****

**جامعة غرداية**

**كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير**

 **قسم العلوم التجارية**

**مطبوعة : مقياس إجراءات إستيراد والتصدير**

**موجه لطلبة العلوم الاقتصادية (مقياس تقنيات الاستيراد والتصدير )وطلبة العلوم التجارية ( مقياس إجراءات الاستيراد والتصدير)**

**من إعداد :**

**د.دحو سليمان.**

**د.رواني بوحفص**

**السنة الجامعية 2018/2019**

**المحتويات :**

**المحور الاول : الصادرات والواردات – التجارة الخارجية..........................................ص:3**

 **- وأهميتها في الفكر الاقتصادي**

**المحور الثاني : مفهوم التصدير والإستيراد ، أسالبهما واهميتهما...........................ص17**

**المحور الثالث : الوثائق المستعملة في الاستيراد و التصدير...................................ص27**

**المحور الرابع : وسائل الدفع في التجارة الخارجية ..............................................ص36**

**المحور الخامس: طرق التسليم في التجارة الخارجية..............................................ص43**

**المحور السادس : الموانئ البحرية ودورها في التجارة الخارجية ............................ص66**

**المحور السابع : التجارة الالكترونية ، مميزاتها ، أنواعها ،....................................ص73**

 **وطرق الدفع الإلكترونية**

**المحور الثامن : النظام التجاري الدولي...........................................................ص 84**

**المراجع .............................................................................................................ص98**

**المحور الاول : الصادرات والواردات – التجارة الخارجية - وأهميتها في الفكر الاقتصادي.**

يزخر الفكر الاقتصادي بالعديد من الآراء التي أولت أهمية خاصة لنشاط التصدير كأحد المقومات الأساسية للنمو الاقتصادي ودوره في دفع التنمية، فقد احتلت قضية الصادرات مكانا هاما في الفكر الاقتصادي ابدءا من الفكر التجاري إلى الأفكار الاقتصادية ما بعد الحرب العالمية الثانية.

1. **الفكر التجاري:**

ساد الفكر التجاري في أوروبا خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر، وتعتبر مرحلة الرأسمالية التجارية من أهم مراحل التطور الاقتصادي، حيث أسهمت في خلق نوع جديد من العلاقات الاقتصادية، وغيرت المعالم الحقيقية للعملية الإنتاجية، وقد تبلورت الفكرة الأساسية للتجاريين في أن يجب عليها أن تستخدم كل قوتها وصلاحياتها من أجل تحقيق المصلحة الوطنية والتي تتمثل في الحصول على الذهب الذي يعتبر رمز لثروة الأمة وقوتها الاقتصادية، ويتحقق ذلك من خلال تحقيق فائض في الميزان التجاري[[1]](#footnote-2)(1).

وتتضح أهم ملامح السياسة التجارية عند التجاريين في الآتي[[2]](#footnote-3)(1):

* 1. **جانب الصادرات:**

ركز الفكر التجاري في جانب الصادرات على تنمية الاقتصاد الوطني وزيادة ثروته أو زيادة مصادر الحصول على تلك الثروة من خلال التصنيع من أجل التصدير، أي العمل على تشجيع الصادرات من خلال:

* تقديم الدعم اللازم لنشاط التصدير في شكل إعانات التصدير أو تقديم الدعم لقطاعات الإنتاج الرئيسية بغرض تشجيع الإنتاج المحلي بما يسمح بتحقيق فائض التصدير.
* تشجيع الصادرات الصناعية من خلال الحد من تصدير مواد الخام إذ ما توفرت الفرصة لتصديرها على شكل منتجات صناعية، فقد أوقفت انجلترا تصدير الصوف الخام نهائيا عام 1960 بهدف تصديره في صورة منتجات نهائية.
* تشجيع عمليات إعادة التصدير وإنشاء الموانئ الحرة.
* استخدام سياسة العمالة على نحو يسمح بزيادة القدرة التنافسية للصادرات في الأسواق الخارجية.
	1. **جانب الواردات:**

ركز التجاريين في هذا الجانب على ضرورة تقييد الواردات من خلال إخضاعها للقيود الجمركية وغير الجمركية.

مما سبق يتضح لنا أن التجاريين لم يكتفوا باعتبار تشجيع الصادرات مصدراً لتدفق المعدن النفيس إلى الدولة ما يضمن توفير احتياجاتها من الخارج، ولكن اعتبروا أن تصدير فائض الإنتاج يسمح بالنهوض بالطاقة الإنتاجية للدولة، وأصبح التصدير عامل أساسي لتشجيع الإنتاج ورفع كفائتة.

1. **الفكر الكلاسيكي:**

نشأ الفكر الكلاسيكي في انجلترا في أواخر القرن 18 وأوائل القرن 19، ووضع كثير من أسسه "آدم سميت" وأسهم في تطويره مالتوس وريكاردو وجون ستيوارت ميل.

أبرز الفكر الكلاسيكي دور التجارة الخارجية في تدقيق التنمية الاقتصادية من خلال مجموعة من المكاسب التي تكفل تحقيق الكفاءة في تخصيص الموارد وتحسين الإنتاج، وتنقسم هذه المكاسب إلى نوعين[[3]](#footnote-4)(1):

* مكاسب اقتصادية مباشرة وفقاً لقانون الميزة النسبية، وتتمثل في الاستخدام الأكثر كفاءة لعناصر الإنتاج في العالم.
* مكاسب غير مباشرة (ديناميكية) تحدث كنتيجة لقيام التجارة يمكن إيجازها في:
1. تحسين طرق الإنتاج كنتيجة لاتساع نطاق السوق
2. ، واتساع نطاق تقسيم العمل، واستخدام الآلات والاختراعات الجديدة.
3. إحداث تغير ديناميكي في الاقتصاد الوطني من خلال تمكين الأفراد من حصول على إشباع حاجات ورغبات يصعب الحصول عليها، الأمر الذي يؤدي إلى دفع الأفراد إلى مزيد من العمل لإشباع هذه الحاجات.
4. تحقيق بعض الفوائد للدول الأقل نمو من خلال إدخال فنون إنتاجية متقدمة، الأمر الذي يؤدي إلى رفع العائد على الاستثمار وإمكانية استيراد رأس المال الخارجي بما يدعم زيادة الإنتاج.

ويمكن التمييز بين ثلاث نظريات تضمنها الفكر الكلاسيكي في التجارة وهي:

* 1. **الميزة المطلقة عند آدم سميت (Adam Smith):** يرى آدم سميت أن السبب الأساسي في قيام التجارة بين الدول المختلفة هو اختلاف المزايا المطلقة بين الدول في إنتاج السلع المختلفة ونقول أن الدولة لها ميزة مطلقة في سلعة معينة إذا تمكنت من إنتاجها بتكلفة أقل من الدول الأخرى، كما توجد الميزة المطلقة عندما تستطيع دولة ما إنتاج أكبر من سلعة معينة باستخدام نفس القدر من عناصر الإنتاج([[4]](#footnote-5)).

ولتوضيح ذلك نعطي مثالا لدولتين يقومان بإنتاج كل من القمح والقطن كما يلي([[5]](#footnote-6)):

**الجدول رقم (1): مثال توضيحي حول الميزة المطلقة**.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **الدولة A** | **الدولة B** |
| القمح (طن لكل ساعة/عامل) | 6 | 1 |
| القماش (متر لكل ساعة/عامل) | 4 | 5 |

**المصدر:** من إعداد الطالب.

نلاحظ ما يلي:

* ساعة عمل لعامل واحد تنتج 6 طن من القمح في الدولة (A).

ولكنها لا تنتج سوى 1 طن من نفس السلعة في الدولة (B).

* ساعة عمل لعامل تنتج 5 أمتار من القماش في الدولة (B) ولكنها سوى 4 أمتار من نفس السلعة في الدولة (A).

نستنتج ما يلي:

* الدولة (A) أكثر كفاءة (لديها ميزة مطلقة) بالنسبة للدولة (B) في إنتاج القمح.
* الدولة (B) أكثر كفاءة (لديها ميزة مطلقة بالنسبة للدولة (A) في إنتاج القماش.
* عند قيام التجارة الخارجية ما بين الدولتين فمن الطبيعي أن تتخصص الدولة (A) في إنتاج القمح وتقوم بتصديره مقابل القماش (استيراد) من الدولة (B)، بينما ستخصص الدولة (B) في إنتاج القماش وتقوم بتصديره مقابل سلعة (القمح) (استيراد) من الدولة (A).
* هذا التخصيص من جانب كل الدولتين سيعود بالفائدة على كل منها، فهذا يؤدي إلى زيادة الإنتاج الكلي من السلعتين، مما يتيح المجال لاقتسام هذه الزيادة بينهما عن طريق التجارة.
	1. **الميزة النسبية:** لقد تمت صياغة هذه النظرية من طرف الاقتصادي الانجليزي "دافيد ريكاردو David Ricardo" في كتابه عن (مبادئ الاقتصاد السياسي والضرائب) المنشور عام 1817، وفي هذه النظرية أشار "ريكاردو" إلى مسألة الدول التي لا تملك أي ميزة مطلقة في إنتاج سلعة ما عند مقارنتها بالسلع الأخرى، هل يعني أن هذه الدولة ستتجه نحو الانعزال أو تلجأ إلى تطبيق سياسة الاكتفاء الذاتي وتمنع التجارة بينها وبين الدول الأخرى، كما أن القول بأن مجرد التفوق المطلق يعد أساس التبادل الدولي لا يتماشى مع واقع العلاقات والمعاملات الاقتصادية الدولية، حيث أن التفوق النسبي يمكن أن يكون أساس التخصص الدولي، حيث تتخصص كل دولة في إنتاج السلع التي تكون فيها تكلفتها النسبية أقل، وهي امتداد لقاعدة تقسيم العمل، ومن هنا فإن التكلفة عند "ريكاردو" ليست نقدية، ولكنها تعبر عن كمية عناصر الإنتاج اللازمة لإنتاج وحدة من السلعة، ويعتبر أن العمل هو مقياس التكلفة([[6]](#footnote-7)).

ولتوضيح ذلك أفترض "ريكاردو" وجود دولتين فقط هما انجلترا والبرتغال، كل منهما يقوم بإنتاج سلعتين فقط هما المنسوجات والقمح، كما أفترض "ريكاردو" أن إنتاج وحدة من المنسوجات تحتاج إلى 100 ساعة عمل في انجلترا، وإلى 90 ساعة عمل في البرتغال، في حين أن إنتاج وحدة من القمح تحتاج إلى 120 ساعة عمل في انجلترا، وإلى 80 ساعة عمل في البرتغال، ويمكن عرض هذا المثال من خلال الجدول التالي:

**الجدول رقم (2): مثال تطبيقي حول الميزة النسبية. وتكلفة الإنتاج معدودة بساعات العمل.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  **السلعة****الدولة** | **وحدة من المنسوجات** | **وحدة من القمح** |
| **انجلترا** | 100 | 120 |
| **البرتغال** | 90 | 80 |

**المصدر** :بلقاسم زايري، **مرجع سبق ذكره**، ص: 61

**حساب الميزة النسبية للمنسوجات:**

التكلفة النسبية لإنتاج المنسوجات في انجلترا:

**تكلفة إنتاج وحدة المنسوجات في انجلترا 100**

 **= = 0.83**

 **تكلفة إنتاج وحدة القمح في انجلترا 120**

 نلاحظ أن تكلفة الوحدة المنتجة من المنسوجات في انجلترا تعادل 83% من تكلفة الوحدة المنتجة من القمح، بينما تكلفة الوحدة من المنسوجات في البرتغال تعادل 112% من تكلفة الوحدة من القمح، وهذا يعني أن المنسوجات أرخص نسبيا في انجلترا من البرتغال، ولذا فإن انجلترا تتمتع بميزة نسبية في إنتاج المنسوجات، حيث ينتجها بتكلفة أقل نسبياً.

نقوم بإسقاط نفس المثال عند حساب الميزة النسبية للقمح لدى الدولتين، حيث نجدها عند انجلترا 1.2% وعند البرتغال 0.89%، ولذا فإن البرتغال تتمتع بميزة نسبية في إنتاج القمح، حيث تنتجها بتكلفة أقل نسبياً.

* 1. **نظرية القيم الدولية "لجون ستيوارت ميل":**

 ركز "جون ستيوارت ميل" (1806- 1873) على تحليل العوامل التي تحكم التبادل الدولي من خلال نظريته حول القيم الدولية التي تحاول تحليل القيمة الدولية للسلع المختلفة، أي قيمة سلعة تنتج في دولة معينة مقارنة مع السلعة الثانية التي تنتج في دولة ثانية، أو البحث عن تحديد النقطة أو الوضع الذي تستقر عنده نسبة التبادل الدولي، أو المعدل الذي سيتم به تبادل السلع بين الدول، والمعروف بمعدل التبادل الدولي أو معدل التجارة([[7]](#footnote-8)).

ويتوقف تحديد معدل التبادل الدولي وبالتالي نسبة الكسب الذي تحققه كل دولة من التجارة الخارجية على عاملين أساسيين:

1. حجم الطلب المتبادل بين الدولتين: إذا كان طلب إحدى الدولتين على السلعة التي تنتجها الدولة الثانية (عند ثمن معين) كبير في حين أن طلب الدولة الثانية على السلعة التي تنتجها الدولة الأولى (عند نفس الثمن) قليل، فستميل شروط التجارة لصالح الدولة الثانية والتي ستحصل على معظم الربح من التجارة والعكس صحيح، وهكذا تصبح القاعدة العامة عند "ميل" أن «النفع الأكبر من التجارة يؤول دائما إلى صاحب الطلب الصغير – القطر الصغير- والنفع الأقل يعود إلى صاحب الطلب الأكبر – القطر الكبير»([[8]](#footnote-9)).
2. المرونة السعرية للطلب: إذا كانت مرونة طلب إحدى الدولتين على السلعة التي تنتجها الدولة الأخرى عند سعر معين أكبر من الواحد، مالت شروط التجارة إلى غير صالح هذه الدولة والعكس صحيح، وبمعنى آخر فإن الدولة ذات الطلب غير المرن هي التي يعود عليها النفع الأكبر من التجارة، والدولة ذات الطلب المرن يعود عليها النفع الأقل.

ولعل السبب في ذلك أنه كلما ازدادت مرونة طلب دولة على سلعة دولة أخرى، فإن ذلك يؤدي إلى زيادة الطلب على الواردات بنتيجة انخفاض سعر السلعة، وطالما أن التجارة الدولية تعمل على خفض سعر السلعة سواء كان هذا التخفيض في تكلفة الإنتاج عن طريق الاستفادة من الإنتاج الكبير أو إدخال التحسينات التي تؤدي إلى وفرات داخلية أو وفرات في تكلفة النقل، فإن طلب الدولة المرن على سلعة الدولة الأخرى يزداد بانخفاض السعر.

1. **النظرية النيو كلاسيكية:**

 بعد الحرب العالمية، أصبحت النظريات الكلاسيكية عاجزة عن تفسير القيام التبادل بين الدول، وحتى تكون أكثر ملاءمة مع الواقع الاقتصادي في تلك الفترة ظهرت نظرية هكشر- اولين وهي امتداد لنظرية النفقات النسبية.

* 1. **نظرية "هكشر- اولين" Heckacher-Orlin:**

 كان الفضل في إظهار الأساس النظري لهذا النموذج في التجارة الدولية إلى الاقتصادي السويدي "هكشر Heckscher" وتلميذه "Orlin" في مطلع القرن الماضي (1919)، حيث توصلا إلى نتيجة هامة هي أن اختلاف التكاليف، أي الأسعار النسبية بين الدول يعود إلى اختلاف وفرة الموارد الاقتصادية بين هذه الدول([[9]](#footnote-10)).

والفكرة الأساسية التي اعتمد عليها هكشر و اولين في تحليل هذه الاختلافات في الموارد عبر الدول هو ربطها باختلافات مقابلة في أسعار السلع الاقتصادية في هذه الدول، فدولة مثل السودان لديها وفرة كبيرة في الأراضي الزراعية مقارنة مع الطلب المحلي عليها، مما يجعل سعر الأرض الزراعية فيها منخفض مقارنة بدولة مثل فرنسا، بالمقابل فإن فرنسا لديها وفرة كبيرة في رأس المال والتكنولوجيا اللازمة للنسيج مما يجعل سعر رأس المال فيها منخفض مقارنة مع السودان، وعليه فإن السلع التي تستخدم الأرض بكثافة في إنتاجها كالقمح مثلا ستكون أرخص في السودان مقارنة بفرنسا، في حين أن السلع تطلب استخدام رأس المال بكثافة كالنسيج مثلا ستكون أرخص في فرنسا مقارنة بالسودان.

إلا أنه رغم ثراء نموذج هكشر و اولين بالتوضيحات والشروحات واستمرارها لفترة طويلة تمثل الأساس النظري لقيام التجارة الدولية، إلا أنها لم تسلم من النقد، فقد تعرضت للعديد من الانتقادات النظرية والتطبيقية خاصة تلك الدراسة التطبيقية التي قام بها الاقتصادي الأمريكي المشهور "ليونتيف" في الخمسينات والمعروفة بلغز ليونتيف، ومن أهم هذه الانتقادات ما يلي([[10]](#footnote-11)):

* التركيز على الاختلاف الكمي في عناصر الإنتاج (ندرتها أو وفرتها) دون الاهتمام بالاختلاف النوعي بين هذه العناصر.
* صعوبة تحديد كثافة عناصر الإنتاج في السلع الداخلة في التجارة الدولية في حالة وجود أكثر من عنصرين.
* لا تفرق بين الدول المتقدمة والمتخلفة، إذ تفترض أن الهيكل الاقتصادي واحد في كل الدول والواقع يشير خلاف ذلك.
* يغلب عليها طابع السكون لأنها لم تتعرض لإمكانية تغير المزايا النسبية، أي أنها لم توضح ديناميكية التطور فيما يعد ميزة نسبية اليوم قد لا يعد كذلك في الغد.
	1. **لغز ليونتيف:**

لقد استمرت نظرية هكشر و واولين كأساس مقبول لنظرية التجارة الخارجية حتى قدوم الاقتصادي الأمريكي "واسيلي ليونتيف" سنة 1947، والذي قام باختبارها مستخدما بيانات واقعية خاصة بهيكل التجارة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية معتمداً في ذلك على أسلوب جديد في التحليل الاقتصادي عرف باسم جداول المدخلات للبرهنة على مدى صحة النظرية.

ولقد استهل "ليونتيف" دراساته التطبيقية مؤكداً على الاقتناع بالنتائج والتوصيات التي انتهت إليها الدراسة التحليلية لنموذج هكشر و أولين، والتي تتلخص في قيام كل بلد بإنتاج وتصدير تلك السلع التي تعتمد في إنتاجها على عنصر الإنتاج الأوفر نسبيا، وتستورد السلع التي تعتمد في إنتاجها على عنصر الإنتاج الناذر نسبياً، ولما كانت هذه الدراسات التطبيقية تركز على الولايات المتحدة الأمريكية، وكانت هذه الدولة أكثر دول العالم وفرة في عنصر رأس المال، فقد توقع "ليونتيف" وغيره من الاقتصاديين المؤيدين لنظرية هكشر و اولين أن تقوم الولايات المتحدة الأمريكية بإنتاج وتصدير السلع كثيفة رأس المال وتستورد تلك السلع كثيفة العمل، غير أن النتائج التي توصل إليها "ليونتيف" قد أذهلته هو نفسه وباقي الاقتصاديين وذلك بعد اكتشافه أن صادرات الولايات المتحدة الأمريكية تتكون بالأساس من سلع كثيفة العمل وأن وارداتها تتكون من سلع كثيفة رأس مال، وبتعبير آخر تتجه الولايات المتحدة الأمريكية إلى تصدير سلع كثيفة العمل وتستورد سلع كثيفة رأس المال، وهي نتائج تخالف ما ينص عليه نموذج هكشر و اولين، وعرفت هذه النتائج "بلغز ليونتيف"([[11]](#footnote-12)).

لقد وجهت انتقادات كبيرة لليونتيف حول طبيعة عوامل الإنتاج المستخدمة في تحليله، إذ يقوم ليونتيف في هذا الصدد بتفسير النتيجة المتوصل إليها على أساس وجود اختلافات نوعية لعنصر العمل ما بين مختلف الدول، إذ يؤكد أن العمال الأمريكيين هم أكثر إنتاجية عن غيرهم خارج الولايات المتحدة الأمريكية، وحسب ليونتيف لكي نحصل على تجانس وتماثل دولي لعنصر العمل مع الأخذ بعين الاعتبار مستوى الإنتاجية المرتفعة للعامل الأمريكي، فإنه من الضروري ضرب عدد العمال الأمريكيين في ثلاث مرات بالنسبة لنظرائهم، لهذا ظهرت في النتيجة بأن الولايات المتحدة الأمريكية بلد يتوفر فيه العمل أكثر من رأس المال، وبالتالي فقد ركز ليونتيف الاهتمام على دراسة نوعية ومهارة اليد العاملة الأمريكية مقارنة بتلك الموجودة في دول أخرى، في حين أن نظرية هكشر واولين أهملت الجانب النوعي واهتمت فقط بالاختلافات الكمية.

1. **الفكر الاقتصادي الحديث:**

هناك عدة انتقادات وجهت إلى النظريات الكلاسيكية والنيوكلاسيكية أهمها:

* أن معظم التحليل كان مبنيا على معاملات الخارجية بين الدول الصناعية، والتي تتميز بتشابه ظروفها، بالإضافة إلى نسبة كبيرة منها تتمثل في تصدير واستيراد منتجات متشابهة.
* ما يؤخذ على النظريات السابقة أنها تستخدم التحليل الساكن المقارن في توضيح الأثر الناتج عن قيام التجارة بين الدول.

 على ضوء هذه الانتقادات ظهرت اتجاهات ومناهج فكرية من أجل تقديم تفسير أكثر ملاءمة للتجارة الخارجية من أهمها:

* 1. **نظرية ليندر:**

يفرق "ليندر" في تفسيره لقيام التجارة الخارجية بين نوعين من السلع، النوع الأول هو السلع الأولية والتي يرى أن تبادلها يتم وفقا للميزة النسبية وأن الميزة النسبية تتحدد بنسب عناصر الإنتاج وهو نفس تفسير هكشر واولين، أما النوع الثاني والمتمثل في السلع الصناعية فإن تبادلها يستند إلى شرط ضروري يتمثل في وجود طلب داخلي على هذه السلع، ويعني ذلك أنه لا تستطيع أي دولة أن تحقق ميزة نسبية في إنتاج سلع صناعية ما لم تكن هذه السلع المطلوبة في السوق المحلي، وعليه فالطلب المحلي يعد شرطا ضروريا لتحقيق النسبية([[12]](#footnote-13)).

تعتبر كثافة التجارة في مفهوم "ليندر" كمقياس لحجم التجارة بين الدول، حيث يمكن القول أنه كلما تشابه هيكل الطلب في بلدين كانت التجارة المحتملة بين هذين البلدين أكثر كثافة، أما عن محددات هيكل الطلب في البلاد المختلفة فيرجعه "ليندر" إلى مجموعة من العوامل أهمها: الدخل المتوسط، فهو يرى أنه كلما أرتفع متوسط الدخل في بلد ما أدى ذلك إلى تحول الطلب إلى سلع معقدة التركيب، وعلى ذلك فإن التجارة المحتملة تكون أكثر كثافة بين الدول التي يتقارب مستوى الدخل المتوسط فيها([[13]](#footnote-14)).

* 1. **نظرية اقتصاديات الحجم:**

من بين أهم الفرضيات التي اعتمدت عليها النظرية الكلاسيكية لتفسير طبيعة التخصص وبالتالي قيام التجارة الدولية هو إنتاج السلع في ظل "ثبات عائد الحجم"، وما هي، ولكن ماذا يحدث عند إنتاج السلعتين في ظل تزايد عائد الحجم، وما هي مكاسب الدولتين على أساس هذا النمط من التجارة الذي عجزت النظرية الكلاسيكية عن شرحه.

ويقصد بحالة "زيادة عائد الحجم" الحالة التي يتزايد فيها الإنتاج بنسبة أكبر من النسبة التي يتزايد فيها استخدام الموارد أو عناصر الإنتاج، فلو تضاعفت كميات المدخلات، فإن الإنتاج سيزيد بمقدار أكبر من الضعف وزيادة عائد الحجم تحدث لعدة أسبب منها علاقات الحجم، فعند العمليات ذات الحجم الكبير فإن تقسيما للعمل وتخصصا أكبر يصبح ممكنا، بمعنى أن كل عامل يستطيع أن يتخصص في القيام بمهمة بسيطة متكررة مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية([[14]](#footnote-15)).

* 1. **نموذج الفجوة التكنولوجية:**

تم تقديم هذا النموذج من طرف الاقتصادي "Posner" في عام 1961، ويركز في تحليله لنمط التخصص في مجال التجارة الخارجية بين الدول على إمكانية حصول دولة ما على أسلوب متقدم في الإنتاج يسمح لها بإنتاج سلع جديدة، أو منتوجات جديدة ذات جودة أفضل أو منتوجات بتكاليف إنتاجية أقل، مما يؤدي إلى اكتسابها لمزايا نسبية مستقلة عن غيرها من الدول، فالاختلاف في مستوى التكنولوجيا يؤدي إلى اختلاف مناظر في المزايا النسبية المكتسبة، وتؤدي بالتالي إلى قيام التجارة الخارجية بين الدول عن طريق([[15]](#footnote-16)):

* تسمح زيادة الكفاءة الإنتاجية لدولة ما في إنتاج سلع معينة اكتساب هذه الدولة لميزة نسبية دون غيره من الدول وبالتالي تصدير هذه السلعة.
* دخول بعض الدول بسلع جديدة ذات مستويات تكنولوجية متقدمة إلى الأسواق الدولية في الوقت الذي تعجز فيه بقية الدول في البداية إنتاجها داخلياً أو تقليدها، لأنها لا تملك أساليب الإنتاج المتفوقة أو الوسائل التكنولوجية اللازمة لإنتاج هذه السلع، وبالتالي ستتمتع الدولة المخترعة بميزة نسبية مؤقتة مرتبطة بطول الفترة التي تحتفظ بها الدولة المخترعة بتفوقها النسبي.
	1. **دورة حياة المنتوج:** تم تقديم هذا النموذج من طرف الاقتصادي "فرنون Vernon" في سنة 1966، حيث تعتمد هذه النظرية على كون الوصول إلى المعارف جديدة ليس مجانا ولا فوريا، وأن الميزة النسبية تعتمد على التفاوت ما بين الأمم على الاستيعاب والتحكم في التطور التكنولوجي وإلى تحويل هذا التطور إلى اختراعات، وسلع جديدة تسمح بتصديرها إلى الأسواق الخارجية([[16]](#footnote-17)).

ومثال لنموذج دورة المنتوج هو التنافس بين الولايات المتحدة واليابان في صناعة الراديو منذ الحرب العالمية الثانية، فبعد الحرب العالمية الثانية مباشرة سيطرت المصانع الأمريكية على السوق العالمي للرديو مبنية على Vacum tubes التي كانت تنتج في الولايات المتحدة، ولكن خلال سنوات قليلة تمكنت اليابان من السيطرة على حصة كبيرة من السوق العالمي، وذلك بتقليد التكنولوجيا الأمريكية والاستفادة من انخفاض الأجور، ولكن الولايات المتحدة الأمريكية استعادة القيادة التكنولوجية باختراع الترنسستور، ولكن مرة أخرى في خلال سنوات محدودة قلدت اليابان التكنولوجيا الأمريكية، وأصبحت قادرة على أن تبيع بأسعار أرخص من الولايات المتحدة، ومرة ثالثة فإن الولايات المتحدة تمكنت من المنافسة بنجاح مع اليابان وذلك بتقديم ما يسمى بالدوائر المطبوعة Circuits Printed. ويوضح الشكل رقم (1) خمسة مراحل مختلفة في دورة حياة المنتوج وفقا لإحدى تفسيرات النموذج من وجهة نظر الدولة المخترعة والدولة المقلدة.

**مرحلة المتوج**

**الجديد**

**مرحلة النمو**

**مرحلة النضج**

**مرحلة الزوال**

**الصادرات**

**واردات**

**صادرات**

**الواردات**

**الكميات**

**0**

**A**

**B**

**C**

**الزمن**

**المصدر:** زايري بلقاسم، مرجع سبق ذكره، ص: 243، بتصرف من الباحث.

**الاستهلاك**

**الاستهلاك**

**الإنتاج**

**الإنتاج**

**الدولة المخترعة**

**الدولة المقلدة**

**الشكل رقم 1): نموذج دورة حياة المنتوج**

**المرحلة الأولى:** يتم الإنتاج والاستهلاك في مرحلة المنتوج الجديد فقط بواسطة الدولة المخترعة.

**المرحلة الثانية:** أو مرحلة نمو المنتوج خلال الفترة AB كما يظهر في الشكل، يكون الإنتاج كاملا في الدولة المخترعة ويزداد بسرعة ليتسع الطلب المتزايد محليا وخارجيا، وفي هذه المرحلة يكون للدولة المخترعة سلطة احتكارية في كل من الأسواق الداخلية وأسواق التصدير بسبب وجود أي إنتاج أجنبي.

**المرحلة الثالثة:** يصبح المنتوج نمطيا خلال المرحلة BC، وتبدأ المؤسسة المخترعة في تقديم ترخيصات لمؤسسات محلية وأجنبية لتقوم أيضا بتصنيع المنتوج تدريجيا لتبدأ الدولة المقلدة بالبيع بسعر أقل من سعر الدولة المخترعة، وذلك بتوفرها على عمالة رخيصة وتكاليف أخرى أقل، مما يؤدي إلى انخفاض الإنتاج في الدولة المخترعة من هذا المنتوج، وسيحل محل منافسة الماركة المنافسة السعرية.

**المرحلة الرابعة:** بعد النقطة c ينخفض الإنتاج في الدولة المخترعة بسرعة أو ينهار، وهنا يكون الوقت قد حان بالنسبة للدولة المخترعة أن تركز انتباهها وجهودها على اختراع تكنولوجي جديد وتقديم منتوج جديد.

**قائمة مراجع المحور الاول :**

-1سعيد النجار، **تاريخ الفكر الاقتصادي من التجاريين إلى نهاية التقليديين**، دار النهضة العربية، بيروت، 1973.

 2-نسرين أحمد عباس أبو زيد**، النموذج الصيني في تنمية الصادرات**، رسالة لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد، قسم الاقتصاد والتجارة، جامعة حلوان، 2008.

 3- لبيب شقير، **تاريخ الفكر الاقتصادي**، دار النهضة، مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.

 4-محمد أحمد السريتي، محمد عزت محمد، **التجارة الدولية والمؤسسات المالية الدولية**، دار التعليم الجامعي، مصر، 2012.

 5- بلقاسم زايري، **اقتصاديات التجارة الدولية**، دار الأديب، الجزائر، 2006.

 6-محمد عبد العزيز عجيمة، **الاقتصاد الدولي**، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، 1978.

 7-شريف علي الصوص، **التجارة الدولية،** الأسس والتطبيقات، عمان، 2011.

8-لوى محمد مرسي، **الاتجاهات المعاصرة والتجارة الدولية**،، معهد التخطيط القومي، جمهورية مصر العربية.

 9-آيات الله لموحيسان، **المنظمة العالمية للتجارة وانعكاساتها على قطاع التجارة الخارجية**، أطروحة دكتوراة "غير منشورة"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2010- 2011، جامعة باتنة.

 10-عادل أحمد حسين، مجدي محمود شهاب، **العلاقات الاقتصادية**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005.

D. Phan, **Le commerce international, Economico,** Paris, 198-11

**المحور الثاني : مفاهيم حول التصدير و الأستيراد وأهميتهما :**

**1 ـ مفهوم التصدير :**

**التصـدير هـو مرحلة هـامـة من مراحل النشـاط التجـارى للمـؤسسـة الاقتصـاديـة وهـو ركيـزة تنمـويـة فعـالـة بالنسبـة للـدول النـاميـة ، ويختـلف مفهـوم التصـديـر مـن شخـص لآخـر ومـن فئـة لأخــرى حيـث يعـرف كمـا يلـى :**

**(1)**

* **هـو كـل عمليـة تحـويـل سلعـة أو خـدمـة مـن عـون مقيـم إلـى عـون غيـر مقيـم بمعنى من مـواطـن حقيـقى إلـى شخـص أجنبـى .**
* **أمـا رجـل الجمـارك فيعـرفـه: بـأنـه كـل عمليـة عبـور السلـع والخـدمـات مـن الحـدود الـوطنيـة إلـى الحـدود الأجنبيــة.**
* **أمـا مفهـوم التصـديـر حسـب المـوسوعـة الاقتصـاديـة : فهو العمـليـة التـى مـن خـلالهــا تتـدفـق السلـع والخـدمـات مـن التـراب الـوطنى إلى خـارج هــذه الحـدود.**
* **وعلى مستـوى الـمؤسسـة يعـــرف بأنه عمليـة تصـريـف الفـائـض الاقتصـادى الـذى حققتـه الـمؤسسـة إلـى الأعـوان الخـارجيـة .**
* **علـى المستـوى الـوطـنى : يعرف التصدير بأنه عمليـة تصـريـف الفـائـض الاقتصـادى الـذى حققتـه دولــة إلـى الـدول التـى تعانى نقص فى الإنتـاج وهـو عملية عبـور السلـع والخـدمـات مـن الحـدود الوطنية .**

**(1)وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية ، إستراتيجية الصادرات المصرية ، السنة الأولى ، أغسطس 2001 ، ص 4.**

* **وعلـى المستــوى الـدولـى : يعرف بـأنـه وسيـلـة مـن وســائـل تحقيـق الـرفـاهيـة الاقتصــاديــة لأى دولــة مــن الــدول ، فــاقتحــام الأســـواق الخــارجيـة ومــواجهــة المنــافســة والتحكـم فـى تقنياتـه يـؤدى إلـى ازدهـار العـلاقـات الاقتصـاديـة الخـارجيـة لـدولـة مـا.**

**2 ـ أهميـة التصـديـر :**

**تتركـز أهميــة التصـديـر فـى المـزايـا التى تحصـل عليهـا الـدولـة منه والتى مـن أهمهـا :**

**أ ـ إصلاح العجز فى ميزان المدفوعات :**

**تلعـب الصـادرات دوراً هــامــاً ومبــاشــراً فـى معــالجــة الخلــل فـى الميـزان التجــارى وكــذلـك ميــزان المــدفـــوعـات باعتبــارهـا أحـــد المــوارد الــرئيسيــة للنقــد الأجنبـــى ممـــا يـؤثـر بصــورة مبـاشـرة علـى التـوازن المـالـى والاستقـرار النقـدى للعملـة المحليـة وأسعـار الصـرف .**

**ب ـ توفير فـرص عمـل جـديـدة :**

**حقـق القطـاع الخـاص وخـاصـة الـموجـه للتصـديـر العـديـد مـن فـرص العمـل للاقتصـاد المصـرى حيـث تـزايـدت فـرص العمـل فـى القطـاعـات التـى شهـدت زيـادة فـى صـادراتهـا وزادت كفـاءتهـا الإنتـاجيـة وقـدرتهـا التنـافسيـة كمـا ارتفعت أجــور العمـالـة فيهـا بما يتناسب مــع ارتقاء نـوعيـة وكفـاءة العمـالـة ، ويـؤكـد الـدور الهـام الـذى يمكـن أن تلعبـه الصـادرات فـى تـوفيـر فــرص العمــل على أن كـل مليـار دولار مـن الصـادرات يضيـف نحـو 270 ألـف فـرصة عمـل جـديـدة.**

**تمكنـت العـديـد مــن الـدول بشـرق أسيـا مثـل اليـابـان وهونج كـونــج وكـوريـا الجنـوبيـة وسنغـافـورة وتـايـوان وإنـدونيسيـا ومـاليـزيـا وتــايــلانــد مـن استخـدام التـوجـه التصــديـرى فـى نـمو وارتقـاء هـذه المجتمعـات ورفـع معـدلات النمـو وتوفير فـرص عمـل جـديـدة ممـا سـاعــد علـى خفـض مستـوى البطـالـة إلـى مستـويـات متـدنيـة. وقـد استطـاعت دول مثـل كـوريا وتايوان من خــلال النشــاط التصـديـرى تحقيــق نمـو ســريـع فـى العمــالــة حتـى وصلـت إلـى حــد التشغيــل الكــامـل وأصبحــت هــذه الـدول لا تـواجــه فــى الــواقـع مشـاكــل فــى البطـالة وتفـرغت تمــامــاً لإعــادة تــأهيــل قــوة العمــل بهـا لأنشطـة أكثـر إنتــاجيــة وكفــاءة .**

**جـ ـ جـذب الاستثمـار المحلى والأجنبى** :

**يعـد الاستثمـار المحـرك الأسـاسـى لنجـاح عمـليـة التصـديـر حيـث تـوجـد عـلاقـة تبـادليـة بيـن الاستثمـارات المحليـة والأجنبيـة وبين عمليـة التصـديـر فـالتـوسع فـى مجـالات الاستثمار تعنى زيـادة الإنتـاج وتـوفيـر فرص عمل وزيادة التصـديـر ومعـدلات النمـو الاقتصـادى ، فالاستثمار الأجنبـى يـأتـى بالتكنـولوجيـا الحـديثـة والمهـارات الإدارية كما يعتبر قناة لتسـويــق المنتجـات دوليـاً وهـذا ما تحتـاجـه مصـر للنهـوض بالصنـاعـة المحليـة . تسهم التحـويلات الـرأسمـالية فــى زيادة الإنتاج وتنوع المنتـج وتحسيـن جــودتـه كما تسـاهـم التكنـولــوجيــا الحــديثة فــى تطـوير المنتــج وخفـض تكـلفـة الإنتـاج . أى أن الاستثمـار يسـاهـم فـى زيـادة الإنتاجيــة وفى إنشــاء صنـاعات جـديدة وتحسيـن القـدرة التنـافسيـة للصنـاعـات القــائمـة وربــط المنتجيــن المحلييــن بالأســواق الـــدوليـة .**

**كمــا أن وجــود قطــاع تصــديـرى قـوى يعمـل على جـذب مـزيــد مـن التـدفقـــات الاستثمــارية التى تتـرجــم فـى شكــل زيــادة فى الصــادرات الخــدميـة والسلعيــة و التــى تقــوم بـدورهــا فى جــذب استثمـارات جـديـدة .**

**وقد استطــاعت بعـض الصنــاعات مثــل الحـاصــلات الـزراعيــة والغـزل والمنسـوجــات والمفــروشـات والمــلابس الجــاهــزة ومــواد التشييــد والبنـاء والحديـد والصلـب والصنـاعـات الكيماوية والدوائية والمستلزمـات الطبية أن تجــذب قــدراً جيــداً مـن الاستثمـارات .**

**د ـ تحقيق معدلات نمو مطردة** :

**يسـاهـم الاهتمــام بالصــادرات المصـريـة فى تحقيــق معــدلات نمــو اقتصـادى مطــردة قــادرة على خلـق فـرص عمـل جـديـدة وتـوفيـر مصـادر للعمـلات الأجنبيـة . وإن كــان هنــاك العــديــد مــن الأســاليـب المتنــوعــة لمصــادر العمــلات الأجنبيــة لكــن لا يـوجــد ســوى مصــدر واحــد قــادر على خلـق فــرص عمــل بالكــم والاستمــراريـة المطلــوب لتحقيــق معـــدلات نمـو متـواصلــة ومـرتفعـة وهــو التصــديــر .**

**هنــاك عــلاقـة وثيقــة بيـن التــوجـه التصـديــرى للسيــاســة الاقتصـاديــة وجــذب الاستثمــارات المحليـة والأجنبيـة الجــديـدة وهــى لا تتحقــق إلا بعــد فتــرة زمنيــة طــويلــة حتـى يتــأكــد المستثمــر خــلالهـا مــن استمــرار التــوجــه التصــديــرى وعنـد ذلـك تـأتــى السيـاســة الاقتصــاديــة التصـديـريـة ثمــارهـا فــى دعــم التصـــديـــر وجـــذب الاستثمــارات المحليــة والأجنبيــة .**

**ولتحقيــق الأهــداف التصـديـريـة يجــب إعــادة النظــر فـى السيــاسـات المتبقيــة وإعــداد منظـومة جـديدة لتنميـة هـذا القطـــاع والـوصول بـه إلـــى أعـلى معـدلات زيـادة سنــويـة وذلــك عــن طـريـق العمــل عـلـى حـل المشكــلات التــى تعـوق نمـو صـادراتنـا ورسـم سيــاسـات تنسقيــه واضحــة ومتكــاملة بيــن مختلــف الكيــانات المـؤسسيـة التــى تــؤثر عـلـى التصــديـر فـى مصــر .**

**هـ ـ فتح أسواق وزيادة القدرة التنافسية فى الأسواق الخارجية** :

**يعنى التصـديـر التـواجــد المستمـر فى الأسـواق الخـارجيـة والقـدرة على المنـافسـة للحصـول على أكبـر حصـة تسـويقيـة وهــذا التـواجــد يفـرض عــلـى الشـركـات المصـدرة مـواكبـة الشــركـات المنـافسـة لهـا فـى الأسـواق الخـارجيـة مــن حيــث تكنـولوجيا الإنتـاج وتطــويـر المــواصفـات الفنيــة واستخــدام وسـائــل تـرويج أكثــر تــأثيـراً .**

**وكـل هـذا ينعكـس عـلـى تطـويـر هيكـل الصناعـات التصـديـريـة بشكــل مبـاشـر وتطـويـر هيكـل الصنــاعــة ككـل بشكـل غيـر مبـاشـر مثــل الصنـاعـات الالكتــرونية اليـابـانيـة التـى بـدأت تظهــر فــى الأسـواق الأوربيـة فى أوائـل السبعينــات ورغـم أنهــا كــانــت متـوسطـة الجـودة مقــارنـة بمثيـلاتها المصنفـة فـى دول أوروبا الغـربيـة وأمـريكـا ، إلا أن التـواجــد المستمـر فـى هـذه الأسواق أكســب الشـركـات اليـابـانية الخبـرة ومكنهـا مـن نقـل التكنولوجيا الإنتـاجيـة من الــدول المنــافسـة وتطـويـرهـا إلى الأفضـل حتـى أصبحـت الآن الأكثـــر بيعـاً والأكبـر تفضيـلاً مـن جـانب المستهــلك الأروبـى والأمـريكى عـلـى حــد سـواء ، وقـد انعكـس ذلــك الأمر عـلى الصنـاعـات الهنـدسيـة الأخـرى المنتجـة فى اليـابان وبـدأت تغـزو أسـواق العـالـم ، أصبـح التصـديـر يشيــر إلـى مــدى امتيـاز اقتصــاد بلـد معيــن بالمـردوديـة والتكـلفـة الــدنيـا والجــودة حتـى أن مقيــاس الأداء الاقتصــادى والتكنـولـوجى أصبـح**

**فـى السنــوات الأخيـرة يعتمـد كثيـراً على اعتبار قدرات التصـديـر وخـاصـة محتـوياته الـتكنولوجية والمقصـود بــذلك هــو الطبيعـة الـتكنولوجية ذاتهـا ، فصنـع وتصـديـر جهـاز أوتـومـاتيكـى مثــلا يختلــف فـى أهميتـه وقيمتـه المضـافـة عـن صنـع وتصــديــر آلــة ميكـانيكيـة .**

**3- اساليب التصدير:**

ويمكن تقسيم إستراتيجيات التصدير إلى أربعة أنواع وهي[[17]](#footnote-18):

**-1-3- التصدير العرضي:** تقوم المؤسسة في هذا النوع من التصدير بتصريف منتوجاتها المصنوعة في البلد الأم على دولة أجنبية دونما تخطيط مسبق لها وإنما إستجابة لبعض الفرص كالمشاركة المعارض الدولية،أو قراءة الإعلانات في بعض الصحف أو غير ذلك.

**2-3-- التصدير النشط أو المنتظم دون اللجوء إلى وظيفة التسويق:**تقوم المؤسسة في هذه الحالة بإختيار بعض الدول التي يحتمل أن تكون هدفا لتصدير منتوجاتها إليها لكن دون القيام بإعداد سياسة أو إستراتيجية تسويقية خاصة بكل سوق،إذ يترك الأمر إلى الوسطاء الذين يقومون بإدخال بعض التعديلات لمقابلة الاختلافات الموجودة في حاجات ورغبات المستهلكين.

**--33- التصدير المنتظم مع استخدام وظيفة التسويق:**على العكس من الأشكال السابقة،تأخذ المجهودات التسويقية في هذا النوع من التصدير العديد من الأبعاد مثل جمع البيانات على المستهلك الأجنبي والمنافسين المحتملين للمؤسسة في هذا السوق،وذلك بغرض تصميم المنتج الذي يتلاءم مع أذواق وحاجيات المستهلكين ،بالإضافة إلى تحديد السعر ومنافذ التوزيع والترويج المدعم المنتج في هذا السوق وفي ظل انفتاح الأسواق العالمية واشتداد المنافسة يتعين على المؤسسات بما فيها المؤسسات العاملة في ميدان تسويق المنتوج الزراعي بناء إستراتيجية تسويقية للمنتوجاتها . بهدف خلق فرص تسويقية أو على الأقل المحافظة على حصة المؤسسة في السوق وبالتالي على المؤسسة ألا تكتفي بالتصدير العرضي أو التصدير الذي يفتقر إلى المفاهيم التسويقية الحديثة (كالقيام ببحوث التسويق الدولي، وتقيم البيئة التسويقية الدولية وسياسية المزيج التسويقي الدولي......).

**4-3- التصدير طويل الأجل:** وهي عقود تصدير تبرمها المؤسسة مع أحد الموزعين أو المستوردين في السوق المحلية مقابل عمولة إذا كان وكيلا، أو هامش ربح إذا كان تاجرا أو مستوردا ،كما يمكن للمؤسسة في هذا النوع من التصدير أن تنشئ فرعا تجاريا وذلك في الحالة التي ترغب فيها ممارسة نوع من الرقابة والسيطرة على عملياتها في الخارج .

**\*كما يمكن أن تتم عملية التصدير بطريقتين أساسيتين هما*:***

**أولا-إستراتيجية التصدير غير المباشر:**

وتعد الطريقة الأكثر شيوعا في الدخول إلى السوق الخارجي، وتقوم المؤسسة هنا بإنتاج جميع منتجاتها للسوق الأجنبية ، وغالبا ما تغير في خطوط إنتاجها أو إستراتيجية تسويقها أو طريقة تنظيمها أو فلسفتها ولا تقدم المؤسسة الوطنية أي خدمات ، وغالبا ما تبدأ المؤسسة بالتصدير إلى الأسواق الدولية عن طريق التصدير غير المباشر وبالاعتماد على الوسطاء المستقلين[[18]](#footnote-19).

وفي ما يلي أهم أنواع الوسطاء:[[19]](#footnote-20)

**أ- المصدر:** حيث يقوم بشراء المنتجات المصنعة ثم بيعها في الخارج لحسابه الخاص .

**ب-وكالة التصدير المحلية** *:*والتي تعمل على البحث عن الأسواق الخارجية للسلع المحلية و التفاوض مع المستوردين الأجانب ,مقابل عمولة معينة .

**ت- المنظمة التعاونية** :تقوم هذه المنظمة بالأنشطة التصديرية نيابة عن عدة منتجين وتكون هذه الأنشطة تحت سيطرتها الإدارية ,وغالبا ما يستعين بهذه المؤسسة المنتجين للمنتوجات الأساسية أو الأولية كالمنتوجات الزراعية والحيوانية.

**ث- شركة إدارة التصدير***:*حيث توافق شركة وسيطة على إدارة أنشطة التصدير للشركة الوطنية مقابل مبلغ معين.

ويتميز التصدير الغير المباشر بجملة من المزايا أهمها:

 -استثمار قليل :ذلك أن المؤسسة لا تحتاج إلى تأسيس وتطوير قسم تصدير أو فرع مبيعات دولية خاصة بها أو الاستعانة بالوكلاء الأجانب [[20]](#footnote-21)

-مخاطر قليلة:حيث يقدم وسطاء التسويق الدولي معرفتهم وخدماتهم للمؤسسة الأم ، الأمر الذي يقلل احتمالية اتخاذ قرارات خاصة[[21]](#footnote-22)

-يسهل في القيام بعملية تجميع البيانات والمعلومات الخارجية من قبل رجل التسويق أو الممثل في السوق الخارجي .[[22]](#footnote-23)

**ثانيا-إستراتيجية التصدير المباشر:**

تتحمل المؤسسة بموجب هذه الطريقة مسؤولية بيع صادراتها بنفسها مما يرافق ذلك مخاطر كبيرة أو استثمار مالي عالي غير أنها ترتبط بعائد محتمل أكبر وسيطرة تامة على جهودها في البيع وتعامل مباشر مع المستهلكين ويمكن أن تتم ذلك من خلال عدة طرق أو قنوات:

**أ-شعبة أو قسم تصدير محلي:**حيث تخصص المؤسسة قسما خاصا بعمليات التصدير وبإشراف مدير يرأس مجموعة عاملين ,ويختص هذا القسم القيام بكافة الأنشطة المتعلقة بالتصدير من سياسة الترويج ، سياسة التوزيع ,سياسة الاقتراض ...الخ.[[23]](#footnote-24)

**ب- فرع تجاري في الخارج:**هذا الفرع هو الذي يقوم بعملية البيع في السوق الأجنبي ,وتسيير المخزون ,والقيام بعمليات الترويج وتقديم خدمات ما بعد البيع.[[24]](#footnote-25)

**ت-الوكلاء أو الموزعين الأجانب**:يمكن أن تتعاقد المؤسسة مع وكلاء أو موزعين أجانب لغرض بيع منتوجاتها بالنيابة عن المؤسسة ومن أجل ذلك يمنح الوكلاء الحقوق الخاصة التي تتيح لهم إمكانية تمثيل المؤسسة في بلادهم[[25]](#footnote-26).

**ث- ممثلي مبيعات التصدير المتجولين :**وهنا ترسل المؤسسة ممثلين مندوبين عنها إلى الدول الأخرى بغرض التعرف على منتجاتها أو التفاوض وعقد الصفقات التجارية مع الجهات المستفيدة ، وغالبا ما يناسب هذا العمل المنتوجات كبيرة الحجم ،كبيع وسائل النقل الجوية والبحرية والبريد أو السلع الإنتاجية الكبيرة ونحو ذلك[[26]](#footnote-27).

4**-مفهوم الاستيراد :** : هو جلب السلع من الخارج وإدخالها إلى البلد المستورد لغرض بيعها. و يكون الاستيراد من المناطق الحرة ومن الأسواق الحرةبالداخل ومن المعارض والأسواق الدولية ومن المعارض الأخرى المرخص بإقامتها طبقا للقواعد العامة للاستيراد من الخارج.

**5- أنواع الاستيراد:**

يعتبر الاستيراد استراتيجية شائعة بين الشركات في البلدان النامية والمتطورة فالبلدان الغنية تستورد مواد أولية وسلعاً عندما تجد في الاستيراد من الخارج ميزاتٍ لها, والدول النامية تستورد السلع نصف المصنعة والخدمات والتقنيات المتقدمة, وفي الاستيراد غالباً ما يجب على الشركة أن تتطلع في بحثها عن مصادر محددة جداً وبالتالي فهو تأمين للمواد المستوردة بشكلٍ رئيسي وعادةً ما تنجز الشركات هذا النشاط بطرائق عدة منها[[27]](#footnote-28):

1. الاستيراد من المنبع مباشرة.
2. العقود الفرعية.
3. الاستيراد بشكل غير مباشر.
4. طرائق أخرى للاستيراد.

**5-1الاستيراد من المنبع مباشرة.**

ويتم ذلك عن طريق إرسال مفوضين للشراء من الخارج من قبل المدراء وحضور المعارض الدولية التجارية ويتم الاستيراد المباشر عن طريق الشراء بموجب عقود تتم مباشرة مع المصنعين الأجانب بعيداً عن تدخل الوسطاء وتتطلب هذه الطريقة استثمارات خارجية قليلة وخبرة في التفاوض ومعلومات عن المورد الأجنبي.

5**-2العقود الفرعية**:يتعاقد العديد من المستوردين المحليين على بضائع أجنبية محددين نوع المنتجات التي يصنعها الموردون كأن تلتزم الشركة بإجراء عقود تصنيع فرعية مع شركات أجنبية وتسلم بعد ذلك إلى نقاط بيع معينة للجهة التي قامت بطلب المنتجات.

**5-3الاستيراد غير المباشر:**

وتتم هذه العملية بتعاقد المستوردين مع وسطاء لاستيراد البضائع التي يحتاجونها ويعملون من خلال نفس القنوات, وهؤلاء الوكلاء والسماسرة يعملون لصالح زبائنهم المستوردين ويحصلون على عمولة ونسبة من قيمة العقود.

**4-5طرائق أخرى للاستيراد:**

يشكل الاستيراد المباشر الطريقة الأكثر مصداقية لاستيراد البضائع ولكن الطريقة الأسهل هي التعاقد بشكلٍ غير مباشر من خلال سمسار.

بعض المستوردين يستخدمون طرائق أخرى كأن يضعوا إعلاناً في المجلاتوالجرائد الأجنبية ليعلموا البائعين عن المنتجات التي يبحثون عنها وكيفية الاتصال بهم لتقديم العروض, ومنهم من يعتمد طريقة التسجيل في وكالات حكومية محلية أو أجنبية للتجارة.

قائمة مراجع المحور الثاني

1-وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية ، إستراتيجية الصادرات المصرية ، السنة الأولى ، أغسطس 2001 .

 2- محمد براق محمد، محمد عبيلة ،دفع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات باستخدام مقاربة التسويق الدولي ،مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ،جامعة الشلف،العدد 04،جوان 2006. .

3-محمود جاسم الصميدعي،"إستراتيجيات التسويق :مدخل كمي وتحليلي" الأردن:دار حامد للنشر والتوزيع ،2007.

 4-Kotler Philip , Dubois Bernard, Lan keler keler , Mouncau Daulphin , ¨merketing management¨ 12eme Pearson education , Paris : Publi union , 2006

5-توفيق محمد عبد المحسن،«التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير» ،مصر :دار الفكر العربي،2003.

.

**المحور الثالث :إجراءات وخطوات ومخاطر الاستيراد والتصدير:**

**المطلب الأول: إجراءات ووسائل النقل والإجراءات الجمركية:**

**أولا: إجراءات ووسائل النقل**[[28]](#footnote-29)

**ا) الإجراءات:**

* طلب الشحن: يقدم من المسئول عن عملية الشحن إلى وكيل السفينة بميناء الشحن ويجب أن يتضمن هذا الطلب كافة البيانات المطلوب إثباتها ببوليصة الشحن.
* إذن الشحن:ويوجه من وكيل السفينة إلي ربان السفينة التي سيتم الشحن عليها ويتم التأشير عليه من ضابط أول السفينة باستلام الشحنة.
* بوليصة الشحن:هو إيصال يوقع عليه الناقل أو وكيله عند تسليم الشحنة على ظهر السفينة أو عند تسلمها لشحنها وهي في الواقع دليل كتابي علي الشروط التي بموجبها نقل البضاعة ولبوليصة الشحن وظائف:

1. إيصال عن البضائع المشحونة (سند ملكية).

2. دليل كتابي لإثبات عقد النقل وشروطه.

3. أداة ائتمان هامة في التجارة الدولية.

ب) الوسائل:

إن عنصر النقل في زمننا الحالي أصبح من المكونات الرئيسية التي تساعد في تحديد السعر النهائي للمنتج ، فإنه يفهم من عملية النقل بأنه التخطيط و التنظيم و التحكم بما يخص التدفقات الفيزيائية للمعلومات ، كذلك ما يتعلق بتخزين البضائع الشبه منتجة و المنتجة من مكانها الأصلي حتى وصوله إلى مكان المستهلك بشكل فعال و مجدي.

على الرغم من أن تعبئة البضائع يمكن أن يظهر بشكل قليل الأهمية ، إلا أنه أساسي في التجارة الخارجية ، فعند التعبئة و التغليف يجب أن تتحقق مجموعة من الأهداف منها ( حماية البضائع - تجنب السرقات ... إلخ ) ، كما أن التكلفة يجب أن تكون اقتصادية ، و أن يتوفر التوازن بين مظهرها الخارجي و التكلفة ، و ببن كمية المواد المستعملة و الوقت اللازم لإنجاز عملية التعبئة ، بالنسبة للشركات قليلة الخبرة في هذا المجال ينصح بالتوجه بطلب تعاون من أحد شركات النقل المتخصصة في تعبئة البضائع و تجهيزها للتصدير.

إن وسيلة النقل البحري هي التي تأخذ أكبر حجم من البضائع في التجارة الخارجية ، فالنقل البحري بشكل عملي هو الوسيلة الوحيدة الأكثر اقتصاداَ بين وسائل النقل لنقل كميات كبيرة من البضائع من مكان لأخر ، خصوصاُ عند نقل بضائع بين الدول ، فسوق النقل البحري يقسم حسب الخدمات التي تقدمها البواخر ، في الخطوط النظامية و أجرة النقل.

الشحن خلال وسائل النقل الجوي يشهد تطوراَ ملحوظاَ في الفترة الأخيرة ، ففي السنوات الأخيرة قامت [مؤسسة](http://www.eeni.org/International-Institutions.shtml) النقل الجوي I.A.T.A. بتبسيط و تسهيل الإجراءات و المستندات المستعملة للتصدير من خلال النقل الجوي كما قامت بتوحيد [الأسعار](http://www.eeni.org/ar81.asp) و الشروط الخاصة بالنقل الجوي .

بخصوص النقل البري فهو النقل الوحيد القادر على تحقيق الخدمة التي تسمى ( من الباب للباب ) Door to Door، أي بمعنى أن من خلال هذه الوسيلة يتمكن المشتري نقل بضائعه من مخازن المصنع حتى إدخالها في مخازن المشتري.

النقل خلال السكك الحديدية هو من أكثر الوسائل أمناً في وقتنا الحاضر ، بحيث أنه يسمح بنقل صناديق بريد صغيرة أو بنقل حاويات كبيرة ، من حيث السعة و الحجم ، فإن النقل عبر السكك الحديدية ينافس النقل البحري ، وسيلة النقل هي التي تسمح بنقل وحدات ذات أحجام مختلفة من خلال طرق مختلفة ( بحري - بري - إلخ ) ، تحت اسم مستند النقل الرسمي.

**ثانيا:الإجراءات الجمركية:**1-على وكلاء الملاحة بحري / جوي تقديم بيان الحمولة للدائرة الجمركية لإتمام العملية الجمركية .

2-بالنسبة للبضائع المنقولة برا يقوم الناقل أو المخلص الجمركي (المفوض) بتقديم بيان الحمولة وتسجيل معلومات وسيلة النقل للدائرة الجمركية لإتمام العملية الجمركية.
3-إمكانية التخليص الجمركي المسبق حسب نظام التخليص المطبق في كل دائرة جمركية.
4-ينظم البيان الجمركي اليا من قبل ممثل مالك البضاعة أو المخلص الجمركي المفوض ويرفق به المستندات الجمركية الأصلية.
5-تسدد الرسوم الجمركية على البضائع الخاضعة للترسيم وفقا لجداول التعرفة الجمركية الموحدة.
6-تخضع البضاعة للتفتيش والمعاينة وفقا لتقارير الخطورة والاشتباه والاخباريات والانتقاء العشوائي للتأكد من سلامتها وصحة المعلومات ومطابقتها للمواصفات والأنظمة.

**المطلب الثاني: خطوات الاستيراد و التصدير:**

**1--خطوات الإستيراد**

-أن يكون لدى المستورد سجل تجاري يتوافق نوع النشاط مع نوع المواد المستوردة.
-أصل الفاتورة مصدقة من الجهة المسئولة عن التجارة في البلد المصدر.
-شهادة من البلد المصدر تفيد بأن الإرسالية مطابقة للمواصفات الجزائرية أو الموصفات العالمية المعتمدة.
-شهادة منشأ أصلية مصدقة من الغرفة التجارية في البلد المصدر.
-ان تكون بلد المنشاء موضحة على السلعة غير قابلة لنزع .
-تاريخ الصلاحية موضحة على المنتجات الغذائية.

**2-خطوات التصدير:**

* المصادقة على الفاتورة التجارية لدى غرفة التجارة أو الصناعة ووزارة الصناعة والتجارة.
* إصدار شهادة المنشأ من غرفة التجارة أو الصناعة.
* مصادقة وزارة الصناعة والتجارة على شهادة المنشأ.
* الحصول على رخصة تصدير أو إذن مسبق بالتصدير من الوزارة المعنية للمنتجات الخاضعة لرخصة تصدير أو إذن مسبق من الجهات المختصة.
* المصادقة على المستندات لدى وزارة الخارجية وسفارة أو قنصلية الدولة المستوردة.
* الحصول على موافقة دائرة الجمارك على مستندات التصدير وتبدأ منذ لحظة تعبئة بيان التصدير.
* الحصول على بوليصة تأمين
* التأكد من إتمام مستندات الشحن والنقل مثل بوليصة الشحن بالبحر أو بالبر أو بالطائرة.

**المطلب الثالث: مخاطر الاستيراد و التصدير:**

بالرغم من تطور التجارة الخارجية، وتعدد الوسائل التي تضمن تأدية المبادلات التجارية الدولية على أحسن وجه، نجد هناك عدة مخاطر مختلفة قد تنجم عن عمليات الاستيراد و التصديرو يمكن تقسيم هذه المخاطر على أساس ثلاث مراحل أساسية في عملية البيع الدولي:

- الطلبية. - الإرسال. - مرحلة الاستلام.

عموما يمكن التحكم في المخاطر ما بين الطلبية و الإرسال، كون البضاعة ما زالت تحت سيطرة المصدر، ولكن بعد إرسالها تخرج من هذه السيطرة أين تنتقل مسؤولية البضاعة من المصدر إلى المستورد، هذا الأخير الذي يتحمل أي خطر يأتي فيما بعد إلا إذا نص العقد التجاري على غير ذلك.

1. أخطار قبل الاستلام:مجرد اتفاق المصدر و المستورد يتوج هذا الاتفاق بعقد تجاري يبين بنوده طريقة التمويل، كيفية الاستلام، شروط الدفع...إلخ.في هذه المرحلة جل المخاطر تكون على عاتق المصدر كون البضاعة لا تزال تحت مسؤوليته.

1.1. أخطار بين الطلبية و الإرسال: يمكن تمييز نوعين من الأخطار:

- الخطر الاقتصادي أو خطر ارتفاع التكاليف. - خطر الصنع (خطر الإنتاج).

أ/ الخطر الاقتصادي: متعلق بالتطورات الحاصلة على المستوى الاقتصادي الداخلي مثلا:

ارتفاع الأسعار الداخلية للبلد المصدر نتيجة الارتفاع غير المرتقب لأعباء العمال أو تكلفة المواد الأساسية اللازمة لإنتاج السلع الموجهة للتصدير. يتحمل المصدر الخسارة في حالة ما إذا تضمن العقد صيغـــةالأسعار غير الرجعية.

و من هنا نستطيع تلخيص الخطر الاقتصادي في الخطر الذي يحدثه ارتفاع سعر التكلفة في المدة الممتدة ما بين اقتراح السعر للزبون و الإرسال. نستطيع التقليل من حدة هذا الخطر باستخدام وسيلتين:

- إما وضع فقرة (بند) في العقد التجاري ينص على مراجعة السعر فيحدد بذلك سعر البيع بدلالة التغيير في التكاليف الناتجة عن المنتوج موضوع الصفقة، وهذا يحول قسم من خطر أو كله على عاتق المستورد إذاقبل ذلك البند في العقد الذي لا يخدم مصلحته.

ب/ خطر الإنتاج (خطر الصنع): ينتج هذا الخطر خلال فترة التصنيع أي ما بين تلقي المصدر للطلبية و وقت تنفيذها، وهذا إما من طرف المصدرالذي يتوقف لأسباب مالية أو تقنية تمنعه من إعداد الطلبية، و إما من طرف المستورد بفسخه للعقد التجاري خلال هاته الفترة.يمكن أن يتخذ ثلاثة أشكال:

 - خطر تجاري. – خطر سياسي. – خطر طبيعي.

\* خطر تجاري: و يسمى أيضا بخطر الإعسار، يحدث في حالة عدم مقدرة المدين (المستورد) بتنفيذ واجباته التعاقدية و هذا في حالتين:

- الحالة الأولى: ترجع إلى نقص الموارد المالية للمدين لتسديد ما عليه للمصدر.

- الحالة الثانية: ترجع للتصرفات التعسفية للمدين التي تنجم عن مشاكل عدم التنفيذ أو الرفض بتصريح عن الدوافع الحقيقية لعدم إتمام صفقة العقد[[29]](#footnote-30)1.

\* خطر سياسي: يحدث هذا الخطر في حالة عدم الاستقرار السياسي و الاقتصادي لبلد المستورد و كذا قيام حروب أهلية أو أجنبية، ثورات انقلابية...إلخ. أو في حالة ما إذا مست عملية البيع المصالح الداخلية للدولة المستقلة.

\* خطر طبيعي: يمكن عموما إلى نوعين: الناتجة عن عمل الإنسان و الناتجة عن الكوارث الطبيعية.

2.1. أخطار ما بين الإرسال و الاستلام:زيادة على المخاطر التجارية و السياسية السابقة الذكر،هناك ثلاث مخاطر خاصة بهذه المرحلة:

أ/ الخسائر الخاصة: هي ضياع جزئي أو كلي للبضاعة موضوع الصفقة من جراء حادث وقع لها أو لوسيلة النقل التي تنقلها. قد تتعرض البضاعة للسرقة أو الضياع، الإتلاف بالبلل أو الانكسار...إلخ. أما حوادث وسائلالنقل فتختلف حسب نوع الوسيلة: الانحراف عن السكة بالنسبة للقطار، و العطب بالنسبة للطائرة.

ب/ الخسائر المشتركة: هي خاصة بالنقل البحري كتلف جزء أو كل البضاعة لإنقاذ السفينة من الغرق،التكاليف الإضافية التي تسببها هذه الخسائر تتحملها الأطراف المستفيدة من البضاعة المنقذة و ذلك حسبحصة كل طرف.

ج/ الخسائر المتميزة: يتعلق الأمر باستحالة تنفيذ الالتزامات التعاقدية الناتجة عن أحداث سياسية قاهرة أعاقت سير العملية.[[30]](#footnote-31)2

 2. أخطار بعد الاستلام:هنا تنتقل المخاطر من عاتق المصدر إلى عاتق المستورد، تندرج ضمن هذه المراحل ثلاث أنواع:

1.2. الخطر المتعلق بالمستهلك:بعد استلام البضاعة من طرف المستورد، توزع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق الوسطاء إلى المستهلك النهائي، الذي يمثل المستعمل لهذه السلع، القاعدة العامة تنص على أن كل شخص (طبيعــــي أو معنوي) تضرر بعد استعماله لسلعة معينة، يمكنه أن يبحث عن المسؤول عنها، إما الصانع أو البائع لها و مطالبته بالتعويض، و على المسؤول أن يخضع للحكم المطبق عليه بتسديد مبلغ أو استبدال البضاعة أو التعويض بأي شكل من الأشكال.لهذا وجب اختيار المصدر لما يصدره و المستورد لمن يتعامل معه حتى لا يضطر لدفع تكاليف هم في غنى عنها.

2.2. خطر الصرف:إن خطر الصرف ناجم عن الخسارة الممكن أن تحدث من جراء التغيرات التي تقع على سعر الصرف للعملات بالنسبة للعملة الأجنبية المرجعية للبنك، حيث أن هذا الأخير له حقوق أو عليه ديون محررة بهذه العملات، في هذا الإطار يجب التمييز بين الوضعية الكلية لسعر الصرف و الذي يعبر عنها بالفرق بين الحقوق للعملات الأجنبية و الديون بالعملات الأجنبية أو ما يسمى بالرصيد الصافي و وضعية سعر الصرف تمثل تجديد الحقوق الديون لعملة أجنبية[[31]](#footnote-32)1 .

و منه نستخلص أن خطر الصرف يتحدد في الفرق الموجود ما بين السعر المتفق عليه عند إبرام الصفقة و السعر الذي يصبح بعد التنفيذ، حيث أن هذا السعر محدد بعملة صعبة تخضع لمتغيرات السوق التي تؤثر عليه، و لهذا يقع الخطر على الطرفين بالنسبة:

- للمستورد في حالة زيادة معدل الصرف.

- للمصدر في حالة نقصان معدل الصرف.

يمكن تجنب خطر الصرف بعدة وسائل منها:

- وسائل حماية كأن يكون السعر في الفاتورة المؤقتة غير محددة و غير ثابت.

- متغير إلى غاية موعد الاستلام أو يتم الدفع تدريجيا.

3.2. خطر القرض أو عدم الدفع:هو عدم التسوية الجزئية أو النهائية للسعر بعد تنفيذ الطلبية (إرسال البضائع أو تنفيذ الصفقة المتعاقد عليها) و يعود هذا لعدة أسباب قد تكون:

أ/ أسباب داخلية: خاصة بالمصدرين، حيث يتهاون البائع بعدم المتابعة الجيدة للأعمال، غياب العقد التجاري أو فاتورة غير واضحة...إلخ.

ب/ أسباب خارجية: الحالة المالية المستورد أو لبلده كعدم توفر العملة الصعبة لإكمال التحويل أو الرفض الدفع بسبب النوايا السيئة للمستورد.

يعتبر الدفع آخر مرحلة في السلسلة التجارية، إذ لم يتم فإنه سيخل بالذمة المالية للمصدر، لهذا حسب رأي المؤمنين على القرض نجد أن حوالي ¼ المؤسسات التي تمت تصفيتها تعود إلى عدم الالتزام في الدفع لزبون أو عدة زبائن.

لتجنب هذا الخطر على المصدر أن يحلل العملية من مختلف جوانبها و التي منها تحليل رقم أعمال الزبائن، خصائصهم، وسائل و آجال الدفع المقدمة لهم، و من أهم أسباب الوقوع في هذا الخطر:

- تركيز البيع: على عدد قليل من الزبائن أو على منطقة جغرافية محددة.

- خصائص المستورد: التي توحي بخطر عدم الدفع و التي يمكن أن نذكر منها:

\* قدم العلاقات مع الزبون بالعودة إلى تعاملاته السابقة يمكن أن يقارن تصرفات زبونه و يحكم عليه.

\* حالته المالية في السوق و عما إذا كان يحقق أرباح أو خسائر.

\* بلده و موقعه: هل الوضعية في بلد المستورد حسنة أم هناك تقلبات.

\* وسيلة الدفع و التقنية المستعملة: يقصد بها الوسائل و التقنيات التي سبق و أن تطرقنا إليها، حيث يجب أن تختار بعناية بالنظر إلى موضوع الصفقة و بالظروف المحيطة بها حيث إن حسن الاختيار يمكن أن يقلل أو يلغي خطر عدم الدفع.

\* طول آجال الدفع: إن موعد الدفع محدد في العقد التجاري المبرم بين المصدر و المستورد، و أي تاجر يؤدي إلى ارتفاع في شدة الخطر إذ أن هناك علاقة طردية بين شدة الخطر وآجال الدفع.

4.2. خطر استخدام الجزافي للضمانات ( خطر الاستعمال المفرط للضمان):

إن هذا الخطر يخص به المصدر الذي يقوم بالتزاماته التعاقدية ( المستفيد من الضمان) حقه بالمطالبة بالضمان متحججا بنقص في الخدمة أو في السلعة و بما أن الضمانات البنكية هي ضمانات لأول طلب و غير رجعية فإن البنك (الضامن) يدفع للمستفيد ثم يتفاوض مع متعامله.

لمواجهة مخاطر الاستيراد و التصدير:

السوق الخارجي أكبر بكثير من السوق المحلية. من خلال التصدير، يمكن للشركات الحفاظ على صدارة المنافسة. قبل التصدير ينبغي قياس المنافع مقابل التكاليف والمخاطر المرتبطة به. ما يلي هي عشرة نصائح يجب ان توضع في الاعتبار عند التصدير.

1. الحصول على المشورة و وضع خطة التسويق الدولي قبل البدء في التصدير. ينبغي أن تتضمن الخطة الأهداف والغايات، والمشاكل المتوقعة.

2. التزام الإدارة العليا لتصحيح المشاكل الأولية وتلبية اى متطلبات مالية.إلقاء نظرة بعيدة لمدى المطلوب للتصدير وحجمه حتى لا تنتج وتكدس ما انتجته فى المخازن.

3. حدد بعناية الموزعين الأجانب. يجب ان يمنح الموزع الدولي الصلاحيات والمعلومات الضروريه ليعمل بشكل مستقل أكثر وذلك بسبب صعوبات الاتصالات والنقل.

4. إرساء أساس لعملية مربحة والنمو.هذا يتم بدراسه السوق ومدى الحاجه الى المنتج او الخدمه وحجم المنافسه.

5. ينبغي أن يعامل الموزعين الأجانب مثل نظرائهم المحليين. العديد من الشركات  تقوم بتنفيذ الحملات الإعلانية والعروض والخصومات،و برامج الحوافز للمبيعات، فى السوق المحلى ولكن لا تقدم عروض مشابهة للموزعين على الصعيد الدولي لتساعدهم فى الترويج لما تعرضه للبيع.

6. لا تفترض أن تقنية التسويق التي تعمل في سوق ما, ستعمل تلقائيا في مناطق أخرى. كل سوق لها خصائصها التى لابد من تناولها على حدة لضمان النجاح.

7. يجب ان تكون على استعداد لإجراء تعديلات على المنتجات لتلبية اللوائح الأجنبية في بلدان أخرى. يجب على الشركات أن تأخذ في الاعتبار القوانين و اللوائح المتبعه في البلدان الأخرى.

8. ينبغي أن تطبع الرسائل المتعلقة بالبيع والضمانات بلغات مفهومة محليا. قد يكون الموزع لشركة الأجنبية يتحدث باللغة الإنجليزية، لكن من غير المرجح أن جميع موظفي المبيعات والخدمات لديهم هذه القدرة.

9. ينبغي تقديم خدمة متاحة بسهولة للمنتجات. ويمكن لشركة كسب سمعة سيئة عندما لا يتم توفير خدمات الدعم ما يباع فى الخارج.

10. الحصول على المعلومات الضروريه عن الدولهالتى تتعامل معها.يجب معرفه العادات والتقاليد السائده ومدى الإختلاففى التعبيرات المستخدمه حتى لا تسىء لاحد دون ان تشعر و تفقد السوق.

**قائمة مراجع المحور الثالث :**

**1-وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية ، إستراتيجية الصادرات المصرية ، السنة الأولى ، أغسطس 2001**

http://www.eeni.org/ar75.asp

. Baba Ahmed Mustapha, Introduction à l’assurance crédit et l’exportation ..

M. Benamar, Technique du commerce international. Edition techniple Paris 1996. P :175.

. شمعون شمعون، محاضرات في مقياس الصرف. دار الهومة 2002. ص:36.

**المحور الرابع : الوثائق المستعملة في الاستيراد و التصدير:**

**المطلب الأول: وثائق إثبات السعر:**

تتمثل في مختلف أنواع الفواتير المنصوص عليها من طرف بنك الجزائر، وفقا للمادة 7 من القانون 91-12 الصادر في 14/08/1991 و التي تتضمن:

- الإشارة إلى أطراف العقد.

- عنوان و رقم التسجيل في السجل التجاري.

- البلد الأصلي للمنتوج.

- طبيعة البضاعة أو الخدمة المقدمة.

- الكميةوالسعر الوحدوي الإجمالي.

- قيمة الفاتورة.

- تاريخ تحرير الفاتورة و تاريخ التسليم.

- شروط البيع و التسليم.

- تاريخ و طرق التسديد.

 و نميز بين مختلف الفواتير التالية[[32]](#footnote-33)1 :

**1. الفاتورة التجارية:Facture Commerciale**

تعتبر الفاتورة التجارية الوثيقة المحاسبية الأكثر أهمية في عمليات التبادل الدولي، ليس فقط لإثبات الديون و إنما للسماح للمصالح الجمركية بمراقبة البيانات المتعلقة بالبضاعة المشحونة.يجب أن ترفق هذه الفاتورة بالبضاعة المعنية، حيث يبين آجال الشحن كما يقوم المصدر بتحرير السعر الوحدوي المتفق عليه للبضاعة و وجهتها، إضافة إلى وجوب مطابقتها مع باقي المستندات و خاصة بوليصة الشحن من كافة النواحي من حيث: اسم المستورد،قيمة الاعتماد، البضاعة لكميتها و مواصفاتها.

**2. الفاتورة الشكلية:Facture Pro Forma**

تعتبر الفاتورة الشكلية فاتورة مبدئية مستعملة في عمليات التجارة الخارجية، إذ تحرر من طرف المصدر لصالح المستورد، وهذا قبل الاتفاق النهائي على الصفقة التجارية.تحتوي هذه الفاتورة على معلومات خاصة بالبضاعة: المبلغ الإجمالي، ثمن الوحدة، الوزن، الكمية، شروط البيع، فهي عموما لصالح المستورد إذ تسهل عليه الإجراءات الإدارية مثل الحصول على تأشيرة الاستيراد، كما تعتبر جزءا من مستندات الاعتماد المستندي في حالة اختياره كوسيلة دفع.

**3. الفاتورة المؤقتة: Facture Provisoire**

و هي الفاتورة التي تستعمل عندما لا تتوفر لدى المورد كل العناصر الضرورية، و التي تسمح له بتحرير فاتورة تجارية أو عندما تتعلق بالبضاعة التي تتعرض للنقصان أثناء الطريق، و بذلك يتم تحويل السعر، وهذه الأخيرة تكون متبوعة إجباريا بفاتورة نهائية( الفاتورة التجارية).

**4. الفاتورة القنصلية: Facture Consulaire**

هي فاتورة تجارية تحتوي على تأشيرة قنصلية بلد المستورد الموجودة في بلد المصدر، هذه التأشيرة هدفها الرئيسي هو إعطاء طابع رسمي للبيانات المذكورة فيها مثل: مصدر البضاعة و قيمتها.

**5. الفاتورة الجمركية: Facture Douanière**

هي فاتورة محررة و مؤقتة من طرف المصدر حسب الإجراءات المنصوص عليها من طرف مصلحة الجمارك، إذ يصرح بها لدى الجمارك فقط .

**المطلب الثاني: وثائق النقل:**

إن عملية نقل البضاعة ذات أهمية كبيرة، و قد تكون عن طريق البر أو الجو و هذا حسب طبيعة البضاعة و أسعار النقل و توفر الوسائل و غالبا ما تقوم به شركات النقل الكبيرة، و يمكن عرض بعض وثائق النقل قيما يلي:

**1. وثيقة النقل الجوي:(LTA) Lettre de Transport Aérien**

هي وصل استلام يثبت أن البضاعة قد أرسلت عن طريق الجو، و تحرر من طرف شركات النقل الجوي، و تحت مسؤولية المصدرLTAهي عقد قانوني توضح فيها وضع كل الأطراف غير قابل للتفاوض لأنها مقررة لشخص مسمى، فهي تعطي حق الملكية للمرسل إليه إلا النسخة الثالثة ذات اللون الأزرق تحتوي على ختم و إمضاء شركة النقل الجوي.

**2. وثائق النقل البحري:**

أ/ بوليصة الشحن البحري:BillofLading

وثيقة تعتبر كوصل تسلم البضاعة ، و مستند يؤكد ملكية البضاعة المذكورة فيها للجهة التي حرر لأمرها، حيث تعطي النسخة من بوليصة الشحن للشاحن بعد أن يتم شحن البضاعة.إن هذه البوليصة ترسل نسخة منها للمرسل و يمكن أن يظهرها في حالة بيع البضاعة، أو يظهرها لوكيل العبور لتخليص البضاعة من حوزة الجمارك، و تبقى نسخة منها لدى ربان السفينة ليرجع بها بعد عملية تفريغ السلع المشحونة. يقوم المصدر بإرسال نسخة للمستورد و بطريقتين مختلفتين و ذلك لضمان وصول إحداهما إليه.و أهم البيانات التي تحتويها بوليصة الشحن هي:

- اسم ربان السفينة الذي يقودها أثناء الرحلة.

- عدد الطرود أو الصناديق المشحونة ووزنها.

- اسم الميناء المرسل إليه للبضائع.

- اسم المستورد كاملا و عنوانه.

- رقم و تاريخ البوليصة و التوقيع.

و يذكر على هامشها عدد الطرود و علامتها و أرقامها و محتوياتها و أجرة الشحن.

ب/ سند الشحن: هذه الوثيقة تسمى "سند الشحن" لأنها ليست حجة للإرسال الفعلي للبضائع لكن حضورها فقط من اجل التعليمات المتعلقة بالنقل.يقوم الناقل بواسطة سند الشحن إثبات هوية الأطراف و البضائع واجب نقلها، و أجرة الحمولة الواجب دفعها و ذكر مبلغ التعويضات، مثلا بسبب هلاك البضاعة أو تلفها أو ذكر إعفاء الناقل من بعض الأضرار، فالوثيقة إذا هي وسيلة إثبات، حيث التزامات الناقل تبدأ من وقت تسليم البضاعة لحين تسليمها.

\* أشكال سند الشحن: يمكن أن يصدر سند الشحن على شكل:

- سند شحن كامل يعطي حق ملكية البضاعة كامل السند، لكن خطر الضياع أو السرقة يجعل هذا الشكل قليل الاستعمال.

- سند شحن مسمى: يبين عليه اسم المرسل إليه و هو الوحيد الذي له القدرة على حيازة البضاعة.

- سند شحن غير مسمى: هو صادر لأمر المستورد أو لبنكه (بنك الإصدار) فهو يسمح بانتقال ملكية البضاعة عن طريق التظهير.

 \* أنواع سند الشحن:

- مستند متسلم للشحن:في هذه الحالة البضاعة تكون تحت تصرف شركة الملاحة، و لكنها لم تشحن بعد على ظهر السفينة عند تحرير هذا المستند، فهي إذا من الممكن أن تشحن على ظهر سفينة غير التي حددت من قبل.

- مستند شحن على الظهر: هذا المستند يبين أن البضاعة قد شحنت على ظهر السفينة.

- سند الشحن المباشر:هو سند شحن من نوع تقليدي يحرر من قبل شركة النقل البحري و يغطي وسائل نقل مختلفة فهو يحدد ميناء الإقلاع، و في هذه الحالة تشحن البضاعة على ظهر سفينة غير مسماة.

3. وثائق النقل البري:

أ/ النقل عن طريق السكك الحديدية: هو وصل إرسال بسيط يثبت بأن البضاعة قد أرسلت من الخارج عن طريق السكك الحديدية، و هي تحرر على ستة نسخ ذات نفس اللون، و تفرقها الأرقام الموجودة عليها باللون الأحمر. أما النسخة رقم 04 تحتوي على عبارة "نسخة أصلية لرسالة النقل البري". تمثل هذه الوثيقة مستند الإرسال الذي لا بد أن يؤشر عليه بطابع محطة الإقلاع، هذا السند محرر إلزاميا لشخص مسمى، أي لا يمكن في أي حال من الأحوال تداول عن طريق التظهير.

ب/ رسالة النقل البريدي الدولي: الاتفاقية الدولية لنقل البضاعة عن طريق البر تنص على مستند خاص يسمى رسالة النقل البري الدولي، و التي تصدر بأشكال مختلفة، وهذا راجع لتنوع و كثرة مؤسسات النقل،

فهي تمتلك الخصوصيات العامة لرسالة النقل الجوي و رسالة النقل بالسكك الحديدية تعطي للبنك إمكانية إرسال البضائع تحت اسمها، و ذلك لأجل الاحتفاظ بالرقابة على البضاعة، فإن هذه الطريقة تعتبر صعبة في النقل البري و ذلك راجع إلى صعوبات التخزين في مؤسسات النقل.

ج/ الوصول البريدية: هو وصل إرسال البضائع عن طريق البريد و المواصلات أو عن طريق شركة البريد السريع، وهو محررا إجباريا لشخص مسمى و تستطيع البنك أن ترسل البضاعة تحت اسمها، و يشمل هذا الوصل عدة معلومات منها: اسم المرسل إليه، وزن الطرد، عنوان المرسل إليه و معلومات أخرى.

**المطلب الثالث: الوثائق الإدارية:**

1. شهادة المنشأ[[33]](#footnote-34)1 :

تحرر من طرف السلطات المعنية بعمليات الاستيراد و التصدير، كالغرفة التجارية، حيث يثبت فيها مصدر (منشأ) السلع و البضائع، أي في أي بلد أنشئت هذه الأخيرة، و يجب أن تكون:

- محررة من طرف المنتج أو المصدر.

- أن يذكر بها اسم و عنوان المصنع المنتج للبضاعة و منشئها.

- أن يكون موضح عليها منشأ الخامات الداخلة في إنتاج البضاعة.

2. شهادة الصحة و النوعية[[34]](#footnote-35)2 :Certificat Sanitaire

هي وثيقة إدارية تصدرها السلطات أو المصالح الإدارية المكلفة بالجانب الصحي للبضاعة، حيث أنه ملزم على جميع المنتجين للمواد الاستهلاكية أن يقوموا بتحديد تاريخ الإنتاج و نهاية الصلاحية على الغلاف الخارجي أو الداخلي لها، و هذا لكي تسهل الرقابة على البضائع على المستوى الوطني، و ذلك لضمان صحة المستهلك و عدم تصدير بضاعة فاسدة.

في حالة التصدير تقوم مصلحة الجمارك بطلب وثيقة أو شهادة الصحة للسماح بعبور البضاعة إلى الخارج، نفس الشيء في حالة استيرادها، تأخذ عينة من هذا المنتوج و تحلله، هذا الفحص تقوم به مصلحة التحليل و المراقبة المتواجدة في بلد المستورد أو المصدر.

و تحتوي شهادة الصحة على معلومات خاصة بالبضاعة:

- طبيعة و نوعية البضاعة.

- يوم وصول البضاعة.

- وسيلة النقل.

- رقم الحاويات.

- اسم المستورد و المصدر.

- تصريح عن تلك المواد و مدة صلاحيتها، ابتداء من تاريخ إصدار شهادة الصحة و النوعية.

و تكمن أهمية الشهادة الصحية في أنها تحمي المستهلك بضمان وصول السلع الاستهلاكية إليه في وقتها المحدد، وقبل انتهاء صلاحيتها حتى لا يكون هناك ضرر عليه، و هي ضرورة عند عبور السلع من بلد إلى آخر.

3. شهادة المطابقة:

هي وثيقة إدارية تحتوي مجموعة من المقاييس التي تخضع لها البضاعة فالمستورد عندما يقوم بطلب السلعة أو البضاعة يجب أن يتأكد من أنها هي نفسها، و تطابق نفس المواصفات المطلوبة، من حيث الكمية و النوعية و تحرر هذه الشهادة من طرف أجهزة الرقابة المخصصة لذلك و تحتوي على المعلومات خاصة بالبضاعة منها:

- اسم البضاعة. – نوع البضاعة. – كمية البضاعة. - اسم المصدر و عنوانه (صاحب البضاعة).

تظهر أهميتها في أنها تمنع تسرب المواد المهربة أو الممنوعة داخل التراب الوطني.

**المطلب الرابع: الوثائق الجمركية و التأمين:**

**1.الوثائق الجمركية:**

1.1. التصريح الجمركي:

تخضع كل بضاعة تدخل التراب الوطني أو تخرج منه إلى عملية جمركية، إذ أن أهم التزام للمستورد أو المصدر إعداد و تقديم وثيقة تعرف بالتصريح الجمركي، و هذا الأخير يضم كل المعلومات الخاصة بالبضاعة.

إذا التصريح الجمركي هو وثيقة محررة وفقا للأشكال المنصوص عليها في أحكام القانون، يبن فيها المصرح العناصر المطلوبة لاحتساب الحقوق و الرسوم.

و بمجرد قبول و تسجيل التصريح من طرف الجمارك فإنه يصبح عقدا حقيقيا و رسميا، و هو ورقة إثبات تودع لدى مصلحة الجمارك في مدة أقصاها 21 يوم و تحرر في أربع نسخ، يحتفظ المصرح بواحدة، الثانية تودع لدى البنك، الثالثة لدى نيابة مديرية المحاسبة، أما النسخة الرابعة لدى مصلحة الجمارك.

2.1. دفتر : [[35]](#footnote-36)1ATA

هو عبارة عن وثائق جمركية دولية تسمح بالتصدير المؤقت للمنتجات المحلية دون التعرض للإجراءات المؤقتة.

الرمز ATA يقصد به:

- بالفرنسية: Admission Temporaire

- بالانجليزية: Temporary Admission

- بالعربية: القبول المؤقت.

دفتر ATA متوفرة لدى المؤسسات التي تحصل عليه من طرف الغرفة التجارية و الصناعية التي تبنت الاتفاقية الدولية: اتفاقية بروكسل الدولية في :06/12/1961 و اتفاقية اسطنبول في 26/06/1990، و ذلك لتسهيل الإجراءات و العمليات الجمركية.

دفاترATA تسمح بالقبول المؤقت كما يلي:

- عينات تجارية

- منتجات موجهة للمعارض و التظاهرات التجارية.

و لا يسمح باستعماله فيما يخص المواد الاستهلاكية و المنتجة الموجهة للتحويل أو التصليح، و يسمح باستعماله لمدة سنة فقط، و فيما يخص الفائدة التي يقدمها.

- تخفيض التكاليف للمصدرين بإلغاء الرسوم على القيمة المضافة.

- البلدان المتبنية لدفتر ATA غير ملزمة بتقديم ضمانات للجمارك.

- يسهل عبور الحدود، و يسمح للمصدرين و المستوردين باستعمال وثيقة واحدة لجميع الإجراءات الجمركية

 اللازمة.

بواسطة دفتر ATA فإن رجال الأعمال اللاجئين للخارج يستطيعون القيام بالإجراءات الجمركية و ذلك بتكاليف محددة من قبل التنقل إلى أكثر من بلد بواسطة دفتر ATA واحدة لمدة سنة،و كذلك الرجوع إلى البلد الأصلي بالمنتوج بدون أي مشكل.

**2.وثائق التأمين:**

و تتعلق بالنقل البري، الجوي، البحري للبضائع المعرضة للأخطار التي تستوجب الحماية عن طريق التأمين، و لتجنب هذه الأخطار فإنه تستعمل الوثائق التالية:

1.2. بوليصة التأمين: Police d’Assurance

هي عقد محرر بين المؤمن و المؤمن له، يبين الشروط العامة المتفق عليها بين الطرفين و كذا حقوق و واجبات كل منهما، و يجب أن تكون مؤرخة بنفس تاريخ سند النقل. إذا بوليصة التأمين تتمثل في المستندات التي تؤمن على البضاعة المرسلة ضد المخاطر التي قد تنجم أثناء عملية النقل و لها أهمية كبيرة بالنسبة للبنك لأن البضاعة تعد بمثابة ضمان في حالة تخلف المستورد عن دفع قيمتها.

2.2. الملاحق: Avenant

هي وثيقة تحرر عند إجراء تعديلات أو تغييرات في نصوص بوليصة التأمين لأن التعديلات تتضمن تسميات مستفيدين جدد و تدعى:" ملحق التوكيل" .« D’Avenant Délégation »

3.2. شهادة: Certificat

عبارة عن وثيقة صادرة عن المؤمن تثبت صحة وجود بوليصة التأمين، و وثائق التأمين تبين:

- تاريخ الاكتتاب. – التزامات المؤمن له.

- وصف السلعة. – اسم المؤمن له.

- تعليمات الناقل. – عدد النماذج المحررة.

- الأخطار المحمية. – طرق إثبات الضرر.

**قائمة مراجع المحور الرابع :**

Chibani Rabah, Le Vade-Mecun de l’import-export. Edition ENAG 1997 .. .

. د. محمد الفيومي، نظم المعلومات المحاسبية، الدار الجامعية. 1990.

. طاهر لطرش، تقنيات البنوك. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2001.

**المحور الخامس : وسائل الدفع في التجارة الخارجية**

**المبحث الاول : وسائل الدفع التقليدية**

**المطلب الاول:** **وسائل الدفع المباشرة**

هي عمليات قصيرة الأجل تتمثل في:

**1. الدفع نقدا**: هي أبسط طرق الدفع، تستخدم في الدول النامية بكثرة لصعوبة تحويل عملاتها، أما بالنسبة للجزائر فلا تستعمل هذه الوسيلة للتعاملات الخارجية.

**2. التحويل عن طريق الرسائل**: يقوم المشتري بملأ استمارة متعلقة بمعلومات البائع مع بريد البنوك، و لكنها قليلة الاستعمال لكون التحويل يستغرق وقتا طويلا.

**3. التحويل بالتلكس**: يقوم المشتري بطلب من بنكه بجعل حسابه مدينا لصالح البائع باستعمال التلكس، و هي أكثر استعمالا لقلة التكاليف و لسرعة التحويل.

**4. التحويل بواسطة السويفت**: هي عبارة عن شبكة اتصال دولية خاصة بين البنوك المختلفة و تعمل بالإعلام الآلي،و تتميز بسهولة الربط بين البنوك المشتركة و سرعة التنفيذ و قلة التكاليف، و قد تم استعمالها لأول مرة في:03/05/1973، و تكونت بفضل 239 بنك من 15 بلد، و سبب ظهورها هو العيوب و المشاكل التي تعود على وسائل الاتصال الكلاسيكية.

ظهرت هذه الوسيلة لأول مرة في الـ :و.م.أ ثم أوربا، لكن تواجدها في إفريقيا و القارات الأخرى يبقى في إطار ضيق.

**المطلب الثاني:** **الدفع عن طريق الأوراق التجارية .**

**1. الكمبيالة:** الكمبيالة و هي ورقة تجارية محررة بأمر الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه لفائدة شخص ثالث يدعى المستفيد بدفع مبلغ معين بتاريخ معين.

و عليه تتضمن الكمبيالة ثلاثة أشخاص و في بعض الأحيان يكون الساحب هو نفسه المستفيد، حيث في هذه الحالة تحمل الكمبيالة عبارة:"ادفعوا لنفسي"[[36]](#footnote-37)

**-أنواع الكمبيالة** :يوجد ثلاثة أنواع و هي:

1- الكمبيالة العادية:عند تسليم البضاعة المصدر تستلم الكمبيالة عن طريق قنوات مصرفية مع جميع الوثائق المرافقة لها . حتى هذه الحالة تكون الكمبيالة محررة بلغت متفق عليها مع مطابقة صيغها بقوانين البلد المستورد.

الكمبيالة المقبولة سوف تبعث إلى المصدر أو المستفيد و موعد الاستحقاق يكون أسبوعين أو ثلاثة قبل تسليم البضاعة فالمصدر يقدم الكمبيالة للبنك و يستلم أمواله.

2-الكمبيالة في إطار التحصيل المستندي:

يتم استلامها بنفس الطريقة إلا أن البنك في هذه الحالة يشترط بان يكون التحصيل المستندي و التجاري ضروريان من اجل اخذ ملكية البضاعة و تخليصها في الجمارك.

3-الكمبيالة في إطار الاعتماد المستندي:

لا تختلف عما ذكرنا في النوعين، إلا أن البنك في هذه الحالة هو الذي يقوم بفتح الاعتماد لصالح المصدر و يقبل الأوراق المالية المسحوبة عليه.

**2. الشيك:** "و هو من بين وسائل الدفع الأكثر انتشار إلى جانب النقود الورقية، و هو عبارة عن وثيقة أمر بالدفع الفوري للمستفيد للمبلغ المحرر عليه، و قد يكون المستفيد شخصا معروفا و مكتوبا عليه اسمه في الشيك، و قد يكون غير معروف إذا كان الشيك محررا لحامله.

و لهذا فالشيك هو عبارة عن سند لأمر دون أجل، وهو يشبه الكمبيالة باعتباره يتضمن عملية بين ثلاثة أشخاص الساحب أو صاحب الحساب و المسحوب عليه الذي يكون عادة البنك و المستفيد"[[37]](#footnote-38)1.

-**أنواع الشيك**: هناك أنواع عديدة من الشيكات أهمها :

أ‌- شيك المؤشر: يحرر من طرف البنك من طرف المستورد وهو التزام البنك المباشر بالدفع ويؤكد أن المؤسسة بها رصيد ايجابي في حساباتها .

ب- الشيك المؤكد: هو التزام إلى البنك عند تحرير الشيك و التأكد أن هناك رصيد أي أنها تقدم تأكيد على أن الأموال كافية لمدة معينة ولعون اقتصادي معين.

**3. السند الآمر:** هو سند محرر يلتزم بمقتضاه المدين ( المشتري) بدفع مبلغ معين للمستفيد (البائع) في تاريخ محدد و هو قابل للتظهير التداول.

**المبحث الثاني:** **وسائل الدفع الحديثة**

تتعرض التجارة الخارجية لمشاكل مختلفة أهمها البعد الجغرافي، الذي يمكن أن يولد نوعا من عدم الثقة، بالإضافة إلى صعوبة اختيار و تحديد مكان الاستحقاق. كما أن المستورد عند شرائه لبضاعة ما يرغب في التأكد من أنها سوف تصله مطابقة للمواصفات المتفقة عليها في العقد، و المصدر أيضا معرض إلى أخطار و هذا عند إرسال البضاعة دون أن يصله مبلغها في الموعد المحدد فينجم عن ذلك لجوء المتعاملين إلى استعمال تقنيات التسديد المبنية على الأمانة و السرعة و قلة التكاليف،و تتمثل هذه الثقة في كل من الاعتماد المستندي و التحصيل المستندي

**المطلب الاول :الاعتماد المستندي**

**1. تعريف الاعتماد المستندي:**

تعتبر الاعتمادات المستندية إحدى أبرز وسائل الدفع التي تتميز بالأمن و سعة الانتشار و الاستعمال في التجارة الخارجية.

و عليه يمكن تعريف الاعتماد المستندي كما يلي:" الاعتماد المستندي هو تعهد كتابي صادر من بنك بناء على طلب المستورد لصالح المصدر، يتعهد فيه البنك بدفع أو قبول كمبيالات مسحوبة عليه عند تقديمها مستوفاة للشروط الواردة بالاعتماد"[[38]](#footnote-39)1.

كما يمكن تعريفه أنه: اتفاق بنكي من أجل تسديد الصفقات التجارية الدولية و التأمين الأطراف المعنية، كما يعير ضمان الدفع تحت شروط القرض المتفق عليها بين المستورد و المصدر و البنوك الوسيطة.

من هذين التعريفين يمكن أن نستخلص ما يلي:

- الاعتماد ألمستندي هو اتفاق بنكي لتسوية المعاملات التجارية الدولية.

- هو ضمان بالدفع عند احترام بنود و شروط الاعتماد.

- هو طريقة دفع تعتمد أساسا على الوثائق و ليس على البضاعة.

- هو ضمان الأطراف المعنية.

**2. أطراف الاعتماد ألمستندي:**

إن عملية الاعتماد ألمستندي تتطلب عدة أطراف و هي:

- طالب فتح الاعتماد (المستورد).

- المستفيد (المصدر).

- البنك فاتح الاعتماد (بتك المستورد).

- البنك مبلغ الاعتماد (المصدر).

**3.أنواع الاعتماد المستندي**[[39]](#footnote-40)1**:**

تنقسم الاعتمادات المستندية حسب قوة الالتزام إلى:

- اعتماد مستندي قابل للإلغاء.

- اعتماد مستندي غير قابل للإلغاء.

- اعتماد مستندي معزز و غير قابل للإلغاء.

**أ/ - الاعتماد المستندي القابل للإلغاء:**

يظهر هذا النوع من الاعتماد عندما تقوم بنك المستورد بفتح اعتماد مستندي لصالح زبونه (المستورد) و إعلام المصدر بذلك، و لكن دون أن يلتزم أمامه بشيء، و عليه فإن الاعتماد المستندي القابل للإلغاء لا يعد ضمانا كافيا لتسوية ديون المستورد اتجاه المصدر، ومن الممكن أن يلغى في أية لحظة.

و هذه السلبيات تجعل من هذا النوع من الاعتمادات المستندية نادرة الاستعمال .

**ب/ الاعتماد المستندي غير القابل للإلغاء:**

الاعتماد المستندي غير القابل للإلغاء أو القطعي هو الآلية التي بموجبها يتعهد بنك المستورد بتسوية ديون هذا الأخير اتجاه المصدر، و هو غير قابل للإلغاء لأن بنك المستورد لا يمكن أن يتراجع عن تعهده بالتسديد ما لم يتحصل على موافقة كل الأطراف.

**ج/ الاعتماد المستندي غير القابل للإلغاء و المؤكد:**

 هي ذلك النوع من الاعتمادات المستندية الذي تتطلب تعهد بنك المستورد فقط، بل تتطلب تعهد بنك المصدر على شكل تأكيد قبول تسوية الدين الناشئ عن تصدير البضاعة. و نظرا لكون هذا النوع من الاعتمادات يقدم ضمانات قوية فهو يعتبر من بين الآليات الشائعة الاستعمال.

**4-أهمية الاعتماد المستندي**

• بالنسبة للمصدر، يكون لديه الضمان - بواسطة الاعتماد المستندى - بأنه سوف يقبض قيمة البضائع التى يكون قد تعاقد على تصديرها وذلك فور تقديم وثائق شحن البضاعة إلى البنك الذي يكون قد أشعره بورود الاعتماد.

• وبالنسبة للمستورد، فإنه يضمن كذلك أن البنك الفاتح للاعتماد لن يدفع قيمة البضاعة المتعاقد على استيرادها الا بتقديم وثائق شحن البضاعة بشكل مستكمل للشروط الواردة في الاعتماد المستندى المفتوح لديه.

5 . إرسال البضاعة

المصدر

المستورد

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 7. تسليم الاموال | 6. تسليم المستندات | 8. إرسال الوثائق العقد التجاري4. تبليغ بفتح الاعتماد | 11. جعل حساب المستورد مدين | 2. طلب فتح الاعتماد | 10 . تسليم الوثائق |

بنك الإصدار

3.فتح الاعتماد عند مراسله.

بنك الإشعار

9. تحويل الأموال

 **الشكل رقم(1) :** سير عملية الاعتماد المستندي.

Source : Vincenzo bona, Exporter, édition Foucher, Paris 1992 p :403

**5-الخطوات العملية للاعتماد المستندي**

 (1)يتعاقد البائع مع المشتري، ويتعهد المشتري دفع الثمن بواسطة اعتماد مستندي.

(2)يطلب المشتري من بنكه أن يفتح اعتمادا مستنديا لصالح البائع مبينا الشروط التي اتفق هو عليها مع هذا البائع.

(3)يدرس البنك طلب العميل، وبعد الموافقة وتحديد شروط التعامل، يقوم بإصدار الاعتماد وارساله للبنك المراسل في بلد البائع.

(4)يقوم البنك المراسل بتبليغ الاعتماد للبائع المستفيد، مضيفا تعزيزه على ذلك عند الاقتضاء.

(5) و (6)يسلم البائع السلعة إلى ربان السفينة، الذي يسلمه وثائق الشحن

(7) و (8)يسلم البائع المستندات ووثائق الشحن إلى البنك المراسل الذي يدفع له ثمن سلعته بعد التحقق من تطابق المستندات مع شروط الاعتماد.

(9)يرسل البنك المراسل المستندات إلى البنك المصدر الذي فتح فيه الاعتماد من طرف المشتري.

(10) و (11)يسلم البنك المصدر في بلد المشتري المستندات إلى طالب فتح الاعتماد مقابل السداد حسب الاتفاق بينها.

(12) و (13)يسلم المشتري المستندات إلى وكيل شركة الملاحة في ميناء الوصول الذي يسلمه السلعة.

(14)يقوم كل من البنك المصدر والبنك المراسل بترتيبات التغطية بينهما بحيث يتم تصفية العلاقات بشكل نهائي.

**المطلب الثاني : التحصيل المستندي**

**1. تعريف التحصيل المستندي:**

التحصيل المستندي هو آلية يقوم بموجبها المصدر بإصدار كمبيالات و إعطاء كل المستندات إلى البنك الذي يمثله، حيث يقوم هذا الأخير بإجراءات لتسليم المستندات إلى المستورد أو إلى البنك الذي يمثله مقابل تسليم مبلغ الصفقة أو قبول الكمبيالة[[40]](#footnote-41)1. إذا التحصيل المستندي هو الأمر المعطى من طرف المصدر لبنكه لتحصيل مبلغ من المال من المستورد مقابل تسليم المستندات.

**2. الأطراف المتداخلة في التحصيل المستندي**[[41]](#footnote-42)2.

يتدخل في عملية التحصيل أربعة أطراف:

**أ/ الآمر (المصدر):**وهو الذي يقوم بجمع المستندات و إرسالها إلى بنكه مع الأمر بالتحصيل.

**ب/ بنك المصدر:** يتم استقبال المستندات من طرف المصدر و يقوم بدوره بإرسالها إلى البنك المكلف بالتحصيل حسب الإجراءات المطلوبة.

**ج/ المستورد:** تقدم له المستندات مقابل الدفع أو القبول.

**د/ البنك المكلف بالتحصيل**: و هو المكلف بالتحصيل أو القبول من طرف المستورد طبقا لأوامر البائع قبل الدفع.

**3. أنواع التحصيل المستندي:**

**أ/ تسليم المستندات مقابل الدفع:** يكون الدفع في هذه الحالة نقدي بحيث يتمكن المستورد أو بنكه من استلام المستندات، لكن بعد القيام بتسديد مبلغ البضاعة.

**ب/ تسليم مستندات مقابل القبول:** في هذه الحالة يقوم المستورد بتوقيع ورقة تجارية لصالح المصدر بمبلغ البضاعة، و يقوم المصدر بالاحتفاظ بها مع المستندات إلى غاية تاريخ الاستحقاق، تسمح هذه الطريقة بالحصول على مهلة للتسديد.

ج- **قبول الدفع مع تسليم المستندات مقابل الدفع في الاستحقاق**:

وهو أن البنك المكلف بالتحصيل يقدم للمشتري سفتجة من أجل القبول و يقوم في نفس الوقت بالاحتفاظ بها مع المستندات إلى غاية الاستحقاق، وسلم المستندات في وقت الاستحقاق وهذا المشكل نادر الاستعمال

4**-اهمية التحصيل المستندي**

* بالنسبة للمصدر

- تحقق هذه الأداة درجة عالية من المرونة و السرعة و توفير الوقت و الجهد في تنفيذ عمليات التجارة الخارجية

- تجنب الكثير من المشكلات التي قد تنجم عن طول و تعقد الإجراءات الخاصة بتعديل الاعتماد المستندي

* بالنسبة للمستورد

- توفير الكثير من الجهد و الإجراءات التي يتطلبها فتح الاعتماد المستندي

-تجنب الكثير من المشكلات الخارجية المتعلقة بإجراء التعديلات على شروط فتح الاعتمادات المستندية و التي تستلزم بالضرورة موافقة كل من الأطراف المتعلقة بالعملية الاستيرادية

5-الخطوات العملية التحصيل المستندي

يقوم الطرفان ] المستورد والمصدر[ بإبرام عقد تجاري، وتحدد طريقة التسديد بواسطة تحصيل مستندي.

* يرسل المصدر البضاعة إلى بلد المستورد.
* يقوم المصدر بتسليم الوثائق التي تثبت إرسال البضاعة إلى بنكه.
* يقوم بنك المصدر بتحويل هذه الوثائق إلى بنك المستورد.
* يقوم المستورد بدفع ثمن البضاعة نقدا أو بقبول الكمبيالة المسحوبة عليه على مستوى بنكه.
* يقوم بنك المستورد بتسليم الوثائق لعميله.
* يستلم المستورد البضاعة بعد تقديمه الوثائق للشاحن.
* يقوم بنك المصدر بتحويل ثمن البضاعة إلى حساب عميله.

- مـزايا وعيـوب التحصيـل المستنـدي : (1).

توفر عملية التحصيل المستندي عددا من المزايا لكل من المستورد والمصدر على السواء نذكر منها :

* عملية التحصيل المستندي تتميز بالبساطة وقلة التكلفة .
* تتيح للمشتري ( المستورد) الوقت لمعاينة البضاعة المشحونة إليه بعد وصولها أو مراجعة المستندات بدقة قبل سداد ثمنها، كما أن السداد يؤجل إلى حين وصول البضاعة.
* تسليم المستندات للمشتري متوقف على رغبة البائع،إما بحصوله على قيمة المستندات فورا من المشتري أو إعطائه مدة للدفع مقابل توقيعه على كمبيالة وهذا يتوقف على مدى ثقة البائع في المشتري.

غير أن هذه العملية لا تخلو من العيوب كونها لا توفر أي إلتزام من طرف البنوك لصالح أي من الطرفين، سواء بضمان الدفع لصالح المصدر أو مراقبة مطابقة الوثائق للإتفاق لصالح المستورد،بل يقتصر دور البنوك على تحويل الوثائق مقابل تحصيل ثمنها مما يؤدي إلى:

* تعرض المصدر لمخاطر عدم التسديد أو عدم قبول الكمبيالة من طرف المستورد بعد إرسال البضاعة .
* في حالة رفض المشتري للبضاعة فإن البائع سوف يتكبد بعض الغرامات و المصاريف مثل غرامة عدم تفريغ البضاعة من السفينة أو سداد مصاريف تخزين وتأمين...إلخ.

كما أنه إذا حدث تأخير في وصول البضاعة فإن البائع سيتأخر بالتالي في إستلام قيمة البضاعة.

(1). مدحت صادق: ، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2001 ، ص 34 .

**المحور السادس : طرق التسليم في التجارة الخارجية**

تتمثل عمليات التجارة الخارجية في انتقال مختلف السلع و الخدمات بين الدول , حيث تمر بعدة أطراف بصفة مباشرة أو غير مباشرة , وحتى تكون عملية انتقال البضاعة قانونية و ذات مصداقية، يجب أن يكون هنالك مصدر, مستورد و بنوك تجارية و تمثل الأطراف المباشرة في التجارة الخارجية ومن جهة أخرى الناقل , التأمين و رجل العبور (وكيل البيع) وتمثل الأطراف غير المباشرة في التجارة الخارجية

مع تزايد هذه المعاملات التجارية بين الدول، واختلاف القواعد القانونية والمصطلحات التجارية المطبقة فى دول العالم، نشأت الحاجة إلى وضع قانون تجارى دولى يوحِّد القواعد القانونية التى تحكم المعاملات التجارية بين الدول ويفسر مصطلحات التجارة الدولية. وفى سنة 1936، أصدرت الغرفة التجارية الدولية مجموعة من التعاريف والمصطلحات المستخدمة فى التجارة الدولية لتجنب اختلاف تفسير هذه المصطلحات فى مختلف دول العالم، وقد عُرٍفت هذه القواعد باسم قواعد الإنكوتيرمز.

**المبحث الأول : ماهية التسليم وطرقه في التجارة الدولية :**

**المطلب الأول: مفهوم التسليم :**

إن من المهم ملاحظة أن مصطلح (التسليم) يستعمل بمعنيين مختلفين:

الأول: يستعمل لتحديد متى يفي البائع بالتزام التسليم , و يستعمل أيضاً في سياق التزام المشتري بقبول استلام البضاعة .

ثانيا : أن يكون الشاري ملتزم بإستلام البضاعة .

وهذا الالتزام الأخير مهم لتفادي النفقات غير الضرورية لتخزين البضاعة إلى أن يتم استلامها من قبل المشتري, وهكذا فعلى سبيل المثال، وبموجب العقود وفق المصطلحين (CIF) (CFR) فان المشتري ملزم بقبول نقل البضاعة واستلامها أيضا من الناقل وإذا ما عجز المشتري عن القيام بذلك فقد يصبح عرضة لدفع الأضرار للبائع الذي أبرم عقد النقل مع الناقل أو يتعين على المشتري بدلا من ذلك تسديد غرامات التأخير المترتبة على البضاعة للحصول على تخلي الناقل عن البضاعة له , و عندما يذكر في هذا السياق أن على المشتري أن يقبل النقل فان هذا لا يعني أن المشتري قد قبل البضاعة على أنها مطابقة لعقد البيع ، بل انه قبل فقط أن البائع قد نفذ التزامه بتسليم البضاعة للنقل وفق عقد النقل الذي يترتب عليه إبرامه , وهكذا فإذا كان المشتري عند استلامه للبضاعة في نقطة المقصد لم يجد أن البضاعة مطابقة للشروط الواردة في عقد البيع ، فانه يستطيع استخدام أية وسيلة يوفرها له عقد البيع و القانون النافذ بحق البائع .

**المطلب الثاني : مفهوم الشروط التجارية الدولية**

الشروط التجارية الدولية هي سلسلة من شروط المبيعات العالمية والتي يتم استخدامها بشكل واسع في العالم , يتم استعمال هذه الشروط من أجل تقسيم وتوزيع تكاليف ومسؤوليات الصفقات التجارية ما بين البائع والمشتري وبشكل يعكس ممارسة النقل الحديثة. ترتبط هذه الشروط بشكل وثيق مع ميثاق الأمم المتحدة لعقود مبيعات السلع العالمية.

## المطلب الثالث : مجال التطبيق

تبحث هذه الشروط في الأسئلة المرتبطة بتوصيل المنتجات من البائع للمشتري. يشتمل هذا على ما يلي: حمل المنتج، ومسؤوليات الاستيراد والتصدير والتخليص، ومن يدفع لماذا، وعلى كاهل من تقع مخاطر حالة المنتجات في المواقع المختلفة من عملية النقل. تستعمل هذه الشروط دوماً مع المواقع الجغرافية ولا تتعامل بنقل الملكية.

يتم ابتكار ونشر هذه الشروط من قبل [غرفة التجارة العالمية](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%BA%D8%B1%D9%81%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A9). تعتبر النسخة الإنجليزية هي النسخة الرسمية والأصلية للشروط التجارية الدولية لسنة 2000، والتي تم إقرارها من قبل [مجلس الأمم المتحدة لقانون التجارة العالمية](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%B3_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%85%D9%85_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%A9_%D9%84%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86_%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A9).



**الشكل (1) يوضح مخطط لرحلة البضاعة من البائع إلى المشتري**

**المطلب الرابع :** [**غرفة التجارة العالمية**](http://www.iccwbo.org/)

تأسست غرفة التجارة الدولية في عام [1919](http://ar.wikipedia.org/wiki/1919) بهدف عام ما زال قائما دون تغيير ألا وهو: خدمة قطاع الأعمال الدولي عن طريق تعزيز [التجارة](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9) والاستثمار وفتح الأسواق للسلع والخدمات والتدفق الحر [لرأس المال](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B1%D8%A3%D8%B3_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%84).

ويعود الفضل في قوة الدفع الأولى لجهود الغرفة لرئيسها الأول، إتيان كليمنتل, وهو وزير تجارة فرنسي سابق. وبفضل ما كان يتمتع به من نفوذ تم تأسيس الأمانة العامة للغرفة في باريس، وكان دوره محوريا في إنشاء محكمة التحكيم الدولية التابعة للغرفة في عام [1923](http://ar.wikipedia.org/wiki/1923) .

وقد ذاع صيت الغرفة بحيث تخطى مرحلة الاعتراف بها منذ تلك الأيام التي أعقبت الحرب عندما اجتمع قادة قطاع الأعمال من دول الحلفاء لأول مرة في مدينة أتلانتك. وقد ضمت النواة الأولى للغرفة ممثلين من القطاع الخاص في [بلجيكا](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%84%D8%AC%D9%8A%D9%83%D8%A7) [وبريطانيا](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%B7%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A7) [وفرنسا](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D8%B1%D9%86%D8%B3%D8%A7) [وإيطاليا](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A%D8%B7%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A7) [والولايات المتحدة](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%84%D8%A7%D9%8A%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D8%A9) ثم توسعت لتصبح منظمة أعمال دولية تضم في عضويتها آلاف الشركات والهيئات في حوالي 130 بلدا. ويوجد من بين الأعضاء عدد كبير من الشركات الأكثر نفوذا في العالم وتمثل كل القطاعات الصناعية والخدماتية.

و تعتبر غرفة [التجارة](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9) الدولية بأنها الصوت الذي يرتفع مدافعا عن قطاع [الأعمال](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84) العالمي باعتباره عامل قوة للنمو الاقتصادي وإيجاد الوظائف , ونظرا لتداخل الاقتصاديات الوطنية بشكل وثيق في هذه الأيام فإن القرارات الحكومية أصبحت ذات أبعاد وعواقب دولية أقوى بكثير مما كانت عليه في الماضي. وتستجيب غرفة التجارةالدولية كونها المنظمة الوحيدة المعنية حقا بقطاع [الأعمال](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84) العالمي لهذا التحدي بإصرارها على طرح وجهات نظر قطاع الأعمال والتعبير عنها. وتغطي نشاطات الغرفة نطاقا واسعا يشمل من بين قضايا أخرى [التحكيم](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%83%D9%8A%D9%85) وتسوية النزاعات والدفاع عن التجارة الحرة [واقتصاد السوق](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D9%82)، والتنظيم الذاتي لمؤسسات الأعمال، ومحاربة الفساد أو مكافحة الجريمة التجارية.

تحتفظ الغرفة بوسائل اتصال مباشرة مع الحكومات المختلفة حول العالم عبر لجانها [الوطنية](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9). وتقوم الأمانة العامة للمنظمة من مقرها في باريس بتزويد الهيئات الحكومية الدولية بوجهات نظر قطاع الأعمال بشأن القضايا التي تؤثر بشكل مباشر في عمليات التجارة والأعمال.

## المطلب الخامس: مصطلحات متعلقة بطرق التسليم

هناك ترجمة موافق عليها ب 31 لغة وهي متوافرة لدى اللجان الوطنية لغرفة التجارة العالمية.

* مجموعة E - الانطلاق:
	+ EXW : [تسليم المصنع](http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D8%AA%D8%B3%D9%84%D9%8A%D9%85_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D9%86%D8%B9&action=edit&redlink=1) (يتم تحديد المكان): يقوم البائع بتجهيز البضاعة في مبانيه.
* مجموعة F - الحمولة الأساسية غير مدفوعة:
	+ FCA : [ناقل حر](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%A7%D9%82%D9%84_%D8%AD%D8%B1) (يتم تحديد المكان): يقوم البائع بتسليم البضاعة إلى الناقل الأول (الذي يحدده المشتري) وفي مكان محدد وتكون البضاعة جاهزة للتصدير. يعتبر هذا المصطلح مناسباً لكل أساليب النقل، مثل النقل الجوي والنقل عبر القطارات والنقل البري وأسلوب النقل المتعدد.
	+ FAS : [خالص المصاريف حتى رصيف الشحن](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%A7%D9%84%D8%B5_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%AD%D8%AA%D9%89_%D8%B1%D8%B5%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86) (يتم تحديد ميناء التحميل): يجب على البائع أن يضع البضاعة على رصيف الشحن عند الميناء المحدد يقوم البائع بتجهيز ة تخليص البضاعة للتصدير، تم تغيير هذا في نسخة 2000. يستعمل هذا المصطلح في النقل البحري فقط.
	+ FOB : [تسليم على ظهر الباخرة](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%B3%D9%84%D9%8A%D9%85_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%B8%D9%87%D8%B1_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%A7%D8%AE%D8%B1%D8%A9) (يتم تحديد ميناء التحميل): يعتبر هذا الشرط شرط بحري تقليدي، يجب على البائع تحميل البضائع هلى ظهر السفينة التي قام المشتري بتعيينها، يتم تقسيم الكلفة والمخاطر على حاجز السفينة. يجب على البائع تخليص البضاعة للتصدير. يتم استعمال هذا الشرط في النقل البحري فقط.
* مجموعة C - الحمولة الأساسية مدفوعة:
	+ CFR- : [التكاليف وأجرة الشحن](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%81_%D9%88%D8%A3%D8%AC%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86) (يتم تحديد اسم ميناء الوصول): يقوم البائع بدفع التكاليف وأجرة الشحن حتى يتم توصيل السلع إلى ميناء الوصول. من ناحية ثانية، يتم نقل المخاطر إلى المشتري عندما تتعدى البضائع حاجز السفينة. يتم استعمال هذا الشرط في النقل البحري فقط.
	+ CIF- : [التكاليف والتأمين وأجور الشحن](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%81_%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D9%85%D9%8A%D9%86_%D9%88%D8%A3%D8%AC%D9%88%D8%B1_%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AD%D9%86) (يتم تحديد ميناء الوصول): يشابه هذا الشرط شرط ال CFR إلا أنه في هذه الحالة فإنه يجب على البائع أن يشتري ويدفع للتأمين للمشتري. يتم استعمال هذا الشرط في النقل البحري فقط.
	+ CPT - : [الحمولة مدفوعة إلى](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84%D8%A9_%D9%85%D8%AF%D9%81%D9%88%D8%B9%D8%A9_%D8%A5%D9%84%D9%89) (يتم تسمية ميناء الوصول): يدفع البائع للحمولة إلى نقطة الوصول، إلا أن المخاطر تنتقل إلى المشتري بمجرد تسليم البضاعة إلى الناقل الأول.
	+ CIP - : [الحمولة والتأمين مدفوعة إلى](http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%84%D8%A9_%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D9%85%D9%8A%D9%86_%D9%85%D8%AF%D9%81%D9%88%D8%B9%D8%A9_%D8%A5%D9%84%D9%89&action=edit&redlink=1) (يتم تحديد ميناء الوصول: يدفع البائع مصاريف النقل والتأمين إلى نقطة الوصول، إلا أن المخاطر تنتقل إلى المشتري بمجرد تسليم البضاعة إلى الناقل الأول.
* مجموعة D - الوصول:
	+ DAF : [مسلم على الحدود](http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D9%85%D8%B3%D9%84%D9%85_%D8%B9%D9%84%D9%89_%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D9%88%D8%AF&action=edit&redlink=1) (يتم تحديد المكان)
	+ DES : [تسليم السفينة](http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D8%AA%D8%B3%D9%84%D9%8A%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%81%D9%8A%D9%86%D8%A9&action=edit&redlink=1) (يتم تحديد الميناء)
	+ DEQ : [تسليم المرسى](http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D8%AA%D8%B3%D9%84%D9%8A%D9%85_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D8%B3%D9%89&action=edit&redlink=1) (يتم تحديد الميناء)
	+ DDU : [مسلمة من دون دفع الرسوم](http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D9%85%D8%B3%D9%84%D9%85%D8%A9_%D9%85%D9%86_%D8%AF%D9%88%D9%86_%D8%AF%D9%81%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%B3%D9%88%D9%85&action=edit&redlink=1) (يتم تحديد مكان الوصول)
	+ DDP : [تسليم خالص الجمارك](http://ar.wikipedia.org/w/index.php?title=%D8%AA%D8%B3%D9%84%D9%8A%D9%85_%D8%AE%D8%A7%D9%84%D8%B5_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%A7%D8%B1%D9%83&action=edit&redlink=1) (يتم تحديد مكان الوصول)

**المبحث الثاني: شروط تسليم البضاعة:**

عندما يقوم المصدر بتحديد أسعاره التصديرية والتي تتضمنها عروضه التصديرية التي يقدمها للمستورد الأجنبي أو التي تتضمنها العقود المبرمة بين الطرفين ، فان هذه الأسعار تحدد وفقا لشروط تسليم البضاعة التي يتم الاتفاق عليها وهى ما يطلق عليهاTerms Of Delivery وهى تعنى مكان تسليم البضاعة ، حيث يتم الاتفاق أحيانا على تسليم البضاعة خارج المصنع ، أو تسليم البضاعة في ميناء المستورد أو ميناء الوصول خالصة مصاريف الشحن ، أو تسليم البضاعة على رصيف الميناء بجوار الباخرة أو تسليم البضاعة على ظهر المركب ... الخ ويختلف سعر التصدير بطبيعة الحال باختلاف مكان التسليم .

وتبرز أهمية شروط التسليم في العملية التصديرية لأنها ترتب التزامات ومسئوليات علي كل من البائع (المصدر ) والمشتري (المستورد) كما تعتبر بندا هاما من بنود المستندات التصديرية التي تم شرحها بالجزء الأول من هذا الدليل وعلي الأخص الفاتورة التجارية ، وشهادة التأمين وبوليصة الشحن ، وخطاب الاعتماد والكمبيالة المستندية .

وهناك شروط للتسليم كثيرة ومتعددة تستخدم في عمليات التجارة الخارجية وهي تأتي ضمن القواعد الدولية لتفسير المصطلحات التجارية والتي تعرف باسم ( الانكوتيرم )Incotterm إلا أن هناك شروط للتسليم أكثر شيوعا في الاستخدام في عمليات التجارة الخارجية نوردها تباعا متضمنة شرح معناها وتحديد مسئوليات كل من البائع ( المصدر ) والمشتري ( المستورد ) كل علي حدة .

**المطلب الأول: طريقة التسليم في المصنع EX W**ORKS

**المعـني:**

تسليم البضاعة إلي المشتري (المستورد) خارج المزرعة أو خارج المصنع أو خارج المخزن كنقطة تسليم .

وطبقا لهذا الشرط يتقاسم كل من البائع والمشتري المسئوليات الآتية :

**البائـع :**

1. توريد البضاعة مطابقة لشروط عقد البيع أو العرض التصديري .

2. وضع البضاعة تحت تصرف المشتري في الموعد والمكان المحددين بشروط التعاقد أو العرض المقدم .

3. تحمل مصاريف التعبئة والتغليف .

4. إخطار المشتري في وقت مناسب بوضع البضاعة تحت تصرفه.

5. تحمل مصاريف التفتيش وفحص البضاعة ووزنها وأحجامها .

6. تحمل كافة المخاطر والمصاريف اللازمة لوضع البضاعة تحت تصرف المشتري في نقطة التسليم المتفق عليها في شروط العقد .

**المشتري** :

**1**. استلام البضاعة بمجرد وضعها تحت تصرفه في الموعد والمكان المحددين بشروط  التعاقد .

2. سداد ثمن البضاعة الموردة إليه طالما كانت مطابقة لشروط التعاقد .

3. تحمل كافة المصاريف والمسئوليات والمخاطر منذ وضع البضاعة تحت تصرفه .

4. تحمل الضرائب والرسوم .

5. يحتفظ لنفسه بحق تحديد الموعد والمكان المناسب لاستلام البضاعة ويتحمل كافة   المخاطر والمسئوليات والمصاريف التي تنتج عن عدم استلامه البضاعة في المكان والزمان المحددين بشروط التعاقد .

**المطلب الثاني: طريقة التسليم في الميناء ( رصيف الشحن ) Fac**

**المعني :**

التسليم علي الرصيف بجوار الباخرة وتتحدد التزامات المصدر والمستورد وفقا لهذا الشرط كما يلي :

**المصدر :**

1- توريد البضاعة مطابقة لشروط التعاقد .

2- تسليم البضاعة بجوار الباخرة علي رصيف التحميل بميناء الشحن المحدد بمعرفة المستورد في التاريخ أو خلال الفترة المحددة للتسليم وإخطار المستورد في وقت مناسب أن البضاعة قد وضعت بجوار الباخرة .

3- تقديم كل مساعدة للمستورد عند طلبه أي مستندات حكومية لازمة لتصدير البضاعة.

4- تحمل كافة المصاريف والإخطار حتى يتم تسليم البضاعة بجوار الباخرة .

5- يتحمل تعبئة البضاعة ما لم يكن الإنفاق علي شحن البضاعة سابقة .

6- سداد تكاليف التفتيش علي البضاعة ووزنها بغرض وضعها تحت تصرف المستورد علي الرصيف بجوار الباخرة.

7- إمداد المستورد بشهادة المنشأ علي أن يتحمل تكاليفها المستورد.

8- أن يقدم المستورد بناء على طلبه وتحت مسئوليته وبمصاريف علي حسابه كل مساعدة ممكنة للحصول علي كافة المستندات اللازمة .

**المستورد :**

1. إخطار المصدر في وقت مناسب بالاسم وموعد وصول الباخرة التي يتم تحميل البضاعة عليها.

2- يتحمل كافة المسئوليات والأخطار والمصاريف من تاريخ وضع البضاعة تحت تصرفه بجوار الباخرة .

3- يتحمل التكلفة الإضافية الناشئة عن تأخير وصول الباخرة في الموعد المحدد.

4- يتحمل كافة المصاريف الاخري التي تترتب علي عدم علم المصدر بموعد وصول الباخرة أو تحديد الوقت المناسب لاستلام البضاعة .

5- يتحمل كافة المصاريف المترتبة علي استخراج شهادة المنشأ ومصروفات التصديق .

**المطلب الثالث : طريقة التسليم على ظهر الباخرة Free On Board**

**المعـني :**

تسليم البضاعة علي ظهر الباخرة أو داخل الطائرة وبناء عليه يتحمل كل من المصدر والمستورد المسئوليات الآتية:

**المصدر :**

**1**- تسليم البضاعة مطابقة لشروط عقد البيع .

2- تسليم البضاعة علي ظهر الباخرة التي يحددها المستورد في وقت الشحن المحددة خلال مواعيد الشحن المقررة ، وإخطار المستورد في وقت مبكر بأن البضاعة قد تسليمها علي ظهر الباخرة .

3- يتحمل مصاريف أي مستندات حكومية تلزم تصدير البضاعة .

4- يتحمل كافة الضرائب والرسوم والمصاريف حتى يتم تسليم البضاعة على ظهر المركب.

5- يتحمل مصاريف التعبئة والتغليف ما لم يكن قد تم الاتفاق علي تسليم البضاعة غير ذلك .

6- يتحمل تكاليف فحص البضاعة ووزنها وقياسها وعددها قبل تسليمها على ظهر المركب.

7- يتحمل تكاليف استخراج سند الشحن الذي يثبت تسليم البضاعة على ظهر المركب وإرساله إلى المستورد .

8- يقوم باستخراج شهادة المنشأ وإرسالها بناءا على طلبه وعلى حساب المستورد .

**المستورد :**

**1**- يتحمل مصاريف حجز وتأجير الفراغ اللازم لشحن البضاعة ويخطر المصدر باسم الباخرة وميناء الشحن وتاريخ دخول الباخرة ميناء الشحن.

2- يتحمل كافة التكاليف والأخطار من تسليم البضاعة على ظهر الباخرة ويدفع ثمن البضاعة المحددة بشروط التعاقد .

3- يتحمل كافة المصاريف الإضافية التي قد تنشأ عن تأخير وصول الباخرة في الموعد المحدد .

4- يتحمل تكاليف استخراج أي شهادات مثل شهادة المنشأ .

5- يتحمل كافة التكاليف المترتبة عن عدم إمكانية ربط الباخرة في الموعد المحدد .

**المطلب الرابع : طريقة التسليم في ميناء الوصول C**ost **A**nd **F**reight **( مصاريف الشحن خالصة )**

المعني : تسليم البضاعة خالصة مصاريف الشحن ( النولون ) في ميناء الوصول .

المصدر :

**1**-  توريد البضاعة المطابقة لشروط التعاقد .

2-  يتحمل مصاريف نقل البضاعة إلي ميناء الوصول في بلد المستورد وأي مصاريف أخرى لازمة لتفريغ البضاعة في ميناء الوصول.

3- يتحمل مصاريف استخراج أي تصاريح حكومية قد تكون لازمه لتصدير البضاعة .

4- يقوم بتحميل البضاعة علي ظهر الباخرة في ميناء الشحن بمصاريف علي حسابه وفي المواعيد أو خلال الفترة المتفق عليها ، وفى حالة عدم تحديد موعد الشحن يجب على المصدر أن يخطر المستورد فورا بعد الشحن أو خلال فترة مناسبة بأن البضاعة قد تم تحميلها على ظهر الباخرة .

5- يتحمل المصدر جميع الأخطار التي قد تحدث للبضاعة حتى وضعها علي ظهر الباخرة .

6- يتحمل مصاريف بوليصة الشحن النظيفة ويوافى بها المستورد وكذلك الفاتورة التجارية.

7- يتحمل تكاليف التعبئة ما لم يكن قد تم الاتفاق على تسليم البضاعة غير معبأة .

8- يتحمل كافة مصاريف فحص أو وزن أوعد أو قياس عبوات البضاعة .

9- يتحمل كافة الضرائب والرسوم المستحقة علي البضاعة نتيجة تصديرها كما يتحمل كافة المصاريف اللازمة لتحميل البضاعة في ميناء الشحن .

10- يقوم المصدر بموافاة المستورد بشهادة المنشأ وتكون تكاليف استخراجها على حساب المستورد .

المستورد :

**1**- يقبل المستندات وقت تقديمها من المصدر بشرط أن تكون مطابقة لشروط التعاقد ويدفع الثمن المحدد .

2- تسلم البضاعة في ميناء التفريغ المتفق عليه ويتحمل باستثناء النولون والتأمين كافة المصاريف المترتبة علي نقل البضاعة خلال الرحلة وحتي وصول البضاعة إلي ميناء الوصول بالإضافة إلى مصاريف تفريغ البضاعة

3- يتحمل كافة الأخطار التي قد تحدث للبضاعة من تاريخ وضعها علي ظهر الباخرة في ميناء الشحن .

4- يتحمل تكاليف استخراج شهادة المنشأ ببلدة المصدر.

5- يتحمل كافة الرسوم الجمركية والضرائب المستحقة علي البضاعة المستوردة .

**المطلب الخامس : طريقة التسليم في ميناء الوصول CIF( مصاريف الشحن والتأمين خالصة )**

**المعني :** تسليم البضاعة خالصة مصاريف الشحن والتأمين في ميناء التفريغ أو الوصول .

**المصدر :**

1-  توريد البضاعة المطابقة لشروط التعاقد .

2-   يتحمل مصاريف الشحن إلي ميناء الوصول المتفق علية وأي مصاريف أخري لازمه لتفريغ البضاعة في ميناء التفريغ .

3-  يتحمل مصاريف استخراج أي تصاريح حكومية قد تكون لازمه لتصدير البضاعة .

4-  يقوم بتحميل البضاعة علي ظهر الباخرة في ميناء الشحن بمصاريف علي حسابه وفي خلال المدة المحددة للسحن وعلية أن يخطر المستورد في فترة مناسبة بأن البضاعة قد تم تحميلها علي ظهر الباخرة في حالة عدم تحديد موعد الشحن .

5-  يستخرج بمصاريف علي حسابه بوليصة تأمين قابلة للتحويل تغطي أخطار الشحن البحري المنصوص عليه في شروط التعاقد .

6-  يتحمل جميع الأخطار التي قد تحدث للبضاعة حتى وصولها علي طهر الباخرة .

7- يتحمل كافة مصاريف الفحص والوزن والعد أو القياس لعبوات البضاعة .

8- يتحمل كافة الضرائب والرسوم المستحقة علي البضاعة نتيجة تصديرها كما يتحمل كافة المصاريف اللازمة لتحميل البضاعة في ميناء الشحن .

**المستورد :**

1- يقبل المستندات وقت تقديمها من الصدر وتكون مطابقة لشروط التعاقد ويلتزم بسداد القيمة .

2- تسليم البضاعة في ميناء التفريغ المتفق عليه ويتحمل باستثناء النولون والتأمين كافة المصاريف المترتبة علي نقل البضاعة خلال الرحلة وحتي وصول البضاعة الي ميناء التفريغ.

3- يتحمل كافة الأخطار التي قد تحدث للبضاعة من تاريخ وضعها علي ظهر الباخرة في ميناء الشحن .

4- يتحمل تكاليف استخراج شهادة المنشأ .

5- يتحمل كافة الرسوم الجمركية والضرائب المستحقة علي البضاعة المستوردة بما في ذلك رسوم التخليص والنقل إلي مخازنه.

 **راجع المحور الخامس**

1. أحمد عبد الكريم سلامة، قانون العقد الدولي (دار النهضة العربية، القاهرة 2000 /2001م)
2. محمود سمير الشرقاوى ,  دراسة خاصة لعقد البيع الدولي للبضائع , جامعة القاهرة 1992
3. An Approach to Legal English مصطفى المرشدى , جامعه الاسكندريه 2013

**المحور السادس : الموانئ البحرية ودورها في التجارة الخارجية**

البحر هو هبة من الله الى بني البشر فجعله مركبا لهم و مكان للترفيه والسياحة وفوق دلك مصدر لرزقهم و غدائهم  و معبرا لتجارتهم وتنقلاتهم و لان الانسان يمتاز عن غيره من المخلوقات بالعقل فقد استغل البحر احسن استغلال  و لكي يتاتى له هدا الاستغلال فقد انشئ اماكن لرسو بواخره وقواربه و هو ما يعرف بالميناء.

 فتعد الموانئ البحرية من أهم القطاعات التي تساهم بشكل فاعل في دعم الاقتصاد الوطني ونموه , وهي المنفذ والرئة وحلقة الوصل للتبادل التجاري والصناعي بين الدول والشعوب , إذ تستقبل النسبة الأكبر من حركة الواردات والصادرات حول العالم , وبذلك فهي تؤثر تأثيراً مباشراً على استقرار الأسواق المحلية , ولها تأثيرها الواضح أيضاً على كافة الخطط والبرامج التنموية التي تضعها الحكومات في كافة دول العالم .

**المبحث الأول :ماهية الموانئ البحرية**

**المطلب الأول: مفهوم الموانئ البحرية**

نظرا لوجود عدة تعاريف نذكر ما يلي:

1-**الميناء** عبارة عن منشئة [ساحلية](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D8%A7%D8%AD%D9%84%D9%8A%D8%A9) تتكون من [مرفأ](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B1%D9%81%D8%A3)أو أكثر ، تقام على سواحل أو شواطئ [البحار](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D8%AD%D8%B1)[والمحيطات](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%AD%D9%8A%D8%B7)، [والأنهار](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D9%87%D8%B1)، [والبحيرات](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D8%AD%D9%8A%D8%B1%D8%A9)، يتم فيها عمليات تفريغ و تحميل [السفن](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%81%D9%86) بالبضائع أو الركاب وتحتوي الموانئ على الرافعات والأرصفة والمخازن [للسفن](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D9%81%D9%8A%D9%86%D8%A9)

لغوياً يجوز استخدام كلمة ميناء للإشارة إلى الموانئ البحرية أو الجوية([المطارات](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B7%D8%A7%D8%B1))أو البرّيّة([المعابر](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B9%D8%A8%D8%B1))، وفي الغالب يشار بها إلى الموانئ البحرية.

2-الميناء أو المرفأ هو مكان يقع على حافة المحيطات، أو الأنهار، أو البحيرات، تذهب إليه السفن للشحن أو لتفريغ حمولاتها. والموانئ هي أيضاً المكان الذي ينتقل منه أو إليه المسافرون الراحلون السفن).)، ولكنها في الغالب تشير إلى الموانئ البحرية، والتي تسمى "المرافئ".

**المطلب الثاني :أنواع الموانئ البحرية**

تقسم الموانئ من ناحتين من حيث الإنشاء او التهيئة فهناك موانئ طبيعة موانئ شبه طبيعية و موانئ اصطناعية او من حيث طبيعة النشاط اد هناك موانئ تجارية موانئ عسكرية موانئ اللجوء وموانئ حرة.

**1-اصناف الموانئ من حيث الانشاء**

1-1الموانئ الطبيعية

هي الموانئ التي تشكلت طبيعيا بحيث لم يتدخل في انشائها الانسان بل كل ما فعله هو تهيئتها و تجهيزها بحيث تكون محمية من العواصف او امواج البحر عن طريق الجبال و اراض طبيعية او الجزر و عند تهيئها يراعى ان تكون سامحة للحركة مع المحافضة على سكون المياه.

**1-2 الموانئ الشبه طبيعية**

هي موانئ تكون شبه محمية طبيعيا لكن يتدخل الانسان من اجل اتمام انشائها بحيث لحماية مدخلها تتطلب عملا صناعيا.

1-3 الموانئ الصناعية

هي الموانئ التي يشيدها الانسان بحيث يقوم بعمل حفرة على جزء من الساحل و تمتد الى داخل البحر ثم يقوم بانشاء كواسر الامواج من اجل حمايتها

1. **اصناف الموانئ من حيث طبيعة النشاط**

و تتميز بطبيعة النشاط الممارس بحيث تنقسم الى موانئ تجارية عسكرية موانئ اللجوء وموانئ حرة.

**2-1الموانئ التجارية**

وهي موانئ لرسو الباخرات التجارية بحيث تكون مجهزة الارصفة والرافعات من اجل شحن وتفريغ السفن و في الغالب تطون مختصة بنشاط معين كموانئ النفط و موانئ الفحم او موانئ الخطوط البحرية.

**2-2الموانئ العسكرية**

و هي موانئ مهيئةلاغراض عسكرية حيث تتستعمل من اجل رسو الاسطل العسكري او تستعمل كمكان الانطلاق للمناورات العسكرية وتكون مجهزة بمستودعات تخزين ضخمة.

2-3موانئ اللجوء

هي موانئ تمتاز بمرافئ جيدة وسهولة الدخول اليها لانها مخصصة لجوء السفن في حالة عواصف و تنتشر بصورة كبيرة في المناطق المعروفة بكثرة العواصف البحرية.

 2-4الموانئ الحرة

و تعتبر كمناطق عرض في عرض البحر للتبادل التجاري بحيث لا تخضع لقوانين الدول و تتميز بكونها امنة ومنعزلة تقصدها سفن الشئشحن والتفريغ والتصنيع من اجل اتمام المبادلات التجارية في اسرع ما يمكن**.**

**المطلب الثالث** :**أهمية الموانئ البحريةو نشاطاتها**

**أولا:الأهمية:**

للموانئ البحرية أهمية كبيرة نذكر منها
-الموانئ البحرية هي مركز الحلقة في سلسلة النقل المتكامل وهي تربط خلفية البلاد بالعالم الخارجي . وتعتبر الموانئ البحرية من مشروعات المنافع العامة. أي انها تعتبر من اساسيات التنمية نظراً لما تحققه من موارد مالية كبيرة بالعملة الاجنبية . ويمكن حصر هذه المنافع في الاتي :

ـ منافع للاقتصاد القومي
.تحقيق ايرادات من العملات الاجنبية تؤدى الى تحسين ميزان المدفوعات-.
.- تساعد على دعم وتأكيد الاستقلال الاقتصادي والسياسي للدولة .
.- خفض تكاليف البضائع المستوردة والسلع الاستهلاكية والمواد الخام .
.- تزيد من القدرة التنافسية لصادرات الدولة.
)تطوير وتنمية المناطق المجاورة للميناء ( زراعية- صناعية- تجارية- .
.تعتبر مورد ومصدر للحصول على العملة الصعبة اللازمة لتمويل برامج التنمية-.
منفذ لتجارة الدولة الخارجية (الصادرات والواردات). -.
.- مورد من موارد الدولة عن طريق تحصيل الرسوم الجمركية والعوائد والاجور المينائية .
.تشجيع قيام بعض الصناعات وتشجيع قيام تجارات جديدة -.
.تعتبر الموانئ من مشروعات راس المال الاجتماعي -.
.تشغيل العمالة الوطنية وتدريبها -.

**ثانيا:نشاطات الموانئ البحرية**

**تمثل الموانئ البحرية حلقة أساسية في صناعة النقل من خلال مجالات العمل الآتية:**

1. مجال النقل البحري الذي يتناول السفن بشتى أنواعها مثل السفن و الحاويات ,البضائع المتنوعة.
2. مجال الموانئ البحرية الذي يتناول البحري و كفاءة تشغيل الموانئ و الحجم الأمثل لطاقات التشغيل.
3. مجال الأعمال البحرية مثل الإرساء,الصيانة,للقطع البحرية ( التسفين)و تقديم الخدمات البحرية للسفن.
4. بواخر المسافرين و تقديم الخدمات الضرورية للوافدين و المغادرين.

**المبحث الثاني : تسير الموانئ البحرية :**

**المطلب الاول: دورإدارة أمن الموانئ البحرية في التجارة الدولية**

. **1-المدونة الدولية لأمن السفن والموانئ**

قد فرضت المتغيرات والأحداث السياسية والدولية نفسها على الساحة واتفق المجتمع الدولي على إصدار عدد من الاتفاقيات الدولية المنظمة لجانب تأمين وحماية عمليات النقل البحري بين كافة دول العالم،

حيث تم تفعيلها من خلال عدد من الجهات الحكومية والخاصة كلٍ في مجال اختصاصه وقد تمثل دور إدارة أمن الموانئ البحرية في تطبيق بعض بنود وأحكام هذه القوانين والعمل بها وهي المدونة الدولية لأمن السفن والموانئ.

**2-وظيفة أمن الموانئ البحرية**

إن وظيفة إدارة أمن الموانئ البحرية هي حماية وحراسة الموانئ البحرية والأرصفة والمنشآت المهمة والمرافق الحيوية التابعة لها والقيام بدور التنسيق مع الجهات المعنية داخل وخارج جهاز الشرطة في شأن منح التصاريح الأمنية لدخول الموانئ وكذلك إعداد الدراسات وتقديم الاستشارات الأمنية ووضع التصورات والخطط الأمنية فيما يخص أمن الموانئ البحرية وأمن الأفراد والمنشآت والإشراف على تنفيذها، وكذلك تطبيق بنود الاتفاقيات الدولية التي انضمت السلطنة إليها في مجال تأمين وحماية الموانئ والنقل البحري وانسيابية الحركة التجارية والسياحية والصناعات القائمة في الموانئ من خلال توفير منظومة أمنية حديثة وفق المقاييس والاشتراطات الدولية في هذا الجانب.
كما تختص الإدارة بمسؤولية التأكد من امتثال جميع الموانئ البحرية لأمن السفن والمرافق المينائية بالتنسيق مع الجهة الحكومية المعنية وشركات الانتفاع العاملة بالموانئ البحرية وتنظيم عمليات الدخول والخروج من وإلى الموانئ حسب الأنظمة واللوائح المعمول بها كونها بوابات دخول وخروج من وإلى السلطنة خاصة مع زيادة حركة السياح والمسافرين ونمو الحركة التجارية بالموانئ كذلك تقع ضمن مسؤوليات الإدارة المراقبة والتأكد من مرور حركة البضائع والمعدات التي يتم إخراجها من وإلى الميناء.

**المطلب الثاني :المشاكل المتعلقة بالموانئ والحلول المقترحة**

**تعاني المعاملات الإدارية لإنجاز تسهيل عملية الشحن و التفريغ داخل المؤسسات البحرية الذي يتم تشغيلها و إدارتها بواسطة الموانئ من عدة مشاكل نذكر منها** :

1. **تعاني الموانئ من عمليات سوء التخزين حتى و إن توفرت لها ساحات للخزن أو مخازن فهي إما قديمة أو غير مجهزة بتجهيزات حديثة مثل وسائل التبريد وهذا ما يسبب تلف البضائع المخزنة بها.**
2. **تعد مشكلة فحص البضائع الواردة إلى الموانئ من أكبر المشاكل التي تعاني منها الموانئ وهذا يعود إلى عدم وجود المختبرات ( الخاصة بالتقييس و السيطرة النوعية) في الموانئ.**
3. **تعد البضائع أيا كانت طبيعتها عديمة القيمة محدودية الأهمية في أغلب ساحات الموانئ و مخازنها ما لم تتوفر وسائل نقل بحرية مختلفة تعمل على إيصالها للأسواق إنتهاءا بحوزة المستهلك.**
4. **تعد عمليات الشحن التفريغ من أهم الأنشطة في مجال خدمات السفن و البضائع بالموانئ الذي كلما ارتفعت معدلاته انخفضت مدة بقاء السفن بالموانئ.**
5. **تعاني الموانئ من قلة الرافعات الكهربائية الحديثة و الساحبات ,معدات المناولة و البواخر الزوارق و غيرها من الوحدات البحرية.**
6. **لعل من اهم المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية التي تواجه وطننا العربي عامة مشكلتي التمية الاقتصادية و قوى الأيدي العاملة .**

**المطلب الثالث : الحلول المقترحة لتفادي وقوع المشاكل بالموانئ**

**1-العمل على تطوير الموانئ من خلال تصنيف الموانئ تصنيفا وظيفيا حيث يكون لكل ميناء وظيفة خاصة به.**

**2-العمل على إنشاء مختبرات الفحص داخل الموانئ و إحاطتها بإجراءات قانونية صارمة.**

**3-ربط الموانئ بشبكة من الطرق البرية السريعة وعالية الجودة داخل الميناء و خارجه للاستفادة من خطوط السكك الحديدية خاصة لغرض تسهيل و سرعة عمليات الشحن و التفريغ داخل الموانئ .**

**4-العمل على تطوير الوحدات البحرية و تنويعها (الحفارات و الساحبات), لغرض مساعدة السفن أثناء وقوع الحوادث أو إعادة تأهيل أرصفة الموانئ بعد دخول أو خروج السفن منها.**

**5-إنشاء جسور عملاقة على القنوات الملاحية و التخلص من الجسور المنخفضة و الملاصقة لسطح المياه لتمكن السفن التجارية من عملية الذهاب الإياب للموانئ.**

**6-العمل على اعتماد الأساليب العلمية عالية الدقة و السرعة في إنجاز المعاملات الإدارية الخاصة بالسفن التجارية.**

**قائمة المراجع المحور السادس**

* د- هشام صلاح / الموانئ العراقية في حركة النقل / العدد الثالث و سبعون/ سنة 2012/الجامعة المستنصرية /كلية التربية.
* أحمد فؤاد نجيب/تنمية الموارد البشرية /التخطيط و السياسات و الأجهزة/مركز البحوث الإدارية/جامعة الدول العربية /القاهرة /سنة 1972.
* د.علي حسين المشهداني/المشاكل التي تعاني منها الموانئ العراقية/مجلة العلوم الإقتصادية/ العددالسابع/سنة 1995/كلية الإدارة و الإقتصاد/جامعة البصرة.
* مناهل مصطفى عبد الحميد العميري/نموذج مقترح لتطوير النقل البحري/رسالة ماجيستير/كلية الإدارة و الإقتصاد/جامعة البصرة/سنة 1996.

 **-**[**http://www.hpc-hamburg.de**](http://www.hpc-hamburg.de)

* : <http://alomanaa.net/news18008.html#sthash.NjhL1JtE.dpuf>

**المحور السابع : التجارة الالكترونية ، مميزاتها ، أنواعها ، وطرق الدفع الإلكترونية**

**المبحث الأول: ماهيــــــــــة التجــــــــــــــارة الالـكتــــــــرونيـة**

**المطلب الأول: مفهوم ومميزات التجارة الالكترونية**

**1- مفهوم التجارة الإلكترونية:**

لقد ظهرت عدة تعريفات تحاول كل منها أن تصف وتحدد طبيعة هذه التجارة ومنها مايلي:

التجارة الالكترونية هى عبارة عن عملية تبادل للمعلومات الخاصة بالعمليات التجارية بين طرفين

أو أكثر بدون استخدام المستندات الورقية، حيث يتم تبادل البيانات إلكترونيا وكذلك إجراء جميع عمليات البيع والشراء والتسويق إلكترونيا من خلال شبكة الانترنت أو أى وسيلة إلكترونية أخرى سمعية أو مرئية، متضمنا ذلك كل ما يتعلق بهذه العمليات من دفع أو تحصيل للأموال وهو ما يسمى بالتحويل الالكترونى للأموال وبالتالى يستطيع كل من الأفراد والشركات والهيئات الحكومية انجاز جميع العمليات التجارية والمالية والمعلوماتية فيما بينهم بصورة إلكترونية دون الاعتماد بشكل كبير على العنصر البشرى"

يعرفها آخرون أيضــــــاً:

إنها إتمام أي عملية تجارية عبر شبكات الحاسب الآلي الوسيطة وتتضمن تحويل ونقل الملكية أو حقوق استخدام السلع والخدمات.

تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الانترنيت والشبكات التجارية الأخرى .

أما منظمة التجارة العالمية فتعرف التجارة الالكترونية :

 بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية.

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتعرف التجارة الالكترونية :

على أنها صفقات تجارية تنجز من خلال الشبكات المفتوحة.

2**-مميزات التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت:**

إن التجارة الالكترونية التى تتم خلال شبكة الانترنت لها مجموعة من السمات والخصائص التى تميزها عن العمليات التجارية الأخرى وهى كالآتى:

1-عد استخدام المستندات والوثائق الورقية مها أثناء عمليات التبادل التجارى والمالى أو فى أى عمليات تتم بواسطة التجارة الالكترونية، وذلك يرجع إلى أن عملية التفاعل بين طرفى المعاملات يتم بدون استخدام أى مستندات ورقية بل يتم إلكترونيا منذ بداية المعاملات إلى نهايتها، وبالتالى فإن البيانات والمعلومات الالكترونية التى تتم بين طرفى المعاملات هى الإثبات القانونى الوحيد الذى يتاح لكلا من طرفى المعاملة فى حالة حدوث أى نزاع بينهما

2-صعوبة تحقيق الإثبات القانونى فى المعاملات التى تتم بواسطة التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت حتى الآن وتعمل الحكومات حاليا على وضع صيغ قانونية لإمكان إثبات المعاملات التجارية الالكترونية

3-أن العلاقة بين طرفى العمليات التجارية التى تتم بواسطة التجارة الالكترونية تكون غير مباشرة أى لا يحدث تلاقى بين طرفى المعاملات وإنما تتم اللقاءات من خلال شبكة الانترنت وهى إحدى مزايا التجارة الالكترونية حيث يتم التفاعل بشكل كبير بين طرفى المعاملات من خلال شبكة الانترنت

4-إمكانية التفاعل بين أطراف التعامل وبصورة جماعية بحيث يستطيع أحد أطراف المعاملات أن يقوم بالتعامل والتفاعل مع أكثر من جهة فى نفس الوقت حيث أنه يكون فى الإمكان أن يقوم أحد أطراف المعاملات بإرسال رسالة عن طريق البريد الالكتروني عبر شبكة الانترنت إلى عدد كبير جدا من المستقبلين لهذه الرسالة فى وقت واحد وها ما لا يتوافر فى أى وسيلة أخرى استخدمت من قبل هذا المجال، هذا بالإضافة إلى إمكانية قيام أحد طرفى المعاملات بتلقى عدد لا نهائى من الرسائل الالكترونية أيضا فى نفس الوقت مما يؤدى إلى توفير عاملى السرعة والوقت فى إنجاز الأعمال المطلوبة .

5- إمكانية تدفق وانسياب المعلومات بين طرفى المعاملات من خلال التبادل الالكترونى للبيانات(EDI) وبالتالى فإنه يكون باستطاعة عملاء إحدى الشركات الدخول إلى قواعد بياناتها وأخذ المعلومات التى يريدونها دون تدخل العنصر البشرى من داخل الشركة فى هذا الشأن .

6-انتهاء دور الوسيط فى المعاملات التى تتم من خلال التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت حيث أنه من خلال إمكانية التفاعل المباشر بين طرفى المعاملات دون الحاجة إلى تدخل أى وسيط فإن ذلك قد أدى إلى تلاشى دو الوسيط البشرى تمام ومن ثم سيؤدى ذلك إلى تقليل التكاليف اللازمة لانجاز الأعمال المطلوبة وإلى توفير عاملى السرعة والدقة فى إنجاز هذه الأعمال. (1)

7-إمكانية إجراء المعاملات التجارية بصورة كاملة بداية من الإعلان عن السلعة وصولا إلى تسليمها إلى العملاء وذلك فيما يتعلق بالسلع الغير مادية عن طريق الانترنت وهذا ما لا يتوافر فى ألا وسائل أخرى كوسائل الاتصال التقليدية مثل ( الفاكس- التلكس- التليفون) .

8-التجارة الالكترونية يمكن أن تكون بسيطة مثل قوائم ونماذج المنتجات أو أن تكون متطورة من موقع Amazon لبيع الكتب والمراجع والبرامج .

**المطلب الثالث : أنواع وأشكال التجارة الالكترونية**

- إن التجارة الالكترونية يمكن إجراؤها بعدة وسائل تكنولوجية وبالتالى فإن أسلوب العمل بالتجارة الالكترونية يختلف باختلاف الوسيلة التكنولوجية المستخدمة فيها، وتنقسم هذه الأنواع إلى الآتى:

1-التسوق عبر شاشة التليفزيون:

وهذه الصورة تعد أقدم صورة لاستخدام الوسائل التكنولوجية فى العمليات التجارية، وتقوم فكرة التسوق عبر شاشة التليفزيون على قيام الشركات المنتجة بالإعلان عن منتجاتها على شاشة التليفزيون

2-التجارة الالكترونية المحمولة:

وتقوم فكرة عمل هذا النوع على استخدام التليفون المحمول، حيث تقوم فكرة عمل التجارة الالكترونية هنا على قيام أجهزة التليفون المحمول باستقبال مواقع الانترنت على شاشاتها والاطلاع على محتوى المواقع ولكنها لا توفر التفاعل المباشر بين الشركات والعملاء

3-التجارة الالكترونية الصوتية: وتقوم فكرة عمل التجارة الالكترونية الصوتية على استخدام الهاتف فى الاتصال بأرقام معروفة مسبقا بغرض حصول العملاء على المنتجات التى يرغبون فى شراؤها .

4-التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت:

وتعتبر التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت من أشهر أنواع التجارة الالكترونية ولقد جرى استخدام مفهوم على المعاملات التجارية التى تتم من خلال شبكة الانترنت نظرا لشهرتها وإمكانية إنجاز معاملات تجارية متفاوتة القيمة فى أى وقت وفى أى مكان وهذا يرجع أيضا إلى أن التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت يتوافر بها الإمكانيات التى تمكن من عملية التعامل بين الشركات من جانب والعملاء من جانب آخر بكفاءة عالية وإمكانية حدوث تفاعل إيجابي بين الشركة وعملائها، هذا فضلا عن إمكانية قيام الشركات بعرض مواصفات منتجاتها بالتفصيل وباستخدام وسائل إعلانية مختلفة متضمنة الصوت والصور المتحركة .

**- أشكال التجارة الالكترونية:**

*1-*التجارة الالكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك*:*

يعتبر هذا الشكل من أشكال التجارة الالكترونية من أكثر الأشكال انتشارا على مستوى العالم، وذلك ناتج عن الكم الهائل من السلع والخدمات التى يتم تداولها عن طريق التجارة الالكترونية، وغالبا ما تكون السلع والخدمات المباعة أو المشتراة فى هذا الشكل غير باهظة الثمن حيث تكون عبارة عن سلع استهلاكية صغير

2- التجارة الالكترونية بين وحدات الأعمال و وحدات الأعمال الأخرى*:*

يمثل هذا النوع من التجارة الالكترونية العمليات التجارية التى تتم بين التجار وبعضهم البعض وأيضا بين مؤسسات الأعمال وبعضها البعض من خلال شبكة الانترنت، كما يتضمن هذا النوع الصفقات المالية التى تتم بين الفئات السابقة فيما بينها و بين البنوك، حيث يبلغ حجم تجارة B2B حوالى 85% من حجم التجارة الالكترونية الإجمالية فى الوقت الحاضر.

**3- التجارة الالكترونية بين وحدات الأعمال و الحكومة*:***

والتجارة الالكترونية هنا يتمثل دورها فى جميع المعاملات التى تتم بين الحكومة والشركات، مثال ذلك دفع الضرائب والجمارك والتأمينات المفروضة على الشركات من قبل الدولة وكذلك حصول تلك الشركات على البيانات والتعليمات اللازمة لها فى تعاملاتها مع الحكومة، وبالتالى فلن تحتاج هذه الشركات التعامل مع الحكومة بالطرق الروتينية التقليدية .

**4-التجارة الالكترونية بين والمستهلكين والحكومة:**

ويُعنى هذا الجزء من التجارة الالكترونية بتقديم الخدمات التى يحتاجها المواطنين من خلال الانترنت ويتمثل ذلك فى نشر وتوضيح التعليمات الخاصة باستخراج الشهادات المختلفة وبطاقات الهوية والضرائب والتأمينات، ولم يقتصر ذلك فقط على توضيح التعليمات وإنما تعدى ذلك إلى ليع استمارات الكترونية عن طريق الانترنت وأيضا سداد الفواتير المختلفة وخدمات البنوك من خلال الانترنت .

**المطلب الثالث : و سائل و أنظمة الدفع في التجارة الإلكترونية**

إن ظهور التجارة الإلكترونية و إنتشارها تطلب إيجاد وسيلة لدفع مفابل السلع و الخدمات ، لهذا استحدثت وسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات هذه التجارة بما يشمله مفهومها من إجراءات وأنواع المعاملات التجارية :

أ/- النقود البلاستيكية : و هي البطاقات البلاستيكية و المغناطيسية مثل الكروت الشخصية ، التي يستطيع حاملها إستخدامها في شراء إحتياجاته و أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة .

و تنقسم هذه النقود إلى ثلاثة أقسام :

بطاقات الدفع : تعتمد هذه البطاقات على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمواجهة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة و ميزتها أنها توفر الوقت و الجهد للعملاء و تزيد إيرادات البنك المصدر لها

بطاقات الإئتمان :هي بطاقات تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة و تستخدم كأداة ضمان و تتميز بتوفير الوقت و الجهد لحامليها و تزيد من إيرادات البنك المصدر لها .

بطاقات الدفع الشهري : تختلف هذه البطاقات عن بطاقات الإئتمان في أن السداد يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب .

ب/- البطاقات الذكية : تحتوي هذه البطاقات على معلومات صاحبها و يمكنها التخزين بسعة كبيرة تفوق البطاقات السابقة الذكر ، حيث تحمل كل المعلومات و التفاصيل و البيانات .

و يختارها العميل للتعامل بها لما لديها من ميزات ، كميزة الدفع الفوري و إمكانية تحويلها لحافظة نقود إلكترونية تملء و تفرغ أو تحويلها إلى بطاقة تعريف أو بطاقة صحية أو تذكرة تنقل ...

جـ /-الأساليب البنكية الحديثة في الدفع و السداد : بتطور النقود و ضهورها في شكل جديد مستحدث في صورة وسائل إلكترونية ، تطلبت إنشاء هياكل يتداول من خلالها تتمثل في :

الهاتف المصرفي : ليتمكن العميل من الإستفسار عن رصيده دون اللجوء إلى الطوابير الطويلة .

أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية و خدمات المقاصة الإلكترونية ( BACS \*) و هي من إحدى وسائل الدفع في تاريخ محدد و شخص محدد بناء على طلب العميل ، يتم من خلالها تحويل النقود من حساب العملاء إلى حساب أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع لأي فرع مصرفي في الدولة ، و الآن أصبحت تتم خدمات مقاصة الدفع الإلكتروني للتسوية الإلكترونية في المدفوعات .

د/-النقودالإلكترونية الرقميةوالصكوك ) الشيكات الإلكترونية ( تشمل :

النقود الرقمية : عندما يقوم العميل بشراء عملات إلكترونية من البنك المصدر لها يتم تحميل هذه العملات على الحساب الخاص بالمشتري و تكون في صورة وحدات عملات صغيرة القيمة ولكل عملة رقم خاص أوعلامة خاصة من البنك المصدر وتعمل هذه العملات محل العملات العادية 1.

الشيكات الإلكترونية : لقد أصدرت البنوك و المؤسسات المالية و المصرفية الشيك الإلكتروني لإستخدامه في تسديد المعاملات في التجارة الإلكترونية و هو مكافئ للشيكات الورقية التقليدية المعتاد التعامل بها ، و هي رسالة إلكترونية موثقة و مؤمنة يرسلها مصدر الشيك و يقوم بمهمته كوثيقة تعهد بالدفع يحمل توقيعا رقميا يمكن التأكد من صحته .

**المطلب الثاني : و سائل و أنظمة الدفع و السداد في التجارة الإلكترونية**

إن ظهور التجارة الإلكترونية و إنتشارها تطلب إيجاد وسيلة لدفع مفابل السلع و الخدمات ، لهذا استحدثت وسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات هذه التجارة بما يشمله مفهومها من إجراءات و أنواع المعاملات التجارية :

أ/- النقود البلاستيكية : و هي البطاقات البلاستيكية و المغناطيسية مثل الكروت الشخصية ، التي يستطيع حاملها إستخدامها في شراء إحتياجاته و أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة .

و تنقسم هذه النقود إلى ثلاثة أقسام :

بطاقات الدفع : تعتمد هذه البطاقات على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمواجهة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة و ميزتها أنها توفر الوقت و الجهد للعملاء و تزيد إيرادات البنك المصدر لها

بطاقات الإئتمان :هي بطاقات تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة و تستخدم كأداة ضمان و تتميز بتوفير الوقت و الجهد لحامليها و تزيد من إيرادات البنك المصدر لها .

بطاقات الدفع الشهري : تختلف هذه البطاقات عن بطاقات الإئتمان في أن السداد يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب .

ب/- البطاقات الذكية : تحتوي هذه البطاقات على معلومات صاحبها و يمكنها التخزين بسعة كبيرة تفوق البطاقات السابقة الذكر ، حيث تحمل كل المعلومات و التفاصيل و البيانات .

و يختارها العميل للتعامل بها لما لديها من ميزات ، كميزة الدفع الفوري و إمكانية تحويلها لحافظة نقود إلكترونية تملء و تفرغ أو تحويلها إلى بطاقة تعريف أو بطاقة صحية أو تذكرة تنقل ...

جـ /-الأساليب البنكية الحديثة في الدفع و السداد : بتطور النقود و ضهورها في شكل جديد مستحدث في صورة وسائل إلكترونية ، تطلبت إنشاء هياكل يتداول من خلالها تتمثل في:

الهاتف المصرفي : ليتمكن العميل من الإستفسار عن رصيده دون اللجوء إلى الطوابيرالطويلة أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية و خدمات المقاصة الإلكترونية ( BACS \*) و هي من إحدى وسائل الدفع في تاريخ محدد و شخص محدد بناء على طلب العميل ، يتم من خلالها تحويل النقود من حساب العملاء إلى حساب أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع لأي فرع مصرفي في الدولة ، و الآن أصبحت تتم خدمات مقاصة الدفع الإلكتروني للتسوية الإلكترونية في المدفوعات .

د/-النقودالإلكترونية الرقميةوالصكوك ) الشيكات الإلكترونية ( تشمل :

النقود الرقمية : عندما يقوم العميل بشراء عملات إلكترونية من البنك المصدر لها يتم تحميل هذه العملات على الحساب الخاص بالمشتري و تكون في صورة وحدات عملات صغيرة القيمة ولكل عملة رقم خاص أوعلامة خاصة من البنك المصدر وتعمل هذه العملات محل العملات العادية و تسمى (1).

الشيكات الإلكترونية : لقد أصدرت البنوك و المؤسسات المالية و المصرفية الشيك الإلكتروني)لإستخدامه في تسديد المعاملات في التجارة الإلكترونية و هو مكافئ للشيكات الورقية التقليديةالمعتاد التعامل بها ، و هي رسالة إلكترونية موثقة و مؤمنة يرسلها مصدر الشيك و يقوم بمهمته كوثيقة تعهد بالدفع يحمل توقيعا رقميا يمكن التأكد من صحته.

**المبحــــث الثــــانــــــــي :*:* تطبيقات التجــــارة الالكترونيــــة والفرص التي تقدمــــــــــها**

**المطلب الأول : تحقيق التجارة الالكترونية للميزة التنافسية**

نظرا للارتباط الشديد بين التجارة الالكترونية و الميزة التنافسية( تقاس بالتغيرات في الحصة السوقية النسبية بين الشركات في صناعة ما) باعتبارها أهم ما تبحث عنه كل مؤسسة، تم وضع منهجية يمكن تطبيقها لاستخدام التجارة الالكترونية في خلق ميزة تنافسية.

 أولا: منهجية استخدام التجارة الالكترونية لخلق ميزة تنافسية :

 كيف يمكن لرجال الإدارة العليا أن يسخروا التجارة الالكترونية لخلق الميزة التنافسية ؟

بناءا على تجارب استراتيجيات التجارة الالكترونية الناجحة و خبرة بيتركوهان وشركاءه الاستشاريين تم وضع منهجية مكونة من تسع خطوات :

1- تشكيل فريق إستراتيجية التجارة الالكترونية.

2- دراسة احتياجات العملاء.

3- تحليل استراتيجيات التجارة الالكترونية الخاصة بالمنافسين الحاليين و المحتملين .

4-التعرف على القدرات اللازمة لتقديم قيمة فائقة للعميل.

5- القيام بمراجعة استراتيجية للقدرات اللازمة لتقديم قيمة فائقة للعميل، وينبغي أن يساعد هذا التحليل على التعرف على القدرات الأساسية للمؤسسة لمواجهة أي موقف مفاجأ ، حتى تتمكن من المنافسة بفعالية.

6- تصور خيارات التجارة الالكترونية: مثل استخدام الانترنت في بيع المنتجات أو الخدمات...

7- تقييم الخيارات الإستراتيجية.

8- اختيار الإستراتيجية المثلى (على أن يحقق أعلى صافي قيمة حالية).

9- تنفيذ الخيار الإستراتيجي الذي تم اختياره .

**فوائد منهجية استخدام التجارة الالكترونية لخلق ميزة تنافسية :**

1- أنها تجبر المسئولين التنفيذيين على مواجهة القضايا الاستراتيجية الجوهرية المثارة بواسطة تكنولوجيا التجارة الالكترونية مما يحسن أداء الشركة .

2- المنهجية قائمة على تحليل دقيق للعملاء و المنافسين والقدرات الخاصة بالشركة ،مما يساعد الشركة على مواجهة التهديدت الغير متوقعة و عدم التوافق بين استراتيجياتها و حاجات السوق.

3- توفر المنهجية أساسا صلبا لمزاولة التفكير الإبداعي في الاستراتيجيات الجديدة.

4- يمكن تنفيذ في الاستراتيجية بسرعة للاستفادة من فرص التجارة الالكترونية.

5- إن المنهجية تسلم بأن مزايا المنافسة عبر الانترنت مؤقتة وأن الشركة يجب أن تظل يقظة دائما للتكيف مع حاجات العملاء واستراتيجيات العملاء المتغيرة.

**المطلب الثاني:أهم التغييرات التي تحدثها التجارة الالكترونية:**

مع نمو التجارة الالكترونية وجدت تغييرات للشركات تتمثل في عدة عناصر:

1\_ اختفاء إدارات التسويق بالمعنى التقليدي لتحل محلها برامج الكمبيوتر.

2\_ تداخل الأدوار بين الموردين والمصنعين والبائعين.

3\_اختفاء دور رجل البيع التقليدي لتحل محله مواقع الانترنت.

4\_ظهور متاجر افتراضية لا تحتاج لزيارة المحلات بل يمكن معاينة البضائع الكترونيا وبالتالي اختلاف طريقة التبضع.

5\_قلة عدد الموظفين و الحاجة إلى مباني ضخمة (انخفاض حجم العمالة) .

6\_التعامل مع أنواع عديدة من البضائع.

7\_اختفاء مخازن الشركات بحيث توجه الطلبات لمراكز الإنتاج لتوصيلها.

8\_ آلية التعامل داخل المؤسسة و مع العميل والمورد و المنتج.

9\_ التنظيم العالمي وتدخل الدول الكبرى لحماية مصالحها.

10\_اتجاه نقل خدمات الانترنت للمنازل يعزز من دور تجارة الانترنت وإمكانية وصول العملاء للمتاجر الالكترونية.

11\_سباق امتلاك مواقع الانترنت يعني أن نجاح الشركات أصبح مرهونا بمواكبتها للتحولات السريعة في الأسواق المالية والتكنولوجيا وشبكة الانترنت و اتجاهات العملاء.

12\_الاعتماد المكثف على تكنولوجيا المعلومات والاتصال..

**قائمة المراجع المحور السابع :**

1-د،طارق عبد العال ،حماد، التجارة الالكترونية ، 2004/2005 .

2- د، مدحت رمضان ، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة،القاهرة2001 .

**3**- هدى حامد قشقوش ,الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنيت ,القاهرة ,دار النهضة العربية ,2005,

**4**- رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة 1999

**5**- جمعي بن علية ، حبيش علي ، عمران عبد القادر ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس في الإقتصادالدولي،التجارة الإلكترونية و التهرب الضريبي ، جامعة سعد دحلب ، البليدة ، 2003/2004

\* د/عماد مصطفى. المؤتمر الاقليمي الرابع للجان الوطنية العربية لدى غرفة التجارة الدوليةدمشق- 17-18 ايلول – 2002 .

**المحور الثامن : النظام التجاري الدولي**

***المبحث الأول : ماهية النظام التجاري الدولي:***

***المطلب الأول : تعريف و نشأة النظام التجاري الدولي:***

1. ***نشأة النظام التجاري الدولي :***

نشأة النظام التجاري الدولي الجديد وتطورة, منذ العصور الوسطى حتى القرن السادس عشر لم يكن للدول أن تتدخل في التجارة الدولية أو تفرض قيوداً عليها نسبة لدور الدولة الحارسة آنذاك باعتبار أن النشاط التجاري من خصوصيات الأفراد ووظيفة الدولة مكرسة في تحقيق الأمن والعدالة وحمايتها من العدوان, وظلت التجارة الدولية من غير قيود حتى ظهرت نظريات التجاريين والتي تمثل أساس الفكر التجاري الذي أدى إلى إخضاع التجارة الخارجية للعديد من القيود حيث يرى أنصار هذا الفكر أن ثروة الأمم تقاس بما لدى الدول من معادن ثمينة كالذهب والفضة دون النظر إلى مواردها وثرواتها الطبيعية الأخرى وظهرت بعد ذلك نظريات الطبيعيين في القرن الثامن عشر التي جاءت عكس نظريات التجاريين حيث قامت على رفض تدخل الدولة في التجارة الخارجية انطلاقاً من ضرورة ترك التجارة حرة غير خاضعة لأية قيود, وتمثل التعاون التجاري بين الدول آنذاك من خلال الاتفاقات الثنائية التي تتناول العلاقات التجارية فيما بينها ونجد أنه خلال الفترة الممتدة من عام 1919 وحتى عام 1947 حصل تطور كبير في مجال التعاون التجاري الدولي حيث انتقلت الاتفاقات الثنائية في التجارة الخارجية إلى اتفاقيات متعددة الأطراف وظهر ذلك من خلال التعاون التجاري الإقليمي والتعاون التجاري متعدد الأطراف ولكن في ذلك الوقت لم تكن الهيئات والاتحادات التي تم إنشاؤها في ميادين خاصة مثل اتحاد التلغراف الدولي وغيره تستطيع الادعاء بإقامة نظام تجاري دولي كما أنها لم تستطيع التدخل في كيفية تنظيمها للتبادل التجاري مع بقية الدول لأنها تعتبر من قبيل الشؤون الداخلية للدول حسب منظور الفكر التقليدي للدول وعلى النقيض من ذلك خلال الفترة السابقة للحرب العالمية الثانية أصبح التدخل في شؤون الدولة التجارية يظهر في صور كثيرة ومتعددة بسبب البحث عن مهرب من الركود وفرض الدول قيود وعقبات أمام حركة التجارة العالمية وكان لأساليب الحماية أثر كبير على جميع الدول دون استثناء سواء بالنسبة للدول التي تفرض الحماية أو الدول الأخرى لأنها تعوق التبادل التجاري إزاء ويلات الحرب العالمية الثانية وما ألحقته باقتصاديات معظم دول العالم من خسائر عمدت هذه الدول إلى أن تخطو الخطوة الأولى في سبيل تخفيض القيود الجمركية المفروضة على تجارتها الخارجية وإزالتها وبانتهاء الحرب عام 1945 وبانتهاء فكرة إعادة تنظيم اقتصاديات الدول التي دمرتها الحرب بدأت العديد من الدول في إعادة الحرية النسبية إلى حركة التجارة الدولية وأصبح الجو مهيئاً لبذل مجهود في هذا الإطار والقيام بمحاولات على نطاق دولي لتنظيم التبادل التجاري في جو من الثقة المتبادلة ولوضع مجموعة من القواعد المتناسقة الكفيلة بتوحيد المفاهيم في مجال سياسة التجارة الخارجية بحيث يؤدي لتحرير وتنمية حركة التجارة الدولية واقترحت تلك الدول عقد مؤتمر دولي للتجارة في هافانا سنة 1948 بعد أن سبقته سلسلة من الاجتماعات للإعداد له , وأنشئت لجنة تحضير لهذا الغرض كان من ابرز أعمالها وضع الاتفاقية العامة للتعريفات الجمركية والتجارة في عام 1947 تم التوقيع على اتفاقية الجات وكان بناء هذه المؤسسة يستهدف أساساً العمل على تنمية الاقتصاد العالمي.[[42]](#footnote-43)

1. ***تعريف النظام التجاري الدولي :***

هو مجموعة القواعد و الاتفاقيات و الإجراءات و المؤتمرات و القرارات و المنظمات التي تشرف على اتجاه تدفق السلع و الخدمات بين الدول العالم ,إضافة إلى توجيه و تقييم السياسات التجارية لهذه الدول بما يكفل تحقيق استقرار مناسبا و نموا مقبولا بحجم التجارة الدولية.

وهي مجموعة القواعد و الترتيبات التي وضعت في أعقاب الحرب العالمية الثانية لضبط قواعد السلوك في العلاقات الاقتصادية بين الدول المختلفة.

و مفهوم النظام التجاري الدولي ينطوي على كلمة نظام أي ترتيب الأوضاع الاقتصادية في العالم على النحو معين و من هنا يجب التنبيه إلى أن كلمة نظام في النظام التجاري العالمي تعني ترتيب الأوضاع على نسق معين ينطوي على العلاقات معينة و قواعد سلوكية خاصة.

كما يقصد به مجموعة الأوضاع التي تحكم العلاقات التجارية بين الدول المختلفة من تبادل تجاري للسلع و الخدمات و انتقالات للعوامل الإنتاج من عمل و رأس مال.[[43]](#footnote-44)

***المطلب الثاني : خصائص النظام التجاري الدولي :***

من أهم الخصائص التي يتميز بها النظام التجاري الدولي نجد ما يلي :

* ينطوي النظام الجديد على قدر من التحرير بخطوات تحرير التجارة الدولية , فقد تضمن تخفيضات في التعريفات الجمركية على مختلف السلع و تحويل الكثير من القيود الكمية إلى قيود تعريفية.
* يتسم النظام الجديد بدرجة عالية من التفصيل و الوضوح و الإحكام في الكثير من التغيرات التي كانت تثير النزاعات و التوترات بين الدول .
* ينطوي النظام على فرض درجة عالية من الانضباط في المعاملات التجارية بين الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية.
* يتميز هذا النظام بالتأكيد على الالتزام الدولي يمنح معاملة متميزة و أكثر تفضيلا للدول النامية بوجه عام و الدول الأقل نموا بوجه خاص .
* يحتوي هذا النظام على مجموعة من القواعد التي يضعها المجتمع الدولي لتحديد ماهية السياسات التجارية التي يجب تبينها من قبل أي دولة اتجاه تجارتها الخارجية.[[44]](#footnote-45)

***المطلب الثالث : عناصر النظام التجاري الدولي :***

يحتوي النظام التجاري الدولي على ثلاثة عناصر أساسية يمكن تحليلها على النحو التالي[[45]](#footnote-46) :

1. ***الاتفاقية العامة للتعريفات و التجارة*** :

هي اتفاقا تجاريا دوليا لتقرير حقوق و التزامات متبادلة بين الأطراف المتعاقدة في مجال العلاقات التجارية الدولية متعددة الأطراف ,تهدف إلى تحرير التجارة العالمية من القيود الجمركية و العوائق الإدارية كالحدود الكنية للصادرات و الواردات , و توسيع التبادل التجاري .

 ***-2 مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية :***

تعود فكرة إنشاءه إلى مؤتمر القاهرة الخاص بقضايا التعاون بين الدول الذي تم عقدة سنة 1962م خاصة بعد شعور الدول النامية قصور الجات عن الوفاء لمتطلبات التنمية الاقتصادية و حاجتها إلى منبر دولي متعدد الأطراف للمطالبة من خلاله لدعم عمليات التنمية و عليه قامت جمعية الأمم المتحدة بتأسيس هذا المؤتمر كإطار تابع لها سنة 1964م , يجتمع بصورة دورية كل أربع سنوات لصيانة الخطوط الإرشادية العامة و تحديد أولويات العمل خلال الفترات المقبلة , و لهذا نلخص المهام و الوظائف المناط بهذا المؤتمر فيما يلي :

* تشجيع التجارة الدولية مع تبني وجهة نظر رامية إلى ضرورة الإسراع بالنمو الاقتصادي في الدول النامية , و توسيع نطاق التجارة الدولية .
* صياغة المبادئ و السياسات لمتعلقة بالتجارة الدولية , و مشاكل التنمية الاقتصادية ذات الصلة بقضايا التجارة الدولية.
* مراجعة و تسهيل عملية تنسيق الأنشطة المختلفة مع المؤسسات الأخرى في الأمم المتحدة في المجال التجارة الدولية.
* المساهمة في توفير منتدى للتفاوض بين الدول في قضايا التجارة و الاستثمار النمو الاقتصادي , و تشجيع مشاركة الدول النامية و مساعدتها في مفاوضاتها التجارية.
* المساهمة في القيام ببحوث متنوعة في مجال الاستثمارات الأجنبية المباشرة نقل التكنولوجيا أو تنمية الموارد البشرية و خدمات الأساسية وقد سجل هذا المؤتمر خلال دورات انعقاده الثمانية مجموعة من الانجازات يمكن إنجازها على النحو التالي :
* إعداد نظام للتفضيلات عام 1981م في إطار مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية كمكمل لنظام التجاري الدولي , حيث يعطي هذا النظام تفضيلات جمركية لصادرات الدول النامية من السلع المصنوعة إلى أسواق الدول المتقدمة.
* المساهمة في تسهيل التجارة و رفع كفاءتها من خلال نظم جديدة لتكنولوجيا المعلومات و الخدمات المساعدة.
* وضع الخطوط الإرشادية العامة لعمليات إعادة جدولة الديون عام 1980م .

***-3منظمة التجارة العالمية :***

 تعتبر منظمة التجارة العالمية وليدة اتفاقيات الجات , أنشأة بعد الاتفاقية الموقعة في مراكش 1994م , لاستكمال النظام الاقتصادي العالمي لأركانه الرئيسية , حيث تعمل على إدارة و إقامة دعائم النظام التجاري الدولي و تقويته في مجال تحرير التجارة الدولية , و زيادة التبادل التجاري الدولي و النشاط الاقتصادي الدولي , و تقف على قدم المساواة مع صندوق النقد الدولي بالبنك الدولي في رسم و توجيه السياسات الاقتصادية الدولية المؤتمر على الأطراف المختلفة في العالم .

***المبحث الثاني: الاتفاقيات العامة للتعريفات والتجارة :***

***المطلب الأول :نشأة و تعريف الاتفاقيات العامة للتعريفات والتجارة:***

الجات هي الأحرف الأولى من تسمية الاتفاقية العامة للتعريفات و التجارة General Agreement on Traffs", و هي عبارة عن معاهدة دولية الهدف منها تنظيم عملية المبادلات التجارية بين الدول المتوقعة عليها, كما أن فكرة قيام منظمة التجارة الدولية كانت قد طرحت ضمن مداولات مؤتمر "بريتون وودز" الذي أقر قيام صندوق النقد الدولي FMI و البنك الدولي للإنشاء و التعمير BIRD, و قد وقفت الولايات المتحدة الأمريكية ضد قيام هذه المنظمة بحجة أنها يمكن أن تنازع الكونغرس الأمريكي صلاحياته في توجيه التجارة الخارجية, و كبديل لهذه الفكرة, قامت الولايات المتحدة الأمريكية باتخاذ الترتيبات اللازمة و دعت إلى مؤتمر دولي في جنيف عام 1947 للمداولة حول التجارة الدولية, و في هذا المؤتمر تم التوقيع على الاتفاقية العامة للتعريفات و التجارة, التي اشتملت على المبادئ و الأسس و القواعد التي تحكم النظام التجاري العالمي الجديد لمرحلة بعد الحرب.[[46]](#footnote-47)

و لقد شارك في توقيع هذه الاتفاقية 23دولة منها:

* عشر دول صناعية: أمريكا-بريطانيا –استراليا – نيوزيلندا – كندا – فرنسا – بلجيكا – هولندا – لوكسمبورغ – النرويج.
* دولتين عربيتين: - سوريا – لبنان؛
* ثلاث دول من أمريكا اللاتينية: تشيكوسلوفاكيا – البرازيل – التشيلي.
* دولتان من إفريقيا: - جنوب روديسيا – جنوب إفريقيا.
* خمس دول آسيوية: - الهند – باكستان – الصين – كوريا – سيلان.
* دولة من أوروبا الشرقية هي بورما.

 كان الهدف الأساسي من الجات, هو تحرير التجارة الدولية, و توطيد دعائم نظام تجاري عالمي, يقوم على اقتصاد الأسواق الحرة و المفتوحة, و بناءاً على هذا فقد كان يفرض على كل دولة تنظم إلى الجات أن تلتزم بالسعي الجاد و المستمر و التدريجي بإزالة كافة الحواجز المفروضة على تجارتها الخارجية, تصديراً و استيراداً, كما كان الغرض هو العمل على إلغاء القيود الجمركية على التجارة الدولية و الاستمرار في إجراء مفاوضات متعددة الأطراف بصفة دورية لتحقيق هذا الغرض, و في العنصر الموالي سوف نتطرق إلى كل جولة على حدا، ووصلت إلى 117 دولة في أوائل 1994 عند انتهاء العمل بسكرتارية الجات .
ومن المنظور المؤسسي : فقد تكون سكرتارية الجات للإشراف على جولات المفاوضات التي أقرت من الدول المتعاقدة عليها حول التعريفات الجمركية والقواعد المنظمة للتجارة الدولية .

قد انطوت الاتفاقية للتعريفات والتجارة حتى ما قبل إنشاء منظمة التجارة العالمية مباشرة على ثلاثة أنواع من الاتفاقيات الدولية:

1 - الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة وما أدخل عليها من تعديلات وأضيف إليها من شروح وإيضاحات ، وما استحدث فيها من مواد ، وخصوصا المواد من36 إلى38 التي أصبحت تشكل الجزء الرابع من الاتفاقية العامة وقد تم إدخال هذا الجزء في سنة 1965 م ليعالج قضايا التجارة والتنمية ويؤكد تعهد الدول المتقدمة بتمكين الدول النامية من استخدام إجراءات خاصة لتشجيع تجارتها وتنميتها ، ومنحها معاملة تفضيلية من دون مقابل من جانبها .
2- مجموعة أترى من الاتفاقيات التي تم التوصل إليها ، وخصوصا في نهاية حوله مفاوضات طوكيو

 ( 1973 م – 1979 م) وهي ما أطلق عليها " الاتفاقات الجمعية " التي لا تلزم جميع الدول المنظمة إلى الجات ، وإنما يسري مفعولها فقط على مجموعة الدول المنظمة إليها .
3- اتفاقية الألياف المتعددة التي تنظم التجارة في المنتجات والملابس وفق استثناء من القواعد العامة للجات ، إذ تحدد هذه الاتفاقية حصصا كمية لصادرات الدول النامية من المنتجات والملابس إلى الدول تشرف على تنفيذ هذه الاتفاقية لجنة خاصة في الجات
- كما تجدر الإشارة إلى أن اتفاقية الجات كانت تتكون من أربع أجزاء رئيسية :
• الجزء الأول: يتلخص في الالتزامات الأساسية التي يلتزم بها الأعضاء وكذلك حقوق الدول المنظمة للاتفاقية بما في ذلك جداول التعريفات الجمركية
• الجزء الثاني: طرق التعامل والقواعد الخاصة بالتجارة الدولية
• الجزء الثالث: القواعد الخاصة بالنظام والانسحاب من الاتفاقيات
• الجزء الرابع : يتعلق بالدول النامية حيث شجع الصادرات لمجموعة الدول النامية

***المطلب الثاني : أهداف ووظائف الجات :
1- أهداف الجات :***إن الحديث عن الأهداف يشمل أهداف الاتفاقية العامة التعريفات والتجارة الجات [[47]](#footnote-48)GATT ، وعند الحديث عن الأهداف لا بد من بيان الأهداف المعلنة وكذلك الأهداف غير المعلنة أو التي يمكن تسميتها الأهداف الفعلية أو الحقيقية .
***أ – الأهداف المعلنة:***1- تطوير نظام تجاري ومفتوح يمكن المؤسسات التجارية في البلدان الأعضاء من تبادل السلع التجارية في جو من التنافس العادل والخالي من الغش.
2- تحرير التجارة الدولية من خلال إزالة الحواجز الجمركية وغير الجمركية التي تضعها الدول في وجه حركات السلع عبر الحدود الدولية .
3- فنج الأسواق وفتح أوسع المجالات للمنافسة الدولية
4- تشجيع نمو التجارة الدولية من خلال إجراء تخفيضات جمركية متتابعة وإلغاء هذه الرسوم عن بعض السلع
5- زيادة الإنتاج ورفع مستوى المعيشة في كل الدول
***ب- الأهداف غير المعلنة:***
1- تخفيف أو إنهاء تدخل الدول في التجارة بوجه خاص وفي الاقتصاد بوجه عام ، حتى تخضع التجارة العالمية إلى سيطرة الدول الكبرى .
2- رفع الحواجز الجمركية والقيود مهما كان نوعها أمام التجارة الدولية لتحويل العالم إلى سوق مرة وفتح أسواق دول العالم أمام الاستثمارات الأجنبية المتمثلة بالشركات الكبرى متعددة الجنسيات .
3- تخلي الدول عن دورها في إدارة اقتصادها لحملها على خصخصة القطاع العام
4- هل الجات المرجعية الوحيدة للتجارة العالمية
5- إيهام العالم أنه السبيل للتقدم الاقتصادي إلا بنظام السوق المفتوح، أي الحرية الاقتصادية المطلقة، لفتح أسواق العالم أمام المنتجات الغربية بشكل عام والمنتجات الأمريكية بشكل خاص
***2- وظائف الجات*** :
1- تولي وضع المبادئ والأسس والقواعد العامة لتنظيم التجارة الدولية بين الدول الموقعة على الاتفاقيات والإشراف على تنفيذها، وقد تم التوصل إلى هذه المبادئ والأسس والقواعد بالاتفاق بين الدول الأعضاء
2- تعتبر الجات محفلاّ لإجراء المفاوضات التجارية بين الدول وهي تقوم بتنظيم جولات المفاوضات التجارية المتعددة الأطراف لتحديد أعلى مستوى ممكن من تحرير ، ولجعل العلاقات التجارية بين الدول أكثر شفافية وأكثر قابلية للتنبؤ ، ومنه أقل إثارة للمنازعات .
3- الجات هي منتدى لحل ومعالجة الخلافات والعمل على الفصل في المنازعات التجارية التي تحدث بين الدول الأعضاء في مجال التجارة الدولية .

***المطلب الثالث : مبادئ الجات:***قامت الجات منذ نشأتها على مجموعة من المبادئ التي يجب مراعاتها والالتزام بها من قبل الدول الأعضاء من قبل الدول الأعضاء عند إجراء المفاوضات المتعددة الأطراف وهذه المبادئ يمكن تلخيصها على النحو التالي[[48]](#footnote-49):
1- مبدأ الدولة الأولى بالرعاية : وقد ورد هذا المبدأ في المادة الأولى من اتفاقية الجات " GATT " والذي يقتضي بضرورة منح كل طرف متعاقد فورّا وبلا شروط جميع المزايا والحقوق والإعفاءات التي تمنح لأي دولة أخرى دون حاجة إلى إنفاق جديد ، فإن ذلك يعني عدم التمييز بين الدول الأعضاء أو منح رعاية خاصة لأحد الدول على حساب الدول الأخرى بحيث تتساوى كل الدول الأعضاء في الجات في ظروف المنافسة بالأسواق الدولية .
2- مبدأ التبادلية : ويقصد به ضرورة قيام الدول الأعضاء بالاتفاقية بتحرير التجارة الدولية من القيود أو على الأقل تخفيضها تبادليا بمعنى أن كل تخفيض في القيود الجمركية وغير الجمركية الدولة ما لا بد أن يقابله تخفيف من جانب الدول الأخرى ، ويستثني من ذلك حماية الصناعة الوليدة في الدول النامية حتى يقدر على المنافسة الدولية
3- مبدأ المعاملة التفضيلية المتميزة للدول النامية : حصلت الدول النامية طبقا لهذا المبدأ على عدد من الامتيازات التي تنطوي جميعها على أقرار والتزام الدول المتقدمة بضرورة أن نقدم إلى الدول النامية معاملة تفضيلية متميزة بهدف مساعدتها في القيام ببرامج التنمية
4- مبدأ الشفافية : ويقصد به استخدام الرسوم الجمركية فقط دون اللجوء إلى القيود الكمية التي تفتقر إلى الشفافية من أجل حماية الصناعات الوطنية من المنافسة الأجنبية ولمبدأ الشفافية عدة استثناءات مثل الاستثناء الممنوح للدول التي تعاني عجز في ميزان المدفوعات
5- مبدأ المعاملة الوطنية على المنتجات المستوردة : تلتزم الأطراف المتعاقدة وفقا لنص المادة (3) من اتفاقية الجات بعدم التميز بين المنتجات المستوردة و المنتجات المحلية بمعنى عدم إعطاء المنتجات العالمية المحلية أي ميزة تفضيلية على المنتجات المستوردة ويمثل هذا المبدأ الدولة الأولى بالرعاية .

***المبحث الثالث: منظمة التجارة والعالمية كأداة رئيسية لإدارة النظام التجاري الدولي
المطلب الأول: نشأة وتعريف منظمة التجارة العالمية:***
لقد ظهرت فكرة إنشاء منظمة التجارة الدولية لأول مرة من قبل و.م.أ قبل بدء عمل الجات, حيث أعدت الحكومة الأمريكية عام 1945 مشروعا لإنشاء منظمة دولية للتجارة, على غرار إنشاء صندوق النقد الدولي و البنك العالمي, و لكن الكونغرس الأمريكي رفض هذا المشروع, و كان ذلك عام 1950, و مع مرور الوقت و تشعب عمليات التجارة الدولية و تطورها خاصة في الثمانينات, و نادى البعض بإنشاء منظمة التجارة الدولية في جولة الأورجواي, و على الرغم من المعرضة الأمريكية,إلا أنها وافقت مؤخرا.[[49]](#footnote-50)

و تتضمن اتفاقية إنشاء منظمة التجارة العالمية 16مادة عامة تغطي مختلف الجوانب القانونية و التنظيمية التي تحكم عمل هذه المنظمة.

-***1 تعريف المنظمة العالمية للتجارة OMC:***

OMC " l’Organisation Mondial du Commerce" هي النظام الدولي الوحيد الذي ينشغل بالقواعد التي تدير التجارة بين البلدان, في قلب هذا النظام نجد اتفاقيات OMC التي تتفاوض عليها البلدان الأقوى عالميا في التجارة, هذه الوثائق تمثل القواعد القانونية الأساسية للتجارة الدولية, و العقود التي على أساسها ستبني الدول سياستها التجارية داخل الحدود المتفق عليها, بهدف مساعدة المنتجين للسلع و الخدمات, المصدرين و المستوردين في ممارسة نشاطاتهم[[50]](#footnote-51).

و يمكن توضيح أهم الاختلافات بين OMC &GATT في الجدول التالي[[51]](#footnote-52):

|  |  |
| --- | --- |
| OMC | GATT |
| * + يوجد بها أعضاء
	+ منظمة مبنية على قواعد قانونية صلبة
	+ تهتم بتجارة السلع و الخدمات و الملكية الثقافية
	+ نظام و تسوية الخلافات أكثر سرعة و ديناميكية
 | * + يوجد بها جهات متعاقدة
	+ فيها نص قانوني
	+ تهتم بتجارة السلع فقط
	+ نظام تسوية الخلافات أقل سرعة.
 |

Organisation Mondial du commerce, division de l ‘information et des relation avec les média, 2ème édition, Genève, Suisse 2001,P 14.

***المطلب الثاني : مبادئ و مهام وهيكل المنظمة العالمية للتجارة OMC***

1. ***مبادئ المنظمة:***

هناك ثلاث مبادئ أساسية بنيت عليها هذه الاتفاقية:

**المبدأ الأول:** عدم التمييز بين الدول الأعضاء: معناه أن منتجات أي دولة طرف في الجات يجب أن تلقى نفس المعاملة التي تلقاها منتجات أية دولة متعاقدة أخرى, و يضمن هذا المبدأ شرط المعاملة التجارية المساوية بين الدول الأطراف في الجات, و يمنع لجوء الحواجز التجارية بصورة انتقائية.

 **المبدأ الثاني**: إزالة كافة القيود على التجارة سواء كانت تلك القيود جمركية أو غير جمركية, مثل الحصص الكمية, و لكن يستثنى من ذلك تجارة السلع الزراعية و تجارة الدول التي تعاني من عجز جوهري مستمر في ميزان المدفوعات, حيث يحق لها في هذه الحالة فرض القيود اللازمة على تجارتها.

**المبدأ الثالث:** اللجوء إلى التفاوض: وذلك لغرض فض المنازعات التجارية الدولية بدلا من الجلاء إلى الإجراءات الانتقامية التي تتسبب في تقليل حجم التجارة الدولية.

***2*- مهام المنظمة:**

نظراً لأهمية منظمة التجارة العالمية و دورها الهام في إدارة نظام التجارة الدولية فمن الضروري الإثارة إلى الأهداف التي جاءت من أجلها, و التي وردت في مواد اتفاقية مراكش المنشور في 1994-06-15 و السارية المفعول قانونا في 1995-01-01.

إن أطراف هذه الاتفاقية تدرك أن علاقاتها في مجال التجارة و المساعي الاقتصادية يجب أن تستهدف رفع مستويات المعيشة, و تحقيق العمالة الكاملة, و استمرار كبير في نمو حجم الدخل الحقيقي, و الطلب الفعلي, و زيادة الإنتاج المتواصلة, و الاتجار في السلع و الخدمات بما يتيح الاستخدام الأمثل لموارد العالم, وفقاً لهدف التنمية, و ذلك مع توخي غاية البيئة و الحفاظ عليها و دعم الوسائل الكافية لتحقيق ذلك بصورة تتلاءم و احتياجات و اهتمامات كل منها في مختلف المستويات التنمية الاقتصادية في آن واحد.

و لبلوغ هذه الأهداف بالدخول في اتفاقيات المعاملة بالمثل تنطوي على مزايا متبادلة لتحقيق خفض كبير للتعريفات و غيرها من الحواجز التجارية و القضاء على المعاملة التمييزية في العلاقات التجارية.

و عليه يمكن تلخيص أهم مها و وظائف المنظمة في النقاط التالية[[52]](#footnote-53):

1. تسهل تنفيذ و إدارة اتفاقيات "الجات" متعددة الأطراف, بالإضافة إلى الاتفاقيات الجماعية

الأربع, و التي لم تتحول إلى اتفاقيات متعددة الأطراف, و لذلك فهي اتفاقيات ملزمة لمن وافق على الانضمام إليه فقط, و تشكل المنظمة الإطار التفاوضي بين الدول الأعضاء لتنظيم العلاقات التجارية فيما بينها, أو للشروع في جولات مستقبلية بين الدول الأعضاء لتحقيق المزيد من تحرير التجارة الدولية.

1. الإدارة و الإشراف على الاتفاقية المنشأة لجهاز تسوية المنازعات و التي تحدد طبيعة عمل و

أسلوب تشكيل لجان التحكيم و جهاز الاستئناف و حقوق و التزامات الدول في إطار الجهاز المذكور.

1. إدارة جهاز مراجعة السياسات الخارجية للدول الأعضاء و التي يجب أن تتم وفقا للفترات

الزمنية المحددة, (كل عامين للدول النامية, و كل أربعة أعوام للدول المتقدمة ) بهدف معرفة أي تغيرات تتم في هذا المضمار, و مدى توافقها مع أحكام "الجات" و تعميم المعلومات بهذا الشأن على جميع الدول الأعضاء ضمانا لتحقيق مبدأ الشفافية و إتاحة الفرصة للدول الأعضاء للتفاوض حول السياسة التجارية لأي منها و القدرة على التنبؤ بنتائج تلك السياسات.

بقدر تحقيق قدر أكبر من التناسق في ضع السياسة الاقتصادية العالمية, تتعاون المنظمة على النحو المناسب مع صندوق النقد الدولي و البنك الدولي للإنشاء و التعمير و الوكالات التابعة له.

***3- هيكل المنظمة:***

يشمل هيكل المنظمة على رئاسة تتكون من المجلس الوزاري و المجلس العام, و تتفرع عنها مجالس نوعية متخصصة, و يتألف المجلس الوزاري من ممثلي الدول الأعضاء و يجتمع مرة كل سنتين على الأقل, و يعد أعلى سلطة في المنظمة, و له صلاحية اتخاذ القرار في جميع القضايا التي تنص عليها الاتفاقيات التجارية المتعددة الأطراف, بما في ذلك تعديل مواد الاتفاقية المنشأة للمنظمة نفسها.

و يعد المجلس العام بمثابة مجلس إدارة المنظمة, و يضم ممثلين عن جميع الدول الأعضاء, و يشتغل سلطة المجلس الوزاري فيما بين دورات انعقاده, و يتولى وضع القواعد التنظيمية وضع ترتيبات للتعاون مع المنظمات الدولية الأخرى[[53]](#footnote-54).

و يشرف على إدارة جهاز تسوية المنازعات و آلية مراجعة السياسات التجارية للأعضاء, كما يتولى الإشراف على المجالس النوعية و الفرعية التابعة له, و هي مجلس السلع, و مجلس الخدمات و مجلس حقوق الملكية الفكرية, و بدورها يشرف كل مجلس على الاتفاقيات الخاصة تحت إشراف المجلس العام الذي له الحق في تكوين أجهزة نوعية جديدة عند الحاجة.

***المطلب الثالث : الآثار المترتبة على المنظمة العالمية للتجارة:***

***1- إيجابيات*** *[[54]](#footnote-55)****OMC :***

1. المنظمة تساهم في ترقية السلم.
2. الخلافات تعالج بطريقة بنّاءة.
3. القواعد تجعل الحياة سهلة لكل واحد.
4. تحرير المبادلات يحقق تكاليف الحياة.
5. توسع تشكيلية المنتجات و النوعيات المقترحة.
6. التجارة تزيد من الدخل.
7. التجارة تنعش النمو الاقتصادي.
8. المبادئ الأساسية للمنظمة تزيد من الفعالية.
9. المنظمة تساعد الحكومات في تبني تصميم متزن للسياسات التجارية.
10. تعطي أكثر تأكيد و أكثر شفافية للتبادلات التجارية.
11. ***سلبيات OMC :***
12. المنظمة تملي على الحكومات السياسات الواجب إتباعها.
13. المنظمة تطالي بالتبادل الحر مهما كان الثمن.
14. المنظمة لا تنشغل إلا بالمصالح التجارية التي تتصدر التنمية.
15. المصالح التجارية فوق حماية المحيط.
16. المصالح التجارية فوق المصالح الأمنية و الصحة.
17. المنظمة تحطم مناصب الشغل و تعمق الفجوة بين الدول الفقيرة و الغنية.
18. البلدان الصغيرة ليسوا أقوياء في المنظمة.
19. المنظمة عبارة عن مجموعة من الضغوطات القوية.
20. المنظمة غير ديمقراطية.
21. البلدان الضعيفة تواجه قيود للانضمام إلى المنظمة

**قائمة المراجع الفصل الثامن :**

عبد الواحد العفوري, العولمة و الجات-الفرص و التحديات, مكتبة مدبولي , القاهرة, 2000 .

محمد سيد عابد, التجارة الدولية, مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية, جامعة الإسكندرية 2001 .

نبيل حشاد, الجات و المنظمة العالمية للتجارة, النسر الذهبي للطباعة, القاهرة, 1996

سمير محمد عبد العزيز, التجارة العالمية و جات 1994, مركز الإسكندرية للكتاب 1999,

 عبد العظيم حمدي, الجات و التحديات, أكاديمية السادات للعلوم الإدارية, القاهرة 1996,

Organisation Mondial du commerce, division de l ‘information et des relation avec les média, 2ème édition, Genève, Suisse 2001,P 14.

بن موسى كمال, من الجات إلى المنظمة العالمية للتجارة, مذكرة ماجستير, معهد العلوم الإقتصادية, جامعة الجزائر, أفريل 1996,.

**قائمة المراجع :**

-1سعيد النجار، **تاريخ الفكر الاقتصادي من التجاريين إلى نهاية التقليديين**، دار النهضة العربية، بيروت، 1973.

 2-نسرين أحمد عباس أبو زيد**، النموذج الصيني في تنمية الصادرات**، رسالة لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد، قسم الاقتصاد والتجارة، جامعة حلوان، 2008.

 3- لبيب شقير، **تاريخ الفكر الاقتصادي**، دار النهضة، مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.

 4-محمد أحمد السريتي، محمد عزت محمد، **التجارة الدولية والمؤسسات المالية الدولية**، دار التعليم الجامعي، مصر، 2012.

 5- بلقاسم زايري، **اقتصاديات التجارة الدولية**، دار الأديب، الجزائر، 2006.

 6-محمد عبد العزيز عجيمة، **الاقتصاد الدولي**، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، 1978.

 7-شريف علي الصوص، **التجارة الدولية،** الأسس والتطبيقات، عمان، 2011.

8-لوى محمد مرسي، **الاتجاهات المعاصرة والتجارة الدولية**،، معهد التخطيط القومي، جمهورية مصر العربية.

 9-آيات الله لموحيسان، **المنظمة العالمية للتجارة وانعكاساتها على قطاع التجارة الخارجية**، أطروحة دكتوراة "غير منشورة"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2010- 2011، جامعة باتنة.

 10-عادل أحمد حسين، مجدي محمود شهاب، **العلاقات الاقتصادية**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005.

D. Phan, **Le commerce international, Economico,** Paris, 1998 -10-

11-وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية ، إستراتيجية الصادرات المصرية ، السنة الأولى ، أغسطس 2001 .

 12- محمد براق محمد، محمد عبيلة ،دفع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات باستخدام مقاربة التسويق الدولي ،مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ،جامعة الشلف،العدد 04،جوان 2006. .

13-محمود جاسم الصميدعي،"إستراتيجيات التسويق :مدخل كمي وتحليلي" الأردن:دار حامد للنشر والتوزيع ،2007.

 14-Kotler Philip , Dubois Bernard, Lan keler keler , Mouncau Daulphin , ¨merketing management¨ 12eme Pearson education , Paris : Publi union , 2006

15-توفيق محمد عبد المحسن،«التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير» ،مصر :دار الفكر العربي،2003

**16-وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية ، إستراتيجية الصادرات المصرية ، السنة الأولى ، أغسطس 2001**

http://www.eeni.org/ar75.asp17--

. Baba Ahmed Mustapha, Introduction à l’assurance crédit et l’exportation ..

M. Benamar, Technique du commerce international. Edition techniple Paris 1996- 18

.19- شمعون شمعون، محاضرات في مقياس الصرف. دار الهومة 2002. ص:

20-أحمد عبد الكريم سلامة، قانون العقد الدولي (دار النهضة العربية، القاهرة 2000 /2001م)

21 -محمود سمير الشرقاوى ,  دراسة خاصة لعقد البيع الدولي للبضائع , جامعة القاهرة 1992

1. An Approach to Legal English -22 مصطفى المرشدى , جامعه الاسكندريه1 201
* 23-د- هشام صلاح / الموانئ العراقية في حركة النقل / العدد الثالث و سبعون/ سنة 2012/الجامعة المستنصرية /كلية التربية.

24-أحمد فؤاد نجيب/تنمية الموارد البشرية /التخطيط و السياسات و الأجهزة/مركز البحوث الإدارية/جامعة الدول العربية /القاهرة /سنة 1972.

25-د.علي حسين المشهداني/المشاكل التي تعاني منها الموانئ العراقية/مجلة العلوم الإقتصادية/ العددالسابع/سنة 1995/كلية الإدارة و الإقتصاد/جامعة البصرة.

26-مناهل مصطفى عبد الحميد العميري/نموذج مقترح لتطوير النقل البحري/رسالة ماجيستير/كلية الإدارة و الإقتصاد/جامعة البصرة/سنة 1996.

 **-**[**http://www.hpc-hamburg.de**](http://www.hpc-hamburg.de)

* 27-: <http://alomanaa.net/news18008.html#sthash.NjhL1JtE.dpuf>

28--د،طارق عبد العال ،حماد، التجارة الالكترونية ، 2004/2005 .

29- د، مدحت رمضان ، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة،القاهرة2001 .

**30**- هدى حامد قشقوش ,الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنيت ,القاهرة ,دار النهضة العربية ,2005,

31- رأفت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة**.**

1. (1) سعيد النجار، **تاريخ الفكر الاقتصادي من التجاريين إلى نهاية التقليديين**، دار النهضة العربية، بيروت، 1973ن ص: 28- 47. [↑](#footnote-ref-2)
2. (1) نسرين أحمد عباس أبو زيد**، النموذج الصيني في تنمية الصادرات**، رسالة لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد، قسم الاقتصاد والتجارة، جامعة حلوان، 2008، ص:05. [↑](#footnote-ref-3)
3. (1) لبيب شقير، **تاريخ الفكر الاقتصادي**، دار النهضة، مصر للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، ص: 42- 56. [↑](#footnote-ref-4)
4. () محمد أحمد السريتي، محمد عزت محمد، **التجارة الدولية والمؤسسات المالية الدولية**، دار التعليم الجامعي، مصر، 2012، ص:37. [↑](#footnote-ref-5)
5. ()  بلقاسم زايري، **اقتصاديات التجارة الدولية**، دار الأديب، الجزائر، 2006، ص:59. [↑](#footnote-ref-6)
6. () بلقاسم زايري، **مرجع سبق ذكره**، ص: 61. [↑](#footnote-ref-7)
7. () بلقاسم زايري**، مرجع سبق ذكره**، ص: 64. [↑](#footnote-ref-8)
8. () محمد عبد العزيز عجيمة، **الاقتصاد الدولي**، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، 1978، ص:28. [↑](#footnote-ref-9)
9. () شريف علي الصوص، **التجارة الدولية،** الأسس والتطبيقات، عمان، 2011، ص: 44. [↑](#footnote-ref-10)
10. () سلوى محمد مرسي، **الاتجاهات المعاصرة والتجارة الدولية**،، معهد التخطيط القومي، جمهورية مصر العربية، ص:07. [↑](#footnote-ref-11)
11. () آيات الله لموحيسان، **المنظمة العالمية للتجارة وانعكاساتها على قطاع التجارة الخارجية**، أطروحة دكتوراة "غير منشورة"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2010- 2011، جامعة باتنة، ص:9. [↑](#footnote-ref-12)
12. () عادل أحمد حسين، مجدي محمود شهاب، **العلاقات الاقتصادية**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، صص: 146- 147. [↑](#footnote-ref-13)
13. () عادل أحمد حسين، **مرجع سبق ذكره**، ص: 151. [↑](#footnote-ref-14)
14. () بلقاسم زايري، **مرجع سبق ذكره**، ص: 190. [↑](#footnote-ref-15)
15. () المرجع نفسه، ص: 239. [↑](#footnote-ref-16)
16. () D. Phan, **Le commerce international, Economico,** Paris, 1980, p202. [↑](#footnote-ref-17)
17. محمد براق محمد، محمد عبيلة ،دفع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات باستخدام مقاربة التسويق الدولي ،مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ،جامعة الشلف،العدد 04،جوان 2006. ص141 [↑](#footnote-ref-18)
18. **محمود جاسم الصميدعي،"إستراتيجيات التسويق :مدخل كمي وتحليلي" الأردن:دار حامد للنشر والتوزيع ،2007.،ص 286.** [↑](#footnote-ref-19)
19. KotlerPhilip , Dubois Bernard, Lan keler keler , Mouncau Daulphin , ¨merketing management¨ 12eme Pearson education , Paris : Publi union , 2006,p 779. [↑](#footnote-ref-20)
20. محمود جاسم الصميدعي ،**مرجع سبق ذكره**،ص 286 -287 . [↑](#footnote-ref-21)
21. توفيق محمد عبد المحسن،«التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير» ،مصر :دار الفكر العربي،2003.

ص 361. [↑](#footnote-ref-22)
22. Kotler et autre. **Op. .cit**. 2006,p 779. [↑](#footnote-ref-23)
23. Kotler et autre , **IBID** , p 779-780. [↑](#footnote-ref-24)
24. محمود جاسم الصميدعي ،**مرجع سبق ذكره** ،ص288. [↑](#footnote-ref-25)
25. **نفس المرجع السابق** ،ص288. [↑](#footnote-ref-26)
26. **نفس المرجع السابق** ، ص ص 287 ـ 288 . [↑](#footnote-ref-27)
27. عبد اللطيف عبد اللطيف, **إدارة الأعمال الدولية.** ( جامعة دمشق, 2006). [↑](#footnote-ref-28)
28. http://www.eeni.org/ar75.asp [↑](#footnote-ref-29)
29. . Baba Ahmed Mustapha, Introduction à l’assurance crédit et l’exportation p :09. 1 [↑](#footnote-ref-30)
30. M. Benamar, Technique du commerce international. Edition techniple Paris 1996. P :175.2 [↑](#footnote-ref-31)
31. . شمعون شمعون، محاضرات في مقياس الصرف. دار الهومة 2002. ص:36. 1 [↑](#footnote-ref-32)
32. Chibani Rabah, Le Vade-Mecun de l’import-export. Edition ENAG 1997 P : 43. 1 [↑](#footnote-ref-33)
33. . د. محمد الفيومي، نظم المعلومات المحاسبية، الدار الجامعية. 1990. ص:580. 1 [↑](#footnote-ref-34)
34. . طاهر لطرش، تقنيات البنوك. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2001، ص: 1182 [↑](#footnote-ref-35)
35. Chibani Rabah, 1997, OP-CIT p :51. 1 [↑](#footnote-ref-36)
36. Sylvie Graumann, guide pratique du commerce International, troisième édition,1992. P p : 137 [↑](#footnote-ref-37)
37. . اللاوي ج. غازي ز. . وسائل الدفع و التمويل في التجارة الخارجية. مذكرة التخرج لنيل شهادة ليسانس في العلوم التجارية و المالية 1998. ص:36-37. 1 [↑](#footnote-ref-38)
38. . . د. محمد الفيومي .نظم المعلومات المحاسبة.الدار الجامعية.1990 .ص:568. 1 [↑](#footnote-ref-39)
39. . طاهر لطرش تقنيات البنوك.ديوان المطبوعات الجامعية.الجزائر.2001. ص: 191. 1 [↑](#footnote-ref-40)
40. . طاهر لطرش مرجع سابق. ص، ص:119-120. 1 [↑](#footnote-ref-41)
41. . اللاوي ج. غازي ز. مرجع سابق.ص:68. 2 [↑](#footnote-ref-42)
42. عبد الواحد العفوري, العولمة و الجات-الفرص و التحديات, مكتبة مدبولي , القاهرة, 2000 ص 32. [↑](#footnote-ref-43)
43. عبد الوحيد العفوري, مرجع سبق ذكره, ص 47. [↑](#footnote-ref-44)
44. محمد سيد عابد, التجارة الدولية, مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية, جامعة الإسكندرية 2001 ص 447 [↑](#footnote-ref-45)
45. محمد سيد عابد, مرجع سبق ذكره, ص 448 [↑](#footnote-ref-46)
46. نبيل حشاد, الجات و المنظمة العالمية للتجارة, النسر الذهبي للطباعة, القاهرة, 1996 [↑](#footnote-ref-47)
47. سمير محمد عبد العزيز, التجارة العالمية و جات 1994, مركز الإسكندرية للكتاب 1999, ص 35 [↑](#footnote-ref-48)
48. محمد سيد عابد, مرجع سبق ذكره, ص 450 [↑](#footnote-ref-49)
49. عبد الواحد العفوري, مرجع سبق ذكره, ص 61 [↑](#footnote-ref-50)
50. عبد العظيم حمدي, الجات و التحديات, أكاديمية السادات للعلوم الإدارية, القاهرة 1996, ص 39. [↑](#footnote-ref-51)
51. Organisation Mondial du commerce, division de l ‘information et des relation avec les média, 2ème édition, Genève, Suisse 2001,P 14. [↑](#footnote-ref-52)
52. عبد العظيم حمدي, نفس المرجع السابق, ص 40 [↑](#footnote-ref-53)
53. عبد العظيم حمدي, نفس المرجع السابق, ص 40 [↑](#footnote-ref-54)
54. بن موسى كمال, من الجات إلى المنظمة العالمية للتجارة, مذكرة ماجستير, معهد العلوم الإقتصادية, جامعة الجزائر, أفريل 1996, ص 156 [↑](#footnote-ref-55)