

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

الموضوع

دور أدوات الدفع الدولية الحديثة في تطوير التجارة الخارجية - تجارب بعض الدول -

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
شعبة العلوم التجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ المشرف:

أ.د/ رايس حدة

إعداد الطالب(ة):

كرباع إكرام

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	حمودي دلال	أستاذ محاضر أ	رئيسا	جامعة بسكرة
2	رايس حدة	أستاذ	مشرفا	جامعة بسكرة
3	فريد بن عبيد	أستاذ محاضر أ	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2020/ 2019

سورة التوبة

الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الجنة إلا برويتك جل جلالك
إلى مُبلغ الرسالة ومؤدي الأمانة وناصح الأمة نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا
محمد صلى الله عليه وسلم

أهدي هذا الجهد المتواضع إلى:

من أنجباني إلى هذه الحياة أبي وأمي، و إلى من ربياني عمي وخالتي أمد الله
بعمرهم، وفاء لقاء جهودهم.

إلى اخوتي واخواتي الأعزاء.

إلى كل من عائلة كرباع وفكيرين.

إلى صديقاتي بدون استثناء.

إلى كل من قدم لي يد المساعدة لإتمام هذا العمل.

إكرام.

شكر وعرفان

الحمد لله الذي أنار لي درب العلم والمعرفة وأعانني على أداء هذا العمل.
أتوجه بجزيل الشكر والامتنان الى مشرفتي الأستاذة المتواضعة ريس حدة
التي أحاطتني بتوجيهاتها ونصائحها القيمة التي كانت عوننا لي على
اتمام هذا العمل.

ولا أستثني شكري إلى الغالية هاجر شايب على مجهوداتها في تنسيق
المذكرة.

ولا يفوتني شكر كل أساتذة قسم العلوم التجارية وعلى رأسهم الأستاذ
القدير د.مرغاد لخضر.

ملخص الدراسة

الملخص:

لعل أهم ما يميز عمل التجارة الخارجية في ظل العولمة الاقتصادية وتفاقم دور تكنولوجيا المعلومات والإتصال هو الإستفادة من فوائدها خاصة في مجال الدفع، حيث ساعدت التكنولوجيا الحديثة على ولادة نظام دفع حديث يتضمن مجموعة من الوسائل حققت مجموعة من المزايا (تخفيض التكاليف، إختصار الوقت والجهد) لم تتمكن وسائل الدفع التقليدية من تحقيقها.

تهدف هذه الدراسة إلى تعرف على اهمية أدوات الدفع الدولية في مجال التجارة الخارجية وكذلك دور التي تلعبه هاته الأدوات في تطوير هذه الأخيرة، وكذلك التعرف إلى أهم أدوات الدفع الدولية الحديثة في التجارة الخارجية لكل من تركيا والإمارات العربية المتحدة. ولذلك جاءت إشكالتنا في التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو دور أدوات الدفع الدولية الحديثة في تطوير التجارة الخارجية؟

وفي الأخير توصلنا إلى أن أدوات الدفع الدولية الحديثة لعبت دور في تطوير التجارة الخارجية لكل من دولتي تركيا والإمارات العربية المتحدة، وذلك من خلال تبني لكل منهما إلى بطاقات دفع دولية حديثة تتماشى مع نظام الدفع المتعامل به دوليا في الوقت الراهن.

كلمات المفتاحية: نظام الدفع، التجارة الخارجية، نظام الدفع الحديث، بطاقات الإللكترونية.

Le résumé :

Il semble que la caractéristique la plus importante de travail du commerce international dans la globalisation économique et le grandissement du rôle de technologie de l'information et la communication et d'exploités ses bienfaits spécialement pour les paiements , ou la nouvelle technologie a aidée dans le développement du nouveau système de paiements qui contient un groupe des moyens réalisent un groupe des avantages (réduction des charges , gagner du temps et des efforts) que les anciens moyen me pouvaient pas le réaliser.

ملخص الدراسة

Cet étude vise à reconnaître l'importance des outils de paiement international dans le commerce international et aussi le rôle qui est joué par ces outils dans le développement de ce dernières, en plus reconnaître l'importance des nouvelles moyens de paiement international dans le commerce international pour la Turquie et les émirats arabes unis (EAU) .

donc notre problématique vient représentée par la question suivante :

- **quelle est le rôle des nouvelles moyens de paiement dans le. développement du commerce international ?**

A la fin nous sommes arrivés à une conclusion que le nouveau moyen de paiement a joué un rôle très important dans le développement du commerce international pour la Turquie et l'EAU on adoptant les cartes de crédit qui marchent avec le système de paiement utilisé à l'international dans l'heure actuelle

Les mots clés : le système de paiement, le commerce international, cartes de crédit.

The summary:

Maybe what makes the international trade in the shade of the economic globalization and the development of the technology of information and communications special that it has benefited from theirs benefits specially in the world of payments, where the new technology helps in the creation of the new system of payment which contains group of means released group of options (reduction in changes, won time and efforts) that the old means of payment cannot do it.

This study aims to know the important of the new international payment system in the international trade sector and The main role who was played by this means in the development of the international trade and also Known the important of the new international means of payment in the development of turkey and United Arab Emirates.

For that our problem came in the next main question:

ملخص الدراسة

- **What is the role of the new international means of payment in the development of the international trade?**

Finally we found that the new international means of payment has played a big role in the development of the international trade for all of turkey and unites Arab Emirates, and that by adopting the new Credit cards which Goes Along with the new international system of payment in nowadys.

The keywords: System of payment, The international Trade, The new system of payment, credit carte.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	البسمة
-	الاهداء
-	شكر وعرهان
-	الملخص
-	فهرس الأشكال والجداول
أب-ج-د-هـ	مقدمة عامة
	الفصل الأول: نظام الدفع الدولي الحديث.
7	تمهيد
8	المبحث الأول: ماهية نظام الدفع الدولي.
8	المطلب الأول: مفهوم نظام الدفع وخصائصه.
9	المطلب الثاني: العوامل المساعدة على نجاح نظام الدفع.
14	المطلب الثالث: متطلبات نظام الدفع.
16	المطلب الرابع: الأطراف المتعلقة بعملية الدفع.
18	المبحث الثاني: وسائل الدفع الحديثة.
18	المطلب الأول: البطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية.
25	المطلب الثاني: النقد الإلكتروني النقدي.
28	المطلب الثالث: الكمبيالة الإلكترونية والمحافظ المالية.

35	خلاصة الفصل الأول.
	الفصل الثاني: نشأة وتطور التجارة الخارجية.
37	تمهيد
38	المبحث الأول: الخلفية النظرية لتجارة الخارجية.
38	المطلب الأول: ماهية التجارة الخارجية.
41	المطلب الثاني: سياسات التجارة الخارجية.
47	المطلب الثالث: الإتجاهات الجديدة للتجارة الخارجية.
51	المبحث الثاني: النظريات المفسرة للتجارة الخارجية.
51	المطلب الأول: النظريات الكلاسيكية.
69	المطلب الثاني: النظريات الحديثة.
64	المطلب الثالث: النظريات الحديثة للتجارة الخارجية.
72	خلاصة الفصل الثاني.
	الفصل الثالث: تجارب بعض الدول.
74	تمهيد
75	المبحث الأول: تجربة تركيا في مجال الدفع الحديث.
75	المطلب الأول: تطور التجارة الخارجية التركية.
86	المطلب الثاني: وسائل الدفع الحديثة المعتمدة في التجارة الخارجية التركية.
92	المطلب الثالث: أثر وسائل الدفع الحديثة في التجارة الخارجية التركية.
97	المبحث الثاني: تجربة الإمارات العربية المتحدة في مجال الدفع الحديث.

98	المطلب الأول: تطور التجارة الخارجية الإماراتية.
100	المطلب الثاني: وسائل الدفع الحديثة المعتمدة في التجارة الخارجية الإماراتية.
104	المطلب الثالث: أثر وسائل الدفع الحديثة في التجارة الخارجية الإماراتية.
108	خلاصة الفصل الثالث.
111-110	خاتمة.
113	قائمة المراجع.

فهرس الجداول والأشكال:

أولا/ فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
(01)	مصدرو البطاقات المصرفية.	11
(02)	البنية الأساسية التقنية.	15
(03)	مراحل التعامل بالشيكات الالكترونية.	22
(04)	ربط التجارة الخارجية بعملية توزيع الدخل ورأس المال.	57
(05)	نموذج الفجوة التكنولوجية.	70
(06)	نموذج دورة حياة المنتج.	71

ثانيا/ فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
(01)	الميزة المطلقة.	53
(02)	النفقات السلبية.	58
(03)	الفرصة البديلة.	60
(04)	التجارة الخارجية التركية (1995-2016).	76
(05)	الصادرات والواردات السلعية خلال فترة (2002-2015).	78
(06)	التصنيف الاقتصادي لتجارة السلعية لتركيا عام 2015.	80
(07)	تطور هيكل الصادرات ونسب نموه (2000-2015).	83

مقدمة عامة:

تمهيد:

لقد شهدت البيئة التجارية العالمية مع بداية هذا القرن تغيرا جوهريا تمثل في الإستخدام المتنامي لوسائل الإعلام والإتصال المتطورة، التي كانت سببا رئيسيا في تبني وسائل دفع حديثة والتخلي تدريجيا عن الوسائل التقليدية التي تراجعت فعاليتها مع مرور الوقت بسبب المشاكل الناجمة عنها.

إن إنتهاج نظام الدفع الحديث كانت له فعالية كبيرة في تسهيل التعاملات المالية لحامل أو مستخدم وسيلة الدفع بالإضافة الى منحه الأمان لتفادي السرقة والضياع ، وأيضا عدم التقييد بالحدود الجغرافية، فيمكن دفع الأموال لجهة خارجية بكل سهولة، كما يعمل نظام الدفع الحديث على تيسير عمليات البيع والشراء والتعاملات التجارية بصفة عامة، مع ضمان الحقوق دون زيادة أو نقصان. مما أحدث تغييرا كبيرا في مجريات التجارة بأكملها سواء على المستوى المحلي أو الخارجي.

ومع هذا التطور إنتهجت العديد من الدول من بينها دولتي تركيا والإمارات هذا النظام من أجل تسوية مدفوعاتها وتمويل مشاريعها وكذا استقطاب رؤوس الأموال الخارجية دون الحاجة لإضاعة إلى أي جهد أو وقت.

ومن خلال هذه التطورات، تبرز أهمية اشكالية البحث التي يمكن صياغتها كآتي:

- ما هو دور أدوات الدفع الدولية الحديثة في تطوير التجارة الخارجية؟

التساؤلات الفرعية:

- ماهي العوامل التي ساعدت على تطوير أدوات الدفع الحديثة؟
- كيف ساعدت أدوات الدفع الحديثة في تطوير التجارة الخارجية؟
- كيف يمكن تقييم تجارب بعض الدول في مجال إستخدام أدوات الدفع الحديثة؟

مقدمة عامة:

الفرضيات:

- إن ثورة تكنولوجيا المعلومات واتصال كانت السبب وراء ظهور وسائل الدفع الدولية الحديثة.
- تعتبر أدوات الدفع الدولية الحديثة من أهم العوامل التي ساعدت في تطوير التجارة الخارجية.
- توفيق ونجاح العديد من الدول بإنتهاجها وتبنيها لوسائل الدفع الدولية الحديثة.

دوافع إختيار الموضوع:

- الرغبة في دراسة هذا الموضوع.
- التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- يخدم بشكل كبير المجال و التخصص الدراسي.
- باعتباره موضوع جديد ويحتاج إلى الدراسة.
- إستغلال أنظمة الدفع الحديثة في تسوية مدفوعات التجارة الخارجية في السنوات الأخيرة.
- أن كل من دولتي تركيا والامارات العربية المتحدة يعتبران من أبرز التجارب التي أثبتت نجاحها في تبني نظام الدفع الدولي الحديث.

أهمية الدراسة:

إن التطور الحاصل يشهده العالم حاليا وخاصة بعد ثورة الانترنت غير مجرى التجارة الخارجية، من التجارة التقليدية تحتاج الى الجهد والوقت، إلى تجارة حديثة تقام على أساس الكتروني في مختلف معاملاتها، وظهر هذا خاصة في الدول المتقدمة. حيث تكمن أهمية هذا التطور في أن أصبح تاجر لا يحتاج إلى بذل أي جهد من أجل ممارسة تجارته، أي بإمكانه فقط الاتصال بشبكة الأنترنت والقيام بجميع معاملاته التجارية، ومنه فإن هذه الطريقة إختصرت عليه الجهد والوقت.

مقدمة عامة:

ومن أهم ما جاء به هذا التطور كذلك في مجال التجارة الخارجية هو تسهيل جميع معاملاتها خاصتنا في مجال التمويل والدفع لإنعدام التعقيدات الورقية التي كان يعاني منها التجار وسهولة الحصول على أموال وفي آجال قصيرة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن الإشكالية المطروحة، ومختلف التساؤلات سألها الذكر إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي:

- تسليط الضوء على وسائل الدفع الدولية الحديثة ومختلف أنواعها.
- التعرف على العوامل التي ساعدت في تطوير أدوات الدفع الدولية الحديثة والتي بدورها ساعدت على تطوير التجارة الخارجية.
- التعرف على مدى توفيق الدول التي تم تسليط الضوء عليها في استخدام أدوات الدفع الدولية الحديثة.

المنهج المتبع:

إن المنهج الذي تم اتباعه في هاته الدراسة هو المنهج الوصفي والمنهج التحليلي وذلك من أجل وصف أدوات الدفع الدولية الحديثة ومجالاتها، بالإضافة إلى منهج دراسة حالة الذي تم التطرق فيه إلى تجربتي كل من تركيا والإمارات في مجال الدفع الدولي الحديث وتحليل الإحصائيات للكشف على تطور نظام الدفع الحديث في التجارة الخارجية بنسبة لهاته الدول.

الدراسات السابقة:

- دراسة الباحثة "خشة حسيبة" المعنونة بـ "وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري"، تخصص قانون الأعمال في كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2016/2015، حيث تهدف هاته الدراسة إلى معرفة وسائل الدفع الحديثة ونظامها القانوني، لتوصل إلى معالجة جميع الجوانب القانونية المتصلة بهذه المسألة والتطرق إلى الإشكالية التي قد تتأثر بشأنها.

مقدمة عامة:

- زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية "دراسة حالة الجزائر"، تخصص التمويل الدولي والمؤسسات المالية والنقدية كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2011/2010، فتهدف هاته الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها محاولة تقييم وسائل الدفع الحديثة لإمكانية مقارنتها بوسائل الدفع التقليدية، وكذلك محاولة رصد التجربة الجزائرية في مجال وسائل الدفع ومعرفة الحدود التي وصلت إليها.

هيكل البحث:

حاولنا من خلال بحثنا هذا المحافظة على التدرج في طرح الأفكار حيث تم تقسيم البحث إلى فصلين نظريين وفصل تطبيقي كآتي:

الفصل الأول: نظام الدفع الدولي الحديث.

قسم هذا الفصل إلى مبحثين، تطرقنا في المبحث الأول ماهية نظام الدفع الدولي من خلال (مفهومه وخصائصه، العوامل المساعدة على نجاحه وكذلك متطلباته والأطراف المتعلقة به)، وفي المبحث الثاني إلى وسائل الدفع الحديثة وذلك بذكر (البطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية، النقد الإلكتروني، الكمبيالة الإلكترونية، المحافظ المالية والتحويلات الإلكترونية للأموال).

الفصل الثاني: نشأة وتطور التجارة الخارجية.

قسم كذلك إلى مبحثين، المبحث الأول تطرقنا إلى الخلفية النظرية لتجارة الخارجية (ماهيتها، سياساتها والاتجاهات الجديدة لتجارة الخارجية)، أما المبحث الثاني فتطرقنا إلى النظريات المفسرة لتجارة الخارجية (النظرية الكلاسيكية، النظرية نيوكلاسيكية والنظريات الحديثة لتجارة الخارجية).

الفصل الثالث: تجارب بعض الدول.

قسم هذا الفصل إلى مبحثين، المبحث الأول تطرقنا إلى تجربة تركيا في مجال الدفع الحديث من خلال (تطور التجارة الخارجية التركية ثم وسائل الدفع الحديثة في التجارة الخارجية بالإضافة إلى أثر وسائل

مقدمة عامة:

الدفع الحديثة على التجارة الخارجية التركية)، أما المبحث الثاني فتناول تجربة دولة الإمارات في مجال الدفع الحديث (تطور التجارة الخارجية الإماراتية، وسائل الدفع الحديثة في التجارة الخارجية الإماراتية و أثر وسائل الدفع الحديثة على التجارة الخارجية الإماراتية).

الفصل الأول

تمهيد:

إن عملية البيع والشراء على المستوى الدولي لم تبقى بنفس التعقيد التي كانت عليه من قبل، كما أن هاته العملية تطورت وأصبحت تتم بطريقة الكترونية حديثة ، مما أدت بدورها الى تطور أنظمة الدفع التي اعتمدت في السابق على طرق سداد تقليدية، تقوم على أساليب يدوية التي امتازت بالتعقيد وارتفاع تكلفتها وطول مدة اتمام معاملاتها وانخفاض عنصر الأمان فيها، ولهذا السبب ظهرت وسائل دفع دولية حديثة تمتاز بالسهولة والأمان في إتمام عمليات الدفع.

وفي هذا الفصل سيتم التعرف على نظام الدفع الدولي الحديث و أهم وسائل الدولية الحديثة التي تم

اعتمدها. وذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية نظام الدفع الدولي.

المبحث الثاني: وسائل الدفع الحديثة.

المبحث الأول: ماهية نظام الدفع الدولي.

إن ما شهده العالم الاقتصادي اليوم من تغيرا ملحوظ في مجال الدفع الذي تبنى طرق جديدة أكثر كفاءة وفعالية وأقل تكلفة مما كان عليه نظام الدفع سابقا، الذي يقوم على إرسال الفواتير ورقية وفيما بعد استلام المقابل. ففي هذا المبحث سنحاول التعرف على نظام الدفع الحديث من خلال الإلمام بأهم خصائصه والعوامل التي ساعدة على نجاحه وكذلك الأطراف المتعلقة به.

المطلب الأول: مفهوم نظام الدفع وخصائصه.

لقد كان السبب وراء ظهور أنظمة الدفع عوامل ثقافية وتاريخية واجتماعية واقتصادية لأي بلد، أما تطورها فإنه يرجع الى التقدم في المجال التكنولوجي.

أولا/ تعريف نظام الدفع:

بأنه "يعبر عن مجموعة المؤسسات والتنظيمات والقواعد والأدوات والقنوات التي يتم من خلالها عملية الدفع ما بين الوحدات الاقتصادية" (حسين، 2009، صفحة 132).

ومنه فإن "أنظمة الدفع لا يفرضها القانون بل تنتج عن مميزات ثقافية وتاريخية واجتماعية واقتصادية لأي بلد وكذا التطورات التكنولوجية فإن هذه المميزات تحدد أشكال وطرق استعمال وسائل الدفع" (حمزي، 2002، صفحة 14).

أو هو "مجموعة التسويات لمجموعة من دوائر المتعاملين، وذلك من أجل تحويل قيم بين طرفين على الأقل، بأقل تكلفة وبأقل المخاطر وفي وقت سريع في حدود ما تسمح به التكنولوجيا المتوفرة في وقت معين".
ومن المتفق عليه، فإن أنظمة الدفع تمثل بالنسبة لنشاط الاقتصادي ما تمثله الطرق بالنسبة لحركة السير.
(العريبي ولحسين، 2011، صفحة 2).

أي الهياكل التحتية الضرورية، ولكننا ننسى وجودها الى غاية حدوث ازدحام أو اصطدام ويمثل نظام الدفع بالنسبة لأي اقتصاد مؤشر حسن التسيير، وبالأخص في نطاق اقتصاد السوق، فإذا كانت المبالغ الصغيرة تسدد نقدا دون حرج يذكر، فإن المبالغ الكبيرة تتطلب اللجوء إلى الوساطة مصرفية وإلى وسائل أخرى غير الأوراق النقدية" (لعريبي ولحسين، 2011، صفحة 3).

ثانيا/ خصائص نظام الدفع:

تتميز أنظمة الدفع بالخصائص الآتية:

- البساطة والوضوح: أي أن تكون القواعد والاجراءات المعمول بها واضحة وغير معقدة وسهلة الفهم والممارسة من جميع المتعاملين.
- المرونة: وهي قدرة نظام الدفع على التكيف والاستجابة للتغيرات سواء كانت راجعة الى التطور في سلوك الوحدات (أفراد ومؤسسات) ومجال وسائل الدفع وقنوات الاتصال أو قوانين والتنظيمات.
- السرعة: وهي إجراء الدفع في أقل زمن حقيقي ممكن.
- الأمان: يتعلق الأمر هنا أساسا بأمنية وسائل الدفع والطرق المستعملة فكلما ساد الأمان في الطرق والوسائل المعتمدة في الدفع، كلما سادت الثقة بين المتعاملين. (زواش، 2011، صفحة 6).

المطلب الثاني: العوامل المساعدة على نجاح نظام الدفع.

برغم من حداثة نظم و وسائل الدفع الالكترونية، إلا أنها وصلت الى مرحلة سمحت من خلالها إلى تقييم هاته الوسائل واستنتاج بعض من العوامل التي ساعدة وساهمة على نجاحها ، ومن بين هاته العوامل نذكر ما يلي:

أولا/ تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية:

إن الاحساس بالأمان الذي ولدته نظم الدفع التقليدية بمرور الوقت أصبح مرتفعا جدا إلا أن لنظام الدفع التقليدي مشاكل كثيرة منها: (زواش، 2011، صفحة 13).

- إندام الملائة: فالحاجة إلى الوجود الشخصي سواء شخصيا أو عبر التلفون لكلا الطرفين يقيد الحرية المعاملات وبالنسبة للعملاء يترجم هذا إلى تأخير اقتناء المنتج أو الخدمة وينتج عنه تكلفة أعلى وبالنسبة للبائع يعني ذلك خسارة في الإيرادات نتيجة انخفاض المبيعات أو فقدانها.
- إجراء المدفوعات في الوقت الغير حقيقي: لا تتم المدفوعات التقليدية في الوقت الحقيقي ويتوقف التأخير في التحقق الفعلي على نوعية السداد فالمدفوعات بالشيكات تستغرق ما يصل الى أسبوع.
- إندام الأمن: فالتوقعات يمكن أن تزور ويمكن أن تسرق أو التجار يمكن أن يرتكبوا الغش و الإحتيال.
- تكلفة المدفوعات أعلى: إن كل معاملة تكلف مبلغا ثابتا من المال وبالنسبة للمدفوعات الأصغر تغطي هذه التكاليف المصروفات.

ومن الجرائم التي يوجهها المجتمع في وسائل الدفع التقليدية، هي إعطاء الشيك ثم إصدار أمر بعدم صرفه وتقع الجريمة إذا سحب أو اعطى الشيك الرصيد كله أو بعضه قبل تقديم الشيك إلى البنك، بحيث لا يترك مقابلا للوفاء أو أن يصدر الشيك ويكون الرصيد وقت الإصدار كافيا وقابلا للسحب ولكن يصدر الساحب أمرا إلى المسحوب عليه بعدم الدفع وذلك بصرف النظر عن أسباب التي دفعت الساحب الى ذلك. (زواش، 2011، صفحة 15).

ثانيا/ إستخدام تكنولوجيا الإتصال والمعلومات في المجال المصرفي:

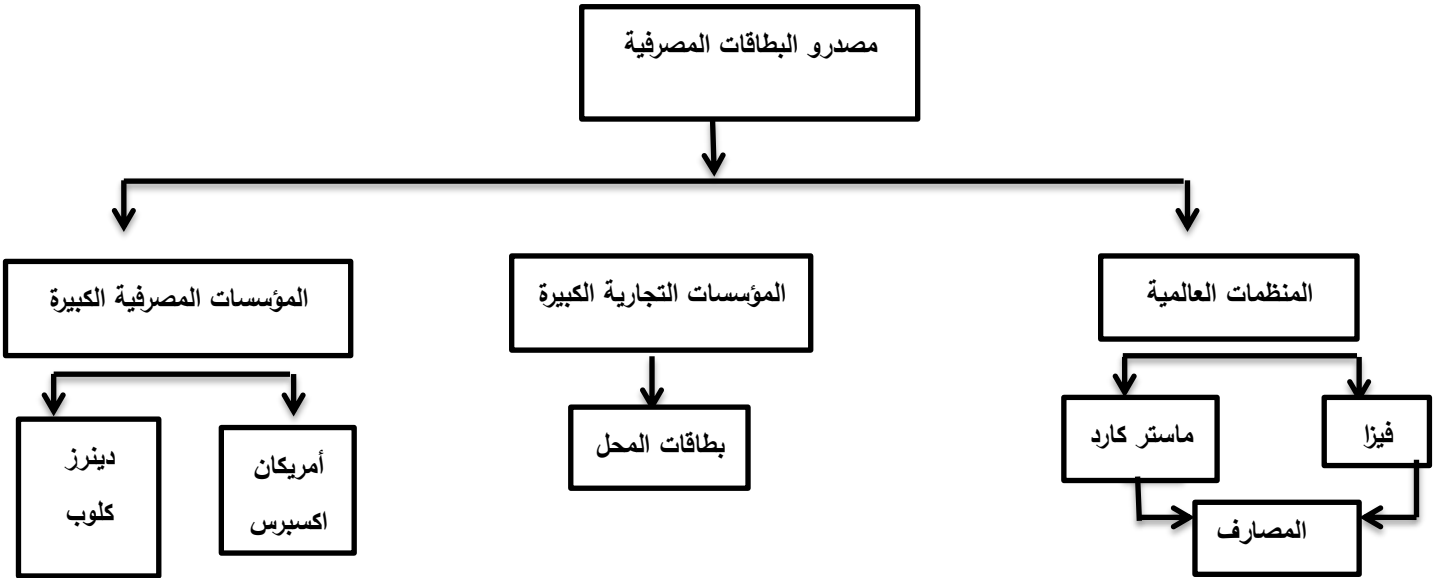
لم يكد يمضي أكثر من عقد من زمن على ظهورها حتى أضحت الانترنت عماد الثورة المعلوماتية وإقتصاد المعرفة. وبظهور تكنولوجيا الشبكة العالمية (world wide web) حدث ما يشبه الميلاد الجديد للإنترنت حيث أمكن توحيد الشكل الخارجي لجميع التطبيقات والمواقع على الأنترنت. (لوصيف، 2009، صفحة 26).

مما أتاح للمستخدم أو المبرمج البسيط في أي مكان بالعالم أن يقوم بتطوير موقع إلكتروني يكتسب قيمته من قيمة المحتوى الذي يتضمنه، وهكذا استقرت الأنترنت في شكلها الحالي كشبكة عالمية تربط شبكات العالم. أتاح إنتشار إستخدامات الأنترنت للبنوك التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي (Home Banking)، حيث تم إنشاء مقر لها على الأنترنت بدلا من المقر العقاري، ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الأنترنت وهو في منزله، ويمكنه محاورة موظف البنك على شاشة الكمبيوتر، ويتم إجراء كافة العمليات المصرفية. (لوصيف، 2009، صفحة 26).

ثالثا/ ظهور منظمات ومؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات:

إن من بين العوامل المساهمة في إنتشار وسائل الدفع الالكترونية، ظهور منظمات ومؤسسات عالمية أصبحت رائدة في إنتاج وتسويق هذه الوسائل لمختلف بلدان العالم، والجهات المصدرة للبطاقات البنكية والتي تعد أشهر وسائل الدفع الالكترونية يمكن تقسيمها كما يلي:

الشكل رقم(01): مصدرو البطاقات المصرفية



المصدر: (مسعداوي يوسف وسعيد جميل، وسائل الدفع الإلكترونية، الصفحة 5).

1- المنظمات العالمية المصدرة للبطاقة:

تعتبر المنظمات العالمية بمثابة ناد، حيث تملك العلامات التجارية للبطاقات الخاصة بها، وتمنح

تراخيص بإصدارها للبنوك، لكنها لا تقوم بإصدارها بنفسها، وأشهر هذه المنظمات هي:

أ- منظمة فيزا العالمية:

مقرها كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وهي منظمة غير ربحية تعطي حق إصدار البطاقات للبنوك

و الأعضاء المشتركين فيها. حيث تقسم هذه المنظمة العالم الى 7 مناطق هي (الولايات المتحدة الأمريكية،

كندا، أوروبا، آسيا، أميركة اللاتينية وإفريقيا والشرق الأوسط)، وتقوم هذه المنظمة بالآتي:

- قبول طلبات البنوك في اصدار بطاقات الخاصة بها أو رفضها .
- تزويد البنوك الاعضاء بالخبرة الفنية لإصدار البطاقات.
- تقديم الخدمات بين البنوك الأعضاء في حالات المراسلة الخاصة بالمنظمة والمقاصة والتسديد وفي عمليات التفويض.

- تطوير خدمات البطاقات على تزويد البنوك الأعضاء بها.

والمنظمة ترخص للبنوك الراغبة في إصدار بطاقة (فيزا) حسب الإتفاق المبرم بينها وبينهم، وتتميز

بمرونة كافية بحيث تخضع البطاقة الصادرة من أعضاء المنظمة فيزا للأنظمة واللوائح التي يضعها البنك

المصدر لها. (موسي، 2003، صفحة854).

ب- ماستر كارد العالمية:

هي شركة مقرها الولايات المتحدة الأمريكية ولها خبرة واسعة في مجال المدفوعات، فلها بطاقات تحظى

بالقبول الواسع تحمل العلامة التجارية(Cirrus MasterCard , Maestro) ولها مؤسسات مالية معنية

بخدمة المستهلك، وفي مجال الأعمال في 210 دولة وإقليم. بأكثر من 4000 مستخدم عبر 37 مكتب في

العالم كما لها أكثر من 23000 موزع في العالم.(عبد الرحيم، 2011، صفحة7).

2- المؤسسات المالية العالمية:

هي المؤسسات التي تشرف على إصدار البطاقات المصرفية دون أن تقوم بتقديم أي ترخيص الإصدار

لأي مصرف، ومن أشهرها ما يلي:

أ- مؤسسة أمريكان اكسبريس American Express:

هي مؤسسة مالية كبيرة تزاول أنشطة المصرفية فضلا على أنها المصدرة لبطاقات أمريكان اكسبريس، حيث تشرف هذه المنظمة مباشرة على عملية إصدار البطاقات، دون أن تمنح تراخيص إصدار البطاقات لأي بنك او مؤسسة مصرفية أخرى. (لوصيف، 2009، صفحة 103).

وهي التي ترتب موضوع إستيفاء حقوق التجار والمؤسسات التي تقبل البطاقة لحقوقهم منها مباشرة نيابة عن حملة البطاقة، ولا تلزم حملة البطاقة فتح حسابات مصرفية لديها، أو في أحد فروعها وكيفية معرفة المقدر المالية للعميل.

تصدر هذه المؤسسة ثلاثة أنواع من البطاقات:

- بطاقة أمريكان اكسبريس الخضراء.
- بطاقة أمريكان اكسبريس الذهبية.
- بطاقة أمريكان اكسبريس الماسية. (موسي، 2003، صفحة 855).

ب-الدينرز كليب: تعتبر رائدة رغم عدد حملة بطاقتها، ويملك بنك (Citibank) الأمريكي شركة دينرز كليب وتصدر هذه الشركة بطاقة (Charge card) لعامة الناس، وبطاقة الأعمال التجارية لرجال الأعمال، وبطاقة خاصة بالتعاون مع شركات كبرى مثل شركة الطيران البريطانية. (لوصيف، 2009، صفحة 103).

رابعا/التوجه نحو التجارة الإلكترونية:

لقد أثير موضوع التجارة الإلكترونية لأول مرة في منظمة التجارة العالمية بإقتراح قدمته الولايات المتحدة

الامريكية في الإجتماع العام للمنظمة في فيفري 1998.

وعليه يجمع المتبعون للنشاط التجاري أن الإتجاه العام بين مختلف الوسائل المستخدمة أن المشهد التجاري الحالي يتجه نحو إبتكار برامج وبروتوكولات جديدة وإعتماد إجراءات أمنية وتشريعات قانونية من أجل بناء صرح جديد للتجارة يعرف بالتجارة الإلكترونية.

فيمكن تعريفها " بأنها مجموعة المبادلات التجارية التي يتم من خلالها الشراء عبر شبكة إتصالات عن بعد"، وتهدف الى إزالة جميع الحواجز التجارية التقليدية ودفع قطاع الأعمال إلى الإعتماد على الإبتكارات التكنولوجية لكي يتسع إنتشارها في الإقتصاد العالمي (زواش، 2011، صفحة16).

المطلب الثالث: متطلبات نظام الدفع.

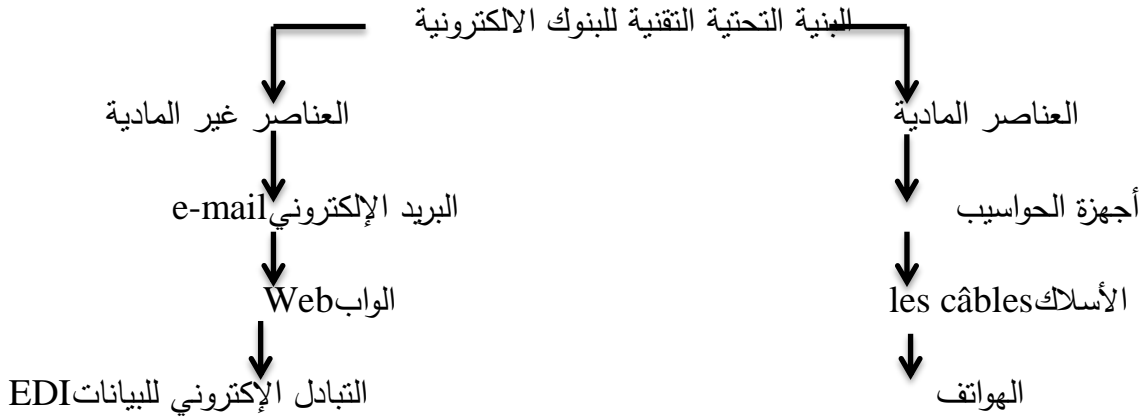
يلزم لقيام نظام الدفع وإنتشاره توافر عدد من متطلبات على مستوى كل دولة على حدى وكذلك على الصعيد العالمي، وتتمثل هذه المتطلبات في:

أولاً/ البنية الأساسية التقنية: تعد وسائل الاتصال الركيزة الرئيسية التي يمكن أن تؤدي إلى إنتشار تقنيات الدفع الحديث وتسمح بضمان أعمال الكترونية ذات مردودية وتحقيق دخول أمن لعصر المعلومات وبالمقابل فإن إرتفاع هاته الوسائل (الإتصال الهاتفي، الحواسيب...) سوف تؤثر سلبا على إستخدام تقنيات الدفع الالكتروني.

يمثل الجانب الغير مادي للبنية الأساسية في وجود بريد الكتروني ووأب و EDI، http و cp/ip وهذا لتوزيع ونقل المعلومات البنكية.

إن انشاء بنك الكتروني متطور يتميز بطلب كبير على خدماته يتطلب تسويق موقعه وبريده الإلكتروني وإشهاره والإعلام عن وجوده لدى الزبائن عبر مختلف وسائل الإتصال والإعلام (Yahoo, Google ,Tv...).(محمد، 2017، صفحة263).

الشكل رقم(02): البنية الأساسية التقنية



المصدر: (محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو ، صفحة264).

ثانيا/ المتطلبات القانونية والتنظيمية: إن توفير بيئة قانونية وتنظيمية أمر في غاية الأهمية لسير الفعال لوسائل الدفع الالكترونية ويتطلب خلق هاته البيئة تكاتف جهود كل من الحكومات وقطاع الأعمال والمستهلكين من أجل القيام بـ:

- 1- الحفاظ على خصوصية عمليات البنوك الإلكترونية: وتنقسم هاته الخصوصية Privacy الى عدد من المفاهيم المنفصلة لكنها ترتبط معا في الوقت ذاته وهي(خصوصية المعلومات، خصوصية الإتصال).
- 1- السرية Confidentiality: وتعني التأكد من أن المعلومات لا تكشف ولا يطلع عليها من قبل أشخاص غير مخولين بذلك.
- 2- التكاملية وسلامة المحتوى Integrity: وتعني التأكد من أن محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله أو العبث به .(محمد، 2017، صفحة 264).

3- إستمرارية توفر المعلومات أو الخدمة Availability: التأكد من إستمرار عمل النظام المعلوماتي وإستمرار القدرة على التفاعل مع المعلومات .

4- إعداد الموارد البشرية المؤهلة والتخصص لما لها من دور كبير في تحسين أداء الخدمات المصرفية: إن تنمية رأس المال البشري هي أولا عملية تعليمية يتزود فيها الفرد بالأسس العلمية المطلوبة، وهي ثانيا عملية تدريبية فنية يكتسب فيها الفرد قدرات علمية متخصصة ومهارات معينة وهي ثالثا عملية تنظيمية إدارية يتم فيها تأهيل الاشخاص لإدارة وتنفيذ النشاط المصرفي الإلكتروني، وهي أخيرا عملية سلوكية تهدف الى التأثير في سلوك الإجتاعي للأفراد وتنمية القيم.

ثالث/ الكفاءة الأدائية: ونقصد بها الأداء الجيد لكافة الوظائف والأنشطة التقنية والمالية والتسويقية والقانونية ذات العلاقات بالأعمال المصرفية الالكترونية.

رابعاً/ الريادية والتكيف مع المستجدات: ونعني بذلك توفر روح المبادرة والريادة في إقتناص الفرص المتاحة واقتحام الجديد في شتى الحقول (خدمات، تسويق...) والتفاعل معه بإيجابية وبسرعة سواء تعلق الأمر بالجوانب الفنية أو التنظيمية.

خامساً/ التقييم الموضوعي: وهو قيام مواقع البنوك الالكترونية بوضع جهات تسند إليها مهمة الإستشارة في التخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها. (محمد، 2017، الصفحات 265-266).

المطلب الرابع: الأطراف المتعلقة بعملية الدفع.

يعتمد النظام الحديث في الأساس على تكنولوجيا المعلومات والإتصال، حيث نجد أن الأطراف المتعاملة بوسائل الدفع الحديثة وأهمها البنوك فهي تعتبر المتدخل الرئيسي في هذا النظام وخاصة البنوك المركزية منها، ثم نجد المؤسسات التي تتعامل بهذه الوسائل ثم الأفراد ويتم الربط بين المتدخلين عن طريق شبكة تعتمد على وسائل إتصال الحديثة، وهي كما يلي:

أولاً/ البنك أو المؤسسة المالية المقدمة لخدمة الدفع: وهي تلك التي تمنح العميل البطاقة بشروط محددة والتي تقبل كذلك المعاملات الإلكترونية الأخرى كالشيك الإلكتروني، فالوسيط المالي في العقود الإلكترونية هو البنك أو مؤسسة مالية تقوم بنقل الثمن من المشتري الى البائع في عقد البيع مثلاً أو من المستخدم الى المنتج في عقد المعلومات.

ويتم ذلك عن طريق التسويات المالية باستخدام نظام المعاملات الأمانة الذي يتم بواسطته نقل بيانات بطاقات الدفع، حيث يؤكد هذا النظام شخصية حامل البطاقة أو عن طريق ما يسمى بالبنك المحمول وهو عبارة عن حاسوب شخصي متصل إلكترونيا بالبنك الأصلي الذي يقوم كوسيط مالي بالوفاء بالالتزامات النقدية لعملائه تجاه دائنيه. (واقد، 2011، صفحة 22).

ثانياً/ الأفراد: ويتمثلون في الزبائن حاملي وسائل الدفع الإلكترونية، ويعتبر الزبائن عنصر مهم في هذا النظام خاصة وأن المبالغ المالية التي يتم تداولها في شكل الكتروني ضخمة.

ويقوم الأفراد بشراء النقود الإلكترونية من البنك المصدر فيشكل وحدات صغيرة ويتم شحنها في حامل النقود الإلكتروني أو على ذاكرة جهاز الكمبيوتر الشخصي بإستعمال برامج خاصة لإدارة النقد الإلكتروني، ويتطلب إستعمال هذه الأدوات النقدية الإلكترونية وضع أدوات خاصة مثل قارئ البطاقة كما يتطلب توفر حماية من مخاطر القرصنة، عن طريق إستعمال كلمات سر خاصة بالعمل ويتم تداول النقد الإلكتروني عن طريق تصفح الموقع الإلكتروني للتاجر أو بصفة مباشرة عن طريق استعمال البطاقات البنكية وغيرها من أدوات الدفع الإلكترونية. (محرز وصيد، 2007، صفحة 4).

ثالثاً/ التجار المرخص لهم بالتعامل بتقنيات الدفع الإلكتروني:

هو الذي يقبل التعامل بالبطاقة مع العميل بناء على إتفاق مسبق بينه وبين المؤسسة مصدرة البطاقة. (واقد، 2011، صفحة 22).

أو يتمثل في البائعين الذين يعرضون السلع والخدمات. ويقبلون التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية كأداة للدفع وهذا من خلال استعمال الآت القبول مثل القارئ البطاقات الذكية ويتم من خلال الأدوات خصم القيم النقدية المقابلة لسلع المبيعة أو تجميعها ليتم تحصيلها من بنك العميل على شكل أوراق نقدية.(محرز وصيد، 2007، صفحة4).

المبحث الثاني: وسائل الدفع الحديثة.

لقد أصبحت وسائل الدفع الحديثة مؤشر لقياس مدى تطور إقتصاديات الدول، لما منحته للعالم من القدرة على معالجة الصفقات والمعاملات بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة، مما أدى بتهافت دول الى تبني وسائل دفع حديثة باعتبارها غير مكلفة ومجردة من الطابع المادي وكذلك حظيها بالقبول العام، ومن أهم هاته الوسائل التي سيتم التعرف عليها في هذا المبحث هي: (البطاقات الذكية، الشيكات الإلكترونية، النقد الرقمي، الكمبيالة الإلكترونية، المحافظ المالية والتحويلات الإلكترونية للأموال).

المطلب الأول: البطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية.

في هذا العنصر سيتم التعرف على البطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية.

أولا/ البطاقات الذكية(Smart Cards):

ظهرت هذه البطاقة تماشيا مع التطورات التكنولوجية وهي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل: الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المسروف ، تاريخه، تاريخ حياة الزبون المصرفية، وفي كل مرة يتم إجراء معاملة ما، يتم تخفيض خط الإئتمان المتاح بمقدار المبلغ المتعامل به، وذلك من خلال ذاكرة البطاقة، وعلى هذا الأساس فإنه لا حاجة للحصول على الموافقة المسبقة لمصدر البطاقة. وهذه البطاقات يمكن للعميل شحنها بمبلغ معين من النقود من حسابه بواسطة الصراف الآلي، فهي تعمل عمل المحفظة الإلكترونية وتغني عن الحاجة لحمل النقود.(شاهين، 2013، صفحة 19).

1- أنواع البطاقات الذكية:

إن للبطاقات الذكية العديد من الأنواع نذكر أهمها:

أ- النوع الأول: هي البطاقات المتصلة والتي عند إستخدامها يجب أن يتم إيصالها مع القارئ للبطاقات الذكية smart card reader حتى تتم عملية تحديث المعلومات وقراءتها من قبل شريحة الكمبيوتر الموجودة على البطاقات الذكية.

ب- النوع الثاني: هي البطاقات الغير متصلة حيث تتم عملية تعديل البيانات وقراءتها بطريقتين أما بواسطة أنتين من الفحم أو بواسطة قارئ البطاقة الذكية العادي حيث يمكن الأنتين من إرسال المعلومات وقراءتها عبر بثها لا سلكيا من قبل الأنتين الفحامي الموجود عليها. حيث تعتبر أنها ملائمة وسريعة وهي تتطلب من المستخدم إدخال كلمة المرور وإسم المستخدم صحيحين حيث تعطيهما المزيد من الأمن والحماية من السرقة أو الإحتيال، والمعلومات المخزنة فيها مصممة بحيث تكون للقراءة فقط أو لعدم الوصول إليها، وذلك بإضافة المزيد من الأمن على المعلومات المخزنة فيها حيث تخزن المعلومات فيها بطريقة مشفرة و من الممكن أيضا أن تحوي البطاقة الذكية على صورة حاملها في أحد وجهها كل ذلك يعطيهما المزيد من الأمن لمنع السرقات والإحتيال من قبل كلا الطرفين البائع والمشتري. (الطيبي، 2008، صفحة 137).

2- استخدامات البطاقات الذكية:

من خلال ما سبق لابد الإشارة الى أهم الاستعمالات التي يمكن إستخدام البطاقة الذكية فيها للإستفادة من

فوائدها هي:

- أصبح إستخدامه من أهم الطرق التي يمكن من خلالها التأكد من شخصية طالب الخدمة عبر الأنترنت وذلك قبل السماح له من إجراء أي معاملة (معاملات الحكومية الالكترونية). (إسماعيل، علوان، وجليل، 2013، صفحة 83).

- بالإضافة إلى استخدامها عند إجراء التحويلات المصرفية وعملية البيع والشراء عبر شبكة الأنترنت.
- يمكن تحميل البطاقة بأرقام نقود تستخدم مثلما يستخدم صك المسافر (Travel check) وتتغير تلك الكميات من النقود عندما تتصرف بالتكرار إلى أن يصبح الرصيد صفر.
- الدفع عند وقوف السيارات أو في محطات القطارات أو الباصات والإنفاق كذلك عند شراء البنزين من محطات الوقود، وفي الطيران وفي بطاقات المسارح وعند المرور من المنافذ الجمركية دون الحاجة لجواز السفر.
- تستخدم عن طريق الصراف الآلي من قبل المستفيدين من مرتبات الرعاية الإجتماعية والمتقاعدين كما هو الحال في العراق.
- تستخدم للصفقات المالية عندما يتم إدخالها إلى القارئ (الماكينة) التي تقوم بتحويل البيانات من إلى الحاسبة المركزية فهي توفر الأمان. (إسماعيل، علوان، وجليل، 2013، صفحة84).

3- نموذج البطاقات الذكية (بطاقة موندكس (Mondex card):

"هي بطاقة ذات شريحة إلكترونية قادر على تخزين المعلومات، حيث تعد بمثابة حاسب آلي تحمله البطاقة، مما يعطيها المرونة العالية في الإستخدام التي تجعلها تجمع بين مميزات النقود الورقية وبطاقات الدفع الحديثة مع تجنب عيوبها" (الدوي، 2010، صفحة 53).

وهي كذلك من أشهر أنواع البطاقات الذكية والتي تقوم بتوزيع النقد الإلكتروني ولقد جاءت "الموندكس" كنتيجة لتعاون بين المنظمات العالمية التي تسعى لتأمين استخدام بطاقات الدفع الإلكترونية ففي النصف الثاني من عام 1997 شاركت منظمة الماستر كارد بحصة قدرها 51 بالمئة من رأس مالها بينما توزعت باقي النسبة 49 بالمئة على 27 شركة أوروبية وأمريكية بنسب متفاوتة في سبيل دعم المنتج الجديد. (الشويرف، 2013، صفحة145).

ثانيا/ الشيكات الإلكترونية:

1- تعرف على أنها: "هي أمر بدفع مبلغ معين من الساحب إلى المسحوب عليه لفائدة طرف

ثالث هو المستفيد بطريقة إلكترونية. فبعد أن يقوم المشتري بتحرير الشيك الإلكتروني ويقوم بتوقيعه توقيعاً إلكترونياً مشفراً يرسله بالبريد الإلكتروني إلى البائع، هذا الأخير يقوم بالتوقيع عليه كذلك كمستفيد ويرسله إلى جهة التخليص Clearing. ويحتوي الشيك الإلكتروني على البيانات التالية: رقم الشيك، إسم الدافع، رقم حساب الدافع، إسم البنك، إسم المستفيد، القيمة التي ستدفع وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع والتظهير الإلكتروني لشيك المستفيد". (محمد، 2017، صفحة 258).

كما أن البنوك والمؤسسات المالية والصرفية أصدرت الشيك الإلكتروني لإستخدامه في تسديد المعاملات في التجارة الإلكترونية وهو مكافئ لشيكات الورقية التقليدية المعناد التعامل بها، وهي رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك ويقوم بمهمته كوثيقة تعهد بالدفع يحمل توقيعاً رقمياً يمكن التأكد من صحته. (العوضي، 2010، صفحة 169).

2- التمييز بين الشيك الإلكتروني والشيك التقليدي:

إن أهم ما يميز الشيك الإلكتروني هو أن اجراءاته تتم بشكل إلكتروني عن طريق وسائل إلكترونية، وهذا ما لا نجده في الشيك التقليدي الذي يشترط أن يكون مكتوباً وموقعاً بشكل يدوي لكي تكون له الحجية القانونية المقررة. وبناء على ذلك يمكننا القول بأن الشيك الإلكتروني يتضمن نفس شروط وإجراءات الشيك التقليدي إلا أنه يتم بوسيلة إلكترونية، وكما أن الشيك التقليدي هو سند يطلب فيه شخص (هو الساحب) إلى مصرف (هو المسحوب عليه) دفع مبلغ معين إلى شخص آخر هو (المستفيد) لدى الإطلاع. (حوالف، 2015، صفحة 96).

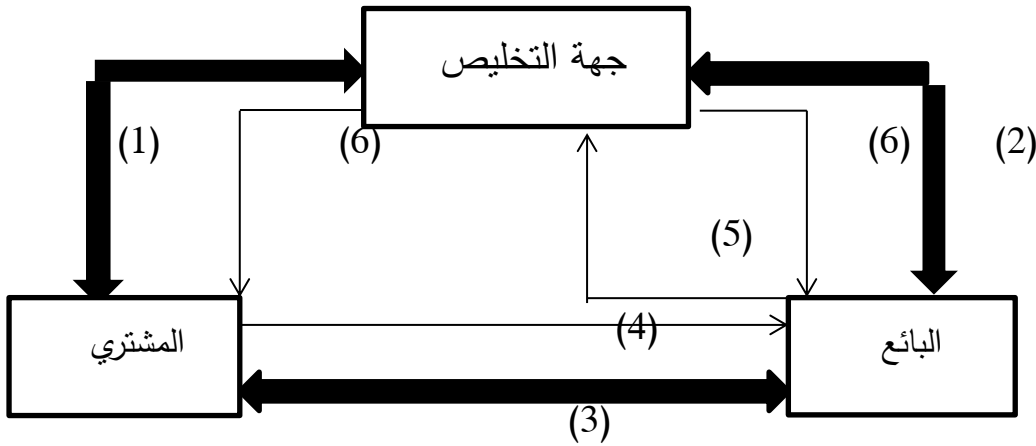
فكذلك بالنسبة للشيك الإلكتروني الذي يكون له نفس الأطراف، هذا ويتضمن التزاما قانونيا من قبل الساحب يؤديه الى المستفيد عن طريق المصرف المسحوب عليه.

يتضح التشابه بين الشيك التقليدي والالكتروني من حيث الشكل، فالشيك التقليدي لابد أن يكون له شكل معين، حيث يقوم المصرف عادة بتحرير هذه الشيكات لتأخذ شكلا يصعب تقليده ويتم ترقيمه بأرقام متسلسلة، أما بالنسبة إلى الشيك الإلكتروني فيكون له شكل معين يعتمد على المصرف المسحوب عليه، على أنه مهما اختلف هذا الشكل، سيتضمن نفس المعلومات على نحو يشبه الشكل التقليدي. (حوالف، 2015، صفحة 96).

3- آليات التعامل بالشيكات الإلكترونية:

كما يوضحها الشكل فإنها تمر بالمراحل التالية:

الشكل رقم (03): مراحل التعامل بالشيكات الإلكترونية



المصدر: (محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد ، صفحة 149).

أ- إشتراك المشتري لدى جهة التخليص [غالبا البنك] ويتم فتح حساب جاري له أو يتم الانفاق على الصرف خصما من الحساب المشتري بأي حساب جاري متفق عليه ويتم تحديد شكل التوقيع الخاص به وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص.

ب- يقوم البائع بالإشتراك أيضا لدى جهة التخليص التي إشتراك فيها المشتري حيث يتم فتح حساب جاري له أو ربطه مع أي حساب جاري له ويتم تحديد شكل التوقيع الإلكتروني الخاص به وتسجيله في قاعدة البيانات الخاصة بجهة التخليص.

ت- يقوم المشتري بإختيار السلعة او الخدمة التي يرغب في شرائها من البائع وبعد أن يتم الاتفاق على سعرها.
ث- يقوم المشتري بتحرير شيك الكتروني ويقوم بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله عبر البريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع.

ج- يقوم البائع بإستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري ويقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله إلى جهة التخليص.

ح- تقوم جهة التخليص بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات وبناء على ذلك تقوم بإخطار كل من المشتري والبائع بتمام إجراء المعاملة المالية حيث يتم الخصم من الرصيد والإضافة الرصيد البائع.(الشويرف، 2013، الصفحات 149-150).

4- أنظمة الشيك الإلكتروني:

يوجد الكثير من أنظمة الشيك الإلكتروني التي تستخدم للوفاء بالديون الناشئة عن المعاملات التجارية عبر شبكة الانترنت، وأهمها: (حابت، 2015، صفحة76).

أ- نظام FSTC: لا إختلاف بين شيك FSTC والشيك التقليدي، باستثناء أن الأول يتم تحريره على دعامات الإلكترونية غير مادية أو غير ملموسة، على خلاف الثاني الذي يستند على دعامات ورقية، وكنيجة لذلك، نجد أنه تتم وفقا لهذا النظام الإستعانة بالتوقيع الإلكتروني وخاصة في صورته الرقمية الذي يعمل وفقا لنظام التشفير غير المتماثل، الذي عن طريقته يضع المرسل بموجب حيازته لمفتاح حامل التوقيع على الرسالة البيانات، وبموجب المفتاح العام يمكن التعرف على الجهة الحائزة على المفتاح الخاص.

تتم أهم مميزات FSTC في تأمين بالرجوع الى آلية التشفير، وتشكل هذه الميزة عاملا مهما في دفع المتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية إلى استخدام هذا النوع من الشيكات الإلكترونية كوسيلة لتسوية الديون الناشئة عن معاملاتهم التجارية. ومن شواهد هذا إعتراف الحكومة الأمريكية بشيك FSTC الأمر الذي دفع مجلس الخزانة الأمريكي الى إستعماله لهذا الطريق من طرق الوفاء بالديون من عام 1998.

ب- نظام Netchex: على غرار نظام Fstc، فان شيك Netchex يستلزم تدخل طرف ثالث يلعب دور الوسيط الذي يجب أن يسجل نفسه لديه كل من مستخدم النظام والتاجر، كما يسمح نظام Netchex للعميل بالتعامل مع شيكاته من سحب وتظهير وتوقيع الضامنين الإحتياطيين إنطلاقا من حاسبه الشخصي.

لدواعي الأمان تتركز آلية عمل نظام Netchex على عدم إظهار البيانات السرية للحساب المصرفي لشخص المنضم للنظام، ويتم هذا الإخفاء عن طريق إستعمال وثيقة حساب مصطنع تسمح بالتحديد المسبق لهوية المستهلك وهي التي يتم تبادلها وإنتقالها عبر شبكة الانترنت. ولا يتوقف إستعمال هذه الوثيقة إلا عند إرسال الشيك إلى Netchex. (حابت، 2015، صفحة76).

المطلب الثاني: النقد الإلكتروني (الرقمي).

أولا/تعريفها:

عرفها صندوق النقد الدولي النقود الإلكترونية على أنها: "قيمة نقدية في شكل وحدات إئتمانية مخزنة في شكل إلكتروني أو في ذاكرة الكترونية لصالح المستهلك".

فهي إذن نقود يتم تخزينها بواسطة الخوارزميات في المعالجات، وأجهزة كمبيوترية أخرى تستطيع تنفيذ عمليات الوفاء عبر شبكة الانترنت كبديل للعملة المعدنية والورقية التي لا نستطيع أن نرسلها عبر الأنترنت. وعليه فإن النقود الإلكترونية هي النوع الجديد من العملة، أو بمعنى أدق هي البديل الإلكتروني عن النقود الورقية والمعدنية ذات صلة. (بوعافية، 2014، الصفحات 111-112).

ويعرف هذا النوع من النقود أيضا على أنه "كل الأموال التي يتم التعامل بها بطريقة إلكترونية بعيدا عن الطلاق التقليدية لتبادل النقود كالمصارف والشيكات المصرفية والعملات الورقية والمعدنية". (الشويرف، 2013، صفحة 129).

ثانيا/أساليب إصدار النقود الإلكترونية:

تصدر النقود الإلكترونية بأسلوبين هما:

1- الأسلوب الأول: إصدار نقود الكترونية تعمل عبر شبكة الانترنت: وهو "عمليات فيها البنوك حيث تتطلب

عملية تداول وحدة النقد الإلكتروني بين طرفين أن يتدخل المصدر لإتمامها أو تعزيز إصدارها ويعرف هذا النوع باسم (On-line ECASH)، وهذا النوع متمثل في النقود الإلكترونية.

2- الأسلوب الثاني: إصدار نقود إلكترونية في بطاقات ذكية تعمل خارج الشبكة وداخلها وهو "عمليات تعرف

باسم (OFF LINE E. CASH) حيث يتم تداول وحدات النقد الإلكتروني بين الأطراف المختلفة دون تدخل البنوك وهي تشبه في هذا عمليات تداول النقد العادي، وهذا النوع متمثل في البطاقات الذكية.

(منصور، 2015، صفحة 16).

ثالثا/ كيفية عمل النقد الإلكتروني:

للحصول على النقود الإلكترونية، يذهب المستهلك شخصيا لفتح حساب في بنك، ويبين بعض التعاريف لإثبات شخصيته، وحينما يريد المستهلك أن يسحب النقد الإلكتروني للقيام بعملية الشراء فإنه يدخل البنك من خلال الأنترنت ويقدم دليل شخصيته، والتي تكون عادة شهادة رقمية تصدرها سلطة الإعتقاد، وبعد تحقق البنك من شخصية المستهلك فإنه يصدر المبلغ الخاص للمستهلك من النقد الإلكتروني ويخصم نفس المبلغ من حسابه، ويقوم المستهلك بتخزين النقد الإلكتروني من محفظة على ديسك جهاز الكمبيوتر الخاص به أو على جهاز بطاقة إلكترونية خاصة. يمكن للمستهلكين صرف نقودهم الإلكترونية في مواقع التجارة الإلكترونية التي تقبل النقد الإلكتروني كوسيلة سداد. (حماد، 2007، صفحة 113).

رابع/ مخاطر النقود الإلكترونية:

- 1- مخاطر أمنية: حيث يعد البعد الأمني أحد أهم الموضوعات التي تقلق المتعاملين في القطاع المصرفي والنقدي. وتمثل النقود الإلكترونية إحدى الظواهر التي يمكن أن تزيد من حجم المخاطر الأمنية. وعلى الرغم من قابلية جميع وسائل الدفع الإلكترونية لإحداث مخاطر أمنية إلا أن النقود الإلكترونية تتمتع بقدرة أكبر على خلق تلك المخاطر التي من أمثلتها صعوبة التحقق من صحتها، وعدم الإعتراف بها وعدم قبولها.
- 2- المخاطر القانونية: إلى جانب المخاطر الأمنية فمن المتوقع أيضا تأثير النقود الإلكترونية بعض المخاطر القانونية. (أحمد، 2017، صفحة 87).

وتتبع هذه المخاطر أساسا من خلال إنتهاك القوانين واللوائح مثل جرائم غسيل الأموال، وإفشاء أسرار العميل وإنتهاك السرية من ناحية أخرى، فإن المخاطر القانونية قد تتولد أيضا عندما تقنن حقوق والتزامات الأطراف المختلفة المتعاملة بالنقود الإلكترونية بطريقة غير دقيقة.

3- مخاطر النقود الإلكترونية والسرية (الخصوصية): إن الممارسة الصحيحة للتعامل بالنقود الإلكترونية تقتضي القدرة على التأكد من أن الصفقات المتبادلة والتي تيرم بواسطة إستخدام النقود الإلكترونية تتم فقط بين الأطراف المعنية وإن عملية التبادل تنصب على تلك السلع والخدمات المصرح بها فقط، ومع ذلك يبقى هناك تخوف من قبل المستهلكين وذلك من جراء إمكانية إستخدام المعلومات والبيانات المتعلقة بإبرام الصفقات دون ترخيص أو إذن مسبق . وسوف تتضاعف هذه المخاوف مع الإزدياد المطرد في إستخدام النقود الإلكترونية في إبرام الصفقات التجارية.

ويعد المحافظة على سرية البيانات المالية الخاصة بجميع الأطراف المتعاملين بالنقود الإلكترونية من أهم القضايا الشائكة المصاحبة للنمو المتزايد والإنتشار الكبير المتوقع لنقود الإلكترونية.

4- مخاطر الإعتداء على النقود الإلكترونية: فعلى الرغم مما تقدمه النقود الإلكترونية من تيسير للتجارة عبر الأنترنت فإن هذه التقنية ليست خالية من المخاطر، لأن حائز هذه النقود ليس بمأمن من حادث فني يترتب عليه مسح ذاكرة جهازه، وهنا سوف يفقد كل نقوده التي بحافظة النقود الإلكترونية، ومن جهة أخرى إن افلس من إصدار هذه النقود الإلكترونية فإن العميل يتعرض لخطر عدم إسترداد قيمة الوحدات التي لم يستعملها بعد، كما قد يتعرض التاجر لخطر عدم إستيفاء الوحدات التي حولها له العميل. (أحمد، 2017، صفحة 88).

المطلب الثالث: الكميالة الإلكترونية والمحافظ المالية.

ومن بين أهم وسائل الدفع الحديثة التي ظهرت ما يسمى بالكميالة الإلكترونية والمحافظ المالية التي سيتم

التعرف عليها فيما يلي:

أولاً/ الكميالة الإلكترونية:

1- تعرف الكميالة الإلكترونية هي: "صك معالج إلكتروني متفق عليه مسبقاً لشكل معين يتضمن أمراً من الساحب عن طريق مصرفه إلى البنك المسحوب عليه يدفع مبلغاً معيناً في تاريخ معين أو قابل للتعيين أو بمجرد الاطلاع لأمر المستفيد،) ومنه" تعتبر الكميالة الإلكترونية من حيث الشكل كميالة بالمعنى الدقيق، فهي لا تختلف عن الكميالة التقليدية من حيث ضرورة إستيفاء الخصائص والبيانات الإلزامية التي يستلزمها القانون التجاري عادة في الكميالة ولكنها تستلزم فضلاً عن ذلك عدة شروط وتتوافر فيها عدة خصائص تختص بها". (النتيفات، 2004، صفحة 17).

2- أنواع الكميالة الإلكترونية:

تنقسم الكميالة إلى الإلكترونية إلى نوعين :

أ- الكميالة الإلكترونية الورقية la lettre de change relevé papier: هي عبارة عن كميالة ورقية تتضمن نفس بيانات الشكلية التي تخضع لها الكميالة عادة بالإضافة إلى معلومات بنكية خاصة بالمسحوب عليه مأخوذة من كشف حسابه البنكي ويجب أن تشمل " إسم البنك المسحوب عليه، ورقم حسابه، إسم الفرع الذي يوجد به الحساب ورقمه"، وهذا هو المقصود حينما نضيف عبارة معالج إلكتروني بصورة جزئية، فالكميالة الإلكترونية مرافق لامادية". (غزالي، 2017، صفحة 163).

وهي عبارة عن كمبيالة ورقية تقليدية عولجت بصورة جزئية إلكترونيا، سواء عند تقديمها للبنك، أو عند تظهيرها لباقي الأطراف. ويتم ذلك عن طريق قيام المصرف بنقل البيانات على شريط ممغنط عن طريق الماسح الضوئي ويتم تداول هذا الشريط الذي يتضمن بيانات الحوالة من مصرف المستفيد إلى الحاسب الآلي للمقاصة ثم إلى المصرف المحرر الملتزم بالوفاء.

ب- الكمبيالة الإلكترونية الممغنطة *la lettre de change relevé bande magnétique*: يختلف هذا النوع من الكمبيالات عن الكمبيالات الإلكترونية على دعامة ورقية إذ يختفي في هذا النوع الورق منذ بداية إنشاء الكمبيالة، حيث يتم تسجيل بيانات الكمبيالة مباشرة على شريط ممغنط وبالتالي فهي شكل جد متطور بالمقارنة مع الكمبيالة الإلكترونية الورقية وذلك لأنها تتسم بالبساطة الشديدة من الناحية المادية إذ تتجنب ضرورة التحرير المبدئي على الورق بينما يقوم الساحب في حالة السفتجة الإلكترونية الورقية بتسليم مصرفه سفتجة حقيقية ورقية هذا الإزدواج في العمليات لا يحدث في صدور السفتجة الإلكترونية الممغنطة، والسفتجة الإلكترونية الممغنطة تشمل نفس الخصائص القانونية للسفتجة الورقية ولكنها لا مادية واللامادية هذه تسمح بالتالي: تخفيض التكاليف، بالتقديم والتسيير للدفع، ويعتبر هذا النوع الأكثر إنتشارا في المجال المصرفي لأنه يمتاز بالبساطة لعدم تحريره على الورق ويصبح عمل البنك أسهل وأسرع من النوع الأول. (غزالي، 2017، صفحة 164).

3- خصائص الكمبيالة الإلكترونية:

تخضع الكمبيالة الإلكترونية لذات القواعد التي تخضع لها الكمبيالة التقليدية لكن مع بعض الخصوصيات، لعل أهمها:

- في حالة الكمبيالة الإلكترونية الورقية جرت العادة على أن تصدر هذه السفتجة على نموذج مطبوع يسمح بالإطلاع عليه بواسطة الحاسب، وهو ما يثير فكرة الشكلية المادية التي توجد في هذا النوع من الكمبيالة بالإضافة للشكلية القانونية. (حوالف، 2015، صفحة 65).

- لكي تنشأ الكمبيالة الإلكترونية لابد من توافر البيانات الإلزامية، ولكن جرت العادة في هذا النوع من الكمبيالة على وجود بيانات أخرى مثل إسم بذلك المسحوب عليه ورقم حسابه وإسم الفرع الذي يوجد لديه الحساب.
- يكتب بعض البيانات الاختيارية أهمية خاصة في مجال الكمبيالة الإلكترونية مثل شروط الرجوع بلا مصاريف، وشرط محل الدفع المختار، وشرط عدم الاخطار.
- تدق الصعوبة في تصور قيام بعض العمليات التي ترد على الكمبيالة الإلكترونية مثل التظهير والقبول والضمان الإحتياطي. والواقع أن صعوبة ذلك لا تنفي تطبيق أحكام قانون الصرف طالما وجدت إمكانية لقيام مثل هذه العمليات. (حوالف، 2015، صفحة 65).

4- الطبيعة القانونية للكمبيالة الإلكترونية:

- تضاربت الآراء في هذا المقام حول طبيعة الكمبيالة الإلكترونية، فيما إذا كانت عملا تجاريا حول القواعد التي تخضع لها والتي ندرسها في النقاط التالية:
- أ- الكمبيالة الإلكترونية ليست عمل تجاري؟: إعتبر إتحاد من الفقه الكمبيالة الإلكترونية ليست عملا تجاريا، ولا تعبر عن تسميتها، أي أنها ليست كمبيالة، ولذلك فإن قانون الصرف الذي نتج عن إتفاقيات جنيف يعتمد على الحتمية المطلقة على وجود أمر على دعامة ورقية، والذي يحمل الشروط الشكلية المذكورة سالفًا، والشيء ذاته يظهر على الدعامة الورقية لكن يغيب ولا تظهر تماما في الكمبيالة الإلكترونية فتكييفها أنها سفتجة مستبعدة بالضرورة.
- ب- وكنتيجة لذلك لا يتم تطبيق قواعد القانون التجاري على هذه الوسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني، وبالتالي لا يمكن أن تكون محل نفس قواعد الكمبيالة العادية كالتظهير ونقل الملكية والقبول، ومن المستحسن أن تكون إجراءات الكمبيالة الإلكترونية أقرب الى تلك الخاصة بالكمبيالة الورقية. (واقد، 2011، صفحة 55).

ت-حجية الكمبيالة الإلكترونية: الواقع أن ما تم تحليله سابقا في عنصر طبيعة الكمبيالة الإلكترونية محل نظر ودراسة، خاصة بعد صدور قانون التوقيع الإلكتروني ذلك أن مشروع لم يشترط في محرر أن يكون ورقيا، فلا توجد في الأصل اللغوي لكلمة المحرر ما يقتصر معناه على ما هو مكتوب على نوع معين من الدعامات، سواء كان ورقيا أو غير ذلك، لذلك يمكن القول أن كلمة محرر تشمل المحرر الكتابي والإلكتروني على حد سواء. (واقد، 2015، الصفحات 56-57).

ثانيا/ المحافظ المالية الإلكترونية:

1- يمكن تعريف المحفظة الإلكترونية بأنها: " وسيلة دفع إفتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر"، كما قد تكون المحفظة الإلكترونية عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغنطة، يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه أو إليه عبر الانترنت بإستخدام برامج معينة"، (كافي، 2017، صفحة 137).

فالمحافظ الإلكترونية تقوم بتحويل النقد الى سلسلة رقمية، وتخزن القرص الثابت في موقع العمل، وهذا يحد من إستخدام النقود في المعاملات التي تتم على شبكة الأنترنت، ومعظم الحفائب الإلكترونية تقوم بتخزين النقد الإلكتروني على البطاقة الذكية التي تتمكن من دفع أي مبلغ من الحقيبة الإلكترونية في أي مكان. (بوعافية ومزيود، 2011، صفحة 6).

2- من الأمثلة الموجودة حول المحافظ الإلكترونية:

أ- بطاقات الهاتف التي تحمل قيمة معينة في شريحتها، يهتك بإنعدام رصيدها، وهذا النوع غير قابل للشحن مرة أخرى. (كافي، 2017، صفحة 138).

ب- بطاقة أجهزة توزيع السلع، التي تستخدم لحفظ قيم مالية في شريحتها، وهي غير قابلة لشحن.

ت- محفظة باسبورت ميكروسوفت Microsoft passport wallet:

وهي محفظة تأتي سابق التركيب في Internet Explorer 0.4 وأعلى، وهي تعمل بنفس الطريقة مثل معظم المحافظ الإلكترونية، وبالإستكمال الأوتوماتيكي لنماذج الطلبات عندما تطلب منها عمل ذلك، ومحفظة passport وهي محاولة من ميكروسوفت لتوحيد المحافظ، وكل البيانات الشخصية التي تقوم بإدخالها محفظة باسبورت ميكروسوفت- بما فيها إسمك وعنوانك ومعلومات بطاقة الائتمان- تشفر، وتكون كلمة السر محمية، والصيغ المستقبلية للمحفظة ستكون قادرة على التفاعل مع نظم النقد الإلكترونية وحسابات بنك الانترنت ونظم الدفع الأخرى.

➤ تتضمن محفظة passport أربعة خدمات متكاملة:

passpport single sign_ in service(SSI)-

Passpport wallet service -

Kids passpport service -

Public profiles (كافي، 2017، صفحة140).

المطلب الرابع: التحويلات الإلكترونية للأموال.

أولاً/ يعرف التحويل الإلكتروني للأموال بأنه: " عبارة عن تحويل مبلغ نقدي من المال يتم تحويله إلكترونياً

وذلك باستخدام شرائط ممغنطة أو إسطوانات التسجيل عليها تعليمات التحويل". (سعيد، 2013، صفحة5).

ويقصد به كذلك " مجموعة من الإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر مصارف إلكترونية أو

مصارف أنترنت مرخص لها للقيام بهذه العملية ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق الكمبيوتر ومن خصائصها

ضمان الأمان وأكثر مصداقية للمتعاملين إضافة الى أنها مجموعة من العناصر كإختصار للزمن ووفرة

للجهد والتكلفة وسير في التعامل بفعل قابليته للتجزئة بفعل توزيع مبلغ مستند التحويل على أكثر من مستفيد

على غرار الشيك". (بن باير و بن كماله، 2011، صفحة7).

ثانيا/ أنواع التحويل المصرفي:

1- التحويل بين حسابين في مصرف واحد:

يقوم المصرف هنا بناء على طلب العميل بخصم مبلغ التحويل من حساب الأمر وقيدته في حساب المستفيد، إذ يكون في هذه الصورة لكل من الأمر والمستفيد حساب في المصرف ذاته، وقد يعود الحسابان للأمر بالتحويل لنفسه، إذ يقوم الأمر بإصدار أمر التحويل إلى المصرف بإجراء التحويل من أحد حساباته لدى المصرف إلى حساب آخر له في المصرف ذاته، حيث يقوم بطلب التحويل لمبلغ من النقود من أحد حساباته الدائنة لتغطية حساباته المدينة لدى المصرف وذلك لأن الحسابات المختلفة وإن كانت لشخص واحد فإنها تكون مستقلة عن بعضها البعض .

2- التحويل بين حسابين في مصرفين أو أكثر:

تكن هذه الصورة الأكثر إستعمالا في المعاملات الدولية، إذ لا يكون حساب الأمر والمستفيد في مصرف واحد على الأغلب، أي أن التحويل هنا ليس بسيطا كما في الصورة الأولى، وإنما قد يكون ثنائيا أو مركبا كما يطلق عليه بعض المختصين. فيكون ثنائيا إذا كان حساب كل من الأمر والمستفيد في مصرفين مختلفين أو فرعين لمصرف واحد إذا كان كل منهما استقلالا مالي. (البارودي وطه، 2001، صفحة 208).

وقد يكون الحسابان لشخص واحد أو لشخصين مختلفين، ويشترك المصرفان في شبكة الإتصالات الإلكترونية ذاتها، ففي هذه الحالة يستلزم الأمر تدخل مصرف المستفيد لتنفيذ التحويل، كونه مودعا لديه لإستقبال المبلغ المخصص للمستفيد وكيعلا عن مصرف الأمر، ويتم التنفيذ بإصدار مصرف الأمر أمرا بالتحويل والذي يستلزم بثه بوسيلة إلكترونية إلى مصرف المستفيد ليتعامل معه الكترونيا بقيد قيمته في الجانب الدائن للمستفيد مرة وفي الجانب المدين للمصرف المصدر مرة أخرى.(البارودي وطه، 2001، صفحة 208).

ثالثا/ كيف تتم عملية التحويل المالي الإلكتروني؟:

- 1- يوقع العميل نموذجا واحدا لمنفعة الجهة المستفيدة(مثلا تاجر).ويتيح هذا النموذج إقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين (يوميا، أسبوعيا، شهريا). ويختلف نموذج التحويل المالي الإلكتروني عن الشيك في أن صلاحيته تسري أكثر من عملية تحويل واحدة. وفي العادة، يتعامل البنك والعميل مع الوسطاء وظيفتهم توفير البرمجيات اللازمة، ويمكن إيجاد العديد منهم على الأنترنت.
- 2- يقوم العميل ببناء وإرسال لتحويل المال عن طريق المودم الى الوسيط.
- 3- يقوم الوسيط بتجميع التحويلات المالية وإرسالها الى دار المقاصة المالية التي بدورها ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني الى بنك العميل، ويقارن بنك العميل التحويل المالي برصيد العميل، وفي حال عدم التغطية الرصيد لقيمة التحويل المالي، يتم إرسال إشعار بعدم كفاية الرصيد إلى الوسيط ليقوم بدوره بإعادة الإشعار إلى العميل. أما إن كان الرصيد كافيا لتغطية قيمة التحويل المالي، فعندها يتم إقتطاع قيمة التحويل منه وتحويلها إلى حساب المستفيد في وقت السداد المحدد بالنموذج.(محمد،2009، فقرة4).

خلاصة الفصل الأول:

بالرغم من التطور الذي حصل في نظام الدفع إلا الهدف واحد وهو تسوية المعاملات المالية، غير أن نظام الدفع الحديث جاء ليحسن من عيوب نظام الدفع التقليدي الذي كان يحتاج الى جهد ووقت أكثر. ومع التطور الحاصل في التكنولوجيا المعلومات الاتصال قدمت المؤسسات المالية وسائل دفع جديدة إمتازت بسرعة في إتمام المعاملات، حيث لقت القبول من طرف الأفراد مما تم الإستغناء عن ما هو تقليدي والتوجه الى ما هو جديد والمتمثل في وسائل دفع حديثة والتي أخذت عدة أشكال (البطاقات الذكية، الشيكات الإلكترونية، النقد الإلكتروني، الكمبيالة الإلكترونية، المحافظ الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية للأموال)، وكل هذه الأدوات والوسائل ساعدة الأفراد على تغطية حاجياتهم بكل سرعة وأمان، كما ووفرت لهم الوقت والجهد.

الفصل الثاني

تمهيد:

لقد شهدت عملية التبادل التجاري تطورا سريعا وذلك بعد الانفجار الكبير في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وانفتاح دول العالم على بعضها البعض، فانتقلت عملية التبادل من مستواها محلي الضيق إلى مستوى خارجي أوسع ، حيث أنه من الغير الممكن لدولة ما أن تعيش بمعزل عن بقية الدول بغض النظر على مدى قدرتها في عزل نفسها. فأصبحت العملية التجارية تقوم على مبدئ كل ما وجدة الندرة يكون الاستيراد، وكل ما كان هنالك فائض يتم تصديره إلى الخارج، وذلك وفق لمجموعة من قواعد وقوانين تحكم هذه العملية.

ومنه سيتم التطرق في هذا الفصل إلى التعرف على التجارة الخارجية(مفهوم، الخصائص...الخ)، وإلى مجموعة السياسات التي تقوم عليها وتطوراتها في السنوات الأخيرة، وأخير النظريات المفسرة لها. وذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: الخلفية النظرية لتجارة الخارجية.

المبحث الثاني: النظريات المفسرة لتجارة الخارجية.

المبحث الأول: الخلفية النظرية لتجارة الخارجية.

تشكل التجارة الخارجية مسألة مركزية في العلاقات بين الدول، حيث أنها في الماضي كانت سببا من أسباب الحروب، أما اليوم فإنها تعد أهم أسباب التقارب بين الدول، فمن خلال هذا المبحث سيتم التعرف على التجارة الخارجية والسياسات التي تقوم عليها وكذلك إتجاهاتها الجديدة.

المطلب الأول: ماهية التجارة الخارجية.

تستولي التجارة الخارجية مكانة مهمة في العلاقات الاقتصادية لمختلف الدول، فهي تعتبر أداة لتحريك عجلة التنمية الاقتصادية والإنتفاع على العالم الخارجي، ومن أجل تبيان ماهية التجارة الخارجية، فإن ذلك يتطلب توضيح مفهوم التجارة الخارجية وأسباب قيامها، وأهم العوامل المؤثرة فيها.

أولا/ مفهوم التجارة الخارجية:

يمكن تعريف التجارة الخارجية بأنها " عملية إنتقال السلع والخدمات بين الدول والتي تنظم من خلال مجموعة من السياسات والقوانين والأنظمة التي تعقد بين الدول". (الزبون، 2015، صفحة 9).

ويعد هذا التعريف ، وبالمفهوم الواسع والأنسب لمصطلح ((التجارة الدولية))، خاصة في وقتنا الحالي مع تطور العلاقات التجارية الدولية، إذ أصبح التبادل الدولي يشمل على حركات السلع والخدمات، والهجرة الدولية والمعونات الاقتصادية، وحركات رؤوس الأموال في شكل إستثمارات مباشرة وظاهرة الشركات متعددة الجنسيات. (بن عبد العزيز، 2013، صفحة 170).

ثانيا /أهمية التجارة الخارجية:

تعد التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع لما لها من أهمية تتمثل فيما يلي:

1- ربط الدول والمجتمعات مع بعضها البعض زيادة على إعتبارها أداة لتصرف فائض الإنتاج عن حاجة السوق المحلية. (الأشر، 2017، صفحة 5).

- 2- تحقيق المكاسب على أساس الحصول على سلع تكلفتها أقل مما لو تم إنتاجها محليا.
- 3- التجارة الدولية تؤدي الى زيادة الدخل القومي اعتمادا على التخصص والتقسيم الدولي للعمل .
- 4- نقل التكنولوجيات والمعلومات الأساسية التي تفيد في بناء الإقتصاديات المتينة وتعزيز عملية التنمية الشاملة.
- 5- تحقيق التوازن في السوق الداخلية نتيجة تحقيق التوازن بين كميات العرض والطلب.
- 6- العولمة السياسية التي تسعى لإزالة الحدود وتقصير المسافات والتي تحاول أن تجعل العالم بمثابة قرية جديدة. (الأشقر، 2017، صفحة 5).

ثالثا/ أسباب قيام التجارة الخارجية:

- يرجع تفسير أسباب قيام التجارة الخارجية إلى السبب الرئيسي المتمثل في جذور المشكلة الاقتصادية، وذلك بسبب محدودية الموارد قياسا بالإستخدامات المختلفة لها في إشباع الحاجات الإنسانية المتجددة والمتزايدة إلى جانب الإستغلال الأمثل للموارد الموجودة، إضافة الى أسباب أخرى أهمها الآتي:
- 1- عدم التوزيع المتكافئ لعناصر الإنتاج بين دول العالم المختلفة، مما يتيح عنه عدم قدرة الدولة على تحقيق الإكتفاء الذاتي من السلع المنتجة محليا.
 - تفاوت تكاليف وأسعار عوامل الإنتاج والأسعار المحلية لكل دولة مما يؤدي إلى إنخفاض تكاليف الإنتاج للسلعة في دولة ما، مقارنة بإرتفاع هذه التكاليف لإنتاج نفس السلعة في دولة ما.
 - 2- الفائض في الإنتاج المحلي، مما يتطلب البحث عن أسواق خارجية لتسويقه.
 - 3- السعي إلى زيادة الدخل الوطني، اعتمادا على الدخل المحقق من التجارة الخارجية.
 - 4- إختلاف الميول والأذواق الناتجة عن التفضيل النوعي للسلعة ذات المواصفات العالمية.
 - 5- إختلاف مستوى التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج من دولة لأخرى، مما ينتج عنه تفاوت الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية، وأيضا إختلاف ميول أذواق المستهلكين وتفضيلهم لبعض السلع والخدمات دون غيرها.
- (عابي، 2019، الصفحات 6-7).

رابعاً/ العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية:

هنالك عدة عوامل من شأنها التأثير على التجارة الدولية سواء كان في الدول المتقدمة أو النامية، ومن أهم

هذه العوامل نميز:

1- إنتقال الأيدي العاملة:

- تفاوت الأجور من دولة لأخرى: والذي يرجع إلى تفاوت المستوى الاقتصادي بين الدول.
- الندرة النسبية والندرة المطلقة للعمالة.
- إختلاف درجة المهارة على مستوى العالمي بالنسبة للأيدي العاملة.
- تفاوت مستوى المعيشة والحضارة، مثلاً هجرة الفلاحين من أجل تحقيق أموال.

2- رأس المال:

- سعر الفائدة الحقيقي: إنتقال الأموال يكون تبعاً لمعدل الفائدة المرتفع.
- سعر الخصم: إذا كانت نسبة الخصم منخفضة فإنها تكون مشجعة لإنتقال رؤوس الأموال.
- سعر الصرف: رأس المال الذي ترتفع قيمة عملته عالمياً يكثر عليه الطلب من الدول الأخرى ويزيد حجم التبادل، والحوافز على الإستثمار في هذه البلدان.

3- التكنولوجيات:

- إن اختراع آلات جديدة تساهم في الإنتاج والتغلب على مشاكل نقص الأيدي العاملة يوفر الجهد، التكاليف، الوقت والجودة مما يؤثر على التبادل التجاري.
- إضافة إلى هذه العوامل نجد أن ظهور الدول الحديثة، التجمعات الجهوية والمنظمات الدولية، الإنفتاح الإقتصادي، كلها عوامل أثرت على التجارة الدولية. (زير، 2011، صفحة 8).

المطلب الثاني: سياسات التجارة الخارجية.

يقصد بالسياسة التجارية في مجال العلاقات الاقتصادية الدولية "مجموعة الوسائل التي تلجأ إليها الدولة في تجارتها الخارجية بقصد تحقيق أهداف معينة، والهدف الرئيسي الذي ترمي إليه عادة هو تنمية الإقتصاد القومي إلى أقصى حد ممكن، وقد ترمي إلى تحقيق أهداف أخرى فرعية مثل تحقيق التوظيف الكامل، الإكتفاء الذاتي، تثبيت سعر الصرف وإقرار التوازن في ميزان المدفوعات".

أولا/تعريف:

ويمكن تعريف السياسة التجارية على أنها: "مجموعة الإجراءات التي تطبقها السلطات ذات السيادة في مجال التجارة الخارجية تحقيقاً لأهداف معينة". (شتاتحة ، 2015 ، صفحة9).

ثانيا/ أهداف سياسات التجارة الخارجية:

إن تطبيق الدولة لأي سياسة تجارية، هو بالأساس من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف، تتمثل في:

- العمل على إصلاح العجز في ميزان المدفوعات وإعادةه إلى التوازن.
- زيادة المواد المالية للدولة، وإستخدامها في تمويل النفقات العامة لها. حماية الإقتصاد الوطني من سياسة الإغراق التي تتبعها بعض الدول.
- حماية مصالح بعض الفئات الاجتماعية، كالمزارعين والمنتجين الصغار، أو منتجي السلع التي تمثل أهمية حيوية للمجتمع.
- إعادة توزيع الدخل الوطني بين فئات المختلفة للمجتمع.
- توفير أكبر قدر من الإستقلال، وتوفير الأمن في الدولة من الناحية الاقتصادية والغذائية والعسكرية. تأمين الإكتفاء الذاتي، وخصوصا الأمن الغذائي.
- العمل على توفير احتياجات الدولة من مصادر الطاقة وغيرها من السلع الإستراتيجية خصوصا في فترات الأزمات.(لوصيف، 2014، صفحة16-17).

ثالثا/ مذاهب سياسات التجارة الخارجية:

1- **مذهب الحماية التجارية:** تتمثل سياسة الحماية في قيام الحكومة بتقييد حرية التجارة مع الدول الأخرى

بإتباع بعض الأساليب كفرض رسوم جمركية على الواردات، أو وضع حد أقصى لحصة الواردات خلال

فترة زمنية معينة، مما يوفر نوعا من الحماية للأنشطة المحلية من منافسة المنتجات الأجنبية.

يستند أنصار مذهب الحماية التجارية إلى حجج اقتصادية وحجج غير إقتصادية، وذلك أن الإعتبارات

الإقتصادية ليست المعيار الوحيد الذي تستند إليه الدولة في تقييد التجارة الخارجية أو تحريرها، فكانت

كالتالي:

أ- **الحجج الاقتصادية:** تكمن الحجج الاقتصادية في النقاط التالية:

- **حجة حماية الصناعة الناشئة:** تفرض الحماية للصناعات الناشئة على أساس أن نفقة الانتاج الحدية للسلعة

التي تنتجها هذه الصناعة تكون مرتفعة نسبيا في البداية، فهي لن تستطيع منافسة الصناعات الأجنبية التي

تنتج سلع مماثلة.

- **توازن ميزان المدفوعات وتحسين معدل التبادل الدولي:** يمكن لدولة أن تستفيد من الحماية التجارية لتحقيق

التوازن في ميزان التجاري، وبالتالي توازن ميزان المدفوعات وتحسين معدل التبادل الدولي من خلال فرض

قيود على الواردات (رسوم الجمركية مثلا)، والأثر الكمي لتقييد الواردات (الحصص والاعانات).

- **الحصول على الإيرادات للخزينة العامة:** يمكن للعوائق والقيود على التجارة الدولية أن تمول جزءا كبيرا من

نشاط الدولة، مما يؤدي إلى تخفيض العبء الضريبي الداخلي، كفرض مرتفع لرسوم الجمركية، ليؤدي إلى

زيادة موارد الدولة وإستخدامها في النفقات العامة. (سلطاني، 2013، صفحة 59).

- حماية الاقتصاد المحلي من خطر الإغراق: الإغراق هو بيع السلع بسعر يقل عن تكاليف الانتاج في الأسواق الاجنبية، وبيع تلك السلع في الأسواق المحلية بأسعار مرتفعة تغطي تلك الخسارة المحققة في الأسواق الأجنبية، لذلك فهي وسيلة غير مباشرة لكسب الأسواق الخارجية على حساب المنتجين سواء المحليين أو الأجبيين.

ب- الحجج الغير الاقتصادية: يقصد بها مجموعة الحجج التي تتسم بالصعوبة في قياسها أو إعطاءها وزنا ماديا، والتي تساق لتبرير تدخل الدولة في التجارة الدولية، والتي تكمن في النقاط التالية:

- دعم الأمن القومي: هناك منتجات معينة ذات أهمية إستراتيجية لدعم الأمن القومي والقوة العسكرية، فتكون من الصعب على منتجين لهذه السلع البقاء دون حماية. لذلك من الضروري حماية هذه السلع، فخشى أنصار الحماية أن يؤدي إعتقاد الدول على العالم الخارجي في الحصول على بعض السلع الإستراتيجية (معدات الدفاع او الغذاء)، إلى تهديد إستقلال الدولة.

- الحفاظ على الشخصية القومية: مما لاشك فيه، أن إفتتاح الدولة على العالم الخارجي نتيجة التجارة، يساعد على سرعة إنتشار العادات والتقاليد الثقافية والقيم العفائدية، لذلك تقتضي مصلحة الدولة تقييد التجارة مع العالم الخارجي، حماية لشخصيتها القومية خوفا من إندثارها. (سلطاني، 2013، صفحة 60).

2- مذهب الحرية التجارية: تعرف سياسة حرية التجارة بأنها " سياسة التي تتبعها الدول والحكومات عندما لا تتدخل في التجارة بين الدول من خلال التعريفات الجمركية والحصص والوسائل الأخرى ومن هنا نستنتج أن سياسة الحرية تتركز على ضرورة إزالة كل العقبات أو القيود المفروضة على تدفق السلع عبر الحدود سواء كانت صادرات أو واردات. (شيخي، 2012، صفحة 42).

يستند أنصار مذهب الحرية التجارية على عدة حجج أهمها:

- منافع التخصص وتقييم العمل الدولي: يؤكد أنصار الحرية التجارية أن التبادل التجاري الحر الواسع بين العديد من الدول المختلفة يؤدي إلى إتساع نطاق الأسواق العالمية، التي تساعد على التخصص وتقسيم العمل الدولي المبني على أساس إختلاف النفقات النسبية والظروف الطبيعية والتاريخية للسلع المناسبة للإنتاج.
- منافع المنافسة: مناخ المنافسة يساعد على الارتفاع لمستوى الإنتاجية، كذلك تزيد الرفاهية الإقتصادية للمستهلك لأن له الفرص لإختيار السلع التي تشبع رغباته وبأحسن نوعية وبأرخص الأسعار، فالتبادل الحر يسمح لأي دولة الحصول على منتجات بكميات أكبر مما تستطيع إنتاجها بنفسها من ناحية مستوى الإنتاجية.
- الحرية تشجع التقدم الفني: تؤدي الحرية الى تنافس الدول في إنتاج السلع، مما يؤدي إلى تحسين وسائل الإنتاج وتشجيع التقدم الفني، وبالتالي يضمن للعالم جودة المنتجات وبأسعار أقل. كما يعمل المنتج على تطوير إنتاجه ويستفيد المستهلك في النهاية من المنافسة القائمة بين المنتجين، ويتاح إنتقال التكنولوجيا دون عوائق.
- الحماائية تؤدي الى سياسة افقار العالم: تعتبر هذه الحجية من بين أحدث الحجج الاقتصادية التي تؤيد سياسة الحرية التجارية، وأساس سياسة عدم إفقار الغير أي أن الرسوم الجمركية تدعوا إلى إضعاف التجارة بوجه عام. (عابي، 2019، صفحة61).

رابعا/ الأدوات والأساليب المستخدمة في تحقيق أهداف السياسات التجارية:

تلجأ الدولة لتحقيق أهداف السياسة التجارية مستعملة عدة أدوات ويمكن تقسيمها الى أدوات سعرية وكمية

وأخرى تنظيمية تتمثل في:

1- الأدوات السعرية:

أ- الرسوم الجمركية: تعتبر الرسوم الجمركية إحدى السياسات المهمة التي تلجأ إليها الدول في تطوير سياستها الخارجية إما كونها سياسية تنظيمية أو إقتصادية. والرسوم الجمركية هي الضريبة التي تفرضها الدولة على السلع وقد تكون تلك الرسوم على الواردات أو الصادرات، إلا أنها في أغلب الأحيان تكون على الواردات بهدف الحفاظ على المنتجات المحلية.

ب- إعانات التصدير: يقصد بها كأحد الأدوات السياسة التجارية أي تلك المساعدات والمزايا النقدية المباشرة وغير المباشرة كالإعفاء من الضرائب أو تخفيض تكلفة السلع المعدة للتصدير التي تقدمها الدولة للمصدرين حتى يتمكنوا من تصدير سلع معينة من أجل كسب أسواق في الخارج وكذا الإجراءات التي يكون الغرض منها تشجيع المصدرين المحليين على مزاولة نشاطهم الأسواق العالمية.

وتكون الإعانات مباشرة تتمثل في مبلغ نقدي يحسب على أساس القيمة أو النوع أو قد تكون غير مباشرة كالإعفاء من الضرائب أو الإستثناء من بعضها أو خفض نسبتها أو إعادة ما دفع منها أو تحمل التكاليف أو جزء منها المترتبة عن الإشتراك في المعارض الدولية.(حمشة، 2013، الصفحات 22-31).

ت- نظام الإغراق: تعرف المادة الثانية من إتفاق مكافحة الإغراق ضمن إتفاقيات المنظمة العالمية للتجارة على أنه: " يعتبر منتج ما مغرق إذا أدخل في تجارة بلد ما بأقل من قيمته العادية، إذا كان سعر تصدير المنتج المصدر من بلد الى آخر أقل من السعر المماثل في مجرى التجارة العادية للمنتج المشابه حين يوجه للإستهلاك في البلد المصدر". (لعجال وبرايك، 2018، صفحة 206).

2- الأدوات الكمية:

أ- نظام الحصص: يتم بمقتضى نظام الحصص تحديد الكميات التي يمكن استيرادها من سلعة خلال مدة معينة، بحيث لا يسمح باستيراد تلك السلعة الا في حدود الكمية المحددة، فالدولة فيه تحدد كمية معينة لا يجوز استيراد كمية اكبر منها، ويكون تطبيقه على الاستيراد هو أكثر شيوعاً. (حفاف، 2009، صفحة 44).

ب- الحظر (المنع): المقصود بالحظر أو المنع أن الدولة تحظر التعامل التجاري مع الخارج، ومن هنا تبين أن الحظر قد يقع على الواردات فقط أو على الصادرات فقط أو على كليهما، وعندئذ قد يكون الحظر على جميع السلع وعلى جميع البلدان، وقد يكون جزئياً على بعض السلع أو على بعض البلدان، وهو يعتبر خطراً على التجارة الخارجية. حيث نجد نوعان من الحظر، هما حظر كلي وحظر جزئي.

ت- تراخيص الإستيراد: عادة ما يكون تطبيق نظام الحصص مقترناً ومكملاً بما يعرف بنظام تراخيص الاستيراد. ويتحصل هذا النظام في عدم سماح بإستيراد بعض السلع إلا بعد الحصول على ترخيص، إذن سابق من الجهة الإدارية المختصة بذلك، وقد يكون الغرض من هذا النظام تحديد حصة من سلعة معينة دون الإعلان عنها، وقد يستعمل أيضاً لحماية الإنتاج المحلي من الواردات بعض الدول فيفرض الترخيص متى كان خاصاً بالمنتجات غير مرغوب فيه. (شتاتحة، 2015، صفحة 20).

3- الأساليب والوسائل التنظيمية:

أ- المعاهدات التجارية: تعرف على أنها إتفاق تعقده الدولة مع غيرها من الدول من خلال أجهزتها الدبلوماسية، بغرض تنظيم العلاقات التجارية فيما بينها سواء في المجال السياسي أو الاقتصادي أو التجاري، يتم التوصل إليها بأساليب دبلوماسية لتنظيم التبادل التجاري بين دولتين أو أكثر.

ب- الإتفاقات التجارية: تتميز عن المعاهدات على أنها إتفاقات قصيرة الأجل ، كما تتسم بأنها تشمل قوائم السلع المتبادلة وكيفية تبادلها ، والمزايا الممنوحة على نحو متبادل فهي ذات طابع إجرائي وتنفيذي في إطار المعاهدات التي تضع المبادئ العامة. (سلطاني، 2013، صفحة 78).

ت- إتفاقات الدفع: عادة ما تكون مقترنة بالإتفاقات التجارية، وقد تكون منفصلة عنها، وتتطوي على تنظيم كيفية تسوية الحقوق والإلتزامات المالية بين دولتين، لذلك يغلب على بنودها مسائل كتحديد عملة التعامل، كيفية تسوية الإلتزامات أي من خلال فتح حساب العملات المحلية أو الدولية، تحديد سعر، تحديد العمليات الداخلة في التبادل (بن هدي، 2013، صفحة30).

ث- التكتلات الإقتصادية: تقوم التكتلات الإقتصادية على فكرة التكامل الإقتصادي، التي تعرف بأنها عملية سياسية وإقتصادية وإجتماعية، تتم من خلالها إقامة علاقة متكافئة للإيجاد مصالح إقتصادية متبادلة، وذلك لتحقيق درجة أكبر من التداخل بين هياكلها الإقتصادية والإجتماعية للوصول الى معدلات مرتفعة من النمو الاقتصادي والرفاهية الإقتصادية.(حملوي، 2017، صفحة76).

المطلب الثالث: الإتجاهات الجديدة لتجارة الخارجية.

أولا/النظام التجاري الدولي الجديد:

شهد الاقتصاد العالمي منذ بداية التسعينات إتجاه نحو تكوين الكتل الإقتصادية وإنشاء مناطق للتجارة الحرة والغطادات الجمركية، تسارع هذا الإتجاه مع إعلان برامج إنشاء السوق الأوربية المشتركة الموحدة سنة1992، وإنشاء سوق حرة بأمريكا الشمالية سنة1989 ضمت الولايات المتحدة وكندا والمكسيك أخيرا، وبذلك أصبحت الكتل التجارية الإقليمية تتقلد دور المحرك لتنمية التجارة الخارجية، حيث تبين الإحصائيات أن حصة التجارة الخارجية لأهم التجمعات الإقليمية في قيمة التجارة العالمية لعام 1989 بلغت 96%.

ولقد رافقت ظاهرة التكتلات، تزايد وتيرة التقدم التقني وتنظيم الإقتصاد الدولي، والذي ساعدا على إمكانية التخصص الجزئي في الفرع الواحد. (زير، 2011، صفحة210).

فأصبحت أجزاء منفردة من فروع الإنتاج هدفا لتخصص بدل هذه الفروع بالكامل، كما أتاحت تحقيق هذه الإمكانية إلى حد كبير بفضل عامل التنظيم الدولي للإقتصاد الذي عرف قفزة نوعية في تطور التعاون الإنتاجي الدولي، وتطورت بشكل لم يسبق لها مثيل، فأصبحت الدول المتطورة تعتمد أكثر فأكثر على بعضها البعض وعلى بعض الدول النامية، لأن الإتجاهات المعاصرة في التخصص أدت الى إدماج وثيق للإقتصاديات الوطنية بصورة مباشرة في عملية الإنتاج وبالتالي فقدت إستقلاليتها. (زير، 2011، صفحة 211).

كما أصبح التبادل بين الدول المتقدمة يمثل $2/3$ تجارة السلع الصناعية، أما صادراتها من هذه السلع لدول النامية بلغ $1/4$ من إجمالي التبادل الجاري، مما نتج عنه استيلاء الدول الرأس مالية وإحتكاراتها على أهم ميادين التجارة الدولية. عن طريق سيطرتها على ميادين الإنتاج التي أصبحت تخلق مزايا نسبية جديدة بفضل زيادة وتيرة التقدم التكنولوجي، بينما لم يبقى أمام البلدان النامية إلا أن ترضى بإمكانيات مشكوك فيها لتنمية من خلال النمو الكمي في صادرات المواد الخام، وهو المجال الذي لم يمسه التقدم التكنولوجي إلا قليلا.

فهكذا تظهر معالم جديدة لتقسيم العمل بين الشمال والجنوب، مبني على مزايا النسبية للصناعات ذات الإستعمال المكثف لليد العاملة الرخيصة الموجودة بالدول النامية والصناعات ذات التكنولوجيات العالية والإستعمال المكثف لرؤوس الأموال الموجودة بالدول المتقدمة. (زير، 2011، صفحة 211).

وفي سنة 2017 بلغ حجم التبادل التجاري بين دول العام نحو 35.4 تريليون دولار، حيث بلغت قيمة الواردات السلعية لدول العالم نحو 17.8 تريليون دولار، أما قيمة الصادرات العالمية فقد وصلت نحو 17.6 تريليون دولار. (الغربي، 2018، فقرة 1).

ثانيا/النظام التجاري الجديد والدول النامية:

إن العديد من المهتمين بالشأن لتنموي في دول الجنوب يحرضون على الرفض ويدعون الى بديل يعتقدون أنه الأجدر للدول النامية وشعوبها، وهو زياد مستوى التنسيق والتعاون بين هذه الدول وتكتيلها إن أمكن لمواجهة الوقائع الجديدة في الإقتصاد العالمي بهدف تعديلها أو التأثير فيها على الأقل لمصلحة الجنوب، وعلى الرغم من الجاذبية النظرية لهذا الخيار، إلا أن إمكانية تطبيقه في الواقع يواجهها العديد من الصعاب والعقبات منها:

- 1- القدرات الإقتصادية المحدودة لدول الجنوب في وضعها الراهن، فعلى الرغم من أنه تحت عنوان الجنوب يقصد مجموعة كبيرة من الدول يزيد عدد سكانها 80% من سكان العالم إلا أنها لا تساهم في الدخل العالمي بأكثر من حوالي 20% ويقدر نصيبها من سوق الصادرات العالمية بـ 24.4% ويعيش فيها أكثر من مليار نسمة تحت خط الفقر كما أن نصيبها في صنع التطور العلمي والتقدم التكنولوجي متواضع يكاد لا يذكر على المستوى العالمي.
- 2- فالوطن -على سبيل المثال- يعتبر من المناطق الهامة والغنية في نصف الكرة الجنوبية ومع ذلك فالإحصائيات توحى بأن مساهمة الإقتصاديات العربية في النشاط الإقتصادي العالمي مازالت متواضعة ومحدودة.(البيانات السابقة أوائل التسعينات).
- 3- تدني مستوى الإدارة لدى دوائر صنع القرار في هذه الدول لتطوير مستوى التعاون والتنسيق فيما بينها من ناحية ولمواجهة النظام الاقتصادي العالمي من ناحية أخرى، فواقع وعمل المنظمات والتكتلات الإقليمية والدولية الخاصة بالجنوب مجموعة 77، مجموعة دول عدم الإنحياز، منظمة الوحدة الإفريقية، الجامعة العربية، التكتلات الإقليمية العربية...، شواهد حية على ذلك (حشماوي، 2006، الصفحات 264- 265).

ثالثا/العلاقة بين التجارة الخارجية والبيئة:

بدأ الاهتمام بموضوع التجارة والبيئة وعلاقتها بالتنمية المستدامة يتزايد في التسعينات من القرن الماضي، وكانت هناك مقترحات لتضمين موضوعات البيئة في مفاوضات جولة الأورغواي، إلا أن هذه المقترحات لم تحظ بالموافقة الكافية، وأنشأت عوضا عن ذلك لجنة خاصة في منظمة التجارة العالمية تعني بموضوعات البيئة، إسمها " لجنة التجارة والبيئة" وتهدف هذه اللجنة إلى جعل السياسات التجارية والبيئية تتماشى مع بعضها البعض. وتنشأ العلاقة بين التجارة والبيئة من خلال أن التجارة هي في الأساس عملية تبادل للسلع والخدمات بسبل مختلفة بين الأفراد، والمجموعات، والأقاليم، والدول، وهي لذلك ترتبط بالإنتاج الذي يتأثر بالمواد الطبيعية والبيئية ويؤثر فيها. (مرفت تلاوي، 2003، صفحة3).

ولا يعني تشابك العلاقة بين التجارة والبيئة وتعقيدها بالضرورة أن يكون تحرير التجارة في حد ذاته السبب الرئيسي للمشاكل البيئية.

فلا شك أن تحرير التجارة يؤدي إلى تزايد النمو الإقتصادي، وإستخدام تكنولوجيات متطورة، قد يؤثر سلبيا على البيئة ويزيد مشكلتها. لكن ذلك ليس إلا جانبا واحدا من المسألة. فالعلاقة بين البيئة والتجارة علاقة ترابطية، إذ تعتمد الأنشطة الإقتصادية كافة على البيئة، التي هي أساس كل المواد الأولية التي تدخل في الإنتاج، مثل الغابات، الأسماك...، كما أن النفايات الناتجة عن الأنشطة الإقتصادية تؤثر في البيئة. وعلى الجانب الأخر تتأثر التجارة بالمخاوف المتعلقة بالبيئة، إذ أن حركة التجارة الدولية تتأثر بقواعد السوق التي تنادي بمنتجات نظيفة أو صديقة للبيئة. (مرفت تلاوي، 2003، صفحة4).

المبحث الثاني: النظريات المفسرة لتجارة الخارجية.

تميزت العلاقات الإقتصادية الدولية بتعدد المذاهب مما ساهم في ظهور العديد من النظريات التي كان لها وقع كبير على حركة التجارة نظرا لتأثير المباشر لتجارة على الإنتاج، تخصيص الموارد ومعدلات النمو، وتعد هذه العناصر بمثابة نقطة إرتكاز لظهور أفكار التجاربيين. من خلال هذا المبحث سيتم التعرف إلى أهم النظريات المفسرة لتجارة الخارجية.

المطلب الأول: النظرية الكلاسيكية.

كانت هناك عناية كبيرة بنظريات التجارة الخارجية من قبل رجال الفكر الإداري والإقتصادي منذ القدم لإيمانهم أن التجارة الداخلية يمكن من خلالها إنتقال عناصر الانتاج داخل الدولة دون أية عراقيل ويرون أن تكلفة السلعة تحدد من خلال العمل المبذول فيها والتي من خلالها يمكن إنتاج السلع، وكلما زاد العمل زاد العرض على السلع وقل الطلب وتنخفض الأسعار، أما العناصر التي تتكون منها السلعة المنتجة فقد إرتفعت أسعارها بسبب الطلب عليها في عمليات الإنتاج ومن ثم يزيد العرض وينقص حتى تصل إلى حالة توازن. وهذا ما قامت عليه النظرية الكلاسيكية ، فلقد كانت هذه الأخيرة نقطة البداية في التجارة الخارجية وأن عمليات التبادل الخارجي للسلع يعود بالفوائد على الدولة من حيث قدرتها على تحديد السلع الدخلة في عمليات التجارة الخارجية، وكذلك تحديد نسب التبادل من السلع وعناصر الانتاج.(الزبون، 2015، صفحة74-74)

وقسمت هذه النظرية الكلاسيكية إلى ثلاثة نظريات تمثلت في:

أولا/ نظرية النفقات المطلقة "أدم سميث": من رواد هذه النظرية نجد المفكر الإقتصادي "أدم سميث"، يعتمد هذا الأخير في تفسيره على وجوب وجود التبادل الدولي من أجل عدم إعاقة تقسيم العمل، حيث أن هذا الأخير ناتج عن إتساع نطاق السوق. (طالب، 2015، صفحة5).

وبالتالي يسمح لكل دولة أن تتخصص في إنتاج السلع التي تكون لها ميزة مطلقة في إنتاجها وبالتالي تقوم بتبادل فائضها الإنتاجي الناتج عن إستهلاكها مع فائض إنتاج دولة أخرى لها ميزة مطلقة، بالإضافة الى ذلك فإن زيادة إنتاجية العمل يسمح بزيادة وزن نمو رأس المال، والعامل الوحيد الذي يدخل في تحديد نفقة الإنتاج اللازمة لإنتاج السلعة هو العمل، وأن الربح لكل دولة متبادلة غير مرتبطة بالحصول على الفائض في الإنتاج. (طالب، 2015، صفحة5).

ويمكن إستخلاص بعض الحقائق من خلال تحليل نظرية أدم سميث في النفقات المطلقة في ما يلي:

- تعتبر نظرية أدم سميث في التجارة الخارجية إمتدادا لنظريته في التجارة الداخلية حيث يقر أن كلا من التجاريتين تؤديان إلى إتساع دائرة السوق أمام المنتجات الي تتخصص فيها الدولة وفقا لقاعدة النفقات المطلقة.
- تعود التجارة الخارجية بالفائدة على كافة الدول أطراف التبادل الدولي حيث أن الفائدة التي تعود من إتساع نطاق السوق وزيادة تقسيم العمل تعم كافة الدول المشتركة في التبادل الدولي.
- زيادة كمية أحد موارد الثروة هو الأثر الجوهري لقيام التجارة الخارجية، هذا في نفس الوقت الذي يشكل أثر هذه التجارة على التوزيع الأمثل لعناصر الإنتاج على الاستخدامات المختلفة أثرا ثانويا.
- يؤدي تخصص الأفراد في دولة ما في صنع أنواع معينة من المنتجات الي إكسابهم ميزة مطلقة أحيانا بحيث يجعل تكاليف صنع تلك المنتجات متدنية بالمقارنة مع تكاليف في البلدان الأخرى. (طالب،2015، الصفحات6-7).

❖ شرح نظرية النفقات المطلقة:

سنتطرق الآن إلى مثال عددي للميزة المطلقة والذي يساعدنا على بناء هيكل مرجعي لعرض النظرية الأصعب حول الميزة النسبية في الفرع المقبل.

يظهر الجدول 1 أن ساعة عمل تنتج (06 وحدات) من القمح في الولايات المتحدة لكن 01 وحدة فقط في المملكة المتحدة. من جهة أخرى، ساعة عمل واحدة تنتج (05 وحدات) من القماش في المملكة المتحدة مقابل 04 وحدات في الولايات المتحدة الأمريكية، وبالتالي الولايات المتحدة أكثر كفاءة من أو لديها ميزة مطلقة على المملكة المتحدة في إنتاج القمح، بينما المملكة المتحدة أكثر كفاءة أو لديها ميزة مطلقة على الولايات المتحدة في إنتاج القماش. (سدي، 2015، صفحة 34).

الجدول رقم(01): الميزة المطلقة

المملكة المتحدة	الولايات المتحدة
01	06
05	04

القمح (قنطا/سا)

القماش (قنطار/سا)

المصدر: (سدي علي، دروس في نظريات التجارة الدولية، صفحة 34).

مع وجود التبادل التجاري على الولايات المتحدة أن تخصص في إنتاج القمح وتقوم بمبادلة جزء منه مع القماش البريطاني والعكس صحيح بالنسبة للمملكة المتحدة.

إذا قامت الولايات المتحدة بمبادلة (06 وحدات) من القمح (6W) مقابل (06 وحدات) من القماش البريطاني (6C) تكسب الولايات المتحدة (2C) أو توفر 1/2 ساعة أو 30 دقيقة من وقت العمل [لأن الولايات المتحدة يمكنها مبادلة 6W مقابل 4C فقط محليا]. (سدي، 2015، صفحة 35).

بالمثل فإن 6W التي تحصل عليها المملكة المتحدة من الولايات المتحدة تساوي أو تتطلب 06 ساعات عمل ليتم إنتاجها في المملكة المتحدة، وهذه الساعات الستة نفسها يمكنها أن تنتج 30C في المملكة المتحدة] 06 ساعات عمل مضروبة x 5C لكل ساعة] من خلال قدرتها تبادل 6C [التي تتطلب أكثر بقليل من ساعة عمل لإنتاجها في المملكة المتحدة] مقابل 6W مع الولايات المتحدة، تكسب المملكة المتحدة 24C او توفر تقريبا 05 ساعات.

حقيقة أن المملكة المتحدة تكسب أكثر من الولايات المتحدة ليس مهما هنا، ما هو مهم هو أن كلا الدولتين يمكنها الربح (الكسب) من التخصص في الإنتاج والتبادل التجاري . (سدي، 2015، صفحة 35). مع ذلك فإن الميزة المطلقة لا تفسر سوى جزءا صغيرا جدا من التجارة العالمية اليوم كبعض التبادلات التجارية بين الدول المتطورة والدول النامية. أغلب التجارة العالمية، خاصة التجارة بين الدول المتطورة لا يمكن تفسيرها بالميزة المطلقة، ويعود التفسير الفعلي لأسس ومكاسب التجارة لدفيد ريكاردوا بواسطة قانونه حول الميزة النسبية. في الواقع لا تمثل الميزة المطلقة سوى حالة خاصة من الأوسع للميزة النسبية.(سدي، 2015، صفحة 36).

ثانيا/ نظرية القيم الدولية " جون ستيوارت ميل":

واضع هذه النظرية هو جون ستيوارت ميل عام 1848م وتتمثل الفكرة الأساسية لنظرية القيم الدولية في أن نسبة التبادل الدولي التي تسود السوق الدولية تتوقف على الطلب المتبادل من الدولتين. ويرى جون ستيوارت أنه كلما زادت شدة الطلب للدولة (أ) على سلعة (ب) كانت نسبة التبادل في مصلحة الدولة (ب) وبذلك تعود الفائدة التي تحصل عليها كل دولة، وذلك في ظل المنافسة الحرة وعدم وجود إتفاقيات بين المنتجين. (الحنيطي، الرزقان وآخرون، 2015، صفحة 76).

والحقيقة أنه كلما زادت مرونة طلب الدولة (أ) على سلعة الدولة (ب) فإن ذلك يؤدي إلى زيادة واردات الدولة (أ) في حال انخفاض سعر السلعة والعكس صحيح، وإذا كان السعر يميل دائما نحو الإنخفاض نتيجة الاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير وإدخال تحسينات، ونتيجة الوفورات في تكاليف النقل، فإن الطلب المرن للدولة يزداد بنسبة كبيرة، وقد تؤدي هذه الوفورات إلى إختلال ميزان المدفوعات الدولية للدولة المستوردة وبالتالي خروج الذهب من الدولة المستوردة (أ) إلى الدولة (ب).

الإفتراضات التي تقوم عليها هاتها النظرية :

- عند القيام التجارة بين دولتين على سلعتين فان القيم الكلية لطلب الدولة الأولى على السلعة التي تنتجها الدولة الثانية ستتساوى مع قيمة الكلية لطلب الدولة الثانية على السلعة التي تنتجها الدولة الأولى.
- ما دمنا لا نستطيع تقرير قاعدة عامة لأذواق وحاجات المستهلكين فإننا لا نستطيع التخمين، عند أي نسبة يمكن تبادل سلعتين وبما أننا نعرف الحد الأعلى والحد الأدنى لنسبة التبادل " نسبتي تكاليف الإنتاج في كل من الدولتين " فإن المنفعة من التجارة بين دولتين يمكن أن تقسم بينهما بنسب عديدة.
- سيعتمد موقع معدلات (نسب) التبادل على الطلب المتبادل في كلتي الدولتين، وكذلك على مونة هذا الطلب، إذا كان طلب إحدى الدولتين على السلعة التي تنتجها الدولة الثانية كبيرا، في حين أن طلب الدولة الثانية التي تنتجها الدولة الأولى " عند السعر نفسه" قليلا فستميل شروط التجارة الدولية لمصلحة الدولة الثانية.
- وبمعنى آخر فإن الدولة ذات الطلب غير مرن تعود عليها الفائدة الأكبر في التجارة الدولية، أما الدولة ذات الطلب المرن فتعود عليها فائدة أقل. (الحنيطي، الرزقان وآخرون، 2015، صفحة 77).

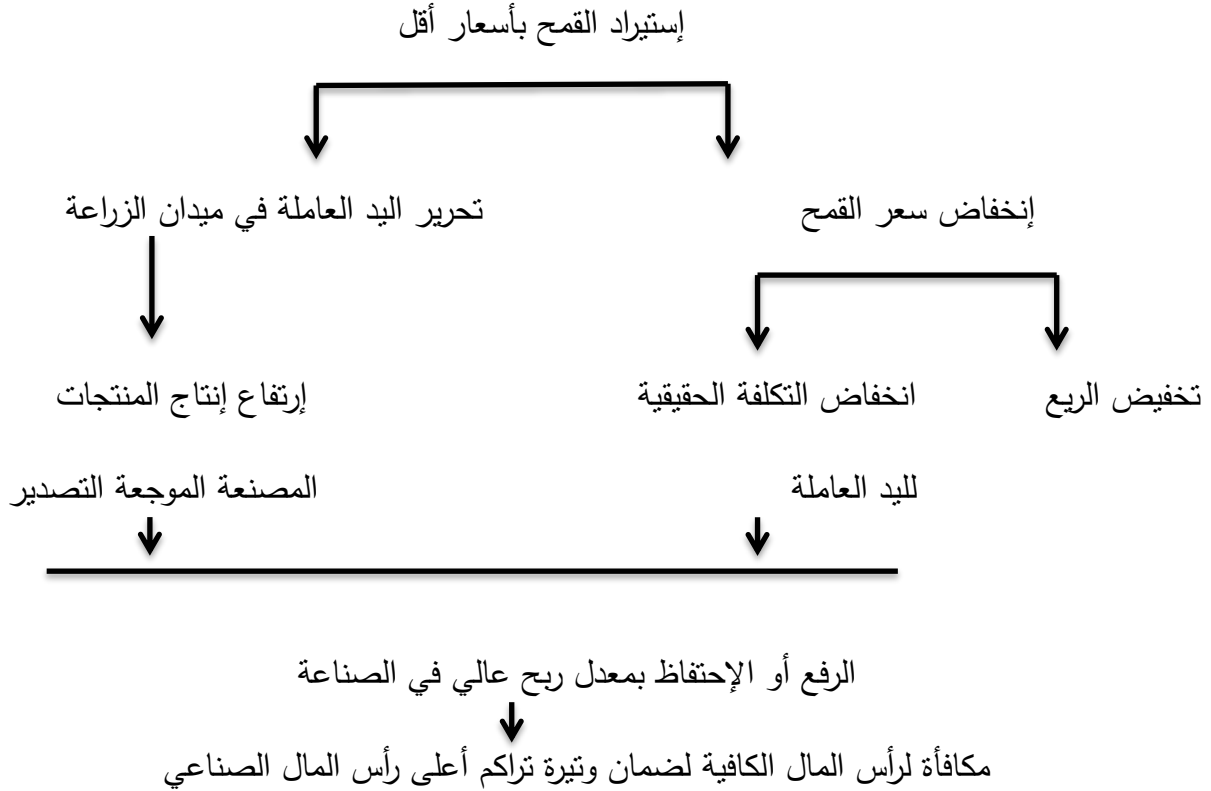
- إن لنفقات النقل تأثيراً مزدوجاً على التجارة الدولية فهي تساهم في أن يصبح سعر السلعة التي تنتجها الدولة الأولى مرتفعاً في الدولة الثانية عنه في الدولة الأولى، وسعر السلعة التي تنتجها الدولة الثانية مرتفعاً في الأولى عنه في الثانية وعلى ذلك فلن يتم تبادل السلعتين وفق معدل التبادل السائد في حالة افتراض عدم وجود هذه النفقات، وبما أنه لا توجد قاعدة عامة لتوزيع نفقات النقل بين الدولتين وأن حسابها في سير التكلفة يؤدي إلى زيادة تكلفة الواردات فإن ذلك سيؤدي في النهاية إلى تغيير الطلب المتبادل بسبب اختلاف المرونات ومن ثم تغيير معدل التبادل التجاري. (الحنيطي، الرزقان وآخرون، 2015، صفحة 77).

ثالثاً/ نظرية النفقات النسبية " دافيد ريكاردوا":

أيد دافيد ريكاردوا فكرة عدم تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي، وضرورة حرية التبادل بين البلدان المتعاملة، وإنطلق من ملاحظة ظاهرتين هامتين متمثلتين فيما يلي:

- تكاليف إنتاج المرتفعة والتي تتزايد باستمرار في الزراعة.
- حماية بريطانيا للمنتجات الزراعية المحلية من المنافسة الدولية التي ساهمت في ارتفاع تكاليف المعيشة اليومية للعمال، مما أدى بهم للمطالبة بالرفع من الأجور نظراً لارتفاع حصة الخبز في ميزانية المستهلك للعمال. إن ثبات معدل الأجور أو إنخفاضه - حسب د. ريكاردو - يكفي لكي تنمو الصناعة بريطانيا، ولكن نتيجة كهذه لا يمكن الوصول لها إلا إذا تخلت بريطانيا عن حماية منتجاتها الزراعية لكي تبقى التكاليف الحقيقية لليد العاملة ثابتة أو تنخفض إن أمكن. (نويوة، 2014، صفحة 6).

الشكل رقم (04): ربط التجارة الخارجية بعملية توزيع الدخل ورأس المال



المصدر: (نويوة عمار، مطبوعة اقتصاد دولي، صفحة 6).

نلاحظ من خلال هذا الشكل أن د. ريكاردو توصل إلى ربط التجارة الخارجية بعملية توزيع الدخل وبعملية

رأس المال.

❖ شرح نظرية النفقات النسبية:

من خلال التطرق إلى المثال التالي:

الجدول رقم(02): النفقات النسبية

	البرتغال	إنجلترا	
النسيج	90	100	(وحدة/سا عمل)
النبيد	80	120	(وحدة/سا عمل)

المصدر: (خلوفي عائشة، أثر التكتلات الاقتصادية الاقليمية على حركة التجارة الدولية، صفحة6).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن البرتغال لها ميزة مطلقة في إنتاج السلعتين معا مقارنة بإنجلترا، وعليه فحسب نظرية الميزة المطلقة فإن البرتغال يتخصص في إنتاج السلعتين معا، وبالتالي فإن التجارة الدولية غير ممكنة النشوء بين البلدين، إلا أنها ممكنة حسب نظرية النسبية وهذا بسبب الاختلاف في النفقات النسبية لإنتاج السلعتين في كل بلد حيث أن:

- التكلفة النسبية للنبيد في البرتغال هي: تكلفة إنتاج النبيد/ تكلفة إنتاج النسيج = $90/80 = 0.89$ أي أن تكلفة إنتاج وحدة واحدة من النبيد في البرتغال تعادل 0.89 من تكلفة إنتاج وحدة واحدة من النسيج.
- التكلفة النسبية للنبيد في إنجلترا هي: تكلفة إنتاج النبيد/ تكلفة النسيج = $100/120 = 1.2$ أي أن تكلفة إنتاج وحدة واحدة من النبيد في إنجلترا تعادل 1.2 من تكلفة إنتاج وحدة واحدة من النسيج.(خلوفي، 2012، صفحة 6).

وبناء على ذلك، تكون تكلفة إنتاج النبيذ بالنسبة للنسيج في البرتغال أقل مما هي عليه في إنجلترا (1.2 < 0.89)، ومن ثمة تكون من مصلحة البرتغال أن تخصص في إنتاج وتصدير النبيذ لأنها تنتج بتكلفة نسبية أقل من تكلفة انتاجه في إنجلترا. وبالطريقة نفسها يمكن توضيح أن من مصلحة إنجلترا أن تخصص في إنتاج النسيج، لأنها تنتج بتكلفة نسبية أقل من تكلفة إنتاجه النسبية في البرتغال.

وحسب " ريكاردوا"، فإذا قامت البرتغال بمبادلة وحدة واحدة من النبيذ تكلفتها 80 ساعة عمل بوحدة من النسيج كانت ستكلفها 90 ساعة عمل لو بقيت تنتجها محليا، ستربح 10 ساعات عمل؛ وإذا ما قامت إنجلترا بمبادلة وحدة من النسيج تكلفتها 100 ساعة عمل بوحدة من النبيذ كانت ستكلفها 120 ساعة عمل لو بقيت تنتجها محليا، وتربح بذلك 20 ساعة عمل. من خلال هذا العرض لنظرية "ريكاردوا"، يتضح أن الشرط الضروري والكافي لقيام التبادل التجاري بين دولتين تنتجان مجموعة من السلع ذاتها هو أن تختلف النفقات النسبية لإنتاج هذه السلع من دولة أخرى. (خلوفي، 2012، صفحة 7).

المطلب الثاني: النظريات النيوكلاسيكية.

أولا/ نظرية الفرصة البديلة:

إستطاع "G. Habrler" عام 1936م من تحرير قانون الميزة النسبية لـ "ريكاردوا" من القيود التي فرضتها عليه نظرية العمل للقيمة، وخاصة تلك التي تتعلق بإستخدام كمية العمل في حساب تكلفة إنتاج سلعة وإستبدالها بنظرية تكلفة الفرصة البديلة، والتي تؤكد على أن تكلفة إنتاج سلعة معينة لا تقاس بكمية العمل المبذول في إنتاجه، وإنما بمقدار كمية السلعة الثانية التي يضحي بها، وذلك من أجل تحرير كمية كافية من الموارد الإقتصادية لإنتاج وحدة إضافية من السلعة الأولى. (خروف، 2015، صفحة 11).

وبالتالي فإن الدولة التي تتمتع بإنخفاض في تكلفة الفرصة البديلة لإحدى السلع تتمتع بميزة نسبية في إنتاجها، وحسب " هابرلر " فإن تكلفة الفرصة البديلة هذه تسمح بمقارنة المزايا التي يتمتع بها بلد معين، في إنتاج سلعة معينة بالنسبة لمزاياه في إنتاج سلع أخرى، وعندئذ يمكن أن تقارن تكلفة إستبدال جميع السلع بالنسبة للسلعة المستخدمة كما يضيف " هابرلر " بأن أسعار السلع في داخل كل دولة تتناسب مع نفقات استبدال هذه السلع، والبلد الذي يتمتع بميزة نسبية في إنتاج هذه السلع يستطيع أن يحقق الكسب من وراء التبادل الدولي، إذ أن معدل التبادل الدولي يتحدد بواسطة تلاقي قوى العرض والطلب في بلدين معا. (خروف، 2015، صفحة11).

❖ شرح نظرية الفرصة البديلة:

ولشرح هذه النظرية نستعين بالمثال التالي:

الجدول رقم (03) الفرصة البديلة

السودان/ الانتاج بالآلاف الاطنان بالسنة		مصر/الانتاج بآلاف الاطنان بالسنة	
قطن	قمح	قطن	قمح
120	00	00	160
90	10	20	120
60	20	40	80
30	30	60	40
00	40	80	00

المصدر: (إينال أمينة، محاولة نمذجة قطاع التجارة الخارجية في الجزائر خلال فترة (2014/1984)، صفحة16).

نلاحظ في الجدول أن تكلفة إنتاج وحدة القطن تساوي $2=80/160$ وحدة قمح، بمعنى أن إذا أرادة إنتاج وحدة إضافية من القطن فعليها أن تضحي بإنتاج وحدتين قمح. بمعنى أدق فإن الموارد المخصصة لإنتاج وحدة واحدة من القطن في مصر، تكفي لإنتاج وحدتين قمح. وبالعكس فإن تكلفة إنتاج وحدة القمح فيها تساوي $1/2=160/180$ وحدة قطن، أي أن إنتاج وحدة قمح إضافية فما عليها سوى التضحية بنصف وحدة من القطن فقط. أما السودان فإن تكلفة وحدة القمح لديه تعادل $30=40/120$ وحدة من القطن، وعليه فإذا أراد إنتاج وحدة إضافية من القمح فيجب أن يضحي بثلاث وحدات من القطن، أما إنتاج وحدة إضافية من القطن فلا يضحي إلا بثلاث وحدة من القمح $3/1=120/40$. وعليه فإن تكلفة الفرصة البديلة لإنتاج القمح في مصر (معبرا عنها بكمية القطن التي تضحي بها) أقل منها في السودان، مما يعطي مصر ميزة نسبية في إنتاج القمح، والعكس هو الصحيح في السودان.

وطبقا لنظرية Haberler، فإن مصر بعد قيام التجارة تخصص في إنتاج القمح، وتصدر جزءا منه في مبادلة القطن الذي يتخصص السودان بإنتاجه، لأنها تتمتع بميزة نسبية أيضا. (إينال، 2017، صفحة 16).

ثانيا/ نظرية نسب عناصر الانتاج " هيكشر-أولين":

يرى واضع هذه النظرية هيكشر وتلميذه أولين الذي شرح تلك النظرية أن عملية التبادل التجاري بين الدول لا يمكن تفسيرها بالإقتصاد فقط على الفرق في النفقات النسبية لإنتاج السلع في الدول المختلفة، ولكن يجب معرفة سبب ذلك التفاوت في تلك النفقات بين الدول. وترى هذه النظرية أنه إذا كانت التفضيلات بالنسبة للمستهلكين متساوية في الدول فإن نفقات إنتاج السلع يتوقف على ما توفر الطبيعة لهاتين الدولتين من عناصر في الإنتاج، على إفتراض أن تبادل يتم بين دولتين فقط وعلى ذلك فإن التبادل التجاري بين الدول يقوم على إفتراض أن الندرة في عناصر الإنتاج هي السبب. (الزبون، 2015، الصفحات 110-111).

❖ تقوم النظرية على مجموعة من الإفتراضات المبسطة للواقع هي:

- إن العالم يتكون فقط من دولتين (أ،ب) يقومان بإنتاج سلعتين هما (س،ص) ويعتمدان على عنصرين من عناصر الانتاج هما العمل ورأس المال.
- استخدام الدولتين لنفس الفن الإنتاجي (هذا الفرض مختلف عن التحليل السابق).
- أن السلعة (س) كثيفة عنصر العمل و السلعة (ص) كثيفة عنصر رأس المال، بمعنى أن السلعة (س) تحتاج إلى قدر أكبر من عنصر العمل مقارنة بإحتياجها إلى رأس المال. بينما السلعة (ص) على العكس تحتاج إلى قدر أكبر من عنصر رأس المال مقارنة بإحتياجاتها من عنصر العمل. ويمكننا القول أن السلعة (س) تتميز بإرتفاع نسبة العمل / رأس المال أو انخفاض نسبة رأس المال / العمل مقارنة بالسلعة (ص).
- إن السلعتين (س)، (ص) يتم إنتاجهما في ظل ظروف ثبات الغلة، والمقصود بذلك أن زيادة المستخدمة في كافة عناصر الإنتاج (العمل، رأس المال) بنسبة معينة تؤدي إلى زيادة حجم الإنتاج من السلعة بنفس النسبة. فعلى سبيل المثال زيادة المستخدم من عنصر العمل ورأس المال بنسبة 10% يؤدي إلى زيادة الإنتاج بنفس النسبة.
- التخصص غير كامل في الدولتين بعد التجارة، بمعنى سيادة ظروف تزايد تكلفة الفرصة البديلة التي تمنع الدولتين من توجيه كافة عناصر الإنتاج لسلعة واحدة من السلعتين.
- تماثل الأذواق في الدولتين، بمعنى تطابق خريطة السواء بالنسبة لهما. (رزق، 2010، الصفحات 38- 40).
- إستمرت هذه النظرية لفترة زمنية طويلة تمثل الأصل النظري لقيام التجارة الدولية. ورغم ذلك تعرضت للعديد من الإنتقادات أهمها:
- البساطة في صياغة الفرضيات، كقيام التجارة فقط بين دولتين وليس مجموعة من الدول، كما أنها إفتترضت أن التعامل يتم في سلعتين وليس مجموعة كبيرة من السلع. (إينال، 2017، صفحة 18).

- إفتراض تجانس عوامل الإنتاج في جميع البلدان، إفتراض غير واقعي لأن هذه العوامل تختلف بإختلاف الدول، كما أنها تركز على الإختلاف الكمي في عناصر الإنتاج بغض النظر على الجانب النوعي.
- أهملت النظرية نفقات النقل، وتأثيرها على عملية التبادل الدولي.
- صعوبة تحديد كثافة عناصر الإنتاج في السلع الداخلة في التجارة الدولية، في حالة وجود أكثر من عاملين من عوامل الإنتاج. (إينال، 2017، صفحة 19).

1- لغز ليونتييف:

- يعد هذا الأختبار من أبرز المحاولات لتفسير نظرية هكشر - أولين حيث قام بتطبيق ذلك على الولايات المتحدة الأمريكية في تجارتها مع باقي الدول.
- فالولايات المتحدة الأمريكية تمتلك ميزة نسبية في إنتاج السلع كثيفة رأس المال، أي أن هذا العنصر يتوفر بكثافة نسبة إلى عنصر العمل، وعليه تصدر هذه السلع وتستورد السلع كثيفة العمل طبقا لما جاءت به نظرية هكشر - أولين. (باحوص، 2008، صفحة 8-9).
- ومن الدراسة التي قام بها على هيكل تجارة الولايات المتحدة مع الخارج حيث قام:
- بإعتماد على إحصائيات الولايات المتحدة لسنة 1947. وإستخدام جدول المدخلات والمخرجات لإقتصاد الولايات المتحدة وذلك لحساب رأس المال المباشر وغير المباشر وكذلك العمل اللازم لإنتاج قيمة معينة من الإنتاج في عدد من الصناعات في الولايات المتحدة في حزمة ممثلة قيمتها بمليون دولار من الصادرات وبدائل الواردات طبعا لنفس السنة (1947).
 - وبإفتراض أن الولايات المتحدة قد حولت عوامل الإنتاج التي تستخدمها في صناعة التصدير إلى صناعات تنتج سلعا بديلة عن السلع المستوردة. (رنان، 2009، الصفحة 29).

أي سلعا تعتبر أرخص نسبيا من السلع المستوردة فعلا. وبدائل الواردات إنما هي عبارة عن سلع مثل السيارات تقوم الولايات المتحدة بتصديرها، ولكنها في نفس الوقت تقوم بإستيرادها من الخارج، وذلك بسبب عدم التخصص الكامل في الإنتاج. وكان ليونتيف مضطرا لإستخدام إحصائيات السلع البديلة لسلع الواردات لأن إحصائيات الإنتاج الجنبية لم تكن متوفرة.

- حيث أن الولايات المتحدة تتمتع بوفرة في رأس المال بالنسبة إلى العمل أكبر مما تتمتع به الدول المتاجرة معها، فسيكون من المنتظر أن تكون علاقة رأس المال إلى العمل في الصناعات المنتجة للسلع بديلة المستوردة أقل منها في صناعات التصدير.

- ولكن كانت أهم النتائج التي توصل إليها ليونتيف مفاجئة، حيث وجد أن صادرات الأمريكية تتميز بمحتوى العمل حسب كل وحدة من رأس المال أعلى من بدائل الواردات، مما يتناقض الفكرة التي تعتبر أن ولايات المتحدة أقل غنى في العمل من باقي الدول. (رنان، 2009، الصفحات 29-30).

المطلب الثالث: النظريات الحديثة لتجارة الخارجية.

إن المحاولات التي قامت بها مجموعة النظريات التي تعرضنا إليها سابقا في تفسير التجارة الخارجية، كانت النتائج المتوصل إليها مخالفة للواقع، بسبب أن جزئا كبيرا من التجارة الخارجية يتم بين دول صناعية متشابهة الظروف، ولهذا السبب فقد ظهرت عدة محاولات من أجل تقديم تفسير أكثر ملاءمة للتجارة الخارجية فقد إتخذت هذه المحاولات إتجاهين رئيسيين، الإتجاه الأول يهدف إلى هدم نموذج "هكشر" و " أولين"، وإيجاد نموذج أكثر قبولا لتفسير الأوضاع القائمة، أما الإتجاه الثاني فيرى ضرورة تطوير نظرية "المزايا النسبية" و "نسب عوامل الإنتاج" حتى يمكنها من معالجة ما ظهر من مشكلات. وفي هذا المبحث سيتم عرض أهم المحاولات التي جاءت في الإتجاهين معا. (سطلاني، 2013، صفحة 36).

أولاً/ الإتجاه الأول:

منهج قابلية كثافة دوال الإنتاج للإنعكاس (الدراسات التطبيقية التي قام بها الاقتصادي " B.S MINHAS") وأثبت فيها قابلية دوال الإنتاج للإنعكاس، أي أنه أثبت أن دالة الإنتاج كثيفة العمل يمكن أن تصبح عند مستوى معين من الأسعار النسبية لعوامل الإنتاج دالة كثيفة رأس المال، بالمقابل يتغير هيكل الصادرات من السلع كثيفة العمل الى سلع كثيفة رأس المال، وبالمقابل يتغير هيكل الواردات بالتبعية من سلع كثيفة رأس المال الى سلع كثيفة العمل. وفي هذه الحالة يكون قد حل لغز ليوننتيف من خلال هدم فرضية عدم إنعكاس دوال الإنتاج الأساسية التي يعتمد عليها نموذج هكشر وأولين.(سطني، 2013، صفحة37).

- كما حاول تريفيز travis في دراسته عام 1971 تفسير لغز ليوننتيف من خلال سياسة التعريفية الجمركية الأمريكية والتي لوحظ تشدها في مواجهة الواردات كثيفة العمل، الذي حد من تدفق الواردات كثيفة العمل إلى أمريكا، اما الصناعات كثيفة رأس المال فهي صناعات قوية لا تحتاج إلى حماية ومن ثم لم تتحيز السياسة التجارية الأمريكية ضدها الأمر الذي أدى الى تدفقها بشكل أسهل من الصناعات كثيفة العمل، كما أن الواردات الأمريكية في دراسة ليوننتيف كانت في معظمها نפט خام ولب الورق ونحاس وورصاص خام...الخ والسبب في إستيرادها ببساطة هو عدم إستطاعة أميركا إنتاجها وتتصف هذه المنتجات بأنها أكثر كثافة رأسمالية من كثير من المنتجات الأخرى.(شيخي، 2012، صفحة30).

1- نظرية لندر وتحليل آثارها:

يرى لندر أنه من الخطأ علمياً أن نفترض أن التجارة الدولية تقوم بين دول متجانسة. فالدقة العلمية تحتم على الباحث أن يفرق أساساً بين نوعين من الدول. فهناك دول تتميز اقتصاداتها بدرجة عالية من القدرة على إعادة تخصيص الموارد استجابة لأي تغير في هيكل الأثمان وفرص التجارة. (حمو، 2018، صفحة14).

وهناك دول أخرى تكون إقتصاداتها على درجة عالية من الجمود وعدم القدرة على إعادة تخصيص الموارد، وبناء على ذلك، فإن قيام التجارة الدولية وما يترتب على ذلك من تغير هيكل الأثمان النسبية لأنواع السلع المختلفة، يكون له نتائج مختلفة على هذين النوعين من البلاد.

وفيما يتعلق بتفسير التجارة الدولية، فإن لندر يفرق بين السلع الصناعية والمواد الخام، ففيما يخص السلع الصناعية، فإنه يرجع قيام التجارة فيها إلى تشابه نمط الطلب في البلاد المختلفة. فطبقاً للندر، لا يستطيع بلد أن يحقق ميزة نسبية في إنتاج سلعة صناعية إذ لم تكن هذه السلعة مطلوبة للسوق المحلية، فالطلب المحلي على السلعة شرط ضروري، وإن لم يكن كافياً لتحقيق الميزة النسبية. (حمو، 2018، صفحة 14).

ثانياً/ الإتجاه الثاني:

1- نظرية نسب عناصر الإنتاج الجديدة:

وتعرف بنظرية رأس المال البشري، وتسقط هذه النظرية الفرض الكلاسيكي الخاص بالتجانس بالعمل، وتحل محله فرض إنقسام هذا العنصر إلى مجموعات غير متجانسة من حيث المهارة، حيث تفرق بين العمل الماهر أو الرأسمال البشري وتجعله عنصراً مستقلاً عن العمل غير الماهر، وتعتبره عنصراً إنتاجياً آخر مستقلاً بحد ذاته. وبذلك فإن هذه النظرية تقترح نموذجاً للتحليل يتكون من ثلاثة عناصر إنتاجية هي: العمل الماهر، العمل غير الماهر وعنصر رأس المال المادي، حيث تعتبر العنصر الأول نوعاً من الإستثمارات يجب إضافتها إلى عنصر رأس المال، ولذلك سمي برأس المال البشري، لإحتياجه إلى إستثمارات متنوعة في مجالات التعليم والتدريب وغيرها. وبالتالي تكون هناك سلع ودول كثيفة رأس المال البشري، و السلع ودول نادرة في رأس المال البشري. (سدي، 2015، صفحة 109).

2- نظرية إقتصاديات الحجم والتجارة الدولية:

تعتبر فكرة إقتصاديات الحجم عن العلاقة بين التكلفة وحجم الإنتاج المقابل لها، حيث تنخفض تكلفة السلعة بزيادة، ويعتبر "الفرد مارشال" "A.Marshall" أول من نبه لهذه الفكرة، ولقد بنيت نظرية "هكشر وأولين" على فرض أن إنتاج سلعتين في كل دولتين المفترضتين يتم تحت ظروف ثبات غلة الحجم. أما عندما يتم الإنتاج تحت ظروف غلة الإنتاج المتزايدة فإن التبادل التجاري بين البلدين يأخذ مكانه، حتى لو كانت الدولتين المتاجرتان متشابهتين مع بعضهما بعضا في جميع النواحي، وهذا النمط من التجارة لم يتناوله نموذج "هكشر وأولين" بالشرح والتوضيح، وتنقسم إقتصاديات إلى:

أ- إقتصاديات الحجم الخارجية والتجارة الدولية:

يقصد بإقتصاديات الحجم الخارجية لكل مؤسسة، بالوفورات الناتجة من توسع كلي للقطاع الذي تنتمي إليه المؤسسة، مما يؤدي إلى إنخفاض تكلفة الإنتاج في كل مؤسسات القطاع. ويمكننا تحليل التبادل عن طريق إقتصاديات الحجم الخارجية من تفسير إمكانية تبادل دولي بين دولتين متشابهتين، وذات خصائص الإنتاج نفسها للسلعتين المستهلكين، بحيث في حالة عدم وجود التبادل بين الدولتين فإن التوليفات المنتجة والمستهلكة متساوية، مما يعني تساوي الأسعار النسبية للسلعتين وبالتالي عدم وجود تفوق نسبي بين البلدين، ولكن في ظل وجود نفس وفورات الإنتاج للسلعتين يمكن للبلدين تحقيق مكاسب بقيام التبادل بينهما حيث يتخصص كل بلد في إنتاج وتصدير إحدى السلع للبلد الآخر، غير أنه يجب على هذين البلدين الإتفاق إجتابا لتخصص كلا البلدين في السلعة نفسها. (خروف، 2015، صفحة 17).

ب- إقتصاديات الحجم الداخلية والتجارة الدولية:

يقصد بإقتصاديات الحجم الداخلية بالوفورات الناجمة عن توسع المؤسسة، والذي يؤدي إلى انخفاض تكلفة إنتاجها، حيث أن وجود هذا النوع من إقتصاديات الحجم لكل مؤسسة يسمح لها بالقضاء على المنافسة التامة، فتكون السوق مكونة من عدد محدود من المؤسسات، وبالتالي فالحالة السائدة في السوق هي إحتكار القلة لتلك السلعة، حيث يتمحور التحليل في هذه الحالة حول سوق واحدة في دولتين متشابهتين، ففي حالة عدم وجود تبادل دولي فإن كل مؤسسة تزود سوقها وعن طريقه تعظم ربحها الإحتكاري.

ولأن هناك تشابه كامل للدولتين، فإن هذا يؤدي إلى تساوي الأسعار والكميات المنتجة وعند قيام التبادل بين دولتين يؤدي هذا إلى ظهور سوق عالمي للإحتكار الثنائي، وإذا ما إفتراض أن كل مؤسسة تختار إنتاجها كمتغير استراتيجي يسمح لها بتعظيم ربحها، ومع إفتراض أن الكمية المنتجة من القبل المؤسسة الأخرى معطاة، وبالإعتماد على فرضية تجزئة الأسواق فإن تجزئة التوازن الإحتكار الثنائي تكون ما بين المؤسستين، وبالتالي فإن كل مؤسسة تمنح نصف سوقها الأصلي، ونصف السوق الخارجي، وعليه فإنه يوجد تبادل مقاطع لسلعة. (خروف، 2015، صفحة 18).

3- التجارة الخارجية القائمة على مستوى من التكنولوجيا:

أ- نموذج الفجوة التكنولوجية:

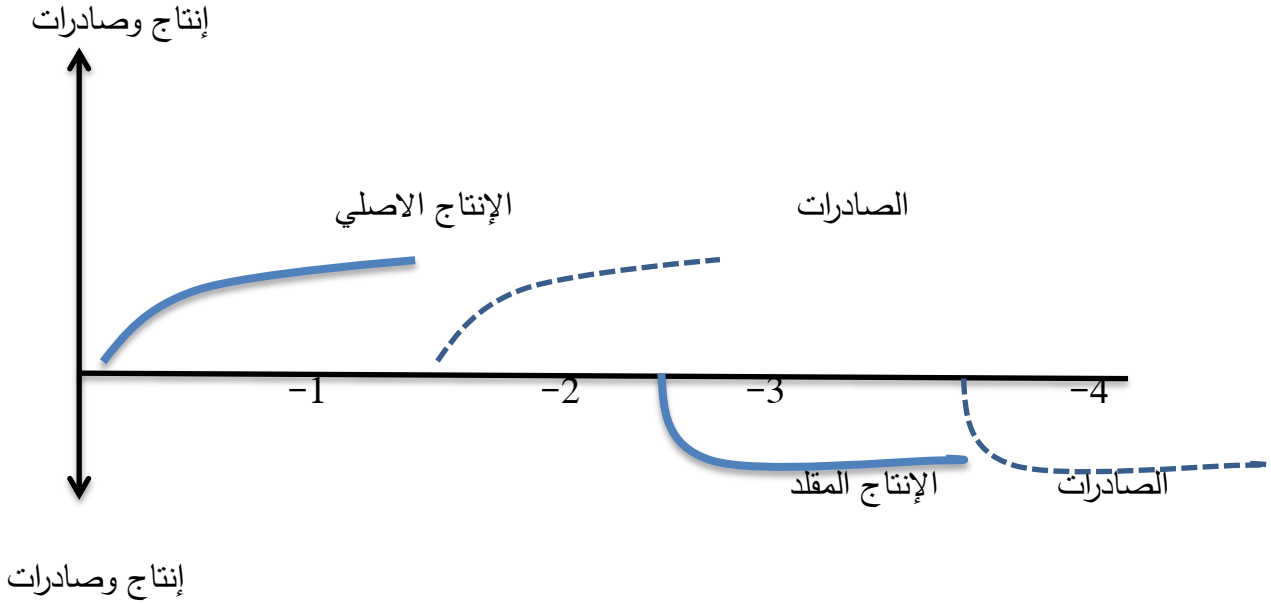
لاحظ بوسنر M.V.POSNER سنة 1961، أنه بالرغم أن بعض الدول هي ذات حيازة عوامل نسبية متقاربة أو متطابقة فإن ذلك لم يمنعها من أن تتعامل تجاريا بينهما، بسبب ما يسمى بالإبتكار، وهذا ما يؤدي إلى إعادة النظر في نتائج نموذج HOS، بإبتكار طراق أو إختراع منتجات جديد تصبح بعض الدول مصدرة لها بغض النظر عن الإمتياز الذي تملكه في حيازة عوامل الإنتاج، فهو يعطي لها إحتكارا تصدير منتجات هذا القطاع. (عباسة، 2009، صفحة 26).

يوجد الفارق التكنولوجي في التبادل الدولي، إذا ظهر طلب من طرف مستهلكي الدول الاجنبية على المنتجات الجديدة الدولية المحلية، الأمر الذي يستدعي وقتاً وأجلاً يدعى "فترة الطلب" "demand lag" يختفي تدريجياً عندما يبدأ منتج هذه الدول الاجنبية في صناعة نفس هذه المنتجات، الأمر الذي بدوره يتطلب وقتاً يدعى "فترة التقليد" "imitation lag"، إن هذه الفترة هي التي تسمح للمبتكر بفرض إحتكاره خلالها، ولكن وبمجرد إنتقال هذه التكنولوجيا فيتحمل ظهور منافسة.

ويبقى إحتكار المنتج ممكناً إذا كان يستفيد من ربح خالص من التكاليف، وقد ترتبط هذه الإستفادة على الخصوص بإقتصاديات الحجم التي تنشأ من تواجد سوق واسع، أو أن يكون هذا البلد يستجيب لوحده للطلب الداخلي والخارجي.

إن ما يتم تحويله من التكنولوجيا هو تكنولوجيا الخفية soft وليس الثقيلة hard وهو تحويل للخدمة وليس للتقنية، ما يجعل الدول المتخلفة تبقى تابعة وتهدر المزيد من الأموال من أجل صيانة والمحافظة على هذه التكنولوجيا، كما تحتاج هذه الدول إلى التنشئة التكنولوجية للمجتمع بمعنى ليس فقط معرفة إستعمال التكنولوجيا وإنما معرفة إعادة إنتاجها، فلا تقع في التطور المتخلف، الذي يتميز بوجود كل الأجهزة التقنية وغياب المعرفة التقنية. (عبابسة، 2009، صفحة 27-28).

الشكل رقم(05): نموذج الفجوة التكنولوجية



المصدر: (السيد متولي عبد القادر، الإقتصاد الدولي " النظرية والسياسات"، صفحة63).

ب- نموذج دورة حياة المنتج:

إن دورة حياة المنتج تمثل في الحقيقة تغيراً من خلال الزمن، يحدث في نمط التبادل و المزايا النسبية.

ويمر المنتج من خلال دورة حياته بأربعة مراحل نوجزها في ما يلي:

-المرحلة الأولى: في هذه المرحلة يتم إختراع المنتج الجديد وبيعه في السوق المحلي للبلد الأصل وذلك

لكون تكلفة إنتاج المنتج مرتفعة بالتالي فإن المستهلكين تكون لديهم القدرة على شراء ذلك وإن المنتج جاء

نتيجة لتلبية إحتياجات سكان البلد الأصل.

- المرحلة الثانية: في هذه المرحلة يدخل المنتج مرحلة التصدير لخارج البلد الأصل بداية إلى باقي البلدان

المتطورة، وبسبب توجه سعر المنتج نحو الإنخفاض يحاول المنتج في البلد الأصل تمديد فترة الإحتكار

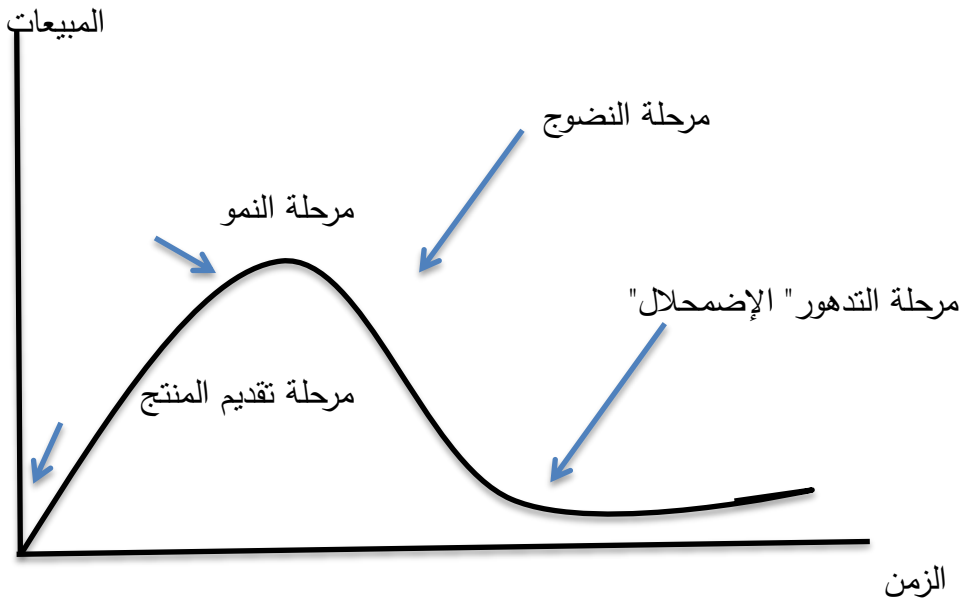
الإنتاج أطول المدة ممكنة ومحاولة توسيع السوق والإستفادة من ميزة نسبية تزول بزوال الإحتكار المؤقت.

(باحوص، 2008، صفحة10).

- **المرحلة الثالثة:** في هذه المرحلة تبدأ البلدان المتطورة الأخرى في إنتاج المنتج وعليه تتناقص صادرات البلد الأصل، وينتج ذلك عن انخفاض تكلفة إنتاج المنتج ويستغل المنتجون في البلدان المتقدمة ذلك الإنخفاض مستغلين وجود عناصر الإنتاج الرخيصة، بينما تتحول الشركات المنتجة في البلد الأصل لتطوير منتج جديد.

- **المرحلة الرابعة:** وهي آخر مرحلة حيث تتحول البلدان المتطورة مع مرور الوقت إلى بلدان مستوردة نتيجة لتقدم المنتج وانخفاض أسعاره على مستوى الأسواق الدولية، ويصبح بذلك المنتج متقادماً يتميز بكثافة اليد العاملة قليلة الكفاءة وعليه تصبح البلدان النامية مصدرة لهذا المنتج. (باحوص، 2008، صفحة 11).

الشكل رقم (06): نموذج دورة حياة المنتج



المصدر: (صالح الشعباني، أثر اعتماد نموذج التكلفة الشاملة لدورة حياة المنتج، صفحة 200).

خلاصة الفصل الثاني:

لقد وجد موضوع التجارة الخارجية رواج وإهتمام كبير من طرف العديد من المفكرين و الباحثين الإقتصاديين وهذا بسبب الأهمية البالغة التي أخذها هذا الموضوع، حيث تشكلت العديد من المفاهيم لوصف التجارة الخارجية والتي اختلفت من مفكر لآخر ومن زمان لآخر، ولقيام هذا النوع من التجارة كان لابد من وضع مجموعة من الإجراءات والسياسات لتسهيل تنمية الإقتصاد القومي إلى حد أقصى. سهل التطور السريع لتجارة الخارجية إلى ظهور إتجاهات جديدة لها، كما أنه كان لدول النامية نصيب من هذا التطور والذي كان الهدف منه التنسيق والتعاون بين هاته الدول وتكتيلها إن أمكن. ظهرت في السنوات الأخيرة علاقة بين التجارة الخارجية والبيئة حيث أن تحرير التجارة يؤدي إلى تزايد النمو الإقتصادي وإستخدام التكنولوجيا المتطورة والذي قد يؤثر سلبا على البيئة ويزيد من مشاكلها. كما تعتبر النظريات المفسرة لتجارة الخارجية هي حجر الأساس الذي بنيت عليه التجارة الخارجية.

الفصل الثالث

تمهيد:

أدى التطور السريع الذي شهده نظام الدفع على المستوى الدولي إلى تغيير نمطه من طرف العديد من دول، من خلال تبني وسائل دفع حديثة تم إدراجها في جل معاملاتها سواء على الصعيد المحلي أو الخارجي.

إن خوض دول العالم في هذا المجال يحتاج إلى بنية تحتية تتمتع بوسائل مادية مكلفة ووسائل بشرية مؤهلة، كما أن بعضها أبدى نجاحه في تبني هذا النظم والبعض الآخر أبدى فشله ذلك راجع إلى ضعف بنيته التحتية أو عدم توفر الإمكانيات اللازمة.

في هذا الفصل سيتم تسليط الضوء على تجارب كل من دولتي الإمارات العربية المتحدة وتركيا في مجال الدفع الحديث. وذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: تجربة دولة تركيا في مجال الدفع الدولي الحديث.

المبحث الثاني: تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة في مجال الدفع الدولي الحديث.

المبحث الأول: تجربة تركيا في مجال الدفع الحديث.

ساعد الإنفتاح الذي شهدته تركيا على العالم الخارجي إلى تغيير أذواق المستهلكين سواء المحليين إتجاه السلع الخارجية أو أجانب إتجاه السلع المحلية، ومع التطور الحاصل وظهور بما يعرف بالتجارة الإلكترونية، جعلت من الدولة التركية الخوض في هذه التجربة وتطوير من تجارته الخارجية وذلك من خلال تغير نمط الدفع والتسويق فيها. من خلال هذا المبحث سوف يتم التطرق إلى التجربة التركية في مجال الدفع الحديث من خلال التعرف على أهم وسائل الدفع المعتمدة، وكذلك معرفة أثر هذه الوسائل على تجارة الخارجية التركية.

المطلب الأول: تطور التجارة الخارجية التركية.

نظرا لتطبيق عملية التحرر الإقتصادي منذ ثمانيات القرن الماضي، بات الإقتصاد التركي يشهد فترة من النمو الملموس، فقد شهدت التجارة الخارجية إنتعاشا سريعا من حيث التبادل التجاري (الصادرات والواردات)، خصوصا بعد أن أصبحت تركيا أحد أعضاء منظمة التجارة العالمية 1995، وبعد أن أتمت إتفاقا مع الإتحاد الأوروبي، والذي أتاح لها الإنضمام إلى الإتحاد الجمركي في بداية عام 1996. ومنذ ذلك الوقت دخلت الصادرات التركية عملية جديدة من التحول الهيكلي، وتظهر التطورات في السنوات الأخيرة الإرتفاع الملحوظ في الإنتاج والتصدير على حساب المستوردات إذ نما حجم التبادل التجاري بما يقارب الخمس أضعاف خلال الأعوام العشرين الماضية، في حين لم يتجاوز حجم عجز الميزان التجاري حاجز 58مليار دولار العام الماضي 2016(غرفة صناعة عمان، 2017، صفحة6).

جدول رقم (04): التجارة الخارجية التركبية (1995-2016)

سنة	الصادرات		الواردات		الميزان التجاري		التبادل التجاري	
	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%
1995	21.6		35.7		-14.1		75.3	
2000	27.8	28.4%	54.5	52.6%	-26.7	89.9%	82.3	43.5%
2005	73.5	164.5%	116.8	114.3%	-43.3	62.0%	190.3	131.2%
2010	113.9	55.0%	185.5	58.9%	-71.7	65.5%	299.4	57.4%
2011	134.9	18.5%	240.8	29.8%	-105.9	47.8%	375.7	25.5%
2012	152.5	13.0%	236.5	-1.8%	-84.1	-20.6%	389.0	3.5%
2013	151.8	-0.4%	251.7	6.4%	-99.9	18.8%	403.5	3.7%
2014	157.6	3.8%	242.2	3.8%	-84.6	-15.3%	399.8	-0.9%
2015	143.8	-8.7%	207.2	-14.4%	-63.4	-25.0%	351.1	12.1%
2016	142.6	-0.9%	198.6	-4.2%	-56.0	-11.7%	341.2	-2.8%

المصدر: المعهد التركي للإحصاءات.

أولا/الميزان التجاري:

يعكس مؤشر ميزان المدفوعات لأي دولة قوة أو ضعف العلاقات الاقتصادية مع العالم الخارجي بالإضافة إلى كونه مرآة تعكس هشاشة النظام الإقتصادي أو متانته، وبهذا المعنى هو مؤشر مهم لصانعي السياسة الاقتصادية لما يتعلق به تحديد سعر الصرف الأجنبي أو السياسات الإقتصادية المتبعة مثل الزيادة أو الإقلال من الإنفاق العام أو المطالبة بالحماية ضد الواردات. ويعتبر الميزان التجاري أحد المكونات المهمة في هذا الميزان، وفيما يتعلق بدولة التركية فقد كان كالنحو التالي:

الجدول رقم (05): الصادرات والواردات السلعية خلال الفترة 2002-2015 (القيمة بالمليار دولار)

نسبة	رصيد الميزان	الإجمالي	الواردات	الصادرات	العام
الصادرات الى	التجاري				
الواردات					
%69.9	15.4-	87.6	51.5	36	2002
%68.1	22-	116.5	69.3	47.2	2003
%64.8	34.3-	160.7	97.5	63.1	2004
%62.9	43.2-	190.2	116.7	73.4	2005
%61.3	54-	225.1	139.5	85.5	2006
%63.1	62.7-	277.3	170	107.2	2007
%65.4	69.9-	333.9	201.9	132	2008
%72.5	38.7-	243	140.9	102	2009
%61.4	71.6-	299.4	185.5	113	2010
%56	105.9-	375.7	240.8	134	2011
%64.5	84-	389	236.5	152	2012
%60.3	99.8-	403.4	251.6	151	2013
%65.1	84.5-	399.7	242.1	157	2014
%69.4	63.3-	351	207.2	143	2015

المصدر: معهد الإحصاء التركي.

يتضح من بيانات الجدول، أن إجمالي التجارة السلعية لتركيا قفزت من 87.6 مليار دولار في عام 2002، لتصل إلى 351 مليار دولار في عام 2015، بزيادة قدرها 400.6%. وكان عام 2013 هو الأعلى بين سنوات الدراسة في حجم التجارة السلعية حيث وصل 403.4 مليار دولار. وقد أظهر التزايد في حجم التجارة السلعية التركية آثار إيجابية على تطور قيمة الناتج المحلي الإجمالي، وإتاحة فرص العمل.

وقفز حجم الصادرات السلعية لتركيا من 36 مليار في عام 2002 إلى 143 مليار دولار في عام 2015، بزيادة بلغت نسبتها 397.2%. إلا أن عام 2014 كان الأكبر من حيث قيمة الصادرات من بين سنوات الدراسة، وبشكل عام ظلت الصادرات في زيادة مطردة منذ عام 2002، ولم تتراجع إلا في 2009 متأثراً بالأزمة المالية العالمية لتصل إلى 102 مليار دولار، ثم عاودت الزيادة خلال السنوات التالية، إلا أن عام 2015 شهد تراجعاً بنحو 14 مليار دولار مقارنة بأداء الصادرات عام 2014.

وعلى نفس نسق الصادرات، حققت الواردات السلعية بتركيا زيادة مطردة على مدار سنوات الدراسة، فقد بلغت 51.5 مليار دولار في عام 2002 وقفزت إلى 207.2 مليار دولار في عام 2015، إلا أن عام 2014 كان أعلى بين سنوات الدراسة بقيمة واردات بلغت 242.1 مليار دولار.

وقد بلغ العجز بالميزان التجاري بين عام 2002 و 2015 نحو أربعة أضعاف، ففي حين بلغ هذا العجز 15.4 مليار دولار في عام 2002 ووصل في عام 2015 لنحو 63.3 مليار دولار، والإلتجاه العام للعجز بالميزان التجاري هو الإرتفاع خلال سنوات الدراسة، إلا أن هذا العجز بلغ ذروته في عام 2013، حيث وصل إلى 99.8 مليار دولار (الصاوي، 2016، صفحة 7-8).

ثانيا/هيكل التجارة الخارجية:

إن الاقتصاد التركي يشهد نفاط قوة في أدائه من خلال تحليل هيكل الصادرات والواردات، فنجد أن الصادرات التركية يغلب عليها الطابع الصناعي، بأنشطته المختلفة كما هو مبين في التصنيف الإقتصادي لتجارة السلع التركية في الجدول التالي:

الجدول رقم (06): التصنيف الاقتصادي لتجارة السلع التركية لعام 2015 (القيمة بالمليار دولار)

الواردات	الصادرات	البيان
6.50	14.3	مواد غذائية وحيوانات حية
0.759	1.22	المشروبات والتبغ
12.5	3.98	المواد الخام لأغراض غير الطعام، وبدون الوقود
37.8	4.518	الوقود المعدني ومواد التشحيم
1.8	0.854	الزيوت النباتية والحيوانية والدهون
28.95	9.143	مواد كيميائية
35.6	35.45	سلع مصنعة
65.429	39.25	الاجهزة والمعدات ووسائل النقل
13.9	27.29	مواد صناعية اخرى
3.6	7.7	غير مصنفة

المصدر: المعهد التركي للإحصاءات.

من خلال البيانات المذكورة أعلاه، نجد ، أن تصدير المواد الخام لا يتجاوز سوى مبلغ 3.9 مليار دولار بينما الصادرات الصناعية تقترب من نسبة 85% بعد إستبعاد الصادرات الزراعية والمواد الخام. كما أن الصادرات الصناعية لتركيا متنوعة، فهي تشمل الأجهزة والمعدات ووسائل النقل، كما أنها تضم منتجات صناعية أخرى في المواد الكيميائية والملابس وغيرها. وكما توضح إحصاءات قاعدة بيانات البنك الدولي، فإن الصادرات التركبية ذات التكنولوجيا المتقدمة لا تزيد نسبتها عن 2% من إجمال الصادرات الصناعية خلال الفترة 2006-2014.

وهي نقطة ضعف ، ينبغي أن تركز عليها الاقتصاديات خلال المرحلة المقبلة. فالعبرة الآن ليس بكم الصادرات ولكن بالقيمة المضافة المتحققة منها، وقد يكون تركيز الصادرات التركبية في الصناعات التقليدية وذات التكنولوجيا المتوسطة أو الضعيفة يرجع لحدائثة التجربة التنموية بتركيا، ففي مثل التجربة التركبية عادة ما يتم التركيز على نموذج التنمية صاحب التكنولوجيا الضعيفة والمتوسطة لقدرتها على توفير فرص عمل أكثر.

ولكن في جانب الواردات نجد أن نقطة الضعف الرئيسية تتمثل في إستيراد الوقود ومواد التشحيم، والتي تبلغ نحو 37.8 مليار دولار، وتعد تركيا مستورد صاف لنفط، إلا أن الرقم البارز في الواردات التركبية، يتعلق أيضا بواردات الأجهزة والمعدات ووسائل النقل، حيث يصل الى 65.4 مليار دولار.

ومن مزايا التي تتمتع بها تركيا في تجارتها الخارجية، أن الميزان التجاري في قطاع الزراعة والحيوانات الحية يحقق فائضا يصل لنحو 6.5 مليار دولار، مما يمكنها من تجنب التقلبات الخارجية في أسواق الغذاء، ويتيح ذلك فرصة اكبر في تخفيض معدلات التضخم، وتوفير الغذاء بأسعار وكميات مناسبة. (الصاوي، 2016، صفحة9).

كما أن الفائض في الميزان التجاري للمواد الخام يشير إلى توجه الإقتصاد التركي نحو التصنيع، فكلما كانت الواردات من السلع الخام مستغلة في عملية التصنيع والتقليل من السلع المصنعة كلما كان ذلك أفضل من حيث القيمة المضافة لأي إقتصاد، لعل ذلك كان سببا في تحقيق ناتج محلي إجمالي يصل إلى 798 مليار دولار في 2015 مقارنة بـ 232 مليار دولار في 2002. (الصاوي، 2016، صفحة 10).

طبقا لما ذكر سابقا، رصدت تغيرات ملحوظة في هيكل الصادرات، حيث برزت المنتجات الصناعية على حساب المنتجات الزراعية، خصوصا في قطاع التكنولوجيا المتقدمة، حيث تتضمن البضائع الآلات والمعدات الكهربائية والإلكترونية، فضلا عن صناعة السيارات. وفي هذا الصدد، يمكننا ملاحظة إرتفاع الحصة السوقية للصادرات من المنتجات الصناعية المصنعة، وفي مايلي الجدول يبين تطور هيكل الصادرات التركبية ونسب نموه (غرفة صناعة عمان، 2017، صفحة 7).

جدول رقم(07): تطور هيكل الصادرات ونسب نموه(2000-2015)

Products	2000	2005	2010	2011	2014	2015
Agricultural Products	-15.7%	111.4%	52.8%	20.8%	5.7%	-6.7%
Food	-16.7%	119.1%	54.0%	19.6%	6.0%	-6.7%
Fuels and mining Products	0.3%	343.2%	109.5%	28.9%	-7.2%	-20.8%
Fuels	2.1%	798.3%	66.8%	45.6%	-9.1%	-27.0%
Manufactures	39.1%	167.8%	48.1%	17.8%	4.7%	-11.3%
Iron and steel	-6.6%	216.3%	75.5%	25.5%	-6.8%	-26.7%
Chemicals	19.7%	163.5%	117.8%	16.4%	7.1%	9.7%
Pharmaceuticals	134.9%	114.2%	92.7%	1.3%	4.3%	9.8%
Machinery and transport equipment	135.9%	279.5%	48.0%	17.7%	4.1%	-8.1%
Office and telecom equipment	295.3%	9.5%	101.4	4.3%	6.0%	2.6%
Electronic data processing and office equipment	530.0%	9.5%	101.4%	4.3%	6.0%	2.6%
Telecommunications equipment	284.4%	233.9%	-39.2%	8.4%	8.0%	-13.9%
Integrated circuits and electronic components	450.0%	127.3%	68.0%	9.5%	18.6%	-9.8%
Transport equipment	178.4%	353.4%	39.9%	15.6%	4.7%	-4.2%
Automotive products	136.3%	517.7%	46.8%	14.0%	4.4%	-3.0%
Textiles	45.3%	92.7%	26.7%	20.2%	3.0%	-12.5%
Clothing	6.8%	81.1%	7.8%	9.3%	8.3%	-9.3%

المصدر: قاعدة بيانات منظمة التجارة العالمية.

ثالثا/قطاع السياحة:

تعد السياحة من الأنشطة الاقتصادية البارزة في تركيا، ويظهر ذلك من خلال الأرقام التي تشمل أعداد السائحين، أو قيمة الإيرادات السياحية المحققة خلال فترة 2002-2015، وتعد تركيا من أكبر 10 مقاصد سياحية على مستوى العالم.

الجدول رقم(08): عدد السائحين والإيرادات السياحية خلال فترة (2002-2015)

العام	عدد السائحين بالمليون	الإيرادات السياحية بالمليار دولار
2002	13.2	12.4
2003	13.9	13.8
2004	17.5	17
2005	21	20
2006	19.8	18.5
2004	23.3	20.9
2008	26.3	25.4
2009	27	25
2010	28.6	24.9
2011	31.4	28.1
2012	31.7	29
2013	34.9	32.3
2014	36.8	34.3
2015	36.2	31.4

المصدر: معهد الإحصاء التركي.

كما هو موضح في الجدول أعلاه، قد إرتفع عدد السائحين بتركيا من 13.2 مليون سائح سنويا في عام 2002 الى 36.2 مليون سائح في 2015، بزيادة قدرها 23 مليون سائح، وتقدر نسبة هذه الزيادة بـ174.2%، ويلاحظ أن أعداد السائحين في زيادة مستمرة خلال فترة الدراسة، وتتراوح هذه الزيادة السنوية حول 3 مليون سائح، إلا أن الأرقام الخاصة بعام 2015 تظهر تراجعاً في أعداد السائحين بتركيا بنحو 593 الف سائح، وذلك نتيجة التفجيرات الإرهابية التي إستهدفت العديد من المناطق السياحية وخاصة قلب مدينة إسطنبول، وكذلك توتر العلاقات التركية الروسية، بعد إسقاط طائرة روسية تجاوزت الحدود التركية (إلا أن هذا التراجع لا يزال يمثل نسبة بسيطة بالنسبة للعدد الإجمالي للسائحين، لاتصل 2%) .

أما من حيث الإيرادات السياحية، فكان أداؤها مرتبطين إيجابياً بزيادة أعداد السائحين، حيث وصلت إلى 31.4 مليار دولار في 2015، بعد أن كانت 12.4 مليار دولار في 2002، أي أن الزيادة المتحققة بين عامي المقارنة، هي 19 مليار دولار، وتمثل هذه الزيادة 153% مما كانت عليه الإيرادات السياحية في 2002.

وظلت الزيادة في الإيرادات السياحية مستمرة خلال فترة الدراسة، بإستثناء عامي 2015، حيث تراجعاً الى 31.4 مليار دولار، بعد أن كانت 34.3 مليار دولار في عام 2014، أي أن هناك تراجعاً بلغ 2.9 مليار دولار. ويعد هذا التراجع طبيعياً نظراً لتراجع أعداد السائحين الوافدين في تركيا في 2015 (الصاوي، 2016، صفحة 19-20).

المطلب الثاني: وسائل الدفع الحديثة المعتمدة في التجارة الخرجية التركية.

يعتبر الدفع الحديث في تركيا من العوامل التي ساهمت في تعزيز التجارة الإلكترونية في تركيا، وازدهار التجار فيها، حيث إنتشرت العلامات التجارية التركية بشكل كبير في كافة أنحاء العالم، نتيجة لانتشار شركات الدفع الحديثة في تركيا ودمجها في المواقع.

ومع إنتشار الكبير لتجارة الإلكترونية في تركيا، وفي كافة المجالات مما أدى تطوير وسائل الدفع، والذي أدى بدوره إلى زيادة عدد شركات الدفع الإلكترونية في تركيا، ومن خلال هذا سيتم التعرف على أهم شركات الدفع الحديثة في تركيا و تتمثل في:

أولا/ باي بال paypal:

هو موقع ويب تجاري يسمح للمستخدم بتحويل المال عبر الأنترنت والبريد الإلكتروني لعناوين مختلفة. كما يمكن للمستخدم إرسال المال المرسل إليه إلى آخرين أو تحويله لحساب المصرف. تعد خدمة العملة الإلكترونية بديلة عن الطرق الورقية التقليدية. تم تأسيس الشركة من قبل ماكس ليفيتشن وبيتر ثيل وإيلون ماسك ولوك نوزيك عام 1998.

ينفذ موقع باي بال عمليات الدفع لمواقع البيع، ومزادات الأنترنت، وغير ذلك، حيث هناك أجرا إضافيا للموقع. في أكتوبر 2002 أصبح موقع باي بال شركة تابعة بالكامل ل(eBay). يقع مقر الشركة في كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية(نصار، ب.س، صفحة1).

كما تعتبر شركة باي بال من أهم الشركات العالمية التي تقدم خدماتها وتسهيلات لها لكافة أنحاء العالم، كما توفر في تركيا خدماتها الخاصة بالدفع الإلكتروني سواء في إستقبال وإرسال الأموال عبر الحسابات الشخصية أو الموقع الإلكتروني، بشكل آمن وسريع، وبأقل تكاليف. (سعد، 2019، الفقرة،3).

تتميز كذلك خدمة باي بال بأنها مدعمة من قبل معظم المزادات والمواقع المختصة بالتجارة الإلكترونية، وشركات السياحة من خلال الأنترنت كما تتميز بثقة العملاء فيها، حيث يمكن للعميل استخدام باي بال لدفع الإلكتروني من خلال بريده الإلكتروني وبطاقة الإئتمان أو حساب خاص به في البنك، كما توفر تطبيق خاص بها على الهواتف الذكية لتسهيل إجراء التحويلات المالية. (سعد، 2019، الفقرة، 3).

❖ خطوات التسجيل في باي بال:

1. نذهب الى موقع [www. Paypal.com](http://www.Paypal.com).

2. تظهر لنا الصفحة الرئيسة كما في الصورة.



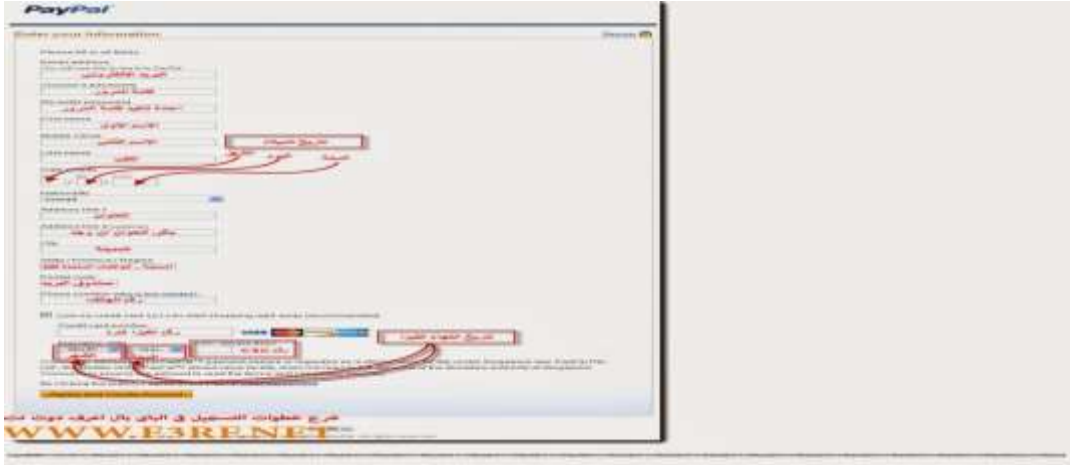
3. ثم نضغط على [sign up](#) كما في السورة السابقة، لتظهر لك الصفحة التالية من أجل تحديد الدولة واللغة المراد اختيارها.



4. بعد إختيار الدولة واللغة نقوم بالضغط على فتح حساب [open an account](#) ، وبالطبع يختار نوع

الحساب الخاص بالأفراد [individual](#) أما النوع الآخر فهو خاص بالشركات والأعمال، لتظهر لنا بعد

ذلك صفحة البيانات نقوم بمأ البيانات كما في الصورة.



بالنسبة لربط الحساب ببطاقة الائتمان فهي إختيارية في هذه المرحلة يمكن إزالة الإختيار عن ربط البطاقة link my credit card ويمكن ربطها بعد ذلك بعد فتح الحساب لإزالة بعض القيود عن حد أدنى والأعلى في السحب والإيداع.

5. بعد ملء البيانات نقوم بالضغط على موافقة وفتح الحساب agree and create account .

هنا نكون قد إنتهينا من البيانات وفتح الحساب وتأتي الخطوة المهمة التالية وهي تفعيل وتأمين الحساب فسوف يرسل الموقع لك رسالة التفعيل على بريد الالكتروني الذي تم إدخاله في أول البيانات كل ما عليك هو الذهاب إلى الإيميل وفتح رسالة والضغط على تفعيل الحساب activate account.

6. بعد الضغط عليها تنقل إلى موقع الباي بال مرة أخرى وتظهر لك هذه الصفحة كما في الصورة.



حيث تخبرك بأنه تم تفعيل الإيميل بنجاح وهنا نأتي إلى الخطوة مهمة في تأمين الحساب وهي إختيار الأسئلة السرية، وهي مهمة قد نحتاجها إذا نسيت الرقم السري ولذلك إختيار الأسئلة وجاوب عليها بتركيز كبير مع تذكر الإجابة جيد ثم الضغط على submit.

لنتقل بعد ذلك إلى الصفحة الرئيسية للحساب الشخصي والتي تجدها كما في الصورة التالية:



المصدر:

Consulte le: 8 juillet2020, site <https://e3rf.net/how-to-make-paypal-account/>

ثانيا/ بايونير payoneer :

تأسست payoneer في عام 2005 ومقرها في نيويورك، ومن بين أعضاء مجلس إدارتها الرئيس السابق ل visa والرئيس التنفيذي السابق ل swift، هذه الشركة هي مزود خدمة عضو عالمي في master card ، تستخدم payoneer عدد من الشركات العالمية وأبرزها google و airbnb و istock و fiverr. (الإمام، 2019، الفقرة من 2 إلى 12).

أما بالنسبة إلى معدل التحويل فتعتمد أسعار شركة بايونير على أسعار السوق المتوسطة السائدة، كما تعلمك الشركة بسعر الصرف في وقت مبكر، كما تطبق أسعار صرف master card عند إستخدامك payoneer master card المدفوعات مقدما بعملة غير مدرجة. (الإمام، 2019، الفقرة 2).

تسمح الشركة بإرسال الأموال إلى الخارج دون دفع أي رسوم، كما أنه عند سحب الأموال من حساب بايونير الخاص بك إلى حاسب مصرفي يتم تطبيق رسوم. المدفوعات التي يتم تلقيها من عملاء الآخرين باستخدام خدمة " إجراء الدفع" الخاصة بالشركة تأتي بدون أي رسوم، كما تتطلب المدفوعات المستلمة من خلال خدمة الدفع العالمية أن تدفع 1% من المبلغ المحول كرسوم.

تسمح شركة بايونير القدرة على إرسال الأموال إلى معظم البلدان في جميع أنحاء العالم، كما تحقق الشركة أداء جيد في سهولة الإستعمال. تخدم الأفراد والشركات والبائعين عبر الأنترنت، لكن لا يجوز للأفراد إستخدام خدماتها إلا لتلقي الأموال، تتيح الوصول إلى الموقع بلغات عدة مثل الإنجليزية والإسبانية والروسية والعربية....

أما من ناحية الأمان فلا داعي للقلق بشأن سلامة معلومات أو أموال حيث تعتمد الشركة على مستويات التشفير العالية للحفاظ على أمان مواقع الويب الخاصة بها. (الإمام، 2019، الفقرة من 3 إلى 12).

ثالثاً/ فابيلوس vapulus payments:

هي من أهم الشركات الحديثة التي توصلك بشكل مباشر بكل طرق الدفع الرئيسية على مستوى العالم، ومتاحة في تركيا مع أي تاجر أو أي عميل، حيث يمكن من خلاله قبول المدفوعات وتطوير قاعدة العملاء لمتجرك الإلكتروني من خلال الأنترنت. (سعد، 2019، الفقرة 6).

تعتبر شركة فابيلوس للمدفوعات هي الجيل الثاني من خدمات الدفع على الهاتف الذكي، ومزودي خدمة الدفع على الهاتف الذكي، لذا يمكن إستخدام تطبيق Vapulus على الهاتف الذكي في تركيا بأمان، وإستخدامه في إجراء عمليات الشراء والدفع الإلكتروني من خلاله.

كما يمكن إرسال وإستقبال الأموال بالطريقة التي تناسبك، وذلك من خلال إنشاء إسم مستخدم من داخل التطبيق المتواجد في الهاتف الذكي، فيمكن إجراء أي معاملة مالية من خلال تطبيق Vapulus بضغطة زر، بأمان وسهولة. (سعد، 2019، الفقرة 6).

رابعاً/ أديان Adyen:

تتيح خدمات إرسال وإستقبال المدفوعات لكافة المتاجر والمواقع الإلكترونية حول العالم عبر شبكات الأنترنت، والجدير بالذكر أن شركة "Adyen" تعتبر من الشركات الرائدة في هذا المجال بسبب المزايا التي تقدمها لكافة عملاء حول العالم، حيث أنها تمكن كافة عملائها من تسديد دفعاتهم بإستخدام كافة أنواع البطاقات الدولية.

إلى جانب تلك الميزة فإن شركة الدفع "Adyen" ترتبط مباشرة بـ "ماستر كارد & فيزا" وجميع طرق الدفع الدولية من خلال خدماتها المقدمة.

وعند الحديث عن الإشتراك والإستمتاع بخدمات الشركة "Adyen" للدفع عبر الأنترنت، فإن العميل في هذه الحالة لا يحتاج إلى أي رسوم للتسجيل، بالإضافة إلى أن حجم الشركة تغطي عملات متعددة وكذلك حسابات مصرفية متنوعة.(عبود، 2019، الفقرة 30).

أما بالنسبة لتركيا في تقوم بخدمات تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني من خلال البطاقات الدولية، وترتبط الخدمات المقدمة منها بجميع الطرق الدفع الدولية، كما يمكن من خلالها التعامل من خلال الحسابات المصرفية المتنوعة، ويعدد كبير من العملات.(سعد، 2019، الفقرة 15).

تمثل هذه 4 شركات المذكورة اعلاه من بين أشهر 10 شركات مشهورة في تركيا في مجال الدفع الحديث بتركيا بالخصوص وعلى المستوى العالمي عموماً.

المطلب الثالث: أثر وسائل الدفع الحديثة على التجارة الخارجية التركية.

تركيا هي المنصة الكبرى في شرق الأوسط وأكثر تطورا وريادة مع وجود تجارب ناجحة وكبيرة ومتاجر بمختلف المجالات ومع النمو الكبير في السنوات الأخيرة وبناءً على إحصائيات ومخرجات المؤتمر إتضح نمو أغلب المتاجر في تركيا خلال 2017 في مجال التقني والمبيعات والوصول والزبائن والإيرادات والأرباح وغيرها ومع وضع الخطط السنوية لسنة 2018 بتموح كبير بمعدلات النمو قد تصل إلى أضعاف السنة الماضية ومع وضع حلول وبدائل لتسهيل عملية الشراء للزبائن وهذا قد يزيد من ثقة الزبون ونمو هذه الثقافة بأضعاف تزامنا مع إنطلاق نظام معلومات التجارة الإلكترونية من قبل الحكومة التركية الذي يحدد المتاجر الحقيقية والقضاء على المتاجر الوهمية وعدم تكرار عمليات خدع الزبائن في عمليات الشراء الخ.... (أفندي أوغلو، 2018، الفقرة 5).

كما يشهد سوق التجارة الإلكترونية والشراء عبر الإنترنت نموا سريعا في تركيا، وحسب التقارير والتصريحات غير الرسمية أن نمو السوق الإلكتروني بنسبة زيادة وصلت الى 50% كما تصنف ضمن أسرع عشر أسواق الكتروني في العالم نموا حسب الإحصائيات التي نشرت في موقع ويب رازي التركية . وتصدر مبيعات الملابس عبر الأنترنت في سنة 2018 وتليها الأجهزة الالكترونية على عكس سنة 2017 التي تصدرت الأجهزة الالكترونية وبالأخص الهواتف المحمولة، وتحتل مواقع التواصل الإجتماعي عبر منصات الفيس بوك والأنستغرام الأكثر مبيعا في سنة 2018. (أفندي أوغلو، 2019، فقرة 2- 3).

أولا/السوق الإلكتروني أكثر إقبالا:

وحسب الإحصائيات التي نشرت في موقع ويب رازي المختص في نشر شؤون التجارة الإلكترونية والسوق الرقمي في إستبيان أجرته في بداية عام 2018 التي شارك فيها أكثر من 1000 مستخدم حيث تشير إن 98% من المشاركين يتسوقون عبر الإنترنت، وتتنوع أسباب ذلك إلى 56% بسبب الأسعار المناسبة و30% تعدد أنواع المنتجات وسهولة الوصول و14% بسبب السرعة وسهولة التسليم.

إن موقع "هيسي بوردا" (كل شيء هنا) يعتبر من أهم المشاريع التي تصدرت السوق الإلكترونية والأكبر في السوق التركي من حيث بيع المنتجات من خلال منصته وثم موقع N11 الذي يتيح مجال للمتاجر والمراكات ببيع منتجاتها في المنصة الخاصة به، أما تأثير سرعة التسليم على الشراء بدأ 77% من المشاركين بتأثيره لإستعداد الشراء و20% غير مهتمين و3% لا يؤثر. وبما يخص التسوق بمبالغ عالية تشكلت بأنه 51% يتسوقون بمبلغ يزيد عن 2000 ليرة و28% بين 500-2000 ليرة و18% بين 100-500 ليرة أما 3% هي أقل من 100 ليرة تركية.

كما يذكر نسبة المستخدمين التي يواجهون مشاكل في الإسترجاع هي 20% و47% لا يواجهون أية صعوبة و33% غير مهتم، ويتشكل عدد المشاركين بين 81.35% من الذكور و18.65% من النساء وبنسبة 51% بين الفئة العمرية 25-34 و35-44 و21%.

وأما في خدمات الوساطة بين الزبون والبائع هو موقع صاحب "ندان" (من صاحبه) يتيح للمستخدمين عرض المنزل للبيع والإيجار وأيضا السيارات وأي منتجات مستخدمة يمكنه البيع من خلاله، وموقع "يمك سباتي" (سلة الغذاء) يجمع المطاعم في منصة واحدة لطلب الطلبات عبرها وثم موقع "كتر" بمعنى (إجلب) لجمع مخازن السوبر الماركات وتوصيلها إلى المنزل وبالإضافة إلى البرمجية كموقع "أنسايدر" أو "يورو مسج" و"تي سوفت". (أفندي أوغلو، 2019، فقرة 4).

والجدير بالذكر أنه موقع أمازون العالمي المعروف وصاحب أكبر منصة عربية سوق كوم نطلق فعالياته في داخل تركيا في شهر سبتمبر الماضي كمنصة تتيح للبائعين بعرض منتجاتهم وبيعها من خلال المنصة في داخل البلد.

وشراء موقع التركي "تراند يول" بنسبة 80% من قبل منصة على بابا الصينية، وفي حد ذاته يعتبر موقع "كدي كديبور" المنصة الخاصة باي بال في تركيا كما عقد شراكة بيع مع موقع نون العربي. (أفندي أوغلو، 2019، الفقرة 5).

ثانيا/التصدير الإلكتروني:

يعتبر التصدير الإلكتروني إحدى فروع التجارة الإلكترونية نفسها ولكن يلخص للبيع لخارج القطر، وكما ذكرنا حجم السوق الإلكتروني في تركيا أن بعض المواقع الإلكترونية فضلت الإنفتاح إلى الخارج عن طريق بيع المنتجات أو الخدمات من الموقع الإلكتروني إلى خارج تركيا، كما في التصدير الدولي ولكن يكون وصول الزبون إلى البائع عبر منصة الإنترنت بعكس الإتفاقات الخارجية والتكاليف الدولية يسهل للبائع بترويج وتعريف عن منتج عبر الأنترنت إلى خارج القطر وأيضا للزبون بوصوله بطريقة سهلة عبر منصات المتاجر الإلكترونية.

تشجعت مواقع كثيرة في تركيا للبدء في الإنفتاح على الخارج عبر الأنترنت ويعود السبب الرئيسي لإقبال المنتجات التركية في الخارج وبالأخص الدول العربية و ثم بعض الدول الأوروبية، ولكن يعتبر أصعب من التجارة الإلكترونية بكثير، حيث تواجهها مشاكل كثيرة أولها بتكاليف الإعلانات والوصول الزبون الحقيقي ثم وسائل الدفع أو طريقة إستحصال المبالغ من الخارج و ثم الإجراءات الجمركية والأمر الأصعب هي القسم اللوجستي وهي توصيل الطلبات إلى الزبائن، والأمر الأهم هي كسب ثقة الزبون أو تشجيعه للشراء من خارج القطر. (أفندي أوغلو، 2019، الفقرة من 19 إلى 20).

والمعروف أيضا بأنه مواقع مثل أمازون وعلي بابا وعلي إكسبريس و أي باي بدأت في التصدير الإلكتروني من سنوات عدة ولا تزال تحاول الإنفتاح على كافة أنحاء العالم كونهم من أكبر الأسواق في العالم. كما تشجعت مواقع كثيرة في تركيا للبدء في الإنفتاح على الخارج عبر الانترنت ويعود السبب الرئيسي لإقبال المنتجات التركية في الخارج وبالأخص الدول العربية و ثم بعض الدول الأوروبية كما المعروف بأن المنتجات التركية هي الأفضل جودة من المنتجات الصينية والأنسب سعرا من المنتجات الأوروبية إضافة إلى بعض المنتجات الخاصة صنعت في تركيا .

والعامل الأساسي الذي شجع قسما كبيرا من المواقع للإنفتاح كانت بسبب إرتفاع سعر الدولار أمام الليرة في الآونة الاخيرة وخاصة في الفترة الأخيرة التي وصلت دولار واحد مقابل ٧ ليرة تركية إلى أن تراجعت وشبه إستقرت في 5.3 ليرة مقابل الدولار وجلب عملات أجنبية داخل البلد أتاحت لبعض المواقع فرصة كبيرة وخصوصا إختلاف الأسعار مقارنة في السابق والزبون الأجنبي تشجع للشراء بسبب فرق الذي حصل في العملات.

كما يصدر موقع أنسايدر الموقع الشهير بخدماته البرمجية والتحليلات الإلكترونية في عدد من الدول في الخارج ومع حصوله على إستثمارات كبيرة من شركات أجنبية ويعتبر أقوى موقع للخدمات البرمجية والرقمية في تركيا، وأما تسليط الضوء من قبل وكالة الإخبارية كانت تأثير المسلسلات المدبلجة التركية إلى العالم العربي وكان إتفاق بازاريا كوم مع مصنع منتجات وإكسسوارات والحاصل على حقوق المنتجات يعطي حق تصدير المنتجات إلى خارج حيث يسهل المتجر للزبون التسوق من كافة أنحاء العالم وباللغة العربية والإنجليزية وأيضا بعملات مختلفة. (أفندي أوغلو، 2019، الفقرة من 21 إلى 25).

وقال أيوب كرم رئيس مجلس إدارة المتجر نتميز كمتجر تركي بتوصيل المنتجات إلى كافة أنحاء العالم خلال 3-5 أيام فقط وقدرنا نوصل البقالة التركية حتى إلى القرى وأرياف بعض المناطق في السعودية وبعض الدول التي لا يوجد بنوك الكترونية بسبب ضعف الأنظمة فيها وقلة المستخدم بطاقة الائتمان إستطعنا حلها بأكثر من طريقة ومع توفير الدفع عند الإستلام بالإضافة إلى حسابات البنوك في بعض الدول، وبإضافة أننا استطعنا خلال مدة قصيرة التعاقد مع أكثر من 100 مورد تركي ومن الماركات التركية الأصلية والمشهورة في جودة منتجاتها ومع إستمرارنا بالتفاوض مع موردين آخرين بعد أن لاحظنا الإقبال على المنتجات التركية خلال هذه المدة بلغ 3 أضعاف توقعاتنا.

والجدير بالذكر يسعى موقع هبسي بوردا الانفتاح على العالم من خلال المنصات وبلغات مختلفة وحسب تصريح يامان الباتا في مؤتمر التجارة الالكترونية 2019 أنه هبسي بوردا إنفتح إلى العالم إسم يوليوال هبسي بوردا منطلقا باللغة العربية والانجليزية ولاحقا باللغة الروسية والتركية مستهدفا الأتراك المقيمين في خارج تركيا ومدعيا بسهولة التصدير للموردين و بمجمل ما يقارب 5 مليون منتج معروض في المنصة وبوسائل الدفع مختلفة منها بطاقة الائتمان والدفع عند الإستلام، وأشار أنه هبسي بوردا تعاقد مع عدة شركات تركية وغير تركية لتسهيل عملية البيع والتسليم وتحصيل الدفع والشحن وغيرها من الأمور اللوجستية.(أفندي أوغلو، 2019، الفقرة من 26 إلى 29).

ثالثاً/أبرز المتاجر الإلكترونية في تركيا:

- منصة علي بابا تسعى لفتح مركز إقليمي في تركيا بعد صين وماليزيا والغاية منها لإتاحة الفرصة لهواة التسوق الإلكتروني للعمل والبيع عن طريق هذه المنصة ومع تصدير المنتجات التركية لخارج البلاد.
- ماركة ال سي ويكيكي LC Waikiki التركية تعمل في 27 دولة أوروبية وتسعى في الوقت حاضر لدولة أخرى ايضاً.
- موقع أنسيذار التي تأسست في تركيا وتم توسعها لـ 27 دولة قبل مدة قصيرة شركة أمريكية إستثمرت فيها بمبلغ 11 مليون دولار.
- شركة اسك فريندو تصرف للإعلانات ميزانيات ضخمة لجلب الزبون إذا لاتدع الزبون يخرج قبل الشراء.
- موقع طورنا لبيع تذاكر الطيران حقق مبيعات خلال 2017 بمبلغ 110 مليون ليرة ما يعادل 29 مليون دولار رغم وجود أكثر من 7 مواقع منافسة. (افندي اوغلو، 2018، الفقرة 8).

المبحث الثاني: تجربة دولة الإمارات في مجال الدفع الحديث.

على مدى العقد الماضي إستطاعة دولة الإمارات العربية المتحدة أن تحدث نقلة بارزة في مجال التجارة الإلكترونية حيث أصبحت تعد من الدول الرائدة الرائدة في هذا المجال، كما إستطاعة دولة تبني أنظمة دفع حديثة وفعالة لتسوية المدفوعات على المستوى الداخلي أو الخارجي. من المبحث التالي سنتطرق إلى أهم الوسائل الحديثة المستغلة فيها وأثر هذه الوسائل على التجارة الخارجية الإماراتية.

المطلب الأول: تطور التجارة الخارجية الإماراتية

وتحتل دولة الإمارات اليوم الترتيب الثالث عالميا في تجارة إعادة التصدير، كما تحتل المرتبة 16 عالميا بالنسبة للصادرات السلعية، وحلت الإمارات المرتبة 20 عالميا بالنسبة للواردات السلعية، والمرتبة 22 عالميا بالنسبة لصادرات الخدمات والمرتبة 21 عالميا بالنسبة لواردات الخدمات، كما احتلت دولة الإمارات المرتبة الأولى من بين دول الشرق الأوسط من حيث التجارة الخارجية لعام 2018، وبحسب البيانات المنشورة من قبل مركز التجارة الدولية فقد شكلت تجارة الإمارات ما نسبته 24.7% من مجمل تجارة دول الشرق الأوسط العالمية لعام 2018، وإن دولة الإمارات هي الشريك التجاري الأفضل لكبريات الإقتصادات العالمية في المنطقة.

أولا/التجارة الخارجية لسلع غير نفطية خلال الربع الأول من عام 2017، مقارنة بنفس فترة عام 2016:

تشير نتائج قيم إحصاءات التجارة السلعية الخارجية لدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الربع الأول من عام 2017، إلى أن قيمتها الإجمالية بلغت ما مقدار 271.5 مليار درهم تقريبا، مقارنة ب 267.5 مليار درهم خلال نفس الفترة من عام 2016، بإرتفاع مقداره 4 مليار درهم تقريبا، وبنسبة إرتفاع وصلت الى 1.5% .

تشير ذات البيانات إلى أن قيمة الواردات بلغت 172.8 مليار درهم في الربع الأول من عام 2017، مقارنة ب 164 مليار درهم خلال نفس الفترة من عام 2016. وبنسبة إرتفاع مقداره 5.39%. ومن جانب آخر بلغت قيم الصادرات غير نفطية 41.2 مليار درهم خلال الفترة المذكورة. مقارنة ب 46.8 مليار درهم خلال نفس الفترة من عام 2016. وبنسبة إرتفاع مقداره 5.6 مليار درهم، وبنسبة 12%.(الهيئة الإتحادية للتنافسية والإحصاء، 2017، ص4).

أما قيمة المعاد تصديره فقد بلغت 57.6 مليار درهم خلال الفترة المذكورة مقارنة بـ 56.7 مليار درهم خلال عام 2016، حيث إرتفعت قيمة المعاد تصديره بنسبة 1.6% وما يزيد من أهمية هذه النسب أنها تحققت رغم تداعيات الظروف العالمية والأوضاع الداخلية للدول الإقليمية المحيطة على مختلف الإقتصادات، حيث أن إستمرار نمو معدلات التجارة يعكس ثقة التجار والمستثمرين في إقتصاد دولة الإمارات وذلك في ظل سياسة التوسع والإبتكار التي تتبناها قيادة الدولة، ولكونه يمثل ترجمة لسياسة الإنفتاح التجاري التي تنتجها الدولة على أساس عملية تنويع القاعدة الإقتصادية لدولة الإمارات العربية المتحدة. (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، 2017، ص4).

ثانيا/التجارة الخارجية لسلع غير نفطية لدولة الإمارات خلال فترة الاتحاد:

كما تضاعفت التجارة الخارجية غير نفطية للإمارات بأكثر من 1627 ضعفا خلال سنوات الإتحاد الـ48، وإرتفعت من نحو مليار درهم عام 1971 إلى 1.62 تريليون درهم بنهاية العام 2018. ومن خلال سنوات الإتحاد وبفضل الإنجازات الإقتصادية التي حققتها الدولة إحتلت الإمارات مراتب متقدمة على صعيد التجارة العالمية شهدت بها المنظمات الدولية المتخصصة وعلى رأسها منظمة التجارة العالمية. وخلال 48 عاما رسخت دولة الإمارات علاقاتها مع أكثر من 220 دولة ترتبط معها اليوم بعلاقات تجارية وإقتصادية قوية ووثيقة، وهو ما يؤكد المكانة التجارية الكبيرة لدولة الإمارات، وتأثيرها في الحركة التجارية العالمية.

تضاعفت قيمة التجارة الخارجية غير نفطية للإمارات، أكثر من ألف وستمئة مرة خلال سنوات الإتحاد، وبلغت قيمة تجارة الإمارات الخارجية غير النفطية مليار درهم عام 1971، ثم إرتفعت إلى 41.1 مليار درهم عام 1981، (عبد الحي، 2019، الفقرة6).

وارتفعت إلى 69.2 مليار درهم عام 1991، ثم إلى 151.2 مليار درهم في عام 2001، وإلى 1.3 تريليون درهم في عام 2011، وبعد 45 من عمر الإتحاد في عام 2016 بلغت 1.6 تريليون درهم، شاملة تجارة المناطق الحرة، ثم قفزت العام الماضي 2018 لتحقيق نمو وتصل إلى تريليون و628 مليار درهم وذلك في الوقت الذي تشهد فيه غالبية إقتصادات العالم والمنطقة تباطؤًا إقتصاديًا يستمر منذ عدة سنوات (عبد الحي، 2019، الفقرة 6).

المطلب الثاني: وسائل الدفع الحديثة في التجارة الخارجية الإماراتية.

الجدير بالذكر أن توفير طرق دفع متعددة وموثوق بها بدرجة عالية داخل أي متجر إلكتروني يمكنها أن تؤثر بشكل كبير على حجم المبيعات سواء بالإيجاب أو السلب، حيث أكدت العديد من الدراسات العلمية على أنه إذا كانت شركة الدفع الإلكتروني التي يتعامل معها الموقع أو المتجر الإلكتروني شركة غير موثوق بها، فإن ذلك يساعد بتكثف كبير على ارتفاع نسبة الارتداد على المتجر وكذلك يدفع عدد كبير من العملاء والمتسوقين إلى التراجع عن قرارات الشراء التي كانوا قد اتخذوها، وفيما يلي سيتم التطرق لأهم أنظمة دفع حديثة في التجارة الإماراتية.

أولا/ payfort:

تعتبر payfort من أشهر وأحدث بوابات الدفع الإلكتروني في الإمارات العربية المتحدة، فقد أطلقت payfort حديثًا في عام 2014 في الإمارات العربية المتحدة وتعمل أيضا في المملكة العربية السعودية ومصر. ثم إشترتها فيما بعد العملاقة amazon. تعمل payfort على جذب الشركات الناشئة والصغيرة عن طريق رسومها المنخفضة التي تصل إلى صفر أحيانا (مع دفع رسوم شهرية رمزية). (أحمد، 2019، الفقرة 8).

➤ مميزات payfort:

- تقديم خدماتها للدفع الإلكتروني نظير رسوم مادية منخفضة وهو ما يعد عامل جذب رئيسي لكافة الشركات الصغرى والمتوسطة.
- تتيح لشركات الأعمال الناشئة كافة خدماتها في إستقبال وإرسال الدفعات عبر الإنترنت مقابل رسوم خدمة تصل إلى صفر في مقابل تسديد رسوم شهرية ثابتة.
- تتعامل مع ما يزيد عن ثمانية عشر عملة عالمية.
- تتيح خدماتها لكافة الشركات بإستثناء الشركات الناشئة بنسب خصم ضعيفة جدًا قد تصل إلى 2.94% لكل عملية ورسوم ثابتة أيضًا.
- كما توفر أيضا ميزة قبول العملات المتعددة للوصول إلى الصعيد العالمي برسوم شهرية .

ثانيا/ paytabs :

تُعتبر بوابة الدفع الإلكتروني باي تابس PayTabs واحدة من أهم وأفضل شركات الدفع التي تعمل في المنطقة العربية وتغطي خدماتها الكثير من البلدان العربية، في مقدمتها (المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة والبحرين ومصر وقطر والكويت).

ليس هذا فقط، بل تُعتبر بوابة باي تابس من كبرى الشركات الرائدة في الدفع الإلكتروني في منطقة الشرق الأوسط والخليج العربي تحديداً، لذا تعتمد عليها معظم المتاجر الإلكترونية في المنطقة العربية في إستقبال المدفوعات.

وتوفر بوابة باي تابس PayTabs العديد من المزايا لكافة عملائها ما جعلها البوابة المفضلة لدى الكثيرين في المنطقة العربية، إلا أن دعمها لأكثر من 160 عملة دولية كان من أبرز مميزاتاها. (عبود، 2020، الفقرة17).

➤ مميزات paytabs: ما يلي:

- تعتبر حل سريع وآمن للمدفوعات.
- يمكن إستخدامها من قبل المستهلكين على الصعيد العالمي بإستخدام أساليب أخرى من بطاقات الإئتمان.
- تقديم خيارات محلية من خيارات الدفع.
- يتم تحديد طرق دفع البديلة بنسبة 59% من جميع المعاملات عبر الأنترنت.
- ومن المشاكل التي تتعرض بعض عملاء هذه البوابة هو قيامها بإحتجاز الأموال لمدة 8 أيام على الأقل ولا يستطيع العملاء تقديم طلب لتسليم أموالهم إلا بعد مرور هذه المدة (أحمد، 2019، الفقرة 10).

ثالثاً / checkout:2

أسست الشركة عام 2000، لكنها بدأت في تقديم خدماتها رسمياً لمواقع التجارة الإلكترونية عام 2006، بعد ذلك إستحوذت عليها شركة Avangate عام 2017، طرأت على المنصة في الآونة الأخيرة تحسينات كبيرة على واجهة المستخدم.

- 1- الجدير بالذكر أن أكثر من 17000 شركة تعتمد على منصة Checkout 2 من أبرزهم HP ، Kaspersky و BitDefender . سواء لبيع المنتجات أو الإشتراكات، بإستخدام Checkout 2 بغض النظر عن مكان عملك أو مكان عملائك..، يمكنك البيع عالمياً وقبول المدفوعات بسلاسة في جميع أنحاء العالم عبر الإنترنت دون مشاكل معالجة الدفع مع تجربة شراء آمنة ومحلية، كما أن الدفع يتم بلغة العملاء و بإستخدام طرق المفضلة لديهم ومعرفة الأسعار بعملائهم المحلية. (كرم، 2020، الفقرة 9).

يقدم Checkout 2 نموذج تسعير موحد إعتياداً على نوع العمل الذي تود القيم به . مثلاً ، لمتاجر التجارة الإلكترونية الدولية معدل مختلف عن المتاجر المحلية. هناك أيضاً بعض إضافات خاصة بالتجارة الإلكترونية مثل ما إذا كنت تخطط لوضع الإشتراكات في موقعك .بشكل عام تتميز الأسعار بالشفافية دون أي رسوم شهرية أو رسوم مخفية.

خلال السنوات القليلة الماضية تغير تسعير Checkout 2 بشكل كبير. لديها الآن العديد من الخطط، يعتمد ذلك على وضعك. و أيضاً جميع المعدلات هي نفسها للتجار في جميع أنحاء العالم.

إليك الخطط المقترحة:

2- **خطة Sell -2** : للذين يبيعون دولياً. يحتوي على معدل 3.5% + \$ 0.35 لكل عملية بيع.

3- **خطة Subscribe -2**: للذين يبيعون الإشتراكات. يحتوي على معدل 4.5% + \$ 0.45 لكل عملية بيع.

4- **الخطة Monetize Plan - 2** : للذين يبيعون المواد الرقمية على نطاق عالمي. يحتوي على معدل 6% + \$ 0.60 لكل عملية بيع.(كرم، 2020، الفقرة 9).

رابعا/ Hyperpay:

تأسست في عام 2014 كبوابة دفع إلكترونية متخصصة في مجال خدمات الدفع عبر الإنترنت؛ بهدف تمكين وتطوير نظام التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية من خلال توفير مجموعة من خدمات وحلول الدفع الإلكتروني التي تسهل وتسرع عمليات الشراء عبر الإنترنت وتساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والشركات الكبيرة على زيادة تدفقاتها. (أحمد، 2019، الفقرة 10).

وتقدم حلولاً آمنة ذات موثوقية عالية للدفع الإلكتروني والمناقلات المالية، وتتميز بإتصالها بشبكة كبيرة من البنوك وأكثر من 400 طريقة دفع إضافية في المنطقة العربية، مع إمكانية قبول مجموعة واسعة من العملات المستخدمة دولياً؛ ما جعلها أكثر بوابات الدفع شهرةً في الشرق الأوسط، إذ تقدّم خدماتها في المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة، لبنان، والأردن. (أحمد، 2019، الفقرة 9).

وتتميز بأنها تتجاوب مع جميع الأجهزة الإلكترونية بشكل سلس لتُمكن من قبول المدفوعات على جميع الأجهزة الإلكترونية بما فيها الهواتف المحمولة والساعات الذكية، كما توفر نظام الدفعات المتكررة الذي يمكن من خلالها تلقي دفعات الإشتراكات المتكررة بكل سهولة من العملاء بشكل منظم وسريع (أحمد، 2019، الفقرة10).

➤ مميزات hyperpay:

- متوافقة مع كافة أنواع الأجهزة الإلكترونية " الهواتف المحمولة والحواشيب اللوحية و المكتبية.
- توفير إمكانية دمج سلس مع جميع منصات تطوير الويب.
- توفير درجة حماية عالية لبيانات العملاء والمستخدمين.
- الاعتماد على مجموعة من التقنيات الحديثة في حماية بيانات العملاء مثل الترميز وتقنية3D.(محمد، 2019، الفقرة3).

تمثل هاته الأنظمة أو بوابات أو كما يطلق عليها منصات الدفع الحديثة من بين أهم الأنظمة المتبعة في دولة الإمارات العربية المتحدة ودول العالم العربي وكذلك في بعض مناطق من العالم .

المطلب الثالث: أثر وسائل الدفع الحديثة على التجارة الخارجية الاماراتية.

أفادت شركة فيزا العالمية بأن الإمارات تتمتع بجاهزية قوية في البنية التحتية للدفع الإلكتروني، فيما يتوقع أن تصبح دبي مدينة خالية من الدفع النقدي بحلول 2020.

وقال نايتين كوشني، رئيس المنتجات الناشئة والإبتكار في فيزا الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ل مجلة

«الخليج»: قيمت شركة "باي فورت PayFort سوق التجارة الإلكترونية في الإمارات العام 2014 ب 2,3 مليار دولار .(حمدي، 2015، الفقرة1).

أضاف نايتين كوشني تفصيل التقرير إلى أن سوق التجارة الإلكترونية في الإمارات والسعودية ستبلغ قيمتها 10 مليارات دولار بحلول العام 2020، ومع تحوّل العلامات التجارية الكبيرة إلى نموذج القنوات المتعددة في التجارة، بات التسوق الإلكتروني يجذب أعداداً أكبر من المستهلكين. وأشار كوشني: تتوقع شركة «أ تي كيرني» للأبحاث أن تصل قيمة الدفع الرقمي في دول الخليج العربي إلى 15 مليار دولار 2015، وهو ما يشكّل 5 أضعاف الزيادة التي حصلت في السنوات الـ 5 الأخيرة. (حمدي، 2015، الفقرة 1).

أولا/ التسوق الإلكتروني:

لقد بدأت بوادر المواقع الإلكترونية العربية بالظهور لتوفير التسويق الإلكتروني، غير أن هذه المواقع تفتقد للإحترافية والنضج، الذي تتمتع به المواقع العالمية المشهورة، مثل أمازون دوت كوم وغيرها. وقد تكون هذه المواقع تستنسخ بعضها البعض بغية إقناع المستخدمين بممارسة التسويق الإلكتروني، وترتكز أهمها على الكتب وألبومات الصور والأغاني والموسيقى، والأفلام، والبرمجيات وبعض المواد الترفيهية الأخرى. حيث يأتي على رأس الدول العربية في مجال التسويق الإلكتروني، هي دولة الإمارات العربية المتحدة. حيث لقي موقع uaemail.com في الإمارات المتحدة بعض النجاحات، حيث لم يقتصر على بيع الكتب والبرمجيات بل تعدى ذلك إلى بيع السيارات والهواتف النقالة. (شاكر، ب.س، صفحة 22).

ويقوم بتوفير كافة المنتجات للزبون الإلكتروني داخل وخارج دولة الإمارات المتحدة. أن هذا الموقع لا يعاني من محدودية للإنتشار الإقليمي والعالمي بل يتلقى الطلبات من مختلف دول مجلس التعاون الخليجي والسعودية بحيث يتم إرسالها بواسطة التوصيل السريع. أن هذا الموقع كغيره من المواقع العربية، يقوم بعرض المنتجات باللغة الإنجليزية، لأن المواصفات بالأساس بالإنكليزية، وهذا ما يتعذر توفيرها باللغة العربية. (شاكر، ب.س، صفحة 22).

ففي سنة 2018 قامت شركة أمازون الأمريكية بشراء منصة سوق دوت كوم الإماراتية ودمجها مع مجمع أمازون العالمي للتجارة الإلكترونية وفي العاميين الماضيين ظهرت منصة جديدة في دولة الإمارات معروفة بمنصة نون للتجارة الإلكترونية حيث شهدت نموا كبيرا في حجم المبيعات، نتيجة إعتادها على سياسة تسويق كبيرة وناجحة جدا جعلت منها من أكبر المنصات العربية للتجارة الإلكترونية حيث تعتمد هذه المنصة على ما يعرف بكوبونات التخفيضات خاصة في مواسم الذروة، حيث تقدم تخفيضات مغرية للمستهلكين تجبرهم بها للمزيد من الانفاق حيث تعمل مواقع الكترونية عربية على توفير كوبونات الخصم لمتجر نون مثل هذا الموقع [https:// coupon5sm.com](https://coupon5sm.com) الذي يقدم خصومات للعديد من المواقع الكبرى مثل سوق وسيفي وجوميا وغيرها من المنصات العربية المشهورة (بن داودية، 2019، الفقرة 20).

ثانيا/ دفع آمن:

أكد خبراء ان زيادة ثقة المتسوقين بأمن الدفع الإلكتروني في الدولة وإنتشار إستخدام الأنترنترنت والهواتف الذكية علاوة على العروض الترويجية المبتكرة جعلت من الإمارات أسرع سوق لنمو التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وحولت " الجمعة البيضاء" إلى أحد أهم مهرجانات التسوق التي يرتقبها المتسوقون في دولة في نوفمبر من كل عام. في المقابل أوصى خبراء بضرورة أخذ الحيطة لدى الدفع الإلكتروني خلال " الجمعة البيضاء" التي أصبحت كذلك محطة إنتظار المخترقين وسارقي البيانات. (اللبايبدي، 2019، الفقرة 2).

ويشير إستطلاع حديث لشركة "فيزا" ان 63% من مستخدمي الانترنت في الإمارات يتسوقون عبر الأنترنترنت، فيما يصل معدل الإنفاق الفرد والواحد منهم سنويا الى حوالي 6000 درهم، ومتوسط قيمة المعاملة الواحدة الى 530 درهما، أو حوالي ستة أضعاف متوسط الإنفاق في الأسواق الناشئة والبالغ 26 دولارا لسنة 2019. (اللبايبدي، 2019، الفقرة 1).

كشفت موقع أمازون عن إطلاق تخفيضات الجمعة البيضاء في نسختها السادسة هذا العام مع أقوى العروض وأفضل الأسعار على مدار 7 أيام من 23 إلى 29 نوفمبر، فيما سيحظى المستوفون بفرصة الإستفادة من التخفيضات تصل حتى 70% على تشكيلة واسعة ومتنوعة من المنتجات. (اللابيدي، 2019، الفقرة 2).

الخلاصة الفصل الثالث:

إن العديد من التجارب التي مرت بها دول العالم في إنتهاجها لنظام الدفع الحديث لم يكن بمحض الصدفة بل أرتبط الأمر بالإنفتاح الدول على بعضها البعض وكذلك التطور السريع في تجارتها الخارجية، وظهور بما يسمى بثورة الأنترنت التي جعلت من العالم عبارة عن قرية واحدة.

ومن بين التجارب الذي شهدت قفزة في هذا المجال دولتي تركيا والإمارات العربية المتحدة التي كانتا من بين الدول السباقة والناجحة في توسيع دائرة العمل لهذا النظام من المستوى الضيق (المحلي) إلى مستوى أوسع (خارجي)، وهذا راجع إلى تطور التجارة الخارجية لكل من الدولتين وإستقطابهما لرؤوس الأموال الخارجية ، كما أن جانب السياحة لعب دور مهم وفعال، مما دفع الدولتين لإنتهاج أنظمة دفع دولية حديثة تلائم هذا الإنفتاح.

خاتمة

الخلاصة:

بعد دراستنا إلى موضوع بحثنا المتمحور حول " دور أدوات الدفع الدولية الحديثة في تطوير التجارة الخارجية -تجارب بعض الدول-" توصلنا إلى أنه في ظل وجود ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، توجد تطورات مذهلة في مجال الدفع وذلك نتيجة للإستعمال المتنامي لوسائل التكنولوجيا الحديثة والإستخدام المفرط للإنترنت. مما سهلت من العمليات التجارية وخاصة من ناحية الدفع، وكذلك الإنتقال من الدفع الورقي إلى الدفع الإلكتروني.

فالدفع الحديث يهدف إلى تسهيل طرق تسوية المعاملات في التجارة الخارجية ورفع كفاءتها في ما يتمشى مع تكنولوجيا المعلومات والإتصال.

إن كل من دولة تركيا والإمارات العربية المتحدة ليست بمنأى عن هذه التطورات حيث سعت كل منهما إلى تطور أنظمة دفعاتها وتجريدها من طابعها التقليدي وإضافة الطابع التكنولوجي لها، وذلك بما يتناسب مع واقع العالمي الجديد.

أولا/ نتائج الدراسة:

لقد تمكنا من خلال هذه الدراسة الاجابة على الإشكالية القائمة والمتعلقة بدور أدوات الدفع الدولية

الحديثة في تطوير التجارة الخارجية، ويمكن حصر أهم النتائج التي تمكن الخروج بها في النقاط التالية:

- أن وسائل الدفع الحديثة جاءت نتيجة التطورات السريعة لتكنولوجيا المعلومات والإتصال.
- التطور السريع لتجارة الخارجية تطلب وسائل دفع أكثر تطور وسرعة ومرونة وأمان.
- الفوائد التي قدمتها وسائل الدفع الحديثة مقارنة بالوسائل التقليدية.
- تحديث نظام الدفع من طرف الدولة التركية جاء وليد انتشار المنتجات التركية عبر العالم، مما تطلب إلى تطوير نظام الدفع لكي يلائم البيئة الخارجية.

خاتمة عامة

- نجاح تبني نظام الدفع الحديث من طرف دولة الإمارات جاء جراء سعي الدولة الي تحقيق مستوى عالي من الأمان في معظم وسائل الدفع الحديثة التي تبنتها.

ثانيا/ التوصيات والمقترحات:

بناء على ما تقدم من نتائج حاولنا تقديم بعض التوصيات وهي كالتالي:

- ضرورة سن قوانين دولية تحمي التعامل بوسائل الدفع الحديثة.
- تقديم تحفيزات دولية من أجل للإعتماد على وسائل الدفع الحديثة.
- تقديم الدعم من طرف المنظمة العالمية لتجارة لدول التي لم تتبنى أو التي لم تتجح في تتبنى نظام الدفع الدولي الحديث.
- السعي نحو تطوير برامج الضمان وتقنيات الأمان لحماية التعاملات بوسائل الدفع الدولية الحديثة.

قائمة المراجع

1. الكتب العربية:

1. إبراهيم أحمد الدوي(2015). التجارة الإلكترونية - دراسة تطبيقية على المكتبات- السعودية: مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية.
2. خضر مصباح الطيبي(2008). التجارة الإلكترونية من المنظور تقني وتجاري وإداري. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
3. رحيم حسين(2009). الإقتصاد المصرفي. الجزائر: دار بهاء الدين لنشر والتوزيع.
4. رنان مختار(2009). التجارة الدولية ودورها في النمو الاقتصادي. الجزائر: منشورات الحياة.
5. السيد متولي عبد القادر(2011). الإقتصاد الدولي " النظرية والسياسات". الأردن: دار الفكر.
6. شاكر تركي أمين(ب.س).التسويق الإلكتروني. ملخص كتاب تسعة فصول دراسة مطلوبة بالكامل وهي معتمدة للامتحان النهائي لطلاب الانتساب والتعليم عن بعد <http://www.kau.edu.sa>.
7. شقيري نوري موسى، محمد عبد الرزاق الحنيطي، صالح طاهر الزرقان، وعبد الله يوسف سعادة(2015). التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
8. طارق عبد العال حماد(2007). التجارة الإلكترونية(المفاهيم- التجارب- التحديات). مصر: الدار الجامعية.
9. عطا الله الزبون(2015). التجارة الخارجية. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
10. عمر خالد زريقات(2007). عقد البيع عبر الأنترنت. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
11. محمد عبد الله شاهين محمد(2017). التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو. مصر: دار حميثرا للنشر.
12. محمد عمر الشويرف(2013). التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد. الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.

13. نضال نصار(ب.س). تعلم الباي بال من الف للياء. مكتبة كتب التقنية " كتب الأنترنت".

14. هبة مصطفى كافي(2017). التجارة الإلكترونية. الجزائر: ألفا للوثائق.

// .المجلات والمنشورات:

.The kurdish center for studies

15. أحمد عبد الله العوضي(2010). العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية. الجزائر: مجلة الاقتصاد والمجتمع.

16. بن باير الحبيب، بن كاملة محمد عبد العزيز(2011). عصرنة وسائل الدفع: مدخل لتطوير الأداء والفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية. الجزائر: الملتقى العلمي الدولي الرابع.

17. بوعافية رشيد(2014). دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الخارجية. الجزائر: المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية.

18. بوعافية رشيد، إبراهيم مزبود(2011). التحول الى وسائل الدفع الإلكتروني وتحديات الجرائم المعلوماتية. الجزائر: الملتقى العلمي الدولي الرابع.

19. سفيان بن عبد العزيز(2013). دعم وتطوير القطاع الخاص كألية لترقية التجارة الخارجية الجزائرية خارج المحروقات. الجزائر:مجلة بحوث إقتصادية العربية.

20. سلوى محمود أبو ضيف أحمد(2017). النقود الإلكترونية وأثرها على المعاملات المالية. مصر: المجلة العلمية لجامعة 6 أكتوبر.

21. صالح إبراهيم الشعباني(2012). أثر اعتماد نموذج التكلفة الشاملة لدورة حياة المنتج على خفض الكلف وتحسين لعائد. العراق: مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والإقتصادية.

22. طارق حمو(2018). دراسات في العلاقات الإقتصادية الدولية. الدنمارك:

23. عبد الحافظ الصاوي(2016). خرائط القوى الداخلية في الجمهورية التركية " الجزء الثاني خرائط القوى الاقتصادية التركية". تركيا: المعهد المصري لدراسات السياسية والإستراتيجية.
24. عبد الرحيم وهيبية(2011).تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل في وجودها. الجزائر: الملتقى العلمي الدولي الرابع.
25. عصام حنفي موسي(2003). الطبيعة القانونية لبطاقات الائتمان. الإمارات العربية المتحدة: مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون.
26. غرفة صناعة عمان(2017). دراسة تقييمية لواقع اتفاقية التجارة الحرة بين الأردن وتركيا. الأردن.
27. لعريبي محمد، لحسين عبد القادر(2011). أنظمة الدفع الإلكترونية وأزمة السيولة في الجزائر. الجزائر: الملتقى العلمي الدولي الرابع حول (عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-).
28. محرز نور الدين، صيد مريم(2011). نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة إلى حالة الجزائر. الجزائر: الملتقى العلمي الدولي الرابع.
29. محمد اسماعيل، أمل علوان، تغريد جليل(2013). البطاقات الذكية وأثرها في تقليل من بعض المخاطر المصرفية. العراق: مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية العدد السابع والثلاثون.
30. مدني لعجال، الطاهر بريك(2018). مكافحة الإغراق باعتباره ممارسة منافسة للمنافسة التجارية الدولية. الجزائر: مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والإقتصادية.
31. مرفت تلاوي(2003). الإفاقيات الدولية وقضايا البيئة في المنطقة. الأمم المتحدة: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا.
32. مسعداوي يوسف، سعيدي جميلة(2011). وسائل الدفع الإلكترونية. الجزائر: الملتقى العلمي الدولي الرابع.

33. نزيهة غزالي(2017). السفتجة الإلكترونية وقواعد قانون الصرف في التشريع الجزائري. الجزائر: المجلة العلوم الاجتماعية .

34. الهيئة الاتحادية لتنافسية والاحصاء(2017). تقرير تحليلي حول إحصاءات التجارة العالمية لدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الربع الأول من عام 2017. الإمارات العربية المتحدة.

/// المذكرات:

41. أيمن احمد محمد شاهين(2013). مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم

الدفع والتجارة الإلكترونية. مذكرة لنيل درجة الماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين.

42. إينال أمينة(2017). محاولة نمذجة قطاع التجارة الخارجية في الجزائر. مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه،

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر.

43. باحوص خليدة(2008). أثر التحرير التجاري متعدد الاطراف على دول جنوب حوض المتوسط. مذكرة

لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر

بلقايد تلمسان، الجزائر.

44. بن هدي آمال(2013). الإتفاقيات التجارية الإقليمية على ضوء قواعد منظمة التجارة العالمية.

مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، الجزائر.

45. حابت آمال(2015). التجارة الإلكترونية في الجزائر. مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة ملود العمري تيزي وزو، الجزائر.

46. حشماوي محمد(2006). الإتجاهات الجديدة للتجارة الدولية في ظل العولمة الاقتصادية. أطروحة

لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر. الجزائر.

47. حمزي سيد أحمد(2002).تحديث وسائل الدفع كعنصر لتأهيل النظام المصرفي الجزائري. مذكرة لنيل

شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر.

48. حمشة عبد الحميد(2013). دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
49. حوالف عبد الصمد(2015). النظام القانوني لوسائل الدفع الالكترونية. مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد - تلمسان، الجزائر.
50. دليلة طالب(2015). الإنفتاح التجاري وأثره على النمو الإقتصادي في الجزائر. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر.
51. زهير زواش(2011). دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير مدرسة الدكتوراه " الإقتصاد - ومناجمنت"، جامعة العربي بن مهيدي أم لبواقي، الجزائر.
52. زير مي نعيمة(2011). التجارة الخارجية الجزائرية من الإقتصاد المخطط الى إقتصاد السوق. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، الجزائر.
53. سكيينة حملاوي(2017). إنعكاسات الأزمات الإقتصادية على التكتلات الإقتصادية الإقليمية. مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
54. شتاتحة عمر(2015). تأثير السياسة التجارية على التوازن ميزان المدفوعات في الدول النامية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

55. شيخي حفيظة(2012). ترشيد السياسات التجارية من أجل الاندماج الإيجابي للجزائر في الإقتصاد العالمي. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر.
56. شيماء جودة منصور(2015). أحكام التعامل بالنقود الالكترونية وأثره على المعاملات المعاصرة. مذكرة لنيل درجة الماجستير، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين.
57. عائشة خلوفي(2012). تأثير التكتلات الاقتصادية الاقليمية على حركة التجارة الدولية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.
58. عبابسة نوال(2009). التخصص الدولي بين النظرية والواقع. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر.
59. علي مؤيد سعيد(2013). التحويل الإلكتروني للأموال. مذكرة لنيل درجة الماجستير، قسم إدارة الموارد البشرية، الشعبة القانونية، العراق.
60. فيروز سلطاني(2013). دور السياسات التجارية في تفعيل الإتفاقات التجارية الإقليمية والدولية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
61. فيصل لوصيف(2014). أثر سياسات التجارة الخارجية على التنمية الإقتصادية المستدامة في الجزائر. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف1، الجزائر.

62. لوصيف عمار(2009). إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى تجربة الجزائر. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري- قسنطينة، الجزائر.
63. محمد بن قينان النتيفات(2004). الكميالة الإلكترونية- دراسة مقارنة-. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم السياسة الشرعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
64. واقد يوسف(2011). النظام القانوني لدفع الإلكتروني. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق مدرسة الدكتوراه للعلوم القانونية والسياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر.
65. وليد حفاف(2009). إصلاحات إزالة القيود غير التعريفية وأثارها على التجارة الخارجية في الجزائر. مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
66. وليد عابي(2019). حماية البيئة وتحرير التجارة الخارجية في إطار المنظمة العالمية للتجارة. مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف1، الجزائر.

IV. المحاضرات:

67. خروف منير(2015). المالية والتجارة الدولية. كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية. جامعة 8 ماي 1945 قالمة. الجزائر.
68. سدي علي(2015). دروس في نظرية التجارة الدولية. كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. جامعة ابن خلدون تيارت. الجزائر.
69. فراس الأشقر(2017). مقدمة في عنوان التجارة الدولية. كلية الإقتصاد. جامعة حماة. سوريا.
70. ميراندا زغلول رزق(2010). التجارة الدولية. كلية التجارة ببها. جامعة الزقازيق. مصر.

71. نويوة عمار(2014). مطبوعة في مقياس إقتصاد دولي. كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة الحاج لخضر باتنة. الجزائر.

.v. المقالات:

72. أحمد خالد(2019). أبرز بوابات الدفع الإلكترونية في الإمارات 2019. تم إستيرادها من: consulte le 17aout2020 , <https://www.vapulus.com/ar>.H17.20

73. إسرائ محمد(2019). أشهر بوابات الدفع الرقمي في عالم 2019. تم إستيرادها من: consulte le 10aout2020 , <https://www.vapulus.com>. H13.15

74. خالد الغزي(2018). 35.4 ترليون دولار التبادل التجاري العالمي في 2017 .. 4% نصيب الدول العربية. تم إستيرادها من :

https://www.aleqt.com/2018/08/23/article_1441656.html Consulte le : 5Mai2020

75. صهيب أفندي أوغلو(2018). التجارة الإلكترونية في تركيا.. تجارب حققت الملايين. تم إستيرادها من: Consulte le14 aout2020, <https://turk-post.net/p-247016/>

76. صهيب أفندي أوغلو(2019). الماركات التركية من التجارة الإلكترونية نحو التصدير الإلكتروني. تم إستيرادها من:

Consulte le11 aout2020 , <https://www.noonpost.com/content/>.H10.20.

77. عبد الحي محمد(2019). تجارة الإمارات الخارجية تنمو 1627 ضعفا في 48 عاما. تم إستيرادها من: consulte le 15aout2020 , <https://www.albayan.ae/economy/local-market/2019-12-02-1.3716076>

78. محمد عبود(2019). الدليل الكامل لأكثر 10 شركات للدفع عبر الأنترنت حول العالم. تم إستيرادها من: Consulte le13 aout2020, <https://www.expandcart.com/ar/>.H11.02

79. محمد عبود(2020). أفضل 5 بوابات دفع الإلكتروني تدعم الدول العربية. تم إستيرادها من: consulte le 17aout2020 , <https://www.expandcart.com/ar/32230--52020>.H21.21

80. محمد(2009). كيف تتم عملية التحويل المالي؟. تم إستيرادها من: Consulte le : 15 <http://moh42ed.blogspot.com/2009/05/electronic-funds-transfer-eft.html>.

Mars 2020

81. ميساء سعد(2019). قائمة ب10 من شركات الدفع الإلكتروني في تركيا. تم إستيرادها من : _ Consulte le 8 juillet2020, <https://www.vapulus.com/ar/8>.H18.20

قائمة المراجع

82. وائل اللبابيدي(2019).30% نمو مبيعات مواقع التجارة الإلكترونية خلال "الجمعة البيضاء". تم

إستيرادها من: <https://www.albayan.ae/economy/last-deal/2019-11-26-1.3710773.H13.05> , Consulte le 31 aout 2020 ,

[26-1.3710773.H13.05](https://www.albayan.ae/economy/last-deal/2019-11-26-1.3710773.H13.05)

83. بن داودية وهيبه (2019).التجارة الإلكترونية كأداة لتنافس في الأسواق العالمية- دراسة حالة الدول العربية-. تم إستيرادها من:

Consulte le 31 aout 2020 , <https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=647216.H17.16> ,

84. حمدي سعد(2015). "فيزا " الإمارات تتمتع بجوهرية قوية في أنظمة الدفع الإلكتروني. تم إستيرادها من:

Consulte le 30 aout 2020, <http://www.alkhaleej.ae/economics/page/7d100a45-1758-47bc-8108-4775cad1a974.H22.45> ,

85. أسماء الإمام(2019). ما الفرق بين بوابة الدفع باي بال وبايونير. تم إستيرادها من:Consult:

le 12 aout 2020, <https://www.vapulus.com/ar/.H15:20>

86. ياسر كرم(2020). وسائل الدفع الإلكترونية على أنترنت لمواقع التجارة الإلكترونية. تم إستيرادها من: Consulte le 25 aout 2020, :

<https://axabaka.com/online-electronic-payment-for-e-commerce-websites/.H20.30>

.VI .المواقع:

87. Consulte le 8 juillet 2020, site <https://e3rf.net/how-to-make-paypal-account/> .