



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



الموضوع:

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير التجارة الخارجية تجارب بعض الدول

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

أ.د/ رايس حدة

من إعداد الطالب:

- رفرافي سيف الإسلام

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر أ	- جنان عبد الحق
بسكرة	مقرا	- أستاذ	- رايس حدة
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر أ	- بلغلام نور الدين

الموسم الجامعي: 2025/2024





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



الموضوع:

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير التجارة الخارجية تجارب بعض الدول

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

أ.د/ رايس حدة

من إعداد الطالب:

- رفرافي سيف الإسلام

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر أ	- جنان عبد الحق
بسكرة	مقرا	- أستاذ	- رايس حدة
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر أ	- بلغلام نور الدين

الموسم الجامعي: 2025/2024



ملحق بالقرار رقم 1082/... المؤرخ في 27 جوان 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا المعضي أسفله.

السيد/الآنسة: رفرفة في لسيف الإسلام الصفة: طالب أستاذ باحث
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 1131878 والصادرة بتاريخ: 2020/02/25
المسجل (ة) بكلية / كلية العلوم الاقتصادية والتجارة قسم: العلوم التجارية
والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة طاجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها: دور وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير التجارة الخارجية
تجارب بعض الدول

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2020/05/26

توقيع المعني (ة)

رفرفة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلى من غرسوا في حب العلم، وكانوا لي نبراسا في درب الحياة...

إلى والدي العزيزين، رمز التضحية والصبر، اللذين لم يدخرا جهدا في دعمي ومساندتي، فكنتما الدافع الأكبر وراء كل إنجاز أحققه... لكم كل الحب والامتنان.

إلى إخوتي وأخواتي، الذين كانوا دوما السند والرفقة الصادقة في كل مراحل الحياة.

إلى مشرفتي الفاضلة الدكتورة راييس حدة، على دعمها العلمي وتشجيعها المستمر.

إلى كل أصدقائي وزملائي، الذين شاركوني لحظات التعب والنجاح، وتركوا في قلبي أثرا لا ينسى.

إلى كل من علمني حرفا، وأثر في بكلمة، أو كان له دور، ولو صغيرا، في مسيرتي العلمية...

أهديكم ثمرة هذا الجهد، عرفانا وتقديرا.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على سيدنا محمد، خير الخلق وأتم المرسلين.

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير والامتنان إلى مشرفتي الفاضلة الدكتورة ريس حدة، نظير ما قدمته لي من دعم علمي متواصل، وتوجيهات سديدة، وملاحظات بناءة كان لها الأثر البالغ في إخراج هذه المذكرة إلى صورتها النهائية. فجزاها الله عني كل خير، وبارك في علمها وعملها.

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر والعرفان إلى كافة أساتذة وطاقم قسم العلوم التجارية بجامعة محمد خيضر - بسكرة، على ما بذلوه من جهود تعليمية وتكوينية قيمة طوال مساري الدراسي، والتي كان لها الدور الكبير في تعزيز معارفي وتنمية مهاراتي الأكاديمية.

ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى عائلتي الكريمة، التي كانت السند الحقيقي والداعم الأول لي في كل مراحل الدراسة، بدعائها وتشجيعها وتحملها لكل الظروف.

كما أشكر أصدقائي وزملائي، وكل من قدم لي يد العون والمساعدة، من قريب أو بعيد، خلال إعداد هذه المذكرة.

وفقنا الله جميعاً لما فيه الخير، وجعل هذا العمل خطوة مباركة نحو المستقبل.

ملخص الدراسة

في ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها الاقتصاد العالمي، أصبحت التجارة الخارجية تعتمد بشكل متزايد على الابتكار في وسائل الدفع، خصوصاً الدفع الإلكتروني، لما يوفره من مرونة وسرعة في إتمام المعاملات العابرة للحدود. فقد ساهم هذا التطور في إنشاء بيئة دفع رقمية تتمتع بخصائص متقدمة أبرزها خفض التكاليف، تسريع العمليات التجارية، وتجاوز العقبات التي كانت تعيق الدفع التقليدي من حيث الوقت والجهد.

ومن هذا المنطلق، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الأثر الذي أحدثته وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين كفاءة التجارة الخارجية، مع تسليط الضوء على كيفية مساهمة هذه الوسائل في تسهيل التبادل التجاري وتعزيز قدرة الدول على الاندماج في الاقتصاد الرقمي العالمي. كما تهدف إلى تحليل التجارب العملية لكل من الإمارات العربية المتحدة وتركيا، من خلال استعراض أبرز وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة في تجارتهما الخارجية.

ولذلك جاءت إشكالتنا في التساؤل الرئيسي التالي:

- ماهو دور وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير التجارة الخارجية؟

وفي الأخير توصلنا إلى أن وسائل الدفع الإلكتروني لعبت دور كبير في تطوير التجارة الخارجية لكل من دولتي الإمارات العربية المتحدة وتركيا، وذلك من خلال تبني كل منهما وسائل دفع إلكترونية حديثة تتماشى مع نظام الدفع المتعامل به دولياً في عصرنا الرقمي.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع، وسائل الدفع الإلكتروني، الدفع الإلكتروني، التجارة الخارجية، تطوير التجارة الخارجية.

Abstract

In light of the rapid changes occurring in the global economy, foreign trade has increasingly relied on innovation in electronic payment methods, particularly due to their advantages in speed and efficiency when conducting financial transactions across borders. This development has contributed to the creation of a secure and advanced digital payment environment that reduces costs, accelerates trade operations, and overcomes the limitations of traditional payment methods in terms of time and effort.

From this perspective, the study aims to examine the role of electronic payment methods in enhancing the efficiency of foreign trade operations, facilitating trade exchanges, and strengthening the ability of countries to integrate into the global economy. The study will also review the practical

experiences of both the United Arab Emirates and Turkey regarding the electronic payment systems they utilize in their foreign trade.

Accordingly, the study seeks to answer the following main question:

-What role do electronic payment methods play in the development of foreign trade?

The study concludes that electronic payment methods play a major role in the development of foreign trade, particularly in the UAE and Turkey. These countries have adopted modern electronic payment systems integrated with customs procedures, which has significantly improved trade efficiency in the digital age.

Keywords: Electronic payment methods, electronic payments, foreign trade, trade development.

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
18	أنواع سياسة التجارة الخارجية	(01)
39	نمط التخصص والتجارة الخارجية وفقا لنظرية هكشر - أولين	(02)
42	إعادة توزيع الدخل عند نظرية ستولبر - صامويلسون	(03)
44	الإنتاج والتصدير وفقا لنموذج الفجوة التكنولوجية	(04)
45	الدورة الحياتية للمنتج	(05)
58	أنواع البطاقات البنكية	(06)
62-61	رسم توضيحي لمواصفات البطاقة	(07)
68	خطوات استخدام الشيك الإلكتروني	(08)
74	الشيك الإلكتروني	(09)
77	خطوات استخدام الشيك الإلكتروني	(10)
94	نمو التجارة الخارجية التركية بين 1995-2016	(11)
96	تطور عدد السياح والإيرادات السياحية المحققة في تركيا خلال الفترة (2002-2015)	(12)
98	التصنيف الاقتصادي لتجارة السلع التركية لعام 2015	(13)
101	تطور هيكل الصادرات التركي ونسب نموه (2000 - 2015)	(14)

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
28	نظرية التكاليف المطلقة	(01)
32	نظرية التكاليف النسبية	(02)
35	نظرية القيم الدولية	(03)
37	نظرية تكلفة الفرصة البديلة	(04)
41	كمية العمل وراس المال اللازمة لإنتاج ما قيمته مليون دولار	(05)
60	مقارنة بين البطاقات الائتمانية والبطاقات غير ائتمانية	(06)
93	التجارة الخارجية التركية بين 1995-2016	(07)
95	عدد السياح والإيرادات السياحية المحققة في تركيا خلال الفترة (2002-2015)	(08)
98	التصنيف الاقتصادي لتجارة السلع التركية لعام 2015 (القيمة بالمليار دولار)	(09)
100	تطور هيكل الصادرات التركي ونسب نموه (2000 - 2015)	(10)
102	الصادرات والواردات السلعية خلال الفترة 2002-2015 (القيمة بالمليار دولار)	(11)

مقدمة عامة

تمهيد

شهدت التجارة الخارجية تحولات جوهرية في ظل التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أصبح اعتماد الوسائل الرقمية في تنفيذ المعاملات المالية والتجارية ضرورة ملحة فرضتها متطلبات العصر الحديث. ومن أبرز هذه الوسائل وأكثرها تأثيراً هي وسائل الدفع الإلكتروني، التي ساهمت بشكل كبير في تسهيل وتسريع عمليات التبادل التجاري عبر الحدود، وتقليص الحواجز الجغرافية والزمانية، مما أتاح فرصاً أوسع أمام الفاعلين الاقتصاديين لإتمام معاملاتهم بأمان وفعالية.

لقد أتاح نظام الدفع الإلكتروني إمكانيات هائلة للمعاملات المالية، سواء بين الأفراد أو الشركات أو المؤسسات، وذلك من خلال إلغاء القيود التقليدية المرتبطة بنقل وتحويل الأموال، وتوفير بيئة آمنة تسهم في بناء الثقة بين الأطراف التجارية، وتسريع وتيرة عمليات البيع والشراء، بما ينعكس إيجاباً على تدفق السلع والخدمات وتنشيط التجارة الخارجية.

ومع هذا التطور، سعت العديد من الدول، من بينها الإمارات العربية المتحدة وتركيا، إلى تبني هذا النظام بهدف تسهيل تسوية مدفوعاتها وتمويل مشاريعها، إضافة إلى استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية دون الحاجة إلى إجراءات معقدة أو استهلاك للوقت.

وفي ظل هذه التطورات، تبرز أهمية إشكالية البحث التي يمكن طرحها على النحو التالي:

- ماهو دور وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير التجارة الخارجية؟

التساؤلات الفرعية:

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

الفرضيات:

- إن تطور التكنولوجيا الرقمية كان من العوامل الرئيسية في ظهور وسائل الدفع الإلكتروني.
- تعد وسائل الدفع الإلكتروني من أبرز العوامل التي ساهمت في تعزيز وتطوير التجارة الخارجية.
- حقق العديد من الدول نجاحاً ملحوظاً من خلال تبنيها لوسائل الدفع الإلكتروني.

دوافع إختيار الموضوع:

- الرغبة الشخصية في التعمق بدراسة هذا الموضوع نظرا لأهميته المتزايدة في الواقع الاقتصادي العالمي.
- التطور المتسارع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتأثيره المباشر على نظم الدفع الدولية.
- ارتباط الموضوع بشكل وثيق مع مجال التخصص الدراسي، مما يجعله يخدم الجانب الأكاديمي والمهني.
- يعد من المواضيع الحديثة نسبيا، والتي لا تزال بحاجة إلى المزيد من البحث والدراسة.
- تزايد اعتماد الدول على أنظمة الدفع الإلكترونية في تسوية معاملات التجارة الخارجية، لا سيما في السنوات الأخيرة.
- وجود تجارب ناجحة في هذا المجال، مثل الإمارات العربية المتحدة وتركيا، اللتان تعدان من أبرز الدول التي تبنت وسائل الدفع الإلكتروني وحققنت نتائج إيجابية على صعيد التجارة الخارجية.

أهمية الدراسة:

إن التطور السريع الذي يشهده العالم اليوم، خاصة بعد الثورة الرقمية وانتشار الإنترنت، قد ساهم بشكل ملحوظ في تغيير مسار التجارة الخارجية، حيث أن التجارة التقليدية كانت تتطلب الكثير من الجهد والوقت لإنجاز المعاملات.

وقد أصبحنا نعيش اليوم عصر التجارة الحديثة، والتي تركز بشكل أساسي على التعاملات الإلكترونية في مختلف مجالاتها، وهو ما يتجلى بشكل أوضح في الدول المتقدمة، حيث لم يعد التاجر بحاجة إلى التنقل أو بذل مجهود كبير لإتمام نشاطه التجاري، بل يكفيهِ الاتصال بشبكة الإنترنت وإتمام معاملاته بكل سهولة.

تبرز أهمية هذا التطور في كونه ساهم في تسهيل ممارسة التجارة، وتبسيط كافة التعاملات التجارية، مما ساعد في اختصار الوقت والجهد وزيادة كفاءة العمليات التجارية.

أهداف الدراسة:

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

- تسليط الضوء على وسائل الدفع الإلكتروني ومختلف أنواعها.

- التعرف على العوامل التي ساعدت في تطوير وسائل الدفع الإلكتروني والتي بدورها ساعدت على تطوير التجارة الخارجية.

- التعرف على مدى توفيق الدول التي تم تسليط الضوء عليها في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

المنهج المتبع:

إن المنهج الذي تم اتباعه في هاته الدراسة هو المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، وذلك من أجل وصف وسائل الدفع الإلكتروني وأبعادها المختلفة. كما تم اعتماد منهج دراسة الحالة الذي تم التطرق فيه الى تجرّبي كل من الامارات العربية المتحدة وتركيا في مجال الدفع الإلكتروني وتحليل الإحصائيات للكشف عن مدى مساهمة هذه الوسائل في تطوير التجارة الخارجية بالنسبة لهاته الدول.

الدراسات السابقة:

- دراسة الباحثة "مريم ماطي" المعنونة ب"واقع وسائل الدفع الالكترونية ومستقبلها في ظل أزمة كوفيد 19 دراسة حالة الجزائر"، الجزائر: مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، 2022، حيث تهدف هاته الدراسة تحليل مستوى اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال فترة جائحة كوفيد-19، وتحديد العوامل التنظيمية والتقنية والسلوكية التي أثرت في استخدامها، مع استشراف السيناريوهات المستقبلية لتطوير هذه الوسائل بما يساهم في توسيع الشمول المالي ودعم النشاط الاقتصادي بعد الأزمة.

- سارة بوعدلة، أثر تحرير التجارة الخارجية على القطاع الصناعي في الجزائر - دراسة قياسية للفترة من 1990 إلى 2019، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2021-2022، فتهدف هاته الدراسة إلى قياس تأثير سياسات تحرير التجارة الخارجية على أداء القطاع الصناعي الجزائري خلال الفترة 1990-2019، وذلك باستخدام نماذج قياسية لاختبار علاقة الانفتاح التجاري بمؤشرات الإنتاجية، القيمة المضافة، والتوظيف الصناعي، واستخلاص الدروس اللازمة لصياغة سياسات صناعية أكثر كفاءة في سياق العولمة.

- سلمان محمد عباس جبر، دور وسائل الدفع الالكتروني في تطوير التجارة الخارجية (تجارب دول مختارة مع اشارة للعراق)، جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة كربلاء، العراق، 2024، فتهدف هاته الدراسة إلى تقويم أثر اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني على نمو التجارة الخارجية، عبر تحليل تجارب

دول مختارة ومقارنتها بحالة العراق، مع التركيز على بيان الكيفية التي يمكن بها لتحديث نظم الدفع الرقمية أن يرفع حجم الصادرات والواردات العراقية ويحسن كفاءتها.

هيكل البحث:

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

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية

قسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، تطرقنا في المبحث الأول ماهية التجارة الخارجية من خلال (مفهومه وأهميته، أسباب وأهداف قيامه، العوامل المؤثرة فيه ومخاطره)، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى سياسات التجارة الخارجية من خلال (مفهومه وأهدافه، أنواعه وأدواته)، وفي المبحث الثالث إلى النظريات المفسرة للتجارة الخارجية وذلك بذكر (النظريات الكلاسيكية، النيوكلاسيكية والحديثة).

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني

قسم كذلك إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول تطرقنا إلى ماهية وسائل الدفع الإلكتروني (مفهومه وأطرافه، خصائصه وأهميته)، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى أنواع وسائل الدفع الإلكتروني من خلال (البطاقات البنكية والذكية، النقود والمحفظة الإلكترونية، الشبكات والتحويلات الإلكترونية المالية)، وفي المبحث الثالث إلى مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني.

الفصل الثالث: تجارب بعض الدول في مجال الدفع الإلكتروني

قسم هذا الفصل إلى مبحثين، المبحث الأول تطرقنا إلى التجربة الإماراتية في مجال الدفع الإلكتروني من خلال (نمو التجارة الخارجية الإماراتية ثم وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الخارجية بالإضافة إلى أثر وسائل الدفع الإلكتروني على التجارة الخارجية الإماراتية)، أما المبحث الثاني فتناولنا التجربة التركية في مجال الدفع الإلكتروني (نمو التجارة الخارجية التركية ثم وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الخارجية التركية بالإضافة إلى أثر وسائل الدفع الإلكتروني على التجارة الخارجية التركية).

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية

تمهيد:

في ظل التحولات العميقة التي يشهدها الاقتصاد العالمي المعاصر، باتت التجارة الخارجية تشكل أحد الأعمدة الأساسية لدفع عجلة التنمية وتحقيق النمو الاقتصادي، سواء بالنسبة للدول المتقدمة أو النامية. ويعزى ذلك إلى عدم تكافؤ توزيع الموارد الطبيعية والبشرية بين دول العالم، وتفاوت القدرات الإنتاجية ومستويات التكنولوجيا، مما يجعل من التبادل الدولي ضرورة حتمية لتلبية الاحتياجات المتزايدة للسكان وتحقيق التخصص وتقليل تكاليف الإنتاج.

كما أصبحت التجارة الخارجية أداة استراتيجية تمكن الدول من تنويع مصادر دخلها، والحصول على العملات الصعبة، وجذب الاستثمارات الأجنبية، إضافة إلى تعزيز قدرتها التنافسية في الأسواق الدولية. ولأن هذا النشاط يتأثر بجملة من العوامل والمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فإن دراسته تقتضي تناول مختلف أبعاده النظرية والتطبيقية.

فمن خلال هذا الفصل، سنتطرق إلى ما يلي:

- **المبحث الأول:** نتناول فيه ماهية التجارة الخارجية، من حيث المفهوم، والأهمية، وأسباب وأهداف قيامها، والعوامل المؤثرة فيها، بالإضافة إلى المخاطر التي قد تواجهها في ظل تقلبات الأسواق والعلاقات الدولية.
- **المبحث الثاني:** نعرض فيه سياسات التجارة الخارجية، من خلال التمييز بين السياسة الحمائية وسياسة الحرية التجارية، مع إبراز الأدوات التي تعتمدها كل سياسة لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والاستراتيجية للدولة.
- **المبحث الثالث:** نسلط الضوء على النظريات المفسرة للتجارة الخارجية، بدءاً من النظريات الكلاسيكية وصولاً إلى النيوكلاسيكية، والتي حاولت فهم ودراسة أسباب قيام التجارة بين الدول، وتحديد أسس التبادل الدولي ومكاسبه.

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية

تعتبر التجارة الخارجية من الركائز الأساسية للتطور الاقتصادي، فهي تمكن كل بلد من الاستفادة بمزايا البلد الآخر في سلعة معينة، حيث بات من المستحيل على أي دولة سواء كانت متقدمة أو نامية أن تنعزل بنفسها عن العالم الخارجي وذلك راجع إلى احتياجات الدولة من المواد الضرورية للإنتاج، التي لا تتوفر عليها أو لوجود فائض على مستوى نشاطها الاقتصادي مما يحتم عليها اللجوء إلى التبادل التجاري بينها وبين دول أخرى.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية وأهميتها

تعتبر التجارة الخارجية ذات أهمية بالغة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، والنهوض بها أولوية كل الدول، سواء المتقدمة والنامية على حد سواء، سنتناول في هذا المطلب على مفهوم التجارة الخارجية وأهميتها في تحقيق التنمية.

أولاً: مفهوم التجارة الخارجية

ظهرت التجارة الخارجية منذ العصور التاريخية الأولى وكانت الثورة الصناعية التي حدثت في منتصف القرن الثامن عشر، بمثابة البداية الحقيقية لها، حيث أدت إلى ضرورة الحصول على المواد الأولية اللازمة للصناعة من الدول الأخرى، وضرورة تصريف المنتجات تامة الصنع في الأسواق الخارجية. ثم زاد حجم التجارة الخارجية بعد ذلك في القرن التاسع عشر واتسع نطاقها نتيجة التقدم الكبير في وسائل النقل والمواصلات، والذي جعل العالم وكأنه سوق واحدة، يتم فيها تبادل المنتجات بعضها البعض. (السريتي، 2009، صفحة 7)

تعرف التجارة الخارجية بأنها "فرع من فروع علم الاقتصاد والذي يهتم بدراسة الصفقات الاقتصادية الجارية عبر الحدود الوطنية". (مطر، اللوزي، داود، يوسف، و الشبلي، 2001، صفحة 13)، حيث أنها تتمثل في كل العلاقات الاقتصادية، في إطار التبادل الذي قد يتم بين بلدين أو أكثر فهي علاقة تقوم بين الأعوان الاقتصاديين المقيمين في دول مختلفة، حيث تتعلق بحرية انتقال السلع والخدمات ورؤوس الأموال عبر الحدود السياسية لبلد ما إلى بلد آخر، بحيث يتم هذا الانتقال. وفق مبادئ وأصول اقتصادية محددة. (رشيد، 2010-2011، صفحة 18)

يعرفها محمد أحمد السريتي على أنها أحد فروع علم الاقتصاد التي تختص بدراسة المعاملات الاقتصادية الدولية ممثلة في حركة السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة فضلا عن سياسات التجارة التي، تطبقها دول

العالم للتأثير في حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة. (محيوي، 2014-2015،
صفحة 152)

تعرف بأنها: عبارة عن تبادل السلع والخدمات بين الدول وكذلك بين الشركات والأشخاص على المستوى الدولي
كما يمكن تعريفها على نحو أعمق بأنها عبارة عن منظومة العلاقات السلعية النقدية التي تتكون من مجموع التجارة
الخارجية لبلدان العالم كافة. (الرحمان، 2017-2018، صفحة 73)

تعرف بأنها: وسيلة تسمح لدولة ما بتصريف الفائض من منتجاتها لدولة أو مجموعة دول أخرى، وفي نفس الوقت
الحصول على المنتجات والخدمات التي تحتاج إليها، والتي لا تستطيع إنتاجها محليا أو تحقيق الاكتفاء الذاتي في
إنتاجها، من دولة أو مجموعة دول أخرى، وهذه الأخيرة تصرف بدورها الفائض من منتجاتها وخدماتها. (رشيد،
2010-2011، صفحة 18)

التجارة الخارجية هي عملية التبادل التجاري التي تتم بين الدولة ودول العالم الأخرى، وتشمل عملية التبادل هذه
السلع المادية، الخدمات، النقود والأيدي العاملة. (هدى، 2009-2010، صفحة 3) **المفهوم العام للتجارة**
الخارجية هو أن المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاثة المتمثلة في انتقال السلع والأفراد، ورؤوس الأموال،
تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات أو منظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية
مختلفة. (الجمال، 2012، صفحة 11)

ويمكن تصنيف الصفقات التجارية التي تتضمنها التجارة الخارجية بما يلي:

**1- تبادل السلع المادية وتشمل السلع الاستهلاكية والسلع الإنتاجية والمواد الأولية والسلع نصف المصنعة والسلع
الوسيطة.**

2- تبادل الخدمات والتي تتضمن خدمات النقل والتأمين والشحن والخدمات المصرفية والسياحة وغيرها.

**3- تبادل النقود وتشمل حركة رؤوس الأموال لأغراض الاستثمار سواء على المدى القصير أو الطويل كما
وتشمل القروض الدولية.**

**4- تبادل عنصر العمل ويشمل انتقال الأيدي العاملة من بلد إلى آخر بالإضافة إلى الهجرة. (مطر، اللوزي، داود،
يوسف، و الشبلي، التجارة الخارجية، 2001، الصفحات 13-14)**

من خلال ما سبق يمكن أن نبين مفهوم التجارة الخارجية على أنها:

"عملية تبادل السلع ماديا عبر الحدود السياسية للدولة، إما داخلة إليها وتسمى " الواردات " أو خارجة منها وتسمى " الصادرات "، كما تأخذ أيضا شكل خدمات تؤدي من رعايا دولة إلى رعايا دولة أخرى، وتسمى الخدمات التي تؤدي للغير بـ " الصادرات غير المنظورة "، وتسمى الخدمات التي يتم تلقيها من الغير بـ " الواردات غير المنظورة. (المعاينة، 2022، صفحة 13)

ثانيا: أهمية التجارة الخارجية

تعتبر التجارة الخارجية من أهم القطاعات الاقتصادية التي تعتمد عليها الدول لتنشيط تعاملاتها وتلبية حاجات سكانها وتحقيق الاكتفاء الذاتي على نطاق واسع، وتحقيق مكاسب جديدة لتنمية قطاعات الإنتاج وتبادل المنافع، وتمثل أهمية التجارة الخارجية فيما يلي:

- التجارة الخارجية تعمل على تحريك وتنمية الأموال وزيادة رؤوس الأموال التي تنتج من خلال العمل التجاري الخارجي.
- تعد التجارة الخارجية مصدرا أساسيا في الحصول على العملات الأجنبية الرئيسية أو النادرة منها، مما يعزز قدرة الدولة من السيولة النقدية التي تعد من مرتكزات العمليات الاقتصادية خصوصا عمليات التمويل والاستثمار.
- تعمل التجارة الخارجية على تطوير وتنمية الأنشطة الاقتصادية سواء منها الإنتاجية أم الاستهلاكية أم الخدماتية، ويتم ذلك من خلال تفعيل الحركة التجارية في تلك المصادر الاقتصادية الناتجة عن عمليات التصدير أو استيرادها.
- ينبجم عن التجارة الخارجية من الصادرات عائد مالي يمكن استخدامه كمصدر تمويلي للمشاريع التنموية، أو الخدمات التي تحتاجها الدولة ما يسمى بالإنفاق الجاري.
- تحاول الدول من خلال التجارة الخارجية إيجاد نوع من التوازن في وضعها الاقتصادي، فلا شك أن الصادرات إذا زادت فإنها تعمل على إحداث توازن مع الواردات خصوصا إذا كانت تلك الواردات تنمو وبشكل مضطرد.

- كما أن التجارة الخارجية المتوازنة تعمل على إحداث التوازن في ميزان المدفوعات من خلال ما يترتب على الدولة من متطلبات، وما تحقّقه من إيرادات تعمل على تخفيض العجز وعدم التوازن إذا توازنت مع الصادرات.
- تأمين احتياجات الدول النامية من المتطلبات الأساسية للتنمية الاقتصادية، مثل رؤوس الأموال والتكنولوجيا، ومصادر العملات الأجنبية والإدارة الحديثة، التي تساعد على تنشيط القطاعات الاقتصادية المختلفة في الاقتصاد الوطني. (عابي، 2018-2019، صفحة 5)
- تحقيق التنسيق والتعاون بين دول العالم المختلفة وتصريف فائض الإنتاج المحلي العالمي.
- تعتبر التجارة الخارجية مؤشر لقوة الدولة الإنتاجية والتنافسية في الأسواق الدولية.
- التجارة الخارجية مؤشر مهم على ما تملكه الدولة من عملات أجنبية (عملة صعبة) والتنسيق والتعاون المثمر مع دول العالم ويبين حجم التأثير على ميزان الدولة التجاري.
- جني الأرباح نتيجة الحصول على المنتج بسعر أقل مما لو قامت الدولة بإنتاجه محليا. (المشهداني، 2017، صفحة 16)
- تعد الصورة المباشرة للعلاقات الدولية، فهي تربط الدول والمجتمعات بعضها ببعض.
- تساعد في الحصول على المزيد من السلع والخدمات بأقل تكلفة نتيجة لمبدأ التخصص الذي تقوم عليه.
- تساعد في توسيع القدرة التسويقية عن طريق فتح أسواق جديدة أمام المنتجات.
- تساعد في زيادة الرفاهية للمجتمعات عن طريق توسيع قاعدة الاختيار فيما يخص مجالات الاستثمار والاستهلاك.
- تعد مؤشرا هاما لقياس قدرة الدول على الإنتاج والتسويق والمنافسة في الأسواق الدولية. (فوزي ع.، 2016، الصفحات 19-20)
- تعتبر التجارة الخارجية مؤشرا جوهريا على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولي وانعكاس ذلك على رصيد الدولة من العملات الأجنبية وما له من اثار على الميزان التجاري، كما انها لها علاقة وثيقة بالتنمية الاقتصادية ويمكن للتجارة الدولية ان تلعب دورا للخروج من الفقر وخاصة عند تشجيع الصادرات. فينتج عن ذلك الحصول على مكاسب جديدة في صورة راس المال الاجنبي جديد يلعب دورا في زيادة الاستثمارات الجديدة

في بناء المصانع وانشاء البنية الاساسية ويؤدي ذلك في النهاية الى زيادة التكوين الرأسمالي والنهوض بالتنمية الاقتصادية. (حمشة، 2012-2013، صفحة 11)

وبناء على ما سبق يكون من الأفضل أن تخصص كل دولة في إنتاج السلع والخدمات التي تنتجها بتكلفة أقل من غيرها من دول العالم، ثم تقوم بمبادلتها بالسلع الأخرى التي ترتفع فيها تكاليف إنتاجها، وما يؤكد على ذلك أنه لا يوجد في عالمنا المعاصر دولة واحدة مكثفية ذاتياً من كافة السلع والخدمات. (السريتي، 2009، صفحة 10)

المطلب الثاني: أسباب وأهداف قيام التجارة الخارجية

أولاً: أسباب قيام التجارة الخارجية

يرجع تفسير أسباب قيام التجارة الخارجية إلى السبب الرئيسي والمتمثل في جذور المشكلة الاقتصادية أو ما يسميه الاقتصاديون بمشكلة الندرة النسبية، وذلك بسبب محدودية الموارد الاقتصادية قياساً بالاستخدامات المختلفة لها في إشباع الحاجات الإنسانية المتجددة والمتزايدة والمتداخلة إلى جانب ضرورة استخدام هذه الموارد بشكل أمثل. ويمكن حصر أسباب قيام التجارة الخارجية في الآتي:

- عدم التوزيع المتكافئ لعناصر الإنتاج بين دول العالم المختلفة، مما ينتج عنه عدم قدرة الدولة على تحقيق الاكتفاء الذاتي من السلع المنتجة محلياً.
- تفاوت تكاليف وأسعار عوامل الإنتاج والأسعار المحلية لكل دولة مما يؤدي إلى انخفاض تكاليف الإنتاج للسلعة في دولة ما، مقارنة بارتفاع هذه التكاليف لإنتاج نفس السلعة في دولة أخرى.
- الفائض في الإنتاج المحلي، مما يتطلب البحث عن أسواق خارجية لتسويقه.
- السعي إلى زيادة الدخل الوطني، اعتماداً على الدخل المحقق من التجارة الخارجية.
- اختلاف الميول والأذواق الناتجة عن التفضيل النوعي للسلعة ذات المواصفات العالمية.
- الأسباب الاستراتيجية والسياسية المتمثلة في تحقيق النفوذ السياسي من خلال الندرة النسبية للسلعة المنتجة والمتاجرة بها عالمياً.

- اختلاف مستوى التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج من دولة لأخرى، مما ينتج عنه تفاوت الاستخدام الأمثل للموارد

الاقتصادية، وأيضاً اختلاف ميول وأذواق المستهلكين وتفضيلهم لبعض السلع والخدمات دون غيرها.

- التخصص الدولي في إنتاج السلع التي تتمتع في إنتاجها بميزة نسبية، واستبدالها بسلع أخرى من إنتاج الدول الأخرى والتي تتمتع فيها تلك الدول بميزة إنتاجها، وهذا التخصص ينجم عنه إنشاء المشروعات الكبيرة مما يؤدي إلى تقليل التكلفة نتيجة وفورات الحجم الكبيرة. (عابي، 2018-2019، الصفحات 6-7)

- المشكلة الاقتصادية: استمرار تزايد الحاجات الإنسانية وتناقص الموارد الطبيعية بسبب الاستغلال غير العقلاني لهذه الموارد وعبث العابثين فيها وصعوبة إشباع الحاجات ضمن الدولة الواحدة.

- اتساع الفجوات الاقتصادية بين الدول: الفجوة المحلية (الادخار) وتعاني منها اغلب الدول النامية عدا الدول النفطية والفجوة الخارجية (العملة الخارجية) وتعاني منها اغلب الدول النامية عدا الدول النفطية، والفجوة التكنولوجية والتقنية والمعلوماتية (تكنولوجية المعلومات وتعاني منها جميع الدول النامية، وفجوة الموارد الطبيعية) مشكلة الندرة النسبية وتعاني منها الدول المتقدمة.

- تباين الإنتاج الزراعي والصناعي والاستخراجي بين دول العالم ولاسيما بين دول الشمال التي تشكل مركز العولمة أو العالمية وبين الدول النامية التي تشكل المحيط في العولمة.

- تباين تكاليف الإنتاج الزراعي والصناعي والاستخراجي من دولة الى أخرى.

- تباين نوع وحجم وجودة التكنولوجيا والتقنية والمعلوماتية بين دول العالم.

- لا يمكن لأي دولة من دول العالم ان تكتفي ذاتيا من حيث اقتصاديا دون الحاجة للآخرين. (المشهداني، 2017، صفحة 14)

ثانياً: أهداف قيام التجارة الخارجية

يمكن إبراز الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها التجارة الخارجية في الآتي:

- تساعد التجارة الخارجية في تحقيق الاستفادة القصوى من فائض الإنتاج عن طريق تصديره نحو الخارج، مما يؤدي إلى زيادة الناتج القومي وتخفيض البطالة وبالتالي تحسين المستوى المعيشي للأفراد.

- تسمح التجارة الخارجية بتوفير السلع الضرورية غير المتوفرة في السوق المحلي.
- نقل التكنولوجيا الحديثة لبناء وإعادة هيكلة البنى التحتية للدولة.
- دراسة موازين المدفوعات للدول ونظم أسعار الصرف فيها ومعالجة الاختلال والتوازن في ميزان المدفوعات
- دراسة العلاقات الدولية في إطار التكتلات الاقتصادية الدولية وسماتها المميزة. (مریم، 2016-2017، الصفحات 53-54)
- استيراد السلع الضرورية التي لا يمكن إنتاجها محليا لسبب ما فعلى سبيل المثال يمكن استيراد الآلات والمعدات الضرورية اللازمة لبناء مصنع نسيج، إذ يمكن أن يوفر هذا المصنع العديد من فرص العمل، وبالتالي المساهمة في عملية التصدير وزيادة الدخل والنتائج القومي.
- الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات باعتبارها السبيل الوحيد أمام الدول النامية للعبور الآمن، وتضييق الفجوة القائمة بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية فعلى سبيل المثال استطاعت الهند أن تصدر البرامج وتنافس الدول المتقدمة. (موسى، الحبيطي، الزرقان، و سعادة، 2011، الصفحات 21-22)
- إحلال الواردات، وهذا يتوقف على عنصر التكلفة، فإذا كانت السلع يمكن إنتاجها محليا بتكاليف معقولة، فإن مثل هذا الإنتاج يمكن أن يسبب مشاكل إدارية ورأسمالية ومشاكل في القدرات الفنية أيضا، إلا أنه يساعد على ترويج السياسة التجارية، وبالتالي يمكن من القيام بعمليات التصدير المهمة. (عابي، 2018-2019، صفحة 7)

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية

تتأثر التجارة الخارجية بجملة من العوامل تتفاوت في أهميتها بتفاوت الظروف، نذكر منها:

أولا - حجم الدولة أو المساحة الجغرافية التي تشغلها:

والذي يؤثر في التجارة الخارجية لها عن طريق تأثيرها على درجة تكامل الموارد الطبيعية والبشرية بالنسبة للدولة بالإضافة إلى ما يوفره ذلك الحجم من مزايا الإنتاج الكبير.

ثانيا - المناخ :

المناخ له أثر في تكاليف الإنتاج بصفة عامة ونفقات الإنتاج الزراعي بصفة خاصة، من حيث التباين في درجات الحرارة ومتوسط كمية الأمطار والرطوبة من دولة إلى أخرى، إلا أن هذا العامل بدأ يضعف تدريجيا بسبب التقدم العلمي فقد أصبح من الممكن إحداث تغير مصطنع في الظروف المناخية لتتلاءم والظروف الإنتاجية المطلوبة، إضافة إلى إحلال بعض المنتجات الصناعية محل المنتجات الزراعية.

- عوامل اقتصادية.

- التكاليف والأسعار.

بمعنى مدى ما يتكفله كل عنصر من هذه العناصر الداخلة في التجارة وفي ضوئها تتحدد الأسعار الخاصة بالتبادل على مستوى العالم، حيث أن ارتفاع تكاليف السلع المنتجة يؤدي إلى زيادة أسعارها، فالسلع التي تنتج بتكاليف منخفضة وتباع بأسعار منخفضة تكون أكثر طلبا من الأخرى ذات التكاليف والأسعار المرتفعة، أي أن قدرتها على المنافسة تتحدد في النهاية بالسعر كأحد العوامل المؤثرة على الطلب.

ثالثا - الجودة:

يرتبط هذا العامل بالمنافسة في الأسواق العالمية التي تتأثر بصفة دائمة بالتطورات التكنولوجية الحديثة التي تجعل هناك فروقا في الجودة لذات السلعة المنتجة في أماكن مختلفة من العالم.

رابعا - التخزين:

كلما كانت السلعة قابلة للتخزين بحيث تحقق المنفعة الزمنية، كلما زاد حجم التبادل التجاري في هذا النوع من السلع، نظرا للوقت الذي يستغرقه نقل السلع وما يترتب عليه من تلفها إذا كانت خواصها لا تسمح بالبقاء فترة أطول.

خامسا - التمويل:

إن أي تبادل بين الدول وبعضها يعتمد على التمويل، فإذا وجدت المؤسسات المالية والبنوك على مستوى العالم، فإن هذا يؤدي إلى زيادة حجم التجارة الخارجية في السلع والخدمات، أما إذا لم توجد بنوك أو معاملات مصرفية بين الدول فإن هذا يقلل من حجم التبادل التجاري.

سادسا - الندرة النسبية:

بمعنى عدم وجود حجم معين من السلع والخدمات لدى الدول يتناسب مع احتياجاتها الخاصة، فالتفاوت بين المعروض والمطلوب من مختلف السلع والخدمات يولد حاجة الدولة لاستيراد حاجاتها أو تصدير ما يفيز عن حاجتها.

سابعا - الرواج والكساد الاقتصادي:

فالرواج الاقتصادي يؤدي إلى إنتعاش الطلب على مختلف منتجات الدول، وبالتالي زيادة حجم التجارة الخارجية، بينما يحدث العكس في حالة وجود كساد إقتصادي.

ثامنا - نفقات النقل:

تؤثر نفقات النقل في حجم التجارة الخارجية، حيث أن التقدم العلمي في قطاع النقل وانخفاض نفقاته بالنسبة لنفقات الإنتاج الإجمالية يمكن أن يؤدي إلى اتساع نطاق التجارة الخارجية بإدخال سلع جديدة في التبادل الدولي كانت نفقات النقل المرتفعة تحول دون تداولها تداولا مربحا.

- عوامل أخرى.

- الظروف السياسية.

يلعب العامل السياسي دورا كبيرا في تحديد الأفق المفتوح أمام الدول المتعاملة في التجارة الخارجية، فعادة ما يكون الميل للتعامل مع الدول المستقرة سياسيا وتجنب مناطق الاضطراب السياسي والحروب التي تهدد فيها مصالح المتعاملين.

تاسعا - الإجراءات الإدارية :

ويقصد بذلك عدم وجود مشاكل أو معوقات جمركية أو بيروقراطية ترتبط بدخول وخروج السلعة وهي تعطل وصول السلعة إلى المستهلك وكلما كانت الإجراءات سهلة وميسرة كلما شجعت الصادرات والتبادل التجاري بصفة عامة.

عاشرا - القوانين والتشريعات :

يخضع نشاط التجارة الخارجية في مختلف دول العالم إلى تشريعات ولوائح ترسمها أجهزة الدولة، تعمل على تقييده بدرجة أو بأخرى أو تحريره من العقوبات المختلفة التي تواجهه على المستوى العالمي.

إحدى عشر - الإضرابات العمالية :

تؤدي الإضرابات العمالية بطبيعة الحال إلى توقف الإنتاج في الصناعة التي تتعرض له، وتتحدد الخسارة في الإنتاج تبعاً لطول مدة الإضراب ثم يتحدد الموقف بالنسبة للتجارة الخارجية بمدى أهمية الصناعة التي عانت من أزمة الإضراب واتصالها بتجارات الصادرات أو الواردات.

إثنا عشر - اختلاف الأذواق:

تنشأ الاختلافات في الأذواق ما بين أبناء البلدان المختلفة بسبب عوامل عديدة مثل اختلاف العادات والتقاليد الاجتماعية، واختلاف الأديان والعقائد أو اختلاف البيئة الجغرافية أو درجة التقدم العلمي والاتجاهات الثقافية، ومعرفة الأفراد بتلك الاختلافات ورغبتهم الغريزية في التقليد والمحاكاة كثيراً ما يدفعهم لاستبدال بعض السلع التي اعتادوا عليها بالسلع الأجنبية، فيؤدي ذلك إلى حركية في الواردات وبالتالي التأثير في حجم التجارة الخارجية. (المعاينة، 2022، الصفحات 29-32)

المطلب الرابع: مخاطر التجارة الخارجية

تتعرض التجارة الخارجية بين الدول إلى العديد من المخاطر والتي تنشأ بسبب الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من الأسباب الأمر الذي يتوجب أخذ هذه الظروف عند التعامل في عملية التجارة الخارجية ووضع الخطط البديلة الكفيلة في حل المشاكل والأزمات التي قد تنشأ جراء تلك الظروف ومن تلك المخاطر:

أولاً- المخاطر المالية:

وهي تلك المخاطر التي تنشأ نتيجة التغير في أسعار الصرف بين الدول نتيجة تعويم أسعار العملات والتقلبات المستمرة فيها مما يجعل هناك صعوبة في عملية تأمين الأموال الكافية من قبل البنوك التي تتطلبها الصفقات التجارية الخارجية. لذا على الدول التحوط لمثل تلك المخاطر أو التقليل منها من خلال حشد الأموال الكافية وتنمية

الاستثمارات المالية والتخطيط الفعال التي من ووضعت السياسات المالية القادرة على كبح جماح مثل تلك المخاطر وتقليل أثرها على التجارة الخارجية في الدولة.

ثانيا - المخاطر المصرفية:

قد يعجز البنك في تمويل الأنشطة المصرفية نتيجة عدم قدرته على سداد الفوائد للأموال المودعة لمدة 24 ساعة مما يجد من قدرته على تأمين ما يطلب منه في سداد أو تأمين الأموال اللازمة لتمويل الصفقات المالية وخصوصا في ظل الارتفاع الكبير في أسعار الفائدة الكبيرة من أجل تمويل الحسابات بالعملة الأجنبية.

ثالثا - المخاطر الائتمانية:

تتضمن العقود المبرمة بين الأطراف المتعاملة في التجارة الخارجية شروط الالتزام بالتسليم لما اتفق عليه من النقود والبضاعة في الوقت المحدد. إلا أن حدوث حالات عدم الوفاء والإخلال بهذا الشرط نتيجة عدم القدرة الائتمانية لأحد طرفي العقد - النقدي - يسبب عمليات إرباك أو خسائر كبيرة في التجارة أو الصفقات التجارية وقد يلحق بتلك الخسائر خسائر أكثر عندما يترتب على استلام تلك النقود القيام بعمليات مالية أخرى تبني على تلك الصفقات التجارية والنقود المحصلة منها.

رابعا - مخاطر إعادة تقييم المراكز المفتوحة:

تقوم البنوك بإعادة تقييم للعمليات الأجنبية أو ما يسمى بتقييم المراكز المفتوحة ويتم ذلك في يوم محدد من كل شهر وتتبع البنوك عدة أساليب في هذه العملية أي إعادة تقييم المراكز المفتوحة للعمليات الأجنبية. إلا أن الطريقة الأكثر شيوعا واتباعا لدى البنوك هو اعتماد أعلى سعر معلن في السوق في اليوم الذي تم اختياره كيوم لإعادة التقييم وقد يتسبب ذلك في خسائر مالية كبيرة في البنك الذي يجري عملية إعادة التقييم.

خامسا - المخاطر الروتينية:

هناك بعض المخاطر التي قد تتعرض لها عمليات أو مراحل التجارة الخارجية مثل إدراج العملة في سعر صرف آخر غير الذي يجب التعامل به أو تقع نتيجة الخطأ إيداع النقود في حسابات أخرى غير الحسابات المتفق عليها وغالبا ما تحدث تلك الأخطاء نتيجة السرعة وعدم التركيز وكثافة العمل الأمر الذي يستوجب توخي الدقة والمراجعة والتدقيق في تلك العمليات المصرفية تجنباً للوقوع بتلك الأخطاء التي قد تقود إلى خسائر مالية فادحة.

سادسا - المخاطر التنظيمية:

تنشأ المخاطر المالية المتعلقة بالأمور التنظيمية نتيجة إدخال تغيير أو تعديلات على الأنظمة المعمول بها الأمر الذي يحدث إرباكا في العمل خصوصا في حالة ازدواجية القوانين أو عدم فهمها أو تطبيقها بشكل مختلف الأمر الذي يتطلب ملاءمة التغيير في القوانين والتنظيم وما يناسب الشروط المتفق عليها في العقود المبرمة.

سابعا - مخاطر نقض الالتزام:

قد يقوم أحد طرفي العقد التجاري بنقضه من خلال عدم قيامه بالالتزام به أو تنفيذه وهنا يجب التفريق بين النقص الإرادي والنقص غير الإرادي. أما النقص الإرادي فهو النقص الذي ينتج لعدم قيام أحد الأطراف بتنفيذ العقد والالتزام بما جاء في بنودها ويسمى هذا النوع من النقص بالنقص التجاري. أما النقص غير الإرادي فهو الناتج عن ظروف خارج إرادة الطرف الناقض للعقد مثل تغير القوانين والأنظمة أو التعرض للكوارث الطبيعية مثل الزلازل والبراكين والحرائق والحروب إلى غير ذلك من الظروف القاهرة والممانعة من تنفيذ العقد والالتزام بما جاء فيه. ومما يزيد من خطورة هذا النوع من المخاطر عجز الطرف الخاسر نتيجة عملية النقص عن المتابعة والمطالبة بالتعويض من خلال رفع الدعوى على الطرف الناقض للعقد. وتستطيع الأطراف المتعاقدة التقليل من هذه المخاطر من خلال الدخول في عقود التأمين ضد المخاطر تلك والتنسؤ الجيد بمخاطر الائتمان واتباع طرق التمويل المختلفة والدخول في العقود المستقبلية والأجلة والتي من شأنها تكوين محافظ استثمارية قادرة على تقليل المخاطر المتوقعة.

ثامنا - مخاطر النقل:

إن من الاختلافات بين التجارة الخارجية والتجارة الداخلية حاجة التجارة الخارجية إلى التنقل بين الدول ومروها ضمن قوانين دولية وجمركية مختلفة الأمر الذي قد يعرضها إلى مخاطر أكثر من التجارة الداخلية ويتطلب إلى زيادة في تكاليف النقل والشحن مما يعرض المؤسسات إلى خطورة كبيرة. وعلى تلك المؤسسات القيام بالتأمين على البضاعة من خلال شركات التأمين المختصة تحوفا من تعرض البضاعة إلى السرقة أو التلف أو الاحتراق إلى غير ذلك من المخاطر التي تتعرض لها أثناء عمليات النقل بين الدول. (الزبون، 2015، الصفحات 188-192)

المبحث الثاني: سياسات التجارة الخارجية

منذ القديم شهدت السياسة التجارية تغيرات وتطورات كبيرة من الحرية إلى الحماية أو العكس، وهذا التغيير مرتبط أساساً بما يمر به الاقتصاد الدولي من رواج أو كساد، وبالتالي تتعرض التجارة الدولية في مختلف بلدان العالم سواء المتقدمة أو النامية، للتشريعات واللوائح الرسمية من جانب الدولة التي تعمل على تقييدها بدرجة أو تحريرها من القيود الجمركية وغير الجمركية.

المطلب الأول: مفهوم سياسة التجارة الخارجية وأهدافها

من المعروف أن المصالح الاقتصادية الدولية في عالمنا الواقعي تختلف وتتضارب فيما بينها، لذلك تلجأ كل دولة إلى أساليب معينة في رسم سياستها الاقتصادية، إذ يتم رسمها وفقاً لخطط اقتصادية معدة مسبقاً ثم تبدأ بتنفيذها بمراحل زمنية محددة بقصد الوصول إلى الأهداف المخطط لها، ويطلق على الوسائل التي تلجأ إليها الدولة في رسم سياستها التجارية الخارجية بالسياسة التجارية. سنحاول من خلال هذا المطلب إستعراض أهم المفاهيم الخاصة بالسياسة التجارية، إضافة إلى أهدافها.

أولاً - مفهوم سياسة التجارة الخارجية:

يختلف مفهوم السياسة التجارية حسب كل دولة والنظام المتبع من بلد متطور وآخر في طريق النمو، وكذلك حسب التوجهات الاقتصادية والسياسية الملائمة قصد تحقيق أهدافها الاجتماعية والاقتصادية، ومن بين هذه التعاريف نجد:

يمكن تعريف سياسات التجارة الخارجية، أو السياسة التجارية بأنها: أحد فروع السياسة الاقتصادية العامة المنوط بها تنظيم شؤون التجارة الخارجية من خلال أدوات معينة لتحقيق أهداف محددة. (السيد متولي، 2011، صفحة 69)

يقصد بالسياسة التجارية " مجموعة التشريعات واللوائح الرسمية التي تستخدمها الدولة للتحكم والسيطرة على نشاط التجارة الخارجية في مختلف دول العالم المتقدمة والنامية، والتي تعمل على تحرير أو تقييد النشاط التجاري الخارجي من العقبات المختلفة التي تواجهه على المستوى الدولي بين مجموعة من الدول ". (السريتي، 2009، صفحة 123)

وتعرف أيضا بأنها: السياسة الاقتصادية التي تطبق في مجال التجارة الخارجية مجموعة الإجراءات التي تتخذها السلطات ذات السيادة في المجال الاقتصادي لتحقيق أهداف معينة، ويترتب عن ذلك أن السياسة التجارية هي مجموعة الإجراءات التي تطبقها السلطات ذات السيادة في مجال التجارة الخارجية لتحقيق أهداف معينة. (بن الشيخ و بلبخاري، 2021-2022، صفحة 72)

يمكن تعريف السياسة التجارية في أي دولة على أنها: مجموعة من القواعد والأساليب والأدوات والإجراءات والتدابير التي تقوم بها الدولة في مجال التجارة الدولية لتعظيم العائد من التعامل مع باقي دول العالم وفي إطار تحقيق هدف التوازن الخارجي ضمن منظومة تحقيق الأهداف الاقتصادية الأخرى للمجتمع خلال فترة زمنية معينة. (قواوسي، 2011-2012، صفحة 26)

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف السياسة التجارية بشكل مختصر على أنها: مجموعة الإجراءات والوسائل التي تلجأ إليها الدولة في نطاق علاقاتها التجارية مع الدول الأخرى بقصد تحقيق بعض الأهداف. (فوزي ع.، 2016، صفحة 71)

ثانيا- أهداف سياسة التجارة الخارجية:

تعمل سياسة التجارة الخارجية على تحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والاستراتيجية وذلك من خلال مايلي:

1- الأهداف الاقتصادية: وتمثل في:

- زيادة موارد الخزينة العامة للدولة واستخدامها في تمويل النفقات العامة بكافة أشكالها وأنواعها.
- حماية الصناعة المحلية من المنافسة الأجنبية ودعم حركة التنمية. (فوزي ع.، 2016، صفحة 71)
- تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات عن طريق تعظيم عائدات الصادرات والموارد من العملة الأجنبية وتخفيض الطلب على الصرف الأجنبي.
- حماية الصناعة الناشئة أي الصناعة حديثة العهد في الدولة حين يجب توفير الظروف الملائمة والمساندة لها. (نعيمه، 2010-2011، صفحة 57)

- تعظيم الإيرادات العامة للدولة لتغطية النفقات العامة عن طريق الحصول على الإيرادات المتأتية من السلع التي تعبر حدود الدولة (الترانزيت).

- تحقيق الاستقرار الاقتصادي الداخلي عن طريق الحد من آثار التقلبات الخارجية غير المرغوب فيها مثل التضخم والانكماش والأزمات التي تعاني منها اقتصادات الدول في المجالين الإقليمي والدولي وكذلك حماية الاقتصاد الوطني من السياسات السعرية المتبعة في بعض الدول في مجال التجارة الخارجية بهدف السيطرة على الأسواق العالمية واحتكارها. (سلمان، 2024، صفحة 39)

2- الأهداف الاجتماعية: وتتمثل في:

- حماية مصالح فئات اجتماعية معينة: كمصالح المزارعين أو المنتجين لسلعة معينة، أو العمالة المشتغلين في صناعة معينة.

- إعادة توزيع الدخل القومي: قد تستهدف الدولة إعادة توزيع الدخل القومي بين الفئات أو الطبقات المختلفة. (عدائكة، 2019-2020، صفحة 78)

- تحقيق الأمن الغذائي وتوفير السلع الأساسية أثناء الأزمات الطارئة مثل الحروب والكوارث الطبيعية. (سلمان، 2024، صفحة 39)

- منع إستيراد المواد المخدرة حماية للصحة العامة، أو فرض القيود الشديدة على إستيراد المشروبات الكحولية لأسباب أخلاقية... الخ (فوزي ع.، 2016، صفحة 72)

3- الأهداف الاستراتيجية: وتتمثل في:

- المحافظة على الأمن في الدولة من الناحية الاقتصادية والغذائية والعسكرية.

- العمل على توفير الحد الأدنى من الغذاء عن طريق الإنتاج المحلي مهما كانت تكلفته مرتفعة.

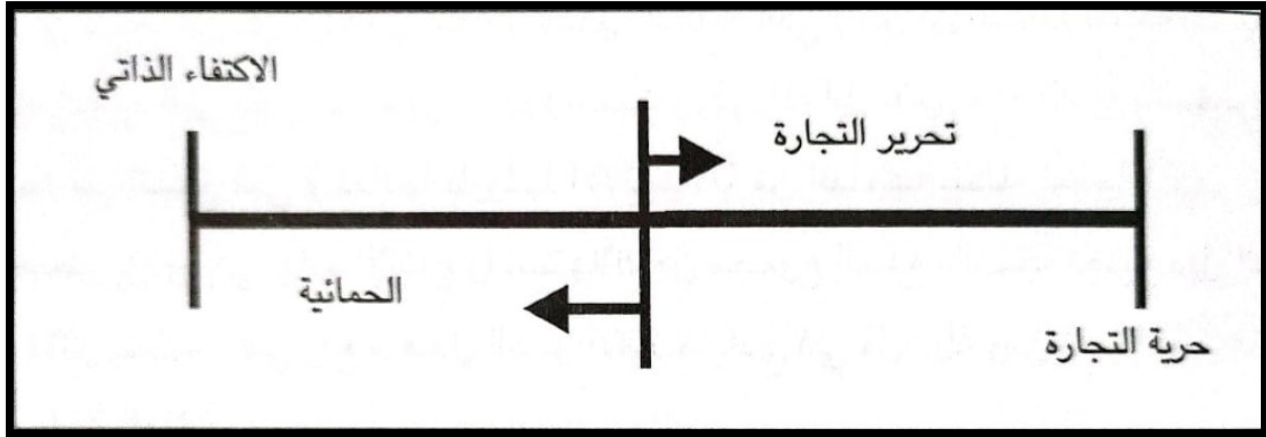
- العمل على توفير الحد الأدنى من الإنتاج، وخصوصا في فترة الحروب والأزمات.

- العمل على توفير الحد الأدنى من مصادر الطاقة كالبترول مثلا. (ليندة، 2012-2013، صفحة 50)

المطلب الثاني: أنواع سياسة التجارة الخارجية

تتفرع سياسة التجارة الخارجية إلى نوعين من السياسات هما سياسة الحماية وسياسة الحرية التجارية، يمكن تمثيلهما بالشكل التالي:

الشكل رقم (01): أنواع سياسة التجارة الخارجية



المصدر: (السيد متولي، 2011، صفحة 67)

أولاً- سياسة حماية التجارة الخارجية:

تعد سياسة الحماية التجارية من السياسات التي نادى بها أنصار المذهب الاقتصادي القائم على تدخل الدولة في التجارة الخارجية، وفيما يلي تعريف هذه السياسة وأهم الحجج المؤيدة لهذه السياسة:

1- تعريف سياسة حماية التجارة الخارجية:

تسمى أيضا بمفهوم سياسة تقييد التجارة الدولية، وقد ظهرت في نفس الوقت الذي ظهرت فيه نظريات حرية التجارة حيث أن أنصارها أصبحوا يرون ضرورة تقييد التبادل مع الخارج لا سيما استيراد السلع الأجنبية قصد حماية السلع الوطنية من المنافسة الخارجية. (نعيمة، 2010-2011، صفحة 60)

تعرف سياسة حماية التجارة الخارجية على أنها:

- 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. (السريتي، 2009، صفحة 149)

- تبني الدولة لمجموعة من القوانين والتشريعات وإتخاذ الإجراءات المنفذة لها بقصد حماية سلعها أو سوقها المحلية ضد المنافسة الأجنبية. (السيد متولي، 2011، صفحة 72)

2- الآراء المؤيدة لسياسة حماية التجارة الخارجية:

يستند أنصار الحماية التجارية إلى مجموعة من الحجج أهمها:

- تقييد الواردات مما يؤدي إلى زيادة الطلب على السلع المحلية بسبب أدوات السياسة التجارية التي تحد من منافسة المنتجات الأجنبية، مما يحسن من مردودية المنتجين المحليين نظرا لضمان استمرارية الإنتاج، وبالتالي عدم تأثر العمالة المحلية وزيادة مستوى التشغيل وتقليل البطالة.
- تعمل أدوات الحماية على تلبية الطلب المحلي من الإنتاج المحلي، وبالتالي فإن المشاريع سيكون بإمكانها تنويع منتجاتها وعدم الاقتصار على عدد محدود من السلع.
- الحصول على الإيرادات من خلال فرض الرسوم والتعريفات الجمركية، وبالتالي فتوفير الموارد المالية للدولة يمكنها من الانفاق على النفقات العامة وخاصة في الدول النامية التي قد تعتمد على الرسوم الجمركية كمصدر وحيد وأساسي لميزانية وخزينة الدولة.
- قد يكون العمل الرخيص سببا رئيسيا في انخفاض التكاليف ومن ثم الأسعار، فتعمل الدولة على التدخل لحماية منتجاتها من منافسة الدول ذات العمل الرخيص أو عنصر العمل متدني التكلفة.
- حماية الصناعات المحلية خاصة الناشئة منها، فقد تنافس الصناعات الحديثة سلع مستوردة فتقوم أدوات الحماية بالتصدي للسلع الأجنبية على الأقل في مراحلها الأولى.
- تسمح الحماية بحماية ودعم الاقتصاد الوطني باتخاذ الوسائل التي تمنع من ممارسة الإغراق من قبل الدول الأخرى، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى انكماش وزوال الصناعات الوطنية.

ولكي تنجح سياسة الحماية التجارية يجب أن تتصف بما يلي:

✓ أن تكون الحماية مؤقتة وليست دائمة.

✓ أن تكون معتدلة بما يسمح بعدم تضرر المستهلك منها.

✓ أن تكون الصناعات المحمية من الصناعات الي تتوفر على فرص النجاح. (أحسن، 2019-2020،

صفحة 18)

ثانيا- سياسة حرية التجارة الخارجية:

تعد سياسة الحرية التجارية من السياسات التي نادى بها أنصار المذهب الاقتصادي التقليدي القائم على عدم تدخل الدولة في التجارة الخارجية، وفيما يلي تعريف هذه السياسة وأهم الحجج المؤيدة لهذه السياسة:

1- تعريف سياسة حرية التجارة الخارجية:

تعرف سياسة حرية التجارة الخارجية على أنها:

- إزالة كافة القيود والعقبات المفروضة على حركة السلع والخدمات من دولة إلى أخرى، ولكن هذا لا يعني أن سياسة الحرية التجارية تعني أنه بمجرد فتح باب التجارة بين الدول المتخلفة فإن كل السلع والخدمات التي تنتج في دولة ما سوف تتدفق خارجها إلى الدول الأخرى، وإنما يتوقف ذلك على نوعية السلع هل هي بطبيعتها سلع تجارية أم سلع غير تجارية. (محيّاوي، 2014-2015، صفحة 167)

- السياسة 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 أم واردات. (السيد متولي، 2011، صفحة 75)

- هي افراز نوع من الحرية ازاء تدفق السلع والخدمات عبر الحدود السياسية للدولة حتى تكون التجارة الدولية حرة خالية من القيود والعقبات، اذ لا يجوز فرض قيود تعيق تدفق السلع والخدمات بالنسبة للصادرات أو الواردات على حد سواء. (حمشة، 2012-2013، صفحة 19)

يمكن التمييز بين أربع أشكال من التحرير التجاري:

- التحرير من جانب واحد: حيث تقوم الدولة بمفردها بإزالة الحواجز والقيود الحمائية.
- التحرير الثنائي: يتم التفاوض بين دولتين على تخفيض الحماية بالنسبة لتجارتهما الخارجية.
- التحرير الإقليمي: تقوم فيه مجموعة من الدول بتطوير ترتيبات التجارة الإقليمية فيما بينهم، بحيث تحصل الدول الأعضاء على مزايا في التبادل التجاري.

- **التحرير متعدد الأطراف:** يتم تحرير التجارة على مستوى العالم من خلال اتفاقيات مفتوحة لانضمام الدول إليها.

تعتبر الفترة من 1842 إلى 1873 فترة رواج وتدعيم لمذهب الحرية الاقتصادية، وأيدت السياسة الاقتصادية في تلك المرحلة مبدأ حرية التجارة، سواءً في الداخل أو الخارج واعتناق الكثير مذهب آدم سميث المناادي بضرورة حرية التجارة الخارجية. واعتبر أنصار هذا المذهب أن التقسيم الدولي للإنتاج هو المبدأ الأساسي في العلاقات الاقتصادية بين الدول، وقد نتج عن حرية التجارة استغلال الدول النامية في مجال التصنيع لصالح الدول المتقدمة آنذاك. (عابي، 2018-2019، صفحة 60)

2- الآراء المؤيدة لسياسة حرية التجارة الخارجية:

تتمثل مجمل الحجج فيما يلي:

- تتيح حرية التجارة لكل دولة التخصص في إنتاج وتصدير السلع التي لديها فيها ميزة نسبية، على أن تستورد من الخارج السلع التي لديها فيما لا تتميز فيها نسبياً وتكلفة أقل مما لو قامت بإنتاجها محلياً.
- تشجع حرية التجارة التقدم الفني من خلال المنافسة التي تتم بين دول مختلفة مما يؤدي إلى زيادة وتنشيط العمل وتحسين وسائل الإنتاج.
- تؤدي حرية التجارة إلى فتح باب المنافسة بين المشروعات الاحتكارية التي تظهر في غياب المنافسة وتحكم في الأسعار بما يضر بالمستهلك في السوق المحلية.
- تحفز حرية التجارة كل دولة على التوسع في إنتاج السلع كثيفة العنصر الانتاجي الوفير والحد من إنتاج السلع كثيفة العنصر النادر.
- تساعد حرية التجارة على استخدام كل بلد لموارده الإنتاجية استخداماً كاملاً والقضاء على ظاهرة الطاقات العاطلة. (السيد متولي، 2011، صفحة 75)

المطلب الثالث: أدوات سياسات التجارة الخارجية

أولاً- أدوات سياسة حماية التجارة الخارجية:

تعتمد الدول المنتهجة لسياسة الحماية التجارية على الأدوات التالية:

1-الأدوات السعرية: ويظهر تأثير هذا النوع من الأدوات على أسعار الصادرات والواردات وأهمها:

أ- الرسوم الجمركية:

وتعرف على أنها: ضريبة تفرض على السلع التي تعبر الحدود سواء كانت صادرات أم واردات، وتنقسم إلى:

- الرسوم النوعية: وهي التي تفرض في شكل مبلغ ثابت على كل وحدة من السلعة على أساس الخصائص (المادية وزن) حجم...الخ).

- الرسوم القيمية: وهي التي تفرض بنسبة معينة من قيمة السلعة سواء كانت صادرات أم واردات وهي عادة ما تكون نسبة مئوية.

- الرسوم المركبة: وتتكون من كل من الرسوم الجمركية النوعية والقيمية.

ب- نظام الإعانات:

ويعرف نظام الإعانات على أنه المزايا والتسهيلات والمنح النقدية كافة التي تعطى للمنتج الوطني، لكي يكون في وضع تنافس أفضل سواء في السوق الداخلية أم الخارجية.

وتسعى الدولة من خلال هذا النظام إلى كسب الأسواق الخارجية وذلك بتمكين المنتجين والمصدرين المحليين من الحصول على إعانات مقابل بيع منتجاتهم في الخارج وبأثمان لا تحقق لهم الربح.

ج- نظام الإغراق:

ويتمثل نظام الإغراق في:

بيع السلعة المنتجة محلياً في الأسواق الخارجية بثمان يقل عن نفقة إنتاجها أو يقل عن أثمان السلع المماثلة أو البديلة في تلك الأسواق أو يقل عن الثمن الذي تباع به في السوق الداخلية. ويتم التمييز بين ثلاثة أنواع من الإغراق هي:

- الإغراق العارض: ويحدث في ظروف طارئة كالرغبة في التخلص من منتج معين غير قابل للبيع في أواخر الموسم.

- الإغراق قصير الأجل: ويأتي بقصد تحقيق هدف معين كالحفاظ على حصته في السوق الأجنبية أو القضاء على المنافسة، ويزول بمجرد تحقيق الأهداف.

- الإغراق الدائم: ويشترط لقيامه أن يتمتع المنتج باحتكار فعلي قوي نتيجة حصوله على امتياز إنتاج سلعة ما من الحكومة أو نتيجة لكونه عضواً في اتحاد المنتجين الذي له صبغة احتكارية، كذلك يشترط أن تكون هناك ضرائب جمركية عالية على استيراد السلعة نفسها من الخارج.

2- الأدوات الكمية: وتنحصر أهمها في نظام الحصص تراخيص الاستيراد، المنع (الحظر):

أ- نظام الحصص: يدور هذا النظام حول قيام الحكومة بتحديد حد أقصى للواردات من سلعة معينة خلال فترة زمنية معينة على أساس عيني (كمية) وقيمي (مبالغ).

ب- الحظر (المنع): يعرف الحظر على أنه قيام الدولة بمنع التعامل مع الأسواق الدولية، ويكون الحظر على الصادرات أو الواردات أو كليهما. ويأخذ الحظر أحد الشكلين التاليين:

- حظر كلي: هو أن تمنع الدولة كل تبادل تجاري بينها وبين الخارج، أي اعتمادها سياسة الاكتفاء الذاتي، بمعنى عيشها منعزلة عن العالم الخارجي.

- حظر جزئي: هو قيام الدولة بمنع التعامل مع الأسواق الدولية بالنسبة لبعض الدول وبالنسبة لبعض السلع.

ج- تراخيص الاستيراد: عادة ما يكون تطبيق نظام الحصص مصحوباً بما يعرف بنظام تراخيص الاستيراد الذي يتمثل في عدم السماح باستيراد بعض السلع إلا بعد الحصول على ترخيص (إذن) سابق من الجهة الإدارية المختصة بذلك.

3- الأدوات التجارية: وتتمثل في:

أ- المعاهدات التجارية: وهي اتفاق تعقده الدولة مع غيرها من الدول من خلال أجهزتها الدبلوماسية، بغرض تنظيم العلاقات التجارية فيما بينها تنظيمياً عاماً يشمل جانب المسائل التجارية والاقتصادية وأموراً ذات طابع

سياسي أو إداري تقوم على مبادئ عامة مثل: المساواة والمعاملة بالمثل للدولة الأولى بالرعاية أي منح الدولة أفضل معاملة يمكن أن تعطيهها الدولة الأخرى لطرف ثالث.

ب- الاتفاقات التجارية: هي اتفاقات قصيرة الأجل مقارنة بالمعاهدة، كما تتسم بأنها تفصيلية حيث تشمل قوائم السلع المتبادلة وكيفية تبادلها والمزايا الممنوحة على نحو متبادل، كما أنها ذات طابع إجرائي وتنفيذي في إطار المعاهدات التي تضع المبادئ العامة.

ج- اتفاقيات الدفع: تكون عادة ملحقة بالاتفاقات التجارية، وقد تكون منفصلة عنها، وتنطوي على تنظيم لكيفية تسوية الحقوق والالتزامات المالية بين الدولتين مثل تحديد عملة، التعامل تحديد العمليات الداخلية في التبادل ... إلخ. (السيد متولي، 2011، الصفحات 72-75)

ثانيا: أدوات سياسة حرية التجارة الخارجية:

لأن معظم دول العالم اليوم تتحول إلى اعتماد سياسة الحرية التجارية، سواء كان ذلك في مجال السلع أم الخدمات، نجد أن معظم الاتفاقات التجارية تسعى إلى إزالة جميع القيود والعوائق والحواجز التي من شأنها أن تمنع (أو) تعيق حركة التجارة عبر الدول، وبالتالي فالأدوات المستخدمة في هذا التحول تنحصر أساسا في:

1- التكامل الاقتصادي: ويأخذ التكامل الاقتصادي أشكالا عدة منها:

أ- منطقة التجارة الحرة: وهو اتفاق مجموعة الدول على إلغاء الرسوم الجمركية كافة والقيود الكمية المفروضة على التبادل فيما بينها مع احتفاظ كل دولة بتعريفاتها الجمركية وما تفرضه من قيود كمية على تبادلها مع الدول غير الأعضاء.

ب- الاتحادات الجمركية: يقصد بالاتحاد الجمركي معاهدة دولية تجمع بمقتضاها الدول الأطراف أقاليمها الجمركية المختلفة في إقليم جمركي واحد حيث:

- توحيد التعريفات الجمركية الخاصة بالاتحاد في مواجهة الخارج.

- تعمل الدول الأعضاء في الاتحاد الجمركي على تنسيق سياساتها التجارية قبل الخارج بصفة خاصة من حيث عقد المعاهدات والاتفاقات التجارية.

ج- الاتحادات الاقتصادية: هو تنظيم يتعدى تحرير المبادلات التجارية إلى تحرير حركة الأشخاص و رؤوس الأموال و إنشاء المشروعات وذلك بفرض إقامة هيكل اقتصادي متكامل مصيره توحيد شتى السياسات الاقتصادية والمالية. حيث تحقق في المستقبل وحدة اقتصادية تضم شتى الأقاليم.

د- السوق المشتركة: تتفق الدول الأعضاء في حالة السوق المشتركة على إزالة القيود المفروضة على حرية التجارة بينها مع وضع تعريفه موحدة في مواجهة الدول الأخرى غير الأعضاء، بالإضافة إلى إلغاء القيود المفروضة على تحركات عناصر الإنتاج بينها كالعامل، ورأس المال، ومن أمثلتها السوق الأوروبية المشتركة التي تأسست عام 1958.

2- التخفيض المتوالي للرسوم الجمركية:

الهدف الأساس من إنشاء منظمة التجارة العالمية، هو السعي لإقامة نظام تجاري متعدد الأطراف هدفه حرية التجارة الدولية من خلال تطبيق مبدأ التخفيض المتوالي للرسوم الجمركية. أي يجب على جميع الدول الأعضاء في المنظمة الدخول في اتفاقيات للمعاملة حيث تنطوي على مزايا متبادلة لتحقيق تخفيض كبير للتعريفات الجمركية ويختلف معدل خفض الرسوم من سلعة إلى أخرى.

3- تحديد التعامل في الصرف الأجنبي:

أي تعويم سعر الصرف بترك قيمة العملة الوطنية تتحدد تلقائيا في سوق الصرف بتفاعل قوى العرض والطلب في السوق الأجنبي، لمنع أي دولة من احتكار التعامل في النقد الأجنبي. (السيد متولي، 2011، الصفحات 75-76)

المبحث الثالث: النظريات المفسرة للتجارة الخارجية

إن قيام التجارة الخارجية راجع في الأساس إلى وجود تباين في عدة عوامل بين الدول، ومن بينها وفرة أو ندرة العوامل الطبيعية إلى غير ذلك من العوامل مما جعل هناك عدة آراء ونظريات لتفسيرها، وتشتمل على كل من النظريات الكلاسيكية، النظريات النيوكلاسيكية والحديثة.

المطلب الأول: النظريات الكلاسيكية

لقد كانت النظرية الكلاسيكية نقطة البداية في التجارة الخارجية وإن عمليات التبادل الخارجي للسلع يعود بالفوائد على الدولة من حيث قدرتها على ما يلي:

✓ تحديد السلع الداخلة في عمليات التجارة الخارجية.

✓ تحديد نسب التبادل من السلع وعناصر الإنتاج.

وقد قسمت النظريات الكلاسيكية إلى ثلاثة نظريات:

أولاً- نظرية التكاليف (النفقات) المطلقة لآدم سميث:

استعرض آدم سميث في كتابه ثروة الأمم فوائد حرية التجارة، فأوضح أن حرية التجارة تتيح للبلد الاستفادة من مزايا تقسيم العمل لأنها توسع حجم السوق، ولقد جاء حديث آدم سميث عن حرية التجارة في معرض هجومه على ما أسماه النظام التجاري. (الحبيب، 2010-2011، صفحة 5)

1- الفكرة العامة للنظرية:

تتلخص الفكرة العامة لنظرية الميزة المطلقة أو نظرية التكاليف المطلقة "لآدم سميث" في أن ثروة الدولة تقاس بما تنتجه من السلع والخدمات، بحيث تنتج منها أكثر مما تحتاجه لإشباع حاجاتها الداخلية، وتقوم بمبادلة الفائض مع العالم الخارجي مقابل استيراد السلع التي يكون إنتاجها غير ملائم لها، أو التي لا تستطيع إنتاجها أبداً؛ أي تقوم على أن الدولة التي تتمتع بالنفقة المطلقة الأقل أي بالتكلفة الوحيدة الأقل عن بقية العالم في إنتاج سلعة معينة، فإذا تخصصت في إنتاج هذه السلعة سيكون مربحاً لها من ناحية منافسة الأسعار. كما تدعو نظرية النفقات المطلقة إلى وجوب ترك التجارة الخارجية بين البلدان المختلفة حرة غير خاضعة لأي قيود وذلك من أجل تحقيق

المكاسب من التبادل الدولي والمشاركة فيه، ورغبة في زيادة ثروة الأمم، ويفترض "آدم سميث" أن تقيد الدولة للواردات من الدول الأجنبية غرضه الأساسي حماية الصناعات الناشئة. (فوزي ع.، 2016، صفحة 28)

2- الافتراضات أو المبادئ التي تقوم عليها النظرية:

تقوم نظرية المنفعة (الميزة) المطلقة على الأسس التالية:

- التجارة الدولية تسمح بتصريف الإنتاج الزائد لدولة ما والحصول بالمقابل من السوق الخارجية على المنتجات التي يزيد عليها الطلب محليا.
- التجارة الدولية تشجع النمو الاقتصادي.
- تعمل التجارة الدولية على تطوير الإنتاج الوطني، تخفيض التكاليف والتحكم في أسعار البيع الخاصة بالسلع الاستهلاكية والإنتاجية.
- تعمل التجارة الدولية على تشجيع الادخار أي زيادة المخزون من رأس المال والذي يعتبر المحرك الأساسي لعملية الاستثمار
- التجارة الدولية تشجع عملية التخصص وتقسيم العمل وهذا يؤدي إلى زيادة إنتاجية العامل نتيجة لاكتسابه الخبرات الكافية في الوظائف المنوطة بها. (فوزي ع.، 2016، الصفحات 28-29)

3- التفسير العملي للنظرية:

لتوضيح كيفية قيام التبادل الدولي على أساس نظرية الميزة المطلقة، نفترض لدينا دولتين ولتكن الجزائر، وكندا، وأن كل واحدة منهما تنتج قبل قيام التجارة الدولية بينهما، سلعتين هي القمح والقطن، وأن نفقات الإنتاج مقدرة بساعات العمل كما هو موضح في المثال الموالي:

الجدول رقم (01): نظرية التكاليف المطلقة

البلد	السلعة	القمح	القطن
الجزائر	4	2	
كندا	2	4	

المصدر: (فوزي ع.، 2016، صفحة 29)

نلاحظ أن إنتاج وحدة واحدة من القمح يتطلب 4 ساعات عمل في الجزائر وساعتي عمل في كندا، في حين أن إنتاج وحدة واحدة من القطن يتطلب ساعتين عمل في الجزائر و 4 ساعات عمل في كندا؛ وبالتالي يمكن القول بأن النفقة المطلقة لإنتاج القطن في الجزائر أقل منها في كندا، وأن النفقة المطلقة لإنتاج القمح في كندا أقل منها في الجزائر، ومنه نستنتج بأن الجزائر تتميز بميزة مطلقة في إنتاج القطن وتعاني من تخلف مطلق في إنتاج القمح، في حين أن كندا تتمتع بميزة مطلقة في إنتاج القمح وتعاني من تخلف مطلق في إنتاج القطن؛ وعلى هذا الأساس يتحدد نمط التخصص الدولي بين البلدين في أن تخصص الجزائر بإنتاج القطن وتقوم بتصدير الفائض عن حاجتها إلى كندا، بينما تخصص كندا بإنتاج القمح وتبادل الفائض عن حاجتها منه بفائض إنتاج القطن لدى الجزائر. (فوزي ع.، 2016، الصفحات 29-30)

4- الانتقادات التي تعرضت لها النظرية:

لقد وجهت العديد من الانتقادات إلى نظرية آدم سميث يمكن إجمالها فيما يلي:

- عدم وجود التمييز المطلق وفق ما قاله سميث في إنتاج السلع فلا يوجد من ناحية عملية تمييز بإنتاج سلعة بشكل مطلق دون حاجتها إلى مكملات لإنتاج تلك السلع من مواد أخرى ناهيك عن حاجة تلك الدولة كما أنها بحاجة إلى استيراد سلع أخرى هي بحاجة لها أيضا غير السلع التي تم تقييدها في عملية التبادل وإلا ضعفت العمليات التبادلية وقصرت عن سداد الحاجة ومن ثم اضمحلال التجارة الخارجية حجما ونوعا.

- افتراضها قيام التجارة الدولية نتيجة التمييز المطلق في عناصر الإنتاج مع وجود صعوبة في انتقالها حيث تحذف تلك الصعوبة من حرية التجارة الخارجية بين الدول ومن هنا فقد ألغت تلك النظرية دور الميزة النسبية كما سنرى لاحقا.

- تفترض نظرية سميث أن التجارة الخارجية عملية مماثلة للتجارة الداخلية التي تجري داخل الدولة لكن عند مقارنة المحددات لكلا النوعين من التجارة نجد أن حرية التنقل في عناصر الإنتاج داخل الدولة وبين قطاعات الصناعة وعدم وجود مثل تلك الحرية في التجارة الخارجية الأمر الذي يضعف أسباب قيام التجارة الخارجية استنادا إلى الفرض الذي جاء به سميث إذ هناك اختلافات وفوارق في تكاليف وصعوبات التجارة الداخلية عنها في التجارة الخارجية إذ أنها تكون في التجارة الخارجية كبيرة وتوجد نفقات تنقل تجاهلتها نظرية سميث.

- يرى سميث من اجل تطبيق مبدأ تقسيم العمل والتخصص لابد من توفر الحرية في التجارة، وهذا لا يوجد على أرض الواقع بسبب القيود المفروضة على التجارة الخارجية من قبل الدول فلا بد من إزالة القيود المانعة من تحرك السلع بين الدول وتخصص كل دولة بما تتميز به من إنتاج لسلعة أخرى.

- لقد أهملت النظرية المطلقة تحليل الطلب في التجارة الخارجية واقتصرت تحليلها على جانب العرض لموارد الإنتاج فلا بد من تحليل أثر الطلب في تفسير مقومات أو أسباب التجارة الخارجية.

بمعنى أنه كان يجب على النظرية المطلقة أخذ حجم الطلب على السلع المتعامل فيها في التجارة الخارجية جنبا إلى جنب مع العرض حتى نستطيع تحديد العناصر المتكاملة للتجارة الخارجية ونلاحظ أن هذا ما عملت به المؤسسات والدول والأفراد في عمليات التعامل التجاري العقلاني فقد عنى الاقتصاد الجزئي بموضوع التكامل بين العرض والطلب تجنبا لعمليات الكساد للفائض التي قد تحدث جراء تكديس البضائع المعروضة وندرة الطلب عليها.

- إن كيفية تفسير التجارة الخارجية في نظرية سميث تطبق في حالات محددة وهي عدم توفر القدرة لدى الدولة المستوردة، أي قدرة في الإنتاج للسلعة فهي لا تملك أية مقومات الإنتاج للسلعة، في حين أن الدولة المصدرة تملك القدرة المطلقة في عمليات الإنتاج وهذا لا يحدث إلا في حالات خاصة ولكن في حالات أخرى قد تتمكن من إنتاج سلعة ما بتكلفة أقل أو مساوية لتكلفة الإنتاج في الدول الأخرى وهي ما جاء بها ريكاردو من خلال نظرية التكلفة النسبية والتي لم تفسرها النظرية المطلقة.

- هناك بعض الحالات لم تفسرها نظرية سميث فإذا كانت هناك تجارة بين دولتين وتمتلك إحدهما التفوق المطلقة في إنتاج سلعتين ولا تملك الأخرى أية ميزة للإنتاج مما يقصر الإنتاج على الدولة الأولى، وإذا لم تنتج الدولة الثانية أيًا من السلعتين فمن أين لها دفع المقابل من المستوردات من السلع للدولة الأولى إذا كانت لا تنتج أي شيء.

أي أن الدولة الثانية في هذه الحالة لا تستطيع بناء علاقات تجارية الدولة الأولى المنتجة كونها تفتقد إلى السلع التي تستطيع من مع خلالها مقايضة الدولة الأخرى.

- نفترض نظرية سميت أن العوامل المؤثرة في الإنتاج ثابتة وهذا غير منطقي إذ أن هناك عوامل تؤثر في العملية الإنتاجية مثل العامل التكنولوجي ورأس المال وزيادة عدد العاملين وغيره من العوامل المؤثرة في الإنتاج وجميع هذه العوامل قابلة للزيادة والنقص بعكس ما نصت عليه النظرية المطلقة لآدم سميث. (الزبون، 2015، الصفحات 79-82)

ثانيا- نظرية التكاليف (النفقات) النسبية لدافيد ريكاردو:

نشر ريكاردو سنة 1817 كتابه مبادئ السياسة الاقتصادية والضريبة الذي عرض فيه قانون الميزة النسبية، والذي يعد أحد أهم القوانين الاقتصادية التي ظلت بلا تحد لحد الآن، وله العديد من التطبيقات العملية. في هذا الفرع، سنقوم أولاً بتعريف قانون الميزة النسبية، لنقوم بشرحه من جديد عن طريق مثال عددي، وأخيراً سنقوم بإثباته عن طريق البرهان بأن كلا الدولتين يمكن أن تحقق فعلاً مكسباً بتخصص كل منهما في إنتاج وتصدير السلعة التي تمتلك فيها ميزة نسبية. (سدي، 2014-2015، صفحة 36)

1. الفكرة العامة للنظرية:

من أجل تصحيح الخلل القائم في نظرية التكاليف المطلقة ارتأى ريكاردو ضرورة ما يسمى بالتكاليف النسبية في عملية التبادل، فمثلها كمثل المحامي الذي يتقن مهنة المحاماة ويتقن أيضاً مهنة الكتابة على الآلة، الرافنة ولكن يتنازل لكتابه أو كاتبته للقيام بعملية الكتابة ويتخصص هو في شؤون المحاماة لأنه إذا جمع بين الوظيفتين فإنه يكون أقل فعالية في عمله ويفوت على نفسه فرص ثمينة في تحقيق المنافع. " فنظرية التكاليف النسبية تؤكد على ضرورة تخصص دولة ما في إنتاج السلعة أو السلع التي تتمتع بالميزة النسبية في إنتاجها أي (أقل تكلفة ممكنة) مقارنة بالتكاليف النسبية للسلع المنتجة في الدول الأخرى، أما في حالة عدم تمتع دولة ما بأي ميزة نسبية في إنتاج السلعة التي تكون درجة تفوقها أكبر، فتحصل عن طريق التبادل التجاري على السلع الأخرى التي يكون درجة تفوقها أقل". (فوزي ع.، 2016، صفحة 31)

2. الافتراضات أو المبادئ التي تقوم عليها النظرية:

تقوم نظرية التكاليف النسبية لدافيد ريكاردو على الافتراضات التالية:

- وجود دولتين وسلعتين في التبادل التجاري.
- تجارة حرة مع وجود منافسة تامة في الأسواق.
- حرية تنقل عناصر الإنتاج داخل الدولة.
- عدم قدرتها على التنقل بين الدول.
- ثبات تكلفة وحدة السلعة المنتجة، وهذا يعني أن عدد ساعات العمل المبذولة في إنتاج وحدة واحدة من السلعة المنتجة لا تتغير بغض النظر عن الكميات المنتجة.
- ثبات التكنولوجيات وانعدام التغيرات التكنولوجية في داخل كل دولة من الدولتين.
- انعدام النفقات الخاصة بالنقل والتعريف الجمركية.
- يتوفر لكل دولة ثروات طبيعية محدودة وجميع الوحدات المكونة لكل ثروة طبيعية معينة متشابهة.
- التوظيف الكامل لعناصر الإنتاج.
- استخدام نظرية العمل للقيمة، وقيمة أي سلعة تقاس بكمية العمل التي تستخدم في إنتاجه.
- تجانس العمل والأذواق في الدول المختلفة التي يجري بينها التبادل التجاري. (بن الشيخ و بلبخاري، 2021-2022، صفحة 35)

3. التفسير العملي للنظرية:

يمكن توضيح فكرة ريكاردو من خلال افتراضه وجود دولتين هما الجزائر وتونس، تنتجان سلعتين هما التمور والقمح، ونفقات إنتاج الوحدة من كل سلعة مقدرة بساعات العمل كما هو موضح في المثال الموالي:

الجدول رقم (02): نظرية التكاليف النسبية

تونس	الجزائر		
50	100	إنتاج ساعة عمل بالكيلوغرام	التمور
60	80	إنتاج ساعة عمل بالكيلوغرام	القمح

المصدر: (بالحيب، 2010-2011، صفحة 6)

ويتضح لنا من الجدول أن الجزائر تتمتع بميزة نسبية في إنتاج السلعتين، فحسب ديفيد ريكاردو من مصلحة الجزائر التوجه إلى التخصص في إنتاج التمور فقط، وتترك إنتاج القمح لتونس، فالدولتان سوف تستفيدان من هذا التخصص وتقسيم العمل، وهذا أيضا سيؤدي إلى قيام التجارة الخارجية فيما بين الدولتين في ظل استفادة متبادلة بينهما. (بالحيب، 2010-2011، صفحة 7)

4. الانتقادات التي تعرضت لها النظرية:

استخدمت نظرية التكاليف النسبية كأساس للتجارة الدولية مدة طويلة من الزمن، ثم بدأت الانتقادات توجه إليها في بداية الحرب العالمية الأولى. وفيما يلي نعرض أهم الانتقادات:

- تعتمد على نظرية العمل للقيمة في تحديد تكلفة السلعة أو قيمتها بكمية العمل المبذولة في إنتاجها، وهذا يعني إهمال مشاركة عناصر الإنتاج في تكلفة السلعة.

- تفترض النظرية انعدام نفقات النقل والتعريف الجمركية، علما أنهما تحسبان ضمن تكلفة إنتاج السلعة، فإذا كانت هذه النفقات مرتفعة فإنها ستلغي الميزة النسبية التي يتمتع بها البلد المنتج لهذه السلعة مما يؤدي إلى وقف عملية التصدير، لأن تكلفة إنتاجها في البلد المصدر تصبح أعلى منها في البلد المستورد.

- تفترض النظرية أن جميع الموارد الاقتصادية في الدولة مستغلة في حالة التوظيف الكامل أي أن الاقتصاد في حالة توازن، إلا أن هذا الفرض غير واقعي، لأن كينز أثبت أن التوازن في بلد ما يمكن أن يحدث دون مستوى التوظيف الكامل.

- تفترض هذه النظرية أن نفقة الإنتاج للوحدة الواحدة تبقى ثابتة بغض النظر عن الزيادة أو النقصان في حجم الإنتاج، ومن ثم يكون التخصص كاملا، وهذا مخالف لما يجري في المشاريع الإنتاجية التي تخضع بعد حد معين من

الإنتاج إلى قانون تزايد النفقات (تناقص الغلة)، وقبل هذا الحد تخضع أيضا إلى قانون تناقص النفقات (تزايد الغلة). (نعيمه، 2010-2011، صفحة 34)

- افتراض النظرية حرية التجارة، فهذا أمر مغاير للواقع لأن معظم الدول تفرض قيود على حركة الصادرات والواردات مما يقيد حرية التجارة.

- تفترض النظرية سلعتين ودولتين يتم التبادل التجاري بينهما وهذا فرض مبسط وتجريدي يتعارض مع الواقع، حيث أن التبادل يتم بين العديد من الدول والسلع.

- تعتمد نظرية التكاليف النسبية على فروض ساكنة تؤدي إلى تحليلات وتوازنات ساكنة لا تمت إلى الواقع الاقتصادي المتحرك بصله، كما تفترض أن أذواق المستهلكين متشابهة في الدول المختلفة، وهذا غير صحيح. وعموما فإن نظرية النفقات النسبية مرتكزة على جانب الإنتاج والعرض، وتحدد السلع التي تدخل في التجارة الدولية، لكنها لا تعالج كيفية تحديد نسبة التبادل الدولي، وهذا ما أكمله فيما بعد جون ستوارت ميل. (بن الشيخ و بلبخاري، 2021-2022، صفحة 39)

ثالثا- نظرية القيم الدولية لجون ستوارت ميل:

جاءت نظرية " ميل "مكملة لنظرية " ريكاردو"، فقد كان اهتمام " جون ستوارت ميل " منصب على جانب الطلب في التجارة الدولية وهو ما أهمله تحليل " ريكاردو " وبصفة خاصة عن نسبة التبادل التي بمقتضاها يتم تبادل السلع دوليا، وحسب رأي "ميل" فإن نسبة التبادل ستقع داخل الحدود التي تقرها التكاليف النسبية في الدولتين وبمعنى آخر ستقع بين نسبي التبادل الداخليتين في كلتا الدولتين، وتتحدد بالطلب المتبادل للدولتين، كما أوضح أن القيمة الدولية للسلعة تتحدد عند المستوى الذي يحقق التعادل في الطلب المتبادل. (قواوسي، 2011-2012، الصفحات 13-14)

1) الفكرة العامة للنظرية:

افتراض ميل وجود حجم معين من العمل المستخدم في كل دولة من أطراف المبادلة لإنتاج كميات مختلفة من السلع محل التبادل، وركز على الكفاءة النسبية للعمل وليس على النفقات النسبية لعنصر العمل كما فعل ريكاردو، وقد أبرز أهمية قوة طلب الدولة على السلع التي تنتجها الدولة الأخرى ومرونة هذا الطلب في تحديد معدل التبادل الدولي، فعندما نزيد تحديد ما يكسبه بلد من وراء استيراد سلعة وتصدير سلعة أخرى ويتخصص في

إنتاجها فيجب أن نحدد قيمة السلعة المصدرة وقيمة السلعة المستوردة، وتستطيع الدولة المصدرة أن تحدد قيمة سلعتها المصدرة وذلك بواسطة نفقة إنتاجها ولكن كيف تتحدد السلع المستوردة من بلد إلى آخر فتلك مشكلة القيم الدولية، حسب ميل يتحدد قيمة السلعة المستوردة بنفقة إنتاج السلعة المصدرة سدادا للسلعة المستوردة، وقد سلم جون بنفس مبادئ ريكاردو فيما تعلق بالتبادل بالمقايضة وتتوقف نسبة التبادل بين السلعتين على النسبة بين الطلب على السلعة الأولى والطلب على السلعة الثانية فنسبة التبادل بين الدولتين على السلعتين يتوقف على نسبة الطلب والعرض للبلدين. (فوزي ع.، 2016، صفحة 36)

(2) الافتراضات أو المبادئ التي تقوم عليها النظرية:

تقوم نظرية القيم الدولية على الافتراضات التالية:

- في حالة قيام تجارة بين دولتين على سلعتين، فإنه سوف تتساوى القيمة الكلية لطلب الدولة الأولى على سلعة الدولة الثانية مع طلب الدولة الثانية على سلعة الدولة الأولى.

- معدلات التبادل الدولية سوف تقع بين معدلات التبادل الداخلية في كلتا الدولتين، وهذا راجع لعدم وجود قاعدة عامة للأذواق والحاجات للمستهلكين، لذلك لا يمكن التنبؤ بالنسبة التي سوف يتم عندها التبادل.

- يتحدد موقع معدلات التبادل على أساس الطلب المتبادل في كلتا الدولتين، وكذلك مرونة هذا الطلب، حيث أن الفائدة الأكبر من التجارة الخارجية تعود للدولة ذات الطلب غير المرن، أما الدولة ذات الطلب المرن فتعود عليها الفائدة الأقل.

- تعتبر نفقات النقل ذات الأثر المزدوج بالنسبة للتجارة الخارجية، فهي تزيد في ارتفاع سعر السلعة، إلا أن يكون مرتفعا في الدولة المستوردة على ما هو في الدولة المنتجة، ومنه سوف لن يتم تبادل السلعتين وفقا لمعدل التبادل السائد في حالة افتراض عدم وجود هذه النفقات، وفي حالة وجودها سوف تؤدي إلى تغير الطلب المتبادل، بسبب اختلاف المرونات ومن ثم تغير معدل التبادل. (محمودي، 2011-2012، صفحة 81)

(3) التفسير العملي للنظرية:

بدأ ميل نظريته بافتراض دولتين تنتجان المنسوجات والكتان. وإنتاج **10 وحدات** من المنسوجات يكلف إنجلترا قدرا من العمل مثلما يكلفها إنتاج **15 وحدة** من الكتان، وفي ألمانيا إنتاج **10 وحدات** من المنسوجات يكلف ألمانيا قدرا من العمل مثلما يكلفها إنتاج **20 وحدة** من الكتان، وهو ما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (03): نظرية القيم الدولية

الدولة	وحدة القمح	وحدة المنسوجات
إنجلترا	10 وحدات	15 وحدة
البرتغال	10 وحدات	20 وحدة

المصدر: (بوكونة، 2011-2012، صفحة 24)

يتبين أن المنسوجات في كل من إنجلترا وألمانيا من خلال هذا الجدول، تكلف قدرا من العمل أكبر مما يكلفه إنتاج الكتان، ولكن ألمانيا تتمتع بميزة نسبية عن إنجلترا في إنتاج الكتان في حين تتمتع إنجلترا في إنتاج المنسوجات بالنسبة لألمانيا وذلك لأن كمية العمل التي تنتج 10 وحدات من المنسوجات 15 وحدة من الكتان في إنجلترا، بينما نفس كمية العمل التي تنتج وحدة من المنسوجات في ألمانيا تعادل 20 وحدة من الكتان ولذلك فمن المفيد أن تخصص إنجلترا في إنتاج المنسوجات وتستورد الكتان من ألمانيا، وتخصص ألمانيا في إنتاج الكتان وتستورد المنسوجات من إنجلترا. (بوكونة، 2011-2012، صفحة 25)

4) الانتقادات التي تعرضت لها النظرية:

وكغيرها من النظريات السابقة فقد تعرضت هذه النظرية إلى النقد، فقد ابتعدت عن الواقع حين افترضت تكافؤ أطراف المبادلة، ففي حالة تبادل دولي بين دول غير متكافئة فمن الممكن أن لا يكون للطلب المتبادل دور في تحديد نسبة التبادل الدولي، أي بإمكان الدول الكبرى أن تملّي شروطها بالإضافة إلى ذلك فإن الفكرة المتعلقة التي مفادها أن التبادل غير المتكافئ بين الدول سيأتي بالنتج على الدول الصغيرة فيمكن أن يكون غير محقق، حيث يمكن أن يؤدي التبادل إلى عدم مرونة الطلب للبلد الصغير بسبب إشباع السوق الناتج عن ضيق سوقه الداخلي، أما الحالة المعاكسة فإنها صالحة بالنسبة للبلدان ذات طلب داخلي واسع، وهذا التفسير غير صالح لكون أن إتباعه من المفروض أن يؤدي إلى عدم وجود دول غير متطورة. (عابي، 2018-2019، صفحة 19)

المطلب الثاني: النظريات النيوكلاسيكية

جاءت النظريات النيوكلاسيكية لمحاولة سد الثغرة التي تركتها النظريات الكلاسيكية، وذلك من خلال تفسير سبب اختلاف النفقات النسبية والأجور بين الدول.

أولاً- نظرية تكلفة الفرصة البديلة:

يرى جوتفريد هابلر في نظرية تكلفة الفرصة البديلة تطويراً لما رأته النظريات الكلاسيكية ويتم ذلك باعتماد النفقات النسبية في عمليات التحليل للنفقات الداخلة في السلعة من خلال استخدام مفهوم الفرصة البديلة، ويرى أن تكلفة الفرصة البديلة هي كمية أية سلعة أخرى يجب تركها أو التخلي عنها في حالة إنتاج السلعة الحالية، وتكون السلعة ذات التكلفة البديلة الأقل السلعة ما. (الزبون، 2015، صفحة 109)

1. الافتراضات أو المبادئ التي تقوم عليها النظرية:

اعتمد هابلر في نظريته على الافتراضات التالية:

- ✓ وجود دولتين وسلعتين فقط.
- ✓ وجود عاملين فقط من عوامل الإنتاج (العمل ورأس المال).
- ✓ حرية انتقال عناصر الإنتاج داخل الدولة، وعدم قدرتها على التنقل بين الدول.
- ✓ ثبات عوامل الإنتاج عند الطلب.
- ✓ تساوي اسعار عوامل الإنتاج مع التكلفة الانتاجية الحدية لكل عامل.
- ✓ ثبات مستوى التقدم التكنولوجي. (إينال، 2016-2017، صفحة 15)

2. التفسير العملي للنظرية:

ولشرح هذه النظرية نستعين بالمثل التالي، الذي يصور كافة التوافقات لإمكانية الإنتاج لكل من العراق وسوريا من سلعتي التمور والقمح، عند ما توظف كل دولة منهما جميع إمكاناتها (مواردها الاقتصادية)، وفي ظل التكنولوجيا المتاحة لكل منهما وكما يأتي:

الجدول رقم (04): نظرية تكلفة الفرصة البديلة

السودان / الانتاج بالآف الاطنان بالسنة		مصر / الانتاج بالآف 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، 2016-2017، صفحة 16)

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

وطبقا لنظرية هابلر، فإن مصر بعد قيام التجارة تخصص في إنتاج القمح، وتصدر جزءا منه في مبادلة القطن الذي يتخصص السودان بإنتاجه لأنها تتمتع بميزة نسبية في إنتاجه أيضا. (إينال، 2016-2017، الصفحات 15-16)

3. الانتقادات التي تعرضت لها النظرية:

نظرية تكلفة الفرصة البديلة ل هابلر هي أيضا لا تخلو من الانتقادات. فقد انتقدت بشدة من قبل جاكوب فاينر سنة (1937). وفيما يلي بعض من الانتقادات الهامة لهذه النظرية:

- استناد النظرية على افتراضات غير واقعية.
- اعتماد النظرية على الوحدات الحقيقية في تحليلها وإهمال العامل النقدي مع عدم تحديدها لسبب اختلاف التكاليف النسبية بين الدول.
- أهملت اختلاف وفرة عوامل الإنتاج من بلد لآخر. (إينال، 2016-2017، الصفحات 16-17)

ثانيا- نظرية الوفرة النسبية في عوامل الإنتاج (نظرية هكشر- أولين):

لقد جاءت نظرية هكشر- أولين للاقتصادي السويدي هكشر وتلميذه أولين لتفسير أسباب قيام التجارة الخارجية، حيث بدأ أولين من نقطة مفادها أن التجارة الخارجية والتبادل هي الامتداد الطبيعي للتجارة والتبادل الداخلي، وقد توصلا إلى أن أساسها أن اختلاف التكاليف النسبية بين الدول يرجع إلى اختلاف وفرة الموارد الاقتصادية بين الدول، وقد بين أولين نظريته على أساس فكرة التخصص الدولي والذي أرجعه إلى توفر عاملين أساسيين:

- اختلاف الوفرة النسبية لعناصر الإنتاج بين الدول.
- اختلاف نسب مزج عناصر الإنتاج في دول إنتاج السلع. (معمر، 2020-2021، الصفحات 12-

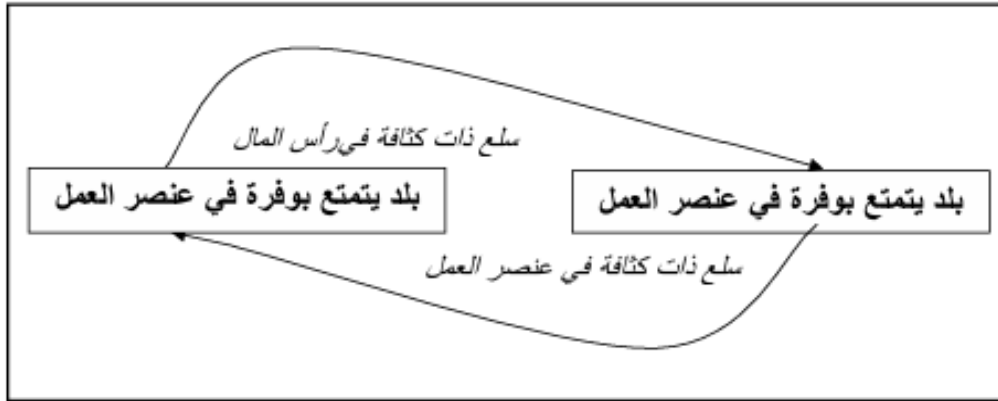
(13)

1- الافتراضات أو المبادئ التي تقوم عليها النظرية:

هناك ستة افتراضات أساسية تقوم عليها "هيكشر- أولين":

- لا توجد تكاليف نقل أو حواجز تجارية، مما يدل على أسعار سلع متطابقة في كل بلد من خلال التجارة الحرة.
- المنافسة الكاملة في كل من أسواق السلع والعوامل.
- جميع وظائف الإنتاج متجانسة من الدرجة الأولى مما يدل على عوائد ثابتة للقياس.
- تختلف السلع فيما بينها من حيث كثافة استخدامها لعوامل الإنتاج.
- وظائف الإنتاج تختلف بين السلع ولكن هي نفسها في كلا البلدين.
- الأذواق متشابهة في كلا البلدين. (بوعدلة، 2021-2022، صفحة 15)

الشكل رقم (02): نمط التخصص والتجارة الخارجية وفقا لنظرية "هيكشر- أولين"



المصدر: (بلبخاري، 2021-2022، صفحة 46)

2- الانتقادات التي تعرضت لها النظرية:

من بين أهم الاعتبارات البارزة لنقد نظرية "هيكشر- أولين" نجد:

- البساطة في صياغة الفرضيات، كقيام التجارة فقط بين دولتين وليس مجموعة من الدول، كما أنها افترضت أن التعامل يتم في سلعتين وليس مجموعة كبيرة من السلع.

- افتراض تجانس عوامل الإنتاج في جميع البلدان افتراض غير واقعي لان هذه العوامل تختلف باختلاف الدول، كما أنها تركز على الاختلاف الكمي في عناصر الإنتاج بغض النظر عن الجانب النوعي.

- افتراض النظرية ثبات عناصر الإنتاج، حيث أنها لم تأخذ عنصر الزمن في الاعتبار، فمع مرور الزمن وبفعل الظواهر الاقتصادية والديناميكية يحدث تغيرات في الهيكل الإنتاجي، والتي سوف تغير من نسبة عوامل الإنتاج، أي أنها لم توضح آليات التطور.

- 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.

- تفترض النظرية تبادل السلع في ظل شروط المنافسة الكاملة، وبالتالي يمكن لكل بلد يتخصص في إنتاج سلعة معينة في السوق العالمية، أن يصرفها بسعر ثابت لكن الوضع على خلاف ذلك بالنسبة لمعظم البلدان النامية، فهي لا تستطيع زيادة صادراتها مع ثبات سعرها بسبب تراجع الطلب عليها، وهذا ما يجعل الميزة النسبية بعيدة عن الواقع العملي. (إينال، 2016-2017، الصفحات 18-19)

ثالثاً- نظرية لغز ليونتيف:

حاول ليونتيف في عام 1951 إجراء أول اختبار عملي لنظرية (هكشر - أولين) على الاقتصاد الأمريكي. فمن المعروف أن الولايات المتحدة تتمتع بوفرة نسبية في عنصر رأس المال و ندرة نسبية في عنصر العمل و لذلك من المتوقع طبقاً لنظرية هكشر - أولين أن تقوم الولايات المتحدة بتصدير السلع ذات الكثافة الرأسمالية حيث ينخفض سعر الفائدة على رأس المال وتستورد السلع ذات الكثافة العمالية حيث ترتفع أجور العمال .

وتبين أن صادرات الولايات المتحدة الأمريكية أكثر كثافة في استخدام عنصر العمل من وارداتها، وبصورة أدق فإن معدل العمل إلى رأس المال كان أعلى في الصادرات عنه في الواردات. وهذا ما يناقض النتائج المتوقعة عند إسقاط أو تطبيق نظرية هكشر - أولين على الاقتصاد الأمريكي.

و قد حاول ليونتيف أن يبرر هذه النتائج على ضوء نظرية هكشر - أولين. فليس صحيحاً أن العنصر المتوافر نسبياً في الولايات المتحدة هو رأس المال إذا ما أخذ في عين الاعتبار مستوى كفاءة العامل الأمريكي التي تبلغ

ثلاثة أمثال غيره من العمال. ولا يرجع السبب في الوفرة النسبية في العمل بالنسبة إلى رأس المال إلى زيادة في عدد قوة العمل بالنسبة إلى عدد السكان بالمقارنة بالدول الأخرى.

أي أن ليونتيف أرجع سر كثافة صادرات الولايات المتحدة لعنصر العمل إلى مهارة العمالة الأمريكية، وذلك نتيجة للتطوير والتدريب المستمر للرفع من مستوى إنتاجيتها. (بالحيب، 2010-2011، الصفحات 10-11) حيث قام ليونتيف بهذا الاختبار مستعينا ببيانات خاصة بهيكل التجارة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية. كما هو موضح في جدول المدخلات والمخرجات للاقتصاد الأمريكي لسنة 1947.

الجدول رقم (05): كمية العمل ورأس المال اللازمة لإنتاج ما قيمته مليون دولار

السلع المنافسة للواردات	الصادرات	
3.091.339	2.550.780	رأس المال (بالدولار بأسعار 1947)
170.004	182.313	العمل (بالعامل في السنة)
18	14	رأس المال لكل عامل (ألف دولار)

المصدر: (إينال، 2016-2017، صفحة 19)

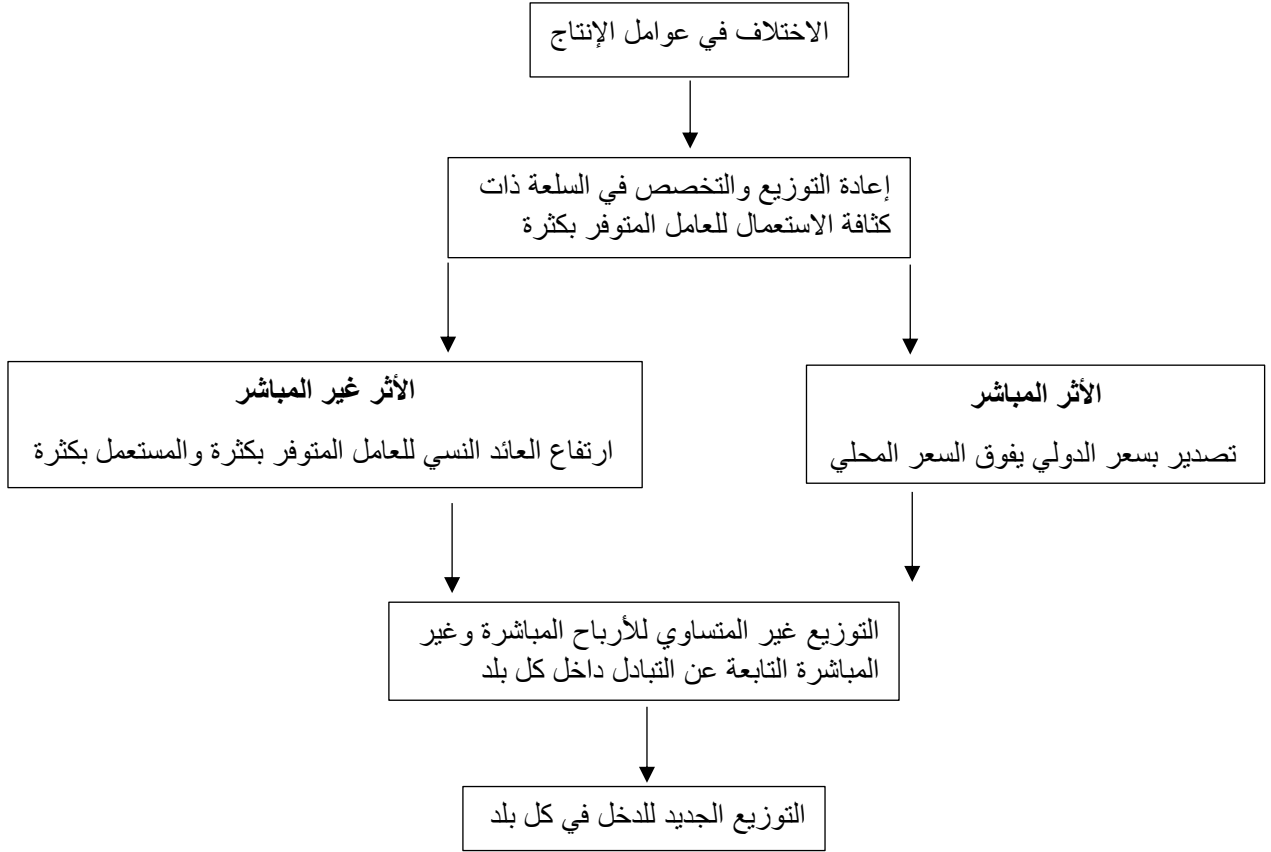
يبين الجدول أن إنتاج ما قيمة 1 مليون دولار من الصادرات الأمريكية خلال سنة 1947، يحتاج استخدام كمية من رأس المال تقدر بحوالي 2,6 مليون دولار، وإلى كمية من العملات قدر بحوالي 182 ألف عامل، وأن إنتاج ما قيمته 1 مليون من السلع المنافسة للواردات، فإنها تحتاج إلى استخدام كمية من رأس المال تقدر بحوالي 3.1 مليون دولار وإلى كمية من العمل تقدر بحوالي 170 ألف عامل وعليه وحدة واحدة من الصادرات تتطلب ما قيمته 14 ألف دولار من رأس المال لكل 14 ألف عامل، بينما أن وحدة واحدة من السلع المنافسة للواردات، فإنها تتطلب ما قيمته 18 ألف دولار من رأس المال لكل عامل. وعليه فإن وحدة الصادرات تتطلب كمية من رأس المال أقل مما تحتاجه وحدة السلع المنافسة للواردات، وأن وحدة الصادرات تحتاج لكمية من العمل أكبر مما تحتاجه وحدة السلع المنافسة للواردات، بمعنى أن صادرات الولايات المتحدة كثيفة العمل بينما السلع المنافسة لواردها كثيفة رأس المال. (إينال، 2016-2017، الصفحات 19-20)

رابعاً- نظرية ستولبر- صامويلسون

تدرس هذه النظرية أثر تغيير أسعار السلع على دخول عوامل الإنتاج، وقد وضعت هذه النظرية عام 1941، أي أنها سبقت الدراسة التي نشرها صامويلسون عن تعادل أسعار عوامل الإنتاج بنحو سبع سنوات، وقد بنيت هذه النظرية على نفس الأسس التي قامت عليها نظرية هكشير - أولين، ولكنها تبحث في الأثر الذي يمكن أن يؤدي إليه التدخل في أسعار السلع على حجم إنتاج تلك السلع وبالتالي على عوائد عوامل الإنتاج المستخدمة في إنتاجها، وذلك في نموذج للتوزيع العام. (فوزي ع.، 2016، صفحة 45)

يمكن أن نبين إعادة توزيع الدخل في الشكل التالي:

الشكل رقم (03): إعادة توزيع الدخل عند نظرية ستولبر - صامويلسون



المصدر: (دليلة، 2014-2015، صفحة 23)

لقد أثبتت النظرية أنه في حالة زيادة الأسعار النسبية المحلية لإحدى السلع، فسوف يؤدي ذلك إلى زيادة العائد الحقيقي لعامل الإنتاج الذي يستخدم بكثافة في إنتاج تلك السلعة، ويعود السبب في ذلك إلى أن ارتفاع السعر المحلي لهذه السلعة مقارنة بالسلعة الأخرى سيحفز المنتجين على زيادة إنتاجها، بدلا من استيرادها المكلف، وبما أن حجم العرض من عامل الإنتاج ثابت، فإن الإنتاج الإضافي المترافق بزيادة الأسعار يستلزم تحول قسم من عامل الإنتاج في إنتاج السلعة الثانية إلى السلعة الأولى، ولكي يتم ذلك لابد من زيادة سعر هذا العامل بالمقارنة مع سعر العامل الآخر ومن ثم سوف يزداد عائده. (فوزي ع.، 2016، الصفحات 45-46)

المطلب الثالث: النظريات الحديثة

إن التغيرات الجوهرية الجارية في الاقتصاد العالمي ومنظومة العلاقات الدولية في مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية، أدت إلى ظهور عدد من العوامل التي لا تندرج دائما في سياق النظريات السابقة، ومن بين النظريات المعاصرة بشأن التجارة الدولية أو ما يمكن تسميتها بالاتجاهات الحديثة في تفسير التجارة الدولية نجد كل من: نظرية الفجوة التكنولوجية، نظرية دورة حياة السلعة المنتج ونظرية لستافان ليندر (نظرية تشابه الطلب أو تشابه الأذواق).

أولا - نظرية الفجوة التكنولوجية:

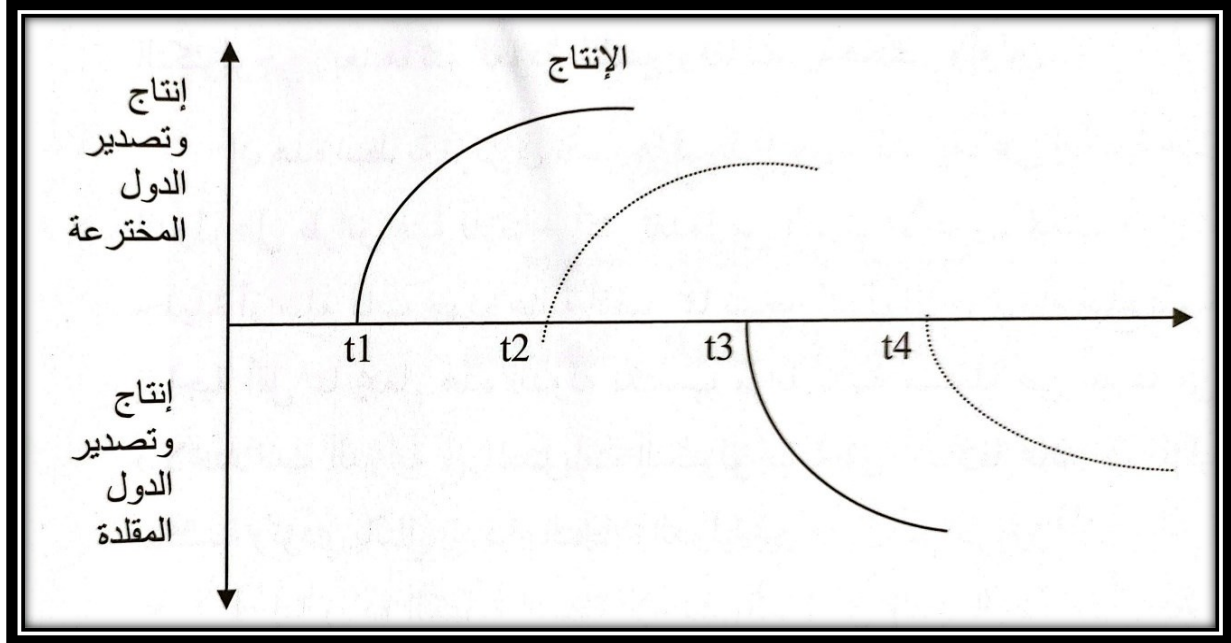
يعتبر "بوسنر" مؤسس نظرية الفجوة التكنولوجية وهذا عند ملاحظته في عام 1961، أن الدول ذات التشابه في عوامل الإنتاج تقوم بالتبادل التجاري فيما بينها، وهذا ما يؤدي إلى وجود تناقض مع نتائج "هكشر واولين" حيث أن ابتكار طرق جديدة في إنتاج سلع جديدة، يمكن بعض الدول أن تكون مصدرة بغض النظر عن نسب عوامل الإنتاج التي تتمتع بها، حيث أن تفوقها التكنولوجي يسمح لها بأن يكون لها احتكار التصدير في سلع القطاع المعني، ولقد اعتمد "بوسنر" في تفسيره لنموذج الفجوة التكنولوجية مصطلحين هما:

- **فجوة الطلب:** وهي تلك الفترة الزمنية بين بداية إنتاج السلعة في الدولة الأم T1، وبداية استهلاكها في الخارج T2.

- **فجوة التقليد:** وهي تلك الفترة بين بداية إنتاج السلعة الجديدة في الدولة الأم T1 وبداية إنتاجها في الخارج T3. (خروف، 2014-2015، الصفحات 14-15)

كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (04): الإنتاج والتصدير وفقا لنموذج الفجوة التكنولوجية



المصدر: (فوزي ع.، 2016، صفحة 50)

ومنه طالما أن المنتجين في البلاد الأخرى لم يكتسبوا بعد التكنولوجيا الجديدة فهناك فجوة تكنولوجية تحدد نمط التجارة ونوعية السلع المتبادلة والمزايا النسبية التي تتمتع بها الاقتصاديات المتقدمة، وهذه الفجوة تستمر إلى أن تتمكن الدول الأخرى من الوصول إلى المنتج أو مثيله أو متفوق عليه عن طريق الاختراع الداخلي (عن طريق الزيادة في نفقات البحث والتطوير) أو عن طريق نقل التكنولوجيا.

يشار إلى أنه أدخل العديد من التعديلات على هذه النظرية من قبل كل من هوفباور وفريمان، من خلال محاولتهما لاختبار النتائج التي توصل إليها بوسنر، أين توصلا إلى نتيجتين هامتين تثبت صحة النموذج ومطابقته للواقع الاقتصادي:

- يعتبر الاختلاف في مستويات الأجور الدولية محدد هام للفترة الزمنية التي تستغرقها الفجوة التكنولوجية وتحديد اتجاه التجارة الدولية، فالمستويات المنخفضة للأجور في الدول المقلدة يسمح بانتقال المنتج بسرعة إليها، مع إنتاجه بتكاليف أقل من الدولة الأم.

- القدرة على تفسير التجارة الخارجية في سلع دورة المنتج، وتأكيدها فرضية عدم تشابه دوال الإنتاج للسلعة الواحدة بين الدول في خلال فترة الفجوة التكنولوجية.

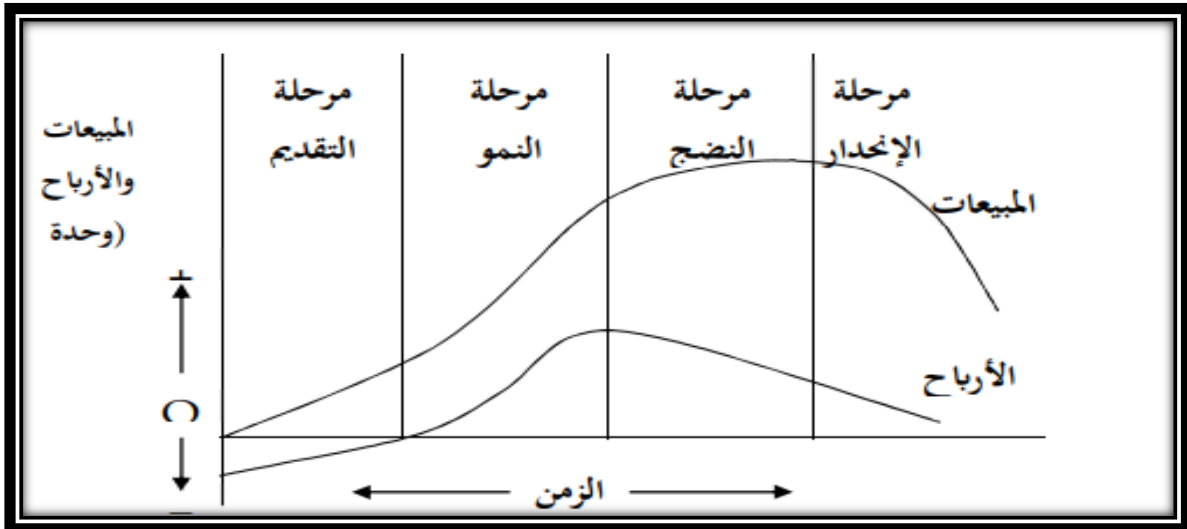
ومنه بالرغم من الإضافة التي قدمتها هذه النظرية في مجال تفسير نمط التبادل الدولي إلا أنها تبقى قاصرة أمام بعض القضايا، والتي شكلت في وقت لاحق جوهر نظرية دورة حياة المنتج. (غطاس، 2009-2010، صفحة 41)

ثانيا- نظرية دورة حياة المنتج:

لقد تقدم فرنون سنة 1966 بنظرية دورة حياة المنتج والاستثمار ليظهر أن هيكل المبادلات الدولية ليست نهائية بل تتغير بتغير مراحل حياة هذا المنتج، حيث تعتمد هذه النظرية على كزن الوصول الى المعارف الجديدة ليس مجانا ولا فوريا، وأن الميزة النسبية تعتمد على القدرة غير المتكافئة للأمم على استيعاب التطور التقني، والى تحويل هذا التطور إلى اختراعات تكنولوجية تؤدي الى انتاج سلع جديدة والى نشر هذه الاختراعات تدريجيا من خلال التجارة الخارجية.

إن أي سلعة تعرف دورة حياة تصاحب التغيرات الهامة في التكنولوجيا، الطلب، تقنيات الانتاج وكذا هيكل الصناعة، فكل منتج يمر بثلاث أو أربع مراحل متتابعة، تتم في إطار متسلسل مما يستدعي تغيير مكان إنتاجها على الصعيد الدولي، ويمكن ايضاح دورة حياة المنتج عبر مراحل الأربعة من خلال الرسم البياني التالي:

الشكل رقم (05): الدورة الحياتية للمنتج



المصدر: (بورقبة، سمايل، و بوركري، 2020، صفحة 288)

- **مرحلة التقديم:** تتميز هذه المرحلة بنمو بطيء المبيعات المنتجات، وبشكل عام خلال هذه المرحلة يكون هامش الربح سلبيا. حيث تكون التكاليف مرتفعة المتعلقة ببدء الإنتاج واختراق السوق وغيرها. وفي هذه المرحلة يكون المنتج حكرًا على البلاد المبتكرة له وتكون هي المستهلك الوحيد لهذا المنتج الجديد.

- **مرحلة نمو المنتج:** هي فترة قبول الأسواق للمنتج الجديد وزيادة الطلب عليه، مما يؤدي إلى نمو الصادرات تصبح هذه المرحلة مربحة أكثر فأكثر حيث يكون نمو المبيعات سريعًا جدًا ويدخل منتجون جدد إلى السوق.

- **مرحلة النضج:** خلال هذه المرحلة يكون هامش الربح عند أعلى مستوياته، كما تزداد المنافسة استيعاب تكنولوجيا إنتاج المنتج في الدول الصناعية الأخرى وبالتالي تقوم هذه الأخيرة في إنتاج هذا المنتج ثم تبدأ تنخفض الصادرات بالنسبة للمصنعين الأصليين مما يجبرهم على الاستثمار أكثر في الترويج من أجل الحفاظ على حصتهم في السوق.

- **مرحلة التراجع (الإنحدار):** خلال هذه الفترة ينخفض حجم المبيعات بشكل كبير ومن ثم الأرباح، فتتوقف المؤسسة المبتكرة عن إنتاجه وتبدأ باستيراده وتقوم بعد ذلك بالعثور على إنتاج منتج بديل من أجل الحفاظ على حصتها في السوق. قد يكون المنتج البديل نسخة محسنة من المنتج الأصلي أو منتج جديد تمامًا، ثم تبدأ الصناعة في الترشيد والتوحيد مرة ثانية. (بوعدلة، 2021-2022، صفحة 21)

❖ **الانتقادات التي تعرض لها نموذج فرنون يمثل نموذج دورة الإنتاج أسلوبًا جديدًا ومختلفًا لأسباب قيام التجارة**

بين الدول بالاعتماد على التطور الزمني للإنتاج، واكتساب التكنولوجيا مع ما يرافقها من المهارة والخبرة اللازمتين للإنتاج، إلا أن هذا الأسلوب لا يخلو من العيوب التي تعيق إمكانية تطبيقه بشكل كامل، وذلك بسبب طبيعة السلعة من جانب، وطبيعة المنشآت التي تقوم بإنتاج السلعة من جانب آخر، ويمكن تلخيص هذه العيوب كالآتي:

- إن الفترة الزمنية اللازمة للإنتاج تختلف من منتج لآخر، مما يعني أن مرحلة انتقال السلعة تعتمد على المراحل الزمنية التي تمر بها السلعة من حيث قدرتها على تلبية الطلب المحلي مع تزايد، كونه يمثل طلبًا على منتج جديد بالإضافة إلى سرعة انتقال السلعة خارج الدولة المنتجة لها.

– اختفاء المرحلة الثانية والثالثة، بسبب سرعة انتقال التكنولوجيا إلى الدولة المستوردة للسلعة بالإضافة إلى سرعة نمو الطلب الأجنبي على المنتج الجديد وطبيعة وفرات الحجم في الدول الأجنبية مما يترتب على ذلك انتقال الإنتاج إلى الدولة المستوردة، دون أن تمر السلعة في مراحل متطورة من الإنتاج في الدولة المصدرة لها.

– إن انتشار الشركات المتعددة الجنسيات يمكن أن يؤدي إلى تعقيد أو إلغاء هذه الدورة بسبب انتقال التكنولوجيا إلى دول أخرى لإنتاج نفس السلعة، بحيث تبقى هذه التكنولوجيا مملوكة للدولة المصدرة للسلعة أصلاً، فبالرغم من أن الابتكار يبدأ في أمريكا فقد تقرر الشركة متعددة الجنسية لأسباب موضوعية بدء الإنتاج في فرع يقيم في دولة أجنبية أخرى. (بوعدلة، 2021-2022، الصفحات 21-22)

ثالثاً: نظرية لستافان ليندر (نظرية تشابه الطلب أو تشابه الأذواق):

لقد جاء لستافان ليندر بتصوير جديد لعملية التجارة الخارجية يميز بين نوعين من السلع الصناعية والمنتجات الأولية، ويرى ليندر أن تبادل المنتجات الأولية يتم حسب الميزة النسبية وبالتالي فإن إنتاج أية دولة للسلع يتوقف على مدى الوفرة النسبي للمواد الأولية فيها وعناصر الإنتاج والتي تتبعها تحديد التكلفة فكلما توفرت لدى الدولة ميزة في العناصر الأولية لسلعة ما انخفضت تكاليفها بسبب وفرتها الأمر الذي يدفع بها إلى تصديرها إلى الخارج وزيادة قدرتها على التنافس على نطاق عالمي.

أما السلع الصناعية فيقسمها لندر إلى قسمين الصناعات المحتملة والصناعات الفعلية، وبالنسبة للصناعات المحتملة فهي مدى توقع قدرة الدولة الفعلي على التصدير لتلك السلع ويتوقف ذلك على النوع الثاني من السلع وهو السلع الفعلية وهي التي تحدد من خلال الطلب المحلي عليها فالطلب المحلي على السلع لغاية تحديد التصدير شرط إذا ارتبط بالثمن وغيره من العوامل التي تجعل من عملية التصدير ذات جدوى اقتصادية.

وأما الوردات المحتملة فيعرفها لندر بأنها السلع المنخفضة التكاليف في الدول الخارجية ومن الممكن استيرادها وتحويلها إلى واردات حقيقية إذا كان الطلب الفعلي عليها في السوق المحلي قوياً، فالطلب المعمول به حالياً هو الذي يمكن أن يحدد السلع المستوردة مستقبلاً ومن ثم فإن التجارة الخارجية من وجه نظر لندر لا يمكن أن تكون إلا في ظل استخدامها أو الطلب عليها في السوق المحلي.

ويرى لندر أن نظرية هكشر من حيث دوال الإنتاج ليست واحدة في كل الدول إذ أن دالة الإنتاج على السلعة تحدد بمقدار الطلب عليها من قبل السوق المحلي. (الزبون، 2015، الصفحات 113-115)

حيث يرى أنه من الخطأ افتراض أن التجارة الخارجية تقوم بين دول متجانسة، فهو يفرق بين نوعين من الدول:

- هناك دول يمتاز اقتصادها بدرجة عالية من القدرة على إعادة تخصيص الموارد، في حالة تغير هيكل الأسعار وفرص التجارة.

- بينما تكون اقتصاديات الدول الأخرى غير قادرة على إعادة تخصيص الموارد.

لذا فإن قيام التجارة الخارجية وما يتبعها من تغير في هيكل الأسعار النسبية لشتى أنواع السلع يؤدي نتائج مختلفة للدول.

إن تحليل ليندر يأتي على مستوى الطلب وفي هذا الصدد يقول: "كثافة التجارة الخارجية لمنتوج ما تأتي من طلبه القوي وبالتالي إنتاجه في السوق المحلية"، لأن السوق الخارجية ما هي إلا توسيع للسوق المحلية. (ليندر، 2012-2013، صفحة 63)

خلاصة الفصل الأول

تناولنا في هذا الفصل الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية، وبدأنا بتحديد مفهوم التجارة الخارجية باعتبارها نشاطا اقتصاديا يختص بتبادل السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول، ووسيلة لتحقيق التكامل الاقتصادي والتنمية عبر التخصص الدولي وتوزيع الموارد.

ثم تطرقنا إلى أهمية التجارة الخارجية في تنشيط الاقتصاد، وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، وتوفير السلع غير المتاحة محليا، ونقل التكنولوجيا، وفتح الأسواق، وزيادة الرفاهية الاجتماعية، مما يجعلها عنصرا حيويا في الاستراتيجية الاقتصادية للدول.

وقد وضحنا في هذا الفصل أسباب قيام التجارة الخارجية، والتي ترتبط بندرة الموارد، وتفاوت تكاليف الإنتاج، واختلاف الأذواق والطلب، والحاجة لتحقيق الفوائض وتصديرها، فضلا عن الأسباب الاستراتيجية والسياسية المرتبطة بالنفوذ الدولي.

كما استعرضنا أهداف التجارة الخارجية، التي تشمل تحسين الميزان التجاري، وزيادة الناتج المحلي، ورفع مستويات المعيشة، ونقل التكنولوجيا، وتحقيق الأمن الغذائي، والمساهمة في تقليل الفجوات التنموية بين الدول.

وتناولنا أيضا العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية، مثل حجم الدولة، المناخ، التكاليف، الجودة، التمويل، الندرة النسبية، الكساد أو الراجح الاقتصادي، نفقات النقل، الظروف السياسية، والإجراءات الإدارية والتشريعية، مما يجعل من التجارة الخارجية نشاطا شديد الحساسية والتأثر بالتقلبات الداخلية والخارجية.

كما تم التطرق إلى مخاطر التجارة الخارجية، منها المخاطر المالية، والمصرفية، والائتمانية، والتنظيمية، والنقل، والتي تتطلب من الدول سياسات استباقية للتحوط وإدارة المخاطر.

وأخيرا، عرضنا سياسات التجارة الخارجية، ممبزا بين سياسة الحماية التجارية الهادفة إلى دعم الاقتصاد الوطني من خلال القيود والرسوم، وسياسة الحرية التجارية التي تدعو لتحرير التبادل من القيود لتعظيم المكاسب الدولية. وجرى تناول أدوات كل منهما من حيث الرسوم، الحصص، المعاهدات، والتكاملات الاقتصادية.

واختتمنا الفصل باستعراض النظريات المفسرة للتجارة الخارجية من كلاسيكية (آدم سميث وريكاردو) إلى النيوكلاسيكية، مبينا كيف تطورت الرؤى لفهم آليات التجارة الدولية على أسس التكاليف المطلقة، والفرص البديلة، والطلب المتبادل.

الفصل الثاني:

الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع
الإلكتروني

تمهيد

في ظل الطفرة التكنولوجية الهائلة التي يشهدها العالم، والتوجه المتسارع نحو الرقمنة والاقتصاد غير النقدي، برزت وسائل الدفع الإلكتروني كإحدى الركائز الأساسية التي أعادت تشكيل معالم النشاط الاقتصادي والمالي على المستويين المحلي والدولي. فقد أصبحت الحاجة إلى بدائل إلكترونية للنقد الورقي ضرورة ملحة، نتيجة لتطور التجارة الإلكترونية، وزيادة الاعتماد على الخدمات الرقمية، وانتشار المعاملات عن بُعد، مما تطلب تطوير أدوات دفع أكثر كفاءة وسرعة وأماناً.

وسائل الدفع الإلكتروني لم تعد مجرد خيار تقني، بل أصبحت واقعا مفروضا في قلب النظام المالي الحديث، لما توفره من مزايا متعددة، أهمها اختصار الزمن، تقليل التكاليف، وتسهيل المعاملات المالية بين الأفراد والمؤسسات دون التقييد بعوائق الزمان أو المكان. كما أصبحت هذه الوسائل مدعومة بتشريعات مصرفية وتنظيمات قانونية، تؤطر عملها وتضمن حقوق كافة الأطراف المتعاملة بها.

في هذا الإطار، يعتبر فهم وسائل الدفع الإلكتروني ضرورة معرفية لفهم ديناميكيات الاقتصاد المعاصر، والقدرة على التفاعل بكفاءة مع النظام المالي الرقمي، خاصة مع تنوع هذه الوسائل وتعدد أدواتها ما بين بطاقات، ومحافظ رقمية، ونقود إلكترونية، وتحويلات مصرفية، وشيكات رقمية، لكل منها خصائصها ووظائفها.

فمن خلال هذا الفصل، سنتطرق إلى:

- المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني.

- المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.

- المبحث الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني.

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني

أدى التطور التكنولوجي إلى استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في كل المجالات ومنها التجارة والصيرفة فأصبح الطابع الإلكتروني غالبا عليها مما توجب خلق وسائل دفع إلكترونية تتماشى مع طبيعة هذا التطور.

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني وأطرافه

لقد شهد العالم منذ القدم أطوارا في نظام الدفع بدءا بالمقايضة كوسيلة للدفع، حيث كان الإنسان يلجأ إلى إشباع حاجاته عبر مقايضة أو مبادلة سلعته بسلعة شخص آخر مباشرة دون إستخدام أي وسيط، غير أن هذا النظام كان عاجزا عن مسايرة التطور الإقتصادي الذي استند أساسه إلى ظهور التخصص وتقسيم العمل، وفي هذا المطلب سنحاول التعريف بوسائل الدفع الحديثة كنوع من التحولات الرقمية في المجال الإقتصادي.

أولا: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

تعددت التعاريف المقدمة لوسائل الدفع الإلكتروني ومنها:

يطلق عموما إسم وسيلة دفع على كل شيء يمكن قبوله إجتماعيا للعب هذا الدور، أي أن وسيلة الدفع "هي تلك الأداة المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون، ويمكن النظر إلى وسائل الدفع من ثلاث زويا أساسية، فهي أداة وساطة مهمتها تسهيل التداول وتمكين إجراء الصفقات بسهولة، ومن جهة أخرى تمثل أدوات تمكن من نقل الإنفاق في الزمن حيث أن امتلاكها يسمح للأفراد إما بإنفاقها حاليا أو انتظار فرص أفضل في المستقبل". (بوخالفة، 2022، الصفحات 454-455)

يقصد **بالدفع الإلكتروني** على أنه: "عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي بإستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات".

وكذلك **يقصد بالدفع الإلكتروني** على انه: "مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتمثل في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية والبطاقات

الذكية." (صراع، 2013/2014، صفحة 58)

فقد عرفها **قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية التونسي** على أنها: "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصال." (بعجي، 2015، صفحة 280)

عرفتها الوثائق الأمريكية بأنها: "الاستعمال الامثل لكل انواع تكنولوجيا الاتصالات المتاحة من اجل تنمية النشاط التجاري للمشروعات." (سلمان، 2024، صفحة 10)

عرفت وسائل الدفع الالكترونية بأنها: "وسيلة لتحويل الأموال وفق تقنية الكترونية مما يسهل عملية التبادل بطريقة آمنة وسريعة، وبأقل التكاليف الممكنة". (قيمش و بلعة، 2021، صفحة 83)

يعرفها البنك المركزي الأوروبي على أنها: "كل عملية دفع صدرت، وتمت معالجتها الكترونياً". (شواحي، 2024، صفحة 166)

تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف وسائل الدفع الإلكتروني في القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في نص المادة 6 منه على أنها: "كل وسيلة دفع مرخصة بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية". (قيرة، 2022، صفحة 1009)

ثانياً: الأطراف المتعاملة في وسائل الدفع الإلكتروني

1. المنظم (المركز العالمي للبطاقة): هي مؤسسة عالمية تقوم بعملية إنشاء البطاقات وتتولى رعايتها، وتصدر تراخيص الجميع البنوك الموجودة في أنحاء العالم بالموافقة على دخولها في عضوية هذه البطاقات.

2. المصدر (المحرر): هو البنك أو المؤسسة المالية الكبرى التي لها ادوار عدة، ومنها التعاقد مع المركز العالمي للبطاقات، والتعاقد مع التجار المحليين من اجل قبول هذه البطاقات من عملائها لتسوية عملياتهم من شراء أو تقديم خدمات معينة، بالإضافة إلى التعاقد مع عملائهم للتعامل بمثل هذه البطاقات في دفع ما يستحق عليهم للتاجر مقدم السلعة أو الخدمة وحصول التاجر على مقابل ما يقدمه من هذه البطاقة.

3. التاجر: هو الشركات أو المؤسسات صاحبة السلع ومحلات البيع ومراكز تقديم الخدمات للجمهور بشكل عام، ويرم اتفاق مع صاحب البطاقة لقبول البيع بالبطاقة ومن ثم يرجع إلى مصدر البطاقة للحصول على ثمن السلعة.

4. حامل البطاقة: هو الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على البطاقة بناء على طلب تم تقديمه للمصدر ووافق على منحهم إياها، لتمكنهم من الشراء بواسطتها أو الحصول على الخدمات وكذلك تمكنهم من السحب النقدي من الصراف الآلي باستخدام البطاقة الممنوحة لهم من المصدر. (خليلي و لخداري، 2018، الصفحات 59-58)

المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بعدة خصائص عن وسائل الدفع التقليدية يمكن حصرها فيما يلي:

- **خاصية القبول والأمان:** تحظى وسائل الدفع الإلكتروني بقبول عام لدى الجمهور، خاصة في مجال المبادلات التجارية، بسبب ظهور وسائل تقنية تساعد على تطبيق نظام موحد، فضلا عن تحصينها قانونيا، يشعر من خلاله المتعاملين بالثقة والأريحية.

- **كلفتها المنخفضة:** تتسم وسائل الدفع الإلكتروني بانخفاض كلفة استعمالها مما يجعلها أكثر استقطاب لعموم المستهلكين والتجار وهذا بالمقارنة مع وسائل الدفع التقليدية.

- **خاصية التدويل:** والمقصود بذلك أن وسائل الدفع الإلكتروني ذات طابع دولي غير محدودة بزمان أو نطاق جغرافي معين، فهي مقبولة في أغلب جميع الدول في تسوية المعاملات ذات الطابع الإلكتروني، حيث يتم استخدامها من أجل الوفاء بقيمة السلع والخدمات وتسوية حسابات المعاملات التجارية التي تتم عبر الانترنت ما بين المستخدمين والتجار.

- **خاصية المرونة وسهولة حملها:** أي قدرتها على تسوية كافة الالتزامات المالية سواء بمبالغ كبيرة أو صغيرة، دون تقييدها بنوع محدد ودون تعقيد، حتى يتسنى للجميع استخدامها في أي وقت دون انقطاع، ويعود ذلك بسبب سهولة حملها نتيجة خفة وزنها وصغر حجمها، بيد أنها تعفي مستعملها من حمل النقود معه، مما توفر له الأمان من السرقة والاعتداء.

- **عدم اقتصرها على زمان أو مكان معين:** معنى ذلك أن وسائل الدفع الإلكتروني لا تعرف قيودا زمنية أو مكانية، فهي تستعمل في أي وقت من اليوم كما أنها لا تتقيد بجزر جغرافيا معينة، مما يسمح للعميل أن يقوم بدفع قيمة السلع والخدمات التي يحتاجها طالما توفرت لديه إمكانية الولوج إلى شبكة الانترنت لإتمام تلك العملية.

- **خاصية ضمان استقرار المعاملات:** وتتحقق هذه الخاصية من خلال ضمان عدم إمكانية الرجوع في الوفاء بعد إبرام المعاملة القانونية. (خلفة و بعيرة ، 2024، الصفحات 240-241)

المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني

تتميز وسائل الدفع الالكترونية بمجموعة من المميزات التي جعلتها أكثر استخداما خاصة في المجتمعات المتقدمة اقتصاديا وثقافيا، من أهم مميزاتاها:

- 1- أداة وفاء مقبولة كوسيلة دفع دولية في شتى أرجاء العالم بدلا من مخاطر حمل النقود.
- 2- أداة وفاء شخصية مما يوفر لها عنصر الأمان، حيث لا يمكن لأحد استخدامها سوى صاحبها الموقع عليها والذي يمكنه إيقاف التعامل بها فورا وإلغاؤها في حالة ضياعها.
- 3- وسيلة مرنة لسداد تكاليف السفر والسياحة وإتمام الصفقات التجارية الصغيرة أثناء السفر بالخارج، مما يشجع على زيادة حركة السياحة والتجارة بين مختلف البلدان.
- 4- وسيلة سهلة وعلى درجة عالية من الدقة في تسوية المعاملات، وإجراء المقاصة بين البنوك المختلفة بصرف النظر عن أماكن تواجدها والعملات المستخدمة في تلك المعاملات، وتبدو هذه الأهمية أيضا بالنظر إلى الفوائد التي يتحصل عليها كطرف من الأطراف فتحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية، وتفادي السرقة والضياع، في حين أنها تعد أقوى ضمان لحقوق البائع إذ تساهم في زيادة المبيعات، كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة لها، هذا بالإضافة الى أن هذه الأهمية تنسحب أيضا على الاقتصاد بصفة عامة حيث من شأن ذلك أن يفتح أفقا جديدة أمام المكونات الخاصة بتجارة الأعمال والاقتصاد. (بن علي و حمودي ، 2021 ، صفحة 419)

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

تشهد وسائل الدفع الإلكترونية تنوعا ملحوظا، ويعود ذلك إلى تعدد أشكال المعاملات التجارية التي تتطلب حلولاً دفعية مختلفة. كما يلعب كل من عامل الأمان ومدى توفر الوسيلة داخل البلد دوراً محورياً في اعتماد واختيار وسيلة الدفع المناسبة. ومن هذا المنطلق، يمكن تصنيف وسائل الدفع الإلكتروني إلى عدة أنواع، تختلف حسب طبيعة استخدامها وخصائصها.

المطلب الأول: البطاقات البنكية والبطاقات الذكية

أولاً: البطاقات البنكية

تعد البطاقات البنكية من أبرز وسائل الدفع الإلكتروني انتشاراً واستخداماً على الصعيدين المحلي والدولي، نظراً لما توفره من سهولة في إجراء المعاملات المالية وسرعة في التنفيذ، كما أسهمت بشكل كبير في تقليل الاعتماد على النقد. حيث أطلق عليها مجموعة من المصطلحات أهمها: بطاقة الائتمان، بطاقة الدفع الإلكتروني، البطاقة البلاستيكية وبطاقة الاعتماد.

1- تعريف البطاقات البنكية

تعرف البطاقة البنكية على أنها: بطاقة مغناطيسية صغيرة الحجم، مقبولة على نطاق واسع محلي أو دولي، تصدر من طرف بنوك وهيئات مالية مرخص لها لفائدة أشخاص لهم حسابات بنكية مستمرة، بحيث تمكنهم من دفع قيمة السلع والخدمات عبر نقاط البيع الإلكترونية أو عبر شبكة الانترنت، أو استعمالها كأداة لسحب الأوراق النقدية من الصرافات الآلية. (سالم، 2013-2014، الصفحات 28-29)

لقد عرف المشرع الفرنسي بطاقات الدفع في المادة 1/57 من المرسوم التشريعي المؤرخ في 30-10-1935 بأنها: "كل بطاقة تسمح لحاملها بسحب أو بنقل الأموال، ولا يمكن أن تصدر إلا من طرف هيئة قرض أو مؤسسة مالية أو مصلحة مرخص لها بوضع وإصدار البطاقات كالمصارف والخزينة العامة ومصالح البريد". (قوق و طهاري، 2022، صفحة 916)

تعرف البطاقات البنكية " تلك البطاقات التي تصدرها المصارف لعملائها لاستخدامها في تسوية جميع المستحقات من مشتريات وخدمات الحصول على الائتمان." (باشا، 2018، صفحة 34)

تعرف أيضا بأنها: بطاقة بلاستيكية ذات خصائص معينة صادرة عن مؤسسة مصرفية تستخدمها كوسيلة تعامل عوضا عن النقود، ويستطيع حاملها الحصول على النقود أو التمتع بواسطتها بخدمات مالية إضافية إلى إمكانية استفادته من الائتمان الممنوح بموجبها من المصرف المصدر لها وذلك لتلبية حاجاته المختلفة أي قد تعتبر في بعض الحالات بمثابة فتح اعتماد بمبلغ المصلحة صاحب البطاقة حيث يستطيع الوفاء بقيمة مشترياته من السلع التي حصل عليها من طرف التجار المتعاقدين مع البنك. (آيت شعلال، 2019، صفحة 9)

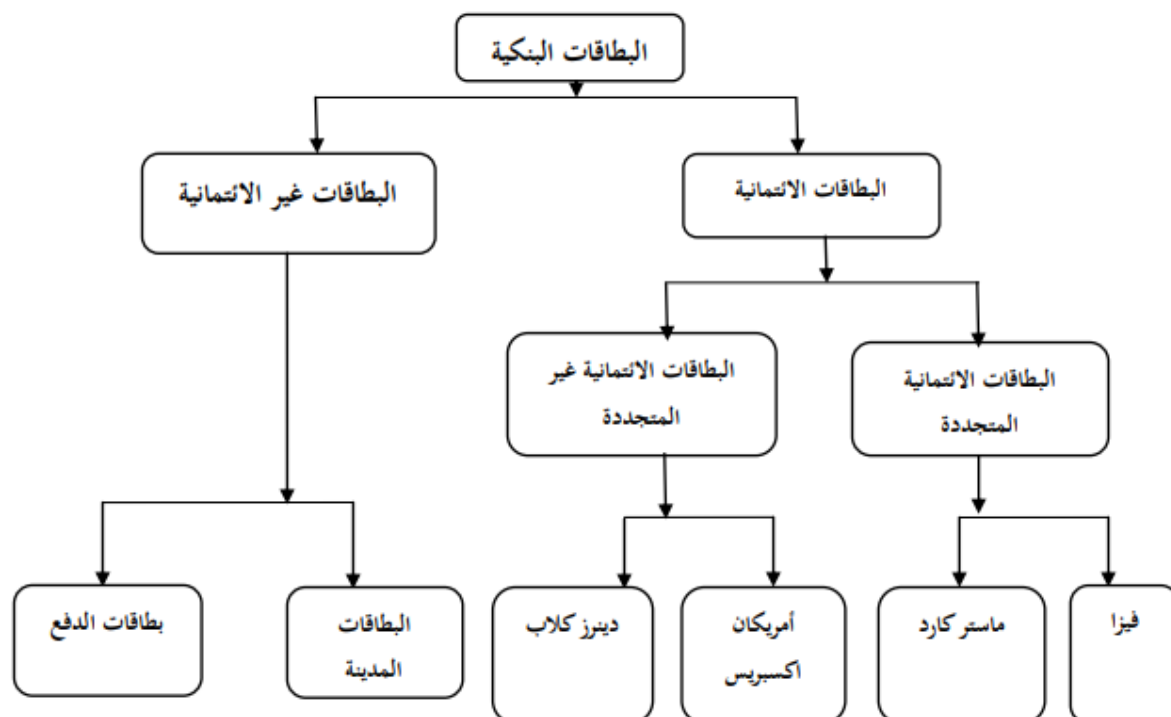
وهي تعرف أيضا باسم النقود البلاستيكية، فهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية كالكرت الشخصي أو الفيزا أو الماستركارد تمكن هذه البطاقات حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي ATM كما تمكنه أيضا من شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يريد من خدمات وذلك دون أن يكون لديه مبالغ مالية كبيرة قد تتعرض للسرقة أو الضياع. (صرع، 2013/2014، صفحة 60)

2- أنواع البطاقات البنكية

نتيجة لتطور النشاط التجاري والحاجة المتزايدة إلى وسائل دفع أكثر سرعة وكفاءة، ظهرت أنواع متعددة من البطاقات البنكية، والتي تستخدم كبديل عن النقد التقليدي. وتتيح هذه البطاقات لحاملها إجراء المعاملات المالية مثل الشراء، السحب النقدي، أو دفع قيمة الخدمات بطريقة آمنة وعملية.

وتنقسم البطاقات البنكية إلى قسمين رئيسيين وهما البطاقات الائتمانية والبطاقات غير الائتمانية وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (06): أنواع البطاقات البنكية



المصدر: (مطاي ، بن شنيبة ، و صلاح ، 2020 ، صفحة 32)

2-1- البطاقات الائتمانية Credit Card: وهي "البطاقات التي تتيح لحاملها الحصول على ائتمان"،

يستطيع المستهلك إستعماله لشراء مستلزماته ثم التسديد لاحقاً فإذا كان غير راغب في تسديد جميع ما قام بإقتراضه (شرائه) في أي شهر فإنه يسمح له بتدوير جزء من المبلغ المقرض إلى الشهر التالي ويترتب عليه في هذه الحالة دفع الفائدة على الرصيد المدين، وتنقسم إلى قسمين: بطاقات ائتمان متجددة وبطاقات ائتمان غير متجددة.

- بطاقات الإئتمان المتجددة Raveling credit card: هي نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة

وفاء و إئتمان في نفس الوقت، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات للبنك المصدر لتلك البطاقة، فالإئتمان المتولد عن إستخدام هذه البطاقة يعد ديناً متجدداً على صاحبها، أي أن صاحب البطاقة غير ملزم بدفع قيمة الفاتورة المرسلة إلى البنك كل شهر بل هو ملزم بدفع جزء منها فقط حسب الإتفاق بينه وبين البنك وهو مخير في الباقي بين أن يقضي في الموعد المحدد أو يدعه معلقاً بدمته، ويكون ملزماً بدفع فوائد شهرية على هذا

التأخير في الدفع وتحسب الفوائد بصفة يومية على المبالغ المتبقية، وتلجأ بعض البنوك لمطالبة العميل بمبلغ مالي تبقيه ضمانا مقابل عمليات البطاقة.

- **بطاقة الائتمان غير المتجددة:** تسمى كذلك بطاقة الخصم الشهري أو بطاقة الوفاء المؤجل أو بطاقة الحساب والفرق الرئيسي بين هذه البطاقة وسابقتها أنه لا يمكن أن يكون لدى حاملها حساب لدى البنك المصدر، ومن ثم فعندما يقوم الفرد باستخدامها فإنه يحصل آليا على قرض (إئتمان) مساو لقيمة السلعة أو الخدمة ولكل عميل حد أعلى للقرض يحدده العقد ويسمى خط الائتمان، ويلتزم حامل البطاقة لشروط الإصدار بتسديد كامل مبلغ الفاتورة خلال فترة لا تزيد غالبا عن 30 يوم من تاريخ إستلامه لها، وفي حالة المماثلة يقوم البنك المصدر بإلغاء عضوية حامل البطاقة وسحبها منه. (سالم مجدي ، 2025، الصفحات 215-216)

2-2- البطاقات غير الائتمانية: وهي تلك البطاقات التي لا تتيح لحاملها فرصة الحصول على الائتمان (قرض) وتنقسم بدورها إلى:

- **البطاقات المدينة Debt cards:** وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة السحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة، حيث تسمح له بتسديد مشترياته ويتم السحب من البنك مباشرة عكس البطاقات الائتمانية وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الوقت والجهد للعملاء وكذلك زيادة إيرادات البنك المصدر لها.

- **بطاقات الدفع مقدما:** وهذه البطاقات تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد بحيث يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ، ليتم التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة كلما تم استعمالها. (مطاي ، بن شنيينة ، و صلاح ، 2020، صفحة 32)

3- الفرق بين البطاقات الائتمانية والبطاقات غير إئتمانية

يمكن عرض أهم الفروقات بينهما من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (06): مقارنة بين البطاقات الائتمانية والبطاقات غير إئتمانية

البطاقات الائتمانية	البطاقات غير ائتمانية	الخاصية
تسمح بالاقتراض لدفع ثمن المنتجات والخدمات.	الخصم المباشر من حساب التوفير أو الحساب الجري.	التعريف
يمكن الحصول على ائتمان من طرف مصدر البطاقة والذي هو ليس ملك لصاحب البطاقة.	الحساب الجاري أو حساب الادخار	مصدر الأموال
يمكن الإنفاق بقدر يفوق رصيد الحساب	يمكن الإنفاق بقدر ما يوجد بالحساب	خصائص الإنفاق
تدفع شركة البطاقة الائتمانية للبائع مقابل المبلغ الذي تقوم بدفعه لها.	صاحب البطاقة	المسؤول عن عملية الدفع
يلزم دفع فاتورة كل شهر بما انه يجري اقتراضها.	لا يوجد أي مبلغ يلزم دفعه بما انه يتم استخدام الأموال الخاصة بصاحب البطاقة فقط.	الدفع
يتم احتساب الفائدة على المبلغ المستحق إذا لم يتم سداده بحلول تاريخ الاستحقاق	لا توجد فائدة يتم تحصيلها	الفائدة

المصدر: (قيمش و بلعة ، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر: الواقع والتحديات، 2021، صفحة 83)

4- مواصفات ومحتويات البطاقة البنكية

لقد تم وضع مواصفات معتمدة دوليا للبطاقات البنكية، تتمثل في كونها بطاقة بلاستيكية مستطيلة الشكل ذات مقاييس محددة وفقا للمعيار ISO 7810 وهي بطول يقدر بـ 85,6 ملم وعرض 53,98 ملم وسمكها 0,76 ملم.

وتحتوي هذه البطاقة على شريط مغناطيسي يستعمل في عمليات السحب من الموزعات الآلية للأوراق النقدية، " DAB " وكذا رقاقة إلكترونية تستخدم في عمليات الدفع على مستوى نهائي الدفع الإلكتروني TPE عند التجار.

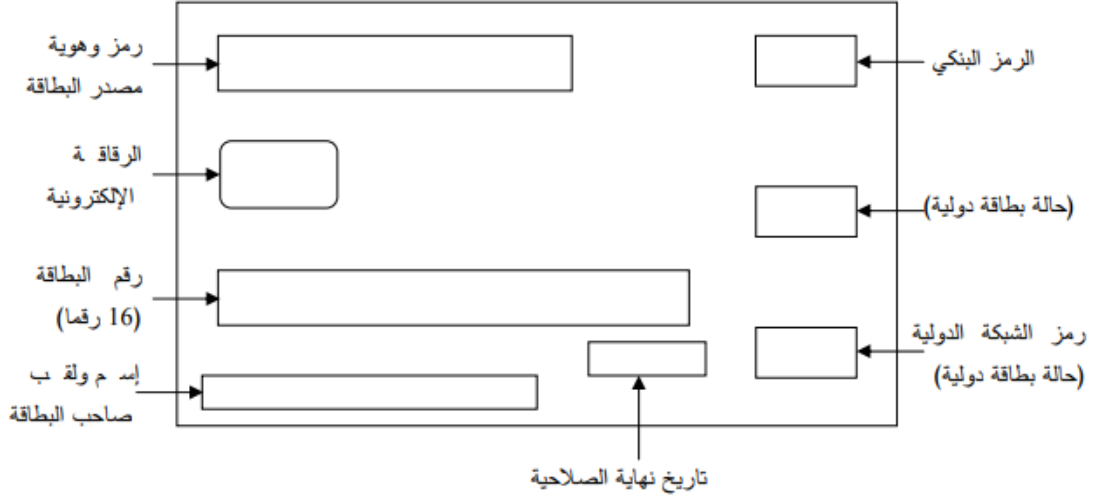
كما أن البطاقة تحمل المعلومات التالية:

- 1- رمز تعريف للمصدر وكذا الشبكة.
- 2- إثبات هوية صاحبها (الإسم واللقب الإمضاء، التسجيل الإلكتروني للمعلومات الخاصة بالهوية البنكية لصاحب البطاقة على الشريط المغناطيسي والرقاقة الإلكترونية).
- 3- رقم البطاقة وتاريخ نهاية الصلاحية.
- 4- عنوان البنك المصدر للبطاقة (ترسل له البطاقة في حالة ضياعها). (فوزي، 2007/2008، الصفحات 62-63)

ويمكن توضيح هذه المواصفات البنكية للبطاقة في الشكل التالي:

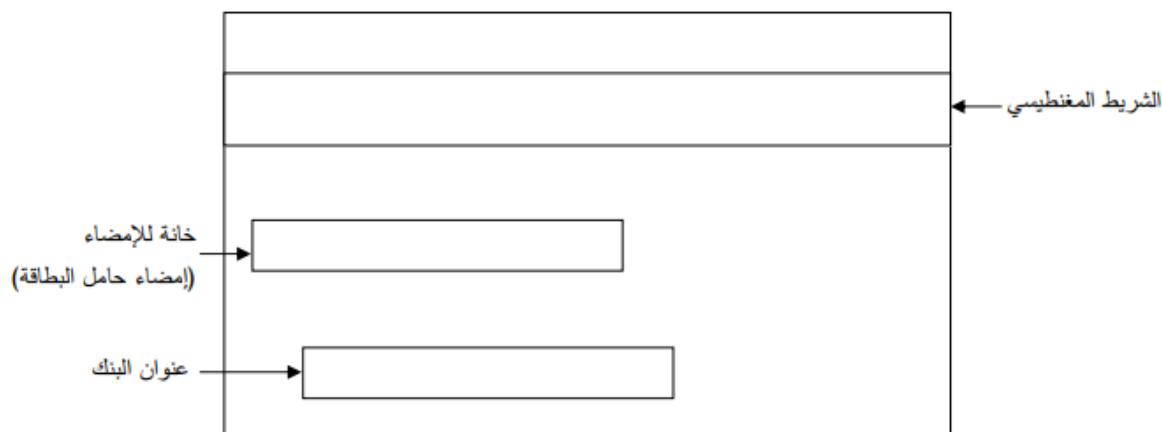
الشكل رقم (07): رسم توضيحي لمواصفات البطاقة

وجه البطاقة:



المصدر: (فوزي، 2007/2008، صفحة 64)

ظهر البطاقة:



المصدر: (فوزي، 2007/2008، صفحة 64)

ثانيا: البطاقات الذكية

تعد من الأهم الوسائل المبتكرة في مجال الدفع بالبطاقات، حيث ظهرت سنة 1970 على يد اليابان ARIMURA KUMITAKA، وعرفت عمليات تطوير مستمرة من الناحية التقنية والجانب التصميمي، إلى أن ظهرت بالفعل على شكل أول بطاقة ذكية سنة 1986.

1- تعريف البطاقات الذكية

سميت بالبطاقة الذكية لأنها تحد من عمليا التزوير ما تحتويه من مواصفات وبيانات ظاهرة ومخفية. وهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية تشبه بطاقة الائتمان وتحتوي على شريحة مكرية يمكن استخدامها في استخراج وتخزين ومعالجة ونقل بيانات رقمية مثل النقد الإلكتروني أو المعلومات الطبية. وسميت بالبطاقات الذكية لأنها مزودة بذاكرة ذكية أشبه بالعقل الذي يخزن معلومات متنوعة يمكن استدعاؤها بطريقة منظمة في الوقت المطلوب وكذلك لأنها تستطيع أن تجري العمليات الحسابية المعقدة وتحمي نفسها بنفسها ولا تعتمد على غيرها أثناء تشغيلها وتتنوع هذه البطاقات الى بطاقات تلامسية واللاتلامسية وبطاقات مزدوجة. (باشا، 2018، الصفحات 35-36)

عرفت بأنها عبارة عن بطاقة مزودة بشريحة كمبيوتر على وجهيها يجب تكون قادرة على حفظ معلومات أكثر من البطاقات الاعتمادية العادية والمزودة بشريط مغناطيسي لحفظ معلومات متنوعة حول العديد من التطبيقات

العملية مثل السجل الصحي والنقل والمواصلات ولعمليات التعريف بالهوية وعمليات البيع وغيرها. (الحداد، شقيري، نور، و الزرقان، 2012، صفحة 180)

عرفت أيضا بأنها عبارة عن بطاقة تحوي معالج دقيق يسمح بتخزين أكبر قدر من المعلومات من خلال البرمجة الأمنية، ومن ضمن المعلومات التي يتم تخزينها في المعالجات اسم العميل العنوان المصرف المصدر لها، أسلوب الصرف، المبلغ المصرف وتاريخه..... إلخ. وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الكمبيوترات ولا تتطلب تفويض أو تأكيد صلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع، لأن القدرة الاتصالية للبطاقة الذكية تمنحها أفضلية على البطاقات الكلاسيكية المزودة بالشريط المغناطيسي، والمعالجات الموجودة في البطاقة الذكية تستطيع أن تتأكد من سلامة كل معاملة من الخداع عندما يقدم صاحب البطاقة بطاقته إلى البائع فإن المعالج الموجود في سجل النقد الإلكتروني للبائع يتأكد من جودة البطاقة الذكية من خلال قراءة التوقيع الرقمي المخزون في معالج البطاقة. (شواحري، 2024، صفحة 168)

2- خصائص البطاقة الذكية

تتميز البطاقات الذكية عن غيرها من البطاقات البنكية الأخرى ب:

- إمكانية استخدامها كبطاقة ائتمانية او بطاقة خصم فوري تبعا برغبة الزبون.
- يمكن إستخدامها لتأمين إجراءات التحويلات المالية داخل شبكة الأنترنت.
- سهولة إدارتها مصرفيا بحيث يتعذر للزبون استخدامها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الإلكترونية للبطاقة. (الطائي، 2013، صفحة 187)
- عبارة عن محفظة رقمية تضم قيما رمزية تعبر عنها أرقام معينة توجد على شريحة البطاقة مقابل المحفظة العادية التي تحتوي على نقود ورقية.
- تقلل فرص التحايل والتلاعب من خلال تضمين البطاقة بيانات أكثر وأدق تحديدا عن العميل.
- يمكن استخدامها في العالم الحقيقي والعالم الافتراضي معا.
- تمثل قيمة نقدية وهي تشبه النقود الورقية من حيث أنها لا تتطلب تسوية نهائية أو مقاصة. (صراع، 2014/2013، صفحة 69)

3- أنواع البطاقة الذكية

هناك نوعان من البطاقات الذكية:

- **البطاقات المتصلة:** وهي التي عند استخدامها يجب ان يتم اتصالها مع قارئ للبطاقات الذكية Smart Card Reader حتى تتم عملية تحديث المعلومات وقراءتها من قبل شريحة الكمبيوتر الموجودة على البطاقة الذكية.

- **البطاقات الغير متصلة:** وهي تعتبر مفيدة جدا حيث انها تعتبر ملائمة وسريعة وهي تتطلب من المستخدم إدخال كلمة مرور واسم مستخدم صحيحين حيث تعطيهما المزيد من الأمن والحماية من السرقة أو الاحتيال والمعلومات المخزنة فيها مصممة بحيث تكون للقراءة فقط أو لعدم الوصول اليها وذلك لإضافة المزيد من الأمن على المعلومات المخزنة فيها وتخزن المعلومات ايضا بطريقة مشفرة وايضا من الممكن ان تحوي البطاقة الذكية على صورة حاملها في احد أوجهها كل ذلك يعطيهما المزيد من الأمن والتوافق على بطاقات الاعتماد Credit Card لمنع السرقات والاحتيال من قبل كلي الطرفين البائع والمشتري. (الحداد، شقيري، نور، و الزرقان، 2012، الصفحات 180-181)

4- مزايا وإيجابيات البطاقة الذكية

تقدم البطاقة الذكية مزايا عديدة اهمها:

- استعمال البطاقة الذكية كأدوات لتنفيذ المدفوعات: تنجز بواسطتها المعاملات الدائنة والمدينة بشكل أكثر أمانا وأقدر على مواجهة احتمالات التزوير إذ تشير رابطة البطاقات الائتمانية والمدينة إلى انخفاض حوادث التزوير والخسائر الناشئة عنها بنسبة 50% منذ أن قررت استعمال تكنولوجيا البطاقة الذكية.
- تكنولوجيا البطاقة الذكية كوسيلة أمنية: استخدامها يعتمد على الشفرة واعتماد البيانات إذ ينتج إجراء على مثل هذه المعاملات وإيصال المعلومات المالية في بيئة مضمونة داخل شبكة للمعلومات.
- استعمالها في مجال الخدمات: استعمالها في التنقل بواسطة النقل العمومي أو القطارات وسيارات الأجرة كذلك تستعمل كجواز سفر للتعريف بالهوية.

- القدرة العالية على تخزين المعلومات: تستطيع البطاقة الذكية اليوم احتواء ما بين (03-16) كيلوبايت من المعلومات والقدرة على معالجتها مع توقع زيادة طاقتها في المستقبل مقابل الانخفاض المتواصل في تكلفتها. كما تستعمل المصارف هذه البطاقة لتجهيز العملاء بمعلومات تربطهم بالحسابات وأرصدها ومعاملات المدفوعات.

- استخدام البطاقة الذكية كمحفظة إلكترونية: يمكن استخدام البطاقة الذكية كحافضة النقود الإلكترونية وتفرغ من النقود وهذه الميزة تنفرد بها، حيث أنها تحتوي على معالج صغير للأشرطة المغناطيسية على ما يقابل المبالغ النقدية، وهكذا صار بإمكان المصارف تحقيق إيرادات من استعمالها في تنفيذ المعاملات اليومية حيث يقدر عدد المعاملات النقدية التي أجريت بها سنة 1993 حوالي 8,1 تريليون. (زواش، 2010-2011، صفحة 39)

المطلب الثاني: النقود الإلكترونية والمحفظة الإلكترونية

في ظل التقدم المستمر في الوسائل التكنولوجية الحديثة، ومع تزايد اعتماد الأفراد والمؤسسات على التقنيات الرقمية، برزت النقود الإلكترونية والمحافظ الرقمية كحلول بديلة عن النقود التقليدية. فقد أصبحت هذه الوسائل تستخدم بشكل متنامٍ لتسوية المدفوعات عبر شبكة الإنترنت، الأمر الذي زاد من الحاجة إلى استخدامها في المعاملات المالية اليومية، سواء على المستوى المحلي أو العالمي.

أولاً: النقود الإلكترونية

اتجهت الدراسات الحديثة إلى استخدام مصطلحات متعددة عند تناول مفهوم النقود الإلكترونية، إذ أشار بعض الباحثين إلى هذا المفهوم بمصطلح "النقود الرقمية" أو "العملة الرقمية"، في حين اعتمد آخرون مصطلح "النقود الإلكترونية". وعلى الرغم من هذا التباين الاصطلاحي، إلا أن تلك المصطلحات المختلفة تشير في مجملها إلى ذات المفهوم، وهو النقود الإلكترونية.

1- تعريف النقود الإلكترونية

أطلق عليها البعض مصطلح النقود الرقمية أو العملة الرقمية، بينما استخدم البعض الآخر مصطلح النقدية الإلكترونية، وبغض النظر عن الاصطلاح المستخدم، فإن هذه التعبيرات المختلفة تشير إلى مفهوم واحد وهو النقود الإلكترونية وهو الأكثر شيوعاً (حيزية، 2014، صفحة 6)، عرف البنك المركزي الأوروبي سنة 1998 النقود الإلكترونية بأنها "قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً على دعامة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة أو حاسوب

والمقبولة كوسيلة دفع من قبل المؤسسات الأخرى غير المؤسسة المصدرة لها. (لبزة و محمد الهادي ، 2017 ،
صفحة 284)

تعرف النقود الإلكترونية على أنها مجموعة من البروتوكولات والتوقعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل محل تبادل العملات التقليدية، بعبارة أخرى هي قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة بشكل إلكتروني أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك. (كنه، 2022، صفحة 24)

يعرفها صندوق النقد الدولي على أنها قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة في شكل الكتروني أو في ذاكرة الكترونية لصالح المستهلك. (باشا و عبد الرحيم، 2011، صفحة 175)

تعرف على أنها قيمة نقدية مخزنة بشكل الكتروني على بطاقة مغناطيسية تستخدم كأداة للدفع، حيث تتم عملية خصم الأموال آليا بعد القيام بعملية الشراء، تحظى بالقبول كأداة للدفع من قبل الأشخاص الطبيعيين والمعنويين بخلاف الجهة المصدرة لها. (قطاف و بومعراف ، 2021 ، صفحة 310)

2- خصائص النقود الإلكترونية

تتميز النقود الإلكترونية بجملة من الخصائص، والتي تتمثل بشكل عام فيما يلي:

- **ذات قيمة نقدية:** أي أنها تشمل وحدات نقدية لها قيمة مالية مثل مائة دينار أو ألف دولار، ويترتب على هذا إنها لا تعتبر بطاقات الاتصال التلفوني من قبيل النقود الإلكترونية حيث ان القيمة المخزنة على الاولى عبارة عن وحدات اتصال تليفونية وليست قيمة نقدية قادرة على شراء السلع والخدمات وكذلك الأمر بالنسبة للبطاقات الغذائية (الكوبونات) والتي من المتصور تخزينها الكترونيا على بطاقات فهي لا تعد نقودا إلكترونية لأن القيمة المسجلة عليها ليست قيمة نقدية بل هي قيمة عينية تعطي حاملها الحق في شراء وجبة غذائية أو أكثر وفقا للقيمة المخزونة على البطاقة.

- **قبول التعامل فيها بشكل واسع:** تحظى النقود الإلكترونية بقبولها في التعامل واسع من الاشخاص والمؤسسات غير تلك التي قامت بإصدارها، فيتعين إذن ألا يقتصر استعمالها على مجموعة معينة من الأفراد لمدة محددة من الزمن أو في نطاق إقليمي محدد.

- **غير مرتبطة بحساب بنكي:** تتجلى أهمية هذا العنصر في تمييزه للنقود الإلكترونية عن وسائل الدفع الإلكترونية الأخرى، أي لا يتم الاحتفاظ بأرصدة في حسابات مالية لدى البنوك.

- قيمة مالية مخزنة إلكترونياً: فهي خلافاً للنقود التقليدية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل إلكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية، أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي.

- ثنائية الأبعاد: حيث يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود مثلاً.

- سهولة الحمل: وهذا نظراً لخفة حملها، وصغر حجمها، ولهذا فهي أكثر عملية من النقود العادية ويرجع ذلك إلى أنها تعفي الفرد من حمل نقدية كبيرة لشراء السلع والخدمات رخيصة الثمن كالصحيفة أو مشروب، أو وجبة خفيفة.

- ليست متجانسة: حيث أن كل مصدر يقوم بخلق وإصدار نقود إلكترونية مختلفة، فقد تختلف هذه النقود من ناحية القيمة، وقد تختلف أيضاً بحسب عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها الشخص بواسطة هذه النقود فهذه النقود ليست متماثلة أو متجانسة.

- السرية والخصوصية: إن الأنظمة القائمة على تداول النقود الإلكترونية تكفل قدرًا كافيًا من السرية والخصوصية، فالمعاملات الشخصية والمصرفية للمستهلك تبقى بعيدة عن تدخل الغير، فهي تنصرف إلى قدرة المستهلك على ممارسة العملية الشرائية دون الكشف عن هويته وحماية الخصوصية تعني أن بعض أو كل المعلومات الخاصة بالصفقة تحجب عن بعض أطراف التعامل سواء أكانوا مشتركين في الصفقة أم مراقبين.

ويقصد بالسرية هنا عدم القدرة على مراقبة مدفوعات النقود الإلكترونية التي تتم بين التاجر والمستهلك واقتفاء أثرها أو الربط بين إنفاق النقود الإلكترونية وبين المستهلك من خلال تلك المدفوعات. (ذبيح، 2021، الصفحات 140-143)

3- مزايا النقود الإلكترونية

يمكن تلخيص أهم الخصائص التي تميز وسيلة الدفع هذه كما يلي:

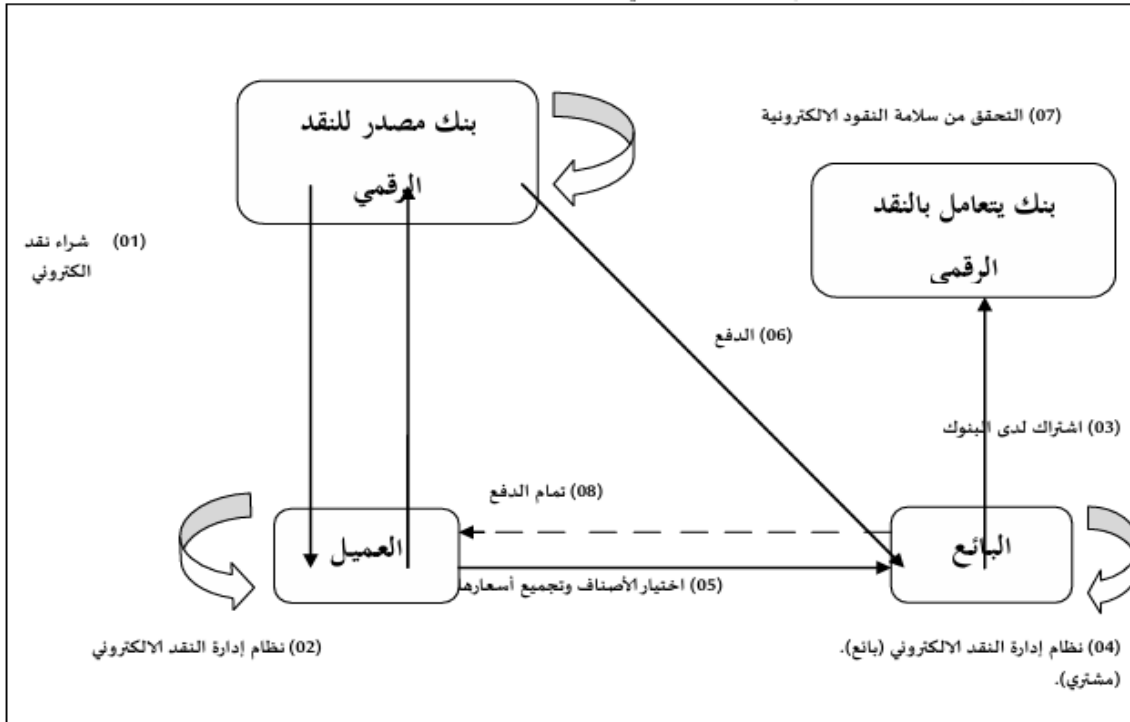
- تكلفة تداولها زهيدة: تحويل النقود الإلكترونية (أي الرقمية) عبر الإنترنت أو الشبكات الأخرى أرخص كثيراً من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

- لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم وفي أي وقت كان وذلك لاعتمادها على الإنترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، ولا تعترف بالحدود السياسية.
- بسيطة وسهلة الاستخدام: تسهل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تغني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف.
- تسرع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية.
- تشجع عمليات الدفع الآمنة: تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة كما تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الأمنية، مما يجعل عمليات دفع النقود الإلكترونية أكثر أماناً. (نوري، 2017، الصفحات 219-220)

4- خطوات استخدام النقود الإلكترونية

استخدام النقود الإلكترونية يتطلب إتباع مجموعة من الخطوات يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (08): خطوات استخدام النقود الإلكترونية



المصدر: (مطاي ، بن شنيبة ، و صلاح ، 2020 ، صفحة 36)

وفيما يلي شرح لهذه الخطوات:

الخطوة (01): يقوم فيها العميل بشراء النقد الرقمي (الالكتروني) من أحد البنوك المصدرة له بالكمية المناسبة

لتوفير احتياجاته، وهي في العادة تكون عبارة عن وحدات نقد صغيرة للغاية.

الخطوة (02): وتتمثل في توفير البرنامج الخاص في التعامل مع النقود الإلكترونية لدى العميل وهو برنامج مجاني

يمكن الحصول عليه من شركة Cyber Cash حيث يقوم هذا البرنامج بحساب الأرصدة في ضوء عمليات

اقتناء النقود الإلكترونية أو صرفها في كعمليات الشراء.

الخطوة (03): وهي خاصة بالبائع حيث يلزمه الاشتراك في احد البنوك التي تتعامل مع النقود الإلكترونية، وهذه

البنوك بطبيعتها تتعامل عبر شبكة الانترنت.

الخطوة (04): وهي حصول البائع على برنامج خاص بإدارة النقود الإلكترونية وهو مجاني يمكن الحصول عليه من

الشركة نفسها التي يحصل منها العميل على البرنامج الخاص به وهي شركة Cyber Cash، وهذا البرنامج يقوم

بالحماية والتأمين للنقود الالكترونية.

الخطوة (05): وهي خاصة بالدفع بعد اتخاذ العميل قرار الشراء حيث يتم الدفع من خلال النقود الإلكترونية

بالقيمة المطلوب تسديدها وعندئذ يقوم برنامج النقود الإلكترونية للعميل باختيار الرصيد والكشف عليه من حيث

سماع الدفع من عدمه، وفي حالة سماح الرصيد بالسداد يقوم البرنامج باختيار الوحدات الالكترونية الخاصة التي

تغطي قيمة الطلب المراد في كشف خاص، وإرسالها إلى البائع عن طريق البنك المصدر للنقد الالكتروني.

الخطوة (06): يقوم فيها البنك بتلقي كشف الدفع المرسل من العميل إليه، ثم التأكد من صحة النقود، ثم بعد

التأكد يرسل هذا الكشف إلى البائع.

الخطوة (07): يتلقى برنامج إدارة النقود الإلكترونية الخاص بالبائع كشف النقود الإلكترونية الموقعة من البنك، ثم

يقوم بإضافة وحدات النقود الجديدة بأرقامها إلى خزينة البائع الالكترونية.

الخطوة (08): وفيها يقوم برنامج النقود الإلكترونية الخاص بالبائع بإخطار المشتري بتمام السداد، وعندئذ يقوم

برنامج العميل بمحو هذه الوحدات المخصصة لهذا الكشف من محفظة العميل بصورة نهائية. (مطاي ، بن شنيبة ،

و صلاح ، 2020، الصفحات 36-37)

ثانيا: الحفظة الإلكترونية

مع التطور الكبير الذي شهده العالم في مجال التكنولوجيا المالية، سعت العديد من الشركات إلى تقديم حلول مبتكرة لتسهيل عمليات الدفع والمعاملات المالية، من بينها خدمة الحفظة الإلكترونية. فقد أسهمت هذه التقنية في توفير الوقت والجهد من خلال تخزين بيانات الدفع بطريقة آمنة، مما مكن الأفراد من إجراء معاملاتهم بسرعة وكفاءة دون الحاجة إلى التعامل التقليدي مع النقد أو البطاقات المصرفية. وتعتبر الحفظة الإلكترونية وسيلة حديثة لحفظ المعلومات المرتبطة بعمليات الشراء، الفواتير، التحويلات المالية وغيرها من الخدمات، الأمر الذي ساعد على انتشارها بشكل متزايد في مختلف أنحاء العالم، مواكبة للتوجه نحو الاقتصاد الرقمي والمعاملات غير النقدية.

1- تعريف الحفظة الإلكترونية

تعد وسيلة دفع افتراضية تستعمل في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر. حيث توفر الحفظة الإلكترونية الوقت والجهد عن طريق حفظ جميع المعلومات الموجودة على بطاقة ائتمان معينة بنقرة واحدة فقط ويتم تضمين كل هذه المعلومات. دون الحاجة إلى طباعتها مرة أخرى باستعمال لوحة المفاتيح، الحفظة الإلكترونية قادرة على حفظ معلومات حول العديد من بطاقات الائتمان وعمليات الشحن والفواتير وغيرها، ولكن هناك العديد من بطاقات الائتمان والمعاملات التي يقبلها العديد من التجار عبر الإنترنت، ولهذا السبب شرعت شركة (Visa MasterCard) ومجموعة من تجار المحافظ الإلكترونية في تحديد معايير قياسية لهذه التقنية بحيث يتم ذلك في الوقت نفسه باستعمال تقنية تسمى (اللغة النموذجية للتجارة الإلكترونية)، إذ تم قبول هذا المعيار عام 1999 ومنذ ذلك الحين وبمرور الوقت، اعتمد العديد من التجار عبر الإنترنت هذه الطريقة. (سلمان، 2024، صفحة 17)

الحفظة الإلكترونية، والمعروفة أيضا باسم الحفظة الرقمية أو (e-portfolio)، هي عبارة عن مجموعة من أدلة إلكترونية يجمعها ويقوم بإدارتها من قبل المستخدم على شبكة الانترنت. وقد تتضمن هذه الأدلة الإلكترونية نص تم إدخاله، وملفات إلكترونية، وصور ووسائط متعددة ومقالات مدونات، وتظهر الحفظة الإلكترونية قدرات المستخدم كما تستعمل كمنبر للتعبير عن الذات.

ويسمح وضعها على الإنترنت بتطوير محتوياتها بشكل ديناميكي مع مرور الزمن تسمح بعض تطبيقات الحفظة الإلكترونية بدرجات متفاوتة من ولوج الجمهور، لذا يمكن استخدامها لأغراض متعددة. (نوري، 2017، الصفحات 211-212)

تشبه **المحفظة الإلكترونية** في خدمتها الوظيفة المماثلة للمحافظ المادية، حيث تحفظ بطاقات الائتمان والنقد الإلكتروني والهوية الشخصية فيها ومعلومات اتصال المالك، وتقدم هذه المعلومات على موقع فحص موقع التجارة الإلكترونية، وأحياناً تحتوي المحفظة الإلكترونية على دفتر عناوين كذلك. (كنه، 2022، صفحة 25)

المحفظة الإلكترونية هي نظام الدفع المسبق عبر الانترنت، الذي يمكن الفرد من الاحتفاظ بالأموال في شكل رقمي، واستخدام هذه الأموال للمدفوعات اليومية، التسوق الحجزات ... الخ، ويمكن أن تكون كوابونات رقمية، مال رقمي أو بطاقات رقمية. (قيمش و بلعة ، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر الواقع والتحديات، 2021، صفحة 84)

المحفظة الإلكترونية هي وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر أي أنها عبارة عن وحدات رقمية الكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص الى شخص اخر، ويتم الوفاء بها بطريقتين الأولى تخزن فيها الوحدات الإلكترونية على القرص الصلب بالكمبيوتر الشخصي للتعامل من خلال برنامج تسلمه اليه الشركة مصدرة هذه اللوحات بواسطة البنك، وثانيهما ان تخزن النقود الإلكترونية في ذاكرة كمبيوتر صغير مثبت على بطاقة يحملها المستهلك بحيث يستخدمها في الوفاء عن طريق هذه البطاقة. (سالم و قاجة ، 2016، صفحة 47)

2- خصائص المحفظة الإلكترونية

- المحفظة الإلكترونية تعطي حلاً متطوراً للدفع بمبالغ صغيرة، وعليه يمكن التخلص من أسعار معالجة الشيكات وباقي وسائل الدفع الورقية، في كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة.
- تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقود، وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة.
- هي وسيلة ملائمة تماماً للصفقات التجارية لما توفره من سرعة في العمل
- تستعمل للدفع بمبالغ صغيرة (جرائد، محلات...). (عبد الرحيم ، 2006، صفحة 52)

3- أنواع المحفظة الإلكترونية

توجد خمسة أنواع من المحافظ الإلكترونية، والتي يمكن تقسيمها كما يلي:

- **المحفظة المكتبية:** يتم قبول التعامل بهذه المحفظة الإلكترونية فقط عبر الحاسب الذي تم تنصيب المحفظة عليه، وتؤمن حماية وافية للبيانات، لكن أكبر مخاطرها هو تعرض الحاسب للاختراق أو دخول فيروس على المحفظة، والذي قد يؤدي لخسارة كل شيء فيها.
- **محفظة المعدات أو الأجهزة:** تشبه النوع السابق لحد كبير، ولكن الفرق أنها تعتمد على وجودها بشكل محمي ومغلق داخل جهاز التخزين مثل أجهزة USB أو جهاز مشابه.
- **محفظة الإنترنت الرقمية:** تعتمد على تقنية تخزين سحابية، ومن أكبر فوائدها القدرة على الولوج إليها واستخدامها من أي جهاز أو في أي مكان طالما يوجد الحاسب الخاص بها، ولكن بنفس الوقت أكبر عيوبها هو افتقادها للأمان كون مالكيها يعيش في قلق تعرض الخدمة السحابية للهجوم أو الاختراق.
- **محفظة الهواتف الرقمية:** يعمل هذا النوع من المحفظة الإلكترونية كتطبيق في الهواتف الذكية، وهناك فوائد عديدة لهذا النوع أبرزها وجود دعم لها من قبل متاجر عديدة.
- **المحفظة الورقية:** من المعروف أن هذا النوع يقدم نسبة عالية من الأمان والحماية، لكن إمكانية استخدامه تبقى أصعب من الأنواع الأخرى. (يسعد ، ودان، و قيراط ، 2021، الصفحات 406-407)

المطلب الثالث: الشيكات الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية المالية

ايضا من وسائل الدفع الإلكترونية التي ظهرت حديثا التي تتميز بطابعها الالكتروني نجد منها الشيكات الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية المالية التي تستخدم في التجارة الإلكترونية بشكل عام وفي العمليات البنكية والمصرفية بشكل خاص من أجل تسوية المدفوعات.

أولا: الشيكات الإلكترونية

مع التقدم التقني والتحول نحو المعاملات الرقمية، أصبحت الشيكات الإلكترونية من الوسائل الحديثة التي اعتمدت عليها الأنظمة المالية لتسهيل عمليات الدفع، لما تتميز به من سرعة وكفاءة مقارنة بالوسائل التقليدية.

1- تعريف الشيكات الإلكترونية

إن الشيك الإلكتروني هو المكافئ للشيكات التقليدية التي اعتدنا تداولها، فهو أمر بالدفع من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ إلى المستفيد أو حامله، غير أنه يختلف عنه في أنه يرسل إلكترونياً عبر الإنترنت، فبعد أن يستلم المستفيد الشيك يرسله إلى البنك ليتم تحويل المبلغ لفائدته، ثم يعيده للمستفيد مؤكداً له عملية التحويل. (لبزة و محمد الهادي ، 2017 ، صفحة 285)

يعرف الشيك الإلكتروني انه محرر ثلاثي الاطراف معالج الكترونياً بشكل كلي او جزئي يتضمن امراً من شخص يسمى الساحب الى المسحوب عليه الذي يكون دائماً بنك او مؤسسة مصرفية بان يدفع مبلغاً من النقود لاذن شخص ثالث يسمى المستفيد. (محمد ملين بن قايد علي، 2022، صفحة 83)

عرفه البعض بأنه " التزام قانوني لسداد مبلغ من النقود معين في تاريخ محدد لصالح شخص أو جهة معينة، ويتم تحريره بواسطة أداة إلكترونية، ويتم تذييله بتوقيع إلكتروني بقوة التوقيع الكتابي في الشيك الورقي في الدول التي تعترف بصحة التوقيع الإلكتروني. (خرياش، 2018، صفحة 184)

2- محتويات الشيكات الإلكترونية

تحتوي الشيكات الإلكترونية على البيانات التالية:

- رقم الشيك: وهو بيان إلزامي لا بد أن يستوفيه الشيك الإلكتروني ويكون مطبوعاً أصلاً على نموذج الشيك التقليدي المسلم من البنك لعملائه. (هداية ، 2022 ، صفحة 373)

- اسم الدافع

- رقم حساب الدافع واسم البنك

- اسم المستفيد

- القيمة التي ستدفع

- وحدة العملة المستعملة

- التوقيع الإلكتروني للدافع

- تاريخ الصلاحية

- التوقيع الإلكتروني للشيك المستفيد. (ماطي ، 2022 ، صفحة 14)

ويكون الشكل العام للشيك الإلكتروني كما يلي:

الشكل رقم (09): الشيك الإلكتروني

Enter the numbers from the bottom of your check as illustrated below.

123456789 12345678901234
Bank Routing Code Bank Account Number

Your name as it appears on your check: John Doe
Your address as it appears on your check: 1234 Any Street, Any Town, WA 00000
Pay to the order of: Test Transactions Only
Memo: PayflyCheck Demo
Bank Routing Code and Bank Account Number: 123456789 12345678901234
Check number: 1011
Check date: 08/21/2001 11:11:14 AM
Amount: \$100.00
Signature: John Doe
Help

Enter your email address so that we may send you a receipt: someone@somewhere.com
Remember me the next time I use PayByCheck.com
(This information will be stored securely on your computer using a JavaScript cookie.)
Your computer is identified as: 10.10.2.04

المصدر: (لبزة و محمد الهادي ، 2017 ، صفحة 285)

3- خصائص الشيك الإلكتروني

تتمثل هذه الخصائص فيما يلي:

- قابلية الشيك للتداول بالطرق التجارية: إن من أهم خصائص الشيك التي لا يقوم بدونها أنه قابل للانتقال، أو التحويل من شخص إلى آخر من غير إجراءات معقدة، بل يكفي في ذلك تسليمه للغير بالمناولة، أو تظهيره، وهو نقل الحق الثابت به إلى حامله بالكتابة على ظهره بما يفيد الموافقة على ذلك، والتنازل عنه لصالح الحامل.

- تمثيل الشيك لحق نقدي: قيام الشيك مقام النقود، وتمثيلا تاما لها بيعا وشراء، بل وفي جميع التعاملات التجارية من تحويلات وتوثيق للديون.

- استحقاق الشيك للدفع بمجرد الاطلاع: يمتاز الشيك إلكترونيا كان أو ورقيا عن غيره من الأوراق التجارية كالكمبيالة، أو سند السحب، بأنه يستحق الدفع بمجرد الاطلاع، أو بعد أجل قصير من ثلاثة أشهر إلى سنة، كما يستطيع حامله أن يحصل على قيمته فورا عن طريق خصمه في البنك المسحوب عليه، أو أن يظهره إلى غيره تسديدا لثمن سلعة أو وفاء بدين. (مومني، 2020، الصفحات 137-138)

4- مزاي وعيوب التعامل بالشيكات الالكترونية

4-1- مزاي التعامل بالشيكات الالكترونية

يحقق التعامل بالشيكات الالكترونية العديد من الايجابيات للأفراد والبنوك وحتى للتجارة الالكترونية وتتمثل أهم المزايا في:

- حل مشكلة الشيكات المرتدة: تعمل الشيكات الالكترونية على التخلص من مشكلة الشيكات المرتدة والمؤجلة، فمن المعروف لجوء التجار في التعامل فيما بينهم إلى استخدام الشيكات المؤجلة ثمنا لبضائع من تاجر مورد وذلك حتى يمنح التاجر المشتري نفسه فرصة لبيع البضاعة وجمع ثمنها من اجر الدفع إلى التاجر المورد فيما بعد ثمن الشيك المؤجل عن طريق توفير الرصيد لدى البنك قبل تاريخ الاستحقاق.
- كما أن الشيك الالكتروني يعمل بشكل كبير على التقليل من حوادث الاحتيال وتزوير الشيكات التي تهدد النظام المالي وتعرقله حول العالم والتقليل من تكاليف ضبطها ومنع تكرارها.
- التقليل من عمليات غسيل الأموال: إذا قلنا بنظام الشيك الالكتروني كوسيلة للحد أو على الأقل التقليل من عمليات غسيل الأموال نجد ما يلي: في كل عمليات الشيكات الالكترونية التي تتم على مستوى البنوك المختلفة هناك جهاز مركزي للشيك الالكتروني موجود في البنك المركزي، مزودا بمعلومات عن الأفراد والمؤسسات والشركات المحظور التعامل معها لنشاطاتها غير القانونية، ويتمثل العمل الأساسي لهذا الجهاز في مراقبة عمليات صرف الشيكات الالكترونية على مستوى جميع البنوك التي تتعامل في تلك الدولة وحتى خارجها، وإذا تجاوزت قيمة الشيك التي تم تحويلها من رصيد إلى آخر حد معين يحدده البنك المركزي، سيقوم الجهاز بإرسال إشعار إلى البنك المركزي برقم العملية و تاريخها، ثم يرسل إشعارا إلى الجهاز القارئ يفيد ان هناك رسيدا ولكن لا يمكن صرف مبلغه لدواعي أمنية. أما إذا كان الشيك الكترونيا مباشر على الإنترنت فانه يرسل إشعار إلى الحامل بعدم إمكان قيد مبلغ الشيك في حساب الحامل لدواعي أمنية كذلك وعلى المعني الاتصال بالبنك.
- تحقيق أرباح للبنوك: يمثل نظام الشيكات الالكترونية في حد ذاته إشهارا للبنك المتعامل به، مما يعمل على زيادة عملائه سواء كانوا تجارا أو أفرادا عاديين وبالتالي زيادة ائتمان البنك. بالإضافة إلى ضمان زائن البنك قبول التجار لشيكاتهم الالكترونية كوسيلة لتسوية معاملاتهم المالية معهم.

كما أن قيام أصحاب المحلات التجارية بفتح حسابات لدى البنوك على اعتبار أنها ملزمة على ذلك لإتمام معاملاتها المالية مع عملائها يؤدي إلى زيادة السيولة لدى البنوك إذ لا تخرج الأموال منها حتى ترجع إليها كوديعة.

- انخفاض تكاليف العمل بال شيكات الالكترونية: فبعد إن كان البنك يقوم بتخصيص أموال كبيرة لمعالجة الشيكات التقليدية وتسويتها أصبح الآن بإمكانه القيام بكافة الخدمات المتعلقة بال شيكات على الانترنت دون الحاجة إلى تكاليف كثيرة.

- سهولة استخدام الشيكات الالكترونية: بالإضافة إلى السرعة في إنجاز المعاملات المالية للأفراد تمتاز الشيكات الالكترونية بسهولة استخدامها وبساطة إجراءاتها بالنسبة للمتعاملين بها سواء بنوكا أو أفرادا. حيث يكفي بالنسبة للشيك المباشر على الانترنت إنشاء شيك على جهاز الحاسوب وإرساله عبر البريد الالكتروني إلى المستفيد ليرسله بدوره بعد التوقيع عليه إلى البنك لقيده قيمته في حسابه. أما بالنسبة للشيك الالكتروني الممغنط فيكفي تمريره في الجهاز القارئ لصرفه بعد تعبئة بياناته. فتختصر الشيكات الالكترونية بالتالي الوقت والجهد وتناسب مع عالمية التجارة الالكترونية حيث يتم تداولها عبر الانترنت من أي مكان إلى آخر مكان في العالم.

- بعث الثقة في المتعاملين بال شيكات: إن العمل بال شيكات الالكترونية يعزز الثقة بين المتعاملين من خلال تضمين الشيكات الالكترونية البيانات الأساسية التي تبعث على الاطمئنان لدى المتعاملين ذلك أن البنك يقوم بالتحقق من البيانات المدونة في الشيك وبعد التأكد منها يقوم بعملية المقاصة. بالإضافة إلى إمكانية وجود رصيد قائم وكاف للوفاء بقيمة الشيك هي إمكانية مؤكدة مئة بالمئة في الشيك الالكتروني الممغنط.

- يشمل الشيك الإلكتروني كافة المعاملات المالية للأفراد: يستخدم الشيك الالكتروني لتسوية كافة المعاملات المالية للأفراد دون استثناء. فهو يصلح لأداء كافة الخدمات المالية على اعتبار انه يحل محل النقود في الوفاء بالمعاملات المالية. فهو يشمل البيع والشراء وكافة الخدمات المالية. فهو وسيلة سريعة وفعالة في إبرام كافة أنواع الصفقات. (كردي ، 2017 ، الصفحات 255-258)

4-2-عيوب التعامل بال شيكات الالكترونية

- استخدام الشيكات الالكترونية بحاجة إلى أنظمة معلوماتية متطورة وذات تقنية عالية لدى المتعاملين بها وهو ما يصعب توافره لدى كل الدول ومنها الجزائر.

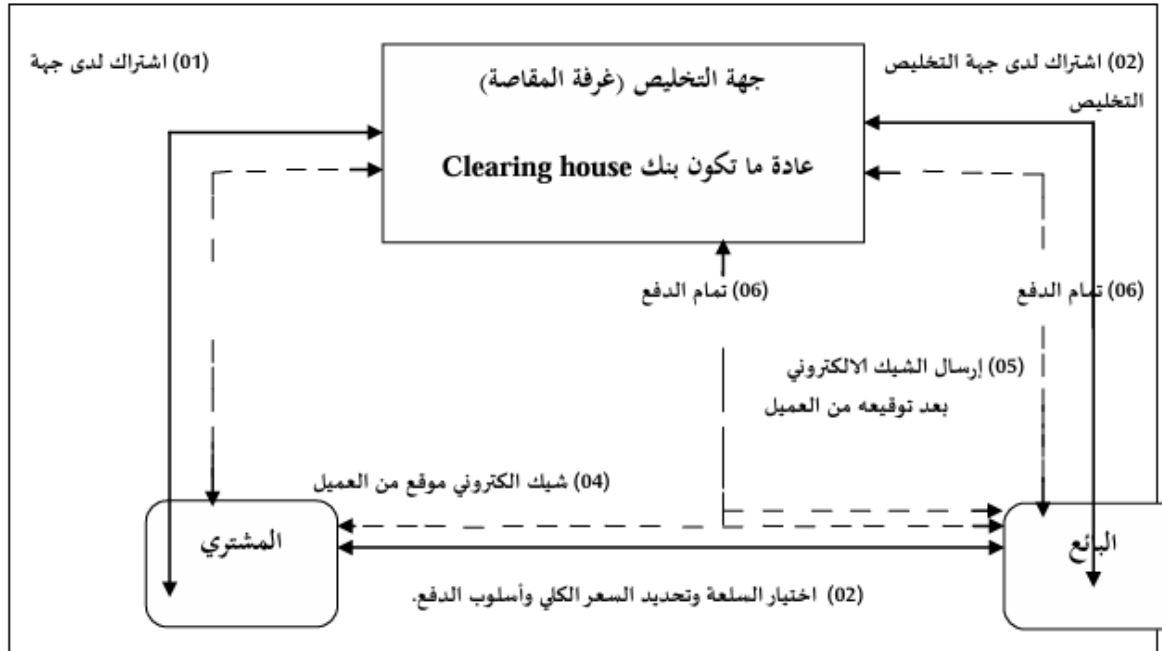
- الدفع عن طريق هذه الشيكات يحتاج إلى وجود البنوك الالكترونية، وهو ما تفتقر له غالب الدول.

- قد يستطيع المبرمجون المحترفون اختراق المعلومات وإضافة قيم وهمية لحساب الشيك الإلكتروني.
- ارتفاع تكاليف العمل بالشيكات الإلكترونية لحاجتها إلى إنشاء قنوات اتصال خاصة بالإضافة إلى أن تكلفة استخدام الشيك الإلكتروني الممغنط باهظة إذا ما تمت مقارنتها بالشيك الإلكتروني المباشر على الإنترنت، وذلك لحاجة البنوك بالإضافة إلى نقاط البيع في المحلات التجارية المختلفة إلى وجود أجهزة وأنظمة خاصة حتى يكون هذا الشيك وسيلة دفع تحل محل النقود.
- العلاقة التي تقوم بين البنك والعميل مصدر الشيك الإلكتروني أو المستفيد منه ما هي إلا بيانات الكترونية يتم تبادلها دون ان يكون هناك مجال أحيانا للتأكد من صحتها أو من شخصية ذلك العميل الذي قد يقوم بتقديم بيانات مغلوطة لغرض النصب والاحتيال. وهذا إذا تحدثنا عن الشيك الإلكتروني المباشر على الإنترنت. (كردي ، 2017، صفحة 258)

5- خطوات استخدام الشيك الإلكتروني

استخدام الشيك الإلكتروني يتطلب مجموعة من الخطوات يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (10): خطوات استخدام الشيك الإلكتروني



المصدر: (مطاي ، بن شنيبة ، و صلاح ، 2020 ، صفحة 37)

وفيما يلي شرح لهذه الخطوات:

- **الخطوة 1:** اشتراك المشتري لدى جهة التخليص (في الغالب تكون بنك) حيث يتم فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بالمشتري، أو يتم الاتفاق على الصرف خصما من حساب المشتري باي حساب جاري متفق عليه ويتم تحديد توقيع الكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص. (عبد الحميد، 2014، صفحة 140)

- **الخطوة 2:** اشتراك البائع لدى جهة الدفع نفسها حيث يتم أيضا فتح الحساب الجاري أو الربط مع اي حساب جاري له، ويتم تحديد التوقيع الالكتروني للبائع وتسجيله في قاعدة بيانات جهة الدفع.

- **الخطوة 3:** وفيها يقوم المشتري باختيار السلعة أو السلع التي يرغب في شرائها من البائع المشترك لدى شركة الدفع نفسها أو جهة أخرى تعترف بالشيك الالكتروني بعد أن يتم تحديد السعر الكلي والاتفاق على أسلوب الدفع. (هداية ، 2022، صفحة 375)

- **الخطوة 4:** يقوم العميل بتحرير شيك الكتروني موقع بالتوقيع الالكتروني المسفر ثم يرسله إلى البائع عن طريق البريد الالكتروني المؤمن.

- **الخطوة 5:** يقوم البائع باستلام الشيك الالكتروني الموقع من العميل ويوقع عليه بالتوقيع الالكتروني كمستفيد ثم إرساله إلى البنك.

- **الخطوة 6:** يقوم البنك بالتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات ثم تقوم بإخطار كل من العميل والبائع بتمام إجراء العملية بخضم الرصيد من العميل وإضافته إلى البائع. (مطاي ، بن شنيبة ، و صلاح ، 2020، صفحة 38)

ثانيا: التحويلات الإلكترونية المالية

يعتبر نظام التحويلات الالكترونية المالية جزء بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الالكترونية التي تعمل عبر الانترنت ويتيح هذا النظام بطريقة الكترونية آمنة نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر.

1- تعريف التحويلات الإلكترونية المالية

يعرف التحويل الإلكتروني للأموال أو التحويل المصرفي، بأنه يوجد علاقة في الغالب بين المصدر أو المرسل، أي نفس مسمى الأمر بالتحويل أو المستفيد، وبموجب هذه العلاقة ينشأ أمر بالتحويل من المرسل لإلى بنكه الذي يسمى هنا البنك الأصلي، ومضمون هذا الأمر بأن يدفع هذا البنك للمستفيد مبلغا نقديا محددًا أو قابلا للتحديد أو أ، يأمر هذا البنك بنكا آخر ويسمى البنك الثالث أو الوسيط بأن يقوم بهذه العملية، وعرفت عملية التحويل الإلكتروني للأموال بأنها الوفاء بالالتزام بالطرق الإلكترونية، ويتم ذلك إما على شكل التحويل الدائن، ويقوم هنا العميل وهو المدين بتوجيه تعليمات إلى بنكه بوفاء التزام بذمته إلى دائنه بوسيلة إلكترونية ويقوم المدين بتوجيه تعليمات إلى بنكه وتفويضه لتحصيل المبلغ من حساب الدائن (بوثلجة ، 2020-2021، صفحة 39).

عملية التحويل الإلكتروني للأموال تعد بمثابة عقد يبرم بين الأمر بالتحويل المصرفي والبنك مصدر الحوالة، بحيث يلتزم البنك بموجبه بأن يدفع بنفسه، أو بواسطة غيره، مبلغا معينًا من المال يعادل قيمة الحوالة إلى المستفيد مقابل عمولة يتم الاتفاق عليها مسبقًا. (صلاح، 2023، الصفحات 13-14)

عملية التحويل الإلكتروني للأموال هي العملية التي يتم من خلالها تحويل الأموال أو أي شيء آخر يمكن تحويله، وذلك باستخدام وسائل التحويل التقني اللازمة، كالهاتف وأجهزة الحاسوب الآلي، وأجهزة المودم، وغيرها. (صلاح، 2023، صفحة 15)

يعرفه بعض الفقهاء بأنه كل تحريك للنقود من حساب إلى آخر يتم بوسيلة إلكترونية. كما يعرفه البعض الآخر بأنه نقل مالي من حساب في بنك إلى حساب آخر في بنك آخر بواسطة قيد المبلغ آليا أو إلكترونيا، حيث يتم قيد المبلغ المحول في الجانب المدين من حساب الأمر بالتحويل، وفي الجانب الدائن من حساب المستفيد المحول إليه. (الحسن، 2024، صفحة 3032)

2- أنواع التحويلات الإلكترونية المالية

للتحويل الإلكتروني للأموال صور متعددة، يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أنواع بحسب البنوك المتداخلة في عملية التحويل:

2-1- التحويل بواسطة بنك واحد

فعندما تتم عملية التحويل الإلكتروني من خلال بنك واحد، بحيث يكون التحويل بين حسابين في نفس البنك، نكون أمام تحويل إلكتروني بسيط. وفي هذه الحالة يصدر الأمر أمراً بنقل مبلغ معين من حسابه إلى حساب المستفيد في نفس البنك، وهنا يقوم البنك ب قيد مبلغ التحويل من حساب الأمر وإضافته إلى حساب المستفيد، سواء كان الأمر نفسه هو المستفيد أو كان هنالك مستفيد آخر، فعملية التحويل في شكلها البسيط تمر في ثلاث مراحل: مرحلة إصدار الأمر، ومرحلة قيد مبلغ التحويل من حساب الأمر، والمرحلة الأخيرة هي مرحلة إيداع مبلغ التحويل لحساب المستفيد.

2-2- التحويل بين بنكين الإلكتروني الشائي

يتم التحويل عندما يتدخل بنكان مختلفان في تنفيذ أمر التحويل، سواء كان الحسابان لشخص واحد أو لشخصين مختلفين، فإذا كانا لشخص واحد، فإن العملية هي نقل مبلغ محدد من حساب الأمر "وهو في هذه الحالة أيضاً المستفيد" إلى حساب آخر له في بنك آخر، فيقيد المبلغ في الجانب المدين من حسابه الأول ويقيد نفس المبلغ في الجانب الدائن من حسابه الثاني في البنك الآخر، وإن كان الحسابان لشخصين مختلفين في بنكين مختلفين، فيتم خصم قيمة الحوالة من حساب العميل الأمر، ويقوم بالمقابل بنك المستفيد بقيد قيمة الحوالة في حساب المستفيد، ومن ثم تتم عملية بين البنكين بطريق المقاصة.

2-3- التحويل المتعدد (المركب)

وفي هذه الحالة يقوم الأمر بإصدار أمر لبنكه بتحويل مبلغ معين من حسابه لدى البنك إلى حساب المستفيد لدى بنك آخر. ونتيجة لعدم وجود علاقة مصرفية بين بنك الأمر وبنك المستفيد، فهنا يلجأ بنك الأمر إلى التعامل مع بنك وسيط يرتبط معه بعلاقة مصرفية، كما يرتبط هذا البنك الوسيط بعلاقة مصرفية مع بنك المستفيد. وهنا يقوم بنك الأمر بقيد مبلغ التحويل من حساب الأمر، وإيداعه في حساب البنك الوسيط وهنا يقوم البنك الوسيط بقيد مبلغ التحويل من حساب صندوقه وإيداع المبلغ في حساب صندوق بنك المستفيد، وبعد ذلك يقوم بنك المستفيد بقيد المبلغ من حساب صندوقه وإيداعه لدى حساب المستفيد في ذات البنك، وفي كل مرحلة من مراحل التحويل يتم إشعار البنك الذي تم قيد المبلغ لديه بأن عملية التحويل هذه قد تم قيدها من حساب الأمر إلى حساب المستفيد. وقد تتم هذه العملية بين عدة بنوك في دولة واحدة أو بين عدة بنوك في دول

متعددة. (الحسن، 2024، الصفحات 3046-3047)

3- آليات إجراء عمليات التحويلات الالكترونية المالية

تتطلب هذه العملية توقيع العميل النموذج الاستفادة لصالح دائنه بقيمة محدودة من حسابه إلى حساب دائنه، يختلف نموذج التحويل الالكتروني عن الشيك في انه قابل للتجزئة على دفعات أو على مجموعة من المستفيدين دفعة واحدة وهو مالا يتيح التحويل العادي وتتم هذه العمليات عن طريق أحد الأدوات الآتية:

- **الانترنت المصرفي:** حقق الانترنت المصرفي انتشارا واسعا حيث اتجهت البنوك نحو التوسع في إنشاء مقرات لها على الانترنت بدلا من إنشاء المباني حتى يستطيع العميل الوصول إلى الفرع بطريقة أسهل، ومنه يتيح للعملاء تحويل الأموال بطرق سهلة وكظلك يقوم بإمدادهم مجموعة من الطرق للتأكد من أرصدهم لديه.

- **أجهزة الصرف الآلي:** أسفرت تكنولوجيا المعلومات عن وسيلة حديثة يمكنها أن تنوب عن الإنسان المصرفي في أداء مختلف الخدمات المالية تتميز بالسرعة والسهولة في الاستخدام وهو ما يعرف بالصرافات الآلية.

- **الهاتف المحمول:** ويتمثل في الدفع عن طريق الهاتف المحمول أو أوامر الخصم على حساب الهاتف المحمول، حيث يكون الشركات الاتصال هو توفير البنى التحتية للاتصالات، وتوفير التقنيات اللازمة لإرسال أوامر الدفع والتحويل عن طريق الهواتف المحمولة وإرسال التأكيدات الخاصة بتنفيذ الأوامر، ومن هنا يكمل البنك باقي الأدوار، وهذا يتطلب كذلك وجود حساب الهاتف المحمول حيث يتم فتحه لدى احد البنوك المسجلة والمرخص لها بتشغيل النظام باسم كل مستخدم للنظام أو مقدم للخدمة، ويتم من خلاله الإبداع والتحويل والسحب الخاصة بهذا المستخدم أو مقدم الخدمة. (زحوي و زمالة ، 2018، الصفحات 257-258)

4- مزايا نظام التحويلات المالية الالكترونية

تتيح التحويلات المالية الالكترونية عدة مزايا لمستعملي هذا النظام:

- **توفير النقدية بصورة فورية:** يؤدي هذا النظام إلى سرعة الاستجابة ومنه سرعة التدفق النقدي وسرعة دوران النقود.

- **تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية:** حيث أن المقاصة الآلية أدت إلى تقليص العديد من العمليات، حيث تلغى صناديق تجميع الشيكات، حسابات خسائر عمليات الائتمان، المعالجة، التسوية وغيرها من عمليات المقاصة التقليدية. (زحوي و زمالة ، 2018، صفحة 258)

المبحث الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني على الأطراف المتعاملة بها وذلك عن طريق عدة عوامل قد تواجههم سواء تؤثر عليهم تأثيرا سلبيا أو إيجابيا وسنتطرق في هذا المطلب الى تبيان مزايا وعيوب وسائل الدفع بالنسبة لكل طرف من الأطراف المتعاملة بها.

المطلب الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني

يترتب على استخدام وسائل الدفع الإلكترونية مجموعة من المزايا ويمكن إنجازها فيما يلي:

أولا- بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها:

- سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة، كما تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

ثانيا- بالنسبة للتاجر: لطالما أن عبئ متابعة ديون الزبائن يقع على حامل البنوك والمؤسسات المصدرة، فإن البائع بعيد عن تحمل هذا العبء فهي تعد ضمان لحقوق البائع.

ثالثا- بالنسبة لمصدرها: تعتبر مصدر ربح معتبر يفوق في كثير من الأحيان الربح المحقق في وسائل الدفع الكلاسيكية. (عادل، 2025، صفحة 220)

المطلب الثاني: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني

من العيوب التي تعاني منها وسائل الدفع الإلكترونية ما يلي:

أولا- بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الإقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم قدرة سداد حامل البطاقة لقيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

ثانيا- بالنسبة للتاجر: قد تؤدي مخالفته وعدم إلتزامه بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضع اسمه في القائمة السوداء ما يترتب على ذلك من صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري.

ثالثا- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدرها هو سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك نفقات ضياعه. (عادل، 2025، صفحة 221)

خلاصة الفصل الثاني

تناولنا في هذا الفصل الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني، حيث عرضنا فيها المفاهيم الأساسية المرتبطة بالدفع الإلكتروني، انطلاقاً من تعريفاته المختلفة إلى خصائصه وأهميته في النظام الاقتصادي الحديث.

تضمن الفصل بداية توضيحاً لمفهوم وسائل الدفع الإلكتروني، التي تمثل أدوات مالية إلكترونية تتيح تسوية المعاملات دون الحاجة للنقد المادي، مثل البطاقات البنكية والذكية، والنقود الإلكترونية، والمحافظ الرقمية، والشيكات الإلكترونية، والتحويلات الإلكترونية. وقد تم بيان الأدوار المختلفة للأطراف المتعاملة بهذه الوسائل. كما استعرضنا خصائص هذه الوسائل، وأبرزها: القبول الواسع، الأمان، انخفاض التكاليف، قابلية التدويل، سهولة الحمل، عدم التقيد بالمكان والزمان، وضمان استقرار المعاملات. أما أهميتها فتبرز في قدرتها على تسهيل المبادلات الدولية، دعم السياحة، زيادة كفاءة المعاملات المصرفية، وتوفير الأمان لمستخدميها مقارنة بالنقود الورقية.

في المبحث الثاني، عرضنا أنواع وسائل الدفع الإلكتروني، وأهمها البطاقات البنكية (الائتمانية وغير الائتمانية)، البطاقات الذكية، النقود الإلكترونية، المحافظ الإلكترونية، والشيكات الإلكترونية. تم تفصيل خصائص كل نوع، ومميزاته التقنية، واستخداماته، مع توضيح خطوات التشغيل والخصائص الأمنية.

أما المبحث الثالث، فقد ركزنا على مزايا وعيوب هذه الوسائل بالنسبة للأطراف المتعاملة بها. من جهة، توفر وسائل الدفع الإلكتروني مزايا متعددة، مثل سهولة الاستخدام، الأمان، تقليل تكاليف المعاملات، وتوسيع نطاق التعامل التجاري. ومن جهة أخرى، تطرح تحديات مثل خطر الإفراط في الإنفاق، التكاليف المرتفعة لبعض الأنظمة، ضعف البنية التحتية الإلكترونية في بعض الدول، والمخاطر المرتبطة بالأمن السيبراني.

الفصل الثالث:

تجارب بعض الدول في مجال الدفع
الإلكتروني

تمهيد

شهد العالم في الآونة الأخيرة تحولا سريعا نحو اعتماد نظم الدفع الإلكتروني على الصعيد الدولي، حيث بادرت العديد من الدول إلى تطوير آليات مبتكرة لتيسير عمليات الدفع، سواء داخليا أو عبر الحدود. وقد تنوعت هذه الأساليب بين حلول رقمية متقدمة ومنصات دفع إلكترونية تستند إلى تقنيات مختلفة.

يتطلب التوسع في هذا المجال وجود بيئة تقنية متكاملة تدعم الابتكار، بالإضافة إلى توافر موارد مالية وبشرية مؤهلة. ومع ذلك، فإن بعض الدول واجهت تحديات متعددة في بناء هذه المنظومة، سواء نتيجة لضعف البنية التحتية أو لقلة الإمكانيات التقنية المتوفرة.

وفي هذا الإطار، يتناول هذا الفصل استعراض تجارب دول مختارة في مجال الدفع الإلكتروني، مع التركيز على حالي الإمارات العربية المتحدة وتركيا، من خلال مبحثين رئيسيين:

المبحث الأول: التجربة الإماراتية في مجال الدفع الإلكتروني.

المبحث الثاني: التجربة التركية في مجال الدفع الإلكتروني.

المبحث الأول: التجربة الإماراتية في مجال الدفع الإلكتروني.

شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة خلال العقد الأخير تحولا ملحوظا في ميدان التجارة الإلكترونية، مما مكنها من احتلال مكانة بارزة بين الدول الرائدة في هذا المجال. فقد نجحت في بناء منظومة دفع إلكترونية متطورة ساهمت في تعزيز الكفاءة وتسريع المعاملات، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. وسيتناول هذا المبحث أبرز الوسائل الحديثة المعتمدة في الإمارات، مع تسليط الضوء على أثرها في دعم التجارة الخارجية الإماراتية.

المطلب الأول: نمو التجارة الخارجية الإماراتية

تعد دولة الإمارات العربية المتحدة من أبرز الدول النشطة عالميا في مجال التجارة الخارجية، حيث تحتل المرتبة الثالثة عالميا في إعادة التصدير، والمرتبة 16 من حيث إجمالي التصدير. أما بالنسبة للواردات السلعية، فقد جاءت في المرتبة 20 عالميا، في حين احتلت المرتبة 22 على مستوى الصادرات السلعية. وفيما يخص تجارة الخدمات، فقد جاءت الإمارات في المرتبة 21 عالميا من حيث صادراتها من الخدمات. وتشير البيانات الصادرة لعام 2018 إلى أن الإمارات كانت الدولة الأولى بين دول الشرق الأوسط في حجم التجارة الخارجية، حيث شكلت ما نسبته 24.7% من إجمالي تجارة المنطقة، وفقا لتقارير مركز التجارة الدولية، مما يعكس مكانتها البارزة كشريك تجاري دولي في الاقتصاد العالمي.

أولا: التجارة الخارجية الإماراتية للسلع الغير نفطية خلال الربع الأول من عام 2017، مقارنة بنفس فترة من عام 2016

تشير نتائج قيم إحصاءات التجارة السلعية العالمية لدولة الإمارات العربية المتحدة خلال الربع الأول من عام 2017، إلى أن قيمتها الإجمالية بلغت ما مقداره 271.5 مليار درهم تقريبا، مقارنة بـ 267.5 مليار درهم خلال نفس الفترة من عام 2016، بارتفاع مقداره 4 مليار درهم تقريبا، وبنسبة ارتفاع وصلت إلى 1.5%. وتشير ذات البيانات إلى أن قيمة الواردات بلغت 172.8 مليار درهم في الربع الأول من عام 2017، مقارنة بـ 164 مليار درهم خلال نفس الفترة من عام 2016 وبنسبة ارتفاع مقدارها، 5.3% ومن جانب آخر بلغت قيمة الصادرات غير النفطية 41.2 مليار درهم خلال الفترة المذكورة، مقارنة بـ 46.8 مليار درهم خلال نفس الفترة من عام 2016 وبانخفاض مقداره 5.6 مليار درهم، وبنسبة 12%.

أما قيمة المعاد تصديره فقد بلغت 57.6 مليار درهم خلال الفترة المذكورة، مقارنة بـ 56.7 مليار درهم خلال عام 2016، حيث ارتفعت 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 الاقتصادات، حيث أن استمرار نمو معدلات التجارة يعكس ثقة التجار والمستثمرين في اقتصاد دولة الإمارات، وذلك في ظل سياسة التوسع والابتكار التي تتبناها قيادة الدولة الحكيمة، ولكونه يمثل ترجمة لسياسة الانفتاح التجاري التي تنتهجها الدولة على أساس عملية تنويع القاعدة الاقتصادية لدولة الإمارات العربية المتحدة. (الهيئة الاتحادية للتنافسية والاحصاء، 2017، صفحة 4)

ثانياً: التجارة الخارجية الإماراتية للسلع الغير نفطية خلال فترة الإتحاد

تضاعفت التجارة الخارجية غير النفطية للإمارات بأكثر من 1627 ضعفاً خلال سنوات الإتحاد الـ 48 وارتفعت من نحو مليار درهم عام 1971 إلى 1.62 تريليون درهم بنهاية العام الماضي. من خلال سنوات الإتحاد وبفضل الإنجازات الاقتصادية التي حققتها الدولة احتلت الإمارات مراتب متقدمة على صعيد التجارة العالمية شهدت بها المنظمات الدولية المتخصصة وعلى رأسها منظمة التجارة العالمية. وخلال 48 عاماً رسخت دولة الإمارات علاقاتها مع أكثر من 220 دولة ترتبط معها اليوم بعلاقات تجارية واقتصادية قوية ووثيقة، وهو ما يؤكد المكانة التجارية الكبيرة لدولة الإمارات، وتأثيرها في الحركة التجارية العالمية. وتضاعفت قيمة التجارة الخارجية غير النفطية للإمارات، أكثر من ألف وستمائة مرة خلال سنوات الإتحاد، وبلغت قيمة تجارة الإمارات الخارجية غير النفطية مليار درهم عام 1971، ثم ارتفعت إلى 41.1 مليار درهم عام 1981.

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 نمواً وتصل إلى تريليون و628 مليار درهم وذلك في الوقت الذي تشهد فيه غالبية اقتصادات العالم والمنطقة تباطؤاً اقتصادياً يستمر منذ عدة سنوات. (محمد، 2019، الفقرة 6)

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الخارجية الإماراتية

من المهم الإشارة إلى أن توفير وسائل دفع إلكترونية متعددة وآمنة داخل المتاجر الإلكترونية يعد عنصراً حاسماً في جذب العملاء. إذ تؤثر هذه الوسائل بشكل مباشر في حجم المبيعات، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، بحسب مدى موثوقية نظام الدفع المستخدم. وقد بينت العديد من الدراسات أن انعدام الثقة في وسائل الدفع أو التعامل مع منصات غير موثوقة قد يؤدي إلى عزوف المستهلكين عن إتمام عمليات الشراء. بالمقابل، فإن توافر أنظمة دفع موثوقة يسهم بشكل كبير في زيادة معدلات الإقبال على المتاجر الإلكترونية، ويقلل من نسب التراجع عن الشراء بعد إضافة المنتجات إلى السلة. بناء عليه، وسنتعرف من خلال هذا المطلب على أبرز أنظمة الدفع الإلكتروني المعتمدة في التجارة الخارجية لدولة الإماراتية.

أولاً: Hyperpay

تأسست في عام 2014 كبنية 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.

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

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 شهرة في الشرق الأوسط، إذ تقدّم خدماتها في المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة، لبنان، والأردن. (أحمد، 2019، الفقرة 9-10)

ثانيا: paytabs

تعتبر 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 تعتبر بوابة باي تابس من كبرى الشركات الرائدة في الدفع الإلكتروني في منطقة الشرق الأوسط والخليج العربي تحديدا، 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 مميزاتهما. (عبود، 2019، الفقرة 7)

ثالثا: payfort

تعتبر payfort من أشهر وأحدث بوابات الدفع الإلكتروني في الإمارات العربية المتحدة، فقد أطلقت payfort حديثا 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).

رابعا: 2checkout

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

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

المطلب الثالث: أثر وسائل الدفع الإلكتروني على التجارة الخارجية الإماراتية

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

وقال نايتن كوشي، رئيس المنتجات الناشئة والابتكار في فيزا الشرق الأوسط وشمال إفريقيا ل "الخليج": قيمت شركة "باي فورت PayFort" سوق التجارة الإلكترونية في الإمارات العام 2014 ب 2.3 مليار دولار.

أضاف نايتن كوشي تفيد تفاصيل التقرير إلى أن سوق التجارة الإلكترونية في الإمارات والسعودية ستبلغ قيمتها 10 مليارات دولار بحلول العام 2020، ومع تحول العلامات الكبيرة إلى نموذج القنوات المتعددة في التجارة، بات التسوق الإلكتروني يجذب أعدادا أكبر من المستهلكين.

وأشار كوشي: تتوقع شركة "أني كيرني" للأبحاث أن تصل قيمة الدفع الرقمي في دول الخليج العربي إلى 15 مليار دولار 2015، وهو ما يشكل 5 أضعاف الزيادة التي حصلت في السنوات ال 5 الأخيرة. (حمدي، 2015، الفقرة 1)

أولا: دفع آمن

أكد الخبراء أن ازدياد ثقة المتسوقين بأمن الدفع الإلكتروني في الدولة وانتشار استخدام الإنترنت والهواتف الذكية علاوة على العروض الترويجية المبتكرة جعلت من الإمارات أسرع سوق لنمو التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وحولت "الجمعة البيضاء" إلى أحد أهم مهرجانات التسوق التي يرتقبها المتسوقون في الدولة في نوفمبر من كل عام. في المقابل، أوصى الخبراء بضرورة أخذ الحيطة لدى الدفع الإلكتروني خلال "الجمعة البيضاء" التي أصبحت كذلك محط أنظار المخترقين وسارقي البيانات.

يشير استطلاع حديث لشركة "فيزا" أن 63% من مستخدمي الإنترنت في الإمارات يتسوقون عبر الإنترنت، فيما يصل معدل إنفاق الفرد الواحد منهم سنويا إلى حوالي 6000 درهم، ومتوسط قيمة المعاملة الواحدة إلى 530 درهما، أو حوالي ستة أضعاف متوسط الإنفاق في الأسواق الناشئة والبالغ 26 دولارا.

كشف 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 الاستفادة من تخفيضات تصل حتى 70% على تشكيلة واسعة ومتنوعة من المنتجات. (اللبايدي، 2019، الفقرة 1-2)

ثانيا: التسوق الإلكتروني

لقد بدأت بوادر المواقع الإلكترونية العربية بالظهور لتوفير التسوق 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 التسوق الإلكتروني، وترتكز أهمها على الكتب وألبومات الصور والأغاني والموسيقى، والأفلام، والبرمجيات وبعض المواد الترفيهية الأخرى.

حيث يأتي على رأس الدول العربية في مجال التسوق 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.

ويقوم بتوفير كافة المنتجات للزبون الإلكتروني داخل وخارج دولة الإمارات المتحدة. إن 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. (شاكرا، بدون سنة، صفحة 21)

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 إعتماها 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 للعيد من المواقع الكبرى مثل سوق وسيفي وجوميا وغيرها من المنصات العربية المشهورة. (بن داودية، 2019، الفقرة 20)

المبحث الثاني: التجربة التركية في مجال الدفع الإلكتروني

شهدت تركيا خلال العقود الأخيرة انفتاحاً متزايداً على الأسواق العالمية، الأمر الذي انعكس على سلوك المستهلكين المحليين، سواء في توجههم نحو السلع الأجنبية أو اعتمادهم المتزايد على وسائل الدفع الإلكترونية، خصوصاً مع تنامي التجارة الإلكترونية. وقد ساهم هذا التحول في إعادة تشكيل أنماط الاستهلاك والدفع، مما جعل من تركيا نموذجاً جديراً بالدراسة في سياق التطورات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني. ومن خلال هذا المبحث، سيتم تسليط الضوء على تجربة تركيا في هذا المجال، مع تحليل لأبرز الوسائل المعتمدة وتأثيرها على التجارة الخارجية.

المطلب الأول: نمو التجارة الخارجية التركية

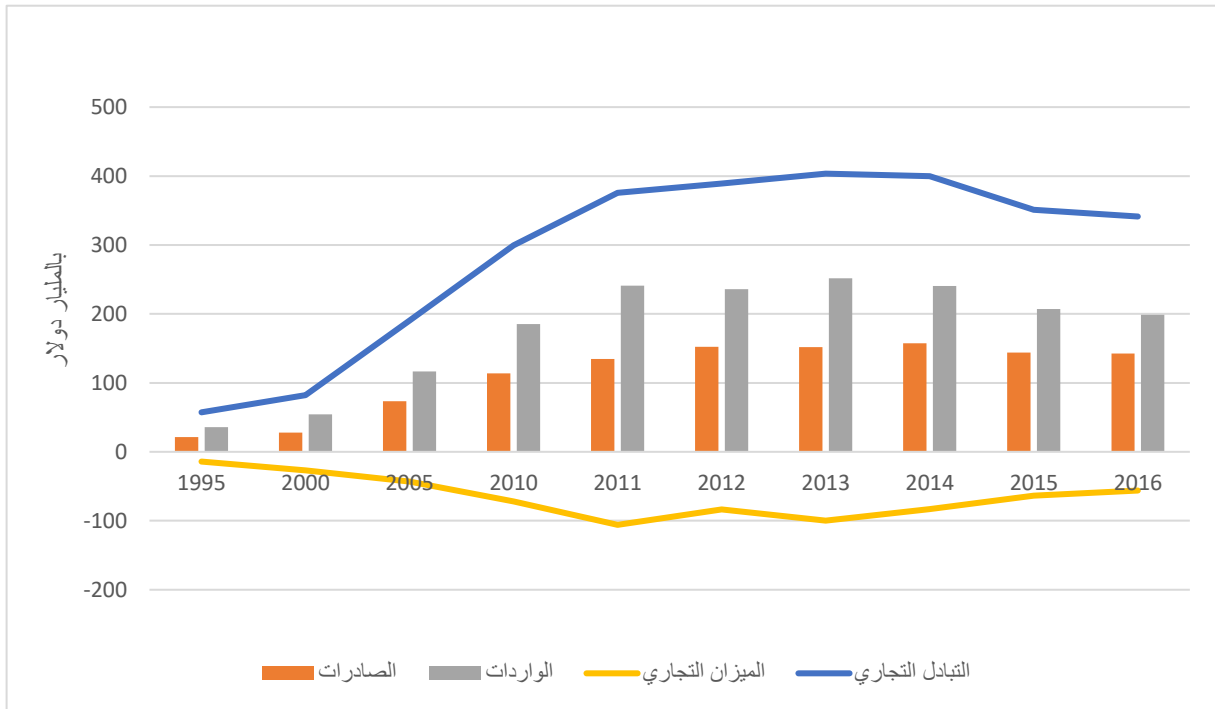
نظراً لتطبيق عملية التحرير الاقتصادي منذ ثمانينيات القرن الماضي، بات الاقتصاد التركي يشهد فترة من النمو الملموس، فقد شهدت التجارة الخارجية انتعاشاً سريعاً من حيث حجم التبادل التجاري الصادرات والمستوردات، خصوصاً بعد أن أصبحت تركيا أحد أعضاء منظمة التجارة العالمية في عام 1995، وبعد أن أتمت اتفاقاً مع الاتحاد الأوروبي، والذي أتاح لها الانضمام إلى الاتحاد الجمركي في بداية عام 1996. ومنذ ذلك الوقت دخلت الصادرات التركية عملية جديدة من التحوّل الهيكلي، وتظهر التطورات في السنوات الأخيرة الارتفاع 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 56 مليار دولار العام الماضي 2016. (غرفة صناعة، 2017، صفحة 6)

الجدول رقم (07): التجارة الخارجية التركيبية بين 1995-2016

السنة	الصادرات ت (القيمة)	الصادرات (%)	الواردات (القيمة)	الواردات (%)	الميزان التجاري (القيمة)	الميزان التجاري (%)	التبادل التجاري (القيمة)	التبادل التجاري (%)
1995	21.6		35.7		-14.1		57.3	
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	-12.2%
2016	142.6	-0.9%	198.6	-4.2%	-56.0	-11.7%	341.2	-2.8%

المصدر: (غرفة صناعة، 2017، صفحة 6)

الشكل رقم (11): نمو التجارة الخارجية التركبية بين 1995-2016



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (06)

أولاً: قطاع السياحة

تعد السياحة من القطاعات الحيوية في الاقتصاد التركي، حيث تبرز الأرقام مدى تطور هذا القطاع من خلال عدد السياح الوافدين وحجم الإيرادات المتحققة. وتبين البيانات الإحصائية خلال الفترة الممتدة من 2002 إلى 2015 أن تركيا أصبحت ضمن أبرز الوجهات السياحية عالمياً، بفضل النمو المتزايد في أعداد السياح والعائدات المالية المرتبطة بهذا القطاع.

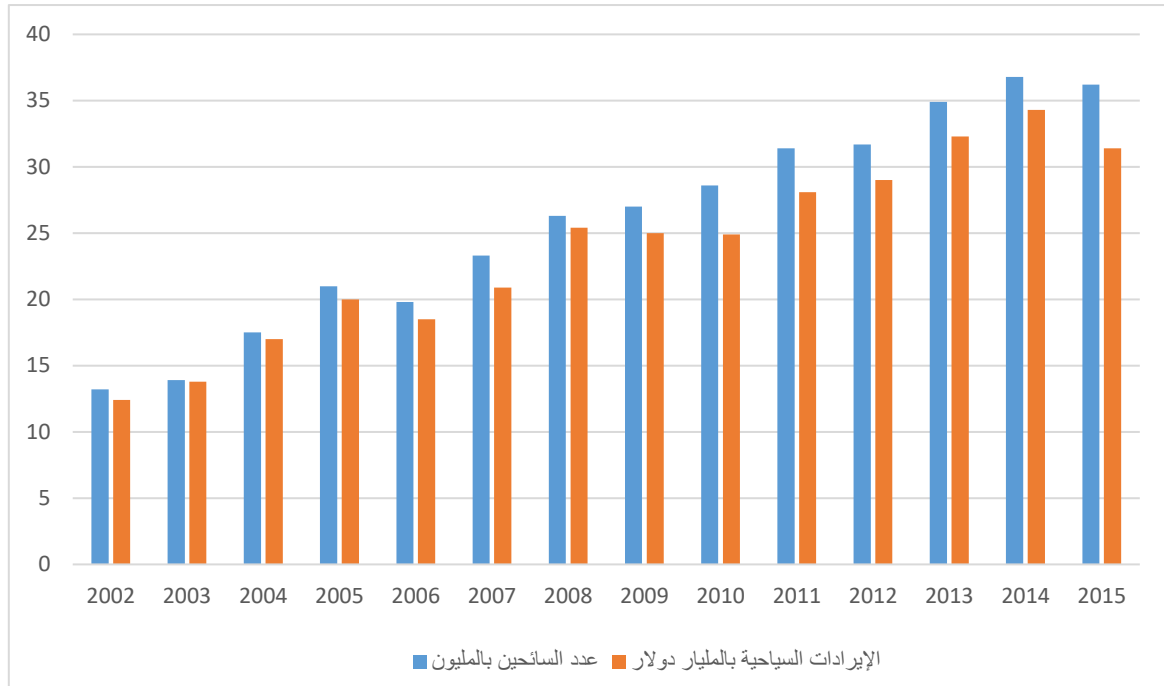
ويعرض الجدول أدناه "تطور عدد السياح والإيرادات السياحية المحققة في تركيا خلال الفترة (2002-2015)".

الجدول رقم (08): عدد السياح والإيرادات السياحية المحققة في تركيا خلال الفترة (2002-2015)

الإيرادات السياحية بالمليار دولار	عدد السائحين بالمليون	العام
12.4	13.2	2002
13.8	13.9	2003
17	17.5	2004
20	21	2005
18.5	19.8	2006
20.9	23.3	2007
25.4	26.3	2008
25	27	2009
24.9	28.6	2010
28.1	31.4	2011
29	31.7	2012
32.3	34.9	2013
34.3	36.8	2014
31.4	36.2	2015

المصدر: المعهد التركي للإحصاءات

الشكل رقم (12): تطور عدد السياح والإيرادات السياحية المحققة في تركيا خلال الفترة (2002-2015)



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (07)

كما هو موضح في الجدول رقم (07):

1. نمو عدد السائحين:

ارتفع عدد السائحين الوافدين إلى تركيا من 13.2 مليون سائح عام 2002 إلى 36.2 مليون سائح عام 2015، بزيادة قدرها 23 مليون سائح، أي بنسبة نمو تقدر بـ 174.2%. وقد سجلت هذه الزيادة نمطا مستمرا طوال فترة الدراسة.

2. تراجع استثنائي في عام 2015:

شهد عام 2015 تراجعا في عدد السائحين بحوالي 3 ملايين مقارنة بعام 2014، ويعزى هذا التراجع إلى التفجيرات الإرهابية التي استهدفت مناطق سياحية مثل إسطنبول، بالإضافة إلى توتر العلاقات التركية-الروسية بعد إسقاط الطائرة الروسية، ما أثر على قدوم السياح الروس.

3. نمو الإيرادات السياحية:

ارتفعت الإيرادات السياحية من 12.4 مليار دولار في عام 2002 إلى 31.4 مليار دولار في عام 2015، بنسبة زيادة بلغت 153%. وشهدت هذه الإيرادات نموا مطردا طوال الفترة، مع تراجع طفيف أيضا في عام 2015 مقارنة بـ 2014.

4. ارتباط إيجابي بين عدد السائحين والإيرادات:

أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابي بين عدد السائحين والإيرادات السياحية، فكلما زادت أعداد السائحين، ارتفعت الإيرادات بشكل ملحوظ، مما يبرز أهمية هذا القطاع كمصدر للعملة الأجنبية وداعم للنمو الاقتصادي.

5. تراجع في الإيرادات عام 2015:

شهدت الإيرادات تراجعا من 34.3 مليار دولار في 2014 إلى 31.4 مليار دولار في 2015، بنحو 2.9 مليار دولار، مما يعكس التأثير بالأوضاع السياسية والأمنية. (الصاوي، 2016، الصفحات 19-20)

ثانيا: هيكل التجارة الخارجية

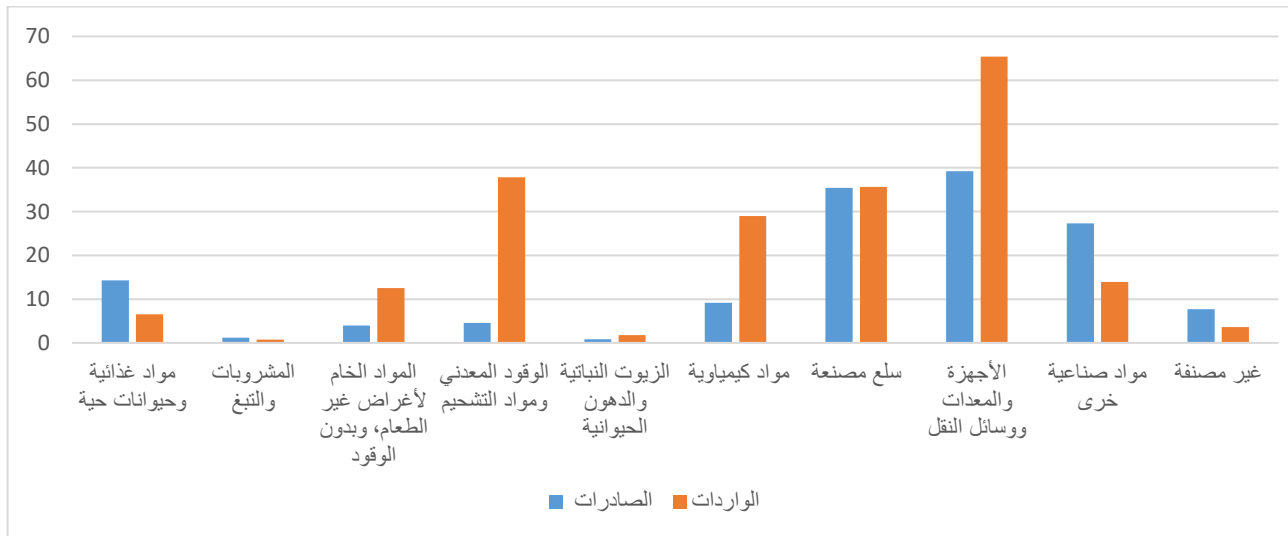
يظهر هيكل التجارة الخارجية لتركيا مدى اعتماد الاقتصاد التركي على قطاعات معينة من خلال تحليل مكوناته من صادرات وواردات. ويتضح من توزيع هذه المكونات أن الاقتصاد التركي يركز على قطاعات صناعية محددة، وهو ما ينعكس على التصنيف الاقتصادي لصادراته ووارداته. ويبرز هذا التوجه بوضوح في الجدول التالي الذي يوضح تفاصيل التبادل التجاري السلعي لتركيا خلال عام 2015.

الجدول رقم (09): التصنيف الاقتصادي لتجارة السلعية التركية لعام 2015 (القيمة بالمليار دولار)

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

المصدر: المعهد التركي للإحصاءات

الشكل رقم (13): التصنيف الاقتصادي لتجارة السلعية التركية لعام 2015



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (08)

كما هو موضح في الجدول رقم (08):

1. الطابع الصناعي للصادرات: يشير الصاوي إلى أن الاقتصاد التركي يغلب عليه الطابع الصناعي، حيث تمثل السلع المصنعة نسبة كبيرة من الصادرات، وعلى رأسها الآلات ومعدات النقل (39.25 مليار دولار)، تليها السلع المصنعة الأخرى (35.45 مليار دولار). هذا يعكس تطور البنية الصناعية وقدرة تركيا على إنتاج سلع ذات قيمة مضافة.

2. اعتماد الصناعات على المواد الأولية والطاقة: تستورد تركيا كميات ضخمة من الوقود المعدني ومواد التشحيم (37.8 مليار دولار) والمواد الخام غير المخصصة للغذاء (12.5 مليار دولار)، مما يشير إلى اعتماد كبير على الاستيراد في تغذية الصناعات المحلية بالطاقة ومدخلات الإنتاج.

3. العجز في المواد الكيميائية: تسجل الصادرات الكيميائية 9.143 مليار دولار، بينما الواردات تبلغ 28.95 مليار دولار، ما يكشف عن عجز تجاري في هذا القطاع الحيوي.

4. فائض في المنتجات الغذائية والزراعية: تظهر الأرقام أن تركيا تحقق فائضا في المواد الغذائية والحيوانات الحية، حيث تبلغ صادراتها 14.3 مليار دولار مقابل واردات أقل.

5. السلع غير المصنفة: تظل هذه الفئة ذات تأثير ضعيف، حيث تشكل نسبة ضئيلة من إجمالي التجارة. (الصاوي، 2016، الصفحات 9-10)

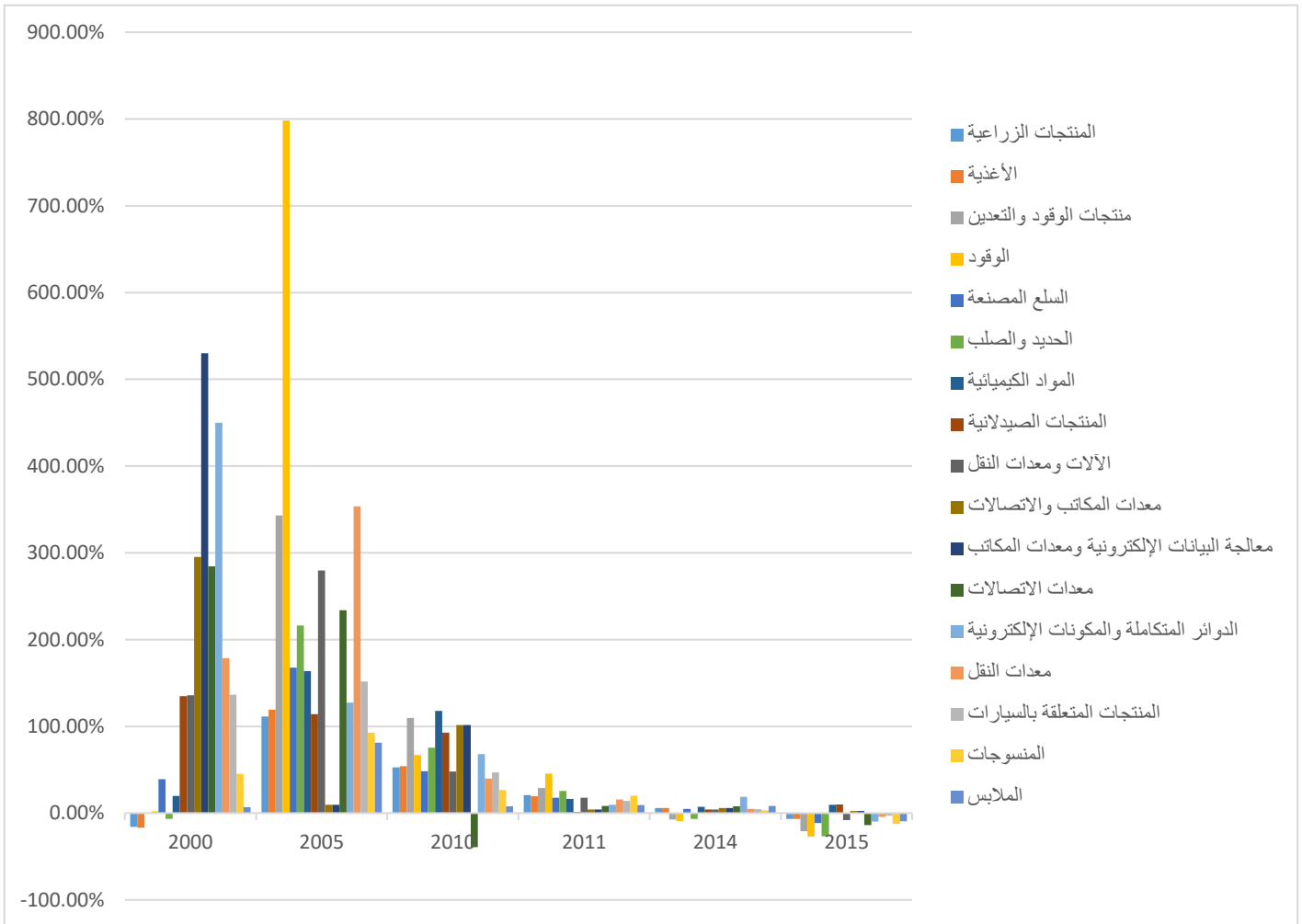
طبقا لما ذكر سابقا، رصدت تغيرات ملحوظة في هيكل الصادرات، حيث برزت المنتجات الصناعية على حساب المنتجات الزراعية، خصوصا في قطاعات التكنولوجيا المتقدمة، حيث تتضمن البضائع الآلات والمعدات الكهربائية والإلكترونية، فضلا عن صناعة السيارات. وفي هذا الصدد، يمكننا ملاحظة ارتفاع الحصة السوقية للصادرات من المنتجات الصناعية المصنعة. وفيما يلي جدول يبين تطور هيكل الصادرات التركي ونسب نموه بين عامي (2005 - 2015): (غرفة صناعة، 2017، صفحة 7)

الجدول رقم (10): تطور هيكل الصادرات التركي ونسب نموه (2000 - 2015)

المنتجات	2000	2005	2010	2011	2014	2015
الزراعية المنتجات	-15.7%	111.4%	52.8%	20.8%	5.7%	-6.7%
الأغذية	-16.7%	119.1%	54.0%	19.6%	6.0%	-6.7%
والتعدين الوقود منتجات	0.3%	343.2%	109.5%	28.9%	-7.2%	-20.8%
الوقود	2.1%	798.3%	66.8%	45.6%	-9.1%	-27.0%
المصنعة السلع	39.1%	167.8%	48.1%	17.8%	4.7%	-11.3%
والصلب الحديد	-6.6%	216.3%	75.5%	25.5%	-6.8%	-26.7%
الكيميائية المواد	19.7%	163.5%	117.8%	16.4%	7.1%	9.7%
الصيدلانية المنتجات	134.9%	114.2%	92.7%	1.3%	4.3%	9.8%
النقل ومعدات الآلات	135.9%	279.5%	48.0%	17.7%	4.1%	-8.1%
والاتصالات المكاتب معدات	295.3%	9.5%	101.4%	4.3%	6.0%	2.6%
الإلكترونية البيانات معالجة المكاتب ومعدات	530.0%	9.5%	101.4%	4.3%	6.0%	2.6%
الاتصالات معدات	284.4%	233.9%	-39.2%	8.4%	8.0%	-13.9%
والمكونات المتكاملة الدوائر الإلكترونية	450.0%	127.3%	68.0%	9.5%	18.6%	-9.8%
النقل معدات	178.4%	353.4%	39.9%	15.6%	4.7%	-4.2%
بالسيارات المتعلقة المنتجات	136.3%	151.7%	46.8%	14.0%	4.4%	-3.0%
المنسوجات	45.3%	92.7%	26.7%	20.2%	3.0%	-12.5%
الملابس	6.8%	81.1%	7.8%	9.3%	8.3%	-9.3%

المصدر: قاعدة بيانات منظمة التجارة العالمية

الشكل رقم (14): تطور هيكل الصادرات التركي ونسب نموه (2000 - 2015)



المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على بيانات الجدول رقم (09)

ثالثا: الميزان التجاري

يعد الميزان التجاري من المؤشرات المهمة التي تعكس مدى قوة أو ضعف العلاقات الاقتصادية لأي دولة مع الخارج، كما يعتبر مرآة لهشاشة أو متانة النظام الاقتصادي. ويكتسب هذا المؤشر أهمية بالغة لدى صانعي السياسات الاقتصادية، إذ يساهم في توجيه القرارات المتعلقة بسعر الصرف، أو ضبط السياسات الحمائية، أو الانفتاح على الأسواق العالمية.

ويعد الميزان التجاري أحد مكونات الحساب الجاري، ومن خلاله يمكن تقييم الأداء التجاري للدولة. وفي هذا السياق، وبالنظر إلى حالة تركيا، يمكن استعراض وضعية صادراتها ووارداتها خلال الفترة المعنية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (11): الصادرات والواردات السلعية خلال الفترة 2002-2015 (القيمة بالمليار دولار)

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

المصدر: المعهد التركي للإحصاءات

كما هو موضح في الجدول رقم (10):

شهدت التجارة السلعية لتركيا خلال الفترة من 2002 إلى 2015 توسعا ملحوظا، حيث ارتفع إجمالي قيمة المبادلات التجارية من نحو 87.6 مليار دولار عام 2002 إلى ما يقارب 351 مليار دولار في 2015، وهو ما يعكس ديناميكية في الأداء الاقتصادي الخارجي. ويعزى هذا النمو إلى عدة عوامل، من أبرزها توسع الصادرات الصناعية وتنوعها، خاصة في مجالات الآلات والمعدات والنسيج والمواد الكيماوية.

رغم ذلك، استمر العجز التجاري كأحد السمات البارزة للتجارة التركية، حيث ارتفع بشكل لافت من 15.4 مليار دولار في 2002 ليلعب 99.8 مليار دولار في 2013، قبل أن يتراجع نسبيا في السنوات التالية.

ويفسر هذا العجز باستمرار اعتماد تركيا على الواردات لتلبية احتياجاتها من الطاقة والمواد الخام، وهو ما يشير إلى ضعف في الاكتفاء الذاتي في هذه القطاعات.

ويلاحظ في المقابل أن بعض الفروع الاقتصادية، مثل الزراعة والصناعات الغذائية، تحقق فائضا نسبيا في الميزان التجاري، ما يشكل نقطة قوة جزئية في الهيكل التجاري العام. كما أن نسبة تغطية الصادرات للواردات ظلت أقل من 70% في معظم السنوات، ما يعكس ضعف القدرة التصديرية مقارنة بحجم الاستيراد. (الصاوي، 2016، الصفحات 7-8)

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الخارجية التركية

تعد وسائل الدفع الإلكتروني في تركيا من العوامل الرئيسية التي ساهمت في نمو التجارة الإلكترونية وازدهارها، حيث مكنت هذه الوسائل العلامات التجارية التركية من التوسع والانتشار في مختلف دول العالم، بفضل سهولتها وسرعتها وأمانها. وقد أدى الانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية في تركيا إلى تطور مستمر في أنظمة الدفع، مما ساهم في زيادة عدد شركات الدفع الإلكتروني وتكامل خدماتها ضمن مختلف المنصات، وستتعرف من خلال هذا المطلب على أبرز أنظمة الدفع الإلكتروني المعتمدة في التجارة الخارجية لدولة تركيا.

أولا: أديان Adyen

شركة الدفع الإلكتروني Adyen تتيح خدمات إرسال واستقبال المدفوعات لكافة المتاجر والمواقع الإلكترونية حول العالم عبر شبكات الإنترنت، وجدير بالذكر أن شركة Adyen تعتبر من الشركات الرائدة في هذا المجال بسبب المزايا التي تقدمها لكافة العملاء حول العالم، حيث أنها تتمكن كافة عملائها من تسديد مدفوعاتهم باستخدام كافة أنواع البطاقات الدولية، وإلى جانب تلك الميزة فإن شركة الدفع Adyen ترتبط مباشرة بـ « ماستر كارد - فيزا » وجميع طرق الدفع الدولية من خلال خدماتها المقدمة.

وعند الحديث عن الاشتراك والاستمتاع بخدمات شركة Adyen للدفع عبر الإنترنت، فإن العميل في هذه الحالة لا يحتاج إلى أي رسوم للتسجيل، بالإضافة إلى أن حجم الشركة تعطي عملاء 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، وبعدد كبير من العملات. (سعد، 2019، الفقرة 15)

ثانيا: فايبلوس vapulus

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.

تعتبر شركة فايبلوس 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 واستقبال 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)

ثالثا: باي بال paypal

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

ينفذ موقع باي بال عمليات الدفع المواقع البيع، ومزادات الإنترنت، وغير ذلك، حيث هنالك أجرا إضافيا للموقع. في أكتوبر 2002 أصبح موقع باي بال شركة تابعة بالكامل لاي باي "eBay". يقع مقر الشركة في كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية. (نصار، 2013، صفحة 1)

كما تعتبر شركة باي بال من أهم الشركات العالمية التي تقدم خدماتها وتسهيلاتها 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.

تتميز كذلك خدمة باي بال أنها مدعمة من قبل معظم المزادات والمواقع المختصة بالتجارة الإلكترونية، وشركات السياحة من خلال الأنترنت كما تتميز بثقة العملاء فيها، حيث يمكن للعميل إستخدام 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)

رابعاً: بايونير payoneer

تأسست في عام 2005، بايونير هي علامة تجارية للخدمات المالية والتي تعتبر منصة على الإنترنت لتحويل الأموال محلياً ودولياً، والمدفوعات الرقمية، وتزويد العملاء برأس المال. وهي أيضاً أحد مقدمي خدمات الأعضاء في ماستركارد على نطاق العالم. الشركات التي تستخدم Payoneer تشمل Airbnb ، Google ، أمازون، eBay ، راكوتن، أدوبي، أوبورك، faiver. (عزيز، 2021، الفقرة 3)

تدعم شركة Payoneer أكثر من 200 بلداً، لديها 150 عملة محلية. خدمة الدفع المالي تعطيك القدرة على سحب الأموال مباشرة مع بطاقة الخصم، وكذلك إرسال واستقبال الأموال محلياً ودولياً، بما في ذلك استخدام التحويل المصرفي المحلي. (عزيز، 2021، الفقرة 4)

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 وغيرها.

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 3-12).

المطلب الثالث: أثر وسائل الدفع الإلكتروني على التجارة الخارجية التركية

تركيا هي المنصة الكبرى في شرق الأوسط وأكثر تطوراً 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 بتموحي 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 إلخ. (أفندي أوغلو، 2018، الفقرة 5).

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

أولا: نظرة على أبرز المتاجر الإلكترونية في تركيا

- 1- 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.
- 2- ماركة ال سي ويكيكي LC Waikiki التركية تعمل في 27 دولة أوروبية وتسعى في الوقت حاضر لدولة أخرى أيضا.
- 3- 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 البلد.
- 4- شركة اسك فريندو تصرف للإعلانات ميزانيات ضخمة لجلب الزبون إذا لاتدع الزبون يخرج قبل الشراء.
- 5- موقع أنسيديار التي تأسست في تركيا وتم توسعها لـ 27 دولة قبل مدة قصيرة شركة أمريكية إستثمرت فيها بمبلغ 11 مليون دولار. (افندي أوغلو، 2018، الفقرة 8).

ثانيا: السوق الالكتروني التركي بين النمو والإقبال المتزايد

حسب 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" ويقصد به "كل شيء هنا" يعتبر من أهم المشاريع التي تصدرت السوق الإلكترونية والأكبر في السوق التركي من حيث بيع المنتجات من خلال منصته و**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 "تدان" ويقصد به "من صاحبه" يتيح للمستخدمين عرض المنزل للبيع والإيجار وأيضا السيارات وأي منتجات مستخدمة يمكنه البيع من خلاله، وموقع "يمك سباتي" ويقصد به "سلطة الغذاء" يجمع المطاعم في منصة واحدة لطلب الطلبات عبرها و**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، الفقرة 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 علي بابا الصينية، وفي حد ذاته يعتبر موقع "كدي كديور" المنصة الخاصة باي بال في تركيا كما عقد شراكة بيع مع موقع نون العربي. (أفندي أوغلو، 2019، الفقرة 5).

ثالثا: التصدير الإلكتروني كأداة لتعزيز التنافسية العالمية

يعتبر التصدير الإلكتروني إحدى فروع التجارة الإلكترونية نفسها ولكن يلخص للبيع الخارج 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 الانترنت 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 للزبون 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 19-20).

والمعروف أيضا بأنه مواقع مثل أمازون وعلي بابا وعلي إكسپريس وأي 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.

والمعامل الأساسي الذي شجع قسما كبيرا من المواقع للإنفتاح كانت بسبب إرتفاع سعر الدولار أمام الليرة في الآونة الأخيرة وخاصة في الفترة الأخيرة التي وصلت دولار واحد مقابل 7 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 21-25).

وقال أيوب كرم رئيس مجلس إدارة المتجر تتميز كمتجر تركي بتوصيل المنتجات إلى كافة أنحاء العالم خلال 3-5 ايام فقط وقدرنا نوصل البقلاوة التركية حتى إلى القرى وأرياف بعض المناطق في السعودية وبعض الدول التي لا يوجد بنوك الكترونية بسبب ضعف الأنظمة فيها وقلة المستخدم بطاقة الإئتمان استطعنا 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 جلوبال هبسي بوردا منطلقا باللغة العربية والانجليزية ولاحقا باللغة الروسية والتركية مستهدفا الأتراك المقيمين في خارج تركيا ومدعيا بسهولة التصدير للموردين وبمجمل ما يقارب 5 مليون منتج معروض في المنصة وبوسائل الدفع مختلفة منها بطاقة الإئتمان 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 26-29).

خلاصة الفصل الثالث

تناولنا في هذا الفصل دراسة مقارنة لتجرتي الإمارات العربية المتحدة وتركيا في مجال الدفع الإلكتروني، وذلك بهدف استخلاص النماذج الناجحة والتحديات المرتبطة بتطبيق هذه الوسائل في التجارة الخارجية، مع التركيز على البنية التحتية، الأدوات التقنية، والأثر الاقتصادي.

في التجربة الإماراتية، برزت الدولة كواحدة من الرواد إقليمياً وعالمياً في تبني وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة، مما انعكس إيجاباً على أداء تجارتها الخارجية، حيث ارتفعت معدلات التصدير، وتوسعت شبكة العلاقات التجارية، وتمت مضاعفة حجم التجارة غير النفطية. كما اعتمدت الإمارات على مجموعة من بوابات الدفع الإلكترونية المتطورة مثل Hyperpay، PayTabs، Payfort، وCheckout2، والتي ساهمت في تسريع المعاملات التجارية، وتحسين تجربة المستخدم، وتعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية.

أما في تركيا، فقد شهدت البلاد توسعاً كبيراً في التجارة الخارجية مدعوماً بتحول هيكلها نحو الصناعات التصديرية، خاصة في مجالات الصناعات التحويلية، والسيارات، والكيمائيات، والمنسوجات. وقد ساعد انتشار وسائل الدفع الإلكتروني مثل Adyen، Vapulus، PayPal، وPayoneer في تعزيز التجارة الرقمية، وتسهيل عمليات الدفع والتحويل، مما أدى إلى نمو ملحوظ في حجم التجارة الإلكترونية وتوسعها نحو الأسواق العالمية.

وأظهرت التجربتان أن الدفع الإلكتروني يلعب دوراً حاسماً في دعم الاقتصاد الرقمي وزيادة كفاءة التجارة الخارجية، شريطة توافر بنية تحتية قوية، وبيئة قانونية وتنظيمية فعالة، وثقة المستهلك. كما بينا في هذا الفصل أن التصدير الإلكتروني أصبح أحد أدوات تعزيز التنافسية العالمية، خاصة بالنسبة للدول التي تمتلك قاعدة إنتاجية قابلة للتسويق الخارجي إلكترونياً.

وبناء عليه، يمكن القول إن نجاح أي دولة في تبني نظم الدفع الإلكتروني وتحقيق التكامل معها في منظومة التجارة الخارجية يتطلب رؤية استراتيجية واضحة، واستثمارات تقنية متواصلة، وتعاوناً بين القطاعين العام والخاص، بما يضمن تسريع الانتقال نحو اقتصاد رقمي فعال ومنفتح على الأسواق العالمية.

الخاتمة

الخاتمة:

في إطار دراستنا لموضوع: " دور وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير التجارة الخارجية -تجارب بعض الدول"، توصلنا إلى أنه في ظل ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، تبرز تطورات ملحوظة في مجال الدفع، وذلك نتيجة الاستعمال المتنامي لوسائل الدفع الإلكتروني والاعتماد المتزايد على التكنولوجيا الرقمية، مما سهل العديد من المعاملات التجارية، خاصة من ناحية الدفع، وكذلك الانتقال من الدفع الورقي إلى الدفع الإلكتروني. فالدفع الإلكتروني يهدف إلى تسهيل طرق تسوية المعاملات في التجارة الخارجية ورفع كفاءتها، فيما يتماشى مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

إن كل من دولة الإمارات العربية المتحدة وتركيا ليست بمعزل عن هذه التطورات، حيث سعت كل منهما إلى تطوير أنظمة الدفع الخاصة بها، وتحديدًا من ناحية تكييفها مع طبيعتها الاقتصادية وإضافة الطابع التكنولوجي لها، وذلك بما يتناسب مع واقعها الاقتصادي وانسجامًا مع متطلبات التجارة الخارجية في ظل الاقتصاد العالمي الجديد.

أولاً: نتائج الدراسة

- في ضوء ما تم التطرق إليه نظريًا وتطبيقياً، تمكنا من معالجة الإشكالية المطروحة والمتمثلة في دور وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير التجارة الخارجية، يمكن حصر أهم النتائج في النقاط الآتية:
- ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية نتيجة للتطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
 - إن النمو المتسارع للتجارة الخارجية يستلزم وسائل دفع أكثر تقدماً، تتسم بالسرعة والمرونة والموثوقية.
 - المزايا التي وفرتها وسائل الدفع الإلكتروني مقارنة بالطرق التقليدية.
 - جاء تحديث نظام الدفع في تركيا استجابة للتوسع الملحوظ في انتشار المنتجات التركية عالمياً، الأمر الذي استوجب تطوير هذا النظام ليتماشى مع متطلبات البيئة التجارية الخارجية.
 - جاء نجاح دولة الإمارات في تبني نظام الدفع الإلكتروني نتيجة سعيها المتواصل نحو تحقيق مستوى عالٍ من الأمان في مختلف وسائل الدفع التي اعتمدها.

ثانياً: إختبار الفرضيات

اعتماداً على ما تم عرضه في الفصول النظرية والتطبيقية، وبالاستناد إلى التجربتين الإماراتية والتركية في مجال الدفع الإلكتروني، يمكننا اختبار فرضيات الدراسة على النحو التالي:

1. الفرضية الأولى: "إن تطور التكنولوجيا الرقمية كان من العوامل الرئيسة في ظهور وسائل الدفع الإلكتروني."

يتبين من خلال العرض النظري أن التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ولا سيما الإنترنت والهواتف الذكية، أدى إلى خلق بيئة مواتية لاعتماد وسائل الدفع الإلكترونية، وهو ما تؤكد تجربة الإمارات التي اعتمدت بنية تحتية رقمية متقدمة مكنت من تطبيق نظم دفع فعالة.

2. الفرضية الثانية: "تعد وسائل الدفع الإلكتروني من أبرز العوامل التي ساهمت في تعزيز وتطوير التجارة الخارجية."

تؤكد البيانات المعروضة حول النمو في حجم التجارة الخارجية في كل من الإمارات وتركيا بعد إدخال وسائل دفع إلكترونية حديثة صحة هذه الفرضية، حيث سجلت زيادة ملحوظة في حجم الصادرات والواردات، وتيسير في المعاملات المالية.

3. الفرضية الثالثة: "حققت العديد من الدول نجاحاً ملحوظاً من خلال تبنيها لوسائل الدفع الإلكتروني."

تعكس التجربتان قيد الدراسة (الإمارات وتركيا) نجاحاً واضحاً في تحسين كفاءة التجارة الخارجية عبر استخدام وسائل الدفع الإلكترونية، مما يدعم الفرضية بقوة. فقد تم تجاوز العديد من الحواجز الزمنية والإجرائية التقليدية.

ثالثاً: التوصيات والمقترحات

بناءً على ما تقدم من نتائج، حاولنا تقديم بعض التوصيات والمقترحات كما يلي:

- ضرورة وضع قوانين دولية تحمي وتنظم التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية.
- إطلاق حوافز ضريبية وتمويلية لتشجيع الشركات الصغيرة والمتوسطة على تبني المحافظ الرقمية وخدمات بوابات الدفع العابرة للحدود.
- تطوير برامج تدريبية مشتركة (غرف تجارة، مصارف مركزية) لرفع الوعي بأمن المدفوعات الإلكترونية وإدارة مخاطر الاحتيال.

- التنسيق مع منظمة التجارة العالمية لتعميم التجربة على دول لم تعتمد بعد أنظمة دفع إلكترونية، عبر مبادرات نقل خبرة وتمويل التحول الرقمي.

- تطوير برامج اعتماد آمني متدرجة التكلفة تحفز المصارف وشركات التقنيات المالية على ترقية أنظمتها بما يتلاءم مع المعايير الدولية الحديثة.

رابعاً: آفاق الدراسة

بالنظر إلى أهمية الموضوع وتطورات المتسارعة، فإن هذه الدراسة تفتح المجال أمام العديد من الآفاق البحثية المستقبلية، والتي يمكن للباحثين التركيز عليها لتعميق الفهم حول العلاقة بين الدفع الإلكتروني والتجارة الخارجية، ومن بين هذه الآفاق:

1. توسيع نطاق التحليل ليشمل دولاً أخرى ذات تجارب رائدة أو متعثرة في مجال الدفع الإلكتروني، بهدف عقد مقارنات أوسع وأكثر شمولاً.
2. دراسة أثر التشريعات والسياسات الحكومية على فاعلية أنظمة الدفع الإلكتروني في دعم التجارة الخارجية، خاصة في الدول النامية.
3. تحليل العلاقة بين الدفع الإلكتروني ومستوى الأمن السيبراني، خصوصاً في المعاملات العابرة للحدود.
4. استكشاف دور التقنيات الحديثة مثل البلوكشين والذكاء الاصطناعي في تحسين سرعة وأمان وكفاءة نظم الدفع المرتبطة بالتجارة الدولية.
5. اقتراح نماذج استراتيجية لتبني وسائل الدفع الإلكتروني على المستوى الوطني، خاصة في الدول التي تسعى للاندماج في الاقتصاد الرقمي العالمي.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	الإهداء
II	شكر وتقدير
III	الملخص
IV	فهرس الأشكال والجداول
أ-د	مقدمة عامة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية
3	المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية وأهميتها
7	المطلب الثاني: أسباب وأهداف قيام التجارة الخارجية
9	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية
12	المطلب الرابع: مخاطر التجارة الخارجية
15	المبحث الثاني: سياسات التجارة الخارجية
15	المطلب الأول: مفهوم سياسة التجارة الخارجية وأهدافها
18	المطلب الثاني: أنواع سياسة التجارة الخارجية
22	المطلب الثالث: أدوات سياسات التجارة الخارجية
26	المبحث الثالث: النظريات المفسرة للتجارة الخارجية
26	المطلب الأول: النظريات الكلاسيكية
36	المطلب الثاني: النظريات النيوكلاسيكية
43	المطلب الثالث: النظريات الحديثة
49	خلاصة الفصل الأول

	الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي لوسائل الدفع الإلكتروني
51	تمهيد
52	المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني
52	المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني وأطرافه
54	المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني
55	المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني
56	المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني
56	المطلب الأول: البطاقات البنكية والبطاقات الذكية
65	المطلب الثاني: النقود الإلكترونية والمحفظة الإلكترونية
72	المطلب الثالث: الشبكات الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية المالية
82	المبحث الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني
82	المطلب الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني
82	المطلب الثاني: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني
83	خلاصة الفصل الثاني
	الفصل الثالث: تجارب بعض الدول في مجال الدفع الإلكتروني
85	تمهيد
86	المبحث الأول: التجربة الإماراتية في مجال الدفع الإلكتروني
86	المطلب الأول: نمو التجارة الخارجية الإماراتية
88	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الخارجية الإماراتية
90	المطلب الثالث: أثر وسائل الدفع الإلكتروني على التجارة الخارجية الإماراتية
92	المبحث الثاني: التجربة التركية في مجال الدفع الإلكتروني
92	المطلب الأول: نمو التجارة الخارجية التركية
103	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الخارجية التركية
105	المطلب الثالث: أثر وسائل الدفع الإلكتروني على التجارة الخارجية التركية
110	خلاصة الفصل الثالث

114-112	الخاتمة
116	فهرس المحتويات
120	قائمة المراجع

قائمة المراجع

I. الكتب العربية

1. السيد متولي أحمد السريتي (2009)، التجارة الخارجية، الإسكندرية: الدار الجامعية.
2. السيد متولي عبد القادر (2011)، الإقتصاد الدولي النظرية والسياسات، عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون.
3. جمال جويدان الجمل (2012)، التجارة الخارجية، عمان: مركز الكتاب الأكاديمي.
4. خالد أحمد فرحان المشهداني (2017)، التجارة الخارجية بمنظور علمي متقدم، عمان-الأردن: دار الايام للنشر والتوزيع.
5. شقيري نوري موسى، محمد عبد الرزاق الحنيطي، صالح طاهر الزرقان، عبد الله يوسف سعادة (2011)، التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
6. عبد الرزاق فوزي (2016)، إستراتيجيات التجارة الخارجية، عمان-الأردن: زمزم ناشرون وموزعون.
7. عطا الله الزبون (2015)، التجارة الخارجية، عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
8. عبد المطلب عبد الحميد (2014)، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الإسكندرية: الدار الجامعية.
9. كامل فالح المعايطه (2022)، العلاقات الاقتصادية الدولية ودورها في تفعيل التجارة الخارجية، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
10. محمد عبد الحسين الطائي (2013)، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، الأردن، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
11. منير نوري (2017)، التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
12. موسى سعيد مطر، باسم اللوزي، حسام داوود، توفيق عبد الرحيم يوسف، طارق الشبلي (2001)، التجارة الخارجية، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
13. نضال نصار (2013)، تعلم الباي بال PayPal من الألف إلى الياء، مكتبة نور "كتب الانترنت".
14. وسيم محمد الحداد، نوري موسى شقيري، صالح طاهر الزرق (2012)، الخدمات المصرفية الإلكترونية، الأردن، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

II. المجالات والمنشورات

15. أبو بكر سالم، آمنة قاجة (2016)، قراءة في الأهمية الاقتصادية لوسائل الدفع الإلكتروني-التجربة الماليزية نموذجاً-، الجزائر: مجلة التنمية والإستشراف للبحوث والدراسات.
16. أحمد خليلي، المعتز بالله لخداري (2018)، واقع وسائل الدفع الإلكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية - حالة القرض الشعبي الجزائري CPA، الجزائر: مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية.
17. بوعزة هداية (2022)، الشيك الإلكتروني كبديل رقمي للشيك الورقي، الجزائر: مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية.
18. جميلة خرباش (2018)، الشيك الإلكتروني أداة وفاء عن بعد في التجارة الإلكترونية، الجزائر: مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية.
19. حدة بوخالفة (2022)، الإطار القانوني للتعامل الآمن بوسائل الدفع الإلكتروني، الجزائر: مجلة الدراسات القانونية (صنف ج).
20. حيزية هادف (2014)، نجاح وسائل الدفع الإلكتروني والتحول الجوهري إلى عمليات التفاعل مع التجارة الإلكترونية: استعراض لتجارب بعض الدول الأوروبية، الجزائر: مجلة البحوث والدراسات العلمية.
21. خولة قيمش، جويذة بلعة (2021)، وسائل الدفع الإلكتروني في بريد الجزائر: الواقع والتحديات، الجزائر: مجلة المغاربية للإدارة التنظيمية.
22. رابح حمدي باشا، وهيبة عبد الرحيم (2011)، تطور طرق الدفع في التجارة الإلكترونية، الجزائر: مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة.
23. سعاد قيرة (2022)، واقع وسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، الجزائر: مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية.
24. سمير خلفة، آمال بعيرة (2024)، الحماية الجزائرية لوسائل الدفع الإلكتروني كأثر لمتطلبات الإدارة الإلكترونية، الجزائر: مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة.
25. صورية شواحري (2024)، واقع وسائل الدفع التقليدية والإلكترونية في ولاية عين الدفلى -دراسة ميدانية لعينة من البنوك، الجزائر: مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية.

26. عادل سالم مجدي (2025)، وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على تحسين نوعية الخدمة ورفع أداء المؤسسات المالية، مؤسسة بريد الجزائر نموذجاً، الجزائر: مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية.
27. عبد الحافظ الصاوي (2016). خرائط القوى الداخلية في الجمهورية التركية " الجزء الثاني خرائط القوى الاقتصادية التركية". تركيا: المعهد المصري لدراسات السياسة والإستراتيجية.
28. عبد الرحمن يسعد، بوعبد الله ودان، فريال قيراط (2021)، دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي، تجارب دولية، الجزائر: مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية.
29. عبد القادر مطاي، كريمة بن شنيعة، محمد صلاح (2020)، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في عصرنة المنظومة المصرفية الجزائرية، الجزائر: مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة.
30. عزة علي محمد الحسن (2024)، مسؤولية المصرف العقدي عن التحويل الإلكتروني للأموال في النظام السعودي (دراسة تحليلية)، مصر: مجلة البحوث الفقهية والقانونية.
31. عقبة قطاف، فاطمة الزهراء بومعراف (2021)، الواقع المحاسبي لوسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني في المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة الشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية (نפטال - بسكرة)، الجزائر: مجلة ميلاف للبحوث والدراسات.
32. غرفة صناعة عمان (2017). دراسة تقييمية لواقع اتفاقية التجارة الحرة بين الأردن وتركيا. الأردن.
33. قويدر بورقبة، عيسى سماعيل، جيلالي بوزكري (2020)، دورة حياة المنتج كمدخل لترشيد الخيارات الإستراتيجية للمؤسسات، الجزائر: مجلة افاق للعلوم.
34. كريم شايب باشا (2018)، آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، الجزائر: المجلة الجزائرية للسياسات العامة.
35. محمد الأمين مومني (2020)، الشيك الإلكتروني المفهوم والأهمية، الجزائر: المجلة الجزائرية لقانون الأعمال.
36. محمد دمان ذبيح (2021)، النقود الإلكترونية ماهيتها مزاياها مخاطرها، الجزائر: مجلة الشريعة والاقتصاد.
37. محمد لين بن قايد علي (2022)، الشيك الإلكتروني امتداد وتطور الشيك التقليدي، الجزائر: مجلة بحوث في القانون والتنمية.

38. مريم ماطي (2022)، واقع وسائل الدفع الالكترونية ومستقبلها في ظل أزمة كوفيد 19 دراسة حالة الجزائر، الجزائر: مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة.
39. نبيل آيت شعلال (2019)، البطاقات البنكية وعوائق استخدامها في الجزائر، الجزائر: مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية -المركز الجامعي سي الحواس - بركة.
40. نبيلة كردي (2017)، الشيك الإلكتروني، الجزائر: مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية.
41. نزيهان بن علي، ناصر حمودي (2021)، الدفع الإلكتروني في الجزائر بين العوائق التي تواجهه والحماية الفنية والجزائية المقررة له، الجزائر: مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية.
42. نور الدين بعجي (2015)، دور وسائل الدفع الالكترونية في تنمية التجارة الدولية، الجزائر: المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية.
43. نور الدين زحوني، عمر زمالة (2018)، التحويل المالي الإلكتروني آليات التعامل والمخاطر في ظل عصرنة وسائل الدفع، الجزائر: مجلة الاقتصاد الدولي والعملة.
44. هشام لبزة، ضيف الله محمد الهادي (2017)، واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، الجزائر: مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية - جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي.

III. المذكرات

45. أسماء عدائكة (2019-2020)، سياسة التجارة الخارجية الدولية ودورها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي (مجلس التعاون الخليج العربية ... أمودجا)، مذكرة مقدمة لإستكمال شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، - ورقلة.
46. أمينة إينال (2016-2017)، محاولة نمذجة قطاع التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2014-1984)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان.
47. حسين سالم (2013-2014)، أثر الإعلان على استعمال وسائل الدفع في الجزائر حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة سعيدة -، رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
48. حمودي معمر (2020-2021)، صكوك التمويل الإسلامي ودورها في تفعيل حركة التجارة الخارجية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان.

49. دليلة طالب (2014-2015)، الانفتاح التجاري وأثره على النمو الاقتصادي في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان -.
50. رشيد شلال (2010/2011)، تسيير المخاطر المالية في التجارة الخارجية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية جامعة الجزائر 3، الجزائر.
51. زهير زاوش (2010-2011)، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن المهدي - أم البواقي -.
52. سارة بوعدلة (2021-2022)، أثر تحرير التجارة الخارجية على القطاع الصناعي في الجزائر - دراسة قياسية للفترة من 1990 إلى 2019، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.
53. سلمان محمد عباس جبر (2024)، دور وسائل الدفع الالكتروني في تطوير التجارة الخارجية (تجارب دول مختارة مع اشارة للعراق)، جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة كربلاء، العراق.
54. سميحة بن محياوي (2014/2015)، دور الأسواق المالية العربية في تمويل التجارة الخارجية دراسة حالة بعض الدول العربية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
55. عبد الحميد حمشة (2012/2013)، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة - دراسة حالة الجزائر -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
56. عبد الرحمان روابح (2017/2018)، أثر الأزمة المالية العالمية على حركة التجارة الخارجية للتكتل الاقتصادي الأوروبي دراسة قياسية للفترة (2000-2014)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
57. عبد الغفار غطاس (2009-2010)، أثر تحرير التجارة الخارجية على النمو الإقتصادي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -.

58. عبد المومن قواوسي (2012/2011)، أثر سياسات تحرير التجارة الخارجية على التنمية الصناعية في الجزائر خلال المدة 1990-2010، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر - باتنة -، باتنة.
59. فوزي بورزق إبراهيم (2007-2008)، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA، ملخص مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير شعبة العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر.
60. كريمة صراع (2013/2014)، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران.
61. ليندة بلقاسم (2012-2013)، أثر تقلبات سعر الصرف على التجارة الخارجية دراسة قياسية: حالة الجزائر (2010-1998)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر-3، الجزائر.
62. مرام عدنان محمد نظمي صلاح (2023)، "التحويل الإلكتروني للأموال" وفق قرار بقانون بشأن المعاملات الإلكترونية الفلسطينية رقم 15 سنة 2017، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، الجامعة العربية الأمريكية - جنين كلية الدراسات العليا، جنين - فلسطين.
63. مريم بونيهي (2016/2017)، افاق تطبيق معايير اتفاقية بازل الثالثة وآثارها على تمويل التجارة الخارجية - تجارب بعض البنوك العربية-، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة يحيى فارس - المدية، المدية.
64. مليك محمودي (2011-2012)، دراسة قياسية لقطاع التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة: (1990-2010)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة المسيلة.
65. نعيمة زير مي (2010-2011)، التجارة الخارجية الجزائرية من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان - الجزائر.
66. نورة بوكونة (2011-2012)، تمويل التجارة الخارجية في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

67. هباكنه (2022)، واقع تطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني وأثرها في الأداء المصرفي دراسة ميدانية على بنك ييمو السعودي الفرنسي في سوريا، ماجستير إدارة الأعمال MBA الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.
68. وليد عابي (2019/2018)، حماية البيئة وتحرير التجارة الخارجية في إطار المنظمة العالمية للتجارة دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علو في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس - سطيف 1، سطيف.
69. وهيبه عبد الرحيم (2006)، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

IV. المحاضرات

70. توفيق بن الشيخ، سامي بلبخاري (2022-2021)، مطبوعة محاضرات في نظريات التجارة الدولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945 - قلمة.
71. سامي بلبخاري (2022-2021)، مطبوعة نظريات التجارة الدولية محاضرات السنة الثالثة ليسانس نظام جديد، جامعة 8 ماي 1945، قلمة.
72. سعيد أحسن (2020-2019)، مطبوعة في مقياس تقنيات التجارة الخارجية لسنة أولى ماستر اقتصاد دولي، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري - قسنطينة 2.
73. عائشة بوثلجة (2021-2020)، مطبوعة جامعية بعنوان الصيرفة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف.
74. علي سدي (2015-2014)، دروس في نظرية التجارة الدولية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت.
75. منير خروف (2015-2014)، المالية والتجارة الدولية، مطبوعة دروس موجهة لطلبة السنوات الثالثة تجارة دولية، جامعة 08 ماي 1945 قلمة.

V. المقالات

76. أحمد خالد (2019)، أبرز بوابات الدفع الإلكتروني في الإمارات 2019، تم إستيرادها من:

consulte le 25 avril 2025, <https://www.vapulus.com/ar>.H08.30

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

consulte le 24 avril 2025, <https://www.vapulus.com/ar/>.H13.48

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

Consulte le 30 avril 2025, <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=647216>.H12.01

79. حمدي سعد (2015)، "فيزا" الإمارات تتمتع بجمهورية قوية في أنظمة الدفع الإلكتروني، تم إستيرادها من:

«فيزا»: الإمارات تتمتع بجمهورية قوية في أنظمة الدفع الإلكتروني صحيفة الخليج, <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=647216>, Consulte le 28 avril 2025,

80. شاكر تركي أمين (بدون سنة)، التسويق الإلكتروني، ملخص كتاب تسعة فصول دراسة مطلوبة بالكامل وهي معتمدة للامتحان النهائي لطلاب الانتساب والتعليم عن بعد <http://www.kau.edu.sa>

[ملخص كتاب التسويق الإلكتروني.doc](#)

81. صهيب أفندي أوغلو (2018)، التجارة الإلكترونية في تركيا. تجارب حققت الملايين، تم إستيرادها من:

Consulte le 23 avril 2025, <https://turk-post.net/p-247016/>,H10.18

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

Consulte le 24 avril 2025, <https://www.noonpost.com/content/>.H09.30

83. عبد الحي محمد (2019)، تجارة الإمارات الخارجية تنمو 1627 ضعفا في 48 عاما، تم إستيرادها من:

consulte le 25 avril 2025, <https://www.albayan.ae/economy/local-market/2019-12-02-1.3716076>

84. محمد عبود (2019)، الدليل الكامل لأكثر 10 شركات للدفع عبر الأنترنت حول العالم، تم إستيرادها

من: <https://www.expandcart.com/ar/>.H09.43, Consulte le 25 avril 2025,

85. ميساء سعد (2019)، قائمة ب10 من شركات الدفع الإلكتروني في تركيا، تم إستيرادها من:

Consulte le 29 avril 2025, <https://www.vapulus.com/ar/> H10.23

86. وائل اللبابيدي(2019)، 30% نمو مبيعات مواقع التجارة الإلكترونية خلال "الجمعة البيضاء"، تم إستيرادها من:

Consulte le 28 avril 2025, <https://www.albayan.ae/economy/last-deal/2019-11-26-1.3710773>, H15.10

87. ياسر كرم(2020)، وسائل الدفع الإلكترونية على أنترنت لمواقع التجارة الإلكترونية، تم إستيرادها من:

Consulte le 25 avril 2025, <https://axabaka.com/online-electronic-payment-for-e-commerce-websites/>. H13.55

.VI .المواقع

88. site: Consulte le 01 mai 2025,

<https://tabweeeb.com/%D8%A3%D9%8A-%D9%85%D9%86-%D9%87%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%81%D8%B6%D9%84-paypal-vs-payonner-6574> H14.43