح حسابات جارية للأفراد أو المؤسسات وذلك من أجل تحصيل ودائعهم المودعة في البنوك، أما الإذخار فيتمثل في ودائع على دفاتر الإذخار .
5. تعبئة الإعتمادات الموافق عليها تبعا للمخططات الوطنية المالية.
6. عمليات الصرف وتحويل العملات.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية و تمويل القطاع السياحي

وعليه يقوم بنك التنمية المحلية بتقديم قروض استثمارية سياحية متنوعة فهي تختلف من حيث معدل الفائدة فترة التأجيل...إلخ.

من خلال هذا المنطلق فإن بنك التنمية المحلية يخدم الدرجة الأولى الهيئات العامة فيمنحها قروض قصيرة متوسطة وطويلة الأجل لتمويل عمليات الإستيراد والتصدير إضافة إلى العمليات والخدمات الموجهة للقطاع الخاص في شكل قروض قصيرة ومتوسطة الأجل والتي ما لبثت أن تتزايد تزامنا مع دخول الجزائر اقتصاد السوق ، أين يكون القطاع الخاص دور أكثر مما كان عليه سابقا أثناء مرحلة الإقتصاد الاشتراكي الموجه.

الفرع الثاني: أهداف بنك التنمية المحلية

منذ تأسيس بنك التنمية المحلية منذ 1985 كان بمثابة الذراع التموي للحكومة في المناطق والولايات فيقدم التمويل والخدمات المصرفية لسكان هذه المناطق كما يعتبر أداة للتخطيط الإقتصادي تبني الدولة من خلاله مخططات عملياتها المالية القصيرة،المتوسطة والطويلة الأجل،لقد اكتسب البنك منذ نشأته إلى يومنا هذا تجربة تجعله يخوض عمار التأقلم مع المحيط الإقتصادي الذي يعرف تطورا واستحداثا لاسيما في مجال بروز خدمات مصرفية جديدة.

ومن جملة الأهداف التي سطرها البنك قصد نيل رضا وثقة المتعاملين الإقتصاديين أفراد كانوا أو مؤسسات نجد مايلي:

- 1.تمويل وترقية كل الجماعات المحلية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- 2.المساهمة المباشرة أو غير المباشرة في حل مشكل السكن وذلك عن طريق القروض العقارية الممنوحة سواء للأفراد أو التعاونيات العقارية.
- 3.فتح أبواب العمل وفرص التشغيل للحد من البطالة وذلك بمنح قروض متوسطة للشباب في اطار تشغيل الشباب.
- 4.تشجيع الصادرات والواردات بمنح قروض للتجارة الخارجية.
- 5.رفع مساهمة الجماعات المحلية في الإقتصاد الوطني.
- 6.تنفيذ المخططات والبرامج المعدة لتحقيق الأهداف المتعلقة بالهياكل والنشاطات الخاصة بمهام البنك.
- 7.كسب ثقة واحترام الزبائن وهذا بتحسين نوعية الخدمات.

8.تحقيق مردودية كيفية وكمية في الإنتاج والإنتاجية ضمن اطار منح القروض في سبيل تحقيق تنمية شاملة.

إن تحقيق هذه الأهداف لا يكون سوء باستحداث الهيئات الداخلية للبنك والتحكم اكثر من الوسائل التقنية قصد رفع حجم الموارد بأقل التكاليف وعلى البنك دائما التأقلم مع المحيط الإقتصادي الذي يعرف تطورا مستمرا واستحداثا لاسيما في مجال المعلومات المالية من خلال بروز خدمات مصرفية جديدة.

المطلب الثالث:الهيكل التنظيمي للمديرية الجهوية – بومرداس -لبنك التنمية المحلية BDL

من المعروف أن البنوك لها أعمال واسعة ومشبعة لايمكن للبنك الرئيسي القيام بهذه الأعمال لوحده، لذلك له عدة مديريات جهوية ووكالات في مختلف الولايات عبر التراب الوطني. فلك التنمية المحلية عدة فروع ووكالات ومن بين المديريات الجهوية التي قمنا بالترصص فيها هي المديرية الجهوية للإستغلال لولاية بومرداس.

الفرع الأول: التعريف بالمديرية الجهوية للإستغلال لولاية بومرداس (مديرية مجموعة الإستغلال)

مديرية مجموعة الإستغلال لولاية بومرداس هي مديرية جهوية رقمها 846 تقع بالمركب السياحي الصومام ،الطريق الوطني رقم24 بومرداس، وهي تابعة لمديرية مجموعة الإستغلال عدة وكالت تابعة لها وهي:

-وكالة بومرداس 165

-وكالة دلس143

-وكالة رغاية 148

-وكالة روبية 166

-وكالة عين طاية 140

يقسم مجمع الإستغلال إلى ثلاث أقسام رئيسية وهي:

1.قسم الرقابة من الدرجة الأولى:

وهو يتفرع إلى مصلحة المحاسبة والمراقبة خلية المراقبة من الدرجة الأولى.

2.قسم الأعمال والشؤون القانونية:

يتكون من مصلحة الأعمال القانونية ومصلحة المنازعات.

3.قسم القرض والنشاط التجاري:

يتفرع بدوره إلى مصلحة الدراسة والقرض ومصلحة الأمانة والتعهدات، مصلحة الأسهم التجارية.
4. قسم الإدارة:

ينقسم إلى مصلحتين مصلحة الوسائل العامة والمصلحة الخاصة بتسيير الموارد البشرية.

بالإضافة إلى أن مجمع الإستغلال يندرج تحت سلطة مجلس القرض والأمانة الإدارية.

الفرع الثاني: وظائف المديرية الجهوية لولاية بومرداس (مديرية مجموعة الإستغلال)

للمديرية عدة وظائف يمكن حصرها فيما يلي:

-تنسيق ومراقبة نشاط الفروع المرتبطة بها.

-تحضير مخطط يسمح لها بالهيمنة على القطاعات الاقتصادية.

-تطبيق السياسات التجارية للبنك وتطوير الشبكة التابعة لها.

-ادخال الإعلام الآلي في الطرق المستعملة لتسهيل المراقبة عن بعد لسير الوكالات الفرعية.

-متابعة استعمال ميزانية الوكالات بالمطابقة مع توجيهات المديرية العامة.

-تعتبر مسؤولية من الناحية الإدارية على الموارد المالية والمادية التي اودعت لديها أو لدى الوكالات

الفرعية المرتبطة بها.

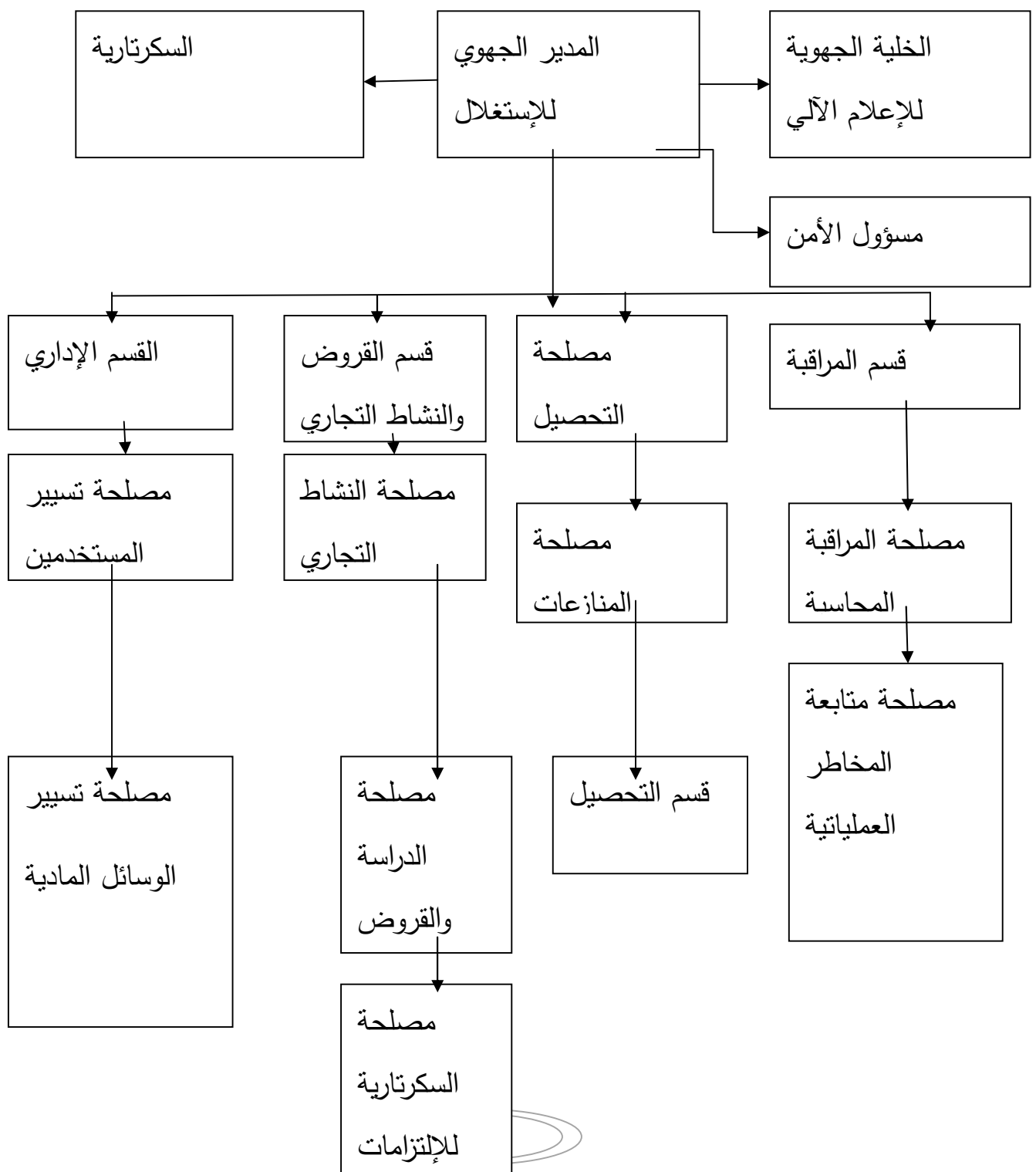
ولكن بحلول السداسي الثاني من عام 2017 قام بتغيير تنظيمه وهياكله حيث أنشأ البنك 35 قطب

تجاري لتسيير الوكالات البنكية الموزعة على كامل القطر الوطني كما قام كذلك بتحويل المديریات

الجهوية إلى أقطاب عملياتية وعددها 16 قطب وهذا في اطار عصرنة هذا البنك.

و الشكل الموالي يوضح التنظيم المعمول به حتى نهاية 2017

الشكل رقم 03-01: الهيكل التنظيمي لمديرية مجموعة الإستغلال -بومرداس-



المبحث الثاني: كيفية الحصول على القروض السياحية لدى بنك التنمية المحلية (BDL)

إن عملية تقديم طلب تمويل القروض من أهم العمليات المصرفية التي تعتبر في الوقت ذاته من أهم استخدامات البنوك للموارد المالية المتاحة لديها، إذ أن تقديم أي قرض أو تمويل مهما كانت طبيعته ينبغي أن يتم عن طريق وثائق معينة التي تشكل ملف القرض ومعتمدة في ذلك على مبادئ معينة متعارف عليها لدى الهيئات المصرفية وبناء على عقد يتضمن شروط تمويل القرض الإستثمار السياحي. وبدورها تعتبر طلبات القروض المرتبطة بالمشاريع السياحية جزءا من طلبات التمويل المتعلقة بالمشاريع الإقتصادية، حبيث على الرغم من وجود بعض الاختلافات بينها وبين هذه الأخيرة، إلا أن جميع هذه الطلبات تخضع لعملية تقييم يحدد من خلالها مدى قدرة أصحاب الطلبات على السداد ونسبة نجاح هذه المشاريع.

المطلب الأول: متطلبات الحصول على قرض مستوى BDL

حتى يمنح البنك قروض للمستثمر السياحي لابد من توفر ضمانات يقدمها صاحب المشروع لبنك التنمية المحلية حتى يستفيد هذا القرض¹

الضمانات الخاصة بقروض الإستثمار التي يمكن لصاحب المشروع عرضها على البنك:

1. رهن العقار، رهن الآلات والمعدات الصناعية، رهن العريات والمحركات.

2. الوديعة المشتركة بين الشركاء.

3. الوديعة الثلاثية لشخص واحد معتمدة.

4. الإشتراك في صندوق ضمان المؤسسات والتأمين.

شروط الحصول على القرض السياحي:

هناك مجموعة من الشروط المهمة للحصول على هذا القرض وهي:

¹ وثائق مقدمة من طرف المؤطر في المديرية الجهوية لبنك التنمية المحلية بيومرداس

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية و تمويل القطاع السياحي

1. دفع قسط خاص لتمويل المشروع من صاحب المؤسسة
 2. تحقيق أحد الضمانات السابقة الذكر
 3. الدفع المباشر للممولين
 4. احترام فقرات الإستثمار المتضمنة في الدراسة التقنو اقتصادية التي تم عرضها من طرف المرفي صاحب المشروع.
- يمكن للبنك فرض شروط أخرى لضمان انجاز المشروع ودخوله حيز الخدمة (نوعية المتدخلين لإنشاء المشروع والمعدات)
- الوثائق التي يجب إحضارها لطالب قرض.
- طلب خطي للحصول على قرض سياحي: طلب خطي للمؤسسة، يحدد نوع القرض وقيمه المادية والمدة الزمنية للقرض، موضوع القرض، الضمانات التي يرغب طالب القرض في تقديمها بالمقابل.

1. الوثائق الإدارية والقانونية هي كالتالي:

- طلب القرض موقع ومختوم من طرف صاحب المؤسسة طالب القرض أو الشخص المخول لذلك.
- بيان الجمعية العامة للمساهمين من خلالها تسمح للمسير أو المدير العام للمؤسسة لاتصال بالبنك.
- تقرير تقييم مختصين لقيمة العقار الذي تم رهنه مقابل الحصول على القرض.
- نسخة طبق الأصل عن السجل التجاري.
- نسخة طبق الأصل لنشرة الرسمية للإعلانات القانونية.
- شهادة إيداع الحساب الاجتماعي.
- نسخة طبق الأصل لعقد الكراء الخاص بمكان إنشاء النشاط التجاري أو عقد الملكية.

2. كما يجب إحضار الوثائق الضريبية التالية:

- شهادة ضريبة حديثة لا تتعدى ثلاثة (03) أشهر.
- شهادة شبه ضريبية حديثة لا تتعدى ثلاثة أشهر.
- نسخة مطابقة لبطاقة التعريف الرقمية الضريبية.

3. إضافة:

- تقديم دراسة التقنو اقتصادية مفصلة عن المشروع.
- سيرة ذاتية على مسير المشروع.

- الخبرة والمؤهلات المهنية للمركبي في مجال الإستثمار .
- فاتورة المشروع حديثة لاتقل على ثلاثة أشهر .
- قيمة تقريبية لأشغال التي تم انجازها والتي سيتم انجازها .
- ترخيص والإعتماد من طرف الجهات الوصية التي تسمح للزبون بممارسة نشاطه المشروع .

المبحث الثاني: كيفية الحصول على القروض السياحية لدى بنك التنمية المحلية (BDL)

إن عملية تقديم طلب تمويل القروض من أهم العمليات المصرفية التي تعتبر في الوقت ذاته من أهم إستخدامات البنوك للموارد المالية المتاحة لديها، إذ أن تقديم أي قرض أو تمويل مهما كانت طبيعته ينبغي أن يتم عن طريق وثائق معينة أي تشكل ملف القرض ومعتمدة في ذلك على مبادئ معينة متعارف عليها لدى الهيئات المصرفية وبناء على عقد يتضمن شروط لتمويل القرض الإستثماري السياحي .

وبدورها تعتبر طلبات القروض المرتبطة بالمشاريع السياحية جزء من طلبات التمويل المتعلقة بالمشاريع الإقتصادية، حيث على الرغم من وجود بعض الإختلافات بينها وبين هذه الأخيرة، إلى أن جميع هذه الطلبات تخضع لعملية تقييم يحدد من خلالها مدى قدرة أصحاب الطلبات على السداد ونسبة نجاح هذه المشاريع .

المطلب الأول: متطلبات الحصول على قرض على مستوى BDL

حتى يمنح البنك قروض للمستثمر السياحي لا بد من توفر ضمانات يقدمها صاحب المشروع لبنك التنمية المحلية حتى يستفيد هذا القرض .

الضمانات الخاصة بقروض الإستثمار التي يمكن لصاحب المشروع عرضها على البنك :

1. رهن العقار، رهن الآلات والمعدات الصناعية، رهن العربات والمحركات .

2. الوديعة المشتركة بين الشركاء .

3. الوديعة الثلاثية لشخص واحد معتمدة .

4. الإشتراك في صندوق ضمان المؤسسات والتأمين .

- شروط الحصول على القرض السياحي :

هناك مجموعة من الشروط المهمة للحصول على القرض وهي :

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية و تمويل القطاع السياحي

1. دفع قسط خاص لتمويل المشروع من صاحب المؤسسة.
 2. تحقيق أحد الضمانات السابقة الذكر.
 3. الدفع المباشر للممولين.
 4. إحترام فقرات الإستثمار المتضمنة في الدراسة التقنو اقتصادية التي تم عرضها من طرف الحرفي صاحب المشروع.
- يمكن للبنك فرض شروط أخرى لضمان إنجاز المشروع ودخوله حيز الخدمة(نوعية المتدخلين لإنشاء المشروع والمعدات).

- الوثائق التي يجب إحضارها لطالب القرض:

طلب خطي للحصول على قرض سياحي: طلب خطي للمؤسسة، يحدد نوع القرض وقيمه المادة والمدة الزمنية للقرض، موضوع القرض، الضمانات التي يرغب طالب القرض في تقديمها بالمقابل.

1. الوثائق الإدارية والقانونية هي كالتالي:

- طلب القرض موقع ومختوم من طرف صاحب المؤسسة طالب القرض والشخص المخول لذلك.
- بيان الجمعية العامة للمساهمين من خلالها تسمح للمسير أو المدير العام للمؤسسة للاتصال بالبنك.
- تقرير تقييم مختصين لقيمة العقار الذي تم رهنه مقابل الحصول على قرض.
- نسخة طبق الأصل على السجل التجاري.
- نسخة طبق الأصل على الوضع القانوني للمؤسسة بالنسبة للأشخاص المعنويين.
- نسخة طبق الأصل للنشرة الرسمية للإعلانات القانونية .
- شهادة إيداع الحساب الإجتماعي.
- نسخة طبق الأصل لعقد الكراء الخاص بمكان إنشاء النشاط التجاري أو عقد الملكية.

2. كما يجب إحضار الوثائق الضريبية التالية:

- شهادة ضريبية حديثة لا تتعدى ثلاثة أشهر.
 - شهادة شبه ضريبية حديثة لا تتعدى ثلاثة أشهر.
 - نسخة تطابقه لبطاقة التعريف الرقمية الضريبية.
3. إضافة: تقديم دراسة تقنو إقتصادية مفصلة عن المشروع.
- سيرة ذاتية على مسير المشروع.

_الخبرة والمؤهلات المهنية للممول في مجال الإستثمار.

_فاتورة المشروع حديثة لا تقل على ثلاثة أشهر.

_قيمة تقريبية للأشغال التي يتم إنجازها والتي سيتم إنجازها.

_الترخيص والإعتماد من طرف الجهات المعنية تسمح للزبون بممارسة نشاطه المشروع.

_رخصة الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار (في حالة المؤسسات التي إستفادت من إمتيازات ANPI).

كما يجب على المستثمر تقديم ملف إلى وزارة السياحة والحرف للولاية مقر المشروع من أجل الموافقة على المخططات الفندقية مكون من :

_عقد الملكية لقطعة الأرض التي سينجز فوقها المشروع.

_رخصة التعمير مسلمة من مديرية التعمير الخاصة بالقطعة الأرضية التي سينجز فوقها المشروع.

_مخططات الإنجاز المعمارية المختلفة.

المطلب الثاني: الإطار القانوني للقرض السياحي في بنك التنمية المحلية

حسب القوانين السارية المفعول فإن كل شخص طبيعي أو معنوي مقيم أو غير مقيم، والذي يملك الأهلية للإستفادة من إعتماد المصالح السياحية المختصة لوزارة السياحة له الحق في الإستفادة من إنجاز مشاريع سياحية جديدة، تعديلها أو إعادة تأهيل مشاريع موجودة.

وهناك إيطار قانوني عام وخاص ينظم الإستثمار في القطاع السياحي:

1.الإيطار القانوني العام المتعلق بالإستثمار في المجال السياحي :

هناك عدة قوانين ومراسيم تنظم ذلك، نذكر منها:

_ القانون رقم 99_01 الصادر في 1999/01/06 يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة.

_المرسوم التنفيذي رقم 2000_130 مؤرخ في 2000/07/11 يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط ذلك.

2.الإيطار القانوني الخاص المتعلق بالإستثمار في المجال السياحي:

يتمثل في قانون المالية التكميلي لسنة 2009 الذي ينص في مادتيه 79 و 80 على أن المشاريع السياحية لها الأولوية في الإستفادة من نسب الفوائد المخفضة في التمويل كالتالي:

المادة 79: الإستثمارات في المشاريع السياحية المنجزة في الولايات الشمالية والجنوبية تستفيد على التوالي من نسب فوائد منخفضة 3% و 4.5% من معدل الفائدة المطبق من قبل البنوك.

المادة 80: النشاطات التي تنطوي تحت اطار تحديث المنشآت السياحية والفندقية المنجزة والمدرجة في إيطار محطط نوعية السياحة والواقعة في ولايات الشمال وكذا الجنوب تنقيد كذلك من نسب فائدة منخفضة 3% و 4.5% على التوالي من معدل الفائدة المطبق من طرف البنك، ولكي يكون

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية و تمويل القطاع السياحي

للمستثمر السياحي أحقية في الإستفادة من القرض ذو الفوائد المنخفضة يجب أن يملك إتفاقية الإنخراط في مخطط نوعية السياحة الصادرة عن مصالح الوزارة المكلفة بالسياحة.

المطلب الثالث: تطور منح القروض السياحية للمديرية الجهوية لبنك التنمية المحلية خلال سنوات

2015/2014/2013

تطرقنا في هذا المطلب إلى دراسة وتحليل واقع تمويل القطاع السياحي من طرف بنك التنمية المحلية بالنسبة للقطاعات الأخرى مع إسقاط هذه الدراسة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإعتبارها الأكثر تمويلا من طرف هذا البنك المختص في تطوير المشاريع التنموية بصفة عامة.

و الجدول التالي يبين تموقع قطاع السياحة بالنسبة للقطاعات الأخرى في مجال التمويل وكذلك تطور

منحة القروض خلال سنوات 2013-2014 و2015

جدول رقم 1-3 نسبة استفادة قطاع السياحة من القروض المصرفية على مستوى البنك

Branches d'activités	Année 2014				Année 2015				Evolution 2015/2014		
	Niveau central	Niveau régional	Total	Structure	Niveau central	Niveau régional	Total	Structure	Niveau central	Niveau régional	Total
				%				%			
INDUSTRIE	58 660	1 935	60 595	25%	78 011	2 618	80 629	29%	33%	35%	33%
COMMERC E	57 567	5 062	62 629	26%	76 460	6 084	82 544	30%	33%	20%	32%
BTP	84 648	10 631	95 279	40%	78 625	7 032	85 657	31%	-7%	-34%	-10%
SERVICE	6 974	2 311	9 285	4%	8 948	2 539	11 487	4%	28%	10%	24%
TOURISME	5 270	100	5 370	2%	11 304	97	11 401	4%	114%	-3%	112%
ARTISANS/ P.Libérale	2 329	168	2 497	1%	19	73	92	0%	-99%	-56%	-96%

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية و تمويل القطاع السياحي

TRANSPOR T	4 018	918	4 936	2%	2 614	805	3 419	1%	-35%	-12%	-31%
AGRICULTU RE	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0
Total Crédits autorisés	228 466	21 125	249 591	100%	255 984	19 250	275 234	100%	12%	-9%	10%
Secteur Privé	206 037	21 106	227 143	91%	239 746	19 211	258 957	94%	16%	-9%	14%
Secteur Public	22 429	19	22 448	9%	16 238	38	16 276	6%	-28%	100%	-27%

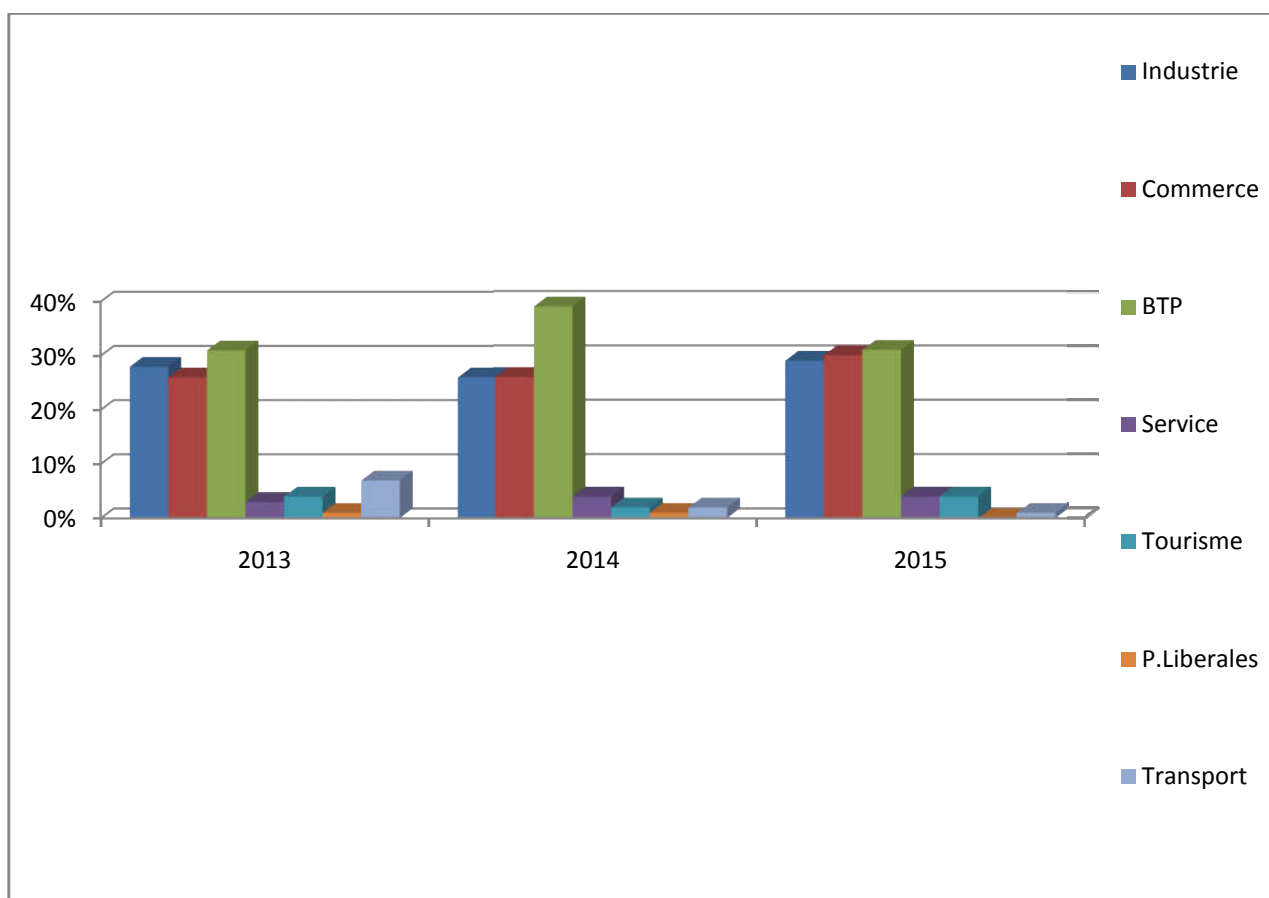
Branches d'activités	Année 2013				Année 2014				Evolution 2014/2013		
	Niveau central	Nivea u régio nal	Total	Struct	Niveau central	Niveau région al	Total	Struct	Niveau central	Nivea u région al	Total
				ure %				ure %			
INDUSTRIE	81 128	2152	83 280	28%	58 660	1935	60 595	25%	-28%	-10%	-27%
COMMERC E	70 673	6395	77 068	26%	66 567	5062	71 629	29%	-6%	-21%	-7%
BTP	86 555	5656	92 211	31%	84 649	10631	95 280	37%	-2%	88%	3%
SERVICE	6 931	1635	8 566	3%	6 974	2311	9 285	4%	1%	41%	8%
TOURISME	10 246	65	10 311	4%	5 270	100	5 370	2%	-49%	54%	-48%
ARTISANS/ P.LIBERALE	2 958	140	3 098	1%	2 329	168	2 497	1%	-21%	20%	-19%

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية و تمويل القطاع السياحي

TRANSPOR T	17 342	1180	18 522	6%	4 018	918	4 936	2%	-77%	-22%	-73%
AGRICULTU RE			0	0%			0	0%			
Total Crédits autorisés	275 833	1722 3	293 056	100%	228 466	21125	249 591	100%	-17%	23%	-15%
Secteur Prive	226 359	1721 2	243 571	83%	206 037	21106	227 143	91%	-9%	23%	-7%
Secteur Public	49 474	11	49 485	17%	22 429	19	22 448	9%	-55%	73%	-55%

المصدر: مديرية المراقبة والتسيير, « DCG – Direction Générale » « جوان 2016 »

الشكل رقم: 2-3 يمثل نسبة تمويل البنك للقطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الأخرى



المصدر: مديرية المراقبة والتسيير, « DCG – Direction Générale » « جوان 2016 »

2013/2014/2015 على التوالي وهذا راجع للأسباب التالية:

- من خلال الدراسة الميدانية في هذا البنك لاحظنا قلة المشاريع السياحية المقدمة من طرف المستثمرين لغرض التمويل البنكي رغم أنه أن كل الملفات المقدمة من قبلهم لكل القطاعات حظيت بالموافقة بنسبة تفوق 90%، من هنا يمكن الإستنتاج أن المشكلة ليس في التمويل وإنما في توجيهات السياسة العامة للدولة (الإدارة السياسية).
- رغم أن الحكومة فتحت باب الإستثمار في هذا القطاع بفوائد مخفضة مقارنة بالقطاعات الأخرى بنسبة 3 % للمناطق الشمالية و 4.5 % للمناطق الجنوبية حسب القانون المالي التكميل لسنة 2009 في المادتين 79 و 80 إلا أن الإستثمار في هذا القطاع عرف نسب منخفضة وهذا راجع إلى صعوبة الحصول على عقار لإنجاز مشاريع سياحية.
- خطورة الإستثمار في هذا المجال وهذا راجع إلى عدم الإستقرار الأمني والصورة المرسومة في ذهنية السائح الأجنبي عن الوضع الأمني السائد.

المبحث الثالث: دراسة تطبيقية لطلب قرض إنشاء فندق عبور

خلال تربصنا حاولنا القيام بدراسة تطبيقية على مستوى المديرية الجمهورية لبنك التنمية المحلية، ارتأينا إلى دراسة ملف طلب قرض خاص بإستثمار سياحي وذلك سعيا منا إلى الإلمام بكامل جوانب موضوع القروض الإستثمارية السياحية.

المطلب الأول: بطاقة تقنية حول المؤسسة وصاحب المشروع

المؤسسة محل الدراسة عبارة عن شركة تضامن تحت إسم موتل الكنتوت الأحمر.

(SNC MOTEL POUSSIN ROUGE)، الكائن مقرها الإجتماعي بالطريق الوطني رقم 12 الناصرية ولاية بومرداس الممثلة من طرف مسيرها (ك، م) المشروع المقدم من طرف هذه المؤسسة يتمثل في إنشاء فندق عبور في إطار برنامج التنمية السياحية والذي حصل على الموافقة المبدئية من طرف وزارة السياحة بتاريخ 1998/12/28 تحت رقم 98/000، هذا الفندق ذو سعة استعاب 11 غرفة (26 سرير)، 5ملاحق مع مطعم وكافيتيريا، 3 محلات للصناعات التقليدية، موقف سيارات بالإضافة إلى مساحة خضراء متربعا على مساحة مقدرة ب 3000م اثنان منها 560م 02 مبنية.

المساهمان في المشروع يملكون خبرة سابقة في الفندقة حيث امتنعا هذه المهنة في العاصمة باريس منذ 1984 م كما أن مسير مشروع السيد (ك، م) يملك مؤسسة نقل ممولة من طرف نفس البنك ونظرا لكون

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية و تمويل القطاع السياحي

هذا المشروع الذي يقع في منطقة تكاد تخلو من منشآت الفندقية على مسافة 100 كم من العاصمة إلى تيزي وزو وعلى الرغم من أن الناصرية تملك منطقة صناعية فهي لا تتوفر على أي فندق لذلك فإن هذا المشروع يحتل موقع إستراتيجي من ناحية التمويل بالنسبة للبنك.

للعلم أن كلفة المشروع الكلية تفوق 78 مليون دينار جزائري ونسبة تطور الأشغال عند طلب القرض كانت 18% وهذا حسب تقرير الخبرة الذي قدمه المستثمر بناء على طلب البنك "أنظر الملحق رقم 01"

المطلب الثاني: تقديم الملف الكامل إلى وكالة بومرداس 165

تقدم السيد "ك م" إلى وكالة بومرداس لبنك التنمية المحلية بطلب قرض إستثماري سياحي لغرض إنجاز فندق عبور بتاريخ 2007/03/29 ليستقبله موظف مختص في هذا القرض لتقديم معلومات أولية، فيقوم الموظف المختص بإستلام وتفحص جميع الوثائق السالفة الذكر المتعلقة بالمشروع والمطلوبة من قبل البنك.

هيكل القرض الإستثماري لهذا المستثمر كان على النحو التالي "أنظر الملحق رقم 02":

جدول رقم 2-3: يمثل هيكل القرض الإستثماري السياحي

التعيين	المبلغ بالدينار
مصاريف اعدادية	900 000
الأراضي	4 684 000
المباني	62 653 350
مصاريف التهيئة والتركيب	2049 313 50
تجهيزات الإستغلال	8608 071 42
المجموع	78 894 734 42

طريقة التمويل المقترحة من قبل صاحب المشروع:

- كلفة المشروع: 92.78 894 734 دج (100%)

- مساهمة صاحب المشروع: 92.38 498 437 دج (49%)

- قرض بنكي: 40 000 000 دج (51%)

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مساهمة بنك التنمية المحلية في ترقية و تمويل القطاع السياحي

لمدة 7 سنوات بما فيها سنتين مؤجلة التسديد.

بعد استلام الملف كاملا عرض على لجنة تقييم القروض للوكالة مع برمجة معاينة ميدانية للمشروع بتاريخ 2007/05/16 "أنظر الملحق رقم 03" ، لكن كون مبلغ هذا القرض يفوق مبلغ التفويض المسموح به للوكالة في منح القروض، فإن الملف حول إلى المديرية الجهوية للإستغلال بومرداس من أجل الدراسة.

كما طلبت الوكالة من طالب القرض تقرير الخبرة من قبل خبير معتمد لتحديد نسبة تطور الأشغال في مشروع بناء هذا الفندق.

الوثائق المقدمة من قبل المستثمر في الملف:

- رخصة البناء الصادرة عن بلدية الناصرية بتاريخ 2006/04/02 "أنظر الملحق رقم 04".
- قرار منح إمتياز قطعة أرض مسلم مديرية أملاك الدولة لفائدة المستثمر.
- مخططات البناء المختلفة (الموقع،الوضعية... إلخ).
- موافقة مديرية السياحة لولاية بومرداس بتاريخ 2005/12/20 "أنظر الملحق رقم 05".
- القانون الأساسي لشركة التضامن الكتكوت الأحمر الصادر بتاريخ 2006/12/03 "أنظر الملحق رقم 06".
- الفواتير الشكلية المختلفة للمشروع.
- السجل التجاري الخاص بالمؤسسة.
- تقرير الخبرة الخاص بتقديم أشغال المشروع الصادر عن خبير الدراسات التقنية في 2007/12/31.
- الدراسة التقنيّة إقتصادية الصادرة في 2007/03/29 "أنظر الملحق رقم 07".

المطلب الثالث: دراسة الملف ومنح القرض

بعد إستلام الملف من وكالة بومرداس بإقامة لجنة منح القروض للمديرية الجهوية لبومرداس بالإجتماع بتاريخ 2007/06/28 (أنظر الملحق رقم 08) ،وعلى ضوء ذلك تم منح الموافقة الأولية على النحو التالي:

- تمويل هذا المشروع بنسبة 48% يقدر ب 38 مليون دينار مقسمة كالاتي:

27533000 دج لتمويل مأتبقى من الإنجاز

10657000 دج لتمويل تجهيزات الإنتاج

بمدة 10 سنوات بما فيها سنتين مؤجلة الدفع مع تحقيق الضمانات التالية:

لتغطية القرض الممنوح يلتزم المقترض بصفة لارجعية بتسليم البنك الضمانات العينية و/أو الشخصية الحقيقية التالية:

- رهن من الدرجة الأولى على قطعة الأرض والبناء" (أنظر الملحق رقم 09)؛

- رهن المعدات؛

- التامين للأموال الموضوعة كضمان ب30 000 000 دج؛

- رفع رأس مال الشركة إلى 3 000 000 دج؛

- الموافقة على نزع مصاريف دراسة الملف؛

- القيام بتركيز رقم أعمال شركة لدى الوكالة؛

بعد ذلك أعدت لجنة تقييم القروض للمديرية الجهوية وثيقة شاملة ملحق للمشروع وتحويل الملف

إلى المديرية العامة من أجل الموافقة النهائية ومنح رخصة التمويل.

بعد ذلك قامت اللجنة المختصة بالقروض في المديرية العامة بتاريخ 2008/04/8" (أنظر الملحق

رقم 10) بمنح الموافقة على النحو التالي:

منح قرض متوسط المدى موجه لتمويل عملية إنهاء بناء الفندق وشراء تجهيزات الإنتاج بمبلغ يقدر

ب 30 000 000 دج عوضا عن 38 000 000 دج، مع الإبقاء على الضمانات العينية

والشخصية الحقيقية على ضوء ذلك وقعت إتفاقية قرض متوسط المدى بين الوكالة البنكية والمستثمر

بتاريخ 2008/05/22" (أنظر الملحق رقم 11).

في الأخير ننوه بأن هذا المشروع كان من المشاريع الناجحة التي مولها بنك التنمية المحلية حيث قام

المستثمر بتسديد كل الأقساط وفي الآجال المحددة في 2018/04/30، كما قام بتوسعة مشروعه

وإضافة قاعة لإقامة الحفلات وهذه المعطيات والمعلومات المقدمة من قبل البنك.

خلاصة الفصل:

في نهاية هذا الفصل يمكن القول أن بنك التنمية المحلية "بومرداس" رغم عدد الملفات المودعة للاستثمار في القطاع السياحي كانت تمثل نسبة ضئيلة مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى إلا أنها حظيت بالقبول في أغليبتها وتركزت المشاريع أساسا في الفنادق والمطاعم وكذلك الصناعات التقليدية، كما أن فترة معالجة ملفات القروض الاستثمارية تقلصت لمدة تتراوح بين 20 يوم حتى 30 يوم كمدى قصوى خاصة بعد إدخال نظام معلومات جديد في مطلع 2017 وهذا في إطار عصرنه هذا البنك، والملاحظ كذلك التغيير الجذري للهيكل التنظيمي للبنك على كل المستويات بحلول سنة 2018. كما أن اهتمام البنك في الآونة الأخيرة أنصب على عملية تحصيل المبالغ القروض الغير المسددة، نظرا للركود الاقتصادي بعد انخفاض سعر البترول وانتهاج سياسة التقشف من قبل الدولة. وبعد دراسة حالة تطبيقية للمؤسسة المستثمرة في إنشاء فندق العبور استخلصنا بعد دراسة مراحل سير ملف الاستثمار أن المشكلة لا يكمن في التمويل وإنما في الإجراءات الإدارية الأخرى مع إدارات

القطاعات الأخرى كما أن المستثمر سدد كل الأقساط في الآجال المحددة وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على مرد ودية هذا المشروع.

خاتمة عالمه

خاتمة عامة

ختاما لبحثنا هذا وكنتيجة عامة فإن السياحة في العالم أكثر من أي وقت مضى تلقى إقبالا وتوسعا لم يشهده أي قطاع اقتصادي في العالم سواء من ناحية نمو القطاع أو عدد الاستثمارات التي تتجز سنويا، فحتى الدول التي لا تملك قوة اقتصادية صناعية تستطيع الاستفادة من السياحة لرفع الدخل القومي وخدمة ميزان المدفوعات.

التخطيط السياحي هو المنفذ الوحيد الذي يستطيع أن يكون البديل الأهم لقطاع المحروقات في الجزائر، فهو ينظم إدارة الموارد السياحية ويمنع هدر الامكانيات السياحية، إذ يجب وضع دراسة مستقبلية للقطاع على ألا تكون بعيدة عن الواقع الحقيقي للقطاع، حيث هناك عوامل كثيرة تتحكم في نجاح أو فشل التخطيط السياحي كالعوامل البشرية التي هي في الأساس هدف كل الاستثمارات الاقتصادية والعوامل المادية من رؤوس أموال وما تملكه الدولة من عوامل جذب سياحي والجانب الحضاري يلعب دورا مهما في العوامل المؤثرة في التخطيط فدولة كالولايات المتحدة الأمريكية لا تمتلك تاريخا حضاريا كبيرا لكن التخطيط للرفاهية الاجتماعية جعلها أحد أهم خمس أقطاب عالمية جالبة للسياح، الجزائر كبلد سائر في طريق النمو وكبقية دول العالم تبحث عن مكانة لها بين الدول التي تهتم بالقطاع السياحي من أجل التخلص من التبعية الاقتصادية لقطاع المحروقات كقطاع استخراجي فقط آيل للزوال من خلال التخطيط لترقية القطاع السياحي.

فبالرغم من الإمكانيات السياحية التي تتمتع بها الجزائر نجد أن هذا القطاع يعاني من عدة مشاكل حالات دون تطوره، والتي وقفت حجر عثرة أمام المستثمرين لدخول هذا المجال وتحقيق المردودية التي كان يفترض أن تتحقق، ويمكن تلخيص تلك المشاكل في:

- ✓ يعاني القطاع السياحي الجزائري من إهمال كبير وعدم جدية المسؤولين والمجتمع في النهوض بهذا القطاع فهو ليس بالقطاع الرائد.
- ✓ درجة النمو وتطور البنية التحتية يكاد يكون معدوما.
- ✓ عدم وجود التسهيلات في انتقال الأفراد للسياحة أو المؤسسات للاستثمار بسبب العراقيل والبيروقراطية التي تكبح القطاع السياحي الجزائري من التقدم.
- ✓ المؤسسات المالية الجزائرية ووكالات السياحة والأسفار ليسوا الجانب المهم في تنمية القطاع السياحي.
- ✓ تجد البنوك والمؤسسات السياحية صعوبة كبيرة في تحويل العملة الصعبة و

- ✓ تسديد المستحقات السياحية من وإلى السوق الجزائرية.
- ✓ يعاني القطاع من قوانين صارمة وغير واضحة تحد من النشاط وطرق التعامل والتطبيق للقرارات الوزارية والمراسيم الوطنية.
- ✓ ضعف التأطير وضعف الثقافة السياحية للمجتمع هما أحد الجوانب السلبية.
- ✓ اللأمن، إذ تعاني الجزائر ومنذ الخروج من الأزمة السياسية التي كادت تعصف بالبلاد، وهو إرهاب الأفراد والممتلكات، إذ لا يأمن أي شخص على سيارته حتى وهي داخل المرآب، فما بالك بتقله بها إلى مناطق ساحلية أو صحراوية، فبسبب انعدام الأمن والأمان عزف السياح الأجانب عن المجي، أما بالنسبة للسياح المحليين فقد أدى ذلك إلى لجوء معظمهم إلى قضاء عطلته في الدول المجاورة من أجل الاستمتاع والإحساس بالأمن.
- ✓ قطاع المحروقات أثر كثيرا على كل القطاعات وخصوصا القطاع السياحي، فارتفاع سعر البترول، وامتلاك الجزائر لاحتياطي معتبر من العملة الصعبة جعل الدولة الجزائرية تنتهج منهجا صناعيا وتجاريا بحتا، في حين أن أهم تنمية مستدامة هي الاستثمار في السياحة كون عائدها سريعا ولا يحتاج إلى مجهودات ضخمة بل يحتاج إلى اهتمام جدي وتوفير للحماية والأمن للمناطق السياحية والأفراد.
- ✓ تعاني المنظومة المالية الجزائرية من عراقيل كثيرة وتأخر كبير إذا ما قورنت بالدول المجاورة، حيث لا يوجد في المناطق السياحية أي وكالات لتحويل الأموال وتسهيل التعاملات المالية أو صرف لمختلف العملات العالمية، هذا ما دفع بالعديد من المستثمرين الأجانب إلى العزوف عن الدخول في استثمارات مباشرة في الجزائر بالرغم من وجود كل المقومات التي تتوفر عليها الجزائر.

- نتائج البحث:

إن هذه الدراسة والتي تناولنا فيها دور البنوك في ترقية وتمويل الخدمات السياحية ومن خلال معطيات بنك التنمية المحلية - المديرية الجهوية للإستغلال لبومرداس ، فقد سمحت لنا بالوصول إلى عدة نتائج نذكر منها:

- ✓ مهما اختلف نوع المشروع السياحي إلا انه يتطلب تربيته وتمويله من طرف البنوك التجارية.
- ✓ نقص الاحترافية والحواز البيروقراطية المتعلقة بصعوبة الحصول على العقار السياحي خصوصا في مناطق التوسع السياحي وعدم تهيئته، كما أن المناطق الأخرى تكون غير مناسبة لإقامة المشاريع السياحية عليها ، وهذا ما أدى في كثير من الحالات إلى رفض البنك تمويل مثل هذه المشاريع. هذه النتيجة تأكيد للفرضية الأولى

- ✓ رغم المشاكل التي قد تحدث للبنك عند تمويله لهذه الخدمات والتي تتميز بالموسمية إلا أنه قد قام بتمويل كل الخدمات السياحية التي تحققت فيها الشروط التي يطلبها وذلك بالاعتماد على الضمانات المقدمة ، لكن ذلك لم ينف حدوث مشاكل ، خصوصا مع نقص المتابعة الميدانية من طرف البنك. هذه نتيجة لصحة الفرضية الثانية.
- ✓ أغلب الخدمات السياحية التي قام البنك بتمويلها كانت قد تمت في إطار دعم الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وكذا الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة ، في حين نجد نقص لتلك الخدمات التي كان تمويلها من طرف المستثمر فقط.

- التوصيات والاقتراحات:

إن نمو السياحة واستدامة مواردها، وزيادة عائداتها ومنافعها الاقتصادية، يفرض توسيع وتعميق الاهتمام والرعاية الحكومية والمجتمع بهذا القطاع وفقاً لأسس ومعايير واضحة ومحددة في إطار المخططات التي تتوافق والرؤية الاستراتيجية للدولة وبرنامج الحكومة وذلك من خلال:

- ✓ الاهتمام بالسياحة الصحراوية لما تكتسيه من أهمية كبيرة لاسيما في تطوير السياحة الدولية، كما يجب زيادة منشآت الإيواء في الجنوب لأنها تعاني من نقص كبير في ذلك.
- ✓ إدخال الثقافة السياحية للمواطنين الجزائريين من خلال إثراء البرامج المدرسية والإعلام وما يساهم به من نشر لهذه الثقافة، وذلك لأن مساهمة السكان المحليين يعتبر شرطا أساسيا في نجاح ترقية السياحة، من خلال مساهمتهم في توفير المناخ الملائم للسياح، كما أنهم يشكلون أفضل ضمان للدفاع عن التراث السياحي وتنميته.

- ✓ تطوير المنظومة المالية الجزائرية التي تعاني من عراقيل كثيرة وتأخر كبير إذا ما قورنت بالدول المجاورة، حيث لا يوجد في المناطق السياحية أي وكالات لتحويل الأموال وتسهيل التعاملات المالية أو صرف لمختلف العملات العالمية، هذا ما دفع بالعديد من المستثمرين الأجانب إلى العزوف عن الدخول في استثمارات مباشرة في الجزائر بالرغم من وجود كل المقومات التي تتوفر عليها الجزائر.
- ✓ خلق خلية تواصل مباشرة بين مسؤولي القطاع السياحي سواء في الوزارة أو في المديريات المحلية والناشطين في القطاع السياحي من خلال طرح المشاكل الحاصلة في القطاع السياحي بهدف وضع اليد على موضع الخلل، والمساعدة على العمل أكثر بهدف تحسين وتطوير القطاع بكل شفافية.
- ✓ إيجاد قاعدة للشراكة الوطنية بين القطاع العام والقطاع الخاص والمؤسسات المدنية للمجتمع المحلي وتطوير أكثر للوكالات السياحية والأسفار عن طريق رفع مستوى التنسيق والتكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.

- ✓ تعزيز استقرار البناء المؤسسي للسياحة وتحديث أجهزة الإدارة السياحية وتزويدها بالكفاءات والمهارات التخصصية واستكمال إصدار وتحديث منظومة التشريعات السياحية.
 - ✓ تحفيز وزيادة الاستثمارات في القطاع السياحي بما يتوافق وزيادة أعداد السياح من خلال توفير خدمات البنية التحتية والمرافق العامة في المناطق السياحية المستهدف تميمتها وتقديم مزيد من التسهيلات لتحسين عرض المنتج السياحي بما يحقق تحفيز الطلب السياحي للدولة.
 - ✓ التركيز على القطاعات المرافقة لقطاع السياحة حيث لا يمكن تحقيق التنمية السياحية دون توفير نشاطات الدعم وتلك المرتبطة بها مثل: النقل السياحي والصناعات التقليدية والتنشيط الثقافي والرياضي والفني بالإضافة إلى النظافة والأمن... الخ، وذلك لما لها من أثر كبير على تحسين مستوى الخدمة وجعلها قادرة على التنافس وتوسيع السياحة الدولية.
 - ✓ الاهتمام بالسياحة الصحراوية لما تكتسبه من أهمية كبيرة لاسيما في تطوير السياحة الدولية، كما يجب زيادة منشآت الإيواء في الجنوب لأنها تعاني من نقص كبير في ذلك.
 - ✓ خلق تنمية سياحية مستدامة بديل على قطاع المحروقات الذي أثر كثيرا على كل القطاعات وخصوصا القطاع السياحي، فارتفاع سعر البترول، وامتلاك الجزائر لاحتياطي معتبر من العملة الصعبة جعل الدولة الجزائرية تنتهج منهاجها صناعيا وتجاريا بحثا، في حين أن أهم تنمية مستدامة هي الاستثمار في السياحة كون عائدها سريعا ولا يحتاج إلى مجهودات ضخمة بل يحتاج إلى اهتمام جدي وتوفير للحماية والأمن للمناطق السياحية والأفراد.
 - ✓ توفير الشروط التحفيزية للاستثمار من خلال القرض الفندقي الموجه للمستثمرين في قطاع السياحة، على اعتبار أن القطاع يتطلب أموال ضخمة وإنشاء صندوق لضمان الاستثمارات السياحية.
- آفاق الدراسة:

كون القطاع السياحي قطاع مهم ومرتبطة بعدة قطاعات أخرى ومهمش مقارنة بالقطاعات الأخرى فإن دراستنا لم تعالج جميع جوانب الموضوع لذا نأمل من الدفعات القادمة أن تتخصص في مواضيع لها علاقة بالقطاع السياحي والقطاعات الأخرى المرتبطة به كقطاع التمويل، كأن تكون هناك دراسات متخصصة حول علاقة البنوك بالقطاعات الأخرى، أو محاولة القيام بدراسة دقيقة وعميقة حول أسباب فشل الدولة بالنهوض بقطاع السياحة رغم كل الجهود المبذولة، وإيجاد أساليب وطرق أخرى لتمويل قطاع السياحة وارتباطها بالعمليات البنكية الإلكترونية، إلى غير ذلك من الدراسات المتخصصة في هذا المجال.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

1. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى 2008 الأردن/عمان
2. إسماعيل إبراهيم عبد الباقي، إدارة البنوك التجارية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2016
3. بوعتروس عبد الباقي، الوجيز في البنوك التجارية، عمليات تقنيات وتطبيقات، جامعة منتوري_قسنطينة
4. عبيد علي أحمد الحجازي، مصادر التمويل، دار النهضة العربية، جامعة حلوان، 2001،
5. عبيد علي أحمد الحجازي، مصادر التمويل، دار النهضة العربية، جامعة حلوان، 2001،
6. عبيد علي أحمد الحجازي، مصادر التمويل، دار النهضة العربية، جامعة حلوان، 2001،
7. عبيد علي أحمد الحجازي، مصادر التمويل، دار النهضة العربية، جامعة حلوان، 2001،
8. عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، 2009، عمان: دار الراية،
9. محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان_الأردن، 2006
10. محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن عمان، 2006
11. مروان السكر، مختارات من الإقتصاد السياحي، الطبعة الأولى 1999، عمان/دار مجدلاوي،
12. مصطفى يوسف كافي، وسائل الإتصال ودور الترويج في ترقية الخدمات السياحية، الطبعة الأولى 2017، عمان،
13. نعيم الظاهر سراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى 2001، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان

ثانياً: المذكرات

1. صغير جميلة، حمدوش فتيحة، إصلاح النظام البنكي الجزائري بين النصوص القانونية والتطبيق، حالة 2. ولاية بومرداس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الليسانس، 2004/2003
3. بوجمعي إيمان، زموري دنيا زاد، النظام البنكي وإجراءات منح القروض، حالة ولاية بومرداس، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس، 2004/2003
4. شراد جميلة، دور البنوك في تطوير القطاع السياحي، حالة ولاية الوادي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، 2015/2014، نقلا عن الموقع 26 Mardi :visite le <https://www.univ-eloued.dz> Avril 2022 (16h :16min)
5. وثائق مقدمة من طرف المؤتمر في المديرية الجهوية لبنك التنمية المحلية ببومرداس

الملاحق

BUREAU D'ETUDES TECHNIQUES AOUALI

68 , AVENUE ABANE RAMDANE 35230 ISSER

TEL : 024 88 13 69

RAPPORT TECHNIQUE

PROJET : MOTEL EN R+2 A NACIRIA
PROMOTEURS : FRERES : BOUALEM REZKI
& BOUALEM RACHID TIDJANI



الملحق رقم 2: الميزانية الافتتاحية

II-BILAN D'OUVERTURE 01/01/2009

U= KDA

ACTIF	Montant	PASSIF	Montant
Frais preliminaires	900	Fonds social	30
Terrain	4 684		
Bâtiment	62 653	Résultat en instance d'affecta	
Aménagements et installations	2 049	Résultat de l'exercice	
Equipements d'exploitation	8 608	Total fonds propres	30
Autres équipements		Crédit à moyen terme	40 000
Matériel de transport		Compte courant associé	38 864
Total investissements		Total dettes à moyen terme	78 864
Amortissements		Fournisseurs	
Investissement net	78 894	Detention/compte	
Stocks		Dettes d'exploitation	
Avances/compte		Autres dettes	
Avances d'exploitation		Avances bancaires	
Clients			
Disponibilités			
Total Créances	0	Dettes à court terme	0
Total actif	78 894	Total passif	78 894

Cabinet Marketing Finance
Consulting EURL
Centre Commercial BLIBEK
99 Rue KHODJA Khaled
TIZI - OUZOU

الملحق رقم 3 :

BANQUE DE DEVELOPPEMENT LOCAL
GROUPE D'EXPLOITATION DE BOUMERDES
AGENCE DE BOUMERDES 165

Boumerdès le 16/05/2007

PV VISITE

Nous, MR SEBIHI A. chef de département DGE, Mlle MAKHLOUF R. Emp.P, et MME BOUZOUAD.S, DIR ADJ Agence BOUMERDES sommes rendus visite sur site du projet : réalisation d'un motel sis à NACERIA WILAYA DE BOUMERDES ;

Le projet en question est situé sur la route nationale n° 12 reliant ALGER TIZIOUZOU dans la commune de NACERIA ;

Le terrain d'assiette s'étend sur une superficie de trois mille m² délimité comme suit :

Du côté nord : la route nationale n 12.

Du côté sud : la voie ferrée qui est en arrêt actuellement ; le passage de train va être transféré vers un autre endroit.

Du côté est : une salle omnisport, le stade communal et un petit restaurant.

Du côté ouest : un terrain agricole

- Le passage au motel est accessible et un grand parc de stationnement sera mis à la disposition de la clientèle.

- L'existence des utilités à savoir :

1 l'eau : une bâche à eau sera mise en place pour éviter les coupures d'eau fréquentes dans la région ;

2 l'électricité : les branchements électriques sont disponibles ;

3 l'assainissement : les voies d'assainissement sont prévus.

Etat d'avancement des travaux :

Une 1ere dalle est déjà achevée, la 2eme dalle est prévue le mois de juin et la dernière vers la fin août si aucun empêchement ne surgira.

Les investisseurs du motel activent dans le domaine du transport Ils ont bénéficiés de notre concours pour l'extension de leur parc.

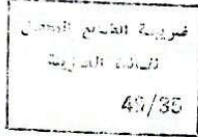
Mme. BOUZOUAD Soud
Directrice Adjointe
Engagements
A. SEBIHI
Chef de Département
du Crédit et de l'Animation
Commerciale

Mlle MAKHLOUF R.
Employée Principale N. III

الملحق رقم 4:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



ولاية بومرداس
دائرة الناصرية
بلدية الناصرية
الرقم: 2006/7/1

مقرر يتضمن الموافقة على رخصة
البناء مع التحفظات

ان رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية الناصرية

- بمقتضى القانون رقم 08/90 المؤرخ في 1990/04/07، المتضمن قانون البلدية.
- بمقتضى القانون رقم 25-90 المؤرخ في 1990/11/10، المتعلق بالتوجيه العقاري.
- بمقتضى القانون رقم 29/90 المؤرخ في 1990/12/01، المتعلق بالتهيئة العمرانية المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-04 المؤرخ في 2004/08/14.
- بمقتضى الأمر رقم 67/75 المؤرخ في 1975/09/26، المتعلق برخص البناء و رخصة التخصيص.
- بمقتضى المرسوم رقم 169/75 المؤرخ في 1975/09/26، المحدد لكيفيات تطبيق الأمر رقم 67/75 المؤرخ في 1975/09/26.
- بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 44/92 المؤرخ في 1992/02/09، المتضمن فرض حالة الطوارئ.
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 365/84 المؤرخ في 1984/12/01، المتضمن التشكيل، التكوين و التحديد الإقليمي للبلديات.



الملحق رقم 05:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة السياحة
مديرية السياحة
ولاية بومرداس
الرقم : 383 / م س / 2005

إلى السيد : مدير البناء و التعمير
- ولاية بومرداس -

20/09/2005

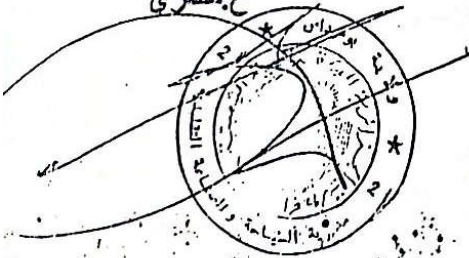
الموضوع : ف/ي مشروع سياحي خاص
مرجع : إرسالككم رقم 608 / م ب ت / م ت / 2005 .

ردا على إرسالككم المذكور في المرجع أعلاه ، و المؤرخ
في 13 افريل 2005 ، يشرفني أن نعلم سيادتكم بأن مصالح الوزارة
السياحة بعد دراستها لمشروع الإخوة بوعلام رشيد تيجاني و رزقي
و المتمثل في إنجاز نزل طريق بلدية الناصرية ، تبدي الموافقة
المبدئية لإنجاز هذا المشروع و كما تجدر الإشارة بأن هذه الموافقة لا
تختص بخاصة بناء في حد ذاتها .

تقبلوا شكري و احترامي .

مدير السياحة

ع. مشري



نسخة للإعلام :

- السادة : بوعلام رشيد تيجاني و رزقي

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة العدل

عدد: 2196
بتاريخ: 06/12/03

مكتب عمومي للتوثيق
02 شارع الإخوة حلوئين
تيزي وزو

القانون الاساسي لشركة تضامن

"SNC MOTEL LE POUSSIN ROUGE BOUALEM"

بالمكتب المذكور أعلاه وأمام الأستاذ حمليد عمار الموثق الممضي أسفله:

حضر:

- 1- السيد: بوعلام رشيد تيجاني بن بوسعد، المولود بتاريخ 1971/07/25 بالناصرية (بومرداس) حسب نسخة من شهادة ميلاده رقم 211 المستخرجة من بلدية الناصرية بتاريخ 2006/09/03 و الساكن بحي 400 مسكن، عمارة س2، رقم 362 ذراع بن خدة، ولاية تيزي وزو و الحامل رخصة السياقة رقم 15/02/00344/93 الصادرة عن دائرة ذراع بن خدة بتاريخ 1997/12/08.
 - 2- السيد: بوعلام رزقي بن بوسعد، المولود بتاريخ 1963/11/11 بالناصرية حسب نسخة من شهادة ميلاده رقم 258 المستخرجة من بلدية الناصرية بتاريخ 2006/09/03 و الساكن بحي 400 مسكن، عمارة س2 رقم 362 ذراع بن خدة، ولاية تيزي وزو و الحامل رخصة السياقة رقم 4896153 الصادرة عن دائرة ذراع بن خدة بتاريخ 2005/02/20.
- كلاهما من جنسية جزائرية، اللذين اتشعا فيسا بينهما شركة تضامن و طلبا من الموثق الممضي أسفله إبرام العقد الاساسي لهما و الذي حدد على النحو التالي:

المادة الاولى: الشكل

*- تم بموجب هذا العقد بين المالكين و جميع الشركاء الجدد الذين يمكن التحاقهم فيما بعد إنشاء شركة تضامن تخضع للقوانين و التضمينات السارية المفعول و خاصة المادة 551 و ما يليها من الامر رقم 59-76 المؤرخ في السادس و العشرين سبتمبر سنة و سبعين و تسعمائة و الف المتضمن القانون التجاري و لهذا القانون الاساسي.

المادة الثانية: الموضوع

موضوع هذه الشركة يتمثل في: فندق، مطعم، مقهى و تجارة مختلفة و محطة بتزين.

المادة الثالثة: التسمية

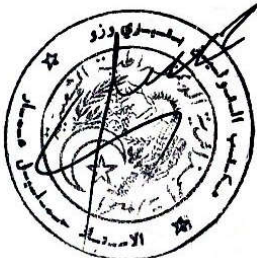
تحمّل الشركة الاسم الأتي "SNC MOTEL LE POUSSIN ROUGE BOUALEM ET CIE".
*- يجب أن تظهر هذه التسمية مكتوبة بوضوح و بحرف كاملة و بارزة في جميع تصرفات الشركة و فواتيرها و جداول ارسالياتها و كذا كافة الاوراق الخاصة بها و بمعاملاتها مع الغير.

المادة الرابعة: المقر

حدد المقر الاجتماعي للشركة: بالطريق الوطني رقم 12 بجانب الملعب ناصرية، ولاية بومرداس،
*- و يمكن نقله لاي مكان آخر عند الاقتضاء بموجب مقرر من الجمعية العامة الغير العادية للشركاء بالطريق المعمول بها وقتئذ.

المادة الخامسة: المدة

حددت مدة هذه الشركة ب 99 سنة ابتداء من تاريخ قيدها بالسجل التجاري و إكتسابها الشخصية الاعتبارية المتعارف عليها في مثل هذا الشأن كما يمكن حلها قبل هذا التاريخ متى دعت الضرورة لذلك و بنفس الكيفية التي اتشئت بها.



ETUDE TECHNICO- ECONOMIQUE

Demande de crédit d'investissement

Raison sociale : SNC MOTEL LE POUSSIN

ROUGE BOUALEM

Siège social : Sur la RN N° 12, à cote du stade de
Naciria, Cne Naciria, (W) de Boumerdes

Gérant : BOUALEM Rachid Tidjani

Elaborée par le
CABINET MARKETING FINANCE ET CONSULTING
64, Rue KHODJA Khaled , Immeuble BLIBEK
TIZI OUZOU
Tel: 026 21 01 97

RN N° 24 Hôtel La Soummam, Boumerdès, Tel : 024 81 17 71/72 Fax : 024 81 60 60

DEPARTEMENT CREDIT ET ANIMATION COMMERCIALE
FEUILLE de COMITE DE CREDIT DGE

DATE : le 28/06/2007

IDENTIFICATIONS DE LA RELATION :

Nom ou raison sociale : **SNC MOTEL LE POUSSIN ROUGE BOUALEM ET CIE**
 Activité : **HOTEL RESTAURANT**
 Adresse : **RN N° 12 NACIRIA W BOUMERDES**
 N° de compte :

2) Avis et décision du comité de crédit

La relation nous sollicite pour le financement de son projet qui consiste en la réalisation d'un motel, restaurant, cafétéria à NACIRIA W BOUMERDES se résumant ainsi.

1 - structure d'investissement

désignation	Montant en dinars
Frais préliminaires	900 000
terrain	4 684 000
bâtiment	62 653 350
Aménagements et installations	2 049 313.50
Equipement d'exploitation	8 608 071.42
TOTAL	78 894 734.92

2- structure de financement proposée

Coût du projet : 78 894 734.92 DA (100%)
 Autofinancement : 38 894 734.92 DA (49%)
 Crédit bancaire : 40 000 000 DA (51%) pour une durée de 07 ans dont 02 ans de différé.

Le crédit d'investissement sollicité sera destiné au financement des travaux des corps d'état secondaires ainsi que les équipements d'exploitation.

Le projet en question entre dans le cadre du développement du tourisme en Algérie. la stratégie des pouvoirs publics vise à favoriser ce segment et à encourager les investisseurs potentiels de ce créneau.

En liaison avec :

- Des perspectives commerciales du projet au vu de son implantation (proximité de l'aéroport, de la mer)
- L'obtention de l'accord de la direction de tourisme de la wilaya pour la construction d'un hôtel
- De la circulaire PDG N° 20/07 du 28/03/2007 relative à la convention cadre entre la BDL et le ministère de tourisme
- Aux objectifs commerciaux assignés au groupe.
- des aspects favorables traités dans l'étude (rentabilité, solvabilité)
- la valeur vénale de l'édifice
- la moralité de ses dirigeants

Nous émettons un avis favorable pour un CMT ci-dessous détaillé.

Montant : 38 000 KDA soit 48 % du coût et destiné à financer :
 ➤ 27 553 KDA (reste à réaliser corps d'état secondaires)
 ➤ 10 657 KDA (équipement d'exploitation)

Durée ; 10 ans dont 02 ans de différé

Garanties.

- 1- hypothèque 1^{er} rang s/terrain et construction
- 2- nantissement du matériel
- 3- DPAMR

Conditions

- Accomplissement des formalités de registre de commerce, et ouverture d'un compte commercial
- Transformation des apports des associés en capital social

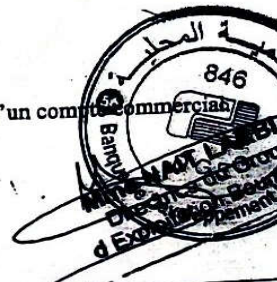
REZAK Kamel

Chef de Service Engagements

SLIMAN Latifa

SLIMAN Latifa
 Chef de Service
 Animation Commerciale

A. SBEHI
 Chef de Département
 du Crédit et de l'Animation
 Commerciale



الملحق رقم 09:

Ref: 1636/08.

BDL AGENCE DE BOUMERDES 165

REF: 1835/08

09 JUL. 2008

Courrier Arrivée

3334

SUCCURSALE: BOUMERDES

BORDEREAU DE TRANSMISSION DE GARANTIE POUR EXAMEN ET OBSERVATIONS (A ETABLIR EN CINQ EXEMPLAIRES (1)).

NOM ET PRENOM : N°:

OU RAISON SOCIALE: SNC LE POUSSIN ROUGE

ACTIVITE : HOTEL RESTAURANT CAFE

N DE COMPTE: 165 400 23499 6 00

N° DOSSIER

AUTORISATION DE CREDIT

N°068/0292/08 DU 11/05/2008

N°D'OR	DESIGNATION	CODE	MT MILLIER	ECHEANCE	ROLE	OBSERVATION
1	HYPO s/terrain et cons	9 5 1	130000	15 06 38	R	Acte Régulier, Conservé. le: 10 JUL 2008

BOUMERDES LE 07/07/2008

N: ACTE NON CONFORME A RETOURNER
R: ACTE REGULIER ET CONSERVE
(1) UN EXEMPLAIRE

Accusé reception à l'agence
Après examen à l'agence
Après examen à la DCSP
Après examen à la CRI.

Mme BOUZOUA
Directrice Adjoint Engagements

Mme NAÏT LARBI A
Directrice du Groupe d'Exploitation Boumerdes

Directeur d'Agence

RIQUE DE DEVELOPPEMENT LOCAL

Staoueli, le

AUTORISATION DE CREDIT N° 068/0292/08

COMITE DE CREDIT

DIRECTION GENERALE NV 1

11 MAI 2008

DATE DE DECISION :

08/04/2008

U RAISON SOCIAL

SNC LE POUSSIN ROUGE

ADRESSE:

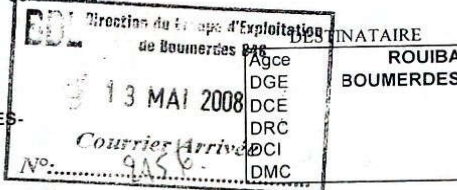
RN N° 12 NACIRIA W- BOUMERDES-

ACTIVITE:

Hôtel, restaurant, café

Nº DE COMPTE
CAPITAL SOCIAL:

166	400	23 499
-----	-----	--------



“L'AUTORISATION ANNULE ET REMPLACE LES PRECEDENTES. ELLE N'EST VALABLE QUE DANS LA MESURE OU LES GARANTIES PRESCRITES SONT PRISES ET LES CONDITIONS REUNIES.

Ligne	FORME DU CREDIT	ROLE	CODE CREDIT	Montant en DA	Échéance
01	CMT	C	211	30 000 000	30/04/2018
TOTAL				30 000 000	

TOTAL	30 000 000
-------	------------

CAL EN LETTRES

Trente Millions Dinars

[illegible]

NDITIONS ET OBSERVATIONS (VOIR AU VERSO)

الملحق 11:

اتفاقية قرض متوسط المدى

N° 79106106

تم فيما بين الموقعين أدناه،

بنك التنمية المحلية، شركة مساهمة برأسمال قدره 13.390.000.000 دج تلي تسميته "البنك"
الكائن مقره الرئيسي ب 05 شارع قاسي عمار سطاوالي المقيد في السجل التجاري تحت رقم
054 B 00 14 و الممثل من طرف السيد
مدير وكالة
المفوض للتصرف وفقا لما يلي:

من جهة،
والشركة
تلي تسميته "المقترض" الكائن مقره ب
المسجلة في السجل التجاري تحت رقم
السيد
القاطن ب
صاحب بطاقة تعريف
من طرف
من جهة أخرى،

- نظرا لطلب تمويل المؤرخ ب 29/03/2007 المقترض الذي يطلب قرض من البنك،
- نظرا للموافقة بالقرض رقم 068/0392/07 بتاريخ 08/04/07 الصادرة عن المجلس البلدي للعامة

مستوى I

تم الاتفاق و إقرار ما يلي:

المادة 1: موضوع هذه الاتفاقية.

بمقتضى هذه الاتفاقية و وفقا للشروط التي تنص عليها، يوافق البنك على وضع لفائدة المقترض
الذي يوافق، قرض متوسط المدى، موجه لتمويل العملية التالية:
Activement... des travaux... plus... les... équipement
d'exploitation

المادة 2: مبلغ القرض.

يقدر مبلغ القرض موضوع هذه الاتفاقية ب
مبلغ
مستوى I

