

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 08 ماي 1945 قالمة



كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير  
قسم: العلوم التجارية

## مذكرة تخرج

لنيل شهادة الثانية ماستر في العلوم التجارية  
تخصص: مالية المؤسسات

### دور تحسين الخدمات المصرفية في تسويق القروض العقارية

دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - CPA - وكالة قالمة

تحت إشراف:  
- قدوم لزهر

من إعداد:  
- جعلاب زين العابدين  
- حنان عماد

السنة الجامعية  
2012/2011

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

« يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات »

صدق الله العظيم

دعاء

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا و باليأس  
إذا أخفقنا وذكرنا أن الإخفاق هو التجربة الأولى التي  
تسبق النجاح. اللهم إذا أعطيتنا نجاحا فلا تأخذ  
تواضعنا، وإذا أعطيتنا تواضعا فلا تأخذ اعتزازنا  
بكرامتنا .

آمين

# الفهرس

شكر وتقدير

المقدمة العامة.....[أ- ج]

مقدمة ..... أ

1- إشكالية البحث..... ب

2- فرضيات البحث..... ب

3- أهمية البحث..... ب

4- مبررات اختيار الموضوع..... ب

5- المنهج المستخدم..... ب

6- صعوبات البحث..... ب

7- هيكل البحث..... ج

الفصل الأول: مدخل إلى الجهاز المصرفي.....[3-27]

تمهيد..... 3

المبحث الأول: ماهية البنوك..... 3

المطلب الأول: نشأة البنوك و تعريفها..... 3

1- نشأة البنوك..... 4

2- تعريف البنوك..... 4

المطلب الثاني: أنواع البنوك و أهميتها..... 5

1- أنواع البنوك..... 5

1-1- من حيث طبيعة النشاط..... 5

2-2- من حيث علاقة البنوك بالدولة..... 6

3-3- من حيث الشكل القانوني للملكية..... 6

4-4- من حيث جنسيتها..... 6

5-5- من حيث علاقتها بالشريعة الإسلامية..... 7

2- أهمية البنوك..... 7

المطلب الثالث: وظائف البنوك و دورها في تنمية الاقتصاد..... 7

1- وظائف البنوك..... 7

- 7-1- قبول الودائع و تنمية الادخار.....7
- 7-2-1- مزاولة عملية التمويل الداخلي و الخارجي.....7
- 8-3-1- تقديم الخدمات المصرفية.....8
- 8-4-1- إصدار و تنظيم النقد.....8
- 8-5-1- إدارة الاحتياطي القانوني.....8
- 8-6-1- مراقبة الصرف و إحداث اللوائح.....8
- 8-2- دور البنوك في تنمية الاقتصاد.....8
- 9-المبحث الثاني: البنوك التجارية و مدى فعالية خدماتها.....9
- 9-المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية.....9
- 9-المطلب الثاني: أهداف ووظائف البنوك التجارية.....9
- 9-1- أهداف البنوك التجارية.....9
- 9-1-1- الربحية.....9
- 10-2-1- السيولة.....10
- 10-3-1- الأمان.....10
- 10-2- وظائف البنوك التجارية.....10
- 12-المطلب الثالث: تقسيمات البنوك و أهم المؤسسات الوسيطة لها.....12
- 12-1- من حيث نشاطها و مدى تغطيتها للمناطق الجغرافية.....12
- 12-1-1- البنوك التجارية العامة.....12
- 12-2-1- البنوك التجارية المحلية.....12
- 12-2- من حيث حجم النشاط.....12
- 12-1-2- بنوك الجملة.....12
- 12-2-2- بنوك التجزئة.....12
- 12-3- من حيث عدد الفروع.....12
- 13-1-3- البنوك ذات الفروع.....13
- 13-2-3- البنوك الفردية.....13
- 13-3-3- بنوك المجموعات.....13
- 13-4-3- بنوك السلاسل.....13
- 13-5-3- بنوك المراسلة.....13
- 14-6-3- البنوك المتخصصة.....14
- 15-المبحث الثالث: التسويق المصرفي و الخدمات المصرفية.....15

15	المطلب الأول: أهمية التسويق المصرفي و أهدافه ووظائفه.....
15	1- تعريف التسويق المصرفي.....
16	2- أهمية التسويق المصرفي.....
16	3- أهداف و وظائف التسويق المصرفي.....
16	1-3- أهداف التسويق المصرفي.....
17	2-3- وظائف التسويق المصرفي.....
19	المطلب الثاني: الخدمات المصرفية و خصائصها و أهم العوامل المؤثرة في تسويقها....
19	1- مفهوم الخدمة المصرفية و خصائصها .....
19	1-1- مفهوم الخدمة المصرفية.....
20	2-2- خصائص الخدمة المصرفية.....
21	2- العوامل المؤثرة في تسويق الخدمة المصرفية.....
21	1-2- التغيير في سلوك الزبائن.....
22	2-2- قلة القوانين و التدخلات الحكومية.....
22	3-2- المناقصة.....
22	4-2- الإيداع التكنولوجي.....
22	5-2- علاقات الزبون و الجودة.....
22	المطلب الثالث: المزيج التسويقي للخدمات المصرفية.....
22	1- (المنتج) الخدمة.....
23	1-1- أنها غير ملموسة.....
23	2-1- التلازمة.....
23	3-1- التنوع.....
23	2- السعر.....
23	1-2- العوامل المؤثرة في تحديد السعر.....
23	2-2- السعر في علم التسويق.....
23	3- التوزيع.....
23	1-3- قنوات التوزيع.....
24	2-3- تحديات توزيع الخدمات المصرفية.....
24	4- الترويج.....
24	1-4- المزيج الترويجي.....
24	2-4- أهداف الترويج.....

- 5- الدليل المادي.....24
- 1-5- مظاهر الدليل المادي.....24
- 6- الأفراد.....25
- 7- العمليات.....25
- 1-7- إدارة العمليات و أهميتها.....26
- 27.....خلاصة الفصل الأول

**الفصل الثاني: آليات منح القروض العقارية و استراتيجيات تسويقها [28-55]**

**تمهيد: 28**

- المبحث الأول: القروض المصرفية.....29
- المطلب الأول: تعريف القرض المصرفي و أدواته ووظائفه.....29
- 1- تعريف القرض المصرفي.....29
- 1-1- التعريف اللغوي.....29
- 2-1- التعريف القانوني.....29
- 3-1- التعريف الاقتصادي.....29
- 2- أدوات القروض.....29
- 1-2- الأوراق التجارية.....29
- 2-2- الأوراق المالية أو النقود الورقية.....30
- 3- وظائف القروض.....30
- 1-3- تنشيط الإنتاج.....31
- 2-3- الاستخدام لرؤوس الأموال.....31
- 3-3- استثمار المدخرات.....31
- المطلب الثاني: أنواع القروض البنكية في المؤسسات المصرفية.....31
- 1- القروض الموجهة لتمويل الاستغلال.....32
- 1-1- القروض العامة.....32
- 2-1- القروض الخاصة.....32
- 3-1- القروض بالالتزام.....32
- 2- القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستثمار.....33
- 1-2- القروض متوسطة الأجل.....33
- 2-2- القروض طويلة الأجل.....34
- 3- القروض الموجهة لتمويل التجارة الخارجية.....34

34	1-3- قروض قصيرة الأجل.....
34	2-3- القروض المتوسطة و طويلة الأجل.....
35	<b>المطلب الثالث: الطبيعة التبرعية و القانون للقرض</b> .....
35	1- القرض المصرفي من جهة نظر البنوك التقليدية.....
35	2- القرض المصرفي من جهة نظر البنوك الإسلامية.....
36	1-2- القرض بفائدة مشروطة.....
36	2-2- القروض بفائدة غير مشروطة.....
37	3-2- رد القرض بأحسن.....
38	<b>المبحث الثاني: القروض العقارية</b> .....
38	<b>المطلب الأول: مفاهيم حول القرض العقاري و تطوراته</b> .....
38	1- التعريف بالقرض العقاري و خصائصه.....
38	1-1- تعريف بالقرض العقاري.....
39	2-2- خصائص القرض العقاري.....
39	2- مجال تطبيق القرض العقاري و شروطه.....
39	1-2- مبدأ تقديم القرض العقاري.....
39	2-2- إجراءات الوضع تحت التنفيذ.....
40	3-2- تقديم القرض.....
40	4-2- شروط تقديم التمويل و شوط القرض.....
41	3- إدارة القرض العقاري.....
41	1-3- الهيكل التنظيمي للإدارة المسيرة للقرض.....
41	2-3- التكوين.....
42	3-3- الدخل المتعلق لإدارة القرض العقاري.....
42	<b>المطلب الثاني: تسديد القرض و المخاطر المرافقة له</b> .....
	1- أخطار القرض العقاري42
	1-1- أخطار الفوائد42
	2-1- أخطار المنتج42
	3-1- أخطار الائتمان43
	2- البرامج المخصصة لتسديد القروض العقارية43
	1-1- برامج حسب أسعار الفائدة43
	2-2- برامج حسب التسديد43

**المطلب الثالث:** ضمان القروض العقارية و أنواعها44

1- تعريف بالضمان الخاص للقرض العقاري44

2- أنواع الضمان العقاري44

1-2- الضمانات الشخصية44

2-2- الضمانات الحقيقية (العينية)45

**المبحث الثالث:** استراتيجيات التسويق المصرفي للقرض العقاري و أهم تداعيات أزمة الرهن العقاري46

**المطلب الأول:** نظم المعلومات التسويقية في المصارف المتخصصة46

1- مفهوم بحوث التسويق46

1-1- التعريف الأول46

2-1- التعريف الثاني46

2- نظم المعلومات التسويقية للقروض العقارية47

3- حاجة بنك العقار إلى المعلومات التسويقية48

1-3- تقليل المخاطر48

2-3- التعرف على اتجاهات العملاء48

3-3- دراسة البيئة48

4-3- دعم قرارات الإدارة العليا48

**المطلب الثاني:** الإستراتيجية التسويقية للخدمات المصرفية في بنك العقار48

1- المزيج التسويقي لخدمات بنك العقار49

**المطلب الثالث:** تداعيات أزمة الرهن العقاري وسلوك البنوك العقارية المحلية بعد حدوثها52

1- أزمة الرهن العقاري52

2- تداعيات أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية53

3- آثار الأزمة المالية في باقي الدول العربية53

4- آثار الأزمة في أوروبا54

**خلاصة الفصل الثاني55**

**الفصل الثالث:** الجانب التطبيقي ( دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة).... [-56]

[76

تمهيد:



57	المبحث الأول: تقديم القرض الشعبي الجزائري
57	المطلب الأول: تعريف و نشأة القرض الشعبي الجزائري
57	1- تعريف بنك القرض الشعبي الجزائري
57	2- نشأة القرض الشعبي الجزائري
58	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري
58	1- رئاسة المديرية العامة
58	2- رئاسة الفرقة
58	3- المفتشية العامة
58	4- خلية المجلس ( إدارة المجلس)
60	المطلب الثالث: نشاطات القرض الشعبي الجزائري
60	المطلب الرابع: أهداف القرض الشعبي الجزائري
	المبحث الثاني: تقديم المؤسسة محل الدراسة وكالة (CPA) وسياسة تسويق
61	القروض العقارية
	المطلب الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة والهيكل التنظيمي لوكالة القرض
61	الشعبي الجزائري بقالمة
61	1- تقديم لوكالة القرض الشعبي الجزائري (CPA) قالمة
61	2- الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري (CPA) قالمة
61	- المدير
61	- نائب المدير
61	- الأمانة العامة (سكرتارية)
62	- مصلحة الإدارة
62	- مصلحة المراقبة
62	- مصلحة الصندوق
62	- مصلحة القروض العقارية
62	- مصلحة القروض الخارجية
63	المطلب الثاني: تقديم مصلحة القروض العقارية
63	1- تنظيم مصلحة القروض العقارية
	2- شروط منح القروض العقارية من طرف المصلحة و الوثائق المطلوبة لتكوين
63	الملف

63.....	1-2- شروط منح قروض عقارية لبناء سكن
64.....	2-2- شروط منح قروض عقارية لشراء مسكن
64.....	3-2- شروط منح قروض عقارية لترميم مسكن
65.....	<b>المطلب الثالث :سياسة تسويق القروض العقارية</b>
65.....	1- المنتج المصرفي العقاري
66.....	2- التسعير للمنتج المقدم (سعر الفائدة)
66.....	3- الترويج لخدمات العقار
67.....	4- توزيع خدمة العقار لدى الوكالة
68.....	5- الأفراد
68.....	6- البيئة المادية
68.....	7- العمليات
69.....	<b>المطلب الرابع: القانون الجديد لسنة 2010 المتعلق بالقروض العقارية</b>
70.....	<b>المبحث الثالث: تسيير القرض العقاري من طرف وكالة (CPA) بقالمة</b>
70.....	<b>المطلب الأول: كيفية استعمال القرض العقاري و الضمانات المطلوبة فيه</b>
70.....	1- كيفية استعمال القرض العقاري
70.....	1-1- قرض شراء مسكن جديد أو قديم
70.....	2-1- بناء مسكن أو ترميم مسكن
70.....	3-1- الضمانات المطلوبة في القرض العقاري
71.....	<b>المطلب الثاني: دراسة حالة كل نوع من القروض المقدمة</b>
72.....	1- قرض لشراء سكن
74.....	1-1- معلومات عامة
74.....	2-1- دراسة القرض
74.....	3-1- تقديم القرض
74.....	2- قرض لبناء مسكن
76.....	1-2- معلومات عامة
76.....	2-2- دراسة القرض
76.....	3- قرض لترميم مسكن
78.....	1-3- معلومات عامة
78.....	2-3- دراسة القرض
78.....	<b>المطلب الثالث : تفسير النتائج وفق لفرضية البحث</b>

79.....المطلب الرابع : صعوبات تسويق القروض العقارية

خلاصة الفصل الثالث

الخاتمة العامة

الملاحق

## المقدمة العامة

يعرف العالم حاليا تطورات وتحولات إجتماعية وإقتصادية، وحتى ثقافية أدت إلى تغييرات هيكلية وتنظيمية في بلدان العالم متقدمة كانت أو متخلفة أو السائرة في طريق النمو، لذا أصبحت قضية التطور الإقتصادي ومجال التنمية الإقتصادية تحتل مكانة الصدارة، وباعتبار الجزائر تنتمي إلى الدول النامية فهي تعاني من انعكاسات التخلف الإقتصادي المتسبب في تدهور الأوضاع الإجتماعية بسبب انخفاض مستوى المعيشة، وتدهور القدرة الشرائية.

ومن أجل مسايرة النظام الدولي الجديد في إطار ما يسمى الإفتاح الإقتصادي الذي إتبعته العديد من الدول، ومنها الجزائر التي تسعى إلى التغيير في نظامها الإقتصادي بالإنتقال من الإقتصاد الموجه إلى إقتصاد السوق. ولهذا فقد أولت الدولة إهتماما كبيرا بالجهاز المصرفي من خلال إصدار قانون النقد والقرض في 14 أفريل 1990 والمعدل في سنة 2001 لتداول النقائص التي ظهرت في القوانين الأولى ولإعطاء فعالية أكثر لهذا الجهاز ليتماشى مع التغييرات الاقتصادية الجديدة، مما دفع البنوك إلى القيام بوظيفة هامة تتمثل في الوساطة المالية، بمعنى قيام البنك بتعبئة المدخرات من الأفراد والقطاعات المختلفة داخل المجتمع الذي تتوفر لديهم فوائض نقدية مقابل فوائد معينة، وإعادة إستخدام هذه المدخرات في منح القروض للأفراد وللمؤسسات التجارية أو غيرها من الأعوان الاقتصاديين مقابل فائدة أو تحقيق ربح.

أمام الظروف الصعبة التي تمر بها الجزائر خاصة الواقع الصعب المتعلق بالسكن في العشرية الأخيرة للتزايد المستمر في النمو الديمغرافي، إلى جانب عدم توفر الدخل الكافي للمواطنين لشراء عقارات أو بناء عقار لإرتفاع التكاليف المتعلقة بالسكن، كل هذا دفع المواطن الجزائري للجوء إلى البنوك التجارية وبأخصها البنوك المتخصصة، من أجل الحصول على التمويل اللازم لحل هذا المشكل، وهذا التمويل تقدمه البنوك في شكل قروض تدعى بالقروض العقارية.

## إشكالية البحث:

يعتمد طلب قرض عقاري من البنوك التجارية الجزائرية والتي تفرعت منها بنوك متخصصة ووسيلة لها، على الإمتيازات التي تقدمها هذه الأخيرة للزبائن المستفيدين منه وبالتالي سنعالج الموضوع من خلال الإشكالية التالية:

ما هي المعايير والآليات الديناميكية التي تعتمد عليها البنوك المتخصصة في الجزائر لتسيير ومنح القروض العقارية؟

**الفرضية الرئيسية .**

- يعتمد البنك العقاري على إستراتيجيات تسويقية بحتة في تقديمه لمختلف الخدمات المصرفية في شكل قروض عقارية تتماشى مع متطلبات الزبون.

**أهمية البحث:**

تكمن أهمية البحث في دراسة الحلول البديلة لتمويل العقار، والنهوض بتنمية إقتصادية في الجزائر وتسليط الضوء على دور البنوك التجارية عامة والمتخصصة خاصة في هذا المجال.

**مبررات اختيار الموضوع:**

- حداثة الموضوع.
- قلة البحوث والرسائل حول موضوع القروض العقارية.
- أهمية الموضوع للمواطن الجزائري خاصة في ظل التحولات الاقتصادية الحالية.
- ارتباط الموضوع بالحدث الواقعي الإجتماعي .

**المنهج المستخدم:**

بالنظر إلى طبيعة الموضوع المختار، ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة، ولإثبات أو نفي الفرضيات المقترحة نتبع المنهج التحليلي الوصفي.

**صعوبات البحث:**

صادفتنا عدة صعوبات أثناء انجاز هذا البحث نذكر منها:

- قلة المراجع في هذا الموضوع.
- قلة المنشورات والمجلات في الوكالات البنكية العقارية .
- نقص الخبرة العلمية والعملية بسبب التغير المفاجئ للنصوص الحكومية العقارية.
- نقص الدراسات السابقة المتعلقة بهذا الموضوع.
- توفر بعض المراجع باللغات الأجنبية وصعوبة الترجمة، خصوصا وان المصطلحات تختلف حسب ميدان الدراسة فمثلا نجد مصطلح واحد في اللغة العربية يختلف معناه في ميدان الإدارة عن ميدان المالية.

**هيكل البحث**

من أجل الإحاطة بموضوع الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم البحث إلى فصلين نظريين وفصل تطبيقي على النحو التالي:

**الفصل الأول:** تمحور حول الجهاز المصرفي وكنمهيد قمنا بدراسة عموميات حول البنك في المبحث الأول، والبنوك التجارية ومدى فعالية خدماتها في المبحث الثاني، وتسويق الخدمات المصرفية في المبحث الثالث.

**الفصل الثاني:** تناولنا فيه مفاهيم حول القروض العقارية في المبحث الأول، وتطرقنا في المبحث الثاني إلى شروط وكيفية منح القرض العقاري، وُصولا إلى أهم الإستراتيجيات الفعالة في تسويق القرض العقاري في المبحث الثالث.

**الفصل الثالث:** قمنا فيه بدراسة تطبيقية لحالة بنك القرض الشعبي الجزائري، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري، وتناولنا في المبحث الثاني إلى وكالة قالمة ، وفي المبحث الثالث تعرضنا إلى كيفية تسيير القرض العقاري من طرف وكالة بنك القرض الشعبي الجزائري بقالمة.

**تمهيد :**

إن التطور الاقتصادي للمجتمعات واتساع رقعة النشاط الاقتصادي لها، وزيادة حجم الاستثمارات والمؤسسات بشكل استحال مع الآليات والأنظمة القديمة خصوصاً بعد فشل نظام المقايضة، ومع ظهور النقود التي عرفت أشكالاً متعددة عبر مراحل زمنية متعاقبة ظهرت الحاجة لبروز أطراف جديدة تقوم بجمع الأموال وإعادة توزيعها وتنظيم إصدارها لضمان تطور الاقتصاد واستمرار توسعه، وهنا ظهرت البنوك كحلقة ربط بين المتعاملين الاقتصاديين، أو كحلقة ربط بين أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجز المالي، فبواسطتها يتم نقل الأموال من وحدات ذات فائض إلى وحدات عجز، ولذلك تعتبر البنوك الوجهة لكل من أصحاب الفائض المالي لتوظيف أموالهم وأصحاب العجز المالي لطلب القروض، فالبنوك بشتى أنواعها تقدم خدمات للأفراد والمؤسسات في مختلف ميادين الاستثمار أو التجارة وغيرها من خلال الحصول على الودائع من أصحاب الفائض المالي .

## المبحث الأول: مدخل إلى الجهاز المصرفي

عُرفت البنوك مُنذ القدم حيث تم أول ظهور لها على يد العراقيين في القرن الرابع قبل الميلاد، وكانت وظيفتها جمع الودائع ومنح القروض، ثم تطورت هذه الوظائف مع تطور النشاط الاقتصادي، بحيث تعد البنوك من المنشآت المالية الحيوية في إطار الاقتصاد الوطني .

### المطلب الأول: نشأة البنوك و تعريفها

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى نشأة البنوك و تطورها ثم التطرق إلى أهم تعاريفها :

#### 1- نشأة البنوك:

تعد فكرة البنوك قديمة جدًا ولقد اختلف المؤرخون في تحديد أول موطن للعمليات المصرفية البدائية، وهناك فكرة راجحة أيدها بعض المفكرين حيث اعتبروا أن الصيارفة هم النواة الأولى لميلاد المصارف التجارية، حيث أن البدايات والاستعمالات الأولى للعمليات المصرفية تعود إلى عهد العراقيين (البابليين) قديما في بلاد ما بين النهرين أو الرافدين في القرن الرابع قبل الميلاد، لقد كان الصيارفة يجلسون في الموانئ للمتاجرة بالنقود وأمامهم مكاتب خشبية يضعون عليها النقود ويمارسون عمليات بيع وشراء العملات الأجنبية المختلفة، بالمقابل هناك شبه إجماع حول ظهور البنوك بشكلها الحديث في أواخر القرون الوسطى وبتحديد في القرن الثالث و الرابع عشر ، حيث تم تأسيس أول بنك في مدينة البندقية بإيطاليا عام 1157 م نتيجة إزدهار المدن الإيطالية على إثر إندلاع الحروب الصليبية.(1) و يشير التطور التاريخي للبنوك التجارية إلى أن الأفراد في الماضي كانوا يودعون أموالهم لدى الصاغة مقابل الحصول على شهادات الإيداع لإثبات حقوقهم و يحصل الصاغة مقابل ذلك على عمولة.

#### 2- تعريف البنوك ( Bank, Banque ):

أصلها هو كلمة ايطالية بانكو (Banco)، وتعني المنضدة أو المصطبة التي يتم عليها عد وتبادل العملات، وكان يقصد بها في البداية المصطبة التي يجلس عليها الصرافون قصد تحويل العملات، ثم أصبحت تطلق على المكان الذي توجد فيه المنضدة، ويتم فوقها عد وتبادل العملات وتجري فيها المعاملة والمتاجرة بالنقود(2).

توجد تعاريف كثيرة للبنك نذكر منها:

- البنك هو مؤسسة تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيسيتين من العملاء، فالمجموعة الأولى لها فائض من الأموال وتحتاج إلى الحفاظ عليها وتنميتها، والمجموعة الثانية تحتاج إلى أموال لأغراض أهمها الاستثمار أو التشغيل أو كلاهما(3).

(1) عبد الحليم كراجه: محاسبة البنوك، دار صفا للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، عمان ، 2000، ص ص 11، 12.

(2) زياد سليم: إدارة البنوك، دار صفاء للنشر، عمان. 1997، ص 10 .



- كما ينظر إلى البنك باعتباره تلك المنظمة التي تتبادل المنافع المالية مع مجموعات من العملاء بما لا يتعارض مع مصلحة المجتمع، وبما يتماشى مع التغيير المستمر في البيئة المصرفية(1).
- البنوك الشاملة هي تلك الكيانات المصرفية التي تسعى دائما وراء توسيع وتوزيع مصادر التمويل وتعبئة أكبر قدر ممكن من المدخرات من كافة القطاعات، وتمنح الإئتمان لجميع القطاعات كما تعمل على تقديم الخدمات المتجددة، فنجدها تجمع بين وظائف البنوك التجارية والبنوك المتخصصة الإستثمارية.(2)

### المطلب الثاني: أنواع البنوك، وأهميتها:

تميزت البنوك بتعدد أنواعها خاصة في العصر الحديث و هذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب من

دراستنا

#### 1- أنواع البنوك:

يتكون الجهاز المصرفي في أي دولة من الدول من بنوك تختلف في أنواعها تبعا لتخصصاتها، ومن أهم هذه البنوك نجد:

#### 1-1 من حيث طبيعة النشاط: تنقسم إلى الأنواع التالية :

##### أ- البنوك المركزية:

- البنك المركزي هو المؤسسة التي تتكفل بإصدار النقود في كل دولة .
- يترأس النظام النقدي ولذلك يشرف على التسيير النقدي ويتحكم في كل البنوك العاملة في الاقتصاد الوطني .
- تلجأ إليه كل المؤسسات المالية الخاضعة له في حالة نقص السيولة ، حيث يعتبر الملجأ الأخير للإقراض .
- بنك البنوك وبنك الحكومة، ومحاسبيا يقوم بإعادة الخصم للبنك التجاري، فهو لا يعمل مع الأفراد مباشرة بل مع البنوك التجارية (3).

##### ب- البنوك التجارية (بنوك الودائع أو بنوك الائتمان) :

و تمثل البنوك التجارية العمود الفقري للجهاز المصرفي في الدولة، و هي التي تعتمد على قبول ودائع الأفراد و الهيئات بأنواعها المختلفة سواء كانت

(3) بوقموم محمد : دور البنوك التجارية في تمويل الاستثمار، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير ، نقود ومالية ، الأستاذ المشرف خير الدين معطي الله ، جامعة قلمة ، 2004، ص، 11 .

(1) محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج، عمان، 2000، ص 13.

(2) فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمن النوري: إدارة البنوك، دار وائل للنشر، عمان ، 2006، ص ، 20.

(3) الطاهر لطرش: تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 2003، ص 11.

تحت الطلب أو من أجل تم إعادة استثمارها لفترات قصيرة الأجل عن طريق تسهيلات ائتمانية للمساهمة في قيمته، و تنشيط حركة التجارة الداخلية و الخارجية .

**ج)- بنوك و صناديق التوفير:** تعمل على جمع مدخرات الأفراد و التي تكون غالبا عند الطلب، و تأخذ شكل دفتر إيداع و قد تكون مدخرات بأجل تقييد بتشغيل بالاقتراف لأجل المختلفة، و من أمثالها صناديق التوفير الموجودة داخل بعض البنوك التجارية.

**د)- البنوك العقارية:** و يتولى هذه البنوك تمويل مشروعات قطاع البناء و الإسكان مقابل رهانات عقارية في شكل قروض طويلة الأجل، و لذلك تعتمد على مصادر تمويل طويلة الأجل و من أمثالها بنوك التسليف العقاري و بنوك الإسكان .

### 1-2- من حيث علاقة البنوك بالدولة (1) :

تنقسم إلى الأنواع التالية :

**أ)- بنوك القطاع العام :** تتخصص في تمويل المشروعات الاقتصادية الكبرى لأجل طويلة إما بالإقراض أو المساهمة فيها ، و تكون ملكية هذه البنوك للدولة مثل البنك المركزي .

**ب)- بنوك القطاع الخاص :** تمتلك هذه البنوك القطاع الخاص بأشخاصه الطبيعيين أو الاعتباريين، سواء كانت في شكل مشروعات فردية أو شركات أشخاص ...

**ج- بنوك مختلطة :** هي البنوك التي تكون ملكيتها مشتركة بين القطاع العام الممثل في الدولة والقطاع الخاص.

### 1-3- من حيث الشكل القانوني للملكية:

تنقسم إلى الأنواع التالية (2)

**أ)- بنوك خاصة:** تأخذ شكل منشأة فردية أو شركات أشخاص ( تضامن أو توصية بسيطة )، حيث تعد ملكيتها إلى شخص واحد أو عدة أفراد .

**ب)- بنوك المساهمة :** تأخذ شكل شركة أموال ( مساهمة أو توصية بالأسهم أو مسؤولية محدودة ) حيث يطرح رأس مال هذه البنوك للاكتتاب العام في شكل أسهم يتم تداولها في الأسواق المالية ( البورصة ) .

**ج)- بنوك تعاونية :** تعود ملكيتها إلى جمعيات تعاونية أو نقابات مهنية أو حرفية أو عملية.

### 1-4- من حيث جنسيتها:

تنقسم في هذا المجال إلى الأنواع التالية :

**أ)- بنوك ومصارف وطنية:** تعود ملكيتها بالكامل إلى أشخاص طبيعيين أو اعتباريين تابعين للدولة التي تقوم هذه البنوك على أرضها .

(1) محمد السيد سرايا: البنوك التجارية، دار المطبوعات الجامعية، كلية التجارة ، جامعة الاسكندرية 2008 ، ص 17

(ب) - بنوك ومصارف أجنبية: هي البنوك التي تعود ملكيتها بالكامل إلى رعايا دولة أخرى، غير الدولة الموجودة فيها هذه البنوك.

(ج) - بنوك إقليمية: هي البنوك التي يشترك في ملكيتها عدد من المنطقة المعينة.

(د) - بنوك دولية: هي البنوك التابعة للهيئات الدولية، كالأمم المتحدة و البنك الدولي وصندوق النقد الدولي.

## 5-1 - من حيث علاقتها بالشريعة الإسلامية:

تنقسم إلى:

(أ) - بنوك عادية: هي البنوك التجارية العادية المنتشرة في معظم الدول العربية والغربية، ويطلق عليها (بنوك ربوية) أي لا تطبق أسس ومبادئ الشريعة الإسلامية.

(ب) - بنوك إسلامية: هي البنوك التي تأخذ في الاعتبار أثناء سبيل ممارسة أنشطتها مبادئ وقواعد وأصول الاقتصاد الإسلامي والشريعة الإسلامية، فهي لا تتعامل بالربا وتعاملاتها إنما بالمضاربة أو المرابحة الإسلامية وتقدم العديد من الخدمات داخل حدود الشريعة الإسلامية (1).

## 2- أهمية البنوك:

تظهر أهمية البنوك في العصر الحديث بأدائها أرسدة ضخمة من الودائع الصغيرة على مستوى الوافرات المحققة من الحجم الكبير وذلك بما يلي :

- بدون هذه الوساطة يتعين على صاحب المال أن يجد المستثمر المطلوب والعكس بالشروط والمدة المناسبة للثنين .
- بدون المصارف تكون المخاطرة أكبر و ذلك لاقتصاد المشاركة على مشروع واحد .
- تشجيع الأسواق الأولية التي تستثمر وتصدر الأصول المالية التي يحجم عنها الأفراد وخوفا من المخاطر .
- -إن وساطة البنوك تزيد من السيولة في الاقتصاد بتقديم أصول قريبة من النقود تدر عائد مما يقلل الطلب على النقود .

## المطلب الثالث : وظائف البنوك ودورها في تنمية الاقتصاد

### 1- وظائف البنوك:

لقد اختلفت وظائف البنوك وتعددت وسوف نذكر أهم هذه الوظائف من خلال ما يلي:

#### 1-1- قبول الودائع وتنمية الادخار:

تقوم البنوك بقبول ودائع الأفراد التي تدفع عند الطلب، أو بناء على إخطار سابق، أو بعد انتهاء أجل محدد .

(1) نفس المرجع ص ص 18 19

## 2-1- مزاولة عملية التمويل الداخلي والخارجي:

تعمل البنوك على تنمية الادخار وقبول الودائع لكي تستخدم هذه الودائع في عمليات التمويل الداخلي والخارجي بما يحقق أهداف خطة التنمية .

## 3-1- تقديم الخدمات المصرفية:

حيث تتنافس البنوك في تنويع الخدمات المصرفية التي تقدمها لعملائها، وفي تبسيط إجراءات العملاء على هذه الخدمات(1).

## 4-1- إصدار وتنظيم النقد:

يختص البنك المركزي بإصدار أوراق النقد، وهذه الوظيفة تعني الكثير بالنسبة للبنوك التجارية والأصل أن الحسابات النقدية اليومية من خزينة البنك تتناسب مع الإيداعات التي تدخل الخزينة.

## 5-1- إدارة الاحتياطي القانوني:

ويتمثل قيمة هذا الاحتياطي في نسبة من ودائع البنك يحتفظ بها لدى البنك المركزي، والاحتياطي القانوني يمثل أهمية كبيرة بالنسبة لكل البنوك التجارية والبنك المركزي .

## 6-1- مراقبة الصرف وإحداث اللوائح(2):

يشارك البنك المركزي في المفاوضات الخاصة بعقد اتفاقيات دولية متعلقة بالدفع والصرف والمقاصة بتنفيذها لصالح الدولة، ويعتبر البنك المركزي الرقيب عن التحويل الخارجي بإعداده للقوانين المتعلقة بالصرف.

## 2- دور البنوك في تنمية الإقتصاد(3):

لعبت البنوك ومازالت تلعب دورا هاما في التطور الاقتصادي والاجتماعي، كما أن هذا الدور يتطور متأثرا بالوقت المعاش، ولقد تعددت الكتابات التي تشرح وتفسر دور البنوك في التنمية الاقتصادية خاصة من منظور التمويل المصرفي، ويُمكن حصر دور البنوك فيما يلي:

- المساهمة في التطوير الاقتصادي والاجتماعي على حسب المرحلة التي تمر بها الدولة.
- المساهمة في تطوير السياسات الاقتصادية التي يشهدها الإقتصاد العالمي في مرحلة ما.
- معرفة أهمية الوظائف التي تضطلع بها البنوك في أي اقتصاد .

من خلال ما سبق نجد إن البنوك تلعب على اختلاف أنواعها دورا على جانب كبير من الأهمية في النشاط الاقتصادي للدولة ،حيث تعمل كوسيط على جذب و تكثيف المدخرات الوطنية سواء كانت

(1) محمد عبد الفتاح الصيرفي: مرجع سابق ، ص 20، 19.

(2) رضوان وليد العمار: النقود والمصارف، ( القاهرة: جامعة شريعة، كلية الإقتصاد، 1995)، ص 200.

(3) مصطفى رشدي شبيحة: الاندماج المصرفي، الإسكندرية، الدار الجامعية، 1982، ص 130.

بالعملات المحلية أو الأجنبية من مختلف قطاعات الدولة و توجيهها إلى قنوات الاستثمار الحيوية و العامة للاقتصاد الوطني في هذه الدولة.

## المبحث الثاني: البنوك التجارية و مدى فعالية خدماتها

يُعرف البنك على أنه مُنشأة تنصب عملياتها الرئيسية على تجميع النقود الفائضة عن حاجة الجمهور لغرض اقرضها للآخرين وفقا لأسس معينة أو استثمارها في أوراق مالية محددة، لذلك فإن البنوك التجارية تتميز عن بقية المصارف بقبولها للودائع في حسابات جارية قابلة للسحب الفوري بصكوك وقد تشاركه في هذه الخاصية مصارف أخرى، ولكن بصورة محددة تبعا للأنشطة المصرفية في الأخطار المختلفة .

### المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية

تعرف البنوك التجارية على أنها تلك المنشآت المالية والتي تقوم بصفة معتادة بقبول ودائع تدفع عند الطلب أو لأجل محددة، وتزاوُل عمليات التمويل الداخلي و الخارجي كما تباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل و الخارج ، والمساهمة في إنشاء المشروعات وما يتطلب من عمليات مصرفية وتجارية ومالية(1).

أوهي نوع من الوساطة المالية التي تتمثل معاملاتها الأساسية في تلقي الودائع الجارية للعائلات و المؤسسات و السلطات العمومية ، و يتيح لها ذلك القدرة على إنشاء نوع خاص من النقود هي نقود الودائع (2).

### المطلب الثاني: أهداف و وظائف البنوك التجارية

للبنوك التجارية عدة أهداف و وظائف و ذلك لتعدد أنواعها:

#### 1- أهداف البنوك التجارية:(3)

تسعى البنوك التجارية إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية ، وهي على درجة كبيرة من الأهمية و تتمثل في: الربحية، الأمان ، والسيولة.

#### 1-1- الربحية :

(1) د، فلاح حسن حسني : إدارة البنوك،مرجع سابق،ص33

(2) الطاهر لطرش:مرجع سابق،ص12 .

(3) د، إبراهيم منير هندي: إدارة البنوك التجارية ، المكتب العربي الحديث، مصر ، 1996 ، ص ص 10 11 12

من الأهداف الرئيسية للبنوك تحقيق عائد ملائم لملاكه ، و لكي يحقق البنك أرباحا لا بد له من توظيف الأموال التي يحصل عليها من مصادر مختلفة ، وأن يقلل من نفقاته قدر الإمكان ، والإيرادات الإجمالية تتجمع بشكل رئيسي من نتائج عمليات الإقراض والاستثمار بالإضافة إلي الأرباح الرأسمالية التي يحققها ، أما النفقات فتتمثل في نفقات إدارية ، تشغيلية و نفقات ثابتة في الفوائد التي يدفعها. رغم سلبية التزام البنك بدفع فوائد على الودائع سواء حقق أرباحا أم لا .

### 1-2- السيولة :

يتمثل الجانب الأكبر من الموارد المالية للبنك في ودايع تستحق عند الطلب و من ثم ينبغي على البنك أن يكون مستعدا للوفاء بها في أي لحظة ، فإن مجرد إشاعة عن عدم توفر سيولة كافية لدى البنك كفيلة بأن تزعزع ثقة المودعين ، ويدفعهم فجأة لسحب ودايعهم مما قد يعرض البنك للإفلاس(1) تتأثر السيولة العامة في المصارف التجارية بدرجة ثبات الودائع في المصرف وترتيبها وسهولة عملية الإقراض والاستثمارات الأخرى في المصارف .

### 1-3- الأمان :

تسعى المصارف التجارية بشدة إلي توفير أكبر قدر ممكن من الأمان للمودعين من خلال تجنب المشروعات ذات المخاطرة العالية ، وإلي تعدد المناطق الجغرافية التي يخدمها المصرف ، لان ذلك يؤدي إلي تباين الزبائن(المودعين و المقترضين) وأنشطتهم ، وأيضا تباين في مدى حساسية تلك الأنشطة للظروف الاقتصادية العامة .

### 2- وظائف البنوك التجارية:(2)

تسعى المصارف على تحقيق مستويات متزايدة من الربحية و تحسين نوعية خدماتها سعيا نحو خلق مركز إستراتيجي متميز وتحقيق رضا وولاء الزبائن، وعموما فإن البنوك التجارية تتولى تقديم الخدمات التالية :

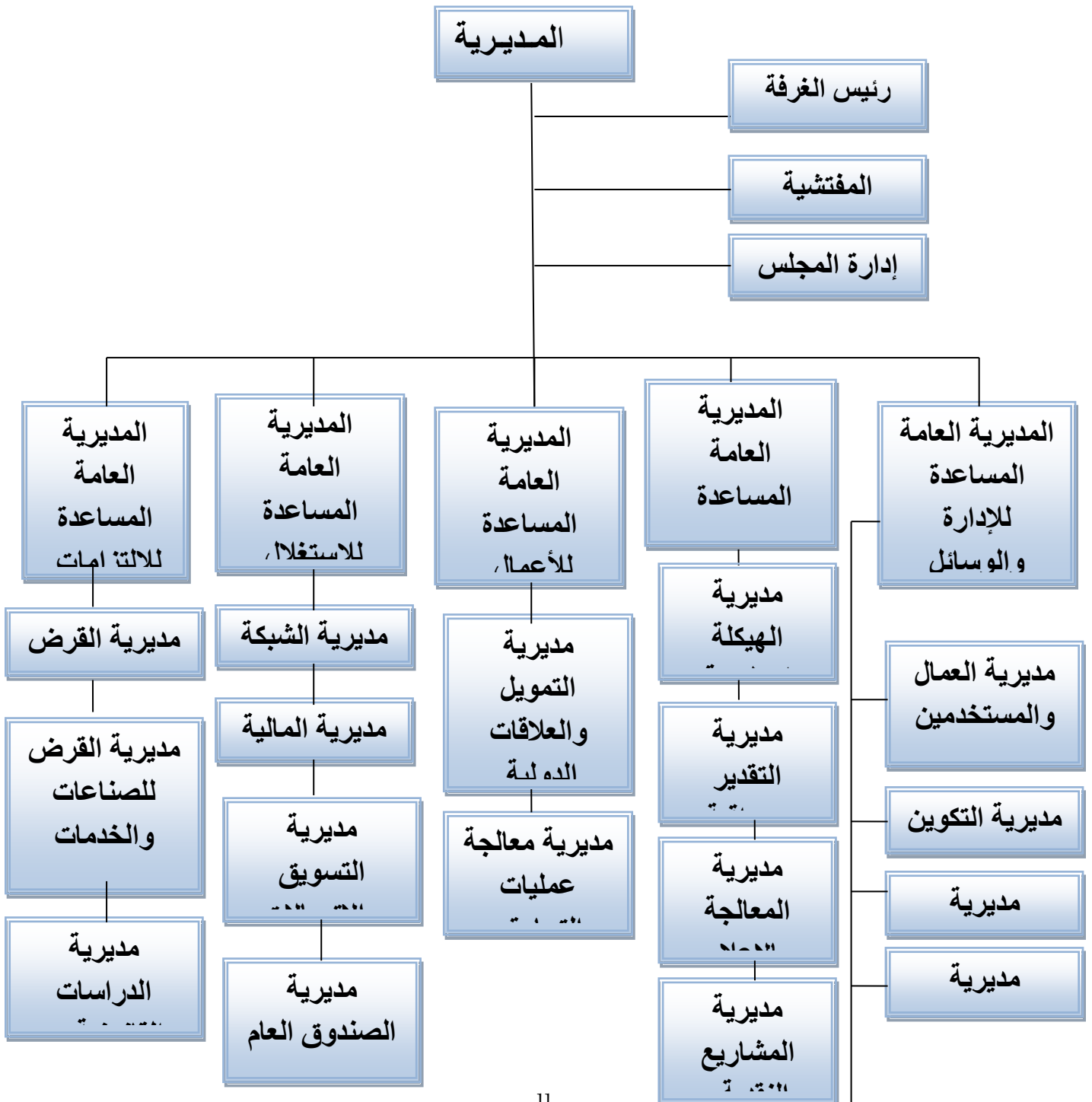
- قبول الودائع التي قد يكون بعضها تحت الطلب و بعضها لأجل محددة وودائع ادخارية.
- المساهمة في تمويل مشروعات التنمية من خلال منح القروض والائتمان بصيغ مختلفة .
- تقديم خدمات إستشارية في مجال دراسات الجدوى الإقتصادية وكيفية إدارة الأعمال.
- شراء و بيع الأوراق المالية و حفظها لحساب المتعاملين معه .
- تحويل العملة للخارج لسداد الإلتزامات للزبائن فيما يتعلق بعمليات الاستيراد .
- إدارة الأعمال و الممتلكات للمتعاملين معه.
- تمويل الإسكان الشخصي للزبائن من خلال منحهم قروض لهذا الغرض .

(1) شاكر القزويني: محاضرات في اقتصاد البنوك، الطبعة الثانية سنة 1992 ، ص 28

(2) د ، فلاح حسن حسني: مرجع سابق ، ص ص 34 35 .

- منح قروض في السكنات الترقية أو سكنات شخصية وخدمات البطاقة الائتمانية .

الشكل رقم 01: الهيكل التنظيمي للقروض الشعبي الجزائري



مديرية  
الوسائل المادية

مديرية  
المشاريع

المصدر: الوثائق الداخلية لبنك القرض الشعبي الجزائري ، قالمة

### المطلب الثالث : تقسيمات البنوك وأهم المؤسسات المالية الوسيطة لها

تنقسم البنوك التجارية إلى أنواع متعددة طبقا للزاوية التي يتم من خلالها النظر إلى البنوك وذلك على النحو التالي :

#### 1- من حيث نشاطها و مدى تغطيتها للمناطق الجغرافية(1):

تنقسم إلى بنوك تجارية عامة و محلية:

##### 1-1- البنوك التجارية العامة :

يقصد بها البنوك التي يكون مركزها الرئيسي في العاصمة أو في إحدى المدن الكبرى ، و تباشر نشاطها من خلال فروع على مستوى الدولة أو خارجها ، و تقوم هذه البنوك بكافة الأعمال التقليدية للبنوك التجارية .

##### 1-2- البنوك التجارية المحلية :

هي البنوك التي يقتصر نشاطها على منطقة جغرافية محدودة نسبيا مثل محافظة معينة أو مدينة أو ولاية أو إقليم محدد، ويقع المركز الرئيسي للبنك و الفروع في هذه المنطقة المحددة ، وتتميز هذه الفروع بصغر الحجم ، كما انها ترتبط بالبيئة المحيطة بها و ينعكس ذلك على مجموعة الخدمات المصرفية التي تقوم بتقديمها .

##### 2- من حيث حجم النشاط :

تتفرع إلى بنوك الجملة و بنوك التجزئة :

##### 1-2- بنوك الجملة :

يقصد بها البنوك التي تتعامل مع كبار العملاء و المنشآت الكبرى .

##### 2-2- بنوك التجزئة :

هي عكس النوع السابق حيث تتعامل مع صغار العملاء و المنشآت الصغرى لكنها تسعى لاجتذاب أكبر عدد ممكن منهم ، وتتميز هذه البنوك بما تتميز به متاجر التجزئة فهي منتشرة جغرافيا

(1) د ، محمد عبد الفتاح الصيرفي : مرجع سابق ، ص ص 32 33 .



وتتعامل بأصغر وحدات مالية قيمة من خلال خلق المنافع الزمانية و المكانية و منفعة التملك ، والتعامل للأفراد و بذلك فان التجزئة تسعى إلي توزيع خدمات البنك من خلال المستهلك النهائي .(2)

### 3- من حيث عدد الفروع (3):

تنقسم إلي بنوك ذات فروع و بنوك فردية و بنوك المجموعات و بنوك السلاسل و بنوك المراسلة و البنوك المتخصصة :

### 3-1- البنوك ذات الفروع :

هي المصارف التي تمتلك عددا من الفروع المنتشرة في مناطق جغرافية معينة ، و تدار من خلال مركز رئيسي بواسطة مجلس إدارة واحد ، و يدير كل فرع من فروع المصرف مدير يعمل بموجب الصلاحيات المخولة له من المركز ، وتشترك الفروع سوية مع المركز الرئيسي في إدارة الاحتياطات الأولية و الثانوية و القروض و الاستثمارات و العمليات المصرفية الأخرى .  
ومن أهم المزايا التي تتمتع بها المصارف ذات الفروع هي أن انتشارها في مناطق جغرافية متنوعة يمكنها من تقديم قروض و استثمارات مالية و اقتصادية مختلفة و لكافة القطاعات الاقتصادية ، مما يجعلها تساهم في تحقيق تنمية اقتصادية متوازنة ، كما يُميز هذا النوع من المصارف أنه يخضع للقوانين العامة للدولة و يتعامل في قروض قصيرة الأجل(سنة فأقل) .

### 3-2- البنوك الفردية :

تقوم هذه البنوك على ما يتمتع أصحابها من ثقة ، وبطبيعة الحال فإنها منشأة فردية تكون محدودة رأس المال ، ولذلك فهي سوف تتعامل في المجالات قصيرة الأجل ، ثم توظيف الأموال في الأوراق المالية والأوراق التجارية المخصوصة وغير ذلك من الأصول العالية السيولة والتي يمكن تحويلها إلي نقود بسرعة وبدون خسائر ، ومن أمثلتها مؤسسة أراجي بالمملكة العربية السعودية.

### 3-3- بنوك المجموعات :

تأخذ شكل شركة قابضة تدير مجموعة من الشركات القابضة لها والتي تعمل في النشاط المصرفي ، حيث تقوم الشركة القابضة بالأشراف على الشركات التابعة لها وتضع لها السياسات العامة و تنفيذها بشكل لا مركزي ، وتأخذ هذه البنوك طابعا إحتكاريًا، و إنتشرت هذه البنوك في أوروبا الغربية و الولايات المتحدة الأمريكية .

### 3-4- بنوك السلاسل :

(2) عبد السلام أبو قحف و آخرون : إدارة البنوك التجارية ، المكتب العربي الحديث ، مصر ، 1986 ، ص 44 .  
(3) سيد محمد عبد الرب و آخرون : إدارة المنشآت المالية ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2000 ، ص ص 38 39 .

هي عبارة عن سلسلة من البنوك نشأت نتيجة لنمو الحجم في البنوك التجارية ، وزيادة حجم نشاطها واتساع نطاق أعمالها ، وتتكون السلسلة من عدة فروع منفصلة عن بعضها إداريا و يُشرف عليها مركز رئيسي واحد يقوم برسم السياسات العامة التي تلزم مختلف وحدات السلسلة بها . كذلك فهو ينسق بين الوحدات وبعضها ولا يوجد هذا النوع من البنوك التجارية إلا في الولايات المتحدة الأمريكية.

### 3-5- بنوك المراسلة :

ظهرت الحاجة إلى المصارف المراسلة نتيجة لرغبة المصارف و البنوك لإيجاد نظام لتحصيل الصكوك المحسوبة من قبل الزبائن على مصارف في مناطق أخرى ، حيث كانت المصارف في المدن الكبرى تتنافس فيما بينها في الحصول على الودائع الموجودة في القرى والأرياف وتدفع لقاءها فوائد

مغرية أو تقديم خدمات مصرفية مجانية ، وظهرت البنوك المراسلة كبنوك متعاونة فيما بينها في مجالات خدمية مصرفية معينة .

### 3-6- البنوك المتخصصة :<sup>(1)</sup>

هي تلك المصارف التي تتخصص في تمويل قطاعات اقتصادية معينة ومن أهم أنواع المصارف المتخصصة هي المصارف الصناعية ، والزراعية ، والعقارية ، كما تعرف المصارف المتخصصة بأنها تلك المصارف التي تقوم بعمليات مصرفية التي تخدم نوعا محددًا من النشاط الإقتصادي مثل نشاط صناعي أو زراعي أو عقاري وذلك وفقا للقرارات الصادرة بتأسيسها، وتتميز البنوك المتخصصة بأنها :

- تعتبر مؤسسات غير ودائعية أي لا تعتمد على إبداعات الأفراد .
- ارتباط نشاطها برأس مالها .
- معظم القروض التي تمنحها تكون بأجلها الطويلة نسبيا .
- التخصص في منح القروض في كامل النشاط الإقتصادي .
- غالبا ما يكون تركيزها على تحقيق التنمية الإقتصادية .

و من هنا:

يتمثل الدور الرئيسي للبنك التجاري في القيام بمهمة الوساطة بين المودعين (المدخرين) وبين المقرضين وعلى الرغم من وجود وسطاء آخرون ، إلا أن البنوك التجارية تعد أفضلها جميعا ، خاصة وان خدماتها تتم على صغار وكبار المودعين والمقرضين على السواء . واهتمامات البنوك التجارية

(1) د ، احمد محمد غنيم : إدارة البنوك ، المكتبة العصرية ، جامعة المنصورة ، الطبعة الأولى ، مصر ، 1999 ، ص ص 20 21،

بتعظيم الربحية وتوفير السيولة وتحقيق الأمان تعد من اهتمامات المصارف الكبرى في الدول الحديثة في تحقيق التنمية الاقتصادية .

### المبحث الثالث: التسويق المصرفي و الخدمات المصرفية

يُعد تسويق الخدمات المصرفية من المواضيع الحديثة والمهمة وهو أكثر صعوبة من تسويق السلع بسبب خصائص الخدمة المصرفية، ويلاحظ أن المصارف اتجهت مع بداية السبعينات إليها لاهتمام بالتسويق المصرفي، كونه غدى من الوظائف الرئيسية لها في الأونة الأخيرة، مما حدا بها وبالكتاب آليا لاهتمام بالخدمة المصرفية بشكل أكبر وكذلك أوجب على المصارف البحث عن الأساليب والنماذج التي تميز خدماتها عن أقرانها، وكذلك وجد مصطلح الإستراتيجية التسويقية طريقة إلى أدبيات إدارة الخدمة المصرفية في عقد الثمانينات وذلك لنفس السبب .

### المطلب الأول : أهمية التسويق المصرفي وأهدافه و وظائفه .

يعد الاهتمام بالتسويق المصرفي ظاهرة فائقة الانتشار ذات إتجاه عام يمكن لمسها في كثير من المؤسسات ومنظمات الأعمال في الدول المتقدمة والساعية إلي التقدم .

#### 1- تعريف التسويق المصرفي:

لقد ظل مفهوم التسويق المصرفي في البنوك حتى أوائل التسعينات من القرن الماضي يقتصر على الإعلان والعلاقات العامة ، لكن التغيرات الجذرية التي واجهتها وتواجهها البنوك ولا سيما المنافسة العامة ، سواء مع بعضها أو من مؤسسات مالية أخرى أدت إلي تطور هذا الموضوع. وتوجد عدة تعاريف للتسويق المصرفي من أبرزها إجماع خبراء التسويق على انه :

المخطط المنظم والمتواصل لدراسة الخدمات المتغيرة التي تقدمها المؤسسات المصرفية لإرضاء وتلبية حاجات عملائها، والغاية الأساسية منه الإستجابة لتلك الحاجات ببرامج فعالة متمسة بالإبداع<sup>(1)</sup>.

وقد أثر تطور مفهوم التسويق تأثيراً هاماً في محتوى الخدمة المصرفية وطرق تقديمها ، كما ابرز الدور الذي تلعبه جودة الخدمة المصرفية في عملية المنافسة بين البنوك ، وقد اعد تطبيق المفهوم الحديث للتسويق المصرفي الحقائق التالية :

(أ)- العميل أحد أهم الركائز في العمل المصرفي ، هذا ما جعله عنصراً أساسياً في الخطط والبرامج والسياسات التي يقوم بها البنك ، لذا فإن أي إستراتيجية تسويقية في المصرف تستوجب دراسة أنماط يُعتبر سلوك الزبائن .

(ب)- إن حاجات العملاء و تفضيلاتهم في تطور مستمر فكماليات الأمتس ضروريات اليوم ، وكماليات اليوم ضروريات الغد، هذا ما يلزم البنوك مُسايرة هذا التطور عن طريق إدخال تكنولوجيا وآليات تطور

الخدمات المقدمة من أجل ضمان البقاء والاستمرار في السوق .<sup>(1)</sup>

## 2- أهمية التسويق المصرفي :

بعد التطرق للمفهوم فإنه لا يوجد نشاط تتركز عليه المنظمة أكثر من الأهمية، فالتسويق المصرفي يمثل الروح المبدعة ذات القوة الدافعة لتوليد الحافز على الخلق والإبداع والتحسين والتطوير والامتياز وهو يشمل جهود متعددة يقوم بها رجال التسويق ويتم تقديمها في المصارف بالشكل المطلوب بما يكفل للزبون تدفقاً وإنسياباً في الخدمة المصرفية بسهولة وكفاءة وفعالية .

ولذا تزداد أهمية التسويق المصرفي يومياً وتنمو بمعدلات سريعة، ولها دور فعال في المؤسسات المالية والمصارف بصفة خاصة، من خلال الأنشطة المختلفة التي يقوم بها داخل وخارج البنك وبالشكل الذي ينعكس إيجابياً على تحقيق الاستقرار المالي والمصرفي<sup>(2)</sup>.

ولقد تطور فكر التسويق المصرفي لزيادة المعرفة وتراكم الخبرة وتفاعلها مع القدرات الإبداعية لدى الإنسان ، ومن أهم مميزات التسويق المصرفي ما يلي :

إن تقنيات التسويق المصرفي هي تقنيات تسويق الخدمات بصفة عامة ، لكن يوجد بعض الخصائص التي تميزه عن تسويق المؤسسات الصناعية والتجارية لخدماتها نلخصها في :

■ المال هو المادة الأولية لكل نشاط مصرفي والذي يحل محل المادة الأولية في العملية الإنتاجية .

(1) د ، مصباح محمد أبو تاية : التسويق المصرفي ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2008 ، ص 52 .  
 (1) د ، سامر جلدة : البنوك التجارية والتسويق المصرفي ، دار أسامة للنشر ، الطبعة الأولى ، عمان ، 2009 ، ص 193 .  
 (2) معراج هوارى و احمد امجل : التسويق المصرفي مدخل إستراتيجي ، دار المحمدية ، الجزائر ، 2008 ، ص 29 .

- وجود علاقات دائمة بين البنك والزبون .
- إحتكار كل مؤسسة مصرفية لشبكة توزيع خاصة بها.
- إرتفاع معدل المخاطرة.
- أهمية تقسيم السوق إلي مؤسسات كبيرة ، متوسطة ، صغيرة ، وجمعيات وأفراد .
- تلعب السلطات العمومية دورا هاما في تقنين النشاط البنكي وذلك بتحديد قيود إدارية وقانونية وكذا قيود تعريفية .
- العمل على جلب الزبائن حيث يقوم البنك بعمليات تتم بينه وبين متعاملين هم أما :
  - المتعاملون المودعون المدخرون وهم الناس الذين يجمعون النقود في البنوك.
  - المتعاملون المقترضون وهم الناس الذين يأخذون الاموال من البنك بغية استثمارها أو إستهلاكها .

### 3- أهداف و وظائف التسويق المصرفي :

#### 3-1- أهداف التسويق المصرفي:

توصف أهداف التسويق المصرفي بأنها خاصة ومرتبطة بالنشاط البنكي ، ولها صلة وثيقة

بخصائص التسويق البنكي ، لذا فان تجسيد أهدافه تكمن في ما يلي (1):

- دراسة السوق والعمل الأكثر ربحية وتحديد رغباته واحتياجاته الحالية والمستقبلية قصد تصميم وتقديم الخدمات المصرفية التي يرغب في الحصول عليها في الوقت والمكان المناسبين .
- الإطلاع الدائم على البنوك المنافسة ومعرفة قدرتها على التأثير في السوق .
- بناء صورة ايجابية عن البنك وخدماته وعن العاملين معه ، والمحافظة المستمرة على سمعة وصورة البنك أمام عملائه .
- المساهمة في عملية التجديد والتطوير البنكي والمالي .
- تسيير مختلف المنتجات المالية بصفة أكثر ايجابية وتقديمها على أكمل وجه للعملاء؛
- تكييف البنوك وجعلها ذات مرونة عالية في الاستجابة لمتغيرات السوق وتطورات احتياجات الزبائن.
- خلق أسواق مصرفية وممارسة العمل فيها عن طريق إكتشاف أنواع جديدة من الخدمات المصرفية التي يرغب فيها الزبائن .
- المساهمة في اكتشاف الفرص الإستثمارية ودراستها، وتحديد المشاريع الجديدة.

(1) كريمة ربحي : تسويق الخدمات المصرفية ، مداخلة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي "الواقع والتحديات" ، جامعة الشلف ، 14 و 15 ديسمبر ، 2004 ، ص 368 .

■ التسويق المصرفي يُعتبر أداة تحليلية رئيسية لفهم النشاط البنكي ، ويُساعد العاملين في البنوك على رسم الإستراتيجيات ومتابعة العمل المصرفي .

أما فيما يخص:

### 2-3- وظائف التسويق المصرفي:

فيمكن التطرق إليها من خلال الجدول التالي :

جدول رقم 01: وظائف التسويق المصرفي

الوظيفة	لمن توجه ؟	العمل المطلوب
المعرفة والفهم	<ul style="list-style-type: none"> <li>الزبائن .</li> <li>المنافسين .</li> <li>داخل البنك .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>جميع الأفكار المتعددة حول الزبائن .</li> <li>متابعة شكاويهم وتحليلها .</li> <li>إجراء مقابلات وتحديدها .</li> <li>الاهتمام بأفكار موظفي البنك و لائهم مصدر تجديد هام.</li> <li>معرفة المنافسين وبماذا تتميز خدماتهم .</li> </ul>
التوجه	<ul style="list-style-type: none"> <li>اختيار سيناريو</li> <li>والميدان والوسائل</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>صياغة الأهداف التسويقية ويتم تحديدها بطريقة واضحة.</li> <li>أين يمكن أن ننفذ ذلك ؟ ومن الذي يمكن أن يعهد إليه ذلك؟</li> <li>الكيفية التي يمكن بها تنفيذ المطلوب والوسائل المستعملة.</li> </ul>
الإعلام .	<ul style="list-style-type: none"> <li>جذب الزبائن .</li> <li>زعزعة المنافسين.</li> <li>تجنيد موظفي البنك.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>اختيار الأسواق المستهدفة .</li> <li>صياغة القرارات المتعلقة بالمزيج التسويقي .</li> </ul>

المصدر: ربحي كريمة ، تسويق الخدمات المصرفية ، مرجع سابق ، ص 369.

■ يتضح انه عندما يقرر بنك ما إدخال وظيفة تسويقية لديه ، يمكن أن يختار إحدى الطريقتين :

(أ)- **الطريقة الأولى** : فيها يضاف إلي التنظيم الموجود في البنك وظيفة جديدة هي إدارة التسويق التي يجتمع فيها كل ما لديه علاقة بالتسويق ، ويمكن ان يشمل على دراسة السوق (تحليل حاجات الزبائن) ، دراسة فتح فروع جديدة ، الترويج ، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة (1).

(ب)- **الطريقة الثانية** : حيث تكون إدارة التسويق موجودة ضمن كل دائرة وتحمل كل دائرة في البنك مسؤوليتها في تنمية دور وأساليب التسويق ، وعليه فان هناك مهام و واجبات خاصة بإدارة التسويق في البنوك منها :

- القيام بالدراسات الاقتصادية المختلفة للقطاعات والمجالات ذات علاقة بنشاط البنك التجاري والاستثماري بشكل خاص والجهاز المصرفي بشكل عام .
- تحليل القوانين والتشريعات الاقتصادية والمالية و الاستثمارية.
- دراسة افتتاح الفروع الجديدة للبنك و/أو دمجها و/أو غلقها .

- إعداد التقرير السنوي عن الاقتصاد الوطني بهدف التعرف على التوقعات والمتغيرات والتطورات الاقتصادية وانعكاسها على الأداء المصرفي بشكل عام وأداء البنك بشكل خاص .

- إعداد الإستراتيجية التسويقية للبنك .

- إصدار نشرة تحليلية مالية دورية متخصصة تتضمن مختلف المواضيع الاقتصادية والمالية والاستثمارية بشكل عام، وعلى مختلف الأرصدة المحلية، الإقليمية والدولية .

- المشاركة في تخطيط جودة الخدمة بالتنسيق مع الإدارات والفروع ومراكز العمل، من خلال إعداد بحوث العملاء التي تتعلق بالخدمات المصرفية التجارية التي يقدمها البنك لعملائه .

- إعداد إستراتيجية ترويجية متكاملة لمختلف خدمات البنك تنسجم وتتفق مع الأهداف الإستراتيجية العامة للبنك، ومع طبيعة ونوعية الخدمات المصرفية التجارية والاستثمارية ، مع تخطيط الحملات الإعلامية المختلفة تمكينا للجمهور من التعرف على خدمات البنك المتنوعة .

- ترسيخ الصورة الذهنية للبنك وإنجازاته ومن حيث مكانته وموقعه وتطوره ودوره في المساهمة في بناء الاقتصاد الوطني بشكل عام ، مع ضرورة إبراز رأي البنك كمؤسسة مالية ومصرفية

(1) صباح محمد أبو تاية : مرجع سابق ، ص 57 .

قيادية إزاء مختلف المتغيرات والمستجدات المحلية والإقليمية والدولية وإزاء التشريعات والقوانين ذات الانعكاس المباشر على الحياة الاقتصادية والاجتماعية وذلك من خلال (1) :

- تخطيط الحملات الإعلامية ذات العلاقة بنشاط البنك وإنجازاته وخدماته المصرفية القائمة وأي خدمات جديدة ، من خلال نشرها في مختلف وسائل الإعلام .
- إعداد المقالات الإعلامية والبيانات الصحفية للإدارة العليا ، وذلك بهدف أن يكون للبنك دور إستشاري غير مباشر يساعد صناع القرار في الدولة على اتخاذ القرارات .

### المطلب الثاني : الخدمات المصرفية وخصائصها وأهم العوامل المؤثرة في تسويقها

أدى الاهتمام المتزايد بالخدمات إلى إعطائها مفاهيم متعددة ومتنوعة بسبب وجود خدمات ترتبط بشكل كامل أو جزئي مع السلع المادية ( إيجار العقار، الخدمات الفندقية ، الخدمات السياحية ...) بينما تمثل خدمات أخرى أجزاء مكملة لعملية تسويق السلع المباعة (الصيانة) وهناك خدمات بحتة مثل الخدمات المصرفية ، التأمين ، الخدمات الصحية .

#### 1- مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها:

سننظر هنا إلى مفهوم الخدمة المصرفية وأهم خصائصها

#### 1-1- مفهوم الخدمة المصرفية:

نظرا لعدم ملموسية الخدمات إلي يحصل عليها الزبون من قبل البنك من اجل تلبية حاجاته ورغباته في الوقت والمكان المناسب وبأقل جهد وتكلفة ، من هنا نجد الخدمة المصرفية تمثل :

- نشاط أو عمل يقدم إلى المستفيد من قبل الأفراد والأجهزة الآلية .
- أن تقديمها قد يرتبط أو لا يرتبط بسلعة ، فعلى سبيل المثال حصول المستفيد على المعلومات التي يحتاجها من خلال التقائه بالعاملين في البنك يجعل هذا النوع من الخدمة مرتبط بالشخص الذي يقدمها .

لذا يمكن تعريف الخدمة المصرفية على أنها حل يشبع حالة منتظرة دون تجسيد مادي ، فقد كانت البنوك قديما تقدم عددا محدودا من الخدمات التي تمثلت فيما يلي (1):

- قبول الودائع على اختلاف أنواعها .
- تمويل العملاء تحت منهجية الربح والسيولة والضمان.
- خلق النقد .

#### 1-2- خصائص الخدمة المصرفية : (2)

(1) د ، تيسير العجامة ، مرجع سابق ، ص 72 .  
 (1) جميل سالم الزيدانين : أساسيات في الجهاز المالي ، دار وائل للنشر ، الاردن ، 1999 ، ص 129 .  
 (2) د، تيسير العجامة : مرجع سابق ، ص 32 .



تتطبق خصائص الخدمات بشكلها العام على الخدمات المصرفية ولكنها تختلف عنها بالأنشطة والإجراءات المتبعة لتقديم الخدمة المصرفية ، وطريقة الأداء والعاملين والمعدات المستخدمة في تقديمها كذلك تختلف من حيث طريقة المستفيدين واختلاف حاجاتهم ورغباتهم وطبيعة المنافع التي يرغبون في الحصول عليها . ويمكن إيجاز خصائص الخدمات المصرفية بما يلي :

(أ)- **عدم الملموسية** : معنى ذلك بأن الخدمة المصرفية ليس لها تجسيد مادي وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس ... الخ ، وبناء على ذلك فإنه لا يمكن نقلها أو تخزينها أو تعبئتها أو فحصها قبل الشراء . فمن الناحية العملية أن إشباع واستهلاك الخدمة تحدث في نفس الوقت لذلك يصعب علينا معاينتها .

(ب)- **الاعتماد على الودائع** : تعتمد البنوك على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف .

(ج)- **تعدد وتنوع الخدمات المصرفية** : إن الخدمات التي تقدم من قبل البنوك كثيرة ومتنوعة لتلبية مختلف احتياجات الزبائن خاصة الاحتياجات التمويلية والائتمانية باختلاف أنواعهم .

(د)- **الانتشار الجغرافي** : أي امتلاك شبكة فروع في أي بنك ذو حجم واسع وبشكل متتابع للتزويد بالمنافع الملائمة بحيث تنتشر جغرافيا بشكل يتلاءم ورغبات واحتياجات الزبائن إليها لخدمات والمنتجات المصرفية ، وكل هذا من أجل تحقيق المنفعة المكانية للعميل سواء على المستوى المحلي أو القومي أو الدولي .

(هـ)- **تكامل الخدمة المصرفية في ذاتها** : الخدمة المصرفية تتصف بعدم قابليتها للتجزئة ، أو التقسيم أو الانفصال فهي كل متكامل في ذاته وفي أجزائه وعناصره ، ومن المعروف أن منفعة الخدمة المصرفية

تنتهي عند تقديمها في كل مرة تقدم فيها وهذا ما أدى إلى الاهتمام بجودة تقديم الخدمة والمهارة في التعامل مع الزبائن .

(و)- **صعوبة تقديم الخدمات المصرفية** : حيث ترجع هذه الصعوبة إلي أن الخدمات المصرفية غير ملموسة ولذلك فإن الزبون لا يستطيع تقييم شرائه للخدمة المصرفية قبل الحصول عليها ، وهذا يؤثر على برامج الترويج والتوزيع للخدمة المصرفية .

(ي)- **صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية** : الخدمة المصرفية لا تختلف إلا في حدود ضيقة جدا ولهذا فإنها تتصف بقدر كبير من التشابه والنمطية ، مثلا الخدمات المصرفية التالية تكاد تكون نمطية في بنوك مختلفة : الحساب الجاري ، القروض بمختلف أنواعها ، الاعتمادات المستندية ، خطابات الضمان ، حسابات التوفير... الخ .

(ك)- التوازن بين النمو والمخاطر : بمعنى أن أي عمل مصرفي موضوعي يتصف بالضرورة إيجاد توازن بين توسع نشاطه ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف ، إذن من أولى مسؤوليات المصرف أن يجري نوعا من التوازن بين توسع النشاط المصرفي وبين أعباء هذا التوسع .

(م)- إشباع رغبات الزبون : يتعين أن تكون الخدمات التي يقدمها البنك للزبائن خدمات كاملة الإشباع، أي ترضي الزبون تماما و لا تدع له مجال للبحث عن خدمات بنك آخر ، فالعلاقة ما بين البنك والزبون علاقة دائمة ومستمرة قائمة على تعظيم الإشباع لدى الزبون .

(ن)- صعوبة تحديد السوق المصرفية بدقة : خاصة في الدول النامية وذلك لعدم استقرار الأوضاع الاقتصادية والسياسية من جهة ، والقصور الواضح في الجهود والأنشطة التسويقية للبنك من جهة أخرى . ونتيجة لكل هذه الخصائص وتنوعها وارتباطاتها وتداخلها ، تزداد أهمية التسويق المصرفي بسبب تلك الخصائص .

## 2- العوامل المؤثرة في تسويق الخدمة المصرفية (1):

توجد خمسة عوامل تؤثر في تسويق الخدمة المصرفية :

### 2-1- التغيير في سلوك الزبائن :

هي ظاهرة واضحة في التسويق المصرفي ، فالزيادة الحاصلة في معدل تشغيل النساء والتوجه نحو استقطاب الحسابات الخاصة بالأطفال ، والتركيز على الأفراد الراغبين في امتلاك بيوت للسكن ، والبيع والشراء عن طريق التقسيط لدى العديد من المنظمات والزيادة العامة في الدخل وارتفاع مستوى المعيشة وغيرها من الظواهر الأخرى ، كلها عوامل أثرت في تغيير سلوك الزبائن من وقت لآخر .

### 2-2- قلة القوانين والتدخلات الحكومية :

فمنظرا لوضوح صفة التعامل في قطاع الخدمات المصرفية فإن ما يصدر من قوانين وتشريعات تكون غالبا محدودة نسبيا ، كما أن التشريعات الحكومية هي الأخرى تكون قليلة لوضوح الصورة في التعامل وإعطاء الوحدات المصرفية حرية في استخدام ما تراه مناسباً لمعالجة أي ظواهر .

### 2-3- المنافسة :

هي سمة ظاهرة في هذا القطاع نتيجة لمرونة التعامل في هذا الجانب والسرعة في التغيير والتبديل واتخاذ المواقف أمام أي تصرفات تصدر من المصارف المنافسة الأخرى .

### 2-4- الإبداع التكنولوجي :

(1) د، تيسير العجارمة : مرجع سابق ، ص ص 34 ، 35 .

هذه الناحية لها تأثير واضح في سوق المصرفية فاستخدام التكنولوجيا يسهم في توسيع الموارد والقدرة للمصارف على المنافسة .

## 2-5- علاقات الزبون والجودة :

المهمة الرئيسية للتسويق تكمن في جذب الزبون ، واستمرارية تعزيز العلاقات معه على المدى الطويل ، وتحصيل الرضا الكلي له عن الخدمات المصرفية وذلك بالاهتمام بجانب جودة الخدمة في مقدمة الأمور المطلوبة من حيث السرعة والدقة والكفاءة في العمل

## المطلب الثالث: المزيج التسويقي للخدمات المصرفية

إن المكونات التقليدية لعناصر المزيج التسويقي كانت تتألف عادة من أربعة عناصر وهي تعرف بـ: 4ps وهي: المنتج والسعر والترويج والتوزيع إلا أن المزيج التسويقي في المصارف قد يتألف من سبعة أقسام حيوية هامة وهي 7ps حيث يضاف إليها: الأفراد و العمليات والدليل المادي مع العلم أن هذه العناصر الثلاثة المضافة تختص بها المنظمات الخدمية، وأنه قد يكون هنا كوجه انتظر مختلفة في هذه التصنيفات الثلاثة(1) .

### 1-(المنتج)الخدمة:

**المنتج:** أي شيء يمكن عرضه في السوق لإشباع رغبة أو حاجة.

للخدمات صفات مميزة تخلق تحديًا خاصًا للمسوقين، و كنتيجة لذلك فإن تقنيات التسويق المستخدمة في المصارف تختلف غالبًا عن تلك المستخدمة في تسويق المنتجات، ومن هذه الصفات :

#### 1-1- أنها غير ملموسة:

على اعتبار أن الخدمة لا يمكن رؤيتها أو لمسها، ومع ذلك فإن مرحلة ما قبل الشراء هامة حيث أنها تمكن الزبائن من تقييم جودة و تقوية المنتج.

#### 1-2- التلازمية: فالخدمة لا يمكن أن تنفصل عن الشخص الذي يقوم ببيعها أو تسليمها.

#### 1-3- التنوع: بالرغم من أن عدة منافذ للخدمات قد تباع نفس الخدمات، إلا أنها لا تكون متطابقة من فرع

لآخر (1) .

(1) Kotler, Philip, **and Kevin Lane Keller (2006) Marketing Management**, (12th ed.) New Jersey, Prentice Hall P19

(1) Kotler, Philip, **and Kevin Lane Keller (2006) Marketing Management**, (12th ed.) New Jersey, Prentice Hall P402

### 2-1- السعر في علم التسويق :

هو كمية النقود المحتسبة لسلعة أو خدمة ، أو مجموع القيم التي يتبادلها المستهلك وبمقابل منافع تملك أو استخدام السلعة أو الخدمة (2).

### 2-2- العوامل المؤثرة في تحديد السعر:

تقسم العوامل المؤثرة في تحديد السعر إلى :عوامل داخلية و عوامل خارجية.:

(أ)- **العوامل الداخلية** تتعلق بـ : أهداف التسويق ، استراتيجيات المزيج التسويقي، التكلفة، اعتبارات مؤسساتية.

(ب)- **العوامل الخارجية** تتعلق بـ :السوق والطلب، تكاليف المنافسين و أسعارهم وعروضهم، بالإضافة إلى عوامل أخرى كحالة الاقتصاد و القوانين و التشريعات.

### 3- التوزيع :

#### 3-1- قنوات التوزيع :

مجموعة من المنظمات المترابطة التي تشتت كفي عملية جعل المنتج أو الخدمة متوفرة للاستخدام أو الاستهلاك من قبل المستهلك أو المستعمل إلا أنه بالإجمال على المصرف أن يفكروا بطريقة مختلفة عن الذين يتعاملون بمنتجات مادية ملموسة ،و عليه يمكن تعريف **قنوات التوزيع في المصارف** بأنها :أي وسيلة تزيد توفر أو قابلية الوصول للخدمات التي أيضًا تزيد استعمالها أو عوائدها من خلال استعمالها . وقد تساعد قنوات التوزيع في الحفاظ على المستخدمين الحاليين أو زيادة الاستعمال لديهم أو جذب مستعملين جدد(3).

### 3-2- تحديات توزيع الخدمات المصرفية:

عند اتخاذ قرارا تحول توزيع الخدمات المصرفية، فإن المصارف يكون لديها نفس الأهداف التي يسعى لها مصنع و البضائع الاستهلاكية ومؤسسات الاتصالات ،وذلك لاختيار قنوات التوزيع التي تزيد من أرباح المصرف على المدى الطويل .بالنسبة للمصرف هذا يعني تزويد الخدمة الأمثل والتغطية السوقية بأقل تكلفة .

### 4- الترويج :

#### 4-1- المزيج الترويجي :

(2) Kotler, Philip, **G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, (1995) Principles of Marketing**, (2nd European Edition)  
Italy, Prentice Hall Europe P681

(3) تسيير العجامة ، مرجع سابق

هو المزيج المحدد والمؤلف من الإعلان و البيع الشخصي وترويج المبيعات والعلاقات العامة التي تستخدمها الشركة لتحقيق أهدافها الإعلانية والتسويقية (1).

#### 2-4- أهداف الترويج :

يمكن أن يحقق الترويج مجموعة من الأهداف منها:

- تعريف العملاء بالخدمات المصرفية، وخصوصاً إذا كانت جديدة في السوق .
- تذكير العملاء بالخدمات المصرفية خصوصاً الموجودة في السوق وتعميق درجة ولاء للمصرف.
- العمل على تغيير الاتجاهات و الآراء السلبية للعملاء إلى اتجاهات و آراء جيدة .
- العمل على إقناع العملاء المستهدفين ( الحاليين والمرتبين ) بالفوائد والمنافع التي تؤديها الخدمات المصرفية مما يؤدي إلى إشباع حاجاتهم و رغباتهم.

#### 5- الدليل المادي :

على رجال التسويق الاهتمام بالدليل المادي من خلال التجهيزات المستخدمة لإنتاج الخدمة لأن الخدمة المصرفية تتميز بعدم الملموسية و يعرف الدليل المادي بأنه :البيئة المادية للمصرف المحيطة بالعميلين والزبائن أثناء إنتاج و تسليم الخدمة،مضافاً إليها عناصر ملموسة تستخدم للاتصال ودعم دور الخدمة.

#### 5-1- مظاهر الدليل المادي :

(أ)- **المظهر الخارجي:** ويشمل تصميم المظهر الخارجي للمصرف، واللوحة المكتوب عليها اسم المصرف، وشعار المصرف، والبيئة المحيطة لعملية تسليم الخدمة للزبون.

(ب)- **المظهر الداخلي للتسهيلات :** ويشمل تصميم المظهر الداخلي للمصرف من حيث المكاتب وتوزيع العاملین، وصالة الانتظار وتجهيزاتها، والمعدات المستخدمة لخدمة الزبائن مباشرة أو المستخدمة من قبل إدارة المصرف.

(ج)- **مظاهر أخرى:** وتتضمن مفردات معينة مثل لبطاقات التجارية و التقارير و مظهر العامل كالزي الموحد الذي يوحي للزبائن بتصور أن إيجابية عن العاملين في المصرف .

#### 6- الأفراد :

(1) Kotler, Philip, **G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, (1995) Principles of Marketing**, (2nd European Edition) Italy, Prentice Hall Europe P 756

إن مقدمي الخدمات يلعبون أهمية بالغة في تسويق الخدمات المصرفية إذ يؤدي مقدم الخدمة المصرفية دورًا مهمًا في إقناع الزبائن على اعتبار أنه يمثل حلقة الوصل بين المصرف والزبائن . ويُعرّف الأفراد بأنهم :مجموع الأفراد المشاركين في تقديم الخدمة للزبون وهؤلاء لهم تأثير بالغ على مدى تقبل الزبائن للخدمة .

تزداد أهمية الأفراد في تقديم الخدمات المصرفية لكونها تتميز بعدم الملموسية ، الأمر الذي يحتاج جهودًا إضافية لزيادة إقناع الزبائن بأهمية و طبيعة الخدمات المقدمة .فالزبائن يحكمون على مستوى جودة الخدمات من خلال الكفاية و الفاعلية في أثناء حصولهم على الخدمة، ولذلك فإن المصارف مطالبة بالعمل على تدريب الأفراد و تطويرهم لرفع درجة فاعليتهم، فالأفراد هم مصدر التميز في الإنتاج .

#### 7- العمليات:

تعد عملية تسليم الخدمة للزبون عنصرًا أساسيًا من عناصر المزيج التسويقي للخدمة المصرفية و تشتمل على كافة الإجراءات التي تضمن تقديم الخدمة للزبائن بصورة فعالة وتعرّف العملية بأنها :الكيفية التي يتم من خلالها تقديم الخدمة للزبائن.

#### 7-1- إدارة العمليات و أهميتها:

تبدأ العملية من لحظة دخول الزبون إلى المصرف و حتى خروجه منه،حيث أن عملية تسليم الخدمة للزبون بطريقة جيدة تقوي العلاقة معهم .لذلك لا بد عند تصميم تسليم الخدمة المصرفية من الاهتمام بالزبائن وكيفية مخاطبتهم،و على إدارة المصرف أن تقلل ما أمكن من الإجراءات الروتينية في سبيل الحصول على الخدمة بشكل جيد و زمن قصير .

إن الكيفية التي يتم من خلالها تقديم الخدمة تُعد حاسمة بالنسبة للمصرف، إذ أن عملية تقديم الخدمة تضم أشياء في غاية الأهمية مثل الإجراءات المتبعة من قبل المصرف لضمان تقديم الخدمة إلى الزبائن،كما تشمل على إجراءات أخرى مثلًا لمكنة و تدفق النشاطات وحرية التصرف من قبل القائمين على تقديم الخدمة،وكيفية توجيه الزبائن و تحفيزهم على المشاركة في عملية تقديم الخدمة .

إن إدراك إدارة المصرف لأهمية العمليات يضيف للمصرف ميزة تنافسية لما تنطوي عليه العمليات من سرعة في تنفيذ و إيفاء الخدمة المصرفية،كذلك توفير وقت العميل والصرف على حد سواء .

لاشك أن علم و فن التسويق المصرفي له عناصر و ضوابط كثيرة،لهذا يجب وضع هذه العناصر والضوابط ضمن إطارها الصحيح،كما لا بد من العمل على تطوير هذه العناصر والضوابط بما يلائم طبيعة عمل المصارف ،و وضع سياسات و استراتيجيات خاصة بها .

### خلاصة الفصل الأول:

إن الهدف الذي تسعى إليه المصارف التجارية هي تحقيق علاقة إرطباطية حقيقية أساسها هو كسب الزبون وتحقيق المنفعة الحقيقية من خلال مختلف القروض التي تقدمها وذلك على إستراتيجي بحث من قبل الإدارة العليا للمصارف التجارية لتكوين مزيج خدمي من الخدمة المقدمة وجودها وتوظيف

الخدمات حسب طبيعتها، هذا كل يخدم مصالح البنك في تحقيق الربحية وتوفير الأمان بين البنك والذبون والتحقق من وجود سيولة كافية .



**تمهيد:**

أصبح مشروع تنظيم عملية الإقراض المضمون بالرهن العقاري من النظم المعمول بها في العالم، والتي يتم من خلالها في المقام الأول تمويل تملك الأفراد للسكن بما يساهم في حل مشكلة الإسكان، وخاصة الراغبين في تكوين أسرة جديدة ويعمق في نفس الوقت الوفاء بحقوق المؤسسات المقترضة التي تقوم بتمويل هذا النظام الذي يكفل توفير السيولة النقدية القادرة على تنشيط مجالات اقتصادية أخرى وتوفير عمل جديد.

في البداية يقال أن الغرض من نشاط الإقراض العقاري هو تمويل شراء العقارات لغرض سكني أو أية أغراض أخرى تضاف إلى القرض، على أن يقوم المقترض برهن العقار رهنا رسميا لصالح المقترض، وقد حصر مشروع القانون مزاولة هذا النشاط على الأشخاص الاعتبارية العامة وشركات الإقراض العقاري. لهذا سنتطرق في هذا الفصل إلى مفاهيم حول القرض العقاري في المبحث الأول، وكيفية تسديد القرض والمخاطر الموافقة له في المبحث الثاني، ونعالج في المبحث الثالث ضمان القرض العقاري.

## المبحث الأول: القروض المصرفية

لا تحصل البنوك على النقود من أجل تخزينها أو تجميعها ولكنها تبحث عنها وتجمعها من أجل استعمالها في سد الحاجات التمويلية للزبائن المحتملين، ولذلك فإن أهم استعمالات النقود من طرف النظام البنكي تتمثل في منح القروض إلى أولئك الذين يحتاجون إليها.

### المطلب الأول: تعريف القرض المصرفي وأدواته ووظائفه

يُعد القرض المصرفي من أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك والمصارف لتعدد أدواته وتنوع وظائفه الاقتصادية.

#### 1- تعريف القرض المصرفي:

سنتطرق إلى التعريف اللغوي والتعريف القانوني والاقتصادي للقرض المصرفي:

##### 1-1- التعريف اللغوي:

يُقال أقرض فلان فلانا أي أعطاه مالا، وهي أصلها ائتمان فقد اعتبره آمينا وجعله محل ثقته.

##### 1-2- التعريف القانوني:

وفقا للمادة 32 من القانون البنكي المؤرخ في 19-08-1989 ، فإن القرض هو عبارة عن كل فعل تقوم من خلاله مؤسسة مصرفية معتمدة توضع تحت تصرف أشخاص طبيعيين أو معنويين مبالغ نقدية لحسابهم وهذا مقابل تعهد كتابي أو بإمضاء.<sup>(1)</sup>

##### 1-3- التعريف الاقتصادي :

وإجمالا لما سبق يمكن اعتبار القرض علاقة اقتصادية وقانونية ذات شكل نقدي عند إنتقال القيمة من أشخاص أو مشروعات أو دول معينة إلى آخرين وذلك لاستخدامها مؤقتا لقاء تعهد أو وعد بتسديد قيمتها في وقت لاحق مقابل دفع فائدة . ويتضمن القرض نقطتين أساسيتين هما :

- **الثقة** : إذ يجب أن يكون طالب القرض قادراً على التسديد في الأجل المحددة .
- **الضمانات** : تتمثل في الاحتياطات المادية .

#### 2- أدوات القروض :

للقرض أدوات كثيرة فنجد ما هو من الأوراق التجارية ونجد ما هو من الأوراق المالية أو النقود الورقية

##### 1-2- الأوراق التجارية :

(1) د ، شاكور القزويني ، محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة 2 ، الجزائر ، 1992 ، ص 25 .

تعتبر من أدوات القرض قصيرة الأجل وتتكون من :

(أ)- **السند لأمر**: عبارة عن محرر مكتوب يتعهد من خلاله المؤتمر بدفع مبلغ معين لأمر المصدر، هذا الدفع يمكن أن يكون للإطلاع أو لأجل وعندما يكون لأجل يعتبر كسند للدين البنكي الذي يكون أمرا بالدفع في موعد إستحقاق القرض الممنوح من طرف المصدر، والسند لأمر يجب أن يتوفر فيه الشروط التالية: (1)

- ذكر عبارة سند لأمر في الورقة .
- تحديد موعد الإستحقاق .
- تحديد المكان الذي يتم فيه الدفع .
- التعهد بدفع القيمة المحددة فيه .
- كتابة تاريخ ومكان تحرير السند .

(ب)- **الكمبيالة أو السفتجة** : عبارة عن ورقة تجارية مثلها مثل السند لأمر ولكنها تختلف عنه في بعض الأمور الأساسية، فهي تظهر ثلاثة أشخاص في آن واحد وتسمح بإثبات ذمتين ماليتين في نفس الوقت، وهي من جهة أخرى عبارة عن أمر بالدفع لصالح شخص معين أو لأمره.(2)

(ج)- **الشيك** : عبارة عن وثيقة تتضمن أمرا بالدفع الفوري للمستفيد لمبلغ المحرر عليه، وهو من بين وسائل الدفع الأكثر إنتشارًا إلى جانب النقود الورقية، وقد يكون المستفيد شخصا معروفا ومكتوب إسمه في الشيك وقد يكون غير معروف إذا كان الشيك محررا لحامله، ولهذا فالشيك هو عبارة عن سند لأمر دون أجل، وهو يشبه الكمبيالة بإعتباره يتضمن عملية بين ثلاثة أشخاص الساحب و المسحوب عليه ( البنك ) والمستفيد .

## 2-2- الأوراق المالية أو النقود الورقية :

تعد من أدوات الائتمان، وتتمثل الأوراق المالية في الأسهم والسندات وهي أدوات ائتمان طويلة الأجل بالإضافة إلى النقود الورقية التي تعتبر أيضا من أدوات القروض، وتسمى أحيانا بالنقود الائتمانية لأن إقبال الأفراد عليها يتوقف على درجة ثقتهم في الجهة المصدرة لها .

## 3- وظائف القروض :

توجد وظائف إقتصادية كثيرة للقروض تبرز عن التقدم الواضح الذي حققته من خلال تعدد المنشآت المالية المانحة للقروض و تنوع هذه الأخيرة، ويمكن إظهار هذه الوظائف في :

(1) Amoure Boudinât, **Theorique et pratique bancaire**, L'office des éditions, 1980.p250

(2) Jhone **Mortier, les sécurités de crédit de Banque**, L'office des éditions Paris, 1983.P57

**3-1- تنشيط الإنتاج :**

إن إعتقاد المؤسسات أو أصحاب المشاريع على رؤوس أموالهم الخاصة من شأنه أن يتم نشاطهم في مجال محدود الحركة أمامهم. أما إذا لجأت هذه المؤسسات أو غيرها إلى القروض فإنها تساعد على الحركة والتفكير في التوسع إذا أرادت ذلك، وهذا يؤدي إلى وفرة الإنتاج وبتكاليف منخفضة .

**3-2- الاستخدام الأمثل لرؤوس الأموال :**

بفضل القروض تقوم البنوك بتحويل الأموال المعطلة خاصة منها الودائع لأجل إلى استثمارات من طرف المواطنين الذين لديهم القدرة والرغبة في الاستثمار، وذلك في سبيل تحقيق أكبر منفعة للمجتمع مثل القيام بالبناءات وتجهيزها وإنشاء الطرق وتطوير الزراعة وغيرها من المشاريع مما يؤدي إلى تحقيق الازدهار .

**3-3- استثمار المدخرات :**

في الواقع إذا لم يكن هناك استثمار للمدخرات فإن الجمهور لن يُقبل بصره كافية على الإدخار والعنصر الأساسي لاستثمار المدخرات هو القرض، فالقروض التي تمنحها البنوك هي مدخرات لأفراد آخرين .

وبصفة عامة يمكن القول أن القروض المصرفية لها دور في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية من خلال استغلال الأموال المدخرة من أصحاب الفائض المالي إلى أصحاب العجز المالي في شكل قروض مصرفية لإنجاز مشاريع تنموية .

**المطلب الثاني : أنواع القروض البنكية في المؤسسات المصرفية**

إن القرض هو الغاية من وجود البنك، ويقوم هذا الأخير بهذا الدور نظرا للملائمة المالية للمدين أو الزبون، ويمكن تقسيم القروض التي يمكن للبنك منحها وفق معايير عديدة ومقاييس متنوعة ونحاول أن ندرس في هذا المطلب ما يلي :

- 1- القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستغلال .
- 2- القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستثمار .
- 3- القروض الموجهة لتمويل نشاطات التجارة الخارجية .

**1- القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستغلال:**

نشاطات الاستغلال، هي كل العمليات التي تقوم بها المؤسسات في الفترة القصيرة والتي لا تتعدى في الغالب اثنا عشر (12) شهرا. وبعبارة أخرى هي النشاطات التي تقوم بها المؤسسات خلال دورة الاستغلال. ويمكن أن ينقسم هذا النوع من القروض إلى الأنواع التالية: (1)

**1-1- القروض العامة :**

سميت بالعامة لكونها موجهة لتمويل الأصول المتداولة بصفة إجمالية وليس لتمويل أصل بعينه وتسمى أيضا بقروض الخزينة وتلجأ المؤسسات عادة إلى مثل هذه القروض لمواجهة صعوبات مالية مؤقتة ويمكن إجمالها في :

(أ)- **تسهيلات الصندوق :** هي عبارة عن قروض معطاة لتخفيض صعوبات السيولة المؤقتة أو قصيرة جدا التي يواجهها الزبون والناجمة عن تأخر الإيرادات عن النفقات أو المدفوعات.

(ب)- **السحب على المكشوف :** هو عبارة عن قرض بنكي لفائدة الزبون الذي يسجل نقصا في الخزينة ناجم عن عدم كفاية رأس المال العامل، ويتجسد ماديا في إمكانية ترك حساب الزبون لكي يكون مدينا في حدود مبلغ معين ولفترة أطول نسبيا قد تصل إلى سنة كاملة.

(ج)- **قروض الموسم :** القروض الموسمية هي نوع من القروض البنكية وتنتشأ عندما يقوم البنك بتمويل نشاط موسمي لأحد زبائنه، فالكثير من المؤسسات نشاطاتها غير منتظمة وغير ممتدة على طول دورة الاستغلال، بل أن دورة الإنتاج أو دورة البيع تكون موسمية. فالمؤسسة تقوم بإجراء النفقات خلال فترة معينة يحص لأثنائها الإنتاج.

**2-1- القروض الخاصة :**

هذه القروض غير موجهة لتمويل الأصول المتداولة بصفة عامة وإنما توجه لتمويل أصل معين من بين هذه الأصول، وتعرض إلى أنواع القروض الخاصة فيما يلي :

(1) الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص ص: 58-70.

(أ)- **تسبيقات على البضائع** : التسبيقات على البضائع هي عبارة عن قرض يقدم إلى الزبون لتمويل مخزون معين والحصول على مقابل ذلك بضائع كضمان للمقرض، وينبغي على البنك أثناء هذه العملية التأكد من وجود البضاعة وطبيعتها ومواصفاتها ومبلغها إلى غير ذلك من الخصائص المرتبطة بها.

(ب)- **تسبيقات على الصفقات العمومية** : الصفقات العمومية هي عبارة عن اتفاقات لشراء أو تنفيذ أشغال لفائدة السلطات العمومية تقام بين هذه الأخيرة ممثلة في الإدارة المركزية أو الجماعات المحلية، وتنظم هذه الصفقات في الجزائر وتضبط طرق تنفيذها بواسطة قانون الصفقات العمومية.

(ج)- **الخصم التجاري** : هو شكل من أشكال القروض التي يمنحها البنك للزبون، وتتمثل عملية الخصم التجاري في قيام البنك بشراء الورقة التجارية من حاملها قبل تاريخ الاستحقاق ويحل محل هذا الشخص في الدائنية إلى غاية هذا التاريخ، فالبنك يقوم إذا بإعطاء سيولة لصاحب الورقة قبل أن يحين أجل تسديدها.

### 1-3- القرض بالالتزام :

إن القرض بالالتزام لا يتجسد في إعطاء أموال حقيقية من طرف البنك إلى الزبون، وإنما يتمثل في الضمان الذي يقدمه له لتمكينه من الحصول على أموال من جهة أخرى، أي أن البنك هنا لا يعطي نقودا ولكن ثقة فقط، ويكون مضطرا إلى إعطاء النقود إذا عجز الزبون على الوفاء بالتزاماته وينقسم إلى:

(أ) - **الضمان الاحتياطي**: هو عبارة عن التزام يمنحه شخص يكون في العادة بنكا يضمن بموجبه تنفيذ الالتزامات التي قبل بها أحد مديني الأوراق التجارية.

(ب) - **الكفالة** : هي عبارة عن التزام مكتوب من طرف البنك يتعهد بموجبه بتسديد الدين الموجود على عاتق المدين في حالة عدم قدرته على الوفاء بالتزاماته.

(ج) - **القبول** : هذا النوع من القروض يلزم البنك بتسديد الدائن وليس زبونه، ويمكن التمييز بين عدة أشكال لهذا النوع من القروض هي القبول الممنوح لضمان ملائمة الزبون الأمر الذي يعفيه من تقديم ضمانات القبول المقدم بهدف تعبئة الورقة التجارية.

### 2- القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستثمار<sup>(1)</sup>

تختلف عمليات الاستثمار جوهريا عن عمليات الاستغلال من حيث موضوعها وطبيعتها ومدتها ولذلك فإن العمليات تتطلب أشكالا وطرقا أخرى للتمويل يتلاءم وهذه المميزات العامة. وتعني عملية تمويل الاستثمارات أن البنك مقبل على تجميد أمواله لمدة ليست بالقصيرة ويمكن أن تمتد على كل حال

(1) الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص ص: 73-75.

من سنتين فما فوق حسب طبيعة الاستثمار فإذا تعلق الأمر بتمويل الحصول على آلات ومعدات مثلاً، فالأمر يتعلق بتمويل متوسط الأجل وفيها :

### 2-1- القروض متوسطة الأجل:

وتتراوح آجالها بين سنة وخمس سنوات، وهي تمنح بغرض تمويل الأنشطة الاستثمارية، ويحدد لها برنامج للسداد يرتبط بالتدفقات النقدية الحالية والمتوقعة والتي تظهرها الدراسات الاقتصادية للمشروع المقترض والاحتياجات الحقيقية للعميل<sup>(2)</sup>.

### 2-2- القروض طويلة الأجل :

تلجأ المؤسسات التي تقوم باستثمارات طويلة إلى البنوك لتمويل هذه العمليات نظراً للمبالغ الكبيرة التي لا يمكن أن تعبئها لوحدها وكذلك نظراً لمدة الاستثمار وفترات الانتظار الطويلة قبل البدء في الحصول على عوائد، والقروض طويلة الأجل الموجهة لهذا النوع من الاستثمارات تفوق في الغالب سبع (7) سنوات، ويمكن أن تمتد أحياناً إلى غاية عشرين (20) سنة وهي توجه لتمويل نوع خاص من الاستثمارات مثل الحصول على عقارات (أراضي، مباني لمختلف استعمالاتها المهنية...)، ونظراً لطبيعة هذه القروض (المبلغ الضخم والمدة الطويلة).

### 3- القروض الموجهة لتمويل التجارة الخارجية:

تلعب التجارة الخارجية دوراً هاماً في كل دول العالم وتقوم المصارف بتمويل عمليات التجارة الخارجية (الاستيراد، والتصدير)، وتعد الإعتمادات المستندية من أهم طرق ذلك التمويل، وهي بذلك تعتبر عن طريق وساطتها بين المستوردين والمصدرين الصلة التي تقيم شبكة تمتد بينهما وبين فروعها الخارجية أو مراسليها من المصارف الأجنبية لتعمل على التقارب فيما بينهم وتوفير الثقة والأمان لمعاملاتهم. ويمكن تقسيم هذا النوع إلى:

### 3-1- القروض قصيرة الأجل:

تستعمل عمليات التمويل قصيرة الأجل للتجارة الخارجية في تمويل الصفقات الخاصة بتبادل السلع والخدمات مع الخارج منها:

(أ)- **الاعتماد المستندي:** الاعتماد المستندي هو تعهد ثنائي صادر من مصرف بناء على طلب مستورد بضائع لصالح مصدرها يتعهد فيه المصرف بدفع أو بقبول كمبيالات مسحوبة عليه في حدود مبلغ ولغاية

(2) صلاح الدين حسن السبسي: مرجع سابق، ص 182.

أجل محدود مقابل استلامه مستندات الشحن طبقا لشروط الاعتماد والتي تظهر شحن بضاعة معينة بمواصفات وأسعار محددة<sup>(1)</sup>.

(ب)- **عملية تحويل الفاتورة** (2) : تحويل الفاتورة هي آلية تقوم بواسطتها مؤسسة متخصصة تكون في الغالب الأمر مؤسسة قرض بشراء الديون التي يملكها المصدر على الزبون الأجنبي، حيث تقوم هذه المؤسسة بتحصيل الدين، وتبعا لذلك فهي تتحمل كل الأخطار الناجمة عن احتمالات عدم التسديد.

### 3-2- القروض المتوسطة وطويلة الأجل:

ينصب التمويل المتوسط وطويل الأجل للتجارة الخارجية على تمويل تلك العمليات التي تفوق في العادة ثمانية عشر (18) شهرا والهدف منها جميعا هو توفير وسائل التمويل الضرورية التي تسمح بتسهيل وتطوير التجارة الخارجية ومن أهم أنواعها :

(أ)- **قرض المشتري**: قرض المشتري هو عبارة عن آلية يقوم بموجبها بنك معين أو مجموعة من البنوك في بلد المصدر بإعطاء قرض للمستورد بحيث يستعمله هذا الأخير بتسديد مبلغ الصفقة نقدا للمصدر. ويمنح قرض المشتري لفترة تتجاوز ثمانية عشر (18) شهرا، ويلعب المصدر دور الوسيط في المفاوضات مابين المستورد والبنوك المعنية بغرض إتمام عملية القرض هذه.

ويتيح قرض المشتري في الواقع المجال لإبرام عقدين وهما :

▪ **عقد تجاري يتم بين المصدر والمستورد**: حيث تبين فيه نوعية السلع ومبلغها وشروط تنفيذ الصفقة.

▪ **عقد مالي يتم بين المستورد والبنك المانح للقرض**: ويبين فيه شروط إتمام القروض وإنجازه مثل فترة القرض.

وبصفة عامة يمكن القول أن بتعدد القروض وتنوعها في طبيعتها ومدة إستحقاقها فهي في الغالب تلائم متطلبات الزبون واحتياجاته المختلفة كما تساهم في خلق نشاطات ومشروعات حسب نوعية القرض الممنوح.

### المطلب الثالث: الطبيعة الشرعية والقانونية للقرض

عُرفت القروض مُنذ القدم وكانت على شكل مُعاملات ربوية، وبمجيء الإسلام الذي شجع عليها ونفى عنها الخبث وهو الربا، لكن نجد أن البنوك المعاصرة قد نهجت نهج العصر الجاهلي حيث قدمت القرض وإشترطت الزيادة بإسم الفائدة.

#### 1- القرض المصرفي من وجهة نظر البنوك التقليدية:

(1) صلاح الدين حسين السيبي: مرجع سابق، ص 182.

(2) الطاهر لطرش: مرجع سابق، ص ص : 115، 122، 123.



اعتمدت البنوك التقليدية على تقديم القروض وانتهجت نهج العصر الجاهلي في ذلك حيث قدمت القروض واشترطت الزيادة باسم الفائدة واختلف سعر الفائدة صعودا وهبوطا اعتمادا على التالية :

**1-1 مركز المقرض:**

فالأشخاص والهيئات والجمعيات والحكومات تختلف نسبة الفائدة المأخوذة على ما يقترضونه وفق مراكزهم :

- الغرض الذي يستخدم فيه القرض .
- ضمان القرض .
- مدة القرض(قروض قصيرة الأجل وطويلة الأجل).
- الزمن الذي يُعقد فيه القرض، فهناك قروض تعقد في زمن السلم وأخرى في زمن الحرب وبعضها تعقد في مواسم من السنة يحتاج فيها إلى رأس المال لتنشيط التجارة، الصناعة...

## 2 - القرض المصرفي من وجهة نظر البنوك الإسلامية:(1)

يُعد القرض بفائدة حرام لأنه عقد قرض جر نفعًا بأخذ الفائدة زيادة على رأس المال المقرض، والفائدة التي يأخذها البنك في صورتها الراهنة مُقابل قيامه بإقراض الأفراد هي الربا بعينه . لما جاء في الحديث الشريف (كل قرض جر منفعة فهو ربا ) .وَحُكْم القرض بفائدة فيه ثلاثة مسائل: القرض بفائدة مشروطة والقرض بفائدة غير مشروطة ورد القرض بأحسن:

### 1-2- القرض بفائدة مشروطة:

وهي معاملة المصارف اليوم ويدخل تحته أربعة أنواع :

- الزيادة مقابل الأجل مشروطة مُسبقا
- الزيادة على دين في الذمة ثمنا لسلعة، فإذا جاء وقت السداد ولم يجد المشتري سيولة زاد عليه الدائن نتيجة لذلك التأخير
- مبادلة صك بنقد يُدفع حالا أقل من قيمة الصك (خصم الأوراق التجارية)
- إشتراط منفعة بإسم الهدية زيادة على مبلغ الدين وهي القاعدة المشهورة "كل قرض جر منفعة فهو ربا".

وقد قرر المؤتمر الثاني لمجمع البحوث الإسلامية أن الفائدة على جميع أنواع القروض كلها ربا مُحرم، كما تضمنت توصيات المؤتمر الأول للفقهاء الإسلامي بالرياض المطالبة بالعمل على إلغاء المعاملات الربوية ومنها الفوائد المحددة سلفا لأنها ربا صريح وهي ضارة بالنشاط الاقتصادي.

(1) د: حسين محمد سمحان، إسماعيل يونس يامن : اقتصاديات النقود والمصارف ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة 01 ، عمان 2011 ، ص ص 141 ، 145 .

**2-2 - القرض بفائدة غير مشروطة:**

حُكم الفائدة غير المشروطة على القرض قبل الوفاء من خلال المالكية والحنفية والحنابلة على أنه لا يجوز للمقرض أن يأخذ من المستقرض شيئاً من المال كالهديّة قبل الوفاء بالدين وإن أخذ فإن ذلك ربا، أما الشافعية فقد أجازوا أخذ الهديّة قبل الوفاء إذا لم تكن شرطاً.

**3-2 - رد القرض بأحسن:**

جُمهور الفقهاء ومنهم فقهاء المذاهب الأربعة إتفقوا على أنه يجوز رد القرض بأكثر وأحسن مما أخذ، إلا ما حُكي عن ابن كعب وابن عباس وابن عمر أنهم لا يُجيزون ذلك.

وعُموماً إذا أردنا أن تُطهر أموالنا وأن لا نأذن بحرب من الله ورسوله فيترتب علينا أن نطبق الإسلام في معاملاتنا ولا شيء غير الإسلام، حيث هناك بدائل في النظام الاقتصادي الإسلامي للتمويل و الإستثمار لو طبقت فعلاً لاستطعنا أن نشيد نظاماً اقتصادياً يباهي النظم الاقتصادية المعاصرة ويتفوق

عليها بمزايا كثيرة منها أنه يعطي كل ذي حق حقه ولا يساعد على حصر الثروة بين أيدي قلة من المنتفعين.

تعمل البنوك بصفة عامة و المتخصصة بصفة خاصة على قبول ودائع العملاء و استثمارها في مشاريع اقتصادية مما يجعل عجلة التنمية تحل محل الزيادة في الاستثمار المحلي على الاستثمار الأجنبي من خلال خروج أموال و تدفقاتها من قبل طالبيها و زيادة السيولة المالية ، ويكون كل هذا في شكل قروض سواء كانت تجارية أم عقارية.

### المبحث الثاني: القروض العقارية

يلعب العقار خلال الربع الثالث من العام المالي 2003 - 2010، دورا لم يسبق له مثيل في مجال الإحصاء العقاري، أو في الحياة الاجتماعية في قرابة أربعة عقود من ذلك، فكانت القروض العقارية السبيل الوحيد للخروج من وطنه انحرافات منظومة التنمية الاقتصادية.

#### المطلب الأول : مفاهيم حول القرض العقاري وتطوراته.

يقدم القرض العقاري للأفراد والمشروعات لتمويل شراء أرض، مبنى، أو لتوسيع المسكن أو إصلاحه أو ترميمه، عادة ما يكون لمدة طويلة الأجل تصل إلى 20 سنة.

#### 1- التعريف بالقرض العقاري وخصائصه.

تعريف القرض العقاري: سوف نتطرق إلى أهم التعاريف المتعلقة بالقروض العقارية وكذا خصائصها:

#### 1-1- تعريف القرض العقاري:

هناك عدة تعاريف نذكر منها:

- تستخدم القروض العقارية في تمويل شراء مباني قائمة بالفعل، أو في تمويل إنشاء مباني جديدة، وقد يمتد تاريخ استحقاقها إلى ثلاثين سنة<sup>(1)</sup>.

(1) منير إبراهيم الهندي: إدارة البنوك التجارية، مدخل اتخاذ القرارات، المكتب العربي الحديث: الإسكندرية ( الطبعة الثالثة، 1996)، ص 72

- هي قروض موجهة لتمويل عميلة بناء، شراء مسكن أو عقار، أو لصيانة أو تحسين مسكن، تقدم للأفراد والمشروعات لتمويل شراء أرض أو مبنى، وتكون المدة لهذا النوع من القروض عادة لفترة طويلة قد تصل لأكثر من 16 سنة(2).
- القرض العقاري هو قرض له ضمان فعندما تحصل على قرض فانك ترهن ملكيتك إلى المقرض لدعم وعدك بسداد الدين(3).

## 2-1- خصائص القرض العقاري(1).

من أهم خصائص القرض العقاري أنه يهتم بالمشاريع التالية:

- شراء مساكن جديدة و تامة البناء و تحقيق أكبر السكنات الفردية ( بناء ذاتي- توسيع جديد للبناء).
- إعادة الاعتبار في تنظيم السكنات الاجتماعية و إعادة ترميم وتهيئة سكن
- توسيع أو تهيئة الملاك العقارية ذات الاستعمال السكني.

## 2-2- مجال تطبيق القرض العقاري وشروطه(2).

يقصد به كيفية منح القرض العقاري والشروط التي يجب أن تتوفر في المستفيد من القرض والإجراءات الواجب إتباعها في دراسة الملفات.

### 2-1- مبدأ تقديم القرض العقاري:

- (أ)- مشروع القرض العقاري: القرض العقاري الممنوح للأفراد موجه إلى:
- قرض لتوسيع، أو تهيئة مسكن، أو قرض لمسكن جديد، أو البناء الذاتي (الريفي).
  - قرض لترميم وتكملات البناءات.

(2) عبد المعطي رضا، زينب محفوظ، أحمد جودة: إدارة الائتمان، ( دار وائل للنشر، 1999)، ص ص: 106، 107.  
 (3) ج فريمان و ج هاريس: البيادئ الأساسية للاستثمار العقاري وتأمين المخاطر وإعادة التمويل، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية الطبعة الأولى 2007، ص 342

(1) دليل بنك التجاري الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، لولاية قالمة في 2012\_03\_07.  
 (2) دليل صندوق الضمان والكفالة المتبادلة في الترقية العقارية، صندوق الوطني للتوفير والاحتياط ولاية قالمة في 2012\_03\_11.

(ب)- المعايير المؤهلة للحصول على قرض عقاري: يجب على المستفيد من القرض العقاري أن تتوفر فيه الشروط التالية:

- الإقامة والجنسية الجزائرية ، وبلوغ سن الرشد في تاريخ الرخصة بالتمويل، وأن لا يتعدى 70 سنة.
- يجب أن يتقاضى دخلاً شهرياً ثابتاً، و منصب عمل دائم ، و التمتع بكافة الحقوق.
- الضمان والرهن للقرض المطلوب لصالح الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ،وذلك لضمان الثقة.
- قيمة القرض لا تتعدى 90 بالمائة من مبلغ الكشف التقديري للأشغال.

## 2-2- إجراءات الوضع تحت التنفيذ:

بمجرد وضع الملف في المؤسسة المالية تبدأ عملية الدراسة الفعلية للملف الطالب للقرض وفق للشروط المسطرة مسبقاً.

(أ)- معالجة الملف: إن المكلف بالقرض العقاري على مستوى الوكالة يضمن:

- مطابقة وشرعية الوثائق المقدمة. وكذلك القدرة على استرجاع القرض مقيمة على أساس المعطيات المقدمة والموجودة في الوثائق المكونة للملف.
- ولتحليل الخطر المتعلق خصوصاً بالحالة الاجتماعية للزبون يكون حسب:

- التكاليف العامة للسكن، والوضعية المالية للزبون، ومهنة أو عمل الزبون الطالب للقرض.

(ب)- مدة معالجة الملفات: إن مدة معالجة الملفات من طرف الوكالة لا يتعدى 10 أيام من تاريخ إيداع مجموع الوثائق المطلوبة، حيث ترفع الملفات وتقوم بدراستها لجنة خاصة بالقرض في الوكالة، وتتكون هذه اللجنة من رئيس ( مدير)، واثنتان (02) أعضاء ورؤساء المصالح.

يسجل الملف في محضر قبول إذا كان قرار اللجنة بالقبول، ويكون في شكل كتابي من طرف وكالة الزبون، ثم يتم تكوين الوثائق الرسمية من طرف المصلحة، وفي الأخير يعود الملف إلى عملية الرهن والضمان من طرف المحافظة العقارية.

(ج)- مدة القرض: المدة الأقصى للقرض العقاري تحدد حسب العملية التي تحتاج للتمويل: (1).

- شراء مسكن جديد أو بناء سكن فردي: 25 سنة

- توسيع سكن فردي: 15 سنة

- تهيئة سكن فردي: 10 سنوات

إن مدة القرض في البنوك العقارية محددة ب 30 سنة في سن لا يتعدى 70 سنة.

## 2-3- تقديم القرض:

(1) مجلة بنك العقار لبناء مسكن، المصارف الجزائرية، صندوق التوفير والاحتياط ، بقالمة يوم 2012-03-07

في حالة قبول اللجنة للملفات يستدعي البنك المستفيد من القرض لملئ الوثائق التالية:

- فتح حساب شخصي على مستوى الوكالة.
- إمضاء تعهد بتزويد حسابه بمبالغ الأقساط الشهرية، و دفع مبلغ التأمين.
- إمضاء جدول تسديد الأقساط الشهرية في خمس نسخ. و إمضاء أمر الدفع الخاص بإجمالي مبلغ القرض.
- إعداد عقد الملكية باسم المقترض من طرف الموثق والذي يقدم الرهن من الدرجة الأولى على العقار إلى البنك، وتكون قابلة للإظهار لصالح شركة إعادة التمويل الرهني S.R.A .

#### 2-4 شروط تقديم التمويل وشروط القرض:(2)

(أ)- **الشروط العامة للقرض:** إن الغاية التي تصرف من أجلها القروض تكون سواء للبناء أو إكمال وتوسيع البناء على دفعات متناسبة من قيمة القرض بنسبة التقدم في إنجاز المشروع السكني، والحد الأقصى للدفعة الأولى خمس سنوات.

- على المقترض أن يرهن العقار المراد شراؤه، وتنفيذ المشروع السكني وعليه يكون رهنا من الدرجة الأولى لصالح بنك الإسكان.

- لا يمنح القرض للفرد إلا إذا كان مالكا للأرض أو سطح أو هيكل البناء .

- إن قيمة القرض لا تتجاوز ثلاثة ملايين دينار جزائري مهما كانت قيمة المسكن أو البناء،

(ب)- **استرجاع واستعمال القرض:** تعتبر مدة إلغاء القرض ثلاثة أشهر كحد أقصى ابتداء من تاريخ الإشعار بالقرض، ويمكن استرجاع القرض بسهولة عند تجاوز هذه المدة.

- في حالة البناء الذاتي على المستفيد تحقيق الأشغال الكبرى في ظرف 12 شهرا بعد حصوله على القسط الأول من القرض، وفي حالة تجاوز هذه المدة فالمستفيد ملزم بدفع عمولة 1% من القسط غير المستعمل.

- استرجاعه يكون بدفعات شهرية ثابتة ( مبلغ القرض + الفائدة) تسحب من حساب المستفيد.

#### 3- إدارة القرض العقاري. ويشمل ما يلي :

#### 3-1 الهيكل التنظيمي للإدارة المسيرة للقرض(1):

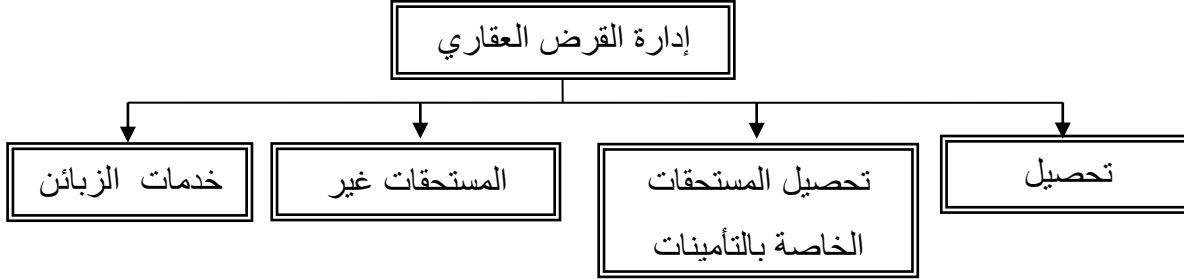
لا يوجد هناك نموذج كامل يمكن اعتماده في إدارة القروض العقارية ولكنه توجد محاولات لوضع هيكلية قادرة على التجاوب مع كل متطلبات القسم المختص بإدارة القروض، و الهدف المنشود من

(2) وزارة السكن والعمران ( على الخط) [www.mnv.gov.dz](http://www.mnv.gov.dz) بتاريخ 15-03-2012

(1) عبد القادر بلطاس: الاقتصاد المالي والمصرفي والسياسات والتقنيات الحديثة في تمويل السكن، ( الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية)، ص 59.

التنظيم الهيكلي هو تقديم أحسن الخدمات إلى الزبائن بأقل تكلفة ممكنة وذلك عن طريق تحديد عدد القروض التي يجب معالجتها من طرف الموظف الواحد، التكلفة المتعلقة بالقرض الواحد، مردودية الاستثمار، درجة إتباع حاجة الزبون.....الخ.

الشكل رقم 02: الهيكل التنظيمي الخاص بإدارة القرض العقاري.



المصدر: عبد القادر بلطاس، الاقتصاد المالي والمصرفي ص60

### 2-3- التكوين:

إن إدارة القروض العقارية الممنوحة تتطلب تكويننا متخصصا لأنها تعتمد أساسا على اليد العاملة الماهرة، لأن التجارب في هذا المجال أثبت أن أكثر التكاليف تعود إلى اليد العاملة ولذلك فإن الاستثمار في الموارد البشرية يعتبر ضرورياً لنجاح عملية القرض.

### 3-3- الدخل المتعلق بإدارة القرض العقاري: (1)

توجد عدة مصادر للدخل المتعلق بإدارة القرض العقاري من طرف البنك ومن أهم هذه المصادر:

(أ)- المصدر الأول: عمولة الإدارة أو التسيير الخاصة بالقروض، وتحسب هذه العمولة على أساس نسبة ثابتة من الرصيد المتبقي كل شهر.

(ب)- المصدر الثاني: يأتي من الفوائد التي يحصل عليها البنك وذلك من جراء توظيف المبالغ المرهونة والتي ستدفع في المستقبل إلى شركات التأمين والضرائب.....الخ،

(ج)- المصدر الثالث: يأتي من الفوائد المحصلة عن طريق توظيف مستحقات مسددة من طرف الزبون. (2)

### المطلب الثاني: تسديد القرض والمخاطر المرافقة له

(1) ج-فريمان، ج هاريس: مرجع سابق، صص 262، 263

(2) عبد القادر بلطاس: مرجع سابق، ص 60.

(3) حسين محمد سمحان ، اسماعيل يونس يامن: اقتصاديات النقود والمصارف، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى 2011، ص188

إن العلاقة التي تربط البنك مع المؤسسة أو المستثمر الذي يطلب القرض تخلق عدة مخاطر من حيث الأموال المودعة لدى البنك والتي يتصرف بها ليست ملكا له.

### 1- أخطار القرض العقاري: (3).

نجد للقرض العقاري عدة مخاطر يجب أخذها بعين الاعتبار من بينها: أخطار الفوائد، أخطار المنتج، أخطار الائتمان.

#### 1-1- أخطار الفوائد:

هذه التقلبات تأتي عادة من تقلبات أسعار الفائدة في السوق بين المدة التي يقدم فيها الطلب من الزبون للاستفادة من القروض واليوم الذي يتم فيه عملية القروض وكذا التاريخ الذي تتم فيه عملية البيع في السوق، والتغطية المسبقة هي إحدى الوسائل التي تلجأ إليها أغلب البنوك لتجنب هذا النوع من المخاطر، حيث تثبت معدلات الفائدة للفترة المتفق عليها.

#### 1-2- أخطار المنتج:

هذه المخاطر تحدث عادة عندما يوجد سوق لنوع معين من القروض، بحيث تبقى في دفتر البنك المقرض، ويمكن تجنب هذا النوع من الأخطار بمعرفة نوعية القروض ونوعية النشاط التي يطلبها المستثمرون في السوق المالي العقاري.

#### 1-3- أخطار الائتمان:

هذه الأخطار تنتج عن التغيير المفاجئ الذي قد يطرأ على الحالة الاقتصادية للبلد، الأمر الذي يجعل المستثمر يغير رأيه بخصوص شراء المحفظة العقارية، وأبرز مثال على ذلك أزمة الرهن العقاري لسنة 2008 حيث بدأت تلمس المشكلات والصعوبات نتيجة ما نشأ جراء تخلف سداد القروض العقارية الممنوحة برهانات غير كافية. (1)

#### 2- البرامج المخصصة لتسديد القروض العقارية (2)

حيث تم تقسيمها حسب أولوية القروض العقارية، وهي كالآتي:

#### 1-2- برامج حسب أسعار الفائدة: وتنقسم إلى قسمين أساسيين وهما:

(أ)- برنامج بأسعار فائدة ثابتة: يطلق على هذا النوع من البرامج عادة في الحالات التي يتسم بها الاقتصاد بنوع من الاستقرار في الأسعار، بحيث يمكن للبنك أن يقدم قروض طويلة المدة أي تتراوح ما

(1) عبد القادر بلطاس: مرجع سابق، ص ص 64 65.

(2) basesel andr, bigerk , **the allocation of risk some implication and fixed**, versus index mortgage, 1980, p 15.



بين 10 و 25 سنة بأسعار فائدة ثابتة تتحدد عند إبرام العقد، فالمقترض من يقوم بتسديد مبلغ الفائدة بأقساط القرض الأصلي بمبلغ ثابت شهرياً، ولا يمكن لهذه الأقساط أن تتغير طيلة فترة الاستحقاق.

(ب)- برنامج بأسعار فائدة متغيرة: هذا النوع من البرامج يتضمن أسعار فائدة متغيرة طيلة فترة الاستحقاق، فيمكنها أن ترتفع أو تنخفض حيث المؤشرات التي اعتمدت في تحديدها، وغالبا ما تحدد أسعار الفائدة في الحالة التي يكون فيها سعر الفائدة منخفض نوعا مت وخصوصا في بداية القرض مقارنة مع القروض ذات أسعار فائدة ثابتة.

## 2-2- برنامج حسب التسديد:

(أ)- برنامج تسدد فيه القروض تدريجياً: هذا النوع من البرامج يلاءم الأشخاص الذين يرغبون في تسديد مستحققاتهم بمعدل فائدة أكبر في المستقبل، بمعنى أن معدل التسديدات يكون ضعيفا في السنوات الأولى ثم يبدأ تدريجياً في الارتفاع إلى حين تسديد القرض بكامله، وغالبا ما تحسب الزيادة في التسديد الشهري وفق الزيادة في دخل الزبون في المستقبل.

(ب)- برنامج يأخذ بعين الاعتبار معدلات التضخم: و يأخذ بعين الاعتبار المؤشرات الخاصة بمستوى الأسعار، بحيث تكون التسديدات الشهرية خاضعة لتقلبات معدلات التضخم، فسعر الفائدة المطبق في هذه الحالة هو سعر الفائدة الحقيقي وليس الاسمي.

(ج)- برنامج يتسم بازدواجية الفوائد: هذا النوع من البرامج يتشابه مع البرنامج الذي يعتمد على معدلات التضخم الشهرية، وتكون عادة ضعيفة في البداية وأقل من التسديدات العادية ثم ترتفع تدريجياً وفق معدلات التضخم، حيث يتم تسديد القرض بالكامل في نهاية الاستحقاق.

## المطلب الثالث: ضمان القرض العقاري و أنواعه

إن منح القروض مرتبط بدرجة كبيرة بالثقة اتجاه الزبون وذلك من حيث متانة مركزه المالي ومدى احترامه لتعهداته، ومدى قدرته على تقديم الضمان تأميناً للوفاء بتلك التعهدات.

### 1- تعريف بالضمان الخاص للقرض العقاري<sup>(1)</sup>

الكفالة أو الضمان هي عقد يتكفل بمقتضاه شخص بتنفيذ التزام بتعهد الدائن بأن يفي بهذا الالتزام إن لم يفي به المدين "المادة 644 من القانون المدني الجزائري".  
الضمان العقاري هو ضمان يشترطه البنك لضمان استرجاع أمواله من المدين، سواء بالطرق الودية أو غير الودية بسبب عجز المدين أو سوء نيته.

(1) المادة 644 من القانون المدني الجزائري.

2- أنواع الضمان العقاري:

نجد أن للضمان العقاري أنواع هي: الضمانات الشخصية، الضمانات الحقيقية، التأمينات.

2-1- الضمانات الشخصية: (2)

هو تعهد و ضمان شخصي يقوم أو يلتزم به شخص طبيعي أو معنوي يتمثل فيما يلي:

(أ)- الكفالات(3): ويمكن التفرقة بين نوعين من الكفالة:

▪ **الكفالة البسيطة:** يجوز كفالة المدين بغير علمه، ويجوز رغم معارضته ( المادة 647 من

القانون المدني الجزائري)، ولا تجوز هذه الكفالة أكبر مما هو مستحق على الدين.

▪ **كفالة التضامن:** حسب القانون المدني الجزائري فإنه إذا تعدد الكفلاء في دين واحد وكانوا

متضامنين فكل كفيل مسؤول عن الدين كله، وهو مطالب بالتسديد في حالة ما إذا طلب .

(ب)- **الضمان الاحتياطي:** الضمان التزام الغير أو التوقيع على الورقة التجارية بالتسديد في حالة عدم

قدرة المدين على التسديد، وبهذا يكون الموقع على الورقة التجارية ملزم بنفس الكيفية التي يلزم بها

المدين.

2-2- الضمانات الحقيقية ( العينية):

حيث تعطي على سبيل الرهن وليس على سبيل تحويل الملكية وذلك من أجل ضمان استرداد

القرض، حيث يمكن للبنك بيع هذا الضمان.

(أ)- **الرهن العقاري:** وهو العقد الذي بواسطته يحصل البنك على مبلغ العقار الذي يتم شراؤه من طرف

الزبون ، أو العقد الذي يسمح للدائن باسترجاع مبلغ القرض المقدم للزبون لشراء العقار، وينقسم إلى:

(ب)- **الرهن القانوني:** هو عقد رسمي منصوص ومصادق عليه.

(ج)- **الرهن الحيازي العقاري:** هو ضمان حقيقي يسمح للدائن بتملك عقار المقترض إلى غاية استرجاع

القرض بالكامل. والمقاولين، وكذا الحرائق أثناء الأعمال(1).

لعب القرض العقاري دور بالغ الأهمية في البنوك المتخصصة و الوكالات الأخرى في ميدان

العقار كبنك العقار و بنك الشعبي الجزائري من خلال تمويل الأفراد بالقروض اللازمة لشراء مساكن أو

ترميم أو بناءات فوق المخطط هذا يجعل البرنامج الخماسي بفرص وجوده من ناحية قانون العقار و ذلك

بأقساط و فوائد مناسبة.

(2) M.remellet, **les suretés de crédit**, (paris : edchet 3eme edition , 1983).

(3) المادة 647 من القانون المدني الجزائري.

### المبحث الثالث: إستراتيجيات التسويق المصرفي للقرض العقاري وأهم تداعيات أزمة الرهن العقاري.

إن جوهر النشاط التسويقي في المؤسسات المصرفية هو التعرف على الحاجات والرغبات الإنسانية في دراسة تكتيكية وتخطيط إستراتيجي من قبل الإدارة العليا للمصارف التي لها منتجات عقارية تتمثل في القروض التي يمكن منحها وحتى تتمكن المؤسسة المصرفية من احتلال الصدارة في نشاطها المصرفي العقاري يجب عليها التنسيق بين نظم التسيير ونظم المعلومات الداخلية والخارجية بإستغلال الفرص المتاحة لها ومواجهة مختلف التهديدات التي تصادفها .

**المطلب الأول: نظم المعلومات التسويقية في المصارف العقارية المتخصصة:**

تُعتبر المعلومات التسويقية من الأولويات والضروريات الأساسية التي تساعد إدارة المصارف العقارية المتخصصة في التقليل من المخاطر التي يواجهها البنك وإحداث التكامل في النشاط التسويقي وتقييم النجاح أو الفشل في السوق .

### 1- مفهوم بحوث التسويق:

لقد تم تعريف بحوث التسويق حسب وجهات نظر عديدة غير أننا سنركز على أهمها وهي:

#### 1-1- التعريف الأول :

هي ذلك النشاط الخاص بجمع وتسجيل وتحليل المعلومات التسويقية خاصة بمشكلات تسويقية الخاصة بالقطاع العقاري والذي يهدف إلى إرشاد مُتخذي القرارات التسويقية وبالتالي فإن جوهر نشاط بحوث التسويق هو تجميع معلومات غير متاحة أمام متخذي القرارات التسويقية للقروض العقارية الممنوحة للزبائن ، ويتم القيام بنشاط بحوث التسويق على أساس<sup>1</sup> مشروعات بحثية مطلوبة لعلاج مشكلات خاصة لسكنات ترقيوية أو تساهمية أو ترميم مساكن... إلخ<sup>(1)</sup> .

#### 1-1- التعريف الثاني :

هو تفسير الدقيق للمعلومات الملائمة والمناسبة والمتعلقة بأسواق الخدمات المالية العقارية فيتم إتخاذ القرارات وفق لمعرفة جيدة وتفهم واسع وشامل لكل الحقائق والمؤشرات والرد على العديد من التساؤلات منها:<sup>(2)</sup>

- من هم الذين يشكلون الغالبية العظمى لأصحاب قروض السكن الترقوي أو التساهمي .
- ماهو الرقم المتوقع من الزبائن الذين يتقربون من المصارف العقارية لطلب القروض .
- هل كل الأفراد لديهم معرفة تامة بأهمية القرض العقاري.

### 2- نظم المعلومات التسويقية للقروض العقارية:<sup>(1)</sup>

هو أحد نظم المعلومات الفرعية داخل البنوك العقارية والتي تهدف إلى تجميع البيانات من مصادرها الداخلية والخارجية ومعالجتها وتخزين المعلومات ، واسترجاعها وإرسالها إلى صانعي القرارات للاستفادة منها في التخطيط للأنشطة التسويقية لمختلف الخدمات العقارية والرقابة عليها ، كما أنه يعتبر الخطة التي تتصف بالتطور والوعي والاستمرارية والتي تستهدف تسهيل انسيابية المعلومات جنباً إلى جنب مع انسيابية السلع والخدمات العقارية .

(1) - د حداد عوض : إستراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث ، مصر ، 2006، ص ، 384.

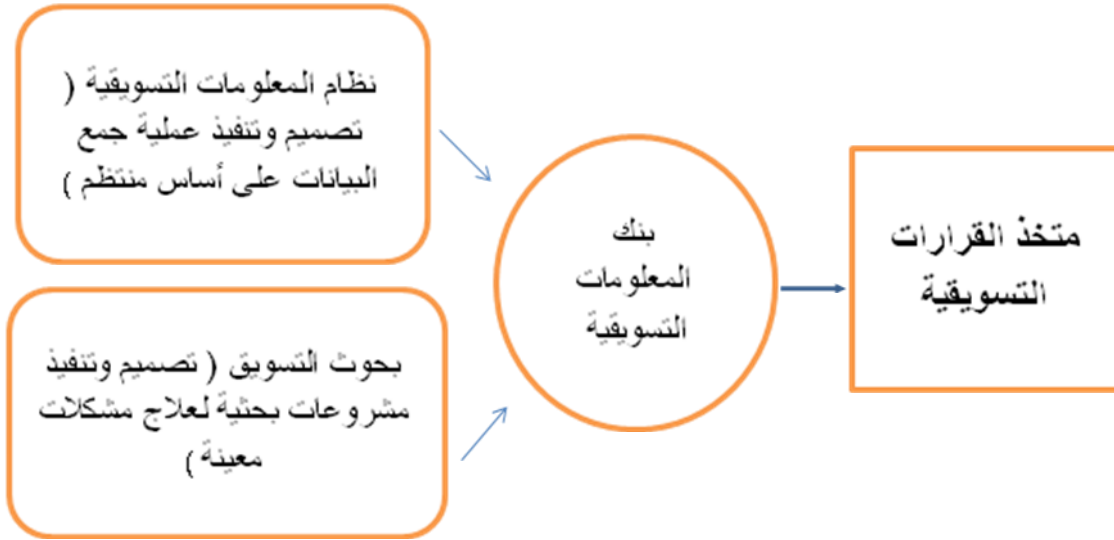
(2) د تسيير العجامة ، التسويق المصرفي ، مرجع سابق ، ص، 94 .

(1) د تسيير العجامة، التسويق المصرفي ، مرجع سابق ، ص ، ص ، 119 ، 120 .

يسهم نظام المعلومات التسويقية من خلال توفير المعلومات الضرورية في تعزيز الإدارة التسويقية للمصرف العقاري على تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها :

- تحديد وتقويم فرص تقديم القروض العقارية للزبائن الطالبين لها .
- الاستجابة السريعة للتغيرات في الظروف التسويقية .
- تقرير مستويات أسعار الفائدة التي تعظم الربحية .
- تحديد التخصصات الضرورية للحملات الترويجية .
- التقليل من المخاطر و تجنب نواحي الفشل المتوقعة قبل تحمل التكاليف الكبيرة مثل عدم السداد للقروض العقارية من طرف الزبائن .

الشكل رقم 03 : العلاقة بين بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية :



المصدر : د - الحداد عوض ، استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية ، مرجع سابق ، ص 385 .

### 3- حاجة بنك العقار إلى المعلومات التسويقية :

إن حاجة المصرف العقاري إلى معلومات تخص عملية الإقراض هو شيء ضروري للمسؤولين من أجل اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب وذلك من خلال تصميم وتنفيذ ومراجعة خطط البنك في إعداد المزيج التسويقي يتمشى مع إستراتيجية مُربحة للبنك وهناك عدة أسباب تدعو إلى الحاجة الملحة للمعلومات التسويقية منها :<sup>(1)</sup>

#### 3-1- تقليل المخاطر:

(1) .- Bull marketing Management , Astrategic planning approach, mecr\*\*\*\*\*

بالحصول على المعلومات في الوقت المناسب لإدارة البنك العقاري يمكنها هذا من تخطي عتبات الخطر تجنباً للفشل المتوقع، وذلك بتقديم خدمات مصرفية في شكل قروض بأسعار فائدة مختلفة حسب نوعية القرض المُقدم .

### 2-3- التعرف على اتجاهات العملاء:

وذلك بالقيام بدراسات في مختلف اتجاهات العميل من زاوية تفضيلاته ورغباته في نوعية القرض الذي يمكن الحصول عليه حسب سعر الفائدة .

### 3-3- دراسة البيئة :

بالمعلومات الصحيحة يمكن لإدارة البنك مراقبة سيرورة العمل المصرفي تبعاً للعوامل البيئية الخارجية التي يصعب التحكم فيها والتي تؤثر في العميل الذي يرغب في التكيف معها كطالب قرض للبناء الذاتي .

### 3-4- دعم قرارات الإدارة العليا:

إن الإدارة العليا في بنك العقار والمدير المسير للقرض العقاري والعاملون على تسويق الخدمات المصرفية العقارية في حاجة إلى خدمات جديدة للزبائن الذين كانت نتائج حصولهم على القرض العقاري مشجعة وهي معلومات تدعم القرار .

## المطلب الثاني: الإستراتيجية التسويقية للخدمات المصرفية في بنك العقار

يُمكن أن يضع بنك العقار طبيعة دراسية لتسويق قروضه العقارية في إطار منح قروض لزبائن ذوي السكنات الشخصية أو التساهمية أو شراء أراضي أو غير ذلك بوضع مخطط تسويقي معدل من قبل الإدارة العليا لبنك العقار بثلاث مكونات هي المزيج التسويقي المصرفي العقاري للمنتج المقدم وقوى السوق والتفاعلات الداخلية والخارجة للخدمات المقدمة.

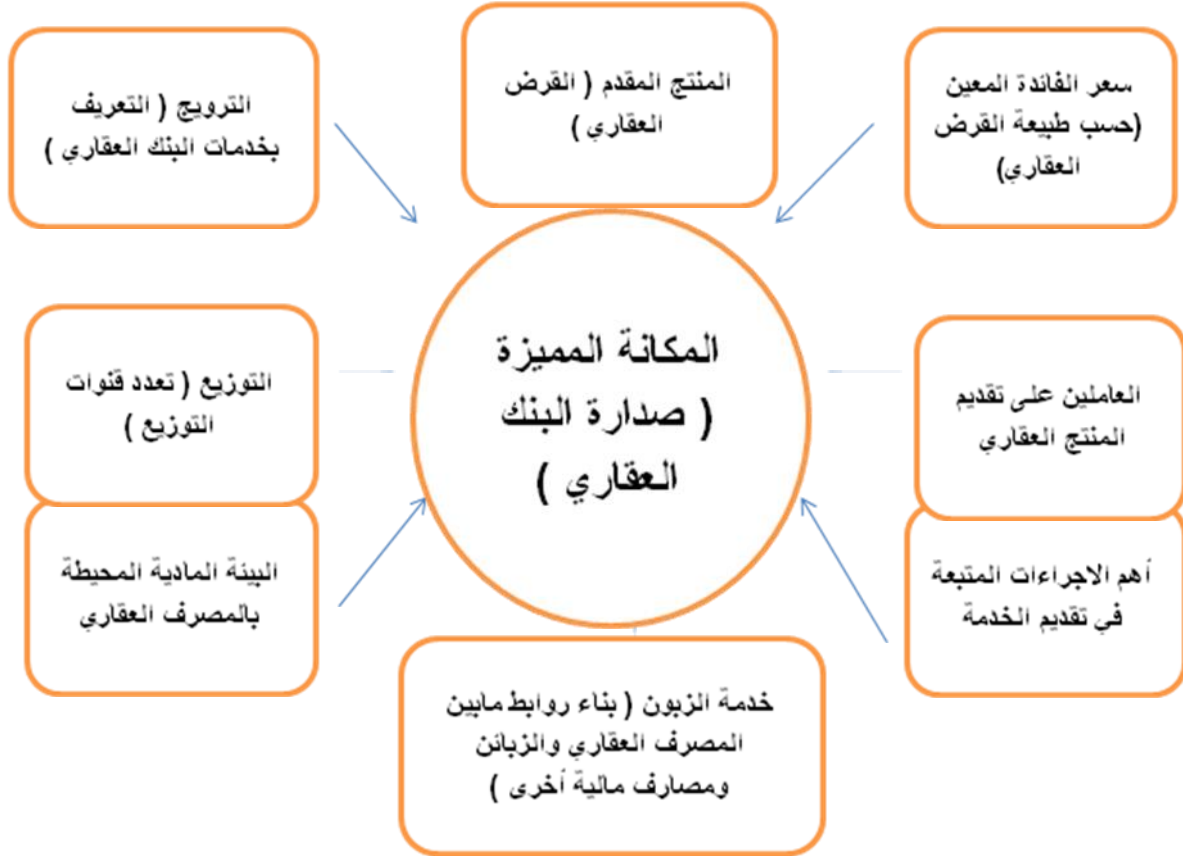
### 1- المزيج التسويقي لخدمات بنك العقار (1) :

يُعتبر من العناصر الهامة لمواكبة نشاط وتطور عمل خدمات المصارف العقارية ويرى بعض الاقتصاديون أن المزيج التسويقي العقاري هو الدعامة الأساسية لنجاح وربحية عمل البنك في إطار تقديمه لمختلف القروض العقارية للعملاء ويبنى هذا المركب من منتج أو الخدمة وسعر فائدة هذه الخدمة

(1) مجلة بنك العقار : الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط ، قالمة ، 05- 04- 2012

العقارية والترويج وتوزيع لخدمة القرض العقاري بالإضافة إلى جهود الموظفين العاملين وأهم الإجراءات المتبعة والجانب المادي للقرض العقاري.

شكل رقم 04 : عناصر المزيج التسويقي المصرفي العقاري ودرجات التفاعل فيما بينها.



المصدر : د - الحداد عوض ، استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية ، مرجع سابق ، ص 395 .

ويمكن شرح الشكل في النقاط التالية :

- الخدمة المصرفية العقارية:

بما أن المنتج هو قرض عقاري يمثل العنصر الأساسي في المزيج التسويقي العقاري، فإن الزبائن سوف يحكمون على هذا القرض من خلال ثلاث عناصر أساسية ، فقد يبذل

الزبون جهد في الحصول على القرض العقاري وفقا للمواصفات التي يطلبها ( بناء سكنات جديدة أو ترميم أو كراء ... الخ ) .

- نوعية وخصائص القرض العقاري المقدم ؛

- مزيج ونوعية الخدمات المقدمة؛

- الفائدة المعلنة عن القرض المقدم في أي مشروع عقاري ؛

بالامكان تعريف المنتج المصرفي العقاري على أنه مجموعة من الأنشطة والفعاليات للخدمة المصرفية العقارية التي يقدمها المصرف، لغرض تلبية حاجات ورغبات الزبائن فيما يخص السكن وخدمات العقار بالعموم ، وعليه فالمنتج العقاري هو أول السياسات الإستراتيجية التي تعتمد عليها البنوك العقارية ويعتبر ممدد للعناصر الأخرى ومفعل لها .

#### - سعر الفائدة:

يقوم التحليل التقليدي بمقارنة حساسية دخل الفائدة للتغيرات التي تطرأ على عوائد الأصول مع حساسية مصروفات الفائدة للتغيرات التي تطرأ على تكلفة الفوائد للخصوم، والهدف من ذلك هو تحديد مدى تغير دخل الفائدة الصافي مع التحركات التي تطرأ على معدلات الفائدة السوقية. وبالتالي فمخاطر سعر الفائدة تشير إلى التغير الأساسي في صافي دخل فائدة البنك، والقيمة السوقية لحقوق الملكية بالمقارنة مع التغيرات التي تحدث في معدلات الفائدة السوقية.

\* أهمية قرارات التسعير: تتجلى أهمية قرارات التسعير في كونها تؤثر وتتأثر بأطراف عديدة ويظهر ذلك من خلال :

- إن السعر يؤثر على معدلات الربحية التي يحققها البنك وذلك من خلال العائد الذي يمكن الحصول عليه بالإضافة إلى تأثيره على الطلب وبالتالي على حجم الأعمال التي يمكن تحقيقها .
- يؤثر على السياسة التسويقية للبنك .

#### - الترويج:

ومعنى الترويج هو مجموعة جهود تسويقية يقوم بها البنك لإمداد عملائه بمعلومات عن مزايا الخدمة المصرفية التي يقدمها وامتيازها عن غيرها من الخدمات

وهو كل نشاط داخلي يعمل على تدفق المعلومات بين الأطراف الداخلية والخارجية ، التي تجمع العلاقة بين الزبون والإدارة والعلاقة بين الخدمة المقدمة والزبون ، فهو تفاعل ينتج عنه سلوك إيجابي للزبون الذي يصبح بدوره مروجاً للمعلومات بين بنك العقار والجمهور ، وهناك عدة أساليب ترويجية يستخدمها البنك العقاري في عملية تقديم القرض كالإعلان والدعاية والنشر والملصقات والمجلات .

#### - التوزيع:

وعنصر التوزيع في مجال الخدمة المصرفية يعني المكان أو الوسيلة التي يمكن بها للبنك إيصال خدماته إلى العميل بشكل فعلي، وتظهر أهمية هذا النشاط في كونه يمثل قيمة مضافة إلى الخدمة المصرفية وهي المنفعة الزمنية والمكانية، فتجعل الخدمة المصرفية العقارية متوفرة للمشتري .



**- العاملين على تقديم المنتج العقاري :**

هُم مقدموا المنتج وموظفو البنك العقاري والعاملون على تسيير خطط المزيج التسويقي المناسب للقروض والخدمات العقارية بحيث يكون لهم القدرة في التأثير على الزبائن ولهم دور بارز في الجهود التسويقية التي يتبناها المصرف وهم الوطاء بين المصرف والزبائن .

**- البيئة المادية المحيطة بالعاملين والزبائن :**

هي الأشياء الملموسة لخلق وتقديم الخدمة مثل الأجهزة والمعدات والأبنية والأثاث ، وهي ذات تأثير واضح في تسهيل عملية الإدراك لزبون المصرف العقاري حول الخدمة المصرفية التي يقدمها وكذلك تسهيل عملية الخدمة وخاصة في الحملات الترويجية.

**- العمليات والإجراءات المتبعة :**

هي العنصر الأساسي والرئيسي لأي خدمة تحدث وتسلم للزبون من خلال المزيج التسويقي لخدمات الزبائن والذين سيدركون بأنفسهم إلى حد ما أن تسليم الخدمة هو جزء من الخدمة نفسها وتتضمن العمليات الإجراءات ووضع البرامج وميكانيزمات الأنشطة لأي منتجات أو خدمات تسلم للزبون ، وعليه فإن قرار إدارة العمليات هو الأكثر أهمية لتحقيق نجاح تسويق الخدمة العقارية ، وهنا لابد من التأكيد بأن التنسيق المتواصل مابين العمليات والتسويق هو مسألة جوهرية للنجاح .

**- خدمة الزبون :**

بناء روابط بين المصرف العقاري والزبائن ومجموعات أخرى وكذلك بناء علاقات طويلة المدى وتبادلية مما يعزز خدمة الزبون مع عناصر المزيج التسويقي.

**- قوى السوق :**

الفرص والتهديدات الخارجية التي تتفاعل معها العمليات التسويقية للبنك العقاري ونذكر منها :

- **الزبون:** سلوك شراء السكنات ، المنفعة من الشراء ، الحث على الشراء ، البيئة ، حجم السوق ، القدرة على الدفع وهناك عوامل أخرى.
- **سلوك المصرف العقاري تجاه الزبائن:** المحفزات للعاملين والناشطين على تقديم القرض العقاري، الهيكل التنظيمي لمشروع منح القروض العقارية، وممارسات مواقف التجارة على الخطط الجوهرية للبنك، والوسطاء الماليين العقاريين الذين يقربون الزبون من البنك وتسهيل الإجراءات الفرضية لهم .
- **المنافسون:** طبيعة المنافسة وإستراتيجيتها تجعل بنك العقار حريص على توظيف أحسن العاملين ذوي الخبرة والاهتمام بالزبائن أكثر والتطلع إلى تجديد الخدمات كما يسعى إلى تغيير سلوكه تجاه العملاء.

■ الرقابة الفعلية والحكومية: تجعل الرقابة الحكومية النشاط البنكي العقاري يسري على المنهج الاقتصادي والقانوني لهذه المنظمة مما يزيد من ثقة الزبون بالعملية وفي كل أنشطة المنظمة التسويقية .

#### - التفاعلات بين الخدمات العقارية الداخلية والخارجية:

هو جمع كل العناصر التسويقية العقارية ابتداء بعملية تقديم المنتج إلى عملية خدمة الزبون وصولاً إلى مرحلة انعكاس هذه الخدمة عليه ومختلف التفاعلات الواقعة في الخارج ، ويكون تركيز مديري البنك العقاري على ملامح وسلوكات الزبون خلال استفادته بالقرض والعمل على رضاه بأي صورة ممكنة ، ودراسة أهم جوانب النقص في حالة وجود نقاط ضعف .

#### المطلب الثالث : تداعيات أزمة الرهن العقاري وسلوك البنوك العقارية المحلية بعد حدوثها:

تعتبر أزمة الرهن العقاري من أكبر الأزمات المالية المعاصرة والتي أدت إلى تداعيات مختلفة مست أغلب البنوك العالمية .

#### 1 - أزمة الرهن العقاري :

بدأ تسويق العقارات في أمريكا لمحدودي الدخل بطريقة كانت في مجملها إلتفاف على قوانين البلد والحد الائتماني، وكانت عقود الشراء محبوكة بطريقة جشعة تجعل القسط يرتفع مع طول المدة، وعند عدم السداد لمرة واحدة تأخذ فوائد القسط 3 أضعاف عن الشهر الذي لم يتم سداده، ليس هذا فحسب بل هناك بنود في العقود ترفع الفائدة عند تغييرها من البنك الفيدرالي الأمريكي نجحت شركات العقار في تسويق المنازل لمحدودي الدخل بعد أن ارتفعت أسعار العقار وأصبحت منازل محدودي الدخل بمبلغ وقدره يتعدى قيمه الشراء الحقيقية لأوائل المشترين، بدأ محدودي الدخل بأخذ قروض من البنوك بضمان منازلهم التي لم تسدد بالأساس وكان الاعتماد بصرف هذه القروض علي فرق السعر بين المطلوب والقيمة في السوق بعد فترة ، وبعد أن بدأت سلبيات العقود المحبوكة تطفو علي الساحة وأصبحت الأقساط الشهرية لا تطاق، امتنع كثيرون عن الدفع و بدأت أسعار العقار تهوى للأسفل ... معظم البنوك وشركات العقار أحست بالخطر؛ فقامت ببيع ديون المواطنين علي شكل سندات لمستثمرين عالميين بضمان المنازل، لجأ بعض المستثمرين العالميين بعد تفاقم مشكلة الرهن العقاري إلى شركات التأمين التي وجدت في أزمة الرهن العقاري فرصةً للربح، وذلك بضمان المنازل فيما لو تمنع المواطنين محدودي الدخل عن سداد قيمة رهن منازلهم. لذلك قامت شركات التأمين بتصنيف سندات الديوان إلى فئتين: الفئة (أ) قابلة للسداد، والفئة (ب) لا يمكن سداها، ثم بدأت شركات التأمين بأخذ أقساط التامين

على السندات من المستثمرين العالميين المشكلة باتت معقدة، فالمواطن محدود الدخل يظن أن المنزل له وشركات العقارات التي لم تستلم قيمة المنازل كاملةً تظن أن المنازل لها، وفي نفس الوقت تظن البنوك

أن المنازل لها بحكم ما أخذه محدودي الدخل من قروض بضمان المنازل، وفي نفس المركب تظن شركات التأمين أن المنازل لها بحكم التزامها بدفع مبالغ السندات للمستثمرين الدوليين وذلك في حال عدم سداد قيمة الرهن للمواطنين محدودي الدخل.

## 2- تداعيات أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية:

- واجهت شركة التأمين الأمريكية: أميركان إنترناشونال غروب (أيه آي جي)، والتي تعتبر من أكبر شركات التأمين في العالم، مخاطر جسيمة بعد الأزمة المالية التي ما زالت تعصف بالاقتصاد الأمريكي إثر الإعلان عن إفلاس ليمن برانرز الاستثماري وفرض بيع بنك ميريل لينش المنافس، وذلك في أكبر صدمة للقطاع المالي منذ الكساد الكبير عام 1929م، واستعان مجلس الاحتياطي الاتحادي (البنك المركزي الأمريكي) ببنك مورغان ستانلي الاستثماري ليراجع الخيارات لشركة أيه آي جي للتأمين التي فقدت حوالي 90% من قيمتها منذ مطلع العام الجاري وقال رئيس البنك الاتحادي بن برنانكي إنه يناقش مع مشاركين بالسوق نقاط الضعف والهشاشة بالسوق بعد انهيار مؤسسة مالية كبرى، والردود المناسبة من قبل القطاعين الرسمي والخاص على ذلك. وجاءت هذه المواقف في ظل مخاوف متزايدة من حصول انهيار مالي عالمي نتيجة الأزمة الاقتصادية الأمريكية طالبت تداعيات أزمة الرهن العقاري الأمريكية مختلف القطاعات الاقتصادية في الولايات المتحدة وأوروبا وأدت إلى خسائر مالية لا يمكن حصرها وتكدت البنوك خسائر ضخمة وأعلن إفلاس وانهيار بعضها، وتفاقت الأزمة المالية في بنك ليمن حتى أشهر إفلاسه بتاريخ 15 أيلول، 2008م عقب فشل جهود بُذلت من طرف إدارة البنك لإنقاذه، وتقدم البنك بطلب إشهار الإفلاس إلى محكمة الإفلاس في منطقة جنوب نيويورك. وخسر سهم بنك ليمن أكثر من 92% من قيمته بالمقارنة بأعلى مستوياته عند 67.73 دولاراً في شهر تشرين الثاني 2007م.

## 3- آثار الأزمة المالية في باقي الدول العربية :

أوضحت خبيرة التمويل و الاستثمار و رئيسة الإدارة المركزية لسوق المال في بنك مصر اكستيربور الدكتوراة عنايات النجار أن إعلان إفلاس مصرف (ليمن برنرز)، رابع أكبر بنك بالولايات المتحدة اثر على أداء جميع أسواق المال سلبياً.

## 4- آثار الأزمة في أوروبا :

قرر مصرف كوميرتس بنك ثاني أكبر البنوك في بداية شهر ايلول الاستغناء عن تسعة آلاف وظيفة في إطار صفقة شراء منافسة دريسدندر بنك.

وبلغت قيمة الصفقة 14.5 مليار دولار و ذلك فيما يوصف بأنه اكبر عملية إعادة هيكلة في القطاع المصرفي الألماني منذ أكثر من سبعة أعوام.

علن روبال بنك أوف اسكتلند - أر بي أس- ضمن اعلان خسائر البنوك البريطانية لشهر تموز، 2008م خسائر بلغت 691 مليون جنيه إسترليني - 1.35 مليار دولار- في النصف الأول من العام 2009م. هبطت أسواق الأسهم الأوروبية بعدما أكد رئيس الوزراء البريطاني غوردن قرار السلطات البريطانية تأميم مصرف برادفورد اند بينغلي، كما سلكت بلجيكا الخطوة نفسها مع مصرف فورتيس المصرفان اللذان تأثرا كثيرا بآثار أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة، خلقا حالة التوتر و الترقب في الأسواق المالية الأوروبية، ما دعا فرنسا إلى عقد مؤتمر دولي لمناقشة الأزمة الحالية.

و نستخلص من هذا أن نهاية المطاف الأزمة المالية إذا لم تغير مسارها في الرأسمالية من خلال رفع أسعار الفوائد أنها مهددة بخسارة عارمة لا تشمل فقط القطاع العقاري بل جميع المجالات فعلى الدول الكبرى الاستفادة من خبرات بنوك عدم الفوائد و وفقا للتقرير الصادر فان جذور المشكلة تعود إلى العام 2005م.

### خلاصة الفصل الثاني:

يعتمد بناء أي مؤسسة على ركائز قوية لها دراسات من طرف لجان ذات خبرة عالية في ميدان عمل تلك المؤسسات لذا فإن البنوك و المصارف المتخصصة ومنها العقارية تعتمد على خبراء ماليين في دراستها الحيائية من بناء استراتيجيات وخطط نموذجية في الكيفيات الإراضية في مجال التخصص تاركا وراءها مجال عمل مليء بالنتائج سواء كانت ربحية أم غير ذلك .

**تمهيد:**

بعد الدراسة النظرية المعمقة والصعبة المنال التي قمنا بها تبين لنا من خلالها الدور الكبير الذي يلعبه البنك العقاري في تمويل القروض العقارية، لذا سنحاول في هذا الفصل دراسة الحالة بشكل مفصل باختيار واحدة من أهم البنوك التجارية في الجزائر وهذا من خلال التربص الذي قمنا به في وكالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة وذلك بغية الإجابة على الإشكالية المطروحة في البحث، حيث سنتطرق إلى العموميات المتعلقة بالبنك وذلك من خلال تعريف ونشأة البنك الشعبي الجزائري، الذي يعتبر بنك ودائع يهتم بإعطاء كل أشكال القروض لمختلف القطاعات، حيث يلعب بنك القرض الشعبي الجزائري دورا هاما في النشاط الاقتصادي. كما تطرقنا إلى الهيكل التنظيمي لوكالة قالمة من خلال تقديم مصلحة القروض، وإلى أنواع القروض الممنوحة وكيفية تسييرها من طرف الوكالة، من خلال كيفية استعمال القرض والضمانات المطلوبة فيه، ودراسة حالة كل شكل من القروض المقدمة. وأخيرا تناولنا الحدث الذي ميز سنة 2010 وهو ظهور قانون جديد المتعلق بالقروض العقارية، ومدى تأثيره على عملية الإقراض للبنوك.

**المبحث الأول: تقديم القرض الشعبي الجزائري.**

يمكن تقديم القرض الشعبي الجزائري CPA والذي يعتبر واحد من أهم البنوك التجارية في الجزائر بسبب تنوع الخدمات المصرفية التي يقدمها، وسوف نتطرق إلى نشأته وبعض العموميات المتعلقة به ومختلف النشاطات التي يقوم بها.

**المطلب الأول: تعريف ونشأة القرض الشعبي الجزائري.**

انتهجت الدولة الجزائرية المستقلة سياسة تأمين مست القطاع البنكي ثم تأمين البنوك والمؤسسات المالية الأجنبية العاملة في الجزائر،

**1- تعريف بنك القرض الشعبي الجزائري:**

إن القرض الشعبي الجزائري يخضع للتشريع البنكي والتجاري، ويعتبر بنكا عاما وشاملا مع الغير، ويتخذ مقرا له في 2 نهج عميروش بالجزائر العاصمة، وله فروع ووكالات ومكاتب تحقق نشاطاته المختلفة.

يضم القرض الشعبي الجزائري 121 وكالة تشرف عليها 15 مجموعة استغلال، ويبلغ عدد الموظفين 4515 فردا من بينهم 1259 حاصلين على شهادات جامعية ومن مدارس كبرى، وقد تطور رأس ماله 21631 مليار دينار جزائري سنة 2001.

**2- نشأة القرض الشعبي الجزائري:**

أنشأ بمرسوم رقم 366/66 الصادر بتاريخ 26-11-1966 برأس مال بلغ 15 مليون دج حيث ورث النشاطات المصرفية التي كانت تديرها البنوك الشعبية والمتمثلة في:

- البنك الشعبي التجاري والصناعي للجزائر ( BPCIA )
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لعنابة ( BPCIAN )
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهران ( BPCIO )
- البنك الشعبي التجاري والصناعي لقسنطينة. (BPCIC)
- البنك الجهوي للقرض الشعبي الجزائري.

وفي سنة 1985 انبثقت عن القرض الشعبي الجزائري بنك التنمية المحلية ( BDL ) حيث تم التنازل لفائدته عن 40 وكالة بنكية وتحويل 550 موظف وإطار، وكذلك 89000 حساب تجاري للزبائن. وبعد إصدار القانون المتعلق باستقلالية المؤسسات سنة 1988 أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم تملكها الدولة كليا. وطبقا لأحكام هذا القانون فإن مهمة

القرض الشعبي الجزائري تكمن في المساهمة في ترقية قطاع البناء والأشغال العمومية، قطاع الصحة وصناعة الأدوية. وبمقتضى المرسوم القانوني الخاص بإدارة الأموال التجارية للدولة وضعت المصارف

العمومية تحت سلطة وزارة المالية وبعدها أوفى البنك بكل الشروط المؤهلة المنصوص عليها في أحكام قانون النقد والقرض رقم 10/90 الصادر في 14-04-1990 تحصل البنك على موافقة مجلس النقد والقرض وأصبح ثاني بنك معتمد في الجزائر.

**المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري .**

سوف نعرض في هذا المطلب الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري والمتمثلة في:

**1- رئاسة المديرية العامة:**

هي العضو المركزي في المديرية، بحيث تقوم بعدة أدوار تتمثل في القيادة، التنسيق، الرقابة وفي هذا الإطار فإنها تعمل على تطبيق إستراتيجية المؤسسة وكذا مخططات العمل.

**2- رئاسة الفرقة:**

هي عبارة عن هيئة استثمارية تعمل لدى رئيس المديرية العامة.

**3- المفتشية العامة:**

تعمل على المراقبة الداخلية اتجاه هياكل البنك، ولمراعاة احترام الإجراءات والأوامر، وتقوم بتقديم مختلف عمليات المراقبة الهرمية والوظيفية المعمولة من طرف مختلف مراكز المسؤولية.

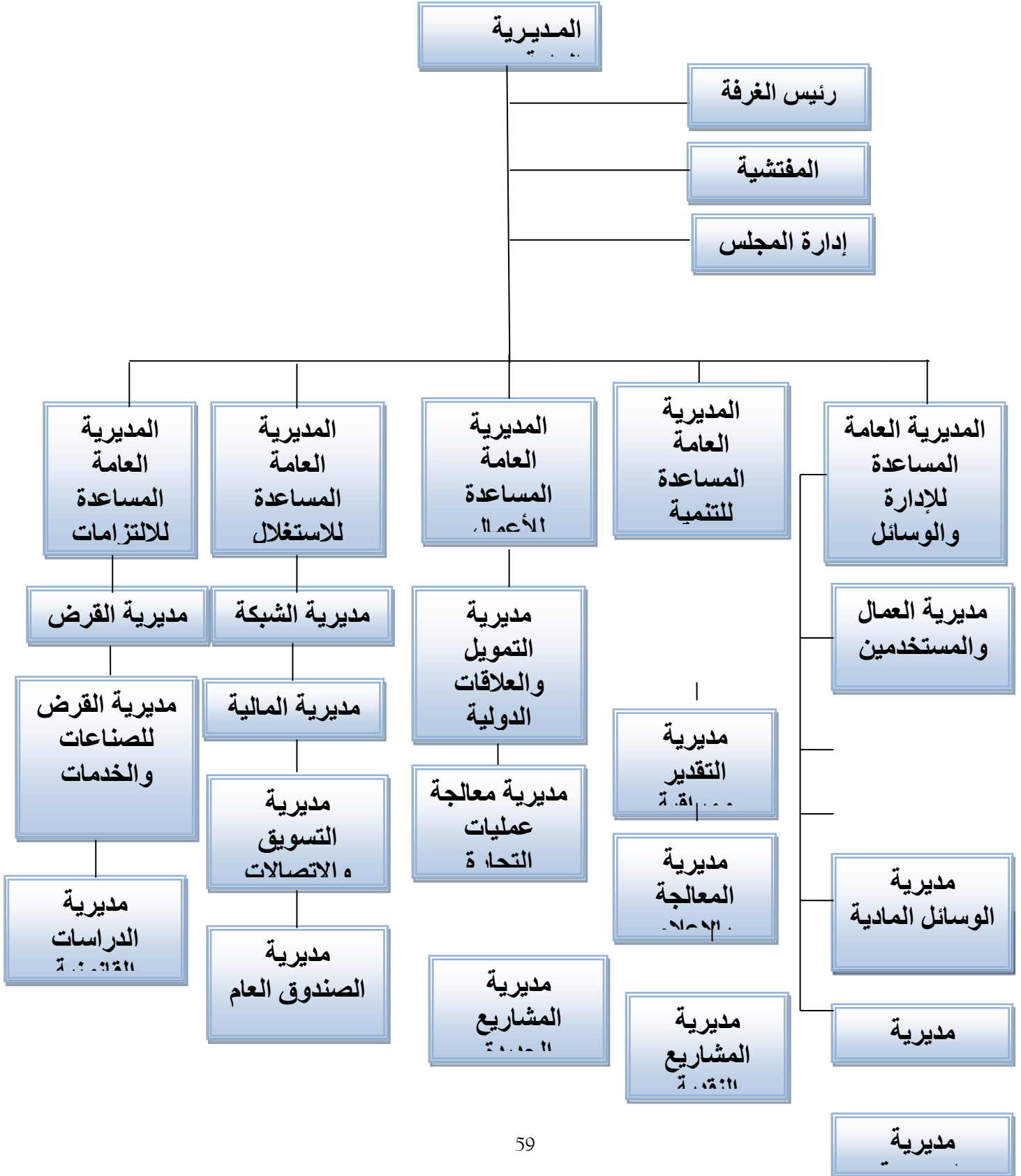
**4- خلية المجلس ( إدارة المجلس):**

تقوم خلية المجلس بتطوير طرق قياس درجة الفعالية وأمن الدوائر ومعالجة المعلومات والعمليات والقرارات.

وفيما يلي الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري.



الشكل رقم 05: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري



|

المصدر: وثائق داخلية لبنك القرض الشعبي الجزائري، بقالمة .

|

### المطلب الثالث: نشاطات القرض الشعبي الجزائري.

يلعب القرض الشعبي الجزائري دورا هاما وكبيرا في النشاط الاقتصادي فهو يعمل على:

- تقديم القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مثل قطاع السياحة والصيد البحري.
- القيام بعملية البناء والتشييد من خلال قروض متوسطة وطويلة الأجل.
- تقديم القروض للأفراد.
- جمع الودائع.
- تحويل العملات.
- تسهيل المعاملات بين المستورد والمورد في عملية التجارة الخارجية.
- تقديم قروض و سلفات لقاء سندات عامة إلى الإدارات المحلية، وتمويل مشتريات الدولة والولاية والبلدية والشركات الوطنية.

### المطلب الرابع : أهداف القرض الشعبي الجزائري

يقوم مبدأ عمل القرض الشعبي الجزائري على عدة أهداف يمكن توضيحها كالتالي:

- الأساس الجوهري هو الربحية من خلال خدمة القروض التي تقدمها؛
- البناء والتشييد وهذا يتم بإعطاء قروض طويلة ومتوسطة الاجل لمن يريد الحياة على مسكن ؛
- إعطاء القروض لقدماء المجاهدين والذي يسمى بالقرض الاستهلاكي، وقرض بناء السكنات والبنائات الريفية شراء أراضي العقارية للمستثمرين؛
- الوسيط في العمليات المالية المصرفية والعقارية من حيث الإصدار ونسبة الفائدة ؛
- إعطاء القروض للحرفيين وتكون قصيرة الأجل والقروض العقارية وقرض السيارات طويلة الأجل ؛
- التخفيض من الأزمات الحالية المحلية كالسكن ومراعات نسبة الفائدة المناسبة للمواطنين ؛
- التحكم في القروض والتسيير المحكم في سياسة المديونية الخارجية؛

- مراقبة التسيير المالي وإدخال تقنيات جديدة في مجال التسيير والتسويق المصرفي العقاري؛

- التسيير الديناميكي لخزينة البنك ؛

من خلال ما سبق يمكن القول أن البنك الشعبي الجزائري يعتبر من أهم البنوك الجزائرية من خلال النشاطات التي يقوم بها من تقديم قروض لكافة المعاملات و الفضاءات.

**المبحث الثاني: تقديم المؤسسة محل الدراسة وكالة (CPA) وسياسة تسويق القروض العقارية .**

بعد تطرقنا إلى القرض الشعبي الجزائري بصفة عامة سنتطرق في هذا المبحث إلى دراسة إحدى وكالاته المنتشرة عبر ولايات الوطن ألا وهي وكالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة،  
**المطلب الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة والهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة.**

#### 1- تقديم لوكالة القرض الشعبي الجزائري (CPA) قالمة .

تعتبر وكالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة من المؤسسات المالية التي تم تأسيسها بنشوء وكالة الشرق للقرض الشعبي الجزائري بعنابة بعد الضغط المالي الإداري على وكالة عنابة ، فأعطت الوكالة المركزية بالعاصمة ترخيص بتأسيس هيكل مالي إداري بقالمة تحت رقم الوكالة 320 مع بقاء المهام الجوهرية بوكالة عنابة المصرفية ، تم تأسيس وكالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة سنة 1989 مع تخصيص مبلغ مالي قدره 150 مليار سنتيم ، وكل قرض يقدم يحضى بقبول من وكالة عنابة الجهوية ، يقوم مبدأ عمل وكالة قالمة على منح قروض للإستهلاك ، قروض السيارات ، قروض عقارية وسكنية وهي قروض من الشكل القصير والطويل الاجل ، ويكمن هدفها في توفير السيولة وزيادة الربحية .

#### 2- الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري (CPA) قالمة .

تعتبر وكالة قالمة وكالة رئيسية تقوم بمختلف العمليات البنكية، سواء كانت عقارية أو تجارية ويتمثل هيكلها التنظيمي على النحو التالي:

- المدير:

يعتبر المشرف العام على كل المصالح الموجودة في الوكالة.

- نائب المدير:

وهو المشرف على كل مصالح الوكالة، وكذا الأمانة العامة، ويقوم بمساعدة المدير في أعماله وأخذ مكانه في حالة غيابه.

- الأمانة العامة ( سكرتارية):

وهي تتكفل باستقبال كل بريد صادر ووارد من وإلى الوكالة، والتكفل بكل مواعيد المدير.

- مصلحة الإدارة:

تتكفل بإدارة شؤون العمال والحفاظ وصيانة المؤسسة .

- مصلحة المراقبة:

وهي المصلحة التي تشرف على مراقبة مدى إتباع باقي المصالح للعمليات المصرفية عن طريق القروض العقارية ومدى مطابقتها أعمالها وفقا للنظم القانونية المعمول بها.

- مصلحة الصندوق: وتتكون من خليتين:

▪ الخلية الأولى: من مهامها:

استقبال الزبائن و القيام بعملية التزويد والسحب، و تسليم دفاتر الشيكات.

▪ الخلية الثانية: من مهامها:

تحويل الأموال من حساب إلى حساب، و تحويل الأموال عن طريق المقاصة.

- مصلحة القروض العقارية :

وتنقسم هذه المصلحة إلى خليتين أساسيتين هما:

▪ الخلية الأولى: وهي خلية دراسة وتحليل طلبات القروض العقارية .

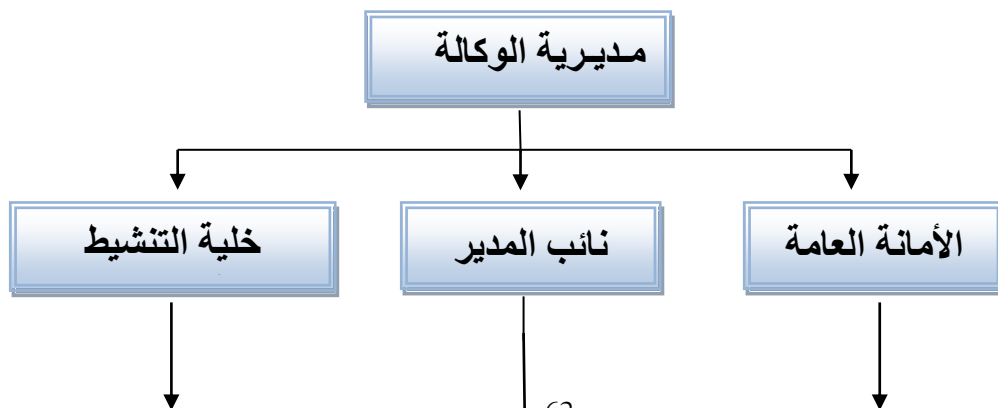
▪ الخلية الثانية: وهي خلية المتابعة الإدارية والشؤون القانونية للقرض العقاري.

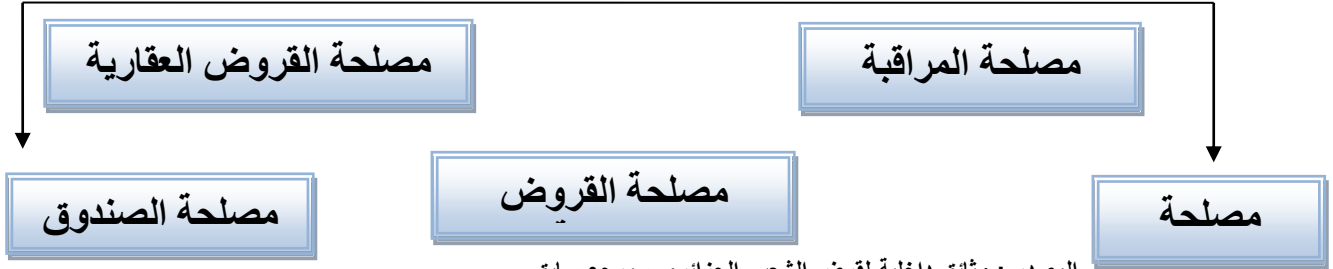
- مصلحة القروض الخارجية:

تسهر على إتمام عمليات المبادلات التجارية التي تتم عن طريق الاستيراد والتصدير.

ويمكن تلخيص الهيكل التنظيمي لوكالة قالمة في الشكل الموالي:

الشكل رقم 06: الهيكل التنظيمي لوكالة بنك القرض الشعبي الجزائري بقالمة.





المصدر : وثائق داخلية لقرض الشعبي الجزائري ، مرجع سابق .

### المطلب الثاني: تقديم مصلحة القروض العقارية .

يتم إيداع ملف القروض على مستوى وكالة القرض الشعبي الجزائري في مصلحة القروض العقارية، وهي تتكون كما سبق الإشارة إليه من خليتين يشرف عليها رئيس مصلحة القروض العقارية .

#### 1- تنظيم مصلحة القروض العقارية :

كما سبق وأن ذكرنا يتم تنظيم مصلحة القرض من طرف خليتين وهما:

**1-1- الخلية الأولى:** خلية دراسة وتحليل القرض العقاري: يشرف على هذه الخلية أخصائيين في الاقتصاد والمحاسبة، حيث يقوم هؤلاء بدراسة تقنية وتحليلية لمدى نجاعة المشروع وصحة التقديرات الحسابية التي تم دراستها.

**أ- الملف في خلية الدراسة والتحليل:** يقوم موظفو مصلحة القروض العقارية بتفحص الوثائق المقدمة ومدى جديتها وقانونيتها، مرفقة بخبير عقاري معتمد من طرف البنك، وذلك لإعداد مقرر خبرة يبين فيه القيمة المالية للعقار، بحيث من خلال هذه الخبرة يتأكد البنك من أن هذا العقار سوف يغطي حقيقة مبلغ القرض الممنوح ويرسل الملف كاملا لولاية عنابة للقبول أم الرفض.

**1-2- الخلية الثانية:** خلية المتابعة الإدارية والشؤون القانونية للقروض: متابعة الإجراءات القضائية ضد الأشخاص الذين لم يسددوا ديونهم.

#### 2- شروط منح القروض العقارية من طرف المصلحة والوثائق المطلوبة لتكوين الملف:

لدى اتصال الزبون بالبنك بغية استفادته من قرض عقاري لديه جملة من الشروط تختلف حسب أنواع القروض نوجزها فيما يلي

#### 1-2- شروط منح قروض عقارية لبناء مسكن:

أن تكون له عقد ملكية مشهر بالمحافظة العقارية بولاية قالمة أو ما جاورها، وفي مثل هذا الحال نستبعد عقود الحيازة وعقود الشهرية.

- أن تكون له رخصة بناء صالحة أي لا تتجاوز 3 سنوات.
- أن يكون قد باشر أشغال البناء وانجز منها 20 %.
- لا بد أن يكون له دخل شهري يساوي أو يفوق 15.000.00 دج.

إذا ما توفرت هذه الشروط للبنك الانتقال مع الزبون إلى المرحلة التالية والمتعلقة بتكوين الملف والوثائق المطلوبة هي:

- عقد الملكية ( رخصة البناء).
- المخطط البياني للبناء.
- كشف الراتب ( شهادة عمل).

▪ وثائق الحالة المدنية.

▪ الخبرة التي يقوم بإعدادها خبير عقاري.

## 2-2- شروط منح قروض عقارية لشراء مسكن: هنا توجد حالتين إما:

(أ)- **قرض عقاري لشراء مسكن خاص:** لا بد أن تكون لهذه الشقة السكنية عقد ملكية يثبت الملكية التامة للعقار من طرف البائع.

شهادة سلبية للعقار التي يجب استخراجها من المحافظة العقارية التي من خلالها يتأكد البنك أنه لا يوجد عليه أي نزاع وهو غير مرهون من أي جهة أخرى.

والوثائق المطلوبة لتكوين الملف هي:

- عقد ملكية العقار.
- شهادة سلبية خاصة بالعقار.
- الوعد بالبيع يتم تحريره لدى الموثق.
- شهادة الدخل الشهري.
- شهادة العمل. وثائق الحالة المدنية.
- خبرة عقارية.

(ب)- **قرض عقاري لشراء مسكن جديد:** إن ما يعرف لدى البنك والمعمول به غالباً هي ما تعرف في

إطار السكن الاجتماعي التساهمي وتتوفر فيه بعض الشروط وهي:

وثيقة محررة من طرف الجهة البائعة التي تثبت أن هذا الشخص قد استفاد من تساهمية وقد سدد الجزء الأول من المبلغ، وقد استفاد من إعانة الدولة عن طريق الصندوق الوطني للسكن cni، ولم يبقى له إلا الشطر الثالث الذي يريد أن يطلبه من البنك.

## 2-3- شروط منح قروض عقارية لترميم مسكن:

- أن يكون المقترض مالكا لذلك العقار.
- أن يقدم كشف تقديرياً على مجمل الأشغال التي يرغب في إنجازها.

أ)- إجراءات منح القروض: تمر عملية منح القروض بعدة مراحل معتمدة من طرف مصلحة القروض يمكن إيجازها في الخطوات التالية:

ب)- دراسة طلب القرض: يقوم البنك بدراسة طلب الشخص من حيث غرض القرض ومدته وجدول سداه، إذ تحتوي وثيقة طلب القرض على المعلومات الأولية عن الشخص وما يصرح به لما يملكه وتتفرع هذه المعلومات إلى معلومات شخصية، اقتصادية ومالية كتصريح بقيمة ما لديه من رأس المال وما قيمة دخله الشهري، كما يجب أن يتوفر على معلومات تتعلق بما له من ضمانات يمكنه أن يقدمها سواء كانت شخصية أو حقيقية، حيث يجب أن تكون كل المعلومات مبررة بعقود وفواتير رسمية سليمة

لنفادي التلاعبات والاختلاسات، وهذا ما يدفع البنك للقيام بزيارة ميدانية إلى مقر الشخص طالب القرض العقاري.

ج)- محضر الزيارة الميدانية: بعد حصول البنك على المعلومات الشكلية من الشخص يعين لجنة مشكلة من خبير رئيس اللجنة مباشرة عملها انطلاقا من مقر الشخص، وبعد التأكد من أن الشخص باشر في الإنجاز بنسبة 20 % ، يرسل الملف إلى ولاية عنابة ويدرس بجدية.

د)- قرار اللجنة البنكية لولاية عنابة وقرار معدل الفائدة: بعد الاطلاع على المعلومات المصرح بها ومحضر الزيارة تأتي المرحلة الأخيرة وهي تدوين الملاحظات والتعليمات الخاصة بما تم الاتفاق عليه في إجتماع لجنة القروض العقارية في cpa عنابة الجهوية، حيث يتم إبداء الرأي حول إمكانية منح القرض أو عدمه، ثم يرسل الملف إلى ولاية قالمة بتقرير واضح، ويطبق بنك القرض الشعبي الوطني معدل فائدة على القروض العقارية بنسبة 6.5 % وذلك حسب ما تقرره لجنة البنك المركزي حيث يتحصل البنك على 1 % فقط كفائدة بينما 5.5% يستفيد منها البنك المركزي كعائد.

### المطلب الثالث :سياسة تسويق القروض العقارية .

يعتمد القرض الشعبي الجزائري بقالمة على بناء سياسات تسويقية مستخرجة من إستراتيجيات وخطط مبرمجة سلفا ، من اجل تطابق متطلبات الزبون وإرساء علاقة تسويقية طويلة الأمد في بيئة منظمة ، ويتم هذا بتكوين مزيج تسويقي يستند على الادوات والاساليب التكنولوجية من اجل إمتلاك وإدارة علاقاتها العملية المصرفية العقارية ، فخلقت هذه الوكالة مزيج تسويقي مصرفي يتكون من (7p)المنتج وهو "القرض"، التسعير، الترويج ، التوزيع ، الدليل المادي، الأفراد، العمليات .

#### 1- المنتج المصرفي العقاري :

تتطلب الخدمة المصرفية من المصرف العقاري أن يعير إهتماما لجوانب عدة تتعلق بالخدمة مثل مدى أو نطاق الخدمات المصرفية المقدمة كجودة وتميز القروض العقارية المقدمة ومستوياتها ، فقد يبذل

الزبون جهد في الحصول على القرض العقاري وفقا للمواصفات التي يطلبها ( بناء سكنات جديدة أو ترميم أو كراء ... إلخ ) .

- **بناء مسكن :** للذين يمتلكون ارض ويردون الحصول على قرض لهذا الغرض حيث فيمنحهم بنك العقار قرض تصل نسبته إلى 90% من مبلغ الكشف التقديري .
- **شراء سكن ترقوي:** ويكون ذلك لدى مقاول عمومي أو خاص ، فيستفيد الزبون بقرض تصل نسبته 90% من سعر المسكن .

- **خدمة القرض الإيجاري للشباب:** وذلك بتقديم خدمة في حالة شراء مسكن ترقوي لدى الخاص، أو شراء مسكن تساهمي إجتماعي ، أو بناء مسكن جديد بنسبة تقديرية تصل إلى 100% سعر البيع أو قيمة الكشف .
- **شراء قطة أرض لدى وكالة عقارية أو خاص:** يمكن أن يمنح بنك العقار في هذه الحالة قرض تصل إلى 90% من سعر بيع هذه القطعة.
- **كراء مسكن لدى الخاص:** يستفيد الزبون بقرض تصل قيمته إلى 300000 دج على الأكثر وعلى أساس عقد إيجار موثق .
- **توسيع مسكن:** في حالة توسيع أو تعليية مسكن يقدم بنك العقار للزبون قرض تصل نسبته إلى 80% من قيمة الكشف التقديري الخاص بالتوسيع أو التعليية لهذا المسكن .

## 2- التسعير للمنتج المقدم (سعر الفائدة)

خلال دراستنا الميدانية وجدنا ان سعر الفائدة هو العنصر الأساسي الذي يركز عليه بنك العقار ، فهو يعتبر الربحية الأساسية للبنك من خلال الخدمات التي يقدمها في شكل قروض طويلة الأجل، وتنحصر عموما بين 01% إلى 06.5%. حسب نوعية العقار وقيمة القرض الممنوح ، وتحدد الإدارة العليا للبنك نسبة سعر الفائدة حسب جودة الخدمة المقدمة ، ويمكن أن تحدد تسعيرة الفائدة بالنظر إلى حجم المنافسة وقوى العرض والطلب ، بحيث تطبق نسبة الفائدة 01 على البناءات الريفية والترقوية و05.5 تتحملها الخزينة العمومية ، أما في شراء السكنات من الخواص أو شراء قطعة أرض أوفي بناء مساكن للخواص ، أما في حالة كراء مساكن أو مساكن فوق المخطط فتكون نسبة الفائدة بين 07 إلى 07.5 ، سواء كان طالبي القرض من المنخرطين في دفاتر البنك أم لا ، لاكن الذين لهم دفاتر في وكالة القرض الشعبي الجزائري لهم الاولوية في حصولهم على القرض العقاري .

\*أهمية قرارات التسعير للقرض المقدم:



تمخض من التحليل الدراسي للقرض الشعبي الجزائري أن أهمية قرارات تسعير الفائدة في كونه يؤثر وتتأثر بأطراف عديدة ويظهر ذلك من خلال عدة جوانب منها الجانب الإقتصادي حيث يعتبر سعر الفائدة موضع إهتمام جميع النظريات الإقتصادية وكذلك المستوى الحكومي حيث أن أسعار الفائدة تؤثر على معدلات التضخم وعلى الرفاهية الإجتماعية للمواطنين فإنها تخضع للدراسة والمراجعة الدائمة وتأثيرها على الربحية.

### 3- الترويج لخدمات العقار :

وتؤكد نتائج الدراسة إحتياج القرض الشعبي الجزائري والبنوك التجارية الأخرى إلى الإهتمام بالترويج ويعد الترويج أحد أهم عناصر المزيج التسويقي، وهذا راجع للدور الحيوي الذي يلعبه في جذب

العملاء للبنك المتعامل معه من خلال إقناعهم بميزة وجودة الخدمة المصرفية المقدمة، وبالتالي استمرار التعامل مع هذا البنك مستقبلا، أي أن الترويج هو شكل من أشكال الاتصال المستخدمة من طرف البنك الشعبي الجزائري بهدف إخبار -أو تذكير -أو إقناع - عملائه، إما بدفع الملفات قصد الحصول على قرض عقاري أو لتعريفهم بالدور الفعال الذي يسعى إليه البنك من خلال تقديم هذا القرض في المجتمع . وطبقا لهذا التعريف يمكن النظر إلى الترويج على أنه:

-عملية إتصال بين الوكالة والعميل فوظيفته الأولى هي نقل معلومات عن الخدمة القرض للعميل وهذا لتسهيل عملية الحصول عليها.

-هو عامل يؤثر إيجابيا على العملاء نحو الوكالة وخدمتها المصرفية .ونتيجة هذا التأثير الإيجابي هو شراء الخدمة القرض أو الإستمرار في ذلك مستقبلا.

-يتناول الترويج جانبيين أحدهما مادي وهو الخدمة المصرفية المقدمة والثاني معنوي وهو تكوين صورة ذهنية جيدة عنالوكالة سمعتها أو شهرتها .

#### أهداف الترويج لخدمة القرض العقاري : تتمثل في

- إيصال معلومات عن قرض العقار للعملاء الحاليين أو المرتقبين ؛
- إثارة إهتمام العملاء بهذه الخدمة ؛
- تغيير إتجاه العملاء وخلق تفضيلات لديهم من خلال سعر الفائدة ؛
- التأثير على العملاء إما بشراء الخدمة أو الإستمرار في إستخدامها؛

#### 4 - توزيع خدمة العقار لدى الوكالة :

إن الهدف النهائي لمنافذ التوزيع بالنسبة للقرض الشعبي الجزائري هو مدى تناسب وصول القرض إلى العميل حسب رغبته ومتطلباته وبين إمكانيات الوكالة من ناحية أخرى، وي طرح هنا هذا التساؤل ما مدى ملائمةالقرض المقدم للعميل ؟ والملاءمة هي أهم قرار يتخذه العميل في إختيار الوكالة المناسبة التي تقدم القرض العقاري بخدمات متسارعة ، فعلى سبيل المثال، العملاء معيارهم في إختيار الفرع

أوالوكالة هو سهولة الوصول إلى هذا الأخير أي قربه من مكان السكن أو العمل وقد تترتب على استخدام أجهزة التكنولوجيا السريعة مثل الفاكس في تحقيق عنصر الملائمة للعميل . أما بالنسبة لكبار العملاء من التجار والشركات فإن عنصر الملائمة لهم يعني تواجد موظفي البنك في مكاتبهم للتعرف على إحتياجاتهم وتقديم خدمات إضافية لهم.

**قنوات توزيع الخدمات المصرفية:** إن للتوزيع البنكي قنوات متعددة نذكر منها:

- (أ) فروع القرض الشعبي الجزائري ووكالاته الجهوية مثل قرض عنابة وكالة قالمة.  
(ب) وحدات التعامل الآلي .

(ت) تقديم الخدمة المصرفية المتطورة تكنولوجيا

ولتحقيق أهداف البنك لابد من توفر شروط في الخدمات المصرفية عقارية وهي:

- أن تكون خدمة العقار ذات نموذج عام تقدم لعدد كبير من الأفراد ؛
- يمكن تسويقها بسهولة في السوق ؛
- تتطلب توزيع وإنتشار جغرافي ؛
- تعتمد بشكل كبير على الإعلان والترويج ؛
- تتمتع بجاذبية كبيرة من جانب العملاء .

##### 5- الأفراد :

في هذه الدراسة الميدانية وجدنا أنفسنا في وسط مليئ بالأفراد الذين هم تابعين للوكالة حيث يقدر عددهم ما بين 25 إلى 30 موظف منهم من يعمل في الخدمة المصرفية العامة ومنهم من هم متخصصون في خدمات العقار وخدمات القرض المصرفي للسيارات ، فكان إهتمامنا على موظفي قرض العقار الذين يعملون وفق للمنهج المصرفي متبعين البرامج المسطرة من قبل الإدارة العليا ، فجاء عملهم بين مطرقة الربحية وجذب الزبائن من خلال الإشهار العقاري.

**6- البيئة المادية:** تعتمد الوكالة على تهيأت المحيط الداخلي والخارجي المخصصة للعمليات الإدارية من أجل إدراك الزبون للإدارة المرغوب فيها وتسهيل كل العمليات التسويقية فجعلت من محيطها الخارجي واجهات ذات أشكال تعبر عن تخصص الإدارة وإستعمال النوافذ المكبرة وخدمات الصرف الآلي أما في الداخلي فتسخر الوكالة بعض الأجهزة الإلكترونية ومختلف الأثاث المساعد على رفاهية الزبون .

##### 7- العمليات والإجراءات المتبعة :

هي كافة الإجراءات والعمليات التي تحث عليها الإدارة العليا للقرض الشعبي الجزائري المركزي بالعاصمة والتي تفوضها لكافة الوكالات بمختلف الولايات بداية بطرح المنتج والترويج إليه وصولا إلى توزيعه بالسياسة التسويقية المتبعة .

يظهر من نتائج الدراسة الإتجاه للرضاء المحتشم والنسبي عن الخدمات التي يعرضها القرض الشعبي الجزائري مع التأكيد على بعض المتطلبات كالسرعة في تقديم الخدمة، جودة أسلوب التعامل، سهولة ووضوح إجراءات التعامل، ومناسبة أوقات العمل.

### المطلب الرابع: القانون الجديد لسنة 2010 المتعلق بالقروض العقارية.

تساءلنا عن القانون الجديد للقروض العقارية والمتعلق بالفائدة فكان الجواب كما يلي:

إن مشروع قانون القروض العقارية الذي جاء به قانون المالية التكميلي لسنة 2009 لا يعتبر كما يفهمه بعض الناس تخفيضا في الفائدة وإنما هو تدعيم للفائدة، لأن تخفيض الفائدة يكون بقرار من البنك المركزي.

إن الحالة التي تكلم عليها القانون التكميلي الجديد لسنة 2010 تمثل في أن الخزينة العمومية سوف تدعم قسطا من الفائدة على أن يبقى المواطن ملزم بتسديد واحد بالمئة ، وإذا قلنا أن الفائدة الحالية هي 6 % فإن الخزينة العمومية قد التزمت حسب القانون الجديد بتسديد 5 % على أن يسدد المواطنين 1 % المتبقية. وقد جاء هذا القانون أيضا لكي يدعم السكنات الريفية والسكنات الترقية.

إن التدابير الخاصة بدعم السكن التي أقرتها الحكومة في قانون المالية التكميلي لعام 2009 تخص حصرا مستخدمي الوظيف العمومي، ويتم تسيير القرض الممنوح مباشرة من الخزينة العمومية التي تقتطعها بانتظام من أجور المستخدمين، حيث أن تدابير قانون المالية لعام 2010 التي تصب في المساعدة على الحصول على سكنات موجهة لكل الجزائريين مسترسلين في شرح المعايير التي سيتم اعتمادها في منح هذه القروض والتسهيلات المالية، وأيضا فيما يتعلق بالامتيازات المقدمة للمواطنين الراغبين في امتلاك سكن ترقوي في إطار البرامج الخاصة أو برامج السكن الاجتماعي الترقوي.

وبالتالي المواطنين الذين تتراوح مداخيلهم الشهرية ما بين 12 ألف و 48 ألف دينار جزائري يستفيدون من مساعدة قدرها 70 مليون سنتيم، إضافة إلى تقليص فوائد القروض البنكية 1 % مقابل 40 مليون سنتيم. وقرض بنسبة 1 % فقط بالنسبة لذوي الدخل الذي تتراوح قيمته 5 و 6 مرات الأجر

الوطني الأدنى المضمون، ويحصل من تتراوح مداخيلهم ما بين 8.4 و 14.4 مليون سنتيم شهريا على قرض بفائدة نسبتها 3 % .

وبخصوص السكن الريفي فإن أصحاب الدخل المتراوح ما بين 1 و 6 مرات الأجر الوطني المضمون يستفيدون من مساعدة عمومية مباشرة قدرها 7 مليون سنتيم، وخفض في تكلفة القرض البنكي على أن يتحمل المستفيد دفع فائدة نسبتها 1 %، أما الذين تتراوح قيمة دخلهم ما بين 7 مرات و 12 مرة قيمة الأجر الوطني المضمون فيحصلون على قرض بنكي بنسبة فائدة 3 %.

عموما نجد أن التعديلات الأخيرة التي نصت في القانون الجديد لسنة 2010 المتعلق بالقروض العقارية أنها تدعم السكنات الترقية و الريفية و تساعد على الحصول على سكنات موجهة لكل الجزائريين من خلال عدة امتيازات مقدمة للمواطنين الراغبين في امتلاك سكن ترقوي في إطار البرامج التنموية أو برامج السكن الاجتماعي الترقوي.

عموما و على كافة وكالات القرض الشعبي الجزائري (CPA) و المنتشرة عبر مختلف ولايات الوطن فان وكالة (CPA) بقالمة تقوم على مجموعة من الشروط في تقديمها للقروض العقارية ، و على مجموعة من الإجراءات الواجب إتباعها أثناء تقديمها للقروض.

### المبحث الثالث: تسيير القرض العقاري من طرف وكالة CPA بقالمة.

سنتطرق في هذا المبحث إلى كيفية تسيير القرض العقاري من طرف وكالة القرض الشعبي الجزائري، لولاية قالمة وكذلك إلى الضمانات التي تضمن حقه إذا لم يستطع المقترض إرجاع القرض، وإلى عدد الملفات المودعة المرفوضة والمقبولة خلال السنة وذلك من خلال الإحصائيات المقدمة لنا، بالإضافة إلى القانون الصادر سنة 2010 المتعلق بالفائدة عن القروض العقارية وما جاء به.

#### المطلب الأول: كيفية استعمال القرض العقاري والضمانات المطلوبة فيه

بعد الموافقة على ملف القرض تأتي مرحلة كيفية استعمال هذا القرض والضمانات المطلوبة في القرض العقاري .

1- كيفية استعمال القرض العقاري: يتم استعماله كما يلي

1-1- قرض شراء مسكن جديد أو قديم:

يتم استعمال القرض عن طريق تسليم شيك بنكي لصالح الموثق الذي سوف يقوم بإبرام عقد نقل الملكية.

1-2- بناء مسكن أو ترميم مسكن:

في هذه الحالة يتم استعمال القرض على الطريقة التالية:

إذا كان القرض لا يتجاوز 100 مليون سنتيم في هذه الحالة يتم استعمال القرض دفعة واحدة، يتم تحويله لحساب البنكي المفتوح لدينا.

أما إذا كان يتجاوز القرض 100 مليون سنتيم يتم استعمال القرض عن طريق دفعات، بحيث لا تسلم الدفعة الأولية ما لم يتم البنك بإجراء معاينة لتقدم الأشغال، وهل حقيقة أن المقترض قد استعمل مبلغ الدفعة الأولى للبناء وليس لغرض آخر.

### 3-1- الضمانات المطلوبة في القرض العقاري:

وهي ثلاث ضمانات :

(أ)- **الرهن العقاري:** وهو أن يرهن المقترض العقار الذي يريد بناؤه أو شراؤه لصالح البنك، بحيث يمكن للبنك أن يقوم بأخذ العقار في حالة ما إذا لم يستطع أو لم يتم المقترض بتسديد القرض.

(ب)- **التأمين على الحياة:** حيث يلزم على المقترض أن يقوم بالتأمين على حياته لدى شركة تأمين، بحيث يمكن للبنك أن يحصل على تعويض من شركة التأمين لاسترجاع مبلغ القرض وذلك في حالة وفاة المقترض أو في حالة العجز الدائم.

إحصائيات حول القروض الممنوحة من طرف وكالة القرض الشعبي الجزائري بقائمة .

سنحاول في هذا الجزء إعطاء دراسة تحليلية حول القروض العقارية المقبولة والمرفوضة من طرف وكالة قائمة.

**جدول رقم 02: عدد الملفات المودعة المقبولة وغير المقبولة لدى وكالة CPA قائمة.**

سنة 2011			سنة 2010			طبيعة القرض
المرفوضة	المقبولة	الإجمالي	المرفوضة	المقبولة	الإجمالي	
02	10	12	-	04	04	قرض عقاري لبناء أو ترميم مسكن
10	40	50	02	34	36	قرض عقاري لشراء مسكن جديد
-	12	12	02	04	06	قرض عقاري لشراء مسكن قديم
12	62	74	04	42	46	<b>المجموع</b>

المصدر: وثائق داخلية لبنك القرض الشعبي الجزائري بقائمة، مصدر سابق

ونلاحظ أن عدد الملفات المودعة لدى الوكالة لطلب قرض عقاري سنة 2010 بلغ 46 ملف

إجمالاً، المقبول منها بلغ 42 ملف ورفض 04 منها، ويكون الرفض إما من طرف صاحب القرض أو

أن المقترض قدم رخصة بناء منتهية الصلاحية ولم يتم بتجديدها في البلدية والذي يجب تجديدها كل 03 أشهر.

أما في سنة 2011 بلغ العدد 74 ملفاً، المقبولة منها 62 ملف و12 المتبقية رفضت، ويعود الارتفاع المسجل في الملفات المقبولة إلى إستراتيجية البنك العازمة على تقديم القروض للأشخاص. ويلاحظ أن عدد الملفات المرفوضة سنة 2011 أكبر من عدد الملفات المرفوضة سنة 2010، تكون في حالات غير مطابقة مع البيانات التي قدمت في الملف. فمثلاً أنه صرح بأن راتبه الشهري أقل من ذلك أي 12.000.00 دج فقط، أو في حالة تصريحه بأنه بائع أشغال البناء وأنجز منها 20 % وعند خروج الخبير المعين من البنك للتعين لم يجد ذلك صحيح.

**المطلب الثاني: دراسة حالة كل نوع من القروض المقدمة.**

تقوم وكالة القرض الشعبي الجزائري بقالمة بتقديم ثلاثة أنواع من القروض وهي:

1- قرض لشراء سكن.

2- قرض لترميم سكن.

3- قرض لبناء سكن.

1- قرض لشراء سكن:

تقدم شخص إلى وكالة البنك القرض الشعبي الجزائري CPA لطلب قرض تمويل شراء سكن من شخص آخر ليقوم البنك بالدراسة الأولية في الشكل التالي:

جدول رقم 03: دراسة تقريبية لحالة شراء سكن

البنك	القرض الشعبي الجزائري CPA
- رقم الوكالة	445 قالمة
- رقم الملف	10/2041
- اللقب	A
- الاسم	B
- اريخ الازدياد	1982/10/2
- الجنس	ذكر
- الحالة المدنية	متزوج
- عدد الأطفال	4
- الجنسية	جزائرية
- العنوان	حي قهدور الطاهر رقم الباب 08، قالمة.
- المهنة	أستاذ.
- مقر العمل	هيليوبوليس.
- الحالة المهنية	دائم
- دخل المقترض	40.000.00 دج
- دخل الشريك	0
- اسم و لقب الشريك	D.C
- مستفيد من حساب في CPA	لا
- نوع القروض	الشراء من شخص اخر
- ولاية	قالمة

- مبلغ السكن	4800.000.00 دج
- مبلغ المساهمة الشخصية	800.000.00 دج
- نسبة المساهمة الشخصية	40%
- مبلغ التأمين	200.000.00 دج
- مساهمة CNL	0
- نسبة SRH ( إعادة التمويل الرهني)	
- أتعاب التسيير ( 0.50 % )	40.000.00 دج
- المبلغ المراد تمويل من قبل البنك	4.200.000.00 دج
- نسبة الفائدة	6.5%
- مدة القرض	19 سنة
- تسية القسط المقدم شهريا	40%
- القسط الشهري	31.516.73 دج
- القرض المقدم من طرف البنك	4.200.000.00 دج
نتيجة	طلب مقبول

المصدر: وثائق داخلية لبنك القرض الشعبي الجزائري بقالمة، مصدر سبق ذكره

يقوم بإرسال الدراسة إلى المدير العام للإمضاء في الشكل التالي:

#### 1-1- معلومات عامة:

- السيد:.....تقدم إلى مكاتبنا للاستفادة من قرض عقاري لشراء سكن من شخص آخر.  
- هذا المقترض يحتل منصب أستاذ بهليو بلويس و يقبض دخل يقدر بـ: 40.000.00 دج انطلاقا من كشوفات الراتب الشهرية.

- السكن يقع في قالمة، حي قهدور الطاهر، رقم باب 08 الطابق الأول 01، بمساحة 70 م<sup>3</sup>، تحتوي على غرفتين و غرفة استقبال و مطبخ و رواق و حمام، هذا السكن يباع من طرف ..... بمبلغ 4.800.000.00 دج مرفق بشهادة وعد بالبيع موثقة من طرف الموثق المعتمد:..... مبلغ السكن المقيم من طرف الخبير المالي المعتمد من طرف الوكالة بـ: 4.800.000.00 دج .

**هدف القرض :-** القرض الممنوح سيوجه إلى تمويل شراء سكن عقاري من شخص آخر عن طريق شهادة وعد بالبيع موثقة.

#### 2-1- دراسة القرض:

- السيد:.....يتمنى شراء منزل F3 ، يقع في العنوان المشار إليه، يطلب من وكالتنا قرض عقاري.



## الفصل الثالث: الجانب التطبيقي ( دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري

بقالمة)

الوعد بالبيع كان موقع من طرف الموثق، الذي بدوره يقوم بالإشراف على عملية تحويل القرض، نأخذ بعين الاعتبار مبلغ المساهمة الشخصية تكون مدفوعة إلى البائع و هذا لتحديد مبلغ القرض المقدم إلى المشتري

### 3-1- تقديم القرض:

مبلغ القرض يكون محدد من طرف البرنامج و المقدم في الدراسة الأولية هو 4.200.000.00 دج مع تحمل تكلفة التأمين المقدر بـ: 200.000.00 دج هذا المبلغ مقدر على أساس المعطيات التالية:

- مبلغ السكن = 4.800.000.00 دج
- مساهمة شخصية = 800.000.00 دج
- القرض المراد = 4.200.000.00 دج

من طرفنا نقتراح قرض طويل الأجل بـ: 4.200.000.00 دج و يسدد على 19 سنة بأقساط تقدر بـ: 31.516.73

هذا القرض مضمون بـ: 1- رهن العقار - 2 - تأمين القرض  
2- قرض لبناء مسكن:

تقدم شخص إلى وكالة CPA من اجل طلب قرض لتمويل شراء سكن على المخطط التالي:

### الجدول رقم 04: دراسة تقريبية لحالة بناء سكن

البنك	القرض الشعبي الجزائري CPA
- رقم الوكالة	445 بقالمة
- رقم الملف	2010/109
- اللقب	M
- الاسم	N
- تاريخ الازدياد	1981/03/01
- الجنس	ذكر
- الحالة المدنية	متزوج
- عدد الأطفال	0
- الجنسية	جزائرية
- العنوان	بلدية احمد بومهرة
- المهنة	موظف
- مقر العمل	سونلغاز بقالمة
- الحالة المهنية	دائم
- دخل المقترض	55.036.00 دج
- دخل الشريك	22.44600
- اسم و لقب الشريك	S. L
- مستفيد من حساب في CPA	لا

لبناء سكن	- نوع القروض
قالمة	- ولاية
6.228.000.00 دج	- مبلغ السكن
1.228.000.00 دج	- مبلغ المساهمة الشخصية
19.7174 %	- نسبة المساهمة الشخصية
175.000.00 دج	- مبلغ التأمين
0 دج	- مساهمة CNL
-	- نسبة SRH ( إعادة التمويل الرهنوي)
25.000.00 دج	- أتعاب التسيير ( 0.50 % )
5.000.000.00 دج	- المبلغ المراد تمويل من قبل البنك
6.5 %	- نسبة الفائدة
30 سنة	- مدة القرض
40 %	- نسبة القسط المقدم شهريا
30.785.86 دج	- القسط الشهري
5.000.000.00 دج	- القرض المقدم من طرف البنك
طلب مقبول	نتيجة

المصدر: وثائق داخلية لبنك القرض الشعبي الجزائري، مصدر سابق

## الدراسة

### 1-2- المعلومات العامة:

- السيد:.....تقدم إلى مكاتبنا للاستفادة من قرض عقاري لبناء مسكن.
- هذا السيد يعمل كموظف في شركة سونلغاز بقالة و يتحصل على دخل يقدر بـ: 55.445.50 دج انطلاقا من كشوفات الراتب الشهري له
- زوجته ستكون الشريك في القرض السيدة:..... تحتل منصب طبيبة في مستشفى بقالة وتتحصل على دخل 22.446.00 دج
- التصريح بالبناء مقدم من طرف مقر بلدية قالمة في 2010/06/29 لبناء سكن.
- هدف القرض: القرض المقدم يوجه لتمويل بناء منزل.

### 2-2- دراسة القرض:

- السيد:.....يتمنى إنهاء بناء مسكنه لذلك تطلب من وكالتنا قرض عقاري.
- الأعمال المحققة تم تقييمها من طرف خبير معتمد السيد ..... بـ: 750.000.00 دج تخص الأعمال الكبيرة في المنزل هذه الأخيرة تعتبر كمساهمة شخصية .
- الأعمال المتبقية للانجاز من اجلها السيد:.....يطلب قرض مقدر بـ: 54.780.000.00 دج

- منح القرض: مبلغ القرض الممنوح يكون محدد من طرف البرنامج قدر بـ: 5.000.000.00 دج  
هذا المبلغ تم حسابه على أساس المعطيات التالية:

- مبلغ البناء = 6.228.000.00 دج

- مساهمة شخصية = 1.228.000.00 دج

- الأعمال المنجزة = 750.000.00 دج

- المبلغ = 478.000.00 دج

- القرض الممنوح = 5.000.000.00 دج

من ناحيتنا نقتراح قرض طويل الأجل بـ: 5.000.000.00 دج و يسدد على 30 سنة بأقساط تقدر بـ:  
30.785.86 دج شهرياً.

- هذا القرض مضمون بـ: 1- رهن العقار - 2 - تأمين القرض - 3- كفالة الشريك

**3- قرض لترميم مسكن:**

تقدمت سيدة إلى وكالة القرض الشعبي الجزائري لطلب قرض للترميم، وقام البنك بالدراسة أولية في الشكل التالي:

**الجدول رقم 05: دراسة تقريبية لحالة ترميم مسكن**

البنك	القرض الشعبي الجزائري CPA
- رقم الوكالة	445 المدية
- رقم الملف	2010/04
- اللقب	M
- الاسم	N
- تاريخ الازدياد	1943-01-10
- الجنس	أنثى
- الحالة المدنية	-
- عدد الأطفال	-
- الجنسية	جزائرية
- العنوان	قالمة
- المهنة	متقاعدة
- مقر العمل	المدية
- الحالة المهنية	دائمة
- دخل المقترض	20.639.00 دج
- دخل الشريك	-
- اسم و لقب الشريك	-
- مستفيد من حساب في CPA	لا

- نوع القروض	لترميم مسكن
- ولاية	قالمة
- مبلغ السكن	2.900.000.00 دج
- مبلغ المساهمة الشخصية	200.000.00 دج
- نسبة المساهمة الشخصية	50.00 %
- مبلغ التأمين	8.600.00 دج
- مساهمة CNL	0 دج
- نسبة SRH ( إعادة التمويل الرهنوي)	5 %
- أتعاب التسيير ( 0.50 % )	1.000.00 دج
- المبلغ المراد تمويل من قبل البنك	200.000.00 دج
- نسبة الفائدة	6.25 %
- مدة القرض	04 سنوات
- نسبة القسط المقدم شهريا	30 %
- القسط الشهري	4.719.96 دج
- القرض المقدم من طرف البنك	200.000.00 دج
نتيجة	طلب مقبول

المصدر: وثائق داخلية لبنك القرض الشعبي الجزائري، مصدر سابق

### الدراسة

#### 3-1- المعلومات العامة:

- السيدة:.....تقدمت إلى مكاتبنا من اجل طلب تمويل لتهيئة منزل .
- هذه السيدة متقاعدة تتقاضى منحة تقدر بـ: 20.630.28 دج على أساس شهادة عائد الدخل
- هدف القرض: القرض ممنوح لترميم منزل

#### 3-2- دراسة القرض:

- السيدة:.....تتمنى ترميم منزلها لذلك تطلب من وكالتنا قرض عقاري.
- الأعمال المنجزة معينة من طرف خبير معتمد السيد ..... قدرت بـ: 200.000.00 دج تخص الأعمال الكبيرة في المنزل تعتبر كمساهمة شخصية للأعمال المتبقية لتهيئة من اجلها تطلب
- السيدة:..... قرض مقدر بـ: 200.000.00 دج
- منح القرض: مبلغ القرض الممنوح يكون محدد من طرف البرنامج قدر بـ: 200.000.00 دج هذا المبلغ تم حسابه على أساس المعطيات التالية:
- مبلغ التهيئة = 400.000.00 دج
- مساهمة شخصية = 200.000.00 دج

- الأعمال المنجزة = 200.000.00 دج

- القرض المراد = 200.000.00 دج

من جهتنا نقترح قرض طويل الأجل بـ: 200.000.00 دج و يسدد خلال 04 سنوات بأقساط شهرية تقدر بـ: 4.719.99 دج شهرياً

- هذا القرض مضمون بـ: 1- رهن العقار 2 - تامين القرض

**ملاحظة:** تقدم هذه الدراسة إلى المدير العام مع مجموعة من الوثائق التي تشكل الملف الكلي للقرض، و بعد دراسة الملف من طرف المدير و إمضائه عليه يتم منح القرض إلى العميل إما في دفعة أو في دفعتين.

### المطلب الثالث : تفسير النتائج وفق لفرضية البحث :

- \* نظرا لغياب المنافسة في القروض العقارية المصرفية تم تسجيل غياب عامل السعر المناسب كعنصر جذب للعملاء، ولهذا يرى الزبائن بأن الأسعار المطبقة تتجه نحو الإرتفاع.
- \* عدم الأخذ بعين الإعتبار تكلفة خدمة القرض ومميزات كل وكالات العقار على حدى نظرا لإحتكاها من طرف الحكومة و غياب القطاع المصرفي الخاص .
- \* غياب كلي لما يسمى بالتمييز السعري بحسب نوعية الزبائن .

\* فيما يخص الترويج سجلنا وجود ميزانية خاصة محددة للوكالة بإعتبارها فرع من الفروع، غير أن الميزانية المخصصة لذلك تبقى ضعيفة وغير كافية من ناحية، ومن ناحية أخرى، فهي تعتبر ميزانية مركزة فقط على مستوى المديرية العامة .

\* كما سجلنا غياب أي برنامج ترويجي مميز لووكالة معينة أو منطقة جغرافية دون أخرى. على اعتبار أن البرنامج الترويجي من إختصاص المديرية العامة، سجلنا بعد الفروع والوكالات التابعة عن أي مساهمة وانعدام أي ميزانية خاصة بهذا المجال.

\* أما فيما يخص توزيع الخدمات والمنتجات البنكية، تم تسجيل غياب الدراسات العلمية في إقامة الوكالة وفروعها الجديدة . من ذلك تحديد المكان بدقة وكذا حجم الوكالة والمنتجات والخدمات العقارية المقترحة.

عموما وحسب هذه النتائج فإن وكالة القرض الشعبي الجزائري بقائمة لا تعتمد على إستراتيجية تسويق بحتة في تقديمها لمختلف الخدمات المصرفية العقارية بسبب قلة المنافسة وإحتكارها من طرف الدولة .

### المطلب الرابع : صعوبات تسويق القروض العقارية :

من خلال دراستنا في بنك القرض الشعبي الجزائري وبالاحتكاك بمختلف موظفي قرض العقار تبين لنا أن الوكالة تعاني من جملة صعوبات مست الجانب الكبير وهو التسويق المصرفي للقروض العقارية الممنوحة فكان علينا إظهار بعض هذه الصعوبات منها :

- قلة نظم المعلومات التسويقية للقروض العقارية سواء الداخلية او الخارجية ؛
- تذبذب في أسعار الفائدة المقدمة والتي من شأنها أن تقلص من طلبات وإقبال الزبائن على القروض العقارية ؛
- صعوبة ترويج الخدمات العقارية خاصة في الأماكن والمدن النائية والإعتماد على وسائل إتصال تقليدية ؛
- وجود عراقيل إدارية وقوانين حكومية تعرقل من عمل الخدمات العقارية ؛
- عدم الإستجابة السريعة للتغيرات في الظروف التسويقية ؛
- قلة الأسواق المصرفية العقارية وبالتالي قلة أو عدم إكتشاف خدمات عقارية جديدة المرغوبة من طرف الزبائن .
- مركزية القرارات المتخذة في ذلك وعدم قابليتها للمناقشة والإثراء من قبل الوكالات بعد صدورها، أين تصبح إلزامية التطبيق.

- نقص واضح ومسجل في حسن استعمال تقنيات المزيج التسويقي من حيث نقص كفاءة العاملين على تقديم الخدمة وافتقارهم إلى التكوين المتخصص الذي يسمح لهم بالقيام بمهامهم على أحسن وجه؛

- إندعام روح الإبداع لدى البنكيين لتقديم منتوجات بنكية جديدة ؛
- نقص الإستغلال الأمثل للأجهزة الآلية داخل النظام البنكي وغياب شبكات الربط عند معالجة العمليات البنكية، من ذلك مثلا أن صاحب حساب بوكالة ما، ليس باستطاعته أن يقوم بعملياته البنكية بوكالة أخرى تابعة لنفس البنك .

### خلاصة الفصل الثالث:

تعتبر القروض العقارية باب من أبواب الحصول على الفوائد بالنسبة للبنك، وأيضا تشجيعا للأشخاص الراغبين في الحصول على القروض وحل مشاكلهم، فالبنوك تتحمل مسؤولية كبرى في اتخاذ

قرار منح القروض ولا بد بأن يقوم بدراسة الملف دراسة تحليلية كي يحمي البنك نفسه من المخاطر، حيث تلجأ البنوك إلى طلب ضمانات كافية وهذا لتغطية المخاطر إلى أقصى حد ممكن.

ومن خلال دراستنا لاحظنا أن البنك لا يقوم برفض الملفات المعروضة إلا في حالات نادرة، حيث يكون هناك شك حول المعلومات المقدمة في الملف والمعلومات المصرح بها شخصياً.

لقد كان اهتمامنا على كيفية تسيير القروض العقارية ثم معرفة ما جاء به القانون الجديد 2010 والمتعلق بمعدل فائدة على القروض العقارية.

## الخاتمة العامة

شهد النشاط المصرفي بالجزائر تطورا ملموسا من حيث الحجم خلال السنوات الأخيرة وتوضح النظرة إلى نشاط البنوك التجارية بصفة عامة والقروض الشعبي الجزائري بصفة خاصة كقطاع هام من النشاط المصرفي الكلي وأحسن دليل عن ذلك هو التزايد المستمر في عدد البنوك وفروعها، حيث أصبحت الخدمات المصرفية متاحة لأكبر قدر من الجمهور.

إن الدراسة التي قمنا بها بشقيها النظري والتطبيقي حول إشكالية إدراج مفهوم التسويق القروض العقارية على مستوى البنوك التجارية، والتي تمحورت أساسا حول حالة القروض الشعبي الجزائري كعينة الدراسة. وبعد النتائج المتوصل إليها، لمسنا وبوضوح نسبي النقائص والعوائق التي تحول دون قيام هذا القطاع الحيوي بدوره الريادي في الإقتصاد الوطني.

يلعب القطاع المصرفي دورا هاما في تمويل التطور الإقتصادي للمجتمع ويرتبط نجاحه في أداء وظيفته الأساسية بقدرته على التكيف مع الأوضاع الجديدة وتطوير إمكانياته وموارده ومستوى أداء خدماته، حيث أصبح البنك كمؤسسة إقتصادية خدمية لا يتاجر فقط في النقود، بل يتاجر كذلك في الخدمات والمنتجات المقدمة وأصبح يلعب دورا مهما في الإعلام بتقديم الإرشادات والدراسات المتخصصة للعملاء وتكوين مدراء وإطارات المؤسسات الإقتصادية الأخرى.

## النتائج العامة:

- زيادة الإقبال على القروض العقارية في بنك القروض الشعبي الجزائري نظرا لتفاقم حدة أزمة السكن، وكذلك التسهيلات التي تقدمها الوكالة في دراسة القروض، وميزة التعامل مع الأشخاص.
- تخصص وكالة بنك القروض الشعبي الجزائري خبير عقاري لتقسيم العقار المنجز وغير المنجز، كما يقوم الموظف المكلف بالقروض بمختلف الإجراءات القانونية مع الموثق المتعامل مع الوكالة قبل منح القرض، كل هذا يقلل من الأعمال والمشاققة في دراسة القرض من طرف المدير.
- تعمل وكالة بنك القروض الشعبي الوطني في ضمان القروض العقاري مع المؤسسات ومن أهمها شركة ضمان القروض العقاري.

## التوصيات والحلول المقترحة :

\* ضرورة الإهتمام بالتخطيط التسويقي للخدمات المصرفية . ويفترض أن يضم الهيكل التنظيمي للبنك إدارة التسويق تختص بتخطيط الخدمات المصرفية إلى جانب الأنشطة التسويقية الأخرى مثل رسم سياسات الفروع والترويج والتسعير...



\*إعادة النظر في بعض القوانين والتعليمات الحكومية المطبقة حاليا، والتي تحد من نشاط البنوك وتقف في الكثير من الأحيان كحجر عثرة أمام أي مبادرة ؛

\*منح إستقلالية تامة لهذه البنوك، التي مازالت رغم أحكام القانون 10/90 المؤرخ في 14 أبريل 1990 وكذا قانون سنة 1988 المتعلق بالإستقلالية المالية للمؤسسات الإقتصادية العمومية، إلا أن هاته الأخيرة بما فيها البنوك تئن تحت وطأة القيود الحكومية بصفة عامة، والوصاية بصفة خاصة؛

\*النقص الواضح والمسجل في حسن إستغلال تقنيات المزيج التسويقي على مستوى البنوك التجارية الجزائرية، وذلك من حيث الخدمة) المنتج (في حد ذاتها، وغياب عامل السعر كعنصر جذب للعملاء وكذا الترويج الذي يبقى بعيد كل البعد على المعايير الدولية ؛

# قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- محمد السيد سرايا: البنوك التجارية، دار المطبوعات الجامعية، كلية التجارة ، جامعة الاسكندرية 2008
- عبد الحليم كراجه: محاسبة البنوك، دار صفا للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، عمان ، 2000.
- زياد سليم: إدارة البنوك، دار صفاء للنشر، عمان. 1997
- محمد عبد الفتاح الصيرفي: إدارة البنوك، دار المناهج، عمان. 2000.
- فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمن الدوري: إدارة البنوك، دار وائل للنشر، عمان ، 2006
- الطاهر لطرش: تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 2003.
- رضوان وليد العمار: النقود والمصارف، ( القاهرة: جامعة شريعة، كلية الاقتصاد، 1995).
- مصطفى رشدي شيحة: الاندماج المصرفي، الإسكندرية: الدار الجامعية، 1982
- إبراهيم منير هندي: إدارة البنوك التجارية ، المكتب العربي الحديث، مصر ، 1996
- شاكركنزويني: محاضرات في اقتصاد البنوك، الطبعة الثانية سنة 1992
- عبد السلام أبو قحف و آخرون : إدارة البنوك التجارية ، المكتب العربي الحديث ، مصر 1986.
- سيد محمد عبد الرب و آخرون : إدارة المنشآت المالية ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2000.
- احمد محمد غنيم : إدارة البنوك ، المكتبة العصرية ، جامعة المنصورة ، الطبعة الأولى ، 1999
- سامر جلدة : البنوك التجارية والتسويق المصرفي ، دار أسامة للنشر الطبعة الأولى عمان 2009.
- معراج هواري و احمد أمجل : التسويق المصرفي مدخل استراتيجي ، دار المحمدية، الجزائر 2008.
- كريمة ربحي : تسويق الخدمات المصرفية ، مداخلة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية "الواقع والتحديات" ، جامعة الشلف ، 14 و 15 ديسمبر ، 2004.
- جميل سالم الزيدانين : أساسيات في الجهاز المالي ، دار وائل للنشر ، الاردن ، 1999 .
- شاكركنزويني : محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 2، الجزائر 1992
- حسين محمد سمحان ، إسماعيل يونس يامن : اقتصاديات النقود والمصارف ، دار صفاء للنشر والتوزيع الطبعة 01 عمان 2011.
- منير إبراهيم الهندي: إدارة البنوك التجارية، مدخل اتخاذ القرارات، المكتب العربي الحديث: الإسكندرية ( الطبعة الثالثة، 1996).
- عبد المعطي رضا، زينب محفوظ، أحمد جودة: إدارة الائتمان، ( دار وائل للنشر، 1999).

ج فريمان و ج هاريس: البادئ الأساسية للاستثمار العقاري وتأمين المخاطر وإعادة التمويل ، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية الطبعة الأولى 2007

عبد القادر بلطاس: الاقتصاد المالي والمصرفي والسياسات والتقنيات الحديثة في تمويل السكن ( الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية)

حسين محمد سمحان ، إسماعيل يونس يامن: اقتصاديات النقود والمصارف، دار صفاء للنشر والتوزيع' الطبعة الأولى 2011

د حداد عوض : إستراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث مصر، 2006.

#### ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

- 1- Amoure Boudinât, Thionique et pratique bancaire, 1980
- 2- cap
- 3- Jhone Mortier, les sécurités de crédit de Banque, Paris, 1983
- 4-M.Remmellete, les sûretés de crédit bancaires, 3em édition paris, 1983.
- 5- Mathieu , l'exploitation bancaire et le risque de crédit, la revue banque éditeur, paris, 1995.

#### ثالثا : المراجع باللغة الانجليزية

- 1- basesel andr, bigerk , the allocation of risk some implication and fixed, versus index mortgage, 1980.
- 2- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller (2006) Marketing Management, (12th ed.) New Jersey, Prentice Hall.
- 3- Kotler, Philip, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, (1995) Principles of Marketing, (2nd European Edition) Italy, Prentice Hall Europe .

#### رابعا: مجلات:

- 1- مجلة بنك العقار لبناء مسكن، المصارف الجزائرية، صندوق التوفير والاحتياط ، بقائمة يوم 07-2012-03
- 2- مجلة بنك العقار : الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ، قائمة ، 05-04-2012

#### خامسا: الوثائق الإدارية

- 1- وثائق داخلية لبنك القرض الشعبي الوطني، وكالة قائمة. 2012.

2- دليل بنك التجاري الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، لولاية قالمة في

2012\_03\_07

3- دليل صندوق الضمان والكفالة المتبادلة في الترقية العقارية، صندوق الوطني للتوفير والاحتياط

ولاية قالمة في 2012\_03\_11

4- مقابلة مع مسؤولين في بنك القرض الشعبي الجزائري، قالمة، 2010

سادسا: القوانين:

1- المادة 644 من القانون المدني الجزائري.

2- المادة 647 من القانون المدني الجزائري.

سابعا: مذكرات:

1- بوقموم محمد : دور البنوك التجارية في تمويل الاستثمار، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجيستر ، نفود

ومالية ، الأستاذ المشرف خير الدين معطى الله : جامعة قالمة، 2004.

ثامنا: المواقع الالكترونية:

[www.morocofonver.com](http://www.morocofonver.com) - القرض العقاري في الجزائر ( على الخط)

[www.mnv.gov.dz](http://www.mnv.gov.dz) - وزارة السكن والعمران ( على الخط )

# قائمة الجداول و الاشكال

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
18	وظائف التسويق المصرفي .	01
71	عدد الملفات المودعة المقبولة وغير المقبولة لدى وكالة CPA قالمة.	02
73	دراسة تقريبية لحالة شراء سكن.	03
75	دراسة تقريبية لحالة بناء سكن .	04
77	دراسة تقريبية لحالة ترميم مسكن.	05

## قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
11	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري.	01
41	الهيكل التنظيمي الخاص بإدارة القرض العقاري.	02
47	العلاقة بين بحوث التسويق ونظم المعلومات التسويقية .	03
49	عناصر المزيج التسويقي المصرفي العقاري ودرجات التفاعل فيما بينها.	04
59	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري	05
62	الهيكل التنظيمي لوكالة بنك القرض الشعبي الجزائري بقالمة.	06