



الموضوع

أثر القروض الإستهلاكية على تغيرات الأسعار في الجزائر
"القروض الممنوحة لإقتناء السيارات" دراسة حالة بنك البركة
الجزائري - وكالة بسكرة -
الفترة (2005-2010)

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص : نقود ومالية

إشراف الأستاذ:
■ وليد صيفي

إعداد الطالب:
■ هاني شناي

السنة الجامعية: 2014 - 2015



الإهداء:

إلى والديّ حفظهما الله

إلى جميع أفراد العائلة

و جميع الأصدقاء...

شكر وتقدير:

الحمد والشكر الكثير لله عز وجل

لتوفيقنا في انجاز هذا العمل

كما نتقدم بجزيل الشكر للأستاذ المشرف

"صيفي وليد"

على كل التوجيهات التي قدمها لنا

والى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في انجاز هذا

العمل المتواضع...

وبالأخص الأستاذ رايس عبد الحق

ملخص :

تعد البنوك من أهم المصادر التي تقوم بتمويل الأفراد بمختلف أنواع و أشكال القروض , فخلال الأعوام الأخيرة أصبح توجه الأفراد نحو الاستفادة من هذه القروض و بالأخص القروض الاستهلاكية من أجل تحسين مستوى معيشتهم من خلال اقتناء الأثاث , شراء منزل , السفر و السياحة , الزواج أو اقتناء سيارات .

من خلال هذا البحث حاولنا تسليط الضوء على القروض الاستهلاكية و معرفة مدى تأثيرها على تغيرات الأسعار و خصوصا في مجال السيارات و إبراز الجوانب التي ممكن أن ت وثر على الأفراد المستفيدين من القروض الاستهلاكية سواء كانت هذه الانعكاسات سلبية أو ايجابية , و كذلك التطرق إلى التأثير على القدرة الشرائية للأفراد جراء الأقساط التي تقتطع نظير حصولهم على القروض الاستهلاكية لشراء سيارة .

Résumé:

Les banques sont considerer parmi les sources les plus importants qui finance les individus par les déferents types et forme des credits .

Dans les dernières années on voix que les particuliers ont bénéficient de ces prêts particulièrement les prêts consommables pour améliorer leurs niveaux de vie on obtenant des mobiliers, achats des maisons, voyage et tourisme, mariage et achat de véhicules .

Dans notre mémoire on a essayer de déterminer et commaitre les conséquences des prêts consommables et surtout les prêts d'achat véhicules sur le pouvoir d'achat et les changements de prix vue le cumul des retenues mensuels.

الفهرس

الصفحة	الفهرس
	شكر و عرفان
	الإهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول و الأشكال
	فهرس الملاحق
أ . ب . ج	مقدمة
29-2	الفصل الأول: القروض الاستهلاكية
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية البنوك
03	المطلب الأول : مفهوم البنوك
5-4	المطلب الثاني : أنواع البنوك
6-5	المطلب الثالث : أهمية البنوك
6	المبحث الثاني : عموميات حول البنوك
6	المطلب الأول : ماهية القروض
7	المطلب الثاني : أهمية و خصائص القروض
8-7	أولاً- أهمية القروض
9-8	ثانياً - خصائص القروض
16-9	المطلب الثالث : أنواع القروض
17-16	المطلب الرابع : وظائف القروض
17	المبحث الثالث : ماهية الاستهلاك
18-17	المطلب الأول : تعريف الاستهلاك
19-18	المطلب الثاني : أنواع الاستهلاك
23-19	المطلب الثالث : العوامل المؤثرة في الاستهلاك
23	المبحث الرابع : ماهية القروض الاستهلاكية
24-23	المطلب الأول : تعريف القروض الاستهلاكية
27-24	المطلب الثاني : أنواع القروض الاستهلاكية

28-27	المطلب الثالث : ضوابط خاصة بالقروض الاستهلاكية
29	خاتمة الفصل
58-32	الفصل الثاني : الأسعار
32	تمهيد الفصل
33	المبحث الأول : ماهية سلوك المستهلك
33	المطلب الأول : تعريف سلوك المستهلك
35-33	المطلب الثاني : دوافع سلوك المستهلك
37-35	المطلب الثالث : أهمية دراسة سلوك المستهلك
40-37	المطلب الرابع : العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك
40	المبحث الثاني : طبيعة و أهمية التسعير
41-40	المطلب الأول : مفهوم السعر
42-41	المطلب الثاني : مسميات السعر
44-43	المطلب الثالث : أهمية التسعير
44	المبحث الثالث : أنواع الأسواق
47-45	المطلب الأول : ماهية سوق المنافسة الكاملة
51-48	المطلب الثاني : ماهية سوق المنافسة الاحتكارية
53-51	المطلب الثالث : ماهية سوق احتكار القلة
57-53	المطلب الرابع : ماهية سوق الاحتكار التام
58	خاتمة الفصل
87-61	الفصل الثالث : دراسة حالة بنك البركة
61	تمهيد الفصل
62	المبحث الأول : ماهية بنك البركة الجزائري
62	المطلب الأول : تقديم بنك البركة الجزائري
63-62	الفرع الأول : تأسيس دلة دولة البركة و مجموعة البركة المصرفية
65-63	الفرع الثاني : نشأة و اعتماد بنك البركة الجزائري
66-65	الفرع الثالث : بنك البركة الجزائري و كالة بسكرة
67-66	المطلب الثاني : مكونات الهيكل التنظيمي لبنك لبركة الجزائري
68	المطلب الثالث : أهداف بنك البركة الجزائري و أعماله
68	الفرع الأول : أهداف بنك البركة
70-68	الفرع الثاني : أعماله

70	المبحث الثاني : منهجية الدراسة و تحليل البيانات و اختبار الفرضيات
72-70	المطلب الأول : منهجية الدراسة
74-72	المطلب الثاني : تصميم الدراسة الميدانية
87-74	المطلب الثالث : تحليل البيانات و اختبار الفرضيات
88	خاتمة الفصل
92-91	خاتمة
97-95	قائمة المراجع
102-100	الملاحق

قائمة الأشكال

والجدول

أولاً- قائمة الأشكال :

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
67	الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري	01

ثانياً- قائمة الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
42-41	مسميات السعر	01
74	معامل ألفا كرونباخ للعبارات	02
74	توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الجنس	03
75	توزيع العينة حسب متغير السن	04
75	توزيع العينة حسب متغير المؤهلات العلمية	05
76	توزيع العينة حسب متغير نوع القطاع	06
76	توزيع الأفراد حسب مدة دراسة الملف	07
79-77	المتوسطات و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة للعبارات المتعلقة بالقروض الاستهلاكية	08
82-81	المتوسطات و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة للعبارات المتعلقة بمستوى الأسعار	09
87	الارتباط	10

الصفحة	عنوان الملحق	الملحق
101-99	الاستبيان الموجه للعملاء	1

مقدمة

لقد بات موضوع تغيرات المستوى العام للأسعار في كل الدول العالم يؤرق المستهلك المحلي والدولي ، لأنه يمس بالدرجة الأولى قدرته الشرائية ، هذه الأخيرة التي تتأثر بتلك الأجور الاسمية والحقيقية ، ولأن المستهلك يبحث دائما عن تعزيز هذه القدرة الشرائية فهو يلجأ كثيرا الى بدائل سريعة وفعالة ، من أهمها القروض الاستهلاكية ، هذه الأخيرة تسمح له في أن يغطي جانبا مهما من حاجاته الانسانية أهمها : الحاجة الى السكن ، السيارة ، الصحة ، التعليم الجيد ، الخ .

انه لا يمكن الجزم حول العلاقة الاحصائية الرياضية الصحيحة بين تطور القروض الاستهلاكية كمتغير مستقل يؤثر على المتغير التابع الذي هو المستوى العام للأسعار ، الا أن يمس الشيء القليل أو الأكثر في المتغير التابع هذا .

ونظرا لأن المتغيرات المستقلة المؤثرة في المستوى العام للأسعار تكاد تكون لا حصر لها أهمها السلوك الأخلاقي للمستهلك الذي يخضع لعدة مروّجات منها المرونة التقاطعية التي مفادها أن تغير أسعار سلعة معينة يؤدي الى توجه الطلب لاستهلاك سلع معينة أخرى . كما لا ننسى تأثير الدخل الفردي والدخل الاسمي الذي يؤثر حسب مفهوم تأثير الدخل على ميولات المستهلك الذي يوزعه بطريقة عقلانية على مجموعة من السلع التي يحتاجها ... الخ.

ولعل أول وأكثر الدول اهتماما بقروض الاستهلاك نجد الولايات المتحدة الأمريكية ، انجلترا واسبانية حيث نص دستور هذه الأخيرة المؤرخ في 29 ديسمبر 1979 على ضرورة الاعتناء بحقوق المستهلكين والدفاع عن مصالحهم ، وهو ماجاء النص عليه أيضا في الدستور السويسري المعدل بموجب استفتاء 4 يوليو 1984 ، وقانون الاستهلاك البلجيكي الصادر تحت اشراف وزارة الشؤون الاقتصادية في سبتمبر 1995 ، وكذلك مدونة الاستهلاك الفرنسية الجاري بها العمل من سنة 1993 . أما بالنسبة للمغرب فهناك مشروع قانون رقم 31-08 يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك ، هذا المشروع الذي يتضمن مجموعة من المقترحات الحمائية لفائدة المستهلك خاصة في مجال قروض الاستهلاك .

وانطلاقاً مما سبق نقوم بطرح الاشكالية التالية: هل تؤثر القروض الاستهلاكية على تغيرات الأسعار في الجزائر ؟

ومن خلال هذه الاشكالية يمكننا طرح الأسئلة الفرعية التالية :

- ✓ ما المقصود بالقروض الاستهلاكية ؟
- ✓ ماهية الأسعار ؟ وماهي العوامل التي تؤثر عليها ؟
- ✓ هل تعد القروض الاستهلاكية من أهم العوامل التي تؤثر على تغيرات الأسعار ؟

فرضيات الدراسة: وبغية تسهيل دراسة الموضوع ، والاجابة على التساؤلات السابقة ، يمكن وضع الفرضيات نوجزها فيما يلي :

- ✓ عملية منح القروض في بنك البركة الجزائري مقيمة بطريقة سلبية .
- ✓ آراء الزبائن حول تغيرات أسعار سوق السيارات يتلائم مع قدرتهم الشرائية .
- ✓ لا يوجد ارتباط بين القروض الاستهلاكية و مستوى الاسعار .

ميررات اختبار الموضوع :

أ- ميررات موضوعية: لقد تم وقوع اختيارنا على هذا الموضوع الى عدة أسباب موضوعية أهمها :

- ✓ محاولة ابراز الدور الذي تلعبه القروض الاستهلاكية .
- ✓ أهمية القروض الاستهلاكية وفعاليتها في تطوير الاقتصاد .
- ✓ محاولة ابراز ضرورة الاعتماد على هذا النوع من القروض لتعزيز القدرة الشرائية للأفراد .

ب- ميررات شخصية: وتم اختيارنا على هذا الموضوع الى عدة أسباب شخصية أهمها :

- ✓ تتمثل في رغبتنا في اكتشاف العلاقة المفترضة بين القروض الاستهلاكية وارتفاع الأسعار في دولة ما .
- ✓ دخول حيز البحث مجال تخصصنا .
- ✓ الرغبة الشخصية والفضول لدراسة هذا الموضوع .

أهداف الدراسة : نحاول من خلال هذه الدراسة الوصول الى الأهداف التالية :

- ✓ التعرف على القروض الاستهلاكية .
- ✓ التعرف على مكانة القروض الاستهلاكية في تحديد الطلب على السلع أو الخدمات .
- ✓ عرض مختلف مخاطر والمشاكل التي تعانيها القروض الاستهلاكية .

أهمية الدراسة : محاولة اثراء المكتبة العلمية بمرجع يعالج أحد المواضيع الهامة في الاقتصاد التي من شأنها أن تحل مشاكل العلاقات بين متغيرات جد مهمة ألا وهي القروض الاستهلاكية والمستوى العام للأسعار .

منهج الدراسة : اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه مناسب لسرد الوقائع وهذا في الجانب النظري ، أما في الجانب التطبيقي فأعتمدنا منهج دراسة الحالة بجمع المعلومات من الميدان واعادة تبويبها ودراستها ، ثم الخروج بنتائج ملموسة ذات علاقة سببية .

تقسيمات الدراسة : ولبلوغ هدف الدراسة والمتمثل في ابراز أثر القروض الاستهلاكية على تغيرات الأسعار في الجزائر ، وذلك من خلال اتباع خطة تتضمن ثلاث فصول والتي جاءت على النحو التالي :

- ✓ الفصل الأول: والذي جاء بعنوان القروض الاستهلاكية والتي سنتطرق فيه الى نشأة البنوك وتطورها و كذلك سيتم التطرق الى عموميات حول القروض و التعرف على ماهية الاستهلاك ، وأخيرا الى القروض الاستهلاكية .
- ✓ الفصل الثاني : والذي سنتطرق فيه الى سلوك المستهلك و ماهية الأسعار بالاضافة الى التعرف على مختلف هياكل الأسواق .
- ✓ الفصل الثالث : الذي سنتطرق من خلاله الى دراسة ميدانية وذلك من خلال جمع المعلومات واعادة تبويبها ودراستها للخروج بنتائج ملموسة .

الفصل الأول

القرروض

الاستهلاكية

تمهيد :

يعتبر الإئتمان المصرفي الوجه الثاني لنشاط البنوك التجارية بعد قبول الودائع بأنواعها المختلفة، حيث يلعب دورا مهما في تطور و تقدم النشاط الإقتصادي و رخاء المجتمع الذي يخدمه، و يبرز العمل الأساسي للقروض البنكية في خلق العمالة و زيادة القوة الشرائية التي بدورها تساعد على التوسع في إستغلال الموارد الإقتصادية و تحسين مستوى المعيشة للأفراد، كما تعد عمليات الإقراض من أوجه إستثمار الموارد المالية للبنك نظرا للعائد الذي تحققه في تمويل نشاطات الإستغلال و مختلف المشاريع الإستثمارية. و يمكن القول أنّ أهم أوجه إستعمالات النقود من طرف النظام البنكي هي منح القروض بمختلف أنواعها وفقا لإجراءات و معايير محكمة يرسمها البنك ، و شروط يجب إتباعها ، حيث سنسلط الضوء خلال هذا الفصل على أحد أنواع القروض و هي القروض الاستهلاكية ، و لهذا قسمنا هذا الفصل الى أربعة مباحث

هي :

المبحث الأول : نشأة و تطور البنوك

المبحث الثاني : عموميات حول القروض

المبحث الثالث : ماهية الاستهلاك

المبحث الرابع : ماهية القروض الاستهلاكية

المبحث الأول : ماهية البنوك

لعبت البنوك دورا هاما وحيويا في تكوين الأموال وتجميعها وتوظيفها حيث اعتبرت البنوك أوعية ادخارية كبيرة وقنوات رئيسية للتمويل، وذلك من خلال قيامها بمهام الوسيط المالي في تجميع الأموال واعدة استثمارها أو منحها كقروض، وبهذا تحقق البنوك أرباحها عن طريق الفرق بين العوائد وتوظيفها وتكلفة إيداعها، وكذلك من خلال الفرق بين سعر الفائدة الدائنة والمدينة، كما برزت أهمية البنوك وسنتطرق في هذا المبحث الى مفهوم البنوك و أنواعها ووظائفها .

المطلب الأول: مفهوم البنوك

سوف نتطرق أولا للمعنى اللغوي لكلمة بنك :

1 -**التعريف اللغوي** : كلمة بنك أصلها الكلمة الإيطالية **bank** وتعني المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتبادل العملات، ثم تغير هذا المعنى ليصبح في الأخير المكان الذي توجد فيها هذه المصطبة، والذي تجري فيه التجارة بالنقود— أما باللغة العربية فيقال: صرف وصراف وصراف الدينانير، أي بدلها بدنانير غيرها والصراف والصرافي وهو بائع النقود بغيرها ومن هنا تأتي كلمة مصرف وهي كلمة محدثة تعني المؤسسة المالية وهو (أي المكان) الذي يتعاطى الإقراض والإقتراض.¹

2 -**تعريف البنك** : البنك أو المصرف هو منشأة تعمل على تحويل الفوائض المالية من وحدات معينة في المجتمع قد تتمثل في الأفراد ، مؤسسات الأعمال ، الدولة . وتقوم بتحويلها الى وحدات أخرى هي وحدات العجز وتتمثل أساسا في مؤسسات الأعمال اضافة الى وحدات أخرى وذلك مقابل عائد محدد (معدل الفائدة) كما يمكنها أن تلعب دور الوسيط في العمليات المالية بادارتها المالية .²

¹ ريهاني نزيهة و سعداوي لطيفة ، دور البنوك التجارية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR،مذكرة ليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص مالية ونقود وبنوك، جامعة بسكرة، 2011-2012،ص،4.

² دهان عبد الرؤوف ، الاقتصاد من الألف الى الياء ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، عين مليلة ، الجزائر ، 2015 ، ص ، 73 .

المطلب الثاني : أنواع البنوك

لا تقوم البنوك جميعها بأعمال مصرفية من نوع واحد ، كما أنه ليست كلها خاضعة لنظام واحد ، ولقد اقتضى تعدد الفعاليات المصرفية من حيث الاختصاص أن تصنف الى الأنواع التالية :

أولاً- البنوك حسب فعاليتها : تقسم البنوك حسب فعاليتها الى :

- أ -بنوك الودائع : عرف القانون الفرنسي لعام 1945 بنوك الودائع بأنها :تلك التي تتلقى من الجمهور الودائع تحت الطلب أو لمدة لا تتجاوز السنتين . وتتحصر فعالية هذه البنوك في الأعمال القصيرة الأجل ، في حين تترك الأعمال ذات الأجل المتوسط أو الطويلة الى غيرها من البنوك . وهي تتميز باتصالها بجمهور كبير من الناس ، وهم المدخرون العاديون حيث تفتح لهم حسابا خاصا هو حساب الودائع أو الحساب الجاري .
- ب -بنوك الأعمال : كذلك عرفها القانون الفرنسي بأنها تلك التي تقوم فعاليتها الرئيسية الاشتراك والمساهمة في المشاريع القائمة ، أو التي في طور التأسيس وفتح الاعتمادات لمدة غير محدودة للمشاريع العامة التي يتعلق بها هذا الاشتراك .
- وهكذا فان البنوك توظف أموالها في المشاريع التجارية والصناعية ، وذلك عن طريق حيازة أسهمها واسناد القرض التي تصدرها وأن تشرف على ادارتها .
- واليها يعود الفضل في خلق النهضة الصناعية في معظم الدول أو المساهمة في تشجيعها على الأقل . غير أن القانون اشترط أن لا توظف البنوك في هذه المشاريع الا الأموال الخاصة بها أو الودائع التي تتلقاها لأجل لا يقل عن سنتين .

ثانياً- أنواع البنوك حسب شمولها : تقسم الى :

- أ -البنوك ذات الفروع المتعددة : وهي تلك التي فعاليتها عدة مناطق بالدولة ، ويكون لها فروع في أكثر المراكز التجارية والصناعية الهامة ، وتلعب هذه البنوك في الواقع دورا اقتصاديا هاما ، أو تتلقى القسط الأكبر من الودائع ، وتقوم بتقديم القسم الأكبر من الاعتماد والتسهيلات .

ب -البنوك الاقليمية : وهي التي تنحصر فعاليتها في مدينة واحدة أو مركز واحد ، وتقوم عادة

بدور الوسيط بين مختلف الزبائن والبنوك الاقليمية الأخرى .

ثالثا- أنواع البنوك حسب صنفها : تقسم الى :

أ -بنوك وطنية : هي البنوك التي رأسمالها وادارتها وطنيتان .

ب -البنوك الأجنبية : هي تلك البنوك التي تكون مؤسسة في بلاد أجنبية ، وافتتحت لها فرعا في الدولة المحلية .

رابعا - أنواع البنوك حسب طبيعة أعمالها :

أ -البنوك التجارية : وهي تلك البنوك التي تقوم بالأعمال التجارية المعتادة من تلقي الودائع وتوظيفها وخصم الأوراق التجارية ، ومنح القروض وما شابه ذلك ، وأهم ما يميز البنوك التجارية عن غيرها من البنوك الأخرى هو قبولها الودائع تحت الطلب والحسابات الجارية ، مما يجعلها على استعداد لدفع هذه الأموال الى أصحابها في أي وقت أثناء الدوام الرسمي للمصرف ،

ب -البنوك الصناعية : وهي التي تختص بتقديم الاعتمادات والمساعدات للمشاريع الصناعية .

ت -البنوك الزراعية : وهي التي تختص بتقديم الاعتمادات والمساعدات للمشاريع الزراعية .

ث -البنوك العقارية : وهي التي تقدم القروض الى الشركات الانشائية مقابل رهونات أو تأمينات عقارية¹.

المطلب الثالث: أهمية البنوك

1. بدون البنوك يتعين على صاحب المال أن يجد المستثمر المطلوب والعكس بالشروط والمدة الملائمة للثنتين.

2. بدون المصارف تكون المخاطرة أكبر لاقتصار المشاركة على مشروع واحد.

¹ سامر جلدة ، البنوك التجارية والتسويق المصرفي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان ، 2009 ، ص ص 57- 60 .

3. نظراً لتنوع استثمارات المصارف فإنها توزع المخاطر مما يجعل في الإمكان الدخول في مشاريع ذات مخاطر عالية.
4. يمكن للمصارف نظراً لكبر حجم الأرصدة أن تدخل في مشاريع طويلة الأجل.
5. تزيد وساطة البنوك من سيولة الاقتصاد بتقديم أصول قريبة من النقود.
6. تستوعب الأصول المالية المتنوعة التي تقدمها البنوك جميع الرغبات وتستجيب لها.¹

المبحث الثاني: عموميات حول القروض

إذا كانت الودائع هي المصدر الرئيسي لأموال البنوك فإن القروض هي الاستخدام الرئيسي لتلك الأموال وعملياتها الاقراض للعملاء هي خدمة الرئيسية التي يقدمها البنك وفي نفس الوقت المصدر الأول لربحيته ولذلك هناك اعتبارات يجب مراعاتها عند منح القروض بأنواعها المختلفة .

المطلب الأول: ماهية القروض

رغم تطور البنوك منذ نشأتها تبقى القروض المصرفية أهم استخداماتها وبالتالي يعتمد عليها كمورد أساسي لتوليد الدخل فهي تختار الجانب الأكبر من استخداماته ولكي تتعرف أكثر على هذه القروض سنركز على مفهوم القروض وأهميتها وتطورها والخصائص المميزة لها وأنواعها.

أولاً- مفهوم القروض وتطورها :

1 -تعريف القروض : يعرف القرض البنكي على أنه الخدمات المقدمة للعملاء التي يتم بمقتضاها تزويد الأفراد و المؤسسات والمنشآت في المجتمع بالأموال اللازمة على أن يتعهد المدين بسداد تلك الأموال وفوائدها المستحقة عليها والمصارف في تواريخ محددة. ويعرف أيضا بأنه "الثقة التي تمكن البنك من وضع مبلغ معين من النقود أو قابل للتعيين تحت يد عميله مقابل عائد يعكسه الاتفاق المبرم بينما يستخدم في غرض محدد لفترة زمنية محددة وذلك بعد أن تثبت الدراسات كفاية التدفقات المتوقعة للنشاط الممول للوفاء في ظل المخاطر المحيطة ويجوز للبنك في الأحوال التي

¹ نفس المرجع السابق، ص76.

يقدرها أن يطلب من العميل تقديم ضمانات اضافية سواء عينية أو من أي طبيعة أخرى يقبلها البنك
1.

المطلب الثاني : أهمية وخصائص القروض :

أولاً- أهمية القروض :

إن تقديم القروض من طرف البنوك نشاط اقتصادي في غاية الأهمية له تأثير متشابك ومتعدد الأبعاد للاقتصاد الوطني وعليه يعتمد نموه وازدهاره فهو يمثل مصدرا من أهم مصادر إشباع الحاجات التمويلية للنشاط الاقتصادي، كما تعد أهم مصدر لتحقيق ربحية البنك ويمكن تلخيص أهمية القروض البنكية على النحو التالي:

1. زيادة أرباح البنك: إذ تعتبر القروض البنكية المورد الأساسي الذي يعتمد عليه البنك في الحصول على إيراداته، إذ يمثل الجانب الأكبر من استخداماته ولذلك البنوك التجارية القروض البنكية عناية خاصة.
2. تساعد على خلق النقود: تعد القروض البنكية التي تمنحها البنوك من العوامل الهامة لعملية خلق الائتمان والتي تنشأ عنها زيادة الودائع والنقد المتداول.
3. زيادة الإنتاج: تحتاج المشروعات الصناعية والزراعية الكبيرة الجديدة منها والقائمة على موارد مالية مستمرة ضخمة تفوق الموارد الذاتية للمشروعات لذلك تلجأ تلك المشروعات إلى الاقتراض من البنوك أو إلى إصدار السندات وطرحها على الجمهور ويمكننا القول هنا أن البنوك تقوم بدور الوسيط فيما بين المدخرين والمستثمرين من أجل المساهمة في تمويل أو زيادة الإنتاج والاستثمار في الاقتصاد الوطني.
4. زيادة الاستهلاك: بإمكان المستهلكين من أصحاب الدخل المتدنية الحصول على بعض السلع الاستهلاكية المعمرة وغيرها مما يترتب عليهم التزامات دفع قيم تلك القروض عندما ترتفع دخولهم

¹ صلاح الدين حسن السيسي، ضوابط منح الائتمان من منظور قانوني مصرفي، إدارة النهضة العربية، القاهرة، 2009، ص، 12.

المستقبلية ويساعد القرض الاستهلاكي في تنشيط جانب الطلب على السلع والخدمات الاستهلاكية مما يؤدي إلى زيادة حصة السوق وزيادة حجم الإنتاج ودعم الاقتصاد الوطني.

5. توزيع الموارد المالية والائتمانية على مختلف الأنشطة الاقتصادية: تلعب القروض دورا مهما في توزيع الموارد المالية المتاحة للبنك بين مختلف القطاعات والأنشطة الاقتصادية بما يضمن الاستخدام الكفء لهذه الموارد من خلال توزيعها على جميع المشاريع وفقا لاحتياجاتها بما يحقق نموا اقتصاديا متوازيا يخدم كل من السياسة الاقراضية والسياسة الاقتصادية.
6. تسوية المبادلات: نقصد بتسوية المبادلات التبادل بين طرفين وبما أن الأوراق النقدية والمصكوكات تمثل دينا لحاملها بذمة الجهة المصدرة لها فان الشيكات تمثل دينا لحاملها على البنك المسحوبة عليه.

7. تشغيل الموارد العاطلة: يمكن الاستفادة من الأموال العاطلة من تشغيلها بصورة مؤقتة من خلال التمويلات قصيرة الأجل وبهذا فالمقترض ينتفع من استخدام هذه الموارد في نشاطات مؤقتة تحقق له دخلا مربحا وبالمقابل فان المقترض سيحصل لقاء استعماله لتلك الموارد على دخل مناسب.
8. الحد من التفاوت في الدخل: إن مشكلة التفاوت الواسع في الدخل تثير قلقا لدى معظم الناس وخاصة في العصر الحديث وبعد تزايد الوعي السياسي نظرا لكونها معضلة سياسية واجتماعية واقتصادية، مما يستدعي العمل على الحد من هذا التفاوت وتقليله. والقرض البنكي لا يمنح دخولا بشكل مباشر إذ أن عمل البنك لا ينصرف إلى هذه الوجهة بل ينصرف إلى منح قروض وسلف للأفراد والمشاريع ومن ثم يوفر الإمكانية لاغتنام الفرص المتاحة عن توفير التمويل اللازم ومن الحصول على دخول من جراء ذلك، ومن ثم فان منح القروض البنكية لبعض الأفراد وحجبه عن الآخرين يعني منح الفرصة لهؤلاء لكسب دخول جديدة وعدم اتاحة مثل هذه الفرصة لأولئك.¹

ثانيا - خصائص القروض :

تتميز القروض البنكية من حيث:

1. أشكال القروض: القرض الممنوح من طرف البنك لا يختلف من حيث المبدأ عن ذلك الممنوح من طرف شخص عادي، إذ يمنح القرض بعد إمضاء وثيقة يتعهد فيها المدين بالسداد بعد فترة زمنية معينة بشكل جملة أو أقساط.

¹ شاكر القرويني ، محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2011، ص ص، 36-37 .

2. حجم العملاء: البنوك تقدم قروض للمؤسسات على اختلاف أحجامها والحصة الكبرى من القروض التجارية ممنوحة عادة للمؤسسات الكبرى وحصة أقل للمؤسسات الصغرى.
3. أجل القرض: البنوك تركز على منح القروض القصيرة حيث تشكل 3/2 من مجموع القروض البنكية والباقي أي 1/3 في شكل قروض تزيد مدتها عن سنة.
4. القروض المكفولة بضمان: إذا كانت الاحتياجات المالية للمؤسسة تفوق المبالغ التي من الممكن أن يقدمه البنك دون ضمان فان البنك يفرض وجود بعض الضمانات وهذا الضمان إما أن يكون شخص آخر أو أصل معين كالحسابات المدينة.¹
5. الرصيد المعوض: يطلب البنك من المقترض أن يحتفظ في حسابه الجاري بنسب مئوية معينة تتراوح في الجزائر مثلاً بين 10% و 20% من قيمة الاعتماد .
6. تكلفة قروض البنوك التجارية: تفرض على القروض المقدمة من البنوك التجارية أسعار فائدة معينة ويعتمد في فرضها على خصائص المؤسسة من جهة وعلى المستوى العام للأسعار الفائدة، وعلى مستوى الاقتصاد ككل والفائدة تكون منتظمة كأن يقدم البنك قرض بمبلغ عشرون ألف دينار جزائري لمدة سنة بمعدل 10% فالفائدة هنا عبارة عن مئتان .²

المطلب الثالث : أنواع القروض

يمكن تصنيف القروض التي يمكن أن يمنحها البنك وفق معايير عديدة ومقاييس متنوعة ومن ذلك يمكن تصنيف هذه القروض وفق مدتها (قصيرة، متوسطة أو طويلة) أو حسب وظيفتها الاقتصادية وطبيعة موضوع التمويل (تمويل الأصول الثابتة، تمويل الأصول المتداولة) أو حسب الزبائن.....

ويعتبر السلوك الاقراضي للبنك حسب نوع القرض الذي يقدم على منحه، وفي هذا المجال، نجد أن طبيعة القرارات الاقراضية للبنك تختلف حسب مدة القرض، أي إذا كان الأمر يتعلق بقروض قصيرة الأجل (التي هدفها هو تمويل نشاطات الاستغلال) أو قروض متوسطة أو طويلة الأجل (والتي هدفها هو تمويل نشاطات الاستثمار)، ويعود هذا التصنيف بصفة خاصة إلى طبيعة العملية ذاتها، وحجم المبلغ المقدم وطبيعة الأخطار. ولكل هذه الاعتبارات، ونحاول أن ندرس في هذا الفرع أنواع القروض الموجهة للتمويل فقط.

¹ زكرياء الدوري، يسرى السامرائي، البنوك المركزية والسياسات النقدية يدار اليازوري العلمية، الأردن، 2006، ص، 76 .

² شاكر القزويني، مرجع سابق، ص 82 .

1 + القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستغلال : أن القروض الموجهة لتمويل هذا النوع من النشاط هي قصيرة من حيث المدة الزمنية ولا تتعدى في الغالب 18 شهرا. وتتبع البنوك عدة طرق لتمويل هذه الأنشطة، وذلك حسب طبيعة ولا تتعدى ذاته (تجاري، صناعي، زراعي، خدمي) أو حسب الوضعية المالية للمؤسسة أو الغاية من القرض وترتبط هذه القروض بصفة عامة بحركات الصندوق الخاص بالمؤسسة وقدراتها على تحصيل ديونها على الغير. ويمكننا بصفة إجمالية أن نصنف هذه القروض الى صنفين رئيسين: القروض العامة والقروض الخاصة.

1. القروض العامة: سميت هكذا لأنها موجهة لتمويل الأصول المتداولة بصفة إجمالية وتسمى أيضا

بالقروض عن طريق الصندوق أو الخزينة ويمكن إجمالي هذه القروض فيما يلي:

أ - تسهيلات الصندوق: هي عبارة عن قروض معطاة لتخفيف صعوبات السيولة المؤقتة أو

المدفوعات، تهدف إلى تغطية الرصيد المدين إلى حين أقرب فرصة تتم فيها عملية التحصيل لصالح الزبون، حيث تكثر نفقات الزبون نتيجة لقيامه بدفع رواتب العمال أو تسديده لفواتير حان أجلها أو فواتير الكهرباء والغاز والماء إلى آخره، ولا يكفي ما عنده بالخزينة من سيولة لتغطية كل هذه النفقات، فيقوم البنك حينها بتقديم هذا النوع من القروض، ويتجسد ذلك في السماح للزبون بأن يكون حسابه مدينا وذلك في حدود مبلغ معين من القروض، ويتجسد ذلك في السماح للزبون بأن يكون حسابه مدينا و ذلك في حدود مبلغ معين لفترة لا تتجاوز عدة أيام من الشهر. يقوم البنك بحساب أجر هذا التسهيل على أساس الاستعمال هذا القرض من طرف الزبون، لأن الاستعمال المتكرر الذي يتجاوز الفترة العادية لمثل هذا التسهيل يمكن أن يحوله إلى المكشوف ويزيد ذلك من احتمالات ظهور الأخطار المرتبطة بتجميد أموال البنك.¹

ب التسحب على المكشوف:

هذا النوع هو عبارة عن قرض بنكي لفائدة الزبون الذي يسجل نقصا في الخزينة ناجم عن عدم رأس المال، ويتجسد ماديا في إمكانية ترك حساب الزبون لكي يكون مدينا في حدود مبلغ معين ولفترة أطول قد تصل إلى سنة وقد يمتد من 15 يوم إلى سنة، وذلك حسب عملية التمويل وطبيعتها وكذا يستعمل على المكشوف لتمويل نشاط المؤسسة.

¹ د. محمد مصطفى السنهوري ، إدارة البنوك التجارية ، دار الفكر الجامعي ، جامعة الاسكندرية ، 2013 ، ص ، 149 .

ج قروض الموسم: هو نوع خاص من القروض البنكية ينشأ عندما يقوم البنك بتمويل نشاط موسمي لأحد الزبائن، فالكثير من المؤسسات نشاطاتها غير منتظمة وغير معتمدة على طول دورة الاستغلال، بل إن دور الإنتاج أو دورة البيع هي موسمية، وبذلك فإن هذا القرض يستعمل لمواجهة حاجيات الخزينة الناجمة عن نشاط موسمي للزبون، غير أن البنك لا يقوم بتمويل وتغطية كل التكاليف الناجمة عن هذا النوع من النشاط وإنما تمويل جزء منه فقط. ويواجه البنك في هذا النوع من القروض خطرين الأول ذو طابع مالي مرتبط بوضعية خزينة المؤسسة في نهاية الموسم، والثاني ذو طابع تجاري مرتبط بوضعية أو قدرة المؤسسة على بيع مخزون البضاعة بالسعر المحدد.

ح قروض الربط: هي قروض مرتبطة عادة بعملية الاستثمار، توجه للمؤسسات التي لها قدرة مالية للقيام ولربح الوقت تلجأ للبنك لتطلب منه التمويل حتى يتم تحصيل الأموال اللازمة لذلك ثم تقوم بالتسديد بعد فترة محددة. غير أنه هناك مخاطر كبيرة مرتبطة بهذا النوع من القروض لذلك يجب على البنك الاحتياط منها، كالاستعمال الأموال المحصلة في م جالات أخرى غير التسديد أو عدم قدرتها أصلاً عن تحصيلها، في هذه الحالة على البنك أن يستعمل كل دراساته وامكانياته للتقليل والحد من هذه المخاطر.¹

2. **القروض الخاصة**: هذه القروض غير موجهة لتمويل الأصول المتداولة بصفة عامة، وإنما توجه لتمويل أصل معين من بين هذه الأصول، وفيما يلي سنتعرض إلى دراسة ثلاثة أنواع من القروض الخاصة

أ - **تسيقات على البضائع**: وهي عبارة عن قرض يقدم إلى الزبون لتمويل مخزون معين و الحصول مقابل ذلك على بضاعة وطبيعتها ومواصفاتها ومبلغها إلى غير ذلك من الخصائص المرتبطة بها.²

ب - **تسيقات على الصفقات العمومية**: نظراً لطبيعة الأعمال التي تقوم بها السلطات العمومية وخاصة من حيث أهمية المشاريع وحجمها وطرق الدفع التي تعتبر ثقيلة نسبياً ، يجد المقاول المكلف بالانجاز نفسه في حاجة إلى أموال ضخمة غير متاحة في الحال لدى هذه السلطات . ولذلك يضطر إلى اللجوء إلى البنك للحصول على هذه الأموال من أجل تمويل

¹ نفس المرجع السابق ، ص ص ، 152 - 154 .

² سامر جلدة ، مرجع سابق ، ص ، 132 .

انجاز هذه الأشغال ، وتسمى هذه القروض التي تمنحها البنوك للمقاولين من أجل انجاز الأشغال لفائدة السلطات العمومية بالتسيقات على الصفقات العمومية.

ويمكن للبنوك أن تمنح نوعين من القروض لتمويل الصفقات العمومية وهي كالاتي :

- ❖ **منح كفالات لصالح المقاولين** : وتمنح هذه الكفالات من طرف البنك للمكاتب في الصفقة وذلك لضمانهم أمام السلطات العمومية (صاحبة المشروع). وتمنح عادة هذه الكفالات لمواجهة أربعة حالات ممكنة :
 - كفالة الدخول إلى المناقصة
 - كفالة حسن التنفيذ .
 - كفالة اقتطاع الضمان .
 - كفالة التسبيق ¹.

- ❖ **منح القروض الفعلية** :توجد ثلاثة أنواع من القروض التي يمكن أن تمنحها البنوك لتمويل الصفقات العمومية: قروض التمويل المسبق،تسيقات على الديون الناشئة وغير المسجلة وأخيرا تسيقات على الديون الناشئة والمسجلة.وفيما يلي سنتطرق لكل واحدة على حدى:
 - قرض التمويل المسبق:ويعطي هذا النوع من القروض عند انطلاق المشروع وعندما لا يتوفر المقاول على الأموال الكافية للانطلاق في الانجاز،ويعتبر من طرف البنك قرضا على بياض لنقص الضمانات.
 - تسيقات على الديون الناشئة وغير المسجلة:عندما يكون المقاول قد أنجز نسبة مهمة من الأشغال ولكن الإدارة لم تسجل بعد ذلك رسميا،ولكن تم ملاحظة ذلك،يمكنه أن يطلب من البنك تعبئة هذه الديون(منحه قرضا)بناء على الوضعية التقديرية للأشغال المنجزة دون أن يتأكد من أن الإدارة سوف تقبل بالمبالغ المدفوعة.
 - تسيقات على الديون الناشئة والمسجلة:وتمنح هذه التسيقات عندما تصادق الإدارة(أي تعترف)على الوثائق الخاصة التي تسجل انتهاء الانجاز ويتدخل البنك لمنح هذه القروض للزبون لكون الدفع يتأخر عن الانتهاء من الأشغال.

¹ الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة السابعة ، بن عكنون ، الجزائر ، 2011 ، ص 64 .

الخصم التجاري: وتتمثل عملية الخصم التجاري في قيام البنك بشراء الورقة التجارية من حاملها قبل تاريخ الاستحقاق، ويحل محل هذا الشخص في الدائنية إلى غاية هذا التاريخ. فالبنك يقوم إذا بإعطاء سيولة لصاحب الورقة قبل أن يحين أجل تسديدها. وتعتبر عملية الخصم قرصاً باعتبار أن البنك يعطي مالا إلى حاملها وينتظر تاريخ الاستحقاق لتحصيل هذا الدين. ويستفيد البنك مقابل هذه العملية من ثمن يسمى سعر الخصم.¹

3. القرض بالالتزام (بالتوقيع): إن القرض بالالتزام لا يتجسد في إعطاء أموال حقيقية من طرف البنك

إلى الزبون، وإنما يتمثل في الضمان الذي يقدمه له لتمكينه من الحصول على الأموال من جهة أخرى. أي أن البنك هنا لا يعطي نقوداً ولكن يعطي ثقته فقط. ويكون مضطراً إلى إعطاء النقود إذا عجز الزبون على الوفاء بالتزاماته. وفي مثل هذا النوع من القروض، يمكن أن نميز بين ثلاثة أشكال رئيسية هي: الضمان الاحتياطي، الكفالة والقبول.

أ - الضمان الاحتياطي: وهو عبارة عن الالتزام يمنحه البنك، يضمن بموجبه تنفيذ الالتزامات التي قبل

بها أحد مديني الأوراق التجارية، وعليه فإن الضمان الاحتياطي هو عبارة عن تعهد لضمان القروض الناجمة عن خصم الأوراق التجارية. وقد يكون الضمان شرطياً عندما يحدد مانح الضمان (البنك) شروطاً معينة لتنفيذ الالتزام، وقد يكون لا شرطياً إذا لم يحدد أي شروط لتنفيذ الالتزام.

ب - الكفالة: وهي عبارة عن الالتزام مكتوب من طرف البنك يتعهد بموجبه بتسديد الدين الموجود على عاتق المدين (الزبون) في حالة عدم قدرته على الوفاء بالتزاماته. وتحدد في هذا الالتزام مدة الكفالة ومبلغها. ويستفيد هذا الزبون من الكفالة بعلاقته مع الجمارك وإدارة الضرائب، وفي حالة النشاطات الخاصة بالصفقات العمومية كما سبقت الإشارة إليها.²

ج - القبول: في هذا النوع من القروض، يلتزم البنك بتسديد الدائن وليس زبونه ويمكن التمييز بين عدة

أشكال لهذا النوع من القروض: القبول الممنوح لضمان ملائمة الزبون الأمر الذي يعفيه من تقديم ضمانات، القبول المقدم بهدف تعبئة الورقة التجارية، القبول الممنوح للزبون من أجل مساعدته على الحصول على مساعدة للخزينة والقبول المقدم في التجارة الخارجية.³

د - القروض المقدمة للأفراد: ظهر هذا النوع من القروض كنتيجة للتطورات التي عرفها النشاط

البنكي وازدهار ثقافة الاستهلاك الخاصة بالأفراد، ومن أهم هذه القروض نذكر:

¹ نفس المرجع السابق، ص 124.

² دهان عبد الرؤوف، مرجع سابق، ص 141.

³ الطاهر لطرش، نفس المرجع السابق، ص 68.

1. بطاقة القرض: وهي عبارة عن قرض يستطيع المستهلك استعماله لشراء مستلزماته ثم التسديد لاحقاً، ويكون عادة في نهاية الشهر بفوائد، إلا أنه يمكن أن يؤجل تسديد كل أو جزء من هذه المشتريات إلى الشهر الموالي، وهذا بدفع فوائد أخرى تتشكل على الرصيد المدين القائم. وتمنح بطاقة القرض لزبائن المصرف ذوي الملاءة المالية أو الزبائن الذين يضعون مبالغ تغطي الحدود العليا للبطاقة، ويمكن أن تستعمل أيضاً في سحب النقود من الموزعات الآلية المنتشرة.

2. القرض الاستهلاكي: هو قرض يمنح لتمويل النفقات الاستهلاكية غير المهيأة للأفراد والعائلات (التجهيزات المنزلية، السيارات، الرحلات...) والتي يتناسب مبلغها مع دخلهم، ومدتها محدودة بين 3 أشهر وثلاثة سنوات، ولتجنب المخاطر يطلب البنك من زبائنه ضمانات على القروض أو التأمين عليها.¹

1-2 القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستثمار:

القروض الموجهة للاستثمار هي تلك القروض الموجهة لتمويل الأصول الثابتة للميزانية والتي تسديدها عن طريق النتائج المحققة من طرف المؤسسة، ويمكن تقسيم هذه القروض إلى ثلاثة أنواع:

1. قروض متوسطة الأجل: هي تلك القروض التي تتراوح مدتها بين سنتين وسبع سنوات والموجهة

لتمويل استثمارات المؤسسة الراغبة في اكتساب التجهيزات الخفيفة كالألات والمعدات ووسائل النقل والتجهيزات. وتتميز القروض متوسطة الأجل بمخاطر كبيرة، يمكن أن يتعرض لها البنك التي يمنحها، نتيجة لطول مدتها والتي تؤدي إلى تجميد أمواله، لذلك يجب على البنك أن يقوم بتحليل الجيد لبرنامج التسديد للمؤسسة بالشكل الذي لا يهدد صحة خزينته وأن يطلب الضمانات اللازمة. ويمكن تقديم هذا النوع من القروض على شكلين:

- القروض القابلة للتعبئة: في هذه الحالة يمكن للبنك أن يقوم بإعادة التمويل لدى هيئة مختصة في ذلك عن طريق إعادة خصم هذه القروض لدى مؤسسة مالية أخرى أو لدى البنك المركزي، وبذلك يصبح البنك قادراً على أن يستوفى دينه متى شاء دون الحاجة إلى انتظار أجل استحقاق القرض الذي منحه.

¹ - حفيان جهاد، إدارة المخاطر الإئتمانية في البنوك التجارية، مذكرة ماستر غير منشورة في العلوم المالية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012-2013 ص 10.

- القروض غير القابلة للتعبئة: في هذا النوع من القروض البنك ليس له إمكانية إعادة التمويل لدى الهيئات المختصة، وبالتالي فهو مجبر على انتظار تسديد المقترض لدينه.¹

2. قروض طويلة الأجل: هي تلك القروض الموجهة لتمويل الاستثمارات الكبيرة كسواء الأراضي المباني الضخمة، التجهيزات الثقيلة... الخ، تتراوح مدتها من 8 إلى 20 سنة، وتتميز بمخاطرة كبيرة تجعل المؤسسات المصرفية تبحث عن الوسائل الكفيلة لتجنبها، كأن تشترك مجموعة من المؤسسات في تمويل قرض واحد، أو أن تطلب ضمانات حقيقية ذات قيم عالية كالعقارات...

3. القرض الإيجاري: هو عقد بمقتضاه يقوم البنك بتأجير معدات وتجهيزات قام بشرائها لدى المورد

استجابة لطلب المستأجر لقاء دفعه لقسط إيجاري دوري مع إمكانية تملكها عند تسديد ثمنها بالكامل. ويمكن تصنيف القرض الإيجاري إلى صنفين:

- القرض الإيجاري للأصول الغير المنقولة: وهي العملية التي تتم بمقتضاها كراء أصول القرض الإيجاري، ويكون للمؤسسة المستأجرة فرصة الملكية الكلية أو الجزئية للأصل المستأجر.
- القرض الإيجاري للأصول المنقولة: وهو عملية تأجير الوسائل المنقولة المتمثلة في وسائل النقل والآلات... وفي النهاية يعطى للمستأجر ثلاث خيارات وهي:
 - ✓ تجديد عقد الكراء مرة ثانية.
 - ✓ شراء الأصل المستأجر.
 - ✓ التخلي عنه نهائياً أي نهاية العقد.²

3-1 القروض الموجهة لتمويل التجارة الخارجية: يلقي الأعوان الاقتصاديون مساعدات كبيرة من

طرف البنوك والدولة، التي توفر لهم نظاماً للتأمين ضد المخاطر التي يمكن أن يتعرضوا لها. ويمكن أن نصنف عمليات التمويل الخارجية إلى عمليات تمويل قصيرة الأجل وعمليات تمويل متوسطة وطويلة الأجل وترتبط عمليات التمويل هذه مع طبيعة النشاطات المراد تمويلها.

1-3-1 القروض قصيرة الأجل: يمكن للمؤسسات استعمال مايلي من أدوات التمويل المستعملة

في التجارة الخارجية :

¹ علي كنعان، النقود والصيرفة والسياسة النقدية، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2012، ص 172.

² ناظم محمد نوري الشمري، النقود والمصارف والنظرية النقدية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 179.

الاعتماد المستندي: عبارة عن قرض بالتوقيع يتدخل من خلاله البنك لدفع قيمة البضاعة المستوردة مقابل استلامه لمجموعة من المستندات المتفق عليها أثناء فتح الاعتماد.

وفي حالة قبول البنك لفتح الاعتماد المستندي لزبونه يطلب منه تحضير مجموعة من المستندات التي تثبت تنفيذ العقد بينه وبين المصدر وتمثل في: (الفاتورة، بوليصة أو مستند إثبات الشحن والنقل، بوليصة تأمين البضاعة المستوردة، الشهادات الجمركية، شهادات المنشأ، شهادات التفتيش والرقابة والفحص والشهادات الطبية المثبتة لسلامة البضاعة صحيا).

قرض تحصيل الفاتورة: وينطوي على عملية تمويل تتم بقيام أحد زبائن المؤسسة ببيع مستحقاته على الغير إلى البنك متخصص بسعر سوقي يكون أقل من سعرها الاسمي، والذي يتكفل باسترجاعه مع تحمله لكل المخاطر المترتبة عن عدم التسديد، ويعتبر كقرض قصير الأجل لأن البنك يقوم بدفع قيمة تلك الاستحقاقات في مدة لا تتعدى عدة أشهر قبل أجل تحصيلها الأصلي¹.

1-3-2- القروض المتوسطة وطويلة الأجل: وهي القروض التي تتعدى مدتها 18 شهرا هدفها هو تطوير عملية التجارة الخارجية، ويمكننا أن نصنفها الى:

قرض المشتري: هو قرض مباشر تتراوح مدته بين 18 شهرا الى 10 سنوات , يمنحه البنك او مجموعة من البنوك متواجدة في البلد المصدر لمشتري أجنبي أو لبنكه لكي يتمكن من تسديد مبلغ الصفقة نقدا للمصدر , ويتيح قرض المشتري في الواقع المجال لإبرام عقدين هما :

- عقد تجاري يتم بين المصدر و المستورد : حيث يبين هذا العقد نوعية السلعة و مبلغها و شروط تنفيذ الصفقة .
- عقد مالي يتم بين المستورد و البنك المانح للقرض : هذا النوع من العقود يبين شروط إتمام القرض و انجازه.²

قرض المورد: يخص عمليات التمويل الخارجي على المدى الطويل و المتوسط يمنحه البنك للمصدر لتمويله صادراته ، و لكن هذا القرض هو ناشئ بالأساس عن مهلة للتسديد يمنحها المصدر

¹ رقية سالم و آخرون ، إدارة مخاطر الائتمان في البنوك التجارية ، دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة بسكرة ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الليسانس في العلوم الاجتماعية ، تخصص مالية و بنوك ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013-2014 ، ص ص 37-38 .

² عاقل عفاء، آلية منح القروض في البنوك التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس، تخصص مالية وبنوك، جامعة محمد خيضر

بسكرة، 2012/2013، ص41

لفائدة المستورد . وبمعنى آخر عندما يمنح المصدر لصالح زبونه الأجنبي مهلة للتسديد يلجأ الى البنك للتفاوض حول إمكانية قيام هذا الأخير بمنحه قرضا لتمويل الصادرات ¹.

المطلب الرابع : وظائف القروض

تتحدد الوظائف و الأغراض الأساسية للقروض البنكية في الجوانب التالية :

1. **وظيفة الإنتاج :** في الاقتصاد الحديث تزايدت احتياجات الاستثمار الإنتاجي و التي تستوجب توفير قدر كبير من رؤوس الأموال الفردية أو الخاصة ، لذلك أصبح اللجوء الى المصارف أمرا ضروريا لتمويل العمليات الاستثمارية كما يمكن للمستثمرين الحصول على القروض عن طريق إصدارهم لسندات و بيعها ، مما يزيد من حجم المدخلات لدى الأطراف المشتريّة ، و هذه الوساطة تساعد على تسهيل و تسريع و زيادة حجم الاستثمار في الاقتصاد الوطني ، هذا فضلا عن تقديم البنوك للقروض مباشرة بما هو متوفر لديها من ودائع المدخرين .
2. **وظيفة تمويل الاستهلاك :** إن حصول المستهلكين على السلع الاستهلاكية الحاضرة بدفع آجال لأثمانها هو تعريف بوظيفة تمويل الاستهلاك ، إذ قد يعجز الأفراد عن الحصول على القدر المطلوب من السلع الاستهلاكية بواسطة دخلهم ، لذا يمكنهم الحصول عليها عن طريق القرض الذي يقدمه البنك و يكون دفع الأثمان على فترات ، مما يساعد الأفراد على توزيع إنفاقهم بالإضافة الى تنشيطه لجانب الطلب على المنتجات الاستهلاكية ، ومن ثم يساهم في زيادة رقعة السوق وحجم الاستثمار.
3. **وظيفة تسوية المبادلات :** تظهر أهمية تسوية المبادلات و إبراء الذمم من خلال مكونات عرض النقد في المجتمع ، وهذا الأخير يعني استخدام القروض بصورة واسعة في تسوية المبادلات وإبراء الذمم بين الأطراف المختلفة ، وقد اتسع نطاق هذه المعاملات بشكل كبير خاصة بعد تطور النظام

¹ رقية سالم و آخرون ، نفس المرجع السابق ، ص 36.

المصرفي في المجتمع ، كما إن قيام البنوك باستخدام القرض كالأوراق المالية ، الكمبيالات ، و بطاقات القرض ساعد كثيرا على تسهيل عملية التبادل.¹

المبحث الثالث : ماهية الاستهلاك

المطلب الأول : تعريف الاستهلاك

الاستهلاك consumption هو استخدام سلع أو إتلافها أو التمتع بخدمات، وذلك من أجل إشباع حاجات أو رغبات معينة. ويمكن النظر إلى الاستهلاك على أنه الهدف أو الغاية الأساسية لكل النشاطات الاقتصادية. وللاستهلاك علاقة عضوية بالإنتاج، فالاستهلاك يواجه دائما إما بالسلع التي تنتج في ذلك الوقت وإما بالسلع التي أنتجت من قبل. وللاستهلاك دور أساسي في تركيب البنيان الاقتصادي وفي تحريك العجلة الاقتصادية، إذ إن الاستثمارات وفرص العمل هما أمران متعلقان بحجم الطلب الكلي على السلع والخدمات.²

ويعرف أيضا الاستهلاك هو النفقات على السلع والخدمات المستخدمة في تلبية احتياجات ورغبات خلال فترة معينة وهي في العادة سنة تقويمية، ويشمل استهلاك الدولة البضائع الاستهلاكية كالملبس والمأكل والأدوات المنزلية بالإضافة إلى المواد الخام ك مواد البناء والقطن والوقود والمعادن.³

المطلب الثاني : أنواع الاستهلاك

يتميز الاقتصاديون بين أنواع الاستهلاك الذي يقوم به الأعوان الاقتصاديين بالنظر الى عدة معايير منها : الغاية من الاستهلاك (استهلاك نهائي واستهلاك وسيط) ، طبيعة السلع والخدمات المستهلكة (استهلاك الفوري

¹ بلهادف رقية ، شريط أميرة ، القرض البنكية في مجال تمويل الاستثمارات دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة- ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الليسانس في العلوم الاقتصادية ، تخصص : مالية و بنوك ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013- 2014 ، ص ص 18- 19.

² د.كساب علي ، النظرية الاقتصادية التحليل الجزئي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ط4 ، 2013 ، ص ، 408 .

³ نفس المرجع السابق ، ص 409 .

واستهلاك تدريجي) وأخيرا الطريقة التي بها يتم الاستهلاك من طرف الأفراد (استهلاك فردي و استهلاك جماعي) .

1. الاستهلاك النهائي و الاستهلاك الوسيط :

يقصد بالاستهلاك النهائي قيام العائلات والادارات بالاستعمال المباشر والنهائي للسلع والخدمات . ويعتبر هذا النوع من الاستهلاك غير منتج . أما الاستهلاك الوسيط فيقصد به استعمال المؤسسات للمواد والمنتجات والخدمات في انتاج سلع وخدمات أخرى وهو استهلاك منتج .

2. الاستهلاك الفوري والاستهلاك التدريجي :

الاستهلاك الفوري هو الاستعمال النهائي أو الوسيط للسلع والخدمات مرة واحدة مثل : تناول الطعام أو استعمال المواد الأولية . والاستهلاك الفوري هو صفة أغلب الخدمات : مثل خدمة النقل . بينما الاستهلاك التدريجي فهو الاستعمال المتكرر للسلع والخدمات عدة مرات أي افناء السلع والخدمات بصورة تدريجية وليست فورية مثل : استعمال المباني واللباس .

3. الاستهلاك الفردي والاستهلاك الجماعي :

على سبيل المثال تناول دواء وصفه الطبيب لشخص مريض يخصه شخصيا دون سواه بينما التنزه في الحدائق العامة فهو مسموح لجميع الناس ولهذا نقول أن تناول الدواء هو استهلاك فردي ، في حين التنزه في الحديقة هو استهلاك جماعي ، فهناك سلع وخدمات تستهلك بصورة انفرادية وأخرى بصورة جماعية¹.

المطلب الثالث : العوامل المؤثرة في الاستهلاك

إن العوامل المؤثرة في الاستهلاك هي العوامل التي تؤثر في العلاقة القائمة بين الدخل والإنفاق الاستهلاكي. ويركز أصحاب كل مدرسة من المدارس النظرية على «العوامل المؤثرة» التي تخدم التركيب البنائي لنظرياتهم. ولاشك في أن كينز كان أول من صنف تلك العوامل وأوضح العلاقة والدور لكل

¹ بن عطية محمد، دراسة استهلاك العائلات الجزائرية ما بين سنة 1969 و 2005 ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ، تخصص اقتصاد التنمية ، جامعة أبو بكر بلقاند تلمسان ، 2005 – 2006 ، ص ص ، 9-10 .

صنف. فهو يقول إنَّ ثمة «عوامل ذاتية» Subjective Factors «وعوامل موضوعية Objective» Factors الأولى تنطلق من البنية النفسية للمستهلك ومن عاداته الاجتماعية ومن تأثره بأطر المؤسسات السائدة، والثانية تنطلق من متغيرات اقتصادية متنوعة. إلا أن عدم تبدل هذه العوامل، بصنفيها، في الأمد الآني والقصير يترك علاقة الارتباط المباشر قائمة بين مستوى الدخل ومستوى الإنفاق الاستهلاكي. ويتجلى أثر «العوامل الذاتية» في تجديد حجم الاستهلاك بالنسبة إلى مستوى الدخل المعين، وهو يؤثر في قرار المستهلك المتعلق بكيفية تقسيم دخله بين الإنفاق الاستهلاكي والادخار.

1 مستوى الدخل :

يعتبر الدخل من أهم العناصر التي تؤثر على الاستهلاك، فإذا لم يتوفر للفرد أي دخل فإنه يضطر لإنفاق مدخراته أو الاستعانة بالآخرين وقد يضطر لبيع جزء من ثروته كالممتلكات العقارية وغيرها وبالتالي نعتبر العلاقة قوية بين الدخل والاستهلاك فكلما ازداد الدخل يزداد الاستهلاك.

2 المستوى العام للأسعار :

يؤدي التضخم لارتفاع المستوى العام للأسعار وبالتالي تنخفض القوة الشرائية للدخل وينخفض الاستهلاك، فالدخل الذي كان يحقق لصاحبه شراء 100 سلعة وخدمة فإنه بعد ارتفاع الأسعار لن يستطيع شراء نفس الكمية من السلع والخدمات لذلك سوف يضحي بالادخار وإذا كان الارتفاع شديداً سوف ينخفض استهلاك الفرد أو قد يلجأ لبيع جزء من ممتلكاته العقارية لمواجهة هذه الظروف، فالأسعار تؤثر على الاستهلاك وعادة ما تحدد الدول والحكومات مستويات الأجور عند مستويات الأسعار وبالتالي فإن ارتفاع السعر سوف يدفع الحكومات لرفع مستوى الدخل بهدف الحفاظ على مستوى مستقر من الاستهلاك للأفراد.

3 سعر الفائدة :

إن المتغير الاقتصادي الذي يوفق ويربط بين المقرضين والمقترضين في علاقات تمويلية هو سعر الفائدة، فهو يعتبر السعر الذي يدفعه المقترض لقاء استخدامه الأموال المقترضة لفترة زمنية معينة يتفق عليها أي سعر الائتمان، فمن وجهة نظر المقترض يعتبر سعر الفائدة عائداً للأموال المستثمرة ومن وجهة نظر المقترض هو تكلفة لها وإذا ما احتفظ الأفراد بالأموال فإن سعر الفائدة هو تكلفة الفرصة البديلة أي مقدار التضحية.

وبطبيعة الحال فإن سعر الفائدة المرتفع سوف يشجع على الادخار ويكون الاستهلاك هو الضحية حيث يخفض المستهلك كميات الشراء بهدف الادخار والحصول على العائد المرتفع أي كما يقول الكلاسيكيون، الفائدة هي تأجيل استهلاك اليوم لاستهلاك أكبر في المستقبل فكلما ازداد معدل سعر الفائدة تزداد المدخرات لدرجة أنه وصل سعر الفائدة إلى 15% في كوريا ووصلت المدخرات إلى 33% من الناتج المحلي الإجمالي، وبالمقابل عند انخفاض سعر الفائدة يزداد الاستهلاك لأن الأفراد يشعرون بأن الاحتفاظ بالأموال لن يجر لهم نفعاً في المستقبل لذلك يفضلون الاستهلاك الحالي لذلك عندما تحدد الدولة سعر الفائدة تأخذ الاستهلاك بعين الاعتبار لأن انخفاض حجم الاستهلاك سوف يؤثر على الإنتاج نفسه الذي تشجعه الدولة¹.

4 تشكيلة السلع والخدمات :

يتصرف المستهلك بدخله استناداً لما يشاهده من سلع وخدمات . فإذا ازداد الدخل ولم يجد المستهلك عرضاً وفيراً من السلع والخدمات بأنه يضطر للادخار لذلك يتأثر الاستهلاك بالعرض ، والعرض يتأثر بدوره بالاستثمار ورأس المال وقوة العمل وتوفر المواد الأولية وغيرها وبشكل عام فإن القدرة الانتاجية أو الطاقة الانتاجية للاقتصاد الوطني تؤثر على الطلب الكلي وعلى الاستهلاك فكلما ازداد الاستثمار وتوفرت تشكيلة واسعة من السلع والخدمات يصبح المجال واسعاً لاستهلاك جديد .

5 العادات التقاليد الاجتماعية :

¹ نفس المرجع السابق ، ص ص ، 23- 26 .

هي مجموعة من العلاقات الاجتماعية التي تنشأ بين الفئات الاجتماعية وداخل هذه الفئات والجماعات في مجرى النشاط المشترك وتتقسم العلاقات الاجتماعية إلى مادية تتشكل بصورة مستقلة عن حياة وعي الأفراد وإدراكهم وإلى أيديولوجية تظهر على أرضية الأفكار الاجتماعية التي تعكس مصالح الطبقات والفئات الاجتماعية وتظهر على شكل أفكار سياسة وقانونية وأخلاقية ودينية إن العلاقات الاجتماعية في جانبها الروحي من أفكار وقيم وأخلاق عادات وتقاليد تؤثر بشكل مباشر على الاستهلاك والادخار معاً .

6 الدين والاستهلاك الاجتماعي :

لقد نظم الدين الاسلامي الانفاق الاستهلاكي بشكل واضح فممنع الاسراف ودعا للمتوسط في الانفاق قال تعالى (وات ذا القربى حقه والمساكين وابن السبيل ولا تبذر تبذيراً ان المبذرين كانوا اخوان الشياطين)
الاسراء :26 ان المتوسط في الاستهلاك على النفس وعلى منافع المجتمع مع تحريم الاسراف والتبذير والربا والاكنتاز وتقديم الزكاة يؤدي الى توفير المدخرات اللازمة للعملية الاستثمارية في المجتمع الأمر الذي يؤدي الى تطور وتحسين ظروف العمل وظروف المجتمع بشكل عام ولقد ربط الاسلام الاستهلاك بظروف المجتمع وحدد طرقه وأهدافه :

- يجب على الفرد اشباع الحاجات الفردية (طعام ومسكن ولباس ...).
- اشباع الحاجات شبه الفردية .
- استهلاك الطبيات لمن كان دخله مرتفعاً .

قال تعالى: ﴿ قل من حرم زينة الله التي أخرج لعباده والطيبات من الرزق ﴾ [الأعراف: 32]

إن الإسلام بهذه الحالة يربط الاستهلاك بالدخل فكلما ارتفع الدخل يزداد استهلاك الفرد من السلع الكمالية ولا يجوز التقشف أو البخل لمن لديه الامكانيات والظروف المناسبة وكانت السمة الأساسية للاستهلاك هي التوسط في الإنفاق¹.

7 الثقافة الاجتماعية :

هي مجمل ألوان النشاط التحويري للانسان والمجتمع وكذلك نتاج هذا النشاط وتقسم الثقافة الى قسمين : الثقافة المادية : وتتضمن أساليب انتاج الخيرات المادية .

الثقافة الروحية : وتتضمن كافة أشكال الوعي الاجتماعي (الفلسفة ، الأخلاق ، العلم ، الحق ، الفن ، الدين) .

ان عناصر الثقافة المادية والروحية وثيقة الارتباط ببعضها البعض وتضرب جذورها في التاريخ وهي حصيلة المعارف التي طورها الانسان ، فالانسان يسعى لتغيير الوسط الطبيعي الذي يعيش فيه باتجاه الأفضل ومع هذا التغيير تتطور العادات والتقاليد وأنماط الاستهلاك .

ان فروع الانتاج المادي المسؤولة عن انتاج السلع وتقدم لنا تشكيلة واسعة من السلع والخدمات والجانب الروحي للثقافة يدفعنا لاستهلاك وزيادة النزعة وكيف يستعملها وكيف يقوم بالصيانة² .

المبحث الرابع : ماهية القروض الاستهلاكية

المطلب الأول: تعريف القروض الاستهلاكية

سننظر من خلال هذا المطلب لعدة تعريفات للقروض الاستهلاكية نذكر منها :

¹ جرياني ويزة ، استهلاك العائلات الجزائرية ، دراسة قياسية تحليلية (1980 - 2010) ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد كمي ، جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة- ، 2013 - 2014 ، ص ، 4 .
² نفس المرجع السابق ، ص ، 6 .

- تعريف قرض الاستهلاك : (القرض الخاص) : هو قرض لم يسدد بعد ، أو بمعنى الأوسع هو قرض بغرض شراء السلع الاستهلاكية ، مثل شراء ثلاجة أو سيارة أو غرفة جلوس جديدة ، وليس قرضا بغرض الاستثمار . وقد تقوم دولة بتشجيع القروض الاستهلاكية بغرض تحفيز الانتاج المحلي وزيادة العمالة ، فتعمل الحكومة على تشجيع المصارف على تقديم القروض للجمهور بأسعار فائدة منخفضة ، بذلك يستطيع المقترض شراء ما يحتاجه من الأجهزة أو القيام برحلة جميلة

1 .

- يقصد بالقرض الاستهلاكي : القرض الشخصي متوسط الأجل التي يقدم للعميل بغرض تمويل شراء احتياجاته الشخصية من السلع الاستهلاكية والمعمرة أو لتغطية نفقات أو العلاج ، ويتم سداده على أقساط شهرية خلال فترة لا تتجاوز 5 سنوات .²

- ويعرف أيضا القروض الاستهلاكية : هو التمويل الذي يمنح للأفراد بغرض تمويل احتياجاتهم الخاصة ويكون الراتب مصدر سداده³

- وكذلك القرض الاستهلاكي: هو قرض يمنح لتمويل النفقات الاستهلاكية غي ر المهيأة للأفراد و العائلات(التجهيزات المنزلية،السيارات،الرحلات...)والتي يتناسب مبلغها مع دخلهم،ومدتها محدودة بين 3 أشهر وثلاثة سنوات،ولتجنب المخاطر يطلب البنك من زبائنه ضمانات على القروض أو التأمين عليها⁴

- يتضح أن القرض الاستهلاكي هو القرض الذي يربط بين المهني والمستهلك مهما كانت الطبيعة القانونية للعقد الذي أدى الى ايجاد هذا القرض سواء تعلق الأمر بشراء أو كراء أو تقديم خدمة .

¹ بوسنة كريمة ، البنوك الأجنبية كمصدر لتمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالجزائر ، دراسة حالة البنوك الفرنسية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص مالية دولية ، جامعة أبو بكر بالقايد تلمسان ، 2010 - 2011 ، ص 23 .

² خضران يحي ، بن طرفة موسي ، دور القروض المصرفية في تحقيق الربحية للبنوك التجارية ، دراسة الحالة لبنك الجزائر الخارجي BEA ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس في العلوم التجارية ، التخصص : مالية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2012-2013 ، ص 35 .

³ <http://www.wafasalaf.ma/ar/ar-credit-la-consommation> le 17/04/2015 H 12 : 35 .

⁴ حفيان جهاد ، نفس المرجع السابق ، ص 10 .

- وقد يكون القرض الاستهلاكي شخصيا عندما لا يتم تقييد المقرض لسرفه في مجال محدد ، وقد

يكون مرتبطا بعقد آخر عندما يرتبط سرفه في مجال محدد ، وهناك يتم توجيهه مباشرة من

المقرض نحو البائع أو مقدم الخدمة .¹

المطلب الثاني : أنواع القروض الاستهلاكية

في غالب الأحيان يلجأ المستهلك إلى طلب قدر معين من القروض من البنوك ولمدة معينة

ليست بالبسيطة. في معظم الحالات تكون مرتبطة بعملية بيع أو كراء دون أن

يشار إليها في العقد، على أن يكون أداء الثمن ممتدا على مدة من الزمن. هذه

القروض، وإن لم تكن موجهة لعملية معيشية، تبقى دائما وسيلة يقضي بها

المستهلك حاجياته و حاجيات أسرته في الوقت المناسب، على أن يلتزم بالوفاء

حسب شروط العقد الممالة من طرف المقرض فيصبح إذن من الضروري أن

يحصل المستهلك على قرض من أجل ادخاره ليرده بعد ذلك مع فوائد جد

مهمة، وقروض الاستهلاك تنقسم إلى أنواع حسب ما إذا كانت مخصصة أم مجانية .

1 القرض المخصص : فالقرض المخصص يكون مرتبطا بعقد آخر بحيث يمنح التمويل لشراء

منتوج أو خدمة معينة فعندما يتم إعداد عقد القرض، فإنه يسبقه إجراء العرض المسبق

للقرض offre préalable، الذي يجب أن يتضمن بيانات محددة ، والذي يجب أن يُشار فيه إلى

المنتوج أو السلعة أو الخدمة الممولة، فالمقرض (المستهلك) لا ينفذ التزاماته بتسديد القروض إلا

ابتداء من تاريخ تسليم المنتوج أو السلعة أو تقديم الخدمة إليه ، ففي العقد يجب أن يُبيّن فيه

أن أداء السعر أو التعريفية سيتم أليا أو جزئيا بواسطة قرض تحت طائلة العقوبات المنصوص

¹ www.egytips.com/ le 11/03/2015 H 18 : 07 القروض - البنية م- اهي

عليها. إلا أنه مع ذلك لا يمكن للمقترض أن يعقد أي التزام بوجه صحيح إزاء البائع أو مقدم

الخدمة ما لم يقبل العرض المسبق الذي قدمه المقرض (شركات متخصصة في قروض

الاستهلاك)، وعند عدم استيفاء هذا الشرط، لا يجوز للبائع أو مقدم الخدمة أن يتسلم أي أداء بأي

شكل من الأشكال ولا أي وديعة .

وحتى يتحقق تمام العقد يشترط فيه :

- أن يكون المقرض قد أبلغ المقترض قراره بمنح القرض.

- ألا يكون المقرض قد مارس الحق في التراجع عن التزامه .

فمن خلال هذه الآجال التي قيد بها المشرع المقرض بإبلاغ المقترض في حالة رفضه منح

القرض موضوع العرض المسبق، فإننا نلمس الحماية التي قررها المشرع للمستهلك وذلك

بتقييد المقرض بأجل سبعة أيام في حالة رفضه طلب القرض مما يُمكن المستهلك من معرفة

مصير طلبه في مدة معقولة. كما أن القبول الصادر من المقرض خارج الأجل المذكور لا يُلزم

المستهلك في حالة تخليه عن رغبته في الاستفادة من القرض .

غير أنه يمكن للمقترض داخل أجل 7 أيام أن يستعمل حق التراجع عن العقد، ولتسهيل هذا

المقتضى يتعين أن تكون وثيقة العقد مصحوبة باستمارة قابلة للاقتطاع .

وسيرا على نفس التوجه الحمائي للمستهلك، فالمقرض الذي يمنح قرضا دون أن يسلم للمقترض

عرضا مسبقا مستوفيا للشروط يفقد حقه في الفوائد.

فإذا نشأ نزاع في شأن العقد الأصلي للبيع أو تقديم الخدمة، جاز للمحكمة المختصة في

الموضوع وقف تنفيذ هذا العقد حتى يتم حل النزاع، ويفسخ عرض القرض أو يبطل بقوة

القانون عندما يكون العقد الأصلي قد تم فسخه أو إبطاله بحكم اكتسب حجية الشيء المقضي به،

وبالتالي يفترض دخول المقرض في الدعوى أو إدخاله فيها حتى تطبق هذه المقتضيات فإذا وقع الفسخ القضائي للعقد الأصلي للبيع أو تقديم الخدمة أو إبطاله بسبب فعل البائع أو مقدم الخدمة، جاز الحكم على هذا الأخير- بطلب من المقرض- بضمان تسديد المقرض للقرض بصرف النظر عن التعويضات المستحقة لكل من المقرض والمقترض.

2 #قرض المجاني : فالقرض المجاني هو كل قرض يسدد دون أداء فوائد، فيجب أن يتعلق كل

إشهار يتضمن عبارة "قرض مجاني" "بمنتج أو سلعة أو خدمة ويجب أن يشير كل إشهار متضمن لهذه العبارة مبلغ الخصم المستفاد منه في حالة الأداء نقدا . فعندما تغطي عملية تمويل كُـلّ أو بعض مصاريف القرض، فإنه لا يجوز للبائع أو مقدم الخدمة أن يطلب من المشتري بواسطة قرض أو الم شتري مبلغا نقديا يزيد على السعر المتوسط المعمول به فعلا عند شراء سلعة أو خدمة مماثلة نقدا في نفس مؤسسة البيع بالتقسيط خلال الثلاثين يوما الأخيرة قبل بدء الإشهار أو العرض.¹

المطلب الثالث : ضوابط خاصة بالقروض الاستهلاكية

سيتم التطرق من خلال هذا المطلب الى أهم الضوابط المتعلقة بالقروض الاستهلاكية في مجموعة من النقاط التالية :

- 1) يجب أن تحصل المؤسسة المالية من الجهة التي يعمل بها طالب القرض الاستهلاكي على شهادة تتضمن راتبه الشهري ، وإذا كان العميل متقاعدا يتم الحصول على شهادة من التأمينات الاجتماعية بمعاشه الشهري .
- 2) يكون الحد الأقصى لفترة استرداد القرض خمس سنوات .

¹ <http://www.droitentreprise.org/web/?p=182> le 12/03/2015 H19:12 .

(3) يجوز للمؤسسة المالية خصم الفائدة المحسبة على القروض سعر الفائدة الذي يحدده البنك المركزي بشأنها .

(4) يتعين على المؤسسة المالية مانحة القرض الحصول على سندات اذنية موقعة من المقترض بقيمة الأقساط ، تستحق الدفع في تواريخ استحقاق الاقساط .

(5) يتعين توقيع الكفيل على عقد القرض في حالة وجود الكفيل ، ويجب على البنك الحصول على معلومات اللازمة عن الكفيل التي تؤكد فعالية كفالاته للعميل في تأمين حقوق البنك ، وذلك سواء من الكفيل أو مصادر الاستعلام الأخرى ومن بينها شركة شبكة المعلومات الائتمانية .

(6) في حالة قيام المؤسسة المالية باعادة جدولة القروض الاستهلاكية مع العميل اذا اقتضت الحاجة ذلك،يراعى أن تكون حالات الجدولة في أضيق الحدود ، وتقتصر فقط على حالات التعثر الواضحة ، والتي قد لا تجدي معها الاجراءات القضائية ، على أن يراعى في هذا الشأن بوجه عام مايلي :

- أن تكون عملية الجدولة في أضيق الحدود ، وبهدف الحفاظ على حقوق الشركة ، وأن تكون هناك أسباب مقنعة لعملية الجدولة . ومن أهم تلك الأسباب ما يفيد تعثر العميل بالفعل عن السداد .
- ألا يترتب على عملية الجدولة تقديم أي قروض جديدة للعميل ، بخلاف القرض الممنوح له والمراد جدولته .
- يراعى ألا تزيد مدة سداد القرض وفقا للجدولة عن سنة ، بخلاف فترة الاسترداد المحددة أساسا للقرض ، وبالبالغة خمس سنوات .
- أن تقوم المؤسسة المالية باعداد سجل احصائي يثبت فيه حالات الجدولة مسلسلة حسب تاريخ اعادة الجدولة .¹

¹ <http://news.7op-girls.com/?p=4889> le 14/03/2015 H17 : 20 .

خاتمة الفصل :

لقد كان وما زال الائتمان المصرفي أحد أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك ، فهو يعد عصب الحياة الاقتصادية لأي دولة . و التي تتقدم بمرور الزمن ، و هذا كان السبب الذي دفعنا الى التطرق الى نشأة و تطور البنوك بالاضافة الى التطرق الى عموميات حول القروض و الى أنواعها بصفة عامة .

بالاضافة الى تركيزها و تسليط الضوء على أهم نوع من أنواع القروض الذي شهد اقبال كبير عليه في الأونة الاخيرة من طرف الأفراد ألا و هو القروض الاستهلاكية محور دراستنا في هذا الفصل ، حيث تطرقنا الى مفهومه و ابراز أهميته و معرفة شتى أنواعه و نطاق الضوابط للقروض الاستهلاكية .

الفصل الثاني

الأسعار

تمهيد الفصل :

إن دراسة و تحليل سلوك المستهلك واحدة من أهم الأنشطة التسويقية في المنظمة , و التي أفرزتها تطورات المحيط الخارجي بسبب احتدام المنافسة و اتساع حجم و نوع البدائل المتاحة أمام المستهلك من جهة , و تغير و تنوع حاجاته و رغباته من جهة أخرى , بشكل أصبح يفرض على المنظمة ضرورة التميز في منتجاتها سواء من حيث جودتها أو سعرها أو طريقة الإعلان عنها أو توزيعها و ذلك بما يتوافق مع المستهلك و إمكانياته المالية , و هذا لضمان دوام اقتنائها مما يمكن المؤسسة من النمو و البقاء , حيث تحولت السياسات الإنتاجية للمؤسسات من مفهوم بيع ما يمكن إنتاجه إلى مفهوم جديد يقوم على المستهلك باعتباره السيد في السوق وفق ما يسمى بإنتاج ما يمكن بيعه , و هذا لا يتأتى إلا من خلال نشاط تسويقي يرتكز على دراسة سلوك المستهلك و مجمل الظروف و العوامل المؤثرة و المحددة لتفضيلاته و أنماطه الاستهلاكية , من خلال التحري و التردد المستمر لمجمل تصرفاته و آرائه حول ما يطرح عليه و ما يرغب و يتمنى الحصول عليه . حيث سنتطرق خلال هذا الفصل الى المباحث التالية :

المبحث الأول : ماهية سلوك المستهلك .

المبحث الثاني : طبيعة و أهمية التسعير .

المبحث الثالث : أنواع الأسواق .

المبحث الأول: ماهية سلوك المستهلك

لقد حظت دراسة سلوك الانساني بأهمية كبيرة من قديم الزمان وذلك لأهمية ومحاولة التعرف عليه والوقوف على العوامل التي تؤثر عليه ، وذلك لأن سلوك الأفراد يتأثر بعوامل عديدة يتفاوت تأثيرها باختلاف هذه العوامل حيث هناك اختلاف واضح في سلوك الأفراد ، وذلك نتيجة لاختلاف الدول والمناطق والأجناس والعادات والتقاليد والقوانين والأعراف و الحضارات وغيرها من العوامل .

المطلب الأول : تعريف سلوك المستهلك

لقد قدمت لسلوك المستهلك العديد من التعاريف نذكر من بينها ما يلي :

- حسب محمد ابراهيم عبيدات فيعرف سلوك المستهلك على أنه : "ذلك التصرف الذي يبرزه المستهلك في البحث عن شراء أو استخدام السلع والخدمات والأفكار ، والتي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته حسب امكانياته الشرائية المتاحة " .
- حسب محمد صالح المؤذن فان سلوك المستهلك يعرف على أنه "جميع الأفعال والتصرفات المباشرة وغير المباشرة ، التي يقوم بها المستهلكون في سبيل الحصول على سلعة أو خدمة في مكان معين وفي وقت محدد " .
- حسب محمد عبد السلام أبو فحف فيعرف سلوك المستهلك على أنه : " مجموعة الأنشطة الذهنية والعضلية المرتبطة بعملية التقييم والمفاضلة و الحصول على السلع والخدمات والأفكار وكيفية استخدامها " .¹
- ويعرف أيضا " مجموعة التصرفات التي تصدر عن الأفراد ، والمرتبطة بشراء واستعمال السلع الاقتصادية والخدمات ، بما في ذلك عملية اتخاذ القرارات التي تسبق و تحدد هذه التصرفات " .¹

¹ محمد ابراهيم عبيدات ، سلوك المستهلك : مدخل استراتيجي ، دار وائل للطباعة والنشر ، عمان ، 2001 ، ص ، 13 .

المطلب الثاني : دوافع سلوك المستهلك

هناك تقسيمات متعددة للدوافع ، فقد تكون الدوافع شعورية أو لا شعورية ، رشيدة أو عاطفية ، أولية أو مكتسبة. وقد قام الأستاذ "كويلاند " خلال العشرينات بتقسيم الدوافع الى نوعين :

أ -دوافع رشيدة : مثل وفورات الاستعمال ، نوافر قطع الغيار ، طول العمر ، سهولة الاستخدام و امكانية الاعتماد على السلعة في الأداء و الجودة...الخ .

ب -دوافع عاطفية : كالرغبة في التفاخر و التميز عن الآخرين و الطموح وحب التقليد و التسمية و التمتع بأوقات الفراغ و الراحة الشخصية ، وحب التملك...الخ .

وقد قام بعض الباحثون في مجال التسويق بتقسيم الدوافع الى ثلاثة أنواع :

1 -دوافع الأولية : هي الدوافع التي تدعوا المستهلك لشراء سلعة معينة بغض النظر عن الماركات المختلفة منها ، فمثلا يقوم المستهلك بشراء بوليصة تأمين لتأمين مستقبله و أفراد أسرته و الكتاب لزيادة ثقافته ، ومعجون الأسنان...الخ .

2 -دوافع الانتقائية (الثانوية) : وهي الأسباب الحقيقية التي تدفع المستهلك نحو شراء اسم تجاري معين دون الأسماء التجارية الأخرى من السلع مثل شراء جهاز راديو سوني وليس توشيبا ... وهكذا ، ويتطلب ذلك اجراء مقارنات بين الأسماء التجارية المختلفة والمعروضة من حيث العديد من النواحي والتي قد تكون موضوعية مثل انتقاء الصوت قوة الجهاز و مميزاته ، و البعض الأخر نفسية و عاطفية مثل الشكل : الاسم والشهرة محاكاة صديق قام بالشراء وهكذا .

¹ عنابي بن عيسى ، سلوك المستهلك عوامل التأثير النفسية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ، ص ، 10.

3 **دوافع التعامل** : وهي الأسباب التي تؤدي الى تفضيل المستهلك لتعامل مع متجر معين دون متاجر

أخرى ، وتشمل هذه الأسباب أيضا أسباب موضوعية مثل : الموقع وأسعار السلع المعروضة مع

متاجر يتعامل معها الغير و الاعلان عن المتجر و الراحة النفسية للتعامل مع عمال البيع وهكذا.¹

المطلب الثالث : أهمية دراسة سلوك المستهلك

ان دراسة سلوك المستهلك استحوذت على اهتمام العديد من الأفراد وخاصة المستهلكين والطلبة والباحثين و

رجال التسويق ، ويمكن بيان الفوائد التي تحققها دراسة سلوك المستهلك لكل طرف كمايلي :

أ - أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للمستهلكين :

تساعد المستهلك على التبصر في فهم عملية شرائه واستهلاكه للسلع و الخدمات ،وبالخصوص في معرفة

ماذا يشتري و لماذا و كيف يحصل عليها كما تساعده على ادراك العوامل أو المؤثرات التي تؤثر على

سلوكه الشرائي أو الاستهلاكي و التي تجعله يشتري أو يستهلك سلعة أو خدمة أو علامة .

ب - أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة للطلبة :

تفيد دراسة سلوك المستهلك الطلبة في فهم العلاقة بين العوامل البيئية والشخصية التي تؤدي مجتمعه على

تأثير في سلوك الفرد و تدفعه الى اتخاذ تصرف معين كما تسمح لهم بتفهم سلوك الانسان كعلم حيث أن

سلوك المستهلك هو جزء من السلوك الانساني العام .

لماذا ومتى تتم القرار من قبل المستهلك و التعرف على أنواع السلوك الاستهلاكي و الشرائي للمستهلكين ،

وأخيرا تساعدهم على فهم ودراسة المؤشرات على هذا السلوك .فرجل التسويق الذي يفهم سلوك مستهلكين

سيحقق أو يدعم مركز المؤسسة التنافسي في السوق .¹

¹ محمد ابراهيم عبيدات ، مرجع سابق ، ص 76.

ج أهمية دراسة سلوك المستهلك بالنسبة لمسؤولي المؤسسات :

دراسة سلوك المستهلك تساعد مسؤولي المؤسسات في الميادين التالية :

• اكتشاف الفرص التسويقية المناسبة :

في ظل المنافسة القوية التي تشهدها الأسواق ، يمكن للمؤسسة أن تستفيد من الفرص التسويقية المتاحة أمامها في السوق بهدف تحقيق التكيف بينها و بين المحيط ، وهذا يتم بواسطة بحوث التسويق ، ومن الفرص الممكنة : تقديم منتجات جديدة أو ايجاد استعمالات أو استخدام جديدة في أسواقها الحالية .

• تقسيم السوق :

يهدف تقسيم السوق الى تجزئة السوق الى مجموعات أو قطاعات متميزة من المستهلكين الذي يتشابهون فيما بينهم داخل كل قطاع و لكنهم يختلفون من قطاع الى آخر ويمكن المؤسسة أن تختار واحدة أو أكثر من هذه القطاعات لتكون سوقها المستهدفة و يمكن أن تعتمد المؤسسة في تقسيم السوق على عدة معايير مثل : المعايير النفسية و السلوكية و مما لا شك فيه ، فان المؤسسات مطالبة بتحليل أسواقها و الأمام بخصائص المستهلكين والتعرف على حاجاتهم ورغباتهم وسلوكهم الشرائي و الاستهلاكي بصفة منتظمة حتى تضمن بقائها ونموها في السوق .

• تصميم الموقع التنافسي لسلع المؤسسة :

ان تقسيم السوق الى قطاعات لا يضمن بقاء المؤسسة في السوق و انما يجب عليها أن تختار موقعها تنافسيا لسلعها و لن تأتي ذلك الا بالفهم الكامل و الدقيق لسلوك قطاعها المستهدف و قد تلجأ المؤسسة الى

¹ أيوب بوهلال ، تنشيط المبيعات وتأثيره على سلوك المستهلك ، دراسة ميدانية حول مؤسسة موبيليس ، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة
 ماستر ، تخصص تسويق الخدمات ، جامعة ورقلة ، 2012-2013 ، ص ، 4 .

الوسائل الاعلانية أو أي وسيلة أخرى الى خيار المستهلكين عن مدى تميز سلعتها بصفات معينة قادرة على اشباع حاجاتهم و رغباتهم أحسن من غيرها ¹.

المطلب الرابع : العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك

هناك نوعين من المؤثرات التي تحدد سلوك المستهلك هي المؤثرات الداخلية و المؤثرات الخارجية . وعلى اثر هذا التفاعل بين المؤثرات الداخلية و الخارجية يتحدد سلوك المستهلك و عن طريق ملاحظة أنماط التفاعل بين هذه العوامل يمكن لمديري التسويق التنبؤ بالسلوك المرتكب للأفراد .

أولاً- العوامل الخارجية : يمكن تقسيم العوامل الخارجية حسب درجة تأثيرها إلى نوعين:

- عوامل لها تأثير عام على الأفراد مثل الثقافة ، والطبقة الاجتماعية .
- عوامل لها تأثير مباشر مثل الأسرة و الجماعات المرجعية وقادة الرأي .

1 **الثقافة** : تمثل كل من القيم العادات و الفنون و المهارات المشتركة بين الأفراد في مجتمع معين و

التي يتم انتقالها من جيل لآخر بالتالي يمكن اعتبارها نمطا للسلوك يتبعه أعضاء المجتمع الواحد ،والاختلاف في الثقافة يعكس الاختلاف في أنماط الاستهلاك ، وتمتد رجال التسويق بأساس قوي لتقسيم السوق الى قطاعات ، و يؤدي التغير في عوامل الثقافة الى التأثير في الجانب التسويقي ، كما تتأثر بقيم المجتمع و في نفس الوقت يجب أن يعكسها من خلال الاعلان .

2 **الطبقات الاجتماعية** : يمكن تقسيم الأفراد حسب مكانتهم الاجتماعية الى طبقات وفق استخدام عدة

أسس أهمها وأكثرها شيوعا الدخل و المهنة والأسرة ، فعادة ما يكون الدخل منخفض عند الطبقات الدنيا و تعبر كل من المهنة و التعلم عن مكانة الفرد ².

¹ كاسر نصر المنصور ، سلوك المستهلك ، مدخل الاعلان ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2012، ص ، 54 .
² نفس المرجع السابق ، 66 .

ويلاحظ أن المعايير السابق الإشارة إليها يمكن استخدامها بصورة جماعية نظرا لتأثر الدخل بالمهنة و بعرفة الأسرة ، وطالما أن أنماط الشراء تختلف باختلاف أنماط الحياة فان هناك العديد من الشركات تستخدم الطبقات الاجتماعية كأساس لتحديد الهدف التسويقي .

3 الأسرة : ان تأثير الأسرة على تكوين القيم و الاتجاهات و أنماط الشراء للأفراد شيء لا يمكن تجاهله فالعديد من الأفراد يتبعون نفس الأنماط الاستهلاكية السياسية السائدة على مستوى الأسرة ، وقد أثرت التغيرات الاقتصادية و الاجتماعية على تكوين الأسرة و يعد تحليل الأدوار التي يلعبها أفراد الأسرة من المبادرين بشراء السلعة و المؤثرين و المشترين و المستعملين للسلعة و متخذين لقرار الشراء مهم خاصة بالنسبة لدور الاعلان ليشمل التركيز النسبي لكل أفراد الأسرة .¹

4- الجماعات المرجعية : تمد الجماعات المرجعية و التي تتكون من الجماعات الاجتماعية و المهنية الأفراد بخصائصها الشخصية و تؤثر عليهم في آرائهم و معتقداتهم و طموحاتهم وتختلف هذه الجماعات ، من حيث حجمها و درجة تأثيرها و يمكن تقسيم هذه الجماعات الى:

- الجماعات التي تخدم كنقاط للمقارنة ، فالمفهوم الخاص بالفرد يختلف تبعا للجماعات التي يقارن نفسه بها ، فقد يشعر الفرد بالفقر بالمقارنة لبعض الأفراد ذو الدخل العالي و العكس.
- الجماعات التي يتطلع إليها الفرد ، فالأفراد يحاولون محاكاة السلوك الشرائي للأفراد الذين ينتمون اليهم .
- الجماعات التي يفترض أن يتبع الفرد سلوكها ، فاتباع الفرد جماعة معينة يحتم عليه أديا نفس نمط سلوكها . لهذا نجد الجماعات المرجعية أصبحت من الأساليب الأساسية التي يستخدمها المعلنين في اعلاناتهم حتى يحققوا مزايا تنافسية ، فمثلا استعمال صور بعض المشاهير و النجوم في الاعلان لجذب الاهتمام بالسلعة أو الخدمة .

¹ محمد ابراهيم عبيدات ، نفس الرجوع السابق ، 89 .

5 **قادة الرأي** : يعتمد نجاح العديد من السلع على ما يسمى بالاتصال عن طريق الفم و يعني هذا المفهوم انتقال المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة من مستهلك الى آخر و ترجع أهمية هذه الوسيلة الاتصالية الى افتراض مؤداه أن الفرد يتلقى هذه المعلومات بدرجة كبيرة من الصدق عن الوسائل الاتصالية التجارية فنجد مثلا الأطباء قادة رأي في تسويق المعدات الطبية و الأدوية.¹

ثانيا- العوامل الداخلية : تتضمن العوامل الداخلية العديد من المؤثرات منها :

- 1 **الدوافع** : تعتبر دراسة الدوافع من المجالات الأساسية في دراسة سلوك المستهلك بهدف التعرف على أسباب اختلاف الفرد تدفعها و تحركها الحاجات فتوجه و تنسق سلوك الفرد الى انتهاج سلوك معين ، ومن ثم فعلى رجال التسويق دراسة و تفهم الدوافع التي توصل المستهلك الى اتخاذ قرار معين بالشراء .
- 2 **الادراك** : يمثل الادراك العملية التي تتشكل فيها الانطباعات الذهنية للفرد عندما يتلقى و ينظم و يفسر مؤثرات معينة ، وطالما أن الادراك يؤدي الى التفكير و الفكر يؤدي على احداث التصرف فان رجل الاعلان يهتم بدراسة عملية الادراك .
- ومن الملاحظ أن المستهلك يدرك السلع و مؤثراتها عن طريق انطباعاته عن الاسم التجاري ، فالعديد من المستهلكين مستعدون لدفع أسعار أعلى للسلعة نظرا لشهرتها .
- 3 **التعليم** : يتعلق التعليم بعملية الحصول على المعلومات و الخبرات المختلفة نتيجة للتعرض لمواقف متشابهة ، لا يرتبط التعليم الولاء للاسم التجاري ارتباطا كبيرا ببعضها البعض ، اذ أن معظم المشترين يعتمدون في عملية الشراء على الخبرات السابقة ومن ثم يلعب الاعلان دور كبير في ترسيخ و تدعيم ولاء المستهلك للسلعة .

¹ كوسة ليلي ، واقع وأهمية الاعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال - موبيليس - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، تخصص تسويق ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2007-2008 ، ص 104 .

4 شخصية : ان الاهتمام بدراسة شخصية المستهلك انما ترجع الى أن الشخصية تعكس

اختلاف الأفراد في السلوك بمعنى أن الأفراد يختلفوا في درجة استجاباتهم لمؤثرات متشابهة

تبعاً للمميزات الشخصية التي يتمتعوا بها .¹

المبحث الثاني : طبيعة وأهمية التسعير

يتناول هذا المبحث مفهوم السعر (السعر بالمفهوم الضيق و السعر بالمفهوم الواسع) مسميات السعر و أهمية التسعير على مستوى الاقتصاد و أهمية التسعير على مستوى المنظمة و أهمية التسعير على مستوى الزبون .

المطلب الأول : مفهوم السعر price concept :

- السعر بالمفهوم الضيق : هو مبلغ من النقود يتم دفعه مقابل الحصول على منتج محدد (سلعة أو خدمة) .

- أما السعر بالمفهوم الواسع : فهو مجموع القيم التي يتم دفعها في مقابل الحصول على المنافع التي تتحقق من امتلاك أو استخدام المنتج .

اذن يمكن تعريف السعر بأنه ذلك المبلغ النقدي الذي يتم دفعه في مقابل الحصول على المنتج (سلعة أو خدمة) ، و السعر يعبر عن مجموع القيم الذي يكون الزبون مستعداً لمبادلته مع مجموعة من المزايا و الفوائد و المنافع التي ترتبط بامتلاك أو استخدام المنتج . وتبرز أهمية السعر في ظل المنافسة السعرية ، أما في ظل المنافسة غير السعرية فيكون دور السعر أقل قدرة في بناء الحصة السوقية .

¹ نفس المرجع السابق ، ص 105 .

ان جميع المنظمات الهادفة الى الربح المالي و الكثير من المنظمات غير الهادفة الى الربح المالي تقوم بوضع أسعار لمنتجاتها .¹

والتسعير هو أداة رئيسية من أدوات المزيج التسويقي الأربعة marketing mix (المنتج ، والسعر ، والترويج ، والتوزيع) ، و السعر هو الأداة التي تستخدم لحصاد الارباح الممكنة ، و يمكن النظر الى عناصر المزيج التسويقي الأخرى على أنها بذور seeds لتحقيق النجاح في الأعمال ، و النظر الى السعر على أنه الأداة التي تحصد ما تنتجه تلك البذور .²

المطلب الثاني : مسميات السعر names of price :

أن جميع المنظمات الربحية profit organizations وأغلب المنظمات غير الربحية يجب أن تحدد أسعارا لمنتجاتها (سلع وخدمات) ، ومن هنا فقد ظهرت مسميات كثيرة للسعر ، وأهم هذه التسميات يظهر الجدول الآتي :

الجدول رقم 01: مسميات السعر

التسمية	دلالة التسمية
1 -الكشف fee	هو سعر خدمة الطبيب .
2 -الرسم rate	هو سعر خدمات مؤسسات المنفعة العامة.
3 -القسط tuition	هو سعر خدمة التعليم.
4 -النول fare	هو سعر خدمة السفر بسيارة أو قطار أو طائرة .

¹ د. يوسف أبوفاة ، إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية و الالكترونية و أسواق المياه ، ادارة النشر والتوزيع ، الأردن ، 2010 ، ص ، 37 .

² د. خبابة عبد الله ، السياسة السعرية في اطار العولمة الاقتصادية ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الاسكندرية ، 2009 ، ص ، 5 .

5 - الفائدة interest	هو سعر خدمات المصرف.
6 - قسط التأمين premium	هو سعر خدمات التأمين.
7 - المكس toll	هو سعر عبور طريق معين أو جسر محدد.
8 - للراتب salary	هو سعر عمل الموظف.
9 - لأجر wage	هو سعر عمل العامل .
10 - الضريبة tax	هي سعر السماح بجمع الأموال .
11 - الأتعاب retainer	هو سعر خدمات المحامي .
12 - الرشوة bribe	هو سعر تقديم خدمة غير قانونية .
13 - العمولة commission	هو سعر جهود طاقم البيع .
14 - المكافأة الشرفية honorarium	هو سعر قدوم محاضر ضيف ، وهي مكافأة لا توجد لها قيمة محددة اذ لا تسمح العرف بتحديد لها .

المصدر : ديوسف أبو فارة ، نفس المرجع السابق ، ص 38 .

المطلب الثالث :أهمية التسعير importance of pricing:

1 أهمية التسعير على مستوى الاقتصاد :

ان التسعير هو أحد الركائز و العناصر المهمة لأي اقتصاد في أية سوق وفي أية دولة ، اذ أن أساس أي اقتصاد يقوم على مجموعة من السلع و الخدمات ، وهذه السلع و الخدمات لا يمكن التعاطي معها بمنظور اقتصادي الا اذا تم تحديد سعر لكل منها ¹.

2 أهمية التسعير على مستوى المنظمة :

اضافة الى أهمية التسعير على مستوى الاقتصاد ككل ، فان للسعر أهمية كبيرة على مستوى المنظمة ، اذ يتم استخدام عملية التسعير كأداة لتحقيق أهداف المنظمة على المستوى العام وعلى مستوى وحدات الأعمال الاستراتيجية SBUs وعلى المستوى الوظيفي و التشغيلي . وتستخدم المنظمة عملية التسعير في تجزئة السوق بحيث تستهدف بكل سعر (أو بكل مدى سعري) قطاعا سوقيا محددًا . وتتيح عملية التسعير للمنظمة امكانية تحديد حجم الطلب على منتجاتها ، و يجري التحكم في كثير من الحالات بحجم الطلب من خلال عملية التسعير ، ويتم ذلك من خلال استخدام العلاقة بين السعر و الكمية المطلوبة ، مع مراعاة مرونة الطلب السعرية . والسعر هو الأداة التي تستخدمها المنظمة في تحقيق الإيرادات و الأرباح ، اذ يتم تحديد هامش زيادة فوق تكاليف المنتج لتحقيق الأرباح المخططة.

و في ظل فترات تقلب الأعمال business flux فانه في الأغلب يبدو ان هناك قواعد جديدة للمنافسة ، و لكن ومع ذلك فان عملية تحقيق القيمة الاقتصادية المناسبة للمنظمة أصبحت مرة

¹ فهد سليم الخطيب ، محمد سليمان عواد ، مبادئ التسويق مفاهيم أساسية ، دار الفكر للطباعة و النشر عمان ، 2000 ، ص ، 37.

جديدة هي الحكم النهائي final arbiter لنجاح الأعمال . والقيمة الاقتصادية هي لا شيء اذا انعدمت الفجوة بين السعر و الكلفة ، ويمكن الاعتماد بصورة أساسية على الربحية المستدامة في قياس تحقيق القيمة الاقتصادية المناسبة للمنظمة ، ولذلك فان الربحية تظل قيمة جوهرية للحكم على نجاح المنظمات سواء في الاقتصاد المعرفي أو الاقتصاد التقليدي¹.

3 أهمية التسعير على مستوى الزبون :

للسعر أهمية كبيرة للزبون ، فأسعار المنتجات (التي يهتم بشرائها الزبون) هي مؤشرات أساسية تعبر عن الدخل الحقيقي لهذا الزبون و الدخل الحقيقي هو مجموعة المنتجات (سلع وخدمات) التي يتمكن الزبون من شرائها باستخدام الدخل النقدي ، ويختلف هذا الدخل من سوق الى سوق ومن وقت الى آخر باختلاف أسعار المنتجات المطروحة في الأسواق و تسعى الكثير من الدول الى وضع آليات تكفل طرح المنتجات الأساسية للزبائن بأسعار مناسبة تتوافق مع قدراتهم الشرائية و تتيح لهم شراء الكميات الكافية من هذه المنتجات .

أي أن مستوى رفاهية الفرد في المجتمع يتأثر بمستوى رفاهية الفرد في المجتمع يتأثر بمستوى أسعار المنتجات (سلع /خدمات) في ذلك المجتمع . ومما سبق ، يمكن القول أن التسعير يلعب دورا أساسيا و يخطى بأهمية كبيرة على مستوى الاقتصاد القومي و على مستوى المنظمات و على مستوى الزبائن².

المبحث الثالث : أنواع الأسواق

ان تحديد أسعار المنتجات ،وتحديد كميات الانتاج و أساليب الاعلان و غيرها من القرارات الادارية و المالية يعتمد على هيكل السوق الذي تمارس فيه المنظمة أعمالها .

¹ هادفي خالد ، دور المحاسبة التحليلية في تحديد التسعير ، مذكرة كجزء لنيل شهادة الماجستير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2012-2013 ، ص ص ، 84-85 .

² برينس ايمان وزاوي كنزة ، سياسة التسعير في المؤسسة الاقتصادية ، دراسة قديلة للمياه المعدنية بسكرة ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ليسانس في العلوم التجارية ، تخصص تسويق ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013-2014 ، ص ص ، 16-17 .

ان حرية البائعين في تسعير المنتجات تتباين من سوق الى سوق ، وقد حدد الاقتصاديون أربعة هياكل (أشكال، أنماط ، أنواع) أساسية للأسواق ، وتواجه المنظمات في كل هيكل من هذه الهياكل تحديات مختلفة فيما يتعلق بقرارات التسعير . وهذه الهياكل الأساسية الأربعة للسوق هي : سوق المنافسة الكاملة ، وسوق الاحتكار و سوق المنافسة الاحتكارية ، وسوق احتكار القلة . و يجري في هذا الفصل تناول قرارات التسعير في هذه الهياكل المختلفة للأسواق .

وفيما يأتي شرح مختصر لكل هيكل من الهياكل الأساسية الأربعة للسوق (سوق المنافسة الكاملة ، وسوق الاحتكار ، وسوق المنافسة الاحتكارية ، وسوق احتكار القلة)، مع تناول التسعير في كل هيكل منها .

المطلب الأول : ماهية سوق المنافسة الكاملة

1 - مفهوم سوق المنافسة الكاملة :

ان سوق المنافسة الكاملة هي أحد الأشكال الأساسية للسوق و الأكثر شيوعا ، وهي سوق تتكون من عدد كبير من المشترين وعدد كبير من البائعين يقدمون منتجات متجانسة و متماثلة بحيث لا يمكن التمييز بين انتاج منتج عن آخر ، وتتضمن هذه السوق عددا كبيرا من المنتجين للمنتج بحيث يشكل كل واحد منهم منتجا فرديا صغيرا قياسا بالحجم الكلي للسوق ، و يكون في هذه السوق حرية لحركة الموارد أو عناصر الانتاج ، وتتمتع المنظمات العاملة بمعرفة كاملة بأوضاع السوق¹.

2 خصائص سوق المنافسة الكاملة

تتصف سوق المنافسة الكاملة :

¹ د.يوسف أبو فارة ، مرجع سابق ، ص ، 164.

- تتضمن عددا كبيرا من البائعين و المشتري الذي يتاجرون في بضاعة متجانسة مثل القمح و النحاس و الأسهم المالية .
- في هذه السوق ، لا يتمكن بائع بصورته الفردية single seller أو مشتري بصورته المستقلة single buyer أن يحدث تأثيرا في السعر السوقي .
- التجانس الكبير في المنتجات التي تقدمها المنظمات في سوق المنافسة الكاملة .
- لا تمتلك أية منظمة (من المنظمات المكونة لسوق المنافسة الكاملة) القدرة على احداث تأثيرات في السعر ، حيث لا يستطيع أي بائع أن يتقاضى سعرا يزيد عن سعر السوق ، فالمشتري يتمكنون من الحصول على الكمية التي يرغبون في شرائها بسعر السوق .
- البائعون في هذه السوق لا يبيعون عند سعر أقل من سعر السوق بسبب أنهم يكونون قادرين على بيع كمياتهم بذلك السعر .
- صغر حجم المنظمة قياسا بالحجم الكلي للسوق .
- عدم وجود تفضيل واضح من المشتريين لصالح أحد البائعين .
- توفر معرفة كافية لدى المشتريين بأسعار المنتجات وتكاليفها في هذا السوق .
- عدم وجود قيود على الدخول الى السوق أو الخروج منه ، حيث يكون دخول بائعين جدد الى هذه السوق أو الخروج منها أمرا سهلا ، وتزيد عمليات الدخول عندما ترتفع الأسعار وترتفع الأرباح المتحققة من تلك السوق .
- قدرة منظمات الأعمال على استخدام الموارد المتاحة بحرية كاملة في سوق المنافسة الكاملة .
- تلعب وظائف ترويج المبيعات والاعلان والتسعير وبحوث التسويق وتخطيط وتطوير المنتج دورا هامشيا قليلا في هذه السوق ، ولذلك فان البائعين في هذه السوق لا تبذلون وقتا وجهدا وانفاقا كبيرا على استراتيجيات التسويق .

- توفر معرفة كاملة لدى منظمات الأعمال بالأسعار والتكاليف.¹

3 المديات الزمنية لسوق المنافسة الكاملة :

تجدر الإشارة الى أن هناك ثلاثة مديات زمنية لسوق المنافسة الكاملة ، وهي :

أ -المدى الزمني القصير : في ظل هذا المدى يكون العرض ثابتا (عرض المنتجات التي تقدمها

منظمات الأعمال في هذه السوق) .

ب -المدى الزمني المتوسط : في ظل هذا المدى يكون هناك على الأقل عنصرا واحدا من

العناصر الانتاج ثابتا .

ت -المدى الزمني الطويل : في ظل هذا المدى تكون جميع عناصر الانتاج متغيرة.²

4 التسعير في سوق المنافسة الكاملة :

لابد من الإشارة الى أن أسعار المنتجات في سوق المنافسة الكاملة (التامة) تتحدد على أساس المدى

الزمني القصير ، ولا تمتلك منظمات الأعمال القدرة على التحكم في أسعار المنتجات في سوق المنافسة

الكاملة ، بسبب ضخامة عدد البائعين في هذه السوق ، ويتحدد السعر في هذه السوق وفقا لألية العرض

والطلب ، ويحدد منحنى الطلب مجموع كميات المنتج التي يقوم الزبائن البائعون (منظمات الأعمال)

بعرضها في السوق ، والسعر الذي يهيمن ويفرض نفسه في هذه السوق هو سعر التوازن ، وهو يتحدد

عند النقطة التي يتساوى عندها العرض والطلب والسعر يكون ثابتا في سوق المنافسة الكاملة في المدى

القصير ، لكنه قد يتغير في المدى المتوسط و المدى الطويل ، والتغير في السعر يقود الى تغيير في

الإيراد الحدي.³

¹ نفس المرجع السابق ، ص 165 .

² عبد صخري ، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوحدوي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2001 ، ص، 197.

³ د يوسف أبو فارة ، نفس المرجع السابق ، ص 168 .

المطلب الثاني : ماهية سوق المنافسة الاحتكارية :

1 مفهوم سوق المنافسة الاحتكارية :

ان سوق المنافسة الاحتكارية هي سوق تجمع بعض صفات سوق المنافسة الاحتكارية ، وبعض صفات سوق .

2 خصائص سوق المنافسة الاحتكارية :

فيما يأتي أهم الخصائص التي تتميز بها هذه السوق :

- تحتوي هذه السوق عددا من المشترين ، وعددا من البائعين ، وهؤلاء البائعون يتاجرون ببضائعهم ضمن مدى من الأسعار أكثر من اعتمادهم لسعر سوق واحد .

- ان أهم ما يميز سوق المنافسة الاحتكارية هو التميز (التمييز) بين المنتجات ، ففي سوق المنافسة الكاملة تعمل منظمات الأعمال على بيع منتجات متجانسة ومتشابهة ، أما في سوق المنافسة الاحتكارية فان المنظمات تطرح منتجات تتصف بالتميز المحدود (مختلفة الى حد ما) .

ولتحقيق التمايز في المنتجات فان المنظمات التي تعمل في اطار المنافسة الاحتكارية تعمل على اجراء بعض التعديلات في الهيكل الخارجي للمنتج أو في الشكل أو اللون أو ما شابه وقد تعمل على احداث تمايز في الخدمات المرافقة لتقديم المنتج . ومن الأمثلة على هذا التمايز هي حالة بعض شركات الملابس الجاهزة التي تطرح منتجات تتمايز عن بعضها في جوانب محدود .

- كل بائع من هؤلاء البائعين يعمل على عرض المنتج بصورة متميزة الى حد ما عن بقية منتجات البائعين .

- القدرة المحدودة لدى هذه المنظمات للتحكم في الأسعار ، حيث أن رفع سعر المنتج سيؤدي الى تحول الزبائن الى منتجات المنظمات الاخرى في اطار سوق المنافسة الاحتكارية ، وبمقدار ما تتمكن المنظمة من تحقيق تميز واضح في المنتج ، فان قدرتها النسبية في التحكم بالأسعار يزيد .
- المنتج الذي تطرحه أية منظمة في هذه السوق قد يختلف عن منتجات المنافسين في الجودة وفي الشكل وفي المظهر وفي التصميم وفي الخدمات المرافقة للمنتج .
- تشتمل سوق المنافسة الاحتكارية على مجموعات سلعية (أو مجموعات خدمية تتعامل في انتاج الخدمات) ، وتكون السلعة التي تنتجها أحد المنظمات بديلا للسلع الأخرى ضمن نفس المجموعة السلعية ، ليس بديلا تاما ، ويتنافس ضمن كل مجموعة سلعية عدد واف من المنظمات (هناك من يقدر هذا العدد بين 50-100 منظمة في المجموعة السلعية الواحدة)
- في هذه السوق ، يلاحظ المشترون الفروق في المنتجات المختلفة التي يطرحها البائعون ويكون لديهم الاستعداد لدفع أسعار مختلفة لهذه المنتجات المتباينة في صورة من الصور .
- المنظمات التي تعمل في اطار المنافسة الاحتكارية تميل الى عدم اتخاذ اجراءات انتقائية ضد بعضها البعض ، وهذا يساعد في تحديد سياسات التسعير والانتاج دون قلق جوهري من ردود أفعال المنظمات المنافسة . وهنا لا بد من التأكد على أنه يصعب في اطار المنافسة الاحتكارية حصول أي شكل من أشكال التواطؤ بين منظمات الأعمال خصوصا اذا كان عدد المنظمات كبيرا ضمن المجموعة السلعية ، ومن هنا يمكن القول أنه توجد محفزات تدفع المنظمات الى التنسيق والتعاون لتحديد أسعار المنتجات وتقليل حدة المنافسة .

- يحاول البائعون تطوير عروضهم المتميزة من خلال العلاقات التجارية والبيع الشخصي والاعلانات ، ويجري تقديم هذه العروض الى قطاعات سوقية مختلفة .
- السهولة النسبية للدخول الى سوق المنافسة الاحتكارية ، حيث تميل المنظمات في هذه السوق الى عدم التصادم مع المنظمات الأخرى من خلال قرارات التسعير ، أو من خلال قرارات الانتاج . وبالإضافة الى عدم وجود حواجز تتعلق بالدخول الى السوق ، فإنه أيضا لا توجد حواجز أمام خروج المنظمات من سوق المنافسة الاحتكارية .¹
- بسبب وجود عدد من المتنافسين في هذه السوق ، فإن تأثر كل منافس من هؤلاء المنافسين باستراتيجية التسعير المعتمدة من الآخرين يكون تأثيرا محدودا وأقل منه في سوق احتكار القلة .

3 التسعير في سوق المنافسة الاحتكارية :

تلعب المنظمات في اطار المنافسة الاحتكارية دورا مهما في تحقيق نجاح هذه المنظمات ، فاذا طرحت كل واحدة من هذه المنظمات منتجا يختلف اختلافا بسيطا عن المنتجات التي تطرحها المنظمات الأخرى في هذه السوق فإن هذا سيحدث تأثيرا ايجابيا في الطلب على هذا المنتج ، لكن هذا التأثير لا يتكامل الا باتخاذ القرار التسعيري الصائب لهذا المنتج على سبيل المثال اذا كانت احدى هذه الشركات باحداث زيادة طفيفة في سعر منتجها فإن هذه الزيادة قد تؤدي الى تحول بعض المستهلكين (الزبائن) من الشراء من هذه المنظمة الى الشراء من منظمات منافسة أخرى ضمن سوق المنافسة الاحتكارية . وفي المقابل ، اذا أقدمت احدى هذه المنظمات على اجراء تخفيض طفيف في سعر منتجها ، فإنها قد تنجح في استقطاب المزيد من المستهلكين اليها . وتتمكن المنظمات في سوق المنافسة الاحتكارية من تعظيم أرباحها عند النقطة التي تتساوى عندها قيمة

¹ عبد المطلب الحميد ، النظرية الاقتصادية (تحليل جزئي و كلي للمبادئ) ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، 2000 ، ص ص ، 263- 265 .

الإيراد الحدي مع قيمة التكلفة الحدية ، وبذلك فإنها تحدد كمية ما تطرحه الى السوق من المنتج (كمية الانتاج) عند هذه النقطة .¹

وفيما يتعلق بالنتائج المترتبة على اقدام منظمة ما هذه السوق على رفع سعر المنتج فهي تحول

بعض الزبائن الى الشراء من منظمات أخرى ، ومن ثم فقدان جزء من حصتها السوقية . أما

النتائج المترتبة على اقدام منظمة ما على تخفيض سعر المنتج فهي زيادة قدرتها على جذب المزيد

من الزبائن ، وزيادة حجم حصتها السوقية في تلك السوق .

المطلب الثالث : ماهية سوق احتكار القلة :

1 مفهوم سوق احتكار القلة :

تجدر الإشارة الى أنه يطلق على أشكال السوق الأخرى تسمية المنافسة غير الكاملة imperfect

competition ويقصد بها : المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة والاحتكار التام .

أما سوق احتكار القلة فهي سوق تتكون من عدد قليل من المنظمات الأعمال التي تراعي ردود

أفعال المنظمات الأخرى عند تحديد أسعارها وعند تقرير سياساتها الانتاجية ، ويقف عدم التوافق

بين هذه المنظمات على الأسعار عائقا أمام أي منظمة تحاول رفع الأسعار ، لأنها سوف تخسر

جانبا من المستهلكين / الزبائن لصالح المنظمات الأخرى في السوق والتي لم ترفع أسعارها .

وأسواق احتكار القلة هي من الأسواق المعروفة في أغلب دول العالم ، وتتشأ هذه السوق بسبب

التوجه في الكثير من المنظمات نحو تحقيق اقتصاديات التوسع في الحجم ، وكذلك بسبب خروج

¹ نفس المرجع السابق ، ص ص ، 167-168 .

بعض المنظمات من السوق بسبب عدم قدرتها على تخفيض التكاليف قياسا بما حققته منظمات أخرى ، ومن هنا تتعزز فرص نشوء هذه سوق احتكار القلة .

2 خصائص سوق احتكار القلة :

هناك مجموعة من الخصائص التي تميز سوق احتكار القلة ، وأهم هذه الخصائص :

- تحتوي هذه السوق على عدد قليل من البائعين .
- وجود تجانس (تمائل) بين بعض المنتجات في سوق احتكار القلة ، ووجود تمايز بين منتجات أخرى ، وفي حالة التجانس فان المنظمات العاملة في اطار هذه السوق قد تتجه الى استخدام المنافسة السعرية ، أما في حالة التمايز ، فان هذا التمايز يستخدم كقاعدة تنافسية .
- يكون لدى كل بائع من هؤلاء البائعين حساسية عالية تجاه استراتيجيات التسعير والاستراتيجيات التسويقية التي يعتمدها المنافسون (البائعون الآخرون) .
- تتكون سوق احتكار القلة من عدد محدود من المنظمات الكبيرة ، وازدواجية الى ذلك ، قد تضم هذه السوق بعض المنظمات صغيرة الحجم ، لكن هذه المنظمات لا تمتلك قوة التحكم في الأسعار ضمن هذه السوق .
- قد تكون المنتجات التي يطرحها البائعون في هذه السوق منتجات متماثلة Uniform (مثل الصلب و الألمنيوم) ، وقد تكون منتجات غير متماثلة Nonuniform (مثل السيارات وأجهزة الحاسوب) .
- يصعب على البائعين الجدد الدخول الى سوق احتكار القلة نظرا لوجود حواجز دخول قوية تتطلب امكانات ضخمة لاختراقها و الدخول الى السوق ، وأهم هذه الحواجز

حواجز التكنولوجيا المتقدمة باهظة الثمن ، وحاجز الولاء المرتفع من جانب المستهلكين

/ الزبائن اتجاه منتجات المنظمات العاملة في سوق احتكار القلة حاليا .

- يكون كل بائع حساسا ويقظا لاستراتيجيات وتحركات البائعين الآخرين في هذه السوق (

على سبيل المثال ، اذا قامت إحدى شركات الصلب بتخفيض أسعار بنسبة 15% فان

هذا التخفيض سيؤدي الى تحول سريع للمشتريين للشراء من هذه الشركة ، وهذا يتطلب

من بقية البائعين القيام باستجابة تجاه ما قامت به هذه الشركة ، وهذه الاستجابة قد تكون

بتخفيض الأسعار أو بزيادة الخدمات المرافقة لعملية البيع و المرتبطة بها ، وبذلك يمكن

القول أن أي بائع في سوق احتكار القلة يدرك بأنه لا يمكن تحقيق مكاسب دائمة من

خلال اعتماد تخفيضات الأسعار . من جانب آخر ، اذا أقدم أحد البائعين في هذه السوق

على رفع سعر المنتج ، ولم يقلده بقية البائعين في هذا السلوك فان هذا البائع سيجد نفسه

في ورطة حقيقة ، فاما أن يعود ويخفض السعر ، واما أن يعرض نفسه الى مخاطر

فقدان جزء مهم من المبيعات والزبائن .¹

المطلب الرابع: ماهية سوق الاحتكار التام :

1 مفهوم سوق الاحتكار التام :

سوق الاحتكار التام هي سوق تتحكم فيه منظمة واحدة ، وحالة سوق الاحتكار التام هي من

الحالات القليلة و المحدودة في الاقتصاديات العالمية ، غير أنها من الحالات الموجودة على

أرض الواقع .

¹ د. يوسف أبو فارة ، نفس المرجع السابق ، ص 174 .

2 خصائص سوق الاحتكار التام :

تتصف سوق الاحتكار التام بما يلي :

- تتكون سوق الاحتكار التام من بائع واحد فقط ، وهذا البائع قد يكون :
 - الحكومة (مثال ذلك مؤسسات خدمات البريد في بعض الدول)
 - شركة خاصة حصلت على الاحتكار بموجب الأنظمة والقوانين (ومثال ذلك شركات الكهرباء و شركات المياه وشركات الاتصالات في بعض الدول).
 - قد تجد شركة ما تحقق الاحتكار التام في السوق بسبب براءة اختراع تجعلها متفردة بطرح منتج ما في السوق .
- ان حالة سوق الاحتكار هي من الحالات القليلة والمحدودة في الاقتصاديات العالمية ،غير أنها من الحالات الموجودة على أرض الواقع . وسوق الاحتكار هي سوق تتحكم فيه منظمة واحدة ، تطرح منتجا (أو منتجات) دون أن تنافسها أحد ودون وجود منتجات بديلة تغني الزبائن عن هذا المنتج ، وتكون المنظمة الاحتكارية قادرة على التحكم في السعر ، وقادر على التحكم في كمية العرض .
- ان أسواق الاحتكار غالبا تكون أسواقا تتحكم فيها منظمات حكومية أو منظمات حصلت على عقد احتكار من الحكومة لمدة محددة . ومن النادر أن يكون هناك منظمة احتكارية في القطاع الخاص ، واذا حصل ذلك ، فان مدة الاحتكار تكون محدودة لا يمكن أن تمتد لمدة زمنية طويلة ، حيث أن عناصر الاحتكار تضعف مع مرور الزمن ، وتنتهي حالة الاحتكار تدريجيا .

- وعادة تقوم المنظمات الاحتكارية بانتاج كمية من المنتج أقل من الكمية المطلوبة (أي أنها تسعى الى جعل العرض أقل من الطلب)، والهدف من ذلك هو المحافظة على الأسعار المرتفعة ، والمحافظة على ميزتها الاحتكارية .
- تميل المنظمة الاحتكارية الى انتاج الكمية التي تحقق تعظيم أرباح ، وهذه الكمية تكون عند النقطة التي يتقاطع فيها منحنى الإيراد الحدي مع منحنى التكلفة الحدية¹.

3 #تسعير في سوق الاحتكار التام :

- في سوق الاحتكار التام يتم تحديد السعر بطرق مختلفة ، فعلى سبيل المثال :
- اذا كانت الحكومة هي المحتكر فان السعر قد يحدد على أساس تغطية جانب من التكاليف أو على أساس تغطية التكاليف فقط ، أو على أساس تغطية التكاليف وتحقيق عائد ، ويكون تحديد السعر وفقا للهدف الذي تسعى الحكومة الى تحقيقه من بيع هذا المنتج الى السوق ، وفي بعض الحالات يجري تحديد سعر مرتفع للمنتج الاحتكاري الذي تطرحه الحكومة ، والهدف من السعر المرتفع هو تخفيض مستوى الاستهلاك لهذا المنتج (مثل أسعار الكهرباء في بعض الدول) .
 - أما عن تحديد السعر لدى المنظمة الاحتكارية التي تحصل على احتكار من الحكومة بموجب الأنظمة والقوانين ، فان الحكومة تسمح لهذه المنظمة (الشركة) بوضع السعر الذي يحقق لها عائدا معتمدا Fair Return ، بحيث يكون هذا العائد قادرا على تحقيق البقاء والاستمرارية لهذه الشركة ، وبحيث تتمكن هذه المنظمة من تطوير عملياتها وتوسيعها وفقا لمتطلبات واحتياجات السوق .

¹ إيمان نعمون ، دور استراتيجيات التمييز في تنمية الحصة السوقية للمؤسسة الصناعية ، دراسة حالة مؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة - ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد صناعي ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2010 - 2011 ، ص ص 75-76 .

• أما المنظمة (الشركة) التي تتمكن من تحقيق الاحتكار التام على أساس قوتها في السوق وليس على أساس الأنظمة والقوانين ، فانها تكون مطلقة الحرية في تحديد السعر (الى الحد الذي يتحمله السوق) ، لكنها في الأغلب لا يميل الى وضع السعر عند ذلك الحد الأعلى الممكن ، وهي لا تلجأ الى التسعير عند هذا الحد لأسباب متعددة أهمها :

- عدم جذب المنافسين وعدم اغرائهم لدخول هذه السوق .
- تخوف هذه الشركة من اقدام الحكومة على سن القوانين والأنشطة والتشريعات التي تحدد السعر اذا غالت في سعرها .
- الرغبة في تحقيق التغلغل السوقي Market Penetration بسرعة من خلال اعتماد السعر المنخفض .

من جانب آخر ، فان المنظمة الاحتكارية تسعى الى تعظيم أرباحها ، وهذا يتطلب اختيار السعر المناسب الذي يؤدي الى تحقيق ذلك ، وهذا السعر هو السعر الذي يتعاضد عنده الفرق بين مجمل الإيرادات Total Revenue ومجمل التكاليف Total Cost ، وتحدد المنظمة الاحتكارية أسعارها بحيث يكون سعر المنتج أعلى من متوسط التكلفة الكلية لهذا المنتج ، وكلما تمكنت من تحديد سعر مقبول يزيد عن متوسط التكلفة الكلية فانها تتجح في زيادة أرباحها .

وتلجأ المنظمة الاحتكارية أحيانا الى تخفيض الأسعار من أجل زيادة كمية الطلب بصورة تؤدي الى تخفيض أرباح أفضل .

وفي سوق الاحتكار ، تختلف قيمة الإيراد الحدي عن قيمة السعر ، ويكون منحنى الإيراد الحدي

أدنى من منحنى الطلب ، وعدم تساوي السعر مع الإيراد الحدي يعود الى أن الإضافات الحدية الى

الإيرادات الكلية تكون بمستويات مختلفة ومتناقصة ولا تكون ثابتة ، بينما تكون هذه الإضافات الحدية ثابتة في سوق المنافسة الكاملة.¹

¹ نفس المرجع السابق ، ص ص ، 77 .

خاتمة الفصل :

لقد حولنا من خلال الفصل الثاني التطرق الى معظم العوامل التي تتحكم في تغيرات الأسعار فقد بدأنا هذا الفصل بتقديم مفهوم و دوافع و أهمية سلوك المستهلك و كذا التطرق الى العوامل المؤثرة عليه . أما في المبحث الثاني فقد تم التعريف بالسعر و مسميات التسعير ، بالاضافة الى ابراز أهميته .

أما في المبحث الثالث فقد تم شرح لكل هيكل من الهياكل الأساسية الأربعة للسوق مع تناول التسعير في كل هيكل منها .

الفصل الثالث

دراسة حالة بنك

البركة الجزائري

-وكالة بسكرة-

تمهيد الفصل :

- سنتناول من خلال هذا الفصل الجانب التطبيقي لهذا الموضوع على عملاء بنك البركة الجزائري ولاية بسكرة- ، ومن أجل ذلك فقد قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين ، المبحث الأول عبارة عن تقديم لبنك البركة الجزائري و التعريف بمختلف الخدمات التي يقدمها لعملائه ، أما المبحث الثاني فقد قدمنا فيه مشكلة الدراسة الميدانية و فرضياتها ، ثم بينا منهجية الدراسة الميدانية و كذا التطرق لمجتمع وعينة الدراسة ، أدوات جمع البيانات و أدوات التحليل الاحصائي المستخدمة ، كما قمنا بالتحقيق من صدق و ثبات أداء الدراسة ، بالإضافة لتحليل البيانات المحصلة و عرض نتائجها .

المبحث الأول : ماهية بنك البركة**المبحث الثاني : منهجية الدراسة و تحليل البيانات .**

المبحث الأول : ماهية بنك البركة الجزائري

يعتبر بنك البركة الجزائري نموذج للبنوك الاسلامية في الجزائر و الذي يراعي في تعاملاته المبادئ الاسلامية من عدم التعامل بالربا أخذا أو عطاء ، أو نوعية المشاريع التي يقوم بتمويلها ، ان معالجة هذا المبحث تتطلب منا المرور بالمطالب التالية أولا :

المطلب الأول : تقديم بنك البركة الجزائري

سيتم التطرق الى نبذة تاريخية حول تأسيس كل من دلة البركة الدولية القابضة و مجموعة البركة المصرفية أولا ثم تقديم بنك البركة الجزائري .

الفرع الأول : تأسيس دلة البركة و مجموعة البركة المصرفية:

قبل أن نتعرف على تأسيس مجموعة البركة المصرفية نتطرق أولا الى تأسيس دلة البركة الدولية ، باعتبارها ناتجة عن توحيد بعض البنوك التابعة لشركة دلة البركة الدولية .

أولا: تأسيس دلة البركة: نشأت دلة البركة القابضة الدولية (شركة سعودية) سنة 1980 برأس مال مقداره 50 مليون دولار أمريكي ، و أسسها - الشيخ صالح عبد الله كامل - و تعتبر هذه الشركة أحد أكبر الكيانات الاقتصادية العربية بل العالمية ، اذ يزيد عدد شركاتها على 300 شركة منتشرة في أكثر من 40 دولة من دول العالم ، ويعمل بها أكثر من 70 ألف موظف ، و تستثمر في جميع الأنشطة الاقتصادية كالصناعة والتجارة و الزراعة و الخدمات .

ثانيا : تأسيس مجموعة البركة المصرفية (AB.G): تأسست مجموعة البركة المصرفية في منتصف 2002 بمملكة البحرين برأس مال مدفوع قدره 1.5 مليار دولار ، وهاته المجموعة ناشئة عن توحيد البنوك

التابعة لشركة البركة القابضة الدولية ، وكان الغرض من تأسيسها بناء كيان مصرفي ينافس الكيانات الكبرى في ظل القوى المالية الكبرى وعمليات الاندماج .

يقدر حجم أصول مجموعة البركة المصرفية خلال سنة 2007 بـ 10104 مليون دولار ، أي ما يزيد عن 10 مليار دولار ، في حين تزيد ودائعها عن 8 مليار دولار ، بينما يزيد مبلغ التمويل و الاستثمار خلال نفس السنة عن 7 مليار دولار .¹

تتكون المجموعة من 12 بنكا تقع في 11 دولة تدير بدورها أكثر من 250 فرعا وهذه البنوك هي : البنك الاسلامي الأردني ، بنك البركة التركي للمشاركة ، بنك التمويل المصري السعودي (مصر) ، بنك البركة الجزائري ، البنك الاسلامي (البحرين) ، بنك الأمين (البحرين) ، بنك التمويل التونسي السعودي (تونس) ، بنك البركة المحدود (جنوب افريقيا) ، بنك البركة لبنان ، بنك البركة السودان ، بنك البركة الاسلامي (باكستان) ، بنك البركة سوريا .²

الفرع الثاني : نشأة واعتماد بنك البركة الجزائري :

عرفت نشأت بنك البركة الجزائري مرحلتين ، تمثلت الأولى في طرح الفكرة أما الثانية فهي مرحلة الاعتماد و بداية مزتولة النشاط المصرفي .

أولا: نشأة بنك البركة الجزائري :

ان فكرة إنشاء بنك البركة تعود الى سنة 1984 من خلال الاتصال الذي تم بين الجزائر ممثلة في بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) ، وشركة دلة البركة القابضة الدولية ، وقد كانت نتيجة هذا الاتصال أن تم تقديم قرض مالي من طرف مجموعة دلة البركة القابضة للحكومة الجزائرية ، بلغت قيمته 30 مليون

¹ حليمي رابح ، دور مبادئ الحوكمة في الرفع من الكفاءة التشغيلية في المصارف الاسلامية - دراسة حالة بنك البركة الجزائري - ، مذكرة ماستر ، تخصص مالية و حاكمية الشركات ، 2013-2014 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص ص ، 104 ، 105 .
² نفس المرجع السابق ، ص 106 .

دولار خصص لتدعيم التجارة الخارجية ، حيث كان هذا القرض بمثابة فرصة لخلق جو من الثقة المتبادلة بين الجزائر و المجموعة . وفي سنة 1986 بدأت فكرة إنشاء بنك مشاركة في الجزائر تتبلور أكثر ، وذلك عند قيام مجموعة دلة البركة المصرفية بعقد ندوتها الرابعة في فندق الأوراسي بالجزائر العاصمة ، حيث كان محور هذه الندوة هو مناقشة فكرة إنشاء بنك إسلامي في الجزائر . ومن نتائج هذه الندوة إنشاء لجنة تقوم بمتابعة مايلي :

- دراسة إنشاء بنك البركة الجزائري ليكون وجود هذه المؤسسة في الجزائر حلقة مكملة لتوطيد التعاون بين مختلف القطاعات وشركة البركة القابضة ، وذلك الى جانب ما يحققه وجود البنك الاسلامي بالجزائر من اجتذاب المدخرات الوطنية .

- متابعة تطور سائر وجوه التعاون القائمة بين القطاعات المختلفة في الجزائر و بين دلة البركة بهدف تطوير الصادرات والتبادل التجاري مع بلدان العالم الاسلامي¹.

ثانيا: اعتماد بنك البركة الجزائري : تأسس بنك البركة الجزائري في 01 مارس 1990 بين كل من بنك الفلاحة و التنمية الريفية الجزائرية و شركة البركة القابضة السعودية ، وطبقا لبنود هذا الاتفاق تم تحرير القانون الأساسي للبنك بتاريخ 1990/11/06 الذي نص على أن البنك يتخذ شكل شركة مساهمة و يسمى في معاملاته مع الغير بنك البركة الجزائري .

كما عرفه الشيخ صلاح عبد الله كمال على أنه : " بنك إسلامي لا يتعامل بالفائدة أخذا أو عطاء ، ويهدف إلى تنمية المجتمع الجزائري المسلم وإلى خلق توليفة عملية مناسبة بين متطلبات العمل المصرفي الحديث وضوابط الشريعة الإسلامية " .

¹ الطاهر لطرش ، نفس المرجع السابق ، ص 203 .

ويعتبر صدور قانون النقد والقرض بتاريخ 14 أبريل 1990 وسماحه بإنشاء بنوك أجنبية وخاصة ومختلطة ، بمثابة الحافر الأساسي الذي دفع بأصحاب مشروع بنك البركة الجزائري إلى طلب الاعتماد ، ويعتبر أول بنك إسلامي تأسس على ضوء قانون النقد و القرض وتم افتتاحه رسميا في 20 ماي 1991 ، وبدأ نشاطه فعليا في الفاتح من سبتمبر 1991 ، وهو أول بنك ساهم في رأس ماله شركاء خواص و أجانب في نفس الوقت يتمثلون في كل من شركة البركة السعودية و بنك الفلاحة و التنمية و الريفية و ذلك بنسبة 50 % لكل واحد منهما .

وفي سنة 2003 بلغ عدد الوكالات 26 وكالة ويعزم بنك البركة الجزائري فتح 04 وكالات سنة 2014.¹

الفرع الثالث : بنك البركة الجزائري وكالة بسكرة :

وهي وكالة من وكالات بنك البركة الجزائري ، وهو ممثله في مدينة بسكرة و كل الولايات التي يقوم بخدمتها ، رمزه ضمن وكالات البنك هو 305 ، أنشئ في 10 ماي 2011 . على غرار مجمل وكالات البنك ، تقوم وكالة بسكرة بتقديم كافة العمليات المصرفية بما في ذلك :

- تسيير الحسابات (حسابات الصكوك ، الحسابات الجارية ، حسابات العملة الصعبة إلخ) ،
- إيداع و استثمار (حسابات الادخار ، حسابات الاستثمار إلخ) .
- تمويل الاستثمار و الاستغلال (الرابحة ، الإجارة ، الاستصناع ، السلم ، المشاركة ، إلخ) ،
- تمويل الأفراد و المؤسسات و المهنيين (تمويل العقار ، تمويل العتاد المهني ، تمويل المحلات التجارية إلخ) .

¹ تم تلخيص خدمات بنك البركة الجزائري بناء على معلومات المستقاة من موقع بنك البركة الجزائري : -albaraka
bank.com/ar/index.php?option=com_content&task=view&id=2188&Itemid=28 .

- التجارة الخارجية (الائتمان المستندي ، استرجاع العملة الصعبة ، الصرف ،...إلخ)، مختلف الخدمات (تحول ARTS ، المقاصة الالكترونية ، تقديم الاستشارة ، الدخول في علاقات عمل...إلخ).
- كل العمليات المصرفية مطابقة لمبادئ الشريعة الإسلامية السمحاء و مراقبة من طرف لجنة تدقيق للشريعة مستقلة عن البنك .
- مدير الوكالة ومساعديه في أتم الاستعداد لإستقبالكم على أحسن وجه ، وتوفير لكم أفضل الخدمات المصرفية .¹

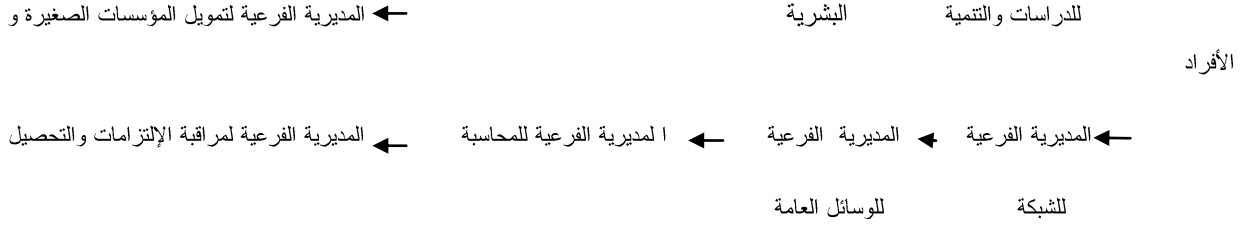
المطلب الثاني : مكونات الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري :

إن الهيكل التنظيمي يختلف من منشأة لأخرى وفق طبيعة وحجم المنشأة ونظرا لعدم وجود هيكل نموذجي يصلح لجميع المنشآت ، ومن المفترض في البنوك الإسلامية أن يكون شكل الهيكل التنظيمي معدا بكيفية تسهل تحقيق أهدافها المتنوعة و كذا تتماشى مع خصوصيتها الإسلامية .

¹ تقرير النشاط السنوي لبنك البركة لسنة 2013 ، ص 2 .

الشكل رقم 01: الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري





المصدر: حليمي راجح ، نفس المرجع السابق ، ص، 107.

يدير البنك مجلس إدارة يتكون من 8 أعضاء من بينهم رئيس ونائبه ، وآخر عضو قائم بالإدارة منتدب ، كما أن له لجنتين للتدقيق والتنفيذ ، حيث تتشكل كل واحد منهما من ثلاثة أعضاء بما فيهم الرئيس ، كما يوجد أيضا بالبنك مدققين للحسابات ، ومديرية عامة تتضمن 7 أعضاء ، إضافة إلى مراقب شرعي واحد يقوم بزيارة الفروع كل ستة أشهر ، وذلك حتى يتأكد من صحة الأعمال التي تقوم بها الفروع وعدم معارضتها للشريعة الإسلامية .

المطلب الثالث : أهداف بنك البركة الجزائري وأعماله

يسعى بنك البركة الجزائري لتحقيق مجموعة من الأهداف جاهدا من خلال قيامه بمجموعة من الأعمال .

الفرع الأول : أهداف بنك البركة الجزائري : لقد بينت المادة (3) من القانون الأساسي لبنك البركة الجزائري أهدافه كما يلي :

- يهدف البنك إلى تغطية الاحتياجات الاقتصادية في ميدان الخدمات المصرفية و أعمال التمويل والاستثمار المنظمة على غير أساس الربا و تشمل تلك الغايات على وجه الخصوص ما يلي :
- ✓ تحقيق ربح حلال من خلال استقطاب الموارد وتشغيلها بالطرق الإسلامية الصحيحة
- وبأفضل العوائد بما يتفق مع ظروف العصر وبراغي القواعد الاستثمارية السليمة .

✓ تطوير وسائل اجتذاب الأموال و المدخرات وتوجيهها نحو المشاركة في الاستثمار
بالأسلوب المصرفي غير الربوي .

✓ توفير التمويل اللازم لسد احتياجات القطاعات المختلفة سيما تلك القطاعات البعيدة عن
أماكن الإفادة من التسهيلات المصرفية التقليدية .

الفرع الثاني : أعماله : إلى جانب قيام البنك بفتح مختلف الحسابات كما سنرى فإن بنك البركة الجزائري

يقدم عدة خدمات اجتماعية يساهم من خلال في تنمية الجوانب الإجتماعية و العلمية و الثقافية وهي :

1. تسيير صندوق الزكاة : يقوم بنك البركة الجزائري بتسيير صندوق الزكاة التابع لوزارة الشؤون

الدينية ، ولا يتقاضى البنك أي مقابل على تسيير هذه الحسابات ، بل يتم تحمل التكاليف و

مصاريف التسيير من طرفه ، إلا أن البنك لا يقوم بتحصيل الزكاة من حسابات المودعين و لا

يقتطعها من أرباحه السنوية ، وباعتبارها بنك البركة الجزائري بنكا إسلاميا فإن تحقيق هويته

الإسلامية وتميزه عن غيره من البنوك التقليدية يفترض عليه بروز حسابات الزكاة في ميزانياته ،

وكذا ترغيب المودعين في إخراج الزكاة .

2. تقديم المساعدات و القيام بالنشاطات العلمية و الثقافية : يقوم بنك البركة الجزائري بتقديم

مساعدات مختلفة اجتماعية و القيام بعدة أنشطة الغرض منها إثراء الجوانب العملية و الثقافية

للمجتمع المسلم ، وتمثلت هذه الأعمال في سنة 2006 كما يلي :

- القروض حسنة: يقدم بنك البركة الجزائري القروض الحسنة للمستخدمين ، بلغ إجمالي هذه

القروض 24.649.900 دج ، منحت لـ 41 مستخدما .

- قروض للخدمات اجتماعية : بلغ إجمالي القروض التي منحت في هذا الإطار

3.850.000 دج ، وكان عدد المستخدمين الذين استفادوا من هذه القروض 46 مستخدما

منحت لهم بالتشاور مع لجنة المشاركة .

- المساعدات المالية : واصل البنك خلال سنة 2006 تقديم مساعداته للمحتاجين من خارج

البنك و كذا للموظفين الذين واجهوا مشاكل مالية ، بالإضافة للمؤسسات الخارجية كالمساجد

، الزوايا و المدارس القرآنية .

في هذا الإطار تم صرف مبلغ قدره 30.407.663 دج ، يتوزع كالاتي :

- وزارة الشؤون الدينية 3.997.850 دج (الملتنقى الوطني للقرآن الكريم و نفقات إشهار لصندوق الزكاة) .
 - الزوايا و المساجد و عددها 18 استفادت من مبلغ إجمالي قدره 10.290.000 دج .
 - مساهمة البنك في شركة الوقف 3.000.000 دج (شركة النقل أنشأت من قبل وزارة الشؤون الدينية).
 - قفة رمضان رصد لها مبلغ 2.845.291 دج (فتح ثلاثة "3" مطاعم للمعوزين و الفقراء) .
 - منحة رمضان وعيد الأضحى 2.335.000 دج (استفاد من هذه المنحة متقاعد البنك ، موظفون في إطار عقود ما قبل التشغيل ، متربصون ، أعوان أمن ، أعوان نظافة) المجموع 189 مستفيدا
- 1.

المبحث الثاني :منهجية الدراسة و تحليل البيانات واختبار الفرضيات

سوف نتناول في هذا المبحث معرفة المنهج المستخدم في الدراسة وكذا أساليب جمع البيانات ثم نقوم بعملية

التحليل الإحصائي للبيانات بالإعتماد على برنامج SPSS و أخيرا معالجة و تقييم الفرض إلى أبرز النتائج

المستخلصة .

المطلب الأول : منهجية الدراسة :

¹ نفس المرجع السابق ، ص ص ، 94 – 95 .

1 أهمية الدراسة الميدانية : تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال :

✓ كونها تقيما للقروض الاستهلاكية التي يقدمها بنك البركة الجزائري من وجهة نظر عملائه .

✓ توضح توقعات عملاء بنك البركة الجزائري ، ومن ثم العمل على تقييمها من أجل اشباع حاجاتهم و مقابلة توقعاتهم .

✓ توضح منهجية للمهتمين في هذا المجال حول كيفية تأثير القروض الاستهلاكية على تغييرات الأسعار .

✓ تقدم بعض النتائج المفيدة لمتخذي القرارات و المسؤولين في بنك البركة الجزائري و التي من شأنها توفير قاعدة معلومات تمكنهم من معرفة نقاط القوة و الضعف في الخدمات التي يقدمونها للعملاء .

2 فرضيات الدراسة : تسعى الدراسة الحالية الى اختبار الفرضيات :

✓ الفرضية الأولى:

H0: عملية منح القروض في بنك البركة الجزائري مقيمة بطريقة سلبية .

H1: عملية منح القروض في بنك البركة الجزائري مقيمة بطريقة ايجابية .

✓ الفرضية الثانية:

H0: آراء الزبائن حول تغييرات أسعار سوق السيارات لا تتلائم مع قدرتهم الشرائية .

H1: آراء الزبائن حول تغييرات أسعار سوق السيارات يتلائم مع قدرتهم الشرائية .

✓ الفرضية الثالثة:

H0: لا يوجد علاقة ارتباط بين القروض الاستهلاكية و تغييرات أسعار السيارات .

H1: يوجد علاقة ارتباط بين القروض الاستهلاكية و تغييرات أسعار السيارات .

3 أهمية الدراسة وحدودها :

- ✓ التعرف على تقييم عملاء بنك البركة الجزائري لمستوى القروض الاستهلاكية من ناحية توقعاتهم ، أو ادراكاتهم لمستوى القروض الاستهلاكية المقدمة لهم فعليا .
- ✓ التعرف على آراء عملاء بنك البركة الجزائري حول تأثير القروض الاستهلاكية على تغيرات أسعار السيارات .
- ✓ معرفة تأثير القروض الاستهلاكية على القدرة الشرائية لعملاء بنك البركة المستفيدين من هذه القروض .

4 حدود الدراسة :

- ✓ **المجال المكاني :** اقتصرت الدراسة على عملاء بنك البركة الجزائري - مدينة بسكرة - و قد تم أخذه عينة ممثلة لهؤلاء العملاء .
- ✓ **المجال الزمني :** لقد تمت الدراسة من 12 أفريل 2015 إلى 10 ماي 2015 وهو الوقت الذي لزم لتوزيع الاستبيانات على عملاء بنك البركة الجزائري و إسترجاعها .

المطلب الثاني : تصميم الدراسة الميدانية :

1 مجتمع و عينة الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في مجتمع عملاء بنك البركة الجزائري بمدينة بسكرة ، ونظرا لكبر حجم مجتمع الدراسة فقد حصرنا دراستنا على عملاء بنك البركة الجزائري ببسكرة ، و كما ذكرنا سابقا أن بنك البركة الجزائري يقدم خدمات للأفراد المهنيين و المؤسسات فقد حصرنا دراستنا على الأفراد المستفيدين من القروض الاستهلاكية .

ونظرا لقيود الوقت و التكلفة ، و أخذاً بعين الاعتبار ما تحتويه استمارة الاستبيان من أسئلة كثيرة تتطلب وقتاً طويلاً نسبياً للإجابة عليها ، فقد تم استخدام أسلوب العينة التحكيمية (القصدية) وذلك بتوزيع 80 استمارة استبيان على عملاء بنك البركة الجزائري حيث تم استرداد 72 منها ، و بعد مراجعة الاستبيانات المسترجعة تم استبعاد 22 استمارة لعدم اكتمالها أو لتناقض البيانات المدونة فيها من سؤال الى آخر ، وتم اعتماد 49 استمارة لغرض التحليل الاحصائي أي نسبة 68,05% من اجمالي الاستبيانات الموزعة .

2 أدوات جمع البيانات : تم خلال هذا البحث الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية نظرا

لانتشار استعماله في هذا النوع من البحوث و لقياس متغير الأسعار ، و فيما يتعلق بتصميم استمارة الاستبيان فقد تم تقسيمها الى ثلاثة أجزاء تمثلت فيما يلي :

✓ الجزء الأول : بيانات خاصة بالزبون :

يتعلق هذا الجزء بالخصائص الديمغرافية لكل عميل من الجنس و العمر و المؤهلات

العلمية ونوع القطاع و مدة دراسة ملف (من 1 إلى 5) .

✓ الجزء الثاني : القروض الاستهلاكية :

و يتعلق هذا الجزء بتوقعات العملاء عن القروض الاستهلاكية التي يقدمها البنك لعملائه ،

من خلال أربعة عشرة (14) عبارة تعكس رضا العملاء من القروض الاستهلاكية المقدمة

من طرف البنك (من إلى 19) .

✓ الجزء الثالث : تغيرات الأسعار :

و يتعلق هذا الجزء بتوقعات العملاء عن ملائمة الأسعار و تأثير القروض الاستهلاكية على

قدرتهم الشرائية لهم (من 20 إلى 29) .

3 الأساليب الاحصائية المستخدمة في البحث :

من أجل تحليل البيانات تم جمعها من خلال قوائم الاستبيان ، تمت الاستبيان ، تمت الاستعانة
 ببرنامج SPSS بالاعتماد على مجموعة من الأساليب الاحصائية التي من شأنها الاجابة على
 فرضيات البحث و الاشكالية الرئيسية و هي التكرارات ، و النسب المئوية ، و المتوسط الحسابي ،
 والانحراف المعياري ، اختبار الارتباط و اختبار الخطي البسيط .

4 ثبات أداة الدراسة :

للتأكد من ثبات الاستمارة و مصداقيتها و ذلك لامكانية تطبيقها على دراسات أخرى تم حساب
 معامل " كرونباخ ألفا " (cronbach alpha) و يمكن عرضه في الجدول التالي :

الجدول رقم 2: معامل ألفا كرونباخ للعبارات

عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
29	0,854

المصدر : من اعداد الطالب اعتمادا على برنامج SPSS 19.

من الجدول أعلاه نلاحظ بأن معامل " ألفا كرونباخ " قد بلغ 85,4 % و هي نسبة مقبولة بدرجة كبيرة و
 هذا يدل على أن العبارات متنسقة داخليا و بالتالي يمكن الاعتماد على الاستبيان في الاجابة على الفرضيات
 المطروحة .

المطلب الثالث : تحليل البيانات و اختبار الفرضيات

في هذا المطلب نقوم بالاحاطة بكل جوانب الدراسة الاحصائية ، بدءا من الخصائص الديمغرافية للعينة الى تحليل اجابات العملاء على المحورين الاتنين ثم اختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال نتائج التحليل .

أولا : عرض النتائج و تحليلها

1 وصف عينة الدراسة .

• الجدول رقم 3 : توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
65,3 %	32	ذكر
34,7 %	17	أنثى
100 %	49	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب حسب اجابات العملاء

يمثل الجدول تصنيف أفراد العينة حسب الجنس حيث تمثل أكبر نسبة للذكور 65,3 % ، بينما الاناث بنسبة 34,7 %

• الجدول رقم 4 : توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
10,2 %	5	29 - 20
34,7 %	17	39 - 30
38,8 %	19	49 - 40
16,3 %	8	50 فأكثر
100 %	49	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب حسب اجابات العملاء

يمثل الجدول توزيع لأفراد العينة حسب الأعمار ، حيث تمثل أكبر نسبة للفئة الثالثة (40 - 49) بنسبة 38,8 % و أقل نسبة للفئة (29 - 20) بنسبة 10,2 %.

• الجدول رقم 5 : توزيع العينة حسب متغير المؤهلات العلمية

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
34,7 %	17	بكالوريا
49 %	24	ليسانس
16,3 %	8	دراسات عليا
100 %	49	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب حسب اجابات العملاء

من الجدول السابق لتوزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي ، نلاحظ أكبر نسبة أنسبت للمستوى

ليسانس 49 %، بينما أقل نسبة للمستوى دراسات عليا بنسبة 16,3 %.

• الجدول رقم 6 : توزيع العينة حسب متغير نوع القطاع

النسبة المئوية	التكرار	نوع القطاع
16,3 %	8	التجاري
4,1 %	2	الخدمات
26,5 %	13	الصناعي
30,6 %	15	التربية و التعليم
22,4 %	11	قطاعات أخرى
100 %	49	مجموع

المصدر : من اعداد الطالب استنادا على اجابات العملاء

من الجدول السابق نلاحظ أن أكبر قطاع توجه للقروض الاستهلاكية هو قطاع التربية و التعليم بنسبة 30,6% وقطاع الصناعي بنسبة 26,5% ، بينما أقل قطاع هو القطاع الخدمات بنسبة 4,1% . و إذا اردنا تفسير تفوق قطاع التربية على باقي القطاعات هذا يعني ان مصلحة الخدمات الاجتماعية sociale لذات القطاع ناشطة اكثر فقط.

• جدول رقم 7 : توزيع الأفراد حسب مدة دراسة الملف

النسبة المئوية	التكرار	مدة دراسة الملف
26,5 %	13	أقل من 30 يوم
73,5 %	36	من 30 - 60 يوم
0 %	0	من 60 - 90 يوم
0 %	0	أكثر من 90 يوم
100 %	49	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب استنادا على اجابات العملاء

من الجدول السابق نلاحظ أكبر نسبة حددت دراسة ملف العملاء للاستفادة من القرض الاستهلاكية من (30 - 60 يوم) بنسبة 73,5% ، بينما أقل فئة اختارت أقل من 30 يوم بنسبة 26,5% . بملاحظة فترة الشهرين كأقصى تقدير فهي يمكن ان تؤثر على سلوك المستهلك الذي بدوره يختار ان يصبر هذه المدة على ان يقتني سيارة مستعملة كما هو معهود في الحالات العامة للشراء.

2 القروض الاستهلاكية بنك البركة الجزائري و وكالة بسكرة :

الجدول رقم 8: المتوسطات و الانحرافات المعيارية لاجابات أفراد العينة للعبارات المتعلقة بالقروض الاستهلاكية :

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			المحور 1 القروض الاستهلاكية
		موافق	محايد	غير موافق	

0,621	1.22	5	1	43	التكرار	العبارة 1: يمنح البنك القروض لجميع فئات الدخل دون استثناء
		10,2	2,0	87,8	النسبة المئوية	
0,869	1.51	12	1	36	التكرار	العبارة 2: يلبى البنك طلبات الزبائن بسرعة عند تقديم ملف قرض استهلاكي
		24,5	2,0	73,5	النسبة المئوية	
0,805	2.35	27	12	10	التكرار	العبارة 3: لا توجد تفرقة في التعامل مع الزبائن
		55,1	24,5	20,4	النسبة المئوية	
0,781	1.88	12	19	18	التكرار	العبارة 4: يختلف تعامل البنك معكم حسب نوع السيارة المقتناة
		24,5	38,8	36,7	النسبة المئوية	
0,663	2.65	37	7	5	التكرار	العبارة 5: سقف مبلغ القرض الممنوح يختلف حسب تكلفة السيارة

		75,5	14,3	10,2	النسبة المئوية	
0,662	1.24	6	0	43	التكرار	العبارة 6: يتساهل البنك في تسديد الأقساط المؤجلة
		12,2	0	87,8	النسبة المئوية	
0,845	1.49	11	2	36	التكرار	العبارة 7: ينتقل حق الاستخدام للسيارة بعد الشطر الأول من القرض
		22,4	4,1	73,5	النسبة المئوية	
0,200	2.96	47	2	0	التكرار	العبارة 8: ينتقل حق الملكية بعد تسديد آخر قسط في السيارة
		95,9	4,1	0	النسبة المئوية	
0,791	1.43	9	3	37	التكرار	العبارة 9: يمكن للزبون أن يتراجع عن عملية الشراء و استرداد أمواله بعد تسديد للدفعة الأولى
		18,4	6,1	75,5	النسبة المئوية	

0,000	3	49	0	0	التكرار	العبارة 10: شرط استلام السيارة أن تكون مؤمنة تأميناً كاملاً
		100	0	0	النسبة المئوية	
0,864	2.41	32	5	12	التكرار	العبارة 11: مدة دراسة ملف للاستفادة من القرض لاقتناء السيارة قصيرة
		65,3	10,2	24,5	النسبة المئوية	
0,527	2.82	43	3	3	التكرار	العبارة 12: يتم تسبيق جميع دفعات الشطر الثاني من القرض تنتقل الملكية للزبون
		87,8	6,1	6,1	النسبة المئوية	
0,903	1.65	14	4	31	التكرار	العبارة 13: تستلم السيارة مباشرة بعد تسديد الدفعة الأولى
		28,6	8,2	63,3	النسبة المئوية	
0,819	2.53	36	3	10	التكرار	العبارة 14: مدة القرض الاستهلاكي تؤثر على القدرة الشرائية للزبون
		73,5	6,1	20,4	النسبة المئوية	

0,667	2,081		المحور 1: القروض الاستهلاكية
-------	-------	--	---------------------------------

المصدر : من اعداد الطالب حسب المعالجة الاحصائية

باعتباره مؤسسة اقتصادية مثل باقي المؤسسات الناشطة في مختلف القطاعات يسعى البنك الى زيادة هوامشه بالبحث المفصل عن أي فرصة تسمح له بذلك ، فهو إن كان يقوم بتسهيل منح القروض لزيائنه فهذا لا يعني أنه يمكنه أن يتجاوز الخطوط الحمراء و التي تمس استقراره المالي ، فالعبارات التي تعكس موقفا غير موافق هي العبارات رقم 1،2،6،9،13،7 و هذا إن دل على شيء إنما يدل على من يحترم شروط دفتر الشروط بينه و بين البنك هو من يتحصل في النهاية على القرض البنكي بشرط أن يتحمل مسؤولية إخلاله بجزئيات العقد في حين أننا لاحظنا انحرافات معيارية كبيرة نسبيا في الاجابات مما يعني إما نقص في المعلومات أو حدوث حالات نادرة حدثت لأصحابها فيما يخص التجاوب مع شروط البنك .

قد نرجح فكرة أن تعامل البنك مع الزبون تختلف من نوع سيارة الى أخرى هذا لأنها تحمل ضمنا الأجر الذي يتقاضاه ذلك الزبون ، ففرضا إذا أراد الزبون اقتناء سيارة ألمانية الصنع فهو بذلك يوافق على تسديد مبالغ كبيرة نسبيا ، و لكنه سيواجه برفض البنك لطلبه لأن مدخوله أدنى من أن يقتني سيارة من النوع الألماني لان سعرها لا يسمح له شرعا و قانونا من اقتناء هذه السيارة . هذا من جهة ، أما من جهة أخرى فربما تجارب قاعدة عريضة من المجتمع مع فكرة القروض الاستهلاكية من أجل اقتناء سيارة معينة جعلت الكل يصب اهتمامه في نوع واحد أو نوعين الى ثلاثة من السيارات المتاحة في السوق ، وبالتالي جرى العرف على أن القروض الممنوحة لا تتجاوز مليون الى مليون وخمس مئة مليون دينار جزائري .

فإنحراف ال(0,781) يبين تشتت في الاجابات مردّه على الأرجح اختلافهم في فهم هذه العبارة و النقص الكافي من المعلومات حول اقتناء سيارات على عكس ماجرت عليه العادة .

إنما يميز معاملات الزبائن مع البنوك من أجل إقتناء سيارة بدلا من التعامل المباشر مع الوكلاء الحصريين هو الضمانات الزمنية و المكنية و العينية التي يقدمها البنك بصفته الراعي الرسمي لرفاهية الزبون فهو يسعى - البنك - الى تحقيق أحلام هذا الزبون بتقليص مدة انتظاره من بضعة أشهر الى شهرين كأقصى حد مع توفير التأمين الشامل فور تسليمه مفاتيح السيارة و باقي الاجراءات القانونية التي من شأنها أن تسهل انتقال ملكية السيارة الى الزبون نهاية المطاف ، كل هذا يتحقق بشرط أن يلتزم الزبون بالشروط العامة للعقد و هذا ما يفسره متوسط اجابات المستجوبين في العبارات (3،5،8،11،10،12،14) مع وجود انحرافات من صغيرة الى كبيرة نسبيا قد تكون على الأرجح اجابات راجعة الى نقص المعلومات التسويقية أو الى قناعات المستجوبين كل حسب تجربته .

الجدول رقم 9 : المتوسطات و الانحرافات المعيارية لاجابات أفراد العينة للعبارات المتعلقة
مستوى الأسعار :

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة			المحور 2	
		موافق	محايد	غير موافق	تغيرات الأسعار	
0,426	1.16	1	6	42	التكرار	العبارة 1: مستوى أسعار سوق السيارات يتميز بالثبات
		2,0	12,2	85,7	النسبة المئوية	
0,901	1.98	19	10	20	التكرار	العبارة 2: يتميز سوق السيارات المستعملة بتجاوب مع سعر السيارات و هي جديدة
		38,8	20,4	40,8	النسبة المئوية	
0,612	2.57	31	15	3	التكرار	العبارة 3: اذا تغير

		63,3	30,6	6,1	النسبة المئوية	سوق السيارات بالزيادة سوف يزداد الطلب على السيارات أو ينقص
0,820	1.51	10	5	34	التكرار	العبارة 4: أسعار السيارات ملائمة للزبائن
		20,4	10,2	69,4	النسبة المئوية	
0,844	2.47	34	4	11	التكرار	العبارة 5: الأقساط المدفوعة تتلائم مع الأجر الحقيقي للزبون
		69,4	8,2	22,4	النسبة المئوية	
0,689	2.67	39	4	6	التكرار	العبارة 6: طريقة تسديد الأقساط للبنك تشجع الزبائن على اقتناء السيارات
		79,6	8,2	12,2	النسبة المئوية	
0,640	1.39	4	11	34	التكرار	العبارة 7: يمكن أن يرفع البنك من قيمة السيارة في حالة انخفاض قيمة العملة المحلية
		8,2	22,4	69,4	النسبة المئوية	
0,791	2.57	37	3	9	التكرار	العبارة 8: تؤثر القروض الممنوحة على قدرتك الشرائية سلبيا
		75,5	6,1	18,4	النسبة المئوية	
0,816	2.57	38	1	10	التكرار	العبارة 9: تؤثر القروض الاستهلاكية على أسعار سوق السيارات المستعملة عكسيا
		77,6	2,0	20,4	النسبة المئوية	
0,843	2.45	33	5	11	التكرار	العبارة 10: اقتناء

		67,3	10,2	22,4	النسبة المئوية	سيارة جديدة من السوق المستعمل و تكون جديدة سعرها يكون أكبر من السيارة الجديدة في الشركة الأم بسبب طول مدة الانتظار
0,738	2,134				محور 2: تغيرات الأسعار	

المصدر : من اعداد الطالب حسب نتائج المعالجة الاحصائية

بما أن اجراءات منح القروض طويلة كانت أو قصيرة المدة ، ذات كثافة في الشروط أو عادية و على نطاق واسع (مختلف القطاعات) بدون استثناء أو مع استثناء فهي تؤثر لا محالة في أسعار السيارات الجديدة منها أو المستعملة ، إذ أنه من الأهمية بما كان اعتبار أن المبلغ الممنوح على شكل سيارة أعيد بيعها وفق صيغة المرابحة التي يمارسها البنك التجاري اتجاه الزبائن ، فهذا الاجراء من شأنه أن يكثف الطلب على السيارات و بدوره يقود الى زيادة نسبة في أسعار هذه السيارات الجديدة بطبيعة الحال . ففرضا مدة 60 يوما لدراسة الملف قبل منح الموافقة النهائية لصالح الزبون في اقتناء سيارته قد تبدو طويلة نسبيا لدى زبون محتمل آخر ، هذا بدوره يمكنه أن يسلك سلوك يراه عقلانيا إذ يفترض به التوجه مباشرة إلى صيغ أخرى لإقتناء سيارته ، فقد يقوم باقتراض المبلغ المناسب من قبل أي بنك على أن يرهن عقارا أو شيئا ذو قيمة من وجهة نظر البنك ، أي أنه يلجأ للصيغة التقليدية للقرض ، أو يقوم بقصد و كالة للسيارات مباشرة و يتحمل دفع المبلغ كاملا و لكنه يستفيد بسعر للسيارة أقل مما تفرضه البنوك التجارية المتعاملة بصيغة المرابحة ، إلا أنه لا يمكنه أن يتفادى زعزعة استقراره المالي لأنه قام بمخاطرة كبيرة .

وبخصوص عبارات هذا المحور المدونة في الجدول رقم 8 وجدنا العبارة رقم 3 و 5 و 6 و 8 و 9 توافق على وجود مرونة تقاطعية موجهة تقود الى سلوك إحلالية لإقتناء السيارات الجديدة أو المستعملة ، غير أن

هناك عوامل حاسمة هي التي تدفع الزبون الى الانتقال الى اقتناء سيارة مستعملة أو لا ، نفرض مثلا أن قدرته الشرائية من المحتمل أن تبقى ثابتة بعد اقتناء سيارة بواسطة البنك بهذا الامتياز و هذا ما يمثل تحفيزا ماليا بعديا يؤثر بطريقة غير مباشرة على أسعار سوق السيارات المستعملة و هو نعتبره تأثيرا ذو مرونة تقاطعية سلبية ، و لكن لو نلاحظ من وجهة نظر أكثر موضوعية بادخال مؤشر الانحراف المعياري نجده يفوق 0,612 في أغلب هذه العبارات التي صنفناها ضمن اطار موافق ، و الانحراف المعياري هنا يعكس مدى تشتت و تناقض اجابات المستجوبين أي أكثر من نصف المستجوبين أجابوا عكس البقية و هذا لا يعني أن توجههم الكلي لا يتحمل دلالة احصائية بل بلعكس كل العبارات ذات دلالة احصائية أكبر من 0,05 فهي تعكس مدى وعي الزبون وعقلانيته و موقفه اتجاه أسعار السيارات مع أو من دون القروض الاستهلاكية الموجهة لاقتناء السيارات .

لا يمكننا الجزم حتى و لو حدث الأمر في يوم ما أن سوق السيارات المستعملة أعلى في أسعاره من سوق السيارات وهي جديدة مباشرة من خطائر سياراتها لدى الوكلاء الخاصين ببيع هذه السيارات ، لأنه في الظروف العادية عندما ينوي الزبون اقتناء السيارة بالتعامل مباشرة مع وكيل حصري متخصص في بيع نوع معين من السيارات فهو ملزم بدفع القسط الأول و الذي يساوي في غالب الامر أكثر من 15% من سعر السيارة الغاية من ذلك حجز سيارة بإسمه على أن يكمل تسديد المبلغ كامل و بعد أكثر من 05 أشهر اضافية أو يتسلم القسط الذي دفعه . هذا السيناريو و لكي يتفاداه الزبون المحتمل و بوجود حالة نقص المعلومات حول تأكيدية أنه بعد أن يدفع القسط الأول المذكور أعلاه فهو بكل ثقة سوف يتسلم سيارته بعد أشهر معدودات ، ولكن (المشرع الجزائري قد حسم في هذا الأمر في الأونة الأخيرة) و يبقى تطبيق هذه التعليلة قيد الظروف المناسبة و الأرضية القانونية الملائمة التي تحمه حتى الوكلاء الحصريين في حالة تأخر الشركة الأم لانتاج السيارات من إلحاق الكمية المناسبة من السيارات و التي تخضع بدورها - الشركة

الأم - الى ظروف الأسواق العالمية من أسعار مواد أولية و يد عاملة و نفقات تشغيلية أخرى هي بدورها تحت و طأة علاقة سببية لأسواق قبلية أخرى .

ومن هذا المنطلق يمكننا أن نعتبر أن (1,98) كمتوسط اجابة تحمل صفة محايد فيما يخص تميز سوق السيارات المستعملة بتجاوبه سعريًا مع السيارات الجديدة ، هذه العبارة التي تعكس نوعا من المرونة التقاطعية بين سعريّ السيارة وهي جديدة أو مستعملة مردّه الانحراف المعياري الموجود في الجدول و ذو القيمة (0,901) أي أن هناك الكثير من التناقض و التشتت في الاجابات سببها الوحيد لا محالة يرجع الى نقص المعلومات حول العلاقة السببية بين سعريّ السيارة و هي جديدة أو مستعملة .

قد يكون السبب الرئيسي للرفع الفجائي من قيمة السيارات هو انخفاض العملة الوطنية اتجاه نظيرتها من العملة الصعبة ، غير أن العوامل المؤثرة في تغير أسعار العملة الوطنية قد يخضع لسياسة تعويمية للعملة وفق مبدأ احلال الصادرات لتصريف الفائض من الانتاج الوطني هذا من جهة ، أما من جهة أخرى قد يكون احجام الطلب العالمي على المنتوجات الوطنية سببا مباشرا لانخفاض العملة أيضا ، أو حتى يكون السبب وراء انخفاض العملة راجع للموجات الارتدادية للأزمات المالية العالمية و بأثر كبير على البنوك التجارية المحلية لذا كانت مستثمرة في دول أصابها هذه الأزمات المالية ، وبالتالي تحاول هذه البنوك التجارية استدراك العجز بزيادة أو تخفيض أسعار الفائدة و بالاتفاق طبعا مع بنوكها المركزية ، كل هذه التأثيرات التي تطرأ على قيمة العملة الوطنية تؤثر لا محالة على أسعار السيارات محليا و هذا ما تعكسه العبارة رقم 7 في متوسط (1,39) و بتشتت (0,640) هذا الأخير مستقر نسبيا الى كبير نوعا ما مردّه الى إما عدم فهم العبارة أو نقص المعلومات حول الأسواق العالمية أو حتى الى آراء صادقة تعكس قناعات المستجوبين .

في حين أن متوسط (1,61) و تشتت (0,820) يرون أن الأسعار التي تقترحها البنوك غير ملائمة لاقتناء سيارات وفق صيغة الرابحة ، ولو نلاحظ مقدار التشتت لوجدناه كبير نسبيا و الأرجح أن هناك فئتين مختلفتين أو متناقضتين في الاجابة بنفس الأسباب المذكورة أعلى .

أما فيما يخص ثبات الأسعار فالأغلبية إتفقوا في إطار متوسط (1,16) و بتشتت ضئيل نسبيا (0,426) على أن أسعار السيارات غير ثابتة و هذا معقول لأن السيارات لو كانت تنتج محليا و بخبرات محلية و بمواد أولية محلية و متغيرات انتاجية محلية يمكن على الأقل التحكم فيها ، فهناك يحتمل أن تتميز أسعار السيارات بالثبات و لكن بما أن اقتصاديات الدول منفتحة فيما بينها فقد يحدث طارئ في بلد ما من شأنه أن يرفع أو يخفض الأسعار محليا في بلد آخر .

ثانيا : اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى : تقييم الزبائن للقروض الاستهلاكية المقدمة من طرف بنك البركة .

بهدف اختبار صحة الفرضية الأولى ، لابد من اختبار الفرضيتين اللتان تتصان على :

✓ فرضية العدم (H0): عملية منح القروض في بنك البركة الجزائري مقيمة بطريقة سلبية .

✓ فرضية الوجود (H1): عملية منح القروض في بنك البركة الجزائري مقيمة بطريقة ايجابية .

من خلال الجدول رقم (07) أعلاه المتعلق بعبارات القروض الاستهلاكية نلاحظ أن معظم اجابات العملاء كانت بالقبول، وهذا ما لمسناه من حساب مجموع المتوسطات الحسابية الذي بلغ (2,081) مع العلم أننا استخدمنا في دراستنا سلم "ليكارت الثلاثي" ، وهذا يدل على رضا الزبائن للقروض الاستهلاكية المقدمة من طرف بنك البركة ومنه نرفض فرضية العدم و نقبل الفرضية البديلة H1 : عملية منح القروض في بنك البركة الجزائري مقيمة بطريقة ايجابية .

الفرضية الثانية : أراء الزبائن حول تغيرات أسعار سوق السيارات و قدرتهم الشرائية .

بهدف اختبار صحة الفرضية الثانية ، لابد من اختبار الفرضيتين اللتان تتنصان على :

✓ **فرضية العدم (H0):** آراء الزبائن حول تغيرات أسعار سوق السيارات لا يتلائم مع قدرتهم الشرائية .

القروض الاستهلاكية	الأسعار	
1	0,723	القروض الاستهلاكية : معامل الارتباط مستوى الدلالة عدد العبارات
	0,000	
49	49	

✓ **فرضية الوجود (H1):** آراء الزبائن حول تغيرات أسعار سوق السيارات يتلائم مع قدرتهم الشرائية .

من خلال الجدول رقم (08) أعلاه المتعلق بعبارات حول تغيرات الأسعار نلاحظ أن معظم اجابات العملاء كانت بالقبول ، وهذا ما لمسناه من حساب مجموع المتوسطات الحسابية الذي بلغ (2,134) مع العلم استخدامنا في هذه الدراسة "سلم ليكارت الثلاثي" ، وهذا يدل على رضا الزبائن حول تغيرات اسعار سوق السيارات وقدرتهم الشرائية ، و منه نرفض فرضية العدم و نقبل الفرضية البديلة H1: آراء الزبائن حول تغيرات أسعار سوق السيارات يتلائم مع قدرتهم الشرائية .

جدول رقم 10 : الارتباط

1	0,723	معامل الارتباط	الأسعار :
	0,000	مستوى الدلالة	
49	49	عدد العبارات	

الفرضية الثالثة : القروض الاستهلاكية وتغيرات الأسعار السيارات .

بهدف اختبار صحة الفرضية الثالثة ، لابد من اختبار الفرضيتين اللتان تنصان على :

✓ فرضية العدم (H0): لا يوجد علاقة ارتباط بين القروض الاستهلاكية وتغيرات أسعار السيارات .

✓ فرضية الوجود (H1): يوجد علاقة ارتباط بين القروض الاستهلاكية و تغيرات أسعار السيارات .

للإجابة على هذه الفرضية تم حساب علاقة الارتباط بين القروض الاستهلاكية و تغيرات أسعار السيارات بالنسبة لعينة الدراسة ككل ، حيث لمسنا معامل الارتباط مرتفع ب(0,723) ، وبما مستوى الدلالة الاحصائية أقل من 0,05 وهو مستوى الدلالة الاحصائية المعتمدة ، فإننا نرفض فرضية العدم و نقبل الفرضية البديلة H1: يوجد ارتباط بين القروض الاستهلاكية و تغيرات أسعار السيارات .

خاتمة الفصل :

مما سبق تناوله في الدراسة الميدانية ، ومن خلال النتائج المتوصل إليها بشكل عملي لأثر القروض الاستهلاكية و تغيرات الأسعار ، وذلك من خلال إجابات عملاء البنك محل الدراسة و على أسئلة الاستبيان الذي تمّ إعتماده ، حيث اقتصرت الدراسة على 49 استبيان صالح للتحليل الاحصائي من أصل 80 ، وبعد

تفريغ استمارات البحث إستخدام بعض الأساليب الإحصائية ، تمّ اختبار فرضيات البحث الموضوعية ، حيث تمّ اثبات :

✓ رفض الفرضية الأولى : بحيث اتضح أن عملية منح القروض في بنك البركة الجزائري مقيمة بطريقة ايجابية .

✓ و قد أثبتت صحة الفرضية الثانية : حيث اتضح أن آراء الزبائن حول تغيرات أسعار سوق السيارات يتلائم مع قدرتهم الشرائية .

✓ وكما تم رفض الفرضية الثالثة : حيث تبين أنه يوجد ارتباط بين القروض الاستهلاكية و تغيرات الأسعار .

خاتمة

من خلال ما تناولناه في موضوع القروض الاستهلاكية و تأثيرها على تغيرات الأسعار فيما يخص باقتناء السيارات ، و محاولة منا للوقوف على الدور الذي تلعبه هذا النوع من القروض ، تم الاجابة على الاشكالية المطروحة في هذه الدراسة وهي : هل تؤثر القروض الاستهلاكية على تغيرات الأسعار في الجزائر ؟ ، وذلك عن طريق قيامنا بدراسة تحليلية لأراء عينة من عملاء بنك البركة - وكالة بسكرة - و قد تم التوصل في النهاية الى جملة من النتائج و التوصيات يمكن ايجاز أهمها فيما يلي :

1 نتائج الدراسة :

- ✚ أهمية القروض الاستهلاكية بالنسبة للاقتصاد الوطني تكمن من خلال إعتقاد الدولة الجزائرية بهذه الوسيلة لإعطاء دفعة للاقتصاد الوطني من أجل تسويع عجلة نمو الاقتصادي .
- ✚ كونّ القروض الاستهلاكية موجه للمنتوج الوطني سوف يعطي ديناميكية و دفعة قوية بتسريع دورة الاستغلال حيث أن القرض الاستهلاكي سيمكن المؤسسة الاقتصادية من خلال تحريك عملية البيع و زيادة رقم أعمالها و بالتالي زيادة أرباحها .
- ✚ أن القروض الاستهلاكية تساهم في تحسين نوعية المعيشة للفرد الجزائري من خلال تمكينه للحصول على بعض الحاجيات التي كانت تعتبر بالنسبة إليه كماليات .
- ✚ أن القرض الاستهلاكي يؤدي الى زيادة الطلب على السلع ، مما يعطي دفعة الى بروز مؤسسات إنتاجية جديدة أو زيادة الطاقة الإنتاجية للمؤسسات الموجودة .
- ✚ أن القرض الاستهلاكي سيؤدي في النهاية إلى تخفيض الأسعار من خلال زيادة حجم المؤسسات و زيادة المعروض من السلع ، ووفقا لقانون العرض و الطلب فإن الأسعار ستكون في مقدور الأفراد .
- ✚ أما الملاحظة الهامة فتكمن في إنخفاض القدرة الشرائية بالنسبة للأفراد الذين يبالغون في أخذ مثل هذا النوع من القروض ، حيث أن الأقساط المطالب بتسديدها تأثير سلبي على قدرتهم الشرائية .

2 الإقتراحات و التوصيات :

بعد استعراض أهم حدث في وقتنا الحالي بالنسبة للدولة الجزائرية ألا و هو القرض الاستهلاكي نظريا و تطبيقيا ، إستخلصنا أن نتائج البحث تتطابق مع الاشكالية المطروحة و كذا فرضيات ، و يمكننا اقتراح جملة من التوصيات تساعد على تحقيق الغرض المراد من وراء تقديم مثل هذه التسهيلات :

✚ تسهيل الاجراءات الادارية الخاصة بمنح القروض الاستهلاكية ، و تفادي الشروط التعجيزية حتى يستفيد منها الفرد الذي يحتاجها .

✚ وضع ميكانيزمات تمنع من إستغلال هذه القروض الاستهلاكية من فئة واحدة ذوي الدخل المرتفع ، و جعلها في متناول الطبقات التي تحتاجها .

✚ على المؤسسات الوطنية تحسين جودة منتوجاتها حتى يكون في مستوى طموحات و رغبات الأفراد المعنيين بالقرض الاستهلاكي ، حتى ترفع من إنتاجيتها و زيادة مبيعاتها و بالتالي تحقيق ربحية أكثر .

✚ القرض الاستهلاكي سيخلق نوع من التنافسية الأمر الذي يستوجب على المؤسسات إعادة دراسة تكاليف منتوجاتها و تفادي الأعباء الغير مبررة حتى تستطيع من تخفيض سعر تكلفة إنتاجها و بالتالي ضمان بيع بأسعار معقولة ، تشجع المستهلكين على إختيار منتوجاتها .

✚ عدم المبالغة في القروض الاستهلاكية بالنسبة للفرد الجزائري حتى لا تؤثر على قدرته الشرائية و بالتالي بدلا من أن تكون نعمة عليه ستصبح نقمة .

✚ إيجاد نوع من التوازن بين أقساط تسديد القرض الاستهلاكي و الأجرة الشهرية للفرد حتى لا يؤثر ذلك على تلبية مستلزماته المعيشية .

✚ عدم الإفراط في هذا النوع من القروض و جعله يختص بحاجيات محددة تفاديا لحدوث أزمات تؤثر على إقتصاد الوطني ، مثل أزمة الرهن العقاري 2007 .

قائمة

المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب اللغة العربية :

1. خياطة عبد الله ، السياسة السعرية في اطار العولمة الاقتصادية ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الاسكندرية ، 2009 .
2. د. يوسف أبوفاة ، إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية و الالكترونية و أسواق المياه ، ادارة النشر والتوزيع ، الأردن ، 2010 .
3. د.كساب علي ، النظرية الاقتصادية التحليل الجزئي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ط4 ، 2013 .
4. د.محمد مصطفى السهوري ، إدارة البنوك التجارية ، دار الفكر الجامعي ،جامعة الاسكندرية ، 2013 .
5. دهان عبد الرؤوف ، الاقتصاد من الألف الى الياء ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، عين مليلة ، الجزائر ، 2015 .
6. زكرياء الدوري، يسرى السامرائي ،البنوك المركزية والسياسات النقدية-بدار اليازوري العلمية،الأردن،2006 .
7. سامر جلة ، البنوك التجارية والتسويق المصرفي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان ، 2009 .
8. شاكر القزويني ، محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2011 .
9. صلاح الدين حسن السيسى،ضوابط منح الائتمان من منظور قانوني مصرفي،ادارة النهضة العربية ،القاهرة،2009 .
10. الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الطبعة السابعة ، بن عنكون ، الجزائر ، 2011، .
11. عبد المطلب الحميد ، النظرية الاقتصادية (تحليل جزئي و كلي للمبادئ) ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، 2000 .
12. عبد صخري ، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوحدوي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2001 .
13. علي كنعان، النقود والصيرفة والسياسة النقدية، دار المنهل اللبناني، بيروت، 2012 .
14. عنابي بن عيسى ، سلوك المستهلك عوامل التأثير النفسية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 .
15. فهد سليم الخطيب ، محمد سليمان عواد ، مبادئ التسويق مفاهيم أساسية ، دار الفكر للطباعة و النشر عمان ، 2000 .
16. كاسر نصر المنصور ، سلوك المستهلك ، مدخل الاعلان ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2012 .
17. محمد ابراهيم عبيدات ، سلوك المستهلك : مدخل استراتيجية ، دار وائل للطباعة والنشر ، عمان ، 2001 .
18. ناظم محمد نوري الشمري، النقود والمصارف والنظرية النقدية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1999 .

ثانيا: مذكرات :

19. ايمان نعمون ، دور استراتيجيات التمييز في تنمية الحصة السوقية للمؤسسة الصناعية ، دراسة حالة مؤسسة قديلة للمياه المعدنية - بسكرة- ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد صناعي ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2010 - 2011 .
20. أيوب بوهلال ، تنشيط المبيعات وتأثيره على سلوك المستهلك ، دراسة ميدانية حول مؤسسة موبيليس ، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر ، تخصص تسويق الخدمات ، جامعة ورقلة ، 2012-2013 .
21. برينس ايمان وزاوي كنزة ، سياسة التسعير في المؤسسة الاقتصادية ، دراسة قديلة للمياه المعدنية بسكرة ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ليسانس في العلوم التجارية ، تخصص تسويق ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013-2014 .
22. بلهادف رقية ، شريط أميرة ، القرض البنكية في مجال تمويل الاستثمارات دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة- ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الليسانس في العلوم الاقتصادية ، تخصص : مالية و بنوك ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013-2014 .
23. بن عطية محمد، دراسة استهلاك العائلات الجزائرية ما بين سنة 1969 و 2005 ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ، تخصص اقتصاد التنمية ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، 2005 - 2006 .
24. بوسنة كريمة ، البنوك الأجنبية كمصدر لتمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالجزائر ، دراسة حالة البنوك الفرنسية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص مالية دولية ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، 2010 - 2011 .
25. جرياني وبزة ، استهلاك العائلات الجزائرية ، دراسة قياسية تحليلية (1980 - 2010) ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد كمي ، جامعة ألكلي محند أولحاج - البويرة- ، 2013 - 2014 .
26. حفيان جهاد، إدارة المخاطر الإنتمانية في البنوك التجارية، مذكرة ماستر غير منشورة في العلوم المالية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2012-2013 .
27. حليمي رابح ، دور مبادئ الحوكمة في الرفع من الكفاءة التشغيلية في المصارف الاسلامية - دراسة حالة بنك البركة الجزائري - ، مذكرة ماستر ، تخصص مالية و حاكمية الشركات ، 2013-2014 .
28. خضران يحي ، بن طرفة موسى ، دور القروض المصرفية في تحقيق الربحية للبنوك التجارية ، دراسة الحالة بينك الجزائر الخارجي BEA ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس في العلوم التجارية ، التخصص : مالية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2012-2013 .

- 29.** رقية سالم و آخرون ، إدارة مخاطر الائتمان في البنوك التجارية ، دراسة حالة بنك الخليج الجزائر وكالة بسكرة ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الليسانس في العلوم الاجتماعية ، تخصص مالية و بنوك ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013-2014 .
- 30.** ريهاني نزيهة و سعداوي لطيفة ، دور البنوك التجارية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR،مذكرة ليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص مالية ونقود وبنوك، جامعة بسكرة،2011-2012 .
- 31.** عاقل عفاء،ألية منح القروض في البنوك التجارية،مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس،تخصص مالية وبنوك،جامعة محمد خيضر بسكرة،2012/2013 .
- 32.** كوسة ليلي ، واقع وأهمية الاعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال – موبيليس – مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، تخصص تسويق ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2007-2008 .
- 33.** هادفي خالد ، دور المحاسبة التحليلية في تحديد التسعير ، مذكرة كجزء لنيل شهادة الماجستير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2012-2013 .

ثالثا : المواقع الالكترونية :

- 34.** <http://www.wafasalaf.ma/ar/ar-credit-la-consommation> le 17/04/2015 H 12 : 35 .
- 35.** www.egytips.com/؟ البنوك م-أهي le 11/03/2015 H 18 : 07 .
- 36.** <http://www.droitentreprise.org/web/?p=182> le 12/03/2015 H19:12 .
- 37.** <http://news.7op-girls.com/?p=4889> le 14/03/2015 H17 : 20.

ملاحق

جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

إستبانة البحث

تحية طيبة و بعد:

يسرني أن أضع بين أيديكم هذه الإستبانة التي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالاً للحصول على شهادة ماستر بعنوان " أثر القروض الاستهلاكية على تغيرات الأسعار في الجزائر _ القروض البنكية الممنوحة لاقتناء السيارات للفترة 2005-2010 _

ونظراً لأهمية رأيكم في هذا المجال فإننا نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الإستبانة بدقة و موضوعية إذ أن صحة نتائج هذه الأخيرة تعتمد بدرجة كبيرة على دقة إجاباتكم و موضوعية رأيكم ، ونحيطكم علماً أن المعلومات الواردة في هذه الإستبانة ستعامل بسرية تامة و تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي .

نشكركم سلفاً على حسن تعاونكم وإعطائنا جزء من وقتكم للإجابة على عبارات الإستبانة التي نأمل من خلالها الحصول على نتائج علمية وموضوعية تخدم البحث العلمي .

شكراً لكم على حسن التعاون
و تفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

القسم الأول: البيانات الشخصية و الوظيفية
الرجاء وضع علامة (X) في المربع المناسب:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. العمر: 29-20 39-30 49-40 50 فأكثر
3. المؤهلات العلمية: بكالوريا ليسانس دراسات عليا
4. نوع القطاع: التجاري الخدمات الصناعي التربية والتعليم
- قطاعات أخرى
5. مدة دراسة ملف : أقل من 30 يوم من 30-60 من 60-90 أكثر من 90

القسم الثاني: محاور الإستبانة
المحور الأول: القروض الممنوحة
الرجاء وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

العبر	موافق	محايد	غير موافق
ملاحظة			
1. يمنح البنك القروض لجميع فئات الدخل دون استثناء			
2. يلبي البنك طلبات الزبائن بسرعة عند تقديم ملف قرض استهلاكي			
3. لا توجد تفرقة في التعامل مع الزبائن			
4. يختلف تعامل البنك معكم حسب نوع السيارة المقنتاة			
5. سقف مبلغ القرض الممنوح يختلف حسب تكلفة السيارة			
6. يتساهل البنك في تسديد الأقساط المؤجلة			
7. ينتقل حق الاستخدام للسيارة بعد تسديد الشطر الأول من القرض			
8. ينتقل حق الملكية بعد تسديد آخر قسط في السيارة			

			9. يمكن للزبون أن يتراجع عن عملية الشراء واسترداد أمواله بعد تسديده للدفعة الأولى
			10. شرط استلام السيارة أن تكون مؤمنة تأميناً كاملاً
			11. مدة دراسة ملف الزبون للاستفادة من القرض لاقتناء السيارة قصيرة
			12. يتم تسبيق جميع دفعات الشطر الثاني من القرض تنتقل الملكية للزبون
			13. تستلم السيارة مباشرة بعد تسديد الدفعة الأولى
			14. مدة القرض الاستهلاكي تؤثر على القدرة الشرائية للزبون

المحور الثاني: الأسعار

الرجاء وضع علامة (X) في الخانة المناسبة:

غير موافق	محايد	موافق	عبارات حول تغيرات الأسعار
			1. مستوى أسعار سوق السيارات يتميز بالثبات
			2. يتميز سوق السيارات المستعملة بتجاوب مع سعر سوق السيارات وهي جديدة
			3. إذا تغير سوق السيارات بالزيادة سوف يزداد الطلب على السيارات أو ينقص
			4. أسعار السيارات ملائمة للزبائن
			5. الأقساط المدفوعة تتلام مع الأجر الحقيقي للزبون
			6. طريقة تسديد الأقساط للبنك تشجع الزبائن على اقتناء السيارات
			7. يمكن أن يرفع البنك من قيمة السيارة في حالة انخفاض قيمة العملة المحلية
			8. تؤثر القروض الممنوحة على قدرتك الشرائية سلباً
			9. تؤثر القروض الاستهلاكية على أسعار سوق السيارات المستعملة عكسياً
			10. اقتناء سيارة جديدة من السوق المستعمل وتكون جديدة سعرها يكون أكبر من السيارة الجديدة في الشركة الأم بسبب طول مدة الانتظار

