الفصل الثاني عشر

موضوعات خاصة
في التسويق الدولي

الفصل الثاني عشر

موضوعات خاصة في التسويق الدولي

المناطق الحرة Free Zones:

ورد أكثر من تعريف لمفهوم المناطق الحرة في المراجع والدراسات التي تناولت هذا الموضوع، فمنها من عرّف المنطقة الحرة بأنها (مساحة جغرافية مغلقة، ومعزولة، وغير مأهولة بالسكان، والتي يدخل فيها الكثير من السلع غير الممنوعة دون إجراءات جمركية رسمية للدخول)[1]، وفي دراسة قامت بها اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا حول تقييم المناطق الحرة في عدد من بلدان الأسكو أعطت تعريفاً حديثاً للمناطق الحرة أو المناطق التجارية الحرة (Free Zones or Free Trade Zones) بأنها (مناطق تقع ضمن السياج الجمركي أو مناطق معزولة تقع ضمن ميناء بحري أو مطار جوي أو على مقربة منه، تستفيد من الإعفاء من الرسوم الجمركية، وبذلك فهي تقع خارج النطاق الجمركي للدولة مما يجعلها تستخدم لتخزين البضائع العابرة والحفاظ عليها للتوزيع، وتأخير دفع رسوم الاستيراد أو تجنب دفع الضرائب غير المباشرة على أنواع أخرى من الأنشطة التي تتم فيها[2]:

من التعريفين السابقين يمكن أن نفهم ما يلي:

1- أن المنطقة التجارية الحرة مساحة جغرافية مغلقة ومعزولة وغير مأهولة بالسكان مخصصة للاستخدام من قبل التجار والمستثمرين لممارسة نشاطاتهم فيها في حدود نصوص قانون المناطق التجارية الحرة.

2- المنطقة التجارية الحرة تدخل إليها البضاعة أو تقام فيها الصناعة بدون أي رسوم جمركية أو قيود فنية أو إدارية.

3- المنطقة التجارية الحرة يكون مكانها داخل، أو قرب المطارات أو منطقة جغرافية معزولة، أو ميناء، أو مدينة معزولة بكاملها عن باقي أجزاء الدولة.

وهناك موانئ حرة مهمة لا زالت تعمل مثل هونغ كونغ وسنغافورة، وقد أقيمت مثل هذه الموانئ لتسهيل عملية إعادة التصدير وكمراكز توزيع، وكانت تعرف سابقاً (بمناطق تجهيز الصادرات) والذي يشمل المناطق الصناعية (Industrial Estates) أو المجمعات الصناعية (Industrial Parks) أو المناطق الحرة أو مناطق التجارة الحرة ، (Free Zones or Free Trade Zones)، ومع تخصص العديد من مناطق تجهيز الصادرات في مختلف أنحاء العالم في المجالات الصناعية على وجه التحديد، وتشمل أنشطة المناطق الحرة (أو مناطق التجارة الحرة) في معظم الدول كلاً من التجارة الحرة، واستيراد البضائع والمواد وتخزينها ومن ثم توزيعها للخارج جنباً إلى جنب مع الأنشطة الصناعية أو بتوطين مختلف الصناعات وتوفير الخدمات والبيئة الاستثمارية الملائمة، إضافة إلى تجارة الخدمات وتوفير الخدمات والبيئة الاستثمارية الملائمة، إضافة إلى تجارة الخدمات التي تشمل التجارة الإلكترونية والاتصالات والإعلام، وبذلك بوسعنا القول أن تعبير المنطقة الحرة ينطبق على التجارة فنسميها المنطقة التجارية الحرة أو المنطقة الحرة، مثل المنطقة التجارية الحرة في الزرقاء، والمنطقة الخاصة في ميناء العقبة الأردني، ومنطقة جبل على في إمارة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة وهي أكبر منطقة تجارية حرة في العالم، وإذا كان النشاط صناعي نقول المنطقة الصناعية الحرة مثل مدينة الحسن الصناعية في إربد وغيرها.

وتجدر الإشارة إلى أن المنطقة العربية كانت من المناطق الرائدة في إقامة الموانئ الحرة أو المناطق الحرة، وقد بدأت في عدن بالجمهورية اليمنية في مطلع القرن العشرين، وفي الجمهورية اللبنانية، والجمهورية العربية السورية منذ مطلع الخمسينات (1953) وفي مصر والمملكة الأردنية الهاشمية منذ مطلع السبعينات 1972، وفي دولة الإمارات العربية في منتصف الثمانينات 1982. وتتمتع الصناعات أو التجارة في هذه المناطق بمزايا التجارة الحرة وبمناخ لبيرالي فيما يتعلق بالأنظمة والقوانين (Liberal Regulatory Environment).

أهداف المناطق الحرة وغاياتها:

تسعى الشركات العالمية متعددة الجنسية إلى إيجاد أسواق جديدة، والاستفادة من المزايا التي تقدمها العديد من الدول النامية كحوافز لجذب الاستثمارات الأجنبية، وبخاصة فيما يتعلق بالعمالة الرخيصة، ورخص تكاليف النقل، والتوزيع للأسواق القريبة بالإضافة الى ما تقدمه معظم المناطق الحرة من إعفاءات جمركية وضريبية لواردات المواد والبضائع الوسيطة وللصادرات، وتوفير الخدمات الأساسية من أراض ومستودعات ومكاتب ووسائل اتصالات ونقل وكهرباء وماء. كما وان هناك شركات من بعض الدول التي تواجه عقبات بسبب ما يسمى بنظام الحصص، وشركات أخرى تواجه عقبات تجارية في أسواق معينة تسعى هي الأخرى الى الاستفادة من مزايا المناطق الحرة. وبصورة عامة يمكن تلخيص أهداف إنشاء المناطق التجارية الحرة على النحو الآتي:

1- جذب الاستثمارات الأجنبية: شهد قطاع الاستثمارات في المنطقة الحرة في جبل علي في دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة تطوراً ملحوظاً، حيث يلغ حجم التبادل التجاري من خلال 16 شركة فقط في عام 1985 حوالي 200 مليون دولار ولكنه ارتفع بشكل كبير منذ ذلك الحين حتى وصل في العام 2001 الى 9 مليارات خلال 2000 شركة عاملة ومسجلة في المنطقة وفي العام 2006 ارتفع التبادل التجاري فيها إلى 16 مليار،وبذلك تعتبر هذه المنطقة الحرة أكبر منطقة حرة في العالم.

2- توفير النقد الأجنبي من خلال ترويج الصادرات غير التقليدية.

3- خلق فرص عمل في الصناعات والشركات المتوطنة بصورة مباشرة في المناطق الحرة، ومن الجدير بالذكر ان المناطق الحرة الصناعية تعطي الأفضلية في التوظيف للنساء، حيث يشعر أرباب العمل بأن عوامل الدقة في العمل والتركيز والصبر وقلة الإلحاح على زيادة الرواتب وشروط العمل الأخرى تعطي أفضلية التوظيف للنساء على حساب الرجال.

4- تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مناطق مختلفة، مثلاً الأردن، قام بتوزيع المناطق الحرة في مختلف المحافظات الأردنية بهدف تنميتها، مثل محافظة الزرقاء، والكرك، والرمثا، وميناء العقبة..الخ ويبلغ عدد الشركات العاملة في هذه المناطق 1149 شركة.[3]

5- نقل التكنولوجيا والخبرة الفنية والإدارية.

6-استخدام الموارد والموارد المحلية مما يعزز ويدعم الحركة التجارية في البلد.

7- تنشيط قطاعي الخدمات والنقل وتشمل الخدمات المقدمة للصناعات والشركات في المنطقة وغيرها من خدمات الاتصالات والإنترنت والمعلومات والأعلام، والتخليص الجمركي، والنقل البري والجوي، وخدمات الموانئ البحرية من موانئ وإعادة شحن ونقل تخزين للمواد والبضائع المصدرة بواسطة الحاويات وغيرها من وسائل الشحن الأخرى.

مزايا وحوافز المناطق الحرة:

تتفاوت الحوافز والمزايا التي توفرها المناطق الحرة بين دولة وأخرى، ومن الحوافز الهامة التي تتوفر للمستثمرين والتجار والمتعاملين ما يلي:

1- الإعفاء من الضرائب على استيراد المواد الأولية والبضائع الأخرى شبه المصنعة.

2- توفير البنية الأساسية والخدمات الأساسية من مياه وكهرباء واتصالات.

3- الإعفاء من الضرائب على الإيرادات ورأس المال.

4- توفير جهاز إداري يتولى إنجاز ومتابعة كافة الإجراءات الفنية والتنظيمية للاستثمار والتجارة في المناطق الحرة، خاصة تلك الإجراءات المتعلقة بالحكومة.

5- توفير العمالة اللازمة من مختلف التخصصات للصناعات والشركات التجارية المتواجدة في المنطقة.

ويلخص الجدول التالي المزايا والحوافز التي توفرها المناطق الحرة في بعض البلدان كما يلي:

البلد
دولة الإمارات العربية المتحدة (منطقة جبل علي)
إيران
المملكة الأردنية الهاشمية
الجمهورية العربية السورية
لبنان

جدول رقم (1-12)[4]

المزايا والحوافز التي توفرها المناطق الحرة في بعض الدول

البلد	الإعفاء الجمركي	الإعفاء الضريبي	أخرى
دولة الإمارات العربية المتحدة (منطقة جبل علي)	لا رسوم جمركية على الواردات أو الصادرات	إعفاء كامل لمدة 15 عاماً قابلة للتجديد لمدة مماثلة من الضرائب بما فيها الضريبة على الدخل والشركات والأراضي	حرية تحويل رأس المال والأرباح الى الخارج بنسبة 100٪
إيران	إعفاء كافة البضاعة الواردة من الرسوم الجمركية ورسوم الفوائد التجارية	إعفاء كامل من كل أنواع الضرائب للسنوات الـ15 الأولى.	حرية تحويل الأرباح الصافية ورأس المال الى الخارج
المملكة الأردنية الهاشمية	لا رسوم جمركية على الاستثمارات أو الواردات أو الصادرات الداخلة والخارجة من المنطقة الحرة.	إعفاء كامل من الضرائب	حرية تحويل رأس المال والأرباح الى الخارج ولا ضرائب أو رسوم عليها
الجمهورية العربية السورية	إعفاء كامل من الرسوم الجمركية.	إعفاء كامل من كافة الضرائب	حرية تحويل رأس المال الأجنبي المستثمر وأرباحه الى الخارج أو عند ادخال رأس المال أو الأرباح
لبنان	إعفاء كامل من الرسوم الجمركية	إعفاء كامل من الضرائب على الشركات لمدة 15 عاماً	إعفاء الموظفين الأجانب من الضرائب ومنح المستثمرين الأجانب إمكانية التملك داخل المنطقة الحرة بنسبة 100٪

المشكلات التي تواجه المناطق الحرة في البلاد العربية:

1- التعقيدات الإدارية والبيروقراطية التي تعرقل حركة الاستيراد والتصدير وإعادة التصدير في العديد من المناطق الحرة في المنطقة.

2- تكرار صدور قرارات جركية مفاجئة تربك المستثمرين والتجار وترفع من نسبة المخاطر على استثماراتهم.

3- ضعف التنسيق بين إدارات ومؤسسات المناطق الحرة من جهة والمستثمرين فيها من جهة أخرى، خاصة في مجال القوانين واللوائح السارية والتي تؤثر سلباً على مصالح المستثمرين.

4- عدم اكتمال البنية الأساسية والخدمات في بعض المناطق الحرة مثل الكهرباء والماء والهاتف... إلخ.

5- ارتفاع بدلات التخزين والرسوم المباشرة وغير المباشرة ورسوم وأجور الموانئ البحرية وتكاليف الحراسة الخاصة للمنشآت داخل بعض المناطق التي يترتب على المستثمر توفيرها.

6- عدم انتظام الشحن البحري لإيصال صادرات المناطق الحرة إلى الأسواق الاستهلاكية في الوقت المناسب.

7- عدم اعتراف معظم الدول العربية بالمنتج في المنطقة الحرة في جبل على كمنتج إماراتي واعتباره منتجاً أجنبياً مما يؤدي إلى عدم الاستفادة من الاتفاقيات المبرمة مع هذه الدول في مجال التبادل التجاري.

المناطق الصناعية الحرة (أفشور)Off-Shore :

الأنشطة داخل المناطق الحرة متنوعة، فكما هو الحال في المناطق التجارية الحرة فهو كذلك في المناطق الصناعية الحرة، حيث تتعدد وتتنوع الأنشطة التي يمارسها الصناعيون هناك، فبعضهم ينتج لحساب شركة، أو شركات معينة، وبعضهم يعمل بنظام الإنتاج حسب الطلب، وغيرهم من الصناعيين من يعمل بطريقة الأفشور، ويقصد بصناعة الأفشور قيام شركات بنقل أصولها ورأسمالها إلى الخارج بقصد

الأنابيب وتجهيز سعة ثابتة بالسلوك وغالباً لا تخزن الأشجار المرتبة من الخارج على عملت على تجهيز ذات السعة وهي تعمل من الداخل. ومن أهم المياه التي تعمل بطريقة الأغشية هي المياه المتحدة الأيونية بالبلدان بالنسبة للمياه المتحدة فإن كلية الأشجار الأيونية التي تصنع الأجنة من الأحماء بالسلوك في دول مختلفة ثم إعادة تجميعها في أعمدة أو في بلد آخر. انتشرت على نطاق واسع فهناك مثلاً العديد من النطاق التجليف بالصناعية على الطلب الأسيجي من الطبع مع المياه المتحدة مثل عملية الديلزة التي تستقبل بعيداً أجنة السلوك مثل الأسيجية، والأجهزة الأيونية المياه الغذائية... الخ من الطلب الأيونية حيث تم تجميعها ثم إعادة تعديلها إلى السعة الأيونية، وعملية الأشجار الأيونية هي قليل التكاليف الأنابيب حيث تعمل على نمو الفرق بين أجهزة العلاج الأيونية الذي تتراوح أجزاء الميمبرين 100-120 دولار بينما في حين الأجهزة الميمبرين الأنابيب 10-20 دولار بينما في حين تعمل الطبقات الأسيجية الماء في السليك حيث يتم العلاج في الأسلوب عن طريق سهولة عمليات العديد من هذه الطرق الأنابيب الأيونية مثل الجهزة الأيونية. أما في البلدان فقد اندمجت شركاتها في بعض الأشياء الأجنبية مثل المنافسة عالمياً، والتي تحتاج إلى تطبيق عمليات جديدة...الخ المستطاعة من بعض أجهزة الأيونية العلاج في هذه المياه وقد استطاعت العديد من الأشجار الأيونية استطاعة بعض التأسيسية بعد أن كانت تقفل في السعة المنخفضة بسبب التكاليف الأنابيب في البلدان.

العديد من نطاق عملية الأغشية منها في الأجزاء عليها الحسن العملية في منطقة الهند حيث يحتاج العديد من الأشجار الأيونية التي تصنع لسلب السعة الأيونية جيدة مستفيدة من بعض أجهزة الأيونية العلاج الأجنبية حيث أجهزة السلوك. وفي سبيل يحتاج العديد من نطاق العملية الأغشية مثل العملية الطرق في حالة العملية الطرق في سبب تكلفة الأيونية الأجهزة الأيونية. وفي هذه يحتاج نطاق عملية الأغشية مثل العملية الطرق في عليها تصنع في سبب التكلفة الطرق في

العامرية قرب الإسكندرية، وفي بور سعيد والإسماعيلية...الخ. لم تفلت المناطق الحرة بمختلف أشكالها وأنواعها من الانتقادات، فقد تسببت مثلاً بتكدس العمال والعاملات في مناطق سكنية غير مؤهلة للحياة البشرية من الناحية الصحية، والتعليمية، وانتشار الجريمة، أما الانتقاد الثاني فهو أن الشركات الصناعية أفشور قد نقلت معها فرص العمل التي كان من الممكن توفيرها للمواطنين في اليابان، وأمريكا وفرنسا...

التجارة الإلكترونية E-Commerce:

كان للتطور المضطرد للمعلوماتية عبر شبكة الإنترنت (Inter-net) وانتشارها وتوسعها الأثر البالغ في إرساء البنية التحتية لعالم أعمال من نوع جديد لا سابق لمثيله في الأعمال الدولية والمحلية، فقد أصبح إنجاز المعاملات التجارية والصفقات المالية إلكترونياً أمراً واقعاً، ومع زيادة أعداد مستخدمي الشبكة الإلكترونية للمعلوماتية إلى نحو 200 مليون مستخدم حول العالم عام 2002 ثم ارتفعت لتصل إلى 500 مليون مستخدم عام 2006، وهكذا أصبحت العمليات التجارية ذات قيمة اقتصادية أكبر وتكلفة أقل، فالبيع والشراء والإعلان والترويج وعقد الاجتماعات وتقديم العروض كذلك أصبحت أموراً مألوفة، وهي التي يطلق عليها بالتجارة الإلكترونية.

وقد لفتت هذه الوسيلة التجارية والمالية الجديدة التي وفرتها شبكة الإنترنت للمعلوماتية بالإضافة إلى تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال السريعة انتباه رجال الأعمال المحليين والدوليين إلى ضرورة التوسع عن طريق التجارة الإلكترونية بدءاً من عام 1993.

مفهوم التجارة الإلكترونية:

يمكننا تعريف التجارة الإلكترونية بأنها "شكلاً من أشكال التعامل التجاري الذي يتم فيه تفاعل أطراف التبادل إلكترونياً بدلاً من التبادل المادي أو الاتصال الجغرافي المباشر."[5] ويعرف آخرون التجارة الإلكترونية بأنها "علمية بيع أو شراء السلع

والخدمات من خـلال الشـبكات الحاسـوبية المفتوحـة كالإنـترنت". وتنقسـم التجـارة الإلكترونية إلى نوعين من المعاملات على أساس طبيعة المتعاملين:[6]

- تعامل بين شركة تجارية وشركة تجارية أخرى (Business to Business).
- تعامل بين شركة تجارية ومستهلك فردي (Business to Commerce).

كما عرف آخرون التجارة الإلكترونية بأنها "مصطلح عام يطبق علـى اسـتخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا الاتصالات لدعم المتاجرة بالسلع والخدمات بـين المشـترين والبائعين وتعرف بأنها استخدام تكنولوجيا المعلومات للربـط الفـاعل بـين الوظـائف التي يوفرها المشاركون- البائعون والمشـترون في التجـارة".[8] وتسـتخدم الآن التجـارة الإلكترونية العديدة من التقنيات مثل تبادل المعلومات الإلكترونية (Electronic Data Interchange – E.D.I) والـبريد الإلكـتروني (E.Mail) وتحويـل الأمـوال إلكترونيـاً (Electronic Funds Transiter E.F.T) على نطاق واسع إلا أن بعض التقنيات تحتاج إلى اتفـاق مسـبق بـين المشـترين والبـائعين لتحديـد علاقتـهم مـن خـلال التجـارة الإلكترونية.

وبالرغم من أن حجم التجارة بين الشركات بعضـها مـع بعـض يمثـل الجـانب الأكبر من مجمل حجم التجارة الإلكترونية بصورة عامة، إلا أن الاهتمام ينصـب الآن على التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين بصورة مباشرة، حيـث المسـتهلك هو الجانب المستهدف مباشرة من جانب الشركات التي تسـتخدم نظـم تقنيـة لتوسـيع انتشارها لتصل إلى جميع المستهلكين كأفراد على الساحة الدولية.

من خلال التعريفات السابقة لكتاب الأعمال الدولية والمعلوماتية حول التجارة الإلكترونية نفهم أن هذه "التجارة تتم بين البائعين والمشتركين، وتستخدم نظم ووسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة مثل شبكة الإنـترنت للمعلومـات، والـبريد الإلكـتروني وغيرها تستهدف حالياً الوصول إلى المستهلكين في أي مكان من العالم".

ولا شك أن الشركات المتعددة الجنسية وشـركاتها التابعـة هـي المسـتفيد الأول والمطوّر الأول لما يعرف حالياً بالتجارة الإلكترونية، ففي عام 1995 كان حجم التجارة الإلكترونية على مستوى العـالم يسـاوي صفـراً وفي عـام 1997 ارتفـع إلى 26 مليـون

دولار، وفي عام 2001 بلغ 330 مليون ثم ارتفع إلى حوالي مليار دولار عام 2002، وفي عام 2006 تطور هذا الرقم بنسبة عالية جداً حيث وصل إلى 250 مليار[9]، فالمنافسة الحالية في ميدان الأعمال الدولية تحتدم بين الشركات م. ج، التي تعمل الآن على تطوير برامج تسويقية ذات استراتيجيات متعددة، إلى جانب قيامها في وقت مبكر بإعادة تشكيل رؤيتها للتنظيمات الهيكلية لأنشطتها، فالنظريات التنظيمية الهرمية لم تعد من وجهة نظرها تواكب التطورات الجديدة في أساليب الإدارة والتسويق الدولي الجديدة مثل التجارة الإلكترونية وأصبح هناك ما يعرف بهياكل التنظيم المسطحة (Flattened Structure) حيث يسمح هذا النوع من التنظيم بانفتاح الشركات على العملاء والمستهلكين والموردين مما يجعل من بيئة الأعمال الدولية أكثر ملائمة واستجابة لاحتياجاتها، وأهم هذه الاحتياجات هي السرعة والثقة والشفافية وغيرها، وهذا ما تحتاجه التجارة الإلكترونية بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، أو السوق أو المورد، طالما أن المورد يقوم بتوفير البضاعة أو الخدمات مقابل مبلغ معين متفق عليه إلكترونياً بالتفاوض من خلال الشاشة الصغيرة للحاسب الآلي عبر شبكة الإنترنت.

ومن المفارقات أن التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت ستحل مشكلة الوصول مباشرة إلى المستهلكين كأفراد وليس شركات وبالتالي تمكين ش. م. ج أو غيرها العمل بصورة أوسع ليس فقط في تجارة الجملة وإنما تجارة التجزئة، إن مفهوم التجارة الإلكترونية أكبر وربما أوسع مما تصورناه، فهو الآن ميدان خصب للبحث والتحري عن أساليب وطرق التسويق الإبداعية من خلال بحوث التسويق التي يجب أن تأخذ اتجاهاً مختلفاً عن ما هي عليه الآن.

البنية التحتية للتجارة الإلكترونية E- Commerce Infrasturture:

ترتبط تقنية الشبكة العالمية (WWW) بشبكة الإنترنت أو ما يعرف باسم الوب (The Web) والتي تعتبر الوسيلة الرئيسة لتبادل المعلومات بين الحواسيب الآلية، تمتلك هذه التقنية مواصفات متقدمة خلقت ظروفاً جديدة ومختلفة عن البيئة أو الظروف التي كانت وما زالت تتم فيها الاتصالات التقليدية الحالية.

وطالما أن البيئة الاتصالية بدأت تتغير جذرياً، فمن الطبيعي أن تخلق ظروفاً جديدة ومختلفة للأنشطة التسويقية وخاصة في مفهومها وبرامجها واحتياجاتها.. إلخ، مما يعني أن التجارة الإلكترونية سيكون لها بنية تحتية تحتاجها وبدونها سيظل دورها التجاري ضعيفاً، ومن الاحتياجات الضرورية التي يجب توفرها في الشركة لتعمل بالتجارة الإلكترونية ما يلي[9]:

- **الأجهزة:**

1- حواسيب آلية (Computer and Servers)

2- مسيرٌ Facilitator وموجه المعلومات (Routers)

3- كابلات وتقنيات حديثة للاتصالات (Fiber Optics, Space Channel, cts).

- **البرمجيات:** وتشمل:

برمجيات التشغيل (Operating System) وبرمجيات الإبحار بالإنترنت، بالإضافة إلى حزم برمجيات التجارة إلكترونياً، وهي برمجيات خاصة تسمح بإتمام عملية البيع والشراء الآني عبر الإنترنت.

- **مقدمة خدمات التوصيل بالشبكات العامة المفتوحة (كالإنترنت)**

ونعني بذلك الجهات التي تقوم بتوفير خدمة الإنترنت في الدول (كمؤسسة اتصالات بدولة الإمارات، أو الأردن).. والشركات الخاصة المقدمة لخدمة الإنترنت في لبنان والأردن... وغيرها).

- **الخدمات المخولة:**

وهي خدمات تتعلق بإتمام الصفقات التجارية كالإعلان وطرق الدفع، والتسليم وخدمات التحقق من الأهلية..

الإطار العام للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت:

لا شك أن التجارة الإلكترونية لازالت موضوعاً ساخناً، فهو محور الاهتمام من جانب الدول والشركات على حدٍ سواء، فالدول تقوم الآن بوضع الأطر والقوانين

التي تحكم هذه التجارة، وخاصة الأطر القانونية، فالولايات المتحدة الأمريكية قامت عام 1997 بوضع إطار عام للتجارة عبر الإنترنت وشمل هذا الإطار ما يلي:

1- المبادئ:

أ- دعوة القطاع الخاص الأمريكي لاتخاذ دور الريادة في تطوير الخدمة وتوفيرها.

ب- شطب الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل في السلع التي يتم شراؤها عبر الإنترنت.

ج- دعوة حكومات الدول للنمو في هذا الاتجاه وعدم تقييد هذه التجارة بل دعمها والمساهمة في تطويرها.

2- الموضوعات وتشمل:

- إتاحة الدخول للإنترنت بأقل تكلفة لتشجيع استخدامها وزيادة انتشارها.
- شطب الرسوم الجمركية والضرائب ذات الأثر المماثل للسلع المتبادلة من خلالها.
- تنظيم أساليب الدفع إلكترونياً.
- تطوير رمز تجاري موحد (Uniform Commercial Code – UCC) للتجارة الإلكترونية.
- تطوير وتطبيق العقود التجارية إلكترونياً (Electronic Contracts) وتنظيم مصالح الأطراف المتعاملة.
- ضرورة حماية الملكية الفكرية وحقوق النشر.
- ضمان السرية المعلوماتية.
- ضمان الأمن المعلوماتي.
- تطوير البنية التحتية وتقنيات المعلومات.
- خلق المعايير الفنية للتجارة الإلكترونية.

3- التنفيذ ويشمل:

تطرق الإطار العام الى عزم الولايات المتحدة على وضع استراتيجية تنسيقية بين القطاع الخاص والحكومة من جانب، ومنظمة التجارة العالمية (WTO) ودول الاتحاد الأوروبي من جانب آخر لتأييد مبدأ جعل الإنترنت بيئة تجارية خالية من الرسوم الجمركية والضرائب، كما وضعت كل من أوروبا واليابان وأستراليا أطراً مماثلة وبدأت في تطبيقها. وعلى صعيد المؤسسات والمنظمات الإقليمية والدولية فقد قامت الغرفة التجارية الدولية (International Chamber of Commerce – ICC) بوضع خدمات تطوير التجارة الإلكترونية من خلال خدمات ونماذج وتعريفات شملت ما يلي:

أ-التعابير والمصطلحات الإلكترونية (E- Terms)

ب- العقود التجارية الإلكترونية.

ج- مساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم لعرض سلعها على الانترنت.

وقامت المنظمة العالمية لحقوق الملكية الفكرية بتعديل قوانينها لتأطير التجارة الإلكترونية في لوائحها واتفاقياتها (TRIPS) لناحية الملكية الفكرية وحقوق النشر والتوزيع، هذا بالإضافة الى منظمات أخرى مثل هيئة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي. وتقوم حالياً منظمة التجارة العالمية بدراسة هذا الموضوع بصورة متعمقة للوصول الى حزمة من المبادئ والمفاهيم والقوانين ذات العلاقة.

وبالنسبة للدول العربية فما زالت تدرس الموضوع منذ فترة طويلة مع منظمات إقليمية ودولية إلا أن التجارة الإلكترونية لم تعتمد رسمياً حتى الآن ما عدا دولة الإمارات العربية – إمارة دبي، التي أصدرت عام 1999 قراراً باستخدام تقنية التجارة الإلكترونية على الصعيد الحكومي والقطاع الخاص في إطار الحملات التسويقية لجعل إمارة دبي مركزاً تجارياً عالمياً في المنطقة.

6- توفير الوقت والجهد في عرض وعقد الصفقات التجارية من خلال الاتصال السريع والتفاوض.

7- الاستغناء عن تكاليف التخزين وإدارة المخزون ومناولة المواد مما وفر على الشركات تكاليف كبيرة كانت وما زالت تتحملها بدون التجارة الإلكترونية.

البوابة والسوق الإلكترونية في إمارة دبي:

أولاً- البوابة الإلكترونية:

تم إنشاء البوابة الإلكترونية لسلطة موانئ دبي بهدف تقديم المزيد من الخدمات التجارية الإلكترونية تتجاوز ما تفرضه التكنولوجيا المعلوماتية من قيود تشغيلية، مثلاً كانت خدمة سلطة موانئ دبي لعملائها تتم عن طريق الاتصال الهاتفي من خلال الارتباط بخط متخصص لهذه الخدمة. أما الآن، فإن البوابة الإلكترونية تتجاوز الخدمة بهذه الطريقة بانفتاحها على المعلومات اللازمة وبتكلفة أقل.

وكانت إمارة دبي من أوائل من استخدموا أنظمة تعتمد على الحاسوب لمواكبة الزيادة في حجم المناولة، ففي عام 1998 تأكدت أن تكنولوجيا الإنترنت هي الطريقة المثلى لخدمة عملائها والعاملين في صناعة النقل بصفة عامة وخاصة.(*)

ومن خلال الخدمات التي تقدمها البوابة، تم اختصار الوقت اللازم لإنجاز إجراءات بيان الشحن من ساعة كاملة إلى 10 دقائق فقط،ومع هذا الإنجاز، لا يزال العمل مستمراً لتطوير هذه الخدمة بحيث لا يستغرق إنجاز بيان الشحن أي وقت يذكر. أما الخدمات الأخرى التي وفرتها البوابة الإلكترونية لسلطة موانئ دبي ما يلي:

1- توسيع مجال الاستفسار للجمهور عن الحاويات ، وبوالص الشحن وأمور أخرى كثيرة.

2- إمكانية الاطلاع على الملفات والتقارير التي تشمل البضائع وإنجاز العمل على السفن.

(*) تجدر الإشارة الى ان منطقة العقبة الخاصة في الأردن بدأت بتطبيق نظام البوابة الإلكترونية بنفس النظام المتبع في منطقة جبل علي.

3- طلبات العملاء على الشبكة الإلكترونية للاستفسار عن خدمات مختلفة مثل الموعد المتوقع لوصول السفن وحجم الرافعات.

4- إرسال التعديلات على الشبكة الإلكترونية فيما يخص بيان الحمولة (المانيفست) وقوائم التحميل والتنزيل.

5- إتمام كافة الإجراءات على الشبكة الإلكترونية.

ثانياً- السوق الإلكترونية:

السوق الإلكترونية للتجارة، هي الأولى من نوعها في أوروبا والشرق الأوسط، وقد بدأ إنشائها في أكتوبر عام 2000 لخدمة الأسواق العالمية من دبي وفتح خط تبادل تجاري إلكتروني يتصل بأسواق العالم كافة،ويكمل دور دبي التقليدي لتكون المدينة الإلكترونية للألفية الثالثة.

يمكن هذا المشروع رجال الأعمال من بيع وشراء المنتجات والخدمات مباشرة ويتيح الفرصة للتجار لتوفير التكاليف والمنافسة عالمياً من غير الحاجة الى التواجد الفعلي في الأسواق الخارجية،وتتولى سلطنة موانئ دبي والمنطقة الحرة في جبل علي هذه المبادرة، بينما تتكفل شركة أواركل الأمريكية بتطوير البنية الأساسية وتوفير التكنولوجيا المتطورة للمشروع.

وتستخدم السوق الإلكترونية تكنولوجيا الإنترنت التي تتيح للشركات السرعة في استطلاع الأسعار ومصادر البضائع وعقد الصفقات مع مختلف الموردين. وتمكن الشركات المشتركة في السوق الإلكترونية من التوفير في تكاليف مشترياتها وزيادة أرباحها، بينما تتمتع بما توفره السوق من مدى واسع للتعامل. وبذلك تستطيع السوق الربط بين الشركات المزودة في كافة مراحل الإنتاج والتعاون في تصميم مختلف المنتجات وتطويرها واختصار الدورة الإنتاجية ، ويمكن للمتعاملين عرض بضائعهم أو خدماتهم أو طلب عروض لشراء البضائع ، والمشاركة في المناقصات والمزادات، وشراء البضائع من خلال إجراءات إلكترونية وتثبيت وتأكيد الموافقة على الطلبيات من جانب الموردين المعنيين.

وتتيح سوق دبي الإلكترونية فرصاً متساوية للمؤسسات في الدول الأخرى، بما في ذلك الحق في تأسيس أسواق تحمل علامتهم التجارية ، حيث أن السوق الإلكترونية تسمح للتجار بالتبادل التجاري خارج حدود منطقة الشرق الأوسط، وتوفر كذلك فرصاً متساوية للمؤسسات في أي دولة للتعامل من خلال أسواق خاصة بهم تحمل علامتهم التجارية، ويتم ربط هذه الأسواق إلكترونياً.[11]

البيئة العامة للتجارة الإلكترونية في الدول العربية:

من الملاحظ أن التجارة الإلكترونية تتوسع وتتطور حول العالم بمعدل أكبر بكثير وأسرع من تطور استخدام التشريعات والقوانين والأدوات التي تحكم الأصول الحقوقية لهذه التجارة وتجعل منها أكثر أمنا مما هي عليه حالة التجارة التقليدية.

فالاندفاع من جانب المتعاملين نحو التجارة الإلكترونية قد تكون له تكلفة تفوق حجم الوفر في تكاليف الصفقات ذاتها. فقد ذكرت بعض الدراسات الأولية ان معاملات التجارة الإلكترونية العربية والتي تتجاوز استثماراتها حالياً نحو 3 مليارات دولار تتعرض للقرصنة والسرقة نتيجة تفاقم ظاهرة تسرب البيانات والمعلومات، الأمر الذي يفقد التجارة الإلكترونية خصوصيتها وآفاقها في إبرام الصفقات والمحافظة على البيانات والمعاملات المتعلقة بها من السرقة. وكشفت الدراسة عن حدوث عمليات تسرب لمعلومات بعض الصفقات البينية العربية في مجال التجارة الإلكترونية نتيجة اختراق شبكة الإنترنت من خلال أطراف أخرى خارج التعامل الذي يتم بين طرفي الصفقة،كالتصنت على الرسائل أو سرقة المعلومات من الحاسبات الشخصية للمتعاملين، ففي عام 2000 أكدت الإحصائيات أن حجم التجارة الإلكترونية العالمية تنمو بمعدل 300٪ سنوياً وعربياً بمعدل 15٪ خلال السنوات القليلة القادمة لتصل الى 5 مليارات دولار في الدول العربية مقابل 3.1 تريليون دولار أمريكي على مستوى العالم.

وبهذا الخصوص يقول الخبير القانوني بجرائم الكمبيوتر ورئيس المركز العربي للملكية الفكرية يونس عرب[12] أن التجارة الإلكترونية ولدت بطريقة شرعية في الدول النامية ومنها الأردن دون غطاء قانوني لحماية نظمها وأدواتها بشكل كافٍ،موضحاً أن هذه الدول لم تعرف تشريعات الحماية الكافية لأمن المعلومات

وأصبحت تفكر في وقت متأخر بإقرار تشريعات التجارة الإلكترونية،أما في الدول الأوروبية والولايات المتحدة واليابان فقد بدأت التجارة الإلكترونية على اسس قانونية وفنية وادارية تجنب التعرض لأمن المتعاملين والصفقات والمعلومات المتعلقة بهم، خاصة وأن الثقة من الأسس التي تجعل انتشار مثل هذه التجارة الحديثة أمراً ممكناً.

وفي دراسة أخرى أعدتها الأمانة العامة لمجلس الوحدة الاقتصادية العربية حول مستقبل التجارة الالكترونية العربية أن معدلات اختراق المعلومات داخل شبكة الانترنت في تزايد مستمر كما ان معاملات التجارة الالكترونية تتعرض للسرقة والقرصنة الأمر الذي يمكن أن يؤدي الى فوضى عارمة في العالم العربي، وأشارت الدراسات الى وجود معوقات تحول دون التوسع في الاستثمارات المتدفقة عبر التجارة الإلكترونية عربياً في الوقت الراهن وهي:

1- القصور في حماية الملكية الفردية.

2- افتقاد التجارة الإلكترونية الى التأمين الكافي.

3- عدم الاعتراف بقانونية رسائل بيانات هذه التجارة كأدلة إثبات عند الحاجة.

4- تعارض بعض القواعد المنظمة للتجارة مع آليات التجارة الإلكترونية، وتعرض بعض الأشعة التجارية التقليدية للضرر.

5- تقليص العمالة وبالتالي زيادة نسبة البطالة في الوطن العربي.

6- الخشية من تداعيات سيطرة الشركات العالمية المتخصصة على الأسواق العربية في هذا المجال.

7- ضعف كفاءة انتشار واستخدام الإنترنت (الوب) في الدول العربية.

8- ارتفاع تكلفة الحصول على موقع على شبكة الإنترنت والتي تصل أحياناً الى مليون دولار سنوياً وذلك نتيجة فرض الرسوم المرتفعة على هذه الخدمة.

وأكدت الدراسة أن التجارة الإلكترونية باتت أسلوبا مميزاً في عقد الصفقات التجارية الناجحة وتوفير فرص الاستثمار بعيداً عن معوقات التجارة الإلكترونية.

مما سبق يمكن ملاحظة أهمية وجود قوانين وتشريعات وأدوات وآليات تسيطر وتنظم التجارة الالكترونية لتجنيب الدول العربية ومصالحها للخطر.

1- الضمور، هاني
nomics of Enclave
4 No. 1 Jan. 1989
Jordan, The Arab

4- اللجنة الاقتصا
5- العلاق، بشير
2003، ص149
6- عياش، نعما
الأسواق الدولي
1999، دولة الإ
7- حداد، شفيق و
ط1، اقرأ ص
8- جريدة الرأي
9- أنظر المرجع
10- انظر المرجع
11-اللجنة الاقتص
المنطقة، اقرأ ص
12- عرب، يونس

مراجع وحواشي الفصل الثاني عشر

1- الضمور، هاني حامد، التسويق الدولي، مصدر سبق ذكره، ص408

2- Petter G. Warr, Export Processing Zones, The Economics of Enclave Manufacturing, World Bank Research, Observer, Vol. 4 No. 1 Jan. 1989

3- Riad AL Khoury, Free Zones and Qualiting Zones in Jordan, The Arab Bank Review, No.2 Vol.2 October 2000 p.16.

4- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا،مصدر سبق ذكره، اقرأ ص5،6،95.

5- العلاق، بشير عباس، تطبيقات الانترنت في التسويق، دار المناهج، الأردن، عمان 2003، ص149.

6- عياش، نعمان: صندوق النقد العربي، القدرة التنافسية للاقتصادات العربية في الأسواق الدولية، سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العمل، العدد 5 أكتوبر 1999، دولة الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي، اقرأ ص97-105.

7- حداد، شفيق وآخرون، أساسيات التسويق، دار الحامد، الأردن ، عمان 1998، ط1، اقرأ ص267-275

8- جريدة الرأي الأردنية، العدد (11844) الصادر بتاريخ 19/ 2/ 2003، ص 13.

9- أنظر المرجع (6) ص100

10- انظر المرجع (7) ص269-270

11-اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، تقييم المناطق الحرة في عدد من دول المنطقة، اقرأ ص78-79.

12- عرب، يونس، جريدة الرأي الأردنية، العدد 11844، انظر المرجع (11)ص13.

مراجع وحواشي الفصل الثاني عشر

1- الضمور، هاني حامد، التسويق الدولي، مصدر سبق ذكره، ص408

2- Petter G. Warr, Export Processing Zones, The Economics of Enclave Manufacturing, World Bank Research, Observer, Vol. 4 No. 1 Jan. 1989

3- Riad AL Khoury, Free Zones and Qualiting Zones in Jordan, The Arab Bank Review, No.2 Vol.2 October 2000 p.16.

4- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا،مصدر سبق ذكره، اقرأ ص5،6،95.

5- العلاق، بشير عباس، تطبيقات الانترنت في التسويق، دار المناهج، الأردن، عمان 2003، ص149.

6- عياش، نعمان: صندوق النقد العربي، القدرة التنافسية للاقتصادات العربية في الأسواق الدولية، سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العمل، العدد 5 أكتوبر 1999، دولة الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي، اقرأ ص97-105.

7- حداد، شفيق وآخرون، أساسيات التسويق، دار الحامد، الأردن ، عمان 1998، ط1، اقرأ ص267-275

8- جريدة الرأي الأردنية، العدد (11844) الصادر بتاريخ 19/ 2/ 2003، ص 13.

9- أنظر المرجع (6) ص100

10- انظر المرجع (7) ص269-270

11-اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، تقييم المناطق الحرة في عدد من دول المنطقة، اقرأ ص78-79.

12- عرب، يونس، جريدة الرأي الأردنية، العدد 11844، انظر المرجع (11)ص13.

ملحق الأسئلة متعددة الخيارات

(Append: Multiple Choices Quastions)

ضع إشارة (✓) على الإجابة الصحيحة:

1- من مراحل التحول إلى شركة دولية أن تكون تصديرية ويكون فيها التسويق:

أ- قسم خاص للتصدير من خلاله.

ب- نشاط ضمن قسم التسويق المحلي.

جـ- قسم دولي منفصل.

د- أ + جـ

2- تفسر نظرية الميزة النسبية للتجارة بين الدول على أساس:

أ- مقدار مقايضة السلعة بأخرى داخل وخارج الدولة.

ب- وفرة عناصر الإنتاج

جـ- تكلفة إنتاج السلع.

د- لا شيء مما ذكر.

3- من أهداف الرسوم الجمركية:

أ- تحميل النفقات للمستورد.

ب- معاقبة الدول الأخرى.

جـ- زيادة الدخل الوطني.

د- كل ما ذكر.

4- تقوم نظرية تعادل القوة الشرائية لتحديد قيمة العملة:

أ- فائض ميزان المدفوعات

ب- سعر الفائدة.

جـ- قيمة سلعة من السلع.

د- لا شيء مما ذكر.

5- من مشاكل الاستثمارات الخارجية:

أ- بعد المسافة.

ب- غلاء الأيدي العاملة.

جـ- ندرة المواد الخام

د- عدم وجود استقرار سياسي.

6- يطبق نموذج فيرنون في دورة حياة المنتج في الاستثمار الأجنبي على:

أ- السلع الاستهلاكية قصيرة العمر.

ب- السلع الاستهلاكية طويلة العمر.

جـ- أ + ب

د- لا شيء مما ذكر

7- في بعض الأحيان تمتنع ش. م.ج عن الاستثمار في بلد ما للسبب الآتي:

أ- السياسات الانفتاحية للدول المضيفة.

ب- معارضة بعض القوى البرلمانية

جـ- البلد الذي تنتمي إليه ش. م. ج

د- ب + جـ

8- الشركات الأردنية التي تحولت حديثاً إلى شركات م. ج طورت هيكلـها التنظيمـي ليشمل:

أ- وحدة تصدير مستقلة ضمن إدارة التسويق

ب- قسم تسويق دولي مستقل

جـ- قسم للأعمال الدولية

د- جميع ما ذكر.

9- من صعوبات نقل التقنية إلى الدول النامية:

أ- النظرة المتدنية للتقنية المتوفرة في الدول النامية.

ب- ضغوط الدول المتقدمة لمنع نقل التقنية الحديثة

جـ- محدودية التقنية المتوفرة.

د- أ + ب

10- المقصود بالأعمال الدولية ما يلي:

أ- أي نشاط يتعدى مداه الحدود الجغرافية للدولة.

ب- أي نشاط تجاري أو استثماري ينشأ بين دولتين أو أكثر.

جـ- معاملات بين أفراد أو منشآت في دول مختلفة.

د- جميع ما ذكر.

11- تلجأ الشركات م . ج إلى حماية مصالحها في الدول المضيفة من خلال:

أ- تقديم قروض مالية لحكومية الدولة المضيفة.

ب- الدخول في شراكة مع شركات محلية.

جـ- إقامة تحالفات مع مسئولين حكوميين.

د- جميع ما ذكر.

12- في بعض الأحيان تستخدم ش. م الرافعة السياسية بهدف:

أ- تقوية مركزها التفاوضي مع حكومة البلد الضيف عند إعادة التفاوض.

ب- تحقيق أرباح إضافية.

جـ- تقليل مخاطر الاستثمارات السابقة.

د- جميع ما ذكر.

13- من أهم استراتيجيات الوقاية من المخاطر السياسة للشركات م. ج:

أ- تقليل حصص الشركة في الاستثمار.

ب- الاقتراض المحلي.

جـ- تملك الأسهم في الشركات المحلية للدولة المضيفة.

د- جميع ما ذكر.

14- المقصود بالرافعة السياسية للشركات م ج استخدام ش م ج الاستراتيجية التالية:

أ- سحب استثماراتها من الدولة المضيفة.

ب- فرض الشروط على الحكومة المضيفة.

جـ- القيام باستثمارات جديدة، واستخدام تكنولوجيا أفضل.
د- لا شيء مما ذكر.

15- اتباع ش م ج لسياسات مثل: الاستجابة الفورية لطلبات الحكومة، والمساهمة في تحقيق أهداف التنمية، ودعم برامج الرفاه الوطني يعبر عن:
أ- اتباع استراتيجية هجومية في السوق.
ب- استراتيجية القيادة بالتكلفة.
جـ- استراتيجية (سياسة) المواطن الصالح في البلد المضيف.
د- استراتيجية قانونية.

16- من سلبيات اختيار المدير الدولي من مواطني الدولة المضيفة ما يلي:
أ- صعوبة تكيف المدير للعمل وفق احتياجات الشركة.
ب- صعوبة الاتصال والتنسيق مع الإدارة العليا في الشركة الأم.
جـ- تدني الخبرة في كثير من الحالات.
د- التحيز لوجهة نظر حكومته ولبس الشركة.

17- عندما يزيد التنوع السلعي، والجغرافي للشركة متعددة الجنسيات فإنها تطبق نموذج التنظيم:
أ- الوظيفي.
ب- السلعي.
جـ- الشبكي.
د- المصفوفي.

18- إن الهيكل التنظيمي الجغرافي الذي تطبقه الشركات الأمريكية يتبع أسلوب الإدارة:
أ- الفيدرالية.
ب- اللامركزية.
جـ- المركزية.
د- أ + ب

19- يحتاج المديرون
المنظمة التي تتصف
أ- ضعف
ب- قوة
جـ- عدم
د- الحاجة

20- التدريب الذي
أ- التدريب
ب-التدريب
جـ- التدريب
د- ب + جـ

21- يتم التعرف
أ- الرقابة
ب- التنفيذ
جـ- تحليل
د- جميع ما

22- عندما تواجه
تكون تشكيلة
أ- متجانسة
ب- غير متج
جـ- عرقية
د- جميع ما

23- يفضل أن يكو
أ- صعبة وسط
ب- بسيطة و

19- يحتاج المديرون الدوليون إلى القليل من اتباع الأنظمة الرسمية والتنظيمية في المنظمة التي تتصف بـ:

أ- ضعف الثقافة التنظيمية

ب- قوة الثقافة في المنظمة.

جـ- عدم تأثير الثقافة.

د- الحاجة إلى ثقافة تنظيمية.

20- التدريب الذي يسبق إيفاد المدير الدولي في مهمة خارجية يسمى:

أ- التدريب قبل المغادرة.

ب-التدريب الأساسي.

جـ- التدريب أثناء الخدمة.

د- ب + جـ

21- يتم التعرف على الفرص والتهديدات من خلال:

أ- الرقابة الاستراتيجية.

ب- التنفيذ الاستراتيجي.

جـ- تحليل البيئة الخارجية للمنظمة.

د- جميع ما ذكر.

22- عندما تواجه منظمات الأعمال الدولية مشكلة صعبة ومعقدة فإنه يفضل أن تكون تشكيلة فريق العمل المكلف بحلها:

أ- متجانسة (من حيث الثقافة، والخبرة، والمؤهل العلمي، الجنسيات... إلخ).

ب- غير متجانسة.

جـ- عرقية فقط.

د- جميع ما ذكر.

23- يفضل أن يكون فريق العمل متجانساً إذا كانت المشكلة:

أ- صعبة ومعقدة

ب- بسيطة وسهلة.

جـ- مركبة في بيئة محلية

د- غير مرتبطة بالتنظيم

24- فرق العمل يمكن أن تكون وسيلة فعالة تستعين بها الإدارة لإضفاء جو من الديمقراطية في المنظمة بالإضافة إلى:

أ- تعزيز التفاهم بين أعضاء الفريق.

ب- تقلل من القدرة على الإنجاز.

جـ- التقليل من ضغوط العمل.

د- تزيد من الاستقلالية الفردية في العمل.

25- أفضل وسيلة لنقل الثقافة التنظيمية للموظفين:

أ- الرئيس المباشر.

ب- القرارات الفردية

جـ- اللغة

د- أ + جـ

26- الدين، اللغة، العادات والتقاليد، النظرة إلى العمل والوقت جميعها عناصر مكونة لـ:

أ- استراتيجية المنظمة

ب- الثقافة

جـ- اتخاذ القرارات

د- التدريب

27- الزيارات التمهيدية للمتوقع إيفادهم في مهمات خارجية الهدف منها إكساب الموظفين:

أ- معارف ومهارات مهنية.

ب- ترفيهية

جـ- القدرة على التكيف في بيئة العمل الجديدة في الدولة المضيفة.

د- مهارات التفاوض في البلد المضيف

28- مدراء الفرق

أ- غامض

ب- واضح

جـ- منسق

د- جميع ما

29- المواطنون الذ

أ- مغتربة.

ب- محلية الو

جـ- وافدة

د- إقليمية

30- أمراض مثل

بسبب:

أ- الانتماء

ب- العلاقة

جـ- ارتفاع

د- ضغوط

31- من الأسباب

أ- زيادة الميز

ب- الاستغ

جـ- تخفيف

د- جميع ما

32- نموذج (Fifty)

أ- تقاسم عو

ب- تشغيل

جـ- تجنب

د- أ + جـ

28- مدراء الفرق يجدون أنفسهم يقومون بدور:
أ- غامض
ب- واضح مع عدم التأكد
جـ- منسق
د- جميع ما ذكر

29- المواطنون الذين يعملون داخل البلد المضيف للاستثمار هم عمالة:
أ- مغتربة.
ب- محلية أو مقيمون
جـ- وافدة
د- إقليمية

30- أمراض مثل ارتفاع ضغط الدم المزمن، السكري، تنشأ عند الموظفين الدوليين بسبب:
أ- الانتماء الطبيعي لجماعات العمل.
ب- العلاقة مع الأصدقاء الموظفين
جـ- ارتفاع الإنتاجية
د- ضغوط العمل القاسية

31- من الأسباب المباشرة التي تدفع بالشركات نحو الاستثمار الخارجي:
أ- زيادة المبيعات والأرباح
ب- الاستفادة من الإمكانيات الاقتصادية والتقنية والمالية للشركات م جز
جـ- تخفيف الاعتماد على الأسواق المحلية
د- جميع ما ذكر

32- نموذج (Fifty by Fifty) لعقد الاستثمار المشترك يقصد به:
أ- تقاسم عوائد وواجبات ومهام المشروع
ب- تشغيل الموارد البشرية من الطرفين.
جـ- تجنب المخاطر التامة (100٪)
د- أ + جـ

33- يعتبر العقد الإداري من أهم أشكال الترخيص ويعتمد على:

أ- السماح باستخدام الاسم والعلامة التجارية

ب- التزام الشركة بإدارة المشروع وتشغيله مقابل أجر معين

جـ- تنويع السلع والخدمات مقابل أجور معينة.

د- تتسلم ش م ج إنشاء وتشغيل المشروع لفترة يتم بعدها تسليم المشروع إلى صاحبه

34- يوجه التنظيم في الشركات اليابانية بطريقة:

أ- مركزية

ب- لا مركزية

جـ- مزيج من المركزية واللامركزية

د- جميع ما ذكر

35- نموذج مساومة القدم (فيرنون) يتضمن في:

أ- التفاوض على إعادة النظر بالاتفاقية حول العوائد.

ب- دخول أسواق جديدة.

جـ- للتوظيف

د- لإنشاء التحالفات بين الشركات

36- من العوامل الاجتماعية والثقافية المؤثرة على مخاطر البلد هي:

أ- مدى التجانس السكاني

ب- مدى التماسك أو الانقسام الاجتماعي

جـ- المزاج النفسي للسكان وأخلاقيات العمل.

د- جميع ما ذكر.

37- في غياب هيئة دولية لفض النزاعات التجارية تلجأ الدول إلى:

أ- عقد اتفاقيات ثنائية أو إقليمية

ب- اللجوء إلى محكمة العدل الدولية

جـ- طلب استشارة منظمة التجارة العالمية

د- اللجوء إلى غرفة باريس للتحكيم التجاري الدولي

38- إذا وقع نزاع بين ش م ج والبلد المضيف للاستثمار فأي القوانين التي يتم الاحتكام إليها:

أ- قوانين البلد المضيف

ب- قوانين بلد الشركة الأم.

جـ- القانون الذي يتم الاتفاق عليه بين الطرفين قبل بدء الاستثمار.

د- القانون الدولي

39- إذا أرادت ش م ج الدخول إلى سوق جديد فإن عليها دخوله:

أ- تدريجياً

ب- دفعة واحدة

جـ- بالمشاركة مع شركة محلية

د- أ + جـ

40- الدينار الإسلامي يعادل:

أ- ثلاثة وحدات من حقوق السحب الخاصة

ب- 2.7 دولار أمريكي.

جـ- وحدة واحدة من حقوق السحب الخاصة

د- دينار عربي واحد

41- واحدة من مؤسسات التمويل التالية لا تتعامل بالودائع أو الفوائد:

أ- البنك الإسلامي للتنمية

ب- بنك الإنماء الصناعي

جـ- البنط الدولي للإنشاء

د- بنك التسويات الدولي

42- الوكالة الدولية لضمان الاستثمار تعمل على:

أ- زيادة تدفق الاستثمارات إلى الدول النامية

ب- تقليل حجم المخاطر السياسية

جـ- تقليل حجم المخاطر التجارية

د- جميع ما ذكر أعلاه

43- واحدة من الدول التالية ليس لديها مؤسسة لضمان الودائع المصرفية:
أ- الكويت
ب- الاردن
جـ- السعودية
د- لا شيء مما ذكر

44- يعتمد نجاح المركز المالي الدولي الذي يتم إقامته في أي بلد:
أ- حرية المقيمين في تحويل أموالهم للخارج
ب- مدى توفر الاتصالات السريعية
جـ- عدم التدخل الحكومي وفرض الضرائب
د- جميع ما ذكر

45- تعني استراتيجية التكامل المعقدة في التدريب ما يلي:
أ- تنسيق ودعم أكبر لجهود التدريب
ب- تطوير مزيج من سياسات إدارة الموارد البشرية
جـ- التدريب الجماعي بين مختلف الفروع التابعة للشركة
د- جميع ما ذكر

46- واحدة من المهارات التالية ليست من مهارات الاتصال الضرورية للمدير الدولية:
أ- الصبر
ب- الإصغاء
جـ- الصمت
د- التحدث

47- يقصد بالشركات ذات التركيز الإقليمي ما يلي:
أ- تعيين مدراء من مختلف الدول المجاورة للبلد المضيف.
ب- تعيين الموظفين من البلد المضيف
جـ- الاعتماد بصورة مطلقة على التوظيف من مواطني البلد الأم للشركة
د- لا شيء مما ذكر

48- سهولة الرقابة على أداء المدير من مزايا التوظيف من:

أ- البلد المضيف.

ب- البلد الأم للشركة

جـ- بلد ثالث

د- لا شيء مما ذكر

49- الكارتيل شكل من أشكال التحالفات (التكتلات) الاحتكارية بين مجموعة من الشركات م ج يقوم على أساس:

أ- ملكية مشتركة، وتوزيع الأرباح على أساس نسبة المساهمة

ب- اتحاد بين عدد من التروستات في مختلف فروع الصناعة

جـ- تقاسم الأسواق، تحديد أسعار البيع والإنتاج إلا أنها تعمل بصورة مستقلة

د- جميع ما ذكر

50- منظمة الدول العربية المصدرة للنفط هي عبارة عن تكتل احتكاري من نوع:

أ- التروستات

ب- الكارتيلات

جـ- السنديكات

د- الكونسورسيومات

51- يقول ستيفن هايمر أن الاستثمار الأجنبي غير المباشر له تأثير سلبي على الدولة المضيفة:

أ- أوافق

ب- لا أوافق

جـ- ليس في كل الحالات

د- لا أدري

52- تقوم الشركات الدولية بتنويع استثماراتها في المحافظ الاستثمارية:

أ- بهدف تقليل مخاطر الخسارة

ب- لتحقيق الربح المطلق

جـ- للسيطرة على السوق
د- جميع ما ذكر

53- اتبعت الشركات اليابانية وبعض الشركات الأمريكية وغيرها سياسة إنتاج أجزاء السلعة الواحدة في أكثر من بلد مضيف بهدف:
أ- التقليل من تكاليف الإنتاج
ب- الاستفادة من رخص الأيدي العاملة
جـ- التقليل من أهمية أي نزاع قد يحصل مع أي دولة مضيفة
د- جميع ما ذكر

54- قد يؤدي عدم الاتفاق على إعادة توزيع عوائد المشروع في حالة نجاحه إلى:
أ- سحب أصول الشركة من الدولة المضيفة أو إغلاقه
ب- بيع المشروع لمستثمرين محليين
جـ- توسيع المشروع كردة فعل
د- استيلاء الدولة على المشروع وإدارته

55- التخطيط الاستراتيجي الذي توجهه الثقافة يصبح ضرورياً عندما تعمل الشركة،وفق:
أ- تحالفات مع شركات أخرى (استراتيجية التكامل)
ب- استراتيجية التنويع السلعي الجغرافي.
جـ- استراتيجية التوظيف العرقي
د- لا شيء مما ذكر

56- يقصد بمصطلح صناعات الأفشور Offshore:
أ- شركة محلية تصنع وتبيع محلياً.
ب- شركة أجنبية تصنع في بلد وتبيع في نفس البلد.
جـ- شركة أجنبية تصنع في بلد آخر وتبيع في بلد ثالث.
د- شركة تبيع محلياً وتصنع في الخارج

57- الذكاء والقدرة على الإبداع والابتكار والقيادة من مواصفات:

أ- المهندس المعماري

ب- الموظف الحكومي والمحاسب

جـ- المدير العام والمدير التنفيذي

د- رواد المدرسة الكلاسيكية

58- الالتزام بمواعيد وقت العمل الاهتمام بالمظهر الشخصي، الحرص على المصلحة العامة، تجنب النزاعات تعتبر أدوات لقياس:

أ- الأداء العام للفرد

ب- نجاح المقابلة بقصد الاختيار والتعيين

جـ- إنتاجية الأفراد

د- الانضباط في العمل

59- الدقة في العمل، عدد الأخطاء، مدة الإنجاز، جميعها أدوات لقياس:

أ- القدرة على الإنجاز

ب- الأداء المستهدف

جـ- جودة الإنجاز

د- جميع ما ذكر

60- يتم تحديد الأجور والتعويضات في الشركات الأمريكية والدولية على أساس:

أ- الجنسية

ب- الكفاءة وبغض النظر عن الجنسين

جـ- أجور العاملين في بلد الشركة الأم

د- المساومة الجماعية

61- حجم ونوعية الإنجاز، ترشيد التكلفة، التميز، جميعها تشكل عناصر نظام:

أ- الأجور في الأعمال الدولية

ب- الحوافز في الأعمال الدولية

جـ- المكافآت، والبونص

د- جميع ما ذكر

62- الانتشار الواسع لاستخدام الرجل الآلي (الروبوت) في الأعمال الدوليـة يـؤدي مستقبلاً لما يلي:

أ- انتشار البطالة بين العمال.

ب- تخفيض تكاليف الإنتاج والأجور

جـ- زيادة الرفاهية والدخل المادي للمواطنين

د- أ + ب

63- إشراك النقابات العماليـة بنسـبة معقولـة في مجـالس إدارات الشـركات الدوليـة بهدف:

أ- رفع مستوى جودة الإنتاجية

ب- حماية حقوق العاملين

جـ- حماية مصالح الشركات

د- زيادة الأرباح

64- دورة حياة المدير الدولي في الوقت الحاضر وبصورة عامة نهايتها:

أ- سعيدة

ب- سيئة

جـ- تجديد لدورة حياة إدارية أخرى

د- غير معروفة بالمرة.

	1
	2
	3
	4
	5
	6
	7
	8
	9
	10
	11
	12
	13
	14
	15
	16
	17
	18
	19
	20
	21
	22
	23

الإجابات النموذجية

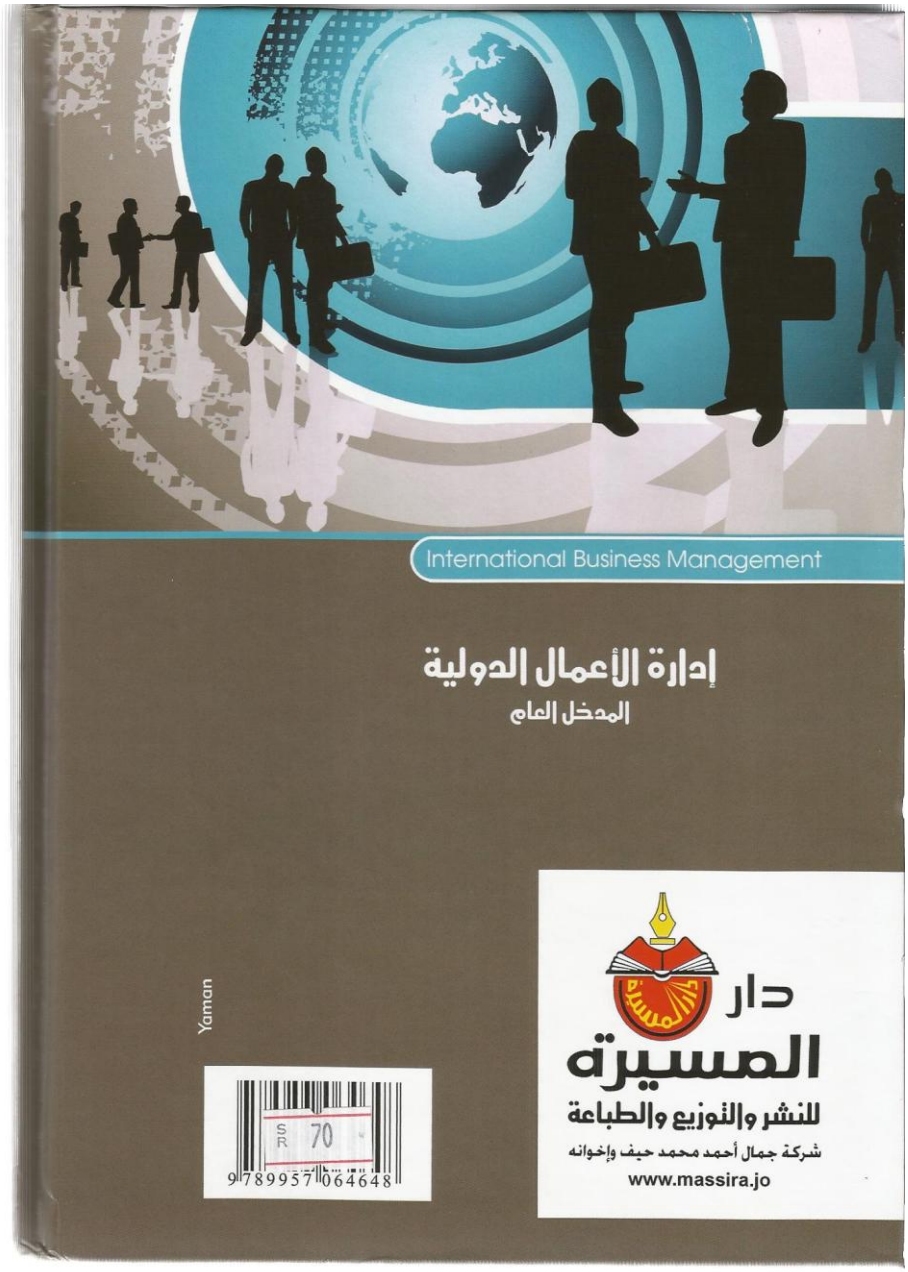
الأسئلة متعددة الخيارات

1	ب	24	أ	47	أ
2	ب	25	د	48	ب
3	د	26	ب	49	ج
4	ج	27	ج	50	ب
5	د	28	ج	51	أ
6	أ	29	ب	52	أ
7	ب	30	د	53	د
8	ج	31	د	54	د
9	د	32	د	55	ب
10	د	33	د	56	ج
11	د	34	أ	57	ج
12	أ	35	أ	58	د
13	د	36	ج	59	أ
14	ج	37	أ	60	أ
15	ج	38	ج	61	ب
16	ب	39	د	62	د
17	ج	40	أ	63	ب
18	د	41	أ	64	د
19	ب	42	ج	65	
20	أ	43	د	66	
21	ج	44	د		
22	ب	45	ج		
23	ب	46	ج		

الإجابات النموذجية

الأسئلة متعددة الخيارات

1	ب	24	أ	47	أ
2	ب	25	د	48	ب
3	د	26	ب	49	ج
4	ج	27	ج	50	ب
5	د	28	ج	51	أ
6	أ	29	ب	52	أ
7	ب	30	د	53	د
8	ج	31	د	54	د
9	د	32	د	55	ب
10	د	33	د	56	ج
11	د	34	أ	57	ج
12	أ	35	أ	58	د
13	د	36	ج	59	أ
14	ج	37	أ	60	أ
15	ج	38	ج	61	ب
16	ب	39	د	62	د
17	ج	40	أ	63	ب
18	د	41	أ	64	د
19	ب	42	ج	65	
20	أ	43	د	66	
21	ج	44	د		
22	ب	45	ج		
23	ب	46	ج		



تمت بحمد الله