

التاريخ: 22 ماي 2023

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المدة ساعة ونصف

قسم العلوم الاقتصادية

السنة الأولى ماستراقتصاد نقدي وبنكي

الإجابة النموذجية لامتحان النهائي في مقياس العمليات البنكية وتمويل المؤسسات

الجواب الأول : عناصر الخطر في السياسة الائتمانية(05 نقاط)

- جمود السياسة الائتمانية للمصرف وعدم مسايرتها للمتغيرات العالمية
- تعليمات البنك المركزي .و المنافسة الشديدة التي يتعرض لها المصرف
- ظروف العوامة وعدم التكيف مع مقتضياتها.ثورة الاتصالات وعدم الاستفادة منها في معاملات المصرف .
- عدم تحول المصرف إلكترونيا .
- .التشدد الغير المبرر في كل أو بعض ما يلي :شروط منح الائتمان . طلب الضمانات .
- عدم ملائمة السياسة الائتمانية لظروف السوق المحل الإقليمي والدولي.
- التساهل الكبير في شروط منح الائتمان وفي التحصيل وفي طلب الضمانات ، مما يجذب متعاملين غير جيدين ويؤدي إلى الزيادة مخاطر عدم السداد.
- الإهمال في وضع المعايير وخاصة معايير السقوف الائتماني، ومعايير الضمانات التي يتم قبولها خاصة في القروض طويلة الأجل، مما يؤدي إلى مخاطر كون هذه الضمانات غير كافية، أو إلى مخاطر عدم القدرة على الاستفادة منها كما يجب عند نشوء الحاجة إلى ذلك.

الجواب الثاني : تحويل الفاتورة و أطرافها(05 نقاط)

- **تحويل الفاتورة:** هي آلية تقوم بواسطتها مؤسسة متخصصة تكون في غالب الأمر - مؤسسة قرض بشراء الديون التي يملكها المصدر على الزبون الأجنبي، حيث تقوم هذه المؤسسة بتحصيل الدين و ضمان حسن القيام بذلك، وبهذا فهي تحل محل المصدر في الدائنية وتبعا لذلك فهي تتحمل كل الأخطار الناجمة عن احتمالات عدم التسديد،ولكن مقابل ذلك فإنها تحصل على عمولة مرتفعة نسبيا قد تصل إلى 9 % من رقم الأعمال الناتج عن عملية التصدير.
- **أطراف عملية تحويل الفاتورة** تتطلب عملية تحويل الفاتورة وجود ثلاثة أطراف تنشأ فيما بينها علاقة تجارية:

- الطرف الأول: وهو التاجر أو الصانع أو الموزع ، وهو الطرف الذي يكون في حوزته الفاتورة التي تشتريها المؤسسات المالية المتخصصة في هذا النشاط، أو أحد البنوك التجارية التي تتوفر لديها هذه الخدمة المصرفية.
- الطرف الثاني: وهو العميل ويقصد به الطرف المدين للطرف الأول.
- الطرف الثالث: وهو المؤسسات المالية المتخصصة في هذا النشاط أو أحد البنوك التجارية التي تتوفر لديها هذه الخدمة والتي يعهد إليها بهذا النشاط

الجواب الثالث: أسباب غلق الحساب البنكي:.....(03 نقاط)

- 1- الإغلاق بمبادرة من البنك: من بين أسباب هذا النوع من الإغلاق:
 - ضعف مردودية الحساب (حركة ضعيفة للأموال على مستواه.)
 - عوارض متكررة على مستوى الحساب (عدم احترام اتفاقية الحساب.)
 - تغيير السياسة التجارية للبنك.
 - وفاة الزبون حيث يتم إغلاق الحساب بعد تجميده من أجل تصفية الإرث.
- في جميع الحالات ينبغي على البنك إعلام زبونه بقرار الإغلاق بفترة كافية من أجل السماح له بأخذ احتياطاته.
- 2- الإغلاق بمبادرة من الزبون: دون أن يكون الزبون مجبرا على توضيح سبب الإغلاق. قد يجبر على دفع مصاريف الإغلاق إذا نصت اتفاقية الحساب على ذلك.
- على البنك القيام بمجموعة من الإجراءات ل " تطهير " وضعية الزبون سواء مع البنك أو مع الأطراف الأخرى التي تتعامل مع الزبون عبر الحساب البنكي.

الجواب الرابع: مزايا و عيوب التمويل الذاتي.....(03 نقاط)

- 1- المزايا: بما أن الاهتلاكات تمثل الجانب الأكبر في التمويل الذاتي والتي تعتبر أموالا معفية من الضرائب، فهي تخفف من الوعاء الضريبي للمؤسسة بقيمة مساوية لقيمة الاهتلاكات مضروبة في معدل الضريبة.
- التمويل الذاتي يمثل ضمان بالنسبة لمقرضي الأموال للمؤسسة لأنه دليل على إمكانيات المؤسسة المالية وقدراتها.
- بما أن التمويل الذاتي يعتمد على ادخارات المؤسسة في تمويل استثماراتها فان هذا يؤدي إلى غياب الفوائد المترتبة في حالة الاقتراض و كذا غياب الخطر في حالة ما لم يحقق الاستثمار الجديد النتائج المرغوبة منه.
- 2- العيوب:

- عدم توفر هذا المصدر في بداية إنشاء المؤسسة.
- تمويل الاستثمارات بالأموال الذاتية فقط قد يؤدي إلى التوسع البطيء بسبب عدم الاستفادة من الفرص الاستثمارية المربحة لعدم توفر الاحتياجات المالية من التمويل الذاتي.
- يحقق مردودية أقل من تلك التي تمول بمزيج من الأموال الداخلية والخارجية كذلك.

الجواب الخامس : أهم طرق تطوير الخدمات البنكية.....(04 نقاط)

1- إضافة خدمات جديدة إلى نطاق المنتجات البنكية " توسيع نطاق الخدمات " :

في ظل تميز الخدمة البنكية الجديدة التي تؤدي إلى جذب العملاء وتحقيق الرغبة في الشراء فإن ذلك توسيع نطاق الخدمات البنكية المعروضة سيؤدي إلى زيادة البيع لمن يملك حسابات لدى البنك، لأف توسيع نطاق الخدمات المعروضة هي إستراتيجية موجهة في الغالب نحو هذا النوع من العملاء أما الذين يحتفظون بحسابات مع البنك فلا بد من بذل جهود ترويجية لإبلاغهم بتشكيلة الخدمات الجديدة

2- إعادة دمج الخدمات البنكية للحصول على منتجات بنكية جديدة: يعد نطاق الخدمات المقدمة من

قبل البنك واسعا بحيث يصعب الترويج له بكفاءة وفي داخل هذا النطاق توجد مجموعة من الخدمات المصرفية التي تصلح ان تلبي حاجات قطاعات سوق معينة، وبسبب استحالة الترويج لها فإن العميل قد لا يكون مدركا لأهميتها أو عارفا بقدراتها على تلبية احتياجاته وعليه فإن الحاجة تقتضي أن يتولى البنك مهمة دمج تلك المنتجات بشكل متميز توجيهها صوب قطاعات سوقية محددة

3- إعادة تصميم الخدمات الحالية: وذلك من خلال اختبار وتطوير وإعادة تصميم الخدمة الحالية بطريقة ينتج

عنها قيمة مضافة جديدة يقرها العملاء

4- إجراء تغيير على الخدمات البنكية المقدمة: بالإمكان تعزيز المنتج المصرفي دون الحاجة لإعادة تصميم

الخدمات القائمة ومثال ذلك زيادة عدد أو نوع تجاز التجزئة للمساهمين في نظام بطاقة الائتمان