



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف



UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID -EL-TARF-

كلية العلوم الإقتصادية، العلوم التجارية و علوم التسيير

Faculté Des Sciences Economiques, Commerciales Et Sciences De Gestion

السنة الجامعية : 2023/2022

الرقم التسلسلي :

قسم : العلوم الإقتصادية .

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر

تحت عنوان

دور البنوك التجارية في تمويل المؤسسات الصغيرة
و المتوسطة السياحية

تخصص : إقتصاد نقدي و بنكي

- تحت إشراف الأستاذ :

❖ أنور عيدة

من إعداد الطالب :

❖ رضا كنوني

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع الى أبي العزيز حفظه الله ورعاه ،

إلى من يعجز اللسان عن حمل معاني إسمها ، الى فيض الحب والعطاء غير المشروط ، الى من علمتني أن الأعمال الكبيرة لا تتم إلا بالصبر والعزيمة والإصدار ، إلى أمي أطال الله لقاءها وألبسها ثوب الصحة والعافية

الى من شاركوني لبن المحبة واقتسمت وإياهم أفراح حياتنا وأفراحها

إلى جميع إخوتي وأخواتي ، الى أهلي كل باسمه

وفي الأخير أتقدم بجزيل شكري وامتناني إلى جميع الزملاء والزميلات بقسم العلوم الاقتصادية والى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل ولو بكلمة أو دعاء في ظهر الغيب لهم مني أسمى عبارات الشكر والعرفان.

كنوني رضا



شكر و عرفان

بعد شكر الله تعالى وحده على نعمه وفضله ودوام الصحة والعافية
أتقدم بالشكر إلى كل من ساندني وقدم لي يد العون لإتمام هذا العمل بصفة
عامة

وإلى الأستاذ المشرف بصفة خاصة " عيدة أنور "

على كل التوجيهات والنصائح ودعمه لي

وإلى كل من ساندني ولو بكلمة طيبة إلى كل هؤلاء

كل الشكر والتقدير والاحترام

الصفحة	العنوان	الرقم
13	الهيكل التنظيمي للبنك التجاري	01
87	البيئة الإدارية للمستثمر السياحي بالجزائر	02

الصفحة	العنوان	الرقم
15	ميزانية البنك التجاري	01
36	توزيع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب التعريف القانوني	02

العنوان	الرقم
اتفاقية بين البنوك التجارية ومديرية السياحة والصناعة	01
المشاريع السياحية في صندوق ضمان القرض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة	02
المشاريع السياحية في الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار	03

الصفحة	العنوان
I	إهداء
II	شكر
III	قائمة الأشكال
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الملاحق
VI	الفهرس
	ملخص
أ-و	المقدمة
الفصل الأول : الإطار النظري للبنوك التجارية	
2	تمهيد الفصل
3	المبحث الأول : مفاهيم أساسية للبنوك التجارية
3	المطلب الأول : نشأة و مفهوم البنوك التجارية
5	المطلب الثاني : وظائف و أهداف البنوك التجارية
9	المطلب الثالث : خصائص البنوك التجارية و خصائصها .
11	المبحث الثاني : البنوك التجارية أنواعها و هيكلها التنظيمي
11	المطلب الأول : أنواع البنوك التجارية
12	المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للبنك و ميزانيته .
15	المطلب الثالث : موارد و إستخدامات البنوك التجارية
20	المبحث الثالث : النظريات المفسرة لنشاط البنوك التجارية و العوامل المؤثرة فيها
20	المطلب الأول : النظريات المفسرة لنشاط البنوك التجارية
23	المطلب الثاني : العوامل المؤثرة في نشاط البنوك التجارية
25	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني : مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	
27	تمهيد الفصل
28	المبحث الأول : الإطار النظري للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة
28	المطلب الأول : تطور و مفهوم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
37	المطلب الثاني : وظائف و تصنيفات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
39	المطلب الثالث : خصائص المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

42	المبحث الثاني : المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أهميتها ، أهدافها و آلياتها
42	المطلب الأول : أهمية و أهداف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
44	المطلب الثاني : آلية إنشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
47	المطلب الثالث : تجارب بعض الدول في مجال المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
50	المبحث الثالث : عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، مشاكلها و تحدياتها
50	المطلب الأول : عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
51	المطلب الثاني : المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
52	المطلب الثالث : التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
55	خلاصة الفصل الثاني
الفصل الثالث : البنوك التجارية و أهميتها في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة السياحية	
57	تمهيد الفصل
58	المبحث الأول : مدخل مفاهيمي حول تمويل المشاريع السياحية
58	المطلب الأول : مفهوم التمويل .
59	المطلب الثاني : مصادر تمويل المشاريع السياحية
62	المطلب الثالث : الدور التمويلي و الخدمي للبنك
65	المبحث الثاني : هياكل الدعم و عوامل و محددات السوق السياحية
65	المطلب الأول : هياكل الدعم المرافقة للمنشآت السياحية
68	المطلب الثاني : عوامل و محددات السوق السياحية (الطلب السياحي)
76	المطلب الثالث : عوامل و محددات السوق السياحية (العرض السياحي)
82	المبحث الثالث : البنوك التجارية كأداة تمويلية للمؤسسات السياحية
82	المطلب الأول : الإجراءات الإدارية لمنح القروض
84	المطلب الثاني : سياسة منح القروض في المشاريع السياحية
88	المطلب الثالث : مشاكل تمويل المشاريع السياحية
89	خلاصة الفصل الثالث
91	خاتمة
95	قائمة المراجع
	الملاحق

ان وظيفة التمويل البنكي أصبحت عاملا مؤثرا في نمو القطاع السياحي، حيث أصبحت هذه الوظيفة وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق المنتجات والخدمات السياحية في تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة، الا ان هذا الأخير مازال يعاني العديد من المشاكل أهمها مشكلة التمويل.

كل ذلك أدى الى إهمال الاستثمار في هذا القطاع وانخفاض حجم المشاريع السياحية هذا الوضع جعل الدولة تقوم بتسطير مجموعة من البرامج والتي ترجمت في شكل هيئات لتنفيذ سياستها السياحية من جهة، ودعم المستثمرين في هذا القطاع من جهة أخرى، لكن دور هذه الهيئات مرتبط خاصة بالدور الذي تلعبه البنوك العمومية من خلال تقديمها للقروض المصرفية والتي تسمح للمستثمرين بإقامة مشاريعهم السياحية.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- البنوك التجارية- التمويل- المؤسسات السياحية .

Abstract:

The function of bank finance has become an influential factor in the growth of the tourism sector, as this function has become an important means of increasing the competitiveness of marketing tourism products and services in achieving balanced regional development, but the latter still suffers from many problems, the most important of which is the problem of financing.

All this led to neglecting investment in this sector and a decrease in the size of tourism projects. This situation made the state lay down a set of programs, which were translated into bodies to implement its tourism policy on the one hand, and support investors in this sector on the other hand, but the role of these bodies is linked in particular to the role that Public banks play by providing bank loans that allow investors to set up their tourism projects.

Key words: Small and medium enterprises, commercial banks, finance, and tourism institutions.

مقدمة

عامية

إن المعطيات الاقتصادية الجديدة والنظام الدولي الراهن، ومحاولات ومبادرات التكامل وسياسات التحرير الاقتصادي و الإنفتاح التجاري في إطار الإنضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، ترتب عنه العديد من الآثار و الإنعكاسات التي تستدعي المفاضلة بين المنافع المتوقعة والتكاليف الممكنة الناتجة عنها، كل هذا أوجب التخلي عن فكرة الإقتصاد المركزي المخطط الذي يقوم على مبدأ الشركة العمومية الكبيرة والمركبات الصناعية الكبرى، التي سادت لسنوات طويلة والتي لم تعد تلقى ذلك القبول الذي طالما لاقته فيما مضى، وبذلك لم تعد المؤسسات الكبيرة هي حجر الزاوية الإقتصاد الذي عرف آنذاك ضعف في الأداء وارتفاع غير مبرر للدينار في ظل تجاهل تام لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعدم الفهم الكامل له، والتي لها أهمية ودور فعال في تحقيق أهداف تنموية، لذلك أولت لها اهتماما متزايد لتقديم الدعم والمساعدة للنهوض بهذا القطاع.

حيث أن المؤسسات الصغيرة تعتبر عنصر مهم في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية لما تتميز به من خصائص، كقابليتها لتكيف مرونتها التي تجعلها قادرة علي الجمع بين التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب شغل وجلب الثروة، كما أنها تشكل ميدان لتطوير المهارات الإدارية والفنية والإنتاجية والتسويقية وفتح مجالا واسعا أمام المبادرات الفردية والتوظيف الذاتي، حيث أصبحت تمثل البديل أمام الدول النامية لتحقيق معدلات النمو المرجوة وتجاوز المعوقات الاقتصادية، إلا أن نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وارتفاع عددها يضل مرتبط بمدى تجاوزه لمشكلة التمويل التي تظل المحدد الأساسي لقراراتها المتعلقة بالاستثمار وحتى قوتها المالية قدراتها التنافسية، بحيث تكون دوما في حاجة مستمرة إلي مختلف أشكال التمويل الخارجي أي الإقتراض.

فتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمثل دوما الانشغال الأهم سواء بالنسبة لأصحاب هذه المؤسسات أو للسلطات العمومية في الاقتصاديات المعاصرة، لذلك هذه المشكلة تمثل عائق أمام تطورها ونموها وحتى في ضمان بقائها، فالقدرات التمويلية الصغيرة والمتوسطة عادة ما تعاني من قصور علي مستوى الموارد الخاصة، التي تعتبر من أهم مصادر التمويل والتي يخصص الجزء الأكبر منها لمواجهة تكاليف الإنشاءات، والتي أصبحت ذات تكلفة عالية، لذلك تلجأ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى مصادر خارجية لتغطية إحتياجاتها، و بما أنها غير مؤهلة لدخول البورصة فإنها تلجأ إلى البنوك للحصول على ما تحتاجه من أموال، ولكنه للحصول علي القروض المصرفية يتوجب عليها فضلا عن تقديم دراسة جدوى للمشروع توفر ضمانات كافية لتغطية القرض.

ومن أهم القطاعات التي تنشط فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قطاع السياحة والتنمية السياحية، حيث زاد الاهتمام به في الفترة الأخيرة، وذلك من خلال تأثر الاستثمار في القطاع السياحي بحجم الخدمات المقدمة بالبنية التحتية المتوفرة وبالبنية الاستثمارية الملائمة والمشجعة، إلا أن هذا كله نجده غير متوفر رغم القوانين والأنظمة التي تم وضعها لخدمة السياحة، كما أنها ليست كافية ولم تلغي المشاكل التي يتخبط فيها القطاع، وخصوصا تلك المتعلقة

بالجانب المالي، من خلال القطاع المصرفي وعلى رأسها البنوك التجارية التي تبقى الملاذ الأخير لتمويل في ظل انتقاء قنوات التمويل الأخرى، ورغم تدخل الدولة من خلال الأجهزة و وكالات الدعم التي انشأتها ولكن دورها يبقى مرهونا بالدور الذي تلعبه البنوك التجارية.

وفي ضوء ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

❖ ما هو الدور الذي تلعبه البنوك التجارية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية؟

حتى نستطيع الإجابة على الإشكالية الرئيسة سنقوم بتجزئتها إلى عدة أسئلة فرعية كما يلي:

الأسئلة الفرعية:

- ما المقصود بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفي ما يتمثل دورها في تحقيق النهوض الاقتصادي؟
- هل يعتبر قطاع السياحة بالجزائر ضمن أولويات البرامج التنموية للدولة وهل يعاني من التهميش من طرف السلطات؟
- هل توفر البنوك التجارية كل التسهيلات المالية من أجل الاستثمار في القطاع السياحي، فحين يقابلها غياب ثقافة لدى المستثمرين وعدم وجود الرغبة في التوسع وإنشاء استثمار سياحي؟
- ما هو الحل الأمثل لتسهيل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية من طرف البنوك التجارية؟

فرضيات الدراسة:

في ضوء الأسئلة الفرعية صيغة فرضيات الدراسة على النحو التالي:

- تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أداة فعالة في معالجة مشكلة البطالة، نظرا لما لديها من أهمية استثمارية وتنموية ناتجة عن تكلفة إنشائها المنخفضة وانتشارها الجغرافي الواسع وقدرتها على تشغيل نسبة كبيرة من اليد العاملة العاطلة، الأمر الذي يهيئها لإحداث تنمية إقليمية ناجحة تساعد على تحقيق الاستقرار السياسي والاجتماعي، وتساهم في رفع معدلات النمو الاقتصادي، زيادة الناتج القومي وتحقيق ترابط رأسي وأفقي بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
- يعتبر قطاع السياحة بالجزائر ضمن أولويات البرامج التنموية للدولة ولا يعاني من التهميش من طرف السلطات.
- عملت البنوك التجارية على توفير تسهيلات مالية من أجل الاستثمار في القطاع السياحي، إلا أن ثقافة المستثمر ليست كافية للعمل في هذا القطاع خاصة طبيعة العمل البنوك، إذ يعتقد المستثمر أن البنك يقف حاجزا أمام استثماره.

- يعتبر التمويل المدعم الحل الأمثل لتسهيل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية من طرف البنوك التجارية.

مبررات اختيار الموضوع:

- ارتباط الموضوع بمجال الدراسة، بحكم التخصص العلمي؛

- أهمية الموضوع والرغبة في دراسة المواضيع التي تخص المجال الاقتصاد النقدي والبنكي؛
- أهمية البنوك التجارية كمصدر أساسي يعتمد عليه في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصفة عامة والسياحية بصفة خاصة؛
- القيمة العلمية للموضوع وتعلقه بالواقع ومواكبته هذا العصر، بحكم اعتبار قطاع السياحة بالجزائر ضمن أولويات البرامج التنموية للدولة.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من خلال:

- تناولها لأحد الموضوعات الهامة والمعاصرة لواقع المنظمات في الوقت الراهن وهي دور البنوك التجارية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية
- ضبط أبرز المفاهيم الأساسية المتعلقة بموضوع البنوك التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
- محاولة إثراء المكتبة الجزائرية بالمواضيع المتعلقة بالبنوك التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية
- النتائج التي ستتكشف عليها هذه الدراسة والتوصيات التي ستقترح في ضوء النتائج المتوصل لها.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الوصول إلى مجموعة من الأهداف نوجز أهمها فيما يلي:

- الإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة المرافقة لها؛
- تسليط الضوء على الأدبيات النظرية البنوك التجارية ودراسة المفاهيم الأساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع التركيز على الدور الذي تلعبه البنوك التجارية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية.
- تنشيط وتمويل الاستثمارات السياحية من خلال الدور الذي يلعبه القطاع البنكي.
- توجيه الاهتمام نحو إبراز التمويل البنكي للسياحة كقطاع له وزنه الاقتصادي والاجتماعي والبيئي.
- الخروج بنتائج واقتراحات تساهم في أهمية البنوك التجارية كآلية لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية.

منهج الدراسة:

بغية الوصول لأفضل الأساليب والطرق للإجابة على إشكالية الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال الرجوع إلى مصدرين من مصادر البيانات.

الدراسات السابقة:

من خلال القيام بهذا البحث اعتمدنا على:

1- دراسة محمد الهادي ضيف الله، "هشام لبزة"، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتطلبات، الإنشاء المعوقات، الحلول، مجلة التنمية الاقتصادية، جامعة الوادي، العدد 02، 2016، وتناولت موضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، وأهم متطلبات الإنشاء وأهم المشاكل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، وخلصت الدراسة إلى أهم النتائج من بينها:

- إحداث جهة عامة ينام بها مسؤولية دعم تنمية هذه المشاريع ومن ثم الإشراف على أنشطتها بما يخدم إتاحة الفرص المناسبة لتكوين أكبر عدد منها، وإيجاد الحلول المناسبة لمشكلاتها.

- صياغة نظام تمويل لمساعدة المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتطوير أنظمة الإقراض لديه، بما يتناسب مع معتقداتنا وديننا الحنيف وفي الوقت ذاته العمل على إيجاد الكادر القادر على إجراء الدراسات الدقيقة للجدوى والتحليل المالي لميزانية هذه المشاريع

- استبدال جميع التشريعات النافذة ذات الصفة البيروقراطية التي تعرقل إجراءات الترخيص لإنشاء هذه المشاريع لتشريعات أخرى متطورة، تساعد في تشجيع المواطنين على الاستثمار في هذه المشاريع مهما كان حجم مدخراتهم، على ان يشارك ممثلو غرف التجارة والصناعة في صياغة هذه التشريعات

2- دراسة أمال يوب، إكرام بودبزة "معوقات تمويل البنوك للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، مجلة أرساد للدراسات الاقتصادية والإدارية، جامعة 20 أوت سكيكدة، مجلد 03، افريل 2021، حيث كانت إشكالية حول ماهو مدى إدراك العاملين بالبنوك العمومية الجزائرية بولاية سكيكدة للمعوقات التي تأثر على تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟، وتناولت ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وكذا إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخلصت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- يدرك العاملون بالبنوك محل الدراسة معوقات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتعلقة بسياسات البنك في منح القرض.

- يدرك العاملون بالبنوك محل الدراسة معوقات التمويل المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتعلقة.

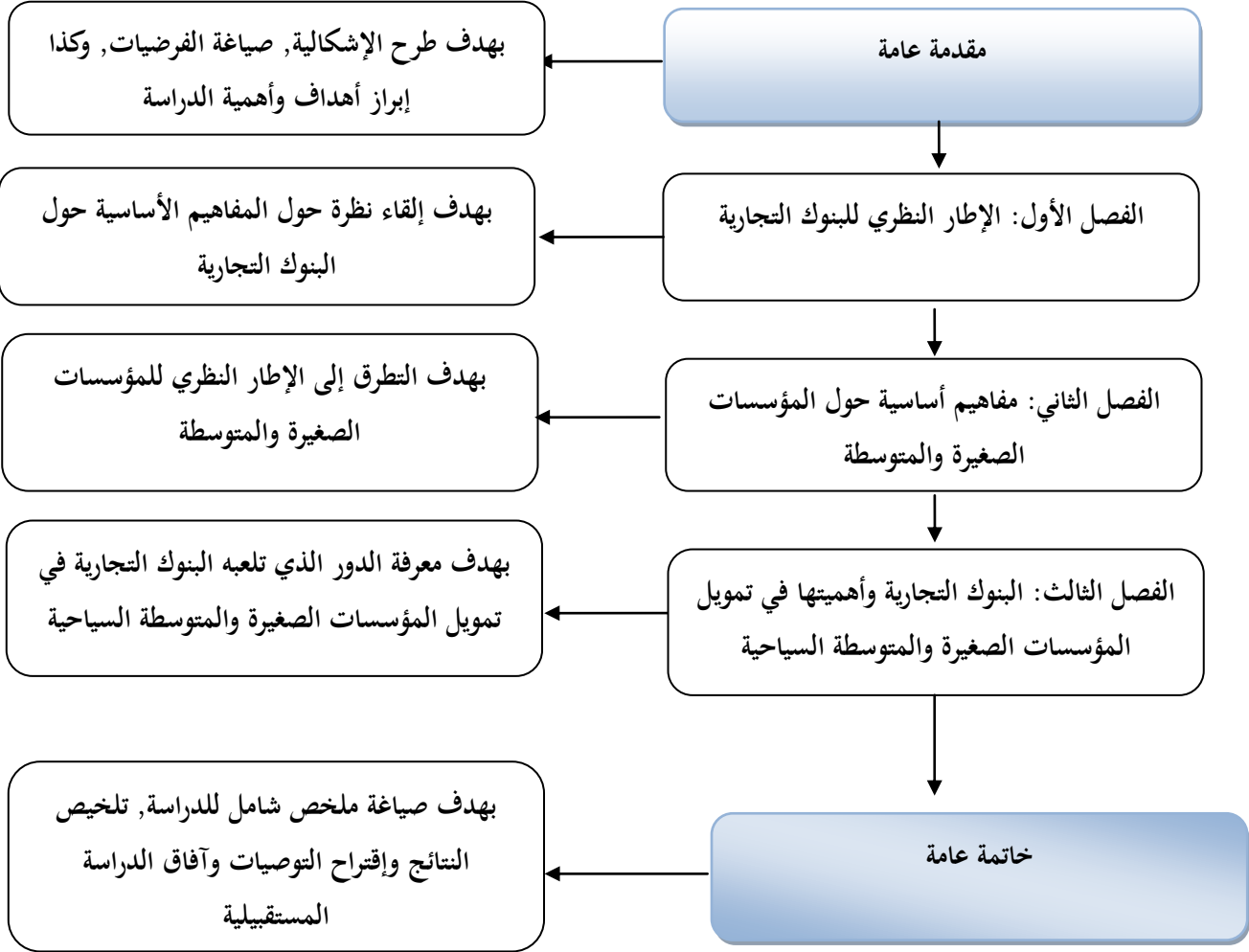
صعوبات الدراسة:

- صعوبة الإمام بجميع الجوانب النظرية في بداية النجاز المذكورة.

- تضارب كبير في بعض الإحصائيات على مستوى الديوان الوطني للإحصائيات ووزارة السياحة من جهة أخرى.



للإجابة على التساؤلات المطروحة ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول



الفصل الأول

الإطار النظري للبنوك التجارية

تمهيد للفصل:

تعتبر البنوك على اختلاف أشكالها وأنواعها الدعامة الأساسية لأي جهاز مصرفي وطريقة حول الخوض في مجال النظم المصرفي الذي يشمل كل المؤسسات المصرفية وما تحمله من شتى الأنظمة والقوانين السارية المفعول والبنوك التجارية على وجه الخصوص هي ركيزة جد مهمة لسير النشاط الاقتصادي لدولة ما مهما كانت الاعتبارات التي تحملها في جعبتها.

حيث تعتبر إحدى أدوات تطوير وازدهار النظم الاقتصادي في العصر الحديث كما تمثل البنوك التجارية أو بنوك الودائع المكان الذي يؤتمن على أموال الأفراد ودائعهم.

لدراسة أعمق وأشمل لما تم ذكره ارتأينا تقسيم الفصل الأول إلى ثلاث مباحث رئيسية، حيث عالجنا في المبحث الأول مفاهيم أساسية حول البنوك التجارية، وفي المبحث الثاني البنوك التجارية، أنواعها وهيكلها التنظيمي، أما المبحث الثالث فقد عالجنا فيه النظريات المفسرة لنشاط البنوك التجارية والعوامل المؤثرة عليها.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول البنوك التجارية

المطلب الأول: نشأة و مفهوم البنوك التجارية

الفرع الأول: نشأة البنوك التجارية

إن حاجة الإنسان إلى إيجاد جهات أمنية لحفظ ممتلكاته وثرواته دفعته إلى التفكير في إقامة مؤسسات خاصة لهذه الغاية، حيث يرتبط ظهور البنوك التجارية تاريخياً بتطور نشاط الصيرافة والصاغة في القرون الوسطى بأوروبا وإيطاليا تحديداً فهم أول من طرق هذا الباب فلقد كان التجار ورجال الأعمال يودعون أعمالهم لدى هؤلاء الصيرافة بقصد حفظها مقابل إيصالات يحررها الصيرافة حفظ حقوق أصحاب الودائع أن عنصري هذا التعامل يرتكزان على ثقة المودعين باستعادة ودائعهم متى شاءوا ومن جهة ورجحية الصيرافة من جهة أخرى، و هذان المحوران أساس عملية الائتمان، وهكذا نشأت الوظيفة الكلاسيكية الأولى للمصارف وهي إيداع الأموال¹.

ثم أصبحت شهادات الإيداع تنتقل بين أيدي الناس و تنتقل ملكية الأموال المودعة إلى حامل شهادة الإيداع وبهذا أنشأت الوظيفة الكلاسيكية الثانية و هي عملية استخدام الشيكات للسحب على الودائع².

وكان المودع إذا أراد أن ذهبه يعطي الصائغ الإيصال ويأخذ الذهب ومع مرور الوقت أصبح الناس يقبلون الإيصال فيما بينهم كوسيلة للتبادل ويبقى الذهب في الخزائن لدى الصائغ وقد تنبه الصائغ إلى هذه الحقيقة فصار يقرض مما لديه من الذهب مقابل فائدة وهكذا أنشأت الوظيفة الكلاسيكية الثالثة للمصارف وهي الإقراض، وأهم ما يميز البنوك التجارية في الوقت الحاضر هو أن البنوك الحالية تقدم قروض تفوق قيمتها بكثير قيمة الأموال المودعة لديهم ويطلق على هذه العملية خلق الودائع، وقيام الصاغة بهذه الأعمال لم يأت طفرة بل كان نتيجة لتطور استغرقت زمن طويل وأكبه ازدياد كبير في ثقة جمهور المتعاملين مع الصائغ حول مؤسسته إلى النواة الأولى للمصرف التجاري ولعل أول مصرف قام كان بالبندقية عام 1157م ثم توالى إلى ظهور المصارف بعد ذلك بنك أمستردام عام 1609 م وبنك إنجلترا عام 1694م وبنك فرنسا عام 1800م.

الفرع الثاني: مفهوم البنوك التجارية

البنوك التجارية من تلك البنوك التي رخص لها بتعاطي الأعمال المصرفية والتي تشمل تقديم الخدمات المصرفية لا سيما قبول الودائع بأنواعها المختلفة تحت الطلب وتوفير ولأجل وخاضعة لإشهار واستعمالها مع المواد الأخرى للبنك في الاستثمار كلياً أو جزئياً بالإقراض أو بأية طريقة أخرى يسمح لها القانون (المادة الثانية من قانون البنوك)

¹ ضياء مجيد ، اقتصاديات النقود و البنوك ، الدار الجامعية مؤسسة شباب الجامعة ص ص : 273-274 .

² طاهر فاضل البياتي ، المصارف و النظرية النقدية ، جامعة العلوم التطبيقية الاكاديمية العربية للعلوم المالية و المصرفية ، ص 142 .

إن البنوك التجارية ويطلق عليها أحيانا بنوك الودائع BANKS DEPOSIT هي تلك التي تتعامل بالائتمان (المباشر و غير المباشر) وأهم ما يميزها قبولها للودائع تحت الطلب DEMAND DEPOSITS والحسابات الجارية CURRENT AUOUNTS وينتج عن ذلك ما يسمى بخلق النقود CREATIONS MONEY¹.

إن مجرد قبول الودائع أمر تشترك فيه أنواع مختلفة من المصارف فالمصرف المركزي يقبل الودائع من المصارف التجارية ، كما تقبل بعض المصارف (المختلفة) المتخصصة الودائع من المواطنين ولكن أهم ما يميز المصارف التجارية هو قبولها للحسابات الجارية مما يجعلها على استعداد لدفع هذه الوقائع إلى أصحابها وقتما شاء ودون ممانعة أو إلحاح بينما لا تتعامل المصارف الأخرى بمثل هذه النوع من الودائع وإنما بودائع لأجل TIME DEPOSITS أو الخاضعة لإشهار SUBJECT TO NOTICE بحيث يشترط فترة على إشعار البنك بالسحب وبما أن السحب من الحسابات الجارية يتم بشيكات يجرها المودع يمكن القول بأن أهم ما يميز البنوك التجارية عن غيرها قبول الديون التي عليها (للمودع) في تسوية الديون التي للآخرين (على المودع) .

إن عملية إعطاء تعريف شامل للبنوك التجارية ليست سهلة وذلك بإشراك بعض المنشآت المالية في أداة واحدة وأكثر من الخدمات التي تؤديها المصارف فهناك من يعتبر البنك التجاري هو تلك المؤسسة التي تقوم بمبادلة النقود الحاضرة بالودائع المصرفية ومبادلة النقود المصرفية بالودائع الحاضرة كما أن البنك التجاري يقوم بمبادلة الودائع بالكمبيالات والسندات الحكومية والتعهدات المضمونة من المؤسسات التجارية.

التعريف الأول: يمكن تعريف البنك التجاري بأنه المنشأة أو المؤسسة المالية التي تقبل الودائع من الأفراد والهيئات (الأشخاص المعنويين) تحت الطلب أو الأجل ثم تستخدم هذه الودائع في فتح الحسابات وتقديم القروض الائتمانية بقصد الربح².

التعريف الثاني: هي المؤسسات التي تقوم بقبول الودائع تدفع عند الطلب أو الآجال محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطته التنمية ودعم الاقتصاد القومي وتباشر عمليات التنمية والادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك تلك المساهمة في إنشاء المشروعات وما يستلزم من عمليات مصرفية تجارية ومالية وفق للأوضاع التي يقرها البنك المركزي³.

¹ خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية، الطرق المحاسبية الحديثة، دار وائل للنشر، ط 7، 2014، ص 35 .

² سليمان بوذياب، اقتصاديات النقود والبنوك المؤسسات الجامعية الدراسات لشر والتوزيع بيروت 1996 ص 18.

³ عبد الغفار حنفي، الأسواق والمؤسسات المالية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2000، ص 24.

التعريف الثالث: يعرف قانون النقد والقرض في مادته (114) البنوك التجارية على أنها أشخاص معنوية مهمتها الأساسية والعادية لإجراء العمليات الموضحة في المواد 110 إلى 113 من هذا القانون بحيث يتضمن هذه المواد ومن الأعمال التي كلفت بها البنوك فهي تنحصر فيما يلي :

- العمل على جمع الودائع والمدخرات من الجمهور القيام بمنح القروض؛
- توفير وسائل الدفع اللازمة ووضعها تحت تصرف الزبائن والسهر على إرادتها¹.

المطلب الثاني: وظائف وأهداف البنوك التجارية

الفرع الأول: وظائف البنوك التجارية

تؤدي البنوك التجارية مجموعة من الوظائف تسمى الخدمات المصرفية ، ويمكن تقسيم هذه الوظائف عموم إلى قسمين²:

1- الوظائف التقليدية للبنوك التجارية

وتتمثل في الوظائف التالية:

- ◀ فتح الحسابات الجارية وقبول الودائع على اختلاف أنواعها
- ◀ تشغيل موارد البنك مع مراعاة مبدأ التوفيق بين السيولة والربحية والضمان أو الأمن ومن أهم أشكال التشغيل والاستثمار ما يلي :
- منح القروض والسلف المختلفة وفتح الحسابات الجارية؛
- تحصيل الأوراق التجارية وخصمها؛
- التعامل بالأوراق المالية من أسهم والسندات بيعا وشراء لحفظتها أو لمصلحة عملائها؛
- تمويل التجارة الخارجية من خلال فتح الإعتمادات المستندية؛
- تقديم الكفالات وخطابات الضمان للعملاء؛
- التعامل بالعملات الأجنبية بيعا وشراء والشيكات السياحية والحوالات الداخلية منها والخارجية؛
- تحصيل الشيكات المحلية عن طريق غرفة المقاصة، وصرف الشيكات المسحوبة عليها؛
- المساهمة في إصدار أسهم وسندات شركات المساهمة؛
- تأجير الخزائن الآمنة لعملائها لحفظ الجواهرات والمستندات والأشياء الثمينة³.

¹ قانون النقد و القرض 90-10.

² سوري عدلي ناثير، مقدمة في الإقتصاد والنقدي و المصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق ، ط 1، 2005، ص 211.

³ خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية، دار وائل للنشر، الإسكندرية، ط 2، 2000، ص 36.

2- الوظائف الحديثة للبنوك التجارية

أما بالنسبة للوظائف الحديثة فهي تشمل ما يلي:

- ◀ تقديم خدمات استشارية للمتعاملين: من خلال إعداد الدراسات المالية المطلوبة للمتعاملين ومنه تحديد الحجم الأمثل للتمويل وكذا طريقة السداد ومدى اتفاقها مع سياسة المشروع في الشراء والإنتاج والبيع والتحصيل.
- ◀ وظيفة خدمات أمناء الاستثمار: وتشمل توليفة واسعة من الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه مثل:

- سداد الإلتزمات الدورية؛

- إقامة المعارض السلعية داخليا وخارجيا؛

- إقامة المزادات لبيع وشراء السلع؛

- ممارسة عمليات بيع وشراء العقارات؛

- أية أعمال أخرى للعملاء طالما كانت مشروعة.

- ◀ وظيفة التوزيع: في المجتمعات ذات التخطيط الاقتصادي المركزي يتم توزيع كافة الأموال اللازمة للإنتاج أو إعادة الإنتاج و المتولدة من مصادر خارجة عن المشروع نفسه عن طريق المصرف، ويتم ذلك عادة بالطرق الائتمانية ولا توجد أي مؤسسة أخرى غير المصارف تزاوّل هذا النشاط في ظل ذلك النظام والذي انتهى تقريبا بانتهاء الإتحاد السوفياتي¹.

- ◀ خدمات مصرفية أخرى: بالإضافة إلى العمليات والخدمات الرئيسية التي تقدمها البنوك التجارية فهناك خدمات ملحقة مختلفة منها :

- خدمات البطاقة الائتمانية CRIDIT CARD؛

- شراء و بيع الشيكات الأجنبية؛

- البنك الآلي AUTO BANK إلخ².

يضاف إلى هاتين المجموعتين من الوظائف الرئيسية للمصارف التجارية في المجتمعات التي تأخذ بمبدأ التخطيط

المركزي للاقتصاد (الاقتصاد الموجه) وظائف أخرى أهمها :

- ◀ وظيفة الإشراف و الرقابة SUPERVISION AND CONTROL : تتولى المصارف في المجتمعات ذات التخطيط المركزي عملية توجيه الأموال المتداولة إلى استخداماتها المناسبة مع متابعة هذه الأموال للتأكد من أنها

¹ طاهر محسن الغالي، وائل محمد إدريس، الإدارة الإستراتيجية، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص 36

² حمد كمال خليل الحمزاوي، إقتصاد الائتمان المصرفي، منشأة المعارف، مصر، ط 2، 2000، ص 48 .

تستخدم فيما رصدت له من أغراض وللتأكد من مدى ما حققه استخدامها من أهداف محددة مسبقا للمشروعات التي استخدمتها¹.

3- بعض الوظائف الأخرى²:

- تمويل التجارة الخارجية من خلال فتح إعمادات مستندية وتشتمل على إعمادات للاستيراد وأخرى للتصدير ويحقق البنك التجاري أرباحه بصفة خاصة بمقدار الفرق بين الفوائد التي يودعها المودعين وتلك التي يتحملها المقترضين والعمولات والأجور التي يحصلها البنك مقابل تقديم الخدمات لعملائه؛
- قيام البنك بتحصيل مستحقات عملائه من مصادرها المختلفة سواء كانت هذه المستحقات شبكات أو كميات أو سندات أنية مستحقة لصالحها أو أسهم كذلك يدفع ديونهم لمستحقيه؛
- قيام البنك بتجميع مدخرات العملاء بشكل ودائع ادخار أو صندوق التوفير وإعطائهم فوائد منها ثم استثمار هذه المدخرات في شراء السندات؛
- قيام البنك بالتعامل في الأوراق المالية على اختلاف أنواعها سواء لمصلحة عملائه أو لمصلحته الشخصية، استبدال البنك للعمليات الأجنبية بالعملة الوطنية والعكس لصالح العملاء؛
- تأجير البنك خزائن صغيرة لعملائها يحتفظون فيها بمنقولاتهم الغالية من مجوهرات أوراق مالية نقود وغيرها؛
- إدارة الأعمال وممتلكات العملاء وتقديم الاستشارات الاقتصادية والمالية لهم من خلال دائرة مختصة.

الفرع الثاني: أهداف البنوك التجارية

يمثل البنك التجارية أهمية كبيرة في الاقتصاد تختلف حسب الوظائف التي يؤديها وقد أشار البعض أن أهداف البنوك التجارية تنقسم إلى³:

- 1- أهداف عامة:** وهي تلك الأهداف التي تتعلق بالسياسة العامة للبنك مثل تحقيق نمو في حجم ربحية البنك بمعدلات أكبر من المنافسين في السوق المصرفية.
- 2- أهداف وظيفية:** وهي تلك الأهداف التي تتعلق بالنواحي التنفيذية مثل الأهداف التي تتعلق بعلاقات البنك مع العملاء واختيار العمالة وغيرها ...

كما يرى البعض الآخر أن أهداف البنك التجاري تنطلق من السمات التالية:

- الربحية: يتكون الجانب الأكبر من مصروفات البنك من تكاليف ثابتة تتمثل في الفوائد على الودائع، وهذا يعني وفقا لفكرة الرفع المالي أن أرباح تلك البنوك أكثر تأثيرا بالتغيير في إرادتها ذلك بالمقارنة مع مؤسسات الأعمال

¹ محمد شريف إيمان ، دور البنوك التجارية في تمويل التنمية الاقتصادية ، مذكرة ليسانس في العلوم الاقتصادية فرع نقود مالية وبنوك المركز الجامعي البويرة 2008-2009.

² دوال بدر الدين، رؤوف عبد الله، القروض البنكية مذكرة ليسانس كلية علوم اقتصادية وعلوم التسيير تخصص مالية جامعة الجزائر 2003، ص 24

³ الطاهر عبد الله، النقود والبنوك والمؤسسات المالية، مركز الزيد للنشر، 2006، ص 120.

الأخرى لذا يقال أن البنوك التجارية تعد من أكثر المؤسسات الأعمال تعرضاً لأثار الرفع المالي فإذا ما زادت إيرادات البنك بنسبة معينة ترتب على ذلك زيادة الأرباح بنسبة أكبر على العكس من ذلك إذا انخفضت الإيرادات بنسبة معينة انخفضت الأرباح بنسبة أكبر بل قد تتحول أرباح البنك إلى خسائر وهذا يقتضي من إدارة البنك ضرورة السعي بزيادة الإيرادات وتجنب حدوث انخفاض فيها.

وإذا كان للاعتماد على الودائع كمورد رئيسي لموارد البنك المالية بعض الجوانب السلبية نتيجة التزام البنك بدفع فائدة عليها سواء حقق أرباح أو لم يحقق، فإن للاعتماد على الودائع ميزة هامة، فالعائد الذي يحققه البنك على استثماراته عادة ما يقل عن العائد الذي يطلبه ملاكها، ومن ثم إذا اعتمد البنك على أموال الملكية في تمويل استثماراته، فسوف يقفل أبوابه من اليوم الأول، بل وربما لا يفتح أبوابه على الإطلاق، أما الاعتماد على الودائع كمصدر رئيسي لتمويل الاستثمارات فيحقق البنك حافة صافي الفوائد التي تتمثل في الفرق بين الأرباح المتولدة عن الاستثمار تلك الودائع وبين الفوائد المدفوعة عليها، وبالطبع يذهب هذا الفرق إلى ملاك البنك، مما يجعل العائد الذي يحصلون عليه أكبر بكثير من العائد على الاستثمار، هذا ويطلق أحياناً على حافة صافي الفوائد بعائد الرفع المالي أو عائد المتاجرة بالملكية، أي العائد الناجم عن الاعتماد على أموال الغير في تمويل الاستثمارات.

- **السيولة** : يتمثل الجانب الأكبر من موارد البنك المالية في ودائع تستحق عند الطلب، ومن ثم يكون البنك مستعداً للوفاء بها في أي لحظة وتعد السيولة من أهم الأهداف التي يتميز بها البنك التجاري عن المنشآت الأخرى، ففي الوقت الذي تستطيع فيه هذه المنشآت تأجيل سداد ما عليها من مستحقات ولو لبعض الوقت، فإن مجرد إشاعة عن عدم توفر سيولة كافية لدى البنك كفيلة بان تزعزع ثقة المودعين، ويدفعهم فجأة لسحب وودائعهم، مما قد يعرض البنك للإفلاس.

- **الأمان** : يتسم رأس مال البنك التجاري بأنه صغير نسبياً، إذ لا تزيد نسبته إلى صافي الأصول عن 10% عادة ، وهذا يعني صغر حافة الأمان بالنسبة للمودعين، الذين يعتمد البنك على أموالهم كمصدر للاستثمار فالبنك لا يستطيع أن يستوعب خسائر تزيد عن قيمة رأس المال، فإذا زادت الخسائر عن ذلك فقد تلتهم جزء من أموال المودعين ، والنتيجة هي إفلاس البنك لذلك يسعى البنك دائماً لكسب ثقة المودعين وهو يحرس كامل الحرس على أموالهم بما يمليه المنطق والقانون، أي أخذ مطالب بإعادة الحق إلى أهلها حيث يعبر عن هذا الحرس بضمانات يطلبها عن إقراضه للآخرين¹.

- **النمو** : يصل البنك إلى هدف النمو من خلال تعظيم أرقام نشاط الإقراض والإيرادات المتولدة عنه والتي لا تتم إلا بجهود إنمائي منظم ومكثف يراعي شروط الإقراض الجيد واستقطاب عملاء متميزين والتقييم المستمر لأداء و

¹ زياد رمضان، إدارة البنوك، دار البداية للنشر، طبعة 1، 2008.

لسياسات البنوك المنافسة بالسوق ، حيث يكون على عاتق إدارة البنك تحقيق التوازن في نمو البنك يتناسب مع حجم موارده، والفرص التسويقية المتاحة أمامه، ودرجة العائد الممكن تحقيقه ودرجة المخاطرة المصاحبة.

وتفرض السمات المشار إليها ثلاث أهداف تتهدي بها إدارة البنك التجاري، يتمثل الهدف الأول في تحقيق أقصى ربحية PROFITABILITY من خلال زيادة الإيرادات طالما إن الجانب الأكبر من التكاليف هو من النوع الثابت وأن انخفاض في الإيرادات كفيلا بان يصاحبه انخفاض أكبر في الأرباح، أما الهدف الثاني فيتمثل في تجنب التعرض لنقص شديد في السيولة LIQUIDITY لما لذلك من تأثير على ثقة المودعين فيه، وأخيرا يتمثل الهدف الثالث في تحقيق أكبر قدر ممكن من الائتمان للمودعين SAFETY على أساس رأس مال صغير و لا يكفي لتحقيق الحماية المنشودة لهم، هذا ومن المتوقع أن تؤثر الأهداف الثلاثة (الربحية، السيولة، الأمان) على تشكيل السياسات الرئيسية التي تحكم الأنشطة المصرفية ويمكن ذكرها فيما يلي:

- جذب الودائع؛

- تقديم القروض؛

- الاستثمار في الأوراق المالية.

المطلب الثالث: خصائص البنوك التجارية وأهميتها

الفرع الأول: خصائص البنوك التجارية

تعمل البنوك على تحقيق قدر كبير من الأرباح كغيرها من المؤسسات المالية التجارية وتتميز بعدة خصائص:

- ◀ تخصص البنوك التجارية دون غيرها من المؤسسات والمشاريع التجارية بان معظم أصولها تشكل حقوق على مؤسسات وأشخاص في شكل ودائع مختلفة وتعتبر هي الوحيدة القادرة على خلق خصوم قابلة للتحويل من شخص لأخر أو حتى من مؤسسة إلى أخرى باستخدام شيك، وتقوم بفتح حسابات جارية لعملائها وتحويلها إلى نقود ورقية أو العكس، ويكون ذلك بناء على طلبهم وإجراء عمليات المقاصة لحسابهم ويكون ذلك بأدنى سرعة وبأدنى جهد فتقوم بذلك البنوك التجارية بأهم وظيفة وهي إدارة عرض النقود في المجتمع.
- ◀ من خصائصها أيضا أنها تخصص بالقدرة على الإقراض وهذا يتم بالوساطة بين المدخرين والمستثمرين (إيداع وإقراض) أو بخلق مصادر تمويل وإقراضها ولهذا السبب تمارس البنوك أثرا فعالا على حجم الائتمان وتوزيعه بين مختلف القطاعات الاقتصادية في المجتمع.
- ◀ تتعامل البنوك التجارية في الأصول النقدية والمالية فقط كالودائع والقروض والأوراق المالية ولا تدخل في مجالات استثمارات مباشرة في الأصول الحقيقية بحيث أن قوانين البنوك في كثير من دول العالم تمنع البنوك من التدخل في استثمارات أصول حقيقة إلا بقدر الذي تحتمه طبيعة العمل مع البنك التجاري كامتلاك أصول ثابتة (مباني، أثاث).

الفصل الأول : الإطار النظري للبنوك التجارية

- ◀ وأهم ما تختص به البنوك التجارية هي قدرتها على خلق وتحطيم النقود، فعندما تقوم البنوك التجارية باقتناء أية أصول مالية تدر عائدا فإن ناتج بيع أو تحويل هذه الأصول ينعكس في شكل زيادة في ودائع البنوك التجارية، وتعتبر أهم مورد مباشر للتغيرات في عرض النقود من اجل اكبر عائد ممكن.
- ◀ كما أن عملية ائتمان قصير الأجل هو ما ميز البنوك التجارية دون غيرها من البنوك الأخرى في حين أنه يمكننا أن نتعرض لخصائص البنوك التجارية من خلال أهداف منها:
- مبدأ التدرج: المعنى من هذا أن البنوك التجارية تأتي في الدرجة الثانية في التسلسل الرئاسي للجهاز المصرفي بعد البنك المركزي بحيث يباشر هذا الأخير عليها رقابة بما له من أدوات ووسائل.
 - بينما يمثل البنك المركزي التطبيق الصحيح لمبدأ " وحدة البنك " أي بنك مركزي واحد لكل اقتصاد معين فالبنوك التجارية تتعد و تتنوع بقدر اتساع السوق النقدي، والنشاط الاقتصادي وحجم المدخرات وما يترتب على ذلك من تعدد عملياتها وإدخال عنصر المنافسة بين أعضائها.
 - من اجل إبراز الاختلاف الموجود بين البنوك الأخرى نفرق بين " كل من مصدر وقيمة النقد، بحيث نجد أن هناك تماثل في مصدر وحدات النقد القانونية وهو " البنك المركزي " في حين تتعدد المصادر بالنسبة للنقود الودائع " اختلاف البنوك التجارية " أما من ناحية قيمة النقد فنجد انه: بينما تعتبر النقود القانونية متماثلة في قيمتها " المطلقة " بصرف النظر عن اختلاف الزمان والمكان فإن نقود الودائع التي تخلقها البنوك التجارية متباينة وتخضع القروض التي تمنحها البنوك التجارية لأسعار فائدة تختلف بالزمان والمكان.
 - البنوك التجارية هي مشروعات رأس مالية هدفها الأساسي تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح بأقل نفقة ممكنة.

الفرع الثاني: أهمية البنوك التجارية

- تحتوي البنوك التجارية تقريبا ثلاث الأصول المالية من مجموع جميع المؤسسات المالية في الاقتصاد؛
- لا تزال البنوك التجارية هي الوسيلة الرئيسية للدفع؛
- لدي البنوك التجارية القدرة على توليد الأموال من الاحتياطات المتولدة من إيداعات الجمهور؛
- تعد البنوك التجارية القناة الأساسية التي من خلالها تبرز الدولة سياستها النقدية؛
- تعد البنوك التجارية قسم المخزن الرئيسي للنظام المالي؛
- يستطيع البنك التجاري تقديم الخدمات المالية بشكل أفضل وواسع من باقي المؤسسات المالية كما يستطيع أن يلي كل من الحاجات الائتمانية والدفع والتوفير لكل من الأفراد والأعمال والحكومات¹.

¹ من الموقع /t0719/ www.accdiscussion .com التاريخ 5 مارس 2015 التوقيت 15:15

المبحث الثاني: البنوك التجارية، أنواعها، وهيكلها التنظيمي

المطلب الأول: أنواع البنوك التجارية

تنقسم البنوك التجارية إلى أنواع متعددة طبقاً للزاوية التي يتم من خلالها النظر إلى البنوك وذلك على النحو

التالي :

الفرع الأول: من حيث نشاطها ومدى تغطيتها للحدود الجغرافية

1- البنوك التجارية المحلية: ويقصد بها تلك البنوك التي يقتصر نشاطها على منطقة جغرافية محدودة نسبياً مثل محافظة محددة أو مدينة أو ولاية أو إقليم محدد.

ويقع المركز الرئيسي للبنك والفروع في هذه المنطقة المحددة وتتميز هذه البنوك بصغر حجمها كذلك فهي ترتبط بالبيئة المحيطة بها وينعكس كذلك على مجموعة الخدمات المصرفية التي تقوم بتقديمه¹.

2- البنوك التجارية العامة: ويقصد بها تلك البنوك التي يقع مركزها الرئيسي في العاصمة أو إحدى المدن الكبرى وتباشر نشاطها من خلال فروع على مستوى الدولة أو خارجها وتقوم هذه البنوك بكافة الأعمال التقليدية للبنوك التجارية وتمنع الائتمان قصير الأجل ومتوسط الأجل وكذلك تباشر كلفة مجالات الصرف الأجنبي وتمويل التجارة الخارجية.

الفرع الثاني: من حيث حجم النشاط

1- بنوك الجملة: ويقصد بها تلك البنوك التي تتعامل مع كبار العملاء والمنشآت الكبرى.

2- بنوك التجزئة: ويقصد بها تلك البنوك التي تتعامل مع صغار العملاء والمنشآت الصغرى، لكنها تسعى لاجتذاب أكبر عدد ممكن، فهي نشرة جغرافياً وتتعامل بأصغر الوحدات المالية قيمة من خلال خلق المنافع الزمنية والمكانية ومنفقة التملك والتعامل للأفراد وبذلك فإن التجزئة تسعى إلى توسيع خدمات البنك من خلال المستهلك النهائي.

الفرع الثالث: من حيث عدد الفروع

1- البنوك التجارية ذات فروع: وهي تلك البنوك التي تتخذ في الغالب شكل شركات المساهمة كشكلاً قانونياً، لها فروع متعددة تغطي أغلب أنحاء الدولة ولاسيما الأماكن الهامة وتتبع اللامركزية في تسيير أمورها، حيث يترك للفرع تدبير شؤونه فلا يرجع للمركز الرئيسي للبنك إلا في ما يتعلق بالأمور الهامة التي ينص عليها في لائحة البنك، وبطبيعة الأمور فإن البنك الرئيسي يضع السياسة العامة التي تهدف بها الفروع، ويتميز هذا النوع من البنوك بأنه يعمل على

¹ محمد عبد الفتاح الصربي، إدارة البنوك، عمان ط 1 2007 ص 32.

النطاق الوطني ويخضع للقوانين العامة للدولة وليس لقوانين المحافظات التي يقع البنك في نطاقها الجغرافي كما تقوم بكافة الأعمال التقليدية للبنوك التجارية وتقدم قروض قصيرة الأجل كما تتعامل في مجالات الصرف الأجنبي¹.

2- بنوك السلاسل: نشأت بنوك السلاسل مع نمو حجم كبير لحجم البنوك التجارية ونمو حجم الأعمال التي تقدمها من اجل تقديم خدماتها إلى مختلف فئات المجتمع وهذه البنوك تعد نشاطها من خلال فتح سلسلة متكاملة من الفروع وهي عبارة عن عدة بنوك منفصلة عن بعضها إداريا ولكن يشرف عليها مركز رئيسي واحد يتولى رسم السياسات العامة التي تلتزم بها كافة وحدات السلسلة كما ينسق الأعمال والنشاط بين الوحدات بعضها ببعض ولا يوجد هذا النوع من البنوك التجارية إلا في الولايات المتحدة الأمريكية².

3- بنوك المجموعات: وهي أشبه بالشركات القابضة والتي تتولى إنشاء عدة بنوك وشركات مالية، فتملك معظم رأسمالها وتشرف على سياستها وتقوم بتوجيهها، ولهذا البنوك طابع احتكاري وأصبحت سمة من سمات العصر، وقد انتشرت مثل هذه البنوك في الولايات المتحدة الأمريكية ودول غرب أوروبا.

4- البنوك الفردية: وهي منشآت صغيرة يمتلكها أفراد أو شركات أشخاص ويقتصر عملها في الغالب على منطقة صغيرة ، وتتميز عن باقي أنواع البنوك بأنها تقتصر توظيف مواردها على أصول بالغة السيولة مثل الأوراق المالية والأوراق التجارية المخصوصة، وغير ذلك من الأصول القابلة للتحويل إلى نقود في وقت قصير ودون خسائر، ويرجع السبب في ذلك إلى أنها لا تستطيع تحمل مخاطر توظيف أموالها في قروض متوسطة أو طويلة الأجل لصغر حجم مواردها.

5- البنوك المحلية: نشأت هذه البنوك لتباشر عملها في منطقة جغرافية محددة قد تكون مقاطعة أو محافظة أو ولاية أو حتى مدينة محددة، وان كان نظام الحكم المحلي في الدولة تتفاوت فيه قوانين المناطق الجغرافية، فان البنك المحلي يخضع للقوانين المحلية ولإشراف سلطات الرقابة على البنوك في منطقة عملها³.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للبنك التجاري وميزانيته :

تستدعي العمليات التي يقوم بها البنك التجاري وضع هيكل تنظيمي يوضح فيه مختلف الإدارات التي تشرف على هذه العمليات وتسييرها، كما يستلزم وضع ميزانية ليعين فيها مختلف موارده واستخداماته .

الفرع الأول: الهيكل التنظيمي للبنك التجاري: ليس هناك شكل تنظيمي موحد للبنوك التجارية، حيث يختلف الهيكل التنظيمي حسب الخدمات التي يقدمها البنك التجاري وحجمه، ولذلك يمكن وضع هيكل تنظيمي يحتوي على إدارات رئيسية وأخرى فرعية.

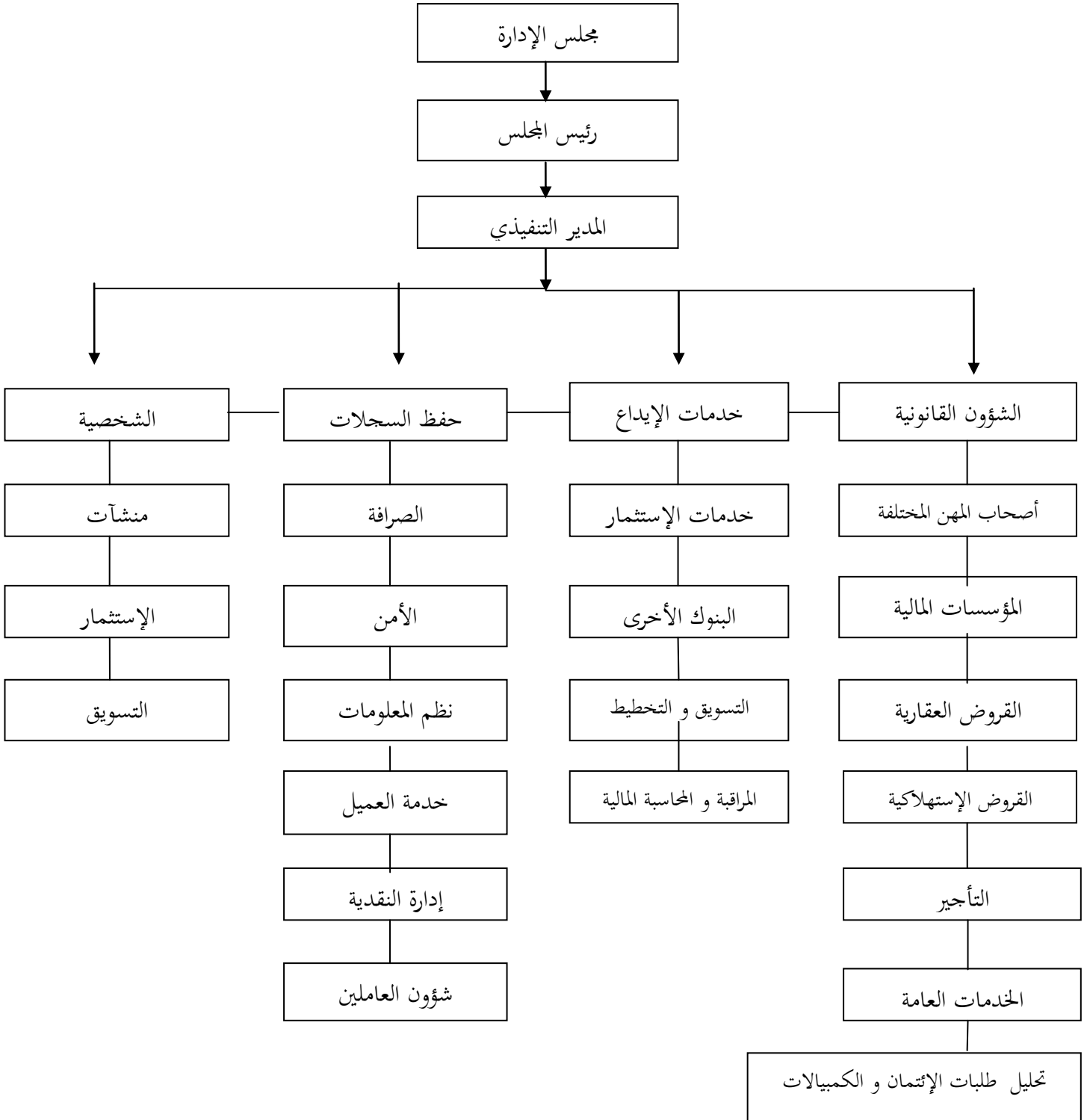
¹ هلال كهينة، إجراءات منح القروض من طرف البنوك التجارية، رسالة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع: نقود مالية وبنوك، جامعة بسكرة 2008-2009 ص 12 .

² محمد السعيد وأنور، إدارة البنوك، الدار الجامعية الجديدة، القاهرة الإسكندرية 2005، ص 17 .

³ يعادل فريدة، تقنيات وسياسات التسيير المصرفي، ديوان الساحة المركزية بن عكنون الجزائر ط3، 2007،

الفصل الأول : الإطار النظري للبنوك التجارية

الشكل رقم (01) : الهيكل التنظيمي للبنك التجاري



المصدر: خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية، دار وائل للنشر، الإسكندرية، ط 2، 2000، ص 217 .

1- إدارة القروض: تحتوي هذه الإدارة على عدة أقسام، منها قسم لتقديم القروض التجارية، وآخر لتقديم القروض للتجار وممارسة الأوراق المالية وغيرها من أنواع القروض، كما يتم تحليل طلبات القروض في قسم طلبات الائتمان.

2- إدارة التمويل: تعمل هذه الأخيرة على توفير الأموال اللازمة لتقديم القروض المحصل على معظمها من قسم الودائع، كما تحتوي هذه الإدارة على أقسام الاستثمار المختص في الادخار، بالإضافة إلى قسم التخطيط والتسويق الذي مهمته تطوير الخدمات المالية وتسويقها، بينما قسم الرقابة المحاسبية والمالية فيعمل على مراقبة العمليات المحاسبية والتأكد من صحتها.

3- إدارة العمليات: تقوم هذه الإدارة بتقديم التسهيلات المادية التي يملكها البنك ويستخدمها في عملياته اليومية، مثل قسم حفظ السجلات وإجراءات التسجيل الخاصة بكل الإيداعات أو السحوبات، بالإضافة إلى هذا هناك قسم نظام المعلومات، وكذلك قسم شؤون العاملين والذي مهمته حفظ سجلات العاملين. كما نجد أيضا في هذه الإدارة قسم الأمن الذي يتكفل بالحفاظ على أموال المودعين وممتلكات البنك، كما نجد أيضا قسم النقدية الذي يتولى إدارة الرصيد النقدي ومتطلبات السيولة اليومية للأفراد أو المؤسسات¹.

4- إدارة الأموال المؤتمن عليها من الغير: تتولى هذه الإدارة مهمة تقديم العديد من الخدمات الائتمانية سواء للأفراد أو المؤسسات بخلاف المهمة الرئيسية لإدارة قروض الائتمان وهي تقديم القروض بأنواعها المختلفة، ومن أمثلة هذه الخدمات الأقسام التي تتولى إدارة أموال التقاعد سواء بالنسبة للعاملين بالبنك نفسه أو للأفراد والمؤسسات، وكذلك القسم الذي يتولى إدارة شؤون الأملاك العينية المملوكة للعملاء مثل: الأراضي والمباني، بالإضافة إلى القسم الخاص بتقديم خدمة الاتجار في الأوراق المالية لصالح العملاء أو تقديم النصائح والخدمات التسويقية لهم².

لكن مع التطور الحاصل في النظام البنكي، ظهر مؤخرا في الولايات المتحدة الأمريكية نشاط التامين في البنوك المتمثل في التامين الصحي، والتامين ضد البطالة والحوادث، أي يستطيع العميل الحصول على الخدمات التي يحتاجها: إيداع، اقتراض، تامين..... الخ، من مكان واحد، حيث يفرض البنك التجاري على العميل شراء بوالص التامين بدلا من شرائها من شركات التامين كشرط لحصوله على القرض.

وأخيرا على البنك أن يعمل على التنسيق بين مختلف الإدارات لتحقيق الهدف العام للبنك، مع الأخذ بعين الاعتبار الأهداف الفرعية لكل إدارة، وهذا بالاستفادة من مختلف الأدوات والتقنيات المستعملة لمراقبة التسيير والإدارة بشكل عام.

الفرع الثاني: ميزانية البنك التجاري

تعتبر الميزانية صورة عن سير عمليات البنك التجاري ومرآة لنشاطه، إذ يمثل الوضع المالي لفترة زمنية معينة. غير أن الميزانية لا تظهر أية تغيرات خلال الزمن حيث أن تحليلها هو تحليل للرصيد وليس تحليل للتدفقات.

¹ لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، المطبوعات الجامعية، الجزائر 2001، ص 78 .

² محمد صالح وآخرون، " أسواق المال والمؤسسات المالية"، الدار الجامعية، مصر، 2004، ص: 302.

الفصل الأول : الإطار النظري للبنوك التجارية

وتنقسم الميزانية إلى جانبين : جانب الأصول وجانب الخصوم ، ويمكن تصوير ميزانية البنك التجاري على

النحو التالي :

جدول رقم (01) : ميزانية البنك التجاري

الأصول (الإستخدامات)	الخصوم (الموارد)
<p>أولاً: أرصدة نقدية حاضرة</p> <p>1 - النقدية بمخزينة البنك التجاري.</p> <p>2 - رصيد النقدية لدى البنك المركزي</p> <p>3 - أرصدة سائلة أخرى (شيكات،حوالات، أوراق مالية تحت التحصيل).</p> <p>ثانياً: حوالات مخصومة</p> <p>* اذونات الخزانة.</p> <p>* أوراق تجارية.</p> <p>ثالثاً: مستحق على البنك</p> <p>رابعاً: أوراق مالية واستثمارات</p> <p>* سندات حكومية.</p> <p>* أوراق مالية أخرى.</p> <p>خامساً : قروض و سلفيات</p>	<p>أولاً: رأس المال المدفوع</p> <p>ثانياً: الاحتياطي القانوني والخاص</p> <p>ثالثاً: شيكات وحوالات واعتمادات دورية مستحقة الدفع.</p> <p>رابعاً: مستحق البنوك</p> <p>خامساً: الودائع</p> <p>* ودايع حكومية وخاصة .</p> <p>* ودايع جارية.</p> <p>* ودايع لأجل.</p> <p>* ودايع بإخطار.</p> <p>* ودايع توفير.</p>
مجموع الأصول = مجموع الخصوم	

المصدر: ضياء مجيد المؤسسات النقدية (البنوك التجارية-البنوك المركزية)، مؤسسة شباب الجامعة الأردن 2002، ص 275.

المطلب الثالث: موارد واستخدامات البنوك التجارية

تعتبر موارد البنك التجاري التزاماً اتجاه الغير، أما استخداماته فتشير إلى كيفية الاستفادة من موارده المتاحة. ويمكن التعرف على موارد البنك التجاري واستخداماته لهذه الموارد من دراسة عناصر الخصوم والأصول في ميزانيته والتي من خلالها يمكن التعرف على مركزه المالي في لحظة معينة، كما يمكن تحديد حجم النشاط الذي يقوم به البنك.

ونوجز موارد واستخدامات البنك التجاري في :

الفرع الأول: موارد البنوك التجارية وتنقسم إلى:

1- الموارد الذاتية: تمثل الموارد الذاتية التزامات المصرف قبل أصحاب رأسماله¹.

وتشمل مايلي:

¹ إسماعيل احمد الشناوي، عبد المنعم مبارك، اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، دون سنة نشره، ص 253

الفصل الأول : الإطار النظري للبنوك التجارية

- رأس المال: وهو ما يدفعه المساهمون من أموال يتم استخدامها أساسا في إعداد المشروع لمزاولة نشاطه، ولا يشكل رأس المال إلا نسبة ضئيلة من إجمالي الخصوم، ومع ذلك فهو مؤشر لمتانة المركز المالي للمصرف وأساس الثقة التي يحظى بها في الدوائر المالية.

- الاحتياطات: هي مبالغ تكون على مر الزمان وتكون تحت تصرف البنك في أي وقت ومصدرها الأجزاء المتقطعة من الأرباح، وعلاوات إصدار الأسهم عند زيادة رأس المال¹.

وتنقسم الاحتياطات إلى قسمين:

◀ الاحتياطي القانوني: يكون البنك التجاري ملزما بتكوينه قانونا، أي يجب على إدارة البنك أن تحتفظ بجزء من الأرباح كاحتياطي وذلك لدعم مركزه المالي وبناء سمعة طيبة له.

◀ الاحتياطي الخاص: يكون البنك التجاري حرا في الاحتفاظ به، وغالبا ما يطلق على هذا النوع من الاحتياطي اسم الاحتياطي الخفي.

- الأرباح غير الموزعة: وهي تلك المبالغ التي يعمد البنك عدم توزيعها من إجمالي أرباحه، وهي مبالغ مؤقتة بطبيعتها حيث انه يتم حسابها عند تقدير الموارد المتاحة للاستخدام أو التوظيف، فالأرباح الغير موزعة بهذا المعنى هي عبارة عن بند ذو طبيعة انتقالية يقيد فيه ما يختلف البنك من أرباح تمهيدا لتوجيهها إلى غايتها النهائية، سواء أكانت توزيعات على المساهمين أو دعم الاحتياطي وتغطية الخسارة.

- المخصصات: ويقصد بها الأرصدة التي يتم تحميلها إجمالي النتيجة المحققة في نهاية الفترة المالية، بغرض مواجهة ظروف غير مرغوب فيها ومن أمثلة ذلك مخصصات الديون المشكوك فيها، ومخصصات هبوط أسعار الأوراق المالية، ومخصصات اهتلاك الأصول الثابتة.

2- الموارد غير الذاتية: وهي الموارد المالية التي يتحصل عليها البنك التجاري من غير المساهمين، وهي تمثل النسبة الأكبر من إجمالي موارده وتشمل ما يلي:

- **الودائع:** تعتبر الودائع المصدر الرئيسي لموارد البنوك التجارية، وهي عبارة عن ديون مستحقة لأصحابها على ذمة البنك، تكون في صورة إيداع حقيقي يمكن للبنك التجاري استخدامها لتقديم القروض، ويمكن التمييز بين عدة أنواع من الودائع:

◀ الودائع الجارية: وتسمى أيضا بالودائع تحت الطلب، وهي عبارة عن مبلغ مالي يودع لدى البنك التجاري ويتعهد هذا الأخير بدفعه في أي وقت يشاء فيه صاحب الوديعة سحب جزء أو كل وديعته بدون سابق إنذار، وعادة لا تدفع

¹ سلمان بوداب، اقتصاديات النقود والبنوك، المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع، لبنان 1996، ص132

الفصل الأول : الإطار النظري للبنوك التجارية

البنوك التجارية فائدة على هذا النوع من الودائع إلا في بعض الحالات الاستثنائية، كأن يكون مقدار العملة الجارية كبير بالعملة الصعبة.

- ◀ الودائع لأجل : وهي عبارة عن مبلغ مالي يودع لدى البنك التجاري لا يحق لأصحابها السحب منها إلا بعد انقضاء مدة زمنية معينة يتفق عليها مسبقا بينه وبين البنك عند الإيداع، لقاء حصوله على فائدة.
- ◀ ودايع بإخطار: وهي عبارة عن أموال مودعة لدى البنك التجاري لا يحق لأصحابها السحب منها إلا بعد إخطار البنك بفترة تحدد عند الإيداع وبالمقابل يدفع البنك فائدة على هذه الودائع.
- ◀ ودايع التوفير: وتسمى أيضا الودائع الادخارية، وهي ودايع يتم التعامل معها من حيث السحب والإيداع بموجب دفتر خاص، ويتحصل صاحب هذا النوع على فوائد محددة.
- ◀ الحسابات المدينة للبنوك الأخرى : وتشمل جميع التزامات اتجاه البنوك الأخرى، وتمثل هذه الحسابات مصدرا هاما من المصادر التي يحصل منها البنك على الموارد المالية التي يحتاجها لتمويل استخداماته المختلفة.
- ◀ الاقتراض من البنك المركزي : تلجأ البنوك التجارية إلى الاقتراض من البنك المركزي إذا ما اعترضها مشكل في السيولة، فإذا لم يكفيها الاحتياطي النقدي لمواجهة طلبات المودعين لسحب مبالغ نقدية من ودايعهم تلجأ إلى البنك المركزي وتطلب منه قروض مقابل تقديم ضمانا لما تقتضيه من مبالغ، كأوراق مالية أو أوراق تجارية أو غير ذلك من الضمانات.

الفرع الثاني : استخدامات البنوك التجارية

الاستخدامات هي كيفية استفادة البنك من موارده أو بمعنى آخر تمثل استثماراته، فهدف تحقيق الربحية بالنسبة للبنك التجاري يفرض عليه عدم ترك موارده النقدية عاطلة لا تدر عائدا بل يتعين عليه أن يوظفها في مختلف الاستخدامات الممكنة، وبناء على ذلك فإن هذه الاستخدامات تعطي لنا فكرة واضحة عن الأوجه المختلفة لنشاط البنك التجاري.

ويمكننا تقسيم استخدامات البنك التجاري حسب درجة سيولتها إلى:

1- أرصدة نقدية حاضر وتمثل في السيولة النقدية الكاملة: وهي عبارة عن أرصدة لا تحقق أي عائد للبنك التجاري، مما يجتم عليه تجنب تجميد الكثير من أمواله في هذه الأصول وإلا تعرض للخسارة، ومع ذلك يفرض القانون على البنوك التجارية الاحتفاظ بنسبة معينة من أرصدها المستمدة من الودائع.

وللأرصدة النقدية الحاضرة في البنوك التجارية عدة أشكال:

- نقود حاضرة في خزينة البنك التجاري: وهي عبارة عن أوراق نقد قانوني ونقود مساعدة وعمليات أجنبية يحتفظ بها البنك في خزينته لمواجهة طلبات المودعين وتسديد قيمة الشيكات المسحوبة على ودايعهم.

- أرصدة نقدية مودعة لدى البنك المركزي: يلزم البنك المركزي البنوك التجارية بالاحتفاظ لديه بجزء أو نسبة معينة من أصوله النقدية وودائعه في شكل رصيد دائم ودائن، ويحدد البنك المركزي هذه النسبة وفقا لمقتضيات السياسة النقدية.

- أصول تحت التحصيل: وهي عبارة عن أصول في مرحلة الجباية والتحصيل، إذ يمكن تحويلها إلى سيولة نقدية كاملة بسهولة مثل الشيكات المستحقة على البنوك الأخرى.

2 - مجموعة الأصول التي تغلب عليها سمة السيولة: ويطلق عليها السيولة من الدرجة الثانية وهي أنواع من التوظيف قصير الأجل يمكن تحويلها إلى نقود حاضرة بإجراءات بسيطة وتكلفة زهيدة، تحقق هدفا مزدوجا، السيولة المرتفعة والعائد من الاستغلال.

ومن أهم أنواع هذه المجموعة من الأصول يمكننا أن نميز بين:

- أوراق حكومية قصيرة الأجل: وتكون عادة في شكل سندات الخزينة وهي عبارة عن سندات تصدرها الحكومة وتقدمها إلى البنك التجاري مقابل حصولها على قرض من هذا الأخير تتميز بتوافر الضمان في استرداد قيمتها مع تحقيقها لعائد مقبول، ويكون البنك المركزي على استعداد دائم لتحويل قيمتها إلى نقود حاضرة¹.

- الأوراق التجارية القابلة للخصم: يعتبر خصم الأوراق التجارية من أهم المجالات التي يستثمر فيها البنك التجاري، والفكرة الأساسية في عملية خصم الأوراق التجارية هو لجوء احد الأشخاص إلى البنك التجاري للحصول على نقود حاضرة مقابل التنازل عن جزء من قيمة الورقة التجارية التي لم يحن تاريخ استحقاقها بعد، إذ يقوم البنك التجاري بتقديم قيمة الورقة إلى الزبون مقابل حصوله على عمولة والمتمثلة في سعر الخصم، ويحتفظ بالورقة التجارية حتى موعد استحقاقها، كما يستطيع إذا ما احتاج إلى سيولة أن يقوم بإعادة خصم بعضها لدى المصرف المركزي مقابل سعر إعادة خصم اقل من سعر الخصم الذي حصل عليه من العملاء².

- القروض: يعتبر منح القروض أو إتاحة الائتمان النشاط الرئيسي للبنك التجاري، وتحقق القروض بمختلف أنواعها عائد أكبر من أنواع التوظيف سالف الذكر، غير أنها في نفس الوقت تتضمن مخاطر كبيرة.

- أوراق مالية واستثمارات: تستثمر البنوك التجارية شطرا من مواردها في شراء الأوراق المالية من أسهم وسندات نظرا لما تدره من دخل مرتفع، وتعتبر هذه الأوراق اقل سيولة من الأوراق التجارية القابلة للخصم والأوراق الحكومية القصيرة الأجل، إذ ليس من السهل بيعها بسرعة خاصة عندما يسود الركود أسواق المال، وقد يتطلب من أصحابها الانتظار حتى تاريخ الاستحقاق إلا أن العائد عليها يكون كبيرا³.

¹ ضياء مجيد الموسوي، الاقتصاد النقدي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000، ص 137

² عقيل جاسم عبد الله، النقود والمصارف، الجامعة المفتوحة، ليبيا، 1994، ص 256

³ ضياء المجيد، اقتصاديات النقود والبنوك، الدار الجامعية مؤسسة شباب الجامعة، ص 278، 279.

الفصل الأول : الإطار النظري للبنوك التجارية

- الأصول الثابتة: هذه الأصول وان كانت عقيمة في حد ذاتها إلى أنها تعتبر ضرورية لقيام البنك بوظائفه وتمثل هذه الأصول في المباني التي يمارس فيها البنك نشاطه، والأدوات والمعدات التي يستخدمها، بالإضافة إلى بعض الأصول الأخرى التي لها صلة وثيقة بعمليات الإقراض مثل مخازن البنك التي يحتفظ بها ببعض أنواع الضمانات العينية التي تكون بحوزته¹.

¹ عطية احمد صلاح، محاسبة الاستثمار والتمويل في البنوك التجارية، كلية التجارة، جامعة الرقيق، ص268.

المبحث الثالث: النظريات المفسرة لنشاط البنوك التجارية و العوامل المؤثرة فيها

المطلب الأول: النظريات المفسرة لنشاط البنوك التجارية

إجمالاً هناك العديد من النظريات التي اهتمت بهذا الموضوع أهمها:

- نظرية القرض التجاري وهي النظرية الكلاسيكية في الموضوع؛
 - النظرية الحديثة مثل: نظرية إمكانية التحويل، نظرية الدخل المتوقع نظرية إدارة الخصوم.
- لنتطرق من خلال الفقرات القادمة إلى هذه النظريات بشئ من التفصيل.

الفرع الأول: النظرية الكلاسيكية

وهي نظرية القرض التجاري *conneicial loan theoray* وتعتبر هذه النظريات تاريخياً أول نظرية تعرضت لهذا الموضوع وقد نشأت من ممارسات البنوك التجارية الإنجليزية المتأثرة بالفكر التقليدي أو يقول مؤيدها بان سيول البنك تعتبر جيدة مادام أن أمواله يتم استغلالها في قروض قصيرة الأجل التي يجب أن لا يتجاوز أجلها مدة سنة وأن تكون موسمية ومتكررة ومتناسبة مع تقلبات الأعمال وأسعار الفائدة وهي يجب أن تنصرف إلى تكوّن رؤوس أموال أو المساهمة في المشروعات أي أن تكون لها طبيعتها التجارية و المتعلقة بحركة تداول البضاعة وتنصرف إلى الأوراق التجارية مثل الكمبيالة أو الشد الأدنى أو فتح الاعتماد أو الإعتمادات المستندة ولذلك تسمى قروضا تجارية.

وفقا للتيار التقليدي يمكن القول بأن القروض التي يقدمها البنك التجاري يجب أن تتم بخصيتين أساسيتين هما:

1- **خاصية التصفية الذاتية Self liquidation** : إذ يجب توجيه هذه القروض إلى سلع حقيقية كالمحاصيل الزراعية تتحول قبل تاريخ الاستحقاق إلى نقود تستعمل في سداد القرض أي أن تسديد القروض يتحقق من الموارد التي يولدها استعمال القرض في الإنتاج و التسويق.

2- **آلية قروض Self regulation** : أي لا توجد مشكلة بشأنها حيث أن قيمة بيع الإنتاج الحقيقي سوف تغطي قيمته القرض يشير مؤيده النظرية إلى أن المواد المالية للبنوك التجارية هي من النوع الذي يستحق عند الطلب أو خلال فترة قصيرة الأجل بما يتناسب مع طبيعة الودائع التي لديها كما أن الودائع هي ملك الغير فمن الواجب أن توجه استخداماتها إلى تمويل سلع حقيقية مما يضمن استرداد قيمة القروض إلا أن لهذه النظرية معارزين أكثر و من أهم الانتقادات التي وجهت لها:

- فشلها في سد احتياجات التنمية الاقتصادية خاصة في البلدان النامية فالتقييد التام بها يمنع البنوك التجارية من تمويل التوسعات في المصانع و زيادة خطوط الإنتاج و شراء آلات جديدة و غير ذلك من المجالات الضرورية لعملية التنمية الاقتصادية¹.

¹ عبد المعطي رضا رشيد ، محفوظ أحمد جودة، إدارة الائتمان، عمان ، دار وائل للنشر 1993، ص 193.

- تحتاج التنمية الاقتصادية إلى قروض متوسطة وطويلة الأجل مما وضع البنك التجاري في موقف صعب فيما أن تختار التمسك بالقروض قصيرة الأجل دون غيرها مما يدفع المقترضين إلى اللجوء إلى أسواق رأس المال لتغطية احتياجاتهم وهو ما يؤدي إلى نزع صفقة الوساطة المالية عن النظام الاقتصادي *Desin temé diation* يؤدي إلى تسرب الودائع من البنوك التجارية أو أن تغير المصارف بأن تقدم قروضا طويلة ومتوسطة وطويلة الأجل إلى جانب القروض قصيرة الأجل.

- تعتبر التصفية الذاتية للقروض المصرفية ظاهرية فقط وذلك بسبب وجود سلسلة الائتمان المترابط وتحويل القروض من سلسلة إلى أخرى بدلا من تصنيفها نهائيا¹, كما أن وجود الرقابة الحكومية وانتشار البنوك المركزية التي تضمن سلامة إجراءات وقرارات الإقراض وتدخلها بالمساعدة إن إلزام الأمر يوحى بالطمأنينة وبالتالي يشجع على عدم اقتصار البنك التجاري على قروض تسدد نفسها.

- لم تأخذ هذه النظرية بعين الاعتبار الثبات النسبي للودائع بمختلف أنواعها ففي الحالة الاعتيادية يكون السحب و الإيداع في البنك بشكل مستمر كما أن الودائع الجارية لا يتم سحبها كلها في وقت واحد (إلا في حالة الالتزامات البنكية).

بالنسبة لودائع التوفير فإن كثرة عدد تلك الحسابات و طبيعتها (المناسبة في الحالة الاعتيادية) تجعلها تنقطع بصفة الثبات النسبي أما بالنسبة للودائع للأجل فإن تواريخ استحقاقها معروفة للبنك التجاري ولا يحق لصاحبها السحب منها إلا في مواعيد استحقاقها.

الفرع الثاني: النظريات الحديثة

نظرا للانتقادات الشديدة التي واجهت النظرية الكلاسيكية فقد ظهرت عدة نظريات تحاول سد الثغرات التي من بينها:

1- نظرية إمكانية التحويل

تتلم هذه النظرية بتوسيع قاعدة التوظيف أو الأصول التي يجوزها البنك التجاري لذلك يمكن أن تعتبر هذه النظرية صورة متطورة للنظرية السابقة و أكثر عمومية و يري مؤيدوها ألا تقتصر عمليات البنك التجاري على نوع واحد من الأصول (القروض التجارية) بل عليها أن تشمل الاستثمار في السوق المفتوح و تدعيم محفظة الأوراق المالية و في حالة مطالبة أصحاب الودائع بسحب أموالهم و هي المشكلة الأساسية التي يحول البنك التجاري تجنبها فإن مركز البنك التجاري لن يتأثر إن كان يتمتع بمرونة التحويل والتبديل وقدرتها على بيع أو إعادة خصم الأوراق المالية التي يجوزته أو تسيل بعض الأصول للمحافظة على مستوى سيولة جيدة وتدعيم مركزه المالي.

¹ فلاح الحسني الحسن، مؤيد عبد الرحمان، إدارة البنوك مدخل كمي وإستراتيجي معاصر عمان، دار وائل للنشر، ص 128 .

إذن فإن أساس هذه النظرية هو أن سيولة البنك التجاري تعتبر جيدة طالما أن لديها أصولاً يمكن تحويلها إلى نقد بأسرع وقت ممكن وبأقل خسارة ممكنة هذه المرونة في التحويل تتوقف على حجم وتنوع الأصول والعمليات التي يقوم بها البنك.

2- نظرية الدخل المتوقع

ظهرت هذه النظرية في الأربعينيات وتختلف عن نظرية القروض التجارية من حيث تشجيعها لتقدم قروض طويلة الأجل والقروض الاستثمارية والغير متعلقة بالتمويل الجاري.

يسود أنصار هذه النظرية في كثير من دول القارة الأوروبية فيما يعرف بالمدرسة الألمانية تقوم هذه النظرية على انتقاد فكرة استمرار السيولة من خلال إمكانية السداد في موعد استحقاقها خاصة القروض المتعلقة بتجارة السلع لأن توجيه القروض إلى هذا النشاط (أي شراء السلع من أجل بيعها فيما بعد).

يمثل حماية مؤكدة للبنك فقد يفشل المقترض في تصريف هذه السلع بسبب التقادم أو الفساد الأمر الذي قد يؤدي في النهاية إلى صعوبة إسترداد البنك لمستحقاته.

بالإضافة إلى هذا العامل هناك مخاطر الإفلاس وتقلبات الأسعار ومخاطر التضخيم وتغيرات مرونة الطلب و غيرها من العوامل التي قد تؤثر على إمكانية السداد واسترداد قيمة القرض¹.

ويرى هندي أن العبرة ليست أن يكون القرض موجهاً إلى تمويل سلعة تباع قبل تاريخ استحقاق القرض (التصفية الذاتية) فالسلعة لا تبيع نفسها وليس هناك ما يضمن أن السلعة التي عليها الطلب اليوم سوف يكون عليها الطلب غداً ومن ثمة ينبغي تركيز الاهتمام على الدخل المتوقع من النشاط الذي يستخدمه في تمويله لا على النشاط ذاته².

فإن كان هناك احتمال كبير من توليد دخل من النشاط يكفي لخدمة الدين حينئذ ينبغي الموافقة على القرض وهذا ما يسمى بنظرية الدخل المتوقع.

- إذن فهذه النظرية تركز على دراسة البنك لمدى حدية العملية المطلوب تمويلها ومقدار الدخل المتوقع منها بصرف النظر عن كون القرض لمدة قصيرة أو طويلة ومنها فليس هناك أي سبب يجعل منح القروض مقتصرًا على القروض التجارية لذلك يمكن للبنوك أن تمنح قروض استثمارية استهلاكية عقارية وغيرها.

¹ شيحة النقود والمصاريف والإئتمان ، مرجع سابق، ص 132.

² منير إبراهيم هندي : إدارة البنوك التجارية ، مدخل إتخاذ القرارات المكتب العربي الحديث الطبعة 03-2000 ص 17.

3- نظرية إدارة الخصوم

تدعي نظرية إدارة الخصوم Theory Liability Mangement وهي أحداث النظرية التي سنتطرق إليها وتختلف عن النظريات الثلاثة الأولى في أن هذه الأخيرة ركزت اهتمامها على جانب الأصول أو العمليات وهي تتعلق بإدارة السيولة في البنك التجاري.

تقتضي هذه النظرية بان السيول لا تتوقف فقط على فترة استحقاق القروض أو على ما يمتلكه البنك من أوراق مالية سهلة التحويل إلى نقدية كما رأينا في نظرية إمكانية التبدل بل تعتمد أيضا على إمكانية البنك للحصول على مواد مالية من مصادر خارجية مثل إصدار السندات كأساس هذه النظرية هو كون مفردات الخصوم كالودائع ورأس المال والاحتياطات والأرباح المحتجزة والقروض التي يتحصل عليها البنك تمثل في الواقع مصادر الأموال التي يستخدمها البنك في تمويل إستثمارها أي في تمويل الأصول (لما فيها القروض الممنوحة) وتهدف إدارة الخصوم إلى تحقيق زيادة في موارد البنك تمكنه من الاستجابة إلى المزيد من طلبات الاقتراض.

المطلب الثاني : العوامل المؤثرة على نشاط البنوك التجارية

كانت إذن هذه أهم النظريات التي تفسر نشاط البنك التجاري وسلوكه في المحيط الاقتصادي بصفة عامة غير أن هذا السلوك أي اختيار طريقة معينة في توظيف موارد دون أخرى يختلف بطبيعة الحال من بنك لآخر تبعا لعوامل عديدة يمكن تصنيفها إلى ¹:

الفرع الأول: العوامل القانونية

وهي الأخذ بعين الاعتبار التشريعة الواردة في القوانين المدنية التجارية المصرفية... إلخ إن أن البيعة القانونية التي يعمل بها أي مصرف تحكم نوعية توظيفاتها فقد تتضمن هذه التشريعات نصوصا تحظر على المصارف التجارية منح أنواع معينة من القروض.

الفرع الثاني: العوامل الاقتصادية

فالنشاط المصرفي يتأثر بالبيئة الاقتصادية السائدة من حيث ديناميكية الأعوان الاقتصادية النمو الادخار الاستقرار الخيارات الاقتصادية المتبعة في السياسة العامة للبلاد.

الفرع الثالث: الاعتبارات السياسية النقدية والائتمانية

يتأثر البنك التجاري بالسياسة النقدية والائتمانية المرسومة من طرف السلطة من حيث تأثيرها على سعر الخصم مثلا أو إتباعها لطرق الرقابة الكمية والنوعية على الائتمان والتي تؤثر بدورها على حجم وأنواع الائتمان المقدم من طرف النظام المصرفي.

¹ صلاح الدين حسن السيسي، التسهيلات المصرفية للمؤسسات والأفراد دار الوسام للطباعة والنشر 1998، ص. 32.

الفرع الرابع: اعتبارات السياسة المصرفية السليمة

هي تلك التي ترجع للأعراف و العادات المصرفية السليمة، و يندرج تحت هذه الاعتبارات:

- اعتبارات تتعلق بالحذر والمحيطه في رسم السياسات الداخلية التجاري سواء بالمصرف من حيث إتباعه لسياسة تمويلية محافظة أو توسعية ومدى الدقة والالتزام بقواعد جامدة، والأسلوب الذي تتبعه إدارة البنك لدى دراسة تمويل المشاريع المختلفة.

- اعتبارات التوفيق بين عوامل الربحية والسيولة لمقابلة التزامات المصرف تجاه المودعين من ناحية مع تحقيق أقصى ربحية ممكنة من تشغيل أمواله من ناحية أخرى وهو ما يعبر عنه بالتوفيق بين اعتبارات السيولة الربحية الأمان.

خلاصة الفصل:

- من خلال دراستنا لهذا الفصل نستخلص أن الجهاز المصرفي يمثل العمود الفقري للاقتصاد وما يمكننا قوله والإشارة إليه أن للبنوك دورا هاما وأساسيا في العمليات المصرفية، بحيث يعرف بصفة أدق بأنه يقبل الأموال ويقترضها ويستفيد من ذلك وانه يقدم للمتعاملين تقنيات وطرق مختلفة سواء قصيرة الأجل أو المتوسطة كما أن البنك المركزي يقوم بدور أساسي في الحفاظ على توازن الجهاز المصرفي وتأمين إستراتيجيته ويسهر على مراقبته ومتابعة نشاطه بالإضافة إلى الدور التي تقوم به البنوك التجارية حيث أنها تمثل التجارة الخارجية بطرق ووسائل مختلفة وتعتبر كذلك مؤسسات ائتمانية تسعى إلى تحقيق الربحية من خلال الأموال التي يقدمها لها مختلف الأعوان الاقتصاديين في البلاد ويعتمد البنك التجاري على مصادر تغذية مباشرة نشاطه سواء تعلق بموارده الذاتية أو الأموال الخاصة من رأس مال مدفوع واحتياطات وموارد خارجية تتمثل في موارد الزبائن وموارد إعادة التمويل وإعادة الخضم ومن جهة أخرى فانه على البنك التجاري أن يعمل جاهدا من اجل توظيف هذه الموارد توظيفا رشيدا من خلال استخداماته المختلفة والتي تأخذ شكل قروض مصرفية أو اكتتاب في سندات الخزينة العامة أو شراء عملات أجنبية وفي كل مرة يجب على البنك التجاري أن يأخذ بعين الاعتبار الاحتياطات اللازمة لضمان استرداد أمواله وعدم ضياعها محافظة منه على سلامة مركزه المالي.

الفصل الثاني

مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة
والمتوسطة

تمهيد الفصل:

يشهد قطاع مؤسسات الصغيرة والمتوسطة اهتمام كبير سواء على مستوى الحكومات أو على مستوى الباحثين، نظرا لما حققه من إسهامات مهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فالمؤسسات تساهم سواء على المستوى الاقتصادي في الناتج المحلي أو على مستوى الاجتماعي، وذلك بقدرتها على خلق مناصب شغل والتقليل من مستوى البطالة.

سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على الأهمية الإستراتيجية لمنظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية على المستوى الوطني، وإبراز المفاهيم النظرية المتعلقة بها من خلال تحديد مفهومها وخصائصها ومزاياها، ومختلف مشاكل التمويل وكذلك مصادر التمويل المتاحة لها، إضافة إلى تحديد مختلف العوائق التي تعاني منها وتعرض نموها وتطورها، وهو ما سيساعد إعطاء بعض الحلول وسبل تأهيلها في ظل الأوضاع الراهنة.

سيتم التعرض إلى ما سبق ذكره من خلال المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول: الإطار النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهميتها وأهدافها وآلياتها

المبحث الثالث: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مشاكلها وتحدياتها

المبحث الأول: الإطار النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تختلف الآراء حول تحديد مفهوم دقيق للمؤسسات الصغيرة، من دولة إلى أخرى باختلاف إمكانياتها وكذا ظروفها الاقتصادية والاجتماعية ودرجة النمو الاقتصادي التي بلغتها، ولهذا لم يحصل اتفاق بين الدول على تعريف شامل لهذه المؤسسات، وهو ما سنتعرض إليه من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: تطور ومفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفرع الأول: مراحل تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر¹

عرف الإطار القانوني للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مراحل أساسية منذ الاستقلال ويمكن تلخيصها فيما يلي :

أولا - مرحلة تهميش القطاع الخاص 1962 - 1982

لقد كانت حوالي 98 % من منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ممولة للمستوطنين الفرنسيين قبل الاستقلال وكانت تلك التي تعود إلى الجزائريين محدودة على المستوى العددي وعلى المستوى الاقتصادي من حيث مساهمتها في العمالة والقيمة المضافة، وبعد الاستقلال مباشرة ونتيجة للهجرة الجماعية للفرنسيين أصبحت معظم تلك المؤسسات متوقفة عن الحركة الاقتصادية الأمر الذي جعل الدولة تصدر الأمر رقم 20/62 الصادر في تاريخ 21 سبتمبر 1962 المتعلق بتسيير وحماية الأملاك الشاغرة والمرسوم رقم 02/62 الصادر في تاريخ 22 أكتوبر 1962 المتعلق بلجان التسيير في المؤسسات الزراعية الشاغرة والمرسوم رقم 38/62 الصادر بتاريخ 22 نوفمبر 1962 المتعلق بلجان التسيير في المؤسسات الصناعية الشاغرة.

وفي ظل تبني الخيار الاشتراكي وإعطاء القطاع العام الدور الأساسي على حساب القطاع الخاص واعتماد سياسات الصناعات المصنعة وما يرتبط بها من مؤسسات كبرى مرافقة في القطاعات الاقتصادية، فقد شهدت هذه المرحلة ضعفا كبيرا لمنظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التابعة للقطاع العام ومحدودية المؤسسات المملوكة للقطاع الخاص، وقد أصبحت ثغرات عدم تطورها واضحة من خلال هذه الفترة التي شهدت محاولات تطبيق السياسات الاشتراكية في الجزائر.

حيث بقي القطاع الخاص طيلة هذه الفترة مراقبا بصرامة خاصة بجمالية تحد من أي تمويل ذاتي وقوانين عمل قاسية تحرم المؤسسات الخاصة من التجارة الخارجية.

¹ الموقع : المركز الديمقراطي العربي . /https://democraticac.de

ثانيا- وضع إطار تشريعي وتنظيمي للاستثمار الوطني الخاص 1982-1988

تتجسد هذه المرحلة في صدور القانون رقم 11-82 المؤرخ في 21 أوت 1982 القانون المتعلق بالاستثمار الاقتصادي الخاص الوطني، والذي يهدف إلى تحديد الأدوار المنوطة بالاستثمارات الاقتصادية للقطاع الخاص الوطني وكذا إطار ممارسة النشاطات الناجمة عنها ومجالها وشروطها.

حيث أنه في المادة 11 من هذا القانون يهدف إلى المساهمة في توسيع القدرات الإنتاجية الوطنية وفي إنشاء مناصب للعمل وتعبئة الادخار وتحقيق التكامل مع القطاع الاشتراكي من خلال المساهمة في أنشطة المرحلة الأخيرة من التحويل الصناعي والمقاولة من الباطن والمشاركة في تحقيق سياسة التنمية الجوية المتوازنة، غير أن القيود التي ظلت تحكم سير ونمو القطاع الخاص كتحديد سقف الاستثمار الخاص وتحديد مجال تدخله ظلت مانعا قويا يحول دون تحقيق مستويات نمو عالية أو على الأقل متوسطة، وفي عام 1983 تم إنشاء ديوان للتوجيه (OSCIP) لمتابعة الاستثمار الخاص وكان تحت وصاية التخطيط والتهيئة العمرانية في نفس الوقت وكان من مهامه الأساسية: توجيه الاستثمار الخاص الوطني نحو نشاطات مناطق يمكنها الاستجابة لاحتياجات التنمية وتأمين تكاملها مع القطاع العمومي وتأمين تكامل أحسن للاستثمار الخاص في سيورة التخطيط.

ثالثا- الإصلاحات الاقتصادية 1988-2000

شهدت الجزائر بدءا من سنة 1988 تحولا جذريا نتيجة لانخفاض أسعار البترول سنة 1986 في ظل اعتماد الاقتصاد الجزائري بنسبة كبيرة على قطاع المحروقات ومع تفاقم الأزمة تبنت الجزائر خيار اقتصاد السوق كبديل عن النهج الاشتراكي المتبع وقد أصدرت جملة من القوانين أهمها:

- قانون النقد والقرض (القانون رقم 10-90 المؤرخ في تاريخ 14 أبريل 1990: جاء هذا القانون لإرساء مبدأ توحيد العملة بين المؤسسات الخاصة والعامّة، بالنسبة لإمكانيات الحصول على الائتمان وإعادة التمويل من البنك المركزي وأسعار الفائدة بينما أصبحت الأوراق المالية بين القطاعين تخضع لنفس معايير الأهلية، وقد تمخض هذا القانون عن جملة من التغيرات التي ما فتئت تحصل على المستوى الدولي والوطني.

- القانون رقم 19-90 المؤرخ في تاريخ 19 فيفري 1991 المتضمن تحرير التجارة الخارجية: الذي يضمن حرية التجارة الخارجية ويخضع القطاعين (العام و الخاص) لنفس معايير و شروط التصدير و الاستيراد هذا ولقد دعم مشروع الإصلاح الاقتصادي بقانون آخر خاص بالاستثمارات صودق عليه طبقا للمرسوم التشريعي رقم 12-93 المؤرخ بتاريخ 13 أكتوبر 1993 هو قانون الاستثمارات الجديد.

- قانون الاستثمار 1993 المرسوم التشريعي رقم 12-93 المؤرخ بتاريخ 5 أكتوبر 1993: يعتبر هذا القانون البنية الأساسية في مجال الاستثمار الوطني الخاص والأجنبي في الجزائر بفتح آفاقا واسعة ومنحه امتيازات مالية وجبائية

وتقديمه التسهيلات والحوافز والضمانات الضرورية في كل القطاعات خاصة تلك التي تعمل ضمنها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع إمكانية الحصول على التمويلات اللازمة من طرف البنوك، وعلى إثره تم تأسيس وكالة وطنية تهدف إلى تسهيل عمليات الاستثمار حيث تم تجميع كل المصالح في شبك واحد سمي بوكالة ترقية الاستثمارات.

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقانون المنافسة (المادة 37 من الدستور 1996): تكريسا لمبدأ حرية الصناعة والتجارة الذي نصت عليه المادة 37 من الدستور الجزائري 1996 والذي فسح المجال أمام الخواص لممارسة النشاط الاقتصادي حيث نتج عنه التسابق والتزاحم من أجل الانتصار على المنافسين، أدى ذلك إلى احتكار السوق وامتصاص مجمل الطلب على السلع والخدمات، لكن رغم كل هذه التحفيزات فقد كانت حصيلة الاستثمار في معظمها نواياها لم يتم تجسيدها فعليا نظرا للمشاكل التي يتلقاها المستثمر من صعوبات مالية، عقارية، إدارية، بيروقراطية... فقد قدرت التعهدات بالاستثمار المتراكمة منذ سنة 1993 إلى 2000 ب 42 مليار دولار لأكثر من 43.000 مشروع، هذا فقد عرف القطاع الخاص بعض التوسع في معظم المجالات خارج المحروقات في تلك الفترة

رابعا- تشجيع الاستثمار الخاص وتطويره بعد 2001

- القانون الخاص بتطوير الاستثمار رقم 01-03 الصادر في 20 أوت 2001: وهو الأمر الذي جاء ليعدل ويتمم قانون 12-93 وهو القانون المتعلق بتطوير الاستثمار مناخه وآلية عمله، وهذا بغرض الوصول إلى استحداث نشاطات جديدة وتوسيع القدرات الإنتاجية أو إعادة هيكلة رأس المال للمؤسسات العمومية والمساهمة فيه، كما شمل المفهوم الجديد التخصص الكلي والجزئية والاستثمارات المدرجة في منح الامتيازات أو الرخصة في هذا القانون، وشمل القانون على المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب وإلغاء التمييز ما بين القطاع العام والخاص، وإنشاء شبك موحد لا مركزي على شكل وكالة وطنية لتطوير الاستثمارات (ANDI) تضم كل الهيئات ذات العلاقة بالاستثمار، وإصدار التراخيص وفتح لهم فروع عبر كامل ولايات الوطن وتنوي فتح فروع أخرى في الخارج بحيث أنها تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي بالإضافة لإنشاء المجلس الوطني للاستثمار وهو تحت سلطة رئيس الحكومة يكلف بإعداد إستراتيجية تطوير الاستثمار و يقترح تدابير تحفيزية للاستثمار ومسايرة التطورات الملحوظة.

- القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة القانون رقم 01-18 الصادر في 12 ديسمبر سنة 2001: وهو القانون الذي يعطي الشرعية للإستراتيجية المتخذة لصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث حددت أحكامه المفهوم الدقيق للمؤسسات وعلى أساسه يتم دعم هذه المؤسسات وترقيتها من قبل مختلف السلطات العمومية عن طريق اتخاذ عدة تدابير أهمها تحسين نوعية المعلومات الصناعية التجارية الاقتصادية والمهنية المتعلقة بالقطاع، تسهيل الوصول إليها وتشجيع بروز مؤسسات جديدة والحث على تنافسيتها والمساعدة على تحسين آرائها بتوفير المناخ الاستثماري الملائم ومساعدة المؤسسات بتكوين الموارد البشرية الملائمة، وتشجيع روح المقابولة والإبداع فيها ولتحقيق

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

هذا تم إبرام بروتوكول تعاون بين وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي بغرض ربط المؤسسة بالبحث العلمي بتسهيل حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الخدمات المالية اللازمة لاحتياجاتها عن طريق تحسين أداء البنوك في معالجة ملفات تمويلها، وتسويق و تصدير السلع والخدمات التي تنتجها المؤسسات بترقية نوعية منتجاتها لتحسين معايير الإنتاج الدولية.

الفرع الثاني: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولاً - صعوبة تحديد تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من أهم الصعوبات التي واجهت الباحثين عند تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نجد¹:

- تفاوت درجة التقدم، فإن العالم مقسم إلى قسمين الأول يضم البلدان الصناعية المتقدمة، أما الثاني فيضم البلدان النامية، وهذا التقسيم يظهر لنا الاختلاف في نوع التكنولوجيا المستعملة، فالمؤسسات الصغيرة في أي بلد مصنع جد متقدم كالولايات المتحدة الأمريكية، تعتبر كبيرة في أي بلد نامي كالسنگال، والمؤسسة الصغيرة في اليابان تعتبر متوسطة أو كبيرة في الجزائر، ومن ثمة لا يمكن إعطاء تعريف موحد يتناسب مع كل الدول؛

- كما يعد الاختلاف الكبير في طبيعة النظرة التي يتبناها كل طرف (حكومات، هيئات، جهات معنية...) في تحديد دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سبل ترفيتها من جهة واختلاف الأوضاع والظروف والمستويات بين بلدان العالم في شتى الميادين من جهة أخرى، هنالك عوامل مؤدية إلى وجود تباين في تحديد مفهوم موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تختلف هذه العوامل بين عوامل اقتصادية، عوامل التقنية وعوامل سياسية.

1- العوامل الاقتصادية

يعود التعدد الكبير في معايير التصنيف إلى التفاوت الواضح في العوامل الاقتصادية التي تعد أكثر العوامل إعاقة في إيجاد تعريف شامل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بسبب اختلاف مجال ومكان النشاط الاقتصادي، التطور الاقتصادي و الاجتماعي، مستويات النمو، التكنولوجيا المستخدمة، المحيط الذي تعمل فيه أو ضمنه هذه المؤسسات².

2- العوامل التقنية

يتلخص العامل التقني في مستوى الاندماج بين المؤسسات، فحيثما تكون هذه الأخيرة أكثر اندماجا يؤدي هذا إلى توجه عملية الإنتاج وتمرکزها في مصنع واحد، وبالتالي يتجه حجم المؤسسة إلى الكبير، بينما عندما تكون العملية الإنتاجية مجزأة وموزعة إلى عدد كبير من المؤسسات، يؤدي ذلك إلى ظهور عدة مؤسسات صغيرة ومتوسطة

¹ عثمان خلف، دور ومكانة الصناعة الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر، 1995، ص3.

² ليلي لولاشي، التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مساهمة القرض الشعبي الجزائري CPA - وكالة بسكرة-، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2005/2004، ص45.

3- العوامل السياسية

تتمثل في مدى اهتمام الدولة ومؤسساتها بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومحاولة تقديم مختلف المساعدات له، وتذليل الصعوبات التي تعترض طريقه من أجل توجيهه وترقيته ودعمه، وعلى ضوء العامل السياسي يمكن تحديد التعريف وتبيان حدوده والتمييز بين المؤسسات حسب رؤية واضعي السياسات والاستراتيجيات التنموية والمهتمين بشؤون هذا القطاع¹.

ثانيا - معايير تحديد تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أدت محاولة وضع تعريف دقيق وشامل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جميع الدول (على اختلاف درجة نموها) إلى اصطدام الباحثين والمهتمين بالقطاع، بصعوبات تكمن أساسا في اختلاف النشاط الاقتصادي ودرجة نموه داخل الدولة الواحدة أو حتى بين الدول، وهذا ما لم يمكنهم من تحديد الفروقات الجوهرية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من جهة، والمؤسسات الكبرى من جهة أخرى، ومع هذا فقد كانت للباحثين عدة محاولات لإعطاء تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، معتمدين في ذلك على معايير كمية وأخرى نوعية والتي تحدد حجم المؤسسة والخصائص التي تتميز بها.

1- المعايير الكمية: أهم المعايير المستعملة لتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نجد:

1-1- معيار عدد العمال: يعتبر معيار عدد العمال أحد المعايير الكمية للترقية بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهو من أكثر المعايير شيوعا في الاستخدام نظرا لسهولة قياسه، ولهذا المعيار ميزة المقارنة الدقيقة بين المؤسسات وتوافر البيانات المتعلقة به وسهولة الحصول عليها، حيث أنها تنطوي على حساسية أو سرية، لأنها مطلوبة لأغراض إدارية مختلفة، ولكن على الرغم من ذلك لا يوجد اتفاق عام حول عدد العاملين، وقد تعرض هذا المعيار إلى العديد من الانتقادات، أهمها أن عدد العمال ليس الركيزة الوحيدة في العملية الإنتاجية، إذ أن هناك متغيرات اقتصادية ذات أثر كبير على حجم المؤسسة².

1-2- معيار رأس المال: يعتبر رأس المال المستخدم بالمؤسسة أحد المعايير الكمية للتمييز بين الصناعات الكبيرة والصغيرة، ويقصد بهذا المعيار الصناعات الكبيرة التي تتميز بانخفاض حجم رأس المال المستثمر بها، والذي يختلف من دولة إلى أخرى، وهنا تبرز مشكلة تحديد رأس المال، هل رأس المال المستثمر من ثابت وعامل أو رأس مال ثابت،

¹ رابح حوي، ترقية آليات وصيغ تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2003/2002 ص 08.

² فتحي السيد عبده أبو سيد احمد، الصناعات الصغيرة و دورها في التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2005 ص 48.

ويفضل البعض رأس المال الثابت حيث أنه يعكس حجم الطاقة الإنتاجية ويستبعد ويؤخذ على هذا المعيار أنه لا يصلح بمفرده لتعريف البعض قيمة الأراضي من أرس المال الثابت¹.

1-3- معيار رقم الأعمال: يعتبر معيار رقم الأعمال من المعايير المهمة لمعرفة قيمة وأهمية المؤسسات و تصنيفها من حيث الحجم، ويستخدم لقياس مستوى نشاط المؤسسة، غير أن هذا المعيار فيه بعض النقائص، ولا يعبر بصورة صادقة عن حسن أداء المؤسسة، نظرا لأنه في حالة تواصل الارتفاع المتواصل لأسعار السلع المباعة فإن ذلك سيؤدي إلى ارتفاع رقم أعمالها، ويسود الاعتقاد بأن ذلك نتيجة تطور أدائها، لكن في الواقع هو ناتج عن ارتفاع أسعار السلع المباعة².

1-4- معيار درجة الانتشار: يعتمد هذا المعيار على مدى درجة انتشار الأنشطة في جميع أنحاء القطر أو تركيزها في منطقة معينة، لأن صغر حجم المؤسسة بالإضافة إلى محدودية النشاط والعمالة يساعد على ممارسة هذا النشاط في أي مكان، ولهذا فإن تحديد حجم المؤسسة يتوقف بدرجة كبيرة على درجة الانتشار³.

1-5- معيار الطاقة الإنتاجية: يعتبر معيار الطاقة الإنتاجية من المعايير الكمية وهذا يكون فعالا في المؤسسات التي تكون فيها طبيعة المنتج موحدة، وتقدر الطاقة الإنتاجية بأقصى عدد الوحدات الممكنة إنتاجها وعدد الوحدات المنتجة فعلا.

2- المعايير النوعية: يمكن إجمال أهم المعايير النوعية المستعملة في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في⁴:

2-1- المعيار القانوني (الملكية): يعرف الشكل القانوني للمؤسسة الصغيرة والمتوسطة بأنه الهوية الرسمية التي تمنحها الدولة عند تكوينها والتي تحدد حقوق وواجبات المؤسسة، وتنظم العلاقات مع كافة الأطراف التي تتعامل معه وبالتالي تحكم سير نشاطه، وغالبا ما تقود ملكية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى القطاع الخاص، ومنظمتها عبارة عن مؤسسات فردية أو عائلية، يلعب فيها المالك دور متخذ القرار.

2-2- معيار الاستقلالية (المسؤولية): وفي هذا الإطار على صاحب المؤسسة أن يقوم بتحديد المخاطر المتعلقة بالذمة المالية ويجب التعامل بخبرة مع الصفقات التي قد تكون غير مكتسبة، لأن المخاطر المتعلقة بها قد تفوق الأرباح المتوقعة منها.

¹ مادي محمد ابراهيم، آيت عكاش سمير، دور المشاريع الصغيرة في الاقتصاد الوطني، وإشكالات التمويل التي تواجهها في ظل محاولات التجديد والتوسع والإبداع، مداخلة ضمن الندوة الدولية حول المقاول والإبداع في الدول النامية، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، ص 288.

² عبادي فاطمة الزهراء، مقومات تحقيق الأداء المتميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة الجزائر - ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ، تخصص إدارة الأعمال، جامعة سعد دحلب البلدة، 2007، ص 5.

³ عبادي فاطمة الزهراء، مرجع سابق الذكر، ص 6.

⁴ حكيم بوحرب، دور السوق المالي في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص نفود مالية وبنوك، جامعة سعد دحلب البلدة، الجزائر، 2008، ص 76.

2-3 - معيار حصتها في السوق: إن الحصة السوقية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تكون محدودة وذلك للأسباب التالية:

- صغر حجم المؤسسة، وحجم الإنتاج؛
- ضآلة أرس المال، محلية النشاط؛
- ضيق الأسواق التي توجه إليها منتجات هذه المؤسسات؛
- المنافسة الشديدة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتمائل في الإمكانيات والظروف.

نتيجة للأسباب السابقة، فإن هذا يحد من قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على السيطرة على الأسواق أو أن تفرض أي نوع من أنواع الاحتكار على عكس المؤسسات الكبرى، التي يسمح لها أرس مالها وكبر حجم إنتاجها وحصتها السوقية وامتداد اتصالها وتشابك صلاتها من السيطرة على الأسواق واحتكارها¹.

2-4 - معيار إدارة التنظيم: يستند هذا المعيار إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لها ما يميزها عن المؤسسات الكبيرة الحجم من حيث مستوى تنظيم المؤسسة وإدارتها، فمن حيث التنظيم الداخلي للمؤسسة، فإنه غالباً ما ينقصه الأصول العلمية لتنظيم عملياتها أو أنه يتم بطريقة مبسطة، ومن حيث الإدارة فإن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عادة ما تدار بواسطة صاحب المؤسسة والذي لا ينطبق عليه صفة المتخصص².

بعد عرض أهم المعايير الكمية التي يتم بموجبها التفرقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة، وذلك مع الإشارة إلى أهم أوجه القصور التي تشوب كل معيار في حالة استعماله بمفرده، نجد أنه لا يوجد معيار أمثل يمكن أن يطبق في كل الدول نظراً لاختلاف ظروف كل دولة عن الأخرى، لذا ينبغي تكملة هذه المعايير بمعايير نوعية أخرى بطريقة غير معقدة ولا مكلفة، يتم اختيارها بطريقة تساعد في التعريف على المجموعات المستهدفة بشكل ملائم، بغرض وضع الآليات الموجهة لدعم هذا القطاع.

ثالثاً - تعاريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعددت تعاريف المؤسسة باختلاف مواقع تواجدها في البلدان سواء عند البلدان المتقدمة أو المتخلفة منها:

1- عند الدول المتقدمة

1-1- الولايات المتحدة الأمريكية³: لقد تم اعتماد تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الولايات المتحدة الأمريكية من طرف البنك الفدرالي سنة 1953 والذي يعتبر المؤسسة الصغيرة والمتوسطة هي المؤسسة المستقلة في الملكية والإدارة وتستحوذ على نصيب معين من السوق.

¹ ليلي لولاشي ، مرجع سابق الذكر، ص 50 .

² حكيم بوحرب ، مرجع سابق الذكر، ص 78 .

³ عبد الرحمن يسري، الصناعات الصغيرة في البلدان النامية -المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب - البنك الإسلامي للتنمية - ، سلسلة بحوث العلماء الزائرين، ط 1، 1995، ص 1

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعرف حسب عدد العمال كما يلي:

- من 01 إلى 250 عامل مؤسسة صغيرة؛

- من 251 إلى 500 عامل مؤسسة متوسطة؛

- أكثر من 501 عامل مؤسسة كبيرة.

لكن هذا التعريف واجه مسألة حجم المؤسسة من خلال الموافقة بين القيود الرقمية والسمات النوعية لكل صناعة، ففي بعض الصناعات تعتبر المؤسسة صغيرة على الرغم من أن عدد عمالها يتجاوز 1000 عامل في حين أننا نلاحظ أنه في بعض الصناعات الأخرى لا يتجاوز عدد العمال بما 250 عامل لتعتبر مؤسسة صغيرة، وعليه فإن المؤسسة الصغيرة ليس من الضروري أن تكون صغيرة بالمعنى المطلق، بالنسبة للمؤسسات أخرى في نفس مجال النشاط وتأسيسا على ذلك، فما يعتبر طبقا لأحكام هذا التعريف، مؤسسة صغيرة، قد يكون في واقعه مؤسسة متوسطة أو كبيرة.

1-2- تعريف الإتحاد الأوروبي¹: قام الإتحاد الأوروبي بوضع تعريف جديد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك بموجب الأمر 2003/361/EC والذي دخل حيز التنفيذ في 1 جانفي 2005، بحيث عرف المؤسسات المتوسطة بأنها المؤسسات التي تشغل أقل من 250 عامل، ورقم أعمالها أقل من 50 مليون أورو، أو ميزانيتها السنوية لا تتعدى 43 مليون أورو.

- المؤسسات الصغيرة: هي المؤسسات التي تشغل أقل من 50 عامل، ورقم أعمالها السنوي أو ميزانيتها السنوية لا تتعدى 10 ملايين أورو.

- المؤسسات المصغرة هي المؤسسات التي تشغل أقل من 10 عمال ورقم أعمالها السنوي أو ميزانيتها السنوية لا تتعدى 2 مليون أورو.

تجدر الإشارة أن الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي هي حرة في تطبيق أو عدم تطبيق هذا التعريف، غير أن كلا من اللجنة الأوروبية، البنك الدولي للاستثمار والصندوق الأوروبي للاستثمار يدعون إلى تطبيقه.

1-3- عند اليابان: تعرف تلك المؤسسات على أنها الوحدات التي يعمل بها أقل من 200 عامل، أما في الوحدات التي يعمل بها أقل من 20 عامل فأقل فتعرف على أنها المؤسسات المصغرة فيختلف التعريف في اليابان حسب نوعية الصناعة:

- قطاع المؤسسات المنجمية والتحويلية وباقي فروع النشاط الاقتصادي، أرس المال المستثمر أقل من مئة مليون ين ياباني، عدد العمال 300 عامل أو أقل.

¹ la nouvelle définition des PME ; guide de l'utilisateur et modèle de déclaration ; 2006 ; date de consultation 2/2/2010. p14.en ligne http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_fr.pdf

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- قطاع التجارة بالجملة ، أرس المال المستثمر اقل من ثلاثين مليون ين ياباني، عدد العمال 100 عامل أو اقل.
- قطاع مؤسسات التجارة بالتجزئة والخدمات، اقل من عشرة مليون ين ياباني ،عدد العمال 50 عامل أو أقل.

2- عند الدول النامية

2-1- السودان: تعرف الصناعات الصغيرة في السودان بأنها المنشآت الصناعية التي يعمل بها عاملا ولا يتعدى رأسمال المستثمر فيها عن 76 ألف دولار متضمنا المباني والأراضي¹.

2-2- دولة الإمارات العربية: يستند التعريف في الإمارات أيضا على المعيار البشري وتعد مؤسسة صغيرة انطلاقا من ذلك كل المؤسسات التي تشمل على 50 عاملا أو اقل².

2-3- تعريف الجزائر للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- المؤسسات المتوسطة هي كل مؤسسة تشغل ما بين 50 إلى 250 شخص، رقم أعمالها ما بين 200 مليون و 2 مليار دينار جزائري أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة (100) وخمسمائة (500) مليون دينار.

- المؤسسات الصغيرة هي كل مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخص، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مائتي (200) مليون دينار، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائة (100) مليون دينار.

- المؤسسات المصغرة هي كل مؤسسة تشغل من عامل (01) إلى تسعة (09) عمال، وتحقق رقم أعمال أقل من (20) مليون دينار، أو يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية عشرة (10) ملايين دينار.

يمكن تلخيص هذه التعاريف في الجدول التالي:

جدول رقم 02 : توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب التعريف القانوني

المؤسسة	المستخدمون	رقم الأعمال	الميزانية السنوية
مصغرة	من 01 إلى 09	أقل من 20 مليون دينار	أقل من 10 مليون دينار
صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 200 مليون دينار	أقل من 100 مليون دينار
متوسطة	من 50 إلى 250	من 200 مليون إلى 2 مليار	من 100 إلى 500 مليون دينار

المصدر: القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية، العدد 2001، 77، ص 06.

تعريف المؤسسات من خلال الجدول نستخلص أن الصغيرة والمتوسطة، يرتكز على ثلاثة مقاييس المستخدمين، رقم أعمال، الحصيلة السنوية.

¹ سحنون سمير، بنونة شبيب " المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ومشاكل تمويلها في الجزائر" الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة الشلف، يومي 18-17 أبريل 2006 ص 22 .

² فؤاد نجيب الشيخ، ممارسات التخطيط في منشأة الأعمال الصغيرة في الإمارات العربية المتحدة، المجلة العربية للعلوم، المجلد السابع، العدد الأول، 2000 ، ص 117.

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الثاني: وظائف وتصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفرع الأول: وظائف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- الوظيفة التقنية التي تتمثل في الإنتاج والتصنيع والتحويل؛

- وظيفة البحث والتنمية؛

- وظيفة التمويل وتشمل المحاسبة والتحليلية وإحصاء والموازنة التقديرية؛

- وظيفة تسيير الجودة في المؤسسات التي تمتاز بالمنتجات التنافسية؛

- وظيفة الموارد البشرية كالتكوين والتدريب؛

- العلاقة مع الهيئات الحكومية بواسطة القوانين والتنظيمات؛

- وظيفة مراقبة التسيير؛

- وظيفة الأمن؛

- وظيفة التخصص الاستراتيجي والتسيير بالأهداف؛

- وظيفة التسويق ودراسة السوق وسلوك المستهلك¹.

الفرع الثاني: تصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولا : تصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وفقا للعديد من الأسس

حسب هذا التصنيف تأخذ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أشكال المؤسسات العائلية (المنزلية) المؤسسات التقليدية، المؤسسات المتطورة وشبه المتطورة.

1- المؤسسات العائلية

مثل هذه المؤسسات عادة ما يكون مقر إقامتها المنزل، وتستخدم الأيدي العاملة العائلية، ويتم إنشاؤها بمساهمة أفراد العائلة، وتنتج في الغالب منتجات تقليدية بكميات محدودة، وهذا في حالة بعض البلدان مثل اليابان وسويسرا أو تنتج أجزاء من السلع لفائدة مصنع موجود في نفس المنطقة في إطار ما يعرف بالمقاول الباطنية².

2- المؤسسات التقليدية

يشبه هذا الصنف من المؤسسات النوع السابق حيث أنها تعتمد على اليد العاملة العائلية، وتنتج منتجات تقليدية أو قطعاً لفائدة مصنع معين ترتبط معه في شكل تعاقدية، كما يمكن لهذه المؤسسات الاعتماد على العمل

¹ دادي عدون ناصر، المؤسسة الاقتصادية، دار المحمدية العامة، الجزائر.

² ليلى لولاشي، مرجع سابق، ص 54.

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الأجبر وهو ما يميزها عن النوع الأول، إضافة إلى أن مكان إقامتها هو محل مستقل عن المنزل، حيث تتخذ ورشة صغيرة مع بقاء اعتمادها على الأدوات اليدوية البسيطة في تنفيذ عملها.

3- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتطورة وشبه المتطورة

تتميز هذه المؤسسات عن غيرها من النوعين السابقين في اتجاهها إلى الأخذ بفنون الإنتاج الحديثة، من ناحية التوسع في استخدام رأس المال الثابت، أو من ناحية تنظيم العمل، أو من ناحية المنتوجات التي يتم صنعها بطريقة منتظمة، وطبقا لمقاييس صناعية حديثة، وتختلف بطبيعة الحال درجة تطبيق مقاييس صناعية حديثة بين كل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وشبه المتطورة¹.

ثانيا: تصنيف المؤسسات حسب المعايير القانونية

تصنف المؤسسات حسب الشكل القانوني كما يلي²:

- **المؤسسات الخاصة:** وهي تلك المؤسسات التي تعود ملكية الأموال فيها لفرد، أو لمجموعة من الأشخاص، كشركات الأشخاص والشركات ذات المسؤولية المحدودة، وشركات المساهمة؛
- **المؤسسات العامة:** وهي التي تعود ملكيتها للدولة كالشركات الوطنية والمحلية؛
- **المؤسسات المختلطة:** وتأخذ مركز وسط بين المؤسسات السابقة حيث أن ملكيتها مشتركة بين القطاع العام المتمثل في الدولة من جهة والقطاع الخاص المتمثل في الأفراد من جهة أخرى.
- **المؤسسات التعاونيات:** وهي وحدات إنتاجية يشكلها الأفراد مع بعضهم البعض بغية خدمة أعضائها وخلق روح التعاون والتضامن بين أفرادها.

ثالثا: تصنيف على أساس طبيعة الإنتاج

يمكن أن تصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس طبيعة الإنتاج والذي نتج عنه تنوع في النشاط الاقتصادي³:

مؤسسات إنتاج السلع الاستهلاكية

تعتمد هذه المؤسسات في نشاطها على تصنيع:

- المنتجات الغذائية؛
- تحويل المنتجات الفلاحية؛

¹ عثمان خلف، مرجع سابق، ص 20 .

² منصور بن اعمارة، تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها في الاقتصاديات المغاربية، مداخلة ضمن الندوة الدولية للمؤسسات الصغيرة و دور البنوك في تمويلها، جامعة باجي مختار عناية، ص 5 .

³ زكي رياض، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ودورها في تنمية الاقتصاد الوطني، الملتقى الوطني: واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، يومي: 05 و06 ماي 2013، جامعة الوادي ص 6.

- منتجات الجلود والنسيج؛

- الورق ومنتجات الحليب ومشتقاته.

مؤسسات إنتاج السلع الوسيطة

تعتمد في نشاطها على تصنيع:

- تحويل المعادن؛

- الصناعات الكهربائية والميكانيكية؛

- الصناعات الكيماوية وصناعات البلاستيك؛

- صناعة مواد البناء؛

- المحاجر والمناجم.

مؤسسات إنتاج سلع التجهيز

إن أهم ما تتميز به صناعة سلع التجهيز على الصناعات السابقة، احتياجها إلى الآلات والتجهيزات التي تتمتع بتكنولوجيا عالية لإنتاج وكثافة رأس مال كبير، الأمر الذي لا قد يتماشى مع إمكانيات اغلب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مما يضيق عليها دائرة النشاط في هذا المجال والذي قد نحصره في بعض الأنشطة البسيطة، التي تدخل في النشاطات المنزلية ومعدات البناء ويكون هذا في البلدان المتقدمة، أم في الدول النامية فان نشاط هذه المؤسسات قد لايتعدى مجال الصيانة والإصلاح لبعض الآلات والتجهيزات كوسائل النقل وآلات الشحن أو الآلات الفلاحية والتجهيزات الكهربائية، وتجميع بعض الآلات الكهرومنزلية وأجهزة التلفاز مثلا .

المطلب الثالث: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بعدة صفات وخصائص تميزها عن المؤسسات الكبيرة ومن أهم هذه الصفات يمكن ذكر ما يلي:

1- سهولة التأسيس: تستمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عنصر السهولة في إنشائها من انخفاض مستلزمات رأس المال المطلوب لإنشائها نسبيا، حيث أنها تستند في الأساس إلى جذب و تفعيل مدخرات الأشخاص من اجل تحقيق منفعة أو فائدة تلي بواسطتها حاجات محلية في أنواع متعددة من النشاط الاقتصادي، وهذا ما يتناسب والبلدان النامية، نتيجة لنقص المدخرات فيها بسبب ضعف الدخل¹.

2- مرونة الإدارة: إن الإدارة في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتميز بقدر عال من المرونة وسرعة مواكبة التغيرات في العمل وظروفه والتكيف معها ويعود ذلك إلى الطابع الغير رسمي للتعامل بين الزبائن والعاملين وصاحب المؤسسة،

¹ ليلي لولاشي ، مرجع سابق الذكر ص 54 .

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

وتتميزها ببساطة الهيكل التنظيمي ومركزية اتخاذ القرارات وعدم وجود لوائح جامدة تعرقل هذه القرارات فالأمر كله متروك بصورة أساسية لصاحب المؤسسة وخبرته في تقدير المواقف ومعالجتها¹.

3- سهولة وبساطة التنظيم: وذلك من خلال التوزيع الاختصاصات بين أقسام المشروع، التحديد الدقيق للمسؤوليات، وتوضيح المهام، التوفيق بين المركزية لأغراض التخطيط والرقابة، وبين اللامركزية لأغراض سرعة التنفيذ².

4- انخفاض رؤوس الأموال: تمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالانخفاض النسبي لرؤوس الأموال وذلك سواء تعلق الأمر بفترة الإنشاء أو أثناء التشغيل، أي أننا نلاحظ انخفاض نسبة أرس المال بالنسبة للعمل وهذا لاعتمادها في أغلب الأحيان على اليد العاملة³.

5- الارتباط المباشر بالمستهلك: ترتبط الغالبية العظمى من المؤسسات الصغيرة ارتباطا مباشرا بالمستهلك، بمعنى أن المؤسسات الصغيرة تنتج سلعا أو خدمات استهلاكية مثل الورشات الصغيرة المنتشرة في الأرياف، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي حلقة ارتباط بين الجانبين الاقتصادي والاجتماعي، إذ يرتبط الجانب الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجانب الاقتصادي الهام، فالمشاريع الصغيرة غالبا ما تكون مرتبطة بالعائلة، وترتبط بين أفرادها فتوفر لهم فرص عمل وبذلك تساهم في تعبئة مدخرات العائلة بشكل قد لا يتحقق بطريقة أخرى.

6- المنهج الشخصي في التعامل مع العاملين: من المزايا الهامة التي تتمتع بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تجعلها تتفوق على المؤسسات الكبيرة هي العلاقات الشخصية القوية التي تربط صاحب العمل بالعاملين نظرا لقلّة العاملين وأسلوب وطريقة اختيارهم والتي تقوم على اعتبارات شخصية إلى درجة كبيرة، وأحيانا تكون درجة القرابة الأسرية بين العاملين وصاحب العمل، وصغر عددهم (العاملين) يساعد الإشراف المباشر عليهم من صاحب المؤسسة وتوجيه واتصالات مباشرة، وغالبا ما تكون العلاقات بين العاملين في المؤسسة وصاحب العمل علاقة غير رسمية لا تقيدتها قواعد الروتين واللوائح المعروفة في المؤسسات الكبيرة، فهذا يجعل التصرفات سريعة والقرارات فورية وتتلاءم وطبيعة المشكلة أو الموقف مما ينعكس إيجابيا على الكفاءة والفعالية، وتمتاز هذه المؤسسات بمشاركة العاملين صاحب المؤسسة مشاكله في العمل⁴.

1 رايح حوني، رقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2008، ص 42

2 عبد الرحمن بن عنتر، عبد الله بلوناس، مشكلات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأساليب تطوير قدرتها التنافسية، الدورة التدريبية حول تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، الاغواط الجزائر، 9-8 افريل، 2002، ص 4.

3 سيد علي بلحمدي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في ظل العولمة- دراسة حالة الجزائر-، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة سعد دحلب البلدة، سنة 2006، ص 34.

4 قويق نادية، إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية- حالة الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 22.

7- قدرة الإنشاء في مناطق جغرافية عديدة: بالنظر إلى حجمها الصغير يمكنها أن تدخل إلى مناطق جغرافية عديدة بعيدا عن المراكز الصناعية التقليدية، وذلك لتمييزها بإنتاج سلع محلية خاصة بتلك المناطق هذا ما يجعلها أكثر مرونة للتأقلم السريع¹.

1 توفيق عبد الرحيم يوسف، مرجع سابق الذكر، ص 27-28.

المبحث الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهميتها وأهدافها وآلياتها

المطلب الأول: أهمية وأهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

الفرع الأول: أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

ترجع أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى ما تلعبه من أدوار اقتصادية واجتماعية، أهمها مساهمتها في توفير مناصب الشغل وتحقيق التطور الاقتصادي وقدرتها على مقاومة الاضطرابات الاقتصادية وصمودها التنافسي وكذا دورها على الصعيد الاجتماعي، ونستعرض فيما يلي أكثر أهم هذه الأدوار¹:

1- توفير مناصب عمل: تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إتاحة فرص عمل كثيرة، وتمثل أهم الأسباب التي جعلت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكثر استقطابا لليد العاملة في أنها مؤسسات كثيفة العمالة، حيث تتميز بصغر رأس المال المتاح مما يجعلها تعتمد على استخدام فنون إنتاجية كثيفة العمل، هذا فضلا عن نقص الخبرة الإدارية والتنظيمية والمهارة الفنية لدى مستخدميها مما يجعلها تجذب زيادة الكثافة الرأسمالية، كما أنها تقبل توظيف الأشخاص الذين لم يتلقون التكوين والتدريب الذي يؤهلهم للعمل في المؤسسات الكبيرة.

2- دعم المؤسسات الكبيرة: تقوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدور فعال في دعم الكفاءة الإنتاجية للمؤسسات الكبيرة، حيث تزودها بالعمالة الماهرة التي اكتسبت الخبرة في المؤسسات الصغيرة لتنتقل إلى المؤسسات الكبيرة باعتبارها تقدم أجورا أعلى ومزايا اجتماعية أفضل. بالمقابل تحقق المؤسسات الكبيرة انخفاضا في تكاليف الإنتاج من خلال التعاقد مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإنتاج جزء من المنتج النهائي، خاصة إذا كانت هذه الأخيرة تتم بدرجة عالية من الكفاءة والتحكم في الجانب التكنولوجي.

3- المساهمة في التوزيع العادل للدخل: في ظل وجود عدد هائل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتقاربة في الحجم والتي تعمل في ظروف تنافسية واحدة، يؤدي ذلك إلى تحقيق العدالة في توزيع الدخول المتاحة، وهذا النمط في التوزيع لا يوجد في ظل عدد قليل من المؤسسات الكبيرة والتي لا تعمل في ظروف تنافسية.

4- التخفيف من المشكلات الاجتماعية: ويتم ذلك من خلال ما توفره هذه المؤسسات من مناصب الشغل سواء لصاحب المؤسسة أو لغيره وبذلك تساهم في حل مشكلة البطالة، وما تنتجه من سلع وخدمات موجهة إلى الفئات الاجتماعية الأكثر حرمانا وفقرا وبذلك توجد علاقات للتعامل مما يزيد الإحساس بأهمية التآزر والتآخي بصرف النظر عن الدين واللون والجنس.

1 جمال بلخياط جميلة، متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة حسين بن بوعلي، شلف، الجزائر، 17-18 أبريل 2006، ص 635.

5- تقديم منتجات وخدمات جديدة: إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مصدر للأفكار الجديدة والابتكارات الحديثة حيث تقوم بإنتاج السلع والخدمات المبتكرة، ويمثل الإبداع جانبا من إدارة هذه المؤسسات والملاحظ أن كثيرا من السلع والخدمات ظهرت وتبلورت وأنتجت داخل هذه المؤسسات، وهذا يرجع إلى معرفتها لاحتياجات زبائنها بدقة ومحاولة تقديم الجديد ومواكبة التجدد.

6- تحقيق التطور الاقتصادي: يشهد الاقتصاد العالمي ظهور مرحلة جديدة من النمو الاقتصادي المؤسس على التكنولوجيات الجديدة مثل قطاع المعلومات، الاتصالات، قطاع التكنولوجيا الحيوية، علوم الحياة... الخ، وهذه القطاعات هي سمة الاقتصاد الجديد وتعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محرك لهذا النمو الاقتصادي نظرا لإعطائها أهمية قصوى لتكنولوجيا المستقبل والاهتمام بها وجعلها في دائرة تخصصها وسر نجاحها، وبذلك فهي تساهم بشكل واضح في تحقيق التطور الاقتصادي¹.

7- ترقية الصادرات: أثبتت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قدرة كبيرة على غزو الأسواق الخارجية والمساهمة في زيادة الصادرات وتوفير النقد الأجنبي، وتخفيف العجز في ميزان المدفوعات، بل أنها ساهمت في إحداث فائض في ميزان المدفوعات لبعض الدول، ويمكن للصناعات الصغيرة أن تساهم بفاعلية في تنمية الصادرات للعديد من المنتجات، وذلك من خلال العمل على تطوير الصناعات الصغيرة الحديثة التي تمد السوق المحلية بالسلع الاستهلاكية لتصبح صناعات تصديرية، وذلك بتقديم التوجيهات للمؤسسات الصغيرة فيما يتصل بوسائل الإنتاج مع توفير المساعدة الفنية والإدارة الاقتصادية اللازمة².

الفرع الثاني: أهداف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يرمي إنشاء مؤسسة صغيرة أو متوسطة إلى تحقيق عدة أهداف نذكر منها:

- ترقية روح المبادرة الفردية و الجماعية، باستخدام أنشطة اقتصادية سلعية أو خدمية لم تكن موجودة من قبل، وكذا إحياء أنشطة تم التخلي عنها لأي سبب كان؛
- استحداث فرص عمل جديدة بصورة مباشرة وهذا لمستحدثي المؤسسات، أو بصورة غير مباشرة عن طريق استخدامهم لأشخاص آخرين، ومن خلال الاستحداث لغرض العمل يمكن أن تتحقق الاستجابة السريعة للمطالب الاجتماعية في مجال الشغل؛
- إعادة إدماج المسرحين من مناصب عملهم جراء الإفلاس لبعض المؤسسات العمومية، أو بفعل تقليص حجم العمالة فيها جراء إعادة الهيكلة أو الخصخصة وهو ما يدعم إمكانية تعويض بعض الأنشطة المفقودة؛

¹ رابع حوني، مرجع سابق الذكر، ص 50 - 54 .

² عبيدات عبد الكريم، مرجع سابق الذكر، ص 66 .

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- استعادة كل حلقات الإنتاج غير المربحة وغير الهامة التي تخلصت منها المؤسسات الكبرى من أجل إعادة تركيز طاقتها على النشاط الأصلي، وقد بينت دراسة أجريت على مؤسسة عمومية اقتصادية في قطاع الإنجاز والأشغال الكبرى أنه يمكن عن طريق التخلي والاستعادة إنشاء 15 مؤسسة صغيرة؛

- يمكن أن تشكل أداة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية، مما يجعلها أداة هامة لترقية وتنمية الثروة المحلية، و إحدى وسائل الاندماج والتكامل بين المناطق؛

- يمكن أن تكون حلقة وصل في النسيج الاقتصادي من خلال مجمل العلاقات التي تربطها بباقي المؤسسات المحيطة و المتفاعلة معها و التي تشترك في استخدام نفس المدخلات؛

- تمكين فئات عديدة من المجتمع تمتلك الأفكار الاستثمارية الجيدة ولكنها لا تملك القدرة المالية والإدارية على تحويل هذه الأفكار إلى مشاريع واقعية؛

- تشكل إحدى مصادر الدخل بالنسبة لمستحديها ومستخدميها، كما تشكل مصدرا إضافيا لتنمية العائد المالي للدولة من خلال الاقتطاعات والضرائب المختلفة؛

- تشكل إحدى وسائل الإدماج للقطاع غير المنظم والعائلي¹.

المطلب الثاني: آلية إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لكي يتم إنشاء مؤسسة صغيرة أو متوسطة يجب المرور بعدة مراحل ويجب التحكم في كل مرحلة، قصد إنجاح هذا النوع من المؤسسات، ومن أهم المراحل المتبعة في إنشاء مؤسسة صغيرة أو متوسطة ما يلي :

أولا : ترتيب المالك أو المسيرين وفق تصرفاتهم: يوجد نوعين أساسيين من المالك أو المسيرين وهما:

- المالك أو المسير ذو العقلية الانتهازية الذي يتميز بعقلية مقاولتيه معتبرة، كما له عدة تجارب مهنية في ميادين مختلفة، ويتميز بصفات أكثر مرونة مع مستخدميه؛

- المالك أو المسير ذو العقلية الحرفية الذي يتميز بعقلية مقاولتيه ضعيفة، كما أنه ذو كفاءة تقنية عالية، ويتميز بتصرفات صارمة اتجاه مستخدميه.

ثانيا: تكوين المالك أو المسير: إن عدم ضمان تكوين جيد للمالك أو المسير يؤدي به إلى الاستشارة الخارجية، التي تعتبر مشكلا يمكن تفاديه بالتكوين الجيد للمالك أو المسير، لأن النقص في التكوين يؤدي إلى نتائج سلبية على انطلاقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن بين هذه النتائج:

- النقص في التنظيم؛

- عدم القدرة على قيادة مجموعة من الأشخاص؛

¹ الموقع الإلكتروني: مديرية الصناعة و المناجم لولاية المسيلة 75 p=75 https://dim-msila.dz/?p=75

- عدم القدرة على التسيير؛

- رفض دائم لاقتسام المسؤوليات.

لتجنب هذا، أقدم عدة باحثين على دراسة أهم الميادين التي ينبغي أن يكون فيها تكوين معين للمالك أو المسير، تلك الميادين معظمها تركز على الصفات الشخصية التي تميز هذا الأخير.

يمكن تلخيص المميزات الأساسية للإداري الأمل أو أهم الصفات التي يجب أن تتوفر عليها المالك أو المسير

فيما يلي :

- القدرة على التنبؤ ورفع التحديات؛

- القدرة التصورية، قدرات تحليلية، تحديد الأهداف، التنسيق ودراسة المعلومات؛

- القدرة على خلق مناخ جيد للعلاقات الجماعية والقدرة على الإنصات لأفراد المؤسسة؛

- تنظيم جد مدروس للعمل وقبول المناقشة¹.

ثالثا: الحصول على فكرة لإنشاء المؤسسة: تعتبر الفكرة هي الأمل الذي يتعلق به صاحب المشروع بغية الوصول من خلاله إلى البعيد، فقد تأخذ شكل حدس أو رغبة تتطور عبر الزمن وعادة ما يتم البحث لمدة طويلة من أجل اكتشافها، لأن الفكرة الأولية هي التي تتحول فيما بعد إلى مشاريع ناضجة ثم إلى مؤسسة.

المراحل الأساسية للبحث عن الفكرة، عموما هناك ثلاث خطوات أساسية للبحث عن الفكرة، والتي تتمثل في:

1 - ملاحظة الحياة اليومية: في هذه الخطوة يستعمل المنشئ كل المعلومات المتواجدة، ولا يتغاض عن أي منها، كما لا يقتصر بحثه على الإحصائيات فقط، بل يجب أيضا الاهتمام بالظروف المالية للحياة وكل التصرفات التي يبدونها الأفراد يوميا من خلال الاستعلام عن كل الأشياء التي تحيط بهم.

2 - نقد المنافسة: يجب أن تكون هناك فكرة واضحة عن نقاط القوة والضعف لمنتجات المنافسين وأيضا لطريقة صنعها، فبمجرد ما أن يبدأ المنشئ بالتفكير الإنتقادي، سوف يكتشف أفكار جديدة، إضافة إلى اكتشاف العديد من الصعوبات التي قد تواجهه.

3 - البحث عن الحلول والبدائل: الأهم هنا هو أخذ عملية النقد بجدية للحلول والبدائل المتواجدة، وإجراء المفاضلة بينها، وبالتالي إيجاد الفكرة الملائمة².

ومن ثم تطوير تلك الفكرة حيث تعتبر مرحلة مكملة للمراحل السابقة، ثم تأتي عملية التمويل.

¹ محمد الصالح زويتة: مرجع سبق ذكره، ص-ص: 29 - 30 .

² صندرة صايبي: "دور المرافقة في دعم إنشاء المؤسسة الصغيرة، دراسة حالة الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، قسنطينة"، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2004 - 2005، ص-ص: 20 - 21 .

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

رابعاً: التمويل: ويعني تدبير الأموال اللازمة للقيام بالنشاط الاقتصادي، وتعتمد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأساس على مواردها الذاتية لتمويل أنشطتها الاقتصادية، فإذا لم تفي اتجهت إلى غيرها ممن يملكون فائضاً من الأموال لسد هذا العجز¹.

خامساً: الإجراءات القانونية: إن أي نشاط اقتصادي لا يبدأ في العمل إلا بعد وضع الإطار القانوني للمؤسسة وكذلك مسارها القانوني أيضاً كما يلي :

- وضع الإطار القانوني: يتمثل القرار الأول الواجب اتخاذه للبدء بالعمل في المؤسسة بشكل ملكيتها، حيث نرى أن الأشخاص يختارون الشكل الأكثر رواجاً في السوق والذي يحقق أهدافهم ورغباتهم فهنا يجب أن نراعي أن عملية التغيير من شكل إلى آخر بعد بدء العمل ستكون صعبة ومكلفة ومعقدة أحياناً، لذلك يجب على الشخص أن يتوخى الحذر والدقة في اختيار الشكل القانوني المناسب².

- المسار القانوني: حتى يتخذ المسار القانوني مجراه العادي، يجب المرور ببعض الخطوات المهمة والتي تتمثل في اللجوء إلى الموثق لتحرير وإمضاء العقد، وكذلك عملية القيد في السجل التجاري.

سادساً: انطلاق النشاط الاقتصادي: بعد أن يتم المرور بالمراحل السابقة، تأتي المرحلة الخاصة بالتقيد الفعلي للمشروع، وبالتالي انطلاق النشاط الاقتصادي، وعند انطلاق المؤسسة في العمل يجب أن تأخذ بعين الاعتبار بعض الأولويات من بينها :

1 - الطلبات الأولى: وذلك بتجسيد الاتصال مع الزبائن والموردين

حيث يتم تجسيد العلاقة مع الزبائن من خلال:

- وضع الأدوات الترويجية للسياسة التجارية؛

- كتابة النصوص التقنية والإشهارية؛

- زيادة أكبر عدد من الزبائن.

تجسيد العلاقة مع الموردين من خلال :

- تبادل لرسائل تأكيد الأسعار ولشروط وآجال التسليم؛

- إعطاء النصائح القيمة والأفكار الجديدة³.

2 - وضع وسيلة العمل: وهذا يعني امتلاك وسائل الإنتاج ، وكذلك التنظيم الداخلي للمؤسسة الذي يجب أن يقوم بتوزيع المهام والتنظيم العام للعمل وكذلك توظيف العمال والتنظيم المحاسبي.

¹ عبد المطلب عبد الحميد : "اقتصاديات تمويل المشروعات الصغيرة"، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2009، ص: 125.

² جهاد عبد الله عفانة، قاسم موسى أبو عيد: "إدارة المشاريع الصغيرة"، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، الطبعة العربية، ص 25.

³ محمد الصالح زويتة: نفس المرجع، ص: 31.

سابعاً: تأمين المؤسسة: نظراً للخطورة التي تمثلها الحرائق والسرقات والوفاة والعجز...، فإن جهود سنوات طويلة من العمل في المشروع يمكن أن تتعرض للضياع، فالخطر في المشاريع لا ينحصر في المشروع نفسه فقط وإنما يمتد إلى العاملين فيه بحذ ذاتهم، وبالتالي عند القيام بأي نشاط يجب أن يكون هناك تأمين ضد الخطر¹.

المطلب الثالث: تجارب بعض الدول في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

سنحاول في هذا المطلب عرض تجارب بعض الدول العربية في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولاً: تجربة مصر

تعتبر التجربة المصرية في دعم نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قديمة العهد وتعود بالضبط إلى سنة 1923 التي شهدت أول بوادر الاهتمام بهذه المؤسسات، من خلال قيام الحكومة بتخصيص 100 ألف جنيه مصري وجهت لإقراض الصناعات الصغيرة، وفي سنة 1947 قامت الحكومة بإنشاء "البنك الصناعي" والذي تم تغييره سنة 1976 إلى "بنك التنمية الصناعية" والذي تتمثل مهمته في دعم المشاريع الصغيرة وتمويلها بالقروض الميسرة، ولم تتوقف الجهود المصرية عند هذا الحد، فالحكومة واصلت جهودها من أجل تنمية ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال إنشاء المصارف والهيئات الحكومية التي تقوم بتقديم المساعدات الفنية لهذه المؤسسات، وتوفير الإحصائيات والبيانات التي تساعدها في اتخاذ القرارات الرشيدة، ومن بين الهيئات الحكومية التي تم إنشاؤها "الهيئة العامة للتصنيع" والتي تقوم كذلك بمساعدة المؤسسة على حل مشاكلها الإنتاجية والقيام بكافة الأعمال القانونية المتعلقة بالمشروع.

غير أن هذا المسعى قد تدعم أكثر مع بداية التسعينات من القرن الماضي، حيث أقدمت مصر في 1991 على إنشاء "الصندوق الاجتماعي للتنمية" الذي يسعى إلى معالجة مشكلة البطالة وتوفير مناصب الشغل للخريجي الجامعات، واحتواء الآثار السلبية الناتجة عن تطبيق برامج الإصلاح الاقتصادي والتعديل الهيكلي، فقد تمكن في 1998 من تمويل أكثر من 86 ألف مؤسسة غير بقيمة 45 مليار دولار².

يقدم الصندوق الاجتماعي للتنمية مجموعة من الآليات المؤسسية الجديدة لتفعيل دوره الداعم للمؤسسات

الصغيرة والمتوسطة، من أهمها ما يلي:

- برنامج الحاضنات الصناعية وحاضنات الأعمال، يقوم على توفير المناخ والمعلومات اللازمة لقيام النشاط الصناعي وتقديم رعاية فنية؛

- برنامج مركز تنمية الأعمال الصغيرة؛

- برنامج مراكز التقنية النوعية في مجالات اقتصادية متنوعة مثل صناعة الأثاث والتعبئة والتغليف والجلود وغيرها؛

¹ جهاد عبد الله عفانة، قاسم موسى أبو عيد، مرجع سبق ذكره، ص: 213.

² سمير براهمي: مرجع سبق ذكره، ص 131.

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- برنامج الجمعيات والأحياء الصناعية بالاتفاق مع وزارة الصناعة وبنك الاستثمار القومي؛
- برنامج تنمية الصناعات الغذائية لتوفير المعلومات الفنية والاقتصادية الصحيحة.
- برنامج حقوق الامتياز التجاري¹.

وقد بلغ عدد المؤسسات الصغيرة التي مولها الصندوق منذ نشأته في 1991 إلى غاية مارس 2003 حوالي 183 ألف مؤسسة في جميع المجالات ما عدا الزراعة، بمبلغ تمويل وصل إلى 3700 مليون جنية مصري. وقد حددت الحكومة المصرية رؤية إستراتيجية لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حتى 2017 تهدف إلى توفير 550 ألف فرصة عمل، تقوم على التشخيص الجيد لوضعية المؤسسات والتحديد الدقيق للمشكلات التي تعاني منها، لاتخاذ القرارات والسياسات الكفيلة بمواجهتها².

ثانيا: تجربة تونس

إن ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعتبر الهدف الأساسي والأولوية القصوى في مخططات التنمية في تونس وذلك لأن هذه المؤسسات لها آثار إيجابية في خلق مناصب الشغل، وتستعمل عموما طرق إنتاج جد مدروسة كما أن تلك المؤسسات تساهم في التوازن الجهوي، لذلك أعطت تونس أولوية قصوى لهذا القطاع وذلك عن طريق الإجراءات التالية:

- إتباع سياسة تشجيعية لتسيير وخلق مؤسسات جديدة؛
- تغيير القوانين المتعلقة بتأسيس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واستبدالها بقوانين جد تحفيزية؛
- اعتماد طرق تسيير جديدة تتماشى مع متطلبات اقتصاد السوق التنافسي وذلك بتكوين إطارات مؤهلة للقيام بدفع هذه المؤسسات إلى التنمية.

يتلقى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تونس مساعدة ملحوظة من طرف الحكومة التونسية عن طريق وكالة ترقية الصناعة، غرفة التجارة والصناعة وغيرها من المؤسسات والإدارات الأخرى التي تسهر على حماية وترقية هذه المؤسسات مثل المراكز التقنية للاستشارة، مركز ترقية الصادرات...، كما أن المشرع التونسي يأخذ بعين الاعتبار التشجيع والتسهيلات الضريبية لدفع عملية الاستثمار في هذا القطاع، ومن أجل الحد من البطالة وتحقيق التشغيل ورفع مستوى الإنتاج فالسلطات العمومية في تونس وضعت أهدافا أساسية تتعلق برفع الصادرات وتحقيق التوازن الجهوي فقامت بالإجراءات التالية:

1 عبد العزيز جميل مخيمر، أحمد عبد الفتاح عبد الخليم: "دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في معالجة مشكلة البطالة بين الشباب في الدول العربية"، بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005، ص- ص: 77- 78 .

2 سمير براهمي: مرجع سبق ذكره، ص: 132 .

الفصل الثاني: مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- حماية الاستثمار الموجه للسوق المحلي من المنافسة الخارجية وحماية المنتج المحلي وذلك بإصدار قوانين تفرض حقوق ورسوم الجمارك بنسبة جد مرتفعة على الواردات المنافسة للمنتج التونسي؛
- التخفيض إلى الحد الأدنى القانوني لحقوق الجمارك المفروضة على استيراد التجهيزات والآلات الضرورية لإقامة مشاريع استثمارية، وضع سياسات جد مشجعة لفائدة المؤسسات المصدرة¹.

ثالثاً: تجربة الكويت

- لقد اهتمت الحكومة الكويتية منذ سنوات عديدة بهدف تنويع مصادر الدخل، وتضمنت إستراتيجية الدولة في تحقيق هذا الهدف تشجيع ودعم المؤسسات الصناعية الصغيرة، وخلق فرص عمل للشباب الكويتي، خاصة بعد انتشار ظاهرة البطالة بين الشباب من خريجي الجامعة والمعاهد العليا الأخرى، وقد شاركت في التصدي لهذه المشكلة، ومحاولة التعامل مع مشاكل التوظيف للشباب الكويتي، ثلاث جهات رئيسية هي بنك الكويت الصناعي، وغرفة تجارة وصناعة الكويت، ومجلس الأمة الكويتي، وتتناول فيما يلي أهم ما قدمته كل من هذه الجهات من مساهمات في هذا الشأن:
- تركزت محاولات بنك الكويت الصناعي لتشجيع الصناعات الصغيرة منذ عام 1984، في اقتراح برنامج لتمويل المؤسسات الصناعية الصغيرة، تم تعديله بعد ذلك في عام 1988 ليصبح أكثر مرونة في جذب صغار المستثمرين، لكن واجه هذا البرنامج مشاكل وصعوبات عديدة فنية وإدارية وتأهيلية واجتماعية واستثمارية حدت من مقدرة البنك على تحقيق أهدافه فيما يتعلق بتشجيع ودعم المؤسسات الصناعية الصغيرة.
 - تقدمت غرفة تجارة وصناعة الكويت في عام 1993 بمذكرة لمجلس الأمة تقترح فيها إصدار قانون لإنشاء صندوق لتشجيع المشاريع الحرفية والصناعية والتجارية الصغيرة بأسرع وقت ممكن.
 - وافق مجلس الأمة الكويتي على الأخذ باقتراح إنشاء محفظة مالية لدى بنك الكويت الصناعي لدعم وتمويل المؤسسات الصغيرة، وأصدرت الهيئة العامة للاستثمار في ديسمبر عام 1996 قرار بإنشاء محفظة صغيرة من الاستثمار الوطني لأغراض إقامة وتطوير المؤسسات الصغيرة.
- إضافة لما تقدم، نشأت الشركة الكويتية لتطوير المؤسسات الصغيرة في فبراير 1997، برأسمال قدره 100 مليون دينار كويتي وقد باشرت الشركة نشاطها في بعض المؤسسات الصغيرة على أساس مبدأ المشاركة في رأس المال، وليس مجرد التمويل، مع تحمل المخاطرة والاستمرار بالمؤسسة حتى نجاحه، ثم تقوم الشركة ببيع حصتها للشريك بعد اكتسابه الخبرة في الإنتاج والتسويق².

¹ حكيم شبوطي: "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية، دراسة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص- ص: 52 - 53.

² عبد العزيز جميل محييمر، أحمد عبد الفتاح عبد الحليم: مرجع سبق ذكره، ص- ص: 78 - 81.

المبحث الثالث: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مشاكلها وتحدياتها

سنحاول في هذا المبحث القيام بتحديد عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتطرق إلى مختلف المشاكل والعقبات التي تعترض طريقها، والتحديات التي تواجهها.

المطلب الأول: عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

من أهم أسباب نجاح هذا النوع من المؤسسات ما يلي:

- تحديد الهدف, ومنه يتم تحديد العمل حتى يحقق المشروع النجاح الأكبر يجب أن يأخذ صاحبه أو الإدارة الناجحة بالهدف الأسمى وهو تلبية حاجات الناس، ومنه يتم تحديد كافة الأهداف والطرق الأخرى لنجاح المؤسسة؛
- كما أن التخطيط في العمل التجاري واجب مطلق إذا كان "إحلال السلع المناسبة"، في المكان المناسب، وفي الوقت المناسب، والجودة المناسبة وبالسعر المناسب" هو الهدف المحدد للعمل التجاري؛
- الرقابة أمر لا يمكن الاستغناء عنه وهي تشمل، الرقابة المالية، الاحتفاظ بسجلات جيدة، الرقابة على المخزون، الرقابة على الإنتاج، وذلك باستخدام كافة الأدوات الرقابية الجيدة...، وبالتالي معرفة الجوانب السلبية في العمل وتقديم العلاج والحلول لها؛
- معرفة حجم رأس المال المناسب للتمويل والحصول عليه من مصادره المناسبة وذلك بعد تحديد تكاليف الحصول عليه من تلك المصادر وبالتالي تحديد المصدر الأمثل ذو التكاليف الأقل؛
- اختبار الموقع الجيد لإنشاء المؤسسة من أبرز الأسباب التي تؤدي إلى نجاحها.
- التمويل المناسب بأشكاله الداخلي: عن طريق أصحاب المؤسسة أنفسهم، الخارجي: عن طريق الاقتراض من الأصدقاء، الأقارب أو المؤسسات المالية...، فيجب على إدارة المؤسسة أن تحافظ على مستوى تدفق نقدي إلى الداخل أعلى من التدفق النقدي إلى الخارج وذلك لمواجهة الالتزامات¹.
- مواجهة التحديات التنافسية، حيث أن تحديد المنافس أصبحت عملية معقدة حيث انفتح باب المنافسة المحلية والعالمية على مصراعيه وعلى هذا فإن مواجهة التحديات التنافسية المستمرة والمتجددة أصبحت عملية ضرورية .
- تميز المنتجات المستمر, حيث تحاول كل المؤسسات تمييز منتجاتها وخدماتها عن المنافسين بأي طريقة كسرعة تقديم الخدمة، تقليل التكلفة، الخدمات المتميزة للعميل، زيادة الجودة....
- زيادة فاعلية وكفاءة الأداء وتحسين الإنتاجية داخل المؤسسة, حيث أن الفاعلية هي أداء الأعمال والأشياء الصحيحة، والكفاءة هي أداء الأعمال أو الأشياء بالأسلوب السليم².

¹ توفيق عبد الرحيم يوسف: مرجع سبق ذكره، ص- ص: 63- 65.

² عبد الحميد مصطفى أبو ناعم: مرجع سبق ذكره، ص: 310.

المطلب الثاني: المشاكل التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عدة مشاكل وصعوبات يتمثل أهمها في ما يلي:

أولاً- مشاكل الائتمان والتمويل

تتمثل أهم المشكلات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية في الائتمان والتمويل، فلا تحظى بنفس فرص الحصول على الموارد المالية اللازمة من القطاع المالي كما هو الشأن في المؤسسات الكبيرة، فغالبا ما تحجم مؤسسات التمويل لاسيما البنوك التجارية عن تزويد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باحتياجاتها من التمويل، ويرجع ذلك لزيادة درجة المخاطرة في عمليات إقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بسبب غياب الضمانات المناسبة. إن عدم وجود الضمانات الكافية يعتبر من السلبيات التي أثرت في إيجاد التمويل المصرفي اللازم لهذا القطاع، وبالتالي تقلص فرص الحصول على الموارد المالية بالنسبة لهذه المؤسسات خاصة في البلدان النامية.

كما تعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من عدم توفر النقد الأجنبي، وفي الغالب فإن الحصول عليه يمثل مشكلة كبرى ومعقدة للغاية، كون أن سياسات النقد الأجنبي في معظم الدول النامية غالبا ما ترحب إلى تشجيع المؤسسات الصناعية المكثفة لرأس المال بدرجة أكبر من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وهو ما يؤدي بصغار المستثمرين اللجوء إلى السوق الموازي لاقتناء ما تحتاج إليه من النقد الأجنبي لتمويل مستورداتها من الآلات والمعدات والخامات وقطع الغيار...¹.

ثانيا- مشاكل إدارية

تصطدم كافة الجهود المتعلقة بالحركية الاستثمارية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمجموعة كبيرة من العوائق الإدارية والإجراءات البيروقراطية المعقدة، التي تتطلب عشرات التراخيص والموافقات والعديد من الوثائق والجهات التي يتطلب الاتصال بها وأصبح محيط المؤسسة غير مساعد فهناك "تباطؤ" في الإجراءات وتعقيد الشبكات، نقص تكوين الموظفين، نقص الإعلام، الوثائق المطلوبة².

ثالثا- مشاكل تسويقية

وهي متمثلة في عدم اهتمام أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدراسة السوق لتصريف المنتجات، وذلك لنقص الكفاءة والقدرات التسويقية جراء نقص الخبرات والمؤهلات لدى العاملين، وعدم وجود معرفة أو خبرة بالمفهوم الحقيقي للتسويق وحصر هذا المفهوم بأعمال البيع والتوزيع³.

رابعا: مشاكل نقص الخبرة والمعلومات

¹ عثمان لخلف: مرجع سبق ذكره، ص: 65

² صالح صالحي: أساليب تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 3، 2004، ص: 39

³ رضا زهواني: تحسين تخطيط الإنتاج في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة مؤسسة رمال بلاستيك، تقرت، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، 2006-2007، ص: 17

رغم أهمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واقتحامه ميادين متعددة (تجارة، صناعة، نقل، سياحة، فلاحية...)، إلا أن نقص المعلومات والافتقار إلى الخبرة التنظيمية والتسييرية، يظهر واضحا بالنسبة للظروف المحيطة بنشاط الصناعات الصغيرة والمحيط العام الذين يعملون فيه، كما أن جهل أصحاب المؤسسات وحصر طموحهم في حدود شؤون حرفتهم أو صناعتهم يجعلهم يفاجئون بانخفاض أو ارتفاع الأسعار، كما يتعرضون لنقص الخدمات أو يسقطون تحت سيطرة البائعين واحتكارهم للأسواق، كذلك غياب المعلومات الدقيقة عن المهتمين بهذا القطاع، فهو ما يستوجب تشخيص دقيق للمؤسسات، كما أن الاختلاف في تحديد المفاهيم المتعلقة بهذا النوع من المؤسسات، أدى إلى تضارب في تقديم الإحصائيات¹.

خامسا: المشاكل الفنية تتمثل فيما يلي:

- صعوبة الحصول على التكنولوجيا وصعوبة التطوير والتحديث التكنولوجي: تواجه المؤسسات مشاكل حقيقية في التحديث ومواكبة التطورات التكنولوجية بسبب نقص المعلومات عن هذه التطورات من جهة وغياب جهات متخصصة يمكن اللجوء إليها في تقديم الدعم والمشورة الفنية أو في تبني برامج مخصصة لهذا الغرض؛
- صعوبة الحصول على مدخلات الإنتاج المادية: سواء الأولية أو الوسيطة أو الأجزاء والمكونات، مما يجعلها غير قادرة على تطعيم منتجاتها بتلك المدخلات التي ترفع من مستوى مواصفاتها النوعية، وتجعلها أكثر قبولا وقدرة على المنافسة؛
- صعوبة الحصول على المعدات الإنتاجية: تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة صعوبة في الحصول على المعدات الإنتاجية الحديثة بسبب ضعف التمويل والدعم اللازم لها².

المطلب الثالث: التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لا تعمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمعزل عن الظروف والتحديات الخارجية المحلية والدولية المحيطة بها، لذلك وجب على مسير المؤسسة أن يأخذ كل هذه العوامل بعين الاعتبار في إستراتيجيته في ترقية وتطوير هذه المؤسسات، ويمكن أن نحصر أهم التحديات التي يمكن أن تواجه قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عصرنا هذا في النقاط التالية:

أولا: ثورة المعلومات

يعرف نظام المعلومات بأنه النظام الذي يجمع البيانات من المصادر المختلفة ويحولها إلى معلومات حسب احتياجات المستفيدين منها، لذلك تصمم نظم المعلومات من أجل تزويد الإدارة بالمعلومات الفورية التي تساعد على اتخاذ القرارات في الوقت المناسب.

¹ محمد الصالح زويتة: مرجع سبق ذكره، ص: 19

² أحمد غبولي: مرجع سبق ذكره، ص: 32.

بحيث أصبحت هذه التقنية من المتطلبات الأساسية في هذا العصر، وإن عدم محاولة المؤسسة الصغيرة أو المتوسطة الاستفادة من مزاياها لا يرجع للبعد المادي بقدر ما يرجع للبعد الثقافي والمعرفي، لأن تكلفة الاستفادة من هذه التقنية تتجه إلى الانخفاض بشكل ملحوظ مع زيادة انتشارها، وهذا يعتبر تحدياً للمؤسسات المعنية¹.

ثانياً: التطور التكنولوجي

لقد أدى التطور التكنولوجي إلى تسهيل عمليات الانتقال بين الدول وسرعة أداء المعاملات الاقتصادية الدولية سواء التجارية أو المالية، كما أدى إلى تجاوز الحدود السياسية للدول، واتساع الأسواق بصورة جعلت المنتجات تأخذ الصفة العالمية، كما أدى إلى تشابه أنماط الاستهلاك في العالم بين شعوب مختلفة الثقافات، وهذه التطورات هي نتاج حقيقي بما يعرف بالثورة الصناعية².

ثالثاً: التصدير

يلعب تصدير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دوراً حيوياً في تحسين الميزان التجاري عن طريق عملية التصدير وفي حماية منافستهم وتحسين أرباحهم، ويتيح دخول السوق العالمية العديد من المزايا والفوائد لهذه المؤسسات والتي من أهمها:

- تزايد النمو؛
- تزايد الأرباح؛
- تزايد عدد العملاء؛
- المزايا الضريبية؛
- فتح أسواق إضافية؛
- تحسين المنافسة؛
- اتساع المنتجات والخدمات.

حيث تحجم العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة في الدول النامية عن الانخراط في الأنشطة التصديرية لاعتقادها الخاطيء بأن المؤسسات والشركات الكبرى هي القادرة على مزاوله هذه الأنشطة بنجاح، ويرجع هذا الاعتقاد إلى تعدد المعوقات التي تحد من قدرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التصدير، ويمكن ترتيب هذه التحديات حسب أهميتها على الشكل التالي :

- الروتين والبيروقراطية الإدارية؛

¹ حكيم شبوطي: مرجع سبق ذكره، ص: 13

² رضا زهواني: مرجع سبق ذكره، ص: 13.

- حواجز التجارة الخارجية؛
- صعوبات النقل؛
- عدم توفر الكفاءات البشرية؛
- عدم توافر الحواجز المشجعة على التصدير؛
- عدم توافر منتجات منافسة¹.

رابعاً: عالمية الجودة

ترتب على زيادة التنافسية العالمية ظهور ما يعرف بمتطلبات الجودة، وهذا للارتقاء بمستوى المبادلات العالمية على نحو يضمن زيادة مستوى المنتجات، ولهذا أصبحت كل المؤسسات تسعى للحصول على مختلف شهادات الجودة الممنوحة من المنظمات العالمية للتوحيد القياسي، والتي تعتبر بمثابة جواز سفر دولي للمنتجات حتى تدخل الأسواق العالمية في ظل الحرية الاقتصادية وترك المجال لآليات العرض والطلب.

خامساً: إجراءات الحد من التلوث

أصبح التلوث من أكبر التحديات التي تواجه المؤسسات إذ أصبح إلزاماً عليها ترشيد استخدامها للموارد، ووضع استراتيجيات خاصة لحماية البيئة، من مخلفات عملياتها الإنتاجية، واستخدام الموارد غير الضارة، وإعادة استخدام المخلفات في الإنتاج².

سادساً: رفع الكفاءة الإدارية والبشرية

إن هذا التحدي يستدعي تطوير الموارد البشرية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بما يتناسب مع عملية التحديث والتطوير وبما يتواءم ومتطلبات التكنولوجيا الحديثة³.

1 حكيم شبوطي: مرجع سبق ذكره، ص: 31-32.

2 احمدة مالكية: مرجع سبق ذكره، ص: 11.

3 أحمد غبولي: مرجع سبق ذكره، ص: 33.

خلاصة الفصل:

في ختام هذا الفصل نستنتج أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحظى باهتمام كبير من الدول وذلك لما توفره لها من محيط ملائم وأرضية مناسبة لبدء نشاطها، وتوسيع دورها في التنمية الاقتصادية من خلال تأهيلها وترقيتها في مختلف مجالاتها.

كذلك ومن خلال دراستنا لهذا الفصل، نستطيع اعتبار هذه المؤسسات أحسن بديل من المؤسسات الكبرى في ميدان التشغيل وذلك لسهولة إنشائها وتكوينها كما أنها لا تتطلب رؤوس أموال كبيرة لانطلاق نشاطها. لكن وبالرغم من كل الامتيازات التي يحظى به قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا أنه هناك عدة مشاكل ومعوقات من شأنها أن تحد من نشاطه وتعرقل تطوره.

الفصل الثالث

البنوك التجارية وأهميتها في تمويل

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

السياحية

تمهيد الفصل:

إن إقامة أي مشروع مرهون بدرجة أولى بمدى توفيره علي التمويل اللازم في ظل عدم كفاية المدخرات الشخصية والإعانة المقدمة من قبل الأجهزة المستحدثة لتشجيع إنشاء المشاريع الاستثمارية.

فقد نشأت عدة أجهزة من اجل تقديم الإعانات المختلفة لتشجيعهم علي إقامة المشاريع ومن بين هذه الأجهزة المستحدثة في القطاع السياحي الوكالة الوطنية لتنمية السياحة والمؤسسة الوطنية للدراسات السياحية بالإضافة إلي الهيئات التي نشأت من اجل دعم الاستثمار نذكر منها الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار والتي تمنح تسهيلات في شكل إعفاءات جبائية وشبه جبائية، ونخص بالذكر البنوك التجارية التي تساهم بدورها في منح التمويل البنكي من اجل تسهيل عملية الاستثمار ومن اجل معرفة مدى مساهمة هذه الأخيرة في العملية التمويلية وخاصة في القطاع السياحي.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول تمويل المشاريع السياحية

يعتبر التمويل النواة الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسة في توفير مستلزماتها الإنتاجية وتسديد جميع مستحقاتها ونفقاتها، كذلك يختلف أنواع التمويل المتاحة أمام المنشآت السياحية باختلاف الزوايا التي ينظر من خلالها.

المطلب الأول: مفهوم التمويل

نظرا لما تحتاجه المؤسسة من رؤوس الأموال التي تغطي كل التدفقات النقدية الخارجية، والتي تفوق التدفقات الداخلية، وان الرصيد لا يكفي لتغطية العجز فإن المدير المالي يجد أن التمويل هو الركيزة الأساسية لإنشاء المؤسسة، وبالتالي يمكن تقديم التعاريف التالية:

التمويل لغة هو الإمداد بالمال واصطلاحا هو مجموعة الأعمال والتصرفات التي تمدنا بوسائل الدفع وكلما كان حجم التمويل كبيرا كلما كان العائد أو الربح أكبر.

التعريف الأول: "التمويل هو الإمداد برأس المال أو بقرض نقدي للحاجة إليه في تنفيذ الأعمال ويقال انه كافة الأعمال التنفيذية التي يترتب عليها الحصول على النقود واستثمارها في عمليات مختلفة تساعد على تعظيم القيمة النقدية المتوقع الحصول عليها مستقبلا في ضوء النقدية المتاحة حاليا الاستثمار والعائد المتوقع تحقيقه منه والمخاطر المحيطة به، واتجاهات السوق المالي"¹.

التعريف الثاني: "التمويل هو عملية لتجميع مبالغ مالية وجعلها في حوزة المؤسسة بصفة دائمة ومستمرة من طرف المساهمين أو المالكين لهذه المؤسسة، وهو ما يسمى بتكوين رأس المال الجماعي ويتجسد هذا الأخير في الميزانية التي تحتوي على جانبين، الأصول يظهر استخدامات تلك الموارد التي يظهرها الجانب الآخر من الميزانية".

التعريف الثالث: "التمويل هو كل المصادر الضرورية لإنشاء مؤسسة أو شركة وضمان سير نشاطها وكذا توسعها أي كل الموارد التي تجعل الشركة تنتج أكثر في ظروف أحسن مما يجعلها قادرة على تحقيق تدفقات نقدية"².

التعريف الرابع: "التمويل هو تدبير الأموال أو الموارد اللازمة للقيام بالنشاط الاقتصادي، وفي الأصل فإن الإنسان يمول أنشطته الاقتصادية من موارده الذاتية ولكن في أحيان كثيرة لا تكفي الموارد الذاتية لتمويل هذه الأنشطة خاصة في مجال إنشاء المشروعات وتشغيلها، وهنا يتم اللجوء إلى الغير للحصول على التمويل ولذا فإن معنى الخاص للتمويل يعبر عن

¹ المحازي عبيد على احمد، مصادر التمويل، دار النهضة العربية، القاهرة 2001، ص 3 - 11 .

² توفيق حسن، الإدارة المالية، قرارات وسياسات التمويل في المشروع الاقتصادي، دار النشر سوريا، الطبعة 1، 1989، ص 12 .

تقديم شخص ماله للغير حيث توجد فئة لديها مدخرات تسمى فئة الفائض، وفئة تحتاج إلى مال تعجز مواردها الذاتية عن تدبير كل ما تحتاجه وتسمى فئة العجز المالي"¹.

المطلب الثاني : مصادر تمويل المشاريع السياحية

إن المشاريع السياحية يمكنها الحصول علي الأموال من مصادر مختلفة

أولا : مصادر التمويل الداخلية

- التمويل عن طريق الأموال الخاصة: ويرتبط هذا المصدر بشركات المساهمة حيث تقم هذه الأخيرة بإصدار أسهم من اجل تكوين رأسمالها أو زيادته، وهناك نوعان من الأسهم، أسهم عادية واسهم ممتازة.

1- الأسهم العادية: يمثل السهم العادي مستند ملكية له قيمة اسمية، قيمة دفترية، وقيمة سوقية تتمثل القيمة الاسمية في القيمة المدونة علي قيمة السهم، وعادة ما يكن منصوصا عليها في عقد التأسيس أما القيمة الدفترية فتتمثل في القيمة الاسمية مضافا إليها الاحتياطات والأرباح المحتجزة مقسومة علي عدد الأسهم العادية المصدرة، وأخيرا تتمثل القيمة السوقية في القيمة التي يباع بها سهم في السوق رأس المال وقد تكون هذه القيمة أكثر أو اقل من القيمة الدفترية².

2- الأسهم الممتازة: يمثل السهم الممتاز مستند ملكية له قيمة اسمية، وقيمة دفترية، وقيمة سوقية، شانه في ذلك شان السهم العادي، غير إن القيمة الدفترية تتمثل في قيمة الأسهم الممتازة، وتختلف الأسهم الممتازة عن الأسهم العادية من حيث الحقوق والامتيازات لكل منهما، فمعروف مثلا إن أصحاب الأسهم الممتازة ليس لهم حق التصويت في جمعيات ملاك الأسهم وهم لا يشاركون في الأرباح المحققة إلا بنسبة محددة.

التمويل الذاتي: يعتبر التمويل الذاتي عنصرا مهما من عناصر التقييم التي يستغلها البنك، والتمويل الذاتي هو عبارة عن مفهوم بين القدرات الذاتية للمؤسسة على تمويل الإستثمارات التي يقوم بها، ويمكن حساب التمويل الذاتي للمؤسسة بجميع الإهتلاكات السنوية، والمؤونات التي تقوم بها المؤسسة على سبيل الإحتياط والأرباح المحققة سنويا بعد أن تطرح منها الضرائب والأرباح الموزعة، وإذا كان التمويل الذاتي في الحقيقة يبين قدرة المؤسسة علي تمويل الاستثمارات بالاستغناء عن اللجوء إلي القروض البنكية فان هذا المفهوم يهم البنك كثيرا عند الإقدام علي هذا النوع من التمويل،

¹ محمد عبد الحليم عمر ، التمويل عن طريق القنوات التمويلية غير الرسمية ، الدورة التدريبية حول تمويل المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصادية المغربية ، 25 - 28 ماي 2003، سطيف، ص 3.

² شراد جميلة، دور البنوك في تطوير القطاع السياحي، مذكرة ماستر، 2014-2015، ص 32 .

باعتبار أن قدرة المؤسسة على تسديد هذا القرض عند حلول آجال الإستحقاق إنما يعتمد على إلى حد كبير أو بعيد على قدرتها على تحقيق أرباح¹.

ثانيا- مصادر التمويل الخارجية

◀ **مصادر التمويل قصيرة الأجل**²: يمكن تعريف الائتمان التجاري بأنه نوع من التمويل قصير الأجل تحصل عليه المؤسسة من الموردين ويتمثل في:

1- الائتمان التجاري: قيمة المشتريات للسلع التي تتجاوز فيها أو تستخدمها في العملية الصناعية وتعتمد المؤسسة على هذا المصدر من التمويل بدرجة أكبر من اعتمادها على الائتمان المصرفي وغيره من المصادر الأخرى قصيرة الأجل، بل يكون المصدر الوحيد قصير الأجل المتاح في بعض المؤسسات.

2- الائتمان المصرفي: المصرفي كل أنواع القروض التي تحصل عليها المنشأة من المؤسسات المالية والمصارف الخاصة. يعتبر الائتمان المصرفي ثاني أهم مصادر التمويل قصيرة الأجل بالنسبة لمنظمات الأعمال ويقصد بالائتمان وتلجا منظمات الأعمال إلى استخدام الائتمان المصرفي في الحالات التالية:

- عندما تكون احتياجات البرنامج التشغيلي للمنظمة تتعدى ما توفره مصادر التمويل الذاتية؛
- عندما تكون سمعة المؤسسة في السوق في صورة يصعب معها على الإطلاق الحصول على إحتياجاتها أو على الأقل بشروط معقولة؛

- عندما تكون المنظمة حديثة العهد وهي بذلك ليس لها سمعة ما يمكنها من كسب ثقة الجهات المانعة للائتمان التجاري لذلك فإن الائتمان المصرفي يعتبر احد مصادر التمويل قصيرة الأجل الأكثر استخداما وهو يرتبط بسمعة المنشأة في السوق والمركز المالي، ويختلف الائتمان المصرفي عن الائتمان التجاري في انه لا يتأثر تلقائيا بمستوى العمليات التجارية للمنشأة.

3- الأوراق التجارية: الأوراق التجارية هي عبارة عن أوراق وعد بالدفع مضمونة تصدرها الشركات المعروفة وذات الملاءة المالية العالية ، وتباع عن طريق وكلاء متخصصين في تداولها وتسويقها إلى المستثمرين النهائيين الذين يشكلون البنوك التجارية ، شركات التامين ، صناديق الاستثمار وشركات الأعمال الأخرى التي يوجد لديها فائض سيولة، تحمل الأوراق التجارية قيمة اسمية ومعدل فائدة وتاريخ استحقاق محدد، وتتراوح فترة الاستحقاق من شهر إلى ستة أشهر أما معدل الفائدة فيكون عادة اصغر من معدل الفائدة الفصلي بكثير.

¹ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر الطبعة 2، 2003، ص151 .

² شراد جميلة، مرجع سابق ذكره، ص 33-34 .

◀ **مصادر التمويل متوسطة الأجل¹**: لاشك أن للبنوك دورا في تمويل الاحتياجات المالية متوسطة الأجل للشركات والتي تستحق بعد أكثر من سنة إلى خمسة سنوات أو أكثر أحيانا، وغالبا ما تكون القروض المصرفية متوسطة الأجل مرهونة بضمانات.

ومن الشروط التي يمكن أن ترتبط بالقروض المصرفية متوسطة الأجل ما يلي:

- شروط تحديد سقف المديونية لشركة؛
- قيود علي تصرف الشركة بالموجودات؛
- قيود علي توزيع الأرباح علي المساهمين.

تشمل مصادر متوسطة الأجل، قروض المدة قروض تمويل المعدات.

1- قروض المدة: تتميز قروض المدة بأجلها المتوسطة والتي تستحق خلال فترات تتراوح بين ثلاث إلى سبع سنوات مما يعطي المقترض الائتمان يوفر التمويل، وانخفاض مخاطر إعادة التمويل وتحديد القرض قصير الأجل وذلك لان مخاطر الاقتراض قصيرة الأجل عادة ما تكون عالية بالنسبة لشركة المقترضة، ويرجع ذلك إلي انه إذا ما استحق قرض قصير وكانت الشركة مستمرة في حاجتها للأموال ستواجه احتمالات عدم موافقة البنك علي تحديد القرض، أو يكون تحديد بتكلفة أعلى وشروط غير مناسبة بسبب تغيرات في ظروف سوق النقد أو في مركزها المالي.

2- قروض التجهيزات: عندما تقوم الشركة بشراء آلات وتجهيزات التي تستطيع الحصول على تمويل متوسط الأجل بضمانة هذه الموجودات، وتدعى قروض تمويل التجهيزات، وتوجد عدة مصادر لمثل هذا النوع من التمويل تشمل: المصارف التجارية والإسلامية.... الخ.

يوجد شكلان تمنح بموجبهما قروض التجهيزات هما عقود البيع والقروض المضمونة، تستعمل عقود البيع المشروطة عندما يقوم وكيل آلات أو التجهيزات بعملية بيع الأقساط المطلوبة كافة، ويقدم الزبون دفعة أولية عند الشراء، ويصدر أوراق الوعد بالدفع بقيمة الأقساط المتبقية من قيمة الأصل، وعندما يتم التسديد بالكامل يقوم البائع بنقل ملكية الأصل إلى الزبون أما إذا تخلف الزبون عن الدفع فإنه يمكن للبائع الإستيلاء على آلات بهدف إعادة بيعها إلى زبون آخر، كذلك يمكن استخدام التجهيزات كضمانة للحصول على قرض مصرفي.

◀ **مصادر التمويل طويلة الأجل**: هذا النوع من التمويل يكون تسديده في المدى البعيد كما انه له دور رئيسي في النشاط التجاري للمؤسسة، ويشمل القروض التي تكون مدتها طويلة وتتمثل عموما في القروض التعاقدية طويلة الأجل والسندات، ويشترط مقابل هذه القروض ضمانات كافية فالمؤسسة ينبغي أن توفي بقيمتها في تاريخ الاستحقاق².

¹ شراد جميلة ، مرجع سابق ذكره ، ص 35 .

² شراد جميلة ، نفس المرجع السابق ، ص 36 .

1- السندات: السند هو عبارة عن ورقة مالية تثبت دائنة حاملها للمؤسسة التي أجزتها وعلى هذا الأساس فالسند هو عبارة عن إثبات لعملية قرض، ويستفيد حامل السند من كل الحقوق التي يستفيد منها دائنو المؤسسة الآخرين وخاصة الاستفادة من الفائدة¹.

أنواع السندات², يمكن التمييز بين نوعين من السندات

- السندات المضمونة: تكون مغطاة علي أصول معينة تكون عدة عقارات، ويجب أن تكون القيمة السوقية للعقار مرهون لصالح إصدار أعلى من قيمة الإصدار لتترك هامش سلامة مناسبة، وفي حالة تخلف الشركة عن دفع الفائدة أو قيمة استحقاق تستعمل عقارا واحدا لضمان إصدارين للسندات، السندات أو في حالة تصفية الشركة، يتم تسديد قيمة السندات من تصفية العقار المرهون، ويمكن لشركة أن تستعمل عقارا واحدا لضمان إصدارين للسندات.

- السندات الغير مضمونة: هي سندات لا ترتبط بأصل معين، ويكون ضمان السندات هو الضمان الائتماني والقوة الإدارية للمؤسسة، فإذا عجزت المؤسسة علي التسديد فان حامل السندات لهم الأولوية في المطالبة بحقوقهم المقررة علي كل أصل من أصول الشركة الغير مرهونة.

المطلب الثالث: الدور التمويلي والخدمي للبنك

أولا: الدور التمويلي للبنوك

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

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

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

¹ الطاهر لطرش، مرجع سابق، ص 87 .

² شراد جميلة، مرجع سابق، ص 37-38.

◀ **عمليات التمويل بالمشاركة:** هناك نوع آخر من مصادر التمويل التي تقدمها البنوك لقطاع السياحة وهي ما يسمى بالتمويل بالمشاركة وهو من أساليب التمويل الحديثة التي ظهرت في أواخر السبعينات، وهذا النوع من التمويل يوفر للمشروعات السياحية الأموال اللازمة لها لممارسة نشاطها ولا يلزمها أيضا بسداد الفوائد أو أقساط وبصرف النظر عن نتيجة أعمال المشروع السياحي بل يقوم هذا النظام بتحميل كل من البنك الممول والمشروع السياحي طالب التمويل الربح أو الخسارة حال وقوعها.

◀ **القروض التعاقدية طويلة الأجل:** تتحصل المؤسسة علي هذه القروض من البنوك وشركات التأمين وغالبا ما تستحق بعد فترة زمنية طويلة الأجل تتراوح بين سبع سنوات وعشرين سنة كأقصى حد، حيث توجه أساسا إلى تكوين رأس مال العامل بالإضافة إلى تمويل الاستثمار ومن خصائص هذا النوع من القروض ما يلي:

- قيمة الاتفاق علي شروط القرض، معدل الفائدة، تاريخ الاستحقاق، الرهون والضمانات، مدة القرض، طريقة التسديد؛

- تكلفة هذا النوع من القروض تمثل نسبة معينة من قيمة القرض متغير خاصة إذا كانت معدلات الفائدة في السوق متجهة نحو الارتفاع؛

- تسديد القرض يكون مرة واحدة في تاريخ الاستحقاق أو يتم علي أقساط متساوية بتواريخ محددة؛

- تطلب البنوك ضمانات مهمة علي القروض وذلك لرهن عقارات مملوكة للمؤسسة المقترضة؛

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

ثانيا: الدور الخدمي للبنوك

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

ويمكن تحديد الدور الخدمي للبنوك لقطاع السياحة فيما يلي:

◀ **إصدار شيكات السياحة:** هذه الشيكات من أكثر الوسائل استخداما لدى السائحين حيث أنها تمد السائح بوسيلة تبادل نقدي مقبولة وسهلة، وهناك العديد من المؤسسات المالية التي تقوم بإصدار هذه الشيكات السياحية ومن أمثلها مؤسسة الخدمات المالية العربية والتي يمتلكها 55 مصرفا كما أنها تقوم بإصدار كروت الإئتمان السياحية.

◀ أوامر التبادل السياحية: وهذه لا تختلف من حيث الغرض عن الشيكات السياحية إلا أنها تختلف من حيث المظهر و أيضا :

- ذات قيم أكبر من الشيكات السياحية؛
- لو أنها تختلف عن الشيكات السياحية؛
- ويمكن استبدالها بالشيكات السياحية.

◀ **خطابات الاعتماد السياحية:** وهذه الخطابات أهمية كبيرة بالنسبة لسائح الذي يرغب في نقل مبالغ كبيرة فإذا كان السائح متجها لزيارة عدة دول فإنه يشتري خطاب اعتماد مقوما بعملة هذه الدولة متفاديا بذلك تقلبات أسعار الصرف.

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

- الفيزا كارد؛
- الماستر كارد.

وجميع الخدمات السابقة التي تقدمها البنوك نجد أن السائح يحتاج إليها في تنقلاته حيث انه يحتاج إلى وسيلة سهلة ومضمونة لمواجهة نفقات إقامته في البلد التي يزورها¹.

¹ شراد جميلة ، نفس المرجع السابق ، ص - ص 42- 44 .

المبحث الثاني: هياكل الدعم وعوامل ومحددات السوق السياحية

المطلب الأول : هياكل الدعم المرافقة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لقد عرفت منظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تحولات نوعية سببها صدور قانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتاريخ 2001/12/12 والذي يعتبر نقطة انعطاف حاسمة في مسار هذا القطاع، حيث حدد من خلاله الإطار القانوني والتنظيمي الذي تنشط فيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا آليات وأدوات ترقيتها ودعمها، جاء هذا القانون التوجيهي ليحدد حلولاً للعديد من الإشكاليات التي تواجهها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك بوضع مجموعة من الآليات التنظيمية و الوكالات التي من شأنها تدعيم و ترقية هذا النسيج من المؤسسات لذا سنحاول تقديم أهم الآليات والهيئات التي قامت الدولة بوضعها لتدعيم تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹.

أولاً : الهيئات الداعمة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

نتيجة المشاكل والمعوقات التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قامت السلطات بوضع مجموعة من البرامج و الآليات التي من شأنها دعم وترقية هذه المؤسسات، تهدف لتحسين محيط الإستثمار الداخلي والأجنبي المباشر نذكر منها:

- **صناديق ضمان القروض²**: هي آلية تمويلية تسهل علي المؤسسات الطريق للوصول لخطوط القروض المحلية أو الأجنبية لتمويل إستثماراتها، لهذا الغرض تم إنشاء الصندوق الوطني لضمان قروض إستثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأمر رئاسي رقم 04-134 مؤرخ في 19 أفريل 2004، وهو عبارة عن شركة ذات أسهم رأسمالها 30 مليار دج منها (60% مكتتب علي الخزينة و 40% علي البنوك) والباقي عبارة عن سندات مكافأة يحوزها الصندوق علي ذمة الخزينة، و قوم الصندوق أساسا بضمان القروض البنكية التي تستفيد منها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بغرض تمويل إستثماراتها سواء عند إنشائها أو عند تطويرها وتحديثها من خلال برامج التأهيل، ويحدد المستوى الأقصى لضمان القروض البنكية في حدود 50 مليون دج ، بمستوى تغطية تقدر بـ 80 % في حالة إنشاء مؤسسة و 60% في الحالات الأخرى، وتكون مدة الضمان 7 سنوات.

- **الصناديق المعتمدة لضمان مخاطر قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**: بغية تحفيز المنظومة المصرفية الجزائرية أكثر في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولضمان تكفل فعلي بالاحتياجات الحقيقية لقروض هذه المؤسسات كان لابد من إنشاء صناديق دعم خاصة تأخذ علي عاتقها مخاطر عدم تسديد القروض البنكية من طرف

¹ مصطفى عوادي، إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مداخلة التحديات والصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي، سنة 2017، ص 05-08.

² محمد زيدان، الهياكل والآليات الداعمة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، جامعة الشلف، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد السابع، ص 127.

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وما عزز ضرورة إنشاء صناديق الضمان في الجزائر هو غياب مؤسسات مالية متخصصة في تلبية حاجيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فهي تفتقر إلى بنوك تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، شركات رأس المال المخاطرة... الخ، وتمثل في صندوق ضمان، قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وصندوق ضمان القروض الاستثمارية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ثانيا: هيئات الدعم المالي لمشاريع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أنشئت الجزائر عدة مؤسسات للمرافقة والدعم المالي بهدف تعزيز دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية، ومن بين أهم تلك المؤسسات:

- **الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM**¹: أنشئت هذه الوكالة في جانفي 2004 وقد أوكلت لها المهام التالية:

◀ تسيير آليات منح القرض المصغر؛

◀ تقديم خدمات استشارية ومتابعة نشاط المستفيدين من القروض المصغرة؛

◀ توضيح مختلف الإمتيازات الأخرى التي يتمتع بها المستفيدين من القروض المصغرة.

وتعمل الوكالة الوطنية للقرض المصغر علي منح قروض مصغرة وفق صيغ تمويلية مختلفة، فقد تمنح قروض لمشاريع صغيرة، أو تساهم مع البنوك في تمويل مشاريع تتطلب تمويلا أكبر.

- **الوكالة الوطنية لدعم الشباب ANSEJ**²: وهي هيئة وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وهي تسعى لتشجيع كل الصيغ المؤدية لإنعاش قطاع التشغيل الشباني من خلال إنشاء مؤسسات مصغرة لإنتاج السلع والخدمات وقد نشئت استحدثت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996، وو ضعت تحت سلطة رئيس الحكومة، ويتولى الوزير، ولها فروع جهوية ومحلية، ومن مهامها:

- تتابع الاستثمارات التي ينجزها الشباب أصحاب المشاريع في إطار احترامهم لبنود دفتر الشروط؛

- تقديم الدعم والاستشارة لمستحدثي المؤسسات الصغيرة ومتابعة مسار التركيب المالي وتعبئة القروض لمشاريعهم طيلة تنفيذ المشروع؛

- تضع تحت تصرف متحدثي المؤسسات المصغرة كل المعلومات ذات الطابع الاقتصادي والتقني و التشريعي و التنظيمي المتعلق بممارسة نشاطهم؛

- تحدث بنكا للمشاريع المفيدة اقتصاديا واجتماعيا.

¹ مصطفى عوادي، إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مرجع سابق ص 09-10.

² صالح صالح، أساليب تنمية المشروعات المصغرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 2004/03، ص 32-33.

- وكالة ترقية وتدعيم الاستثمارات **APSI**: طبقا لما تضمنته المادة 03 من المرسوم التشريعي رقم 12-93 المؤرخ في 05-10-1993، فإن الوكالة تتكون من مجموعة من الإدارات والهيئات تعمل علي مساعدة المستثمرين في تحقيق إستثماراتهم، حيث تعمل الوكالة على تقييم المشاريع ودراستها وإتخاذ القرارات بشأنها سواء كان بالقبول أم بالرفض، وقد تم تعديل المرسوم التشريعي السابق بإصدار أمر رقم 01-03 في 20 أوت 2001 يتعلق بتطوير الاستثمار ومناخه وآليات عمله، واهم ما يميز التشريع الجديد ما يأتي:

- المساواة بين المستثمرين والأجانب؛

- إلغاء التمييز بين الاستثمار العام والخاص؛

- إنشاء شبك موحد علي شكل وكالة وطنية لتطوير الاستثمار (**ANDI**) تضم كل الهيئات ذات العلاقة بالاستثمار وإصدار التراخيص.

- **الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI PME**¹: أنشئت الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بموجب قانون الاستثمار لسنة 2001، في شكل شبك وحيد غير موزع عبر 48 ولاية علي مستوى الوطن، وتحويل الوكالة القيام بجميع الإجراءات التأسيسية للمؤسسات وتسهيل تنفيذ مشاريع الاستثمار وذلك في إطار تنسيق جهودات الحكومة في دعم المشاريع الاستثمارية وتعزيز التشاور بين كل الإدارات المعنية بإنشاء وتطوير ثقافة الاستثمار والمقاولاتية، تهدف الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار إلى تشجيع الإستثمار الخاص والعام والمحلي والأجنبي دون تمييز، ولعبت الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار منذ نشأتها سنة 2001 دورا فعالا في دعم استثمارات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك نتيجة لصلاحيات الواسعة التي منحت لها، باستثناء إتخاذ القرارات الفردية في مجال توزيع العقار الصناعي.

- **الصندوق الوطني لتأمين علي البطالة CNAC**²: يعمل الصندوق المنشأ أيضا سنة 1994 بناء علي المرسوم رقم 188/94 المؤرخ في 1994/07/06 بالإضافة إلى مهامه الأصلية وطبقا لجهازه التشريعي علي الوقاية من الوقوع في البطالة لأسباب اقتصادية، ومن اجل تحقيق هذه الغاية قام بمعية المؤسسات المواجهة لصعوبات تطوير النظام ذو طابع اقتصادي أساسا لتمكينهم من الاستمرار في مزاوله النشاط الاقتصادي، وهذا من خلال تقديم المساعدة للمؤسسات التي تواجه صعوبات، حيث ينص الجهاز التشريعي لتأمين عن البطالة علي مساعدة المؤسسات المواجهة لصعوبات، وبالفعل فقد انطلقت العملية في جويلية من سنة 2000 بموجب قرار من مجلس الإدارة للصندوق، تحت شعار "إشعال الجمرات الخاملة في المؤسسات المهتدة بالزوال"، وانطلق في تشخيص المؤسسات المواجهة لخطر الحل

¹ مصطفى عوادي، إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مرجع سابق، ص 09.08 .

² دينان صلاح الدين، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة تلمسان سنة 2015 / 2016، ص 56 .

والتصفية من خلال إجراء فحص للكشف عن طبيعة المرض وأسبابه انطلاقاً من الأعراض المسجلة علي المريض ويمكن تطبيقه المؤسسة السليمة بهدف تحسين مستوى أدائها.

إن الصندوق الوطني لتأمين عن البطالة في تمويله للمؤسسات التي تواجه صعوبات إنما يعتمد صيغة رأس المال المخاطر, فإذا تعرضت هاته المؤسسات التي تتلقى المساعدة إلي خسارة فان الصندوق بطبعة الحال تحمل الخسائر، أما إذا تم إنقاذ المؤسسة وتحقيقها لأرباح فان الصندوق يكفي فقط باسترجاع جزء من رأس ماله المخاطر به والذي لا يتجاوز في أحسن الحالات 40 % و أما 60 % الباقية تخصص لإجراء دراسات التشخيص والصندوق لا يسترجعها سواء حققت المؤسسة ربحاً أو خسارة.

المطلب الثاني: عوامل ومحددات السوق السياحية (الطلب السياحي)

إن السوق السياحية سوق مختلفة على كل من سوق السلع وسوق الخدمات, فالسياحة في مجموعها ليست سلعة كما أنها ليست خدمة بل هي مركب من عمليات كثيرة بعضها خدمي والبعض الآخر سلمي. كما أن مفهوم السوق يعني التقاء قوى العرض والطلب أي التقاء مجموع فرص الشراء واحتمالات البيع فالتعرف إذن على السوق السياحية يتأتى من دراسة كل من العرض السياحي و الطلب السياحي¹.
فيمكن معرفة كيفية التأثير على كل منهما لتحقيق الاستغلال الأمثل للموارد المحدودة واختيار الوقت والمكان و نماذج الإقامة التي تتفق مع ظروف البلاد الاقتصادية.

حتى يمكننا الوقوف على مستوى أداء النشاط السياحي وما وراءه من ضعف أو قوة وإدراك معوقاته ومشاكل وهو أماكن القصور فيه ومدى توافقه مع المتغيرات الخارجية والداخلية المرتبطة بالنشاط السياحي.
حيث يمثل الطلب السياحي احد أهم عناصر قياس مدى تفاعل قطاع السياحة مع رغبات شرائح السياح، ويمكن توضيح ذلك من خلال تحديد ماهية الطلب السياحي وخصائصه والعوامل المحدد للطلب السياحي وذلك كما يلي :

أولاً: ماهية الطلب السياحي

1- تعريف الطلب السياحي

يعرف الطلب بشكل عام انه رغبة المستهلكين باقتناء السلع والخدمات عند سعر معين وفي فترة زمنية معينة.
أما الطلب السياحي فهو عبارة عن كمية السلع والخدمات السياحية التي يرغب ويستطيع المستهلكون الحاليون أو المحتملون اقتنائها في زمن معين، وهو يعني انتقال مؤقت للأشخاص خارج أماكن إقامتهم لأغراض سياحية.

¹ صلاح الدين عبد الوهاب، اعتبارات في التسويق، نشرة بحوث السياحة، العدد 06، ص: 56 .

ومن خلال هذين التعريفين يمكن استخراج الفارق بين الطلب بشكل عام والطلب السياحي كما يلي:

- الطلب بشكل عام ينصب على جميع السلع والخدمات المعروضة للبيع في الأسواق، في حين أن الطلب السياحي ينصب على نوع معين من الخدمات تسمى بالخدمة السياحية (المنتج السياحي) الذي يلبي حاجيات السياح؛
- الطلب بشكل عام يمارس من قبل جميع الأفراد القادرين على الدفع، في حين أن الطلب السياحي يمارس من قبل شريحة محددة في المجتمع تسمى بالسواح؛
- الطلب بشكل عام يمارس على مدار السنة وفي جميع الأماكن والأسواق، بينما يمارس الطلب السياحي بأوقات معينة من السنة أثناء تنفيذ الرحلة السياحية وغالبا ما يكون في موسم الذروة السياحية وفي المناسبات وعندما يتوفر وقت الفراغ؛
- أما من الجانب الكمي فيقاس الطلب السياحي على أساس عدد تذاكر السفر المباعة، الغرف المؤجرة الوجبات المستهلكة، عدد ليالي المبيت وغيرها.
- الطلب السياحي هو مجموع الاتجاهات والرغبات تجاه دولة ما والذي تتوقف على العديد من العوامل والمؤثرات بعضها شخصي مثل المستوى الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للفرد والبعض الآخر مرتبط بالعوامل النفسية مثل المحاكاة و الرغبة في زيادة المعرفة¹.
- كما أن هناك عوامل خارجية كالظروف السياسية والاقتصادية التي تحيط بكل من البلد المصدر والبلد المستورد للسائح، من العوامل المؤثرة على الطلب السياحي والمرتبطة بالدول المصدرة للسائح ما يلي²:
- درجة التقدم الاقتصادي للدول حيث تصبح السياحة مطلبا أساسيا للفرد كلما زادت درجة التقدم والرقى؛
- النظم المحددة لأوقات العمل والإجازات فهي محددات أساسا في عملية تخطيط الرحلات السياحية ومدى القدرة على تحقيق أكبر استفادة ممكنة منها؛
- القدرة المالية حيث يعتبر مستوى الدخل و المعيشة من المؤثرات المباشرة على الإنفاق السياحي لما له من درجة مرونة عالية بالنسبة لتغيرات الدخل؛
- حرية التحويل التقدي حيث تفرض بعض الدول قيودا على تحويل العملات (بغرض المحافظة على احتياطاتها النقدية) الحرة للخارج مما يؤثر على الطلب السياحي لتلك الدول، من حيث الدول المستقبلية للسائحين هناك العديد من العوامل المؤثرة والمرتبطة بها على سبيل المثال³:

¹ سلوى مرسى، تخطيط السياحة في الجمهورية العربية المصرية وأهميتها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ص: 50

² إيهاب عز الدين ندم، اقتصاديات السياحة في مصر ووسائل تنشيط الاستثمار السياحي بها، مؤتمر السياحة في مصر، 23/22/مارس 1988، ص: 30

³ صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 61.

- الإغراءات السياحية المتاحة وهي تمثل موارد الدولة المستوردة للسائحين ودرجة تنوعها لمواجهة أغراض السياحة المتعددة من علاج وثقافة و استجمام ورياضة... الخ؛
- مدى كفاءة الخدمات السياحية تؤثر تأثيرا قويا على درجة التدفق السياحي للدولة كحسن استقبال واستضافة السائح وهذا يعطي انطباع قوي لدى السائح لا يؤثر فقط على عدد مرات عودته بل يؤثر على درجة دعايته للبلد المضيف عند عودته لبلاده وذويه وبالتالي اتساع السوق السياحي ومواجهة المنافسة الدولية أمام هذا البلد؛
- الاستقرار والأمان من العوامل الهامة التي تؤثر على الطلب السياحي لحساسيته الشديدة للتقلبات السياسية و الطبيعية ودرجة تلوث البيئة؛
- بما أن السائح يتجه إلى البلدان التي تتلاءم فيها الأسعار مع قدراته المالية فان ارتفاع تكلفة الخدمة السياحية يؤثر تأثيرا مباشرا على الطلب السياحي؛

2- خصائص الطلب السياحي, من ما سبق يمكن أن نستخلص مجموعة الخصائص وهي:

- الموسمية: حيث يزداد الطلب السياحي عادة في فصول الصيف وان كان يزداد في بعض المناطق خلال فصل الشتاء لانتشار رياضة التزلج على الجليد¹.
- عدم التكرار: حيث لا يعني تحقيق درجة عالية من الإشباع لدى السائح ضرورة قيامه بتكرار زيارة البلد².
- التركيز: يتم تركيز الطلب السياحي على مدن ومناطق الجذب السياحي من مناطق الاستشفاء والسواحل والمدن ذات التراث الثقافي والحضاري وهذا يؤدي إلى تركيز مشروعات العرض السياحي في مناطق معينة وترك الأقاليم المجاورة.
- عدم التجانس: لأنه مزيج من الأذواق والرغبات، ولذلك هناك أنواع مختلفة من السياحة³.
- تأثره بالظروف السياسية: فمن أهم خصائص الطلب السياحي تأثره الشديد بالمتغيرات السياسية الخارجية فالطلب السياحي يتأثر سلبيا بعدم الاستقرار الاقتصادي والحروب والظروف السياسية للدول النامية.

ثانيا: العوامل المحددة للطلب السياحي

يتأثر الطلب السياحي بنوعين من العوامل، العوامل الموضوعية والعوامل الذاتية:

- العوامل الموضوعية,** تعتبر العوامل الخارجية من أهم العوامل الموضوعية، والتي تتمثل في العوامل الاقتصادية والعوامل الديمغرافية والاجتماعية

1 سلوى مرسى، تخطيط السياحة في جمهورية مصر العربية، مرجع سابق، ص 66.

2 عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 18

3 د إيهاب عز الدين ندم، مرجع سابق، ص 38

◀ العوامل الاقتصادية: تتمثل فيما يلي:

- **الأسعار:** يتأثر الطلب السياحي بشكل كبير جدا بأسعار الخدمات السياحية، بحيث تكون العلاقة بينهما عكسية في غالب الأحيان، كما تلعب الأسعار دورا مهما في اختيار وتحديد الوجهة السياحية، ويمكن ملاحظة هذه الظاهرة بالواقع العملي، فالطلب السياحي العالمي تأثر سلبا بموجة التضخم التي مست مختلف الدول عام 1974 أثر زيادة أسعار النفط الخام، والجدير بالذكر في هذه النقطة أن سلوك السائح لا يكون دائما عقلانيا، فبالرغم من ارتفاع الأسعار في بعض المناطق السياحية، إلا أنه يقبل التضحية بمبالغ مالية لعدة أسباب منها، التقليد والرغبة في التميز وإظهار الانتماء إلى الطبقة العليا، أو إذا تعلق الأمر بنفقات استثنائية تخص رحلة لا يقوم بها إلا مرة واحدة في حياته¹
- **الدخل:** تعتبر مسألة توفر الإمكانيات المادية (الدخل) من الشروط الأساسية لتحقيق الظاهرة السياحية فالعلاقة بين الدخل والطلب السياحي هي علاقة طردية كونه يعكس القدرة الشرائية للسائح، كذلك طريقة توزيع الدخل بين أفراد المجتمع لها دور كبير في التأثير على الطلب السياحي، فكلما تحققت عدالة في التوزيع كلما زاد الطلب السياحي وتمكنت جميع شرائح المجتمع من المساهمة بالفعاليات السياحية، في حين يعني سوء التوزيع اقتصار الطلب السياحي على الطبقة الغنية فقط والتي تستحوذ على غالبية الدخل مما يؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي.
- **سعر الصرف:** هذا العامل يؤثر على السياحة الخارجية فقط، إذ أن السائح يمارس عملية الإنفاق السياحي داخل القطر بالعملة الوطنية المتداولة، أما بالنسبة لسياحة الخارجية، فالمطلوب من السائح أن يستبدل عملته الوطنية بعملة البلد المزار أو بعملة عالمية مقبولة من قبل البلد المزار، وهذا يعني أن عملية الصرف سوف تؤثر على القدرة الشرائية للسائح، ومن ثمة تأثر على الطلب السياحي، فكلما انخفض سعر الصرف بالنسبة للبلدان المستضيفة للسواح زادت القوة الشرائية للسواح الوافدين، وبالتالي يزداد الطلب السياحي عليها².
- وقد يكون سعر صرف العملة الوطنية عملية مخطط لها ومقصودة بهدف رفع مستوى الطلب السياحي وتنشيط دور السياحة في دعم ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية، وقد يكون هذا الإجراء بهدف منافسة البلدان السياحية المجاورة لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السواح.

◀ العوامل الديمغرافية والاجتماعية

- **حجم السكان:** إن عدد السواح يعتمد على عدد السكان والعلاقة تكون طردية، فكلما ازداد حجم السكان كلما أدى ذلك إلى زيادة الطلب السياحي، إلا أن هذه القاعدة قد لا تنطبق على بعض البلدان ذات الكثافة السكانية

¹ Robert lanquar : l'économie du tourisme ,que sais ,édition PUF N° 2065 ,1983 .P 26 .

² Robert lanquar Ibid Op cit .P 32

العالية، كالهند مثلا الذي يتميز بانخفاض الطلب السياحي، ويرجع ذلك إلى التأثير الكبير للعوامل الأخرى ويأتي في مقدمتها عامل الدخل وانخفاض المستوى المعيشي للسكان بهذا البلد.

- **الخصائص الاجتماعية للسكان:** ليس فقط حجم السكان وحده المتحكم في الطلب السياحي، فهناك أيضا مواصفات سكانية أخرى تلعب دورا في تحديد الطلب السياحي ومنها :

✓ **الجنس:** إن البيانات الخاصة بجنس الفرد تدخل ضمن كل الدراسات المتعلقة بالسلوك تقريبا، واختلافات الجنس لها أهميتها بالنسبة لكثير من أشكال السلوك الاجتماعي والاقتصادي، وينطبق هذا أيضا على الأوجه المختلفة للسياحة، حيث اتضح أن إقبال الذكور على الطلب السياحي أكبر من إقبال الإناث وبالتالي كلما كانت نسبة الذكور في المجتمع أعلى من نسبة الإناث كلما أدى ذلك إلى زيادة الطلب السياحي، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الذكور أكثر حيوية ونشاطا وحبا للاطلاع والتغيير والتجديد أما الإناث فهي تميل أكثر إلى الاستقرار والاهتمام بالبيت والأسرة، بالإضافة إلى أن في الكثير من المجتمعات لا يزال هناك تقييد كبير لحرية المرأة¹.

✓ **العمر:** يوجد اختلاف كبير في السلوك السياحي للمجموعات العمرية المختلفة، وبشكل عام يمكن التمييز بين خمسة أقسام من هذه الفئات في السوق السياحة وهي:

- **الفئة الأولى (من 1 إلى 14 سنة):** وتشمل الأطفال، وتعتمد هذه الفئة في سلوكها السياحي بدرجة كبيرة على قرارات الوالدين وغيرهما من البالغين، كما يشكل الأطفال مجموعة خاصة في ضوء أسعار السواح، وإن الكثير من التسهيلات كالنقل والسكن وخدمات التسلية والترفيه توفر لهم بأسعار خاصة.

- **الفئة الثانية (من 15 إلى 24 سنة):** وهي سوق الشباب الذين لديهم مصادره الخاصة التي تكون محدودة عادة وأصبحوا يسافرون بدون عائلاتهم، كما يكون السلوك السياحي لهذه الفئة ذا طبيعة استكشافية كبيرة .

- **الفئة الثالثة (من 25 إلى 44 سنة):** الشباب نسبيا هم أشخاص ناشطون وفعالون اقتصاديا يسافرون على الأكثر مع عائلاتهم، ويتأثر سلوكهم السياحي تأثيرا جوهريا باحتياجات واهتمامات أطفالهم.

- **الفئة الرابعة (من 45 إلى 64 سنة):** متوسطو الأعمار، سلوكهم السياحي لم يعد يتأثر بصفة كبيرة باحتياجات واهتمامات أطفالهم.

- **الفئة الخامسة: 65 سنة فما فوق:** على الرغم من وجود الكثير من أوقات الفراغ لديهم لان مساهمتهم في السياحة تكون ضئيلة في غالب الأحيان².

¹ فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، ط 1، دار المستقبل، عمان، 2001، ص 68.

² فؤاد رشيد سمارة، مرجع سابق، ص 85.

- **المهنة:** يكون الاختلاف في السلوك السياحي للأشخاص بناء على المهنة التي يمارسونها، ويعزى ذلك إلى حقيقة هامة وهي توفر الوقت والميزانية، فهناك بعض المهن التي تتطلب كثرة السفر مثل الرياضيين المحترفين، ورجال الأعمال، كما توجد مهن توفر لأصحابها دخلا وفيرا يؤهلها للقيام بالرحلات السياحية.
- **الحالة الاجتماعية:** يتغير السلوك السياحي للفرد كلما زادت مسؤولياته والتزاماته العائلية الناتجة أساسا عن الزواج و زيادة عدد الأطفال، مما يؤدي إلى تغير طلبه على البرامج السياحية.
- **وقت الفراغ:** لقد كان لظهور العطل المدفوعة الأجر، وتخفيض ساعات العمل وسن التقاعد اثر كبير بزيادة الطلب السياحي، وظهر أنواع مختلفة من السياحة، وهو ما يؤكد على العلاقة الطردية بين أوقات الفراغ والطلب السياحي. وقد اتجهت التشريعات والأنظمة والقوانين إلى تنظيم وتحديد ساعات العمل اليومية و الأسبوعية ومقدار العطل الشهرية والسنوية، وعموما يتراوح مقدار العطل السنوية الممنوحة في العام في حدود الثلاثين يوما في المتوسط، كما تسعى المجتمعات في الوقت الحالي إلى تقليص ساعات العمل وتوفير فراغ أطول للعاملين، وذلك وعيا منها لأهمية أوقات الفراغ في زيادة الإنتاجية، نظرا لما توفره من راحة جسدية ونفسية للعامل، ورفع روحه المعنوية وتحديد طاقته وقدرته على العمل، ومما يساعد في ذلك التطور التكنولوجي وإمكانية إحلال الآلة محل عنصر العمل، مما يولد وقت فراغ كافي للقوى العاملة.
- **الوسائل التسويقية:** يعرف التسويق السياحي على انه مجموعة الطرق والتقنيات المتبعة في منظمة ما، وهو عملية بحث وتحليل تهدف إلى إشباع حاجات السواح في أحسن الظروف الاجتماعية والنفسية وكذلك حاجات السكان بالبلد المضيف، وتحقيق أرباح مالية في المنظمات السياحية.
- كما يمكن تعريف التسويق السياحي على انه عملية يتم من خلالها إشباع الطلب السياحي وذلك عن طريق ابتكار منتج أو خدمة، توزيعه، تحديد قيمة التبادل، الاتصال بين المؤسسة وسوقها، كذلك من اجل تحقيق أكبر فائدة للمستهلك، وقد حددت المنظمة العالمية لسياحة ثلاثة وظائف للتسويق السياحي وهي¹:
- **وظيفة الاتصال:** المتمثلة في جلب الزبائن الذين لهم القدرة على الدفع و إقناعهم بان الخدمات تلائم رغباتهم وذلك بتقنيات مختلفة؛
- **وظيفة التنمية:** يقصد بها تخطيط وتنمية المتاحات الجديدة والتي قد تسمح بإعطاء إمكانيات البيع؛
- **وظيفة المراقبة:** وهي عبارة عن تحليل استعمال تقنيات مختلفة، والبحث عن نتائج لمختلف نشاطات الترقية والفحص، وان كانت هذه النتائج تبين الاستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتاحة؛

¹ كريم قاسم، ترقية السياحة في الجزائر، حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر 1998، ص 56

ومن التعاريف السابقة، يتضح أن مهمة المسوق السياحي هي تحفيز الطلب السياحي، والتأثير فيه من اجل تحويل الطلب السياحي المحتمل إلى طلب سياحي حقيقي، ويبقى هدف مشاريع القطاع السياحي الخاص هو الهدف المادي أو الربح.

ويمكن أن يؤثر التسويق السياحي في الطلب السياحي من خلال:

- العمل على زيادة أعداد السواح أي التركيز على رفع مستوى الجانب الكمي السياحي؛
- إغراء السواح على البقاء فترة أطول في الأماكن السياحية والعمل على تحفيزهم لزيادة فترة الرحلة ككل؛
- ويسعى المسوق إلى تشجيع السواح الوافدين إلى المنطقة على زيارة العديد من المناطق السياحية من خلال برامج سياحية مخصصة لهذا الغرض؛
- يتميز الطلب السياحي بالموسمية، وبالتالي يكون دور المسوق السياحي هو رفع مستوى الطلب السياحي في مواسم الكساد، من خلال فعاليات وبرامج متعددة تتضمن ابتكار أنماط سياحية جديدة، تخفيض الأسعار والعديد من التسهيلات السياحية الأخرى.

الوضع السياسي والأمني: إن النزاعات الدولية والاحتلالات الداخلية والمشاكل السياسية في البلدان، تؤثر بشكل كبير على الطلب السياحي، وغالبا ما يرافق الظروف الراهنة وحالات عدم الاستقرار انخفاض في الدخل والمستوى المعيشي، مما يؤدي إلى تركيز الطلب على السلع الضرورية فقط وقلّة الطلب على السلع الكمالية ومنها الطلب على السياحة، كما أن السائح يبحث عن السعادة والأمان ويتجنب المشاكل والمخاطر، وبذلك فهو يتجنب السفر إلى أماكن تفتقر إلى الاستقرار والأمان.

◀ **العوامل الذاتية:** وهي عبارة عن المؤثرات الداخلية للفرد والتي تؤثر على الطلب السياحي، تأتي في مقدمتها الحاجة إلى السفر والسياحة، وتوجد العديد من النظريات التي اهتمت بدراسة حاجيات الإنسان من أشهرها نظرية ماسلو، إذ وضع خمس درجات للحاجة وهي كالآتي¹:

- حاجات فيزيولوجية، كالحاجة إلى الطعام والشراب والسكن؛
- الحاجة إلى الأمان، وتشمل الحماية، الاطمئنان ، الأمن... الخ؛
- حاجات اجتماعية، كمحبة الغير، الانتماء إلى جماعة معينة، الرغبة في العيش بطريقة معينة؛
- حاجات اعتبارية ويدخل في ذلك: كرامة الإنسان، النجاح، الاعتزاز بالنفس... الخ؛
- حاجات إشباع الذات، والتي تركز أساسا في الرغبة في تحقيق المقاصد الشخصية.

¹كريم قاسم، مرجع سابق ، ص59.

ومن دون شك فإن الحاجات الفيزيولوجية والتي لا يمكن الاستغناء عنها إطلاقاً تحتل الأولوية في سلم الحاجات، لكن الحاجات الأخرى تتباين من مجتمع لآخر، فمتى تم إشباع الحاجات الضرورية وحاجات الأمان، فإن الفرد سيحاول وبمعدلات متفاوتة إشباع الحاجات الأخرى منها الحاجة إلى السفر لغايات الاستجمام أو غيرها من الأنشطة السياحية، أما في الحياة العملية ارتبط تحليل الحاجات الإنسانية بالمنفعة التي يتحصل عليها الفرد من المنتج أو الخدمة لإشباع حاجاته، وقد قام باحثي التسويق بإعداد قائمة لاحتياجات الأفراد وفقاً للشئانية (احتياجات / منافع) كما يلي¹:

- **حاجات اقتصادية** : هي الحاجة إلى ادخار الأموال والتي يمكن أن تشبع عن طريق التوفير أو الاعتدال في النفقات، الحاجة إلى اقتصاد الوقت والجهد والتي تتحقق عن طريق وسائل الراحة والترفيه وأخيراً الحاجة إلى إرضاء الأذواق المختلفة للمستهلكين؛

- **الحاجة إلى تحقيق الذات**: وهي تشبع عن طريق المغامرات التي توفر عدة مزايا للفرد، مثل التحديد، التنوع، الاستقلالية، البهجة... الخ، وأيضاً عن طريق المحافظة على الذات والتي تتحقق من خلال الحفاظ على العادات، الأمن، الاستقرار، الاستمرارية... الخ؛

- **الحاجة إلى الشعور بالانتماء**: وهي تشبع عن طريق العلاقات المختلفة كالصداقة، التجمعات، وأيضاً الحاجة إلى الشعور بعدم الانتماء، والتي تتحقق عن طريق الانفراد، القدرة على جلب الانتباه، التميز... الخ؛

- **الحاجة إلى التفاخر والتباهي**: وهي تمثل الحاجة إلى عرض أشياء ملموسة، وهي تشبع عن طريق النجاح، النفوذ، القوة و الصرامة، ومن جهة أخرى الحاجة إلى عرض أشياء غير ملموسة تترجم عن طريق السمعة، الكرامة، الكبرياء، التواضع... الخ، وعموماً، فقد اتفقت آراء الكثير من الباحثين على تقسيم دوافع السفر والسياحة إلى أربع مجموعات وهي على النحو التالي:

- **دوافع طبيعية**: وهي الدوافع المرتبطة بالإنسان نفسه، أي الرغبة في الحصول على الراحة البدنية والاستجمام والاستشفاء وغير ذلك من الدوافع المتصلة بجسم الإنسان؛

- **دوافع ثقافية**: وتحدد هذه الدوافع في الرغبة في التعرف على بلاد أخرى من حيث فنونها وثقافتها وتاريخها وحضارتها والاستمتاع بتراتها الأدبي والفني؛

- **دوافع إقامة علاقات مع الآخرين**: لها علاقة برغبة الإنسان في زيادة الأصدقاء والأقارب، والتعرف على أشخاص جدد، والخروج من الروتين؛

¹ Robert Lanquar : sociologie du tourisme et des voyages , que sais -édition PUF , N°2213, 1985 , p 30

- دوافع شخصية: ترتبط برغبة الفرد الذاتية سعياً وراء الوصول إلى الشهرة، وجلب الاهتمام وتنمية الشخصية... الخ.

ثالثاً: أنواع الطلب السياحي، يمكن التمييز بين الأنواع التالية من الطلب على الخدمات السياحية¹:

◀ **الطلب السياحي الفعلي (الحقيقي)**: وهو الطلب الذي تحقق بالفعل، بمعنى آخر يمثل هذا الطلب إجمالي

التعاقدات التي تمت فعلاً على البرامج السياحية من جانب السواح خلال فترة زمنية معينة.

◀ **الطلب السياحي المستقبلي**: وهو يأخذ بعين الاعتبار الطلب الفعلي، إضافة إلى الطلب المؤجل والطلب المحتمل:

1- الطلب السياحي المؤجل: ويأخذ بعين الاعتبار العراقل الآتية التي يمكن أن تشكل عائقاً للاستهلاك السياحي،

كالمرض مثلاً الذي يؤدي إلى تأجيل القيام بالرحلة السياحية.

2- الطلب السياحي المحتمل: وهو يشمل الأشخاص الذين تتوفر فيهم العناصر الأساسية للسفر وهي²:

- القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية؛

- الرغبة في القيام برحلة سياحية؛

- توفر الظروف المناسبة والمحفزة للطلب على الخدمة السياحية.

أنواع أخرى للطلب السياحي: كذلك يمكن التفرقة بين أنواع أخرى من الطلب السياحي وهي:

- **الطلب السياحي العام**: ويقصد به الطلب على إجمالي الخدمات السياحية، بصرف النظر عن النوع أو الوقت أو

المدة ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها؛

- **الطلب السياحي الخاص**: ويرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين وجدده السائح مشبعاً لرغباته فتعاقد

معه، ومن هنا فإن الطلب على هذا البرنامج يصبح طلباً خاصاً بسائح معين أو مجموعة معينة من السواح؛

- **الطلب السياحي المشتق**: وينصرف هذا النوع من الطلب إلى الخدمات السياحية المكملّة أو المكونة للبرنامج

السياحي، مثل الطلب على الشركات النقل السياحي، وكالات السفر والسياحة، المطاعم... الخ.

المطلب الثالث: عوامل ومحددات السوق السياحية (العرض السياحي)

أولاً: ماهية العرض السياحي

1- تعريف العرض السياحي

يعرف العرض السياحي على أنه مجموع السلع والخدمات النهائية التي يقترحها القطاع السياحي على المستهلك

بهدف إشباع حاجاته السياحية والمتمثل في العطل، وهنا ينبغي التمييز بين المنتج الشامل والمتمثل في العطل، والتي

تعتبر الهدف السياحي، والمنتجات الفرعية والتي تعبر عن مختلف المكونات (الإيواء، النقل...).

¹ Jean Stafford :Micro -économie du tourisme , édition presse de l'université du Québec, 1996 ,page 6

² يسري عبس، السلوك الاستهلاكي للسائح، طبعة 01، الإسكندرية، 2002، ص 44.

وعليه يمكن تعريف المنتج السياحي على انه:

- مجموع العناصر الملموسة وغير الملموسة والتي تحقق منافع لزبون واحد أو عدة زبائن؛
- مجموعة عناصر تمثل كلا لا يتجزأ، إن الجمع بين عناصر العرض الأصلي وعناصر العرض المشتق هو الوحيد الذي يسمح بتلبية الحاجات السياحية¹.

وتدخل في هذه المجموعة العناصر الأساسية التالية والتي تمثل مركبات المنتج السياحي وهي:

- قدرات الإيواء والإطعام؛
- النشاطات المتعلقة بالصناعة التقليدية؛
- حماية الأشخاص والممتلكات؛
- تسهيل الإجراءات الإدارية؛
- نوعية الخدمات العقارية والتجارية؛
- العلاقة بين السعر ونوعية المنتجات والخدمات؛
- النشاطات الثقافية؛
- حماية الأشخاص والممتلكات؛
- نوعية الخدمات العقارية والتجارية؛
- العلاقة بين السعر ونوعية المنتجات والخدمات؛
- الظرف الاقتصادي والسياسي للبلاد؛

يتكون العرض السياحي من مجموعة متكاملة من مصادر الجذب السياحي متمثلة في الأتي :

- 1- العوامل الطبيعية والتي يصعب التحكم فيها أو تغييرها تبعا لتغيرات الأذواق ومتطلبات الطلب السياحي والمتمثلة في العوامل المناخية والجغرافية والبيئية؛
- 2- العوامل التاريخية و الحضارية والدينية من آثار قديمة وحديثة سواء فرعونية أو إسلامية أو قبطية؛
- 3- العوامل الثقافية المتمثلة في إقامة المؤتمرات والندوات والاحتفالات في مختلف المجالات الثقافية والعلمية من طب و قانون وفنون وغير ذلك، ولذلك فان عناصر الجذب السياحي السابقة لا بد من تدعيم الدولة لها بإنشاء بنية أساسية كاملة ومتطورة في نوعين أساسيين هما:

- بنية أساسية عامة و هي اللازمة للمجتمع ككل من طرق ومياه وكهرباء؛
- بنية أساسية خاصة بالسياحة مرتبطة بأماكن إقامة السائحين كالفنادق والقرى السياحية والبيوت والمعسكرات و كذلك وجود منشآت لخدمتهم من مكاتب سياحية وأماكن لتأجير السيارات ومستشفيات... الخ، ويتم تنظيم وتكامل العرض السياحي من خلال فئات أربعة فئات هي:

- 1- وكلاء السياحة والرحلات؛
- 2- متعهدو النقل: يقصد بهم مؤسسات النقل البري (السكك الحديدية و السيارات) والنقل البحري والنقل الجوي و له أهمية كبيرة عندما يقصد به الانتقال إلى منطقة سياحية في بلد آخر غير البلد المصدر للسياح إذ يسمح بزيادة فترة

¹ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مساهمة من اجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية، الدورة 16 نوفمبر، 2000 ص32

الإقامة السياحية، ومن المحتمل أن يكون متعهدو النقل السياحي منتجين في آن واحد أو تكون لهم مكاتب سياحية خاصة؛

3- قطاع الإيواء متضمنا الفنادق والقرى السياحية وأراضي المخيمات والشقق المفروشة وبيوت الشباب؛

4- قطاع الخدمات غير الفندقية من مطاعم ومقاهي غير الفندقية والملاهي الليلية والمتاجر والمحلات لبيع العاديات السياحية... الخ.

2- خصائص العرض السياحي: يتميز العرض السياحي أو المنتج السياحي بمجموعة من الخصائص وهي¹:

- عرض غير ملموس: تعد اللاملموسية الخاصية الأساسية والرئيسية التي تميز وتفرق الخدمات عن السلع، كما أن السمات الأخرى للخدمات تنشأ جميعها من خاصية اللاملموسية، والمتمثلة في عدم القدرة أو القابلية بشكل فعلي على التخمين والتقييم من خلال استخدام الحواس الخمس، حيث أن العديد من الخدمات يتم اختيارها على أساس السمعة والتجربة؛

- العرض السياحي سريع التلاشي: المعلوم أن المنفعة للعديد من الخدمات السياحية لها حياة قصيرة، وإن معظم الخدمات تظهر وتزول خلال فترة معينة يصعب على المشتري الحصول عليها في فترات أخرى، فالنشاط السياحي يتميز بارتباطه بالزمن وعدم إمكانية تخزينه، وعليه فإن صاحب الفندق قد يخسر الكثير يوميا عند عدم ورود النزلاء إلى غرف أعدت لهم، والطائرة المسافرة بأقل من العدد المخصص تمثل خسائر لخدمات لا يمكن استردادها، وهكذا فإن الخدمات السياحية سريعة الزوال وتواجه مشكلة كبيرة في تلاشيها خلال فترة زمنية معينة؛

هذه الحقيقة ذات أهمية كبيرة في مجال التسويق وبشكل خاص عند تحديد الأسعار، إذ أن الحجز الكبير على غرف الفنادق مثلا، غالبا ما يتم بعد السادسة مساء؛

- عدم خضوع العرض السياحي للقياس: وهي مشكلة كبيرة تجابه الخدمات، فالعديد من الشركات تقدم خدمات السياحة، وتعتقد أن ما تقدمه هو الأحسن والأنسب، إلا أن تقييم جودة هذه الخدمات يعد من الأمور الصعبة، فالعميل قد يعتبر خدمة فندق ما أحسن من الأخرى لمعايير قد لا يأبه لها عميل آخر، وحتى العميل نفسه قد يصعب عليه الحكم على خدمة ما إلا بعد التجربة من جهة، ومقارنة هذه الخدمة مع خدمة أخرى مماثلة².

- العرض السياحي مزيج مركب: حيث يتصف القطاع السياحي بأنه نشاط مركب، أي أن هناك أكثر من جهة قائمة على خدمة السواح كشركات النقل، الإيواء، الإطعام... خال، وكل منها يقدم خدمة مستقلة عن الأخرى.

¹ أسعد حماد أبو رمان، التسويق السياحي والفندقي، المفاهيم والأسس العلمية، دار حامد، الأردن ط 1، 2000، ص 5.

² أسعد حماد أبو رمان، المرجع السابق، ص 112.

- **الاعتماد الكبير على عنصر العمل:** يعتمد العرض السياحي بدرجة كبيرة على عنصر العمل، وينسب تفوق عرض الأنشطة الأخرى الزراعية والصناعية، حيث يمتاز النشاط السياحي بصعوبة إحلال الآلة محل عنصر العمل، وبالتالي فإن تنمية العرض السياحي يعني بالضرورة زيادة استخدام القوى العاملة¹.
- **العرض السياحي غير مرن:** ويعود ذلك لمجموعة من العوامل منها:
- **عامل الوقت:** وهو الوقت اللازم لإجراء التغيير على الطاقة الإنتاجية استجابة للتغيرات في الأسعار وكلما طال الوقت اللازم للتغيير كلما أصبح العرض غير مرن، ويكون التغيير في الطاقة الاستيعابية في النشاط السياحي عن طريق بناء المزيد من المنشآت السياحية وهذا يتطلب وقتاً طويلاً فيكون العرض السياحي غير مرن.
- **كثافة رأس المال:** فعملية إجراء التغيير على رأس المال الثابت عملية صعبة ومعقدة وتحتاج إلى تكاليف عالية وجهود كبيرة ووقت طويل، لذلك نجد أن العرض السياحي غير مرن لأنه يعتمد بكثافة على رأس المال الثابت.
- **العامل الطبيعي:** كلما كان العرض يعتمد على العامل الطبيعي، فهذا يعني أن المنتج يكون محكوماً بهذا العامل ويفقد السيطرة التامة على العرض فيصبح العرض السياحي غير مرن فالعامل الطبيعي يشكل علامة بارزة في العرض السياحي وبالذات المناخ الذي يحتم على المنتج أن يقدم عرضه فقط ضمن موسم الذروة السياحي لتوفر المناخ السياحي الملائم ويعجز عن تقديم عرضه في بقية المواسم الأخرى².
- **عدم القابلية عن النقل:** إذا كان بالإمكان نقل السلعة من سوق لآخر، فإن هذه الميزة سوف تعين المنتج على التحكم بكمية العرض حسب الأسعار السائدة في السوق، فيعتمد على زيادة الكميات المعروضة منها في الأسواق المرتفعة السعر، ويقلص عرضها في الأسواق المنخفضة السعر، مما يؤدي إلى زيادة مرونة العرض على تلك السلعة، إلا أن العرض السياحي يمتاز بعدم إمكانية نقله، فالمستهلك هو الذي ينتقل إلى الموقع السياحي من أجل الحصول على المنتج، وبذلك يكون العرض السياحي عرضاً غير مرن.

ثانياً: تصنيف العرض السياحي

- يمكن تقسيم العرض السياحي إلى ثلاث مجموعات رئيسية وهي:
- عناصر الجذب، وهي تنقسم إلى عناصر جذب طبيعية، وعناصر جذب من صنع الإنسان؛
 - أماكن الإقامة بمختلف درجاتها ومستوياتها، كالفنادق والقرى السياحية... الخ؛
 - الخدمات المساعدة: هي الخدمات الإضافية التي يحتاجها السائح وتنشأ مع رغبته في السياحة وتستمر أثناء التجربة السياحية وتنتهي مع إشباعه لهذه الرغبة، مثل خدمات شركات السياحة، وخدمات مراكز التسوق... الخ.

¹ سعيد محمد المصري، إدارة و تسويق الأنشطة الخدمية، المفاهيم والإستراتيجيات، الدار الجامعية، مصر 2002، ص 61-62.

² سعيد محمد المصري، المرجع السابق، ص 65.

بالإضافة إلى هذه المجموعات الثلاثة، توجد خدمات البنية الأساسية التقليدية التي يفترض توافرها بصفة رئيسية، كما يمكن تقسيم العرض السياحي إلى مجموعتين رئيسيتين وهما:

1- عناصر الجذب الطبيعية: وهي مجموعة العناصر الناتجة بفعل الطبيعة، وليست مع صنع الإنسان، وتتضمن جميع الثروات الطبيعية وهي (المناخ، هيكل الأرض، المياه، الغابات، والمحميات الطبيعية، الحيوانات والنباتات... الخ).

2- عناصر الجذب التي من صنع الإنسان: وهي تتمثل في العناصر التالية:

- **التاريخ التراث والدين:** مثل الأماكن التاريخية والأثرية، الأماكن التراثية والفنية، الأماكن الدينية المقدسة، العادات والتقاليد الاجتماعية.

- **مشاريع البنية التحتية:** وهي المشاريع التي تشكل أساس الاقتصاد الوطني ومهمتها تجهيز القطاع السياحي بمستلزمات الإنتاج الأساسية وتشمل:

- مشاريع بنية تحتية عامة، وتقدم مستلزمات الإنتاج الأساسية لجميع القطاعات، بما في ذلك القطاع السياحي، مثل الكهرباء، الغاز، الوقود، الماء، الطرق... الخ .
- مشاريع الاحتياجات الأساسية للحياة العصرية، حيث توفر نوعاً من المستلزمات التي أصبحت لا غنى عنها في الحياة المعاصرة كالمصارف، الصيدليات، الشرطة السياحية... الخ .
- مشاريع بنية تحتية متخصصة، أي أنها تخصص خدماتها للقطاع السياحي فقط ، مثل مناطق المخيمات، مواقف السيارات، وكلاء السفر والسياحة... الخ .
- مشاريع البنية الفوقية: وهي المشاريع التي تقدم خدمات مباشرة للسواح، وتشمل المدن السياحية، مشاريع الإيواء المختلفة (فنادق، مخيمات..)، ومشاريع تقديم الطعام والشراب (المطاعم، الوجبات الخفيفة... الخ) وسائل النقل المختلفة، وكذلك أماكن اللهو والتسوية الخاصة بالسواح (المسارح، قاعات الرياضة،... الخ)¹.

- **مقومات الضيافة:** وتتمثل في الوضع الاجتماعي للمنطقة السياحية، إضافة إلى درجة ثقافة الأفراد وحسن الضيافة والمعاملة الجيدة للسائح وعدم استغلاله، ويدخل في هذا العنصر الإطارات والمختصين السياحيين والفندين والأيدي العاملة المؤهلة والمدربة التي تعمل على ضيافة السواح.

- **التقدم التكنولوجي والحضاري:** وتعني درجة التقدم والتحضر بالمنطقة السياحية، والذي ينعكس من خلال البيانات الشاهقة والأبراج العالية، فن العمارة، محطات توليد الكهرباء والطاقة، المعرض الاقتصادية، وكل ما يمكنه أن يعكس تقدم البلد وبشكل عامل جذب سياحي.

¹ سعيد محمد المصري، المرجع السابق ، ص 78-79 .

كما يمكن تصنيف المنتج السياحي حسب المنطقة العالمية للسياحة إلى سبعة عناصر رئيسية وهي:

- التراث الطبيعي: المناظر الطبيعية، الأنهار، الصحاري... الخ؛
- التراث الطاقوي؛
- التراث البشري: المعطيات الديمغرافية، ظروف الحياة، العادات والتقاليد... الخ؛
- الجوانب التنظيمية والإدارية والسياسة؛
- الجوانب الاجتماعية: البنية الاجتماعية والعرفية، أوقات الفراغ، الإعلام والدعاية... الخ؛
- الأنشطة الاقتصادية والمالية؛
- وسائل الخدمات: النقل، الإيواء، المطاعم... الخ¹.

¹ سعيد محمد المصري، المرجع السابق، ص 165.

المبحث الثالث: البنوك التجارية كأداة تمويلية للمؤسسات السياحية

المطلب الأول: الإجراءات الإدارية لمنح القروض

أولاً: الإستقبال ودراسة الأولية

يوجد على مستوى كل البنوك محل الدراسة مكتب خاص (مصلحة القروض) باستقبال وتوجيه أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما يقوم هذا المكتب بإجراءات الدراسة الأولية للملفات المقدمة، ومدى مطابقتها واحتواءها على الوثائق المطلوبة في الملف الإداري لطلب التمويل من البنك، ونشير إلى نقطة مهمة هنا أنه لا يوجد حقيقة إطار مكلف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فقط، بل يقوم كل إطارات مصلحة القرض بالعديد من المهام داخل البنك (يكلف الإطار الواحد بدراسة ومتابعة العديد من أنواع القرض).

– **الدراسة المعمقة لملف القرض:** للوصول إلى مرحلة اتخاذ قرار القبول أو الرفض لمنح القرض للمؤسسة التي تطلب التمويل، تقوم مصلحة القرض على مستوى البنك بالدراسة المعمقة لملف القرض، والتي يتم التركيز فيها على عملية التقييم المنهجي للأخطار الناتجة عن القرض مع الأخذ بعين الاعتبار مردودية المؤسسة وقدرتها على تحقيق نتائج إيجابية، ويراعي البنك هنا في دراسته المعمقة للعديد من الجوانب التي يمكن أن تحدد الجدارة الائتمانية للمؤسسة، والمتمثلة في:

– الدراسة المالية للوثائق المحاسبية المقدمة؛

– دراسة الجدوى؛

– الضمانات المقدمة؛

– شخصية مؤسس الشركة، ودراسة المحيط الخارجي للمؤسسة.

من خلال ما سبق نجد أن التحليل المالي للوثائق المحاسبية المقدمة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمثل التقنية الأساسية في تقدير خطر القرض، حيث يتفق أغلب مدراء البنوك وإطارات مصلحة القروض المستجوبين على أن التحليل المالي للوثائق المحاسبية يعتبر من أهم الأدوات المستعملة في تقدير خطر تعثر المؤسسة التي تطلب التمويل، كما يعتبرون أن هذا التحليل غير كاف لاتخاذ قرار منح القرض لضرورة القيام بدراسة تقنية للمؤسسة (الموقع، طبيعة وسائل الإنتاج...)، كما أن القيام بالضمانات المقدمة للبنك هو من الأمور المحددة لقرار منح القرض، كما يعتبرون أن القيام بمحادثات مع صاحب المشروع وتحليل مؤهلاته العلمية وخبرته المهنية وسمعته التجارية (بجمع معلومات عن سمعة العميل في تعامله مع البنوك الأخرى بالاتصال بمركز المخاطر لدى بنك الجزائر) ومدى اهتمامه بنجاح المشروع هي من الأمور التي يأخذها المصرفي بعين الاعتبار في دراسة ملف القرض.

ثانيا: مساهمة الأجهزة المتخصصة في دعم وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قرار منح القرض

في إطار التنسيق والتعاون بين البنوك والهيئات المتخصصة (CNAC.ANSEJ.ANDI.ANJEM) في دعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن خلال الدراسات التي تقوم بها هذه الأجهزة والتي تساعد كثيرا في قرار منح القرض، حيث يعتبرها البنك دراسات متشابهة كما أنها تقدم في بعض الأحيان إقتراحات إلى هذه الهيئات من أجل تحسن وإعداد دراسات جدوى المشاريع بأكثر فعالية وكفاءة.

ثالثا: المتابعة والمراقبة والتحصيل للقروض

تسعى البنوك ضمن مرحلة المتابعة والتحصيل إلى ضمان استخدام القروض الممنوحة حسب الأوجه المتفق عليها والتي على أساسها تمنح القرض، كما تقوم بالمتابعة الدائمة لعمليات التحصيل لأقساط القروض في آجال استحقاقها، وتتعدد الوسائل المستخدمة من طرف البنوك كفحص الحساب الجاري للمؤسسة والقيام بالزيارات الميدانية ومراقبة وضعية المؤسسة في مجال تسديد القرض في آجال الاستحقاق، وذلك من خلال:

- متابعة عملية إستغلال القروض الممنوحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- متابعة تطور نشاط المؤسسة بعد منح القرض؛
- متابعة عملية تسديد المؤسسة لأقساط القرض في الآجال المحددة، وفي حالة عدم قدرة أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التسديد في آجال الإستحقاق فيتبع البنك مختلف الإجراءات المتمثلة في القيام بدراسة أسباب التأخر عن التسديد مع منح فرصة أخرى للمؤسسة حتى تقوم بتدارك الوضع، تطبيق الإجراءات القانونية في حالة توقف المؤسسة عن التسديد.

رابعا: طبيعة المشاكل التي تواجهها البنوك في التعامل مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- تعاني البنوك من العديد من المشاكل في تمويلها لمنظومة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهو ما يجعل من البنوك تعتبر أن هذه المنظومة من المؤسسات قطاع إستراتيجي لكنه كثير المخاطر، والتي تتمثل في:
- عدم قدرة أصحاب المؤسسات على تقديم الضمانات عند القيام بطلب التمويل، وعلى التسيير الإداري؛
 - تأخر المؤسسات عن التسديد في الآجال المحددة، المؤسسات أكثر مخاطرة من حيث إسترداد القروض؛
 - نقص التكوين والخبرة المهنية لأصحاب المؤسسات؛
 - إقبال الكبير لأصحاب المشاريع على نشاط إقتصادي واحد (خاصة مشاريع المؤسسات المصغرة) ؛
 - الدراسات المقدمة غير الواقعية من حيث التقديرات المقدمة، الوثائق المحاسبية المصريح بها لا تبين النشاط الحقيقي للمؤسسة.

المطلب الثاني: سياسة منح القروض في المشاريع السياحية

أولاً: أهمية طلب القرض وتحليله

توجد مجموعة من السياسات الواجب إتباعها عند منح القرض للمشاريع السياحية, يعتمد اتخاذ قرار الاقتراض علي جدارة طالب القرض الائتمانية أو الإقراضية ومقدرته على تسديد القرض, ولكي يتمكن المقرض من تفحص ذلك وتحديد موقفه, لا بد لطالب القرض من تقديم طلبه موضحا فيه البيانات والمعلومات التي تعكس وضع المقرض المالي علي حقيقته, ويختلف نموذج طلب القرض من مؤسسة إقراض إلى أخرى, وأحيانا وفقا لنوع القرض المطلوب, ولكن بصورة عامة يتوجب توفر المعلومات الآتية في أي طلب قرض يتم تقديمه للمؤسسات المقرضة, فمثلا إذا أردت إدارة احد الفنادق الحصول علي قرض من احد المصارف لا بد من توفر المعلومات التالية:

- اسم الفندق طالب القرض وعنوانه ودرجة تصنيفه السياحي؛
 - المساحة الإجمالية للبناء والأرض التي أنشئ عليها الفندق؛
 - نوع التوسع للخدمات والمنتجات السياحية المطلوب القرض لأجلها؛
 - عدد غرف وعدد أسرة الفندق ومعدل الأشغال السنوي؛
 - تفاصيل استعمالات القرض والتكاليف التقديرية لكل بند وتاريخ الحاجة إليها؛
 - خطة تسديد القرض؛
 - الميزانية العمومية أو الحساب الختامي للفندق, والتي يظهر فيه الوضع المالي للفندق في نهاية كل سنة مالية؛
 - حساب دخل الفندق أو حساب الأرباح والخسائر خلال مدة معلومة؛
 - الموازنة التقديرية المستقبلية خلال الفترة القادمة؛
 - وصف لنوع الضمانات والتعهدات والكفالات التي ستقدم كضمان للقرض.
- وتعتبر هذه المعلومات من الأساسيات التي يجب أن يحتوى عليها طلب القرض للفنادق أو الشركات السياحية, لكي تقوم الجهة الممولة بدراستها وتحليلها قبل إصدار قرارها, كما أن لها أهمية خاصة تتعلق بالأغراض الإحصائية للمؤسسات المقرضة.

ثانياً: عوامل المحددة لحجم القروض السياحية, تحتاج إدارة الفندق ثلاث مجموعات من المعلومات لتحديد حجم

القروض التي تروم للحصول عليها وهي كالآتي:

◀ التكاليف التشغيلية التي تشمل على:

- أجور ورواتب العاملين؛
- تكاليف قوائم الكهرباء والتدفئة والتبريد؛

- تكاليف البضائع التشغيلية؛
- تكاليف الترويج والإعلام؛
- تكاليف تبادل الأثاث؛
- تكاليف التأمين.
- تكاليف مصاريف الهاتف والبريد؛
- تسديد القروض مع فوائدها؛
- تكاليف الضرائب؛.

ومن الملاحظ بان جزء من هذه التكاليف هي تكاليف ثابتة والأخرى تكاليف متغيرة، حيث لا يمكن احتساب من خلال احتساب التكاليف المتغيرة بشكل دقيق , فمثلا أن تكاليف الطعام تعتمد علي عدد من الضيوف الذي لا يمكن توقعه إلا الخبرة والتجربة السابقة أو الاستعانة بالشركات المختصة بالتسويق السياحي .

◀ **تحديد حجم العوامل :** وهي أيضا تعتمد علي حجم ونوعية السوق المستهدف الذي لا يمكن السيطرة عليه

بسهولة سيما وان رغبات وحاجات السياح غير ثابتة، وتشمل العوامل على:

- مبيعات الطعام والشراب؛
- مبيعات قاعات الحفلات؛
- مبيعات الغرف؛
- مبيعات فندقية أخرى (مكالمات التلفون، خدمات الانترنت... الخ).

◀ **الخصومات السنوية:** حيث أن معظم الفنادق السياحية تعلن عروضاً تشجيعية لفئات معينة من الأفراد مثل

طلاب المدارس.

ثالثاً: أسس منح القروض للمشاريع السياحية

هناك عدة أسس يضعها البنك عند قيامه بمنح عملائه الأنواع المختلفة من القروض, ومن هذه الأمور:

- **مبلغ القرض:** حيث يجب أن يتناسب حجم القرض المطلوب مع حجم نشاط المشروع السياحي، لذلك يجب علي البنك دراسة حاجة المشروع التمويلية وتحديد المبلغ الذي يتناسب مع حجم نشاطه, إن منح المشروع السياحي قرضاً يفوق حجم نشاطه يؤدي إلي تحميل الخسارة ديناً قد تكون غير قادرة علي سداده، بالإضافة إلي ارتفاع نفقات التمويل، كما أن منح المشروع السياحي مبلغاً يقل عن حجم نشاطه يؤدي إلي وقوعه في عسر مالي، أو يؤدي إلي المزيد من طلبات الإقراض؛

- **الغرض من القرض:** يجب علي البنك دراسة الغرض من التمويل المطلوب من قبل المشروع السياحي وذلك حتى يقوم البنك بتوجيه إدارة المشروع السياحي نحو نوع التمويل الملائم لهذا الغرض؛

- **مدة القرض:** تفضل البنوك بشكل عام القروض قصيرة الأجل والتي تسدد نفسها بنفسها، إلا أن البنوك تقدم قروضا طويلة الأجل ومتوسطة الأجل لتمويل شراء الأصول الثابتة أو تمويل التوسع؛

- مصادر الوفاء: يجب علي البنك دراسة مصدر السداد لدى طالب القرض ومدى كفايته لسداد التزامات البنك كما يدرس أيضا مصادر السداد الثانوية، المتوفرة لدى المقترض؛

- سمعة المقترض: وهنا يجب التأكيد علي رغبة المقترض في السداد من خلال سمعته الجارية؛

- قدرة المقترض الإدارية والفنية: إن إدارة المشروع السياحي الجيدة تؤدي إلى حسن استغلال الأموال وبالتالي القدرة علي سداد الالتزامات؛

- رأس مال المقترض: كلما كان رأسمال المقترض أكبر كلما أدى ذلك إلي زيادة اطمئنان البنك نحو منحة القرض المطلوب؛

- الضمانات المقدمة: يهتم البنك بالضمانات المقدمة من المقترض، وتعتبر الضمانات خط الدفاع الأخير بالنسبة للبنك والذي يستطيع الرجوع إليه عند تعثر الدين.

رابعاً: الأسس التي يتحدد بموجبها القرض

تعتبر قرارات الإقراض من أهم القرارات التي تتخذها المصارف، فالقرض المدروس والمناسب للمشروع الجيد في الوقت المناسب هو الضمانة الأكيدة لسديد هذا القرض في موعده ولحصول المقترض على أقصى منفعة ممكنة منه، وبقدر ما تكون قرارات المؤسسة المقترضة صائبة يكون دورها فعالاً في تحقيق التنمية السياحية المرجوة، ومن هنا لا بد أن تكون قرارات الإقراض مرتكزة علي الأسس العلمية المتعلقة بأساليب التقييم المعتمدة، وبصورة إجمالية يمكن تلخيص العوامل التي لا بد من مراعاتها عند إتخاذ قرار الإقراض بما يأتي:

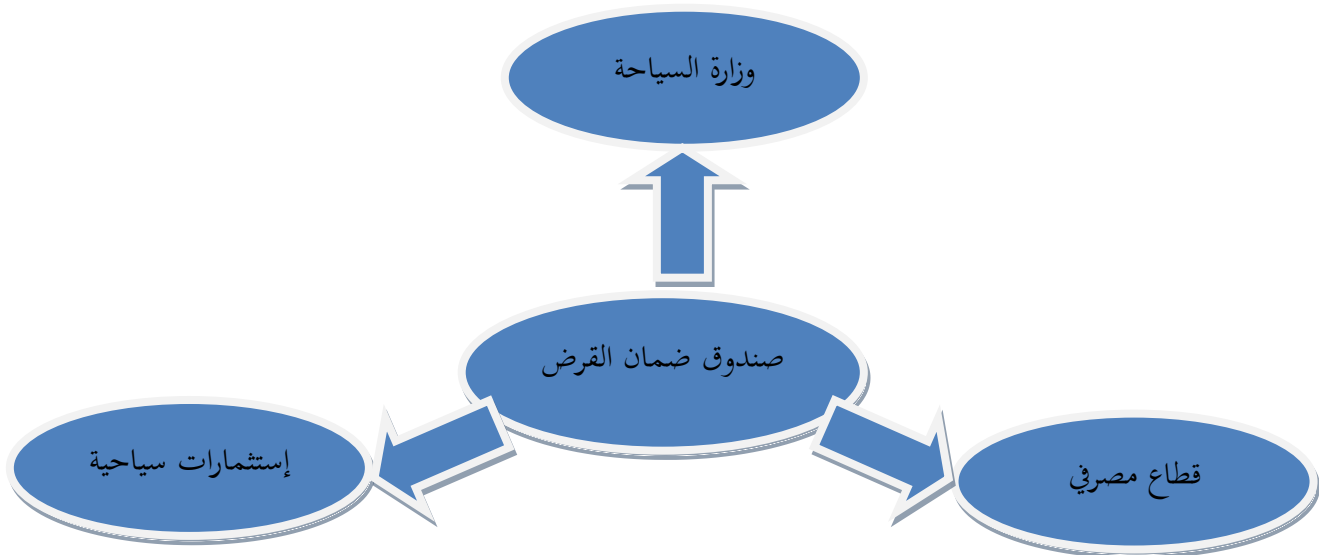
- الحاجة الفعلية للقرض: ويقصد بذلك حاجة المشروع السياحي إلى القرض لمواجهة متطلباته، إذ لا بد إن تكون هناك أنشطة مجدية ومطلوبة لا يستطيع المشروع السياحي تنفيذها إلا من خلال الحصول علي تمويل خارجي من مصادر التمويل المتوفرة، وكذلك لا بد أن تكون هناك ضرورة اقتصادية لنشاط المشروع السياحي المقصود تمويله؛

- سجل المقترض لدي المؤسسة: نجد أن ملف المقترض في مؤسسات الإقراض التي يوجد فيها نظام جيد للملفات، والتسجيل يحتوى علي معلومات تتعلق بقروضه السابقة سواء من ناحية ظروف إصدار تلك القروض أو تحصيلها لذا عندما يتقدم المشروع السياحي بطلب قرض جديد لا بد وان يندمج هذا الطلب في ملف المقترض القديم؛

- الأغراض التي يطلب القرض من أجلها وتكاليفها: لتحديد تكاليف خطة المشروع السياحي أو إقامة المشروع لا بد أولاً من تحديد البنود المختلفة التي يتكون منها المشروع السياحي ودراسة التكاليف اللازمة لكل بند منها، ويتولى لك بصورة مبدئية طالب القرض نفسه، إذ يحدد في طلبه الأغراض المطلوب تمويلها وتكاليف كل غرض منها؛

- مقدرة المشروع السياحي علي تحمل المخاطر: وهذه أيضا تتحدد من خلال دراسة الوضع المالي للمقترض، بالإضافة إلى دراسة وتحليل أية استثمارات أو دخل ثابت من خارج العمل السياحي؛
- مقدرة المقترض علي التسديد: إن مقدرة المقترض علي التسديد تعنى أساسا مقرة المشروع المراد إقامته علي التسديد لان المشروع الغير قادر علي تسديد ديونه يعتبر مشروعا غير ناجح، وبالتالي لا جدوى من إقامته ويجب عدم تمويله؛
- قوة الضمانات المقدمة: على الرغم من الدراسات التي يتم من خلالها تحديد مدى مقدرة المستثمر على الاقتراض والتسديد إلا أن كثيرا من مؤسسات الإقراض تلجأ إلى رهن موجودات ثابتة أو منقولة لشركات السياحة كإجراء احترازي يمنع المقترضين من التصرف بهذه الضمانات المقدمة؛
- مدخرات الشركات السياحية ومساهمة جهات أخرى في التمويل: ليس من الضروري أن تقوم مؤسسة الإقراض بتمويل كل التكاليف اللازمة للمروع السياحي؛
- إمكانية التمويل المتاحة للمؤسسة المقرضة: كثيرا ما تواجه مؤسسات الإقراض نقصا في الأموال لمواجهة الاحتياجات التمويلية في القطاع السياحي وفي هذه الحالة تضطر إلى تجديد أنواع ومقادير قروضها في ضوء إمكاناتنا يمكن تجاوزها، وتتناسب مع سمعة ومكانة الشركة السياحية.

الشكل (02): البيئة الإدارية للمستثمر السياحي بالجزائر



المصدر: من إعداد الباحث.

يوضح الشكل السابق الترابط الواقع بين كل الهيئات الداعمة أو العاملة على تنشيط القطاع السياحي والتي تسنى لنا زيارتها تباعا، وكانت لنا العديد من المقابلات مع الأعوان المكلفين بالتعامل المباشر مع المستثمر السياحي.

المطلب الثالث: مشاكل تمويل الاستثمار السياحي

يسفر عادة تحليل وتقييم البنك لدراسة الجدوى المقدمة له من إدارة المشروع طالب التمويل عن بعض ملاحظات تتفاوت في أهميتها وفي درجة تأثيرها علي قرار البنك بشأن التمويل, فقد يتضح من مراجعة بنوك التكاليف الاستثمارية للمشروع انه لم يأخذ في الاعتبار بطريق السهو أو الخطأ تكلفة بعض العناصر، أو أن بعضها قد قدر بأقل من الواجب، أو انه لم تتخذ الاحتياطات المناسبة لاحتمال ارتفاع الأسعار وفقا للمؤشرات الاقتصادية المتاحة, ومن أمثلة ذلك عدم إدخال مصروفات التدريب وتجارب التشغيل بدقة ضمن مصروفات ما قبل التشغيل أو عدم الأخذ في الحسبان تكلفة إنشاء مباني سكنية أو وسائل انتقال العمال رغم بعد موقع المشروع أو عدم توافر سبل مسيرة للمواصلات، أو تقدير تكاليف توصيل المرافق العامة للمشروع بأقل من اللازم، أو عدم الاحتياط المناسب للارتفاع أسعار تكلفة بعض الأصول كالمباني والإنشات والمعدات أو لمواجهة تقلبات أسعار الصرف للعملة المستخدمة في سداد قيمة الآلات في حالة الشراء بعملة غير عملة القرض المطلوب للمشروع، أو عدم الدقة في حساب فئات الرسوم الجمركية المستحقة علي الأصول المستوردة من الخارج، أو تقدير تكلفة التمويل بأقل من الواجب.

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

تواجه البنوك مشكلة الاختيار عند اتخاذ القرارات التمويلية والمفاضلة بين فرص الاستثمار المختلفة أحذة في الاعتبار ما تسعى إليه من استخدام الموارد المتاحة بكفاءة لإنجاز أكبر عدد من الأهداف المطلوب تحقيقها في ظل السياسة الاستثمارية والأولويات المحددة لها، وكلما جاءت القرارات الاستثمارية التي تتخذها البنوك سليمة كلما أدى ذلك نجاح عملية التنمية ومن أجل ذلك فإنها تعتمد على أساسا على دراسات الجدوى لتقييم المشروعات وتحليل ربحيتها التجارية.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل أهم مصادر التمويل المتوفرة أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية من خلال إبراز تشكيلة من هذه المصادر سواء مصادر التمويل الداخلية ومصادر الخارجية المتمثلة في التمويل من طرف الجهاز البنكي ومختلف أنواع القروض التي يقدمها، وكذا الشروط التي يعتمد عليها من اجل منح هذه القروض وفي ظل التطورات المالية الحديثة وظهور أدوات ومنتجات مالية جديدة مثل الاستئجار التمويلي والذي مازال استخدامه ضئيلا بالنسبة لدول النامية إضافة إلى أدوات التمويل المضاربة برأس المال والتي تلجأ إليها المنشآت كبديل آخر للتمويل، ولكن رغم ذلك يبقى التمويل من البنوك التقليدية هي الملجأ الأساسي لتمويل مختلف المنشآت.

نِاتَمَة

عامَة

سعيًا من خلال هذه المذكرة إلى الإجابة عن الإشكالية المطروحة والمتمثلة في "ما هو الدور الذي تلعبه البنوك التجارية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية" وهذا ما دفعنا للبحث في مجال البنوك التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تمت معالجة هذه الإشكالية عبر ثلاث فصول وهذا إنطلاقًا من الفرضيات التي تم صيغتها في المقدمة لإثبات صحتها من عدمها، حيث خصصنا الفصل الأول إلى الإطار النظري حول البنوك التجارية، حيث تعتبر إحدى أدوات تطوير وازدهار النظم الاقتصادي في العصر الحديث كما تمثل البنوك التجارية أو بنوك الودائع المكان الذي يؤتمن على أموال الأفراد ودائعهم، من خلال التطرق إلى مفاهيم أساسية حول البنوك التجارية، أنواعها، وهيكلها التنظيمي، كذلك النظريات المفسرة لنشاط البنوك التجارية والعوامل المؤثرة فيها، أما الفصل الثاني والذي خصصناه حول مفاهيم أساسية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال التطرق إلى الإطار النظري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها وأهدافها وآلياتها، وعوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مشاكلها وتحدياتها، أما الفصل الثالث جاء مكملًا للدراسة النظرية فمن خلال إعتادنا على البنوك التجارية وأهميتها في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية من خلال معرفة البنوك التجارية كأداة تمويلية للمؤسسات السياحية، التطرق إلى الإجراءات الإدارية لمنح القروض، وسياسة منح القروض في المشاريع السياحية، ومشاكل تمويل الاستثمار السياحي.

نتائج اختبار الفرضيات:

- إن الفرضية الأولى، صحيحة، تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أداة فعالة في معالجة مشكلة البطالة، نظرًا لما لديها من أهمية استثمارية وتنموية ناتجة عن تكلفة إنشائها المنخفضة وانتشارها الجغرافي الواسع وقدرتها على تشغيل نسبة كبيرة من اليد العاملة العاطلة، الأمر الذي يهيئها لإحداث تنمية إقليمية ناجحة تساعد على تحقيق الاستقرار السياسي والاجتماعي، وتساهم في رفع معدلات النمو الاقتصادي، زيادة الناتج القومي وتحقيق ترابط رأسي وأفقي بين القطاعات الاقتصادية المختلفة؛
- إن الفرضية الثانية، صحيحة، يعتبر قطاع السياحة بالجزائر ضمن أولويات البرامج التنموية للدولة ولا يعاني من التهميش من طرف السلطات؛
- إن الفرضية الثالثة، صحيحة، عملت البنوك التجارية على توفير تسهيلات مالية من أجل الاستثمار في القطاع السياحي، إلا أن ثقافة المستثمر ليست كافية للعمل في هذا القطاع خاصة طبيعة العمل البنوك، إذ يعتقد المستثمر أن البنك يقف حاجزًا أمام استثماره؛

- إن الفرضية الرابعة، صحيحة، يعتبر التمويل المدعم الحل الأمثل لتسهيل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية من طرف البنوك التجارية.

النتائج العامة للدراسة:

- أن الجهاز المصرفي يمثل العمود الفقري للاقتصاد وما يمكننا قوله والإشارة إليه أن للبنوك دورا هاما وأساسيا في العمليات المصرفية، بحيث يعرف بصفة أدق بأنه يقبل الأموال ويقترضها ويستفيد من ذلك وانه يقدم للمتعاملين تقنيات وطرق مختلفة سواء قصيرة الأجل أو المتوسطة كما أن البنك المركزي يقوم بدور أساسي في الحفاظ على توازن الجهاز المصرفي وتأمين إستمراره ويسهر على مراقبته ومتابعة نشاطه بالإضافة إلى الدور التي تقوم به البنوك التجارية؛

- نستطيع اعتبار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أحسن بديل من المؤسسات الكبرى في ميدان التشغيل وذلك لسهولة إنشائها وتكوينها كما أنها لا تتطلب رؤوس أموال كبيرة لانطلاق نشاطها، لكن وبالرغم من كل الامتيازات التي يحظى به قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلا أنه هناك عدة مشاكل ومعوقات من شأنها أن تحد من نشاطه وتعرقل تطوره؛

- توجد مجموعة من السياسات الواجب إتباعها عند منح القرض للمشاريع السياحية، يعتمد اتخاذ قرار الاقتراض على جدارة طالب القرض الائتمانية أو الإقراضية ومقدرته على تسديد القرض، ولكي يتمكن المقرض من تفحص ذلك وتحديد موقفه، لابد لطالب القرض من تقديم طلبه موضحا فيه البيانات والمعلومات التي تعكس وضع المقرض المالي علي حقيقته، ويختلف نموذج طلب القرض من مؤسسة إقراض إلى أخرى، وأحيانا وفقا لنوع القرض المطلوب، ولكن بصورة عامة يتوجب توفر المعلومات الآتية في أي طلب قرض يتم تقديمه للمؤسسات المقرضة.

التوصيات والاقتراحات:

- تفعيل دور المؤسسات الحكومية المتخصصة في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- تفعيل آليات عمل صناديق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتسهيل العملية التمويلية لهذه المؤسسات؛

- تفعيل مساهمة كل مؤسسات المجتمع في نشر ثقافة الاستثمار والعمل الحر؛
- تفعيل دور حاضنات الأعمال ودعمها وتدريب العاملين عليها من أجل خلق مؤسسات رائدة وقادرة على المنافسة مستقبلا؛

- إعادة النظر في وضع قانون خاص بالامتياز التجاري خدمة لأعمال المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وتنشيطا لها لخلق مناصب الشغل.

أفاق الدراسة:

بعد دراستنا لموضوع " دور البنوك التجارية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية " ومحاولتنا للإلمام بكل جوانب الموضوع إلا أننا ندرك أن هذا البحث كغيره من البحوث لا يخلو من القصور أو النقص، وبذلك يكون إنطلاقة لبحوث جديدة و نذكر منها:

- دور التطبيقات السياحة الرقمية في عرض الخدمات السياحية في الجزائر "دراسة ميدانية"
 - دور مكاتب السياحة والسفر في ترويج الخدمات السياحية في الجزائر "دراسة تحليلية"
 - واقع وآفاق السياحة الدينية في الجزائر
 - استراتيجيات تسويق كأحد الآليات المعاصرة لترقية الوجهات السياحية "عرض تجارب دولية"
- نأمل في نهاية هذا البحث أن نكون قد وفقنا في معالجة الموضوع ، والقصور منا والكمال لله عز وجل.

قائمة

المراجع

- 01/- طاهر فاضل البياتي ، المصارف و النظرية النقدية ، جامعة العلوم التطبيقية الاكاديمية العربية للعلوم المالية و المصرفية .
- 02/- ضياء مجيد، اقتصاديات النقود و البنوك، الدار الجامعية مؤسسة شباب الجامعة.
- 03/- خالد أمين عبد الله: العمليات المصرفية ، الطرق المحاسبية الحديثة ، دار وائل للنشر ، ط 7 ، 2014 .
- 04/- سليمان بوذياب ، اقتصاديات النقود و البنوك المؤسسات الجامعية الدراسات لنشر و التوزيع بيروت 1996.
- 05/- عبد الغفار حتفي، الأسواق و المؤسسات المالية، الدار الجامعية الإسكندرية، 2000.
- 06/- سوري عدلي ناشير، مقدمة في الإقتصاد والنقدي والمصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، دمشق، ط 1، 2005.
- 07/- خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية، دار وائل للنشر، الإسكندرية، ط 2، 2000 .
- 08/- طاهر محسن الغالبي ، وائل محمد إدريس ، الإدارة الإستراتيجية ، دار وائل للنشر ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2007 .
- 09/- حمد كمال خليل الحمزاوي ، إقتصاد الائتمان المصرفي ، منشأة المعارف ، مصر ، ط 2 ، 2000.
- 10/- الطاهر عبد الله ، النقود و البنوك و المؤسسات المالية ، مركز اليزيد للنشر ، 2006 .
- 11/- زياد رمضان ، إدارة البنوك ، دار البداية للنشر ، طبعة 1 ، 2008.
- 12/- يعدل فريدة، تقنيات وسياسات التسيير المصرفي، ديوان الساحة المركزية بن عكنون الجزائر ط3، 2007 .
- 13/- عبد المعطي رضا رشيد ، محفوظ أحمد جودة ، إدارة الإئتمان ، عمان ، دار وائل للنشر 1993 .
- 14/- منير إبراهيم هندي : إدارة البنوك التجارية ، مدخل إتخاذ القرارات المكتب العربي الحديث الطبعة 03، 2000 .
- 15/- صلاح الدين حسن السيبي : التسهيلات المصرفية للمؤسسات و الأفراد دار الوسام للطباعة و النشر 1998 .
- 16/- فؤاد نجيب الشيخ، ممارسات التخطيط في منشأة الأعمال الصغيرة في الإمارات العربية المتحدة ، المجلة العربية للعلوم ، المجلد السابع ، العدد الأول ، 2000 .
- 17/- رابع حوني، رقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2008 .
- 18/- عبد المطلب عبد الحميد : "اقتصاديات تمويل المشروعات الصغيرة"، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2009 .

- 19/- جهاد عبد الله عفانة، قاسم موسى أبو عيد: "إدارة المشاريع الصغيرة"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، الطبعة العربية .
- 20/- توفيق حسن ، الإدارة المالية ، قرارات وسياسات التمويل في المشروع الاقتصادي ، دار النشر سوريا ، الطبعة 1 ، 1989 .
- 21/- الطاهر لطرش، تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر الطبعة 2، 2003 .
- 22/- اسعد حماد أبو رمان ، التسويق السياحي والفندقي ، المفاهيم و الأسس العلمية ، دار حامد ، الأردن ط 1 ، 2000 .
- 23/- موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الوراق لنشر و التوزيع عمان الطبعة الأولى سنة 2010 .
- ثانيا : المجالات أو الدوريات العلمية :**
- 01/- حكيم شبوطي : "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية، دراسة حالة الجزائر" ، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر ، 2007-2008 .
- 02/- عبد الرحمن بن عنتر، عبد الله بلوناس، مشكلات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأساليب تطوير قدرتها التنافسية، الدورة التدريبية حول تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية، الاغواط الجزائر، يومي : 08 _ 09 افريل 2002 .
- 03/- محمد عبد الحليم عمر ، التمويل عن طريق القنوات التمويلية غير الرسمية ، الدورة التدريبية حول تمويل المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصادية المغربية ، سطيف ، 25 - 28 ماي 2003 .
- 04/- محمد زيدان، الهياكل والآليات الداعمة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، جامعة الشلف، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد السابع .
- 05/- صالح صالح، أساليب تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، العدد 03/2004 .
- 06/- صلاح الدين عبد الوهاب ، "اعتبارات في التسويق" ، نشرة بحوث السياحة ، العدد 06 ، 1970 .

07/- المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي ، مساهمة من اجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية ، الدورة 16 نوفمبر، 2000 .

ثالثا : الأطروحات و المذكرات الأكاديمية :

01/- محمد شريف إيمان ، دور البنوك التجارية في تمويل التنمية الاقتصادية ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية فرع نقود مالية و بنوك المركز الجامعي البويرة 2008-2009 .

02/- دوال بدر الدين، رؤوف عبد الله، القروض البنكية (شهادة) ليسانس كلية علوم إقتصادية و علوم التسيير تخصص مالية جامعة الجزائر 2003 .

03/- هلال كهينة، إجراءات منح القروض من طرف البنوك التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع: نقود مالية وبنوك، جامعة بسكرة 2008-2009 .

05/- عثمان لخلف، دور ومكانة الصناعة الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير، قسم العلوم الاقتصادية ، الجزائر، 1995 .

06/- ليلي لولاشي، التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مساهمة القرض الشعبي الجزائري CPA – وكالة بسكرة- ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2005/2004 .

07/- رابع خوني، ترقية آليات وصيغ تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2003/2002 .

08/- عبادي فاطمة الزهراء، مقومات تحقيق الأداء المتميز للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة- ادرسة حالة الجزائر- ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ، تخصص إدارة الأعمال، جامعة سعد دحلب البليدة، 2007 .

09/- حكيم بوحرب، دور السوق المالي في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص نقود مالية وبنوك، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر، 2008 .

10/- سيد علي بلحمدي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية في ظل العولمة- دراسة حالة الجزائر- ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ، تخصص إدارة الأعمال، جامعة سعد دحلب البليدة، سنة 2006 .

11/- قويقع نادية، إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية- حالة الجزائر- ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2001-2002 .

12/- عبد العزيز جميل مخيمر، أحمد عبد الفتاح عبد الحليم: "دور الصناعات الصغيرة والمتوسطة في معالجة مشكلة البطالة بين الشباب في الدول العربية"، بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2005 .

رابعا : المؤتمرات والملتقيات العلمية :

01/- سحنون سمير، بونوة شعيب " المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و مشاكل تمويلها في الجزائر " الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، جامعة الشلف ، يومي 18- 17 أبريل 2006 .

02/- منصور بن اعمارة ، تمويل المشروعات الصغيرة و المتوسطة و تطويرها في الاقتصاديات المغاربية ، مداخلة ضمن الندوة الدولية للمؤسسات المصغرة و دور البنوك في تمويلها ، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة باجي مختار - عنابة .

03/- ريمي رياض ، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ودورها في تنمية الاقتصاد الوطني ، الملتقى الوطني : واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي ، يومي : 05 و 06 ماي 2013 .

04/- جمال بلخياط جميلة، متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، 17- 18 أبريل 2006 .

05/- مادي محمد ابراهيم، آيت عكاش سمير، دور المشاريع الصغيرة في الاقتصاد الوطني واشكالات التمويل التي تواجهها في ظل محاولات التجديد والتوسع والإبداع، مداخلة ضمن الندوة الدولية حول المقاول والإبداع في الدول النامية، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر .

06/- مصطفى عوادي، إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مداخلة التحديات والصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي ، سنة 2017 .

07/- د إيهاب عز الدين نديم، "اقتصاديات السياحة في مصر ووسائل تنشيط الاستثمار السياحي بها"، مؤتمر السياحة في مصر ، 23/22/مارس 1988 .

08/- Robert lanquar : l'économie du tourisme ,que sais ،édition PUF N° 2065 ,1983 .

09/- Robert Lanquar : sociologie du tourisme et des voyages , que sais – édition PUF , N°2213, 1985 .

10/- Jean Stafford :Micro –économie du tourisme , édition presse de l'université du Québec, 1996 .

خامسا : مواقع الأنترنت الرسمية :

01/- الموقع /t7019/ http://www.accdiscussion.com

02/- الموقع : المركز الديمقراطي العربي [/https://democraticac.de](https://democraticac.de)

03/- الموقع الإلكتروني : مديرية الصناعة و المناجم لولاية المسيلة [. https://dim-msila.dz/?p=75](https://dim-msila.dz/?p=75)

04/- la nouvelle définition des PME ; guide de l'utilisateur et modèle de déclaration ; 2006 ; date de consultation 2/2/2010. p14.en ligne http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_use_r_guide_fr.pdf

سادسا : القوانين :

01/- قانون النقد و القرض 90-10 .

ملاحق

الملحق رقم (01) : اتفاقية بين البنوك التجارية ومديرية السياحة والصناعة .

المراسلة
الرقم
التاريخ

FTN NO. 1021714890

9 SEP 2013 12:53

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTRE DU TOURISME
ET DE L'ARTISANAT

Direction de l'Évaluation et de Soutien
Des Projets Touristiques

وزارة السياحة
والتجارة التقليدية
مديرية تقييم ودعم
المشاريع السياحية

09 سبتمبر 2013

الجزائري:

ش.م.م / 01 / 2013

إلى السيدات والسادة
مدراء السياحة والصناعة التقليدية

الموضوع: إمداد التقييم حماية تمويل مشاريع الاستثمار السياحي الخاص.

في إطار وضع محل التقييم الاتفاقيات المبرمة بين وزارة السياحة والصناعة التقليدية مع البنوك
والمؤسسات المالية (CPA, BDI, BADR, CNEP, SPA) الجزائر استثمار (خارجي)
تبر ماية 2012، عند اجتماع حصل يوم 31 أكتوبر 2012 مع إيطارت ومسوري هذه المؤسسات قصد
وضع خارطة طريق تضمن القروض للمد، والتكفيلات التكميلية لضمان وضع مجموعة من الإجراءات
تجسيدا للتعاقد للطلاب لمختلف البنوك وذلك لتسهيل حماية تمويل المشاريع ومراقبة البنوك للمستثمرين
على المستوى المحلي.

وفي هذا الصدد، ونسند التوضيح تقدم المزمع عقد مع المؤسسات البنكية لاحقا بغية اتخاذ ومناقشة
مبادرات تمكينية أخرى لدعم الاستثمار السياحي، نذكر في أن نطلب منكم موافقتنا على
حصول المشاريع التي استفادت من تمويلات البنوك وكذا تلك التي رفضت طلباتها من طرف
البنوك خلال سنتي (2012-2013) مع ذكر الأسباب.
ونرجو من سدي ملاحظة هذا فنونك للمستثمرين على المستوى المحلي.
الرجاء موافقتنا بهذه المعلومات قبل تاريخ 15 سبتمبر 2013.

مدير تقييم ودعم المشاريع
السياحية
صحة المهنية



تلقى صيرتة التقييم والإشراك
السياحية التقليدية
09 SEP 2013
المديرية التجارية

الملحق رقم (02): المشاريع السياحية في صندوق ضمان القرض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

FONDS DE GARANTIE DES CREDITS AUX PETITE ET MOYEN ENTREPRISES
ANTENNE REGIONALE OUARGLA
 Liste des investisseurs ayant déposé leurs dossier au niveau FGAR Ouargla pour bénéficier de la garantie des crédits bancaire



n	nom	Nature du projet	Situation bancaire	Etat du dossier FGAR	Année
01	/	Hôtel Ouargla	En instance	En cour de traitement	2017
02	/	Village touristique Ouargla	/	Refus (manque de documents et montant du crédit important et apport personnel non apporté)	2017

Agence Nationale de Développement de l'Investissement
Guichet Unique Décentralisé de Ouargla

Répartition des Projets déclarés par communes/Nature d'activité

DU 01/10/2012 AU 31/12/2017

بالبلديات مشاريع سياحية

عدد مشاريع

عميمات النشاط

Communes	Nature D'activité	Nbr Proj	%	Nbr-Emp	%	Montant (MAD)	%
AIN BEIDA	ENTREPRISE D'ATTRACTIONS	1	3,45	30	1,53	200.000.000	1,32
AIN BEIDA	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	2	6,90	42	2,14	1.171	7,73
AIN BEIDA	HOTELS	1	3,45	0	0,41	213	1,41
AIN BEIDA	VILLAGES DE VACANCES	1	3,45	27	1,37	212	1,40
EL HADJIRA	COMPLEXE TOURISTIQUE	1	3,45	633	27,12	1.604	11,81
EL HADJIRA	VILLAGES DE VACANCES	1	3,45	21	1,07	61	0,33
HASSI BEN ABDELLAH	HOTEL AVEC RESTAURANT TOURISTIQUE OU NON)	1	3,45	59	3,81	604	3,33

28/02/2018

1



Guichet Unique Décentralisé de Ouargla

Répartition des Projets déclarés par communes/Nature d'activité

DU 01/01/2012 AU 31/12/2017

Communes	Nature D'activité	Nbr-Proj	%	Nbr-Emp	%	Montant en(MDA)	%
NEZLA	ENTREPRISE D'ATTRACIONS	2	10,34	482	24,53	572	4,44
NEZLA	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	1	3,45	25	1,32	304	2,00
NEZLA	LOCATION DE SALLES	1	3,45	11	0,56	79	0,52
NEZLA	MOTEL	1	3,45	11	0,56	131	0,87
NEZLA	VILLAGES DE VACANCES	1	3,45	140	7,12	977	6,45
NGOUSSA	RELAIS ROUTIER	1	3,45	12	0,61	30	0,20
OUARGLA	COMPLEXE TOURISTIQUE	1	3,45	50	3,05	1 360	8,98



Agence Nationale de Développement de l'Investissement

Guichet Unique Décentralisé de Ouargla

Répartition des Projets déclarés par communes/Nature d'activité

DU 01/01/2012 AU 31/12/2017

Communes	Nature D'activité	Nbr-Pj	%	Nbr-Emp	%	Montant en(MDA)	%
OUARGLA	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE CU NON)	7	24,14	320	85,28	4 255	28,37
OUARGLA	LOCATION DE BATEAUX DE PLAISANCE ET BARQUES	1	3,45	5	0,15	43	0,32
ROUJISSAT	COMPLEXE TOURISTIQUE	1	3,45	50	3,05	500	3,30
ROUJISSAT	HOTELS	1	3,45	15	0,75	450	3,04
TOUGGOURT	COMPLEXE TOURISTIQUE	1	3,45	50	2,34	1 560	10,57
TOUGGOURT	HOTELS	1	3,45	45	2,19	530	3,50

Amidi

26/02/2018

3