

## جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

ميدان: علوم اقتصادية تجارية وعلوم التسيير  
فرع: التجارة الدولية  
تخصص: مالية وتجارة دولية



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم: العلوم التجارية  
رقم: .....

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

العنوان:

### تعاملات الأسواق الالكترونية وأثرها على نمو حجم التجارة الدولية

- دراسة حالة سوق أمازون خلال الفترة (2014 – 2023) -

اعداد الطالب: خميسة أيمن

تمت المناقشة والإلقاء بتاريخ: 23 جوان 2024

أمام لجنة المناقشة المتكونة من:

رئيسا	أستاذ التعليم العالي	أ.د. بوعباية حسان
مشرفا ومقررا	أستاذة التعليم العالي	أ.د. مخوخ رزيقة
ممتحنا	أستاذ مساعد	د. بدر الدين ربيعة

السنة الجامعية: 2023 – 2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وتقدير

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مبارك فيه نحمد ونشكره على جزيل نعمته وفضله، ونشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له ونشهد أن سيدنا وحبينا ونبينا محمد عبده ورسوله.

أتقدم بشكر وتقدير خاص للأستاذة الدكتورة: مخوخ رزيقة التي قبلت الاشراف على هذه المذكرة، حيث كان لي شرف سماع توجيهاتها ونصائحها والاستفادة من خبراتها، فلها مني فائق التقدير لما قدمته من يد العون والمساعدة.

كما نشكر الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم وقراءة ومناقشة هذه المذكرة، متمنين أن يكون في حسن ظنهم.

كما أتقدم بالشكر الجزيل الى جميع أفراد الاسرة الجامعية من أساتذة في طوري الليسانس والماستر الذين ساهموا في إكمال الدراسة الجامعية.

كما أتوجه بخالص الشكر والتقدير والعرفان الى خالتي البروفيسورة دبي لطيفة التي اعطتني من وقتها القيم من خلال تقديم نصائح وارشادات واشكرها جزيل الشكر على تعبها ومجهودها دمتي في رعاية الله وحفظه.

# إهداء

**الحمد لله والشكر لله ولا إله إلا الله محمد رسول الله**

ها قد وصلنا إلى آخر محطة في الرحلة الجامعية في طور الماستر بعد مسيرة دراسية طويلة شهدت الكثير من الصعوبات والتعب، إلا انها كانت من أجمل الرحلات التي زادتنا علما ونورا وحباً للتعلم والقراءة، ها نحن اليوم بفضل الله وتوفيقه نقطف ثمار هذه السنين.

أهدي هذه المذكرة الى والدي الكريمين (محمد وراجة) اللذان سهرا وتعبا وانارا لي دوما طريق النجاح بفضلهما ما كنا عليه اليوم داعين الله عز وجل ان يحفظهما وان يطيل في عمرهما، والى أخوي (أيهم وأصيل) وأخواتي (أية، أنفال، أماني) الذين وقفوا بجانبني وشجعوني على اتمامه دمتم في رعاية الله وحفظه متمنيا ان أراكم جميعا في أعلى المراتب من النجاح.

الى جميع أفراد عائلتي الصغيرة والكبيرة كل على حدا باسمه ومقامه من خالتي لطيفة الى خالاتي (حسيبة، ليندة) وأزواجهم (عباس، كمال) واولادهم (تقوى، تقي الدين، تسنيم، هالة، تاج الدين). والى عماتي جميعا وأزواجهم واولادهم وأخص بالذكر عمتي يمينة رحمها الله وأسكنها الفردوس الأعلى، التي بفضل تشجيعها وحبها ما وصلنا الى هذا.

كما أخص بالذكر الى روح أجدادي الائمة (دبي الديلمي، وخميسة إبراهيم) وجداتي (كدية باية، دبي الربح) هذا التخرج داعين الله ان يتعمد ارواحهم برحمة واسعة.

إلى أصدقائي جميعا الذين وقفوا معي وساندوني طيلة هذه السنوات أهدي لكم هذا التخرج وإلى كل طالب علم يسعى للنجاح.

**شكرا لكم جميعا من صميم القلب ونسأل الله ان يتم فرحتنا وان يديمها ويبارك فيها.**

## فهرس المحتويات

I	شكر وتقدير
II	إهداء
III	فهرس المحتويات
V	فهرس الاشكال
V	فهرس الجداول
V	فهرس الملاحق
VI	الملخص
1	المقدمة
<b>الفصل الأول: التجارة الدولية والأسواق الالكترونية</b>	
9	تمهيد
10	<b>المبحث الأول: ماهية التجارة الدولية</b>
10	المطلب الأول: نشأة التجارة الدولية وتطورها
13	المطلب الثاني: مفهوم التجارة الدولية وخصائصها
16	المطلب الثالث: أسواق وتعاملات التجارة الدولية
19	المطلب الرابع: أهمية التجارة الدولية
21	<b>المبحث الثاني: ماهية الأسواق الالكترونية</b>
21	المطلب الأول: نشأة الأسواق الالكترونية وتطورها
24	المطلب الثاني: تعريف الأسواق الالكترونية وخصائصها
27	المطلب الثالث: أنواع الأسواق الالكترونية
33	المطلب الرابع: تعاملات الأسواق الالكترونية
36	<b>المبحث الثالث: أثر الأسواق الالكترونية على نمو حجم التجارة الدولية</b>
36	المطلب الأول: متطلبات الأسواق الالكترونية في التجارة الدولية
37	المطلب الثاني: أهمية الأسواق الالكترونية في التجارة الدولية
39	المطلب الثالث: أهداف الأسواق الالكترونية في التجارة الدولية
41	المطلب الرابع: أثر الأسواق الالكترونية في تعزيز نمو التجارة الدولية
43	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: تعاملات سوق أمازون وأثرها على نمو حجم التجارة الدولية</b>	
45	تمهيد

46	<b>المبحث الأول: ماهية شركة أمازون</b>
46	المطلب الأول: نشأة شركة أمازون وتطورها
49	المطلب الثاني: تعريف شركة أمازون وأسرار نجاحها
54	المطلب الثالث: أرقام وإحصائيات حول شركة أمازون
60	<b>المبحث الثاني: تعاملات سوق أمازون وأثارها على نمو حجم التجارة الدولية</b>
60	المطلب الأول: كيفية تعاملات سوق أمازون في التجارة الدولية
63	المطلب الثاني: أهمية سوق أمازون في نمو حجم التجارة الدولية
64	المطلب الثالث: أهداف سوق أمازون في تعزيز نمو حجم التجارة الدولية واستراتيجية تحقيقها
67	<b>المبحث الثالث: دراسة مؤشرات تعاملات أمازون خلال الفترة (2014-2023)</b>
67	المطلب الأول: تعاملات سوق أمازون في الفترة (2014 – 2020)
70	المطلب الثاني: تعاملات سوق أمازون في فترة جائحة كورونا (2020 – 2022)
76	المطلب الثالث: دراسة مؤشرات تعاملات أمازون ما بعد الجائحة 2023 - مقارنة بين فترة الجائحة وفترة ما بعد الجائحة -
79	خلاصة الفصل
81	<b>الخاتمة</b>
85	<b>قائمة المراجع</b>
91	<b>الملاحق</b>

## فهرس الأشكال:

الصفحة	العنوان	الشكل
55	إيرادات شركة أمازون العالمية خلال الفترة (2004 – 2023)	1
56	الحصة السوقية العالمية لمقدمي الخدمات السحابية الرائدین في الربع الثالث من عام 2022	2
57	القوى العاملة في شركة أمازون خلال الفترة (2010 - سبتمبر 2021)	3
69	تكاليف الشحن على أمازون خلال الفترة (2014 – 2019)	4
71	عدد العناصر التي اشتراها أعضاء أمازون برايم في جميع أنحاء العالم خلال Amazon Prime Day خلال الفترة (2019 - 2022)	5
73	الحصة السوقية العالمية لمقدمي الخدمات السحابية الرائدین في الربع الثالث من عام 2022	6

## فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	الجدول
67	صافي إيرادات أمازون العالمية خلال الفترة (2014 – 2019) حسب مجموع المنتجات	1
72	القوى العاملة في شركة أمازون خلال الفترة (2019 - 2021)	2
74	صافي مبيعات أمازون السنوية في أسواق رائدة مختارة خلال الفترة (2020 – 2022)	3
76	مقارنة بين فترة الجائحة وفترة بعد الجائحة لشركة أمازون 2023	4

## فهرس الملاحق:

الصفحة	العنوان	الملحق
91	قائمة المختصرات	1
92	تصريح شرفي بالالتزام بالنزاهة العلمية في إعداد المذكرة	2

## الملخص

هدفت دراستنا إلى معرفة تعاملات الأسواق الإلكترونية وتأثيرها على حجم التجارة الدولية من خلال عملاق التجارة الإلكترونية سوق أمازون العالمي. وقد حققت هذه السوق أرباحاً كبيرة على مدار السنوات، وظلت في الريادة كأفضل سوق إلكتروني لما تقدمه من خدمات ومنتجات ومساعدات. وهذا ما جعل الأسواق الإلكترونية تسعى إلى توفير أكبر عدد من العملاء الدوليين وتحسين خدماتهم.

حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن الأسواق الإلكترونية تمثل أهم قطعة أساسية في زيادة حجم التجارة الدولية وذلك عن طريق توسيع نطاق الفرص التجارية الدولية وتسهيل عمليات الشراء والبيع عبر مختلف الأسواق الدولية.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الدولية، الأسواق الإلكترونية، شركة أمازون، الأسواق العالمية، العملاء.

### Abstract

Our study aimed to understand the interactions of electronic markets and their impact on the volume of international trade through the global e-commerce giant Amazon. This last has achieved significant profits over the years and remained a leader as the best online marketplace due to its services, products and support. This makes the electronic markets demanding for the largest number of international customers and improving their services.

The study concluded that electronic markets represent a crucial component in increasing the volume of international trade by expanding the scope of international business opportunities and facilitating buying and selling operations across various international markets.

**Keywords:** international trade, electronic markets, Amazon, global markets, customers.

مقدمات

## مقدمة

يشير الاقتصاد العالمي الى نظام الانتاج والتبادل والتوزيع للسلع والخدمات في جميع أنحاء العالم بين الدول والشركات والافراد.

يتأثر الاقتصاد العالمي بعوامل عديدة مثل السياسات الحكومية، والتكنولوجية والعلاقات بين الدول والتغيرات في العرض والطلب، والأحداث الطبيعية والاحداث الاقتصادية ولعل اهمها هو التجارة الدولية، بحيث تأثر بشكل كبير في تحقيق النمو الاقتصادي العالمي وتعزيز الاقتصادات الوطنية.

وقد تطورت هذه التجارة الدولية على مرور الزمن من تجارة دولية تقليدية تحدث عبر الطرق التجارية البرية والبحرية الى تجارة حديثة عبر الانترنت وعن طريق ما يسمى بالأسواق الالكترونية.

وهذه الاخيرة هي عبارة عن منصات تتصل بشبكة الانترنت تسمح للبائعين والمشتريين بالتفاعل واجراء الصفقات التجارية الدولية وتوفر مجموعة من المنتجات والخدمات، وتسهل عمليات الشراء والبيع بشكل أكثر فعالية وسرعة من التجارة التقليدية.

كما أن تأثير الأسواق الإلكترونية في التجارة الدولية هو تحول جذري يعزز من كفاءة ومرونة التجارة العالمية. من خلال تقديم الوصول العالمي، تحسين الكفاءة، تشجيع الابتكار، وتنويع المنتجات والخدمات، وتلعب هذه الأسواق دورًا محوريًا في نمو الاقتصاد العالمي، ومع استمرار تطور التكنولوجيا، من المتوقع أن يزداد تأثير الأسواق الإلكترونية على التجارة الدولية، مما يوفر فرصا جديدة للشركات والمستهلكين حول العالم.

## إشكالية الدراسة:

فإذا كان موضوع الأسواق الالكترونية يؤثر بشكل كبير على نمو الاقتصاد العالمي والتجارة الدولية فإننا نطرح الإشكالية التالية:

**ماهي آثار تعاملات الاسواق الإلكترونية في تعزيز نمو حجم التجارة الدولية؟**

## الأسئلة الفرعية:

وتندرج تحت هذه الاشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هي تعاملات سوق امازون في التجارة الدولية؟
2. ماهي مبادئ سوق امازون في التجارة الدولية؟
3. كيف يؤثر سوق امازون في تعزيز نشاط التجارة الدولية؟

## فرضيات الدراسة:

بالإشارة إلى موضوع دراستنا والاجابة على الإشكالية الرئيسية حددنا مجموعة من الفرضيات:

1. تكمن اهم تعاملات امازون في التجارة الدولية الى توسعاتها العالمية التي موجودة في اغلب بلدان العالم، وكذلك خدمات الشحن العالمية والتوسع في المنتجات والخدمات.
2. من أهم مبادئ سوق امازون في التجارة الدولية حرصها الشديد على التركيز على العملاء وكذلك الابتكارات المستمرة والأمان والموثوقية، والتفاعل مع المجتمعات المحلية.
3. يؤثر سوق امازون في تعزيز نشاط التجارة الدولية من خلال تعزيز الأرباح والوصول الى الأسواق العالمية لتوسيع نطاقها، توفير منصات للبائعين الدوليين، تقديم خدمات شحن سريعة، تسهيل المعاملات المالية الدولية.

## أهمية الدراسة:

1. تكمن اهمية هذه الدراسة باعتبار أن العالم يشهد عدة تحولات اقتصادية من تطور العولمة والتكنولوجيا الحديثة والاتصال، والتي دعنتنا الى ابراز مكانة الأسواق الالكترونية في تعزيز نشاط التجارة الدولية.
2. كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال عملاق الأسواق الالكترونية شركة أمازون التي دفعتنا بفضول وشوق الى كيفية تعاملاتها واستراتيجيات نجاحها طوال هذه السنوات، والذي تجلى ذلك في تنشيط العمليات التجارية وتوفير كل احتياجات المستهلكين في عدة قطاعات، والمساهمة الفعالة في دعم المؤسسات الناشئة وتعزيز القدرة التنافسية وخلق فرص العمل. ما أدى الى تحقيق تنمية اقتصادية شاملة من خلال الاستعمال الفعال لشبكة الانترنت.

## أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى:

1. معرفة اهم التعاملات التي تقوم بها الأسواق الالكترونية.
2. التعرف الى مفهوم التجارة الدولية والأسواق الالكترونية.
3. التعرف على مساهمة تعاملات الأسواق الالكترونية في زيادة حجم التجارة الدولية.
4. التعرف على شركة أمازون وأسرار نجاحها وكيف تساهم في تطوير نشاط التجارة الدولية.

## أسباب اختيار الموضوع:

هناك أسباب دفعتنا الى اختيار موضع الدراسة والذي تتمثل في:

1. الاستكشاف والرغبة في التعرف على مجال الأسواق الالكترونية خاصة شركة امازون.
2. أهمية الأسواق الالكترونية في وقتنا الحالي وتطوراتها مع الوقت.
3. معرفة أهم التطورات والاستراتيجيات المستقبلية الحاصلة في التجارة الالكترونية والتي تمس التجارة الدولية.

## منهج الدراسة:

من خلال طبيعة البحث وما اقتضاه التعامل معه لكثرة المعلومات والأرقام والاحصائيات تم استخدام عدة مناهج متكاملة ومتناسقة من أجل تناسق محاور الدراسة، فقد تم الاعتماد على:

- المنهج الوصفي التحليلي في أغلب الدراسة، وذلك بما تعلق بمختلف المفاهيم والخصائص والانواع والاهمية المنجزة في البحث.
- المنهج التحليلي الاحصائي في الجزء التطبيقي الخاص بدراسة شركة امازون.

## الدراسات السابقة:

حسب المعطيات والدراسات التي اعتمدنا عليها وفي حدود ما توفر من معلومات ومراجع حول موضوع دراستنا، سنتطرق الى مجموعة من الدراسات والبحوث العلمية التي انطلقنا منها والتي تناولت موضوع التجارة الدولية والتعاملات الالكترونية نذكر منها:

- دراسة **عقيلة صدوقي وأمال معروف**، إبراز أهمية الأسواق الافتراضية في التجارة الدولية من خلال عملاق التجارة الالكترونية Amazon، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم

التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 20، العدد 02، 14 ديسمبر 2019.

**هدفت الدراسة الى:** إبراز أهمية الأسواق الافتراضية او الأسواق الرقمية في التجارة الدولية من خلال دراسة لعملاق التجارة الالكترونية Amazon والتي يسعى من تحسين فعالية وكفاءة التجارة الدولية واطافة قيمة للمستهلك.

**اعتمدت الدراسة على دراسة حالة:** سوق امازون الذي يعد من أكبر المنصات الالكترونية في العالم والذي يبرز أهمية كبيرة في نشاط التجارة الدولية من خلال ما يقدمه من أنظمة ومنتجات وخدمات تعزز من التجارة الدولية.

**توصلت نتائج الدراسة الى:** أن أمازون من أهم المواقع الالكترونية التي تساعد الشركات الكبيرة والمؤسسات الناشئة وذلك بالاعتماد على منصاتها وخدماتها الالكترونية والسحابية وعلى ابتكاراتها المستمرة من شأنه ان يساعد الشركات والمؤسسات على التعريف بها وكذا ترويج منتجاتها.

● **دراسة ميلود بن خيرة وآخرون،** واقع أداء شركات التجارة الالكترونية في ظل انتشار فيروس كورونا- دراسة حالة شركة امازون كنموذج، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الاعمال، المجلد 02، العدد 01، 03 ديسمبر 2020.

**هدفت الدراسة الى:** لإظهار واقع تطور مبيعات التجارة الالكترونية والايخص بذلك شركة امازون في ظل جائحة كورونا حيث ان الازمة الصحية زادت من حجم طلبات الشراء الالكترونية كما أثرت الجائحة من خلال زيادة تكاليف التشغيل بمبالغ معتبرة وزيادة في صافي المبيعات.

**اعتمدت الدراسة على دراسة حالة:** موقع امازون العالمي الذي يعتبر من رواد التجارة الالكترونية خاصة في ظل انتشار فيروس كورونا الذي جعل اغلب الشركات الكبرى تتأثر بالجائحة ولاقت مشاكل عديدة.

**توصلت نتائج الدراسة الى:** أن سوق امازون لم يتأثر بجائحة كورونا سلبا، بل زاد من نشاطه وأرباحه وذلك يعود الى فترة الحجر الصحي واستعمال اغلبية العملاء للإنترنت

وتلبية احتياجاتهم اليومية، مما أدى الى الزيادة في طلبات الشراء الالكترونية. والزيادة أيضا في تكاليف التشغيل وزيادة صافي المبيعات.

● دراسة وفاء حرمه وسيف الدين تلي، واقع المنصات الرقمية للتجارة الالكترونية "منصة أمازون الرقمية أنموذجا"، جامعة أمين العقال الحاج موسى أق أخموك، تمناست، الجزائر، مجلة المدبر، المجلد 09، العدد خاص، 03 أكتوبر 2022.

**هدفت الدراسة الى:** معرفة واقع المنصات الرقمية باعتبارها أساسا لقيام التجارة الالكترونية من خلال دراسة منصة امازون الرقمية كنموذج الذي يسعى الى توفير أحسن المنصات الرقمية للتجارة الالكترونية في العالم خاصة لما يقدمه من ابتكارات مستمرة في مجال الأنظمة والخدمات الرقمية.

**اعتمدت الدراسة على دراسة حالة:** سوق امازون الالكتروني الذي يعتبر من أكبر المنصات الرقمية في التجارة الالكترونية لما يمتلكه من شعبية عالمية وأنظمة الكترونية متطورة تواكب التكنولوجيا الحديثة.

**توصلت نتائج الدراسة الى:** أن نجاح التجارة الالكترونية يعتمد بدرجة أولى الى فعالية المنصات الرقمية وذلك ما تكتسبه سوق امازون كونها اول منصة رقمية في التجارة الالكترونية تصل منتجاتها الى مختلف الأسواق العالمية وتزداد إيراداتها بنمو وتنوع منتجاتها التي تقدمها لعملائها.

● دراسة موسي سهام، تحليل تنافسية المتاجر الالكترونية (دراسة حالة موقع امازون Amazon.com)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، مجلة الباحث، العدد7، 2010-2009.

**هدفت الدراسة الى:** تحليل تنافسية المتاجر الالكترونية ومعرفة نشاطاتها التجارية وخصائصها من خلال دراسة موقع امازون الذي نافس ويستمر بالمنافسة مع أكبر المتاجر الالكترونية في العالم.

**اعتمدت الدراسة على دراسة حالة:** موقع امازون العالمي الذي يعتبر من أكبر المتاجر الالكترونية والأكثر نجاحا وتحقيقا للأرباح طيلة السنوات منذ نشأته وذلك لما يمتلكه من قاعدة عالمية في الأسواق الدولية.

توصلت نتائج الدراسة الى: أن موقع امازون هو عملاق المتاجر الالكترونية مقارنة بالمتاجر العالمية الأخرى، خاصة في تجارة التجزئة على شبكة الانترنت يعد امازون من الأوائل في ذلك، وان امازون تتبع استراتيجيات مميزة تستحوذ بها على تجارة التجزئة خارج وداخل الاسواق العالمية.

#### أهم ما جاءت به دراستنا مقارنة بالدراسات السابقة:

التعرف عن ماهية التجارة الدولية منذ نشأتها الى تطورها وخصائصها وكيف تطورت مع التكنولوجيا الحديثة ومدى تأثيرها على الاقتصاد العالمي، بالإضافة الى التطرق لماهية الأسواق الالكترونية وتعاملاتها في الأسواق الدولية وتأثيراتها في زيادة حجم التجارة الدولية من خلال أكبر وأشهر سوق الكتروني والمتمثل في سوق امازون الذي هيمن على الاسواق الدولية لسنوات عديدة لاختلاف نشاطه وتعاملاته عبر مختلف العالم ما جعله رائد في التجارة الدولية.

#### حدود الدراسة:

تقتضي منهجية البحث العلمي وبهدف الاقتراب أكثر من الموضوعية العلمية ضرورة التحكم في إطار التحليل الخاص بالدراسة، من خلال وضع الحدود الزمانية والمكانية والبحثية، ولتحقيق هذا قمنا بإنجاز هذه الدراسة ضمن الحدود التالية:

- تم إجراء الدراسة على احصائيات شركة امازون في الفترة 2014-2023 حيث تم تقسيمها الى ثلاث مراحل المرحلة الأولى: الفترة العادية قبل جائحة كورونا والتي دفعتنا الى معرفة نشاط شركة امازون قبل الجائحة. المرحلة الثانية: فترة جائحة كورونا التي امتدت في الفترة 2020-2022 حيث تم التعرف على نشاط الشركة أثناء فترة الوباء وكيفية معاملات الشركة آنذاك، المرحلة الثالثة: فترة ما بعد الجائحة 2023 وذلك من اجل معرفة هل شركة امازون تأثرت بجائحة كورونا ام لا وماهي الاستراتيجيات المترتبة بعد فترة الجائحة.
- تم جمع المعلومات بالاعتماد على احصائيات الكترونية تم نشرها على مواقع الانترنت وخاصة موقع <https://www.statistacom/>، ومخصص للعينة محل الدراسة.
- استغرقت عملية جمع الاحصائيات مدة زمنية تراوحت من نهاية شهر أبريل إلى بداية شهر جوان من سنة 2024.

## تقسيمات الدراسة:

لقد اعتمدنا في تقسيم هذا البحث إلى فصلين، يتضمن الفصل الأول الجوانب النظرية للتجارة الدولية والأسواق الالكترونية، في المبحث الأول ماهية التجارة الدولية في المبحث الثاني ماهية الأسواق الالكترونية في المبحث الثالث تأثيرات الأسواق الالكترونية في التجارة الدولية. ويتضمن الفصل الثاني الجوانب التطبيقية لتعاملات سوق أمازون وأثرها على نمو حجم التجارة الدولية والذي قسمناه الى المبحث الاول ماهية شركة امازون في المبحث الثاني تعاملات سوق امازون وأثرها على نمو حجم التجارة الدولية وفي المبحث الثالث دراسة مؤشرات تعاملات امازون خلال الفترة 2014 – 2023.

# الفصل الأول

التجارة الدولية والأسواق  
الإلكترونية

## تمهيد:

تعتبر التجارة الدولية العمود الفقري للاقتصاد العالمي، فهي من أهم القطاعات الاقتصادية التي يمكن للدول ممارستها، مما يساعد في تبادل السلع والخدمات بين الدول عبر الحدود الوطنية. وتشمل التجارة الدولية عمليات الاستيراد والتصدير والاستثمار الدولي والتعاملات المالية الخارجية. كما تعزز التجارة الدولية من نشاط الاقتصادات من خلال زيادة الفرص التجارية وتحسين التخصص وزيادة الإنتاجية، وتتأثر التجارة الدولية بعوامل عدة مثل السياسة التجارية والتكنولوجيا والتنظيمات الدولية مثل منظمة التجارة العالمية.

ومع التقدم التكنولوجي أصبحت الأسواق الإلكترونية أحد أهم وسائل التجارة الدولية، وتعتمد الأسواق الإلكترونية على تكنولوجيا الإنترنت لتمكين عمليات التجارة، حيث يتم عرض وبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت دون الحاجة إلى وجود جسدي في المكان المعين. وتوفر الأسواق الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق العملاء وزيادة الإيرادات بالإضافة إلى تقديم تجارب شراء مريحة للمستهلكين. ومن عوامل نجاح الأسواق الإلكترونية: الأمان الإلكتروني، سهولة الاستخدام والتسليم السريع. وتحل الأسواق الإلكترونية مكانة متزايدة في التجارة الدولية، حيث تسمح بالوصول إلى عملاء من مختلف أنحاء العالم دون حاجة لتكاليف تشغيلية كبيرة مقارنة بالتجارة التقليدية.

## المبحث الأول: ماهية التجارة الدولية

تقوم التجارة الدولية على عمليات تبادل السلع والخدمات بين الدول المختلفة عبر الحدود الوطنية. يمكن أن تشمل هذه العملية عدة أنواع من التبادل التجاري مثل: تصدير النفط او الملابس واستيراد سلع مثل الأجهزة الالكترونية او مواد غذائية، كما يمكن ان يشمل عدة أنواع أخرى، بما في ذلك الاستثمار الخارجي، والتعاملات المالية الدولية، والتحويلات التكنولوجية.... وغيرها. ان التجارة الدولية تعتبر عنصراً أساسياً في اقتصادات العالم المختلفة، حيث تساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتوسيع الفرص التجارية وتعزيز التكامل الاقتصادي العالمي.

## المطلب الأول: نشأة التجارة الدولية وتطورها

إن التجارة الدولية كانت دائماً أهم عامل لنجاح الاقتصاد لأي بلد خاصة مع التطور الكبير للعولمة وتأقلمها مع كل الظروف منذ نشأتها والى مراحل تطورها عبر الزمن. وفي هذا المطلب سنتطرق الى نشأة التجارة الدولية وكيف تطورت مع الزمن.

## الفرع الأول: نشأة التجارة الدولية

تعد التجارة الدولية من أهم وأعرق الأنشطة التجارية الدولية التي مارسها الإنسان منذ القدم، والتي كانت سبباً في حدوث تطورات كبيرة في نظام الحياة الإنسانية للأفراد في مختلف أرجاء العالم وكذلك النظام الاقتصادي العالمي، ويعود تاريخ التجارة الدولية إلى 10 آلاف عام قبل الميلاد. تاريخياً، تعود نشأة التجارة الدولية إلى العصور القديمة، حيث كانت الحضارات القديمة مثل الفينيقيين والرومان والصينيين يتبادلون السلع عبر طرق تجارية برية وبحرية<sup>1</sup>. ومع تطور الحضارات والتكنولوجيا، زادت تعقيدات التجارة الدولية وتوسعت رقعتها. في العصور الوسطى، شهدت الطرق التجارية القديمة توسعاً، حيث تم تبادل السلع بين الشرق والغرب. وخلال العصور الحديثة، تطورت التجارة الدولية بشكل كبير مع الاكتشافات الجغرافية والثورة الصناعية والتكنولوجيات الحديثة، مما أدى إلى زيادة تدفق السلع والخدمات بين الدول. في القرن العشرين، أصبحت التجارة الدولية جزءاً لا يتجزأ من النظام الاقتصادي العالمي، وظهرت منظمات دولية مثل منظمة التجارة العالمية (WTO) لتنظيم وتسهيل التجارة بين الدول.

<sup>1</sup>جمال جويدان الجمل، التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2010، ص 05.

ومع تقدم التكنولوجيا والعولمة، زادت الفرص وتعقيدات التجارة الدولية، وأصبحت شبكة مترابطة تربط الاقتصادات الوطنية معاً بشكل أكبر من أي وقت مضى، خاصة مع تطور حركة النقل والشحن ووسائل الدفع الحديثة بين مختلف دول العالم، حيث تتم العمليات التجارية على النطاق الدولي من خلال اتفاقيات تجارية مخصصة تنتقل بموجبها بضائع دولة ما إلى دولة أخرى. ومن أبرز المظاهر العامة التي تدل على وجود نشاط تجاري دولي هو انتشار أنواع مختلفة من السلع التي يتم إنتاجها في دول مختلفة في نفس الأسواق التجارية. فيجد المستهلك في السوق المحلي أصناف متعددة الجنسيات الإنتاجية، وهذا يدل على وجود حركة نقل نشطة للسلع بين دول العالم، ووجود حركة استيراد نشطة بين هذه الدول.

## الفرع الثاني: تطور التجارة الدولية

تطورت التجارة الدولية على مر الزمان بشكل ملحوظ، مع تغير الظروف الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية، وهي إحدى القواعد الأساسية التي تقوم عليها العولمة الحالية، كونها أساس العلاقة بين عملية الإنتاج وعملية الاستهلاك، وهو ما يشكل أساس العملية الاقتصادية. والعولمة تكون في إحدى مظاهرها الجوهرية ناتج تطور التجارة الدولية، في علاقتها بتطور وسائل النقل والشحن بمختلف أنواعها، وتطور كل وسائل الاتصال المرافقة لها، وكذلك تطور كل الوسائل الصناعية المرافقة لعملية الإنتاج. وهذه الحركة التجارية الدولية التي مكنت مختلف المنتجات الاستهلاكية من بلوغ مرحلة التوزيع والاستهلاك على نطاق عالمي.<sup>1</sup>

وتهدف الحركة التجارية الدولية إلى إظهار كيفية نشوء التجارة الدولية وتطورها عبر العصور التاريخية وعلاقتها بالهيمنة العالمية للسوق الحرة. ومنه يمكننا القول إن التجارة الدولية كانت لها القدرة الفائقة على توحيد العالم واندماج المجتمعات والدول في المنظومة العالمية، وعلى أساس ذلك كانت ضرورة إعادة صياغة النظام الاقتصادي العالمي الجديد، وتأسيس منظمة التجارة العالمية (WTO).<sup>2</sup>

<sup>1</sup> موسى سعيد مطر وآخرون، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص 10.  
<sup>2</sup> مصطفى رشدي، اتفاقية التجارة العالمية في عصر العولمة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 1999، ص 11.

ومن أهم العوامل الرئيسية التي ساهمت في تطور التجارة الدولية:

- **العولمة:** شهدت العولمة توسعاً هائلاً في التجارة الدولية، حيث أصبحت الحدود أقل أهمية وتم تقليل العوائق التجارية بفضل الاتفاقيات التجارية والتقدم التكنولوجي.
- **تطور وسائل النقل والاتصالات:** مع تقدم وسائل النقل مثل السفن الحديثة والطائرات وشبكات السكك الحديدية السريعة، أصبحت السلع تتحرك بسرعة أكبر بين الدول. وتطورت وسائل الاتصالات مثل الإنترنت والهواتف الذكية، مما جعل التبادل التجاري أكثر فعالية وسهولة.
- **اتفاقيات التجارة الحرة:** أبرمت الدول اتفاقيات لتقليل الرسوم الجمركية والعوائق التجارية الأخرى، وشهدت العديد من الدول والمناطق توقيع اتفاقيات تجارية، مثل اتفاقية الاتحاد الأوروبي، والاتفاقية الشاملة والتقدمية للشرق الأوسط، واتفاقية منطقة التجارة الحرة لأمريكا الشمالية (NAFTA) مما أدى إلى زيادة حجم التجارة الدولية وتحفيز النمو الاقتصادي.
- **التكنولوجيا:** لعبت التكنولوجيا دوراً حاسماً في تطور التجارة الدولية، من خلال تقديم منصات التجارة الإلكترونية والتحسينات في عمليات الإنتاج والتوزيع.
- **التنمية الاقتصادية:** شهدت الدول النامية نمواً اقتصادياً وتحسناً في البنية التحتية، مما زاد من مشاركتها في التجارة العالمية ودورها في السوق العالمية.
- **الابتكار في الخدمات التجارية:** بالإضافة إلى التجارة في السلع، نشأت تجارة في الخدمات مثل الخدمات المالية والتقنية، وهو قطاع يشهد نمواً مطرداً.
- **زيادة حجم التجارة العالمية:** مع اتساع نطاق العولمة وتخفيض الحواجز التجارية، زاد حجم التجارة العالمية بشكل كبير، وأصبحت السلع والخدمات تتداول بكميات أكبر وتشمل مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات.
- **التجارة الإلكترونية:** شهدت التجارة الإلكترونية ثورة في العقود الأخيرة، حيث أصبح بإمكان الشركات التجارية الصغيرة والكبيرة على حد سواء بيع منتجاتها وخدماتها عبر الإنترنت لجمهور عالمي، وهذا فتح أبواباً جديدة للتجارة وتوسع نطاق الأسواق<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> اسعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 10.

• **تطورات في السياسة الدولية والاقتصادية:** تغيرت الظروف السياسية والاقتصادية في العديد من الدول، مما أثر على توجهاتها التجارية وشراكاتها الدولية. على سبيل المثال، اتسعت دائرة الاقتصادات الناشئة وأصبحت لها دور أكبر في التجارة العالمية.

هذه العوامل وغيرها أدت إلى تحولات كبيرة في التجارة الدولية، مما جعلها أكثر تعقيداً واندماجاً مع الاقتصادات الوطنية والعالمية.

### **المطلب الثاني: مفهوم التجارة الدولية وخصائصها**

يشتمل مصطلح التجارة الدولية على عدة مفاهيم مختلفة في ظل عدة تطورات حديثة، إلا أنها تتشابه في معناها وفي نشاطها. في هذا المطلب سنرى ما هو التعريف الشامل للتجارة الدولية وخصائصها.

### **الفرع الأول: تعريف التجارة الدولية**

تلعب التجارة الدولية دوراً حيوياً في الاقتصاد العالمي، حيث تمكن الشركات والدول من الوصول إلى السلع والخدمات التي لا تتوفر محلياً، وتعزز النمو الاقتصادي وتزيد من فرص العمل، كما تعزز العلاقات الدولية والتفاهم بين الأمم. تشمل التجارة الدولية استيراد وتصدير البضائع، وكذلك تبادل الخدمات مثل النقل، السياحة، الخدمات المالية، والتكنولوجيا.

تتم هذه التبادلات عبر الحدود الوطنية، وتخضع لمجموعة متنوعة من القوانين والاتفاقيات الدولية. هناك عدة تعريفات للتجارة الدولية تختلف في صيغتها اللغوية فقط إلا أنها مشابهة في المعنى نذكر منها:

- تاريخياً عرفت بأنها: "أهم صور العلاقات الاقتصادية التي يجري بمقتضاها تبادل السلع والخدمات بين الدول في شكل صادرات وواردات".
- هي المعاملات الدولية في صورها الثالثة أي انتقال السلع وأفراد ورؤوس الأموال وهي تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة كما قد تتحول التجارة الخارجية إلى تجارة داخلية في حالة التكاملات الاقتصادية، مثل ما حدث في الوحدة الأوروبية<sup>1</sup>.

---

ارشاد العصار وآخرون، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 12.

- هي تبادل السلع والخدمات بين الدول وفق شروط وأساليب معروفة لدى مختلف دول العالم، وللتجارة الخارجية نموذجين رئيسيين هما:<sup>1</sup>
  - أ- التصدير: وهو خروج للسلع والخدمات.
  - ب- الاستيراد: وهو دخول للسلع والخدمات.
- كما تعرف التجارة الخارجية بأنها "فرع من فروع علم الاقتصاد والذي يهتم بدراسة الصفقات الاقتصادية الجارية عبر الحدود الوطنية"<sup>2</sup>
- وتعرف أيضا بأنها "حركة السلع والخدمات بين الدول المختلفة بحيث تشمل الحركات الدولية لرؤوس الأموال"<sup>3</sup>.
- "عملية التبادل التجاري الذي يتم بين الدولة والعالم الخارجي".
- "عملية التبادل التجاري في كل من السلع والخدمات وكذا حرية انتقال رؤوس الأموال وعناصر الإنتاج المختلفة بين الدولة والعالم الخارجي بهدف تحقيق أقصى نفع ممكن"
- التجارة الدولية هي تبادل السلع والخدمات عبر الحدود والمناطق المختلفة، وتشكل حصة كبيرة من الناتج المحلي الاجمالي في مختلف البلدان<sup>4</sup>.
- هي عمليات تعتمد على تبادل السلع بين الدول، وتساهم هذه التجارة في تعزيز وجود اقتصاد دولي يتأثر ويؤثر في الطلب والعرض والأسعار الدولية، وتعرف التجارة الدولية بأنها مجموعة من القواعد التي تُستخدم في تنظيم طرق تبادل المنتجات دوليا، عن طريق الاعتماد على المناطق والأقاليم التجارية والجمركية.

ومن خلال هذه التعاريف السابقة، يمكن تعريف التجارة الدولية على أنها "عملية تبادل السلع والخدمات بين الدول، وكذلك بين الشركات والأشخاص على الصعيد الدولي، وتتمثل هذه العملية في استيراد السلع والخدمات من بلد ما وتصدير سلع وخدمات إلى بلد آخر. ويتم تحفيز التجارة الدولية عادةً من خلال الاختلافات في موارد الدول وتكلفة العمالة والميزة التنافسية في إنتاج بعض السلع

<sup>1</sup> صلاح الدين نامق، التجارة الدولية، الطبعة الثالثة، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1999، ص 10.

<sup>2</sup> موسى سعيد مطر وآخرون، مرجع سابق، ص 13.

<sup>3</sup> شخي حفيظة، ترشيد السياسات التجارية من أجل الاندماج الإيجابي للجزائر في الاقتصاد العالمي "المنظمة العالمية للتجارة"، مذكرة ماجستير، تخصص مالية دولية، جامعة وهران، 2011-2012، ص 10.

<sup>4</sup> <https://ar.wikipedia.org/wiki> تم الاطلاع يوم : 27 أبريل 2024، على الساعة 22:53.

والخدمات على نطاق واسع. تسهم التجارة الدولية في توفير السلع والخدمات التي لا تتوفر محلياً، وتعزز التعاون الاقتصادي بين الدول، وتسهم في نمو الاقتصادات وتحسين مستوى المعيشة.

## الفرع الثاني: خصائص التجارة الدولية

تتمتع التجارة الدولية بعدة خصائص تميزها عن أشكال التجارة الأخرى، وتجسد التفاعل المتبادل بين الدول على الصعيدين الاقتصادي والسياسي، ونذكر من أهم الخصائص:

- ❖ **التبادل الدولي:** في التجارة الدولية، يتم تبادل السلع والخدمات بين دول مختلفة، وليس فقط بين أفراد أو شركات داخل نفس الدولة.
- ❖ **تنوع السلع والخدمات:** يتم تداول مجموعة متنوعة من السلع والخدمات في التجارة الدولية، بدءاً من السلع الأساسية مثل الغذاء والملابس وانتهاءً بالمنتجات الصناعية المتقدمة والخدمات المالية والتكنولوجية.
- ❖ **التبادل ذو جوانب متعددة:** يتم تبادل السلع والخدمات في التجارة الدولية بغرض الربح وتلبية الاحتياجات، ولكن أيضاً لتعزيز التعاون الدولي وتحسين العلاقات الدبلوماسية بين الدول.
- ❖ **التأثيرات السياسية والاقتصادية:** يمكن أن تكون التجارة الدولية ذات تأثير كبير على السياسات الداخلية والخارجية للدول، وتلعب دوراً مهماً في تحديد النمو الاقتصادي والاستقرار الاجتماعي.
- ❖ **تأثير العوائد والتكاليف الاقتصادية:** تتأثر التجارة الدولية بالعديد من العوامل الاقتصادية مثل العوائد والتكاليف الإنتاجية وأسعار الصرف والرسوم الجمركية، وهذا يؤثر على تدفقات التجارة وحجمها.
- ❖ **التكامل الاقتصادي والتعاون الدولي:** تشجع التجارة الدولية على التكامل الاقتصادي بين الدول وتعزز التعاون الدولي من خلال تبادل المعرفة والتقنيات والممارسات الأفضل<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>دياب محمد، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهج اللبناني للدراسات والتوثيق، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2010، ص 23.

كما أن هناك أيضا خصائص أخرى للتجارة الدولية منها الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية مثل:

- توفير المزيد من فرص العمل.
- نقل التكنولوجيا والعولمة الحديثة.
- توسيع الأسواق المستهدفة وزيادة الأرباح.
- تحسين إدارة المخاطر.
- تحسين العلاقات بين الدول.
- تبادل الثقافات واللغات بين الدول.
- تبادل الخبرات والمعارف.

### **المطلب الثالث: أسواق وتعاملات التجارة الدولية**

التجارة الدولية لها عدة أسواق وتعاملات مختلفة حول العالم فتختلف من بيئة لأخرى لعدم تشابه الثقافات والعملات واللغات، لذلك اتخذت من كل بلد سوق وأصبحت تتعامل بما يناسب كل بلد من ثقافته، في هذا المطلب سنرى ماهي أسواق التجارة الدولية وتعاملاتها.

#### **الفرع الأول: أسواق التجارة الدولية**

تسمح التجارة الدولية بتوسيع الأسواق بشكل كبير، وذلك نتيجة لزيادة الطلب ووجود وفرة من الطبقة العاملة، وبالتالي زيادة الإنتاج بشكل أكبر، حيث سمح السوق الدولي باستقبال وتصريف فوائض الإنتاج في أي دولة، وبالتالي نمو الأعمال ومضاعفة الإيرادات بشكل كبير. وتتنوع أسواق التجارة الدولية بحسب الصناعة والموقع الجغرافي والتنوع، وتوفر فرصاً متنوعة للشركات والأفراد للمشاركة في التجارة الدولية وتحقيق النجاح على الصعيدين المحلي والعالمي<sup>1</sup>.

وتشمل أسواق التجارة الدولية مجموعة واسعة من الأماكن والمنصات التي يتم فيها تبادل السلع والخدمات بين الشركات والأفراد في دول مختلفة. وفيما يلي بعض أسواق التجارة الدولية الرائدة:

---

<sup>1</sup>اصلاح الدين نامق، مرجع سابق، ص 08.

- ❖ **الأسواق العالمية:** تشمل هذه الأسواق البورصات والأسواق المالية العالمية التي يتم فيها تداول الأسهم والسندات والعملات.
- ❖ **الموانئ والمطارات الدولية:** تعتبر الموانئ البحرية والمطارات الجوية والسكك الحديدية نقاط تحول رئيسية للتجارة الدولية، حيث يتم استيراد وتصدير البضائع عبرها.
- ❖ **المناطق الحرة والمناطق الاقتصادية الخاصة:** تعتبر هذه المناطق مناطق محايدة من الناحية الجمركية والضريبية، مما يجعلها مواقع جذب للشركات الراغبة في القيام بأنشطة تجارية عابرة للحدود.
- ❖ **المعارض التجارية الدولية:** تُعقد المعارض التجارية الدولية في مختلف أنحاء العالم وتجذب الشركات لعرض منتجاتها وخدماتها أمام جمهور عالمي من المشترين والمستثمرين (قصر معارض، مهرجانات، حفلات....).
- ❖ **المنصات التجارية عبر الإنترنت:** تشمل المواقع الإلكترونية للتجارة الإلكترونية ومنصات التجارة الإلكترونية التي تمكن الشركات والأفراد من بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت عبر الحدود وبالتالي تعزيز نشاط التجارة الدولية والتأقلم مع التكنولوجيات الحديثة.
- ❖ **المكاتب التجارية والوكلاء والوسطاء الدوليين:** تعمل الشركات التجارية والوكلاء والوسطاء الدوليون على تسهيل التجارة بين الدول وتوفير الخدمات والمعلومات اللازمة لتسهيل عمليات التجارة الدولية.

## الفرع الثاني: تعاملات التجارة الدولية

تعاملات التجارة الدولية تشمل مجموعة واسعة من الأنشطة والعمليات التي تتم بين الدول والشركات والأفراد، وكل واحدة لها تعاملات معينة في نطاق معين إلا أن الهدف منها تعزيز نشاط التجارة الدولية وتحسين الاقتصاد للبلد ورفع المستوى التجاري.<sup>1</sup>

من أهم تعاملات التجارة الدولية نذكر:

<sup>1</sup> <https://diggipacks.com/> تم الاطلاع يوم: 28 أبريل 2024، على الساعة 21:05.

- **الاستيراد والتصدير:** يشمل شراء البضائع من دولة ما (استيراد) وبيع البضائع إلى دولة أخرى (تصدير). هذه العمليات تشمل شحن البضائع، وإعداد الوثائق الجمركية، وتسوية المدفوعات الدولية.
  - **الاستثمار المباشر الأجنبي:** يشمل استثمار الشركات والأفراد في الأعمال التجارية أو العقارات في دولة أخرى. يمكن أن يتضمن ذلك إنشاء فروع أو مصانع أو شراء حصص في شركات محلية.
  - **التعاقدات والصفقات الدولية:** يشمل ذلك التفاوض وتوقيع العقود والاتفاقيات التجارية بين الأطراف المتعاملة في دول مختلفة، وتحديد شروط وأحكام العقود التجارية بين الأطراف المتعاقدة، وتشمل العقود شروط الشحن، والتسليم، والدفع، مثل عقود الشراء والبيع وعقود التوزيع والترخيص وغيرها.
  - **التمويل الدولي:** يتضمن التمويل البنكي والائتمان التجاري الذي يستخدم لتمويل عمليات الاستيراد والتصدير والاستثمار الدولي، بالإضافة إلى التمويل الخاص بالمشاريع الكبيرة.
  - **التأمين التجاري الدولي:** يتعلق هذا بشراء وتوفير التأمين للبضائع والشحنات أثناء نقلها بين الدول، مما يغطي المخاطر المحتملة مثل الضياع أو التلف أو التأخير أو السرقة.
  - **الخدمات المالية والمصرفية الدولية:** تشمل هذه الخدمات تحويل الأموال الدولية، والتمويل التجاري، وإصدار الائتمانات المستندية، والاستشارات المالية الدولية.<sup>1</sup>
  - **التوزيع والتسويق الدولي:** تشمل عمليات التوزيع والتسويق الدولي نقل وتوزيع البضائع من الشركة المصنعة إلى الأسواق الخارجية، بما في ذلك تحديد القنوات التوزيعية المناسبة وتنفيذ حملات التسويق الدولية.
- كانت هذه أهم التعاملات الشائعة في التجارة الدولية، وتتنوع حسب نوع الصناعة والقطاع والمتطلبات القانونية والتشريعية في كل دولة.

<sup>1</sup> د. إيمان العاني، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2007، ص 29.

## المطلب الرابع: أهمية التجارة الدولية

تتمثل أهمية التجارة الدولية في كونها مؤشرا حيويا وجوهريا على قدرة الدولة الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولي، وذلك لارتباط هذا المؤشر بالإمكانيات الإنتاجية المتاحة، وقدرة الدولة على التصدير ومستويات الدخل فيها، وقدرتها كذلك على الاستيراد، وانعكاس ذلك على ميزان الدولة من العملات الأجنبية، وما لها من آثار على الميزان التجاري.

كما أن "هناك علاقات قوية ومرتبطة بين التجارة الدولية والتنمية الاقتصادية، وما ينتج عنها من ارتفاع مستوى الدخل القومي، مما يؤثر في حجم ونمط التجارة الدولية. كما أن التغيرات التي تحدث في ظروف التجارة الدولية تؤثر بصورة مباشرة في تركيب الدخل القومي وفي مستواه. والاتجاه الطبيعي هو أن يرتفع مستوى الدخل القومي وتزدهر التجارة الدولية في نفس الوقت، فالتنمية الاقتصادية تستهدف ضمن ما تستهدف زيادة إنتاج السلع، وإذا تحقق هذا الهدف عندئذ تزيد قدرة الدولة على التصدير الخارجي والتاريخ الاقتصادي لبريطانيا، وألمانيا، واليابان مثلا، يشير بوضوح إلى أن نمو وزيادة الدخل القومي تصاحبه زيادة في حجم التجارة لهذه الدول، أما آثار التجارة الدولية على اقتصاديات الدول النامية يتضح أكثر من أي وقت مضى، وذلك لأن الدول النامية تحكمها أوضاع التخلف الاقتصادي لأسباب تاريخية. ولذلك يكون متوسط دخل الفرد في الدول النامية منخفضا، فيقل بالتالي مستوى الاستهلاك والصحة العامة والتعليم، وتنخفض الإنتاجية وتقل الاستثمارات ما يؤدي إلى هبوط مستوى الدخل، وهكذا تدور دائرة الفقر. فيمكن للتجارة الدولية أن تلعب دورا مهما للخروج من دائرة الفقر وخاصة عند تشجيع الصادرات مما يؤدي للحصول على مكاسب جديدة في صورة رأس المال الأجنبي الجديد الذي يلعب دورا في زيادة الاستثمارات، بناء مصانع، إنشاء بنية أساسية مما يؤدي إلى زيادة التكوين الرأسمالي، والنهوض بالتنمية الاقتصادية"<sup>1</sup>.

إضافة إلى أهمية التجارة الدولية منذ الحضارات الأولى والتي أشرنا إليها سابقا، هناك أهمية كبيرة أخرى إذ تساهم بشكل أساسي في توسيع أسواق الدول، مما يجعلها توفر السلع والمنتجات التي قد لا تكون متوفرة بشكل محلي. كما أن التداول الدولي يسهم في تسهيل الوصول إلى السلع والمنتجات في الدول المختلفة سواء دول متطورة او نامية، فضلاً عن توفير منتجات متنوعة

<sup>1</sup> جمال جويدان الجمل، مرجع سابق، ص 12-13.

للمستهلكين. وذلك من شأنه أن يجعل الأسعار أكثر تنافسية ويقضي على الاحتكار واستغلال المستهلكين، حيث أن تنوع المنتجات وتوافرها يجعل الأسعار منخفضة<sup>1</sup>.

لذلك ساعدت التجارة الدولية التداول والتبادل بشكل كبير على مستوى العالم، وأصبحت من العوامل الهامة في رفع مستويات المعيشة، وخلق المزيد من فرص العمل وتمكين المستهلكين من التمتع بمجموعة أكبر من السلع. وبذا اكتست التجارة الدولية أهمية كبيرة في الفترة الأخيرة.

ومما سبق يمكن ان نبرز أهمية التجارة الدولية بشكل دقيق في النقاط الآتية:

- تعتبر الوسيلة المباشرة لتعزيز العلاقات الدولية، بسبب دورها في ربط الدول معا.
- تساهم في توفير الكثير من الخدمات والسلع بالاعتماد على مبدأ التخصص الذي يوفر المنتجات بأقل الأسعار.
- تدعم القدرة التسويقية، من خلال إنشاء العديد من الأسواق الجديدة للمنتجات المتنوعة.
- تساعد على رفع معدل الرفاهية في المجتمع، عن طريق توفير العديد من المنتجات التي تؤدي إلى تنوع خيارات الأفراد سواء للاستهلاك أو الاستثمار.
- تصنف من المؤشرات المهمة لقياس القدرات الخاصة بالدول على المنافسة وتسويق المنتجات والإنتاج في الأسواق العالمية والدولية.
- تشارك الدول في بناء أنظمة اقتصادية قوية، وتعزز من التنمية المستدامة فيها، عن طريق توفير المعلومات الرئيسية والوسائل التكنولوجية المناسبة.
- تدعم التنمية الاقتصادية، من خلال تطور الدخل القومي الذي يساهم في تحسين التنمية الخاصة بكل دولة.
- تسعى التجارة الدولية الى زيادة رفاهية الافراد عن طريق توسيع مجالات الاختيار المتاحة والملائمة للمستهلكين.
- تحقق رغبات ومتطلبات المستهلكين والارتقاء بالجودة وإمكانية الحصول على أفضل السلع واخر التكنولوجيات الحديثة.
- تعزز وتوطد العلاقات السياسية والاقتصادية مع الدول الأخرى.

---

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 13.

## المبحث الثاني: ماهية الأسواق الإلكترونية

الأسواق الإلكترونية هي عبارة عن منصات عبر الإنترنت تستخدم لعرض وبيع السلع والخدمات تعتمد هذه الأسواق على التكنولوجيا الرقمية لربط البائعين بالمشتريين وتسهيل عمليات الشراء والبيع بشكل مباشر.

وتشمل هذه الأسواق مواقع البيع بالتجزئة عبر الإنترنت، والمواقع الخاصة بالمزادات الإلكترونية، والمنصات التجارية الخاصة بالشركات والأعمال التجارية. تتميز الأسواق الإلكترونية بعدة خصائص مهمة مثل: سهولة الوصول، وتنوع السلع والخدمات المعروضة، والتوفير الزمني والمالي للمشتريين، وفتح الفرص للبائعين للوصول إلى جمهور عالمي من المشتريين. باختصار، تشكل الأسواق الإلكترونية جزءاً مهماً من الاقتصاد الرقمي الحديث، حيث توفر وسيلة فعالة ومريحة للتجار والمستهلكين للتفاعل والتبادل التجاري عبر الإنترنت.

### المطلب الأول: نشأة الأسواق الإلكترونية وتطورها

الأسواق الإلكترونية تستمد نشأتها من نشأة شبكة الانترنت وتطورت مع الوقت لتطور التكنولوجيا الحديثة. في هذا المطلب سنتطرق الى نشأة الأسواق الإلكترونية ومراحل تطورها مع الوقت.

### الفرع الأول: نشأة الأسواق الإلكترونية

تعود نشأة الأسواق الإلكترونية الى عقود من الزمن تعود إلى أواخر السبعينات منذ ظهور التجارة الإلكترونية لأول مرة.

وشهدت بداية التسعينيات تطورات كبيرة في مجال الأمن عبر الإنترنت، مما عزز نمو السوق عبر الانترنت وحماية خصوصيات المستهلك وتعزيز ثقته بالتسوق الإلكتروني.

وفي أواخر التسعينيات وأوائل العقد الأول من القرن الواحد العشرين، ظهرت الأسواق عبر الإنترنت مثل eBay و Amazon و Alibaba كرواد التجارة الإلكترونية واكبر الشركات آنذاك، والتي تم من خلالها إجراء مليون معاملة تجارية بحلول عام 1997م.

وقد وفرت هذه المنصات مساحة للأفراد والشركات لبيع المنتجات لجمهور واسع عبر الإنترنت، مما عزز نمو التسوق عبر الإنترنت وأدى لتوسيع خيارات المستهلكين.<sup>1</sup> كما أدى ظهور الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب بالاتصال بالإنترنت في العقد الأول من القرن الواحد العشرين إلى دفع الأسواق الإلكترونية إلى آفاق جديدة وأبعاد بعيدة، مما سمحت للمستهلكين التصفح وإجراء عمليات الشراء باستخدام أجهزتهم المحمولة، مما ألغى الحاجة إلى التنقل والشراء التقليدي والمصاريف الزائدة، كما أتاح التسوق الإلكتروني عبر الإنترنت إمكانية الشراء في أي وقت وفي أي مكان.<sup>2</sup>

ومع تزايد انتشار التسوق الإلكتروني، ركزت الشركات على تعزيز تجربة المستخدم، حيث أصبحت الواجهات سهلة الاستخدام وتم استخدام الخوارزميات لعرض المنتجات بناء على سجل التصفح والتفضيلات، مما عزز ولاء العملاء وتوفير احتياجاتهم وتلبية رغباتهم، بالإضافة إلى ذلك، فتح ظهور منصات التواصل الاجتماعي طرق جديدة للتسوق عبر الإنترنت، كما اكتسب التسويق المؤثر أيضا مكانة بارزة، حيث أيد المؤثرون على وسائل التواصل الاجتماعي المنتجات وشجعوا المستهلكين على الشراء من الأسواق الإلكترونية والتوجه إليها.

وتوسعت الأسواق الإلكترونية لتشمل مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، بما في ذلك الملابس والإلكترونيات والسفر والضيافة وغيرها.

ومع تطور أنظمة الدفع الحديثة عبر الإنترنت، ازدهر التسوق الإلكتروني بشكل كبير، حيث أدى إلى إدخال حلول دفع آمنة ومريحة، مثل المحافظ الرقمية، وخيارات الدفع بنقرة واحدة، وتطبيقات الدفع عبر الهاتف المحمول، إلى تبسيط عملية الدفع وتقليل الاحتكاك بين المستهلكين.

## الفرع الثاني: تطور الأسواق الإلكترونية

ان تطور الأسواق الإلكترونية قد شهد تغيرات جذرية على مر السنين، مما أدى إلى تحولها من منصات بسيطة لعرض المنتجات إلى بيئات تجارية ديناميكية ومعقدة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> <https://mawdoo3.com> تم الاطلاع يوم: 01 ماي 2024، على الساعة 00:45.

<sup>2</sup> السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006، ص 23.

<sup>3</sup> نفس المرجع السابق، ص 24.

فيما يلي جوانب تطور الأسواق الإلكترونية:

- **توسع نطاق التواجد الإلكتروني:** بدأت الأسواق الإلكترونية كمنصات بسيطة على الإنترنت لعرض المنتجات والخدمات، ولكن مع تقدم التكنولوجيا، أصبحت هذه الأسواق تشمل مجموعة واسعة من الصناعات والقطاعات، بما في ذلك تجارة البيع بالتجزئة، والسفر، والضيافة، والخدمات المالية وغيرها.
  - **تحسين واجهات المستخدم وتجربة التسوق:** تطورت واجهات المستخدم بشكل كبير لتصبح أكثر سهولة وسلاسة، مما يسهل عملية التصفح والبحث عن المنتجات وإتمام عمليات الشراء بشكل أسرع وأسهل.
  - **التكنولوجيا الذكية والتحسينات اللوجستية:** انتشرت التقنيات الذكية مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة في الأسواق الإلكترونية، مما ساهم في تحسين تجربة التسوق وتوجيه العروض والخدمات بشكل أفضل للمستخدمين.
  - **التوسع الدولي والعالمي:** شهدت الأسواق الإلكترونية توسعاً كبيراً عبر الحدود الوطنية، مما سمح للشركات بالوصول إلى جمهور عالمي وتوفير منتجاتها وخدماتها لعملاء في جميع أنحاء العالم.
  - **التسليم والتوزيع الذكي:** شهدت عمليات التسليم والتوزيع تطوراً كبيراً مع استخدام التكنولوجيا، مما يسمح بتوصيل الطلبات بشكل أسرع وأكثر فعالية، بما في ذلك استخدام الطائرات بدون طيار والشاحنات الذكية.
  - **التحول نحو التجارة الإلكترونية الاجتماعية والتفاعلية:** بدأت الأسواق الإلكترونية تدمج التواصل الاجتماعي والتفاعل مع المستخدمين، مما يسمح للعلامات التجارية ببناء علاقات قوية مع العملاء وزيادة التفاعل والمشاركة.
- هذه بعض الجوانب التي شهدت تطوراً في الأسواق الإلكترونية، ومع استمرار التطور التكنولوجي والابتكار، من المتوقع أن تستمر هذه الأسواق في التحول والتطور لتلبية احتياجات المستهلكين والشركات على حد سواء، والتي تسهم في تحسين تجربة التسوق عبر الإنترنت مع تواصل الشركات في تحسين وتطوير منصاتها الإلكترونية لتقديم تجربة تسوق متميزة وسلسلة للمستخدمين.

## المطلب الثاني: تعريف الأسواق الإلكترونية وخصائصها

ان تعريف الأسواق الإلكترونية يختلف من شكل لأخر وذلك لاختلاف وجهات النظر الا انها وسيلة تلبي حاجيات المستهلكين وكذا الحفاظ على حياتهم بدون تنقل او تعب. في هذا المطلب سنتطرق لعدة تعريفات للأسواق الإلكترونية وكذا اهم الخصائص.

### الفرع الأول: تعريف الأسواق الإلكترونية

تعتبر الأسواق الإلكترونية شكل من أشكال التجارة الإلكترونية وتتم عن طريق شبكة الانترنت والتي تسمح للمستهلكين بشراء السلع او الخدمات، حيث يجد المستهلكون ما يلبي احتياجاتهم اليومية ويوفر لهم عدة خدمات مختلفة مثل: الدفع الإلكتروني والشحن وخدمة التوصيل المنزلي وكذلك من خلال الأجهزة الإلكترونية سواء هاتف محمول او جهاز الحاسوب.

وتعد الأسواق الإلكترونية وجهة لكل الناس خاصة في الوقت الحالي نظرا لمواكبتها اخر التكنولوجيات الحديثة وتطورها باستمرار خاصة مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت في وقتنا منتشرة بكثرة ويتم التداول بها لشراء المنتجات من مختلف المواقع العالمية.

هناك تعريفات عديدة للأسواق الإلكترونية وتعريفات أخرى تشمل ذلك، نذكر منها:

- الفضاء الإلكتروني الذي يجمع المشتريين والبائعين.<sup>1</sup>
- هو شكل من أشكال من اشكال التجارة الإلكترونية والتي تسمح لجمهور المستهلكين بالتسوق عبر الإنترنت وشراء السلع والخدمات مباشرة من البائع، وتعرف عملية التسوق الإلكترونية أيضا انها عملية البحث عن منتج ما أو السلع أو الخدمات عن طريق زيارة الموقع الإلكتروني الخاص بتجار هذه السلعة ومن ثم تقديم طلب الشراء للحصول على المنتج المطلوب كما يعتبر أيضا وسيلة تسويق للمنتجات والسلع والخدمات عبر الإنترنت ويمكن للشركات بذلك أو اصحاب الأعمال الاستفادة من هذه العملية لتوصيل صورة أو انطباع عن نفسها للمستهلك.<sup>2</sup>
- المنصات الإلكترونية (E-commerce Platforms): هي المنصات عبر الإنترنت التي تتيح للشركات والأفراد عرض وبيع منتجاتهم وخدماتهم مباشرة للمستهلكين عبر

<sup>1</sup>أمل حمد العليان، محاضرة الأسواق الإلكترونية، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص 01.  
<sup>2</sup> <https://ar.wikipedia.org/wiki/> تم الاطلاع يوم : 02 ماي 2024، على الساعة 18:54.

الإنترنت. تشمل المتاجر الإلكترونية مواقع الويب المستقلة مثل Amazon و eBay، والمتاجر المرتبطة بالشركات مثل Walmart و Best Buy، بالإضافة إلى المنصات التي تسمح للأفراد ببيع منتجاتهم مثل Etsy و eBay.

- **الأسواق الرقمية (Digital Marketplaces):** هي المنصات التي تجمع بين المشترين والبائعين لتسهيل عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت، تتضمن الأسواق الرقمية منصات متخصصة في مجالات معينة مثل الموسيقى (iTunes) أو الفيديو (Netflix) بالإضافة إلى الأسواق العامة التي توفر مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات.

- **المنصات التجارية عبر الإنترنت (Online Retail Platforms):** تشمل هذه المنصات المواقع التي تقدم منصات للبائعين لعرض وبيع منتجاتهم، مثل Shopify و BigCommerce. توفر هذه المنصات أدوات لإنشاء وإدارة المتاجر الإلكترونية بسهولة، بما في ذلك إدارة المخزون ومعالجة الدفع وتتبع الشحن.

- **المنصات الاجتماعية التجارية (Social Commerce Platforms):** هي المنصات الاجتماعية التي تضم عناصر تجارية، مما يسمح للمستخدمين بشراء وبيع المنتجات مباشرة من داخل الشبكة الاجتماعية. تشمل الشبكات الاجتماعية التجارية منصات مثل Facebook Marketplace، Instagram، Shopping، Pinterest، Buyable، Pins...

هذه بعض التعريفات المختلفة للأسواق الإلكترونية وبعض الأمثلة عنها والتي تهدف لعمليات البيع والشراء عبر الإنترنت، وباختصار شديد يمكن ان نعرف الأسواق الإلكترونية على أنها: هي بيئات تجارية تعتمد على التكنولوجيا الرقمية لتمكين الشركات والأفراد من بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت. تشمل الأسواق الإلكترونية مجموعة واسعة من المنصات والتطبيقات التي تتيح التجارة الإلكترونية، وتتنوع هذه المنصات من حيث النطاق والوظائف والأهداف.

## الفرع الثاني: خصائص الأسواق الإلكترونية

الأسواق الإلكترونية لديها مجموعة من الخصائص التي تميزها وتجعلها الأكثر نجاحاً، مثل:

- **المكانة العالمية:** تمكن الأسواق الإلكترونية البائعين والمشتريين من الوصول إلى السوق العالمي، حيث يمكن للمستهلكين من مختلف أنحاء العالم التصفح والشراء من خلال الإنترنت<sup>1</sup>.
- **سهولة الوصول والاستخدام:** تتيح الأسواق الإلكترونية للمشتريين الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات بسهولة من خلال الأجهزة الذكية مثل الهواتف الذكية والحواسيب اللوحية.
- **توفير الوقت والجهد:** يمكن للمشتريين البحث عن المنتجات والمقارنة بينها والشراء دون الحاجة إلى الانتقال بين المتاجر الفعلية التقليدية، مما يوفر الوقت والجهد.
- **تنوع المنتجات والخدمات:** توفر الأسواق الإلكترونية مجموعة كبيرة ومتنوعة من المنتجات والخدمات، مما يسمح للمشتريين بالعثور على ما يلبي احتياجاتهم بسهولة.
- **تفاعل العملاء:** يمكن للمستخدمين تقديم تقييمات ومراجعات للمنتجات والبائعين، وهذا يساعد على بناء الثقة بين البائعين والمشتريين وتوجيه الآخرين في عملية الشراء.
- **أسعار تنافسية:** يتيح الطابع الافتراضي للأسواق الإلكترونية للشركات تقليل التكاليف التشغيلية، مما يمكنها من تقديم أسعار تنافسية للمستهلكين.
- **التحكم في المخزون والإمداد:** يمكن للبائعين إدارة مخزونهم بشكل فعال وتحديثه بسهولة على الأسواق الإلكترونية، وهذا يساعدهم على تلبية الطلب بفعالية.
- **خيارات الدفع المتنوعة والأمانة:** توفر الأسواق الإلكترونية خيارات دفع متنوعة وآمنة للمشتريين، بما في ذلك البطاقات الائتمانية، وبطاقات الخصم، والتحويل البنكي، والبوابات الدفع الإلكترونية.
- **التوافر على مدار الساعة:** تعمل الأسواق الإلكترونية على مدار الساعة، مما يسمح للمستهلكين بالوصول إلى المنتجات والخدمات في أي وقت يناسبهم، دون الحاجة إلى الانتظار لفتح المتاجر في أوقات محددة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>أمل حمد العليان، مرجع سابق، ص 03.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 04.

- **الأمان والحماية:** تتوفر العديد من الخدمات والتقنيات لضمان أمان المعاملات وحماية بيانات العملاء في الأسواق الإلكترونية، مما يزيد من ثقة المستهلكين في التسوق عبر الإنترنت.

هذه بعض الخصائص الرئيسية للأسواق الإلكترونية، والتي تساهم في جعلها واحدة من أهم وسائل التجارة في العصر الحديث.

### المطلب الثالث: أنواع الأسواق الإلكترونية

هناك عدة أنواع للأسواق الإلكترونية نذكر منها:

- **المتاجر الإلكترونية (E-commerce Stores):** هي المواقع التي تديرها الشركات او الافراد، مثل: Amazon و eBay و Alibaba و Walmart وغيرها، التي تقدم منصات للشركات والأفراد لعرض وبيع منتجاتهم مباشرة للمستهلكين عبر الإنترنت<sup>1</sup>.
- **الأسواق الرقمية (Digital Marketplaces):** تجمع بين البائعين والمشتريين عبر منصة واحدة، حيث يمكن للبائعين عرض منتجاتهم، والمشتريين البحث والشراء منها، مثل: منصة Etsy للحرف اليدوية و Fiverr للخدمات الحرة.
- **السوق الاجتماعية (Social Commerce):** يتيح السوق الاجتماعي اندماج التجارة الإلكترونية بمواقع التواصل الاجتماعي، يمكن للمستخدمين البحث والشراء مباشرة من داخل منصات التواصل الاجتماعي مثل: Facebook Marketplace و Instagram Shopping.
- **التجارة الإلكترونية الشخصية (Personal E-commerce):** تشير الى التجارة الإلكترونية التي يقوم بها الافراد دون الحاجة لإنشاء متجر إلكتروني خاص بهم، ويمكن للأفراد بيع منتجات مستعملة أو العثور على صفقات عبر المنصات، مثل: eBay و Craigslist.

<sup>1</sup> أحمد نصر الدين عبد الباقي، دور التجارة الإلكترونية في تطوير سوق مواد الإكساء الداخلي في المملكة العربية السعودية، دراسة تحليلية وصفية كمية تطبيقية عن شركة بيت الإباء للسيراميك والرخام في المملكة العربية السعودية، مذكرة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، الدنمارك، 2012، ص 41.

- التجارة الإلكترونية الأعمال إلى الأعمال (B2B E-commerce) : وتتم بين الشركات والمؤسسات، حيث يمكن للشركات بيع المنتجات والخدمات لبعضها البعض عبر الإنترنت، عبر منصات مثل: Alibaba Business و ThomasNet.
  - التجارة الإلكترونية الأعمال إلى المستهلك (B2C E-commerce) : تشير التجارة الإلكترونية الخاصة بمنظمات الأعمال للمستهلك، إلى عملية البيع الذي يجرى بين الشركات والمستهلكين، وتكون الشركات هي الطرف الذي يبيع للمستهلكين، كما يعد هذا النموذج هو أشهر نموذج مستخدم في المتاجر وشركات التجارة الإلكترونية، مثل الشركات التي تبيع منتجاتها على مواقعها أو على منصات التجارة الإلكترونية للمستهلكين العاديين.
  - التجارة الإلكترونية المستهلك إلى الأعمال (C2B E-commerce): يشير نموذج المستهلك إلى منظمات الأعمال، إلى عملية يبيع فيها الافراد خدماتهم أو منتجاتهم إلى الشركات أو المؤسسات المختلفة. ويكون لدى هؤلاء الأفراد مهن مختلفة مثل: المحامون وخبراء التسويق الإلكتروني والمصورين والاستشاريين والمستقلين.
  - التجارة الإلكترونية المستهلك إلى المستهلك (C2C E-commerce): يشير نموذج المستهلك إلى المستهلك، إلى عملية يبيع فيها الافراد خدماتهم أو منتجاتهم إلى الأفراد الآخرين. ويشمل هذا النموذج معظم عمليات البيع التي تحدث في أسواق النظير للنظير P2P Markets مثل: ebay و Facebook Marketplace.
  - التجارة الإلكترونية الحكومية (Government E-commerce) : يشير إلى الخدمات والمنتجات التي تقدمها الحكومات للمواطنين والشركات عبر الإنترنت، مثل دفع الضرائب الإلكترونية وطلبات الخدمات الحكومية عبر الإنترنت.
  - التجارة الإلكترونية الاشتراكية (Subscription E-commerce) : يشير إلى الخدمات التي تقدم منتجات متكررة للمشاركين عبر نظام اشتراك شهري أو سنوي، مثل منصات البث التلفزيوني مثل Netflix ومنصات الجمال مثل: Birchbox .
- هذه بعض الأنواع الرئيسية للأسواق الإلكترونية، وكل نوع يقدم مزايا واستخدامات مختلفة تتناسب مع احتياجات الأفراد والشركات.

ويمكن توضيح أكثر لأهم أنواع الأسواق الإلكترونية في الآتي:<sup>1</sup>

### أ- الأسواق الإلكترونية في التجارة الإلكترونية الموجهة للمستهلك:

❖ **الواجهات الإلكترونية Electronic Storefronts:** تسمى أيضا واجهات المخازن على الشبكة، وتستخدمها عادة شركة واحدة تباع من خلالها منتجاتها وخدماتها، ولذلك فهي عبارة عن متجر إلكتروني، ويمكن أن تعود لشركة صانعة أو لشركة تجارة تجزئة أو لأفراد أو لجمعيات تعاونية أو غيرها. ويحتوي المخزن الإلكتروني عادة مجموعة من الآليات والأدوات الضرورية للقيام بعمليات البيع. والمكونات الأكثر استخداماً في المتاجر الإلكترونية هي:

- **عربة التسوق:** وتستخدم لتجميع السلع التي يرغب الزبون شراءها أثناء تجوله في المتجر الإلكتروني.
- **تسهيلات المشاركة في المزادات الإلكترونية:** حيث يمكن أن تباع هذه المتاجر الإلكترونية بعض المنتجات من خلال المزادات.
- **بوابة الدفعات:** التي يجري من خلالها الاتفاق على تفاصيل وترتيبات عملية دفع قيمة المشتريات.
- **ساحة شحن Shipment Court:** حيث يتم تحديد تفاصيل عملية شحن المشتريات إلى الزبون.
- **خدمات الزبائن:** وتشمل توفير المعلومات عن المنتجات والخدمات والتسجيل للحصول على كفالات وضمانات وغيرها.

❖ **المجمعات التجارية الإلكترونية E-Malls:** تتواجد على شبكة المعلومات العالمية العديد من المجمعات الإلكترونية على نحو مشابه للمجمعات الموجودة في عالم التجارة المادي. وهي عبارة عن مجمعات افتراضية تتضمن الكثير من المتاجر والمحلات الإلكترونية، وتتضمن هذه المجمعات أدلة Directories أو فهارس بفئات المنتجات التي يتم بيعها في

---

<sup>1</sup> الشيزاوي ماجد، أسس التجارة الإلكترونية، الانترنت، الفهارس الإلكترونية ومحركات البحث التي تساعد الزبائن على إيجاد المنتجات والخدمات التي يرغبون شراءها، ص 23.

هذه المجمعات والمحلات وقد توفر هذه المجمعات بعض الخدمات المشتركة للمتاجر الموجودة فيها.

وبشكل عام، يمكن تصنيف المتاجر والمجمعات الإلكترونية في المشاريع التجارية الموجهة نحو المستهلك كما يلي:

- **متاجر ومجمعات عامة:** هي عبارة عن فضاء سوقي كبير يتم فيه بيع تشكيلة واسعة جداً من المنتجات والخدمات. ومن الأمثلة على ذلك: amazon.com و yahoo.com.

- **متاجر ومجمعات متخصصة:** تقوم ببيع أنواع محددة من المنتجات والخدمات كالمواقع المتخصصة ببيع الزهور أو مواد التجميل فقط. ومن الأمثلة على هذه المواقع fashionmall.com.

- **متاجر ومجمعات إقليمية أو عالمية:** تقوم المتاجر الإقليمية ببيع منتجاتها ضمن منطقة جغرافية محددة بينما تقوم المتاجر العالمية ببيع منتجاتها إلى أي مكان في العالم.

- **متاجر إلكترونية بحتة Pure Online Stores:** تقوم ببيع المنتجات والخدمات الرقمية فقط.

- **متاجر إلكترونية جزئية Click-and Mortar Stores:** تقوم بعمليات البيع الإلكتروني للمنتجات والخدمات المادية من خلال الشبكة.

### **ب- الأسواق الإلكترونية في التجارة الإلكترونية بين المنظمات:**

أما بالنسبة للتجارة الإلكترونية بين المنظمات فتوجد فيها أنواع الأسواق الإلكترونية التالية:

- ❖ **الأسواق الإلكترونية العامة Public E-Marketplace:** تكون مملوكة لجهة ثالثة وتتضمن عدداً كبيراً من المشترين والعديد من البائعين. وتسمى هذه الأسواق أيضاً أسواق التبادل Exchange وتكون مفتوحة للعموم ويتم تنظيمها من خلال الحكومة أو المالكين.
- ❖ **الأسواق الإلكترونية الخاصة Private E-Marketplace:** تملكها شركة واحدة، ويمكن أن يوجد منها نوعان هما: سوق البائع وسوق المشتري.

في سوق البائع تقوم الشركة ببيع منتجاتها إلى الشركات الأخرى. أما في سوق المشتري فتقوم بتنظيم المناقصات للحصول على احتياجاتها من الموارد بأقل أسعار ممكنة، أو بدعوة موردين مؤهلين لتزويدها بالاحتياجات المطلوبة، أي تستخدم للشراء.

❖ **الاتحادات التجارية Consortia:** هي عبارة عن مجموعة صغيرة من المشتريين الرئيسيين يمكنهم إنشاء تحالف للتعامل مع الموردين العاملين في الصناعة نفسها، كما يمكن أيضاً لمجموعة من المشتريين تكوين مثل هذا الائتلاف وكلا الطرفين يمكنهم من خلال ذلك تقوية مواقعهم التفاوضية عند مناقشة المواصفات والأسعار وغيرها.

❖ **البوابات المعلوماتية Information Portals:** نظراً للحجم الهائل للمعلومات الموجودة في الإنترنت وفي شبكة المعلومات العالمية وانتشارها في جميع أنحاء العالم، أصبح من الضروري توفير أدوات فعالة تساعد في البحث وتمكن المستخدمين من الوصول بسرعة إلى معلومات دقيقة وذات علاقة بالموضوعات التي يبحثون عنها. ومن هنا بدأ التفكير في إنشاء مواقع متخصصة في تسهيل هذه المهمة أطلق عليها تسمية "بوابات portals" أو مداخل. فالبوابة هي نقطة دخول يستخدمها متصفح الشبكة وتسهل عليهم الوصول إلى البيانات أو المعلومات المطلوبة. وقد تم إنشاء مثل هذه البوابات تحت مسميات مختلفة وبأشكال مختلفة. ويمكن التمييز بين عدة أنواع منها:

- **بوابات تجارية عامة:** تعرض هذه البوابات أدلة تساعد على الوصول إلى المعلومات المتعلقة بمواضيع عامة كالرياضة والاقتصاد والفنون والتعليم وغيرها. وتوفر هذه البوابات إمكانية عرض واجهة الاستخدام حسب تفضيلات الزبون. وهي، بشكل عام، موجهة إلى مجموعة واسعة من المستخدمين. ومن الأمثلة على هذه البوابات مواقع yahoo.com و msn.com.

- **بوابات الشركات Company Portals:** تقوم هذه البوابات بتسهيل الوصول إلى المعلومات المتعلقة بموضوع محدد ذي علاقة وثيقة بشركة معينة وشركائها. ويطلق على هذه البوابة تسمية Enterprise Information Portal.

- **بوابات النشر Publishing Portals**: توجه لمجتمعات ذات اهتمامات خاصة كالتعليم الإلكتروني أو غيرها.
- **بوابات شخصية Personal Portals**: تقوم هذه البوابات بتصفية المعلومات للأفراد وتوفر لهم محتوى متخصصاً وفقاً لما يحدده من خيارات وتفضيلات.
- **بوابات خلوية Mobile Portals**: يمكن الوصول لهذه البوابات من خلال الهواتف الخلوية.
- **بوابات صوتية Voice Portals**: توفر واجهة استخدام صوتية من خلال الهاتف الخليوي أو العادي.

### ت- الوسطاء والتحالفات في التجارة الإلكترونية

يلعب الوسطاء دوراً هاماً في العمليات التجارية بشكل عام وفي التجارة الإلكترونية بشكل خاص من خلال قيامهم بنشاطات توفر قيمة مضافة لكل الأطراف البائعة والمشتريّة. فبالإضافة إلى موزعي الجملة وشركات البيع بالتجزئة الذين يعملون كوسطاء في التجارة التقليدية، فإن التجارة الإلكترونية تتضمن وسطاء يتحكمون في تدفق المعلومات ويطلق عليهم Info Mediators أي وسطاء المعلومات، وهم يقومون بتجميع المعلومات وبيعها إلى الشركات الأخرى. دور الوسطاء في الأسواق الإلكترونية يمكن للوسطاء الإلكترونيين توفير المساعدة في الأسواق الإلكترونية لحل المشكلات الناتجة عن غياب التفاعل المباشر بين الجهة البائعة والجهة المشتريّة. أهم المجالات التي يمكن أن يساعدوا فيها هي:

- ❖ **تقليل تكاليف البحث عن المعلومات**: يمكن للوسطاء توفير المعلومات للطرفين البائع والمشتري بوقت أقل وبتكلفة بحث أقل.
- ❖ **المحافظة على الخصوصية**: يهتم الكثيرون بعدم الكشف عن شخصيتهم أثناء شرائهم عبر الإنترنت ويمكنهم تحقيق ذلك من خلال الوسيط.
- ❖ **توفير معلومات كاملة عن المنتج أو الخدمة**: قد يرغب المشتري قبل القيام بعملية الشراء الحصول على معلومات كاملة عن المنتجات أو الخدمات التي يرغب بشرائها، وفي بعض

الحالات قد لا يزوده البائع بجميع المعلومات المطلوبة، وهنا يأتي دور الوسيط أو السمسار المعلوماتي Information Broker الذي يمكن أن يوفر المعلومات المطلوبة.

❖ **أخطار العقد Contract Risks:** يمكن للوسطاء أن يلعبوا دوراً هاماً في تقليل الأخطار التي يمكن أن تواجه عمليات التجارة الإلكترونية. فمثلاً قد يرفض المشتري دفع قيمة البضائع والخدمات المشتراة بعد استلامه لها، أو قد يقوم البائع بتوريد خدمات أو منتجات لا تطابق ما تم الاتفاق عليه.

❖ **عدم كفاءة عملية التسعير Pricing Inefficiencies:** يمكن أن يساعد الوسيط في الوصول إلى أسعار مناسبة لكل من الجهتين البائعة والمشتري.

### ث- الموزعون الإلكترونيون في التجارة الإلكترونية بين المنظمات:

الموزعون الإلكترونيون E-Distributors هم صنف خاص من الوسطاء يعملون في التجارة الإلكترونية بين المنظمات. يقوم هؤلاء الوسطاء بالربط بين الجهات المنتجة أو الموردة وبين الجهات المشتريّة وذلك من خلال إنشاء واستخدام كتالوج تجميعي Aggregated Catalog يضعون فيه المعلومات المتعلقة بالمنتجات التي يحصلون عليها من الشركات المزودة في موقع الويب الخاص بالموزع. كما يوفر في مواقعهم العديد من الخدمات التي تسهل التجارة الإلكترونية بين الجهتين البائعة والمشتريّة.

## **المطلب الرابع: تعاملات الأسواق الإلكترونية**

تعاملات الأسواق الإلكترونية تشمل جميع العمليات والأنشطة التي تتم عبر الإنترنت في إطار عمليات الشراء والبيع والتبادل التجاري وتساهم جميعها في إنجازها بشكل فعال ومرن. وتشمل هذه التعاملات مجموعة واسعة من الأنشطة التي يقوم بها البائعون والمشترون على الأسواق الإلكترونية. وهي تعاملات تنفيذ لكل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الأنترنت، والشبكات التجارية العالمية الأخرى، سواء تعلق الأمر بالإعلان أو عقد الصفقة أو سداد الالتزامات المالية.<sup>1</sup>

وفيما يلي أمثلة على تعاملات الأسواق الإلكترونية:

<sup>1</sup> عبد اللطيف بلغرسة، تحديات العولمة الاقتصادية وانعكاسها على الجباية في إطار التجارة الإلكترونية، مداخلات الملتقى الوطني حول السياسة الجباية للجزائر في الألفية الثالثة، جامعة البليدة: يومي 10/11 ماي 2004، ص 24.

- **البيع والشراء الإلكتروني:** يتضمن هذا التعامل عرض المنتجات والخدمات للبيع عبر الإنترنت من قبل البائعين، وشراء هذه المنتجات والخدمات من قبل المشترين عبر الإنترنت.
- **عمليات المزايمة الإلكترونية:** تتيح عمليات المزايمة الإلكترونية للمشترين تقديم عروض لشراء المنتجات أو الخدمات بأسعار محددة، حيث يختار البائع أعلى عرض.
- **تبادل المعلومات والاستفسارات:** يمكن للمشترين والبائعين تبادل المعلومات والاستفسارات حول المنتجات والخدمات عبر الدردشة الحية أو البريد الإلكتروني أو نظام التعليقات.
- **إنشاء وإدارة المتاجر الإلكترونية:** يمكن للبائعين إنشاء متاجر إلكترونية خاصة بهم وإدارتها عبر منصات التجارة الإلكترونية، مما يتيح لهم عرض منتجاتهم وإدارة الطلبات ومعالجة عمليات الشحن.
- **عمليات الدفع الإلكتروني:** يستخدم المشترون أنظمة الدفع الإلكتروني، مثل بطاقات الائتمان والخصم ونظام PayPal والتحويل البنكي الإلكتروني والتحويلات الأخرى مثل Western Union لإتمام عمليات الشراء عبر الإنترنت.
- **تقديم الخدمات الرقمية:** يمكن للبائعين تقديم الخدمات الرقمية مثل التصميم الجرافيكي وتطوير المواقع والتسويق عبر الإنترنت للمشترين عبر الأسواق الإلكترونية.
- **تقديم الدعم وخدمة العملاء:** يمكن للبائعين تقديم الدعم وخدمة العملاء للمشترين عبر الإنترنت لمساعدتهم في حل مشاكلهم والرد على استفساراتهم.
- **البيع بالتجزئة الإلكتروني:** بيع المنتجات مباشرة للمستهلكين النهائيين عبر الإنترنت.
- **البورصة الإلكترونية:** توفير منصات للبائعين والمشترين للتفاوض والتبادل التجاري.
- **الخدمات المالية الإلكترونية:** مثل البنوك عبر الإنترنت وخدمات الدفع الإلكتروني والتمويل الجماعي.
- **الإعلانات الإلكترونية والتسويق الرقمي:** الترويج للمنتجات والخدمات عبر الإنترنت واستهداف الجمهور المعني.

- التبادل التجاري الإلكتروني (B2B E-commerce) : بيع المنتجات والخدمات بين الشركات والمؤسسات عبر الإنترنت.<sup>1</sup>
- التجارة الإلكترونية العملاء إلى العملاء (C2C E-commerce) : يشمل بيع وشراء المنتجات بين المستهلكين عبر الإنترنت، بعرض ما يرغب ببيعه عبر الشبكة العالمية للمعلومات، وعليه يقوم من يرغب بشراء المنتج المعروض بالاتصال مباشرة بالبائع.<sup>2</sup>
- السوق الاجتماعية (Social Commerce) : يمكن للمشتريين البحث والشراء مباشرة من داخل منصات التواصل الاجتماعي.
- التجارة الإلكترونية الشخصية (Personal E-commerce) : يمكن للأفراد بيع المنتجات مستعملة أو العثور على صفقات عبر الإنترنت.
- التجارة الإلكترونية الاشتراكية (Subscription E-commerce) : تقديم منتجات متكررة للمشاركين عبر نظام اشتراك شهري أو سنوي.
- التجارة الإلكترونية الحكومية (Government E-commerce) : تقديم الخدمات والمنتجات من الحكومات للمواطنين والشركات عبر الإنترنت.

<sup>1</sup> د بو عافية رشيد، التجارة الإلكترونية والاستثمار عبر شبكة الانترنت الإطار النظري والتطبيقي، المركز الجامعي تيبازة، ص 155، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 18، المجلد 01-2018.

<sup>2</sup> جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الإلكترونية، سلسلة كتيبات تعريفية موجهة الى الفئة العمرية الشابة في الوطن العربي، العدد 20، صندوق النقد العربي 2021، ابوظبي، دولة الامارات العربية المتحدة، ص 10.

## المبحث الثالث: أثر الأسواق الإلكترونية على نمو حجم التجارة الدولية

تعد الأسواق الإلكترونية من أهم التطورات التكنولوجية التي أثرت على نمو حجم التجارة الدولية بشكل كبير، حيث تقدم هذه الأسواق منصات رقمية تمكن الشركات والأفراد من تبادل السلع والخدمات عبر الإنترنت، مما يفتح الباب أمام فرص تجارية جديدة ويزيد من نطاق التجارة العالمية. وتطورت الأسواق الإلكترونية في وقتنا الحديث لتلعب دورا مهما في تعزيز حجم التجارة الدولية وتسهيل عمليات التبادل التجاري بين الدول، حيث جذبت الأسواق الإلكترونية العديد من المزايا التي ساهمت في تعزيز هذا النمو بشكل ملحوظ.

### المطلب الأول: متطلبات الأسواق الإلكترونية في التجارة الدولية

متطلبات الأسواق الإلكترونية في التجارة الدولية تختلف قليلا عن تلك في السوق المحلية نظرا للعوامل الإضافية المتعلقة بالتعامل عبر الحدود، نذكر ما يلي لأهم المتطلبات الرئيسية:

- **احترام القوانين الدولية:** يجب على الأسواق الإلكترونية الالتزام بالقوانين الدولية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وحماية المستهلكين والبيانات الشخصية والضرائب والتجارة الدولية.
- **طرق الدفع الحديثة الدولية:** يجب توفير طرق دفع آمنة وموثوقة تتيح للعملاء من جميع أنحاء العالم إجراء المعاملات بسهولة، مع مراعاة العملات المختلفة وتوفير تحويل العملات.<sup>1</sup>
- **الشحن والتسليم الدولي:** يجب على الأسواق الإلكترونية التعاون مع شركات النقل والشحن الدولية الموثوقة لتوفير خدمات الشحن الفعالة والموثوقة للعملاء الدوليين وتوفير خيارات تتبع الطرود وتوفير معلومات الشحن والتأمين وتسهيل عمليات التفتيش الجمركية لتفادي التأخير في التسليم.
- **التواصل مع العملاء الدوليين:** يجب على الأسواق الإلكترونية توفير دعم عملاء متعدد اللغات و متاح على مدار الساعة لمساعدة العملاء من جميع أنحاء العالم للإجابة على استفساراتهم وتلبية احتياجاتهم وتوفير أحسن خدمة.

---

أرأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص 93.

- **التعامل مع الضرائب الدولية:** يجب على الأسواق الإلكترونية التعامل مع قوانين الضرائب الدولية والتقديم السليم للإقرارات الضريبية وتحصيل الضرائب المناسبة على المبيعات الدولية، لتفادي المشاكل مع العملاء والخسائر المالية والرسوم الضريبية على السلع.<sup>1</sup>
- **التوافق مع متطلبات البرمجيات والتكنولوجيا الحديثة الدولية:** يجب على الأسواق الإلكترونية أن تكون متوافقة مع المعايير الدولية الحديثة للبرمجيات والتكنولوجيا، بما في ذلك توافق اللغات والعمل بمختلف العملات.
- **الأمن السيبراني وحماية البيانات:** يجب على الأسواق الإلكترونية توفير إجراءات أمنية قوية لحماية بيانات العملاء والمعلومات المالية من تهديدات القرصنة المحتملة.<sup>2</sup>
- **التسويق الدولي والتوجيه الثقافي:** يجب على الأسواق الإلكترونية توجيه استراتيجيات التسويق وفقا لاحتياجات الأسواق الدولية المختلفة واحترام الثقافات لكل الدول مما يساعدها في تطوير توجهاتها المستقبلية وجذب وكسب ولاء العملاء الدوليين.
- **التوافق مع متطلبات الشراء الحكومية:** في حالة شراء المنتجات أو الخدمات للحكومات الأجنبية، يجب الالتزام بمتطلبات الشراء الحكومية والقوانين المحلية المتعلقة بها. هذه المتطلبات تساهم بشكل فعال وكبير في نجاح الأسواق الإلكترونية في التجارة الدولية وتعزيز الثقة بين البائعين والمشتريين عبر الحدود.

### **المطلب الثاني: أهمية الأسواق الإلكترونية في التجارة الدولية**

الأسواق الإلكترونية تلعب دورا حيويا في تسهيل التجارة الدولية وتحقيق العديد من الفوائد للشركات والمستهلكين على حد سواء، فيما يلي نبرز أهمية الأسواق الإلكترونية في التجارة الدولية:

❖ **الوصول إلى سوق عالمي:** تتيح الأسواق الإلكترونية للشركات الكبيرة والمتوسطة وحتى الشركات الصغيرة الوصول إلى عملاء في أنحاء العالم بسهولة، دون الحاجة إلى إنشاء بنية تحتية فعلية في كل دولة، حيث يمكن للمشتريين والبائعين التفاعل بسرعة وكفاءة عبر الحدود الجغرافية.

<sup>1</sup> SONTIAGA Cavanillas mugica, Commerce électronique le temps des certitudes, bruxelles, Delta2001, P 16

<sup>2</sup> رأفت رضوان، مرجع سابق، ص 94.

- ❖ **تقليل التكاليف وزيادة الأرباح:** توفر الأسواق الإلكترونية فرصة لتقليل التكاليف المرتبطة بالتجارة الدولية، مثل تكاليف الشحن والتخليص الجمركي والتسويق التقليدي، مما يساعد الشركات على تحقيق وفورات مالية كبيرة.
- ❖ **زيادة الفعالية والكفاءة:** تسمح الأسواق الإلكترونية بإجراء عمليات الشراء والبيع بشكل فعال وسريع وادخار الجهد، مما يقلل من الوقت اللازم لإتمام الصفقات ويزيد من سرعة التسويق والتوزيع ويحسن تجربة التسوق للعملاء.
- ❖ **توسيع قاعدة العملاء وتحسين التواصل:** تساعد الأسواق الإلكترونية على بناء قاعدة عملاء دولية وتحسين التواصل معهم بفضل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الرقمية الأخرى، مع توفير خدمة العملاء بلغات أجنبية متعددة للتواصل بأحسن طريقة.
- ❖ **تقليل المخاطر:** يمكن البدء في عالم الأسواق الإلكترونية عبر متجر إلكتروني على الإنترنت بتكاليف منخفضة وتكلفة تشغيل قليلة مقارنة بإنشاء متجر تقليدي، وعلى العكس فإن التجارة التقليدية محفوفة بنسب مخاطرة مرتفعة، حيث إن أي خسارة في هذه التجارة سيترتب عليها خسائر مالية كبيرة من رأس المال، وهو ما يتم تجنبه في السوق الإلكتروني.<sup>1</sup>
- ❖ **زيادة التنافسية:** تتيح الأسواق الإلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة فرصة المنافسة بفعالية مع الشركات الكبيرة على الساحة الدولية، حيث يمكنها الوصول إلى جمهور واسع دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة في البنية التحتية.
- ❖ **تحليل البيانات والاحصائيات والاستجابة للاحتياجات:** توفر الأسواق الإلكترونية بيانات واحصائيات مفصلة وقيمة حول سلوك المشترين والاتجاهات السوقية، مما يساعد الشركات على فهم احتياجات العملاء وتحسين خدماتها واستراتيجياتها ومنتجاتها بشكل مستمر لتحقيق النمو بشكل أكبر.
- ❖ **تقليل العوائق الجغرافية والثقافية:** تساعد الأسواق الإلكترونية على تقليل العوائق الجغرافية والثقافية التي قد تواجه الشركات في التوسع دوليًا، مما يزيد من إمكانية الوصول إلى أسواق جديدة وعملاء تجاريين، والمساهمة في زيادة الفرص للتجارة عبر الحدود.

<sup>1</sup> "The Importance of eCommerce for Your Business in 2022", digital marketing community, 16/6/2022, Retrieved 2/7/2022. Edited, p10.

❖ **إضفاء الخصوصية على عملية التسوق:** ينزعج بعض الناس من وجود البائعين بجانبهم أثناء عملية التسوق في الأسواق التقليدية، وقد يشعرون بالحرج من الخروج من المتجر دون شراء أي من بضائعه، وهذا أمر لا وجود له في عملية الأسواق الإلكترونية، حيث يمكن للمستهلك الدخول للمتجر ومشاهدة بضائعه بحرية تامة دون حاجة لشراء أي منها ودون أي شعور بعدم الارتياح.<sup>1</sup>

وتعرف الأسواق الإلكترونية انتشارا واسعا في عصرنا الحالي، وذلك بفضل ما توفر لها من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من تقنيات حديثة وتجهيزات وشبكة أنترنت، فهي فضاء افتراضي ليس لها حدود زمنية أو مكانية، تعمل على توفير السلع والخدمات والمعلوماتية، وإتمام المعاملات التجارية بين البائع والمشتري دون جهد أو عناء، بسرعة أكبر وتكلفة أقل، فأصبحت بذلك أهم وسيلة لاستهداف أكبر عدد ممكن من الزبائن، وزيادة حجم المبيعات، ورفع مستوى التنافسية بين الشركات، وتحسين المنتجات والخدمات، مما يؤدي لازدهار التجارة الإلكترونية ونمو الاقتصاد الرقمي.<sup>2</sup> من خلال هذه النقاط نستنتج ان: الأسواق الإلكترونية تساهم في تعزيز التجارة الدولية وتحقيق النمو الاقتصادي وتعزيز التفاعلات التجارية للشركات في السوق العالمية.

### **المطلب الثالث: أهداف الأسواق الإلكترونية في التجارة الدولية**

للأسواق الإلكترونية في التجارة الدولية مجموعة واسعة من الأهداف التي تسعى إليها الشركات والمؤسسات في استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحقيق التفوق التنافسي وتحقيق النجاح الدولي. وتعزز الأسواق الإلكترونية من نشاط التجارة الدولية وتحقيق النمو الاقتصادي على المستوى العالمي وذلك من خلال الأهداف التالية:

- **توسيع نطاق الوصول العالمي:** تهدف الأسواق الإلكترونية إلى توفير وسيلة للشركات للوصول إلى عملاء جدد في أسواق دولية متعددة دون الحاجة إلى وجود جسدي في كل سوق، مما يساهم في زيادة حجم المبيعات وتحقيق النمو.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 10.

<sup>2</sup> شلغوم سمير، سبتي عبد القادر، أهمية الأسواق الإلكترونية في ازدهار التجارة الإلكترونية، مجلة الدراسات القانونية، مجلة علمية دولية سداسية محكمة صادرة عن مخبر السيادة والعولمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر، ص 338.

- **تحسين تجربة التسوق العالمية:** تهدف الأسواق الإلكترونية إلى تحسين تجربة التسوق للعملاء الدوليين من خلال توفير منصات سهلة الاستخدام ومتوافقة مع متطلبات العملاء المحليين في كل سوق.
- **زيادة الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف:** تهدف الأسواق الإلكترونية إلى تحقيق توفير في التكاليف المرتبطة بالتجارة الدولية، مثل: تكاليف الشحن والرسوم الضريبية، وزيادة الكفاءة من خلال تطوير عمليات التسويق والمبيعات والتوزيع عبر الإنترنت.
- **تحليل البيانات واتخاذ القرارات الاستراتيجية:** تهدف الأسواق الإلكترونية إلى جمع وتحليل البيانات السوقية والسلوكية لفهم احتياجات العملاء الدوليين وتوقع اتجاهاتهم القادمة واتخاذ قرارات استراتيجية تساعد في تحسين الأداء التنافسي وتلبية متطلباتهم.<sup>1</sup>
- **تحسين التواصل والتفاعل وبناء العلاقات الدولية:** تهدف الأسواق الإلكترونية إلى تحسين التواصل والتفاعل بين الشركات والعملاء عبر الحدود الجغرافية، وتوفير منصات للتواصل وبناء علاقات تجارية دولية قوية مع العملاء والشركاء التجاريين في أسواق مختلفة، وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.<sup>2</sup>
- **التوسع الجغرافي والتنوع الاقتصادي:** تهدف الأسواق الإلكترونية إلى دعم التوسع الجغرافي للشركات وتحقيق التنوع الاقتصادي من خلال استهداف أسواق جديدة وتطوير منتجات وخدمات متنوعة.
- **توفير بيئة تجارية ملائمة:** تهدف الأسواق الإلكترونية إلى توفير بيئة تجارية ملائمة تشجع على الابتكار والتجارب الجديدة، مما يساعد في تطوير منتجات وخدمات جديدة تلبي احتياجات العملاء الدوليين.
- **دعم التنمية المستدامة والشمولية:** تهدف الأسواق الإلكترونية إلى دعم التنمية المستدامة عبر تمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة وتوفير فرص اقتصادية شاملة للمجتمعات في جميع أنحاء العالم.

<sup>1</sup> عماد مجدي عبد الملك، التجارة الإلكترونية، دار المطبوعات الجامعة، مصر، 2011، ص 99.  
<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 101.

## المطلب الرابع: أثر الأسواق الإلكترونية في تعزيز نمو التجارة الدولية

الأسواق الإلكترونية لها تأثير كبير على نمو حجم التجارة الدولية حيث تساهم في تعزيز النشاط التجاري عبر الحدود بشكل عام، وتلعب دوراً هاماً من خلال توفير بيئة تجارية أكثر فعالية ومرونة للشركات والعملاء على حد سواء.

نتطرق فيما يلي لبعض الآثار التي تؤثر بها الأسواق الإلكترونية على نمو حجم التجارة الدولية:

- **زيادة الوصول إلى العملاء الدوليين:** توفر الأسواق الإلكترونية للشركات والتجار إمكانية الوصول إلى جمهور عالمي من العملاء دون الحاجة إلى تواجد جغرافي في كل سوق محتمل، مما يسهل توسيع نطاق العمل وتحقيق زيادة في حجم المبيعات وزيادة حجم التجارة.
- **تقليل التكاليف التشغيلية:** يمكن للأسواق الإلكترونية تقديم فرص لتقليل التكاليف التشغيلية المرتبطة بالتجارة الدولية، مثل تكاليف الشحن والتسويق والتوزيع والبنية التحتية، مما يجعل التجارة الدولية أكثر جاذبية للشركات الصغيرة والمتوسطة.
- **تسهيل عمليات التسوق الدولي:** تقدم الأسواق الإلكترونية تجربة تسوق سلسة ومرنة للعملاء الدوليين، مما يجعل من السهل عليهم البحث عن المنتجات والخدمات والقيام بالمعاملات بشكل سريع وفعال دون تعقيد أو صعوبات.
- **توفير معلومات سوقية دولية:** يمكن للأسواق الإلكترونية جمع وتوفير وتحليل البيانات السوقية على مستوى عالمي، مما يمكن الشركات من فهم احتياجات العملاء الدوليين بشكل أفضل<sup>1</sup>.
- **تقديم خيارات دفع حديثة دولية متعددة:** توفر الأسواق الإلكترونية خيارات دفع حديثة متعددة ومتنوعة تتيح للعملاء الدوليين القيام بالمعاملات بطريقة مريحة ومناسبة لهم، مما يعزز قابلية التجارة الدولية ويطور بنيتها التحتية.
- **تحسين عمليات الشحن والتسليم والتأمين:** تقدم الأسواق الإلكترونية خيارات شحن دولية موثوقة وفعالة، بما في ذلك خدمات التتبع والتأمين، مما يزيد من رضا العملاء وكسب ثقتهم والحث على القيام بها، ويعزز الثقة في التجارة الدولية.

---

<sup>1</sup>دمثيان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الوائل للنشر، الأردن، 2013، ص 77.

- **زيادة الكفاءة التشغيلية:** تساهم الأسواق الإلكترونية في زيادة الكفاءة التشغيلية للشركات من خلال تحسين عمليات البيع والشراء وإدارة المخزون وخدمة العملاء، مما يسهم في زيادة حجم التجارة الدولية.
- **تحليل البيانات والتنبؤات الاستراتيجية:** تتيح الأسواق الإلكترونية جمع وتحليل البيانات السوقية على نطاق دولي، مما يمكنها من فهم أساليب الشراء والاتجاهات السوقية على مستوى العالم واتخاذ القرارات الاستراتيجية المناسبة.
- **توفير منصات للتواصل والتفاعل:** توفر الأسواق الإلكترونية منصات للتواصل والتفاعل بين الشركات والعملاء عبر الحدود، مما يساعد على بناء علاقات قوية وثقافة مؤسسية تدعم التجارة الدولية.

## خلاصة الفصل:

التجارة الدولية تمثل عملية تبادل السلع والخدمات بين الدول، بينما تعتمد الأسواق الإلكترونية على التكنولوجيا الرقمية لتسهيل عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت، باستخدام التكنولوجيا الحديثة. ومن خلال دراستنا في الفصل الأول نستنتج ان الأسواق الإلكترونية هي جزء مهم وأساسي من التجارة الدولية الحديثة، فالأسواق الإلكترونية أصبحت تساهم بشكل كبير وفعال في زيادة حجم التجارة الدولية، والعكس صحيح حيث ان التجارة الدولية أصبحت لا تستغنى عن التجارة الإلكترونية وذلك من اجل تحقيق فوائد كبيرة للشركات والاقتصادات على مستوى العالم. وتؤثر الأسواق الإلكترونية بشكل مباشر على نمو حجم التجارة الدولية من خلال: توسيع الوصول الى الأسواق العالمية، تحسين كفاءة العمليات التجارية، توفير بيئة تجارية ملائمة.....

باختصار، الأسواق الإلكترونية تلعب دورا محوريا في تعزيز التجارة الدولية من خلال تقديم منصات للتبادل التجاري السريع والفعال عبر الإنترنت، وهذا يعزز التكامل الاقتصادي ويسهم في تقدم نمو الاقتصادي العالمي.

# الفصل الثاني

تعاملات سوق أمازون  
وأثرها على نمو حجم  
التجارة الدولية

## تمهيد:

شركة أمازون هي واحدة من أكبر وأشهر الأسواق الإلكترونية في العالم بدأت أمازون كشركة تجارة إلكترونية تركز على بيع الكتب عبر الإنترنت، ولكنها سرعان ما توسعت لتصبح منصة لبيع مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، وتشمل بيع المنتجات التجارية في مختلف السلع، مثل الإلكترونيات والملابس والأدوات المنزلية، بالإضافة إلى خدمات البث التي تشمل Amazon Prime Video و Amazon Music وخدمات الحوسبة السحابية من خلال Amazon Web Services (AWS)، التي توفر حلولاً للشركات والمؤسسات عبر الإنترنت. وتمتلك أمازون أيضاً مجموعة من العلامات التجارية الخاصة بها مثل Kindle و Echo و Alexa، والتي تقدم منتجات وخدمات تكنولوجية مبتكرة.

تتميز أمازون بتطبيقات التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة والتحسين المستمر للعمليات اللوجستية والتوزيع لتحسين تجربة التسوق للعملاء. كما تلعب أمازون دوراً هاماً في تشكيل الاقتصاد الرقمي وتغيير طريقة التسوق والتجارة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم.

## المبحث الأول: ماهية شركة أمازون

تعتبر شركة أمازون من أهم الأسواق الالكترونية الأكثر شهرة في العالم وذلك بفضل قوتها الاستراتيجية، حيث أصبحت من أكبر رواد التجارة الالكترونية حالياً. كما تعتبر واحدة من أرباب العمل في العالم وذات تأثير كبير على الاقتصاد العالمي والثقافات الشعبية.

## المطلب الأول: نشأة شركة أمازون وتطورها

ان منصة أمازون هي اول تجربة رائدة في مجال التجارة الالكترونية وأشهر المنصات المخصصة لها. سنتطرق فيما يلي الى عرض نشأة شركة أمازون وتطورها عبر الزمن.

## الفرع الأول: نشأة شركة أمازون

اسس جيف بيزوس وهو خبير حاسوب ورجل أعمال، شركة أمازون يوم 5 جويلية 1994، مقرها سياتل بولاية واشنطن في الولايات المتحدة الأمريكية. حيث بدأ الموقع على شكل شركة خاصة للبيع عبر الإنترنت عرفت باسم "متجر أمازون". وفتح الموقع رسمياً في 16 جويلية 1995. اختار بيزوس اسم "أمازون" إشارة الى نهر الأمازون الذي يعد الأكبر في العالم، مما يتوافق مع هدفه بأن يكون له أكبر متجر في العالم.

وفي سنة 1998 بدأت تباع أشرطة موسيقية وأشرطة فيديو وقد استمرت في التوسع في معروضات خط منتجاتها حيث يشمل الآن سلعا استهلاكية متنوعة بما فيها الإلكترونيات والبرمجيات والفنون والأجهزة المنزلية، وبالتالي أصبحت هذه الشركة تمثل سلة منتجات استهلاكية متنوعة. ومنذ عام 2000 ظهر شعار أمازون والذي يتضمن سهماً يشبه الابتسامة يمتد من حرف الألف (A) الى آخر حرف في الأبجدية اللاتينية (Z)، ويشير إلى أن الشركة توفر كل المنتجات أي من الألف إلى الياء، وتهدف إلى رضا الزبون عنها.<sup>1</sup>

بدأت قصة شركة أمازون كفكرة في رأس بيزوس عندما استهوته فكرة بيع الكتب على الإنترنت، لكنه واجه في البداية صعوبات لتمويل إنجاز مشروعه الذي حدد له ميزانية بقيمة مليون

---

<sup>1</sup>فرداس أسماء، التسويق بالعمولة، اتجاه حديث في التسويق الإلكتروني- مع الإشارة الى أمازون، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة، المجلد 03، العدد 02، 2021، ص 132.

دولار، وذلك بسبب ما وصفه حينها بـ "ضعف فهم المستثمرين وعدم إيمانهم بإمكانيات الإنترنت، وتشكيكهم في قدرة مشروع أمازون على النجاح".

ورغم ذلك انطلق بيزوس لتنفيذ مشروعه بعد حصوله على مبلغ مئة ألف دولار من والديه، ونجاحه في إقناع عدد من رجال الأعمال باستثمار خمسين ألف دولار لكل شخص، كما اصطدم بخوف وقلق المؤلفين على كتبهم من الاقتباس والسرقة الفكرية والأدبية حيث كانوا يتمسكون بحقوق النشر، غير أن هذه المخاوف تبددت لاحقاً بعد أن حقق المشروع نجاحاً منقطع النظير جعل منه أكبر سوق إلكتروني في العالم تتجاوز قيمة سلعه مئة مليار دولار سنوياً.<sup>1</sup> وبهذا أصبح Bezos وشركته Amazon إحدى قصص النجاح العالمية في مجال التجارة الإلكترونية.

## الفرع الثاني: تطور شركة أمازون

شركة أمازون شهدت تطوراً هائلاً منذ نشأتها في عام 1994 بدءاً من بيع الكتب عبر الإنترنت، توسعت الشركة لتصبح عملاقاً تكنولوجياً متعدد الأنشطة والخدمات. نظرة على تطور أمازون عبر السنين:

### • البدايات والنمو السريع<sup>2</sup> 1994-1999:

- 1994: تأسست أمازون على يد جيف بيزوس في سياتل، واشنطن.
- 1995: إطلاق الموقع الإلكتروني Amazon.com وبيع أول كتاب عبر الإنترنت.
- 1997: طرحت أمازون أسهمها للاكتتاب العام، مما وفر رأس المال اللازم للتوسع.
- 1998: توسعت أمازون لتشمل بيع الموسيقى والفيديو، ثم أضافت الإلكترونيات والألعاب والأدوات المنزلية.
- 1999: أطلقت الشركة أول برنامج للتسويق بالعمولة، مما سمح للمواقع الأخرى بكسب عمولات من مبيعات المنتجات المحالة إلى أمازون.

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 132.

<sup>2</sup> تم الاطلاع يوم: 21 ماي 2024، <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/AMZN/amazon/revenue/> على الساعة 18:54.

## • التنوع والابتكار 2000-2009:

2000: إطلاق شعار أمازون الجديد مع السهم الذي يمتد من "A" إلى "Z" ليعكس تنوع المنتجات.

2002: إطلاق Amazon Web Services (AWS) لتوفير خدمات الحوسبة السحابية. ويعرف نظام AWS على أنه أكثر الأنظمة الأساسية السحابية شمولاً واعتماداً على نطاق واسع في العالم، حيث تقدم أكثر من 175 خدمة مميزة بالكامل من مراكز البيانات على الصعيد العالمي.<sup>1</sup>

2005: إطلاق خدمة Amazon Prime، التي تقدم شحن مجاني لمدة يومين مقابل اشتراك سنوي.

2006: توسيع AWS لتشمل خدمات التخزين السحابي.

2007: إطلاق جهاز قراءة الكتب الإلكترونية Kindle، مما أحدث ثورة في سوق الكتب الإلكترونية.

## • التوسع العالمي وتكامل الأعمال 2010-2019:

2011: إطلاق Amazon Prime Video كخدمة بث فيديو منافسة لـ Netflix.

2012: الاستحواذ على شركة الروبوتات Kiva Systems لتحسين عمليات المستودعات.

2014: إطلاق جهاز المساعد الصوتي Amazon Echo الذي يعمل بتقنية Alexa.

2015: أمازون تصبح أكبر متاجر التجزئة على الإنترنت في الولايات المتحدة من حيث إجمالي المبيعات.<sup>2</sup>

2017: الاستحواذ على Whole Foods Market لتعزيز الحضور في سوق التجزئة الغذائية.

2018: تخفي قيمة سوقية تبلغ تريليون دولار، مما يجعلها واحدة من أكثر الشركات قيمة في العالم.

<sup>1</sup>ميلود بن خيرة، وآخرون، واقع أداء شركات التجارة الإلكترونية في ظل انتشار فيروس كورونا- دراسة حالة شركة أمازون كنموذج، مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 02، العدد 01، 2020، ص 13.

<sup>2</sup>فرداس أسماء، مرجع سابق، ص 133.

## • الابتكار المستمر والنمو 2020 - حتى الآن:

2020: شهدت أمازون زيادة كبيرة في الطلب بسبب جائحة كوفيد-19، مما أدى إلى توظيف مئات الآلاف من العمال الجدد.

2021: جيف بيزوس يتنحى عن منصب الرئيس التنفيذي ليحل محله آندي جاسي، الرئيس التنفيذي السابق لـ AWS .

2022: توسع مستمر في مجالات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي والروبوتات، بالإضافة إلى الاستثمار في الطاقة المتجددة والمستدامة.

2023: استمرار نمو AWS كقائد في سوق الحوسبة السحابية، وتوسيع أمازون لخدماتها اللوجستية والبنية التحتية للتسليم.

### الابتكارات والمبادرات المستقبلية:

- التكنولوجيا والابتكار: تواصل أمازون الاستثمار في الذكاء الاصطناعي والروبوتات لتحسين الكفاءة التشغيلية وتجربة العملاء.

- الاستدامة: تهدف أمازون إلى تحقيق صافي انبعاثات كربونية صفرية بحلول عام 2040 من خلال مبادرة "Climate Pledge".

- التوسع العالمي: تواصل أمازون التوسع في الأسواق الدولية، مما يعزز من وجودها العالمي.

## المطلب الثاني: تعريف شركة أمازون وأسرار نجاحها

كانت شركة أمازون أهم منصة إلكترونية ساهمت في تعزيز نشاط التجارة الدولية ككل، مما جعلها من أهم الأسواق الإلكترونية التي لاقت استحسان العملاء وارتياحهم، فشملت كل الميادين من جانب مالي أو سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي.

فعلية سنتطرق في هذا المطلب إلى عدة تعريفات لشركة أمازون في عدة ميادين، وكذا أسرار نجاحها الدائم.

## الفرع الأول: تعريف شركة أمازون

هناك عدة تعريفات تلخص الجوانب المختلفة لشركة أمازون من منظور الأعمال، التكنولوجيا، البيئة، الاقتصاد، الجانب التقني، والتشغيلي، فكل جانب يعبر بشكل خاص عن شركة أمازون. نذكر منها:

- ❖ أمازون كوم ويسمى أيضا بالإنجليزية (Amazon.com)، موقع للتجارة الإلكترونية والحوسبة السحابية تأسس في 5 تموز 1994، من قبل جيف بيزوس ويقع مقره في سياتل واشنطن. وهو أكبر متاجر التجزئة القائمة على الإنترنت في العالم من حيث إجمالي المبيعات والقيمة السوقية. إنها واحدة من أكبر خمس شركات تكنولوجيا المعلومات الأمريكية، الى جانب جوجل، أبل، ميتا، ومايكروسوفت.<sup>1</sup>
- ❖ شركة أمازون هي موقع إلكتروني متكامل يوفر خدمات التسوق، والدفع، وبيع المنتجات، والشحن، والتخزين، فهي بمنزلة سوق إلكتروني عالمي، وعملاؤه موجودون في جميع أنحاء العالم، إذ يجد هؤلاء كل ما يخطر في بالهم من منتجات و سلع على صفحات أمازون، ويحصلون عليها بمجرد ضغطة زر، من خلال الكمبيوتر او هواتفهم النقال.<sup>2</sup>
- ❖ **التعريف الأساسي:** شركة أمازون (Amazon.com) هي شركة تكنولوجية متعددة الجنسيات مقرها في سياتل، واشنطن. تأسست في عام 1994 من قبل جيف بيزوس، وتعتبر من أكبر شركات التجارة الإلكترونية والحوسبة السحابية في العالم.
- ❖ **التعريف المالي:** أمازون هي واحدة من أكثر الشركات قيمة في العالم من حيث القيمة السوقية، إذ تجاوزت قيمتها التريليون دولار أمريكي في عام 2018. تُدرج أسهمها في بورصة ناسداك تحت الرمز AMZN .
- ❖ **التعريف التشغيلي:** أمازون بدأت كمتجر لبيع الكتب عبر الإنترنت وتوسعت لتشمل مجموعة واسعة من المنتجات مثل الإلكترونيات والملابس والأثاث والمواد الغذائية. تدير الشركة أيضًا خدمات البث الرقمي مثل: Amazon Prime Video، بالإضافة إلى تقديم خدمات الحوسبة السحابية من خلال Amazon Web Services (AWS).

<sup>1</sup> <https://ar.wikipedia.org/wiki/> تم الاطلاع يوم : 22 ماي 2024، على الساعة 06:10.

<sup>2</sup> <https://www.annajah.net/> تم الاطلاع يوم : 22 ماي 2024، على الساعة 06:25.

❖ **التعريف الاستراتيجي:** تعتبر أمازون رائدة في استخدام التكنولوجيا المتقدمة لتحسين العمليات اللوجستية وخدمة العملاء. يشمل ذلك استخدام الذكاء الاصطناعي، الروبوتات، وخوارزميات التعلم الآلي لتحسين تجربة التسوق والكفاءة التشغيلية.

❖ **التعريف البيئي والاجتماعي:** تلتزم أمازون بتحقيق الاستدامة البيئية وتقليل بصمتها الكربونية، حيث تهدف إلى تحقيق صافي انبعاثات كربونية صفرية بحلول عام 2040 من خلال مبادرة "Climate Pledge". كما تستثمر في الطاقة المتجددة ومشاريع البنية التحتية البيئية.

❖ **التعريف التقني:** تعد Amazon Web Services (AWS) من بين أهم منتجات أمازون، وهي منصة شاملة لخدمات الحوسبة السحابية التي توفر البنية التحتية لتطبيقات الشركات والأفراد على مستوى العالم<sup>1</sup>.

❖ **التعريف الثقافي:** أمازون تُعرف بثقافة عملها التي تركز على الابتكار والتحسين المستمر وخدمة العملاء، مما جعلها من أكثر الشركات تأثيراً على المستوى العالمي في مجالات متعددة.

❖ **التعريف في سوق العمل:** تُعد أمازون واحدة من أكبر أرباب العمل في العالم، مع مئات الآلاف من الموظفين حول العالم. توفر فرص عمل متنوعة في مجالات مثل التقنية، اللوجستيات، التسويق، والعديد من المجالات الأخرى.

## الفرع الثاني: أسرار نجاح شركة أمازون

من العوامل التي ساهمت في نجاح أمازون هي التزامهم بأن لا هوادة في تجربة العميل، وبالتالي كل ما تقوم أمازون بفعله يهدف إلى أن تكون الشركة هي الشركة الأكثر تركيزاً على العملاء في العالم. حيث تم تصميم كل خطوة من خطوات خدمة العملاء بأفضل ما يمكن من الناحية البشرية.

---

<sup>1</sup>ميلود بن خيرة، وآخرون، مرجع سابق، ص 15.

وقد نجحت أمازون بشكل كبير في ذلك وقدمت على مدار الـ 25 عامًا الماضية مجموعة متنوعة من الابتكارات إلى السوق، وساهمت بقوة في تغيير التجارة الإلكترونية لتصبح الشركة هي المكان المناسب للتسوق لأي شيء وكل شيء من منظور المستهلك<sup>1</sup>.  
نجاح شركة أمازون يمكن ارجاعه إلى عدة عوامل استراتيجية وعملية تمثل أسرار تفوقها واستمراريتها.

فيما يلي أبرز أسرار نجاح أمازون:

### 1. التركيز على العميل

- **خدمة العملاء:** تضع أمازون العملاء في قلب عملياتها، مع التركيز الشديد على تقديم خدمة عملاء متميزة. يشمل ذلك سياسات الإرجاع السهلة، توصيات مخصصة، ومراجعات المنتجات التي تتيح للعملاء اتخاذ قرارات مستنيرة.
- **تجربة المستخدم:** تستثمر أمازون بشكل كبير في تحسين واجهة المستخدم وتجربة التسوق عبر الإنترنت، مما يجعل عملية الشراء سلسلة وسهلة.

### 2. الابتكار المستمر<sup>2</sup>

- **التكنولوجيا والابتكار:** تستخدم أمازون تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي، التعلم الآلي، وتحليل البيانات لتحسين عملياتها وتقديم خدمات جديدة.
- **المنتجات الجديدة:** إطلاق أجهزة مثل: Kindle و Echo و Fire TV يُظهر قدرة أمازون على الابتكار وتقديم منتجات ثورية للسوق.

### 3. نموذج العمل المتمركز حول البيانات

- **تحليل البيانات:** تستخدم أمازون البيانات لتحليل سلوك العملاء وتوقع احتياجاتهم، مما يتيح تقديم توصيات مخصصة وتحسين المخزون والخدمات اللوجستية.
- **اختبار وتحسين:** تعتمد أمازون على اختبار وتحليل مستمر لتحسين العمليات، بما في ذلك اختبارات A/B لتحسين تجربة المستخدم.

---

<sup>1</sup>Grace Baldwin i (9/3/2020), "The Strategies Behind Amazon's Success", omniaretail, Retrieved 23/12/2021. Edited. 23 ماي 2024، على الساعة: 06:11.  
<sup>2</sup><https://www.annajah.net/> تم الاطلاع يوم : 23 ماي 2024، على الساعة : 06:30.

#### 4. التنوع في الأعمال<sup>1</sup>

- **التوسع في القطاعات المختلفة:** توسعت أمازون من بيع الكتب إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، بما في ذلك الملابس، الإلكترونيات، المواد الغذائية، وخدمات الحوسبة السحابية من خلال AWS .
- **Amazon Web Services (AWS) :** تعد AWS مصدر دخل كبير لأمازون، مما يعزز من تنوع مصادر إيراداتها.

#### 5. التوسع العالمي<sup>2</sup>

- **الأسواق الدولية:** توسعت أمازون إلى أسواق دولية مختلفة، مما زاد من قاعدة عملائها ونموها العالمي.
- **استراتيجيات التوسع المحلية:** تعديل استراتيجياتها لتناسب الأسواق المحلية، بما في ذلك الشركات والاستحوادات مثل استحوادها على سوق. كوم في الشرق الأوسط.

#### 6. الثقافة التنظيمية

- **ثقافة الابتكار:** تشجع أمازون على الابتكار والمبادرة بين موظفيها، مما يؤدي إلى تحسينات مستمرة في المنتجات والخدمات.
- **القيادة القوية:** تحت قيادة جيف بيزوس ثم آندي جاسي، ركزت أمازون على الرؤية طويلة الأجل واستثمار الأرباح في النمو المستقبلي.

#### 7. التسليم والخدمات اللوجستية المتقدمة<sup>3</sup>

- **البنية التحتية:** تمتلك أمازون شبكة توزيع ولوجستيات متقدمة، تشمل مستودعات آلية وتكنولوجيا الروبوتات لتحسين الكفاءة وتقليل وقت التسليم.
- **التسليم السريع:** من خلال خدمات مثل Amazon Prime، توفر أمازون شحن سريع ومجاني، مما يعزز رضى العملاء ويزيد من ولائهم.

<sup>1</sup> حليلة خنوس، وآخرون، استراتيجيات المؤسسات الافتراضية دراسة حالة مؤسسة أمازون، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ABPR، العدد 15، 2019، ص 93.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 93.

<sup>3</sup> حورية عبد اللطيف عبد الرشيد الوريكات، التجارة الإلكترونية - أمازون - دراسة حالة، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد 74، كانون الأول، الجزء السادس، 2022، ص 214.

## 8. استراتيجيات التسويق والتنويع<sup>1</sup>

- الاستحواذات الذكية: قامت أمازون باستحواذات استراتيجية مثل: Whole Foods لتعزيز وجودها في قطاع الأغذية الطازجة.
- التسويق الرقمي: استخدام تقنيات التسويق الرقمي والإعلانات الموجهة لزيادة الوصول إلى العملاء وتعزيز المبيعات.

## المطلب الثالث: أرقام وإحصائيات حول شركة أمازون

هذه بعض الأرقام والإحصائيات المهمة حول شركة أمازون:

### (1) الإيرادات والأرباح

- إيرادات عام 2023: بلغت إيرادات أمازون حوالي 574,78 مليار دولار أمريكي.
- صافي الدخل: في عام 2023، سجلت أمازون صافي دخل يقدر بحوالي 20.9 مليار دولار أمريكي<sup>2</sup>.
- **Amazon Web Services (AWS)** : تعد AWS أحد أكبر مصادر الدخل للشركة، حيث حققت إيرادات بلغت حوالي 85.4 مليار دولار في عام 2023.

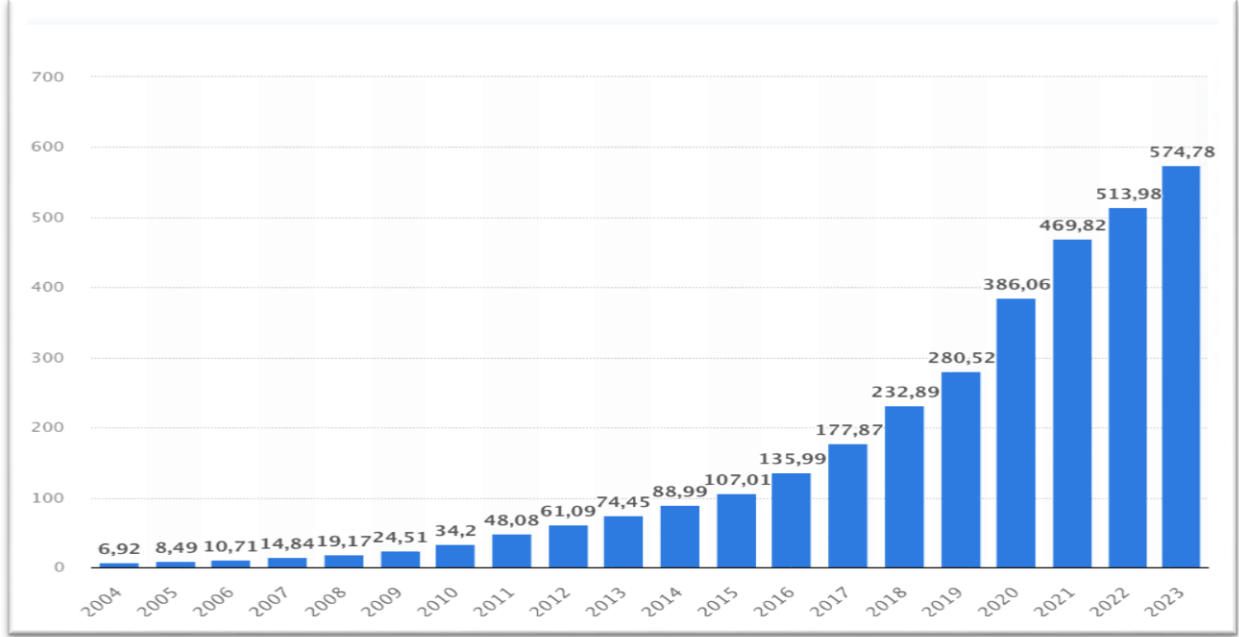
<sup>1</sup> حليلة خنوس، وآخرون، مرجع سابق، ص 93.

<sup>2</sup> [/https://techcrunch.com/2018/01/02/amazon-shipped-over-5-billion-items-with-prime-in-2017/](https://techcrunch.com/2018/01/02/amazon-shipped-over-5-billion-items-with-prime-in-2017/)

تم الاطلاع يوم: 23 ماي 2024، على الساعة: 07:00.

## الشكل رقم (1): إيرادات شركة أمازون العالمية خلال الفترة (2004 – 2023)

(الوحدة: بمليارات الدولارات الامريكية)

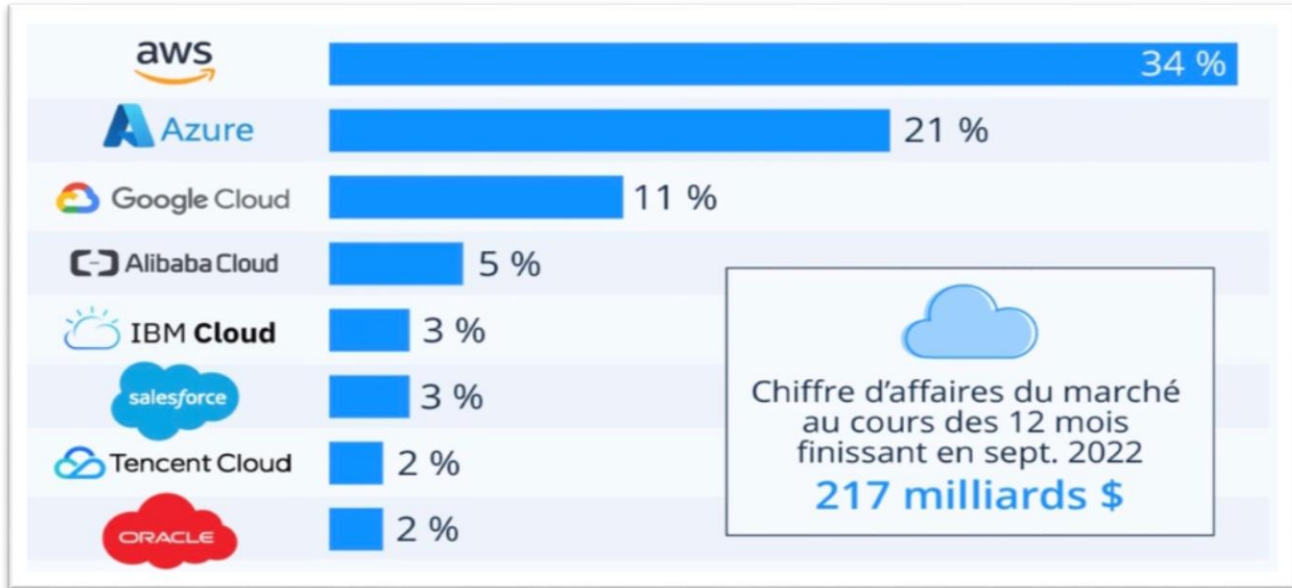


المصدر: <https://fr.statista.com/statistiques/565402/amazon-recettes-annuelles-nettes/>

nettes تم الاطلاع يوم: 23 ماي 2024، على الساعة 17:08

من خلال الشكل البياني نلاحظ ان إيرادات شركة امازون العالمية ترتفع بنسبة كبيرة خاصة في السنوات الأخيرة وذلك ما يثبت لنا الدراسة التي قمنا بإنجازها سابقا، حيث بلغت إيرادات شركة امازون سنة 2023: 574,78 مليار دولار امريكي.

الشكل رقم (2): الحصة السوقية العالمية لمقدمي الخدمات السحابية الرائدة في الربع الثالث من عام 2022



إيرادات السوق للأشهر الـ 12 المنتهية في سبتمبر 2022 هي: 217 مليار دولار أمريكي المصدر: <https://fr.statista.com> تم الاطلاع يوم: 23 ماي 2024، على الساعة 17:48

من خلال الشكل البياني الموضح في الأعلى نلاحظ ان خدمة AWS السحابية لشركة امازون تكتسح الخدمات السحابية للأسواق العالمية الأخرى بنسبة 34% في الريادة. وذلك ما يثبت لنا ان AWS تعد أكبر مصدر دخل لشركة امازون، حيث حققت إيرادات في سبتمبر 2022 بـ: 217 مليار دولار أمريكي.

## (2) قاعدة العملاء

- **Amazon Prime** : لدى أمازون أكثر من 200 مليون مشترك في خدمة Amazon Prime حول العالم حتى عام 2023. في 2017 تجاوز عدد السلع والمنتجات التي قام متجر أمازون بشحنها 5 مليار صنف من خلال خدمة Amazon Prime وحدها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup><https://techcrunch.com/2018/01/02/amazon-shipped-over-5-billion-items-with-prime-in-2017/> تم الاطلاع يوم : 23 ماي 2024، على الساعة: 07:40.

- المتسوقون عبر الإنترنت: يزور موقع أمازون حوالي 2.5 مليار مستخدم شهريًا، مما يجعله أحد أكثر المواقع زيارة في العالم.

ويضم أمازون أكثر من 310 مليون مستخدم نشط من جميع أنحاء العالم.<sup>1</sup>

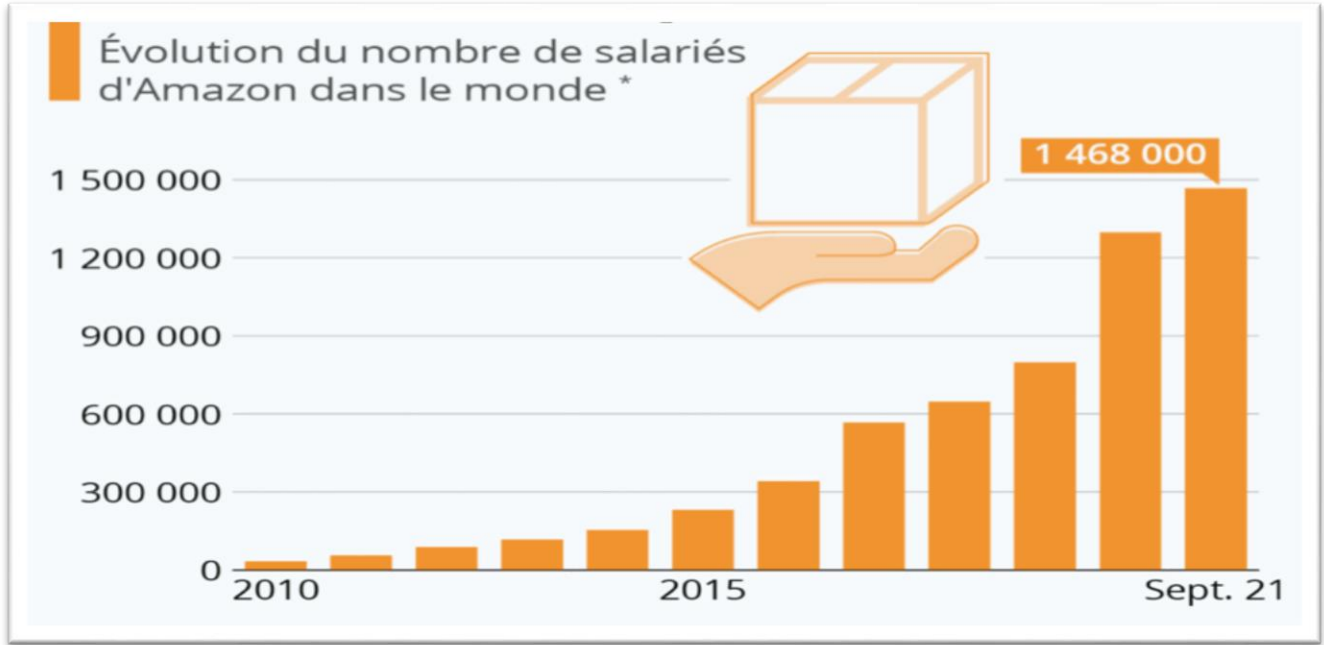
### (3) التوظيف<sup>2</sup>

- عدد الموظفين: يعمل في أمازون 341,000 موظف بإحصائيات 2017.

كما توظف أمازون أكثر من 1.6 مليون شخص حول العالم اعتبارًا من نهاية عام 2023.

- التنوع والشمول: تلتزم أمازون بزيادة التنوع في القوى العاملة، حيث يشكل النساء والأقليات نسبة كبيرة من موظفيها.

الشكل رقم (3): القوى العاملة في شركة أمازون خلال الفترة (2010 -سبتمبر 2021)



المصدر: <https://fr.statista.com/infographie/16002/nombre-employees-amazon-dans-le-monde>

تم الاطلاع يوم: 23 ماي 2024، على الساعة 18:10

<https://www.statista.com/topics/846/amazon/#editorsPicks/> تم الاطلاع يوم: 23 ماي 2024، على الساعة:

.07:42

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، تم الاطلاع يوم: 23 ماي 2024، على الساعة: 07:46.

من خلال الشكل البياني الموضح نلاحظ ان القوى العاملة في شركة امازون تسجل ارتفاع كبير جدا في السنوات الأخيرة وذلك ما يثبت لنا ان امازون يعمل لديها 1,4 مليون شخص في سبتمبر سنة 2021، وبالتالي زيادة أكثر مع السنوات القادمة وهذا ما يثبت لنا الدراسة السابقة التي تناولناها حيث ان امازون توظف أكثر من 1,6 مليون شخص حول العالم نهاية سنة 2023.

#### **(4) البنية التحتية واللوجستيات<sup>1</sup>**

أمازون هو المتجر الإلكتروني الأكثر شعبية في عدة دول وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية.

- مراكز الشحن: تمتلك أمازون أكثر من 175 مركز شحن حول العالم، مما يتيح لها تقديم خدمة الشحن السريع لعملائها.
- الروبوتات اللوجستية: تستخدم أمازون أكثر من 200,000 روبوت في مستودعاتها لتحسين الكفاءة وتقليل الوقت اللازم للتجهيز والشحن.

#### **(5) الحوسبة السحابية**

- حصة السوق: تحتل AWS حوالي 34% من حصة سوق الحوسبة السحابية العامة في عام 2023، مما يجعلها الرائدة في هذا المجال.
- عدد العملاء: تخدم AWS ملايين العملاء حول العالم، بما في ذلك شركات ناشئة، مؤسسات كبيرة، ووكالات حكومية.

#### **(6) الاستثمار والابتكار**

- الاستثمار في البحث والتطوير: أنفقت أمازون حوالي 42.7 مليار دولار على البحث والتطوير في عام 2023، مما يعكس التزامها بالابتكار المستمر.
- براءات الاختراع: تمتلك أمازون آلاف براءات الاختراع في مجالات متعددة، بما في ذلك التكنولوجيا واللوجستيات والذكاء الاصطناعي.

<sup>1</sup> <https://ar.wikipedia.org/wiki/>، تم الاطلاع يوم: 23 ماي 2024، على الساعة: 07:50.

## (7) التأثير البيئي

- الطاقة المتجددة: التزمت أمازون بتحقيق صافي انبعاثات كربونية صفرية بحلول عام 2040، وقد استثمرت في العديد من مشاريع الطاقة المتجددة لتحقيق هذا الهدف.
- مبادرة "Climate Pledge": أعلنت أمازون عن مبادرة "Climate Pledge" التي تهدف إلى تحقيق أهداف اتفاقية باريس قبل 10 سنوات من موعدها الأصلي، ووقعت عليها العديد من الشركات الأخرى.

## (8) التوسع العالمي

- الأسواق الدولية: 1 تعمل أمازون في أكثر من 20 دولة، ولها مواقع محلية في العديد من الأسواق الرئيسية مثل الولايات المتحدة، كندا، المملكة المتحدة، ألمانيا، الهند، اليابان، وأستراليا.
- الاستحواذات: أمازون استحوذت واستثمرت في أكثر من 40 شركة كل شركة منهم تعتبر علامة مميزة في مجالها، مثل أليكسا Alexa، جودريدز Goodreads ، قاعدة بيانات الأفلام على الإنترنت IMBD ، وغيرها الكثير.
- قامت أمازون باستحواذها على Whole Foods Market في عام 2017 مقابل 13.7 مليار دولار.
- استحوذت أمازون على شركة سوق. كوم Souq.com بصفقة تقترب من ثلاثة أرباع المليار دولار.

## المبحث الثاني: تعاملات سوق امازون وأثارها على نمو حجم التجارة الدولية

أمازون إحدى أكبر الشركات في العالم التي تمتلك حضورًا قويًا في مجال التجارة الدولية. وبفضل استراتيجياتها المتنوعة والمتكاملة أصبحت أمازون رائدة في تلبية احتياجات العملاء حول العالم. كذلك تعد تعاملات أمازون في التجارة الدولية ناتجا لاستراتيجيات متكاملة تشمل التوسع المحلي، والابتكار في البنية التحتية اللوجستية، الالتزام باللوائح المحلية، والاستحوادات والشراكات الاستراتيجية.

كما استطاعت أمازون أن تبني سمعة قوية كمزود موثوق لخدمات التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، وهذا عزز من مكانتها كواحدة من أكبر الشركات في العالم.

### المطلب الأول: كيفية تعاملات سوق امازون في التجارة الدولية

أمازون تتعامل في التجارة الدولية من خلال عدة استراتيجيات وعمليات متنوعة تهدف إلى توسيع حضورها العالمي وتلبية احتياجات العملاء في مختلف الأسواق. نبرز فيما يلي تعاملات أمازون في التجارة الدولية:

#### 1. بناء العلامة التجارية<sup>1</sup>

اختيار موقع أمازون اسم امازون وهو اسم لنهر قوي في أمريكا حصل عليه من خلاله بحثه في محركات البحث عن أفضل الأسماء، واستطاع في فترة بسيطة إشهار موقعه بين أهله وأصدقائه، وبالرغم من أن انطلاقة المشروع كانت بمبلغ 300 ألف دولار، إلا أن بواذر النجاح كانت سريعة وتجلت ذلك في انعكاسه على نشاط التجارة الإلكترونية الدولية.

- **مواقع محلية:** تمتلك أمازون مواقع محلية في العديد من البلدان مثل الولايات المتحدة، كندا، المملكة المتحدة، ألمانيا، فرنسا، إيطاليا، إسبانيا، اليابان، الصين، الهند، وأستراليا، مما يتيح لها تقديم منتجات وخدمات مخصصة تلائم تلك الأسواق.

<sup>1</sup>موسي سهام، تحليل تنافسية المتاجر الإلكترونية (دراسة حالة موقع امازون Amazon.com)، مجلة الباحث، العدد 7، 2009-2010، ص 268.

- ترجمة الموقع: توفر أمازون لموقعها واجهات متعددة اللغات لتسهيل التسوق للعملاء في مختلف الدول.

## 2. خدمات الشحن والتوزيع

- الشحن الدولي:1 توفر أمازون خدمات الشحن الدولي إلى العديد من الدول، مما يتيح للعملاء في الأسواق التي لا توجد فيها متاجر محلية شراء المنتجات من المتاجر الدولية.

- مراكز الشحن: تدير أمازون مراكز شحن وتوزيع في مواقع استراتيجية حول العالم لتحسين سرعة وكفاءة التسليم الدولي.

## 3. البنية التحتية اللوجستية<sup>2</sup>

- شبكة النقل العالمية: تستخدم أمازون شبكة نقل متكاملة تشمل الشحن الجوي والبحري والبري لضمان تسليم البضائع بسرعة وكفاءة.

- التكنولوجيا اللوجستية: تستثمر أمازون في التكنولوجيا المتقدمة لتحسين عمليات التوزيع والشحن، بما في ذلك الروبوتات والذكاء الاصطناعي لتحسين الكفاءة.

## 4. أمازون جلوبال<sup>3</sup>(Amazon Global)

- Amazon Global Store: يتيح هذا القسم من أمازون للعملاء شراء منتجات من الأسواق الدولية وشحنها إلى بلدانهم، مما يوفر لهم إمكانية الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات غير المتوفرة محلياً.

- الشحن المباشر من الخارج: يتيح للعملاء الشراء من أمازون في دول أخرى وشحن المنتجات مباشرة إلى بلدانهم.

<sup>1</sup> <https://www.annajah.net/> تم الاطلاع يوم: 24 ماي 2024، على الساعة 03:05.

<sup>2</sup> حورية عبد اللطيف عبد الرشيد الوريكات، مرجع سابق، ص 214.

<sup>3</sup> عقيلة صدوقي، أمال معروف، إبراز أهمية الأسواق الافتراضية في التجارة الدولية من خلال عملاق التجارة الالكترونية Amazon، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 20، العدد 02، 14 ديسمبر 2019، ص17.

## 5. الاستحواذات والشراكات

- الاستحواذات الاستراتيجية: قامت أمازون بالعديد من الاستحواذات الدولية لتعزيز وجودها في الأسواق العالمية، مثل استحواذها على سوق. كوم في الشرق الأوسط في عام 2017.
- الشراكات المحلية: تعمل أمازون مع شركات محلية في مختلف الأسواق لتوسيع نطاق خدماتها وتكييفها مع المتطلبات المحلية.

## 6. التكيف مع القوانين واللوائح<sup>1</sup>

- الامتثال المحلي: تلتزم أمازون بالقوانين واللوائح المحلية في كل سوق تعمل فيه، بما في ذلك قوانين الجمارك والضرائب وحماية المستهلك.
- التكيف مع السوق: تقوم أمازون بتكييف منتجاتها وخدماتها لتلبية الاحتياجات الثقافية والمحلية لكل سوق، مثل تكييف طرق الدفع وخيارات التسليم.

## 7. برامج البائعين الخارجيين

- **Fulfillment by Amazon (FBA)**: تتيح هذه الخدمة للبائعين الدوليين تخزين منتجاتهم في مراكز الشحن التابعة لأمازون، حيث تتولى أمازون جميع جوانب الشحن والتسليم وخدمة العملاء.
- التسويق بالعمولة<sup>2</sup>: تشجع أمازون البائعين المحليين والدوليين على الانضمام إلى منصتها لبيع منتجاتهم، مما يعزز تنوع المنتجات المتاحة على مواقعها المختلفة.

## 8. التوسع في الأسواق الناشئة

- الاستثمار في البنية التحتية: تستثمر أمازون في بناء مراكز الشحن والتوزيع في الأسواق الناشئة لتحسين توافر المنتجات وتسريع عملية التسليم.
- التكيف مع احتياجات السوق: تطور أمازون خدمات ومنتجات مخصصة لتلبية احتياجات الأسواق الناشئة، مثل تقديم خيارات الدفع النقدي عند التسليم في بعض البلدان.

<sup>1</sup> حورية عبد اللطيف عبد الرشيد الوريكات، مرجع سابق، ص 214.

<sup>2</sup> فرداس أسماء، مرجع سابق، ص 134.

من خلال هذه العمليات، تمكنت أمازون من تعزيز وجودها العالمي وتلبية احتياجات العملاء في مختلف الأسواق، مما يعزز من مكانتها كأحد أكبر المنصات الإلكترونية في مجال التجارة الدولية.

## المطلب الثاني: أهمية سوق أمازون في نمو حجم التجارة الدولية

تكتسب أمازون مكانة عالمية لكونها تلعب دورًا مهمًا في نمو حجم التجارة الدولية، ويعود ذلك إلى عدة عوامل تعزز من تأثيرها الكبير على الأسواق العالمية.

فيما يلي بعض الجوانب التي تبرز أهمية أمازون في نمو التجارة الدولية:

- 1. منصة تجارة إلكترونية ضخمة:** تتيح أمازون للبائعين الوصول إلى ملايين العملاء في جميع أنحاء العالم. يمكن للبائعين المحليين توسيع نطاق أعمالهم دوليًا بسهولة من خلال المنصة، مما يزيد من حجم التجارة الدولية.
- 2. شبكة توزيع دولية و شحن سريع:** بفضل مراكز الشحن والتوزيع العالمية، يمكن لأمازون توفير خدمات توصيل سريعة وموثوقة للعملاء في مختلف الدول، مما يعزز من الثقة وتقليل الحواجز الزمنية والمادية ويشجع على المزيد من التجارة عبر الحدود، مثل: Amazon Prime التي توفر شحن سريع ومجاني.
- 3. شبكة تسويق وترويج:** توفر أمازون أدوات تسويقية وترويجية متقدمة تساعد البائعين على الوصول إلى جمهور عالمي وزيادة مبيعاتهم، كعروض ال BLACK FRIDAY وغيرها. كما تدعم أمازون صورتها الترويجية من خلال برنامج العلاقات مثل Amazon Smille الذي يتبرع بنسبة من المبيعات للمنظمات الخيرية مما يعزز تصور المستهلك حول الشركة.
- 4. تمتلك مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات الرقمية:** تتيح أمازون للعملاء في مختلف الدول الوصول إلى مجموعة متنوعة من المنتجات من جميع أنحاء العالم، مما يعزز من حجم التجارة الدولية عبر تقديم خيارات متنوعة للمستهلكين. وتشمل خدمات أمازون أيضًا الحوسبة السحابية (AWS) ، البث الرقمي، والكتب الإلكترونية، وهذا يساهم في نمو التجارة الدولية في القطاعات الرقمية.

---

<sup>1</sup>عقيلة صدوقي، أمال معروف، مرجع سابق، ص 16.

5. تمتلك بنية تحتية لوجستية متطورة: استثمارات أمازون في التكنولوجيا والبنية التحتية اللوجستية تسهل تدفق السلع عبر الحدود وتقلل مدة التسليم، مما يحسن من تجربة التسوق الدولية.

6. تمتلك بنية تحتية للتكنولوجية والتقنيات المتقدمة: تستخدم أمازون تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك العملاء وتقديم توصيات مخصصة مما يعزز من التجارة الدولية من خلال تحسين تجربة المستخدم وزيادة معدلات التحويل وكذا التكنولوجيا السحابية AWS التي تساعد الشركات على التوسع عالمياً من خلال توفير البنية التحتية التكنولوجية الضرورية لنمو الأعمال.

7. تمتلك مشاريع مستقبلية ومستدامة: مثل الاستثمار في مشاريع الطاقة المتجددة وتقليل البصمة الكربونية وتطوير حلول تقنية صديقة للبيئة، مما يعزز صورة الشركة كشركة مسؤولة بيئياً واجتماعياً.

8. كونها داعم للشركات الصغيرة والمتوسطة: تقدم أمازون برامج مثل Fulfillment by Amazon (FBA) التي تسهل على الشركات الصغيرة والمتوسطة الدخول إلى الأسواق الدولية من خلال تخزين المنتجات وشحنها وتقديم خدمة العملاء نيابة عن البائعين.

أمازون لها دور اساسي في تعزيز نمو التجارة الدولية من خلال تقديم منصة تجارية عالمية، وتحسين البنية التحتية اللوجستية، دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة والالتزام بالابتكار والتكنولوجيا المتقدمة. تسهم هذه العوامل مجتمعة في توسيع نطاق التجارة العالمية وزيادة حجمها، مما يعزز من تأثير أمازون كقوة محركة في الاقتصاد العالمي.

## المطلب الثالث: أهداف سوق امازون في تعزيز نمو حجم التجارة الدولية

### واستراتيجية تحقيقه

تهدف شركة أمازون إلى تحقيق عدة أهداف استراتيجية لتعزيز نمو حجم التجارة الدولية،

مما يسهم في توسيع نطاق عملياتها وزيادة تأثيرها في الأسواق العالمية. هذه الأهداف تشمل:

1. زيادة رأس مال الشركة: وذلك بزيادة إيراداتها والرفع من قيمة أسهمها في البورصات العالمية.

## 2. تعزيز العلامة التجارية والمحافظة عليها

تعمل أمازون على تميز علامتها التجارية وذلك باتخاذ الإجراءات التالية:

- تعزيز الولاء للعلامة التجارية: عدد المشتركين في برنامج Amazon Prime من خلال تقديم مزايا إضافية مثل الشحن السريع والمجاني، محتوى ترفيهي حصري، وخدمات أخرى تجعل العملاء يفضلون التسوق عبر أمازون.
- توفير تجربة مستخدم متميزة: تحقيق تجربة تسوق متميزة وسلسلة للعملاء في مختلف أنحاء العالم من خلال الاهتمام بالمستهلك والمورد وتحسين واجهة المستخدم، تقديم خدمات محلية مخصصة، وتوفير خيارات شحن سريعة وموثوقة.
- تنويع مجموعة المنتجات: تهدف أمازون إلى توسيع نطاق المنتجات المتاحة على منصتها من خلال جذب المزيد من البائعين الدوليين وتقديم منتجات متنوعة تلبي احتياجات العملاء في مختلف الأسواق وكذا التنوع في مجال نشاط التجارة الإلكترونية.
- تعزيز كفاءة العمليات اللوجستية: التركيز على تحسين البنية التحتية اللوجستية العالمية، بما في ذلك بناء مراكز شحن وتوزيع جديدة، تحسين التكنولوجيا اللوجستية، وزيادة كفاءة سلسلة التوريد لتقليل أوقات الشحن والتكاليف.

## 3. زيادة الحصة السوقية العالمية

- تسعى أمازون إلى تعزيز وجودها في الأسواق الدولية والوصول إلى أسواق جديدة وتوسيع الحصة السوقية في الدول التي تتواجد فيها وذلك بإتباع ما يلي:
- التوسع من خلال الاستحواذ والشراكات الاستراتيجية: الاستحواذ على شركات محلية ودولية لتعزيز وجودها في الأسواق الجديدة، وإقامة شراكات استراتيجية مع الشركات المحلية لتحسين قدرات التوزيع وتقديم خدمات أفضل للعملاء.
  - التوسع في الأسواق الناشئة: استهداف الأسواق الناشئة ذات النمو المرتفع من خلال تقديم منتجات وخدمات مخصصة لهذه الأسواق، وتمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة على الدخول إلى الأسواق الدولية من خلال برامج مثل: Fulfillment by Amazon

(FBA) وتوفير الأدوات والدعم اللازمين لنمو أعمالهم على منصة أمازون. وكذا

الاستثمار في البنية التحتية المحلية لتسهيل التجارة الإلكترونية.

**4. تطوير التكنولوجيا المتقدمة والابتكار المستمر:** إن الشركة تقوم أساساً على تطبيقات

التكنولوجيا المتطورة والمتقدمة، لذا فإن من أبرز أهدافها الاستثمار في التطور التكنولوجي

والبحث العلمي والعمل على إدراج أفضل التكنولوجيات الحديثة لتعزيز تجربة التسوق.

ويتحقق ذلك عن طريق:

- **الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات:** استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك

العملاء وتقديم توصيات مخصصة يعزز من التجارة الدولية من خلال تحسين تجربة

المستخدم وزيادة معدلات التحويل.

- **التكنولوجيا السحابية AWS:** تساعد الشركات على التوسع عالمياً من خلال توفير البنية

التي تحتية التكنولوجية الضرورية لنمو الأعمال.

- **الأجهزة والخدمات الجديدة:** إطلاق منتجات جديدة مثل Kindle و Echo. يعزز من

وجود أمازون في الأسواق الدولية ويزيد من تنوع إيراداتها.

- **التنمية المستدامة:** تحقيق النمو المستدام من خلال الاستثمار في مشاريع الطاقة المتجددة

وتقليل البصمة الكربونية.

**5. المسؤولية الاجتماعية والحفاظ على البيئة:** تطوير حلول تقنية صديقة للبيئة (تعبئة

وتغليف، وتقليل التلوث...).

تركز أمازون على مجموعة من الأهداف الاستراتيجية لتعزيز نمو حجم التجارة الدولية، بما في

ذلك زيادة الحصة السوقية العالمية، توفير تجربة مستخدم متميزة، تنويع مجموعة المنتجات، تحسين

العمليات اللوجستية، دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة، التوسع في الأسواق الناشئة، الابتكار

التكنولوجي، التنمية المستدامة، تعزيز الولاء للعلامة التجارية، والتوسع من خلال الاستحواذات

والشراكات الاستراتيجية. تحقيق هذه الأهداف يمكن أن يعزز مكانة أمازون كشركة رائدة في

التجارة الإلكترونية العالمية ويساهم في نمو حجم تجارتها الدولية بشكل مستدام ومربح.

## المبحث الثالث: دراسة مؤشرات تعاملات أمازون خلال الفترة (2014-2023)

خلال جائحة كورونا والتي أجبرت التجارة الدولية من كبت نشاطها وتثبيط من حركة تبادل السلع، إلا أن شركة أمازون اعتمدت استراتيجيات فعالة في تلبية احتياجات المستهلكين والشركات من خلال اتخاذ إجراءات السلامة والصحة، وتعزيز عملياتها اللوجستية وكذا دعم المجتمعات والشركاء، وتوسيع خدماتها. وعلى الرغم من التحديات التي واجهتها، تمكنت الشركة من الاستجابة بسرعة وفعالية للأزمة، مما ساهم في تعزيز مكانتها كواحدة من أكبر شركات التجارة الإلكترونية والخدمات السحابية في العالم.

### المطلب الأول: تعاملات سوق أمازون في الفترة (2014-2019)

شهدت الفترة من 2014 إلى 2019 العديد من التحولات الاستراتيجية والتوسعات التي عززت مكانتها كواحدة من أكبر الشركات التكنولوجية والتجارية في العالم. هذه السنوات كانت مليئة بالابتكارات، الاستحوادات الكبيرة، والتوسع الدولي.

### الجدول رقم (1): صافي إيرادات أمازون العالمية خلال الفترة (2014 – 2019) حسب مجموع المنتجات

(الوحدة: بمليارات الدولارات الأمريكية)

الأنواع السنوات	خدمات الاشتراك	خدمات البيع بالتجزئة لبائعي الطرف الثالث	المتاجر الإلكترونية	نظام AWS
2014	2.76	11.75	68.51	4.64
2015	4.47	16.09	76.86	7.88
2016	6.39	22.99	91.43	12.22
2017	9.72	31.88	108.35	17.46
2018	14.17	42.75	122.99	25.66
2019	19.21	53.76	141.25	35.03

المصدر: من إعداد الطالب، وبالإطلاع على <https://www.statista.com/statistics/672747/amazons-consolidated-net-revenue-by-segment/>، تم الاطلاع يوم: 24 ماي 2024، على الساعة 08:56.

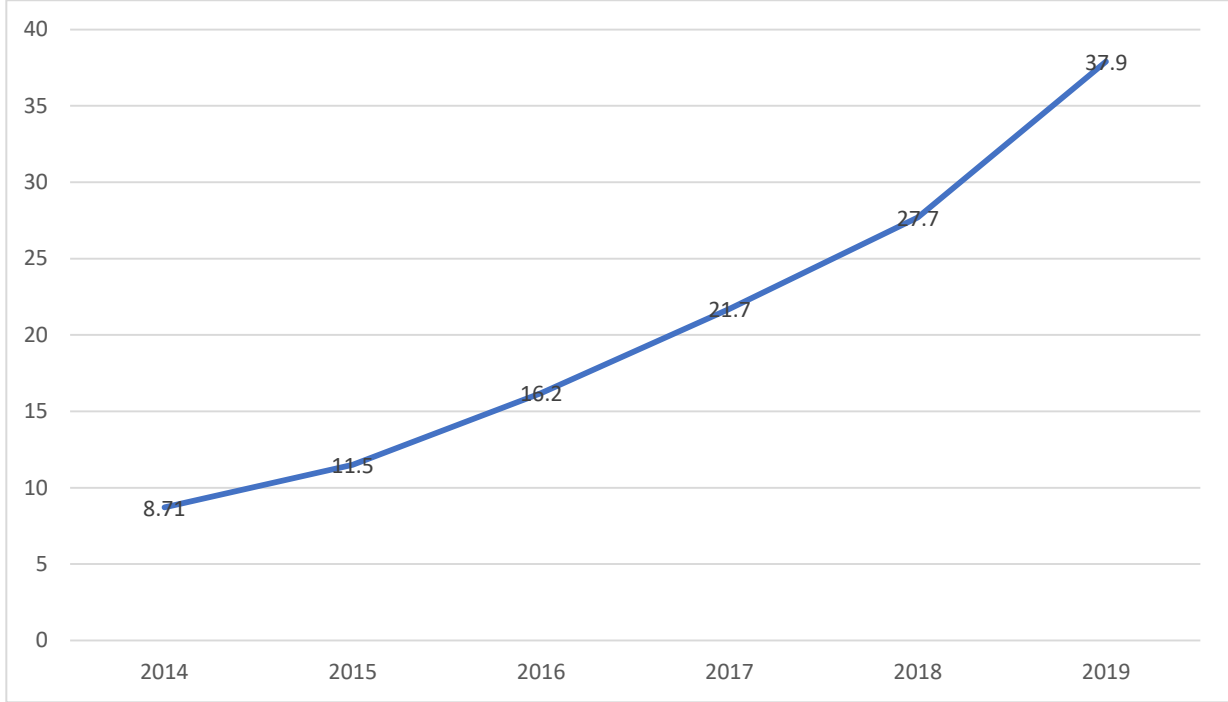
من خلال الجدول نلاحظ ان صافي إيرادات أمازون العالمية من 2014 إلى 2019 حسب مجموع المنتجات، تزايدت مع مرور السنوات في جميع القطاعات من (متاجر الكترونية، خدمات البيع بالتجزئة، خدمات الاشتراك، نظام AWS) بحيث ان في السنوات من عامي 2014 و 2019 ارتفعت النسب بشكل كبير جدا مقارنة بالسنوات الأخرى مثل: في قطاع المتاجر الالكترونية عامي ارتفعت بنسبة 72,74 مليار دولار امريكي، وهذا ما يفسر على ان شركة امازون تتطور من خدماتها عبر مختلف السنين مما يزيد من نسبة إيراداتها السنوية الصافية.

من خلال الجدول نلاحظ أيضا أن شركة امازون اعتمدت بشكل كبير على تحسين وتطوير نظام AWS السحابي والذي يحقق أكبر عائد لإيرادات شركة امازون، بحيث من عام 2014 الى عام 2019 ارتفع بنسبة 30,39 مليار دولار امريكي ما جعلها من أكبر الشركات التكنولوجية للأنظمة السحابية.

واستمرت AWS في النمو، مقدمة مجموعة واسعة من الخدمات السحابية للشركات والمطورين، كما أصبحت AWS محركا رئيسيًا لإيرادات الشركة ومصدرا هاما للأرباح.

## الشكل رقم (4): تكاليف الشحن على أمازون خلال الفترة (2014 – 2019)

(تكاليف الشحن بمليارات الدولارات الأمريكية)



المصدر: من إعداد الطالب، وبالإطلاع على: <https://www.statista.com/statistics/806498/amazon-shipping-costs/> تم الاطلاع يوم: 24 ماي 2024، على الساعة 09:56.

من خلال الشكل البياني الاعلى الذي يمثل تكاليف الشحن على شركة امازون نلاحظ ان مع مرور السنوات تزداد بشكل تدريجي تكاليف الشحن، على سبيل المثال في 2014 كانت نسبة تكاليف الشحن حوالي 8,71 مليار دولار امريكي ومع مرور السنوات ازدادت التكاليف بشكل تدريجي مما جعل شركة امازون تطور وتحسن بنيتها التحتية اللوجستية باستخدام التكنولوجيا المتقدمة لتحسين كفاءة مراكز الشحن والتوزيع، ما ساعدها على إتاحة العملاء الوصول الى مجموعة واسعة من المنتجات وزيادة حجم المبيعات وبالتالي الزيادة الطبيعية في تكاليف الشحن التي بلغت سنة 2019 حوالي 37,9 مليار دولار امريكي.

في الفترة من 2014 إلى 2019، تمكنت أمازون من تعزيز مكانتها كواحدة من أكبر وأهم الشركات في العالم من خلال الشحن الدولي والابتكار المستمر، التوسع الدولي، والاستحوادات

الاستراتيجية، هذه الاستراتيجيات مكنت أمازون من تقديم خدمات متطورة للعملاء، وتعزيز قدراتها اللوجستية، والتكيف مع التغيرات في السوق العالمية، مما يعزز من استدامتها ونموها المستقبلي.

## **المطلب الثاني: تعاملات سوق امازون في فترة جائحة كورونا (2020- 2022)**

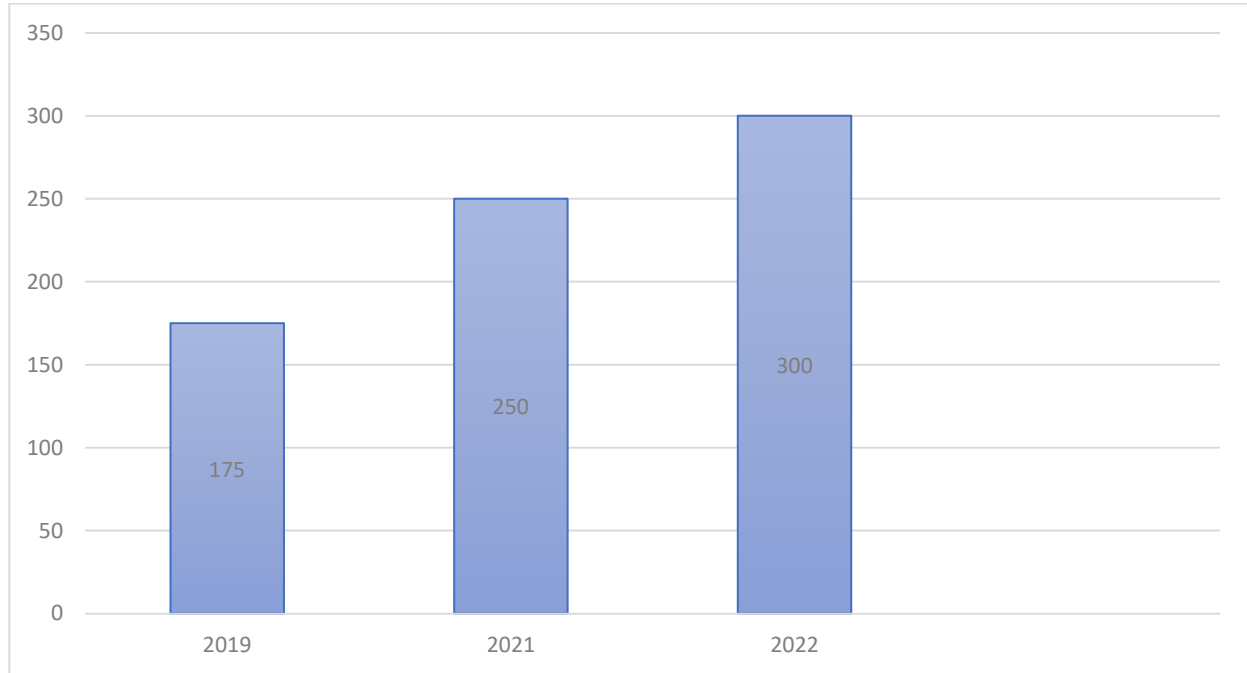
خلال فترة جائحة كورونا من 2020 الى 2022، شهدت امازون العديد من التطورات الهامة التي عززت من مكانتها كأكبر شركة تجارة إلكترونية في العالم. حيث تأثرت الشركة بجائحة كورونا، التي أدت إلى زيادة كبيرة في الطلب على خدماتها ومنتجاتها بسبب الإجراءات الأمنية للجائحة والبقاء في المنازل.

### **❖ تأثير جائحة كورونا 2020:**

- **زيادة الطلب:** أدت جائحة كوفيد-19 إلى زيادة كبيرة في الطلب على التجارة الإلكترونية، حيث لجأ المستهلكون إلى التسوق عبر الإنترنت بسبب الإغلاقات وتدابير التباعد الاجتماعي. حيث ارتفعت مبيعات أمازون بشكل كبير خلال هذه الفترة فشهدت ارتفاع كبير وقفزة هائلة خصوصا في الفئات الأساسية مثل المستلزمات المنزلية، البقالة، والأجهزة الإلكترونية.
- **Amazon Prime :** ازداد عدد المشتركين في خدمة Amazon Prime بشكل كبير، حيث استفاد العملاء من الشحن المجاني وخدمات البث الرقمي التي أصبحت أكثر أهمية خلال فترات الحجر الصحي.

الشكل رقم (5): عدد العناصر التي اشتراها أعضاء أمازون برايم في جميع أنحاء العالم خلال Amazon Prime Day خلال الفترة (2019 – 2022)

(الوحدة: العناصر المشتراة بالملايين)



المصدر: من إعداد الطالب، وبالإطلاع على:

[/https://www.statista.com/statistics/1029037/amazon-prime-day-items-purchased](https://www.statista.com/statistics/1029037/amazon-prime-day-items-purchased)

تم الاطلاع يوم: 24 ماي 2024، على الساعة 10:48.

من خلال الشكل البياني في فترة جائحة كورونا 2020-2022 نستنتج: ان العناصر التي اشتراها أعضاء Amazon Prime تزايدت بالفعل في فترة الجائحة حيث في سنة 2021 كانت 250 مليون عنصر، وفي عام 2022 ازدادت بـ 50 مليون عنصر لتصبح 300 مليون عنصر، ما يؤكد لنا ان أعضاء أمازون برايم استفادوا من الشحن المجاني وخدمات البث الرقمي وقدمت لهم امتيازات خاصة في مرحلة الوباء.

- **التوظيف:** استجابت أمازون للزيادة في الطلب بتوظيف مئات الآلاف من الموظفين الجدد في مراكز الشحن والتوزيع. بحلول نهاية عام 2020، وظفت أمازون أكثر من 1.2 مليون موظف حول العالم.

## الجدول رقم (2): القوى العاملة في شركة أمازون خلال الفترة (2019-2021)

السنوات	القوى العاملة في شركة أمازون
2019	800 000
2020	1 250 000
2021	1 468 000

المصدر: من إعداد الطالب وبالاطلاع على: <https://fr.statista.com/infographie/16002/nombre-employees-amazon-dans-le-monde/>

تم الاطلاع يوم: 24 ماي 2024، على الساعة 11:36.

من خلال الجدول الأعلى نلاحظ ان شركة أمازون في ظل الحجر الصحي وارتفاع إصابات فيروس كورونا الى انها سارعت في توظيف مئات الالاف من الموظفين الجدد من خلال العمل في منازلهم لتلبية الزيادة في الطلب الكبير والتوظيف في مراكز الشحن والتوزيع خاصة وان أمازون اتخذت إجراءات صارمة لحماية صحة وسلامة موظفيها، بما في ذلك تطبيق بروتوكولات التباعد الاجتماعي، وتوفير معدات الحماية الشخصية (الكمامات الطبية، المعقمات...) وإجراء فحوصات درجة الحرارة.

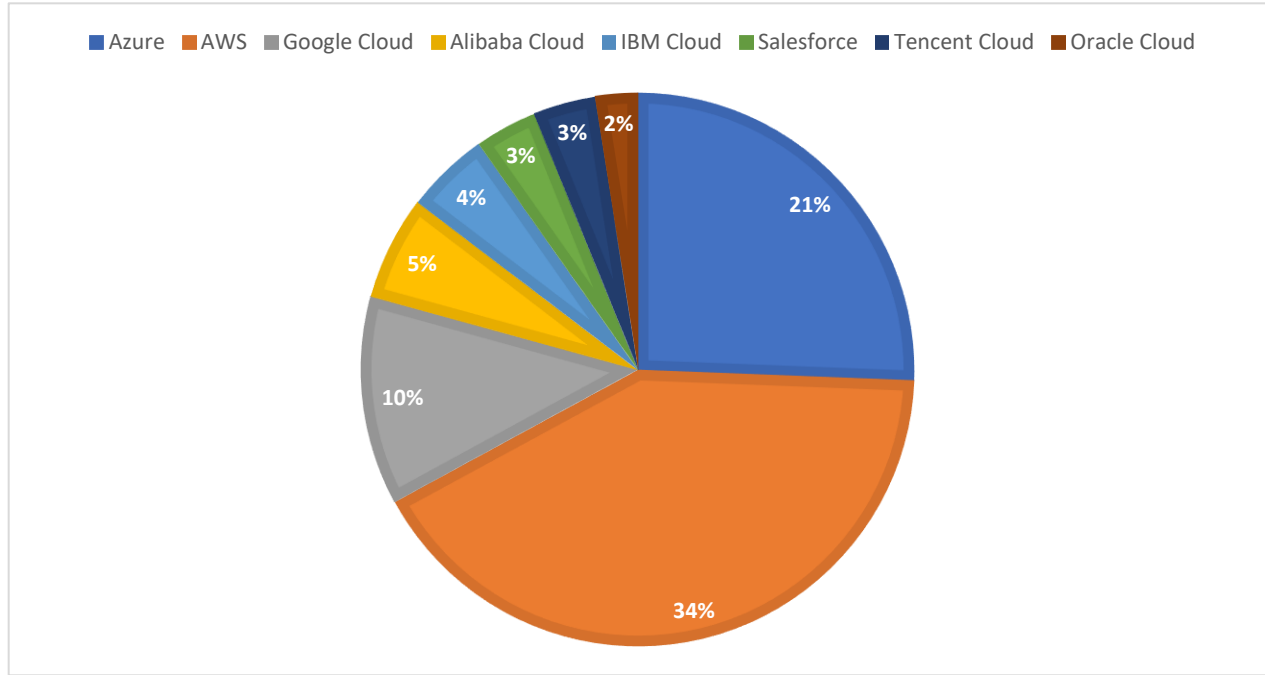
• **Amazon Pharmacy** : أطلقت أمازون خدمة Amazon Pharmacy في نوفمبر 2020، التي تتيح للعملاء شراء الأدوية بوصفة طبية عبر الإنترنت وتسليمها إلى منازلهم.

• **Whole Foods و Amazon Fresh**: زادت أمازون من استثماراتها في خدمة توصيل المواد الغذائية Amazon Fresh وتوسعت في عدد فروع Whole Foods لتلبية الطلب المتزايد على البقالة عبر الإنترنت.

### ❖ تعزيز الاستدامة والاستمرار في النمو والمسؤولية الاجتماعية 2021-2022:

• **Amazon Web Services (AWS)**: استثمرت AWS في النمو، مقدمة حلول سحابية للشركات التي انتقلت للعمل عن بعد خلال الجائحة. حيث زادت الطلبات على خدمات الحوسبة السحابية لتلبية احتياجات العمل والتعليم عن بعد.

الشكل (6): الحصة السوقية العالمية لمقدمي الخدمات السحابية الرائدة في الربع الثالث من عام 2022



المصدر: من إعداد الطالب وبالاطلاع على: <https://www.alaraby.co.uk/infograph-media/>، تم الاطلاع يوم: 24 ماي 2024، على الساعة 13:30.

من خلال الشكل البياني للدائرة النسبية الموضح في الأعلى الذي يمثل نسب الحصة السوقية العالمية لمقدمي الخدمات السحابية الرائدة، نرى ان شركة أمازون تتصدر سوق الخدمات السحابية بنسبة 34% متفوقا على شركات عالمية أخرى مثل: جوجل بنسبة 10% ومايكروسوفت 21%. وهذا استنتاج على أن شركة أمازون لم تتضرر في فترة الجائحة بل انتهجت طريقا لتحقيق أرباح وعوائد أكثر مستغلة فترة الجائحة.

- **الروبوتات:** استثمرت أمازون في تقنيات الروبوتات لتحسين كفاءة العمليات في مراكز الشحن، مما ساعد في تلبية الطلب المتزايد مع تقليل الاعتماد على القوى العاملة البشرية في بيئات قد تكون معرضة للإصابة.

- **المبادرات الاجتماعية:** زادت أمازون من الحد الأدنى للأجور لموظفيها في الولايات المتحدة إلى 15 دولارًا في الساعة، كما نفذت برامج لدعم المجتمعات المحلية المتضررة من الجائحة.
- **Amazon Prime Day:** حافظت أمازون على تنظيم حدث Prime Day السنوي، الذي سجل مبيعات قياسية حيث استفاد المستهلكون من الخصومات والعروض الترويجية.
- **إيرادات قياسية:** حققت أمازون إيرادات قياسية خلال هذه الفترة، حيث تجاوزت إيرادات الشركة 469 مليار دولار في عام 2021. هذا النمو يعكس الزيادة الكبيرة في الطلب على خدماتها ومنتجاتها نتيجة لتغير أنماط الاستهلاك خلال الجائحة.
- **التوسع الدولي:** واصلت أمازون توسعها في الأسواق الدولية مثل الهند والبرازيل، حيث استثمرت في تحسين البنية التحتية اللوجستية وتقديم خدمات مخصصة تلبي احتياجات تلك الأسواق. كما أوسعت مبيعاتها في أسواق رائدة مختارة مثل: ألمانيا، اليابان، بريطانيا.

### الجدول رقم (3): صافي مبيعات أمازون السنوية في أسواق رائدة مختارة خلال الفترة (2020 - 2022)

(الوحدة: بالمليار دولار امريكي)

السنوات	الولايات المتحدة الأمريكية	ألمانيا	المملكة المتحدة	اليابان	باقي الدول
2020	263,52	29,57	26,48	20,46	46,04
2021	314	37,33	31,91	23,07	63,5
2022	356,11	33,6	30	24,4	69,8

المصدر: من إعداد الطالب وبالإطلاع على: <https://www.statista.com/statistics/672782/net-sales-of-amazon-leading-markets/>، تم الاطلاع يوم: 24 ماي 2024، على الساعة 14:42.

من خلال الجدول المبين في الأعلى في الفترة 2020-2022 وهي فترة انتشار فيروس كورونا، يمثل الجدول صافي مبيعات أمازون السنوية في أسواق رائدة مختارة، ومن خلال قراءتنا للجدول نلاحظ ان مبيعات شركة أمازون ارتفعت بشكل كبير في فترة الجائحة في الولايات المتحدة الأمريكية بنسب كبيرة في الاعوام 2020 و 2021 و 2022 حيث بلغت نسبة الزيادة في الـو.م.أ حوالي 50,48 مليار دولار أمريكي، اما في باقي الدول تم تسجيل زيادة بحوالي 17,46 مليار دولار أمريكي ما بين عامي 2020 و 2021، مع أنها تزايدت في 2022 لكن بنسبة حوالي 6%. في اليابان شهدت مبيعات أمازون تزايد تدريجي بنسبة قليلة جدا بحوالي 2 الى 3 مليار دولار أمريكي، عكس المبيعات في باقي الدول وفي الـو.م.أ التي كانت تتزايد بشكل كبير. اما في ألمانيا والمملكة المتحدة كانت نسبة المبيعات في تطور في عامي 2020 و 2021 تزايدت بنسبة تقريبا 6 مليار دولار أمريكي، وفي سنة 2022 تناقصت نسبة المبيعات مقارنة بسنة 2021، وهذا بسبب قوة الأسواق في ألمانيا والمملكة المتحدة.

ومنه نستنتج أن صافي مبيعات أمازون في الأسواق الرائدة في دول أوروبا لقي منافسة شديدة جعلته في منافسة مع باقي الشركات الأخرى المحلية. إلا ان أمازون حققت مبيعات كبيرة وامتزاية في الـو.م.أ و باقي الدول، وتحقيق مبيعات جيدة في أسواق اليابان، وذلك من اجل تقديم خدمات مخصصة تلبي احتياجات تلك الأسواق.

كانت جائحة كورونا بمثابة فترة تحولية لأمازون، حيث شهدت الشركة نموا هائلاً نتيجة للزيادة الكبيرة في الطلب على التجارة الإلكترونية والخدمات السحابية. استجابت أمازون بسرعة لهذه التحديات من خلال توظيف المزيد من العمال، تحسين العمليات اللوجستية، وتوسيع نطاق خدماتها. كما عززت التزامها بالاستدامة والمسؤولية الاجتماعية، مما ساعدها على ترسيخ مكانتها كشركة رائدة في التجارة الإلكترونية على مستوى العالم.

## المطلب الثالث: دراسة مؤشرات تعاملات أمازون ما بعد الجائحة 2023

### - مقارنة بين فترة الجائحة وفترة ما بعد الجائحة -

شركة أمازون شهدت تغييرات جذرية في عملياتها خلال فترة جائحة كورونا وما بعدها. فيما يلي مقارنة بين تعاملات أمازون خلال الجائحة وبعدها، مع التركيز على الجوانب التشغيلية، الابتكارية، المالية، والمسؤولية الاجتماعية.

#### الجدول رقم (4): مقارنة بين فترة الجائحة وفترة ما بعد الجائحة لشركة أمازون 2023

الجدول رقم (4): مقارنة بين فترة الجائحة وفترة ما بعد الجائحة لشركة أمازون 2023	فترة ما بعد الجائحة	فترة الجائحة	الجوانب
	<p>استقرار الطلب: عاد الطلب إلى مستويات أكثر استقراراً، ولكن بقي مرتفعاً نسبياً مقارنة بفترة ما قبل الجائحة. استمر المستهلكون في الاعتماد على التسوق الإلكتروني، ولكن بمعدلات نمو أقل.</p> <p>تنويع المنتجات والخدمات: استمرت أمازون في تنويع منتجاتها وخدماتها لتلبية احتياجات المستهلكين المتغيرة، بما في ذلك التوسع في خدمات مثل AmazonFresh وAmazon Pharmacy.</p>	<p>زيادة حادة في الطلب: ارتفع الطلب بشكل كبير على المنتجات الأساسية مثل البقالة، المستلزمات المنزلية، والأجهزة الإلكترونية نتيجة لإجراءات الإغلاق وتدابير التباعد الاجتماعي.</p> <p>Amazon Prime: زاد عدد الاشتراكات في Amazon Prime بشكل ملحوظ، حيث استفاد العملاء من الشحن المجاني وخدمات البث الرقمي.</p> <p>نمو التجارة الإلكترونية: أصبح التسوق عبر الإنترنت ضرورياً، مما دفع المزيد من الناس لاستخدام منصات أمازون لشراء مختلف السلع.</p>	<p>الطلب على المنتجات والخدمات</p>

<p><b>استقرار التوظيف:</b> استقرت معدلات التوظيف، مع استمرار التركيز على تحسين بيئة العمل وزيادة الأجور.</p> <p><b>الابتكارات اللوجستية:</b> زادت أمازون من استثماراتها في التكنولوجيا اللوجستية، بما في ذلك الطائرات بدون طيار ومركبات التسليم الذاتية، لتحسين الكفاءة وتقليل التكاليف.</p>	<p><b>زيادة كبيرة في التوظيف:</b> وظفت أمازون مئات الآلاف من العمال الجدد لتلبية الطلب المتزايد. أعلنت الشركة عن توظيف 175,000 عامل إضافي في مارس وأبريل 2020.</p> <p><b>تحسينات لوجستية:</b> تم تعزيز مراكز الشحن والتوزيع، وزيادة استخدام الروبوتات لتحسين الكفاءة وتقليل أوقات التسليم.</p>	<p><b>التوظيف وإدارة العمليات</b></p>
<p><b>الابتكار المستمر:</b> استمرت أمازون في توسيع نطاق خدمات AWS والابتكار في مجالات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة.</p> <p><b>التكنولوجيا اللوجستية المتقدمة:</b> زادت الشركة من استخدام الروبوتات في مراكز التوزيع، كما طورت تكنولوجيا الطائرات بدون طيار لتحسين خدمات التسليم.</p>	<p><b>توسيع خدمات AWS:</b> شهدت خدمات AWS نمواً كبيراً بسبب زيادة الطلب على الحوسبة السحابية والعمل عن بعد.</p> <p><b>تحسين تقنيات الشحن:</b> استثمرت أمازون في تحسين تقنيات الشحن والتسليم لتلبية الطلب المتزايد وضمان سلامة المنتجات.</p>	<p><b>الابتكار التكنولوجي</b></p>
<p><b>استمرار النمو:</b> استمرت أمازون في تحقيق نمو قوي في الإيرادات، وإن كان بمعدل أقل مقارنة بفترة الجائحة.</p> <p><b>تنويع مصادر الإيرادات:</b> ركزت الشركة على تنويع مصادر الإيرادات من خلال توسيع الخدمات المالية والدخول في قطاعات جديدة مثل الرعاية الصحية والتكنولوجيا.</p>	<p><b>إيرادات قياسية:</b> حققت أمازون إيرادات وأرباح قياسية بفضل الزيادة الكبيرة في الطلب على منتجاتها وخدماتها.</p> <p><b>النمو في الخدمات السحابية:</b> شهدت AWS نموًا هائلًا بسبب انتقال العديد من الشركات إلى العمل عن بُعد وزيادة الطلب على الخدمات السحابية.</p>	<p><b>الأداء المالي</b></p>

<p><b>تعزيز المبادرات الخضراء:</b> استمرت أمازون في تعزيز مبادراتها البيئية، بما في ذلك الاستثمار في الطاقة المتجددة واستخدام الشاحنات الكهربائية وتقنيات النقل المستدام، بما في ذلك الاستثمار في مزارع الرياح والطاقة الشمسية، لدعم عملياتها العالمية.</p> <p><b>تحسين ظروف العمل:</b> ركزت الشركة على تحسين ظروف العمل للموظفين، بما في ذلك زيادة الأجور وتقديم برامج تدريبية وتطويرية.</p> <p><b>المبادرات المجتمعية:</b> عززت أمازون من مشاركتها المجتمعية من خلال برامج دعم التعليم، مبادرات الإغاثة الإنسانية، ودعم الشركات المتوسطة والصغيرة.</p>	<p><b>الإجراءات الصحية:</b> اتخذت أمازون إجراءات صارمة لحماية صحة وسلامة الموظفين، بما في ذلك توفير معدات الحماية الشخصية وإجراء فحوصات دورية.</p> <p><b>مبادرات الاستدامة:</b> زادت أمازون من استثماراتها في مبادرات الاستدامة والطاقة المتجددة، متعهدة بتحقيق صافي انبعاثات صفرية بحلول عام 2040.</p>	<p><b>الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية</b></p>
--	---	---

المصدر: من إعداد الطالب وبالإعتماد على الدراسات السابقة.

خلال جائحة كورونا، شهدت أمازون زيادة غير مسبوقه في الطلب على منتجاتها وخدماتها، مما أدى إلى توسع كبير في عملياتها وتوظيف آلاف العمال الجدد، حيث ركزت الشركة على الابتكار السريع في مجالات التكنولوجيا واللوجستيات لتحسين الكفاءة وتلبية الطلب المتزايد.

ما بعد الجائحة، استمرت أمازون في تحقيق نمو مستقر مع التركيز على الاستدامة والابتكار التكنولوجي. كما حافظت الشركة على مكتسباتها من فترة الجائحة، مع تحسين ظروف العمل وتعزيز المبادرات الاجتماعية والبيئية.

هذه التحولات جعلت أمازون أقوى وأكثر استعدادًا لمواجهة التحديات المستقبلية وتحقيق نمو مستدام. كما عززت أمازون من مكانتها كشركة رائدة في التجارة الإلكترونية والخدمات السحابية، مع تحقيق أداء مالي قوي.

## خلاصة الفصل:

أمازون هي شركة رائدة في مجالات التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا، مع استراتيجية تركز على الابتكار المستمر، التوسع العالمي، والاستدامة. من خلال تقديم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المتنوعة، والاستثمار في التقنيات المتقدمة، وتبني المبادرات البيئية والاجتماعية.

كما لعبت أمازون دورا بارزا في زيادة حجم التجارة الدولية من خلال استراتيجياتها التوسعية، الابتكار في الخدمات اللوجستية، وتوفير منصات تسهل عمليات البيع والشراء الدولية. بفضل هذه الجهود، ساعدت الشركة على تعزيز التجارة العالمية، ودعم البائعين المحليين والدوليين، وخلق فرص اقتصادية جديدة حول العالم.

على الرغم من التحديات التنظيمية والتنافسية، تظل أمازون في طليعة الشركات التي تشكل مستقبل التجارة الإلكترونية الدولية.

# حائز

## خاتمة

لقد شهدت الأسواق الإلكترونية تطوراً هائلاً في السنوات الأخيرة، مما أثر بشكل كبير على نمو حجم التجارة الدولية. وذلك باعتماد الأسواق على التكنولوجيا الرقمية لتسهيل عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت، مما يتيح للشركات والمستهلكين الوصول إلى الأسواق العالمية بسهولة وبدون عناء.

أحد أبرز الآثار الإيجابية للأسواق الإلكترونية هو توسيع نطاق الفرص التجارية، والتي كان الفضل الأكبر للإنترنت، حيث مكنت الشركات الصغيرة والمتوسطة من الوصول إلى عملاء جدد في مختلف أنحاء العالم، مما يعزز من قدرتها على المنافسة مع الشركات الكبيرة ويزيد من حصتها في السوق الدولية هذا الانفتاح ساهم في تحفيز النمو الاقتصادي وخلق فرص عمل جديدة.

إضافة إلى ذلك، تساهم الأسواق الإلكترونية بشكل عام في خفض تكاليف المعاملات وتسهيل العمليات اللوجستية، حيث يمكن للمستهلكين مقارنة الأسعار والمنتجات بسهولة عبر مختلف الأسواق الإلكترونية، مما يعزز من شفافية السوق ويدفع نحو تحسين جودة المنتجات والخدمات وتلبية حاجيات المستهلكين، كما أن التحويلات المالية الإلكترونية تسرع من عمليات الدفع، مما ينعكس إيجابياً على حركة الأموال وتسريع دورة التجارة الدولية.

من ناحية أخرى، تواجه التجارة الإلكترونية بعض التحديات التي يجب معالجتها لضمان تحقيق فوائدها بالكامل. من هذه التحديات التفاوت التكنولوجي بين الدول، حيث تفنقر بعض الدول إلى البنية التحتية اللازمة لدعم التجارة الإلكترونية. بالإضافة إلى قضايا الأمان والخصوصية التي تتطلب إجراءات صارمة لحماية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلكين.

وقد خصصنا من خلال دراستنا هذه إلى عملاق الأسواق الإلكترونية شركة أمازون Amazon والتي تعتبر من أهم الشركات الرائدة في مجالات التجارة الإلكترونية والتكنولوجية والأنظمة السحابية واللوجستية، كونها تتماشى مع متطلبات التجارة العالمية وذلك باستراتيجياتها التي تركز على تحسين أفضل الخدمات لعملائها وعلى الابتكار المستمر، والتوسع العالمي والاستدامة، وتوفير منصات تسهل عمليات البيع والشراء الدولية، بفضل هذه الاستراتيجيات والخطط أثرت شركة أمازون بشكل كبير في زيادة حجم التجارة الدولية.

بشكل عام، يمكن القول إن الأسواق الإلكترونية تمثل قوة دافعة لنمو حجم التجارة الدولية، مع تحقيق توازن بين الفرص والتحديات. إن الاستفادة المثلى من هذه الأسواق تتطلب تعاوناً دولياً لتحسين البنية التحتية الرقمية وتطوير التشريعات التي تضمن بيئة تجارية آمنة وعادلة للجميع.

## النتائج:

- تعتمد التجارة الدولية في السنوات الأخيرة بكثرة على نشاط الأسواق الالكترونية في زيادة حجم التجارة العالمية.
- للأسواق الالكترونية أهمية بارزة في الوصول الى عملاء دوليين من مختلف انحاء العالم.
- تعمل الأسواق الالكترونية الى تلبية رغبات المستهلكين والتنبؤ بالاحتياجات المستقبلية لهم.
- توفير عدة أسواق الكترونية مع اختلاف وتنوع المنتجات تساعد العملاء على المقارنة بين الأفضل والتعامل الاريح الذي يساعدهم في عملية الشراء.

## التأكد من الفرضيات:

- **الفرضية 1: والتي تقول ان:** (تكمن اهم تعاملات امازون في التجارة الدولية الى توسعاتها العالمية التي موجودة في اغلب بلدان العالم، وكذلك خدمات الشحن العالمية والتوسع في المنتجات والخدمات.) **فرضية صحيحة**، اذ ان أساس تعاملات امازون في التجارة الدولية تقوم على التوسع في الأسواق العالمية والاستحواذات الاستراتيجية وتطوير البنية التحتية لخدمات الشحن الدولية وتنويع المنتجات والخدمات.
- **الفرضية 2: التي تقول ان:** (من أهم مبادئ سوق امازون في التجارة الدولية حرصها الشديد على التركيز على العملاء وكذلك الابتكارات المستمرة والأمان والموثوقية، والتفاعل مع المجتمعات المحلية.) **فرضية صحيحة**، حيث ان سوق امازون منذ نشأته حرص على إعطاء أهمية كبيرة للعملاء والتركيز على آرائهم وخدماتهم لتلبيتها وتوفير احتياجاتهم.
- كذلك حرصت أمازون على التطوير المستمر والابتكارات العلمية التي ساعدت المستهلكين بث شعور الأمان والموثوقية.
- **الفرضية 3: التي تقول ان:** (يؤثر سوق امازون في تعزيز نشاط التجارة الدولية من خلال تعزيز الأرباح والوصول الى الأسواق العالمية لتوسيع نطاقها، توفير منصات للبائعين الدوليين، تقديم خدمات شحن سريعة، تسهيل المعاملات المالية الدولية.) **فرضية صحيحة**، حيث من أهم أثار أمازون في التجارة الدولية هو تعظيم الأرباح وتوسيع

النطاق العالمي وتوفير خدمات شحن سريعة دولية والاستحوذات الدولية واحترام اللوائح القانونية الدولية.

### التوصيات والاقتراحات:

- توفير خدمة عملاء مميزة في جميع الأسواق الالكترونية وكذا تحسين خدمة ارجاع المنتجات في حالة لم تلبى احتياجات المستهلك.
- الاهتمام بإصلاح البنية التحتية للأسواق الالكترونية من خلال تشجيع الاستثمار والمبادرات الإنسانية.
- توفير أفضل العروض التي تجذب المستهلكين وتلبي متطلباتهم.
- تحسين خدمات الشحن والهدف ايصالها في الوقت المناسب وفي العنوان المناسب.
- توفير بيئة تجارية ملائمة.
- التوسع العالمي والاستحوذات الاستراتيجية التي تزيد من حجم النشاط التجاري.

### أفاق الدراسة:

- من خلال بحثنا هذا والى ما تطرقنا اليه من تعاملات للأسواق للإلكترونية في زيادة نمو حجم التجارة الدولية رأينا ان موضوع الدراسة ذو أفاق مستقبلية هامة خاصة في ظل الانتشار الرهيب والسريع للتكنولوجيا وبالتالي ستكون هناك تحولات وموازن تتغير باختلاف الوقت وباختلاف رغبات العملاء، لذلك نقترح على الباحثين بعض المواضيع لدراستها مستقبلا:
- الاتجاهات المستقبلية للأسواق الالكترونية وأثرها على حركة التجارة الدولية.
  - أثار الاستحوذات التجارية للشركات الكبرى دراسة حالة سوق. كوم.
  - أهمية التجارة الدولية في توفير حركة البضائع والسلع.

# قائمة المراجع

## أولاً: باللغة العربية

### الكتب:

- موسى سعيد مطر وآخرون، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، عمان، الأردن، 2001.
- مصطفى رشدي، اتفاقية التجارة العالمية في عصر العولمة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 1999.
- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- رشاد العصار وآخرون، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
- صلاح الدين نامق، التجارة الدولية، الطبعة الثالثة، دار المعارف، القاهرة، مصر، 1999.
- دياب محمد، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهج اللبناني للدراسات والتوثيق، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2010.
- جمال جويدان الجمل، التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2010.
- السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006.
- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999.
- عماد مجدي عبد الملك، التجارة الإلكترونية، دار المطبوعات الجامعة، مصر، 2011.
- دمثيان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الوائل للنشر، الأردن، 2013.

## مطبوعات، أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير:

- شيخي حفيظة، ترشيد السياسات التجارية من أجل الاندماج الإيجابي للجزائر في الاقتصاد العالمي "المنظمة العالمية للتجارة"، مذكرة ماجستير في الاقتصاد، تخصص مالية دولية، جامعة وهران، 2011-2012.
- بن شني عبد القادر، تسيير عمليات التجارة الدولية، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثالثة، تخصص تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2021-2022.
- إيمان العاني، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2007.
- ثنية الريح أسامة، معيطي عبد الحق، دور التجارة الالكترونية في تعزيز حرية التجارة الدولية-دراسة حالة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2021-2022.
- أحمد نصر الدين عبد الباقي، دور التجارة الالكترونية في تطوير سوق مواد الإكساء الداخلي في المملكة العربية السعودية، دراسة تحليلية وصفية كمية تطبيقية عن شركة بيت الإباء للسيراميك والرخام في المملكة العربية السعودية، أطروحة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، الدنمارك، 2012.
- جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، سلسلة كتيبات تعريفية موجهة الى الفئة العمرية الشابة في الوطن العربي، العدد 20، صندوق النقد العربي 2021، ابوظبي، دولة الامارات العربية المتحدة.

## مجلات، ملتقيات، مداخلات، مقالات علمية:

- أمل حمد العليان، الأسواق الالكترونية، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الشيزاوي ماجد، أسس التجارة الالكترونية، الانترنت، الفهارس الإلكترونية ومحركات البحث التي تساعد الزبائن على إيجاد المنتجات والخدمات التي يرغبون شراءها.
- عبد اللطيف بلغرسة، تحديات العولمة الاقتصادية وانعكاسها على الجباية في إطار التجارة الالكترونية، مداخلات الملتقى الوطني حول السياسة الجباية للجزائر في الألفية الثالثة، جامعة البليدة: يومي 11/10 ماي 2004.
- د بو عافية رشيد، التجارة الالكترونية والاستثمار عبر شبكة الانترنت الإطار النظري والتطبيقي، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 18، المجلد 2018-01.
- شلغوم سمير، سبتي عبد القادر، أهمية الأسواق الالكترونية في ازدهار التجارة الالكترونية، مجلة الدراسات القانونية، مجلة علمية دولية سداسية محكمة صادرة عن مخبر السيادة والعولمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر.
- فرداس أسماء، التسويق بالعمولة، اتجاه حديث في التسويق الالكتروني- مع الإشارة الى امازون، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة، المجلد 03، العدد 02، 2021.
- ميلود بن خيرة وآخرون، واقع أداء شركات التجارة الالكترونية في ظل انتشار فيروس كورونا- دراسة حالة شركة امازون كنموذج، مجلة القيمة المضافة لاقتصاديات الاعمال، المجلد 02، العدد 01، 2020.
- حليلة خنوس وآخرون، استراتيجيات المؤسسات الافتراضية دراسة حالة مؤسسة امازون، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ABPR، العدد 15، 2019.

- حورية عبد اللطيف عبد الرشيد الوريكات، التجارة الالكترونية – امازون – دراسة حالة، مجلة رماح للبحوث والدراسات، العدد 74، كانون الأول، الجزء السادس، 2022.
- دراسة موسي سهام، تحليل تنافسية المتاجر الالكترونية (دراسة حالة موقع امازون Amazon.com)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، مجلة الباحث، العدد7، 2010-2009.
- عقيلة صدوقي، أمال معروف، إبراز أهمية الأسواق الافتراضية في التجارة الدولية من خلال عملاق التجارة الالكترونية Amazon، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 20، العدد 02، 14 ديسمبر 2019.
- أسس التجارة الالكترونية ومفاهيمها، الوحدة الأولى، منتديات جامعة القدس المفتوحة، [www.stqou.com](http://www.stqou.com).
- وفاء حرمة، سيف الدين تلي، واقع المنصات الرقمية للتجارة الالكترونية "منصة أمازون الرقمية أنموذجا"، جامعة أمين العقال الحاج موسى أق أخموك، تمنراست، الجزائر، مجلة المدبر، المجلد 09، العدد خاص، 03 أكتوبر 2022.

### ثانيا: باللغة الأجنبية

- SONTIAGA Cavanillas mugica, Commerce électronique le temps des certitudes, bruxelles, Delta. 2001, P 16.
- "The Importance of eCommerce for Your Business in 2022", digital marketing community, 16/6/2022, Retrieved 2/7/2022. Edited.
- Grace Baldwin i, "The Strategies Behind Amazon's Success" (9/3/2020), omniaretail, Retrieved 23/12/2021. Edited.

## المواقع الإلكترونية:

- <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- <https://diggipacks.com/>
- <https://mawdoo3.com>
- <https://www.macrotrends.net/>
- <https://www.annajah.net/>
- <https://techcrunch.com/>
- <https://fr.statista.com/>
- <https://www.statista.com/>

# الملاحق

## قائمة المختصرات:

المختصرات	بالإنجليزية	بالعربية
<b>WTO</b>	World Trade Organization	منظمة التجارة العالمية
<b>NAFTA</b>	North American Free Trade Agreement	اتفاقية التجارة الحرة لأمريكا الشمالية
<b>E-commerce</b>	Electronic Commerce	التجارة الإلكترونية
<b>B2B</b>	Business to Business	الاعمال الى الاعمال
<b>B2C</b>	Business to Consumer	الاعمال (الشركات) الى المستهلك
<b>G2B</b>	Government to Business	الحكومات الى الاعمال (الشركات)
<b>G2C</b>	Government to Consumer	الحكومات الى المستهلك
<b>C2C</b>	Consumer to Consumer	المستهلك الى المستهلك
<b>C2B</b>	Consumer to Business	المستهلك الى الاعمال (الشركات)
<b>P2P</b>	Peer to Peer	النظير للنظير أو الند للند
<b>E-Malls</b>	Electronic malls	المولات (مراكز التسوق) الإلكترونية
<b>E-Marketplace</b>	Electronic Marketplace	المتجر الإلكتروني
<b>E-Distributor</b>	Electronic Distributor	الموزع الإلكتروني
<b>AWS</b>	Amazon Web services	خدمات الويب لآمازون
<b>A/B</b>	this is a method of trying out two different website/product listings to compare and contrast sales metrics, typically conversion rates.	هذه طريقة لتجربة قائمتين مختلفتين لموقع ويب/منتج لمقارنة وتباين مقاييس المبيعات، وعادةً معدلات التحويل.
<b>FBA</b>	Fulfillment By Amazon	التنفيذ من قبل أمازون



## تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة): **تَمِيمَة أَيْمَن** ..... المولود(ة) بتاريخ: **23-04-2000** ب: **المسيلة** .....  
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أورس) رقم: **00235873**... الصادرة بتاريخ: **25-08-2020** من: **بلدية المسيلة**  
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: **علوم تجارية - تخصص: مالية وتجارة دولية** خلال السنة الجامعية **2023-2024**  
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: "....."  
**تعاملات الأسواق الإلكترونية ونميتها وأثرها على نمو  
مجتمعات التجارة الدولية**  
\* دراسة حالة سوق أمازون في الفترة **2014 - 2023** \*  
أصح بشرفي أنني التزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: **04/06/2024**

التوقيع و البصمة