

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Mohamed Boudiaf University of
M'sila Faculty of Economic, Commercial
and Management Sciences
Department of Commercial.



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم العلوم التجارية

العنوان:

تأثير التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي - BEA

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في العلوم التجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية
من إعداد الطالبين : سالم عمر، دوباخ رشيد

لجنة المناقشة

رئيسا.	الاستاذ: . د نويبات عبد القادر
مقرا ومشرفا.	الأستاذ: عجايبي عماد
ممتحنا.	الاستاذ: .. د خرخاش سامية

السنة الجامعية 2024/2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Université Mohamed Boudiaf à M'sila

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Département:

قسم:

تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا المعضي اسقله:

الطالب (ة): مسلم عيسى المولود(ة) بتاريخ: 1979 / 04 / 01 بـ: المسلا
العامل لبطاقة التعريف الوطنية (اور.س.) رقم: 2566367 الصادرة بتاريخ: 2018 / 03 / 07 عن: البلدية المعاصر
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبية: علوم تجارية تخصص: حالية وتجارة دولية خلال السنة الجامعية 2023 / 2024
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: تأثير التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية
دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي BEA

أصبح بشرفي أنني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2024 / 06 / 12

التوقيع و البصمة

*محرر كل طالب (ة) تصريحها فرديا في حالة إعداد المذكرة من طرف أكثر من طالب (ة) واحد.

**يندرج هذا التصريح ضمن ملاحق المذكرة



تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسفله:

الطالب (ة): دويان رشيد المولود(ة) بتاريخ: 1974/06/18 بـ بوسفادة
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 800898636 صادرة بتاريخ: 2016/19/07 عن السنغال
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبية: علوم تجارية تخصص: البيزنس والتجارة الدولية خلال السنة الجامعية: 2023/2024
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: تأثير التجارة الالكترونية في التجارة الدولية
دراسة حالة شركة الجزائر التجارية BEA

أصريح بشرفي أنني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2024/06/18

التوقيع و البصمة

المسيلة في: 2024/05/27

رقم: 15/24/2024

إلى السيد: مدير وكالة البنك
الجزائري (B.E.A.)

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء الترخيص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة وبعد...

في إطار انفتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة: العلوم التجارية تخصص: المالية والتجارة الدولية فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء ترخيصهم الميداني بمؤسساتكم. تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و.ر.س	الإمضاء
01	دوباخ رشيد			
02	سالم عمر			
عنوان المذكرة:				
تأثير التجارة الالكترونية في التجارة الدولية (دراسة حالة BEA (البنك التجاري الجزائري 15)).				
المشرف (الاسم واللقب و الإمضاء)		هيئة الترخيص (الإمضاء والختم)		رئيس القسم (الإمضاء والختم)
				

المسيلة في: 27.10.2014

رقم: 1.5

إلى السيد:
البيانات الشخصية:
B.F.A. ك.ا.ة

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء الترخيص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...
في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات
نيل شهادة الماستر في شعبة:
فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء ترخيصهم الميداني بمؤسساتكم.
تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و/ر.س	الإمضاء
01	سالم عمر	2198464429	202566367	
02	دوباخ رشيد	2194184807	200892636	
عنوان المذكرة: ب.ا.ة التجارية والاقتصادية على التجارة الدولية رئيسة جامعة المسيلة B.F.A. ك.ا.ة				
المشرف (الاسم واللقب و الإمضاء)		هيئة الترخيص (الإمضاء والختم)		رئيس القسم (الإمضاء والختم)
دا كوي كاد		La Direction MOUAD Achour Directeur Adjoint BFA Bou-saada 086		رئيس قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد بوضياف - المسيلة



قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ

سورة البقرة

الآية (32)

دُعَاء

اللَّهُمَّ لَا تَجْعَلْنَا نَصَابٍ بِالْغُرُورِ إِذَا نَجَحْنَا
وَلَا بِالْيَأْسِ إِذَا أَخْفَقْنَا.
وَذَكِّرْنَا أَنَّ الْإِخْفَاقَ هُوَ التَّجْرِبَةُ الَّتِي تَسْبِقُ النَّجَاحَ.
اللَّهُمَّ إِذَا أَعْطَيْتَنَا فَلَا تَأْخُذْ مِنَّا تَوَاضِعًا.
وَإِذَا أَعْطَيْتَنَا تَوَاضِعًا فَلَا تَأْخُذْ اعْتِزَالَنَا بِكِرَامَتِنَا.
اللَّهُمَّ أَنْفِعْنَا بِمَا عَلَّمْتَنَا وَعَلِّمْنَا مَا يَنْفَعُنَا وَزِدْنَا عِلْمًا.
اللَّهُمَّ إِنَّا نَسْأَلُكَ عِلْمًا نَافِعًا وَرِزْقًا طَيِّبًا وَعَمَلًا مُتَقَبَّلًا.
اللَّهُمَّ اجْعَلْ أَوَّلَ يَوْمِنَا هَذَا صَلاَحًا وَأَوْسَطَهُ فَلَاحًا وَآخِرَهُ نَجَاحًا
آمِينَ، آمِينَ، آمِينَ يَا رَبَّ الْعَالَمِينَ.

قال القاضي الفاضل أستاذ العلماء البلغاء

"عبد الرحيم البيساني" وهو يعتذر إلى "العماد الأصفهاني"

عن كلام استدركه عليه:

"إنه قد وقع لي شيء وما أدري أوقع لك أم لا؟ وها أنا

أخبرك به، وذلك إنني رأيتُ أنه لا يكتب أحد كتاباً في يومه

إلا قال في غده:

لَوْ غَيْرَ هَذَا لَكَانَ أَحْسَنَ، وَلَوْ زَيْدٌ هَذَا لَكَانَ يُسْتَحْسَنُ،

وَلَوْ قُدِّمَ هَذَا لَكَانَ أَفْضَلَ، وَلَوْ تُرِكَ هَذَا لَكَانَ أَجْمَلَ.

وهذا أعظم العبر، وهو دليل على استيلاء النقص على جملة

البشر".

شكر ونفك

الحمد و الشكر لله الذي بتوفيقه تتم الأعمال شكرا خالصا يليق بجلال هو عظيم
سلطانه

اعترافاً بالفضل وتقديراً للجميل،

لا يسعنا ونحن بصدد وضع اللمسات الأخيرة لهذا العمل إلا أن نتقدم بجزيل
الشكر وأسمى عبارات التقدير والاحترام إلى:

الأستاذ الفاضل / الدكتور عجابي عماد

على قبوله الإشراف على إعداد هذه المذكرة وعلى مساعدته وحرصه المستمر
على إتمامها، نسأل الله أن يجازيه كل الخير على ذلك

كما نخص بالشكر والتقدير لـ جميع أساتذتنا في كلية العلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير

وأتقدم بأسمى عبارات الشكر و العرفان للأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة
الموقرة الذين قبلوا وتحملوا عناء قراءة ومناقشة هذا البحث.

الملخص باللغة العربية

العنوان:

تأثير التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي - BEA -

الهدف:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية على عمليات التبادل التجاري الدولي، وذلك من خلال دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي. BEA.

الإشكالية:

- كيف تساهم التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وتعزيز عمليات التجارة الدولية وتوسيع نطاق الأسواق؟

الفرضيات:

- تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق.
- لوسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية.
- تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها.

النتائج:

- تم إثبات صحة الفرضية الأولى، حيث أظهرت النتائج بوضوح أن التجارة الإلكترونية تسهم بشكل كبير في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق وفتح فرص جديدة ومتنوعة للتبادل التجاري عبر الحدود الجغرافية.
- تم إثبات صحة الفرضية الثانية، حيث أظهرت النتائج أن العينة تقيم بإيجابية الأثر الذي تلعبه وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين سرعة وسهولة الدفع عبر الإنترنت وتعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية، مما يحسن الوصول إلى الخدمات المالية ويقلل من المخاطر المالية.
- تم إثبات صحة الفرضية الثالثة، حيث تُظهر النتائج أن وسائل الدفع الإلكترونية تساعد في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها، مما يحسن كفاءة إدارة المخاطر ويسهل الوصول إلى التمويل الدولي ويعزز الثقة بين الشركات.

كلمات المفتاح: التجارة الإلكترونية، وسائل الدفع الإلكترونية، التجارة الدولية، بنك الجزائر الخارجي BEA

المخلص باللغة الانجليزية

Title:

The Impact of E-commerce on International Trade A Case Study of the External Bank BEA

Objective:

This study aims to analyze the impact of e-commerce and electronic payment methods on international trade operations through a case study of the External Bank BEA.

Problem Statement:

- How do e-commerce and electronic payment methods contribute to facilitating and enhancing international trade operations and expanding market scope?

Hypotheses:

- E-commerce contributes to facilitating international trade operations and expanding market scope.
- Electronic payment methods play a crucial role in facilitating and succeeding e-commerce operations.
- Electronic payment methods help accelerate international trade operations and reduce associated costs.

Findings:

- The first hypothesis was confirmed, as the results clearly showed that e-commerce significantly contributes to facilitating international trade operations and expanding market scope, opening up new and diverse opportunities for cross-border trade.
- The second hypothesis was confirmed, as the results showed that the sample positively evaluates the impact of electronic payment methods in improving the speed and ease of online payments and enhancing trust in electronic transactions, which improves access to financial services and reduces financial risks.
- The third hypothesis was confirmed, as the results showed that electronic payment methods help accelerate international trade operations and reduce associated costs, improving risk management efficiency, facilitating access to international financing, and enhancing trust between companies.

Keywords:

E-commerce, electronic payment methods, international trade, BEA,

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ- و	مقدمة عامة
ب	01 - إشكالية الدراسة
ب	02 - التساؤلات الفرعية
ج	03 - فرضيات الدراسة
ج	04 - أهداف الدراسة
ج	05 - أهمية الدراسة
ج	06 - أسباب اختيار الموضوع
د	07 - حدود الدراسة
د	08 - المنهج وأدوات الدراسة
د	09 - الدراسات السابقة
و	10 - هيكل البحث
الفصل الأول: الاطار النظري للدراسة	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الاطار الفكري والفلسفي للتجارة الإلكترونية
03	المطلب الأول: مدخل تعريفى للتجارة الإلكترونية
20	المطلب الثانى: وسائل الدفع فى التجارة الإلكترونية
29	المطلب الثالث: أساسيات حول التجارة الإلكترونية
35	المبحث الثانى: الاطار الفكري والفلسفي للتجارة الدولية.
35	المطلب الأول: مدخل تعريفى للتجارة الدولية.
45	المطلب الثانى: نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها
53	المطلب الثالث: سياسات التجارة الدولية

64	المبحث الثالث: دور التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية
64	المطلب الأول: مساهمة التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية
64	المطلب الثاني: دور وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.
65	المطلب الثالث: دور وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الدولية
66	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الاطار التطبيقي للدراسة	
68	تمهيد
69	المبحث الأول: تعريف بميدان الدراسة التطبيقية (بنك BEA)
69	المطلب الأول: تقديم بنك الجزائر الخارجي BEA
70	المطلب الثاني: مهام ووظائف البنك الجزائر الخارجي BEA
71	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الجزائر الخارجي (BEA/047)
72	المبحث الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية
72	المطلب الأول: المنهج المتبع ومجتمع وعينة الدراسة
74	المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات وأساليب التحليل الإحصائي
86	المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الاستبيان واختبار الفرضيات
86	المطلب الأول: التحليل الوصفي للخصائص الديمغرافية للعينة
91	المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان
102	المطلب الثالث: اختبار ومناقشة نتائج فرضيات الدراسة
111	خلاصة الفصل
113	خاتمة
116	قائمة المراجع
121	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الجدول رقم:
07	يبين ملخص تطور التجارة الإلكترونية عبر المراحل الزمنية	الجدول رقم (01-I):
11	يبين العناصر المميزة للتعاملات التجارية الإلكترونية عن التعاملات التجارية التقليدية	الجدول رقم (02-I):
52	يبين نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها	الجدول رقم (03-I):
60	يبين أنواع السياسات التجارية الدولية (مزايًا وعيوب)	الجدول رقم (04-I):
63	يبين أدوات سياسات التجارة الدولية	الجدول رقم (05-I):
73	مختلف النتائج الخاصة بعملية توزيع واسترجاع الاستبانات.	الجدول رقم (01- II):
74	يبين المقياس Likert المستخدم في الاستبيان	الجدول رقم (02- II):
76	يبين نتائج اختبار نوع توزيع البيانات	الجدول رقم (03-II):
80	يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (المحور 01)	الجدول رقم (04- II):
81	يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (المحور 02)	الجدول رقم (05- II):
82	يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (المحور 03)	الجدول رقم (06- II):
83	يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة	الجدول رقم (07- II):
84	يبين قيمة معامل Cronbach's Alpha للاستبيان	الجدول رقم (08- II):
86	يبين توزيع افراد العينة حسب الجنس	الجدول رقم (09- II):
87	يبين توزيع افراد العينة حسب المؤهل العلمي	الجدول رقم (10- II):
88	يبين توزيع افراد العينة حسب السن	الجدول رقم (11- II):
89	يبين توزيع افراد العينة حسب الاقدمية	الجدول رقم (12- II):
91	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 01	الجدول رقم (13- II):
95	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 02	الجدول رقم (14- II):
99	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 03	الجدول رقم (15- II):
104	يوضح نتائج تحليل نتائج اختبار الفرضية رقم 01	الجدول رقم (16- II):
106	يوضح نتائج تحليل نتائج اختبار الفرضية رقم 02	الجدول رقم (17- II):
109	يوضح نتائج تحليل نتائج اختبار الفرضية رقم 03	الجدول رقم (18- II):

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	رقم:
17	يبين مخطط خطوات التجارة الإلكترونية (الشراء عبر الأنترنت)	الشكل رقم (01-I):
71	الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الجزائر الخارجي (BEA/047)	الشكل رقم (01- II):
73	تمثيل بياني يبين توزيع إجراءات الاستبيانات على عينة الدراسة	الشكل رقم (02- II):

85	تمثيل بياني يبين قيمة معامل Cronbach's Alpha للاستبيان	الشكل رقم (II - 03) :
87	تمثيل بياني يبين توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الشكل رقم (II - 04) :
88	تمثيل بياني يبين توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	الشكل رقم (II - 05) :
89	تمثيل بياني يبين توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن	الشكل رقم (II - 06) :
90	تمثيل بياني يبين توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الاقدمية	الشكل رقم (II - 07) :
92	يبين رسم بياني لأهمية عبارات المحور الأول حسب اتجاهات وأراء المستجوبين	الشكل رقم (II - 08) :
96	يبين رسم بياني لأهمية عبارات المحور الثاني حسب اتجاهات وأراء المستجوبين	الشكل رقم (II - 09) :
100	رسم بياني لأهمية عبارات المحور الثالث حسب اتجاهات وأراء المستجوبين	الشكل رقم (II - 10) :
104	يبين توزيع بيانات أفراد العينة نحو إدراكهم لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها	الشكل رقم (II - 11) :
107	يبين توزيع بيانات أفراد العينة نحو إدراكهم لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية	الشكل رقم (II - 12) :
109	يبين توزيع بيانات أفراد العينة نحو إدراكهم لمساهمة التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق.	الشكل رقم (II - 13) :

قائمة الملاحق

رقم الصفحة	العنوان	رقم:
	الاستبيان الدراسة	1
	مخرجات برنامج SPSS	2

مقدمة عامة

مقدمة:

في عصرنا الحالي، شهدنا ثورة تكنولوجية هائلة غيرت بشكل جذري طريقة تعاملنا مع العالم. وقد كان لهذه الثورة تأثير كبير على مجال الأعمال والتجارة، حيث ظهرت التجارة الإلكترونية كواحدة من أبرز الظواهر التي قلبت موازين الصناعة التقليدية رأساً على عقب. بفضل التطور المذهل في تقنيات الاتصالات وانتشار شبكة الإنترنت، أصبح بإمكان الأفراد والشركات الوصول إلى أسواق جديدة وشراء وبيع المنتجات والخدمات عبر العالم بكبسة زر.

لقد أحدثت التجارة الإلكترونية تحولاً جذرياً في طريقة عمل الشركات وأساليب تسويقها وتوزيعها للمنتجات. فهي سهلت عمليات الشراء والبيع والتبادل التجاري عبر الإنترنت، وأزلت الحدود الجغرافية التي كانت تقيد الشركات في السابق. بفضل التجارة الإلكترونية، أصبح بإمكان الشركات الصغيرة والمتوسطة المنافسة في الأسواق العالمية والوصول إلى شرائح جديدة من العملاء حول العالم.

ولكن التجارة الإلكترونية لم تكن مقتصرة على المعاملات التجارية المحلية فحسب، بل امتدت لتشمل التجارة الدولية أيضاً. فهي ساعدت على تسهيل عمليات التبادل التجاري بين الدول والشركات العالمية، مما عزز التواصل والتعاون الاقتصادي عبر الحدود. وبفضل التجارة الإلكترونية، أصبح من الممكن للشركات تصدير منتجاتها إلى أسواق جديدة والاستفادة من الفرص التجارية العالمية بتكاليف أقل بكثير من التكاليف التقليدية.

ولكي تتجح التجارة الإلكترونية في تحقيق أهدافها، كان لا بد من وجود وسائل دفع إلكترونية آمنة وفعالة. فهذه الوسائل تتيح للمتعاملين إجراء المعاملات المالية بسهولة وأمان عبر الإنترنت، مما يساعد على تسريع عمليات التبادل التجاري وتقليل التكاليف المرتبطة بها. ومع تطور التقنيات الحديثة، ظهرت العديد من وسائل الدفع الإلكترونية المبتكرة مثل البطاقات الائتمانية والخصم المباشر والمحافظ الإلكترونية، والتي جعلت من عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت أمراً سهلاً وآمناً.

في ضوء ما سبق، تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي:

01 - إشكالية الدراسة:

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي:

- كيف تساهم التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وتعزيز عمليات التجارة الدولية وتوسيع نطاق الأسواق؟

02 - التساؤلات الفرعية:

بالإضافة إلى الإشكالية الرئيسية، يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

☒ ما هي الآليات الرئيسية التي تستخدمها التجارة الإلكترونية لتسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق؟



- ✘ كيف تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز أمن وسرعة المعاملات التجارية عبر الإنترنت، وبالتالي إنجاز عمليات التجارة الإلكترونية؟
- ✘ ما هي التكاليف الرئيسية التي يمكن توفيرها باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في المعاملات التجارية الدولية، وكيف تسهم هذه الوسائل في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي؟
- هذه التساؤلات الفرعية تساعد على توسيع نطاق الدراسة وتغطية جوانب مختلفة من الإشكالية الرئيسية، مما يعمق فهمنا لدور التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية.
- 03 - فرضيات الدراسة:**

- ✘ **الفرضية الأولى:** تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق
- ✘ **الفرضية الثانية:** لوسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية
- ✘ **الفرضية الثالثة:** تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها .

04 - أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- ✘ تحليل دور التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية.
- ✘ التعرف على أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في عمليات التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية.
- ✘ استكشاف التحديات والفرص التي تواجه التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في سياق التجارة الدولية.

05 - أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها، حيث تتناول دور التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية، وهو موضوع حيوي في ظل التطورات التكنولوجية والتحول الاقتصادي العالمية.

06 - أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار هذا الموضوع لعدة أسباب، منها:

- ✘ الأهمية المتزايدة للتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في العمليات التجارية العالمية.
- ✘ الرغبة في فهم أفضل للدور الذي تلعبه التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية.

✘ الحاجة إلى دراسة متعمقة للتحديات والفرص المرتبطة بهذا الموضوع.

07 - حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

الحدود المكانية: بنك الجزائر الخارجي BEA-

الحدود الزمنية: امتدت هذه الدراسة خلال شهر أفريل وماي من سنة 2024

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة متغيرين أساسيين يتمثل الأول في التجارة الإلكترونية، التجارة الدولية

08 - المنهج وأدوات الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة وتحقيق أهداف الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي

09 - الدراسات السابقة:

لمعالجة إشكالية بحثنا اعتمدنا على الدراسات التالية:

الدراسة: آيت أمبارك سامية، التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات

والاتصال، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 33، 2016.

لـ وفق الإشكالية: في ظل النظام العالمي الجديد القائم على العولمة وتحرير التجارة وتطور

تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كيف يمكن للجزائر التكيف مع هذه المستجدات لتبني التجارة

الإلكترونية؟

إن سعي الجزائر للاندماج في الاقتصاد يمكن القول أنه رغم الوجود الفعلي لهذه الممارسة، القائمة على

التجارة الحرة وتكنولوجيات في الجزائر تبقى استخداماتها محدودة مقارنة بالإعلام والاتصال يفرض عليها

مواكبة التطورات بالدول المتقدمة. فترقية التجارة الإلكترونية في الاقتصادية الحديثة تشكل التجارة

الإلكترونية الجزائر يستوجب جملة من المتطلبات التشريعية إحدى أهم هذه التطورات في هذا السياق

تحاول والمالية والتكنولوجية خاصة منها ما يتعلق هذه الدراسة تحديد واقع وآفاق التجارة الإلكترونية

بالاستخدام الفعال لتكنولوجيا الإعلام والاتصال . في الجزائر، وآفاق تنميتها من خلال دراسة حالة عينة

من المؤسسات الجزائرية.

الدراسة: محجوبي الياس، سويقات زكرياء، مبدأ حرية التجارة الدولية، مذكرة ماستر تخصص قانون

خاص، فرع علاقات دولية خاصة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة،

2018

لـ وفق إشكالية الدراسة التالية: أين يجد مبدأ حرية التجارة الدولية مؤيداته القانونية ضمن

الاتفاقيات الدولية في ظل الفوارق الاقتصادية بين الدول المتقدمة والدول النامية؟



يهدف مبدأ حرية التجارة الدولية إلى تحرير التبادل التجاري بين الدول من خلال انتهاج سياسة انفتاح و سياسة الحرية وتقليص القيود الجمركية، مما يسهل عملية التبادل ولقد سعي المجتمع الدولي إلى تحرير التجارة قدرة المستطاع من خلال إبرام الاتفاقيات ومعاهدات التي كان موضوعها الأساسي تحرير التجارة الدولية من القيود الجمركية، ولقد نظم المشرع مبدأ الحرية في التجارة من خلال دستور 1996، كما أنا تحرير التجارة الدولية يعتمد علي مدي التزام الدولي باتفاقيات الموقعة ، ونذكر منها اتفاقية الجات 1947 التي تعتبر أول اتفاقية أخذت علي عاتقها تحرير التجارة الدولية وصولاً إلى منظمة التجارة العالمية.

الدراسة: مناصري يحي، مكيد علي، دراسة تحليلية لواقع التجارة الخارجية الجزائرية في ظل التوجهات الحديثة للتجارة الدولية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السادس، العدد 1، أبريل 2020.

❖ وفق الإشكالية التالية : ما هو واقع التجارة الخارجية الجزائرية وما مدى كفاءتها في ظل التوجهات الحديثة للتجارة الدولية؟

استهدفت الدراسة تحليل التجارة الخارجية الجزائرية في ظل التحولات الراهنة والتوجهات الحديثة للتجارة الدولية، معتمدين في ذلك على بعض مؤشرات كفاءة التجارة الخارجية منها: مؤشر درجة الانكشاف للتجارة الخارجية، ومؤشر المشاركة في التجارة الدولية، ومؤشر نصيب الفرد من التجارة الخارجية وغيرها من المؤشرات إضافة إلى تحليل تطور التجارة الخارجية الجزائرية وهيكلتها السلعية والجغرافية. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها هو ضعف كفاءة التجارة الخارجية الجزائرية وعدم تأثرها بالإيجاب بالمزايا التي أتت بها التوجهات الحديثة للتجارة الدولية.

الدراسة: زهية كواش، الميزة التنافسية للسلع البيئية في التجارة الدولية، دراسة حالة السوق العالمي للسلع البيئية (2012/2013).

❖ وفق الإشكالية التالية : إلى أي مدى يمكن للبعد البيئي أن يخلق ميزة تنافسية لدى الدول فيما يتعلق بالتجارة الدولية؟

استهدفت هذه الدراسة إلى معالجة موضوع التجارة والبيئة، وهذا بالتطرق إلى كل ما يتعلق بالتجارة الدولية والبيئة، ومن جهة أخرى بالمزايا التنافسية، ومن ثم توضيح العلاقة القائمة بينهم من خلال حماية البيئة، وذلك بالتجارة في المنتجات البيئية سواء سلعا كانت، أو خدمات لتحقيق ميزة تنافسية من خلال الإهتمام أكثر بالبعد البيئي، ونختتم بحثنا بالدراسة التطبيقية التي تم إجراؤها على السوق العالمي للسلع البيئية، من خلال توضيح أهم أسواق الصادرات والواردات على السلع البيئية من ناحية الحجم، والسرعة في النمو، مع الإشارة إلى عملية تحرير هذا النوع من التجارة مروراً بالدول العربية، والجزائر بصفة خاصة.



بغرض الإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، تم تقسيمها إلى فصلين، الفصل الأول نظري والثاني تطبيقي، حيث تناول الفصل الأول الجانب النظري للتجارة الإلكترونية كمبحث أول تناولنا فيه الإطار الفكري والفلسفي للتجارة الإلكترونية وكمبحث ثاني تناولنا فيه الإطار الفكري والفلسفي للتجارة الدولية. كمبحث ثالث دور التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية

أما الفصل الثاني فتناول الجانب التطبيقي كدراسة حالة بنك الجزائر الخارجي BEA- وكالة مسيلة ووكالة بوسعادة حيث استهل بتعريف بميدان الدراسة كمبحث أول، و الإجراءات المنهجية للدراسة كمبحث ثاني، ومن ثم تطرق إلى عرض وتحليل بيانات الاستبيان واختبار الفرضيات ومناقشة نتائجها كمبحث ثالث، وفي الأخير توصلنا إلى خاتمة فقد تم عرض نتائج الدراسة، والخروج بمجموعة من الاقتراحات.

الفصل الاول

الإطار النظري للدراسة



تمهيد:

تُعد التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية من المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي والتنمية في العصر الحديث. فقد أحدثت التجارة الإلكترونية ثورة في طريقة إجراء المعاملات التجارية، حيث فتحت آفاقاً جديدة للشركات والأفراد للوصول إلى أسواق عالمية واسعة. أما التجارة الدولية، فهي محرك أساسي للازدهار الاقتصادي، إذ تتيح للدول الاستفادة من مزاياها النسبية والحصول على السلع والخدمات التي لا تستطيع إنتاجها بكفاءة.

في هذا السياق، يكتسب الفصل الأول من هذه الدراسة أهمية كبيرة، حيث يهدف إلى تقديم الإطار النظري لمتغيري التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية، وفهم العلاقة المتبادلة بينهما. فالفصل يبدأ بتقديم مدخل تعريفي شامل للتجارة الإلكترونية، متناولاً تطورها التاريخي، وتعريفها، وخصائصها، وأهميتها، وأهدافها، وفوائدها، وآلية عملها، وأنواعها المختلفة.

بعد ذلك، ينتقل الفصل إلى مناقشة وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية، مع تعريف وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها، وأهميتها، وأنواعها التقليدية والحديثة، إضافةً إلى مزاياها وعيوبها ومخاطرها. كما يتناول الفصل عناصر التجارة الإلكترونية ومتطلباتها، ومقوماتها، والمشاكل التي تواجهها. بعد ذلك، يقدم الفصل الإطار النظري للتجارة الدولية، حيث يتناول ماهيتها، وأهميتها، وأهدافها، وأسباب قيامها، والعوامل المؤثرة فيها. كما يغطي نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها، ويناقش سياسات التجارة الدولية، بما في ذلك تعريفها وأهدافها، وأنواعها، وأدواتها السعرية والكمية والتنظيمية. في نهاية الفصل، يتم التركيز على دور التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية، ودور وسائل الدفع الإلكترونية في كل من التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية. من خلال هذا الإطار النظري الشامل، تهدف الدراسة إلى توفير فهم عميق لمتغيري التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية، وتحليل العلاقة المتبادلة بينهما، مما سيساعد في تقديم توصيات مفيدة للجهات المعنية.

☒ المبحث الأول: الإطار الفكري والفلسفي للتجارة الإلكترونية

☒ المبحث الثاني: الإطار الفكري والفلسفي للتجارة الدولية.

☒ المبحث الثالث: دور التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية



المبحث الأول: الاطار الفكري والفلسفي للتجارة الإلكترونية

في عصرنا الحالي، شهدنا تطوراً متسارعاً في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى ظهور نمط جديد من التجارة، ألا وهو التجارة الإلكترونية. هذا النمط الحديث من التجارة قلب موازين الأعمال التجارية التقليدية، وغيّر من طرق التعامل والمعاملات بشكل جذري.

لفهم التجارة الإلكترونية بشكل أعمق، يجب علينا دراسة الإطار الفكري والفلسفي الذي تقوم عليه. في هذا المبحث، سنتناول مفهوم التجارة الإلكترونية، تطورها التاريخي، خصائصها، أهدافها وفوائدها، وأنواعها المختلفة. كما سنركز على وسائل الدفع الإلكترونية، حيث نستعرض تعريفها، خصائصها، أهميتها، وأنواعها التقليدية والحديثة. بالإضافة إلى ذلك، سنغطي العناصر الأساسية للتجارة الإلكترونية، ومتطلبات تطبيقها، ومقوماتها الرئيسية.

من خلال هذا المبحث، سنكون قادرين على إلقاء الضوء على الجوانب الفكرية والفلسفية التي تحكم عالم التجارة الإلكترونية، والتي ستمهد الطريق لفهم أعمق لتأثيرها على التجارة الدولية والقطاع المصرفي في المباحث اللاحقة.

المطلب الأول: مدخل تعريفي للتجارة الإلكترونية

في هذا المطلب، سنقدم مدخلاً تعريفاً شاملاً للتجارة الإلكترونية، حيث سيكون الفرع الأول الفرع الأول متعلقاً بتعريف التجارة الإلكترونية وجذورها التاريخية وخصائصها الأساسية، بينما سيركز الفرع الثاني على أهمية التجارة الإلكترونية وأهدافها وفوائدها المختلفة. أما الفرع الثالث، فسيتناول آلية عمل التجارة الإلكترونية من خلال شرح خطوات الشراء عبر الإنترنت وتصنيف أنواعها المختلفة. هذا المدخل التعريفي سيوفر الأساس اللازم لفهم أعمق للتجارة الإلكترونية وتأثيراتها في المباحث اللاحقة.

الفرع الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

قبل الخوض في تفاصيل التجارة الإلكترونية وتأثيراتها، من الضروري فهم ماهيتها وجذورها التاريخية. في هذا الفرع، سنتناول نشأة التجارة الإلكترونية وتطورها عبر الزمن، بالإضافة إلى تعريفها وفقاً لمختلف المنظورات. كما سنستعرض الخصائص الرئيسية التي تميز التجارة الإلكترونية عن غيرها من أنواع التجارة التقليدية. هذا الفهم الأساسي لماهية التجارة الإلكترونية سيوفر الأرضية الصلبة للتعلم في دراسة أبعادها المختلفة لاحقاً.



أولاً: التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية

قبل أن تصبح التجارة الإلكترونية الظاهرة الاقتصادية العملاقة التي نعرفها اليوم، كانت فكرة بسيطة تطورت عبر السنين. فلنلق نظرة على رحلتها التاريخية الشيقة.

حدثت ثورة عارمة في مجال الأعمال نتيجة للتطورات السريعة والمتلاحقة التي فرضتها العولمة الاقتصادية ومواكبتها من ظهور الأنترنت وانتشار الشركات العابرة للقارات، وزيادة معدلات انتقال رؤوس الأموال بين الدول، والاستثمارات الأجنبية المباشرة التي بلغت 712 مليار دولار أمريكي عام 2005، وقد نتج عن ذلك ظهور نماذج وتطبيقات الأعمال الإلكترونية E-Business التي تربط جميع عمليات المنظمة إلكترونياً حتى تستطيع تلبية احتياجات العملاء في الوقت المناسب وبالجودة والسعر المناسبين. وقد فرضت تلك التطورات التكنولوجية وطبيعة المنافسة الشرسة على منظمات الأعمال ضرورة إدخال ودمج العمليات الإلكترونية "E" في جميع أعمالها حتى تستطيع مجارات تلك التطورات والتغيرات مع ضرورة تبنيها لمنهج نظام الإدارة المفتوح "OpenSystemApproch" في جميع وظائفها، حيث تتأثر كل وظيفة بالمنظمة وتتجاوب مع تلك التغيرات والمؤثرات الداخلية والخارجية.

ويعتبر ظهور الأنترنت أهم حدث تكنولوجي أثر على عالم الاقتصاد خلال العشر سنوات الأخيرة وهو ما يجعلنا نفكر في مدى تأثيره ودوره على التاريخ البشري وهل يمكن مقارنته بما أحدثته اختراعات مثل آلة البخار أو السيارة أو الطائرة البشرية.

ومن أكثر التطورات التي أحدثت أثر في تسويق الطائرات ذات المحرك النفاث والتي نقلت الناس بسرعة مضاعفة مما أثر على تغير التسويق لأن الإنسان أصبح من الممكن أن ينتقل لأي مكان في أي وقت، ومن ثم يحتاج لإشباع حاجاته ورغباته وهو ما يسعى التسويق لتحقيقه. والتطور الثاني المؤثر أيضاً هو ظهور الأقمار الصناعية، وانتشار القنوات الفضائية التي أصبحت شيء هام ومقبول في حياتنا في أقل من 12 سنة، مما أدى إلى وجود منافسة متزايدة، والأنترنت والويب هي من وسائل الاتصال تتبع نفس مسار وسائل الاتصال السابقة، لكن تأثيرها مختلف وسريع ومقبول أكثر من هذه الوسائل.

وفي عام 1990 قدم الإنجليزي "TimBernersLee" ما يسمى الويب الافتراضي وهو ما أظهر ما يطلق عليه التسويق الافتراضي، مما أوجد الحاجة لتنسيق الجهود في هذا المجال فظهرت التجارة الإلكترونية وأخذت تجارة التجزئة شكلاً جديداً من المتوقع أن يعيد تشكيل عادات المستهلكين كما حدث في الستينات مع ظهور أشكال جديدة لتجارة التجزئة أن ذاك في المراكز التجارية ومناجر السلسلة، فلقد تغيرت تماماً طريقة إيجاد البائعين لمشتريين والعكس.¹

¹: محمد الصيرفي، التجارة الإلكترونية، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2005، ص ص 149-152



مما سبق، نستخلص أن التطورات التكنولوجية السريعة، خصوصاً مع ظهور الإنترنت وانتشار الشركات العابرة للقارات، أدت إلى ثورة في مجال الأعمال. شهد العالم زيادة في الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ما دفع المنظمات إلى تبني الأعمال الإلكترونية " E-Business " لربط عملياتها وتحسين خدماتها. وقد أثر الإنترنت بشكل كبير على الاقتصاد، مشابهاً لاختراعات مثل الطائرة والسيارة. من التطورات المهمة أيضاً، تسويق الطائرات ذات المحرك النفاث وظهور الأقمار الصناعية، مما غير وسائل الاتصال والتسويق بشكل جذري. في عام 1990، قدم "TimBernersLee" الويب الافتراضي، ما أدى إلى ظهور التجارة الإلكترونية وتغيير عادات المستهلكين في تجارة التجزئة.

وللتعرف على بداية ظهور التجارة الإلكترونية مع شبكة حيث تم تقسيم ذلك على أربعة مراحل هي:¹

المرحلة الأولى: في عام 1956م أنشئت الولايات المتحدة الأمريكية وكالة سميت المتقدمة لمساعدة الجيش الأمريكي في الحصول على ميزة تنافسية وعمل تطوير لأنشطة العلوم والتكنولوجيا وفي عام 1960م طورت وكالة الدفاع هذه الوكالة من خلال ربط الكمبيوتر ببعضها وزيادة عملية السرية ولقد تمكن العالمان (منتون كرفت، روبرت كان) في محاولة الربط بين جهازين عن طريق خط تلفون ولقد تبنت وزارة الدفاع الأمريكي هذا المشروع وعدلت الاسم بالأريانت وكان الهدف الرئيسي من هذا المشروع ربط مراكز الأبحاث والحاسبات العملاقة بالأجهزة المتصلة ولقد أخذ في الاعتبار أثناء بناء هذه الشبكة الآتي:

عدم حدوث مشاكل عند وقوع مشكلة بأحد النقاط الواقعة على الشبكة؛

إمكانية امتداد الشبكة وإضافة أجهزة إليها دون قيود؛

تطور أسلوب جديد للربط بين عناصر الشبكة وهو ما عرف بعد ذلك بـ TCP/IP.

المرحلة الثانية: في عام 1972م كانت الأريانت وسيلة اتصال بين 40 جهاز كمبيوتر متفرقة جغرافياً في الولايات المتحدة وظهر ما يسمى بالبريد الإلكتروني E-mail ومن خلاله يمكن إرسال واستقبال الرسائل.

وفي عام 1973م أصبحت إنجلترا متصلة بهذه الشبكة (الأريانت) ولكي تتم عملية الاتصال بكفاءة طورت عملية الإرسال والاستقبال لكي تتم بطريقة مثلى هذه الطريقة سميت بالبروتوكول والذي اعتبر تطوير مبدأ مستخدم حتى الآن.

وفي عام 1980م قامت منظمة القياس العالمية بتطوير شامل لأساليب الربط بين معظم الشبكات في العالم لتستخدم البروتوكول الذي تم تطويره وبلغ وقته عدد الأجهزة المضيفة (Host) داخل الشبكة الأريانت 213 جهاز وبذلك أصبحت هذه الشبكة هي العصب الرئيسي لمعظم الشبكات التي ظهرت في ذلك الحين.

¹ محمد الفاتح محمود المغربي، التجارة الإلكترونية، E-COMMERCE دار الجنان للنشر والتوزيع، 2016، الصفحات 20-21-22



المرحلة الثالثة: في عام 1989م تم إنشاء النسيج العالمي والمعروف باسم WorldWideWeb وتختصر WWW وهي من أشهر الوسائل الموجودة حاليا على شبكة التجارة الالكترونية وهي تحتوي حتى الآن على ما يقارب من خمسة عشر مليون صفحة معلومات في المجالات المختلفة. وفي عام 1990م توقعت شبكة الأريانت وأصبحت شبكة التجارة الالكترونية فقط للأغراض المدنية وخلت من مضمونها العسكرية الذي أنشئت من أجله ونمت نموها هائلا وزادت أهميتها أكثر في الأعمال التجارية الإلكترونية صارت ظاهرة عالمية وذات سعر منخفض وفاعلية كبيرة خاصة في المعاملات الخارجية.

وفي عام 1994م زاد استخدام الأعمال للويب وعمليات البطاقات الائتمانية CreditCard أصبحت هامة وتزايدت من خلال الإعلانات التلفزيونية لصنع مواقع على التجارة الالكترونية. وفي عام 1995م زادت تعقيدات السوفت وير وتم تطويرها مثل (نيت سكيب، وانترنت اكسبلور من شركة مايكروسوفت) وهي تسمح باستخدام أكثر تقدما للإنترنت لتصبح طريقة للوصول للمعلومات أكثر إتاحة وأكثر سرعة من خلال برنامج ويندوز 95 مما جعل 50 مليون كمبيوتر مستخدم أصبح متصل بالتجارة الإلكترونية والويب العالمية مصدرا هاما ومتعة للأشخاص والأعمال.

المرحلة الرابعة: عام 1997م تضاعف حجم الشبكة 50 مرقوقام مستخدمو الشبكة بعمل ما يقارب من تسع ملايين معلومات موقع HomePage تعلن عن المؤسسات والبنوك ودور النشر مستخدمين فيها الصوت والصورة والفيديو ويقدر عدد مستخدمي الشبكة عام 1997م بنحو 60 مليون شخص وفي عام 1998م قفز العالم بشبكات المعلومات قفزة عالية نحو المستقبل جاءت أسرع من المتوقع إذا أعلن رسميا بدء التشغيل الأولي لشبكة المعلومات الجديدة التي قامت ببنائها مجموعة من الجامعات والمؤسسات الأمريكية الكبرى العاملة في مجال المعلومات وقد سميت بإنترنت.

بدأ بالفعل استخدام شبكة الإنترنت في الأغراض التجارية عام 1998م ومنذ ذلك الحين والتجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت في ازدهار وتزايد مستمر نتيجة للتطورات الهائلة التي تشهدها يوما بعد يوم في وسائل وشبكات الاتصالات وشبكة المعلومات وصناعة البرمجيات الخاصة بالتأمين والدفع الإلكتروني... الخ. وكذلك مع تزايد عدد مستخدمي شبكة الإنترنت حيث وصل عددهم في نهاية 1998م حوالي 151 مليون مستخدم وذلك العدد زاد بزيادة قدرها 50% حتى وصل في نهاية عام 1999 إلى حوالي 226 مليون مستخدم إلى أن وصل إلى 349 مليون مستخدم في عام 2000م، ومازالت الزيادة مستمرة حيث يتضاعف عدد مستخدمي الإنترنت كل مائة يوما.¹

¹ محمد الفاتح محمود المغربي، المرجع السابق ص: 21-22



مما سبق، نستخلص يمكننا تلخيص المراحل تطور التجارة الإلكترونية كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (I-01): يبين ملخص تطور التجارة الإلكترونية عبر المراحل الزمنية

المرحلة	الفترة	الأحداث الرئيسية
المرحلة الأولى	1956-1980م	1956م: تأسيس وكالة سميث المتقدمة.
		1960م: تطور وكالة الدفاع وربط الكمبيوترات وزيادة السرعة، تطوير TCP/IP.
		محاولة الربط بين جهازين بواسطة منتون كرفت وروبرت كان، تبني وزارة الدفاع الأمريكي للمشروع وتعديل الاسم إلى الأريانت
المرحلة الثانية	1972-1980م	1972م: الأريانت وسيلة اتصال بين 40 جهاز كمبيوتر، ظهور البريد الإلكتروني.
		1973م: انضمام إنجلترا للأريانت، تطوير عملية البروتوكول لزيادة كفاءة الاتصال
		1980م: تطوير منظمة القياس العالمية لأساليب الربط بين الشبكات باستخدام البروتوكول، وصول عدداً أجهزة المضيئة إلى 213 جهاز، أصبحت الأريانت العصب الرئيسي لمعظم الشبكات.
المرحلة الثالثة	1989-1995م	1989م: إنشاء النسيج العالمي (WWW).
		1990م: تحويل الأريانت للاستخدام المدني فقط، نمو التجارة الإلكترونية.
		1994م: زيادة استخدام الويب للأعمال، انتشار عمليات الدفع بالبطاقات الائتمانية.
		1995م: تطوير برمجيات مثل نيت سكيب وإنترنت إكسبلورر، زيادة إتاحة الوصول للمعلومات، 50 مليون كمبيوتر متصل بالتجارة الإلكترونية.
المرحلة الرابعة	1997-2000م	1997م: تضاعف حجم الشبكة، 9 ملايين موقع Home Page، 60 مليون مستخدم للإنترنت
		1998م: بدء الاستخدام التجاري للإنترنت، ازدهار التجارة الإلكترونية
		1999م: زيادة عدد مستخدمي الإنترنت إلى 226 مليون، استمرار الزيادة السريعة في عدد المستخدمين، 349 مليون مستخدم بحلول 2000م، تضاعف عدد المستخدمين كل مائة يوم تقريباً.

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على المرجع : محمد الفاتح محمود المغربي، التجارة الإلكترونية ، E-COMMERCE دار الجنان للنشر والتوزيع، 2016، الصفحات 20-22 (بتصرف).

ثانياً: تعريف التجارة الإلكترونية

على الرغم من شيوع استخدام مصطلح "التجارة الإلكترونية"، إلا أن تعريفه الدقيق قد يختلف

باختلاف المنظورات. فهل يمكننا أن نضع تعريفاً شاملاً لهذه الظاهرة المعقدة؟

تعرف التجارة الإلكترونية على أنها: "عبارة عن بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات من خلال

استخدام شبكة الإنترنت حيث يلتقي البائعون والمشترون والسماسة عبر هذا العالم الرقمي من خلال

المواقع المختلفة من أجل عرض السلع والخدمات والتعريف عليها والتواصل والتفاوض والاتفاق على

تفاصيل عمليات البيع والشراء".¹

¹ عبد القادر دراويش، فضل عيدة، ماجد ملحم، أثر جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في قطاع الألبسة في محافظة الخليل، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، المجلد 11، العدد 01، 2022، ص165.



في حين عرف المشرع الجزائري التجارة الالكترونية في المادة 1/6 من قانون 05/18 التي تنص على أن: "التجارة الالكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد المستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية".¹

تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بأنها: "جميع أشكال المعاملات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات والمعلومات التجارية الكترونياً، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة".²

في حين هناك من يعرفها على أنها: "هي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الإنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي، الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية، حيث يتوقع لها البعض أن يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر الشامل، حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم ليتفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات إن أراد".³

من خلال التعاريف السابقة ، يمكن تعريف موحد لمصطلح التجارة الالكترونية

على أنها: "نشاط تجاري يتم عبر الإنترنت، يشمل بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات. يتم التفاعل بين البائعين والمشتريين عبر المواقع الإلكترونية من خلال عمليات عرض السلع والخدمات، التفاوض، والتوصل إلى اتفاقات حول تفاصيل عمليات البيع والشراء. يشمل هذا النشاط استخدام تكنولوجيا متقدمة للتبادل الإلكتروني للبيانات، مما يتيح إجراء المعاملات التجارية بشكل إلكتروني وسريع، متجاوزاً الحدود الجغرافية ومعتمداً على ركائز إلكترونية بدلاً من الوسائل التقليدية الورقية". وتتميز التجارة الإلكترونية بالآتي:

☞ تتجاوز الحدود الجغرافية وتسمح بالتعامل عالمياً.

☞ تتم المعاملات إلكترونياً دون الحاجة للوثائق الورقية التقليدية.

¹ قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر بتاريخ 30 شعبان عام 1439 الموافق ل 16 ماي 2018.

² أبو القاسم أحمد تهناني، المشاكل المحاسبية في بيئة التجارة الالكترونية، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، المجلد 3، العدد 1، ص 188.

³ محمد الفاتح محمود المغربي، مرجع سبق ذكره، ص 13.



- ✍ توفر سهولة الوصول للعروض والمنتجات من جميع أنحاء العالم.
- ✍ تسهل عملية المقارنة بين المنتجات والخدمات المختلفة.
- ✍ تسمح بتخصيص المنتجات والخدمات حسب رغبات المستهلكين.
- ✍ تحقق وفورات في الوقت والتكاليف للأطراف المتعاملة.

لذلك، فإن التجارة الإلكترونية تمثل تحولاً جذرياً في طريقة إجراء المعاملات التجارية، وتفتح آفاقاً جديدة للتجارة الخارجية.

ثالثاً: خصائص التجارة الإلكترونية

ما الذي يميز التجارة الإلكترونية عن غيرها من أنواع التجارة التقليدية؟ تكمن الإجابة في مجموعة من الخصائص الفريدة التي جعلتها تحظى بهذا القدر من الاهتمام والانتشار. تتميز التجارة الإلكترونية بعدة خصائص سنتطرق لأهمها¹:

- التلاقي بين طرفي التجارة يكون عن بعد بحيث ينعدم التلاقي المباشر ويتم عن طريق شبكة الانترنت؛
- الاعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات دون أي وثائق ورقية؛
- نجد التجارة الإلكترونية عائقاً أمام تطورها يتمثل في الإثبات القانوني وآثاره؛
- إجراء العديد من المعاملات بين عدد كبير من المشتركين في آن واحد وعلى موقع واحد، مما يسهم في توفير الجهد والوقت والمال؛
- يتم التعامل بين الطرفين في التجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات وما يميز هذه الطريقة هو وجود درجة عالية من التفاعل من غير ضرورة وجود الطرفين في نفس الوقت على الشبكة؛
- إمكانية بيع وشراء السلع الغير مادية من خلال شبكة الاتصالات كالتقارير والأبحاث والصور، وبهذا تكون للتجارة الإلكترونية فاعلية أكثر على عكس الوسائل التقليدية المستخدمة في البيع والشراء.

¹بولحية شهيرة، لحكل شهرزاد، أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس، بريكة، العدد 3، جوان 2019، ص 106.



- هناك مجموعة من الخصائص الرئيسية المميزة للتعاملات التجارية الإلكترونية عن التعاملات التجارية التقليدية، ومن بين هذه الخصائص ما يلي:¹

- عدم وجود المستندات والوثائق الورقية: حيث لا ترتبط المعاملة الإلكترونية بوجود أي وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملة، مما يشكل صعوبة في إثبات العقود والتعاملات، وبالتالي تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما الأمر الذي يؤدي إلى فتح المجال أمام قضية أدلة الإثبات القانوني، مما يشكل عائقا أمام نمو التجارة الإلكترونية.
- عالمية المبيعات: يعبر عن ذلك بإشكالية إلغاء قيود الزمان والمكان، حيث تزايد في الآونة الأخيرة ظهور الشبكات التي تمارس أنشطتها التجارية عبر العالم وأصبحت تمثل تحديا وعبئا على الاقتصاديات الوطنية، ومع تزايد التجارة الإلكترونية بدأ ظهور الشركات الصغيرة الحجم والتي تستطيع باستخدام شبكة الإنترنت ان تمارس أنشطتها عبر العالم، وهذا يؤدي إلى تقاوم التعارض بين المصالح الاقتصادية القومية ومصالح هذه الشركات وانفتاح الباب على مصراعيه لمشاكل الولاية القانونية واختلاف النظم الضريبية وسبل الإثبات.
- الانفصال المكاني: تتيح شبكة الإنترنت للمؤسسات القدرة على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أي موقع جغرافي في العالم، ذلك أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد في أي مكان دون أن يؤثر ذلك على الأداء، إن العرف قد جرى على وجود أكثر من مقر للشركة الواحدة في أكثر بلد لتحقيق سهولة وسرعة الاتصال وتوزيع العملاء وفقا لمواقعهم الجغرافية.
- صعوبة أو عدم إمكانية تحديد الهوية: لا يرى في العادة طرفي التعامل التجاري الإلكتروني كل منهما الآخر، وقد لا يعرفان كافة المعلومات الأساسية عن بعضهما البعض كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية، ونتيجة لذلك، قد يجد البائعون عبر الانترنت صعوبة في استكمال الملفات الضريبية التي قد تفيد السلطات التشريعية للالتزام بها، وقد يستغل هؤلاء البائعون ذلك للتهرب من الضريبة بعدك تسجيل هذه التعاملات في الدفاتر المحاسبية.
- المنتجات الرقمية: أتاحت شبكة الانترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونيا، مثل برامج الحاسب الآلي، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب والأبحاث والتقارير الإلكترونية، إلى جانب بعض الخدمات مثلا الاستشارات. يحدث ذلك تحديا أمام السلطات، حيث لا يوجد حتى الآن آليات منفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للضريبة.

¹ العمري هاشمي، صالح بزة، التجارة الإلكترونية في الجزائر واقعها وتحدياتها الضريبية، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 08، العدد 02،



- سرعة تغير القواعد الحاكمة: رغم أنه لم يتم بعد وضع صياغة نهائية للقواعد الخاصة بالنظام الضريبي للتعاملات التجارية الإلكترونية، إلا أن التشريعات الحاكمة لها والمحاولات المتعلقة بها تتغير بمعدلات متسارعة، ومن ثم فإنه لا بد من صياغة إطار تشريعي يتسم بالمرونة وقابل للتعديل حتى يواكب منجزات التقدم التكنولوجي.

مما سبق، نستخلص يمكننا تلخيص العناصر المميزة للتعاملات التجارية الإلكترونية عن التعاملات التجارية التقليدية كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (I-02): يبين العناصر المميزة للتعاملات التجارية الإلكترونية عن التعاملات التجارية التقليدية

الخاصية	الشرح
☒ عدم وجود المستندات الورقية	☒ غياب الوثائق الورقية المتبادلة، مما يصعب إثبات العقود والتعاملات. ☒ الاعتماد على الرسائل الإلكترونية كسند قانوني وحيد. ☒ صعوبة إثبات الأدلة القانونية، مما يعيق نمو التجارة الإلكترونية.
☒ عالمية المبيعات	☒ إلغاء قيود الزمان والمكان، مما يمثل تحديًا للاقتصاديات الوطنية. ☒ ظهور شركات صغيرة تمارس أنشطتها عالميًا عبر الإنترنت ☒ . تعارض المصالح الاقتصادية القومية مع مصالح الشركات. ☒ مشاكل في الولاية القانونية، اختلاف النظم الضريبية، وصعوبة الإثبات.
☒ الانفصال المكاني	☒ إمكانية إدارة التعاملات التجارية من أي موقع جغرافي. ☒ عدم تأثير موقع مقر المعلومات على أداء الشركة. ☒ اتجاه الشركات لامتلاك مقرات متعددة لتسهيل الاتصال وتوزيع العملاء.
☒ صعوبة تحديد الهوية	☒ عدم وجود رؤية مباشرة بين طرفي التعامل. ☒ نقص المعلومات الأساسية عن كل طرف. ☒ صعوبة استكمال الملفات الضريبية من قبل البائعين. ☒ إمكانية التهرب الضريبي بسبب عدم تسجيل التعاملات.
☒ المنتجات /الخدمات الرقمية	☒ إمكانية تسليم المنتجات إلكترونياً (برامج، موسيقى، أفلام، كتب، خدمات استشارية). ☒ تحديات أمام السلطات في إخضاع هذه المنتجات للضريبة. ☒ غياب آليات متفق عليها لفرض الضرائب على المنتجات الرقمية.
☒ سرعة تغير القواعد الحاكمة	☒ غياب صياغة نهائية لقواعد النظام الضريبي للتجارة الإلكترونية. ☒ تغيرات متسارعة في التشريعات. ☒ ضرورة صياغة إطار تشريعي مرن وقابل للتعديل لمواكبة التقدم التكنولوجي

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على المرجع : العمري هاشمي، صالح بزة، التجارة الإلكترونية في الجزائر واقعها وتحدياتها الضريبية، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 08، العدد 02، 21 ديسمبر 2021، ص ص377-378.(بتصرف).



الفرع الثاني: أهمية، أهداف، فوائد التجارة الإلكترونية

بعد استعراض ماهية التجارة الإلكترونية في الفرع السابق، يأتي دور التعرف على أهميتها البالغة وأهدافها الرئيسية والفوائد الجمة التي تحققها. فالتجارة الإلكترونية لم تعد مجرد خيار، بل أصبحت ضرورة حتمية في عالم الأعمال الحديث، حيث غيرت معايير ممارسة الأنشطة التجارية. في هذا الفرع، سنكشف عن الأبعاد المختلفة لأهمية التجارة الإلكترونية، والأهداف الاستراتيجية التي تسعى لتحقيقها، إلى جانب الفوائد العديدة التي تجنيها مختلف الأطراف المعنية من ورائها.

فهم أهداف وأهمية وفوائد التجارة الإلكترونية سيوفر لنا رؤية شاملة حول الدوافع وراء انتشارها المتزايد، وكيف أصبحت قوة محركة للتغيير في طريقة إجراء الأعمال التجارية على المستويين المحلي والعالمية.

أولاً: أهداف التجارة الإلكترونية

منذ ظهورها، سعت التجارة الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تعكس طموحها في إحداث ثورة حقيقية في عالم الأعمال التجارية. فما هي إذن هذه الأهداف؟
تساهم التجارة الإلكترونية في تحقيق مجموعة من الأهداف نذكر أهمها:¹

- **تسيير المعاملات التجارية:** تسمح التجارة الإلكترونية بإنجاز جزء كبير من العمليات التجارية المختلفة بين البائع والمشتري، حيث تسمح باختزال الزمن والمسافة مما يقلص الآثار السلبية للزمن والمسافة على الاقتصاد، كما تشمل التجارة الإلكترونية على المعاملات المادية والغير مادية في نفس الوقت، مما يسمح بتقليص التكاليف.
- **الفعالية التجارية:** من أهم أهداف التجارة الإلكترونية الوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع، حيث أن اعتماد تكنولوجيات الإعلام والاتصال في إطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي، كما يمكن للمؤسسات أن تنتج المعلومات حول معاملاتها والاحتفاظ بها بطرق آلية مما يسمح لها بالمعالجة والتوزيع بصفة سريعة، كما يمكن أن تستعمل هذه المعلومات في تقييم السوق ومعرفة مسارها وهذا ما يمكن أن يساعدها فيما بعد في التخطيط والتحسين.
- **تطوير أسواق جديدة:** تهدف التجارة الإلكترونية لتطوير أسواق جديدة من خلال استخدام العلاقات التجارية الإلكترونية وإدخالها في استراتيجياتها، كالقيام بالسيطرة على السوق وإنشاء أسواق جديدة.

¹بولحية شهيرة، لحكل شهرزاد، مرجع سبق ذكره، ص 108



- تحقيق فائدة للمستهلك: وذلك من خلال ما يلي:

- تحرير التجارة من تكلفة الموقع المادي وتسمح للمستهلك بعالمية الاختيار، كما تحسن المنافسة مما يؤدي لجودة الخدمات المقدمة للمستهلك؛
 - يؤدي إلى تصفية الوسطاء فلم تعد الحاجة لتجار الجملة والتجزئة، فمن خلال التفاعل الإلكتروني يمكن للمنتج أن يتصل مباشرة بالمستهلك مما يؤدي إلى انخفاض الأسعار نتيجة انخفاض التكاليف؛
 - إنشاء فرص تجارية جديدة وإمكانية ظهور منتجات جديدة وخدمات عن طريق تفاعل المستهلك الإلكتروني المباشر.
- الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية: إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية تسعى لإلغاء الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك يعض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات فإن التجارة الإلكترونية تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى الجولات والمفاوضات.¹

ثانياً: أهمية التجارة الإلكترونية

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة والتحويلات الاقتصادية العميقة، برزت التجارة الإلكترونية كظاهرة بالغة الأهمية، أصبحت محوراً رئيسياً في استراتيجيات الشركات والحكومات على حد سواء. فلماذا اكتسبت هذه الأهمية؟

اكتسبتها لأنها²:

- وسيلة فعالة لعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر دون اللجوء إلى المستندات الورقية.
- وسيلة غير مسبوقة للوصول إلى الأسواق الدولية بأقل النفقات وتخطي حواجز الزمن والمسافات.
- تمكن من ترشيد القرارات التي تتخذها الشركات، عن طريق التنسيق وتبادل المعارف والخبرات.
- تمكن الشركات من مواكبة نظم التصنيع الحديثة التي تتم عبر الحواسيب، من تحديد عمليات التشغيل وأساليبها والتحكم ومراقبة موارد التصنيع.

ثالثاً: فوائد التجارة الإلكترونية

¹بولحية شهيرة، لحلل شهرزاد، مرجع سبق ذكره، ص 108

²قسايسية عيسى، التجارة الإلكترونية، أية حماية؟، مجلة دفاتر السياسية والقانونية، المجلد 15، العدد 01، 2023، ص 4.



بفضل خصائصها المميزة وأهدافها الطموحة، حققت التجارة الإلكترونية مجموعة من الفوائد الجوهرية التي غيرت وجه الأعمال التجارية إلى الأبد. فما هي هذه الفوائد التي جعلتها تحظى بهذا الاهتمام الكبير؟

هناك الكثير من الفوائد للتجارة الإلكترونية التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير منها:¹

- **عائدات أكبر:** التجارة الإلكترونية تزيد من العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت والتكلفة والجهد في إجراء الحركات والعمليات اليدوية، والتي تحتاج إلى موظفين أكثر وإدارة وكل هذه تتم في التجارة الإلكترونية بشكل تلقائي عبر الانترنت.
- **سرعة التسوق ومقارنة الأسعار:** إن التجارة الإلكترونية تسهل على كل من الزبون والبائع عملية البحث عن المنتجات ومقارنة الأسعار والبحث عن أفضل المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية بعكس التجارة التقليدية والتي تحتاج إلى عملية شاقة في البحث في الأسواق ومنافسة البائعين وغيرها.
- **العمل الجماعي Teamwork:** التجارة الإلكترونية سهلت وساعدت ونشطت العمل الجماعي وأبسط مثال على ذلك هو مشاركة البيانات عبر الانترنت والذي سهل وضع حلول سريعاً لتبادل المعلومات واتخاذ القرارات بشكل فعال.
- **حرية الاختيار:** توفر التجارة الإلكترونية فرصة لزيادة مختلف أنواع المحلات على الانترنت وتزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، وذلك بدون أي ضغوط من الباعة حيث تكون التجارة الإلكترونية من أرحص الأماكن للتسوق.
- **فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع:** تعود التجارة الإلكترونية بفوائد على المجتمع تتمثل فيما يلي:²
 - تمكن الأفراد من العمل أكثر في المنزل، والقيام بتنقلات أقل، مما يؤدي إلى تقليل الازدحام في الطرق، وبالتالي تقليل تلوث الهواء؛
 - طالما أن هناك إمكانية لأن تباع سلع وخدمات بأسعار أقل فإن ذلك يؤدي إلى أن الأفراد الأقل غنى يمكنهم من الشراء أكثر وبالتالي زيادة مستوى معيشتهم؛
 - تمكن الأفراد في الأقطار الأقل تطوراً والأماكن الريفية من التمتع بالمنتجات والخدمات التي لا يمكن أن تتوفر بهم بأسلوب آخر. ويشمل ذلك الفرص في تعلم المهن والحصول على درجات جامعية أو الحصول على رعاية طبية أفضل؛

¹الطبيبي خضر مصباح، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من المنظور التقني والتجاري والإداري، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 40.

²تنبيلة جعيج، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطورها، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، 2018، ص 281.



- تسهيل تقديم الخدمات العامة بكلف توزيع أقل، وتحسين نوعية الخدمات الاجتماعية، وعمل الشرطة، والرعاية الصحية، والتعليم.

الفرع الثالث: آلية التجارة الإلكترونية

بعد أن تعرفنا في الفرع الأول على ماهية التجارة الإلكترونية من حيث تعريفها وخصائصها المميزة، وناقشنا في الفرع الثاني أهميتها البالغة وأهدافها الاستراتيجية والفوائد الجمّة التي تحققها، آن الأوان لفهم كيفية عملها على أرض الواقع.

فالتجارة الإلكترونية ليست مجرد مفهوم نظري أو فكرة مجردة، بل هي عملية حية وناشطة بالحركة تتضمن خطوات وإجراءات محددة يجب إتباعها لإتمام المعاملات التجارية بنجاح. في هذا الفرع، سنسلط الضوء على آلية التجارة الإلكترونية من الناحية العملية، والتي تعكس الترجمة الفعلية لأهدافها وفوائدها التي سبق وأن تطرقنا إليها.

سننتبع خطوات عملية الشراء عبر الإنترنت، بدءاً من البحث عن المنتجات أو الخدمات، مروراً بإتمام عملية الدفع، وصولاً إلى تسليم البضائع. هذه الخطوات تمثل جوهر التجارة الإلكترونية وتساعدنا على فهم كيفية تفاعل المستهلكين والشركات في هذا النوع من التجارة الذي يختلف عن التجارة التقليدية بخصائصه المميزة.

بالإضافة إلى ذلك، سنتناول أنواع التجارة الإلكترونية المختلفة، حيث سنقدم تصنيفات متعددة لها بناءً على معايير مختلفة، مما سيساعدنا على إدراك نطاق التجارة الإلكترونية وتنوعها الكبير الذي يعكس أهميتها المتزايدة في عالم الأعمال.

من خلال هذا الفرع، سنكتسب فهماً عملياً لكيفية عمل التجارة الإلكترونية وآلياتها المختلفة، مما سيعزز استيعابنا لهذه الظاهرة المتنامية وتأثيراتها على مختلف القطاعات، وهو ما سيمهد الطريق لدراسة تأثيرها على التجارة الدولية والقطاع المصرفي في المباحث اللاحقة.

أولاً : خطوات التجارة الإلكترونية (الشراء عبر الأنترنت)



لقد تساءلت يوماً، - كيف تتم عملية الشراء عبر الإنترنت؟ قد تبدو بسيطة للوهلة الأولى، لكنها في الحقيقة تتضمن سلسلة من الخطوات المترابطة التي تحتاج إلى فهم دقيق. فلنكشف النقاب عن هذه العملية الشيقة خطوة بخطوة! تمر التجارة الإلكترونية وفقاً للمفاهيم السابقة بثلاث خطوات:¹

1- الخطوة الأولى: العرض (الوعد)

يقوم المنتج أو البائع (العارض) في هذه المرحلة بعرض السلعة أو الخدمة التي يود بيعها مستخدماً أي من الوسائل الإلكترونية المتنوعة للعرض، وذلك بعد أن يحدد الأوضاع السائدة في السوق وفق دراسات الجدوى، وقد تكون هذه الوسائل استخدام شاشات عرض كبيرة أو كتالوج رقمي أو موقع خاص... الخ.

وتصحب عملية العرض -على النحو السابق- توظيف الوسائل الإلكترونية للإعلان عن السلعة والترويج لها بطريقة سهلة وواضحة يستطيع المستهلكين تفهمها بهدف إقناعهم بالسلعة أو الخدمة وحثهم على شرائها، وعادة تشمل مرحلة العرض تعريف المستهلكين بكيفية الحصول على المنتج وكيفية استلامه وسداد قيمته التبتكون عادة باستخدام الوسائل الإلكترونية.

2- الخطوة الثانية: القبول

إذا اقتنع الطرف الآخر قد يقرر قبول العرض أي يتلقى العرض من قبل العارض بالقبول من قبل المشتري وينعقد العقد، ويقوم القابل في هذه المرحلة بطلب المزيد من المعلومات والبيانات على السلعة أي كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها، ونحو ذلك باستخدام وسائل إلكترونية أيضاً.

ويستطيع أن يعبر المشتري عن ذلك مستخدماً ذات الوسائل بعد التأكد أنها مؤمنة بوسائل متطورة تحافظ على سلامة وصحة البيانات من جهة، وعلى السرية والمصادقية من جهة ثانية، وهنا يتم عادة استخدام الوسائل المتعلقة بالتحقق من الطرف الآخر من جهة ثالثة، ومن أن المعلومات والبيانات التي يتضمنها العقد ستصله دون اعتراض أو دون الإخلال بها أو دون القرصنة عليها من جهة رابعة.

3- الخطوة الثالثة مرحلة التنفيذ : في هذه المرحلة يتم التسليم الفعلي للسلع والخدمات المتفق عليها، ويختلف التسليم بحسب نوع البضاعة:

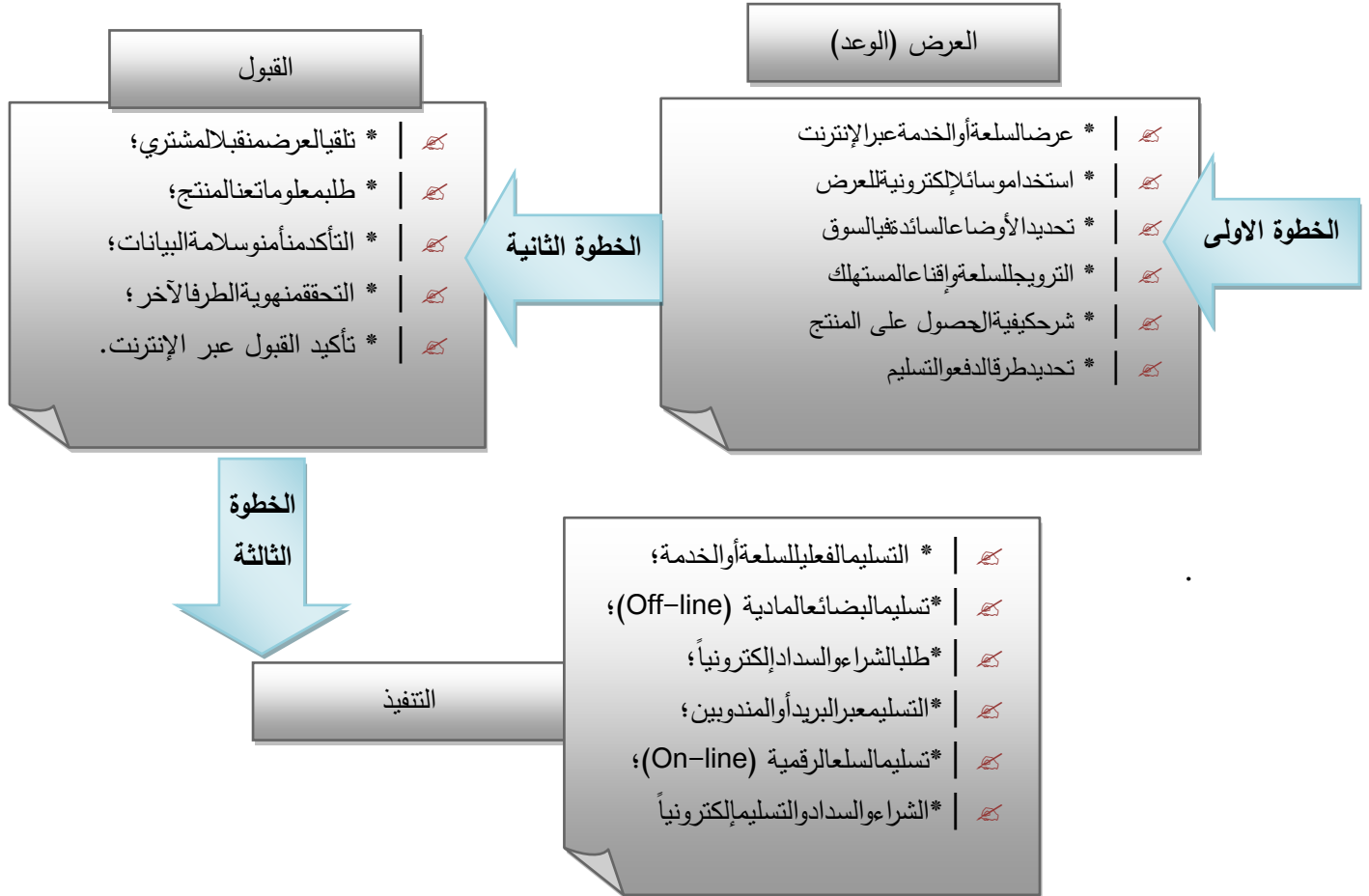
¹ إبراهيم سيد احمد، قانون التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وقانون الملكية الفكرية والأدبية، المكتب الجامعي الحديث للنشر، والتوزيع، مصر، 2005، ص 414.



- فهناك الطريقة التقليدية لتسليم البضائع المادية، حيث يتم تقديم طلب الشراء والسداد إلكترونياً، على أن يتم تسليم البضاعة بالبريد، أو تستعين المؤسسة بمندوبي المبيعات لتوصيل السلعة إلى المستهلك بنفسه، أي إنَّ التسليم يتم خارج الخط " off line"، وكمثال على هذا النوع من السلع: الكتب، السيارات وأجهزة الكمبيوتر؛
- أما الطريقة الثانية هي الطريقة الإلكترونية لتسليم السلع الرقمية، حيث يتم الشراء والسداد والتسليم إلكترونياً من خلال شبكة الإنترنت، أي التسليم على الخط " on line"، مثل القطع الموسيقية، برامج الحاسوب، الكتب والاستشارات القانونية... إلخ.¹

مما سبق، نستخلص يمكننا تلخيص خطوات التجارة الإلكترونية كما يلي

الشكل رقم (I-01): يبين مخطط خطوات التجارة الإلكترونية (الشراء عبر الإنترنت)



المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على المرجع: (إبراهيم سيد احمد، قانون التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وقانون الملكية الفكرية والأدبية، المكتب الجامعي الحديث للنشر، والتوزيع، مصر، 2005، ص 414). بتصرف.

¹ إبراهيم سيد احمد، مرجع سبق ذكره، ص 414.



ثانياً: أنواع التجارة الإلكترونية

عندما نتحدث عن التجارة الإلكترونية، قد نعتقد أنها مجرد نمط واحد من التجارة. لكن الحقيقة هي أن هناك عالمًا متنوعًا من أنواع التجارة الإلكترونية يختلف بعضها عن بعض. لذا سنكتشف هذه الأنواع في هذا العالم الافتراضي والمثير والغني بالتصنيفات المذهلة؟
للتجارة الإلكترونية مجموعة من الأشكال والأنواع نذكر أهمها:

1. التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال "B to B":

تشمل هذه الفئة كافة أشكال العمل والتبادل بين الشركات، والتي تتم بوسائل الكترونية كإجراء المفاوضات وتبادل المعلومات والبيانات ومن ثمة إبرام العقود التجارية وفقا لقواعد تقنية وقانونية محددة سلفاً.¹ ومثال على هذه الفئة، تقديم طلبات الشراء إلى الموردين باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات، كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة باستعمال التكنولوجيات، وهذا النوع من التجارة هو الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي سواء على المستوى الوطني أو العالمي.²

2. التجارة الإلكترونية بين الشركات (وحدة أعمال) والزبائن "B to C":

ويطلق عليها أيضاً اسم التسوق الإلكتروني أو تجارة التجزئة الإلكترونية، لأن الصفقة تتم مع المستهلك مباشرة، حيث تقوم المؤسسات بعرض منتجاتها أو بضائعها على متاجر إلكترونية افتراضية، وتروج لبضائعها وتقدم الصفقات مع الزبائن الراغبين، وتمثل النسبة الأقل في التجارة الإلكترونية، ولكنها في نمو سريع.³

3. التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى المستهلك "C to C":

تعتبر الإنترنت وسيلة هامة للمستهلكين الراغبين في شراء أو تبادل سلع أو معلومات بشكل مباشر مع مستهلكين آخرين، ومن المواقع الرائدة في هذا المجال موقع eBay حيث بلغت قيمة الصفقات التجارية التي تم تنفيذها بالفعل من خلال هذا الموقع سنة 2003 أكثر من بليون دولار أمريكي.⁴

¹ لزه بن سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، ط2، دار هومة للنشر، الجزائر، 2014، ص 26.

² أمل كرم خليفة، التجارة الإلكترونية، ط1، مكتبة بستان المعرفة للنشر، مصر، 2013، ص 34.

³ الحمادي علاء، السعدون غصون، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال الإلكترونية المتطورة، دار وائل للنشر، الأردن، 2016، ص 241.

⁴ المختار بن قوبة، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطرة، مجلة معارف، المجلد 16، العدد 2، ديسمبر 2021، ص 293.



4. التجارة الإلكترونية بين المستهلك والشركة "C to B":

وتضم الأفراد الذين يبيعون منتجات أو خدمات لشركات وهذا النمط هو عكس التجارة الإلكترونية بين الشركات والعملاء "B to C" وتطلب بعض البنوك الآن من العملاء تقديم خدمات لها.

5. التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال (الشركات) والحكومة (الإدارة المحلية) "B to C":

يستعمل هذا الشكل من التجارة الإلكترونية بين القطاعات الحكومية ومؤسسات الأعمال، حيث مع توسع النشاط التجاري لمؤسسات العمال، أصبحت لا تستطيع أن تغطي كل معاملاتها الإدارية في وقتها، ولهذا جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التعاملات التي تتم بينها وبين القطاع الحكومي وكذا عملية التزود بالسلع والخدمات، ومن كلا الطرفين، حيث يمكن أن تكون مؤسسات الأعمال طالبا للسلع والخدمات من القطاعات الحكومية، أو يكون عارضا لها.¹

6. التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمنظمات الحكومية (C to G):

يقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب وبتكلفة قليلة، وخير مثال على ذلك استخراج رخص السيارات والتراخيص لممارسة المهن وصرف الرواتب والمعاشات، سداد الضرائب والفواتير إلكترونيا، وكذلك خدمات المطارات.²

خلاصة، لما تطرقنا له سابقا في هذا المطلب:

في هذا المطلب، تعرفنا على ماهية التجارة الإلكترونية من خلال استعراض تطورها التاريخي، تعريفها، وخصائصها المميزة التي تميزها عن التجارة التقليدية. كما تناولنا أهدافها الاستراتيجية وأهميتها البالغة في عالم الأعمال الحديث، إلى جانب الفوائد الجمة التي تحققها للشركات والمستهلكين على حد سواء. وأخيرا، كشفنا النقاب عن آلية عمل التجارة الإلكترونية من الناحية العملية، حيث تطرقنا إلى خطوات الشراء عبر الإنترنت وأنواع التجارة الإلكترونية المختلفة.

لكن هذا ليس كل شيء! فبعد أن فهمنا ماهية التجارة الإلكترونية وكيفية عملها، يبقى السؤال الأكثر إثارة للاهتمام: كيف يتم الدفع في هذا النوع من التجارة؟ وهنا يأتي دور المطلب الثاني الذي

¹ نافع زينب، جميل أحمد، التجارة الإلكترونية في الجزائر، طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03، العدد 06، ديسمبر 2020، ص4.

² العمري هاشمي، صالح بزة، مرجع سبق ذكره، ص 379.



سيكتشف لنا عن عالم وسائل الدفع الإلكترونية، بكل خصائصها وأنواعها ومزاياها وعيوبها. لذا سنكتشف هذا العالم الافتراضي والمثير والغامض؟ تابعوا معنا لتكتشف المزيد!

المطلب الثاني: وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية

بعد التعرف على ماهية التجارة الإلكترونية وأهميتها وآليتها في المطلب الأول، يأتي المطلب الثاني ليتناول جانباً حيوياً وأساسياً في عمليات التجارة الإلكترونية ألا وهو وسائل الدفع الإلكترونية. فبمجرد اختيار المنتج أو الخدمة واطمأن عملية الشراء عبر الإنترنت، تبرز الحاجة إلى آلية دفع آمنة وفعالة لإنهاء المعاملة التجارية.

في هذا المطلب، سنتناول بالتفصيل مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها وأهميتها، كما سنستعرض الأدوات التقليدية والحديثة المستخدمة في هذا المجال. بالإضافة إلى ذلك، سنناقش مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية، مما سيساعد على فهم أفضل لهذه الآليات الحيوية في عالم التجارة الإلكترونية المتنامي باستمرار.

في هذا المدخل التعريفي سيوفر الأساس اللازم لفهم أعمق وسائل الدفع الإلكترونية وتأثيراته في التجارة الإلكترونية وفي المباحث اللاحقة.

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها

مع انتشار التجارة الإلكترونية وتزايد اعتماد المستهلكين على الشراء عبر الإنترنت، أصبحت وسائل الدفع الإلكترونية ضرورة حتمية لإتمام المعاملات التجارية بكفاءة وأمان. فبدلاً من التعامل النقدي التقليدي، تُمكن وسائل الدفع الإلكترونية المتسوقين من إرسال الأموال وتلقيها بطريقة افتراضية، مما يسهل عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت.

لكن قبل الغوص في تفاصيل هذه الوسائل المختلفة، من المهم أولاً فهم ماهية وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها الأساسية. فهذا الفهم سيوفر الأساس اللازم لتقدير أهمية هذه الوسائل في عالم التجارة الإلكترونية، وكذلك لتحديد المزايا والعيوب المرتبطة بها.

في هذا الفرع، سنقدم تعريفاً شاملاً لوسائل الدفع الإلكترونية، مع التركيز على الخصائص الرئيسية التي تميزها عن طرق الدفع التقليدية. كما سنناقش أهمية هذه الوسائل في تسهيل عمليات التجارة الإلكترونية وضمان سلاستها وأمانها.



من خلال فهم تعريف وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها الأساسية، سنكون قادرين على تقييم الأدوات والآليات المختلفة المستخدمة في هذا المجال بشكل أفضل، مما سيمهد الطريق لمناقشة مزاياها وعيوبها في الفروع اللاحقة

أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

في عالم حيث تسير الأمور بسرعة البرق، وحيث يتطلع الجميع إلى المزيد من الراحة والكفاءة، برزت وسائل الدفع الإلكترونية كحل سحري يجمع بين عوالم التكنولوجيا والتجارة. فكيف يمكن إرسال الأموال وتلقيها في غضون ثوانٍ معدودة، دون الحاجة إلى التعامل المادي مع النقود؟ إنها سحر وسائل الدفع الإلكترونية! لذا تعريف وسائل الدفع الإلكترونية يفتح باباً إلى عالم من الابتكارات المالية والتقنيات الحديثة التي تسهل عمليات التبادل المالي عبر الإنترنت بطرق سهلة وآمنة. وعلى الرغم من شيوع استخدام مصطلح " وسائل الدفع الإلكترونية "، إلا أن تعريفه الدقيق قد يختلف باختلاف المنظورات.

يعرف الدفع الإلكتروني على أنه: " ذلك المفهوم الذي يعبر عن نظام متكامل من الأنظمة والبرامج التي تُتيحها المنشآت المالية والمصرفية وذلك بهدف جعل عملية الدفع الإلكتروني أكثر سهولة وسلاسة وبطريقة آمنة، وتقوم هذه المنظومة على أساس مجموعة من القوانين والأسس التي تهتم بالحرص على السرية التامة وضمانها للمستخدم".¹

يقصد بوسائل الدفع الإلكتروني على أنها: " مجموعة من الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، والنقود الإلكترونية، والشبكات الإلكترونية والبطاقات البنكية، وتتضمن عملية الدفع الإلكتروني أربعة أطراف: المتعامل (الدافع أو المشتري)، المصرف الذي أصدر وسيلة الدفع، المصرف الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدفع (البائع)، شبكة البطاقات".²

كما تعرف على أنها: " هي كل وسائل الدفع التي تستخدم فيها تكنولوجيا متقدمة للوفاء، وتتميز بتصميم فعال وآمن وخال من عمليات الاحتيال والاختلاس".³

¹ شبيب فانت، التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني المعتمدة في الجزائر، المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المجلد 2، العدد 4، 2021، ص 99.

² مقدم عبد الجليل، واقع ورهانات تطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني وأثرها على أداء البنوك التجارية الجزائرية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بشار -، المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، المجلد 5، العدد 2، 2018، ص 177.

³ شريف محمد غانم، محفظة النقود الإلكترونية رؤية مستقبلية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2003، ص 7.



من خلال التعاريف السابقة، يمكن تعريف وسائل الدفع الإلكتروني على أنها: "الأدوات والتحويلات المالية التي تتم بواسطة التكنولوجيا الحديثة عبر الإنترنت، تتميز بسهولة الاستخدام والسرعة والأمان، وتشمل البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية وغيرها، وتهدف إلى تسهيل عمليات التبادل المالي بين الأفراد والشركات بطريقة آمنة وفعالة

وعليه، يمكن استخلاص مميزات الرئيسية لوسائل الدفع الإلكترونية من التعاريف السابقة : السهولة والسرعة: حيث تمكن وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمين من إرسال وتلقي الأموال بسرعة فائقة وبسهولة تامة دون الحاجة للتعامل المادي مع النقود . الأمان والسرية: تضمن وسائل الدفع الإلكترونية حماية البيانات والتحويلات المالية من خلال استخدام تقنيات متطورة للتشفير وضمان السرية التامة للمستخدمين.التنوع والمرونة: توفر وسائل الدفع الإلكترونية مجموعة متنوعة من الخيارات والأدوات التي تناسب احتياجات وتفضيلات المستخدمين، مما يجعل عمليات التبادل المالي أكثر مرونة وتنوعاً. الفعالية والكفاءة: تساعد وسائل الدفع الإلكترونية في تسريع عمليات التبادل المالي وتحسين كفاءتها، مما يعزز النمو الاقتصادي ويسهم في تطوير الأعمال والتجارة.

ثانياً: الخصائص الرئيسية لوسائل الدفع الإلكترونية

بعد أن فهمنا تعريف وسائل الدفع الإلكترونية وكيفية عملها، الآن نستكشف الخصائص الرئيسية التي تميزها وتجعلها لا غنى عنها في عصرنا الحالي.

تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني على مجموعة من الخصائص نذكر منها: ¹

- تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بالطابع الدولي، أي أنها وسيلة للدفع مقبولة في كافة انحاء العالم، يتم استخدامها لتسوية المعاملات التي تتم إلكترونياً في كافة أنحاء العالم؛
- يتم الدفع الإلكتروني عن طريق النقود الإلكترونية، والتي هي عبارة عن قيمة نقدية مخزنة في بطاقة تحمل ذاكرة رقمية؛
- تتيح وسائل الدفع الإلكتروني للأفراد إمكانية تسوية معاملاتهم رغم التباعد المكاني بينهم، حيث يتم الدفع الإلكتروني عبر شبكة الأنترنت بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية من خلال إعطاء أمر الدفع وفقاً لمعلومات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

¹ عماد الدين بركات، حورية طيبي، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 1، العدد 02، جامعة شانلي بن جديد الطارف، الجزائر، جوان 2019، ص 5.



ثالثاً: أهمية وسائل الدفع الإلكترونية

بعدما تعرفنا على تعريف وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها، يتبادر إلى الذهن سؤال عن مدى أهميتها في العصر الحالي. ففي عصر يتسم بالتقنية والتطور المتسارع، أصبحت وسائل الدفع الإلكترونية أساسية لا غنى عنها في الحياة اليومية وعمليات التجارة.

تكمُن أهمية وسائل الدفع الإلكتروني فيما يلي:¹

- **توسيع نطاق السوق:** يرتبط نجاح التسويق الإلكتروني ارتباطاً مباشراً بفكرة تنمية مبيعات المؤسسة، وذلك بالنظر إلى الدور الذي يلعبه ذلك التسويق في إيجاد فرص واسعة للدخول إلى الأسواق والانفتاح على السوق واسعة من المستهلكين في ضوء النمو المتسارع لنسبة مستخدمي الإنترنت في العالم، من ناحية أخرى يسمح الدفع الإلكتروني بتوسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة، لأن الدفع الإلكتروني يجعل المعاملات المالية متاحة لأكثر عدد ممكن من المستهلكين كما يساعد الدفع الإلكتروني على توفير نظم معلومات تدعم اتخاذ القرارات التسويقية من خلال نظام تبادل المعلومات بدقة وبطريقة علمية تحقق القدرة على دراسة السوق.
- **تحقيق الميزة التنافسية:** إن اعتماد المصارف على نظام دفع الإلكتروني بشكل كبير ومتطور وسيمنحها لا محالة من تطوير قدراتها التنافسية، ويفضله سيحقق المصارف الكفاءة وتقديم الخدمات ذات جودة عالية وبتكاليف أقل وهذه العناصر تدعم وتحمي مركزها التنافسي.
- **الدفع الإلكتروني والنتائج الإجمالية المحلي:** إن التفعيل الإلكتروني سيضمن القضاء على مشكلة الأوراق النقدية المزورة، وحماية الزبائن من عمليات السرقة وتعميم وسائل الدفع الحديثة سيقضي على أزمة السيولة النقدية التي يشهدها الاقتصاد، كما سيقضي الدفع الإلكتروني على مشكلة الطوابير التي تشهدها العديد من المؤسسات الحكومية، كما إن اعتماد نظام الدفع الإلكتروني سيساهم في الارتفاع المحلي بنقطة أو نقطتين على أقل تقديم كونه سيؤثر على سرعة دوران النقود، وبالتالي تحريك عجلة النشاط الاقتصادي ويتضاعف الاستثمار، كما أن تفعيل نظام الدفع الإلكتروني سيقضي على الأسواق الموازية ويتحول الاقتصاد إلى اقتصاد حقيقي ومنتج ومصدر فيرتفع سعر صرف العملة الوطنية وتنخفض الأسعار.
- **الدفع الإلكتروني يساهم في تطوير التجارة الإلكترونية:** يعتبر الدفع الإلكتروني عامل هام لتفعيل دور التجارة الإلكترونية وزيادة كفاءتها ويمكن أن تبرر ذلك من خلال النقاط التالية:

¹ جول بن قشوة، آلية الدفع الحديثة في المؤسسات المالية الجزائرية ومساهمتها في انتشار استعمال التسويق الإلكتروني، مجلة الأغواط، العدد 29، مارس 2017، ص 96-97



✍ سرعة أداء أطراف التبادل التجاري لمعاملاتهم التجارية والوفاء بالتزاماتهم المالية بسرعة فائقة مهما كان بعد المسافة؛

✍ تعرض الخدمات المالية والمصرفية على طول ساعات اليوم وخلال أيام الأسبوع وبهذا تتجاوز البنوك المصرفية الإلكترونية عامل الزمن عكس البنوك التقليدية؛

✍ إمكانية القيام بأي عملية من البيت أو من أي مكان بتوفر على وسائل اتصال حديثة.¹

الفرع الثاني: أنواع وسائل الدفع التقليدية والحديثة في ممارسات التجارة الإلكترونية

بعد التعرف على مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها الرئيسية وأهميتها في الفرع السابق، يأتي دور استكشاف الأدوات والوسائل المختلفة المستخدمة في هذا المجال. فكما هو الحال مع أي تقنية ناشئة، شهدت وسائل الدفع الإلكترونية تطوراً متسارعاً مع مرور الوقت، مما أدى إلى ظهور أنواع متعددة تتراوح بين التقليدية والحديثة.

في هذا الفرع، سنستكشف بالتفصيل الأدوات التقليدية والحديثة المستخدمة في ممارسات التجارة الإلكترونية، مع التركيز على مزاياها وعيوبها وكيفية عملها. سيساعدنا هذا الفهم على تقدير التطور المستمر في مجال وسائل الدفع الإلكترونية.

أولاً: الأدوات التقليدية للتجارة الإلكترونية

في عالم يتسارع فيه إيقاع التطور التكنولوجي، قد يبدو أن الأدوات التقليدية للتجارة الإلكترونية أصبحت بالية وعفا عليها الزمن. لكن هل هذا حقاً صحيح؟ في الواقع، على الرغم من ظهور وسائل دفع إلكترونية حديثة ومبتكرة، إلا أن هذه الأدوات التقليدية لا تزال تلعب دوراً محورياً في عالم التجارة الرقمية.

من التليفون البسيط الذي يربطنا بعالم من الفرص التجارية، إلى الفاكس الذي ينقل المستندات في لمح البصر، وصولاً إلى التلفزيون الذي يدخل إلى كل بيت ويحمل معه رسائل تجارية مغرية، تظل هذه الأدوات التقليدية جزءاً لا يتجزأ من مشهد التجارة الإلكترونية.

لكن ما الذي يجعل هذه الأدوات القديمة لا تزال تتمتع بقوة وجاذبية في عصر التكنولوجيا الرقمية؟ دعونا نكتشف معاً الأسرار التي تكمن وراء استمرارية هذه الأدوات التقليدية في لعب دور محوري في عالم التجارة الإلكترونية المتطور باستمرار.

تتمثل الأدوات التقليدية للتجارة الإلكترونية فيما يلي:¹

¹ جلول بن قشوة، مرجع سبق ذكره، مجلة الأغواط، العدد 29، مارس 2017، ص 97



-التليفون: يعتبر التلفون أقدم وسيلة حتى الآن في مجال التجارة الإلكترونية، بل وفي أداء الأعمال

بوجه عام، وترجع قدرة التلفون على الهيمنة على أداء المعاملات التجارية إلى عدة أسباب منها:

✍ أن التلفون متاح في كل مكان حيث يوجد تقريبا تلفون واحد لكل إثنين من السكان في منطقة

التعاون الاقتصادي والتنمية، وتصل النسبة في الدول النامية إلى تلفون لكل عشرة من السكان.

✍ التلفون أداة متنوعة الوظائف فيسمح بعمل دعاية لكثير من السلع والخدمات لاسيما أنه يتمتع

بميزة الاستعمال الميسور للكثير من الأفراد، حيث يمكن الإعلان عن سلعة أو خدمة عبر التلفون

وكذلك الشراء والسداد، بل أن هناك خدمات تقدم بالكامل عبر التلفون ويسدد ثمنها من خلاله.

✍ انخفاض تكلفته ويعدّ الأداة الأكثر استخداما في مجال التجارة الإلكترونية.

-الفاكس: من أهم مزايا الفاكس كأداة للتجارة أنه يحل محل البريد التقليدية، حيث ينقل صورة المستند

أنيا من مكان لآخر عبر خط التلفون العادي، ويعتبر الفاكس كأداة للتجارة بعدة مزايا أهمها:

✍ إحلاله محل خدمة البريد التقليدية في إمكانية توصيل المستندات بسرعة كبيرة؛

✍ إمكانية الاحتفاظ بالمراسلات التجارية، حيث يمكن عن طريق الفاكس إتمام الكثير من المبادلات

والإعلانات وتبادل الأوامر الدفع وبعض الصور الخاصة بالمبادلات؛

-التلفزيون: يتمتع بانتشار أوسع من التلفون، حيث يوجد حاليا أكثر من مليار تلفزيون في العالم كما

يوجد جهاز تلفزيون لكل إثنين من السكان في الدول المتقدمة وجهاز تلفزيون لكل سبعة من السكان في

الدول النامية.

ثانياً: وسائل الدفع الحديثة في ممارسات التجارة الإلكترونية

إن نظام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة يختلف عن النظام الخاص بوسائل الدفع التقليدية أو

الإلكترونية المطورة؛ فهذا النظام يتميز بالتخلي الكلي عن الدعائم الورقية بحيث تتم عملية الدفع بشكل

كلي من خلال الوسائط الإلكترونية. فتصدر وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة من البداية على دعامة

إلكترونية، ويتم تداولها أيضا من خلال وسائل إلكترونية.

1.2 النقود الإلكترونية: هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة

بحساب بنكي،² وتعتبر النقود الإلكترونية شكلا جديدا من أشكال السداد والدفع الإلكتروني، وهي تشبه

النقود المعدنية أو الورقية إلى حد ما من حيث قدرة المشتري على شراء مختلف حاجاته الكبيرة أو

الصغيرة، وتتمتع بدرجة عالية من الأمان من حيث القدرة على نسخها أو تزويدها أو ضد أي نوع من

¹ : محمد أحمد السريتي، محمد أحمد السريتي، اقتصاديات التجارة لخرجية، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2009،

ص 256.

² محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الإنترنت، ط 1، دار الثقافة، عمان، 2009، ص 61.



الغش أو التلاعب، والنقود الإلكترونية تختلف عن بطاقات الائتمان فهي شكل الكتروني مماثل للعمليات والتي يمكن تجزئتها وتبادلها وتخزينها.¹

2.2 بطاقات الدفع الإلكتروني تعد بطاقات الدفع الإلكتروني من أهم وسائل الدفع الحديثة، والتي عرفت انتشارا هائلا، حيث تم اعتمادها لدى مختلف الدول، وأصبحت من أنشطة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك وتجنبي من ورائها أرباحا ضخمة، كما أنها ساعدت الملايين من العملاء على اقتناء حاجياتهم من السلع والخدمات وسحب مبالغ مالية من أجهزة الصراف الآلي والتي تعمل دون انقطاع أي طوال إلى 24 ساعة، كما أنها توفر لهم إمكانية التعامل من خلال شبكة الانترنت وسداد الالتزامات المالية المترتبة على هذا التعامل من خلالها.²

3.2 بطاقة الائتمان: نشأت هذه البطاقة في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1914 على يد شركات البترول، وكان هذا أول ظهور لها، بحيث أصرتها هذه الشركات لعملائها لشراء ما يحتاجونه من منافذ التوزيع التابعة لها، وتسوية الحسابات في نهاية كل مدة محددة، ثم تطورت هذه البطاقة واستخدماتها في المحلات التجارية والفنادق، وبعدها ظهرت في أواخر الستينات من خلال بطاقتين شهريتين فيزا (VISA)، وماستركارد (Mastercards) وتعرف على أنها بطاقة تتيح لحاملها الحصول على الائتمان (قرض).³

4.2 الشيك الإلكتروني: هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك "حامله" ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يتعامل معه عبر الإنترنت، ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك "حامله" ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.⁴

5.2 محفظة النقود الإلكترونية: هي عبارة عن أجزاء صلبة أو برامج قيمة مخزنة يمكن تحميلها بقية محددة، فإذا المحافظ الإلكترونية يمكن أن تكون في حاسب صغير محمول بمصدر تغذية داخلي، أو في شكل بطاقة ذكية أو في شكل قرص مضغوط، ويمكن تحميل النقود الإلكترونية داخل المحفظة الإلكترونية.⁵

¹ باسم أحمد المبيضين، التجارة الإلكترونية، دار جليس الزمان، عمان، الأردن، 2010، ص 141.

² مزيان توفيق، بديار أحمد، اعتماد نظام الدفع الإلكتروني في المنظومة المصرفية كآلية لتفعيل التجارة الإلكترونية بالجزائر، مجلة المستقبل للدراسات الاقتصادية المعقدة، المجلد 02، العدد 02، جوان 2019، ص 45.

³ نوال بن عمارة، وسائل الدفع الإلكترونية (الآفاق والتحديات)، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، مارس 2004، ص 3

⁴ أنور عيدة، سالمى محمد الدينوري، الإطار المفاهيمي للمحاسبة والمراجعة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 04، العدد 02، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر، ديسمبر 2019، ص 103.

⁵ نور الدين جليد، بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية، مجلة المعارف، العدد 10، جامعة البويرة، الجزائر، 2011، ص 263.



الفرع الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية

بعد التعرف على ماهية وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها الأساسية، واستكشاف الأنواع المختلفة من الأدوات التقليدية والحديثة المستخدمة في هذا المجال، حان الوقت الآن لتسليط الضوء على جوانب القوة والضعف في هذه الوسائل. فكل عملة لها وجهان، وكذلك الحال مع وسائل الدفع الإلكترونية، حيث تتمتع بمزايا عديدة لكنها في الوقت نفسه تحمل بعض العيوب والتحديات.

أولاً: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية

في استكشاف وسائل الدفع الإلكترونية، لا بد أن نلقي نظرة على الجوانب الإيجابية التي جعلت هذه الوسائل تحظى بانتشار واسع وتبني متزايد على مستوى العالم. لكن ما هي المزايا الفريدة التي تجعل هذه الوسائل تتفوق على الطرق التقليدية للدفع؟

لوسائل الدفع الإلكترونية مجموعة من المزايا سواء بالنسبة لحاملها أو لمصدرها أو بالنسبة للتاجر الذي يقبل التعامل بها وتتمثل أساساً في:¹

- **بالنسبة لحاملها:** حيث تتميز بالسهولة وبسر الاستخدام والأمان وتقادي السرقة والضياع، وتوفير فرص للحصول على الائتمان المجاني لفترات محدودة، وإتمام الصفقات فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.
- **بالنسبة للتاجر:** حيث تعد أقوى ضمان لحقوق البائع وتساهم في زيادة المبيعات ونقل عبء متابعة ديون الزبائن إلى عاتق البنك والشركات المصدرة.
- **بالنسبة للمصدر:** تعزيز الأرباح من خلال الفوائد والرسوم والغرامات.

ثانياً: عيوب وسائل الدفع الإلكترونية

بينما تتمتع وسائل الدفع الإلكترونية بالعديد من المزايا المثيرة، إلا أنه من الضروري أن ننظر أيضاً إلى الجانب الآخر من العملة. فكما هو الحال مع أي تقنية جديدة، تحمل هذه الوسائل بعض العيوب والتحديات التي لا يمكن تجاهلها. تتمثل عيوبها في:²

- **بالنسبة لحاملها:** تؤدي إلى زيادة الاقتراض والإنفاق مما يتجاوز القدرة المالية وبالتالي عدم القدرة على سداد قيمة البطاقة في وقتها وبالتالي وضع اسمه في القائمة السوداء.

¹ فريد مشري، أمانة قاجة، لمزاودة رياض، الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني، - الجزائر نموذجاً-، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالوصوف - ميله، 23-24-أفريل 2018، ص ص 5-6

² فريد مشري، أمانة قاجة، لمزاودة رياض، مرجع نفسه، ص ص 5-6



-بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

-بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

لكن على الرغم من هذه التحديات، لا ينبغي أن ننسى أن التكنولوجيا هي أداة، وأن الطريقة التي نستخدمها بها هي التي تحدد مدى فعاليتها وأمانها. لذلك، من المهم أن نفهم عيوب وسائل الدفع الإلكترونية ونعمل على التغلب عليها من أجل الاستفادة القصوى من إمكاناتها الهائلة في تحسين تجربة التجارة الإلكترونية.

ثالثاً: مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني

تتعرض وسائل الدفع الإلكتروني إلى مجموعة من المخاطر جراء التعامل بها، وهذا راجع لطبيعتها، لذا سنحاول من خلال هذا الجزء التعرف على أهم المخاطر التي تواجهها، والتي يمكن أن نوجزها في النقاط التالية:

1. **المخاطر التشغيلية** : تنشأ مخاطر التشغيل من عدم التأمين الكافي للنظم وعدم ملائمة تصميمها وإنجاز العمل أو أعمال الصيانة كذا نتيجة إساءة الاستخدام من قبل العملاء لوسائل الدفع الإلكتروني.¹ كل هذه الأسباب قد تؤدي إلى اختلالات في العمل أو إمكانية توقفه نهائياً وتنتج هذه المخاطر عن:²

- ✍ إمكانية اختراق الحسابات عن طريق اختراق بطاقات الدفع والتلاعب بالمعلومات أو محوها أو تغييرها وأيضاً استغلالها أو يكون هذا الاختراق إما من طرف العاملين أو من خارجه ويحدث هذا بسبب عدم التأمين الكافي للنظم؛
- ✍ عدن قدرة العملاء على استخدام الأنظمة أو إساءة استخدامها وهذا لعدم إحاطتهم بالإجراءات الوقائية والتأمينية وأيضاً بسبب سماح العملاء لأفراد آخرين باستخدام حسابهم واستغلال هؤلاء الآخرين لعمليات تبييض الأموال؛
- ✍ عدم التصميم الجيد لأنظمة مما يؤثر على كفاءتها سلباً، وبالتالي عدم القدرة على حل المشكلات وضعف أعمال الصيانة وعدم السرعة في حل المشاكل.

¹ منير محمد الجنبهي، ممدوح الجنبهي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، القاهرة، مصر، 2006، ص 42.

² فريد مشري، أمنة قاجة، لمزاودة رياض، مرجع سبق ذكره، ص 6.



2. **مخاطر السمعة:** تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك أو المؤسسة المصدرة لوسيلة الدفع أو الرأي السلبي للوسيلة بحد ذاتها نتيجة عدم قدرتهم على تقديم خدمات الدفع عبر الانترنت وفق معايير الأمن والسرية والدقة مع الاستمرارية والاستجابة الفورية للاحتياجات ومتطلبات العملاء، وهو أمر لا يمكن تجنبه إلا بتكثيف اهتمام المؤسسات والبنوك بتطوير ورقابة ومتابعة معايير وسائل الدفع الالكترونية.

3. **المخاطر القانونية:** تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسيل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات الدفع الالكتروني، ومن ذلك عدم وضوح توافر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الالكترونية.¹

خلاصة، لما تطرقنا له سابقاً في هذا المطلب: في هذا المطلب، استكشفنا مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية وأهميتها في سهولة التبادل المالي عبر الإنترنت، كما قدمنا تصنيفاً شاملاً لأنواع وسائل الدفع التقليدية والحديثة المستخدمة في التجارة الإلكترونية. بالإضافة إلى ذلك، ناقشنا المزايا والعيوب والمخاطر المرتبطة بوسائل الدفع الإلكترونية، مما يسلط الضوء على التحديات والفوائد التي قد تواجه التجارة الإلكترونية. في المطلب الثالث، سنستكشف أساسيات التجارة الإلكترونية ودورها في تحول الأعمال والتسويق عبر الإنترنت.

المطلب الثالث: أساسيات حول التجارة الإلكترونية

بعد التطرق إلى مفهوم التجارة الإلكترونية وتعريفها ووسائل الدفع المستخدمة فيها، يأتي هذا المطلب ليلقي الضوء على الأسس والجوانب الأساسية للتجارة الإلكترونية. حيث يتناول العناصر والمتطلبات الرئيسية لقيام التجارة الإلكترونية، إضافة إلى مقوماتها الأساسية التي تعتبر بمثابة الركائز التي تقوم عليها. كما يتطرق إلى أبرز المشاكل والتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية والتي يجب التصدي لها لضمان نجاحها وانتشارها على نطاق واسع. وتعتبر هذه الأساسيات بمثابة الخلفية المهمة للإلمام بمتطلبات وآليات عمل التجارة الإلكترونية.

سنتعرف من خلال هذا المطلب لأهم متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية بالإضافة لمعوقات ومشاكل التي تواجهها.

الفرع الأول: عناصر ومتطلبات التجارة الإلكترونية

¹ سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 201، ص 244.



التجارة الإلكترونية هي تطور طبيعي لأساليب التجارة التقليدية في ظل التقدم التكنولوجي والانتشار الواسع لشبكة الإنترنت. وتتكون من عناصر رئيسية تشمل المنتجات، والزبائن، والمسوقين، والبنية التحتية اللازمة. كما تتطلب توفر متطلبات أساسية كالبنية التحتية الإلكترونية، والكوادر البشرية المتخصصة، والتشريعات والأنظمة القانونية المنظمة لها وسنتناول هذا في ما يلي:

أولاً: عناصر التجارة الإلكترونية

اختلف الآراء حول تحديد دقيق لعناصر التجارة الإلكترونية، يمكن إيجازها في العناصر الأربعة التالية:¹

1. **العنصر الأول: المنتجات المواد التي يرغب المسوق**، أو الشركة المنتجة تسويقها عن طريق الشبكة، وقد تكون هذه المنتجات غذائية..... وغيرها، وقد تكون منتجات برمجية، وهذه حالياً أكثر أنواع المنتجات رواجاً على الشبكة لسهولة عمليات البيع والشراء المتوافقة معها أكثر من المنتجات الأخرى.

2. **العنصر الثاني: الزبون**: وهو الشخص طالب الخدمة أو المنتج وقد يكون أي شخص من أي مكان على الأرض طالما أنه يستخدم شبكة الانترنت للاتصال، وهناك العديد من الأسباب التي تجعل الزبون راغباً في التعاملات التجارية الإلكترونية ومن أهم هذه الأسباب:

✍ توفير الوقت والجهد: حيث تفتح الأسواق الإلكترونية بشكل دائم طيلة اليوم ودو أي عطلة، ولا يحتاج الزبائن للسفر، أو الانتظار لشراء منتج معين، كما ليس عليهم نقل هذا المنتج إلى البيت، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج، وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية؛

✍ حرية الاختيار: توفر التجارة الإلكترونية فرصة رابعة لزيادة مختلف أنواع المحلات على الانترنت، بالإضافة إلى ذلك فهي تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات، ويتم كل ذلك بدون أي ضغوط من الباعة، كما أن تنوع الأسواق على الانترنت يتيح للزبائن فرصاً كثيرة للتسوق بالطريقة التي تناسبهم؛

✍ إمكانية البحث في كاتالوجات المشتريات الضخمة بسهولة بسبب الاعتماد على قواعد البيانات وإمكاناتها؛

✍ خفض الأسعار: يوجد على الانترنت العدد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أخفض مقارنة بالمتاجر التقليدية، وذلك لان التسوق على الانترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسوق العادي، مما يصب في مصلحة الزبائن.

¹ محمد علي صقر، أحمد صقر أحمد، باسم غدير غدير، التجارة الإلكترونية ودورها في تطوير قطاع التجارة الخارجية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 4، 2007، ص 155.



3. **العنصر الثالث: المسوق:** وهو صاحب المنتج أو الخدمة، وقد يكون شركة كبيرة أو صغيرة أو محل تجاري صغير، أو وسيط تجاري، كما الزبائن فإن هناك الكثير من المغريات التي تقدمها التجارة الالكترونية للمنتجين كي يقوموا بالترويج لبضائعهم، وبيعها إلكترونياً عن طريق شبكة الانترنت.

4. **العنصر الرابع: البنية التحتية:** وهي أهم عناصر التجارة الالكترونية، وهي بدورها تضم مجموعة من العناصر والمكونات، والتي بتحقيقها تضمن تحقيق الأهداف والغايات الأساسية للتجارة الالكترونية، كما تضمن الحصول على نتائج وثمار التحول إلى استخدام واعتماد التجارة الالكترونية.

ثانياً: متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية

لتطبيق التجارة الالكترونية لابد توفير مجموعة من المتطلبات من البنية التحتية والموارد البشرية ومختلف المراسيم والاتفاقات القانونية التي نوجزها كمايلي: ¹

1. **البنية التحتية الإلكترونية:** وتتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي والفاكس والهاتف، الحواسيب الآلية وبرامج التطبيقات والتشغيل وخدمات الدعم الفنية ورأس المال البشري؛

2. **توفر الكوادر البشرية:** ويمثل هذا الجانب مقومات نجاح التجارة الالكترونية في أي مجتمع، وتشمل الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكة الاتصال والانترنت والبرامج التطبيقية التي لها علاقة بالتجارة الإلكترونية؛

3. **التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية:** تتمثل في الإطار القانوني الذي يتضمن استمرارها وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها، وإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الالكترونية البريد الإلكتروني والشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع أو كانت بين أطراف دول مختلفة.

الفرع الثاني: مقومات التجارة الإلكترونية

كي يمكن للتجارة الالكترونية أن تنمو وتتطور ينبغي توفر عدة مقومات أساسية تساهم جميعاً في خلق بيئة مناسبة، وتساعد على تحقيق الفوائد المرجوة منها ومن تلك المقومات: ¹

¹ ريم هند، بوجاني عبد الحكيم، التجارة الالكترونية، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الخاص، ديسمبر 2021، ص173.



☞ توافر بنية تحتية تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة الإنترنت على نطاق واسع بحيث يمكنها النفاذ لأوسع شريحة من المجتمع وبأسعار تنافسية؛

☞ نشر الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا الحقل. الأمر الذي سيساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال وكذلك يساهم في ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء؛

☞ وجود بنية تحتية كافية للخدمات المالية لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي وتمكينه من دعم عمليات التجارة الإلكترونية والتوسع في نظم الدفع الإلكتروني لاسيما بطاقات الائتمان وتيسير أبرام معاملات مالية مأمونة على الشبكة.

الفرع الثالث: مشاكل التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية لا تخلو من مشاكل تهددها، سواء عملية أو تقنية وحتى قانونية سنورد في هذا المطلب عرض موجز لأهم مشكلات التجارة الإلكترونية:²

1. مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة: من خلال الاطلاع على دراسة في هذا الصدد وجدنا أن مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة قد طرحت بشكل كبير في الدول العربية، فإذا قورن مبلغ التسويق الإلكتروني في الدول العربية مع ما ينفق على الإعلانات في المواقع العالمية، نجد رقم هزيل جدا وهذا لتقاعس الكثير من المصارف والمؤسسات التجارية العربية الكبيرة ورجال الأعمال والمهتمين بالتجارة عن الدخول وبقوة إلى التجارة عن بعد أو التجارة الإلكترونية وهذا لا يخدمها، لذا يجب عليها مواكبة التطور الحاصل في التعاملات التجارية وأن تجعل التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية في استراتيجيتها التجارية المحلية والعالمية والمستقبلية أيضا. لأنه وبالرغم من أن الدول العربية تقف موقف المرتاب والمتردد والحذر تجاه التجارة الإلكترونية، فإن دولاً أخرى مثل الصين تتقدم نحوها بقوة لتحقيق خطوات عملاقة نحو النمو الاقتصادي.

2. التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم: من أهم ما يميز نهاية القرن العشرين هو حدوث تقدم هائل في التكنولوجيا وبالأخص الحاسب الآلي والعلوم المرتبطة به، مما يترتب عنه تغير في النظم الإدارية والإنتاجية وانعكس كل ذلك على التسويق الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية، فلم تعد كل الأنشطة التسويقية تتم في مبادلات شخصية بل أصبحت تشرك آلات البيع في كثير من الأنشطة. كما أصبح من

¹ زويتة محمد صالح، كريد شريف، التجارة الإلكترونية العربية ... الواقع والتحديات، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، جانفي 2010، ص 178.

² محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار حميثرا للنشر، 2017، ص: 38+42.



الممكن قيام المشتري بتصفح قائمة عرض إلكتروني (Catalogue) وأن يختار ما يناسبه من السلع دون عناء التنقل من بائع لآخر للاستفسار عن سلعته.

3. مشكلات أداة الوفاء - بطاقات الائتمان (النقود الإلكترونية) ولكن هذه التقنية كما لها تسهيلات تقدمها، لديها أيضا مشاكل تترتب عنها تتمثل بإيجاز فيما يلي:

✍ إساءة استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني من حامل البطاقة، كتقديم مستندات مرور للحصول على بطاقة ائتمان أو كاستعمال البطاقة بعد نهاية مدة صلاحيتها أو استعمالها رغم إلغاء البنك لها.

✍ إساءة استعمال البطاقة من طرف الغير كسرقة البطاقة واستعمالها أو سرقة الرقم السري الخاص بصاحب البطاقة واستخدامه.

✍ تلاعب التاجر في بطاقات الوفاء كاستعماله بطاقات ليس لها أرصدة كافية للصرف أو قبول بطاقات مزورة من العملاء.

✍ تلاعب موظفي البنك المصدر للبطاقة بالاتفاق مع حامل البطاقة أو التاجر أو مع غيرهما كالسماح بتجاوز حد البطاقة في السحب أو تجاوز مدة الصلاحية.

✍ التلاعب في بطاقات الائتمان عن طريق شبكة الانترنت باختراق لخطوط الاتصالات العالمية أو الحصول على الأرقام السرية والمعلومات من المواقع الخاصة بالتجارة الإلكترونية يتم الحصول على المعلومات المتضمنة فيها.

✍ اختلاق أرقام البطاقات عن طريق استعمال معدلات رياضية وإحصائية بهدف تحصيل أرقام البطاقات الائتمانية المملوكة للغير واستعمالها في المعاملات غير المشروعة.

4. المستهلك وحمايته في التجارة الإلكترونية: لقد أصبح المستهلك في ظل الاقتصاد الحر وتحكم آليات السوق فيه عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، فقد يلجأ المنتج إلى التعااضي عن سلامة وأمن المستهلك بإيهامه بمزايا غير حقيقية في إنتاجه ولذلك وجب حماية المستهلك والبحث عن الوسائل اللازمة لذلك.¹

فالخطر الذي يتعرض له المستهلك غي إطار التجارة الإلكترونية أكبر من الخطر في التجارة التقليدية لأن نطاق التجارة الإلكترونية أوسع وأشمل.

ولهذا يجب مراعاة جانب الإعلام، لتمكين المستهلك من معرفة نوعية المنتج ومزاياه الحقيقية وحتى مساوئه أو بعض عيوبه.

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، مرجع سبق ذكره، ص: 38 + 42.



كذلك يجب مراعاة الجانب النفسي والثقافي لدى المستهلك وطبيعته بصفة عامة وبالنسبة إلى المستهلك العربي وبما أنه يشغل مساحة ضئيلة في التعامل عبر الشبكة ويجب الاهتمام بتنميتها عن طريق الاهتمام بالتجارة الإلكترونية العربية وتنمية الوعي المعلوماتي لدى المستهلك العربي.

5. اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها: إن أهم ما توصلنا إليه عند تعريفنا التجارة الإلكترونية هو أنها عبارة عن معلومات أو بيانات تتناسب عبر وسائط معلوماتية عبر شبكات الاتصال والإشكال هنا، هو أنه يمكن اختراق أو التلاعب في هذه المعلومات طالما أنه قد أمكن اختراق النظام المعلوماتي نفسه وذلك بطرق عديدة. لذلك، ومن أهم ما يجب أن تتميز به التجارة الإلكترونية، هو حماية التجارة عن طريق سرية المعلومات وهذا لأن أغلب المعلومات المتعامل بها بصفة يومية يمكن حمايتها بنظم حماية عديدة. لكن الخطر الحقيقي هو أن أي عمل تجاري إذا سرقت معلوماته أو أفشت سيشكل خطراً قد يؤثر سلباً ولهذا من أكبر التهديدات التي تحيط بالتجارة الإلكترونية هو إفشاء سرية المعلومات.

خلاصة، لما تطرقنا له سابقاً في هذا المطلب: في هذا المطلب، تم التطرق إلى الأسس والجوانب الأساسية للتجارة الإلكترونية من خلال عناصر التجارة الإلكترونية الأربعة الرئيسية وهي المنتجات، الزبائن، المسوقين، والبنية التحتية. كما تطرق إلى متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية المتمثلة في البنية التحتية الإلكترونية، توفر الكوادر البشرية المتخصصة، والتشريعات والأنظمة القانونية المنظمة لها. الفرع الثاني: ركز على مقومات نجاح التجارة الإلكترونية والعوامل الأساسية التي تقوم عليها. الفرع الثالث: استعرض أبرز المشاكل والتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية، مثل حجم التجارة ونفقاتها، انتقال التكنولوجيا، مشكلات أدوات الدفع، حماية المستهلك، واختراق المواقع الإلكترونية. وبشكل عام، يعتبر هذا المطلب بمثابة تأسيس للإمام بالأسس والجوانب المختلفة للتجارة الإلكترونية.¹

المبحث الثاني: الاطار الفكري والفلسفي للتجارة الدولية.

لقد بدأت حركة التجارة الدولية في شكل بسيط قائم أساساً على المقايضة بمفهومها المعروف، والذي أخذ بعد ذلك بعداً جديداً مختلفاً عما كانت عليه في السابق، وذلك نتيجة لتطور الحياة الاقتصادية،

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، مرجع سبق ذكره، ص: 38 + 42.



حيث قطعت التجارة الدولية شوطاً كبيراً في الدقة والموضوعية من حيث العلاقات الاقتصادية الدولية وتخصص الكثير من الدول في مجالات معينة وتعددت النظريات المفسرة لقيام التجارة الخارجية بمفهومها الجديد، وبدأت المناداة بما يسمى بسياسة تحرير التجارة وإن كان هناك من يملك توجهها يختلف مع ذلك تماماً ولكل دوافعه وأسبابه، مما أكسب التجارة الخارجية أهمية من ظل النظام الاقتصادي العالمي والعلاقات الاقتصادية الدولية.

المطلب الأول: مدخل تعريفي للتجارة الدولية.

للتجارة الدولية جذور تاريخية بدأت مع ظهور التجمعات الإنسانية المتحضرة عن طريق المقايضة في شكلها البسيط ثم أخذت تتطور تماشياً مع التغيرات الاقتصادية الدولية إلى أن وصلت إلى مفهوم أكثر شمولية وتعقيداً.

الفرع الأول: ماهية التجارة الدولية

في ظل العولمة والانفتاح الاقتصادي بين دول العالم، أصبحت التجارة الدولية محور اهتمام كبير للدول والشركات على حد سواء. فهي تمثل حركة تبادل السلع والخدمات عبر الحدود الجغرافية بين الدول المختلفة. وتعد التجارة الدولية أحد المحركات الرئيسية للنمو الاقتصادي العالمي، حيث تتيح للدول الاستفادة من مزايا التخصص وتقسيم العمل الدولي، فضلاً عن توسيع أسواقها وزيادة فرص التصدير. لذا، يعتبر تعريف التجارة الدولية وفهم مفهومها بشكل واضح أمراً بالغ الأهمية لجميع الأطراف المعنية.

أولاً: تعريف التجارة الدولية

لقد أصبحت التجارة الدولية أكثر أهمية بمرور الزمن نظراً لوجود فوائض في بعض الدول ونقص في دول أخرى، وهي تقوم بدور تبادل الفوائض بالاحتياجات المطلوبة. في عصرنا الحالي، نتج عن ذلك ظهور التخصص الدولي الذي يستهلك جزءاً قليلاً من إنتاجه ويقوم بمبادلة فائض إنتاجه بما يحتاجه من منتجات الدول الأخرى. تتجاوز أهمية التجارة الدولية مجرد تبادل السلع، إذ توفر السلع والخدمات بتكاليف أقل. لهذا السبب، هناك العديد من التعريف لهذا المصطلح نذكر منها:

عرفت التجارة الدولية ببساطة بأنها: " عبارة عن تبادل السلع والخدمات بين الدول وكذلك بين الشركات والأشخاص على المستوى الدولي"¹.

يمكن تعريف التجارة الدولية ببساطة بأنها عبارة عن تبادل السلع والخدمات بين الدول، وكذلك بين الشركات والأشخاص على المستوى الدولي، كما يمكن على نحو أعمق تعريفها بأنها عبارة عن منظومة

¹ محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، بيروت، الطبعة الأولى، 2010، ص 9



العلاقات السلعية و النقدية التي تتكون من مجموع التجارة الخارجية لبلدان العالم كافة، ويمكن أن يمارس التجارة الدولية الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون وكذلك الحكومات ومختلف الشركات العالمية.¹ كما عرفت على نحو أعمق بأنها "عبارة عن منظومة (مجمل) العلاقات السلعية - النقدية التي تتكون من مجموع التجارة الخارجية لبلدان كافة. ويمكن أن يمارس التجارة الدولية الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون، وكل الحكومات ومختلف الشركات العالمية".² كما عرفت على أنها هي: "أحد فروع علم الاقتصاد تختص بدراسة المعاملات الاقتصادية الدولية متمثلة في حركة الأموال بين الدول المختلفة فضلا عن سياسات التجارة التي تطبقها دول العالم السلع والخدمات ورؤوس للتأثير في حركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال بين الدول المختلفة".³ كما عرفت على أنها: "مختلف عمليات التبادل التجاري الخارجي سواء في صورة سلع أو أفراد أو رؤوس أموال بين أفراد يقطنون في وحدات سياسية مختلفة بهدف إشباع أكثر حاجات ممكنة. إضافة إلى التعريف الأوضح و الأبسط المتمثل في أن: "التجارة الخارجية هي من أهم جوانب العلاقات الاقتصادية الدولية كونها تتعلق بحركة السلع المادية و تنقلها عبر الحدود السياسية إما داخلية إليها وتسمى الواردات، وإما خارجة منها و تسمى الصادرات، كما تتعلق بالخدمات المؤداة من رعايا الدولة إلى رعايا دولة أخرى. تسمى الخدمات المؤداة للغير الخدمات بالصادرات غير المنظورة و الخدمات التي يتم تلقيها من الغير تسمى الواردات غير المنظورة".⁴ كما عرفت على أنها "الحلقة المركزية في المنظومة المعقدة للعلاقات الاقتصادية الدولية المعاصرة، حولها تتمحور عملياً جميع أشكال التقسيم الدولي للعمل، وهي تربط جميع بلدان العالم في منظومة اقتصادية دولية موحدة. وهي تمثل مجموع التجارة الخارجية لبلدان العالم كافة، ويحتسب حجمها من خلال جمع أحجام الصادرات في العالم".⁵ كما يعبر المفهوم الشامل لمصطلح التجارة الدولية على الصادرات الواردات السلعية، الخدمية وانتقال الأفراد، إضافة إلى تحرك رؤوس الأموال في ككل استثمارات وكل هذا يتم وفق ضوابط محددة".⁶ **من خلال التعاريف السابقة ، نستطيع ان نعرف التجارة الدولية بأنها: "التجارة الدولية هي تبادل السلع والخدمات بين الدول والشركات والأفراد على المستوى العالمي، وتشمل العلاقات السلعية والنقدية**

¹ شبيخي حافيضة ، ترشيد السياسات التجارية من أجل الإندماج الإيجابي للجزائر في الإقتصاد العالمي " المنظمة العالمية للتجارة "، مذكرة تخرج

لنيل شهادة الماجستير في الإقتصاد ، تخصص مالية دولية ، جامعة وهران، 2011-2012، ص 11

² محمد دياب، المرجع السابق، ص 9

³ محمد أحمد السريفي، اقتصاديات التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 8.

⁴ فتاح حكيم، السياسات التجارية و الاندماج في النظام التجاري العالمي الجديد، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، تخصص مالية دولية جامعة الجزائر 2002-2003، ص 4

⁵ محمد دياب، مرجع نفسه، ص 10

⁶ أسامة مجذوب، الجات ومصر والبلدان العربية من هفانا إلى مراكش، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، 1991، ص 26



الناجمة عن التجارة الخارجية. تهدف إلى تحقيق تبادل اقتصادي فعال، والحصول على السلع والخدمات بتكاليف أقل، وتساهم في تحرك رؤوس الأموال والاستثمارات وفق ضوابط محددة. وتتميز التجارة الدولية بـ:

- ✘ تبادل السلع والخدمات: تمكين الدول من الحصول على منتجات غير متوفرة محلياً.
- ✘ تنويع الأسواق: الوصول إلى أسواق جديدة وزيادة قاعدة العملاء.
- ✘ التخصص الدولي: السماح للدول بالتركيز على إنتاج السلع التي تمتلك ميزة نسبية فيها.
- ✘ تحقيق وفورات الحجم: خفض تكاليف الإنتاج من خلال زيادة حجم الإنتاج.
- ✘ نقل التكنولوجيا والمعرفة: تعزيز الابتكار والتطور التكنولوجي من خلال تبادل الخبرات والتقنيات.
- ✘ زيادة التنافسية: تشجيع تحسين جودة المنتجات وتقديم أسعار أفضل للمستهلكين.
- ✘ توفير فرص عمل: خلق وظائف جديدة من خلال توسيع الأنشطة الاقتصادية.
- ✘ تنمية العلاقات الدولية: تعزيز التعاون والسلام بين الدول من خلال الاعتماد المتبادل.
- ✘ تحسين الميزان التجاري: تحسين الصادرات والواردات لتحقيق توازن اقتصادي.
- ✘ الاستفادة من الموارد الطبيعية: استغلال الموارد بكفاءة أعلى على المستوى العالمي.

ثانياً: صفات التجارة الدولية

تمتاز التجارة الدولية بمجموعة من المواصفات ويمكن إجمالها فيما يلي¹:

- 01 - تمتاز التجارة الدولية بأنها عملية تبادلية للسلع والخدمات بين الدول، وربما تكون تلك المبادلات بين الدول التي تسعى إلى تحقيق الهدف الاقتصادي، أو ربما بهدف السيطرة والاستحواذ على الأسواق الخارجية. وقد تطورت هذه النظرة في السنوات الأخيرة خصوصاً في ظل الانفتاح الخارجي ودخول الاتفاقيات الدولية وظهور التجارة الإلكترونية التي تمتاز بالتغير والسرعة في تقديم الخدمات وسهولة السيطرة عليها حتى إن بعض الشركات - وليس الدول - تسعى إلى السيطرة بمنتجاتها على أسواق خارجية قد تعجز عنها الكثير من الدول.
- 02 - تقوم التجارة الدولية على التخصص في الإنتاج، بحيث تبذل كل دولة طاقاتها وتسخر مواردها في إنتاج السلعة التي تستطيع إنتاجها وتوريدها للدول الأخرى بتميز دون غيرها من الدول. والملاحظ في العقود الأخيرة أن التميز الذي تسعى إليه الدول هو التميز النوعي وليس التميز الكمي فحسب خصوصاً في ظل ظهور المعايير والمبادئ الدولية للسلع والخدمات والتي تضع ضوابط للإنتاج أو ما يسمى بالأيرو.

¹ عطا الله علي الزبون، التجارة الخارجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019، ص 20+22



- 03 - تتطلب التجارة الدولية إلى الانتقال إلى التسويق الدولي، وهذا يتطلب أسواقاً خارجية كبيرة حتى تتمكن من تحقيق أهدافها هنا تبدأ عمليات التنافس التجاري الدولي في السيطرة على الأسواق الدولية والعالمية وقد تفاوتت الدول في هذا المجال في السيطرة على الأسواق الخارجية من حيث الوسائل الدعائية والإعلامية والقرب من الأسواق المستهدفة وتميز الإنتاج لدى تلك الدول إلى غير ذلك من الأسباب .
- 04 - تعمل التجارة الدولية إلى ضمن منظومة حدود القانون التجاري الدولي بهدف تنظيم التجارة الدولية فقد وضعت عبر العقود الماضية العديد من الاتفاقيات والقوانين الدولية التي تعزز كمية وحجم التجارة الدولية وتنظم انتقال السلع والخدمات بين الدول. كما أن هناك اتفاقيات ثنائية أو تحالفات إقليمية تجارية تبنى على المصالح الاقتصادية المتبادلة والتي تقنن وتنظم لتحقيق تلك الغاية .
- 05 - تعتمد التجارة الدولية الدولية على الأسعار الدولية المعلنة والمعلنة للسلع المتبادلة بين الدول والتي حددت عن طريق العرض والطلب والسياسات الدولية، فقد يتم الاتفاق على تسعير السلع والخدمات من قبل قانون العرض والطلب مما يعمل على إحداث توازن في الكميات المعروضة والكميات المطلوبة .
- 06 - تعتبر التجارة الدولية مؤشراً من مؤشرات التقدم الاقتصادي الوطني والرفاهية لأي بلد من البلدان فكلما كانت الدولة تتمتع بتجارة خارجية كبيرة وانفتاح على الدول كلما كانت قادرة على النهوض بمستوى المعيشة لدى مواطنيها وعملت على توفير وسائل التقدم الاقتصادي والاجتماعي والثقافي لديها، ناهيك عن ارتفاع معدلات الدخل القومي، وانخفاض البطالة، إلى غير ذلك من المؤشرات الإيجابية لدى الدولة.

ثالثاً: خصائص التجارة الدولية

تتميز التجارة الدولية بخصائص كثيرة نذكر منها¹ :

- 01 - التكوين الغير متكافئ لأطراف المعاملات: يمثل السمة الأساسية للمعاملات الاقتصادية الدولية، حيث يكون التبادل فيها غير متكافئ. يرجع هذا اللاتكافؤ إلى التفاوت الشديد بين اقتصاديات الأطراف المتبادلة، وينعكس هذا التفاوت على التكافؤ فيما يتم تبادله. فالدول المتقدمة تفرض نسب تبادل تخدم مصالحها، حيث تقدم منتجات احتكارية تجذب الطلب، بينما منتجات الدول المتخلفة تعتبر منتجات تنافسية تصارع أسواق الدول المتقدمة.
- 02 - الانخراط المتزايد للدول المتخلفة في السوق الرأسمالي العالمي: يتمثل في أنها الأكثر انخراطاً في السوق العالمي والأكثر اعتماداً على التجارة الدولية مقارنة بالدول المتقدمة. يعزى هذا بشكل أساسي إلى زيادة الطلب على السلع الاستهلاكية تحت تأثير رغبة في محاكاة نمط الحياة الغربية. كما أن الاقتصاد

¹- معو علي، دور التجارة الإلكترونية في تعزيز التجارة الدولية -دراسة حالة الجزائر-، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2020-2021، ص ص 26-27



السلعي في الدول المتخلفة يتميز بتوجه خارجي مثل صادرات البترول والمنتجات المنجمية، والتي تنتج حسب احتياجات الدول المتقدمة.

03 - تدهور المبادلات الخاصة بالدول المتخلفة : تدهور المبادلات الخاصة بالدول المتخلفة يعود إلى أن النمو الاقتصادي يزيد من الطلب على المنتجات الاستهلاكية، ومع زيادة عدم التكافؤ في التوزيع، يتزايد الإنفاق على السلع الرفاهية بسرعة أكبر من الإنفاق على الضروريات. هذا يؤدي إلى تقليل الطلب على السلع الغذائية وزيادته على السلع الاستهلاكية. بالتالي، تلجأ الدول المتخلفة إلى الخارج للحصول على هذه السلع التي لا تنتجها بشكل كافي. هذا الوضع يؤدي إلى تدهور نسب المبادلة للدول المتخلفة التي تعتمد على تصدير المواد الأولية.

04 - التقلبات في أسعار المواد الأولية: تؤثر بشكل كبير على الدول النامية التي تعتمد بشكل كبير على دخلها من صادرات المواد الأولية. هذا الدخل يستخدم لتلبية احتياجاتها من السلع الصناعية وللاستثمار في التنمية. وبما أن هذا الدخل من التجارة الدولية يشكل نسبة كبيرة من الدخل القومي، فإن تغيرات في أسعار المواد الأولية على السوق العالمي تنعكس مباشرة على مستوى الرفاهية في تلك الدول النامية.

05 - الاستهلاك المتفاوت : أدى إلى انقسام العالم إلى دول صناعية وأخرى غير صناعية، حيث أصبحت الدول الصناعية هي الأكثر استهلاكاً للسلع المصنعة. وإذا أرادت الدول المتخلفة أن تحقق استهلاكاً فردياً مساوياً لمتوسط الاستهلاك العالمي، عليها أن تضاعف وارداتها، ولتحقيق ذلك يجب عليها مضاعفة صادراتها بنفس النسبة إن لم تكن أكثر، وهذا بالطبع غير ممكن.

06 - تطور هيكل التجارة الدولية : شهدت التجارة الدولية تطوراً ملحوظاً في هيكلها على مر الزمن. ففي السابق، كانت تعتمد بشكل كبير على تجارة المواد الأولية، إلا أن نسبة التجارة في السلع ذات التكنولوجيا المتقدمة ازدادت لاحقاً. يلاحظ أيضاً أن نمو التجارة الدولية كان أسرع من نمو الإنتاج العالمي، ويعزى ذلك إلى عوامل مثل تحرير التجارة الدولية، وسياسات الانفتاح الاقتصادي، وترابط اقتصاديات العالم.¹

الفرع الثاني: أهمية وأهداف وأسباب قيام التجارة الدولية

أولاً: أهمية التجارة الدولية

¹ معو علي، مرجع سبق ذكره، ص ص 26-27



هناك دوراً كبيراً للتجارة الدولية على مستوى الاقتصاد المحلي والاقتصاد الدولي ويعتبر مستوى أو معدل التجارة الدولية للدولة مؤشراً للنمو الاقتصادي فيها والذي ينعكس بدوره على النواحي الاجتماعية والعلمية والسياسية في الدولة.

وتختلف التجارة الدولية بين الدول من حيث الحجم الذي يعتمد على القدرة الإنتاجية للدولة وحجم الاستهلاك ومدى الانفتاح أو الانغلاق الذي تتبعه الدولة في عمليات التبادل التجاري ناهيك عن حجم الدولة من الناحية السكانية وامتلاكها لمقومات التجارة وخصوصاً العنصر التكنولوجي. إن الهدف الأساسي للتجارة الدولية هو تبادل السلع والخدمات بين الدول وذلك بسبب الندرة لتلك السلع في الدول المستوردة، ويترتب على تلك العملية التبادلية فوائد يتم من خلالها ظهور الأهمية الاقتصادية والتي يترتب عليها فيما بعد أهمية اجتماعية وثقافية وسياسية في المجتمعات، ولعل أبرز تلك الأهمية تتلخص في قدرتها على إيجاد أو توفير ما يلي¹:

01 - لاشك أن العمليات التجارية التي تتم بين الدول تعمل على تحريك رأس المال والنقود التي تحتاجها عمليات البيع والشراء بين الدول وهذا يوجد الكثير من الأرباح والإلتوقات العملية التجارية لعدم جدواها الاقتصادية في حالة الخسارة ومن ذلك نستطيع القول إن التجارة الدولية تعمل على تحريك وتنمية الأموال وزيادة رؤوس الأموال التي تنتج من خلال العمل التجاري الخارجي. وقد تزايدت الأرباح والأموال المحصلة من التجارة الدولية بسبب زيادة الطلب على السلع بجميع أنواعها الضرورية والكمالية وخصوصاً مع ظهور سلع جديدة أغلبها من السلع الإلكترونية والاتصالات والتي أصبحت لا تعرف حدوداً أو وطناً كما أنها دخلت منطقة السلع الضرورية لكل فرد في المجتمع.

02 - تعد التجارة الدولية مصدراً أساسياً في الحصول على العملات الأجنبية الرئيسية أو النادرة منها مما يعزز قدرة الدولة من السيولة النقدية التي تعد من مرتكزات العمليات الاقتصادية خصوصاً عمليات التمويل والاستثمار كما أن السيولة النقدية تزيد من القدرة الائتمانية للفرد والدولة على حد سواء فمن المعروف أنه كلما زادت السيولة زادت القدرة الائتمانية للفرد والمؤسسة والدولة. وأصبحت المتاجرة في النقود في الأسواق المالية من أكبر التجارات التي يتعامل فيها الأفراد والمؤسسات والأفراد خصوصاً مع ما يعرف بالمشنقات المالية والتي سهلت الحصول على السيولة النقدية وسرعة تداولها، ناهيك عن التجارة الإلكترونية.

03 - يعمل الاقتصاد الوطني ضمن مجموعة من الأنشطة التمويلية والاستثمارية والاستهلاكية على مستوى الفرد والمجتمع مما يجعله بحاجة إلى مصادر لتنشيط تلك الأنشطة أو المكونات، وتعمل التجارة الدولية على تطوير وتنمية الأنشطة الاقتصادية سواء منها الأنشطة الاقتصادية الإنتاجية أو الاستهلاكية والخدماتية ويتم ذلك من خلال تفعيل الحركة التجارية في تلك المصادر الاقتصادية الناتجة عن عمليات

¹ عطا الله علي الزبون، التجارة الخارجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019، ص ص 16-20



التصدير للسلع من مواد أولية أو مصنعة أو مواد أولية أو استيرادها. - ينجم عن التجارة الدولية من الصادرات عائد مالي يمكن استخدامه كمصدر تمويلي للمشاريع التنموية أو الخدمات التي تحتاج إليها الدولة أو ما يسمى بالإنفاق الجاري، فمن خلال عوائد الصادرات يمكن الإنفاق على المشاريع الاستثمارية والتي بقيت لزمان بعيد تنتظر المصدر التمويلي لها ولكن لضعف الدعم المالي في الدولة بقيت تلك المشاريع خارج حيز التنفيذ الذي تطمح إليه تلك الدول والتي تشكل في أغلبها بداية لعهد اقتصادي جديد. وتتضح تلك الظاهرة بشكل كبير في الدول النامية والتي تحتوي على مواد أولية كبيرة تذهب إلى الأسواق الخارجية بأسعار قليلة وتعود سلعاً مصنعة إلى الدول التي صدرت منها. ه تحاول الدول ومن خلال التجارة الدولية إيجاد نوع من الاتزان في وضعها الاقتصادي، فلا شك أن الصادرات إذا زادت فإنها تعمل على إحداث توازن مع الواردات خصوصاً إذا كانت تلك الواردات تنمو وبشكل مضطرب وبالتالي و من خلال الواردات فإنها تعمل على توفير ما يحتاجه المجتمع داخل الدولة من سلع وخدمات استهلاكية لم تكن متوفرة و يحدث هناك نقص الحاجات سواء الضرورية أو الكمالية، فالتجارة الدولية في من الصادرات والواردات تعمل على إيجاد التوازن الاقتصادي الداخلي في اقتصاد الدولة.

04 - كما أن التجارة الدولية المتوازنة تعمل على إحداث التوازن في ميزان المدفوعات من خلال ما يترتب على الدولة من مطلوبات وما تحققه من إيرادات تعمل على تخفيض العجز وعدم التوازن إذا توازنت مع الصادرات، فالتجارة الدولية مصدر لتوليد الأموال التي ترصد لسد ما يترتب على الدولة من واجبات مالية كما تعمل على التوازن النقدي بين التدفق الحقيقي من السلع والخدمات وبين التدفق النقدي داخل الدولة.¹

• كما يمكن إبراز أهمية التجارة الدولية حسب العديد من المجالات وذلك كمايلي:²

أ- الأهمية الاقتصادية: وتتمثل أهمية التجارة الدولية في المجال الاقتصادي فيمايلي:

- تمثل منفذا لتصريف فائض الإنتاج.

- تساهم في الحصول على السلع والخدمات بتكاليف أقل نتيجة لمبدأ التخصص الدولي.

- زيادة رصيد الدولة من العملات الأجنبية عن طريق تشجيع الصادرات.

- تعتبر مؤشرا على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولية.

- تساهم في نقل التكنولوجيا والمعارف الأساسية التي تفيد في بناء الاقتصاديات الوطنية.

ب - الأهمية الاجتماعية وتتمثل فيمايلي:

- تسعى التجارة الدولية إلى زيادة رفاهية الأفراد عن طريق توسيع مجالات الاختيار المتاحة للمستهلكين.

¹ عطا الله علي الزبون، مرجع سبق ذكره، ص 16-20

² قويدر ابتسام، مطبوعة لمحاضرات " التجارة الدولية" ، موجهة لطبة السنة الأولى ماستر ، ، دراسات أمنية واستراتيجية ، كلية العلوم السياسية، جامعة قسنطينة، 2020-2021.



- الارتقاء بالأذواق وتحقيق كافة المتطلبات والرغبات وامكانية الحصول على أفضل ما توصلت إليه العلوم والتقنيات

ج - الأهمية السياسية: وتتمثل في إقامة العلاقات الودية وعلاقات الصداقة مع الدول الأخرى المتعامل معها.

ثانياً: أهداف التجارة الدولية

يمكن إبراز الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها التجارة الخارجية في الآتي¹:

- الاستفادة القصوى من فائض الإنتاج، إذ التصدير يؤدي إلى زيادة الناتج الوطني مما ينعكس على وضع العمالة، وتوفير السلع الضرورية والأساسية، والعكس صحيح. إذ أن ضعف التصدير يؤدي إلى خسارة في الناتج الوطني وتخفيض مساهمة الدولة وزيادة البطالة وتدهور المستوى المعيشي للأفراد.

- استيراد السلع الضرورية التي لا يمكن إنتاجها محلياً 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 التنمية.

- إحلال الواردات، وهذا يتوقف على عنصر التكلفة، فإذا كانت السلع يمكن إنتاجها محلياً بتكاليف معقولة، فإن مثل هذا الإنتاج يمكن أن يسبب مشاكل إدارية ورأسمالية ومشاكل في القدرات الفنية أيضاً، إلا أنه يساعد على ترويج السياسة التجارية، وبالتالي يمكن من القيام بعمليات التصدير المهمة.

- نقل التكنولوجيا والتقنية لبناء وإعادة هيكلة البنى التحتية للدولة.

- الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات باعتبارها السبيل الوحيد أمام الدول النامية للعبور الآمن، وتضييق الفجوة القائمة بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية.

- دراسة موازين المدفوعات للدول، ونظم أسعار الصرف فيها ومعالجة الاختلاف في موازين المدفوعات.

- دراسة السياسات التجارية المتبعة من قبل تلك الدول في مجال التجارة الخارجية كسياسة الحماية أو الحرية وغير ذلك. دراسة العلاقات الدولية في إطار التكتلات الدولية وسماتها المميزة.

الفرع الثالث: أسباب قيام التجارة الدولية والعوامل المؤثرة فيها

أولاً: أسباب قيام التجارة الدولية

¹شقيري، نوري موسى وآخرون: التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان 2015، ص ص 21-22



إن الاختلاف في تواجد بعض الثروات الطبيعية (كالبترول الغاز الحديد ، و النحاس...) ، أو حتى المكتسبة منها (كالمهارات، و القدرات التقنية...) و غيرها تعد من الأسباب الدافعة لقيام التجارة الدولية .

وفيما يلي نحاول حصر . بعضاً من هذه العوامل¹:

01 - اختلاف وفرة عناصر الإنتاج بين الدول : هناك تفاوت كبير في توزيع عناصر الإنتاج بين الدول، إذ أن هناك دولاً تعاني من فائض في رأس المال ونقص في العمل، وهناك دول على النقيض من ذلك، كما أن هناك دولاً تعاني من عجز كبير في الأراضي الزراعية، بينما توجد دول أخرى لديها فائض في ذلك .

لهذا اكتشفت الدول ومنذ زمن طويل حقيقتين مهمتين أولاهما : أنه يصعب أن تنتج كل دولة كل ما تحتاجه ، أما الحقيقة الثانية فهي : أنه عندما تخصص كل دولة في إنتاج السلع التي تكون مؤهلة من غيرها لإنتاجها بسبب التباين في عناصر الإنتاج يزداد الإنتاج العالمي من السلع، ويتسع حجم التجارة الدولية وترتفع معدلات الاستهلاك مما يؤدي إلى مستويات معيشة أفضل

02 - اختلاف المستوى التقني: يتباين الأسلوب الإنتاجي، والمعرفة الفنية بين الدول تبايناً كبيراً بحيث يؤثر بشكل كبير على طبيعة السلع المنتجة في كل بلد، فنجد أن الدول المتقدمة تحتكر إنتاج السلع التي تشكل التقنية عنصراً أساسياً في إنتاجها، أما الدول النامية فإنها في الغالب تخصص في إنتاج السلع التي يغلب عليه طابع المواد الخام مثل النفط، والمعادن ، والقطن . غير أنه لا بد من الإشارة إلى أن المستوى التقني لأي بلد لا يقف عند حد معين، بل يتغير نتيجة للعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية فالدول المستوردة للتقنية في الوقت الحالي قد تصبح في يوم من الأيام مصدراً لها.

03 - الوفورات الاقتصادية: هناك بعض السلع التي لا يمكن إنتاجها على مستوى تجاري، إلا إذا كان عدد الوحدات المنتجة منها كبيراً، بحيث يزيد عن حاجة السوق المحلي، ويترتب على ذلك أن يكون العرض على السلع أكبر من الطلب المحلي في كثير من الأحيان.

ثانياً: العوامل المؤثرة في التجارة الدولية

¹ زهية كواش، الميزة التنافسية للسلع البيئية في التجارة الدولية- دراسة حالة السوق العالمي للسلع البيئية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم العلوم الاقتصادية والاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2012-2013، ص 07



هناك عدة عوامل من شأنها التأثير على التجارة الدولية سواء كان في الدول المتقدمة أو النامية، ومن أهم هذه العوامل نميز¹:

01 - انتقال الأيدي العاملة:

- تفاوت الأجور من دولة إلى أخرى، والذي يرجع إلى تفاوت المستوى الاقتصادي بين الدول.
- الندرة النسبية و الندرة المطلقة للعمالة. اختلاف درجة المهارة على المستوى العالمي بالنسبة للأيدي العاملة. تفاوت مستوى المعيشة والحضارة، مثلا هجرة الفلاحين من أجل تحقيق أموال.
- درجة التقدم الاقتصادي : ففي حالة الرواج يزيد الطلب على العمالة.
- العوامل السياسية : الحروب لها تأثير على العمالة مما يجبر تحويلات النقود وتأثر القدرة الشرائية.

02 - رأس المال:

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

03 - التكنولوجيات:

إن اختراع آلات جديدة تساهم في الإنتاج والتغلب على مشاكل نقص الأيدي العاملة يوفر الجهد التكاليف الوقت والجودة مما يؤثر على التبادل التجاري.

إضافة إلى هذه العوامل نجد أن ظهور الدول الحديثة، التجمعات الجهوية والمنظمات الدولية الانفتاح الاقتصادي، كلها عوامل أثرت على التجارة الدولية.²

خلاصة، لما تطرقنا له سابقا، في هذا المطلب، تناولنا مفهوم التجارة الدولية، وتعريفها كعملية تبادل السلع والخدمات بين الدول والشركات والأفراد على المستوى العالمي. وتم تحديد خصائصها، مثل التكوين غير المتكافئ لأطراف المعاملات، وارتباطها بتخصص الإنتاج، واعتمادها على الأسعار العالمية، وتأثيرها على النمو الاقتصادي الوطني. كما تم إبراز أهمية التجارة الدولية في تحريك رؤوس الأموال وتنمية الاقتصاد الوطني، وكذلك في توفير فرص العمل، ونقل التكنولوجيا، وتقوية العلاقات الدولية. وأخيرا، تم تحديد أسباب قيام التجارة الدولية، مثل اختلاف وفرة عناصر الإنتاج بين الدول، وتفاوت المستوى التقني، والتوفورات الاقتصادية، والتأثيرات المتبادلة بين الدول.

المطلب الثاني: نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها

¹ زير مي نعيمة ، التجارة الخارجية الجزائرية من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق"، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص مالية دولية كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010-2011، ص 29.

² زير مي نعيمة ، المرجع السابق، ص 29.



إن التنامي المستمر للمبادلات الدولية بين مختلف الدول والانفتاح المستمر للاقتصاديات العالمية بما فيها الاقتصاديات النامية على الخارج يجعل من الأهمية بمكان إيجاد تفسير لهذه التدفقات التي عرفت وتعرف تغيرات كبيرة سواء على مستوى الأطراف المتبادلة أو على مستوى طبيعة السلع المتبادلة ، وفي واقع الأمر فإنها كانت موضوع بحث من طرف الكثير من المفكرين والباحثين فابن خلدون في مقدمته يرجع اختلاف الأسعار بين الدول إلى تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي من خلال المكوس والمغارم المفروضة على الحدود، وإلى اختلاف خصوبة الأراضي بين الدول مما ينعكس في اختلاف النفقات ومن ثم في اختلاف الأسعار.

أما التجاريون فقد شجعوا تدخل الدولة في التجارة الخارجية من خلال تشجيع الصادرات والحد من الواردات، أما الطبيعيون فقد شجعوا التجارة الحرة وبذلك كانت رؤيتهم هي البداية الفعلية للتوجه الليبرالي أما آدم سميث فقد بنى نظريته على اختلاف نفقات الإنتاج (تعتمد على العمل) بحيث يتخصص كل بلد في إنتاج وتصدير السلعة التي يتمتع فيها بميزة مطلقة ويستورد السلعة التي له فيها نقيصة مطلقة.¹

الفرع الأول: نظرية التكاليف النسبية²

لقد ميز ريكاردو بين التبادل الداخلي والتبادل بين الأمم فإذا كان التبادل الداخلي للسلع يتم على غرار سميث وفقا للتكاليف المطلقة فإن التبادل الدولي يعتمد تفسيره على أساس اختلاف التكاليف النسبية مما يعطي مفهوم الأمة دورا مهما باعتبار أن الأمم منفصلة عن بعضها وتمتيز فيما بينها بقدرات إنتاجها أي بدوال إنتاجها ومن ثم بتكاليف إنتاجها ومن ثم بإنتاجياتها، ويرتكز هذا التحليل على جملة من الفرضيات من أهمها :

-المنافسة التامة في أسواق السلع و أسواق عوامل الإنتاج.

-عدم حركية رؤوس الأموال على الصعيد الدولي.

-ثبات الغلة (تكلفة الوحدة الواحدة لا تتغير).

-يتم الإنتاج بمعاملات ثابتة أي عدم إمكانية الإحلال بين العوامل.

وهكذا فلا مناص من تخصص البلدان النامية في إنتاج تلك المنتجات التي لها فيها نقيصة نسبية أقل وهي المنتجات التي لا تتطلب تكنولوجيا متطورة وتتميز بعمالة كثيفة ضعيفة التأجير وبخسة الثمن في حين أنها تستورد من البلدان الصناعية تلك المنتجات التي يتطلب إنتاجها يدا عاملة عالية التأهيل وتتقاضى أجورا مرتفعة وتكنولوجيا متطورة .

¹ عبد الحميد زعباط، نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 01، مجلد 08، تاريخ النشر 07-06-

2004، صص 129-143

² عبد الحميد زعباط، المرجع نفسه، صص 129-143



والنتيجة المنطقية لهذه النظرية أن كل الأطراف المتبادلة تحقق نفعاً ولا يمكن لأي منها أن يخسر طالما أن معدل التبادل العالمي يقع بين معدلي التبادل الداخليين ، وكلما اقترب معدل التبادل الداخلي لبلد عن معدل التبادل الخارجي يزداد كسبه وعلى العكس كلما اقترب منه كلما قل الكسب المحقق من التجارة الخارجية.

أما المدرسة الماركسية : فقد تبنت نظرية التكاليف النسبية الريكاردية، وقد حاولت طرحها في إطار تحليل ماركسي وهو ما أوصلها إلى الاستنتاج بوجود قسمة عمل دولية تعمل لصالح الدول المتقدمة على حساب الدول النامية بحكم تمتعها بمزايا الإنتاجية المرتفعة وتخصصها في ومتميزة فيما بينها بقدرات إنتاجها أي بدوال إنتاجها ومن ثم بتكاليف إنتاجها ومن ثم بإنتاجياتها، ويرتكز هذا التحليل على جملة من الفرضيات من أهمها :

-المنافسة التامة في أسواق السلع و أسواق عوامل الإنتاج.

-عدم حركية رؤوس الأموال على الصعيد الدولي.

-ثبات الغلة (تكلفة الوحدة الواحدة لا تتغير).

-يتم الإنتاج بمعاملات ثابتة أي عدم إمكانية الإحلال بين العوامل.

وهكذا فلا مناص من تخصص البلدان النامية في إنتاج تلك المنتجات التي لها فيها نقيصة نسبية أقل وهي المنتجات التي لا تتطلب تكنولوجيا متطورة وتتميز بعمالة كثيفة ضعيفة التأجير وبخسة الثمن في حين أنها تستورد من البلدان الصناعية تلك المنتجات التي يتطلب إنتاجها يدا عاملة عالية التأهيل وتتقاضى أجوراً مرتفعة وتكنولوجيا متطورة .

والنتيجة المنطقية لهذه النظرية أن كل الأطراف المتبادلة تحقق نفعاً ولا يمكن لأي منها أن يخسر طالما أن معدل التبادل العالمي يقع بين معدلي التبادل الداخليين ، وكلما اقترب معدل التبادل الداخلي لبلد عن معدل التبادل الخارجي يزداد كسبه وعلى العكس كلما اقترب منه كلما قل الكسب المحقق من التجارة الخارجية.

أما المدرسة الماركسية فقد تبنت نظرية التكاليف النسبية الريكاردية، وقد حاولت طرحها في إطار تحليل ماركسي وهو ما أوصلها إلى الاستنتاج بوجود قسمة عمل دولية تعمل لصالح الدول المتقدمة على حساب الدول النامية بحكم تمتعها بمزايا الإنتاجية المرتفعة وتخصصها في:

-التخصص يرتبط بندرة ووفرة عوامل الإنتاج يمكن فهمها اعتماداً على أسعارها النسبية قبل التبادل.

-شروط الإنتاج متماثلة أي أن الدول المتبادلة ذات مستوى تكنولوجي متجانس.

-يتم الإنتاج بعوامل قابلة للإحلال.¹

¹ عبد الحميد زعباط، مرجع سبق ذكره، ص ص 129-143



- عاملا الإنتاج رأس المال ورأس المال متحركان تماما على صعيد الأمة وغير متحركين تماما فيما بين الأمم.

- من مصلحة كل بلد التخصص في إنتاج وتصدير السلع التي يتطلب صنعها كمية أكبر نسبيا من عامل أو عوامل يتمتع فيها بميزة نسبية، ويستورد السلع التي يتطلب صنعها عامل أو عدة عوامل يتمتع فيها بنقيصة نسبية.

ويمكن الحكم على وفرة أو ندرة العوامل بالنظر إلى أسعارها النسبية قبل التبادل فالعامل الوفير يكن ثمنه منخفضا والعامل النادر يكون ثمنه مرتفعا . وتتفق نظرية هيكشر أولان مع النظرية الريكاردية في كون شروط التبادل هو تمكن كل بلد من عرض منتجاته بسعر أدنى. إن تخصص كل بلد في إنتاج المنتجات التي يتطلب إنتاجها كمية وفيرة من العامل الوفير يؤدي إلى زيادة الطلب عليه ومن ثم ارتفاع سعره وانخفاض الطلب على العامل النادر ومن ثم انخفاض سعره مما يؤدي من جهة إلى تقليل الفرق بين سعريهما المطلقين ولكن أيضا إلى تقليص أسعارهما النسبية بين البلدين المتبادلين.

تمائل دوال الإنتاج أو عدم انعكاس كثافة العوامل تعني أن طرق الإنتاج هي نفسها بالنسبة لجميع الدول وتبقى كذلك مع مرور الزمن وتغير أوضاعها الاقتصادية ومستوى تقدمها وهذا لا يتفق مع الواقع العملي إذ أن نفس المنتج يمكن إنتاجه في بلد وفير العمالة بعمالة كثيفة كما يمكن إنتاجه في بلد ذو وفرة رأسمالية برأس مال كثيف، والحال هذه فإن الأسعار النسبية للمنتجات لا تتفق بالضرورة مع الأسعار النسبية للعوامل مما يؤدي إلى بطلان مقولة التساوي الدولي لجزاءات العوامل.

والنتيجة المنطقية لكل ما سبق أن نظريتي ريكاردو وهيكشر أولان اللتان لا تفرقان بين الدول المتقدمة والدول النامية قد تصلحان لتفسير التجارة الدولية بين الدول المتقدمة والدول النامية ولكنها لا تصلح لتفسير المبادلات التجارية بين الدول المتقدمة ذات الوفرة النسبية المتشابهة والمنتجات المتشابهة فيما بينها.

وهكذا فن نظريتي ريكاردو و HOS تشتركان في اعتبار عاملي الإنتاج متحركين داخل الأمة وغير متحركين تماما ما بين الأمم وهو ما يسمح باعتبار الأمم أعوان اقتصادية منفصلة عن بعضها، وتفرقان حول المتغيرات المفسرة للتخصص الدولي حيث يتحدد باختلاف تقنيات الإنتاج بين الدول بالنسبة لريكاردو وباختلاف المخصصات النسبية لعوامل الإنتاج بالنسبة لنظرية HOS¹.

أما النظرية الماركسية فإنها لم تستطع أن تشق لنفسها مسلكا مميزا وخصوصا بها لتفسير التجارة الخارجية و قبلت على العموم بنظرية التكاليف المقارنة لريكاردو لكن مع البقاء في إطار التحليل

¹ عبد الحميد زعباط، مرجع سبق ذكره، صص 129-143



الماركسي، ومع ذلك فقد كان هناك شبه قبول عام لنظرية لتبادل اللامتكافئ التي تبين بأن التبادل الدولي يكون دائما لصالح الأقوى أي لصالح البلدان المتقدمة وعلى حساب الدول النامية وهو ما يقود إلى قبول أطروحة تدهور معدلات تبادل المنتجات المصدرة من قبل الدول النامية وهي أهم نتيجة أبعدها عن الطرح الكلاسيكي.¹

الفرع الثاني: النظريات الحديثة²

لقد بنيت نظريتا ريكاردو و HOS على فرضيتي المنافسة التامة وثبات الغلة، وهما فرضيتان غير واقعتين إذ ينبغي التخلي عنهما:

01 - الصالح فرضية المنافسة الناقصة بما تشمله من منافسة احتكارية واحتكار القلة للشراء خاصة أن القطاعات الصناعية التي تعد المصدر الأهم للتجارة الدولية تعالج في دراسات الاقتصاد الصناعي كاحتكارات قلة.

02 - لصالح إمكانية استغلال وفورات الحجم (تناقص التكاليف) الذي تحققه الشركات المبدعة ذات التكنولوجيا الرائدة، إذ يمكنها احتكار إنتاج تشكيلة معينة لمنتج معين مبتعدة كثيرا عن فرضية المنافسة التامة.

كما أن نظريتي التكلفة النسبية لريكاردو والوفرة النسبية للعوامل لـ HOS مبنيتان على منطق الاختلاف بين الأمم، مما يعني أن أية دولة لا يمكنها أن تكون مصدرة ومستوردة في نفس الوقت لنفس التشكيلة من المنتجات وعليه فهي لا تفسر لنا ذلك الجزء الهام من المبادلات الذي يتم بين الدول المتقدمة التي تتشابه اقتصادياتها من حيث مخصصات العوامل وتتقارب مستويات تقدمها كما تتشابه المنتجات التي هي محل تجارتها البيئية والتي تعرف باسم التجارة داخل الصناعة أو داخل الفرع والتي تسمى أيضا المبادلات المتقاطعة Leséchangescroisées"، هذه المبادلات تقل بين البلدان المتقدمة والبلدان السائرة في طريق النمو، وهو ما تؤكد إحصائيات الأمم المتحدة والمنظمة العالمية للتجارة وكذا كل الدراسات القياسية المتعلقة بالموضوع.

كما أن هذه النظريات لا تفسر المبادلات التي تتم بين فروع الشركات المتعددة الجنسية، بل أنها لا تأخذ في الحسبان حتى وجود هذه الشركات.

¹ عبد الحميد زعباط، مرجع سبق ذكره، صص 129-143

² المرجع نفسه، صص 129-143



كل ذلك أدى إلى بروز نظريات حديثة ارتكز معظمها على تعميق منطق التمايز والاختلاف وتقع في جانب العرض، وبعضها الآخر اعتمد نهجا مخالفا قاعبا في جانب الطلب¹:

01 - المدخل المرتكز على جانب الطلب:

ويتعلق الأمر بنظرية الطلب التمثيلي لـ Linder وفيها فرق بين التجارة في المنتجات الأولية والتي يرى أن تفسيرها نجده في نظرية HOS ، وبين التجارة في المنتجات الصناعية التي يرد أسبابها إلى تشابه مستويات الطلب في البلدان المتقدمة وتقارب مستويات الدخل الفردية ومادامت الدول المتقدمة هي التي تتمتع بدخول مرتفعة فإن طلبها يتحول نحو السلع المعقدة التركيب ومن ثم تتكثف تجارتها البيئية.

02 - المدخل المرتكز على جانب العرض: تعددت المداخل القابعة في جانب العرض والمعتمدة من قبل الاقتصاديين المهتمين بالموضوع، نوجزها فيما يلي:

-نظرية Michaelone : لقد طور Poner سنة 1961 تحليلا جديدا يرتكز على التغيرات التكنولوجية

وذلك بتوسيع نتائج أنشطة البحث والتطوير على صعيد الشركات إلى المجال الدولي ذلك أن احتكار شركة مبدعة لإنتاج سلعة جديدة تستهلك من قبل المقيمين ومن قبل مستهلكين موجودين في الخارج يؤدي إلى تصديرها إلى الخارج طالما لم يتمكن منافسوها من إصدار منتج منافس، ومحدد التجارة هنا يعتمد من جهة على الفجوة التكنولوجية (L'écart technologique " الاختلافات التكنولوجية أو اختلاف دوال الإنتاج وهو مبدأ ريكاردي) ومن جهة ثانية هو امتداد لأطروحة كتابه Théorie du développement 1934 الذي يحلل الدور المحدد للتكنولوجيا في ديناميكية الرأسمالية بتعديل فروض نظرية هيكرش أولان.

وقد ترتب عن هذا التصور إدخال الكثير من حقائق الاقتصاد العالمي، مثل نشاط الشركات المتعددة الجنسية الدول النامية ومشاكل النمو والتنمية في التحليل الاقتصادي للتجارة الدولية. فالاهتمام لم يعد منصبا فقط على المخصصات العاملة النسبية للدول، وإنما تم توسيع مصادر اختلاف المزايا النسبية إلى المزايا المكتسبة، فالبلدان ذات السبق التكنولوجي لها ميزة إنتاج المنتجات الجديدة التي تتميز بكثافة في البحث، والتي تضمن لها احتكارا مؤقتا في الإنتاج والتصدير؛ والبلدان التي تتسم بالتأخر التكنولوجي تتخصص في إنتاج المنتجات التي تتطلب تقنيات عادية ومبتذلة وتصدرها للمجموعة الأولى من البلدان.

- نموذج دورة حياة المنتج في 1966 جاءت نظرية دورة حياة المنتج لـ Raymond Vernon مثرية

طرح Posner أخذ في الحسبان استراتيجيات الشركات التي تصاحب التغيرات التكنولوجية على طول فترة الحياة الاقتصادية للمنتج وحسبه فإن الشركات الأمريكية في بداية الأمر تنتج منتجا جديدا بكميات قليلة وبتكاليف مرتفعة (خاصة الأجور)، وتباع في الولايات المتحدة الأمريكية بأسعار مرتفعة لذوي الدخل

¹ عبد الحميد زعباط، مرجع سبق ذكره، صص 129-143



المرتفعة، وتكون مرونة الطلب عليها ضعيفة بالنسبة للمنتج وللصناعة. وعند بداية نمطية المنتج تتخفض تكلفته بفعل وفورات الحجم، فينخفض سعر البيع ويصدر المنتج إلى المستهلكين الأجانب. وفي مرحلة ثالثة يظهر منافسون أجانب مما يؤدي بالشركات الأمريكية إلى نقل ميدان إنتاجها إلى البلدان الصناعية، وعندما تصبح التكنولوجيا مستقرة ومعروفة جيدا ويصبح المنتج نمطيا فهذا يعني اتصافه بخصائص سلع هيكشر - أولان (تماثل دوال الإنتاج، اختفاء ظاهرة اقتصاديات الحجم استبعاد ظاهرة انعكاس كثافة عوامل الإنتاج المستخدمة، سيادة المنافسة في أسواق السلع).

وفي مرحلة أخيرة، يتم تراجع الطلب في الولايات المتحدة الأمريكية والطلب المتبقي يتم إشباعه بالاستيراد من فروع شركاتها الموجودة في الخارج، فالمنتج يتقدم وتبرز منتجات جديدة منافسة ويحدث انتقال جديد لإنتاجه ليتموضع في البلدان النامية.

إن أطروحة Vernon على غرار أطروحة Posner تجعل من التقدم التكنولوجي مصدرا للميزات النسبية ولتبادل المنتجات التي تنتمي إلى أجيال تكنولوجية متباينة، وتوضح سلوك الشركات المتعددة الجنسية إزاء الأسواق الدولية، وتوحي بإمكانية تصنيع البلدان النامية من خلال انتقال الأنشطة المتقدمة إليها، ولكنها في نفس الوقت لا تترك أي بصيص من الأمل لهذه الدول لتلتحق بركب الدول المتقدمة، باعتبار أنها تتخصص في السلع المبتدلة دون أن يكون لها أي حظ في إنتاج وتصدير السلع الرائدة.

-نظرية نسب عوامل الإنتاج الجديدة Neo-factorproportiontheory وهي نظرية تعتمد على تعميق منطلق الاختلاف وتذهب أبعد من نظرية HOS ، إذ أن عوامل الإنتاج لا تنحصر في عاملين أو ثلاثة وأي عامل منها لا يتسم بالتجانس، ويجب الأخذ في الحسبان الاختلافات الموجودة داخل العامل الواحد، أي التمييز بين عوامل فرعية لكل عامل، وبناء على ذلك فإن الدول تتميز عن بعضها على أسس عاملية أعقد مما تحدثت عنه نظرية HOS .

-نظرية الميزة النسبية المقارنة : تنتقل هذه النظرية التحليل من فرضية التبادل بين بلدين

لمنتجين يستخدم في إنتاجهما عاملين إلى واقع يتعدد فيه الشركاء، ومن ثم أصبح أمام تسلسل للميزات النسبية الوطنية، فمن أجل سلعة ما تكون للبلد A ميزة نسبية مع البلد أو المنطقة B ويصدر إليه أو إليها المنتج؛ ونقيصة نسبية مع البلد أو المنطقة C ويستورد منه أو منها المنتج؛ والمبادلات هنا تأخذ اتجاهها وحيدا بمعنى أن هذه النظرية لا تفسر إلا جزءا ضئيلا من المبادلات ولا تعطينا تفسيراً للمبادلات المتقاطعة.¹

¹ عبد الحميد زعباط، مرجع سبق ذكره، ص ص 129-143

**الفرع الثالث: النظرية الجديدة¹**

كان من نتيجة تعدد التفسيرات بروز منحيين:

01 - المنحى الأول: حاول المزوجة بين النماذج المرتكزة على تمايز المنتجات والنماذج المرتكزة على وفورات الحجم بما يسمح بتفسير وجود مبادلات بلد ما صادراته ووارداته على صعيد الفرع الإنتاجي، إذ أنه يصدر ويستورد نفس المنتج الذي يتسم بالتمايز سواء على أساس عمودي متعلق بنفس الجودة، أو على أساس أفقي متعلق بجودة مختلفة وهكذا فإن البحوث والاطروحات الحالية تميز بين 3 أنواع من المبادلات التجارية:

- **المبادلات التجارية التقليدية** وتعني تخصص بلد في اتجاه وحيد أي عدم وجود التخصص داخل

الفرع الإنتاجي وتكون قيمة مؤشر B.Balassa = 1 . .

- **التجارة المتقاطعة في منتجات متشابهة.**

- **التجارة المتقاطعة في منتجات متميزة عموديا .**

وتعد المنافسة الاحتكارية في مجال المنتجات الصناعية المتشابهة (لكنها متميزة عن بعضها)

من القوى الخالقة للتجارة الخارجية، لكن يشترط هنا الوجود المسبق لسوق داخلي للسلعة المعنية، بما

يسمح للشركات المحلية المنتجة اكتساب التجربة والاستفادة من وفورات الحجم من ثم الوصول إلى

الأسواق الخارجية للبلدان ذات الطلب المشابه.

02 - المنحى الثاني: ويرتكز على السياسات التجارية أو الصناعية وهو تحليل يعتمد على المنافسة

الناقصة وعلى التدخل القوي للدولة أي على مبدأ الحمائية بهدف تحسين وضعية الشركات الوطنية إزاء

منافسيها حيث تسمح لها الوصول إلى أسواق ماكان بإمكانها دخولها دون دعم حكومي، وحسب مقال لـ

J.Brander et Spencer فإن هذا الدعم يسمح باستقطاع جزء من أرباح الشركة الأجنبية لصالح الشركة

المحلية التي تصبح تحتل دور الشركة القائمة محققة توازن من نوع Stackelberg.

من خلال ما سبق نلخص تطور نظريات التجارة الدولية ومحدداتها. في أهم النقاط:

- عدم قدرة النظريات الكلاسيكية (ريكاردو، هكشر-أوهلين) على تقديم تفسير شامل للتجارة الدولية

بسبب افتراضاتها غير الواقعية.

- افتراض هذه النظريات أن التجارة تفيد جميع الأطراف بغض النظر عن مستوى تطورها الاقتصادي،

في حين ترى النظرية الماركسية أنها تبادل لا متكافئ لصالح الدول المتقدمة.

- عدم قدرة هذه النظريات على تفسير تجارة السلع المتشابهة بين الدول المتقدمة، وعدم مراعاتها

لخصوصية الدول النامية وتجاهلها لدور الشركات متعددة الجنسيات.

¹ عبد الحميد زعباط، مرجع سبق ذكره، ص ص 129-143



سعت النظريات الحديثة والجديدة إلى تجاوز هذه النقائص من خلال افتراضات المنافسة الناقصة وتغيير غلة الحجم، لكنها لم تصل إلى تفسير مقنع يأخذ بعين الاعتبار وضعيات ومصالح البلدان النامية.

عدم قدرة النظريات الحالية على تقديم تفسير شامل للتطورات والمستجدات الدولية في التجارة، خاصة فيما يتعلق بوضع الدول النامية ومصالحها.

الجدول رقم (I-03): يبين نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها

النظرية	المحدوديات	المزايا	الأسس	النظرية
نظرية التكاليف المطلقة (آدم سميث)	غير واقعية لعدم وجود ميزة مطلقة لكل دولة في جميع المنتجات.	تبسيط فهم التخصص الدولي.	اختلاف نفقات الإنتاج بين الدول.	نظرية التكاليف المطلقة (آدم سميث)
نظرية التكاليف النسبية (ريكاردو)	تعتمد على فرضيات غير واقعية مثل المنافسة التامة وثبات الغلة.	تفسر تخصص الدول في إنتاج السلع التي تتمتع فيها بميزة نسبية.	اختلاف التكاليف النسبية بين الدول.	نظرية التكاليف النسبية (ريكاردو)
نظرية هيكشر-أولان (HOS)	لا تأخذ في الاعتبار التغيرات التكنولوجية والاختلافات داخل عوامل الإنتاج.	تفسر تخصص الدول في إنتاج السلع التي تستخدم فيها عوامل الإنتاج الوفيرة.	اختلاف وفرة عوامل الإنتاج بين الدول.	نظرية هيكشر-أولان (HOS)
نظرية الطلب التمثيلي (Linder)	لا تفسر التجارة بين الدول المتقدمة والدول النامية.	تفسر التجارة البينية بين الدول المتقدمة.	تشابه مستويات الطلب في البلدان المتقدمة.	نظرية الطلب التمثيلي (Linder)
نظرية الفجوة التكنولوجية (Posner)	لا تأخذ في الاعتبار دور الشركات المتعددة الجنسية.	تفسر دور الابتكار في التجارة الدولية.	التغيرات التكنولوجية والابتكار.	نظرية الفجوة التكنولوجية (Posner)
نظرية دورة حياة المنتج (Vernon)	لا تترك مجالاً للدول النامية للوصول إلى مستوى الدول المتقدمة.	تفسر انتقال الإنتاج من الدول المتقدمة إلى الدول النامية.	مراحل دورة حياة المنتج.	نظرية دورة حياة المنتج (Vernon)
نظرية الميزة النسبية المقارنة	لا تفسر التجارة المتقاطعة.	تفسر التجارة بين العديد من الدول.	تسلسل الميزات النسبية الوطنية.	نظرية الميزة النسبية المقارنة
النظرية الجديدة (المنحى الأول)	تعتمد على وجود سوق داخلي للسلعة.	تفسر التجارة المتقاطعة في منتجات متشابهة ومتمايزة.	مزيج من تمايز المنتجات ووفورات الحجم.	النظرية الجديدة (المنحى الأول)
النظرية الجديدة (المنحى الثاني)	قد تؤدي إلى انخفاض كفاءة الاقتصاد.	تفسر دور الحمائية في تحسين وضعية الشركات الوطنية.	السياسات التجارية أو الصناعية.	النظرية الجديدة (المنحى الثاني)

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على المرجع : عبد الحميد زعباط، نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 01، مجلد 08، تاريخ النشر 07-06-2004، ص 129-143 (بتصرف).



خلاصة، لما تطرقنا له سابقاً، تناولنا في المطلب الثاني نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها، حيث تم استعراض النظرية الكلاسيكية المتمثلة بنظرية التكاليف النسبية لريكاردو ونظرية هكشر أولان، والتي تعتمد على فكرة التخصص الدولي بناءً على مزايا نسبية للعوامل الإنتاجية.

ولكن هذه النظريات واجهت محدوديات في تفسير التجارة الدولية بشكل شامل، وتجاهلت دور التكنولوجيا والشركات متعددة الجنسيات، وعدم قدرتها على تفسير التجارة بين الدول ذات مستويات التنمية المختلفة.

ثم انتقلنا إلى النظريات الحديثة مثل نظرية الطلب التمثيلي ونظرية الفجوة التكنولوجية ونظرية دورة حياة المنتج ونظرية الميزة النسبية المقارنة، والتي حاولت تجاوز النقائص، لكنها لم تصل إلى تفسير شامل.

وأخيراً، تم عرض النظرية الجديدة التي حاولت إيجاد مزوجة بين النظريات المتضاربة، لكنها لم تتمكن من تقديم تفسير شامل للتطورات والمستجدات الدولية في التجارة، خاصة فيما يتعلق بوضع الدول النامية ومصالحها.

المطلب الثالث: سياسات التجارة الدولية

بعد استعراض نظريات التجارة الدولية ومحدوديتها، ننتقل الآن سياسات التجارة الدولية. فبعد فهم العوامل التي تحكم حركة السلع والخدمات بين الدول، يصبح من الضروري التطرق إلى الوسائل التي تستخدمها الدول لتوجيه هذه الحركة والتأثير عليها. في هذا المطلب، سنستكشف مفهوم السياسة التجارية الدولية أنواع سياسات التجارة الدولية آلياتها وآثارها على الاقتصاد العالمي.

الفرع الأول: سياسات التجارة الدولية تعريفها وأهدافها

في هذا الفرع، سنستكشف ماهية سياسات التجارة الدولية، وسناقش الأهداف الرئيسية التي تسعى لتحقيقها. سنركز على التعريف الدقيق لهذه السياسات وأهم أهدافها.

أولاً: تعريف السياسة التجارية الدولية

يقصد بالسياسة التجارية مجموعة اللوائح والتشريعات الرسمية التي تستخدمها الدولة للتحكم والسيطرة على نشاط التجارة 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.¹

¹ محمد أحمد السريتي ومحمد عزت محمد غزلان التجارة الدولية والمؤسسات المالية الدولية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2013،



ويقصد بالسياسة التجارية مجموعة الوسائل التي تلجأ إليها الدولة في تجارتها الخارجية بقصد تحقيق أهداف معينة.¹

ويقصد بالسياسة التجارية في مجال الاقتصاد الدولي مجموعة الإجراءات التي تلجأ إليها الدولة في معاملاتها العالم الخارجي بقصد تحقيق أهداف معينة.²

كما تعرف السياسة التجارية: مجموعة القوانين والنظم والإجراءات التي تنظم إدارة ميزان المدفوعات، أي إدارة الصادرات والواردات السلعية والخدمية وغيرها من المعاملات الرأسمالية والتي تؤثر على الفائض أو العجز في إجمالي الدخل من خلال المعاملات الخارجية للدولة".³

هناك من يرى بأن السياسة التجارية "هي عبارة عن برنامج حكومي مخطط تحدد فيه مجموعة من الأدوات أو الأساليب التي يمكن أن تؤثر على التجارة الخارجية خلال فترة معينة بالشكل الذي يضمن تحقيق أهداف اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية معينة، يصعب أو يتعذر الوصول إليها طبقاً لآلية السوق الحرة".⁴

من خلال ما سبق منالتعاريف ندرج تعريف شامل لسياسة التجارة الدولية على النحو

التالي: سياسة التجارة الدولية هي: "مجموعة من الإجراءات والتشريعات الرسمية التي تتخذها الدولة للتحكم في تدفق التجارة الخارجية، وذلك لتحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية وسياسية معينة". وتشمل هذه الإجراءات:

✍ **اللوائح والتشريعات:** التي تحدد شروط و ضوابط التجارة الخارجية.

✍ **الرسوم الجمركية:** التي تُفرض على السلع المستوردة أو المصدرة.

✍ **الحصص:** التي تحدد كمية السلع التي يمكن استيرادها أو تصديرها.

✍ **القيود:** التي تُفرض على أنواع معينة من السلع أو الخدمات.

✍ **الاتفاقيات التجارية:** التي تُبرم بين الدول لتسهيل التجارة بينها.

باختصار، سياسة التجارة الدولية هي أداة هامة تستخدمها الدول لضمان تحقيق أهدافها

الاقتصادية والاجتماعية والسياسية من خلال إدارة تدفق التجارة الخارجية.

¹ رضا عبد السلام، العلاقات الاقتصادية الدولية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2011، ص 77

² الصايح بوزيد، أسماء عدانكة السياسات التجارية وعلاج الاختلالات في ميزان المدفوعات"، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، العدد 04، جامعة الوادي، الجزائر، 2016، ص 260.

³ سهير محمد السيد حسن وآخرون الاتجاهات الحديثة في السياسات التجارية"، دار مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2004-16.152005.

⁴ السبتي وسيلة وآخرون "التكتلات الاقتصادية وتطوير التجارة الخارجية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص136



ثانياً: أهداف السياسة التجارية الدولية

تسعى سياسة التجارة الدولية لتحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية واستراتيجية والتي سنوجزها في مايلي:¹

01 - الاهداف الاقتصادية :

- العمل على خفض العجز في ميزان المدفوعات : نلاحظ أن أغلبية الدول تعاني من العجز في ميزان

المدفوعات، ومهما كان تأثير ما يعرف بالقوى التلقائية التي تعمل على إحداث التوازن الميزان المدفوعات بعد تعرضه إلى الخلل فإن هذه الأخيرة لم تعد لها التأثير الفعال بسبب وجود بعض الأسباب التي تمنع عملها، مما يجبر الدولة على التدخل وهذا بمجموعة من السياسة التجارية التي تؤثر على حجم الصادرات والواردات من أجل العمل على تقليل العجز في ميزان المدفوعات. **- تحقيق موارد للخرينة العامة :** عادة ما يتم الحصول على الموارد المالية للخرينة ونقد الأجنبي عند مرور السلع. عبر الحدود من خلال فرض الرسوم الجمركية على الواردات وفي بعض الاحيان على الصادرات، وتستخدم هذه الموارد في تمويل النفقات العامة بكافة أشكالها وأنواعها ولتحقيق التوازن الداخلي وتغطية العجز الحاصل في الميزانية العامة.

- حماية الانتاج المحلي من المنافسة الأجنبية : يعتبر هذا الهدف من أقدم أهداف السياسة التجارية حيث يجب على الدولة قبل أن تبدأ في انشاء صناعات جديدة أن تقدم الحماية للصناعة الوطنية من خلال توفير الدولة كل الظروف الملائمة والمساندة لها حيث تفرض قيود على السلع الأجنبية المماثلة للإنتاج المحلي ويصل مستوى التقييد إلى درجة منع استيرادها.

تعتبر السياسة التجارية أداة أساسية لتحقيق الأهداف الاقتصادية ويظل استخدامها كأداة للتنوع الاقتصادي أمراً مهماً، إذ يمكن أن توفر صادرات السلع والخدمات زيادة في مداخيل الفقراء وعوائد للحكومات وفرص شغل بما في ذلك وظائف مرتفعة الأجر في الخارج، وبهذا يمكن للصادرات المساهمة في تحقيق الأهداف الإنمائية من خلال إخراج الناس من هوة الفقر.

02 - الاهداف الاجتماعية :

- تتمثل الاهداف الاجتماعية في : حماية مصالح بعض الفئات الاجتماعية قد يتعرضون المنتجين المحليين لسلع معينة (هذه السلع قد تكون أساسية وضرورية في الدولة) إلى المنافسة الشديدة مع الواردات التي تكون أرخص من المحلية التي تكون تكلفة إنتاجها مرتفعة، ويعرف هذا أيضاً بخطر الإغراق الذي يمثل التمييز سعري في مجال التجارة الخارجية حيث يكون البيع بسعر أقل من تكاليف الإنتاج بهدف السيطرة على الأسواق الدولية.

¹ بن سليمان محمد، أثر التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة تحليلية قياسية مقارنة مع بعض الدول النامية خلال الفترة



- إعادة توزيع الدخل المحلي بين الفئات والطبقات المختلفة.

03 - الاهداف الاستراتيجية : وتتمثل الاهداف الاستراتيجية في :

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

-العمل على توفير الحد الأدنى من الانتاج من مصادر الطاقة مثل النفط، الغاز الخ.¹

من خلال ما سبق، يتضح لنا أن سياسة التجارة الدولية هي مجموعة من الإجراءات التي تتخذها الدول للتحكم في تدفق التجارة الخارجية، وهدفها تحقيق أهداف اقتصادية واجتماعية واستراتيجية متنوعة. تُستخدم هذه السياسات لضبط حجم الصادرات والواردات، وتوفير موارد مالية، وحماية الصناعات المحلية، وإعادة توزيع الدخل، و ضمان الأمن القومي. تتضمن هذه السياسات مجموعة من الأدوات مثل الرسوم الجمركية والحصص والقيود والاتفاقيات التجارية، وتهدف إلى تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والاستراتيجية للدولة.

الفرع الثاني : أنواع سياسات التجارة الدولية

هناك نوعين من السياسات التجارية سياسة الحرية التجارية و سياسة الحماية التجارية ، هناك العديد من العوامل التي تحكم اختيار بلد معين لتطبيق أي من هاتين السياستين ، فالنظام الاقتصادي السائد يلعب دورا محوريا في اختيار السياسة التجارية ، يمكننا القول بصفة عامة أن النظام الاقتصادي الاشتراكي هو الأميل لتطبيق سياسة تجارية مقيدة و النظام الاقتصادي الرأسمالي أكثر ميلا لتطبيق سياسة تجارية أكثر تحررية.

أولا : سياسة الحرية التجارية

يدعو أصحاب مبدأ تحرير التجارة الى عدم تدخل الدولة في تجارتها مع الدول الأخرى ، حيث تقوم سياسة الحرية على خفض أو إزالة القيود و العوائق التي تقيد تدفق السلع و الخدمات عبر الحدود ، سواء بالنسبة للصادرات أو الواردات و يستند أصحاب مبدأ تحرير التجارة من القيود الى الحجج التالية² :

01 - الترابط بين الانفتاح الاقتصادي و تحرير التجارة والنمو الاقتصادي : يؤكد دعاة مبدأ تحرير التجارة بأن الانفتاح الاقتصادي و خاصة ذلك المرتبط بالتجارة الخارجية كان عاملا مهما في زيادة معدلات النمو الاقتصادي.

02 - الاستفادة من مزايا التخصص والتقسيم العمل الدولي:

سبق أن عرضنا للنظريات الكلاسيكية المفسرة للتجارة الخارجية و لاحظنا أن جل تلك النظريات تؤكد على أن التخصص و تقسيم العمل الدولي هو أساس لقيام التجارة الدولية ، فكل دولة في ظل التجارة

¹ بن سليمان محمد، مرجع سبق ذكره ص 13

² -برقوق مريم، محددات التجارة الدولية في دول شمال أفريقيا دراسة قياسية للفترة 1990-2017، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، 2022-2023، ص ص 64-68



الحرية على المستوى الدولي تتخصص في انتاج السلعة التي تتمتع فيها بمميزات نسبية من غيرها وكون أن الدولة تتمتع بميزة نسبية في انتاج سلعة ما يمكنها انتاج تلك السلعة بتكلفة انتاج أقل ومن ثم يمكنها التصدير للدول التي لا تتوفر لها تلك الميزة في انتاج تلك السلعة، وفي المقابل تصديرها لهذا المنتج الوفير يمكنها أن تحصل على المنتج الوفير لدى دولة أخرى، وبهذا تحقق كل دولة أقصى انتاج قومي ممكن وتحقق الرفاهية لمواطنيها، ولا يمكن قيام هذا التبادل القائم على التخصص الا في ظل قيام حرية التجارة بين الدول، لأنه لو لم تكن هناك تجارة حرة فسوف تكتفي كل دولة بإنتاج ما يغطي فقط الاحتياجات المحلية لأنه لا مكان للتصدير وبالتالي لا يكون هناك استخدام واستغلال أمثل للموارد المتاحة محليا، كما سيضيع على الدولة عوائد كثيرة كان بالإمكان الحصول عليها لو أمكنها تصدير الفائض للعالم الخارجي وما أعاقها على ذلك سوى تقييد التجارة.

فانسجاما مع مبدأ تقسيم العمل والتخصص الدولي فان حرية التجارة بين الدول تؤدي الى انخفاض أسعار السلع المستوردة التي لا يمكن انتاجها في الداخل الا بتكاليف عالية، وتعود الحرية في هذه الحالة بالمنفعة على كل من المستهلك والمنتج فالمستهلك يستفيد من انخفاض الأسعار نتيجة انخفاض التكاليف أما المنتج فيصبح بإمكانه التوجه نحو فروع الإنتاج التي يستطيع توظيف رؤوس أمواله فيها بفعالية أكبر .

03 - الحرية التجارية تحد من الاحتكارات : سياسة حرية التجارة في حد ذاتها تضعف المراكز

الاحتكارية في الأسواق المحلية و الأسواق الدولية لأنها تشجع في هذه الأسواق درجة عالية من المنافسة، وبالتالي فان تحرير التجارة الخارجية من جانب أكبر عدد ممكن من الدول يؤدي الى القضاء على الاحتكار بينما الاستمرار في تقييد التجارة يحمي القوى الاحتكارية ويضيع فرصة الاستفادة من المزايا النسبية للدول المختلفة المتقدمة أو المتخلفة على حد سواء.

04 - الحرية تحفز التقدم الفني و التكنولوجي : إن تحرير التجارة تضع المنتج الوطني في تحد مع

نفسه ومع المنتج الأجنبي الذي يرغب في غزو سوقه، حيث أن على المنتج المحلي أن ينتج بكميات ومستويات جودة ترضي الذوق المحلي، ليس هذا فقط بل عليه أن ينتج لإشباع الأسواق الأجنبية وبهذا يمكنه التوسع في سوقه وفي حجم نشاطه، وإذا ما تحقق هذا التوسع أمكنه تطوير تقنيات نشاطه وتدريب عماله على كل جديد في التكنولوجيا لتحسين المنتجات لتصبح ذات قدرة تنافسية أكبر، أما في ظل حماية السوق فان المنتج يهمل التقدم العلمي والتكنولوجي ويركز لدعم الدولة وحمايتها، اذ يندم الخطر على مركزه نتيجة غياب المنافسة فلا يسعى الى تطوير فنون الإنتاج ولا الى تحسين نوعية السلعة طالما أن السوق الداخلية مضمونة له .



05 - الحماية قد تؤدي إلى سياسة إفقار الغير : التجارة ان سياسة افقار الغير هو أن فرض الرسوم الجمركية العالية قد تؤدي الى خفض حجم الدولية، لأن تقليص الواردات يؤدي عادة الى تقليل حجم الصادرات ، فاذا اعتمدت كل دولة سياسة حماية صناعاتها المحلية و احجمت عن الاستيراد أو قلصت من وارداتها ستجد في نهاية المطاف نفسها عاجزة عن التصدير ما يمكن أن ينجم عن ذلك ركود اقتصادي ، فلن يكون بإمكان أي دولة تصدير منتجاتها بصورة مستمرة دون ان تستورد منتجات دولة أخرى .¹

ثانيا : سياسة تقييد التجارة سياسة الحماية التجارية

تعني سياسة الحماية التجارية بأنها مجموع السياسات التي تستهدف حماية الإنتاج المحلي من المنافسة الأجنبية والتي تتضمن فرض مجموعة من القيود التي تؤثر على حرية انتقال السلع والخدمات الأجنبية لحدود الدولة وتشمل سياسة الحماية إجراءات تتعلق بفرض ضرائب جمركية للحد من دخول السلع الأجنبية الى السوق المحلية حيث ترتفع أسعارها، أو تقنن دخولها من خلال ما يعرف بنظام الحصص لتحديد حجم وأنواع السلع المسموح بدخولها، وقد يصل الأمر الى حد حظر دخول السلعة الأجنبية للسوق المحلية كليا ، كما قد تأخذ الحماية شكل تقديم دعم أو اعانات الى المنتجين المحليين لتشجيع السلعة المحلية على منافسة السلع الأجنبية وقد تقدم ما يعرف بدعم الصادرات ، هناك عدة أساليب تستخدمها الدول للتحكم في تجارتها مع بقية دول العالم لحماية انتاجها المحلي . و تتمثل حجج أنصار سياسة تقييد التجارة الخارجية فيما يلي² :

01 - حماية الصناعات الناشئة : ويقصد بالصناعة الناشئة أو الوليدة هي الصناعة حديثة العهد في البلد و التي يتوقع لها أن ترقى الى مرحلة النضج والازدهار اذا ما توفرت لها البيئة الملائمة. حيث أن نفقات أي صناعة في مراحلها الأولى تكون مرتفعة ومن ثم يجب حمايتها حتى تنمو وتزدهر وتتخفض نفقات صناعتها و عندئذ تستطيع الدولة إزالة الحماية دون أن يصببها ضرر، فلكي تشجع الدولة نمو الصناعات القومية يجب أن تفرض قيود على استيراد الصناعات الأجنبية المماثلة لها ، مما يؤدي الى ارتفاع سعر السلع المستوردة في الداخل، فتستطيع الصناعة الناشئة بيع انتاجها بثمن يغطي نفقة انتاجها المرتفعة، وبذلك تتمكن من النمو وتثبيت أقدامها و بالرغم من أهمية هذه الحجة وجدواها في حماية الصناعات الناشئة، الا أن هذه الحماية مؤقتة تزول بمجرد وصول الصناعة الى مرحلة اكتمالها ونضجها وبعدها يتم تخفيض الرسوم الجمركية تدريجيا و بنسب تتماشى مع درجة تحسن الصناعة الناشئة

¹ برفوق مريم، مرجع سبق ذكره ص ص 64-68

² برفوق مريم، محددات التجارة الدولية في دول شمال أفريقيا دراسة قياسية للفترة 1990-2017، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، 2022-2023، ص 68



02 - محاربة البطالة : يرى أنصار الحماية أن فرض القيود على السلع المستوردة من شأنه أن يزيد من الطلب الداخلي على السلع المحلية مما يزيد من الطلب على العمالة ويقلل من البطالة ، بالإضافة الى زيادة فرص الاستثمار في الداخل كما أن الحماية تخلق أنواعا جديدة من الصناعات وذلك يؤدي الى زيادة الطلب على العمالة، كما أن التوسع في سياسة الاكتفاء الذاتي داخل الدولة من شأنه أن يزيد من فرص العمل والتشغيل.

إلا أن فرض الحماية بغرض زيادة العمل قد لا يتحقق إذا طبقت الدول الأخرى مبدأ المعاملة بالمثل والذي بدوره يؤدي الى نقص الطلب على المنتجات الوطنية في الخارج ، فيقل الإنتاج و تزيد معدلات البطالة، ولذلك يجب على الدولة أن تتبنى سياسة الحماية بالقدر الذي يوازن بين صادراتها و واردتها، وأن كان ذلك لا يمنع من إمكانية تخفيض حجم واردتها دون الغائها تماما.

هذا وتعد حجة العمالة الرخيصة من أكثر الحجج شيوعا لغرض الحماية، حيث أن السلع المنتجة باستخدام العمالة الرخيصة ستباع بأقل من أثمان المنتجات المحلية، مما يجعل المنتجين المحليين غير قادرين على المنافسة، كما أن المنشآت ستقع تحت اغراق نقل عملياتها عبر الحدود بغرض استخدام العمالة الرخيصة، وهذا ما يحدث على المستوى العالمي حيث تقوم الشركات دولية النشاط بخلق شركات وليدة لها في الدول التي تتمتع بالعمالة الرخيصة لتستفيد من هذه الميزة في الإنتاج .

03 - الحماية بغرض الحصول على موارد مالية : تلجأ الدول في كثير من الحالات الى فرض الرسوم الجمركية كوسيلة للحصول على المداخيل، الا أن المغالاة في فرض الرسوم يؤدي الى تقليل الواردات والى نقص حقيقي في الإيرادات وذلك راجع الى اتباع الدول الأخرى لسياسة المعاملة بالمثل وخضوع صادرات الدول لنفس المعاملة من قبل الدول الأجنبية.

04 - الحماية لمواجهة العجز في الميزان التجاري : وفي هذه الحالة تلج الدولة لمقابلة العجز في الميزان التجاري الى فرض رسوم مرتفعة على واردات بعض السلع وبذلك تقل الواردات و بذلك يقل طلب الدولة على العملات الأجنبية¹.

¹برفوق مريم، مرجع سبق ذكره، ص 68



من خلال ما سبق نلخص تطور نظريات التجارة الخارجية ومحدودياتها. في أهم النقاط:

الجدول رقم (1-04): يبين أنواع السياسات التجارية الدولية (مزايا وعيوب)

نوع السياسة	الوصف	مزايا	عيوب
سياسة الحرية التجارية	عدم تدخل الدولة في التجارة الخارجية، وتقليل أو إزالة القيود والعوائق على تدفق السلع والخدمات.	زيادة النمو الاقتصادي، الاستفادة من مزايا التخصص والتقسيم العمل الدولي، خفض الأسعار، زيادة المنافسة، تحفيز التقدم التكنولوجي.	قد تؤدي إلى فقدان فرص العمل المحلية، عدم حماية الصناعات الناشئة، عدم قدرة الدول على تحقيق أهداف اجتماعية معينة.
سياسة الحماية التجارية	مجموعة من السياسات التي تهدف إلى حماية الإنتاج المحلي من المنافسة الأجنبية، بفرض قيود على تدفق السلع والخدمات الأجنبية.	حماية الصناعات الناشئة، زيادة فرص العمل، توفير موارد مالية، التحكم في تدفق السلع الاستراتيجية.	قد تؤدي إلى ارتفاع الأسعار، نقص المنافسة، تثبيط التقدم التكنولوجي، تدهور العلاقات التجارية الدولية.

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على المرجع: برفوق مريم، محددات التجارة الدولية في دول شمال أفريقيا دراسة قياسية للفترة 1990-2017، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، 2022-2023، ص 68 (بتصرف).

يُظهر الجدول بشكل مُلخص المزايا والعيوب لكل من سياسة الحرية التجارية و سياسة الحماية التجارية . من خلال الجدول يمكن ملاحظة أن كل سياسة لها جوانب إيجابية وسلبية .

الفرع الثالث : أدوات سياسات التجارة الدولية

للسياسة التجارية العديد من الأدوات منها¹:

أولاً: الأدوات السعرية

1. الرسوم الجمركية: وهي عبارة عن ضريبة تفرضها الدولة على السلع عندما تجتاز حدودها سواء كانت من صادرات أو واردات فالرسم إذن ضريبة على انتقال السلع من الدولة أو إليها وظاهر أن الرسم ينقسم إلى رسم على الصادرات ورسم على الواردات والرسوم على الصادرات رسوم نادرة، غالباً ما تكون في البلاد المنتجة والمصدرة للمواد الأولية باعتبار أن عينها يقع على الخارج، وإنما الغالب هو أن تفرض الرسوم على الواردات وهناك نوعين من الرسوم الجمركية:

¹جوامع سماعين . جعفر صليحة ، أهمية أدوات سياسة التجارة الخارجية في تعزيز الشراكة والتدويل حالة بعض الشركات الجزائرية، مجلة إقتصاد المال والأعمال، العدد02، المجلد06، تاريخ النشر: 2021/12/31 ص ص 261-274



- الرسوم القيمة تفرض بنسبة مئوية معينة من قيمة السلعة . فيكفي إطلاع موظف الجمارك على الأوراق الدالة على قيمة السلعة حتى يحدد مبلغ الرسم المطلوب.
- الرسوم النوعية تفرض كمبلغ محدد على كل وحدة من وحدات السلعة. وعندئذ يكفي إطلاع موظف الجمارك على نوع السلعة أو حجمها أو وزنها، بغض النظر عن قيمتها، حتى يحدد مبلغا لرسم المطلوب.
- 2. الإغراق :** وهو أحد الوسائل التي تتبعها الدولة للتمييز بين الأثمان السائدة في الداخل والخارج، حيث تكون هذه الأخيرة منخفضة عن الثمن الداخلي للسلعة ، مضافا إليه نفقات وغيرها من النفقات المرتبطة بانتقال السلعة من السوق الوطنية إلى السوق الأجنبية وينقسم إلى ثلاثة فروع:
- الإغراق العارض والذي يفسر بظروف استثنائية طارئة.
- الإغراق قصير الأجل والمؤقت : الذي ينتهي بتحقيق الغرض المنشأ من أجله.
- الإغراق الدائم : المرتبط بسياسة دائمة تستند إلى وجود احتكار في السوق الوطنية يتمتع بالحماية
- 3. الإعانات :** وتتمثل في تقديم الدولة مزايا نقدية أو عينية للمصدرين حتى يتمكنوا من تصدير سلع معينة فهذا النظام محاولة لكسب الأسواق في الخارج عن طريق تمكين المنتجين أو المصدرين المحليين من البيع في الخارج بثمن لا يحقق لهم الربح، على أن تقدم الدولة لهم من جانبها منحا أو إعانات تعوضهم عن هذا الربح المفقود، وبهذا تحاول الدولة أن تحمل المنتجين أو المصدرين على التخلي عن الربح السوقي، والحصول على ربح حكومي في صورة الإعانة.
- 4. تخفيض سعر الصرف :** تقوم الدولة بتخفيض قيمة عملتها الوطنية بالنسبة للعملات الأجنبية لتحقيق عدد من الأهداف منها تشجيع صادرات البلد وتخفيض الواردات فهذا الإجراء يصبح ثمن السلع المحلية أقل من ثمن السلع الأجنبية مما يكسبها ميزة تنافسية، وفي نفس الوقت يرتفع ثمن السلع المستوردة أمام المحلية.

ثانياً: الأدوات الكمية

- تسمى بالوسائل الكمية لأنها تؤثر في كمية أو حجم التبادل التجاري للدولة مع الخارج وهي:
- 1. نظام الحصص:** يقصد بنظام الحصص أو القيود الكمية أن تضع الدولي حدا أقصى للكمية أو للقيمة التي يمكن استيرادها من سلعة معينة خلال فترة معينة
- 2. ترخيص الاستيراد :** يقصد بتراخيص الاستيراد تلك التراخيص أو التصاريح التي تمنح للأفراد والهيئات، قصد استيراد سلعة معينة من الخارج، وهي تعتبر إحدى وسائل الرقابة المباشرة على التجارة الدولية .



ثالثاً: الأدوات التنظيمية

وهي الوسائل والإجراءات التي تتدخل الدولة من خلالها في تنظيم قطاع التجارة الدولية على النحو الذي يحقق أهدافها وهي:

1. **المعاهدات التجارية:** هي اتفاق تعقده الدولة مع غيرها من الدول من خلال أجهزته الدبلوماسية، بغرض تنظيم العلاقات التجارية فيما بينهما تنظيمياً يشمل بجانب المسائل التجارية والاقتصادية أمور ذات طابع سياسياً وإدارياً.
 2. **الاتفاقيات التجارية:** معاهدة بين دولتين، بموجبها تنظيم المعاملات الخارجية بينهما من تصدير واستيراد وطريقة سداد الديون والمستحقات وذلك بهدف زيادة تنمية حجم المبادلات التجارية لكل منهما، وتحقيق المصالح الاقتصادية أو السياسية المشتركة.
 3. **اتفاقيات الدفع:** ينتشر أسلوب اتفاقيات الدفع بين الدول الآخذة بنظام الرقابة على الصرف وتقييد تحويل عملاتها إلى عملات أجنبية، وهو اتفاق بين دولتين ينظم قواعد تسوية المدفوعات التجارية وغيره وفقاً لأسس والأحكام التي يوافق عليها الطرفان.
 4. **التكتلات الاقتصادية:** تظهر التكتلات الاقتصادية كنتيجة للقيود في العلاقات الاقتصادية الدولية وكمحاولة جزئية لتحرير التجارة بين عدد محدود من الدول وتتخذ التكتلات عدة أشكال قد تختلف فيما بينها من حيث الاندماج بين الأطراف المنظمة.
 5. **الحماية الإدارية:** والمقصود بها مجموعة من الإجراءات التي تهدف إلى التشديد في تطبيق القوانين الجمركية، وتتخذ هذه القيود عدداً من الأشكال مثل شرط شهادة من مصدر السلعة (شهادة المنشأ) تحميل المستورد نفقات النقل، فرض تكاليف مرتفعة على تخزين البضاعة أو نقلها والتشدد في منع دخول بعض السلع بحجة المحافظة على الصحة العامة.¹
- من خلال ما سبق نلخص أدوات سياسات التجارة الدولية في أهم النقاط: في الجدول يوضح ويلخص بشكل جيد أدوات سياسات التجارة الدولية الرئيسية المقسمة إلى ثلاثة أنواع رئيسية: الأدوات السعرية: وهي الأدوات التي تؤثر على أسعار السلع المتداولة في التجارة الدولية، مثل الرسوم الجمركية، والإغراق، والإعانات، وتخفيض سعر الصرف. الأدوات الكمية: وهي الأدوات التي تؤثر على الكميات المسموح بتداولها في التجارة الدولية، مثل نظام الحصص وتراخيص الاستيراد. الأدوات التنظيمية: وهي الأدوات التي تنظم وتضبط حركة التجارة الدولية من خلال اتفاقيات وتكتلات اقتصادية وإجراءات إدارية، مثل المعاهدات والاتفاقيات التجارية، واتفاقيات الدفع، والتكتلات الاقتصادية، والحماية الإدارية. حيث يتضمن

¹ جوامع سماعين . جعفر صليحة ، مرجع سبق ذكره، ص ص 261-274



الجدول شرحًا موجزًا لكل أداة من هذه الأدوات الثلاثة، مما يساعد على فهم وظيفتها وكيفية استخدامها في سياسات التجارة الدولية.

الجدول رقم (I-05): يبين أدوات سياسات التجارة الدولية

أدوات سياسات التجارة الدولية	الشرح
01.الأدوات السعرية	
الرسوم الجمركية	رسوم تفرضها الدولة على السلع عند اجتياز حدودها (رسوم قيمة أو رسوم نوعية)
الإغراق	بيع السلع في الأسواق الخارجية بأسعار أقل من السوق المحلي
الإعانات	منح أو مزايا نقدية أو عينية تقدمها الدولة للمصدرين لتشجيع الصادرات
تخفيض سعر الصرف	تخفيض قيمة العملة الوطنية لتشجيع الصادرات وتخفيض الواردات
03.الأدوات الكمية	
نظام الحصص	وضع حد أقصى للكمية أو القيمة التي يمكن استيرادها من سلعة معينة
ترخيص الاستيراد	تصاريح تمنحها الدولة للأفراد والهيئات لاستيراد سلع معينة
03.الأدوات التنظيمية	
المعاهدات التجارية	اتفاقات بين الدول لتنظيم العلاقات التجارية
الاتفاقات التجارية	اتفاقات بين دولتين لتنظيم المعاملات الخارجية وزيادة المبادلات التجارية
اتفاقات الدفع	اتفاقات تنظم قواعد تسوية المدفوعات التجارية بين الدول
التكتلات الاقتصادية	تجمعات اقتصادية تهدف إلى تحرير التجارة بين عدد محدود من الدول
الحماية الإدارية	إجراءات تهدف إلى التشديد في تطبيق القوانين الجمركية (شهادات المنشأ، رسوم التفتيش، إلخ)

المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على المرجع : جوامع سماعيل . جعفر صليحة ، أهمية أدوات سياسة التجارة الخارجية في تعزيز الشراكة والتدويل حالة بعض الشركات الجزائرية، مجلة إقتصاد المال والأعمال ، العدد 02، المجلد 06، تاريخ النشر: 2021/12/31 ص ص 261-274 (بتصرف).

المبحث الثالث: دور التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية



بعد التطرق في المبحثين الأول والثاني بتقديم مفاهيم عامة حول التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية، لیتم بعدها التطرق في هذا المبحث إلى دراسة العلاقة ما بينهما مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية من خلال التطرق الى المطالب التالية:

المطلب الأول: مساهمة التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية

إن الكلام في موضوع الدور الذي تقوم به التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال المساهمة التي تقدمها هذه الأخيرة في تنمية التجارة الدولية، یجد أساسه في الأهمية التي أولتها المجموعة الدولية ممثلة في هيئة الأمم المتحدة، التي بادرت بإصدار قانونا نموذجيا يتعلق بالتجارة الإلكترونية . وكان هذا بسبب القيمة الإضافية التي شعرت بها، هذه الهيئة والتي یمكن أن تضيفها التجارة الإلكترونية للتجارة الدولية. وبالفعل فإنه بالنظر إلى حجم المعاملات التجارية الخاصة بالتجارة الإلكترونية على المستوى الدولي، نجد أن هذه الأخيرة تمثل نسبة كبيرة في التبادلات التجارية الدولية. وسبب هذه الزيادة يرجع أساسا إلى عامل التقنية الذي تتميز به التجارة الإلكترونية. وهو العامل الذي سهل وساعد على إمكانية القيام بمختلف المعاملات التجارية بين أطراف، من بلدان مختلفة في ظروف زمنية قياسية قد لا تتعد الدقائق إذ أنه یمكن القيام بالعملية التجارية، وذلك من خلال إعطاء الأمر بتقديم الخدمة أو إرسال السلعة من طرف البائع تقنيا، مع الحصول على الوفاء بقيمة ذلك، بواسطة وسيلة من وسائل الدفع الإلكترونية التي یقوم بها المشتري.

كل هذه المزايا التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية من تقليص زمان ومكان إبرامالعقد بين أطرافها، جعلها تساهم بشكل واضح في ازدهار التجارة الدولية.¹

المطلب الثاني: دور وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.

لا یمكن لأي تجارة محلية أو دولية أن تصل إلى المستوى المطلوب، إلا بتوافر شرط وجود المقابل الذي یضمن تبادل السلع والخدمات بشكل سريع وآمن. والمقصود هنا هو وجود وسائل الدفع المختلفة، من نقود، أو أوراق تجارية كالشيكات مثلا.

ولما ظهرت التجارة الإلكترونية، وزاد انتشارها مع مرور الزمن، وازدهارها على المستوى المحلي والدولي، فظهر معها عجز وسائل الدفع التقليدية على مواكبة هذا النوع من التجارة، الذي یعتمد أساسا على دعائم تقنية إلكترونية فكان لا بد من التفكير في إيجاد البدائل المناسبة .

كل هذه الأسباب أدت إلى التفكير والبحث عن بدائل لوسائل الدفع التقليدية التي تسمح بتسوية المعاملات التجارية التي تتم في مجال التجارة الإلكترونية. وهكذا تم التوصل إلى إيجاد بدائل تتماشى، وطبيعة هذا النوع من التجارة، وقد تمثلت هذه البدائل في وسائل الدفع الإلكترونية.¹

¹ - بعجي نور الدين، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، العدد 04، مجلد 52، تاريخ النشر: 2015/12/15، ص 275-297



المطلب الثالث: دور وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الدولية

إن مجموع المزايا التي تتمتع بها بعض وسائل الدفع الإلكترونية تجعل من هذه الأخيرة تساهم في خدمة مزدوجة الأولى للتجارة الإلكترونية والثانية للتجارة الدولية. وتتمثل المزايا الخاصة بوسائل الدفع الإلكترونية في التكلفة المنخفضة مقارنة مع وسائل الدفع التقليدية كما أنها عابرة للدول، وتمتاز بسهولة الاستعمال، وسرعة الدفع، وأنها أكثر أماناً إن إمكانية إجراء العمليات التجارية، بين الأطراف التجارية المنتشرة عبر دول العالم خلال مدة قياسية كان نتيجة إجراء تلك العمليات، عن طريق الوسائط الإلكترونية سواء ما تعلق بإبرام العقود التجارية أو ما تعلق بدفع مقابل تلك العمليات. هذا المقابل الذي يتم تسديده، بواسطة وسائل الدفع الإلكترونية. هذه الطريقة لتسوية العمليات التجارية التي مكنت التجارة الإلكترونية، ومن خلالها التجارة الدولية من الاستفادة من خدمات وسائل الدفع الإلكترونية. ومن ثمة أصبح دور هذه الوسائل مميز في دفع تنمية التجارة الدولية، وذلك انطلاقاً من وسائل الدفع الإلكترونية في ازدهار التجارة الإلكترونية ومكانة هذه الأخيرة في التجارة من مساهمة، الدولية.²

خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل بالتفصيل الإطار النظري لمتغيري التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية بهدف فهم العلاقة المتبادلة بينهما. حيث بدأنا بشرح مفهوم التجارة الإلكترونية، تعريفها، تطورها التاريخي،

¹ - بعجي نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 275-297

² المرجع نفسه، ص 275-297



خصائصها، أهميتها، أهدافها، فوائدها، آلية عملها، أنواعها، ووسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة فيها. ثم انتقلنا إلى مناقشة عناصرها ومتطلباتها ومقوماتها والمشاكل التي تواجهها. بعد ذلك، تطرقنا إلى التجارة الدولية، حيث غطينا ماهيتها، أهميتها، أهدافها، أسباب قيامها، العوامل المؤثرة فيها، نظرياتها ومحدوديتها، وسياساتها المختلفة بما في ذلك تعريفها، أهدافها، أنواعها، وأدواتها السعرية والكمية والتنظيمية.

وفي النهاية، ركزنا على دور التجارة الإلكترونية في تنمية التجارة الدولية، ودور وسائل الدفع الإلكترونية في كل منهما، مما وفر فهماً شاملاً للعلاقة المتبادلة بين المتغيرين ومهد الطريق لتقديم توصيات مفيدة للجهات المعنية.

الفصل الثاني

الإطار التطبيقي للدراسة



تمهيد

يتناول هذا الفصل التطبيق العملي للدراسة من خلال التركيز على بنك الجزائر الخارجي (BEA) كحالة دراسة. الهدف من هذا الفصل هو تحليل تأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية على التجارة الدولية ودورها في تحسين كفاءة العمليات التجارية وتقليل التكاليف. يبدأ الفصل بتعريف شامل بميدان الدراسة التطبيقية من خلال تقديم لمحة عن بنك الجزائر الخارجي ووكالة مسيلة وبوسعادة التابعة له، والهيكل التنظيمي للبنك. بعد ذلك، يتم شرح الإجراءات الميدانية المتبعة في الدراسة بما في ذلك المنهج المتبع، مجتمع وعينة الدراسة، أدوات جمع البيانات، وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة. ينتهي الفصل بعرض وتحليل بيانات الاستبيان واختبار الفرضيات المطروحة في الدراسة للوصول إلى أهم النتائج والتوصيات.



المبحث الأول: تعريف بميدان الدراسة التطبيقية (بنك BEA)

يعتبر بنك الجزائر الخارجي من بين البنوك التجارية، وينصب نشاطه على تسهيل العلاقات الاقتصادية الجزائرية مع باقي دول العالم، ويختص بضمان وتنفيذ العمليات الاقتصادية الخاصة بالتجارة الخارجية وله عدة فروع في الوطن منها وكالة مسيلة التي خصصنا بها دراستنا وتربصنا.

المطلب الأول: تقديم بنك الجزائر الخارجي BEA

الفرع الأول: تعريف بنك الجزائر الخارجي

يعتبر بنك الجزائر الخارجي بنكا ودائعيًا تملكه الدولة ويخضع للقانون التجاري، يقوم بتسهيل العلاقات الاقتصادية مع مختلف دول العالم؛ تأسس بموجب مرسوم 67-204 الصادر بتاريخ 01 أكتوبر 1967 برأس مال قدره 20 مليون دينار جزائري، ويعتبر من البنوك الأولى التي تحولت إلى مؤسسات مستقلة ضمن المتضمن القانون 61-88 في 12 جانفي 1989 تحول البنك إلى شركة مساهمة برأس مال قدره مليارين وأربع مئة وخمسين مليون دينار جزائري.¹

الفرع الثاني: تقديم وكالة بنك الجزائر الخارجي وكالة مسيلة²

تأسست وكالة مسيلة في 01 فيفري 1988، تعمل على القيام بنفس مهام البنك الجزائري الخارجي وتجسيد وظائفه، ولقد اختيرت منطقة مسيلة لإنشاء هذه الوكالة بحكم أنها منطقة صناعية وحضرية قابلة للتعامل البنكي من خلال الاستثمارات المتزايدة للخواص في المجال الصناعي، وقد جاءت هذه الوكالة لتشجيع هذه الاستثمارات؛ حيث تقع هذه الوكالة في وسط المدينة حي 206 مسكن المسيلة وتحمل رقم 047 . BEA / ومن أهدافها الأموال عن طريق فتح الحسابات الفردية والجماعية وعن طريق الفوائد من جمع القروض المقدمة للزبائن؛ وتهدف أيضا هذه الوكالة إلى: - تطوير عمليات التجارة الخارجية من خلال تمويل مختلف عملياتها. - تسيير حسابات الشركات الوطنية. - تكوين علاقات عديدة مع البنوك والهيئات العالمية مثل: صندوق النقد الدولي. ومن أبرز الخدمات التي تقدمها ما يلي: - سحب وإيداع النقود. - فتح الحسابات للعملاء. - يمنح اعتمادات وضمانات للمصدرين والمستوردين المحليين. استلام طلبات القروض والملفات المرتبطة بها. - إيداع واستلام الصكوك البنكية.

¹ الأمر 67/204 المتضمن القانون الأساسي للبنك الجزائري الخارج 18

²مقابلة مع إطار من بنك الجزائر الخارجي وكالة مسيلة 047 تمت بتاريخ 24 أبريل 2024 على الساعة 09:30 صباحا.



المطلب الثاني: مهام ووظائف البنك الجزائري الخارجي BEA

في هذا المطلب نبين بعض مهام ووظائف البنك الجزائري الخارجي BEA /047¹

الفرع الأول: المهام

نذكر منها :

- تنمية العلاقات التجارية بين المتعاملين الخواص والقطاع العام.
- دراسة القروض البنكية الممنوحة للعملاء وإخضاعها لشروط المديرية في حالة القروض ذات المبالغ المرتفعة.
- استقبال مختلف الإيداعات.
- تمويل المشاريع الاقتصادية الكبرى.
- تقديم خدمات لزبائن المؤسسات العمومية وكذا الزبائن الخواص في إطار العمل.
- تمويل عمليات الاستيراد والتصدير مع الهيئات وشبكات البنك

الفرع الثاني: الوظائف

وتتمثل في:

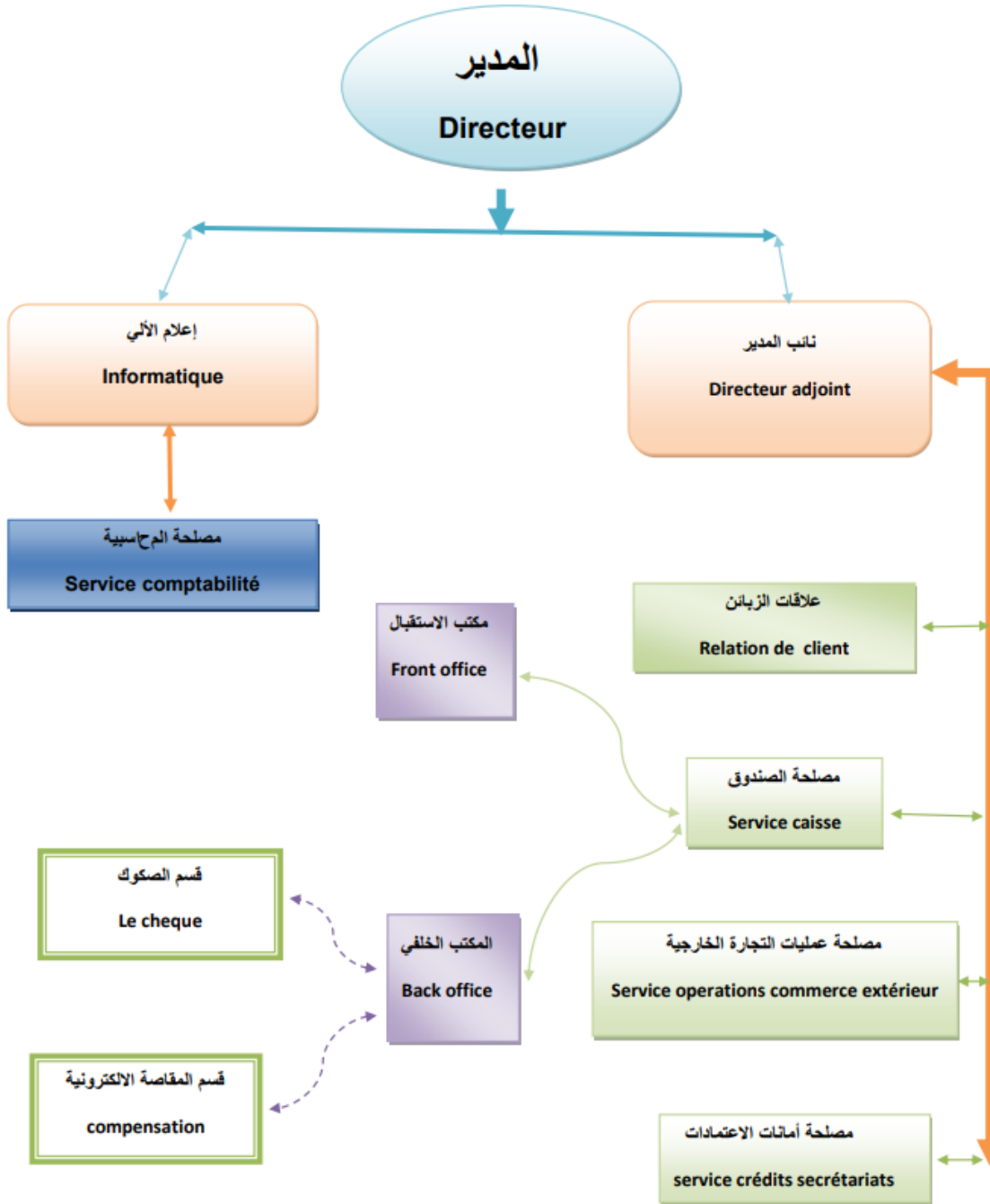
- تسهيل وتطوير العلاقات الاقتصادية بين الجزائر والدول الأخرى.
- تدخل بضمانه الاحتياطي وضمان الوفاء أو حتى باتفاقيات القرض مع المراسلين الأجانب لترقية الصفقات التجارية مع الدول الأخرى.
- إعادة تسيير المخازن العمومية أو القيام بشراء وكراء عمليات عقارية غير متصلة بنشاط الشركة أو اتخاذ إجراءات اجتماعية لصالح المستفيد.
- ينشئ ويضع تحت تصرف المؤسسات المهمة مصلحة مركزية للمعلومات التجارية في الخارج ومصلحة ترقية العمليات مع الخارج.

¹بوسكرة حمزة، المكلف بعملية القرض الوطني للنمو الاقتصادي وكالة محل الدراسة البنك الجزائري الخارجي 047، أجريت المقابلة في 24 أبريل 2024 على ساعة 09:30 صباحا.



المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الجزائر الخارجي (BEA/047) سنبرز الهيكل التنظيمي للوكالة البنكية محل الدراسة وذلك من خلال الشكل (03) والذي يبين بالتفصيل الهيكل العام للوكالة (BEA/047) من خلال إبراز جميع المصالح والأقسام.¹

الشكل رقم (II - 01): الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الجزائر الخارجي (BEA/047)



¹بوسكرة حمزة، المكلف بعملياتية القرض الوطني للنمو الاقتصادي وكالة محل الدراسة البنك الجزائري الخارجي 047، أجريت المقابلة في 24 أبريل 2024 على ساعة 09:30 صباحا.



المبحث الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية

تحديد الإطار المنهجي للدراسة الميدانية يتعلق بتحديد الخطوات والإجراءات التي يتم اتباعها لتحقيق أهداف الدراسة. يتضمن ذلك وصف المنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات، ومجتمع الدراسة وعينتها، بالإضافة إلى التحقق من صحة وموثوقية (الصدق والثبات) أدوات الدراسة (الاستبيان). ويساعد تحديد الإطار المنهجي في تصميم دراسة دقيقة تتماشى مع موضوع البحث ومتطلبات جمع البيانات بشكل إيجابي. كما يشكل هذا الإطار أساسًا هامًا للعملية التطبيقية وتحليل النتائج بشكل دقيق وموثوق.

المطلب الأول: المنهج المتبع ومجتمع وعينة الدراسة

يتناول هذا المطلب توضيح المنهجية العلمية التي اعتمدت عليها الدراسة، بالإضافة إلى تحديد المجتمع المستهدف واختيار العينة الممثلة له. يتم التركيز على كيفية جمع البيانات وتحليلها لضمان دقة النتائج وموثوقيتها.

الفرع الأول: منهج الدراسة الميدانية

كل دراسة تستدعي منهجًا ملائمًا لها، وبما أننا بصدد تحقيق هدف الدراسة، فإننا نجد أن المنهج الملائم في الدراسة الميدانية هو المنهج الوصفي التحليلي. ويستخدم هذا المنهج في الدراسات المسحية "الميدانية" أو ما يعرف بالدراسات التطبيقية التي تستخدم أدوات البحث الميداني كأداة الاستبيان إذ يفيد الجانب الوصفي لهذا المنهج في التعريف والتوضيح النظري لمتغير المتغيرات الدراسة، في حين يُفيد الجانب التحليلي لهذا المنهج في تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على أداة الدراسة. وبناء على منطلقات هذا المنهج قمنا كمرحلة أولى بجمع بيانات كافية ودقيقة عن الموضوع في ميدان الدراسة بالاعتماد على طرق جمع البيانات المستخدمة في البحث كالأستبيان، ثم قمنا بتسجيلها وترتيبها بعدها قمنا بتحليل ما تم جمعه من البيانات بطريقة موضوعية بعدها قمنا باختبار فرضيات الدراسة لنصل في نهاية إلى استخلاص النتائج وتقديم التوصيات والاقتراحات.

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

يعرف بأنه: " عبارة عن جميع الوحدات أو الأفراد أو المشاهدات أو الحالات التي تشترك في صفة أو مجموعة من الصفات تميزها عن غيرها ويرغب الباحث في تعميم النتائج المتوصل إليها".¹ وبالتالي فإن مجتمع هذه الدراسة يتمثل في الموظفين الإداريين العاملين وكالة بنك الجزائر الخارجي (047/BEA) بالمسيلة و وكالة بنك الجزائر الخارجي ب بوسعادة وتعرف العينة على أنها: " مجموعة جزئية من المجتمع لها نفس خصائصه الأصلية التي تنتمي إليه ويكون الغرض منها الحصول على معلومات

¹ - مصطفى طويطي: التحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان - تطبيقات عملية على برنامج excel - الجزء الأول، النشر الجامعي الجديد، تلمسان، الجزائر 2018، ص 19.



مرتبطة بالمجتمع عن طريق اختيار عدد من الأشخاص للدراسة يمثلون ذلك المجتمع حيث تبدأ أية دراسة إحصائية بجمع البيانات الخام المتوفرة بإحدى الطرق¹

كما وضعنا سابقا فإن هذه الدراسة الميدانية ستتم على عينة من أفراد المجتمع من الموظفين الإداريين العاملين وكالة بنك الجزائر الخارجي (BEA/047) بالمسيلة و وكالة بنك الجزائر الخارجي ب بوسعادة ، مستخدمين في ذلك أسلوب العينة العشوائية البسيطة. ففي هذا الأسلوب، يتم اختيار الأفراد الذين يمثلون العينة بشكل عشوائي، حيث يكون لدى كل فرد في المجتمع الإحصائي فرصة متساوية للاختيار في العينة. حيث بعد الضبط النهائي للاستبيان، قمنا بتوزيعه على عينة الدراسة. والجدول التالي يوضح مختلف النتائج الخاصة بعملية توزيع واسترجاع الاستبانات:

الجدول رقم (II - 01): مختلف النتائج الخاصة بعملية توزيع واسترجاع الاستبانات.

عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المقبولة	عدد الاستبانات المفقودة	عدد الاستبانات غير الصالحة	النسبة المئوية
10	10	0	0	10
20	20	0	0	20
30	30	0	0	30
100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%

نسبة الردود % = (عدد الاستبانات المقبولة / عدد الاستبانات الموزعة) * 100

المصدر: من إعداد الطالبين

نسبة الردود = 100.00% وهي نسبة عالية تدل على أن عينة الدراسة مطلعة ولديها اهتمام كبير بموضوع الدراسة، إضافة إلى أن الأسئلة الاستبيان كانت واضحة وسهلة الفهم وأن العينة تم اختيارها بشكل جيد وتمثل الشريحة المستهدفة، مما يعزز مصداقية النتائج والتوصيات المستخلصة من هذا الدراسة

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات وأساليب التحليل الإحصائي

يهدف هذا المطلب إلى توضيح الأدوات المستخدمة في جمع البيانات من عينة الدراسة، بالإضافة إلى استعراض الأساليب الإحصائية التي تم توظيفها لتحليل هذه البيانات. يركز المطلب على ضمان دقة وموضوعية النتائج المستخلصة من خلال استخدام أساليب تحليلية متقدمة وبرامج إحصائية متخصصة.

الفرع الأول: أدوات جمع بيانات:

إن إعداد أي دراسة ميدانية يتطلب جمع المعلومات والبيانات ذات العلاقة بالظاهرة محل الدراسة. باستخدام أدوات البحث العلمي كالاستبيان، المقابلة، الملاحظة... الخ وفي هذه الدراسة اعتمدنا على:

¹ سامية يغني، مديني عثمان، العينة في المجتمع الإحصائي كمدخل ضابط لدقة نتائج البحوث الأكاديمية، مجلة اقتصاد المال والاعمال، المجلد 04، العدد 01، جوان 2019، ص 231-240، جامعة الشهيد حمه الأخضر بالوادي، الجزائر.



- الاستبيان: تم اعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة. ويعرف أيضا باختصار بأنه " مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول عل
-
-
-
- بمعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين¹. وتم تصميم الاستبيان بشكل يساعد على جمع البيانات ورؤعي في تصميمه ما تم تناوله في الجانب النظري وأيضا ما تم التطرق إليه في الدراسات السابقة.
- مقدمة: تتضمن معلومات عن الدراسة والغرض منها وطمأنة المستجوبين على سرية المعلومات.
- الجزء الأول: معلومات شخصية
- الجزء الثاني: محاور الاستبيان (متغيرات الدراسة) تضمن 23 عبارة مزعة على الأبعاد التالية:
- المحور الأول: تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق يتضمن 10 عبارات من العبارة رقم 01 الى العبارة رقم 10
- المحور الثاني: تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية. يتضمن 10 عبارات من العبارة رقم 11 الى العبارة رقم 20
- المحور الثالث: تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها يتضمن 10 عبارات من العبارة رقم 21 الى العبارة رقم 30
- كما تم الاعتماد على سلم ليكارت Likert الخماسي لتقييم إجابات أفراد العينة، حيث طلب منهم إعطاء درجة إجابته على كل عبارة من عبارات الاستبيان كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (II - 02): يبين المقياس Likert المستخدم في الاستبيان

المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق بدرجة متوسطة	موافق	موافق بشدة
الأوزان	1	2	3	4	5
طول الفئة*	[1.80 - 1]	[2.60 - 1.81]	[2.60-3.40-]	[4.20-3.41]	[5 - 4.21]
دلالات الفئات	ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا

* تم تحديد طول الفئة كالتالي: $0.80 = 5 / (1-5)$

الفرع الثاني: أساليب التحليل الإحصائي

يتناول هذا الفرع الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها لتحليل بيانات الدراسة. يهدف إلى تقديم صورة شاملة عن الخطوات التحليلية المتبعة، بدءاً من اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات وصولاً إلى تطبيق

¹ - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة، عمان، الأردن، 1999، ص66.



الاختبارات الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات. هذا التحليل يمكننا من استخلاص نتائج دقيقة وموضوعية تساهم في تحقيق أهداف الدراسة.

أولاً إجراء اختبار كشف نوع التوزيع بيانات المستجوبين

تفيد هذه عملية تحديد نوع توزيع البيانات في اختيار نوع الأساليب الإحصائية الملائمة لتحليل البيانات واختبار الفرضيات لأنه يوجد نوعين من الأساليب الإحصائية وهي: أساليب إحصائية معلمية والتي تشترط أن تتبع البيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان (متغيرات الدراسة) للتوزيع الطبيعي. وأساليب إحصائية اللامعلمية والتي لا تشترط أن تتبع البيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان (متغيرات الدراسة) للتوزيع الطبيعي. وهناك عدة طرق إحصائية للكشف عن نوع التوزيع البيانات الاستبيان منها: طريقة اختبار كولومنجوروف-سيمرنوف (Kolmogorov-Smirnov) يستخدم إذا كان عدد العينة أكبر أو يساوي من 50. طريقة اختبار شابيرو ويلك (Shapiro-Wilk) يستخدم إذا كان عدد العينة أقل من 50.¹

ولكل اختبار له قيمة احتمالية يرمز لها بالرمز (sig) من خلالها يتم الحكم على نوع التوزيع وهذا بمقارنتها مع مستوى الدلالة (0.05) حيث: كالقاعدة العامة المعمول بها في حالة كشف عن نوع التوزيع البيانات هي: إذا كانت قيمة (sig) أقل من 0.05، فإن بيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي. إذا كانت قيمة (sig) أكبر من 0.05، فإن بيانات العينة نحو متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي². وفيما يلي نتائج كشف نوع توزيع بيانات المستجوبين نحو متغيرات الدراسة:

الجدول رقم (II-03): يبين نتائج اختبار نوع توزيع البيانات

نوع التوزيع بيانات كل محور	Shapiro-Wilk اختبار شابيرو ويلك			Kolmogorov-Smirnov ^a اختبار كولومنجوروف-سيمرنوف			بيانات المستجوبين نحو متغيرات
	Sig. القيمة الاحتمالية	Df درجة الحرية	القيمة الإحصائية للاختبار	Sig. القيمة الاحتمالية	Df درجة الحرية	القيمة الإحصائية للاختبار	

¹ أبو زيد، محمد خير سليم، أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجية SPSS، الرياض، دار جرير للنشر والتوزيع، 2005، ص 156
² أسامة ربيع أمين، التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS-مهارات أساسية اختبارات الفروض الإحصائية (المعلمية- اللامعلمية)، الجزء الأول الدار العالمية، القاهرة، مصر، 2008، ص 121.



المحور الأول	0,17	30	0,066	0,894	30	0,076	يتبع التوزيع طبيعي
المحور الثاني	0,138	30	0,147	0,92	30	0,057	يتبع التوزيع طبيعي
المحور الثالث	0,17	30	0,088	0,91	30	0,085	يتبع التوزيع طبيعي
القاعدة: إذا كانت قيمة sig أكبر من 0.05 فإن البيانات المستجوبين نحو ما تضمنه محور الاستبيان تتبع التوزيع الطبيعي							

المصدر: مخرجات برنامج SPSS. V28

ومن خلال الجدول أعلاه نجد: وبما أن أفراد عينة الدراسة أقل من 50 فرد فإننا نستدل ب نتائج اختبار (Shapiro-Wilk). وتظهر نتائجه أن القيمة الاحتمالية (sig) لبيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان (متغيرات الدراسة) هي أكبر من (0.05)، حيث: بالنسبة لبيانات المستجوبين نحو المحور الثاني نجد أن قيمة الاحتمالية بلغت قيمة (SIG=0.057) وهي أكبر من مستوى دلالة 0.05 وعليه ووفق القاعدة أعلاه فإن بيانات العينة نحو المحور الثاني تتبع التوزيع الطبيعي. ونفس المقارنة مع باقي المحاور. حيث كل قيم (SIG) هي أكبر من مستوى دلالة (0.05).

- **الاستنتاج:** وبما أن البيانات المستجوبين تتبع التوزيع الطبيعي فإنه في دراستنا سنستخدم الأساليب الإحصائية المعلمية ل تحليل إجابات وأراء أفراد العينة واختبار الفرضيات الدراسة وفيما يلي شرح للأساليب الإحصائية المعلمية المستخدمة في الدراسة.

ثانياً: أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات المستجوبين:

وتماستشارة أساتذة متخصصين فيالجوانب الإحصائية ومعالجة البيانات لغرض مساعدتنا فياختبار نموذج الدراسة وفرضياتها، وهذا بالاستعانة برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS*: V28) حيث تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية: لوصف الاحصائي لبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة،
- الرسوم البيانية: من أجل عرض القيم المؤشرات الإحصائية بيانياً كي يسهل فهمها أكثر.
- المتوسط الحسابي: هو مقياس نزعة مركزية ويعبر عن تمركز إجابات العينة حول قيمة معينة. يستخدم لتحديد اتجاهات العينة نحو عبارات الاستبيان ومستويات توفر المتغيرات، ويساعد في ترتيب أهمية العبارات بناءً على قيمة المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري: وهو مقياس من مقاييس التشتت، يستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات عينة الدراسة حول وسطها الحسابي.
- معامل الثبات ألفا كرو نباخ: وذلك لاختبار مدى موثوقية أداة جمع البيانات المستخدمة (الاستبيان) في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة؛ المجالات المختلفة لدرجة الثبات ل معامل الفا كرو نباخ هي

*- SPSS: Statistical Package for the Social Sciences



¹: - $0.6 > a$ (غير كافية)، إذا كانت قيمه بين $0.6 > a > 0.65$ (ضعيفة)، إذا كانت قيمه بين $0.65 > a > 0.70$ (مقبولة نوعاً ما) وإذا كانت قيمه بين $0.70 > a > 0.85$ (حسنة) وإذا كانت قيمه بين $0.85 > a > 0.90$ (جيدة) وإذا كانت أكبر من 0.9 تكون قيم الثبات ممتازة.

▪ **معامل الارتباط بيرسون (Correlation de Pearson)** ، ويستخدم لقياس اتجاه وقوة العلاقة الخطية بين المتغيرين وتقع قيمة معامل الارتباط بين - 1 إلى + 1 وهذه القيمة تدل على قوة أو ضعف العلاقة بين المتغيرين، فإذا كنت القيمة كبيرة كافية بغض النظر عن الإشارة فإن العلاقة بين المتغيرين قوية، أما إشارة معامل الارتباط فإنها تدل على اتجاه العلاقة بين المتغيرين فإذا كانت الإشارة موجبة فإن زيادة قيم أحد المتغيرات ترافقها زيادة في المتغير الأخر أي العلاقة بينهما طردية والعكس صحيح، ويمكن تقسيم مجالات قيمة معامل الارتباط:

أقل أو يساوي 0.30	ضعيفة
من 0.3 إلى 0.7	متوسطة
أكبر من 0.7	عالية

▪ **اختبار ت لعينة واحدة (one Sample t-test)** : يتم استخدام اختبار ت لعينة واحدة (one Sample t-test) لاختبار الفرضيات الإحصائية حيث يفيد هذا الاختبار في الكشف عن ما إذا كان هناك فرق (دال إحصائياً) بين المتوسط الحسابي لإجمالي إجابات أفراد العينة نحو كل محور (متغير) من الاستبيان والمتوسط الفرضي ($x = 03$) حيث هذا الأخير يمثل قيمة محايد في سلم ليكارت (محايد=03) ولاتخاذ القرار فيما يتعلق بالدلالة إحصائية باستخدام الاختبار (T-Test): نجد ~~ك~~ إذا كانت قيمة الفرق [(متوسط العينة- 03)] غير دال إحصائياً أي إذا كانت قيمة مستوى المعنوية Sig، أكبر من المستوى الدلالة (0.05)، فإننا نقبل الفرضية الإحصائية الصفرية (H_0) ونرفض الفرضية الإحصائية البديلة (H_1) ~~ك~~ أما إذا كانت قيمة الفرق [(متوسط العينة- 03)] دال إحصائياً أي إذا كانت قيمة مستوى المعنوية Sig أقل من المستوى الدلالة (0.05)، نرفض الفرضية الإحصائية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية الإحصائية البديلة (H_1).

ثالثاً: البرامج الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

يقوم كثير من المهتمين في مختلف ميادين العلوم كالعلوم الاقتصادية والتربوية والاجتماعية والطبية وغيرها بأجراء التحليلات الإحصائية لبياناتهم المختلفة وإن القيام بمثل هذه التحليلات الإحصائية بالطرائق اليدوية ليس سهلاً وخاصةً إذا كان حجم البيانات كبيراً. وعلى كل حال لم تعد هناك مشكلة مع

¹ Mana carricano et Fanny Poujol ,Analyse de données avec spss ,Edition PERSON ,2009, p53



تطور أجهزة الحاسوب وتصميم البرامج الحاسوبية للقيام بالتحليلات الإحصائية البسيطة والمعقدة¹. وهناك العديد من البرامج التي يمكن الاعتماد عليها كتقنيات حديثة في تحليل البيانات، حيث تسهل حساب كل الاختبارات الإحصائية بطريقة دقيقة وسريعة خالية من الأخطاء ولهذه البرامج أهمية كبيرة فهي تساعد على إدخال وتنظيم البيانات عن طريق وضعها في مجموعة من الجداول وتساعد أيضا في اعداد التقارير عن تحليل البيانات بشكل دقيق ومن بين البرامج المستخدمة في دراستنا هي:

- برنامج EXCEL : يُعتبر برنامج EXCEL من أهم أنواع برامج التحليل الإحصائي، وهو مصمم من طرف شركة مايكروسوفت (microsoft) وهو برنامج خاص بالعمليات الحسابية وتم استخدامه في التمثيل البياني لنتائج بعض البيانات والمعلومات الناتجة من خلال بيانات العينة حول الاستبيان خاصة وأنه يعطي مرونة أكثر لتغيير إعدادات التمثيل البياني. وله عدة إصدارات متعددة وفي دراستنا استخدمنا نسخة 2019.

- برنامج (StatisticalPackagefortheSocialSciences) الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف اختصارا بـ SPSS، هو: عبارة عن حزمة حاسوبية متكاملة لتسجيل البيانات وتحليلها. ويستخدم عادة في جميع البحوث العلمية التي تشتمل على العديد من البيانات الرقمية، ولا يقتصر على البحوث الاجتماعية فقط بالرغم من أنه أنشأ أصلاً لهذا الغرض، ولكن اشتماله على معظم الاختبارات الإحصائية وقدرته الفائقة في معالجة البيانات، وتوافقه مع معظم البرمجيات المشهورة جعل منه نظاما فعالا لتحليل شتى أنواع بيانات البحوث العلمية². وله عديد من المميزات، ويدرس في كثير من الجامعات، وهو مستخدم بشكل شائع من الباحثين، تم حيازته من قبل شركة IBM سنة 2009 وقد ظهرت أول نسخة له سنة 1968 وهناك عدة إصدارات تختلف فيما بينها باختلاف أنظمة - الويندوز - WIN وكذا إضافات في الاختبارات الإحصائية وفي دراستنا الحالية تم الاعتماد على الإصدار رقم (SPSS: V 28). ويمكن تحميله من الموقع التالي: <https://www.ibm.com/support/pages/downloading-ibm-spss-statistics-28010>

الفرع الثاني:: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

في إطار اعتماد الاستبيان وعباراته ومتغيراته كأداة جمع البيانات عن الظاهرة قيد الدراسة، فإنه وجب التأكد من تمتعه بخاصية الصدق والثبات. مما يضمن صحة بياناته ودقة نتائجه.

¹ محمد بلال الزعبي، عباس الطلافحة، النظام الإحصائي SPSS فهم وتحليل البيانات الإحصائية، 2012، دار وائل للنشر الطبعة الثانية، ص: 30.

² بلقيدوم بلقاسم ، مطبوعة دروس في التحليل الإحصائي المعلوماتي باستخدام برنامج SPSS، لطلبة السنة أولى ماستر تخصص أرفوفونيا، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين - سطيف 2- ، 2016/2015، ص: 1-2



فالصدق والثبات من الشروط المهمة الواجب توفرها في أداة جمع البيانات (الاستبيان)، **ويقصد بالصدق:** "بأن يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه، وأن تكون أسئلته ذات صلة بموضوعها، أي أن يقيس الاستبيان ما وضع أصلاً لقياسه".¹ أما **الثبات** يعني " أن تكون النتائج التي تظهرها الأداة ثابتة، بمعنى تشير إلى النتائج نفسها لو أعيد تطبيقها على العينة نفسها في نفس الظروف بعد مدة زمنية ملائمة. فإذا لم تتغير النتائج بعد إعادة تطبيق الأداة، ولا تختلف استجابة المستجوبين فهذا يعني أن الأداة ثابتة".²

أولاً: حساب صدق الاستبيان

قمنا بالتأكد من صدق عبارات الاستبيان من خلال صدق الاتساق الداخلي (ارتباط العبارات ومحاورها) والذي يهدف إلى معرفة مدى قدرة كل مجموعة من عبارات المحور على قياس المتغير بوضوح، وإحصائياً نعبر عن صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون Pearson للعلاقة الارتباطية للعبارة والدرجة الكلية لمحورها الذي تنتمي إليه. وهذا الأخير محصور بين (1-) و (1+)، ويكون معامل الارتباط بيرسون ذو دلالة إحصائية إذا كانت قيمة (sig) المصاحبة لكل معامل ارتباط بيرسون أقل أو تساوي مستوى الدلالة (0.05) أي توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين العبارة ومحورها أي بمعنى آخر أن العبارة صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه، أي بمعنى آخر أن مضمون العبارة يتلائم مع مفهوم (مضمون) المحور الذي تنتمي إليه، أما إذا وجدت إحدى العبارات غير متسقة (غير صادقة) مع المحور الذي تنتمي إليه أي وجدت أن العلاقة الارتباطية غير دالة إحصائياً في هذه الحالة يتم حذف العبارة من المحور، وفيما يلي نتائج حسابات صدق الاتساق الداخلي:

01- حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول: تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق

الجدول رقم (II - 04): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (المحور 01)

رقم العبارات	Correlation de Pearson	رقم العبارات	Correlation de Pearson
--------------	------------------------	--------------	------------------------

¹ أسماء عبد المطلب بني يونس، دليل المبتدئ إلى المناهج العامة في البحث، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2017، ص 380

² -بشنة حنان، بوعموشة نعيم: الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع، جامعة جيجل، المجلد : 03، العدد 02 (جوان 2020)، ص: 117-133



النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل ارتباط		النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	
دال	0,003	0,516**	العبارة رقم 06	دال	0,000	0,707**	العبارة رقم 01
دال	0,000	0,719**	العبارة رقم 07	دال	0,000	0,764**	العبارة رقم 02
دال	0,005	0,496**	العبارة رقم 08	دال	0,000	0,740**	العبارة رقم 03
دال	0,000	0,790**	العبارة رقم 09	دال	0,004	0,507**	العبارة رقم 04
دال	0,001	0,556**	العبارة رقم 10	دال	0,000	0,634**	العبارة رقم 05
دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها							
** تدل في برنامج SPSS على وجود دلالة احصائية وعدم وجود ** تدل على عدم وجود دلالة الاحصائية							
قاعدة: إذا كانت قيمة احتمال الخطأ (Sig or P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة 0.05 فإنه يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها							

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من نتائج الارتباطات الثنائية (العبارة ↔ الدرجة الكلية لمحورها) المبينة أعلاه نلاحظ أن العبارات المتعلقة بقياس (المحور الأول) ، تمتاز بالاتساق الداخلي مع محورها الذي تنتمي إليه، حيث أن العلاقة الارتباطية بين الدرجة الكلية للمحور وعباراته دالة إحصائياً، إذ أن جميع قيم معامل ارتباط بيرسون كانت ذات دلالة إحصائية ($Sig \leq 0.05$).

فمثلاً معامل الارتباط بيرسون للعبارة رقم 07 مع محورها (المحور الأول) بلغ قيمة $r=0.719$ ** وهو دال إحصائياً لأن قيمة $sig=0.000$ هي أقل من 0.05، هذا يشير إلى وجود علاقة ارتباطية قوية وموجبة بين كل عبارة ومحورها (المحور الأول)، أي أن العبارة صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه، أي بمعنى آخر أن مضمون العبارة يتلائم مع مفهوم (مضمون) المحور الذي تنتمي إليه ونفس المقارنات مع باقي العبارات وجميع محاور الاستبيان.

وعليه يمكننا القول بأن عبارات المحور الأول : تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق تمتاز كلها بالاتساق الداخلي وصادقة لما وضعت لقياسه وبذلك نستنتج أن عبارات المحور وكلها صالحة لتحليل البيانات.

02 - حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني: تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً

في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية

الجدول رقم (II - 05) : يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (المحور 02)

Correlation de Pearson			رقم العبارات	Correlation de Pearson			رقم العبارات
النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل ارتباط		النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	



العبارة رقم 01	0,560**	0,001	دال	العبارة رقم 06	0,680**	0,000	دال
العبارة رقم 02	0,739**	0,000	دال	العبارة رقم 07	0,810**	0,000	دال
العبارة رقم 03	0,744**	0,000	دال	العبارة رقم 08	0,850**	0,000	دال
العبارة رقم 04	0,636**	0,000	دال	العبارة رقم 09	0,757**	0,000	دال
العبارة رقم 05	0,687**	0,000	دال	العبارة رقم 10	0,713**	0,000	دال

دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها
 ** تدل في برنامج SPSS على وجود دلالة احصائية وعدم وجود ** تدل على عدم وجود دلالة الاحصائية
 قاعدة: إذا كانت قيمة احتمال الخطأ (Sig or P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة 0.05 فإنه يوجد ارتباط معنوي بين العبارة والدرجة الكلية لمحورها

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من نتائج الارتباطات الثنائية (العبارة ↔ الدرجة الكلية لمحورها) المبينة أعلاه نلاحظ أن العبارات المتعلقة بقياس (المحور الثاني) ، تمتاز بالاتساق الداخلي مع محورها الذي تنتمي إليه، حيث أن العلاقة الارتباطية بين الدرجة الكلية للمحور وعباراته دالة إحصائياً، إذ أن جميع قيم معامل ارتباط بيرسون كانت ذات دلالة إحصائية ($Sig \leq 0.05$).

فمثلاً معامل الارتباط بيرسون للعبارة رقم 01 مع محورها (المحور الثاني) بلغ قيمة $r=0.560$ ** وهو دال إحصائياً لأن قيمة $sig=0.001$ هي أقل من 0.05، هذا يشير إلى وجود علاقة ارتباطية قوية وموجبة بين كل عبارة ومحورها (المحور الثاني)، أي أن العبارة صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه، أي بمعنى آخر أن مضمون العبارة يتلائم مع مفهوم (مضمون) المحور الذي تنتمي إليه ونفس المقارنات مع باقي العبارات وجميع محاور الاستبيان.

وعليه يمكننا القول بأن عبارات المحور الثاني: تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية تمتاز كلها بالاتساق الداخلي وصادقة لما وضعت لقياسه وبذلك نستنتج عبارات من المحور وكلها صالحة لتحليل البيانات.

03 حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث : تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على

تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها

الجدول رقم (II - 06) : يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات (المحور 03)

Correlation de Pearson			رقم العبارات	Correlation de Pearson			رقم العبارات
النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل ارتباط		النتيجة	Sig. القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	
دال	0,000	0,670**	العبارة رقم 06	دال	0,000	0,828**	العبارة رقم 01
دال	0,000	0,803**	العبارة رقم 07	دال	0,011	0,458*	العبارة رقم 02



العبرة رقم 03	0,675**	0,000	دال	العبرة رقم 08	0,463**	0,010	دال
العبرة رقم 04	0,536**	0,002	دال	العبرة رقم 09	0,591**	0,001	دال
العبرة رقم 05	0,796**	0,000	دال	العبرة رقم 10	0,647**	0,000	دال
دال: أي يوجد ارتباط معنوي بين العبرة والدرجة الكلية لمحورها							
** تدل في برنامج SPSS على وجود دلالة احصائية وعدم وجود ** تدل على عدم وجود دلالة الاحصائية							
قاعدة: إذا كانت قيمة احتمال الخطأ (Sig or P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة 0.05 فإنه يوجد ارتباط معنوي بين العبرة والدرجة الكلية لمحورها							

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من نتائج الارتباطات الثنائية (العبرة ↔ الدرجة الكلية لمحورها) المبينة أعلاه نلاحظ أن العبارات المتعلقة بقياس (المحور 03) ، تمتاز بالاتساق الداخلي مع محورها الذي تنتمي إليه، حيث أن العلاقة الارتباطية بين الدرجة الكلية للمحور وعباراته دالة إحصائياً، إذ أن جميع قيم معامل ارتباط بيرسون كانت ذات دلالة إحصائية ($Sig \leq 0.05$).

فمثلاً معامل الارتباط بيرسون للعبرة رقم 10 مع محورها (المحور 03) بلغ قيمة $r=0.647^{**}$ وهو دال إحصائياً لأن قيمة $0.000=sig$ هي أقل من 0.05، هذا يشير إلى وجود علاقة ارتباطية قوية وموجبة بين كل عبارة ومحورها (المحور 03)، أي أن العبرة صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه، أي بمعنى آخر أن مضمون العبرة يتلائم مع مفهوم (مضمون) المحور الذي تنتمي إليه ونفس المقارنات مع باقي العبارات وجميع محاور الاستبيان.

وعليه يمكننا القول بأن عبارات المحور الثالث : تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها تمتاز كلها بالاتساق الداخلي وصادقة لما وضعت لقياسه وبذلك نستنتج عبارات من المحور وكلها صالحة لتحليل البيانات.

الاستنتاج العام: ، يمكن الاستنتاج أن عبارات الاستبيان تتمتع بصدق الاتساق الداخلي الجيد، مما يعزز من صدق الاستبيان كأداة لجمع البيانات .ومن ثم يمكننا الاعتماد عليها في تحليل الاحصائي لبيانات المستجوبين واختبار فرضيات الدراسة.

04 - حساب الصدق البنائي لمحاور الاستبيان

وقمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال حساب صدق الاتساق البنائيفهو أحد الطرق التي يمكن استخدامها لتحقيق خاصية صدق الاستبيان، ويهدف هذا النوع من الصدق إلى قياس مدى توافق المحاور في الاستبيان مع بعضها البعض، أي أنها تقيس فعلاً ما وضعت لقياسه. وإحصائياً نعبر عن الصدق الاتساق البنائي من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون وفق القاعدة التالية :

- إذا كانت قيمة (sig) المصاحبة لقيمة معامل الارتباط بيرسون (r) أقل من مستوى الدلالة: 0.05 فإن معامل الارتباط بيرسون ذا دلالة إحصائية أي توجد علاقة بين المحور والدرجة الكلية لعبارات الاستبيان ، أي بعبارة أخرى أن المحور صادق ومتسق لما وضع لقياسه. وإذا لم تكن هناك علاقة ارتباطية بين



المحور والدرجة الكلية للاستبيان، فإن ذلك يشير إلى أن المحور المستخدم في الاستبيان لا تعكس الواقع بشكل صحيح، وقد يكون من الضروري إعادة صياغة أو تعديل أو حذف إحدى عباراته من الاستبيان حتى نصل بعبارات المحاور تحقق خاصية صدق الاستبيان. والجدول التالي يبين نتائج حساب الصدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان كما يلي:

الجدول رقم (II - 07): يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة

محاور الاستبيان		
النتيجة	القيمة الاحتمالية يرمز لها ب: (Sig. or P-value)	معامل ارتباط بيرسون (r)
(الصدق البنائي لمحاور) أي مدى جودة العلاقة الارتباطية بين كل محور مع درجة الكلية لعبارات الاستبيان :		
دال	0,000	0,811**
المحور الأول : تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق		
دال	0,000	0,699**
المحور الثاني: تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية		
دال	0,000	0,801**
المحور الثالث : تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها		
قاعدة: إذا كانت قيمة الاحتمال الخطأ (Sig. or P-value) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة، 0.05 فإنه يوجد ارتباط معنوي (دال احصائي). دال : أي (دال احصائي) أي يوجد ارتباط بين البعد واجمالي عبارات محاور الاستبيان أي هناك اتساق بنائي بين المحور ككل والاستبيان ** تدل في برنامج SPSS على وجود دلالة الاحصائية وعدم وجود ** تدل على عدم وجود دلالة الاحصائية		

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من خلال الجدول أعلاه يمكننا استنتاج أن جميع المحاور في الاستبيان صادقة ومتسقة لما وضعت لقياسه، نظراً لأن قيم معاملات الارتباط Pearson Correlation كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05 وقيم SIG كانت أقل من هذا المستوى، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كذا بين المحور والدرجة الكلية للإجمالي عبارات الاستبيان، فمثلاً نجد قيمة معامل الارتباط لدى المحور الثاني: تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية بلغت $R=0.699^{**}$ وأن القيمة الاحتمالية (sig) بلغت قيمة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 ومنه فإن معامل الارتباط بيرسون ذا دلالة إحصائية أي توجد علاقة بين المحور الثاني : والدرجة الكلية للاستبيان ، أي بعبارة أخرى أن المحور الثاني : صادق متسق لما وضع لقياسه. بذلك تعتبر عبارات هذا المحور الثاني : صادقة لما وضعت لقياسه لذا لن نستبعد أية عبارة من عبارات هذا المحور الثاني : من التحليل، ونفس المقارنة مع باقي المحاور الاستبيان.

الاستنتاج العام: ، يمكن الاستنتاج أن المحاور الاستبيان تتمتع بصدق الاتساق البنائي الجيد، مما يعزز من صدق الاستبيان كأداة لجمع البيانات. ومن ثم يمكننا الاعتماد عليها في تحليل الاحصائي لبيانات المستجوبين واختبار فرضيات الدراسة.



ثانياً: اختبار ثبات الاستبيان : لتوضيح معنى الثبات أكثر نفترض أنه تم إجراء استطلاع معين على مجموعة من الأفراد على الاستبيان يقيس ظاهرة ما، ثم تم رصد درجات كل فرد في هذا الاستطلاع، وبعد فترة تم إعادة إجراء نفس الاختبار (أي توزيع نفس الاستبيان) على نفس هذه المجموعة من الأفراد ورصدت أيضاً درجات كل فرد فيها، وكانت النتائج تدل على أن الدرجات التي حصل عليها الأفراد في المرة الأولى لتطبيق الاستطلاع، هي نفسها الدرجات التي حصل عليها هؤلاء الأفراد في المرة الثانية، وبناء عليه نستنتج بأن النتائج المأخوذة من آراء العينة حول عبارات ومحاور الاستبيان هي ثابتة تماماً ولا تتغير كثيراً بإعادة تطبيقها بمعنى أكثر دقة أن ما تَصَمَّمَهُ الاستبيان، نتائجه تكون ثابتة.

وهناك عدة طرق لقياس ثبات عبارات الاستبيان منها طريقة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) والمجالات المختلفة لدرجة الثبات لمعامل ألفا كرونباخ هي: " $0.6 > a$ (غير كافية)، إذا كانت قيمه بين $0.6 > a > 0.65$ (ضعيفة)، إذا كانت قيمه بين $0.65 > a > 0.70$ (مقبولة نوعاً ما) وإذا كانت قيمه بين $0.70 > a > 0.85$ (حسنة) وإذا كانت قيمه بين $0.85 > a > 0.90$ (جيدة) وإذا كانت أكبر من 0.9 تكون قيم الثبات ممتازة"، والجدول التالي يبين نتائج حساب الثبات.

الجدول رقم (II - 08) : يبين قيمة معامل Cronbach's Alpha للاستبيان

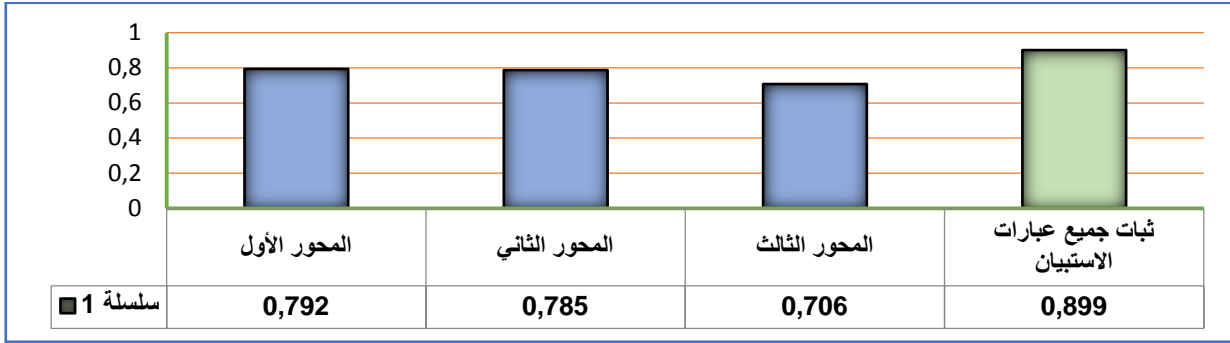
أبعاد ومحاور الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	النتيجة
المحور الأول : تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق	0.792	10	ثابت
المحور الثاني: تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية	0.785	10	ثابت
المحور الثالث : تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها	0.706	10	
ثبات جميع عبارات الاستبيان	0.899	30	ثابت
القاعدة العامة: المعمول بها في الدراسات السابقة هي أنه إذا كان قيمة معامل الثبات أكبر من 0.6 أي أن أداة الدراسة تتمتع بالثبات في النتائج فيما لو أعيد توزيعها لأكثر من مرة في نفس الظروف.			

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

يعرض الجدول أعلاه نتائج حساب قيم (Cronbach's Alpha) لكل مجموعة من عبارات كل محور وكذا إجمالي جميع عبارات الاستبيان، وهذا من أجل معرفة مدى تمتع عبارات الاستبيان بدرجة الثبات في النتائج فيما لو أعيد توزيع الاستبيان مرة ثانية خلال فترات زمنية مختلفة وفي نفس الظروف. ومن الجدول نجد أن جميع المحاور، بالإضافة إلى الاستبيان ككل، حققت قيم ألفا كرونباخ أعلى من الحد الأدنى المقبول (0.60)، مما يدل على ثبات عالي وتناسق جيد بين العبارات، يُشير هذا إلى أن الاستبيان يُقدم نتائج ثابتة وقابلة للتكرار، فمثلاً بلغت القيمة الإجمالية لمعامل ألفا كرونباخ للاستبيان قيمة 0.899، وهي قيمة مرتفعة تدل على ثبات الاستبيان، أي بمعنى أنه سنحصل على نفس النتائج وبنسبة 89.00% فيما لو أعيد تطبيق نفس الأداة (الاستبيان) أكثر من مرة على عينات أخرى من نفس المجتمع وفق ظروف مماثلة، مما يعزز من موثوقيته كأداة لجمع البيانات.



الشكل رقم (II- 03) : تمثيل بياني يبين قيمة معامل Cronbach's Alpha للاستبيان



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

بشكل عام، يمكن القول أن الاستبيان يعد أداة موثوقة وقوية لجمع البيانات وقياس المتغيرات المهمة في الدراسة، وأن النتائج التي يتم الحصول عليها من خلاله ثابتة وقابلة للتكرار في حال تكرار تطبيقه في ظروف مماثلة.

المبحث الثالث: عرض وتحليل بيانات الاستبيان واختبار الفرضيات

في هذا المبحث، نُسلط الضوء على تحليل بيانات المستجوبين ورصد اتجاهاتهم نحو محاور الدراسة المختلفة. بدايةً، نحلل البيانات العامة للمستجوبين. أخيراً، نُحلل عبارات ومحاور الاستبيان، ونقيّم مدى توافقها مع الواقع العملي في ميدان الدراسة، وذلك بهدف استخلاص نتائج دقيقة وموثوقة تساهم في فهم موضوع الدراسة المدروسة.

المطلب الأول: التحليل الوصفي للخصائص الديمغرافية للعينة



تقوم هذه الدراسة على تحليل مجموعة من البيانات العامة المتعلقة بخصائص أفراد الدراسة وفي ضوء هذه المتغيرات تقدم وصف تحليلي لفئات كل متغير ديمغرافي وهذا من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية.

1. وصف خصائص عينة الدراسة متغير الجنس

الجدول رقم (II - 09): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

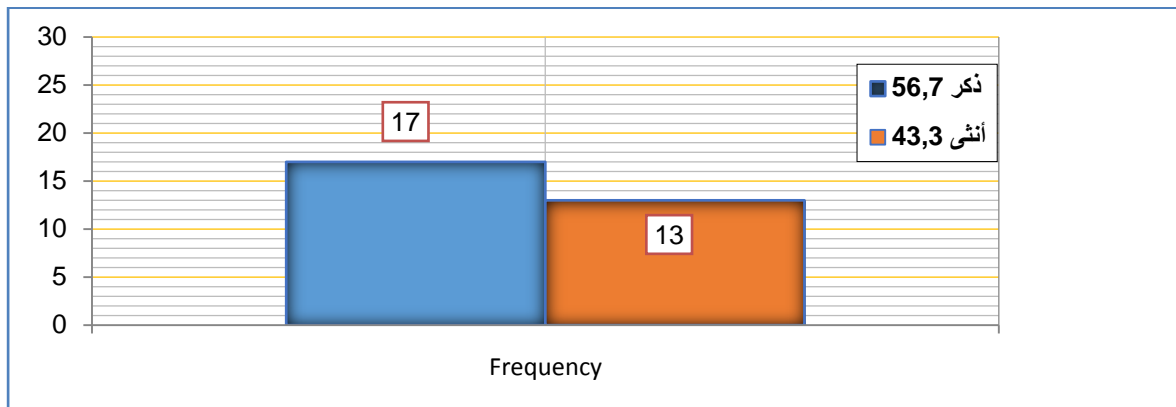
النسبة %	التكرار	الجنس	
56,7	17	ذكر	
43,3	13	أنثى	
100,0	30	Total	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من خلال الجدول، نلاحظ أن العينة تشمل 30 فرداً من الموظفين الإداريين في وكالة بنك الجزائر الخارجي (BEA) بولاية المسيلة وبوسعادة. يُظهر توزيع الجنس أن النسبة الأكبر من العينة هم الذكور بنسبة 56.7%، بينما تمثل الإناث نسبة 43.3% من إجمالي العينة. هذا التوزيع يُعطي نظرة واضحة عن التوازن النسبي بين الجنسين في العينة المدروسة.

يُظهر توزيع العينة أن هناك توازن نسبي بين الذكور والإناث، حيث يمثل الذكور 56.7% والإناث 43.3%. هذا التوازن يساهم في الحصول على وجهات نظر متنوعة وشاملة حول تأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية على عمليات التبادل التجاري الدولي. ونتائج أعلاه تمثلها بيانيا كمايلي:

الشكل رقم (II - 04): تمثيل بياني يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس





المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

2. وصف خصائص عينة الدراسة متغير المؤهل العلمي

الجدول رقم (II - 10): يبين توزيع افراد العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة %	التكرار		
16,7	5	ثانوي	المؤهل العلمي
70,0	21	جامعي	
13,3	4	دراساتعليا	
100,0	30	Total	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

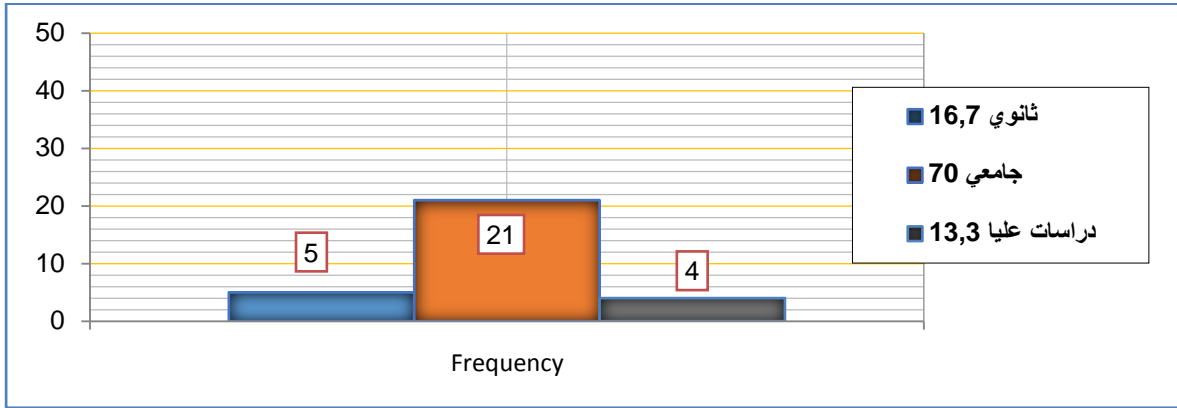
يُظهر الجدول أن أغلبية أفراد العينة يحملون مؤهلاً جامعياً، حيث يمثلون 70% من إجمالي العينة. هذا يشير إلى أن معظم الموظفين الإداريين في وكالة بنك الجزائر الخارجي (BEA) يتمتعون بتعليم جامعي، مما يعكس مستوى تعليمي مرتفع ضمن العينة المدروسة.

نسبة أقل لحملة المؤهلات الثانوية: تمثل نسبة الأفراد الذين يحملون مؤهلاً ثانوياً 16.7% من إجمالي العينة. هذه النسبة تعكس وجود عدد أقل من الموظفين ذوي التعليم الثانوي في الوكالة، مما قد يشير إلى متطلبات وظيفية تفضل الموظفين الحاصلين على تعليم جامعي.

نسبة محدودة من حملة الدراسات العليا: فقط 13.3% من أفراد العينة يحملون مؤهلات دراسات عليا. هذا قد يعكس تحديات أو متطلبات إضافية للحصول على مؤهلات دراسات عليا، أو ربما يكون مستوى التعليم الجامعي كافٍ لتلبية احتياجات الوكالة الوظيفية.

التنوع في المؤهلات العلمية بين الثانوي، الجامعي، والدراسات العليا يعزز من شمولية الدراسة ويمكن من استيعاب مختلف وجهات النظر والخبرات. هذا التنوع يمكن أن يساهم في فهم أفضل لتأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية على عمليات التبادل التجاري الدولي. على مختلف المستويات التعليمية. ونتائج أعلاه تمثلها بيانيا كمايلي

الشكل رقم (II - 05): تمثيل بياني يبين توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

3. وصف خصائص عينة الدراسة متغير السن

الجدول رقم (II - 11): يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة %	التكرار	السن
26,7	8	أقل من 30 سنة
40,0	12	31-40 سنة
33,3	10	أكثر من 41 سنة
100,0	30	Total

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

يظهر الجدول أن العينة تشمل أفراداً من مختلف الفئات العمرية، مما يعكس تنوعاً في الخبرات والأعمار بين الموظفين الإداريين في وكالة بنك الجزائر الخارجي (BEA) بولاية المسيلة- بوسعادة الفئة العمرية الأكبر: النسبة الأكبر من أفراد العينة تقع في الفئة العمرية بين 31-40 سنة، حيث تمثل 40.0% من إجمالي العينة. هذه الفئة العمرية تعتبر في منتصف الحياة العملية، مما يعني أن لديهم خبرة كافية وفهم عميق للعمليات التجارية والتكنولوجية.

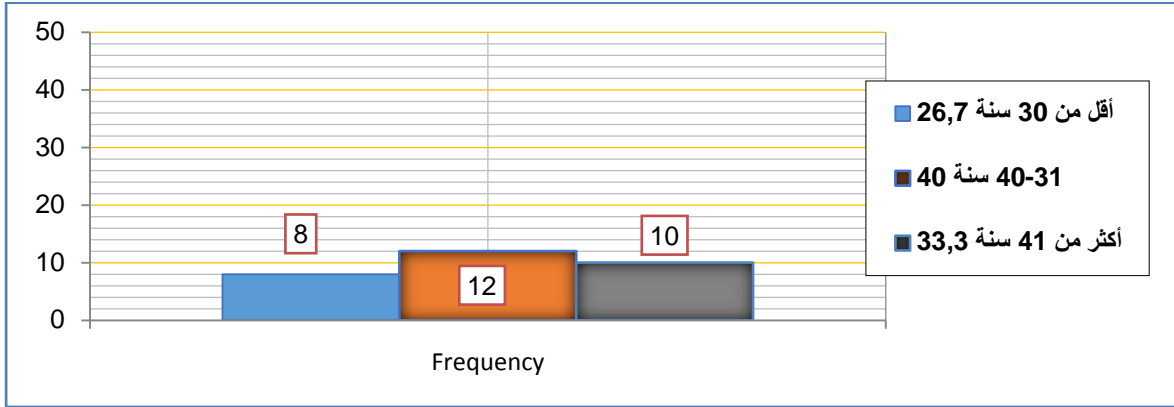
الفئة العمرية الأقل من 30 سنة: الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة يمثلون 26.7% من العينة. هذه الفئة ربما تكون أكثر تكيفاً مع التكنولوجيا الحديثة والتجارة الإلكترونية، نظراً لأنهم نشأوا في عصر الرقمنة.

الفئة العمرية أكثر من 41 سنة: الأفراد الذين تزيد أعمارهم عن 41 سنة يمثلون 33.3% من العينة. هذه الفئة العمرية قد تكون لديها خبرة طويلة ومعرفة متعمقة بالتجارة التقليدية والإلكترونية، مما يساهم في إثراء الدراسة بوجهات نظر مختلفة.

يمكن أن يؤثر العمر على وجهات النظر حول تأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية. الفئات العمرية المختلفة قد تكون لها تجارب وتفضيلات مختلفة تجاه التكنولوجيا الحديثة وعمليات التبادل التجاري الدولي. ونتائج أعلاه تمثلها بيانها كإيلي



الشكل رقم (II- 06) : تمثيل بياني يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

4. وصف خصائص عينة الدراسة متغير الاقدمية

الجدول رقم (II- 12) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الاقدمية

النسبة %	التكرار		
3,4	2	أقل من 5 سنوات	الاقدمية
43,1	25	من 6 إلى 10 سنة	
53,4	31	أكثر من 11 سنة	
100,0	58	Total	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

يُظهر الجدول أن عينة الدراسة تشمل أفراداً بتوزيع متوازن لعدد سنوات الخدمة بالقطاع البنكي. هذا يُعزز من تمثيلية العينة ويسهم في تنوع الآراء والخبرات.

نسبة أكبر لأولئك الذين يعملون لأكثر من 10 سنوات: يمثل الأفراد الذين عملوا لأكثر من 10 سنوات نسبة 43.3% من العينة، مما يشير إلى وجود تمثيل قوي لأولئك الذين يتمتعون بخبرة طويلة في القطاع البنكي.

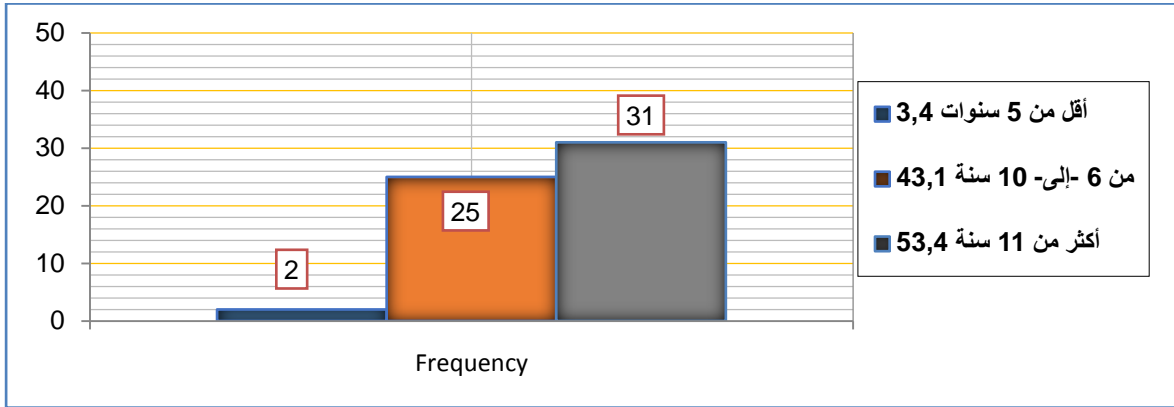
نسبة متوسطة لأولئك الذين عملوا لمدة 5-10 سنوات: يُلاحظ أن 30% من العينة قد عملوا في القطاع البنكي لمدة تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات، مما يشير إلى وجود تمثيل متوسط لهذه الفئة العمرية. نسبة منخفضة لأولئك الذين عملوا لأقل من 5 سنوات: يمثل الأفراد الذين عملوا لأقل من 5 سنوات نسبة 26.7% من العينة، وهو رقم أقل بقليل مقارنة بالفئتين الأخريين.

توزيع عدد سنوات الخدمة بالقطاع البنكي يعكس تنوعاً في الخبرات بين أفراد العينة. وجود نسبة كبيرة من الأفراد الذين عملوا لأكثر من 10 سنوات يعزز من الوجهة الاحترافية والخبرة الواسعة التي يمكن أن تؤثر



في تفاعلهم مع تطورات التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية. إذًا، يمثل هذا التوزيع توازنًا جيدًا بين الخبرات الطويلة والمتوسطة والقصيرة الأجل، مما يساهم في جعل الدراسة شاملة ومتكاملة ونتائج أعلاها تمثلها بياناتها كمايلي

الشكل رقم (II - 07): تمثيل بياني يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الأقدمية



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

الاستنتاج العام حول توزيع أفراد عينة الدراسة وفائدة دراسة كل متغير بالنسبة لموضوع دراستنا:

المتغير	الاستنتاج	فائدة بالنسبة للدراسة
الجنس	توزيع متوازن بين الذكور والإناث في العينة.	يمكن فهم تأثير التجارة الإلكترونية على القطاع البنكي من منظور جنسي متنوع.
المؤهل العلمي	تنوع في المؤهلات العلمية للأفراد في العينة، من الثانوية إلى الدراسات العليا.	يسمح بدراسة تأثير التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية من خلال منظورات تعليمية متعددة.
السن	توزيع شامل للأعمار في العينة، مما يشمل مختلف الفئات العمرية.	يسمح بدراسة تأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية بناءً على الخبرات والتطلعات المتفاوتة.
الأقدمية	تمثيل قوي للخبرات الطويلة والقصيرة في القطاع البنكي.	يتيح فهماً أعمق لتفاعل الموظفين مع التطورات التقنية في المجال البنكي.
بشكل عام، باختصار، يوفر توزيع أفراد عينة الدراسة تنوعاً هاماً يساهم في فهم شامل لتأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في القطاع البنكي. دراسة كل متغير بشكل منفصل تعزز فهمنا وتسمح لنا بالحصول على رؤية شاملة ومتعمقة حول كيفية تأثير هذه التطورات على مختلف جوانب العمل في القطاع المصرفي.		

المطلب الثاني: عرض وتحليل بيانات المستجوبين نحو محاور الاستبيان



يهدف هذا المطلب إلى عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها من المستجوبين حول اتجاهاتهم وآرائهم فيما يتعلق بمحاور الاستبيان.

الفرع الأول: عرض وتحليل اتجاه عينة الدراسة حول المحور الأول : : تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق

يتضمن هذا الجزء تحليل الإجابات عن أسئلة المحور 01: وصف ودرجات الموافقة من خلال معرفة آراء واتجاهات أفراد العينة وفيما يلي عرض للنتائج المتحصل عليها وفق الجدول التالية:

الجدول رقم (II - 13) : نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 01

الرقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب	الاتجاه العام
01	التجارة الإلكترونية ساهمت في تقليل الحواجز الجغرافية بين الدول	3,87	0,808	77,33	02	عالية
02	التجارة الإلكترونية سهلت وصول الشركات إلى أسواق جديدة خارج حدودها الجغرافية	3,43	1,040	68,67	08	عالية
03	التجارة الإلكترونية سهلت عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت بين الشركات والأفراد	3,60	1,070	72,00	05	عالية
04	التجارة الإلكترونية وفرت المزيد من خيارات المنتجات والخدمات للمستهلكين	3,57	0,935	71,33	06	عالية
05	التجارة الإلكترونية ساهمت في تقليل تكاليف التسويق وترويج المنتجات والخدمات	3,40	0,902	68,00	10	عالية
06	التجارة الإلكترونية أدت إلى زيادة المنافسة بين الشركات في الأسواق العالمية	4,07	0,843	81,33	01	موافقة عالية
07	التجارة الإلكترونية سهلت عمليات الدفع والتحويلات المالية بين الشركات والدول	3,70	0,988	74,00	03	عالية
08	التجارة الإلكترونية ساهمت في تحسين كفاءة عمليات التبادل التجاري الدولي	3,50	1,042	70,00	07	عالية
09	التجارة الإلكترونية أدت إلى زيادة الوعي بمنتجات وخدمات الدول الأخرى	3,43	0,894	68,67	09	عالية
10	التجارة الإلكترونية ساهمت في تكوين علاقات تجارية جديدة بين الدول	3,63	1,098	72,67	04	عالية
	الدرجة الكلية: المحور 01	3,62000	0,488770	72,40		بدرجة عالية
الوزن النسبي للمتوسط الحسابي (%) = (المتوسط الحسابي * 100) / 5						
المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق بدرجة متوسطة	موافق	موافق بشدة	
الأوزان	1	2	3	4	5	
مجال المتوسط الحسابي	[1.80 - 1]	[2.60 - 1.81]	[2.60-3.40-]	[4.20-3.41]	[5 - 4.21]	
دلالات الفئات	ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا	

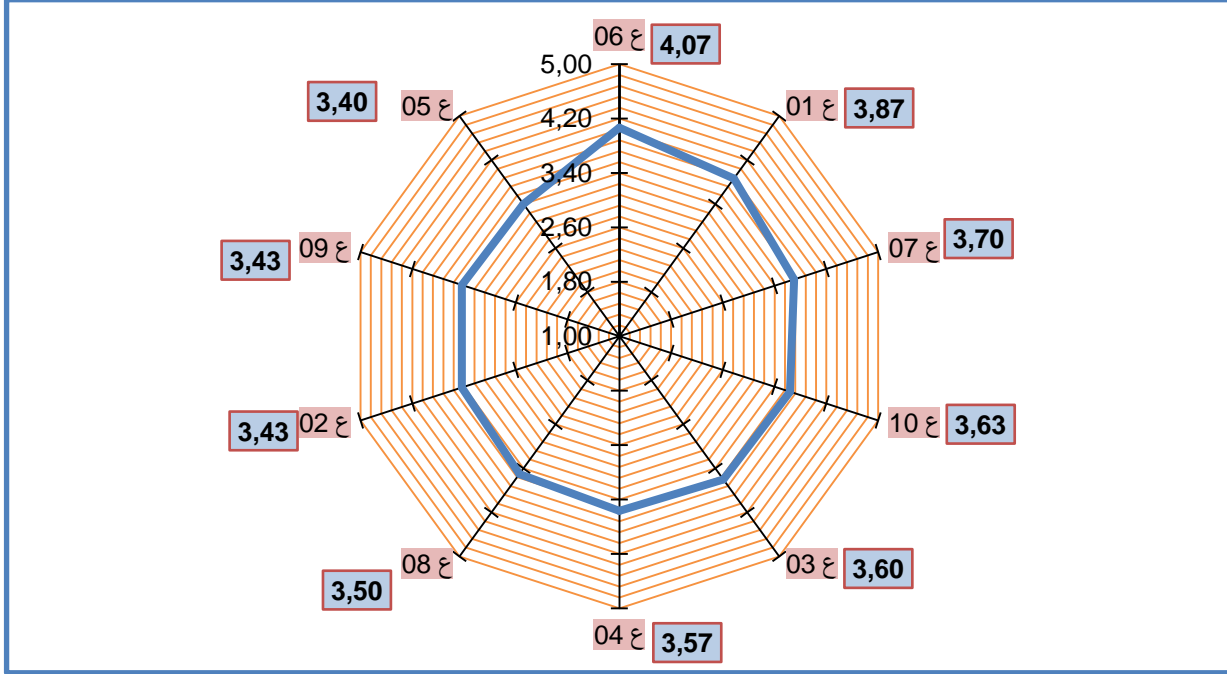
المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من خلال الجدول أعلاه نجد أن المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات المستجوبين على جميع العبارات المحور 01 بلغ: (3,62000) والذي يقع ضمن مجال درجة موافقة عالية [4.20-3.41] وبانحراف معياري قدره: 0.4888، وهو منخفض جدا مما يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام، وبالتالي فالمتوسط الحسابي الإجمالي يمثل مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة ولا يوجد تشتت كبير في اجاباتهم أي موافقون وبنسبة 72.40% على أن للتجارة الإلكترونية أهمية عالية



ودور كبير في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق .وفيما يلي تحليل العبارات حسب أهميتها لدى أفراد العينة:

الشكل رقم (II - 08) : يبين رسم بياني لأهمية عبارات المحور الأول حسب اتجاهات وأراء المستجوبين



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

العبارة رقم 06: " التجارة الإلكترونية أدت إلى زيادة المنافسة بين الشركات في الأسواق العالمية" حصلت على المرتبة الأولى من بين عبارات المحور، حيث يظهر أن هناك توافقاً عالياً بين آراء أفراد العينة حول أن التجارة الإلكترونية قادت إلى زيادة المنافسة بين الشركات في الأسواق العالمية. بلغ متوسط الاستجابات 4.07، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.843، وهو ما يدل على وجود توافق كبير بين الأفراد. تصدرت هذه العبارة القائمة بنسبة أهمية تبلغ 81.33%. يشير ذلك إلى أهمية كبيرة لهذا الجانب في سياق الدراسة، حيث يعكس توافق آراء الأفراد الاعتقاد بأن التجارة الإلكترونية تلعب دوراً حاسماً في زيادة المنافسة بين الشركات على الصعيدين المحلي والعالمي، مما يمكن أن يؤدي إلى تحسين الأداء الاقتصادي وتطوير الخدمات والمنتجات المقدمة في الأسواق العالمية.

العبارة 01: "التجارة الإلكترونية ساهمت في تقليل الحواجز الجغرافية بين الدول". هذه العبارة احتلت المرتبة الثانية، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.87، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.808، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 77.33%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على أهمية الدور الذي تلعبه التجارة الإلكترونية في تقليل الحواجز الجغرافية وتسهيل التبادل التجاري بين الدول، مما يعزز التجارة الدولية ويفتح الفرص للشركات للوصول إلى أسواق جديدة وتوسيع نطاق عملياتها.



العبارة 07: "التجارة الإلكترونية سهّلت عمليات الدفع والتحويلات المالية بين الشركات والدول". هذه العبارة احتلت المرتبة الثالثة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.70، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.988، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 74.00%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على أهمية تسهيل عمليات الدفع والتحويلات المالية عبر الإنترنت في تحقيق التبادل التجاري الدولي، مما يسهم في تسريع العمليات وتقليل التكاليف.

العبارة 10: "التجارة الإلكترونية ساهمت في تكوين علاقات تجارية جديدة بين الدول". هذه العبارة احتلت المرتبة الرابعة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.63، مع انحراف معياري يبلغ 1.098، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 72.67%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على أن التجارة الإلكترونية تساهم في بناء علاقات تجارية جديدة بين الدول، مما يعزز التبادل التجاري ويفتح الفرص لتعزيز التعاون الاقتصادي والتجاري بين الدول.

العبارة 03: "التجارة الإلكترونية سهّلت عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت بين الشركات والأفراد". هذه العبارة احتلت المرتبة الخامسة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.60، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 1.070، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 72.00%. يشير التوافق العالي بين آراء الأفراد على سهولة عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت إلى دور التجارة الإلكترونية في تحسين تجربة التسوق للشركات والأفراد وتيسير عمليات التبادل التجاري.

العبارة 04: "التجارة الإلكترونية وفرت المزيد من خيارات المنتجات والخدمات للمستهلكين". هذه العبارة احتلت المرتبة السادسة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.57، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.935، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 71.33%. يشير التوافق العالي بين آراء الأفراد على توفير التجارة الإلكترونية لمزيد من الخيارات في المنتجات والخدمات إلى الفوائد التي يتمتع بها المستهلكون من تطور التكنولوجيا وتوسيع نطاق الاختيارات في التسوق عبر الإنترنت.

العبارة 08: "التجارة الإلكترونية ساهمت في تحسين كفاءة عمليات التبادل التجاري الدولي". هذه العبارة احتلت المرتبة السابعة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.50، مع انحراف معياري يبلغ 1.042، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 70.00%. يدل التوافق العالي بين آراء الأفراد على تحسين كفاءة عمليات التبادل التجاري الدولي على أن التجارة الإلكترونية تلعب دوراً فعالاً في تسهيل وتحسين عمليات التجارة بين الدول، وبالتالي تعزيز النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة.

العبارة 02: "التجارة الإلكترونية سهّلت وصول الشركات إلى أسواق جديدة خارج حدودها الجغرافية". هذه العبارة احتلت المرتبة الثامنة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.43، مع انحراف معياري يبلغ 1.040، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 68.67%. يظهر التوافق العالي بين آراء الأفراد حول تسهيل



وصول الشركات إلى أسواق جديدة عبر التجارة الإلكترونية، مما يشير إلى دور هذه التكنولوجيا في توسيع نطاق الأعمال وزيادة الفرص التجارية للشركات.

العبارة 09: "التجارة الإلكترونية أدت إلى زيادة الوعي بمنتجات وخدمات الدول الأخرى". هذه العبارة احتلت المرتبة التاسعة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.43، مع انحراف معياري يبلغ 0.894، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 68.67%. يعكس التوافق العالي بين آراء الأفراد حول زيادة الوعي بمنتجات وخدمات الدول الأخرى نتيجة للتجارة الإلكترونية، أهمية تلك التكنولوجيا في تعزيز التفاعل الاقتصادي والتبادل الثقافي بين الدول

العبارة 05: "التجارة الإلكترونية ساهمت في تقليل تكاليف التسويق وترويج المنتجات والخدمات". هذه العبارة احتلت المرتبة العاشرة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.40، مع انحراف معياري يبلغ 0.902، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 68.00%. يُظهر التوافق العالي بين آراء الأفراد حول تخفيض تكاليف التسويق وترويج المنتجات والخدمات عن طريق التجارة الإلكترونية، دوراً فعالاً لتلك التكنولوجيا في تحسين كفاءة العمليات التسويقية وتقليل التكاليف التشغيلية للشركات.

الاستنتاج العام: لتحليل اتجاه عينة الدراسة حول المحور الأول :

المتوسط الحسابي للمحور الأول بلغ 3.62، وهو يدل على موافقة عالية بشكل عام من قبل المستجوبين في الدراسة على دور التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق.

تمثل النتائج المتحصل عليها من تحليل اتجاه عينة الدراسة حول المحور الأول، الذي يركز على دور التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق، إجابات إيجابية واضحة من قبل المستجوبين في الدراسة. فقد كانت الآراء كلها الموافقة العالية، مما يشير إلى أن التجارة الإلكترونية لها دور كبير في تسهيل التبادل التجاري الدولي وفتح آفاق جديدة للتجارة عبر الحدود الجغرافية.

تمثل العبارات التي حلت في المراكز الأولى والمرتبة العليا مؤشراً واضحاً على الإيجابية الشاملة تجاه تأثير التجارة الإلكترونية على العمليات التجارية الدولية. فقد استُخدمت عبارات مثل "زيادة المنافسة بين الشركات في الأسواق العالمية" و"تقليل الحواجز الجغرافية بين الدول" كمؤشرات على الفوائد المحتملة للتجارة الإلكترونية في توسيع نطاق الأسواق وتعزيز التبادل التجاري عبر الحدود.

بشكل عام، يمكن القول إن نتائج التحليل تشير إلى تبني إيجابي لفكرة أهمية التجارة الإلكترونية في تيسير عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع الأسواق، مما يبرز أهمية دراسة هذا الموضوع في سياق التطورات الحالية في العلاقات التجارية الدولية.



الفرع الثاني: عرض وتحليل اتجاه عينة الدراسة حول المحور الثاني : تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية

يتضمن هذا الجزء تحليل الإجابات عن أسئلة المحور 02: وصف ودرجات الموافقة من خلال معرفة آراء واتجاهات أفراد العينة وفيما يلي عرض للنتائج المتحصل عليها وفق الجدول التالي:

الجدول رقم (II - 14): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 02

الرقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب	الاتجاه العام
01	وسائل الدفع الإلكترونية سهلت عمليات الدفع عبر الإنترنت، وبالتالي زادت من سرعة إتمام المعاملات	3,90	0,995	78,00	01	موافقة عالية
02	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في زيادة أمن عمليات الدفع عبر الإنترنت	3,63	1,033	72,60	07	موافقة عالية
03	وسائل الدفع الإلكترونية خفضت من تكاليف المعاملات المالية عبر الإنترنت	3,50	1,042	70,00	10	موافقة عالية
04	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين كفاءة عمليات التبادل التجاري عبر الإنترنت	3,70	0,702	74,00	04	موافقة عالية
05	وسائل الدفع الإلكترونية سهلت عمليات التحويلات المالية الدولية	3,60	0,948	72,00	09	موافقة عالية
06	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين الوصول إلى الخدمات المالية للمستهلكين في الدول النامية	3,80	0,925	76,00	02	موافقة عالية
07	وسائل الدفع الإلكترونية أدت إلى زيادة انتشار استخدام البطاقات الائتمانية في الدول النامية	3,77	0,858	75,40	03	موافقة عالية
08	وسائل الدفع الإلكترونية خفضت من مخاطر الاحتيال المالي في المعاملات عبر الإنترنت	3,63	0,809	72,60	06	موافقة عالية
09	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في زيادة شفافية المعاملات المالية عبر الإنترنت	3,60	0,855	72,00	08	موافقة عالية
10	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين كفاءة عمليات إدارة المخاطر في المعاملات عبر الإنترنت	3,67	1,061	73,40	05	موافقة عالية
	الدرجة الكلية: المحور 02	3,68	0,365211	73,60		تطبيق بدرجة عالية
الوزن النسبي للمتوسط الحسابي (%) = (المتوسط الحسابي * 100) / 5						
المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق بدرجة متوسطة	موافق	موافق بشدة	
الأوزان	1	2	3	4	5	
مجال المتوسط الحسابي	[1 - 1.80]	[2.60 - 1.81]	[2.60 - 3.40 -]	[4.20 - 3.41]	[5 - 4.21]	
دلالات الفئات	ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا	

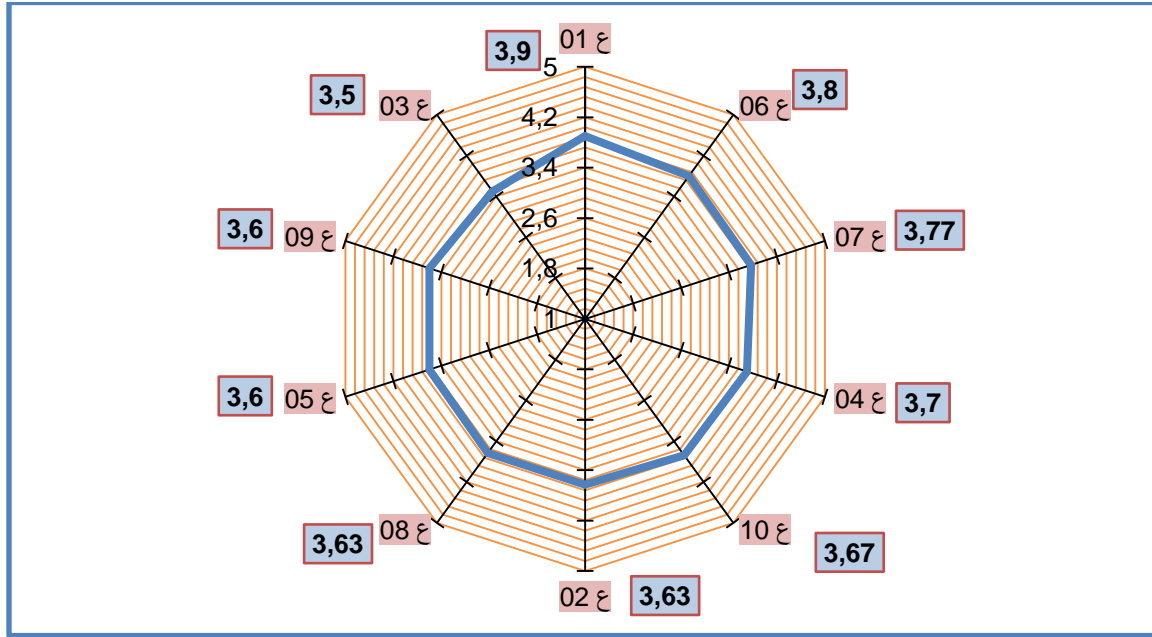
المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من خلال الجدول أعلاه، يظهر أن المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات المستجيبين على جميع العبارات المتعلقة بالمحور الثاني بلغ 3.68، وهو يقع ضمن مجال درجة الموافقة العالية. يشير الانحراف المعياري



الذي بلغ 0.365211 إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام. وبالتالي، يُعتبر المتوسط الحسابي الإجمالي مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة، ولا يوجد تشتت كبير في إجاباتهم، حيث يوافقون بنسبة 73.60٪ على معظم العبارات المتعلقة بدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية. وفيما يلي تحليل العبارات حسب أهميتها لدى أفراد العينة: الشكل رقم (II - 09): يبين رسم بياني لأهمية عبارات المحور الثاني حسب اتجاهات وآراء

المستجوبين



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

العبارة 01: "وسائل الدفع الإلكترونية سهّلت عمليات الدفع عبر الإنترنت، وبالتالي زادت من سرعة إتمام المعاملات." هذه العبارة احتلت المرتبة الأولى، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.90، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.995، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 78.00%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل عمليات الدفع عبر الإنترنت، مما يعكس زيادة سرعة إتمام المعاملات وتحسين تجربة المستخدم، ويسهم في تعزيز الثقة في البيئة الرقمية وتعزيز الاقتصاد الرقمي.

العبارة 06: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين الوصول إلى الخدمات المالية للمستهلكين في الدول النامية." هذه العبارة احتلت المرتبة الثانية، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.80، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.925، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 76.00%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على أهمية دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية للمستهلكين في الدول النامية، مما يعزز الشمول المالي ويدعم التنمية الاقتصادية في تلك الدول.



العبارة 07: "وسائل الدفع الإلكترونية أدت إلى زيادة انتشار استخدام البطاقات الائتمانية في الدول النامية." هذه العبارة احتلت المرتبة الثالثة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.77، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.858، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 75.40%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع الإلكترونية في زيادة انتشار استخدام البطاقات الائتمانية في الدول النامية، مما يعزز ويسهم في توفير وسائل الدفع الآمنة والفعالة في تلك البيئات الاقتصادية.

العبارة 04: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين كفاءة عمليات التبادل التجاري عبر الإنترنت." هذه العبارة احتلت المرتبة الرابعة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.70، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.702، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 74.00%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين كفاءة عمليات التبادل التجاري عبر الإنترنت، مما يعزز فعالية وسرعة العمليات التجارية ويسهم في تحقيق التوازن بين العرض والطلب في السوق الرقمية.

العبارة 10: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين كفاءة عمليات إدارة المخاطر في المعاملات عبر الإنترنت." هذه العبارة احتلت المرتبة الخامسة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.67، مع انحراف معياري يبلغ 1.061، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 73.40%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين كفاءة إدارة المخاطر في المعاملات عبر الإنترنت، مما يعزز الأمان المالي ويقلل من المخاطر المحتملة في تلك المعاملات.

العبارة 08: "وسائل الدفع الإلكترونية خفضت من مخاطر الاحتيال المالي في المعاملات عبر الإنترنت." هذه العبارة احتلت المرتبة السادسة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.63، مع انحراف معياري يبلغ 0.809، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 72.60%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع الإلكترونية في خفض مخاطر الاحتيال المالي في المعاملات عبر الإنترنت، مما يزيد من الثقة في استخدام هذه الوسائل في البيئة الرقمية ويحمي المستخدمين من الاحتيال والتزوير.

العبارة 02: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في زيادة أمن عمليات الدفع عبر الإنترنت." هذه العبارة احتلت المرتبة السابعة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.63، مع انحراف معياري يبلغ 1.033، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 72.60%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع الإلكترونية في زيادة أمن عمليات الدفع عبر الإنترنت، مما يعزز الثقة في استخدام هذه الوسائل ويحمي المستخدمين من الاختراقات السيبرانية وسرقة البيانات الشخصية.

العبارة 09: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في زيادة شفافية المعاملات المالية عبر الإنترنت." هذه العبارة احتلت المرتبة الثامنة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.60، مع انحراف معياري يبلغ 0.855، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 72.00%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع



الإلكترونية في زيادة شفافية المعاملات المالية عبر الإنترنت، مما يعزز النزاهة والشفافية في العمليات المالية ويسهم في بناء بيئة أعمال صالحة وموثوقة.

العبارة 05: "وسائل الدفع الإلكترونية سهّلت عمليات التحويلات المالية الدولية." هذه العبارة احتلت المرتبة التاسعة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.60، مع انحراف معياري يبلغ 0.948، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 72.00%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل عمليات التحويلات المالية الدولية، مما يسهم في تحقيق الانسيابية والكفاءة في نقل الأموال عبر الحدود الدولية وتقديم خدمات مالية مرنة ومبتكرة.

العبارة 03: "وسائل الدفع الإلكترونية خفضت من تكاليف المعاملات المالية عبر الإنترنت." هذه العبارة احتلت المرتبة العاشرة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.50، مع انحراف معياري يبلغ 1.042، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 70.00%. يدل هذا التوافق العالي بين آراء الأفراد على دور وسائل الدفع الإلكترونية في خفض تكاليف المعاملات المالية عبر الإنترنت، مما يسهم في توفير المزيد من الفرص الاقتصادية وتحقيق المزيد من الكفاءة والتنافسية في بيئة الأعمال الرقمية.

الاستنتاج العام: لتحليل اتجاه عينة الدراسة حول المحور الثاني :

تحليل المحور الثاني يوضح توافقاً عالياً بين آراء العينة حول دور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل عمليات التجارة الإلكترونية. بالنظر إلى المتوسط الحسابي البالغ 3.68 والذي يدل على موافقة عالية، يظهر أن العينة تقيم بإيجابية الأثر الذي تلعبه وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين سرعة وسهولة الدفع عبر الإنترنت وتعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية. توضح النتائج أيضاً أن هناك اتفاقاً على دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الوصول إلى الخدمات المالية وتقليل المخاطر المالية وتحسين كفاءة العمليات التجارية الإلكترونية. هذا التوافق يشير إلى أهمية الاستثمار في تطوير وتحسين البنية التحتية لوسائل الدفع الإلكترونية لتعزيز التجارة الإلكترونية ودعم نمو الاقتصاد الرقمي.

بشكل عام، يمكن القول إن تحليل المحور الثاني يظهر وجود توافق كبير بين أفراد العينة حول أهمية وفعالية وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية.



الفرع الثالث: عرض وتحليل اتجاه عينة الدراسة حول المحور الثالث : تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها يتضمن هذا الجزء تحليل الإجابات عن أسئلة المحور 03: وصف ودرجات الموافقة من خلال معرفة آراء واتجاهات أفراد العينة وفيما يلي عرض للنتائج المتحصل عليها وفق الجدول التالية:

الجدول رقم (II - 15): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات المحور 03

الرقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب	الاتجاه العام
09	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين كفاءة عمليات إدارة المخاطر في المعاملات التجارية الدولية	4,00	0,743	80,00	01	موافقة عالية
01	وسائل الدفع الإلكترونية قد ساهمت في تقليل الوقت المستغرق في إتمام المعاملات التجارية الدولية	3,93	0,907	78,67	02	موافقة عالية
06	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين سهولة الوصول إلى التمويل الدولي	3,93	0,907	78,67	03	موافقة عالية
10	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في زيادة الثقة بين الشركات في المعاملات التجارية الدولية	3,93	0,944	78,67	04	موافقة عالية
05	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين الكفاءة في عمليات جمع الديون الدولية	3,80	0,847	76,00	05	موافقة عالية
07	وسائل الدفع الإلكترونية خفضت من مخاطر التلاعب في عمليات الدفع الدولية	3,77	0,679	75,33	06	موافقة عالية
04	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تقليل مخاطر فقدان الأموال في عمليات التحويلات الدولية	3,77	0,774	75,33	07	موافقة عالية
02	وسائل الدفع الإلكترونية خفضت من تكاليف عمليات التحويلات المالية الدولية	3,73	1,015	74,67	08	موافقة عالية
08	وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين الشفافية في عمليات الدفع الدولية	3,60	0,814	72,00	09	موافقة عالية
03	وسائل الدفع الإلكترونية خفضت من تكاليف الإدارة والمراقبة للمعاملات التجارية الدولية	3,47	1,074	69,33	10	موافقة عالية
	الدرجة الكلية: المحور 03	3,56333	0,523571	71,27		تطبيق بدرجة عالية
الوزن النسبي للمتوسط الحسابي (%) = (المتوسط الحسابي * 100) / 5						
المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق بدرجة متوسطة	موافق	موافق بشدة	
الأوزان	1	2	3	4	5	
مجال المتوسط الحسابي	[1 - 1.80]	[2.60 - 1.81]	[2.60 - 3.40]	[4.20 - 3.41]	[5 - 4.21]	
دلالات الفئات	ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا	

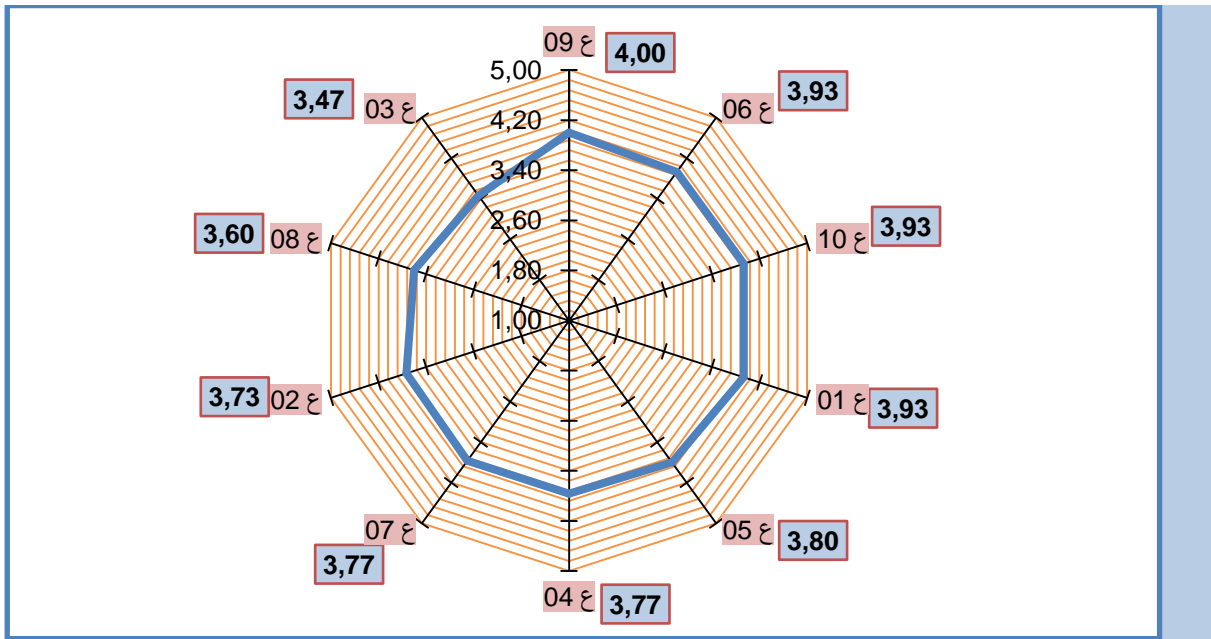
المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 28

من خلال الجدول أعلاه نجد أن المتوسط حسابي الإجمالي لإجابات المستجوبين على جميع العبارات المحور 03 بلغ: (3,56333) والذي يقع ضمن مجال درجة موافقة عالية [4.20-3.41] وبانحراف



معياري قدره: **0,523571** ، وهو منخفض جدا مما يشير إلى تقارب آراء الأفراد وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام، وبالتالي فالمتوسط الحسابي الإجمالي يمثل مركز البيانات لاتجاهات أفراد العينة ولا يوجد تشتت كبير في اجاباتهم أي موافقون وبنسبة 91.33% على أن. وفيما يلي تحليل العبارات حسب أهميتها لدى أفراد العينة:

الشكل رقم (II - 10) : رسم بياني لأهمية عبارات المحور الثالث حسب اتجاهات وأراء المستجوبين



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel.2010

العبرة رقم 09 "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين كفاءة عمليات إدارة المخاطر في المعاملات التجارية الدولية" احتلت المرتبة الأولى، حيث بلغ متوسط الاستجابات 4.00، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.743، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 80.00%. يُظهر ذلك التوافق العالي بين آراء الأفراد على أهمية دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين كفاءة إدارة المخاطر في المعاملات التجارية الدولية، مما يؤكد على أهمية هذه الوسائل في تعزيز الثقة وتقليل المخاطر في التعاملات التجارية العالمية.

العبرة رقم 01: "وسائل الدفع الإلكترونية قد ساهمت في تقليل الوقت المستغرق في إتمام المعاملات التجارية الدولية"، احتلت المرتبة الثانية، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.93، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.907، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 78.67%. هذا يدل على أن مشاركي الدراسة يرون بشكل عام أن وسائل الدفع الإلكترونية تلعب دورًا مهمًا في تقليل الوقت اللازم لإتمام المعاملات التجارية الدولية، مما يعزز الكفاءة ويسهل العمليات التجارية عبر الحدود.

العبرة رقم 06: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين سهولة الوصول إلى التمويل الدولي"، والتي احتلت المرتبة الثالثة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.93، مع انحراف معياري منخفض يبلغ



0.907، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 78.67%. يظهر هذا التوافق العالي بين آراء المشاركين على أن وسائل الدفع الإلكترونية تسهل الوصول إلى التمويل الدولي، مما يعزز قدرة الشركات والأفراد على الحصول على التمويل اللازم لتوسيع عملياتهم.

العبارة رقم 10: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في زيادة الثقة بين الشركات في المعاملات التجارية الدولية"، احتلت المرتبة الرابعة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.93، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.944، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 78.67%. هذا يشير إلى أن استخدام وسائل الدفع الإلكترونية يعزز الثقة بين الشركات في المعاملات التجارية الدولية، مما يساهم في تعزيز التعاون وتطوير العلاقات التجارية بينها.

العبارة رقم 05: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تحسين الكفاءة في عمليات جمع الديون الدولية"، احتلت المرتبة الخامسة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.80، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.847، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 76.00%. يُظهر هذا التوافق العالي بين آراء المشاركين على أن وسائل الدفع الإلكترونية تحسن الكفاءة في عمليات جمع الديون الدولية، مما يساهم في تقليل المخاطر المالية وتسهيل عمليات التحصيل عبر الحدود.

العبارة رقم 07: "وسائل الدفع الإلكترونية خفضت من مخاطر التلاعب في عمليات الدفع الدولية"، احتلت المرتبة السادسة، حيث بلغ متوسط الاستجابات 3.77، مع انحراف معياري منخفض يبلغ 0.679، وتميزت بأهمية نسبية تبلغ 75.33%. هذا يدل على أن مشاركي الدراسة يرون بشكل عام أن وسائل الدفع الإلكترونية تخفض من مخاطر التلاعب في عمليات الدفع الدولية، مما يعزز الأمان والثقة في هذه العمليات.

العبارة رقم 04: "وسائل الدفع الإلكترونية ساهمت في تقليل مخاطر فقدان الأموال في عمليات التحويلات الدولية"، احتلت المرتبة السابعة. بلغ متوسط الاستجابات لهذه العبارة 3.77، وكان الانحراف المعياري منخفضاً بقيمة 0.774. تميزت هذه العبارة بأهمية نسبية، ولكنها كانت في المرتبة السابعة من حيث الأهمية. تدل هذه النتائج على أن المشاركين في الدراسة يرون أن وسائل الدفع الإلكترونية تلعب دوراً مهماً في تقليل مخاطر فقدان الأموال خلال عمليات التحويلات الدولية، وهو جانب يعتبر ذو أهمية بالنسبة للشركات والأفراد القائمين على التجارة الدولية.

الاستنتاج العام: لتحليل اتجاه عينة الدراسة حول المحور الثالث

بالمجمل، يمكن القول إن متوسط الاستجابات الإجمالي للمحور الثالث بلغ 3.56333، مما يدل على موافقة عالية من قبل المشاركين في الدراسة على أن وسائل الدفع الإلكترونية تساعد بشكل كبير في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها. تُظهر النتائج أن هذه الوسائل تحسن



كفاءة إدارة المخاطر، وتسهل الوصول إلى التمويل الدولي، وتزيد من الثقة بين الشركات، وتقلل من مخاطر التلاعب وفقدان الأموال، بالإضافة إلى تحسين الشفافية وتقليل تكاليف الإدارة والمراقبة. تشير هذه النتائج إلى أن اعتماد وسائل الدفع الإلكترونية يلعب دوراً حيوياً في تحسين الكفاءة والفعالية في العمليات التجارية الدولية، مما يعزز من توسع الأعمال وتسهيل التبادل التجاري عبر الحدود. بشكل عام نجد أن النتائج تشير إلى توافق عالي بين آراء أفراد العينة حول الأثر الإيجابي لوسائل الدفع الإلكترونية في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها. مما يدل على أن المشاركين يوافقون بشكل كبير على أن وسائل الدفع الإلكترونية تحسن كفاءة إدارة المخاطر، تسهل الوصول إلى التمويل الدولي، تزيد من الثقة بين الشركات، تقلل من مخاطر التلاعب وفقدان الأموال، وتحسن الشفافية وتقلل تكاليف الإدارة والمراقبة. تعكس هذه النتائج الأهمية الكبيرة لوسائل الدفع الإلكترونية في دعم وتعزيز التجارة الدولية.

باختصار، توضح نتائج التحليل المستفادة من ردود فعل العينة حول المحور الثالث موافقة عالية على أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الكفاءة والثقة في العمليات التجارية الدولية. هذا يشير إلى تزايد الاعتماد على التقنيات الرقمية في تسهيل العمليات التجارية عبر الحدود وتقليل المخاطر المالية، مما يعكس التحول نحو بيئة عمل دولية أكثر تطوراً وفعالية.

المطلب الثالث: اختبار ومناقشة نتائج فرضيات الدراسة

تتمحور فرضيات الدراسة حول تأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية على التجارة الدولية من خلال دراسة حالة البنك الخارجي BEA. وتتمثل هذه الفرضيات في النقاط التالية: أولاً، تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق. ثانياً، تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية. ثالثاً، تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها. من خلال هذه الفرضيات، تهدف الدراسة إلى تحليل كيف يمكن للتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية تعزيز كفاءة وسرعة وأمان عمليات التجارة الدولية، مما يؤدي إلى تحسين الأداء التجاري للبنك الخارجي BNA على المستوى الدولي. ولاختبار هذا نوع من الفرضيات فإننا :

- أولاً نقوم بإعادة صياغتها إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05) أي الى فرضية صفرية (H_0) وفرضية بديلة (H_1)

-وبعدها يتم استخدام اختبار لعينة واحدة (one Sample t-test) لاختبار الفرضيات الإحصائية حيث يفيد هذا الاختبار في الكشف عن ما إذا كان هناك فرق (دال إحصائياً) بين المتوسط الحسابي لإجمالي إجابات أفراد العينة نحو عبارات الاستبيان (أو إجمالي عبارات كل محور) والمتوسط الفرضي (03)



حيث هذا الأخير يمثل قيمة محايد في سلم ليكارت (محايد=03) ولاتخاذ القرار فيما يتعلق بالدلالة إحصائية باستخدام الاختبار (T-Test) نجد:

✍ إذا كانت قيمة الفرق (المتوسط الحسابي لإجمالي إجابات أفراد العينة -3) غير دال إحصائياً أي إذا كانت قيمة مستوى المعنوية Sig، أكبر من المستوى الدلالة (0.05)، فإننا نقبل الفرضية الإحصائية الصفرية (H0) ونرفض الفرضية الإحصائية البديلة (H1).

✍ إذا كانت قيمة الفرق (المتوسط الحسابي لإجمالي إجابات أفراد العينة -3) غير دال إحصائياً أي إذا كانت قيمة مستوى المعنوية Sig، أقل من المستوى الدلالة (0.05)، فإننا نقبل الفرضية الإحصائية البديلة (H1) ونرفض الفرضية الإحصائية الصفرية (H0).

الفرع الأول : اختبار ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

نص الفرضية : الفرضية الأولى : تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق

نص الفرضية الإحصائية : تتم اختبار فرضية عند مستوى الدلالة 0.05 وعليه نقوم بإعادة صياغتها إلى الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد فرق يُعتد به إحصائياً (ذو دلالة إحصائية) عند مستوى (0.05) بين المتوسط الفرضي (محايد=03) وبين المتوسط إدراك المستجوبين لمساهمة التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق.

الفرضية الصفرية (H_1): يوجد فرق يُعتد به إحصائياً (ذو دلالة إحصائية) عند مستوى (0.05) بين المتوسط الفرضي (محايد=03) وبين المتوسط إدراك المستجوبين لمساهمة التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق

لاختبار هذا نوع من الفرضيات فإنه يتم استخدام اختبار ت لعينة واحدة (one Sample t-test) لاتخاذ القرار فيما يتعلق برفض الفرضية أو قبولها نجد:

الفرضية الصفرية (H_1):	إذا كانت قيمة Sig، المقابلة للاختبار الإحصائي (T-test) أقل من المستوى الدلالة (0.05)
الفرضية الصفرية (H_0):	إذا كانت قيمة Sig، المقابلة للاختبار الإحصائي (T-test) أقل من المستوى الدلالة (0.05)



وننتائج الاختبار مدونة في الجدول التالي:

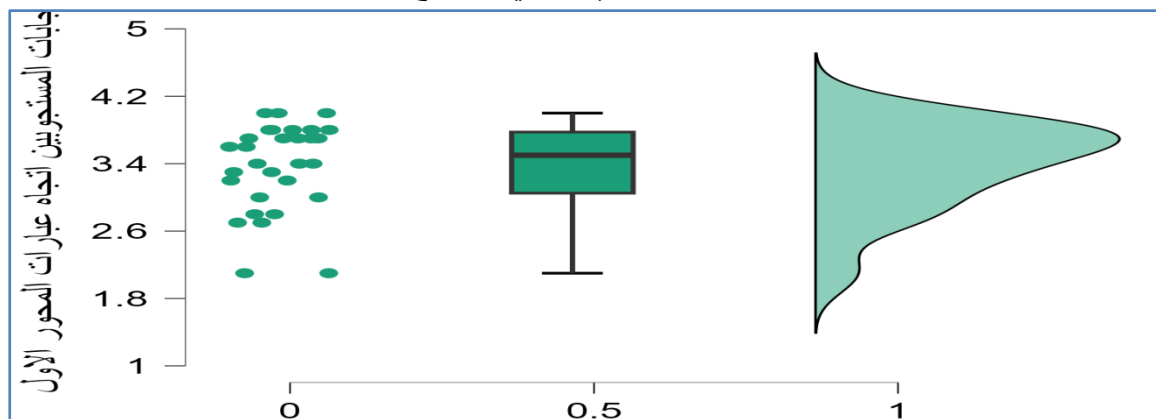
الجدول رقم (II - 16): يوضح نتائج تحليل نتائج اختبار الفرضية رقم 01

التحليل الوصفي لبيانات المستجوبين نحو اجمالي عبارات المحور 01		التحليل الاستدلالي لبيانات المستجوبين نحو اجمالي عبارات المحور 01				درجة الكلية للمحور 01
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفرق بين متوسط العينة والقيمة الثابتة	قيمة:	Significance	نتيجة الدلالة الإحصائية عند 0.05	
Mean	Std. Deviation	Mean Difference	T-Test	Sig		
3.6200	0.48877	0.6200	6.970	0.000	دال	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 28

التحليل الوصفي:

يبلغ المتوسط الحسابي لإجابات المستجوبين حول اجمالي عبارات المحور الأول قيمة 3.6000. يشير هذا المتوسط إلى أن رأي المستجوبين يميل نحو الموافقة على أن التجارة الإلكترونية تساهم في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق. يبلغ الانحراف المعياري 0.48877، وهو منخفض نسبياً. هذا يشير إلى أن إجابات المستجوبين كانت متقاربة ومنتظمة، مما يعزز الثقة في دقة المتوسط الحسابي المحسوب. الشكل رقم (II - 10): يبين توزيع بيانات أفراد العينة نحو إدراكهم لمساهمة التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق.



المصدر: مخرجات برنامج JASP 18 v

من الشكل أعلاه نلاحظ أن معظم إجابات (بيانات) (مشاهدات) المستجوبين نحو إدراكهم لمساهمة التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق. تتركز بشكل مكثف ضمن المجال [3.41-4.20] وهذا ما يدعم بيانياً نتائج تحليلات الإحصائية الوصفية للمحور



التحليل الاستدلالي:

الفرق بين متوسط العينة والقيمة الثابتة : الفرق بين متوسط إجابات المستجوبين (3.6200) والقيمة الفرضية الثابتة (3) هو 0.6200. هذا الفرق موجب ويشير إلى ميل واضح لدى المستجوبين نحو الموافقة إيجابيه على دور التجارة الإلكترونية في تسهيل التبادل التجاري وتوسيع الأسواق. قيمة T-TEST : تبلغ قيمة اختبار $T=6.970$ هذه القيمة تعبر عن اختبار لكشف الدلالة الاحصائية في الفرق بين المتوسط الحسابي للعينة (3.6200) والمتوسط الفرضي (3=0 محايد). قيمة Sig: تبلغ قيمة الدلالة الإحصائية. $(Sig)=0.000$ بما أن هذه القيمة أقل بكثير من مستوى الدلالة 0.05، فإننا نرفض H_0 فإننا نقبل الفرضية الاحصائية البديلة (H_1) . ونرفض الفرضية الإحصائية الصفرية (H_0)

نتيجة الدلالة الإحصائية: بناءً على نتائج الاختبار (T-TEST)، يمكن القول بأن هناك فرقاً يُعتد به إحصائياً بين المتوسط الفرضي (3) ومتوسط آراء المستجوبين (3.6200). هذا الفرق يعزز الفرضية القائلة بأن التجارة الإلكترونية تساهم في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق. وبما أن نتائج العينة دالة إحصائياً عند 0.05 أي ما وجدناه من نتائج في العينة (30 موظف) واثقون وبنسبة 99% أنه يوجد فعلاً في المجتمع وعليه يمكن تعميم نتائج العينة على كامل مجتمع الدراسة وهذا ما يُدعم نتيجة التي توصلنا إليها ويؤكد على صحة الفرضية التفسير: تشير النتائج إلى أن المستجوبين يتفقون بدرجة كبيرة على أن التجارة الإلكترونية تلعب دوراً حيوياً في تعزيز التجارة الدولية. التقارب في آراء المستجوبين (الانحراف المعياري المنخفض) يعكس إجماعاً حول الفوائد الملموسة للتجارة الإلكترونية، مثل تخفيض الحواجز الجغرافية، وزيادة الوصول إلى الأسواق العالمية، وتسريع وتيرة التعاملات التجارية الدولية.

خلاصة: بناءً على التحليل الوصفي والاستدلالي، يتبين أن التجارة الإلكترونية تسهم بشكل كبير في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق. هذا الاستنتاج يستند إلى البيانات المجمعة من المستجوبين وإلى الدلالة الإحصائية القوية التي تدعم الفرضية الأولى والتي تنص على أنه: تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق.

الفرع الثاني : اختبار ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

نص الفرضية : الفرضية الثانية : لوسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية.

نص الفرضية الاحصائية: تتم اختبار فرضية عند مستوى الدلالة 0.05 وعليه نقوم بإعادة صياغتها الى الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 كما يلي:



الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد فرق يُعتد به إحصائياً (ذو دلالة إحصائية) عند مستوى (0.05) بين المتوسط الفرضي (محايد=03) وبين متوسط إدراك المستجوبين لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية.

الفرضية الصفرية (H_1): يوجد فرق يُعتد به إحصائياً (ذو دلالة إحصائية) عند مستوى (0.05) بين المتوسط الفرضي (محايد=03) وبين متوسط إدراك المستجوبين لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية..

لاختبار هذا نوع من الفرضيات فإنه يتم استخدام اختبار ت لعينة واحدة (one Sample t-test) لاتخاذ القرار فيما يتعلق برفض الفرضية أو قبولها نجد:

الفرضية الصفرية (H_1):	إذا كانت قيمة Sig، المقابلة للاختبار الإحصائي (T-test) أقل من المستوى الدلالة (0.05)
الفرضية الصفرية (H_0):	إذا كانت قيمة Sig، المقابلة للاختبار الإحصائي (T-test) أقل من المستوى الدلالة (0.05)

ونتائج الاختبار مدونة في الجدول التالي:

الجدول رقم (II - 17): يوضح نتائج تحليل نتائج اختبار الفرضية رقم 02

التحليل الوصفي لبيانات المستجوبين نحو إجمالي عبارات المحور 02		التحليل الاستدلالي لبيانات المستجوبين نحو إجمالي عبارات المحور 02			
المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفرق بين متوسط العينة والقيمة الثابتة	قيمة:	Significance	نتيجة الدلالة الإحصائية عند 0.05
Mean	Std. Deviation	Mean Difference	T-Test	Sig	
3.68000	0.365211	0.6800	10.195	0.000	دال

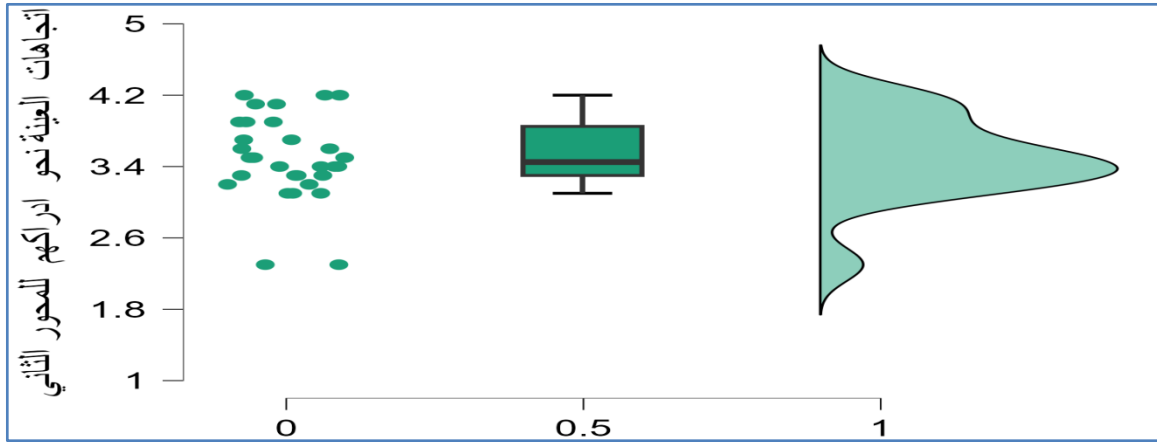
المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 28

التحليل الوصفي:

المتوسط الحسابي: يبلغ المتوسط الحسابي لإجابات المستجوبين حول عبارات المحور الثاني 3.68000. يشير هذا المتوسط إلى أن رأي المستجوبين يميل نحو الموافقة العالية على أن وسائل الدفع الإلكترونية تلعب دوراً مهماً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية. الانحراف المعياري: يبلغ الانحراف المعياري 0.365211، وهو منخفض نسبياً. يشير ذلك إلى أن إجابات المستجوبين كانت متقاربة ومنتظمة، مما يعزز الثقة في دقة المتوسط الحسابي المحسوب.



الشكل رقم (II - 11): يبين توزيع بيانات أفراد العينة نحو إدراكهم لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية.



المصدر: مخرجات برنامج JASP 18 v

من الشكل أعلاه نلاحظ أن معظم إجابات (بيانات) (مشاهدات) المستجوبين نحو ادراكهم لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية تتركز بشكل مكثف ضمن المجال [3.41-4.20] وهذا ما يدعم بيانياً نتائج تحليلات الإحصائية الوصفية للمحور التحليل الاستدلالي:

الفرق بين متوسط العينة والقيمة الثابتة: الفرق بين متوسط إجابات المستجوبين (3.68000) والقيمة الفرضية الثابتة (3) هو 0.68000. وهو موجب الإشارة ويشير هذا الفرق إلى ميل واضح لدى المستجوبين نحو الموافقة على أن وسائل الدفع الإلكترونية تسهل وتتجح عمليات التجارة الإلكترونية. قيمة T-TEST: تبلغ قيمة اختبار $T=10.195$ وتعكس هذه القيمة قوة الاختبار في اكتشاف الدلالة الإحصائية قيمة الفرق بين المتوسط الحسابي لإجمالي إجابات العينة على عبارات المحور الثاني والمتوسط الفرضي (القيمة الثابتة (3)) قيمة Sig: تبلغ قيمة الدلالة الإحصائية (Sig) = 0.000، وبما أن هذه القيمة أقل بكثير من مستوى الدلالة 0.05، فإننا نرفض فإننا نقبل الفرضية الاحصائية البديلة (H1) ونرفض الفرضية الإحصائية الصفرية (H0)

نتيجة الدلالة الإحصائية: بناءً على نتائج الاختبار، يمكن القول بأن هناك فرقاً يُعتد به إحصائياً بين المتوسط الفرضي (3) ومتوسط آراء المستجوبين (3.68000). يعزز هذا الفرق الفرضية القائلة بأن وسائل الدفع الإلكترونية تلعب دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية. وبما أن نتائج العينة دالة إحصائياً عند 0.05 أي ما وجدناه من نتائج في العينة (30 موظف) واثقون وبنسبة 99% أنه يوجد فعلاً في المجتمع وعليه يمكن تعميم نتائج العينة على كامل مجتمع الدراسة وهذا ما يُدعم نتيجة التي توصلنا إليها ويؤكد على صحة الفرضية



التفسير: تشير النتائج إلى أن المستجوبين يتفوقون بدرجة كبيرة على أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز التجارة الإلكترونية. التقارب في آراء المستجوبين (الانحراف المعياري المنخفض) يعكس إجماعاً حول الفوائد الملموسة لوسائل الدفع الإلكترونية، مثل زيادة السرعة والأمان والموثوقية في التعاملات التجارية عبر الإنترنت.

خلاصة: بناءً على التحليل الوصفي والاستدلالي، يتبين أن وسائل الدفع الإلكترونية تسهم بشكل كبير في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية. هذا الاستنتاج يستند إلى البيانات المجمعة من المستجوبين وإلى الدلالة الإحصائية القوية التي تدعم الفرضية البحث الثانية والتي تنص على أنه: تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية.

الفرع الثالث : اختبار ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

نص الفرضية: الفرضية الثانية: تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها.

نص الفرضية الاحصائية: تتم اختبار فرضية عند مستوى الدلالة 0.05 وعليه نقوم بإعادة صياغتها الى الفرضية الصفرية H_0 والفرضية البديلة H_1 كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد فرق يُعند به إحصائياً (ذو دلالة إحصائية) عند مستوى (0.05) بين المتوسط الفرضي (محايد=03) وبين متوسط إدراك المستجوبين لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها.

الفرضية الصفرية (H_1): يوجد فرق يُعند به إحصائياً (ذو دلالة إحصائية) عند مستوى (0.05) بين المتوسط الفرضي (محايد=03) وبين متوسط إدراك المستجوبين لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها.

لاختبار هذا نوع من الفرضيات فإنه يتم استخدام اختبار ت لعينة واحدة (one Sample t-test) لاتخاذ القرار فيما يتعلق برفض الفرضية أو قبولها نجد:

الفرضية الصفرية (H_1):	إذا كانت قيمة Sig، المقابلة للاختبار الإحصائي (T-test) أقل من المستوى الدلالة (0.05)
الفرضية الصفرية (H_0):	إذا كانت قيمة Sig، المقابلة للاختبار الإحصائي (T-test) أقل من المستوى الدلالة (0.05)

وننتج الاختبار مدونة في الجدول التالي:



الجدول رقم (II - 18): يوضح نتائج تحليل نتائج اختبار الفرضية رقم 03

التحليل الوصفي لبيانات المستجوبين نحو اجمالي عبارات المحور 03		التحليل الاستدلالي لبيانات المستجوبين نحو اجمالي عبارات المحور 03				درجة الكلية للمحور 03
نتيجة الدلالة الإحصائية عند 0.05	Significance المعنوية	قيمة: T-Test	الفرق بين متوسط العينة والقيمة الثابتة Mean Difference	الانحراف المعياري Std. Deviation	المتوسط الحسابي Mean	
دال	0.000	5.900	0.56333	0.523571	3.56333	

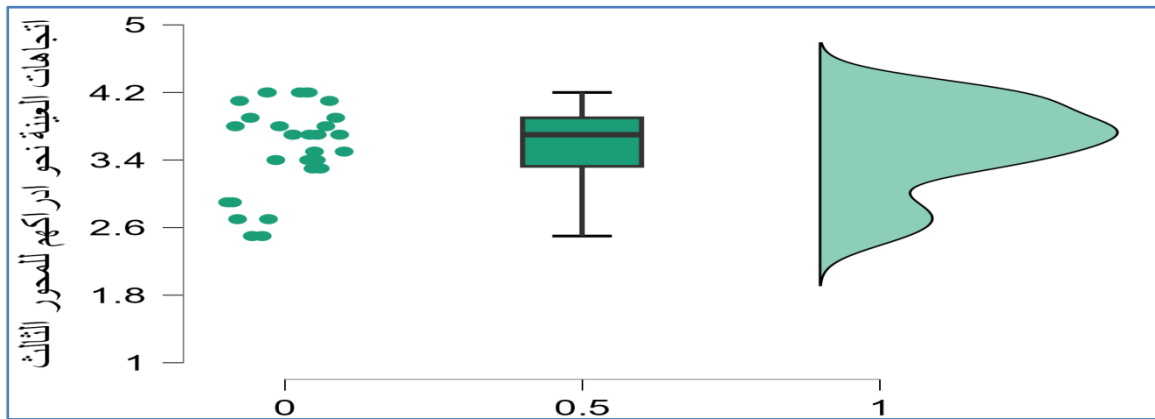
المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 28

التحليل الوصفي:

المتوسط الحسابي: يبلغ المتوسط الحسابي لإجابات المستجوبين حول عبارات المحور الثالث 3.56333. يشير هذا المتوسط إلى أن رأي المستجوبين يميل نحو الموافقة العالية على أن وسائل الدفع الإلكترونية تلعب دوراً مهماً في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها.

الانحراف المعياري: يبلغ الانحراف المعياري 0.365211، وهو منخفض نسبياً. يشير ذلك إلى أن إجابات المستجوبين كانت متقاربة ومنتظمة، مما يعزز الثقة في دقة المتوسط الحسابي المحسوب.

الشكل رقم (II - 12): يبين توزيع بيانات أفراد العينة نحو إدراكهم لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها



المصدر: مخرجات برنامج JASP v 18

من الشكل أعلاه نلاحظ أن معظم إجابات (بيانات) (مشاهدات) المستجوبين نحو إدراكهم لدور وسائل الدفع الإلكترونية في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها تتركز بشكل مكثف ضمن المجال [2.6-4.20] وهذا ما يدعم بيانياً نتائج تحليلات الإحصائية الوصفية للمحور .



التحليل الاستدلالي:

الفرق بين متوسط العينة والقيمة الثابتة: الفرق بين متوسط إجابات المستجوبين (3.68000) والقيمة الفرضية الثابتة (3) هو 0.523571. وهو موجب الإشارة ويشير هذا الفرق إلى ميل لدى المستجوبين نحو الاعتراف بأهمية وسائل الدفع الإلكترونية في تسريع وتقليل تكاليف التجارة الدولية. قيمة **T-TEST**: تبلغ قيمة اختبار $T=5.900$ وتعكس هذه القيمة قوة الاختبار في اكتشاف الدلالة الإحصائية قيمة الفرق بين المتوسط الحسابي لإجمالي إجابات العينة على عبارات المحور الثالث والمتوسط الفرضي (القيمة الثابتة (3))

قيمة **Sig**: تبلغ قيمة الدلالة الإحصائية (Sig) = 0.000 وبما أن هذه القيمة أقل بكثير من مستوى الدلالة 0.05، فإننا نرفض فإننا نقبل الفرضية الاحصائية البديلة (H1) ونرفض الفرضية الإحصائية الصفرية (H0)

نتيجة الدلالة الإحصائية: بناءً على نتائج الاختبار، يمكن القول بأن هناك فرقاً يُعتد به إحصائياً بين المتوسط الفرضي (3) ومتوسط آراء المستجوبين (3.56333). يعزز هذا الفرق الفرضية القائلة بأن وسائل الدفع الإلكترونية تلعب دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية. وبما أن نتائج العينة دالة إحصائياً عند 0.05 أي ما وجدناه من نتائج في العينة (30 موظف) واثقون وبنسبة 99% أنه يوجد فعلاً في المجتمع وعليه يمكن تعميم نتائج العينة على كامل مجتمع الدراسة وهذا ما يدعم نتيجة التي توصلنا إليها ويؤكد على صحة الفرضية

التفسير: تشير النتائج إلى أن المستجوبين يتفقون بدرجة واضحة على أن وسائل الدفع الإلكترونية تلعب دوراً مهماً في تسهيل وتسريع التجارة الدولية، مما يقلل من التكاليف المرتبطة بها. الاختلاف المتوسط في آراء المستجوبين (الانحراف المعياري) يشير إلى وجود تفاوت نسبي في بعض الآراء، لكن الإجماع العام يبقى إيجابياً.

خلاصة: بناءً على التحليل الوصفي والاستدلالي، يتبين أن وسائل الدفع الإلكترونية تسهم بشكل كبير في تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها. يظهر الفرق بين المتوسط الفرضي ومتوسط آراء المستجوبين بوضوح أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين كفاءة وسرعة التجارة الدولية، مما يعزز الثقة في هذه الوسائل كعوامل حيوية لنجاح التجارة الإلكترونية. هذا الاستنتاج يستند إلى البيانات المجمعة من المستجوبين وإلى الدلالة الإحصائية القوية التي تدعم الفرضية البحث الثالثة والتي تنص على أنه: تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها.



خلاصة الفصل:

في هذا الفصل، تم إجراء دراسة ميدانية على بنك الجزائر الخارجي (BEA) وكالة مسيلة ووكالة بوسعادة، بهدف تحليل تأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية على التجارة الدولية. بدأنا الفصل بتعريف البنك ووكالة مسيلة التابعة له، بالإضافة إلى عرض المهام والوظائف التي يقوم بها البنك. تم استخدام منهجية علمية شاملة، شملت اختيار عينة من الموظفين وجمع البيانات من خلال الاعتماد على أداة استبيان.

أظهرت نتائج التحليل الوصفي والاستدلالي أن التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية تلعبان دوراً محورياً في تسهيل وتسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها. أثبتت الفرضيات الثلاث المقدمة في الدراسة صحة هذا الأثر.

تشير هذه النتائج إلى ضرورة تعزيز استخدام التكنولوجيا المالية في العمليات التجارية للبنوك، وتقديم توصيات محددة لتحسين كفاءة الأداء التجاري لبنك الجزائر الخارجي (BEA). في ضوء هذه النتائج، سيتم في الخاتمة تقديم اقتراحات ولمزيد من الأبحاث المستقبلية لتعميق الفهم حول دور التكنولوجيا المالية في تحسين التجارة الدولية سنطرح بعض افاق لهذه الدراسة في طار مواصلة البحث في المجال

خاتمة عامة



تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية على عمليات التبادل التجاري الدولي، وذلك من خلال دراسة حالة البنك الخارجي BNA. أجريت الدراسة الميدانية في البنك الخارجي BNA ، حيث تم اختيار عينة من العاملين في البنك والذين لهم صلة مباشرة بالتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية. تم الاعتماد على استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم تصميمه بعناية لقياس آراء واتجاهات العينة حول تأثير هذه التقنيات الحديثة. بعد جمع البيانات، تم تحليلها باستخدام برنامج SPSS ، حيث تم اختبار الفرضيات الثلاث المتعلقة بتسهيل عمليات التبادل التجاري، الدور الحيوي لوسائل الدفع الإلكترونية، وتسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها. بناءً على نتائج التحليل، تم التوصل إلى أهم النتائج التي تبرز الأثر الإيجابي الكبير للتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في تحسين كفاءة وسرعة وأمان العمليات التجارية الدولية. في ضوء هذه النتائج، تم اقتراح مجموعة من التوصيات والاقتراحات لتحسين الأداء التجاري للبنك الخارجي BNA ، وكذلك تسليط الضوء على الآفاق المستقبلية لمزيد من الدراسات في هذا المجال الحيوي

01 - نتائج الدراسة الميدانية :

بناءً على اختبار الفرضيات، فقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

تم إثبات صحة الفرضية الأولى، والتي تنص أنه: تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق. حيث أظهرت النتائج بوضوح أن التجارة الإلكترونية لها دور مهم في تسهيل عمليات التبادل التجاري الدولي وتوسيع نطاق الأسواق وفتح فرص جديدة ومتنوعة للتبادل التجاري عبر الحدود الجغرافية. هذه النتيجة تعكس التحول الرقمي الذي يشهده العالم والذي يجعل التجارة الإلكترونية أداة أساسية لتوسيع الأسواق وتعزيز النمو الاقتصادي.

تم إثبات صحة الفرضية الثانية، والتي تنص أنه: لوسائل الدفع الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل وإنجاح عمليات التجارة الإلكترونية. حيث أظهرت النتائج أن العينة تقيم بإيجابية الأثر الذي تلعبه وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين سرعة وسهولة الدفع عبر الإنترنت وتعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية. وتحسين الوصول إلى الخدمات المالية وتقليل المخاطر المالية وتحسين كفاءة العمليات التجارية الإلكترونية.

تم إثبات صحة الفرضية الثالثة ، والتي تنص أنه: تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع عمليات التبادل التجاري الدولي وتقليل التكاليف المرتبطة بها . حيث تُظهر النتائج أن هذه الوسائل تحسن كفاءة إدارة المخاطر، وتسهل الوصول إلى التمويل الدولي، وتزيد من الثقة بين الشركات، وتقلل من مخاطر التلاعب وفقدان الأموال، بالإضافة إلى تحسين الشفافية وتقليل تكاليف الإدارة والمراقبة. مما يعزز من توسع الأعمال وتسهيل التبادل التجاري عبر الحدود.



بشكل عام وبناءً على نتائج اختبار الفرضيات، فقد توصلت الدراسة إلى دور حيوي للتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل وتعزيز التبادل التجاري الدولي. تسهم هذه التقنيات في توسيع الأسواق وتحسين كفاءة العمليات التجارية عبر الحدود. بالإضافة إلى ذلك، تقدم وسائل الدفع الإلكترونية مزايا ملموسة مثل تسهيل الدفعات وتقليل التكاليف والمخاطر المالية، مما يؤكد أهمية الاستثمار فيها لتعزيز التبادل التجاري وتحقيق النمو الاقتصادي.

02 - اقتراحات وتوصيات الدراسة:-

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم بعض الاقتراحات لتعزيز العلاقة بين استخدام التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية للبنك الخارجي BEA وتحقيق المزيد من التقدم في هذا المجال :-

- ينبغي على البنك الخارجي BEA الاستثمار في تطوير مهارات موظفيه في مجال التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية من خلال توفير برامج تدريبية متخصصة وورش عمل.
- ينبغي تعزيز الإجراءات الأمان وحماية البيانات لضمان سلامة المعاملات الإلكترونية وحماية البيانات الشخصية للعملاء.
- يمكن تحسين الخدمات الإلكترونية المقدمة من البنك من خلال تطوير تطبيقات الهاتف المحمول لتحقيق تجربة أفضل للعملاء.
- المشاركة في المنتديات والمؤتمرات الدولية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية و التجارة الدولية لمواكبة أحدث التطورات والابتكارات في هذا المجال.
- على البنك استكشاف الفرص الجديدة في مجال التجارة الإلكترونية مثل تطوير خدمات الدفع الإلكتروني الجديدة والتوسع في الأسواق الإلكترونية الناشئة.

تطبيق هذه التوصيات بشكل استراتيجي سيساعد البنك الخارجي BEA على الاستفادة القصوى من التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية لتعزيز كفاءة وأمن التبادل التجاري الدولي وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

03 - أفاق الدراسة:-

يمكن مواصلة البحث في مجال دراستنا هذه من جوانب أخرى متعددة، وإمكانية طرح مواضيع جديدة تصلح كبحوث مستقبلية، نذكر منها:

دور الاستثمار في البنية التحتية الرقمية في تعزيز العلاقة بين التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية: دراسة حالة البنك الخارجي BEA

في الختام، نأمل أن نكون قد أسهمنا في تسليط الضوء على هذا الموضوع المهم من خلال تقديم النتائج والتوصيات، وكذلك رسم صورة للآفاق المستقبلية للبحث الأكاديمي في هذا المجال.

قائمة المراجع والمصادر



قائمة المراجع والمصادر:

أولاً: الكتب:

- 01 - إبراهيم سيد احمد (2005). قانون التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وقانون الملكية الفكرية والأدبية. المكتب الجامعي الحديث للنشر، والتوزيع، مصر.
- 02 - أبو زيد، محمد خير سليم (2005). أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجية SPSS. الرياض، دار جرير للنشر والتوزيع.
- 03 - أسامة ربيع أمين (2008). التحليل الإحصائي باستخدام برنامج-SPSS مهارات أساسية اختبارات الفروض الاحصائية (المعلمية- اللامعلمية)، الجزء الأول. الدار العالمية، القاهرة، مصر.
- 04 - أسماء عبد المطلب بني يونس (2017). دليل المبتدئ إلى المناهج العامة في البحث. الطبعة الأولى. دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن.
- 05 - أمل كرم خليفة (2013). التجارة الإلكترونية. الطبعة الأولى. مكتبة بستان المعرفة للنشر، مصر.
- 06 - باسم أحمد المبيضين (2010). التجارة الإلكترونية. دار جليس الزمان، عمان، الأردن.
- 07 - الحمامي، علاء، والسعدون، غصون (2016). تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال الإلكترونية المتطورة. دار وائل للنشر، الأردن.
- 08 - رضا عبد السلام (2011). العلاقات الاقتصادية الدولية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية. الطبعة الأولى. المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر.
- 09 - رضا عبد السلام (2011). العلاقات الاقتصادية الدولية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية (الطبعة الأولى). المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر.
- 10 - سامر جلد (2001). البنوك التجارية والتسويق المصرفي. دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 11 - شريف محمد غانم (2003). محفظة النقود الإلكترونية رؤية مستقبلية. دار النهضة العربية، بيروت، لبنان.
- 12 - شقيري، نوري موسى وآخرون (2015). التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية الطبعة الثانية. دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان.
- 13 - الصيرفي، محمد (2005). التجارة الإلكترونية. مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر.
- 14 - الطيطي، خضر مصباح (2008). التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من المنظور التقني والتجاري والإداري. دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.
- 15 - عطاء الله علي الزبون (2019). التجارة الخارجية. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 16 - لزهر بن سعيد (2014). النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية. الطبعة الثانية. دار هومة للنشر، الجزائر.



- 17 - محمد أحمد السريتي .(2009). اقتصاديات التجارة الخارجية الطبعة الأولى . مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر.
- 18 - محمد أحمد السريتي، ومحمد عزت محمد غزلان .(2013). التجارة الدولية والمؤسسات المالية الدولية . دار التعليم الجامعي، الإسكندرية ، مصر.
- 19 - محمد أحمد السريتي، ومحمد عزت محمد غزلان .(2013). التجارة الدولية والمؤسسات المالية الدولية . دار التعليم الجامعي، الإسكندرية ، مصر.
- 20 - محمد بلال الزعبي، وعباس الطلافحة .(2012). النظام الإحصائي SPSS فهم وتحليل البيانات الإحصائية الطبعة الثانية. دار وائل للنشر .
- 21 - محمد دياب .(2010). التجارة الدولية في عصر العولمة الطبعة الأولى . دار المنهل اللبناني، بيروت.
- 22 - محمد عبد الله شاهين محمد .(2017). التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو. دار حميثرا للنشر .
- 23 - محمد عبيدات وآخرون .(1999). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات . الطبعة الثانية . دار وائل للطباعة، عمان، الأردن.
- 24 - محمود محمد أبو فروة .(2009). الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت (الطبعة الأولى) . دار الثقافة، عمان.
- 25 - المغربي، محمد الفاتح محمود .(2016). التجارة الإلكترونية، E-COMMERCE. دار الجنان للنشر والتوزيع.
- 26 - منير محمد الجنيبي، وممدوح الجنيبي .(2006). النقود الإلكترونية . دار الفكر الجامعي، القاهرة، مصر.
- 27- Mana carricano et Fanny Poujol. (2009). Analyse de données avec spss. Edition PERSON.

ثانياً: المقالات

- 28 -أنور عيدة، وسالمي محمد الدينوري .(2019). الإطار المفاهيمي للمحاسبة والمراجعة في ظل بيئة التجارة الإلكترونية. مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 04، العدد 02، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادى، الجزائر، ديسمبر 2019، ص 103.
- 29 -بولحية شهيرة، ولحلل شهرزاد .(2019). أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس، بركة، العدد 3، جوان 2019، ص 106.
- 30 -تهاني، أبو القاسم أحمد .(2023). المشاكل المحاسبية في بيئة التجارة الإلكترونية. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، المجلد 3، العدد 1، ص 188.
- 31 -جعيجع، نبيلة .(2018). التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطورها. مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، ص 281.



- 32 -جلول بن قشوة. (2017). ألية الدفع الحديثة في المؤسسات المالية الجزائرية ومساهمتها في انتشار استعمال التسويق الالكتروني. مجلة الأغواط، العدد 29، مارس 2017، ص 96-97.
- 33 -دراويش، عبد القادر، وعيدة، فضل، وملحم، ماجد. (2022). أثر جائحة كورونا على التجارة الالكترونية في قطاع الألبسة في محافظة الخليل. مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، المجلد 11، العدد 01، ص165.
- 34 -ريم هند، وبوجاني عبد الحكيم. (2021). التجارة الالكترونية. مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الخاص، ديسمبر 2021، ص173.
- 35 -زويطة محمد صالح، وكريدر شريف. (2010). التجارة الالكترونية العربية ... الواقع والتحديات. مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، جانفي 2010، ص 178.
- 36 -شنيب فاتن. (2021). التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني المعتمدة في الجزائر. المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المجلد 2، العدد 4، ص99.
- 37 -عماد الدين بركات، وحرورية طيبي. (2019). وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية. مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 1، العدد 02، جامعة شاذلي بن جديد الطارف، الجزائر، جوان 2019، ص 5.
- 38 -العمرى هاشمي، وصالح بزة. (2021). التجارة الإلكترونية في الجزائر واقعها وتحدياتها الضريبية. مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 08، العدد 02، 21 ديسمبر 2021، ص 377-378.
- 39 -قسايسية عيسى. (2023). التجارة الالكترونية، أية حماية؟ مجلة دفاتر السياسية والقانونية، المجلد 15، العدد 01، ص 4.
- 40 -محمد علي صقر، وأحمد صقر أحمد، وياسم غدير غدير. (2007). التجارة الالكترونية ودورها في تطوير قطاع التجارة الخارجية. مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 4، ص 155.
- 41 -المختار بن قوية. (2021). التجارة الالكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطرة. مجلة معارف، المجلد 16، العدد 2، ديسمبر 2021، ص 293.
- 42 -مزيان توفيق، وبديار أحمد. (2019). اعتماد نظام الدفع الالكتروني في المنظومة المصرفية كآلية لتفعيل التجارة الالكترونية بالجزائر. مجلة المستقبل للدراسات الاقتصادية المعقدة، المجلد 02، العدد 02، جوان 2019، ص 45.
- 43 -مقدم عبد الجليل. (2018). واقع ورهانات تطبيق أنظمة الدفع الالكتروني وأثرها على أداء البنوك التجارية الجزائرية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بشار -. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، المجلد 5، العدد 2، ص 177.
- 44 -تافع زينب، وجميل أحمد. (2020). التجارة الالكترونية في الجزائر، طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة. مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 03، العدد 06، ديسمبر 2020، ص4.



45 -نور الدين جليد، وبركان أمينة. (2011). الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية. مجلة المعارف، العدد 10، جامعة البويرة، الجزائر.

ثانياً: الرسائل، والمذكرات، وأطروحات الدكتوراه:

46 -برقوق مريم. (2023). محددات التجارة الدولية في دول شمال أفريقيا دراسة قياسية للفترة 1990-

2017. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02.

47 -بن سليمان محمد. (2018). أثر التجارة الخارجية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة تحليلية قياسية

مقارنة مع بعض الدول النامية خلال الفترة 1980-2016.

48 -زهية كواش. (2013). الميزة التنافسية للسلع البيئية في التجارة الدولية- دراسة حالة السوق العالمي للسلع

البيئية. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

49 -زير مي نعيمة. (2011). التجارة الخارجية الجزائرية من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق. رسالة

مقدمة لنيل شهادة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص مالية دولية كلية العلوم الاقتصادية و العلوم

التجارية، جامعة تلمسان، الجزائر.

50 -شيخي حافيضة. (2012). ترشيد السياسات التجارية من أجل الاندماج الإيجابي للجزائر في الإقتصاد

العالمي " المنظمة العالمية للتجارة ". مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في الإقتصاد ، تخصص مالية دولية ،

جامعة وهران.

51 -فتاح حكيم. (2003). السياسات التجارية و الاندماج في النظام التجاري العالمي الجديد. رسالة ماجستير

في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، تخصص مالية دولية جامعة الجزائر.

52 -معو علي. (2021). دور التجارة الالكترونية في تعزيز التجارة الدولية -دراسة حالة الجزائر. -مذكرة

الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

ثالثاً: المطبوعات والدوريات والملتقيات :

53 -بليقيوم بلقاسم ، مطبوعة دروس في التحليل الاحصائي المعلوماتي باستخدام برنامج SPSS ، لطلبة السنة

أولى ماستر تخصص أطفونيا، قسم علم النفس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين

- سطيف 2-، 2016/2015.

54 -فريد مشري ، آمنة فاجة، لمزاودة رياض، الحماية القانونية لوسائل الدفع الالكتروني، - الجزائر نموذجاً - ،

الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد

الحفيظ بالصوف - ميله، 23-24-أفريل 2018.

55 -قويدر ابتسام، مطبوعة لمحاضرات " التجارة الدولية"، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، دراسات أمنية

واستراتيجية ، كلية العلوم السياسية، جامعة قسنطينة، 2020-2021.

56 -نوال بن عمارة، وسائل الدفع الالكترونية (الآفاق والتحديات)، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية،

جامعة ورقلة، مارس 2004.



رابعاً: مراسيم وقوانين:

- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية. الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر بتاريخ 30 شعبان عام 1439 الموافق ل 16 ماي 2018.

خامساً: المواقع الإلكترونية:

<https://www.bea.dz/>

<https://www.commerce.gov.dz/>

<https://fr.wikipedia.org>

<https://www.wto.org/>

<https://www.statista.com/>

الملاحق



الملحق رقم 02: مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) إصدار رقم: 28

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences: V28

```
COMPUTE M01=MEAN(MA1 TO MA10).
EXECUTE.
COMPUTE M02=MEAN(MB1 TO MB10).
EXECUTE.
COMPUTE M03=MEAN(MC1 TO MC10).
EXECUTE.
COMPUTE TOTALLL=MEAN(MA1 TO MC10).
EXECUTE.
EXAMINE VARIABLES=M01 M02 M03
/
```

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
M01	,170	30	,066	,894	30	,076
M02	,138	30	,147	,920	30	,057
M03	,170	30	,088	,910	30	,085

a. Lilliefors Significance Correction

Correlations

		MA1	MA2	MA3	MA4	MA5	M01
M01	Pearson Correlation	,707**	,764**	,740**	,507**	,634**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,004	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		MA6	MA7	MA8	MA9	MA10	M01
M01	Pearson Correlation	,516**	,719**	,496**	,790**	,556**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,005	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		MB1	MB2	MB3	MB4	MB5	M02
M02	Pearson Correlation	,560**	,739**	,744**	,636**	,687**	1



Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	
N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		MB6	MB7	MB8	MB9	MB10	M02
M02	Pearson Correlation	,680**	,810**	,850**	,757**	,713**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		MC1	MC2	MC3	MC4	MC5	M03
M03	Pearson Correlation	,828**	,458*	,675**	,536**	,796**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,011	,000	,002	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		MC6	MC7	MC8	MC9	MC10	M03
M03	Pearson Correlation	,670**	,803**	,463**	,591**	,647**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010	,001	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		M01	M02	M03	TOTALLL
M01	Pearson Correlation	1	,345	,510**	,811**
	Sig. (2-tailed)		,062	,004	,000
	N	30	30	30	30
M02	Pearson Correlation	,345	1	,318	,699**
	Sig. (2-tailed)	,062		,087	,000
	N	30	30	30	30
M03	Pearson Correlation	,510**	,318	1	,801**
	Sig. (2-tailed)	,004	,087		,000
	N	30	30	30	30
TOTALLL	Pearson Correlation	,811**	,699**	,801**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY

```

/VARIABLES=MA1 MA2 MA3 MA4 MA5 MA6 MA7 MA8 MA9 MA10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

**Reliability****Sca****le: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,692	10

RELIABILITY

```

/VARIABLES=MB1 MB2 MB3 MB4 MB5 MB6 MB7 MB8 MB9 MB10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability**Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,685	10

RELIABILITY

```

/VARIABLES=MC1 MC2 MC3 MC4 MC5 MC6 MC7 MC8 MC9 MC10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability**Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	10

RELIABILITY

```

/VARIABLES=MA1 MA2 MA3 MA4 MA5 MA6 MA7 MA8 MA9 MA10 MB1 MB2 MB3 MB4 MB5 MB6
MB7 MB8 MB9 MB10 MC1
MC2 MC3 MC4 MC5 MC6 MC7 MC8 MC9 MC10

```



/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Reliability**Scale: ALL VARIABLES**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	30

Frequency Table

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	17	56,7	56,7	56,7
	أنثى	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

السن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنة 30 أقل من	8	26,7	26,7	26,7
	سنة 31-40	12	40,0	40,0	66,7
	سنة 41 أكثر من	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي :	5	16,7	16,7	16,7
	جامعي	21	70,0	70,0	86,7
	دراسات عليا	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

عدد السنوات التي خدمت بالقطاع البنكي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	سنوات 5 أقل من	8	26,7	26,7	26,7
	سنوات 5-10 من	9	30,0	30,0	56,7



سنوات 10 أكثر من	13	43,3	43,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
M01	30	3,62000	,48877	,08923

One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
M01	6,970	29	,000	,620000	,43789	,80211

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
M02	30	3,68000	,365211	,066677

One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
M02	10,195	29	,000	,680000	,45334	,81666

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
M03	30	3,56333	,523571	,095520

One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
M03	5,900	29	,000	,56333	,36810	,75857



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم : العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



المسيلة في: 22/05/2024

رقم: 2024.1.15

إلى السيد: مدير وكالة البعثة
التجارية الجزائرية (B.E.A. Mascara)

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء الترخيص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة وبعد...
في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات
نيل شهادة الماستر في شعبة: العلوم التجارية تخصص: حالة دراسة تجارته دولية
فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء ترخيصهم الميداني بمؤسستكم.
تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و. / ر.س	الإمضاء
01	دويان رشيد			
02	سالم عمر			
عنوان المذكرة: <u>تأثير التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية</u> (دراسة حالة B.E.A. (البعثة التجارية الجزائرية))				
المشرف (الاسم و اللقب و الإمضاء)		هيئة الترخيص (الإمضاء والختم)		رئيس القسم (الإمضاء والختم)

<http://virtuelcampus.univ-masila.dz/facsegc>

<https://www.facebook.com/Vice-Doyen-CEQLE-SEGC-Masila-475721049530765>

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
ص ب: 46-111000 الجزائر. ☎ : 33-35-035