جامعة فرحات عباس – سطيف01 –

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قســـم العلوم الاقتصادية

مـــذكـــــرة

مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر شعبة العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

المـــوضوع :

التحول الرقمي ونمو الاستثمار الاجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية

من إعداد الطالب(ة):

جارف فيصل

تحت إشراف الأستاذ(ة):

حراق سمية

مهني دنيازاد	أستاذ محاضر-ب-	رئيس لجنة
حراق سمية	أستاذ محاضر-ب-	مشرفة
زروق عبد سلام	أستاذ محاضر-أ-	مناقش

لجنة المناقشة (ة):

السنة الجامعية: 2024/ 2025

جامعة فرحات عباس – سطيف01 –

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قســـم العلوم الاقتصادية

مـــذكـــــرة

مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر شعبة العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

المـــوضوع :

التحول الرقمي ونمو الاستثمار الاجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية

من إعداد الطالب(ة):

جارف فيصل

تحت إشراف الأستاذ(ة):

حراق سمية

مهني دنيازاد	أستاذ محاضر-ب-	رئيس لجنة
حراق سمية	أستاذ محاضر-ب-	مشرفة
زروق عبد سلام	أستاذ محاضر-أ-	مناقش

لجنة المناقشة (ة):

السنة الجامعية: 2024/ 2025

الشكر و العرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على سيدنا مُحَمَّد وعلى آله وصحبه أجمعين.

في البداية، أشكر الله العلي القدير الذي وفقني لإتمام هذا العمل وأنار لي الدرب للوصول إلى هذه المرحلة من العلم والمعرفة.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذة الفاضلة حراق سمية على بفضلها بالإشراف على هذه المذكرة، وعلى ما قدمت لي من توجيهات قيمة وملاحظات سديدة ومتابعة مستمرة، كان لها الأثر البالغ في إخراج هذا العمل بصورته النهائية.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كافة أعضاء الهيئة التدريسية لما قدموه من دعم علمي ومعرفي خلال سنوات دراستي.

وأخص بالشكر الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة الموقرة، على تفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة وإثرائها بملاحظاتهم القيمة.

كما أتقدم بجزيل الشكر لزملائي وزميلاتي في الدراسة على روح التعاون والمساعدة التي سادت بيننا طوال فترة الدراسة.

وأخيراً، أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد ولم يتسع المقام لذكرهم.

لكم مني جميعاً خالص الشكر والتقدير والاحترام.

الاهداء

إلى من علمني العطاء دون انتظار... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار... أبي العزيز

إلى ملاكي في الحياة... إلى معنى الحب والحنان والتفاني... إلى بسمة الحياة وسر الوجود... أمي الحبيبة

إلى سندي وقوتي ومصدر عزتي... إخوتي وأخواتي

إلى أصدقائي ورفقاء دربي... من تحلّو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء

إلى أساتذتي الكرام الذين مهدوا لي طريق العلم والمعرفة

إلى كل من وقف بجانبي وساندني خلال مسيرتي الدراسية

إلى كل من علمني حرفاً... أصبح سنا برقه يضيء الطريق أمامي

إلى كل هؤلاء... أهدي ثمرة جهدي وتعبي وحصاد مشواري الدراسي

أهدي هذا العمل المتواضع مع خالص الشكر والتقدير والعرفان

فهرس المحتويات :

الشكر و العرفان .....

الاهداء .....

فهرس المحتويات : .....أ

فهرس الجداول .....ث

فهرس الاشكال ..... ج

مقدمة:.....1

إشكالية الدراسة:.....1

فرضيات الدراسة:.....2

أهداف الدراسة:.....2

أهمية الدراسة:.....3

حدود الدراسة: 3

صعوبات الدراسة: 3

منهج الدراسة:.....4

محاور الدراسة: 4

نموذج الدراسة: 5

التعاريف الإجرائية:.....6

الإطار النظري للدراسة: 7

I-التحول الرقمي-المفاهيم والتطورات : 8

1. الإطار النظري للتحول الرقمي: 8

1.1تعريف التحول الرقمي:.....8

2. تطور التحول الرقمي عالميا: 11

3. أبعاد التحول الرقمي: 12

4. مؤشرات التحول الرقمي: 13

2-تأثير التحول الرقمي على التجارة الالكترونية: 14

2.2.تحديات التحول الرقمي في التجارة الالكترونية:.....15

II- الاستثمار الاجنبي في قطاع التجارة الالكترونية : 16

1.ماهية الاستثمار الاجنبي و أبعاده 16

1.1 تعريف الاستثمار الاجنبي المباشر وغير المباشر 16
1-1-1- تعريف الاستثمار الاجنبي المباشر: 17
1-1-2-تعريف الاستثمار الاجنبي الغير المباشر: 17
2.1.أبعاد الاستثمار الأجنبي في التجارة الالكترونية: 18
1. 3 عوامل جذب الاستثمار الاجنبي : 19
4.1 مزايا الاستثمار الأجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية: 19
III- الدراسات السابقة 20
1.الدراسات السابقة باللغة العربية 20
3.الفرق بين الدراسة والدراسات السابقة: 25
الإطار المنهجي للدراسة 26
1. منهج البحث: 26
2. مجتمع وعينة الدراسة: 27
3. التعريف بالوحدة محل الدراسة: 27
4. مصادر جمع البيانات: 28
5. المصادر الرئيسية: 29
6. المصادر الثانوية: 30
7. أدوات الدراسة: 30
دور التحول الرقمي في الصين في تعزيز بيئة الاستثمار الأجنبي المباشر بقطاع التجارة الإلكترونية في الصين 33
أولا-واقع البنية الرقمية في الصين 33
1-1 شبكات الجيل الخامس (G5) 35
1-2 تدفق الإنترنت عريض النطاق الثابت -خطة "الإنترنت بلس Internet Plus – 2015 36
2-مراكز البيانات والحوسبة 38
3-الحوسبة السحابية 40
4-الذكاء الاصطناعي 42
5- الطباعة الثلاثية الأبعاد D3 45
6-المدفوعات الرقمية 46
7-مبادرة الحزام والطريق (Belt and Road Initiative - BRI) 46
8- استراتيجية "صنع في الصين 2025" (Made in China 2025) 48
ثانيا-تحليل الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية في الصين 55
1-التطور التاريخي للاستثمار الأجنبي المباشر في الصين 55

3- و اقع وتوجهات تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في التجارة الإلكترونية في الصين 60
أ-مجموعة Alibaba 72
1. الهيكل المؤسسي والحوكمة 72
2. البيانات المالية التفصيلية 2024-2025 74
ب- منصة JD.COM 82
1. تعريف المنصة 82
2. الهيكل المؤسسي والحوكمة 82
المراجع 90
الملاحق : 95
الخاتمة العامة 96

فهرس الجداول

رقم الجدول	الجدول	الصفحة
1	تطور التحول الرقمي عالميا	11
2	إجمالي مبيعات التجزئة ومبيعات السلع الاستهلاكية في الصين (2001–2016)	51
3	واردات وصادرات السلع حسب الدول والمناطق الرئيسية، معدلات النمو والنسب المئوية في عام 2023	58
4	الاستثمار الأجنبي والموارد المالية الخارجية (مليار دولار)	61
5	إجمالي قيمة الاستثمار الأجنبي المباشر ومعدلات النمو في الصين في عام2023	62
6	تطور سوق التجارة الإلكترونية الصينية(2020-2025) .	66
7	التوزيع حسب قطاعات السوق(2025)	67
8	حصص السوق التفصيلية حسب المنصة(2025)	69
9	هيكل ملكية أسهم علي بابا (مارس 2025)	72
10	النتائج المالية الفصلية لشركة Alibaba (بملايين دولار)	74
11	تحليل الربحية حسب القطاع في شركةAlibaba 2024	76
12	محفظة التكنولوجيا الخاصة بشركةAlibaba	78
13	استثمارات Alibaba في مجال البحث والتطوير حسب المجال(2024)	79
14	هيكل المساهمين في JD.com (مارس 2025)	81
15	النتائج المالية الفصلية لشركة JD.com بملايين اليوان الصيني	83
16	تحليل الربحية حسب القطاع لشركة(2024) JD.com	84
17	الشبكة اللوجستية لشركة(2025) JD.com	85
18	التقنيات اللوجستية لشركةJD.com	86

فهرس الاشكال

رقم الشكل	الشكل	الصفحة
1	مؤشرات التحول الرقمي	14
2	مصادرجمع البيانات	29
3	متوسط حصة البحث السنوية للاقتصادات الكبرى عبر64 تقنية (2003-2023).	33
4	عدد مشتركي الهاتف المحمول في الصين من عام 2012 إلى عام 2023	35
5	عدد مستخدمي الإنترنت عريض النطاق الثابت بنهاية العام 2019-2023	37
6	توزيع مراكز البيانات ومراكز البيانات الوطنية	38
7	انتشار البنية التحتية للبيانات في العالم	39
8	و اقع و أفاق سوق الحوسبة السحابية في الصين	41
9	براءات الاختراع الممنوحة للذكاء الاصطناعي (% من إجمالي براءات الاختراع العالمية) حسب المناطق الجغرافية المختارة، 2010-2023.	43
10	استراتيجية تطوير الذكاء الاصطناعي في الصين	43
11	أبل PEACE	46
12	الأهداف شبه الرسمية لحصة المنتجات الصينية في السوق المحلية	48
13	إجمالي معاملات التجارة الإلكترونية في الصين من عام 2004 إلى عام 2016	50
14	حجم التجارة بالتجزئة عبرالإنترنت في الصين من عام 2008 إلى عام 2016	51
15	حجم التجارة بالتجزئة عبرالإنترنت في الصين2024-2025	53
16	تاريخ تطورالاستثمارالأجنبي المباشرفي الصين	55

17	و اقع التشتت الجغرافي لتدفقات الاستثمار الأجنبي عالميا	56
18	توزيع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI) في سنة 2023.	63
19	سوق التجارة الإلكترونية الصينية(2025-2020) .	66
20	التوزيع حسب قطاعات السوق(2025)	68
21	حصص السوق التفصيلية حسب المنصة(2025)	70
22	هيكل ملكية أسهم علي بابا (مارس 2025)	72
23	الحصيلة المالية لشركة Alibaba في الربع الأخير من عام 2024	74
24	الحصيلة المالية لشركة Alibaba في الربع الأول من عام 2025	75
25	تحليل الربحية حسب القطاع في شركة Alibabaفي عام 2024	77
26	استثمارات Alibaba في مجال البحث والتطوير حسب المجال(2024)	80
27	الحصيلة المالية لشركة JD.comفي الربع الأول من عام 2025	83
27	تحليل الربحية حسب القطاع لشركة(2024) JD.com	85

فهرس الملاحق

رقم الشكل	الشكل	الصفحة
1	جدول تحليلي وثيقة	93

مقدمة:

يشهد العالم اليوم تطورا متسارعا في مجالات التكنولوجيا والمعلوماتية، مما أدى إلى بروز مفهوم التحول الرقمي كأحد المحركات الأساسية للنمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة. وقد أصبح التحول الرقمي يشكل ركيزة جوهرية في إعادة تشكيل القطاعات الاقتصادية المختلفة، وعلى رأسها قطاع التجارة الإلكترونية، الذي يعد من أسرع القطاعات نموا على المستوى العالمي. فقد ساهمت الابتكارات الرقمية والحلول التقنية الحديثة في إحداث نقلة نوعية في طريقة ممارسة الأنشطة التجارية، حيث باتت عمليات البيع والشراء تتم عبر منصات إلكترونية عابرة للحدود، مما أدى إلى توسع الأسواق وزيادة الفرص الاستثمارية.

في هذا السياق، اكتسب الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية أهمية متزايدة، نظرا لدوره الحيوي في توفير رؤوس الأموال، ونقل التكنولوجيا، ورفع كفاءة البنية التحتية الرقمية، إلى جانب خلق فرص عمل جديدة وتعزيز التنافسية. ومع ذلك، فإن جذب الاستثمار الأجنبي إلى هذا القطاع يواجه العديد من التحديات، لاسيما في ظل التحول الرقمي، الذي يتطلب توافر بيئة تقنية متطورة، وأنظمة تشريعية مرنة، وأطر تنظيمية فعالة، بالإضافة إلى ضمان الأمن السيبراني وتعزيز المهارات الرقمية. وتأسيسا على ما تقدم، تبرز إشكالية هذه الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

إشكالية الدراسة:

كيف يشكل التحول الرقمي عاملا حاسما في تعزيز جاذبية السوق الصيني للاستثمار الأجنبي في التجارة الإلكترونية؟

وهذا يقودنا إلى طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ماهي ملامح البنية التحتية الرقمية في الصين وماهي مكوناتها؟

- ما هي علاقة البنية التحتية الرقمية بقطاع التجارة الالكترونية؟

- هل وجود بنية تحتية رقمية كفيل بتعزيز استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر في الصين؟

-كيف يؤثر وجود الشركات الأجنبية في السوق المحلي على تنافسية الشركات المحلية في قطاع التجارة الإلكترونية، وما هي الاستراتيجيات التي يمكن للشركات المحلية تبنيها لمواجهة هذه المنافسة؟

فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى** :يؤثر التحول الرقمي بشكل إيجابي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية من خلال تحسين البنية التحتية الرقمية وتعزيز سهولة الوصول إلى الأسواق.

- **الفرضية الثانية** :توفر التكنولوجيا الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي والتحليلات الضخمة، بيئة أكثر جاذبية للمستثمرين الأجانب، مما يزيد من حجم الاستثمارات في التجارة الإلكترونية.

- **الفرضية الثالثة** :تلعب سياسات الحكومات المتعلقة بالتحول الرقمي دورا رئيسيا في تحفيز أو تقييد الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث تؤثر اللوائح التنظيمية وجودة الاتصالات الرقمية على قرارات المستثمرين.

- **الفرضية الرابعة** : تؤدي رقمنة العمليات التجارية إلى تحسين الكفاءة التشغيلية وزيادة ثقة المستثمرين الأجانب، مما يسهم في نمو الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم التحول الرقمي وأبعاده المختلفة في قطاع التجارة الإلكترونية، مع إبراز أهمية الاستثمار الأجنبي في تنمية هذا القطاع. كما تهدف إلى إبراز دور البنية التحتية الرقمية في جذب الشركات المتعددة الجنسيات من خلال ادراج معايير جديدة وتوفير بيئة اعمال متطورة في قطاع التجارة الالكترونية في الصين. وتسعى إلى تحليل تأثير التحول الرقمي على أبعاد الاستثمار الأجنبي، بما يشمل نقل التكنولوجيا، تطوير البنية التحتية، خلق فرص العمل، وتعزيز التنافسية. بالإضافة إلى ذلك، تهدف إلى الوقوف على أبرز التحديات التي تواجه الدول في استقطاب الاستثمار الأجنبي في ظل التحول الرقمي.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة نظرا لتناولها أحد الموضوعات الحديثة والحيوية التي تستقطب اهتمام صناع القرار والباحثين، خاصة في ظل التحولات الاقتصادية العالمية التي تفرض على الدول ضرورة مواكبة التطورات الرقمية. فهي تسلط الضوء على العلاقة بين التحول الرقمي وجذب الاستثمار الأجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية. كما توفر إطارا معرفيا وتحليليا للدول الساعية إلى تحسين بيئتها الاستثمارية الرقمية من خلال الاستفادة من التجارب الدولية الناجحة، إلى جانب تقديم مقترحات عملية لصناع القرار حول كيفية تهيئة بيئة جاذبة للاستثمار الأجنبي في هذا القطاع. علاوة على ذلك، تسهم الدراسة في سد الفجوة البحثية المتعلقة بدور التحول الرقمي في دعم الاستثمار الأجنبي، خاصة في الاقتصادات الناشئة، مما يعزز الفهم العميق للتحديات والفرص المرتبطة بهذا المجال.

حدود الدراسة:

تقتصر هذه الدراسة على تحليل العلاقة بين التحول الرقمي وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية في الصين، وذلك خلال الفترة الزمنية الحديثة التي شهدت تسارعًا في التحول الرقمي (ما بعد 2015). كما تركز الدراسة على نموذجين رئيسيين هما شركتا Alibaba وJD.com، مما قد لا يعكس الصورة الكاملة لجميع الفاعلين في القطاع.

كما أن الدراسة تعتمد بشكل رئيسي على البيانات الثانوية المستقاة من التقارير الرسمية والدراسات السابقة، مما قد يحدّ من قدرتها على رصد بعض المتغيرات السياقية الدقيقة في البيئة الصينية الداخلية.

صعوبات الدراسة:

واجهت الدراسة عدداً من الصعوبات، من أبرزها:

- صعوبة الحصول على بيانات حديثة ومفصلة حول الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع التجارة الإلكترونية داخل الصين، خصوصًا تلك المتعلقة بالتقنيات المتقدمة والبيئة التنظيمية.
- تعدد وتداخل المفاهيم المرتبطة بالتحول الرقمي، مما تطلب مراجعة نظرية عميقة لتحديد التعريفات الدقيقة والمؤشرات المعتمدة في قياسه.
- الخصوصية العالية للبيئة الصينية، حيث تعتمد الصين على نموذج رقمي مركزي ومنغلق نسبيًا، مما يجعل المقارنة مع دول أخرى صعبة وغير دقيقة دائمًا.

- التطور السريع في مجال التكنولوجيا الرقمية، ما يجعل النتائج عرضة للتغير خلال فترة زمنية قصيرة، ويحد من إمكانية تعميمها على المدى البعيد.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى وصف وتحليل العلاقة بين التحول الرقمي وجذب الاستثمار الأجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية.

محاور الدراسة:

لمعالجة الإشكالية السابقة قسمت الدراسة إلى المحاور الرئيسية التالية:

1 واقع البنية التحتية الرقمية في الصين.

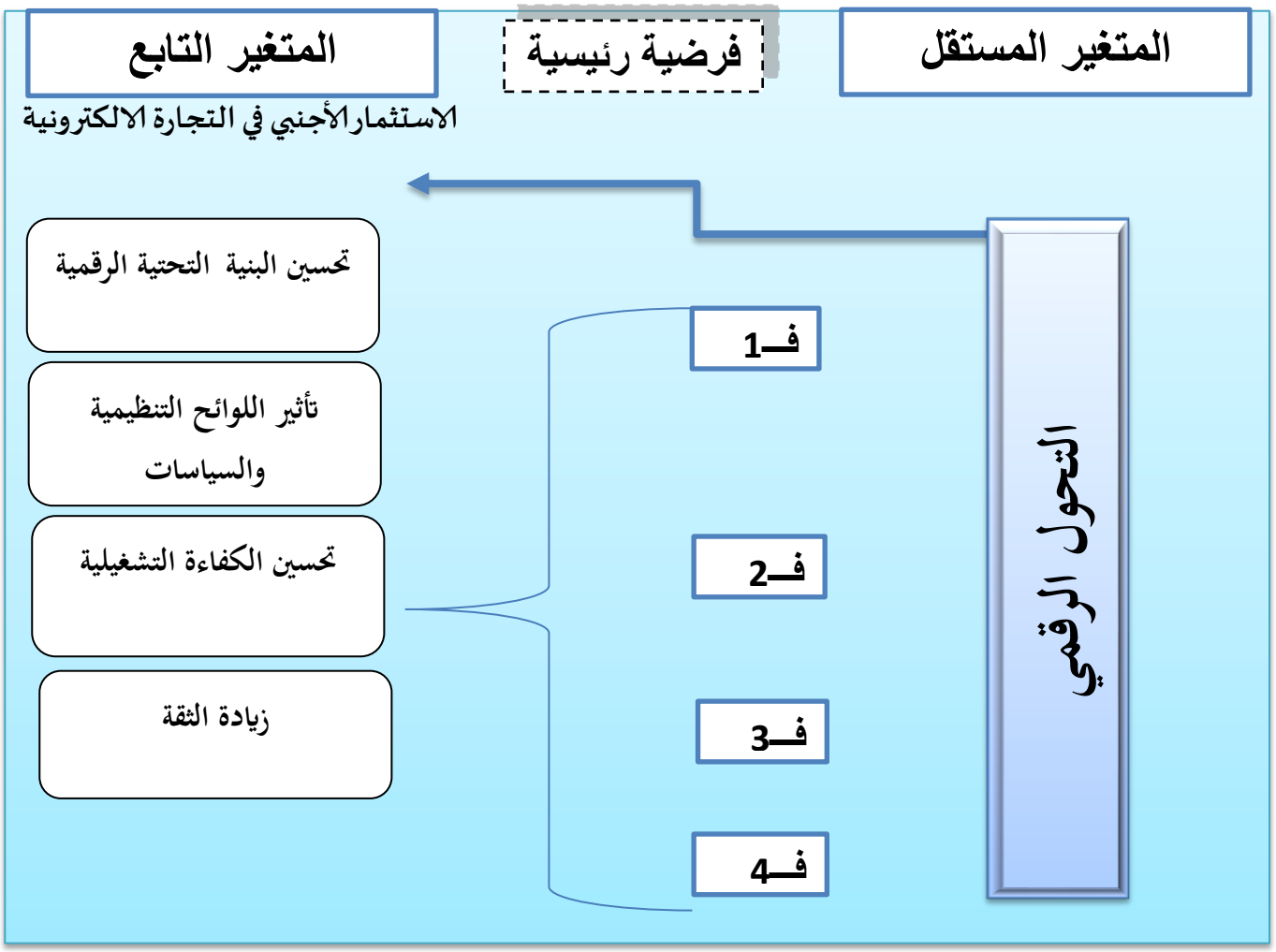
2- تحولات التجارة الإلكترونية العالمية في عصر الاقتصاد الرقمي.

3- التطور التاريخي للاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية الصينية.

4- تحليل تدفقات الاستثمار الأجنبي في التجارة الإلكترونية الصينية -دراسة حالة لشركتي Alibaba وJD.COM.

نموذج الدراسة:

الشكل رقم (01): أنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدراسات السابقة

التعاريف الإجرائية:

التحول الرقمي:

- **تعريف إجرائي:** هو عملية شاملة ومتكاملة لإعادة هيكلة طرق العمل، وإدارة الموارد، والتفاعل مع المستفيدين، وذلك من خلال تبني التقنيات الرقمية الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة، والحوسبة السحابية، وغيرها. ويتم قياس التحول الرقمي من خلال مجموعة من المؤشرات، مثل [1] :
  - مؤشر البنية التحتية الرقمية: مدى توافر شبكات الإنترنت عالية السرعة، وخدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المتطورة.
  - مؤشر استخدام التقنيات الرقمية: مدى استخدام المؤسسات والأفراد للتقنيات الرقمية في أنشطتهم المختلفة.
  - مؤشر الابتكار الرقمي: مدى قدرة المؤسسات على تطوير خدمات ومنتجات رقمية جديدة ومبتكرة.
  - مؤشر المهارات الرقمية: مدى توافر الكفاءات المدربة على استخدام التقنيات الرقمية.

الاستثمار الأجنبي:

- تعريف إجرائي: هو تدفق رؤوس الأموال من الخارج إلى داخل الدولة، بهدف إنشاء أو تطوير مشاريع اقتصادية في قطاعات مختلفة، بما في ذلك قطاع التجارة الإلكترونية. وينقسم الاستثمار الأجنبي إلى نوعين رئيسيين : (حلمي، 2020)
  - الاستثمار الأجنبي المباشر: هو استثمار يتمثل في تملك الشركات الأجنبية لأصول إنتاجية أو إنشائها في الدولة المضيفة، مع نية التأثير الفعلي على إدارة المشروع .
  - الاستثمار الأجنبي غير المباشر: هو استثمار يرتكز على تدفق رؤوس الأموال الأجنبية نحو الأسواق المالية، مثل شراء الأسهم والسندات.

[1] - ar.utupya.com/post/التحول-الرقمي-كيف-يمكن-للتكنولوجيا-أن-تحول-عملك-اليوم

التجارة الإلكترونية:

- تعريف إجرائي: هي عملية شراء وبيع المنتجات أو الخدمات عبر الإنترنت، وتشمل جميع الأنشطة التجارية التي يمكن أن تتم عبر الإنترنت، مثل البيع بالتجزئة، والبيع بالجملة، والتسويق الرقمي، وخدمات العملاء. وتشمل التجارة الإلكترونية مجموعة متنوعة من المنصات والأدوات، مثل:
  - المتاجر الإلكترونية: مواقع الويب التي تعرض المنتجات أو الخدمات للبيع عبر الإنترنت.
  - الأسواق الإلكترونية: منصات رقمية تجمع بين المشترين والبائعين لإجراء المعاملات التجارية عبر الإنترنت.
  - تطبيقات الهاتف المحمول: تطبيقات تتيح للمستخدمين تصفح وشراء المنتجات أو الخدمات عبر هواتفهم الذكية.

أبعاد الاستثمار الأجنبي في التجارة الإلكترونية:

- نقل التكنولوجيا: هو إدخال تقنيات حديثة وأنظمة متطورة إلى الأسواق المحلية، مما يعزز من كفاءة وفعالية العمليات الإلكترونية . (العجلان، 2018)
- تطوير البنية التحتية: هو تحسين شبكات الاتصالات والإنترنت، مما يسهل عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت.
- خلق فرص عمل: هو توفير وظائف جديدة في مجالات تقنية المعلومات، والتسويق الرقمي، وخدمات العملاء.
- تعزيز التنافسية: هو دفع الشركات المحلية إلى تحسين خدماتها ومنتجاتها لمواكبة المعايير العالمية.

الإطار النظري للدراسة:

تمهيد:

يشهد العالم في العقود الأخيرة تحولا جذريا في مختلف القطاعات الاقتصادية، بفضل التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ويعد التحول الرقمي من أبرز المظاهر التي أسهمت في إعادة تشكيل بيئة الأعمال عالميًا، حيث أدى إلى إحداث تغييرات جوهرية في طرق الإنتاج والتوزيع والتسويق. ومن أبرز القطاعات التي استفادت من هذا التحول قطاع التجارة الإلكترونية، الذي أصبح عاملا رئيسيا في

استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، خاصة في الدول التي طورت بنيتها الرقمية. لذا، أصبح فهم العلاقة بين التحول الرقمي ونمو الاستثمار الأجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية ضرورة ملحة، لفهم كيفية تسخير التطورات الرقمية في تحسين مناخ الاستثمار وتعزيز التنافسية الاقتصادية [1]..

I- التحول الرقمي-المفاهيم والتطورات :

يشكل التحول الرقمي أحد أبرز ملامح العصر الحديث، حيث أدى الانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية والاجتماعية على المستوى العالمي. فقد باتت الرقمنة محورا رئيسيا في تعزيز الكفاءة الإنتاجية، تحسين جودة الخدمات، وتسهيل الوصول إلى الأسواق. وفي ظل هذا التطور المتسارع، أصبح التحول الرقمي ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة، وفتح آفاق جديدة أمام الحكومات والشركات لتعزيز تنافسيتها في الاقتصاد الرقمي.

1. الإطار النظري للتحول الرقمي:

من أجل فهم أبعاد التحول الرقمي وتأثيراته الاقتصادية والاجتماعية، من الضروري التأسيس لإطار نظري متين يوضح المفاهيم الأساسية المرتبطة به، إضافة إلى تحليل مرتكزاته وأهدافه. إذ يمثل هذا الإطار مرجعا لفهم آليات التحول الرقمي، والعوامل المحركة له، والفرص والتحديات التي يفرضها على بيئة الأعمال [2].

1.1تعريف التحول الرقمي:

يعرف التحول الرقمي بأنه عملية التحول الكامل في كيفية استخدام التكنولوجيا الحديثة لتحسين الأداء الاقتصادي والإداري في المؤسسات. حيث يعتمد هذا التحول على تبني تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الكبيرة، بهدف تحسين جودة الخدمات والمنتجات، وتقليل التكاليف، وزيادة الإنتاجية (**سعاد، زواوي، و خضرة، صفحة 722**). ويشمل التحول الرقمي كل جوانب الأعمال، بدءا من الأنظمة الداخلية إلى تفاعل المؤسسة مع العملاء. يعتبر هذا التحول ضرورة في ظل التسارع الكبير في التغيرات التكنولوجية، حيث يمكن أن يساهم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات وفتح فرص جديدة للإبداع والابتكار.

[1]- د. إيناس شوقي وعبد الرحمن نعيم :*أثر التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي على النمو الاقتصادي في الدول النامية*، المجلة الدولية للاقتصاد وإدارة الأعمال، ط.1، 2024، ص 47.

[2]- د. جمال بوالي، د. رضوان الجبّاري :*الإطار النظري للتحول الرقمي في الشركات*، المجلة الدولية للمحاسبة والاقتصاد الرقمي، 2022، ص 350–352.

كما يشير التحول الرقمي إلى العملية التي تقود المؤسسة إلى دمج التقنيات في جميع أنشطتها من أجل تحسين أدائها. إنه نهج يرتكز على البيانات ويعتمد بشكل كبير على استخدام مجموعة من الخوارزميات المعقدة، والغرض من ذلك هو تعزيز اكتساب آفاق جديدة، وتسهيل المعاملات مع الزبائن، وضمان ولائهم من خلال الاستخدام الأمثل للوظائف المختلفة للمؤسسة (التسويق، سلسلة التوريد ، التمويل، الموارد البشرية، وغيرها) **(رانية و شوام بوشامة، صفحة 422)**.

بالإضافة لما سبق يشار الى التحول الرقمي بأنه عملية تبني التكنولوجيا الرقمية في مختلف المجالات بهدف تحسين الأداء وتقديم خدمات أكثر كفاءة وفعالية. أين يتطلب هذا التحول بيئة متطورة تعتمد على استخدام الأدوات الرقمية والذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة، مما يسهم في تبسيط الإجراءات وتقليل الأخطاء وزيادة سرعة الاستجابة لاحتياجات المستخدمين. كما يفرض التحول الرقمي تغييرًا جوهريًا في طرق العمل وأساليب الإدارة، مما يستدعي تطوير البنية التحتية التكنولوجية وتوفير التدريب اللازم للأفراد لضمان الاستخدام الأمثل لهذه التقنيات **(نصيرة، جريج ، و حريث، صفحة 50)**.

الى جانب ذلك يمكن تعريفه بأنه "انتقال المنظمة من التعامل مع الموارد المادية فقط إلى الاهتمام بموار معلوماتية تعتمد على الإنترنت وشبكات الأعمال، حيث تميل أكثر من أي وقت مضى إلى تجريد وإخفاء الأشياء وما يرتبط بها إلى الحد الذي أصبح رأس المال المعلوماتي هو العامل الأكثر فعالية في تحقيق أهدافها وفي استخدام مواردها **(ك و عبد العالي، ب. ، 2024، صفحة 63)**.

يشمل التحول الرقمي التكنولوجيا والبيانات، ويؤثر على الحكومات والشركات والأفراد. هذا التحول يظهر من خلال تبني تقنيات جديدة مثل الجيل الخامس (G5). البيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي.

الرقمنة تعد عاملا أساسيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث تتيح كميات هائلة من البيانات التي تساهم في تعزيز القيمة الاقتصادية والاجتماعية، الهدف من هذه الأدوات هو تسريع عملية التحول الرقمي وقياس التقدم فيه لتحسينه في المستقبل. **(OECD، 2024)**.

التحول الرقمي هو عملية تسريع استخدام التقنيات والبيانات الرقمية في الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية، سواء كانت قائمة أو جديدة، مما يؤدي إلى تغييرات جذرية في جميع القطاعات. يتيح هذا التحول فرصا كبيرة للنمو الاقتصادي والتطور الاجتماعي، لكنه يتطلب إدارة المخاطر المرتبطة به لضمان تحقيق الفوائد المرجوة. يعتمد نجاح التحول الرقمي على التعاون بين الدول والجهات الفاعلة، من خلال

نهج قائم على البيانات والأدلة، بهدف بناء مستقبل رقمي موثوق، مستدام، وشامل للجميع **(OECD، 2024)**.

وعليه نستنتج ان التحول الرقمي هو" **عملية شاملة ومتكاملة، تتجاوز مجرد استخدام التكنولوجيا، بل هي إعادة هيكلة جذرية لطرق العمل، وإدارة الموارد، والتفاعل مع المستفيدين، وذلك من خلال تبني التقنيات الرقمية الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي، و إنترنت الأشياء، وتحليل البيانات الضخمة، والحوسبة السحابية، وغيرها. يهدف هذا التحول إلى تحقيق أهداف استراتيجية، تشمل تحسين الكفاءة، وزيادة الإنتاجية، وتقديم خدمات ومنتجات مبتكرة، وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة على المستويات الاقتصادية والاجتماعية."**

وبالتالي يستمل تتمثل أهمية التحول الرقمي في ما يلي :

- بناء نموذج عمل مرن يساعد على تبسيط الإجراءات وتقليل وقت تقديم الخدمة.
- التخلص من العمليات التقليدية لزيادة الإنتاجية وتحسين مستوى أداء الخدمات.
- تقليل التكلفة الحكومية على الخدمات، ورفع مستواها، وإدخال خدمات جديدة.
- زيادة سرعة ومرونة وثقة تلقي الخدمة العامة، بالإضافة إلى قلة أو انعدام الأخطاء.
- تحسين ثقافة الابتكار والتطوير داخل بيئة العمل، بالإضافة إلى إعادة رسم وصياغة الطرق التي يجري التفكير والتعامل بها داخل المجتمع.

2. تطور التحول الرقمي عالميا:

السنة	الحدث الهام	التأثير على التحول الرقمي
نهاية القرن العشرين	انتشار الإنترنت والهواتف المحمولة	بداية التحول الرقمي وإعادة تشكيل طرق التفاعل والاستهلاك والخدمات
منتصف التسعينيات	إطلاق منصات الإنترنت التفاعلية (Classmates.com)	ظهور أولى بوادر التحول الرقمي في مجال التواصل الاجتماعي
2003	إطلاق MySpace و LinkedIn	توسع نطاق التواصل الاجتماعي وتنوع استخداماته
2004	ظهور Facebook	منصة تواصل اجتماعي واسعة الانتشار غيرت مفهوم التواصل والتفاعل عبر الإنترنت
2006	إطلاق Twitter	وسيلة جديدة للتواصل السريع ومشاركة المعلومات
2000	اختراع Blackberry	تطور الهواتف المحمولة ودخولها مرحلة جديدة من الذكاء والقدرات
2003	إطلاق شبكة G3	زيادة سرعة الإنترنت على الهواتف المحمولة وتسهيل استخدام التطبيقات والخدمات الرقمية
2007	ظهور نظام التشغيل Android	نظام تشغيل مفتوح المصدر ساهم في انتشار الهواتف الذكية وتنوعها
2020	إطلاق شبكة G5	نقلة نوعية في سرعة الإنترنت وتأثير كبير على تطوير التطبيقات والخدمات الرقمية
2024	أكثر من 2.5 مليار شخص متصل بالإنترنت	انتشار واسع للإنترنت وأهمية التحول الرقمي كضرورة حتمية

المصدر: من اعداد الطالب بناءا على عدة معطيات

الجدول الزمني يقدم صورة موجزة ومفيدة لتطور التحول الرقمي، مع التركيز على الأحداث التكنولوجية الرئيسية التي ساهمت في تسريعه وتشكيله. ومع ذلك، يجب أن ندرك أن التحول الرقمي يشمل أيضا جوانب أخرى مثل التغيرات في نماذج الأعمال، وطرق العمل، والتفاعل مع العملاء، والثقافة التنظيمية. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن نضع في الاعتبار أن الجدول يسلط الضوء على بعض الأحداث الهامة، ولكن هناك العديد من التطورات الأخرى التي ساهمت في تشكيل التحول الرقمي. وأخيرا، يجب أن نؤكد أن التحول الرقمي هو عملية مستمرة ومتطورة، ولا يمكن تحديد نقطة نهاية لها.

3. أبعاد التحول الرقمي:

التحول الرقمي هو عملية شاملة ومعقدة تتضمن عدة أبعاد متداخلة، تؤثر على مختلف جوانب المؤسسات والمجتمعات. لا يقتصر هذا التحول على تبنّي التقنيات الحديثة فحسب، بل يشمل أيضًا إعادة هيكلة العمليات، وتطوير نماذج الأعمال، وتغيير الثقافة التنظيمية، بما يعزز الكفاءة والابتكار والتفاعل مع المتغيرات المتسارعة في البيئة الرقمية.

يمكن تحديد الأبعاد الرئيسية للتحول الرقمي على النحو التالي: (السعدي والحربي، 2023)

- استخدام التقنيات الرقمية :أي مدى قدرة المنظمة على استغلال تكنولوجيا المعلومات وطموحها التكنولوجي في المستقبل .
- الاستراتيجية الرقمية: التحول الرقمي هو مهمة معقدة مستمرة يمكن أن تشكل عرقلة اذا لم يكن الشخص المسؤول من الناحية التشغيلية عن استراتيجية التحول الرقمي لديه خبرة كافية في المشاريع التحويلية بشكل مباشر لذلك من المهم تحديد مسؤوليات كافية و واضحة لتحديد وتنفيذ استراتيجية التحول الرقمي.
- القدرة التنبؤية والتحليلية: يجب على المؤسسة لكي تكون ناضجة بشكل رقمي أن يكون لها القدرة على التنبؤ بالظروف البيئية والتكيف معها بسرعة.
- رقمنة العملاء وعلاقاتهم: يتمحور هذا البعد حول جميع النواحي المتعلقة بعلاقات العملاء ومدى تأثير التحول الرقمي على هذه العلاقات.

ثقافة المنظمة والأفراد: لا ينجح التحول الرقمي الا اذا دعمه الناس العاملين في المنظمة، لذلك تعمل القيادة على توفير و خلق ظروف آمنة وصحية لقوة العمل، لتشجيع جميع الموظفين على النمو والابتكار و تحقيق نتائج مرضية . (عبد السلام، 2022)

4. مؤشرات التحول الرقمي:

تتجلى مؤشرات التجول الرقمي في ما يلي **(محمد، 2023، صفحة 94)**:

- ✓ **مؤشر الحكومات الرقمية:** ويهدف هذا المؤشر إلى قياس تحسن مستوى تقديم الخدمات العامة، بالإضافة إلى مضاعفة نسبة الشفافية في إدارة العمليات الحكومي.
- ✓ **مؤشر أسس التحول الرقمي:** ويهدف هذا المؤشر إلى قياس البنية التحتية الرقمية للدولة، مثل البيئة الرقمية، والتشريعات، والسياسات الحكومية، والأطر التنظيمية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى مدى الاستفادة من هذه البنية في تحسين الاقتصاد الوطني.
- ✓ **مؤشر الاستخدام الرقمي للمواطنين:** ويهدف هذا المؤشر إلى قياس مستوى استخدام المواطنين للتكنولوجيا والخدمات الرقمية في حياتهم اليومية، ويشمل الفئات المختلفة في المجتمع مثل الفئات المهمشة والشباب.
- ✓ **مؤشر الابتكار الرقمي:** ويهدف هذا المؤشر إلى قياس الابتكار الرقمي في القطاعات المختلفة، مثل التجارة الإلكترونية، والأبحاث والتطوير، والابتكار في الخدمات الرقمية. كما يتتبع تطبيقات التكنولوجيا الحديثة وأثرها على المجتمع وفعالية المشاريع الرقمية.

الشكل رقم(01): مؤشرات التحول الرقمي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدراسة: بوعتلي محمد، تنمية الحكومة الرقمية كعامل أساسي لتحقيق التحول الرقمي في الدول العربية.

2-تأثير التحول الرقمي على التجارة الالكترونية:

يعتبر التحول الرقمي عملية تبنّي التقنيات الرقمية الحديثة بهدف تحسين العمليات التجارية وتطوير الخدمات، مما يؤدي إلى تعزيز الكفاءة والابتكار في المؤسسات. في مجال التجارة الإلكترونية، يلعب التحول الرقمي دورا محوريا في تطوير هذا القطاع، إلا أنه يواجه أيضا مجموعة من التحديات التي تعيق تحقيق كامل إمكاناته . (محمود، 2023)

1.2.دور التحول الرقمي في تطوير التجارة الالكترونية :

التحول الرقمي أسهم بشكل كبير في تعزيز التجارة الإلكترونية من خلال:

- **توسيع نطاق الأسواق**: مكنت التقنيات الرقمية الشركات من الوصول إلى أسواق جديدة خارج الحدود الجغرافية التقليدية، مما زاد من قاعدة العملاء المحتملين.

- **تحسين تجربة العملاء:** أدى استخدام الأدوات الرقمية إلى تقديم خدمات مخصصة وسريعة، مما عزز رضا العملاء وزاد من ولائهم.

- **زيادة الكفاءة التشغيلية:** ساهمت الأتمتة واستخدام البرمجيات المتقدمة في تقليل التكاليف وتحسين إدارة المخزون وسلاسل التوريد.

- **تعزيز الابتكار:** أدى التحول الرقمي إلى تطوير نماذج أعمال جديدة، مثل المنصات الرقمية والتطبيقات المحمولة، التي غيرت من طرق تقديم واستلام الخدمات.

2.2.تحديات التحول الرقمي في التجارة الالكترونية:

على الرغم من الفوائد المذكورة، يواجه التحول الرقمي في مجال التجارة الإلكترونية عدة تحديات، أبرزها **(وهبة،أ وقارة،أ، صفحة 10):**

- **ضعف البنية التحتية الرقمية**: في بعض الدول، مثل الجزائر، تعاني البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من نقص التطور، مما يعيق تبني التقنيات الرقمية بشكل فعال.

- **القيود القانونية والتنظيمية**: عدم وجود أطر قانونية واضحة وشاملة للتجارة الإلكترونية يمكن أن يحد من نمو هذا القطاع ويخلق عراقيل أمام الشركات والمستهلكين.

- **نقص المهارات الرقمية**: قلة الكفاءات المدربة على استخدام التقنيات الحديثة تشكل عائقا أمام المؤسسات في تنفيذ استراتيجيات التحول الرقمي بفعالية.

- **المخاوف الأمنية**: تزايد التهديدات السيبرانية يثير قلق المستهلكين والشركات على حد سواء، مما يتطلب استثمارات كبيرة في مجال الأمن السيبراني.

- **المقاومة الثقافية للتغيير**: بعض المؤسسات والأفراد قد يظهرون مقاومة للتغيير والتحول نحو النماذج الرقمية، مما يتطلب جهودًا إضافية للتوعية والتدريب.

II- الاستثمار الاجنبي في قطاع التجارة الالكترونية :

شهد الاقتصاد العالمي خلال العقود الأخيرة تحولا جذريا بفعل التقدم التكنولوجي المتسارع، الأمر الذي أدى إلى ظهور أنماط جديدة من الأنشطة الاقتصادية، كان أبرزها قطاع التجارة الإلكترونية. وقد أصبح هذا القطاع من أكثر المجالات جذبا للاستثمارات الأجنبية، نظرا لما يوفره من فرص نمو كبيرة وانخفاض تكاليف التشغيل مقارنة بالتجارة التقليدية. كما أتاح التطور الرقمي للشركات الأجنبية الدخول بسهولة إلى الأسواق المحلية عبر منصات إلكترونية، مما عزز من تدفق رؤوس الأموال الأجنبية نحو هذا القطاع. وبالتالي، فإن الاستثمار الأجنبي في التجارة الإلكترونية أصبح يشكل عنصرا محوريا في دعم الاقتصاد الرقمي، ورفع مستويات التنافسية، وتحفيز الابتكار في الأسواق المحلية والعالمية.

1.ماهية الاستثمار الاجنبي و أبعاده

يشكل الاستثمار الأجنبي أحد الركائز الأساسية لتعزيز التنمية الاقتصادية في الدول، حيث يسهم في دعم رأس المال المحلي، ونقل التكنولوجيا، وخلق فرص عمل جديدة. ومع تسارع وتيرة العولمة والانفتاح الاقتصادي، ازدادت أهمية تدفقات رؤوس الأموال الأجنبية، سواء المباشرة أو غير المباشرة، لما لها من تأثيرات واسعة على مختلف القطاعات الاقتصادية. وفي قطاع التجارة الإلكترونية، يبرز الاستثمار الأجنبي كعامل حاسم لتسريع التحول الرقمي، وتحفيز الابتكار، وتعزيز تنافسية الأسواق المحلية. لفهم طبيعة هذه الاستثمارات، لابد من التطرق لتعريفها وأنواعها، بالإضافة إلى أبعادها المختلفة وانعكاساتها على الاقتصادات الوطنية.

1.1 تعريف الاستثمار الاجنبي المباشر وغير المباشر

يمثل الاستثمار الأجنبي أحد المحركات الأساسية لتعزيز النمو الاقتصادي في الدول، خاصة في ظل العولمة والانفتاح الاقتصادي. ويتخذ الاستثمار الأجنبي أشكالا متعددة، أبرزها الاستثمار الأجنبي المباشر، الذي يتمثل في تملك الشركات الأجنبية لأصول إنتاجية أو إنشائها في الدولة المضيفة، والاستثمار الأجنبي غير المباشر، الذي يرتكز على تدفق رؤوس الأموال الأجنبية نحو الأسواق المالية. ويعد التمييز بين هذين النوعين من الاستثمارات ضروريا لفهم أثر كل منهما على الاقتصاد الوطني، لاسيما في قطاعات حديثة مثل التجارة الإلكترونية، التي أصبحت بيئة خصبة لاستقطاب هذه . (حلمي، 2020) .

1-1-1- تعريف الاستثمار الاجنبي المباشر:

- **تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD):**

"الاستثمار الأجنبي المباشر هو استثمار يتمثل في الحصول على مصلحة دائمة في مشروع اقتصادي يعمل في بلد غير بلد المستثمر، مع نية التأثير الفعلي على إدارة المشروع. **(OECD، 2008)**".

- **تعريف صندوق النقد الدولي (IMF):**

"الاستثمار الأجنبي المباشر هو استثمار يُقصد به الحصول على مصلحة طويلة الأجل من قبل مؤسسة مقيمة في اقتصاد ما في مؤسسة مقيمة في اقتصاد آخر، ويتضمن درجة كبيرة من النفوذ الإداري **(IMF، 1993)**."

- **تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD):**

"الاستثمار الأجنبي المباشر هو نوع من الاستثمار الذي ينطوي على علاقة طويلة الأمد تعكس مصلحة دائمة وسيطرة من جانب مستثمر مقيم في اقتصاد ما على مؤسسة تقع في اقتصاد آخر **(United Nations، 2009)."**

مما سبق يمكن القول " أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو عملية يقوم من خلالها مستثمر أجنبي بضخ رأس مال في مشروع إنتاجي أو خدمي داخل دولة أخرى، بما يكفل له التأثير على قراراته الإدارية، ويتميز بعلاقة طويلة الأجل بين المستثمر والمشروع المضيف".

2-1-1-تعريف الاستثمار الاجنبي الغير المباشر:

- **تعريف البنك الدولي (World Bank):**

"الاستثمار الأجنبي غير المباشر يشمل استثمارات المحافظ المالية مثل الأسهم والسندات وغيرها من الأدوات المالية التي لا تمنح المستثمر السيطرة الإدارية.

- **تعريف صندوق النقد الدولي (IMF):**

"الاستثمار الأجنبي غير المباشر هو استثمار في الأصول المالية مثل الأسهم والسندات في دولة أجنبية، دون نية السيطرة على الإدارة."

- **تعريف منظمة التجارة العالمية (WTO):**

"الاستثمار الأجنبي غير المباشر يتمثل في استحواذ المستثمر الأجنبي على أوراق مالية أو أصول مالية بهدف تحقيق عائد مالي دون التدخل في إدارة الشركة."

ومنه نستنتج أن" الاستثمار الأجنبي غير المباشر هو توظيف رؤوس الأموال الأجنبية في شراء الأوراق المالية كالسندات والأسهم في دولة مضيفة بهدف تحقيق أرباح مالية، دون أن يكون للمستثمر تأثير في القرارات الإدارية أو التشغيلية للمؤسسة المستثمَر فيها".

2.1.أبعاد الاستثمار الأجنبي في التجارة الالكترونية:

يؤثر الاستثمار الأجنبي في التجارة الإلكترونية على عدة جوانب أساسية، تتضمن **(م و م، وعبد الباسط، و. ف. ، صفحة 923)**:

- **نقل التكنولوجيا:** يسهم الاستثمار الأجنبي في إدخال تقنيات حديثة وأنظمة متطورة إلى الأسواق المحلية، مما يعزز من كفاءة وفعالية العمليات الإلكترونية. هذا الانتقال التكنولوجي يُمكّن الشركات المحلية من تبني أحدث الأدوات والمنصات الرقمية، مما يُحسّن من جودة الخدمات والمنتجات المقدمة.

- **تطوير البنية التحتية:** يؤدي تدفق الاستثمارات الأجنبية إلى تحسين شبكات الاتصالات والإنترنت، مما يُسهّل عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت. الاستثمار في البنية التحتية الرقمية يُعزز من سرعة الاتصال وجودة الخدمات، مما يُحفّز المزيد من المستهلكين والشركات على الانخراط في التجارة الإلكترونية.

خلق فرص عمل: يساهم الاستثمار الأجنبي في توفير وظائف جديدة في مجالات تقنية المعلومات، التسويق الرقمي، وخدمات العملاء. هذا التوسع في سوق العمل يساعد على تقليل معدلات البطالة ويُعزز من مهارات القوى العاملة المحلية من خلال التدريب والتطوير المستمر.

تعزيز التنافسية: يدفع وجود الشركات الأجنبية في السوق المحلي الشركات المحلية إلى تحسين خدماتها ومنتجاتها لمواكبة المعايير العالمية. هذا التنافس يُحفّز على الابتكار وتبني أفضل الممارسات، مما يعزز من جودة المنتجات والخدمات المتاحة للمستهلكين.

3.1 عوامل جذب الاستثمارالاجنبي :

يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI) من أهم مصادر تمويل التنمية الاقتصادية، حيث يسهم في زيادة النمو الاقتصادي، ورفع الإنتاجية، وتوفير فرص العمل، ونقل التكنولوجيا والخبرات الفنية والإدارية. لذا، تسعى الدول إلى تعزيز عوامل جذب الاستثمار الأجنبي المباشر لتحفيز المستثمرين على توجيه استثماراتهم نحوها. فيما يلي أبرز هذه العوامل:

- ✓ الاستقرار الاقتصادي الكلي
- ✓ البنية التحتية المتطورة
- ✓ الإطار القانوني والمؤسسي حيث لابد من وجود قوانين وتشريعات واضحة وشفافة تحمي حقوق المستثمرين ؛
- ✓ حجم السوق والقدرة الشرائية: تمثل الأسواق الكبيرة ذات القدرة الشرائية العالية عامل جذب للمستثمرين الأجانب؛
- ✓ الحوافز والتسهيلات الاستثمارية؛
- ✓ الاستقرار السياسي والأمني؛
- ✓ رأس المال البشري حيث توفر قوة عاملة ماهرة ومدربة يعزز من جاذبية الدولة للمستثمرين الأجانب.

4.1 مزايا الاستثمارالأجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية:

يوفر الاستثمار الأجنبي في التجارة الإلكترونية العديد من الفوائد التي تدعم النمو الاقتصادي، منها:

نمو السوق السريع: تزايد عدد المستخدمين الرقميين عالميا يفتح أسواقا جديدة أمام الشركات الأجنبية، مما يمكنها من تحقيق عوائد مرتفعة. وفقًا لتقرير Statista (2023)، بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية العالمي 8.5 تريليون دولار في 2023، ومن المتوقع أن يصل إلى 8.8 تريليون دولار بحلول 2027.

خفض التكاليف: يقلل الاستثمار في التجارة الإلكترونية من تكاليف تشغيل المتاجر التقليدية، ما يعزز الربحية. التجارة الإلكترونية تعتمد على المنصات الرقمية بدلاً من المصاريف التشغيلية الكبيرة للمحلات التجارية.

سهولة الوصول إلى أسواق متعددة: يمكن للشركات الأجنبية من خلال المنصات الرقمية الوصول إلى عملاء من مختلف الدول دون الحاجة إلى بنية تحتية فعلية.

الدعم الحكومي: تقدم العديد من الحكومات حوافز لتشجيع الاستثمار في هذا القطاع، مثل تسهيلات ضريبية، وتحسين البيئة التشريعية. الإمارات العربية المتحدة، على سبيل المثال، وفرت حزمًا تشجيعية لاستقطاب شركات التجارة الإلكترونية.

III- الدراسات السابقة

1.الدراسات السابقة باللغة العربية

الدراسة الأولى :

- **مها رضوان محمد، وائل فوزي عبد الباسط (2023). "دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة في مصر خلال الفترة (2010-2022)." مجلة البحوث التجارية، المجلد 45، العدد 4، ص 913-961**

تناولت الدراسة العلاقة بين حجم التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي المباشر في مصر، وأثبتت وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية، حيث أن زيادة التجارة الإلكترونية بنسبة 1% تؤدي إلى ارتفاع الاستثمار الأجنبي المباشر بنسبة 1.887%.

الدراسة الثانية :

- **محمد علي عبد السلام (2020). "دور التحول الرقمي في دعم مناخ الاستثمار الأجنبي في الدول النامية." المجلة العربية للتنمية الاقتصادية، العدد 11، ص 55-78.**

ركزت الدراسة على أهمية التحول الرقمي كوسيلة لتعزيز مناخ الاستثمار الأجنبي، حيث أشارت إلى أن الدول التي استثمرت في البنية التحتية الرقمية نجحت في جذب استثمارات أجنبية في قطاع التجارة الإلكترونية.

الدراسة الثالثة :

- **مروان عبد الحميد الطيب (2019). "التجارة الإلكترونية وأثرها على الاستثمار الأجنبي في الدول العربية." مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد 3، العدد 6، ص 120-142.**

بحثت الدراسة تأثير التجارة الإلكترونية على الاستثمار الأجنبي في الدول العربية، مؤكدة أن ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض الدول يمثل عائقا رئيسيا أمام جذب الاستثمارات.

2.الدراسات السابقة باللغات الاجنبية:

الدراسة الأولى :

- **Du Wenyang, Yihong Zhang, and Bolot Dzhamankulov,The Impact of Economic Growth and Foreign Investment on the Advancement of E-commerce, Qubahan Academic Journal Vol. 4, No. 4, November 2024**

الدراسة الثانية :

- **Yugang He,E-Commerce And Foreign Direct Investment: Pioneering A New Era Of Trade Strategies, Humanities And Social Sciences Communications | (2024).**

تستكشف هذه الدراسة التفاعل الديناميكي بين الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الإلكترونية ونمو الصادرات الصينية بين عامي 2005 و2022 في ظل الاقتصاد العالمي سريع التطور. كما تتعمق في فهم كيفية تعزيز الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الإلكترونية معا لقدرات التصدير الصينية. وتبرز نتائجها وجود توافق كبير بين توسع الصادرات الصينية وأجندة التنمية المستدامة العالمية. كما تستكشف هذه الدراسة كيف يؤثر رأس المال المعرفي والتحصيل التعليمي إيجابا على أرقام الصادرات.

ركزت هذه الدراسة في العلاقة المتبادلة بين النمو الاقتصادي والاستثمار الأجنبي وتطور التجارة الإلكترونية في قيرغيزستان من عام 2010 إلى عام 2022. وباستخدام تحليلات الارتباط والانحدار، كما كشفت عن علاقة إيجابية قوية بين الاستثمارات الأجنبية ونمو الناتج المحلي الإجمالي. بالإضافة لما سبق أشارت الدراسة إلى أن زيادة الاستثمار والنمو الاقتصادي في قطاعات رئيسية مثل المعلومات والاتصالات، والوساطة المالية، والتجارة قد ساهمت بشكل كبير في توسع التجارة الإلكترونية. ويتجلى ذلك في زيادة نقاط الوصول إلى الإنترنت، واشتراكات الهاتف المحمول، وتداول البطاقات المصرفية. وتستخدم الدراسة مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين لتتبع تقدم قيرغيزستان في جاهزية التجارة الإلكترونية، مما يظهر تحسينات مرتبطة بالنمو الاقتصادي والاستثماري.

الدراسة الثالثة :

- **Statista (2023). "Global E-commerce Market Size and Forecast." Statista Research Department.**

قدمت الدراسة بيانات وإحصاءات حول نمو التجارة الإلكترونية عالميا، مشيرة إلى أن السوق بلغ 8.5 تريليون دولار في 2023، ومن المتوقع أن يصل إلى 8.8 تريليون دولار في 2027، مما يجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية.

الدراسة الرابعة :

- **Le Thanh Ha & Nguyen Thi Thanh Huyen (2022) Impacts of digitalization on foreign investments in the European region during the COVID-19 pandemic, Development Studies Research, 9:1, 177-191,**

ركزت هذه الدراسة على العلاقة بين التحول الرقمي وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في 23 دولة اوروبية في ظل أزمة كوفيد 19، وذلك باستخدام بيانات هذه الدول قبل جائحة كوفيد (2015-2019) وخلال أزمة كوفيد الصحية (2020)، وقد خلصت الدراسة الى ان هناك علاقة غير خطية بين الرقمنة وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، مما يعني أن قدرا معينا من التحول الرقمي يمكن أن يُعزز تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر. قبل أزمة كوفيد-19 الصحية، أين لعبت الأعمال الرقمية دورا حاسما في جذب تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر. كما عززت الأنشطة التجارية الإلكترونية تدفقات الاستثمار الأجنبي

المباشر خلال انتشار جائحة كوفيد-19، علاوة على ذلك تلعب التحول الرقمي دورا حاسما في تعزيز تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر على المديين القصير والطويل.

الدراسة الخامسة :

- **UNCTAD (2021). "Global Investment Trends Monitor: E-commerce and FDI." United Nations Conference on Trade**

سلطت الدراسة الضوء على العلاقة الوثيقة بين التجارة الإلكترونية وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، مؤكدة أن الاستثمار الأجنبي في منصات التجارة الإلكترونية يشكل حافزا للنمو الاقتصادي في الدول النامية.

الدراسة السادسة :

- **Atul Kumar, Foreign Direct Investment In E-Commerce, International Association Of Distance And Online Education, Proceedings Of International Conference Held On May 18 & 19, 2021, Vol: I ,ISBN: 978-81-952146-0-0 ,Issue: I**

تتناول هذه الدراسة مزايا الاستثمار الأجنبي المباشر في التجارة الإلكترونية. وتعد هذه الدراسة بمثابة ورقة مفاهيمية يمكن استخدامها لمعالجة بعض مشكلات التجارة الإلكترونية الكبرى التي تواجه الاستثمار الأجنبي المباشر في الهند. كما تتطرق الدراسة الى كيفية عمل شركتا التجارة الإلكترونية الأمريكيتان أمازون وإيباي في الهند باستخدام نموذج السوق، وطريقة ضغط هذه الشركات على الحكومة الهندية لزيادة انفتاح صناعة التجارة الإلكترونية لعرض سلعها مباشرة للعملاء.

الدراسة السابعة :

- **Elena Lobacheva, , Natalia Yadova,The Impact of digital technology on e-commerce development in Russian Federation, IX Czarnowski Readings, MATEC Web of Conferences 311, 02016 (2020).**

تتناول هذه الدراسة مشكلة تطوير وتأثير التقنيات الرقمية على مؤسسات التجارة الإلكترونية. كما تتناول أنواع وأشكال التقنيات الرقمية المستخدمة في هذا المجال، وكذا خصائص وسمات التجارة الإلكترونية الحديثة في الاتحاد الروسي.. وتؤكد الدراسة أن تطوير التجارة الإلكترونية يعد أحد المحركات الرئيسية لنمو التجارة في الاتحاد الروسي والاقتصاد ككل. كما تقدم الدراسة ايضا لمحة عامة عن المجالات الرئيسية لاستخدام التقنيات الرقمية في هذا المجال: البيانات الضخمة والتخصيص، والتجارة عبر الهاتف المحمول، وتقنية البلوك تشين، وشبكات التواصل الاجتماعي.

الدراسة الثامنة :

- **World Economic Forum (2020). "Digital Transformation and E-commerce: Driving Global Investment**

أوضحت الدراسة أن التحول الرقمي ساهم في زيادة ثقة المستثمرين في قطاع التجارة الإلكترونية، خاصة بعد جائحة كورونا، حيث ارتفعت تدفقات الاستثمار الأجنبي إلى المنصات الرقمية. الدراسة أكدت أن التحولات التكنولوجية عززت كفاءة العمليات التجارية، مما جعل بيئة الأعمال أكثر جذبا لرؤوس الأموال الأجنبية، وخاصة في الاقتصادات الناشئة التي ركزت على تحسين بنيتها الرقمية.

الدراسة التاسعة :

- **Benjamin Adjei Danquah, Dong Lin Chen,The Dynamic Relationship Between E-Commerce, Foreign Direct Investment And Economic Growth A Case Of Ghana, European Journal Of Business, Economics And Accountancy ,Vol. 5, No. 3, 2017 ,Issn 2056-6018**

ركزت هذه الدراسة على تحديد العلاقة بين التجارة الإلكترونية وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر والناتج المحلي الإجمالي لغانا بين عامي 2000 و2015. من خلال تحليل العلاقة الديناميكية بين المتغيرات:

الناتج المحلي الإجمالي والاستثمار الأجنبي المباشر، والناتج المحلي الإجمالي والتجارة الإلكترونية، ثنائية الاتجاه، بحيث يؤثر أي تغيير في أي منهما على المتغيرات الأخرى.

الدراسة العاشرة :

- **Foreign Direct Investment in E-commerce Platforms, Mikhail Klimenko, Jingwen Qu June 2017**

تطرقت هذه الدراسة الى البحث في العلاقة بين تنامي التجارة الإلكترونية والاستثمار الأجنبي المباشر في منصات التجارة الإلكترونية مثل أمازون، وإي باي، وعلي بابا، وغيرها. كما درست تفضيلات شركة أجنبية وحكومة الدولة المضيفة لنمطين من الاستثمار الأجنبي المباشر: الدخول الجديد (من خلال إنشاء منصة جديدة) والاستحواذ على المنصة المحلية القائمة. وتتمثل العناصر الرئيسية في هذا النموذج في نقل التكنولوجيا، والتأثيرات الخارجية للشبكة عبر المجموعات، وتمايز خدمات المنصة.

3.الفرق بين الدراسة والدراسات السابقة:

يوجد فرق جوهري بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، حيث تهدف الدراسة الحالية المعنونة بـ "التحول الرقمي ونمو الاستثمار الأجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية" إلى تحليل العلاقة المعاصرة بين التطورات الرقمية الحديثة ومدى تأثيرها على تدفق الاستثمارات الأجنبية نحو هذا القطاع، مع التركيز على الواقع الحالي والمستقبلي. في المقابل، تتناول الدراسات السابقة أبحاثا أجريت في فترات زمنية مختلفة، ركزت على تحليل تأثير التجارة الإلكترونية بشكل عام على الاستثمار الأجنبي، أو دراسة التحول الرقمي كمفهوم داعم لمناخ الاستثمار دون الربط المباشر بينه وبين التجارة الإلكترونية. لذا، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى سد فجوة معرفية من خلال دمج المحورين (التحول الرقمي والاستثمار في التجارة الإلكترونية) في إطار تحليلي محدث، مع الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة كمرجع نظري وداعم لتحليل الوضع الراهن.

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:

يعتبر التحول الرقمي هو "عملية تحول شاملة ناتجة عن مزيج من ثلاث ظواهر: الأتمتة (automation) وإزالة الطابع المادي وإعادة تنظيم أنماط الوساطة، حيث يؤثر هذا التحول على جميع الأعمال والأنشطة والعمليات الداخلية للمؤسسة". ويعد التحول الرقمي من أبرز التحولات التي شهدها العالم في العقود الأخيرة، حيث أعاد تشكيل آليات الإنتاج والتوزيع والتجارة العالمية، وفتح أفقا جديدا للفرص والتحديات أمام سلاسل القيمة العالمية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تداعيات التحول الرقمي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية، مع التركيز على دراسة حالة الصين باعتبارها إحدى القوى الصاعدة والتي تعتمد على استراتيجية للتحول الرقمي لتعزيز موقعها التجاري في هذا القطاع الحيوي. وفي هذا الإطار تم تبني منهجية بحثية تعتمد على التحليل والدراسة الوصفية التحليلية، بهدف فهم أعمق حول تأثير التحول الرقمي على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر ودفعه باتجاه المنصات الخاصة بالتجارة الإلكترونية في الصين.

I. المنهج:

1. منهج البحث:

منهج البحث: يشير المنهج إلى الأسلوب المنظم الذي يعتمده الباحث لدراسة الظاهرة محل البحث، حيث يعد المنهج الأساس الذي يستند إليه الباحث في جمع البيانات وتحليلها وتفسير النتائج. في هذا البحث، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى تقديم وصف شامل وموضوعي لظاهرة التحول الرقمي في الصين، وتحليل تأثير هذا التحول على الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية ، وكيفية تموضع الصين ضمن هذا المجال.

تم استخدام منهج **دراسة الحالة المقارنة** لتمكين الباحث من مقارنة التجربة الصينية في مجال التجارة الإلكترونية مع تجارب دول أخرى قد تكون قد شهدت تحولا رقميا في هذا القطاع، مثل الولايات المتحدة أو دول الاتحاد الأوروبي. يتيح هذا المنهج المقارن تحليل أوجه التشابه والاختلاف بين السياسات والأنماط التكنولوجية التي تتبعها الصين وبين تلك التي تنتهجها الدول الأخرى، كما يسمح بتقييم مدى نجاح الصين في تحفيز الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الالكترونية بالاعتماد على البنية التحتية الرقمية.

الهدف الأساسي من هذا المنهج هو:

- **وصف التحولات** التي أحدثها التحول الرقمي في قطاع التجارة الإلكترونية الصيني، مع التركيز على التطورات التي طرأت على البنية التحتية الرقمية، وتطور التقنيات المستخدمة في التجارة الإلكترونية مثل الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، والحوسبة السحابية.
- **تحليل تأثير التحول الرقمي** على جاذبية الصين للاستثمار الأجنبي المباشر، من خلال تسليط الضوء على كيفية استفادتها من البنية التحتية الرقمية لتعزيز مكانتها كقوة اقتصادية في قطاع التجارة الإلكترونية.
- **مقارنة التجربة الصينية** مع تجارب دول أخرى في مجال التجارة الإلكترونية، بهدف استخلاص دروس واستراتيجيات قد تساعد في تعزيز النمو المستدام للقطاع في الصين.

2. مجتمع وعينة الدراسة:

- يشير مجتمع الدراسة إلى جميع الأفراد أو العناصر التي تمثل الظاهرة محل البحث، وتشترك في خصائص معينة تجعلها موضوعا لجمع البيانات والتحليل. (الرزوقي.، 2017)
- العينة هي جزء محدد من مجتمع الدراسة يختاره الباحث بعناية لإجراء الدراسة عليه، بحيث يعكس خصائص المجتمع الأصلي بدقة، مما يتيح تعميم النتائج على نطاق أوسع (الرزوقي.، 2017)

يشمل مجتمع الدراسة الوحدات الاقتصادية ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية في الصين، مثل الشركات الرائدة في القطاع مثل Alibaba وJD.com، بالإضافة إلى السياسات الرقمية الوطنية التي تدعم نمو هذا القطاع. أما العينة فتتكون من البيانات المستخلصة من التقارير الدولية، الشركات الكبرى، والمقابلات مع الخبراء في مجال التجارة الإلكترونية.

3. التعريف بالوحدة محل الدراسة:

الصين:

تمثل الصين نموذجا للتحديث الرقمي في قطاع التجارة الإلكترونية، حيث استفادت من دعم الدولة في

تعزيز البنية التحتية الرقمية، وتوسيع التجارة الإلكترونية عبر منصات محلية ودولية. تعتبر منصات مثل **Alibaba** و**JD.com** بمثابة محركات رئيسية لهذا النمو. (China.org.cn, 2022)

الاستراتيجية الرقمية للصين:

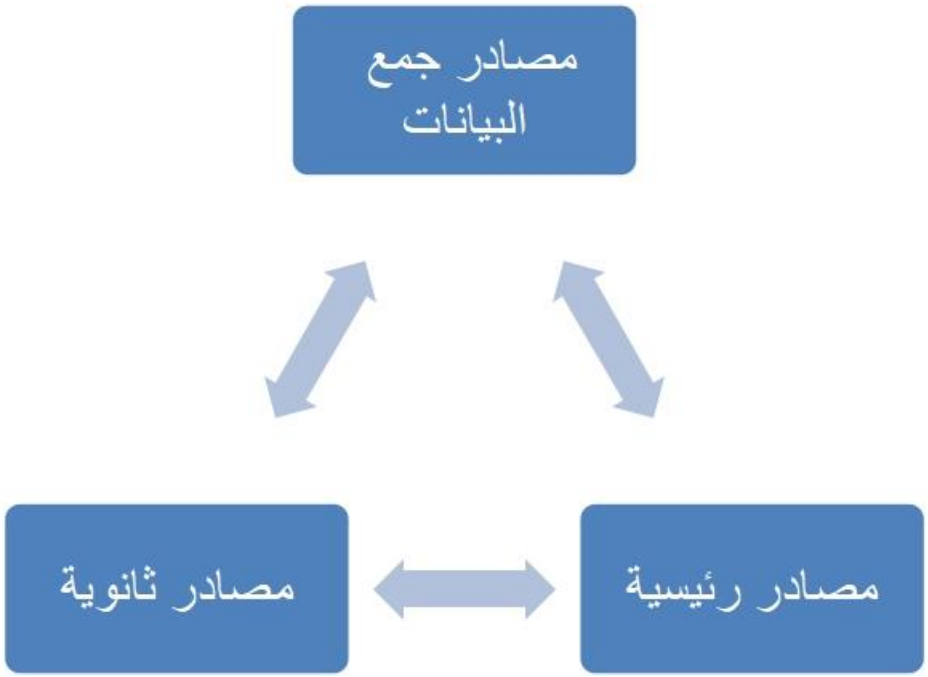
تسعى الصين إلى تعزيز مكانتها في مجال التجارة الإلكترونية من خلال استراتيجيات رقمية قوية، أبرزها مبادرة "صنع في الصين 2025"، التي تهدف إلى رفع مستوى الابتكار الرقمي في القطاع. تركز هذه الاستراتيجية على تطوير منصات التجارة الإلكترونية التي تدير عمليات التوريد والتوزيع داخل الصين وخارجها، مما يعزز من قدرتها التنافسية في الأسواق العالمية. (CNSitemap)

بالإضافة إلى ذلك، تعد مبادرة "طريق الحرير الرقمي" جزءا من استراتيجية أوسع لتعزيز التعاون الرقمي مع دول مبادرة الحزام والطريق، مما يسهل التبادل التجاري ويعزز النفوذ الرقمي للصين عالميا. ومن خلال هذه الاستراتيجيات والمبادرات، تعَزّز الصين مكانتها كقوة رائدة في مجال التجارة الإلكترونية الرقمية على المستوى العالمي.

4. مصادرجمع البيانات:

تعد مصادر جمع البيانات أحد الركائز الأساسية التي يعتمد عليها الباحث في أي دراسة أكاديمية أو بحثية، حيث تساهم في توفير المعلومات اللازمة لفهم الظاهرة محل الدراسة وتحليلها. في إطار هذه الدراسة التي تركز على تأثير التحول الرقمي على استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة في قطاع التجارة الإلكترونية في الصين، يتم استخدام مجموعة من المصادر المتنوعة التي تشمل البيانات الأولية والثانوية. تهدف هذه المصادر إلى تقديم رؤية شاملة حول السياسات الرقمية في الصين، والشركات الرائدة في التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه البنية التحتية الرقمية في دعم نمو هذا القطاع. يعتمد الباحث على تقارير رسمية من منظمات دولية، وثائق حكومية، دراسات حالة لشركات مثل Alibaba وJD.com، فضلا عن مقابلات مع خبراء في المجال، لتكوين قاعدة معرفية دقيقة تدعم التحليل المقارن والتفسيرات المنهجية التي تشكل جوهر هذه الدراسة.

الشكل رقم(2): مصادر جمع البيانات



المصدر: من إعداد الطالب

5. المصادر الرئيسية:

التقارير الرسمية الصادرة عن منظمات دولية: تعتمد هذه الدراسة على التقارير الصادرة عن منظمات دولية مرموقة مثل منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) و مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD). هذه التقارير تقدم بيانات وتحليلات شاملة حول تطور التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي، وواقع التحول الرقمي في الاقتصاديات المختلفة. كما تتناول السياسات والتوجهات العالمية في التجارة الإلكترونية، مما يساعد في فهم دور البنية التحتية الرقمية في تحفيز الاستثمار الأجنبي المباشر.

تقارير OECD: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) تقدم تقارير مفصلة حول دور الرقمنة في الاقتصاد العالمي، بما في ذلك التجارة الإلكترونية. تسلط التقارير الضوء على أهمية التحول الرقمي كعنصر رئيسي للنمو في الاقتصادات المتقدمة والنامية. (OECD، 2020)

تقارير UNCTAD: تعتبر تقارير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) من المصادر الحيوية التي تقدم تحليلات معمقة حول التجارة الرقمية، وأثرها على التجارة العالمية، بالإضافة إلى تقييم السياسات الحكومية التي تدعم هذه التحولات في الدول المختلفة. (UNCTAD، 2021).

الاستراتيجيات الحكومية الصينية: تم استخدام الوثائق الحكومية الرسمية التي تصف استراتيجيات الصين في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطوير البنية التحتية الرقمية، مثل استراتيجية " Made in China 2025"، التي تهدف إلى تعزيز الابتكار الرقمي وتطوير قطاعات التجارة الإلكترونية والصناعية. هذه الاستراتيجيات توفر سياقًا مهمًا لفهم كيفية دعم الحكومة الصينية للتجارة الإلكترونية.

استراتيجية Made in China 2025: تهدف الصين إلى تحسين قدراتها الرقمية عبر تحسين التقنيات المحلية في المجالات الاستراتيجية مثل التجارة الإلكترونية. تشمل الاستراتيجية أهدافا لتطوير الصناعات الرقمية وتعزيز الابتكار التكنولوجي. **(China.)**

بيانات الحالة الخاصة بشركات رائدة مثل Alibaba: تمت دراسة الحالة الخاصة بشركات مثل Alibaba التي تعد من الشركات الرائدة في التجارة الإلكترونية في الصين. توفر بيانات هذه الشركات تحليلاً واقعيًا حول كيفية تحقيق التحول الرقمي في قطاع التجارة الإلكترونية وأثره على الأعمال. (**Group، 2024**)

6. المصادر الثانوية:

الأبحاث الأكاديمية: تتضمن الأبحاث الأكاديمية المنشورة في مجلات علمية مرموقة مثل مجلة Technovation وغيرها من المجلات المتخصصة في دراسة التحول الرقمي وأثر ذلك على التجارة الإلكترونية.

المجلات الدورية المتخصصة: تم الاستفادة من المقالات المنشورة في مجلات متخصصة مثل Journal of Electronic Commerce Research و E-commerce Times، والتي توفر رؤى حول التوجهات الجديدة في التجارة الإلكترونية، وأثر الرقمنة على السوق العالمي.

7. أدوات الدراسة:

تحليل الوثائق (Document Analysis): تم تحليل تقارير منظمات دولية وحكومية صادرة عن الصين، بالإضافة إلى وثائق تتعلق بسياسات التجارة الإلكترونية وتحولات التكنولوجيات الحديثة واللوائح الخاصة بالأمن السيبراني وغيرها.

- **دراسة الحالة المقارنة (Comparative Case Study)**: تم مقارنة تجربة الصين في الرقمنة وتطوير التجارة الإلكترونية مع تجارب أخرى في العالم، حيث تم التركيز على استراتيجيات الحكومة الصينية في هذا القطاع مقارنة مع البلدان الأخرى المتقدمة في التجارة الإلكترونية.

- **توصيف بيانات الدراسة:**

تعد عملية توصيف بيانات الدراسة من الركائز الأساسية في أي بحث علمي، حيث تساهم في توضيح طبيعة البيانات التي تم جمعها، مصداقيتها، وأسلوب تحليلها. في هذه الدراسة، سيتم توضيح البيانات المستخدمة لتحليل تأثير التحول الرقمي على قطاع التجارة الإلكترونية في الصين. من خلال تقديم تفاصيل دقيقة حول نوع التقنيات الرقمية المعتمدة في هذا القطاع، الاستراتيجيات الحكومية.كما تهدف الدراسة إلى تقديم رؤية شاملة حول الدور المتنامي للتكنولوجيا في تعزيز مكانة الصين على الساحة العالمية.

سيتناول توصيف البيانات كل من:

- دراسة الحالة - الصين: حيث سيتم تقديم وصف مفصل حول البنية التحتية الرقمية و التقنيات المتطورة التي ساهمت في تطوير هذا القطاع.

- استراتيجية الدولة: سنستعرض الاستراتيجيات الرقمية التي تبنتها الحكومة الصينية لتعزيز قدرتها التنافسية في هذا المجال.

دراسة الحالة – الصين:

التقنيات والاستراتيجيات الرقمية المستخدمة: تعتبر الصين نموذجا رائدا في تطبيق التحول الرقمي في التجارة الإلكترونية، حيث ركزت الصين على دمج الذكاء الاصطناعي (AI)، الحوسبة السحابية، و إنترنت الأشياء (IoT) في سلاسل التوريد التجارية عبر الإنترنت، وهو ما يساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية.

- الذكاء الاصطناعي (AI): يتم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة، مما يساهم في تحسين الاستراتيجيات التسويقية، وتخصيص العروض للعملاء، وتقديم تجارب شخصية. كما أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تحسين عملية اتخاذ القرارات في التجارة الإلكترونية من خلال تحليل الاتجاهات السوقية وسلوك المستهلك.

- الحوسبة السحابية: توفر الحوسبة السحابية القدرة على تخزين كميات ضخمة من البيانات وتشغيل التطبيقات على نطاق واسع، مما يسهل التكامل بين منصات التجارة الإلكترونية والشركات. تستخدم الشركات الصينية مثل Alibaba و JD.com الحوسبة السحابية لتقديم خدمات موثوقة للعملاء مع تحسين الأداء وكفاءة العمل اللوجستي.

- إنترنت الأشياء (IoT): يمكن لتقنية إنترنت الأشياء تحسين التواصل بين الأنظمة الرقمية المختلفة داخل سلاسل التوريد. عن طريق جمع البيانات من الأجهزة المتصلة مثل المستشعرات، يمكن تتبع المنتجات من خلال مختلف مراحل الإنتاج والتوزيع، مما يحسن الشفافية ويزيد من الكفاءة.

- **البنية التحتية الرقمية:** تعمل الصين على تعزيز البنية التحتية الرقمية من خلال منصات متكاملة مثل Alibaba و JD.com. هذه الشركات تستخدم تقنيات متطورة في عمليات الشحن، الدفع، والتسويق، مما يسهم في تسريع عمليات التجارة الإلكترونية. كما توفر هذه المنصات بيئة مبتكرة تسهم في تسهيل الوصول إلى الأسواق العالمية، مما يعزز القدرة التنافسية للصين في هذا القطاع.

- **استراتيجية الدولة:**

تعتمد الصين على استراتيجيات رقمية طويلة الأمد تهدف إلى تعزيز مكانتها في الاقتصاد الرقمي العالمي. تشمل هذه الاستراتيجيات مجموعة من الأهداف الرامية إلى تمكين الصين من السيطرة على قطاع التجارة الإلكترونية، ليس فقط من خلال تحسين المنصات المحلية، بل أيضًا من خلال تطوير تقنيات متقدمة تساعد على تحسين مستوى الابتكار في هذا القطاع. تتضمن بعض الاستراتيجيات الأساسية التي تبنتها الحكومة الصينية ما يلي:

- **التمكين الرقمي عبر التقنيات المتقدمة:** تركز الحكومة الصينية على تعزيز قدرة الشركات المحلية مثل Alibaba و JD.com على استخدام التقنيات الحديثة (مثل AI وIoT) لتطوير منصات التجارة الإلكترونية ذات القدرة التنافسية العالية على المستوى العالمي.

- **السيادة الرقمية:** تسعى الصين إلى تعزيز السيادة الرقمية التي تشمل التحكم في البيانات وتطوير الأنظمة الداخلية القادرة على إدارة وتخزين البيانات دون الحاجة إلى الاعتماد على التقنيات

الخارجية. وهذا يعزز قدرة الصين على تحديد المعايير الرقمية والاحتفاظ بالأمان الرقمي في إطار التجارة الإلكترونية.

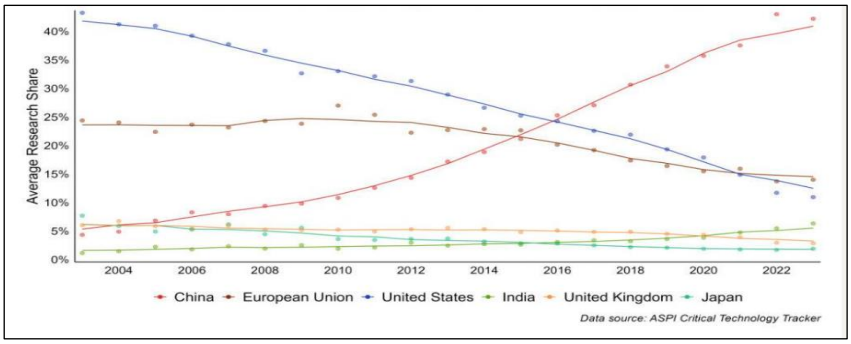
- **الاستقلال التكنولوجي:** ضمن استراتيجياتها الرقمية تهدف الصين إلى الاستقلال التكنولوجي من خلال تطوير تقنيات محلية في مجالات التجارة الإلكترونية، مثل تطوير الدفع الرقمي (Alipay وWeChat Pay). وهي منصات تتيح للمستهلكين إجراء المعاملات التجارية بطريقة آمنة وفعالة.

دور التحول الرقمي في الصين في تعزيز بيئة الاستثمار الأجنبي المباشر بقطاع التجارة الإلكترونية في الصين

أولا-و اقع البنية الرقمية في الصين

لقد شهد سوق التحول الرقمي في الصين نموا قويا لاسيما في قطاع التكنولوجيا المتقدمة، حيث برزت بسرعة كقائد عالمي في التقنيات المتقدمة مثل الجيل الخامس (G5)، والذكاء الاصطناعي، والألواح الشمسية، والمركبات الكهربائية. ويعزى هذا النمو بشكل كبير إلى الاستثمارات الحكومية الكبيرة في البحث والتطوير، والتركيز الاستراتيجي على التصنيع، وزيادة حصة الصين في إنتاج السلع عالية القيمة. وقد عززت مبادرات مثل "صنع في الصين 2025" من انتشارها في السوق، مما سمح للشركات الصينية بالاستحواذ على حصة سوقية عالمية كبيرة في مختلف الصناعات التكنولوجية. بالإضافة إلى ذلك، أحرزت الصين تقدما ملحوظا في المجالات التكنولوجية الجديدة، بما في ذلك الحوسبة عالية الأداء، وتصميم الدوائر المتكاملة المتقدمة، ورقائق أشباه الموصلات. لكن بالرغم من هذه النجاحات لا تزال الولايات المتحدة رائدة في مجالات مثل الحوسبة الكمومية، واللقاحات والتدابير الطبية المضادة، والطب النووي والعلاج الإشعاعي، والهندسة الوراثية. في حين تستثمر الشركات الصينية بكثافة في مجالات متطورة مثل الذكاء الاصطناعي، والحوسبة الكمومية، والروبوتات، والطاقة المتجددة. كما يوضحه الشكل أدناه وتقود هذه الجهود شركات تقنية بارزة مثل هواوي، وتينسنت، وبايدو، وعلي بابا.

الشكل رقم(3):متوسط حصة البحث السنوية للاقتصادات الكبرى عبر 64 تقنية (2003-2023).



Source : Kalim Siddiqui, 2025) Understanding the Rise of High Technology in China - World Financial, Researchgate,March2025, p08.

من خلال الشكل أعلاه يظهر التقدم السريع الذي أحرزته الصين في كل من التقنيات الناشئة (حوالي 64 تقنية) والأبحاث عالية التأثير. وفي السنوات الأخيرة شهدت حصة الصين في هذه المجالات نموا حادا، مما ميزها عن غيرها من الاقتصادات المتقدمة. وبينما ازداد متوسط حصة الصين من البحث عبر هذه التقنيات الـ 64 بشكل مطرد، شهدت العديد من الدول المتقدمة الكبرى الأخرى انخفاضا في مساهماتها في هذه المجالات المتطورة. ومن المرجح أن يكون لهذا الاتجاه تداعيات كبيرة على الإنتاجية والنمو الاقتصادي والتجارة والأداء الاقتصادي العام.

1-شبكات الاتصالات

تشهد صناعة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الصين نموًا سريعا، مدفوعا بمبادرات التحول الرقمي الواسعة النطاق. أصبحت الاقتصاد الرقمي في البلاد حجر الزاوية في استراتيجيتها الاقتصادية، مع استثمارات كبيرة في البنية التحتية، والتكنولوجيا، والابتكار. حيث نفذت الحكومة الصينية سياسات لتسريع التحول الرقمي عبر مختلف القطاعات، مما أدى إلى بيئة مواتية للتقدم التكنولوجي. ونتيجة لذلك، شهدت الصين انتشار شبكات G5، والحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي (AI)، وتحليل البيانات الضخمة، وإنترنت الأشياء (IoT).

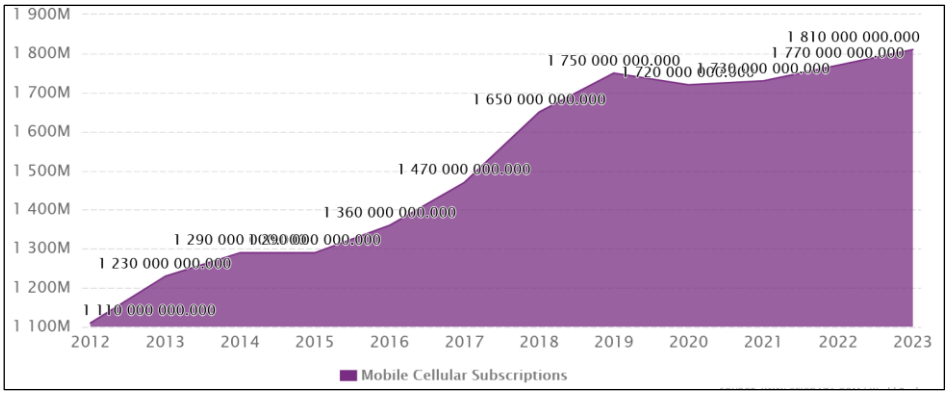
وتعد شركات الاتصالات مثل هواوي وزي تي إي من اللاعبين الرئيسيين في هذا التحول. أين استثمرت هواوي بشكل كبير في تكنولوجيا G5 .كما مكن التزام الشركة بالابتكار من تطوير حلول متطورة تلبي الطلب المتزايد على الاتصال عالي السرعة والخدمات الرقمية المتقدمة. ولم يحدث ثورة في قطاع الاتصالات فحسب، بل أيضا مهد الطريق لظهور للمدن الذكية، القيادة الذاتية، وأتمتة الصناعة المتقدمة.

من جهتها، ساهمت زي تي إي بشكل كبير في التحول الرقمي في الصين. مع تخصصها في الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، طورت زي تي إي حلولًا شاملة تشمل شبكات G5 والحوسبة السحابية وإنترنت الأشياء. مكنت البنية التحتية القوية لشبكات G5 من نشر الشبكات الذكية، وأنظمة النقل الذكية، مما أدى إلى تحسين الكفاءة والاتصال عبر مختلف المجالات. وساهمت ابتكارات زي تي إي في الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة في تمكين الشركات من تحسين عملياتها، وتحسين تجربة العملاء، وخلق مصادر جديدة للإيرادات.

1-1 شبكات الجيل الخامس (G5)

تعد شبكات الجيل الخامس (G5) هي الجيل الخامس من تكنولوجيا الاتصالات اللاسلكية، .وتعتبر تقنية ثورية ذات إمكانات لتغيير الطريقة التي يتفاعل بها البشر مع الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والمعلومات بشكل عام. وتعد تقنية الجيل الخامس للهواتف المحمولة هي المعيار الجديد لشبكات الاتصالات التي أطلقتها شركات الهاتف المحمول في عام2011. **(Smalley و Flinders)**حيث تعمل شبكات الجيل الخامس على نفس الترددات الراديوية التي كانت تستخدمها شبكات الجيل الثالث والرابع، والتي كانت تخدم في السابق معظم الهواتف المحمولة في جميع أنحاء العالم. ومع ذلك، فإن التحسينات في السرعة والزمن الكامن وعرض النطاق الترددي تمنح شبكات الجيل الخامس أوقات تنزيل وتحميل أقصر، واتصالا أقوى وموثوقية أفضل، مما يجعلها الخليفة الطبيعي لتكنولوجيا الجيل الرابع **(https://arabic.cgtn.com)**.

الشكل رقم (4) : عدد مشتركي الهاتف المحمول في الصين من عام 2012 إلى عام 2023



Source: https://www.ceicdata.com/en/indicator/china/number-of-subscriber-mobile

أظهرت احصائيات أصدرتها وزارة الصناعة وتكنولوجيا المعلومات الصينية في بيان لها في ديسمبر 2024 **(https://www.ceicdata.com, s.d.)**، أن عدد مستخدمي الهواتف المحمولة بتقنية الجيل الخامس في الصين تجاوز مليار مستخدم، وهو ما يمثل 56 % من إجمالي عدد مستخدمي الهواتف المحمولة بالبلاد، بزيادة قدرها 9.4 نقطة مئوية مقارنة بنهاية العام السابق. وذكرت الوزارة أنه تم تعزيز بناء البنية التحتية للشبكة في الصين، بما فيها شبكة الجيل الخامس وشبكة جيجابت الضوئية وإنترنت الأشياء، مضيفة أن حجم المستخدمين المتصلين سجل توسعا مستمرا، كما نمت حركة الوصول إلى الإنترنت عبر الهاتف المحمول بسرعة.

وحتى نهاية نوفمبر 2024، بلغ العدد الإجمالي للمحطات القاعدية لشبكة الجيل الخامس 4.19 مليون، بزيادة قدرها 815 ألفا عن نهاية العام السابق، وبلغ عدد منافذ الوصول إلى الإنترنت عريض النطاق على مستوى البلاد 1.2 مليار، بزيادة قدرها 63.6 مليون عن نهاية العام السابق.

وبالإضافة إلى ذلك، نمت إيرادات أعمال الاتصالات بشكل مطرد. وأظهرت البيانات أن إجمالي إيرادات خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بلغ 1594.7 مليار يوان خلال الأشهر الـ11 الأولى من هذا العام، بزيادة 2.6 %على أساس سنوي. وارتفع إجمالي حجم أعمال الاتصالات بالأسعار الثابتة المسجلة في العام السابق بنسبة 10 %على أساس سنوي.

1-2 تدفق الإنترنت عريض النطاق الثابت -خطة "الإنترنت بلس 2015 – Internet Plus

لقد الحكومة الصينية في جويلية 2015 عن خطة "الإنترنت بلس" بهدف دمج الإنترنت مع الصناعات التقليدية مثل التصنيع والزراعة والخدمات. تهدف الخطة إلى تعزيز الابتكار الرقمي وتحفيز النمو الاقتصادي من خلال دمج تقنيات مثل الحوسبة السحابية والبيانات الضخمة وإنترنت الأشياء مع

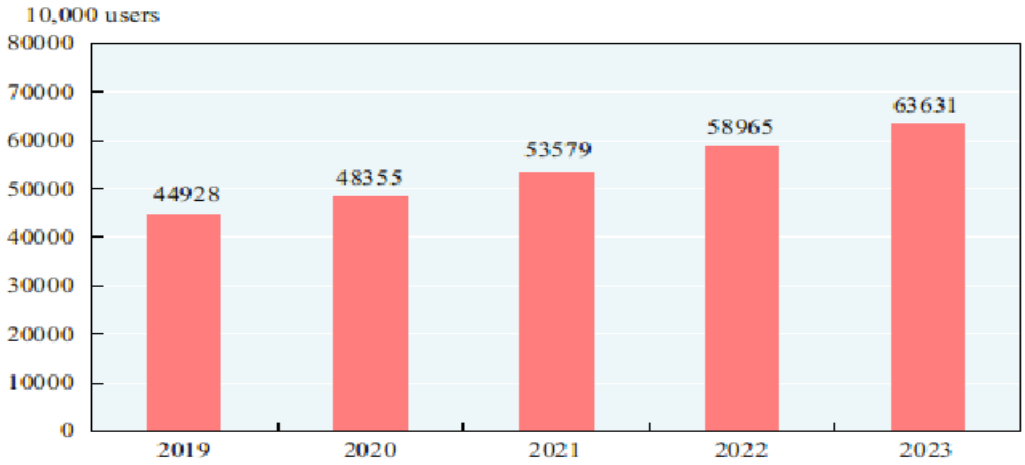
القطاعات التقليدية. تتضمن الخطة أيضًا دعم ريادة الأعمال والابتكار، وتوسيع نطاق الخدمات العامة الرقمية، وتعزيز حضور الشركات الصينية في الأسواق العالمية.

وتعدّ الصين من أبرز الدول التي تشهد تحولا رقميا واسع النطاق، إذ انتقل استخدام الإنترنت فيها من التركيز على المستهلك إلى التوسع نحو قطاعات المؤسسات والإنتاج. ففي عام 2014، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت 632 مليون مستخدم، فيما تجاوز عدد الأجهزة الذكية النشطة 700 مليون جهاز **(Umeng Insight, p. 35)**. كما سجّلت مبيعات التجارة الإلكترونية نحو 300 مليار دولار أمريكي عام 2013، وشكل الاقتصاد الرقمي 4.4% من الناتج المحلي الإجمالي، وهي نسبة تفوقت على نظيرتها في الولايات المتحدة. يوم العُزّاب في الصين شكّل محطة فارقة، حيث حققت منصتا Taobao وTmall مبيعات قدرها 36 مليار يوان (قرابة 6 مليارات دولار) في غضون 24 ساعة فقط، في حين يشهد محرك البحث Baidu حوالي خمس مليارات عملية بحث يوميًا، ويستخدم مئات الملايين تطبيق WeChat التابع لTencent، ما يعكس مدى تغلغل الإنترنت في الحياة اليومية للمواطنين.

ومع استمرار النمو الرقمي، تتجه الصين نحو تسخير الإنترنت لتعزيز الإنتاجية والابتكار في مختلف القطاعات. فمن المتوقع أن تبلغ مساهمة الإنترنت في النمو الكلي للناتج المحلي الإجمالي بين 7% و22% بحلول عام 2025، وأن تسهم بما يصل إلى 22% في زيادة الإنتاجية. كما يُقدّر الناتج المحلي الإجمالي المعرض للتأثير المباشر من هذا التحول الرقمي بنحو 10 تريليونات يوان، وهو ما يعادل حجم الاقتصاد الأسترالي حاليا (McKinsey Global Institute, p. 01). هذا التحول نحو الإنترنت المؤسسي لا يقلل من التحديات المرتبطة بفقدان بعض الوظائف التقليدية، لكنه يفتح المجال أمام خلق أسواق جديدة للسلع والخدمات الرقمية، ويعزز الطلب على الكفاءات التكنولوجية والمهارات الرقمية الحديثة.

ولقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت عريض النطاق الثابت في الصين 636.31 مليون في عام 2023، بزيادة قدرها 46.66 مليون عن نهاية العام السابق. ومن هذا الإجمالي بلغ عدد مستخدمي النطاق العريض بسرعة 100 ميجابايت فأكثر601.36 مليون، بزيادة قدرها 47.56 مليون. بلغ إجمالي مستخدمي محطات إنترنت الأشياء الخلوية 2.332 مليار، بزيادة قدرها 0.488 مليار. بلغ عدد مستخدمي الإنترنت 1.092 مليار، منهم 1.091 مليار مستخدم للإنترنت عبر الهاتف المحمول. بلغت نسبة تغطية الإنترنت 77.5%، وفي المناطق الريفية 66.5%. بلغ حجم حركة الإنترنت عبر الهاتف المحمول في عام 2023 نحو 301.5 مليار جيجابايت، بزيادة قدرها 15.2% عن العام السابق. بلغت إيرادات البرمجيات في صناعة خدمات البرمجيات وتكنولوجيا المعلومات 12,325.8 مليار يوان، بزيادة قدرها 13.4 %عن العام السابق.

الشكل رقم (5):عدد مستخدمي الإنترنت عريض النطاق الثابت بنهاية العام 2019-2023



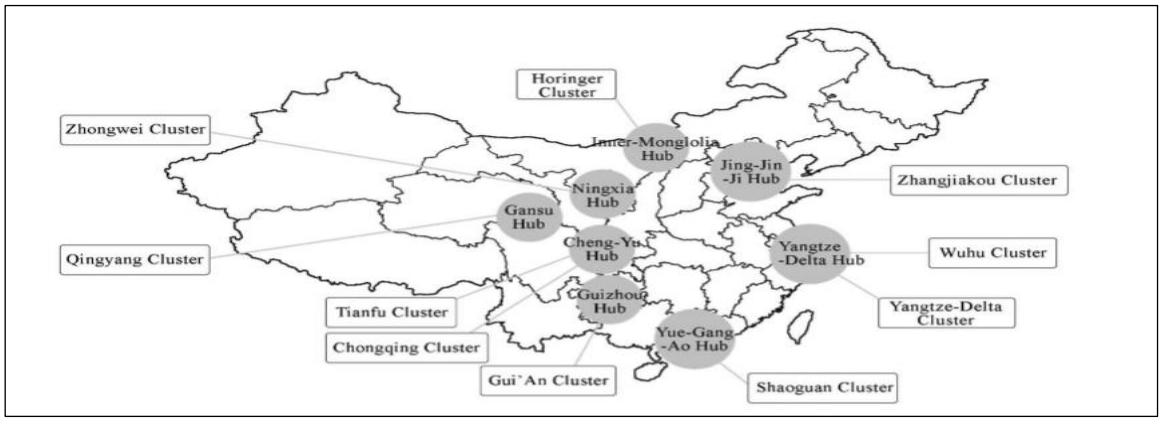
Source : Statistical Communiqué Of The People's Republic Of China On The 2023 National Economic And Social Development, National Bureau Of Statistics Of China 2024-02-29, available at:Https://Www.Stats.Gov.Cn/English/Pressrelease/202402/T20240228_1947918.Html

2-مراكز البيانات والحوسبة

طرح مفهوم "مراكز البيانات الجديدة" في الصين لأول مرة في خطة العمل الثلاثية (2021-2023) بشأن مراكز البيانات الجديدة **(Sino-German Cooperation on Industrie 4.0, p. 01)**.حيث توفر مراكز البيانات بنية تحتية أساسية لتمكين تقنيات الصناعة 4.0 القائمة على البيانات من خلال تخزين ونقل ومعالجة كميات هائلة من البيانات. من المفترض أن تتمتع مراكز البيانات من الجيل الجديد بقوة حسابية وأمان وكفاءة طاقة أعلى من مراكز البيانات التقليدية. وقد أشئت لتسهيل تطبيق تقنيات الجيل الخامس، والإنترنت الصناعي، والحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي.

وتتمتع مراكز البيانات بوظائف متعددة الجوانب والمستويات **(Ziyu Liu, p. 02)** فهي تعد عقد لنظام وطني متكامل للتحديث الرقمي في الصين، تعمل على ربط المناطق المجاورة ذات مستويات التنمية الاقتصادية المختلفة؛ وكذلك دعم الرقمنة المحلية، والتي بدورها جزء لا يتجزأ من المساعي الوطنية نحو الرقمنة.

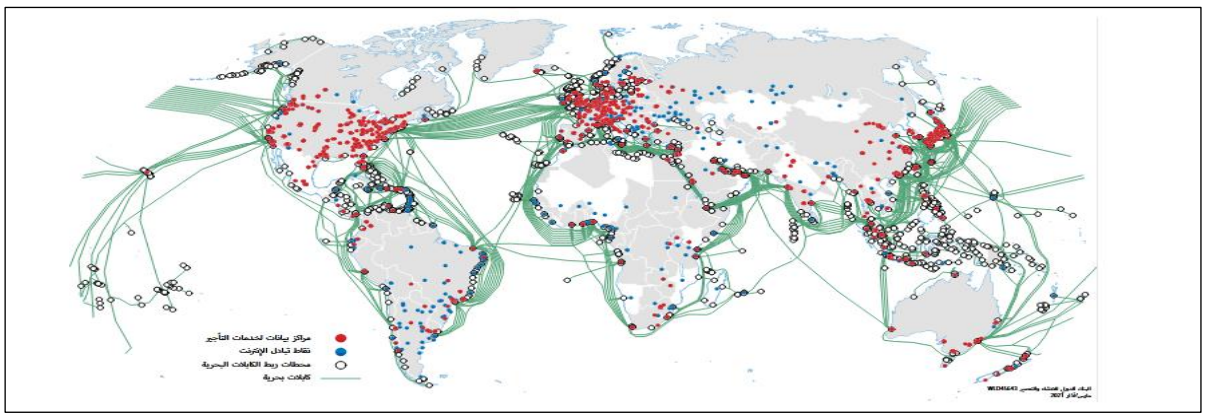
الشكل رقم (6): توزيع مراكز البيانات ومراكز البيانات الوطنية



Source : Kevin Ziyu Liu, Making the China Data Valley – The National Integrated Big Data Centre System and Local Governance, ournal of Contemporary Asia · February 2024, p02.

كما تتطلب الطبيعة الرقمية للبيانات الحديثة بنية رقمية وهو شرط أساسي لجمع البيانات وتبادلها وتخزينها ومعالجتها. وفي هذا الإطار وإدراكا من الهيئات الفاعلة في الميدان للفرص ذات الأثر التحولي التي تنتجها البيانات بشكل عام والاتصال العريض النطاق بشكل خاص للأفراد والدول على حد سواء **(حراق ، صفحة 252)**. ألزمت لجنة النطاق العريض التابعة للأمم المتحدة المجتمع الدولي بأن تصل نسبة انتشار الانترنت العريض النطاق على مستوى العالم إلى75%بحلول2025. والخريطة الموضحة أسفل تبين مدى انتشار البنية التحتية للبيانات عبر العالم.

الشكل رقم(7): انتشار البنية التحتية للبيانات في العالم



مصدر: حراق سمية: فرص وتحديات استقرار النظام المالي العالمي في ظل تنامي التمويل الرقمي، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ،تخصص اقتصاد دولي، جامعة سطيف 2021،01-2022،ص253.

يظهر من الشكل أعلاه أن معظم البنية التحتية للبيانات تقع في الدول المتقدمة خلافا للدول النامية، حيث تتمركز معظم مراكز البيانات لخدمات التأجير وكذلك نقاط تبادل الانترنت تقع في كل من قارتي أوروبا وأمريكا الشمالية، وكذلك جنوب آسيا على عكس قارة افريقيا وآسيا شمالا.

وقد زاد استخدام البيانات بشكل ملحوظ مع ظهور أدوات رقمية جديدة، مما سهل جمعها وتحليلها. ويعتبر تكامل البيانات والحوكمة عاملا أساسيا في مواصلة عملية الابتكار والتطور في الخدمات المالية الرقمية **(حراق ، صفحة 253)**. حيث يعد توفير البيانات، وإنشاء سياسات حماية خاصة بها، الى جانب اعداد قواميس وسجلات مرجعية لكل نوع من البيانات المستخدمة في النظام المالي امر اساسي ويخدم استمرارية الابتكار أكثر فأكثر. وذلك لأهميتها حيث أنها توفر الاتصال والمحتوى اللازمين للابتكارات، بالإضافة لقدرتها على التأسيس لبنية تحتية للتمويل الرقمي مستقبلا.

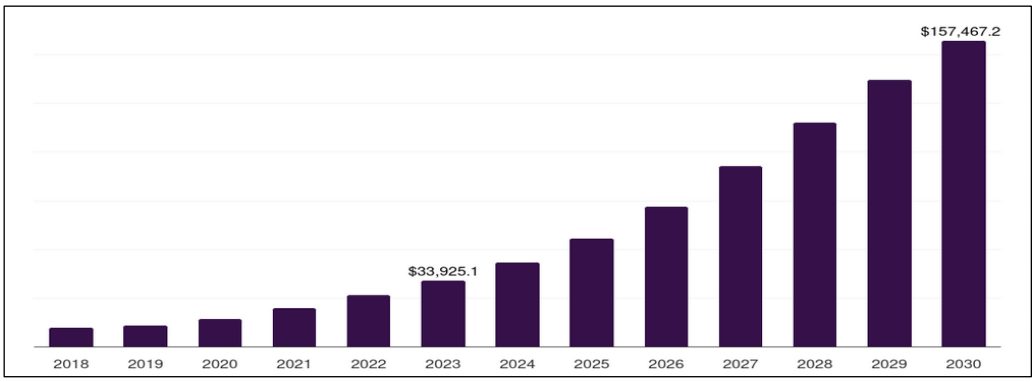
3-الحوسبة السحابية

تعبر الحوسبة السحابية عن تكنولوجيا تعتمد على نقل المعالجة ومساحة التخزين الخاصة يسمى السحابة، وهي عبارة عن أجهزة خوادم يتم الوصول إليها عن طريق الانترنت، لتتحول البرامج من منتجات إلى خدمات، ويتاح للمستخدمين الوصول إليها عبر الإنترنت، دون الحاجة إلى امتلاك المعرفة والخبرة والتحكم بالعتاد. **(فقهي ممدوح، صفحة 01).**

وقد حقق سوق الحوسبة السحابية في الصين إيرادات بلغت 39,096 مليون دولار أمريكي في عام 2024، و2030 **(https://www.grandviewresearch.com)** ومن المتوقع أن يصل إلى 140,517 مليون دولار أمريكي بحلول عام 2030.ومن المتوقع أن ينمو سوق الصين بمعدل نمو سنوي مركب قدره 22.9% بين عامي 2025 و 2030. حيث شكل قطاع البرمجيات كخدمة (SAAS) أكبر شريحة، بحصة إيرادات بلغت 68.65% في عام 2024. وقد صنفت Horizon Databook سوق الحوسبة السحابية في الصين إلى قطاعات البنية التحتية كخدمة (IAAS)، والمنصة كخدمة (PAAS)، والبرمجيات كخدمة (SAAS)، مُغطية

نمو الإيرادات لكل قطاع فرعي من عام 2018 إلى عام 2030. تشجع الحكومة الصينية بقوة تطوير الحوسبة السحابية من خلال العديد من المبادرات السياسية وبرامج الدعم. ويهدف مشروعا "إنترنت بلس" و"صنع في الصين 2025" إلى تسريع دمج الحوسبة السحابية مع القطاعات التقليدية لتحفيز الابتكار والنمو الاقتصادي. تُعد الصين موطنًا لشركات خدمات الحوسبة السحابية، مثل علي بابا كلاود، وتينسنت كلاود، وهواوي كلاود، والتي تلعب دورًا فعالًا في بيئة الحوسبة السحابية في الصين من خلال توفير المعرفة والموارد والخدمات المحلية من خلال استثمارات مصممة خصيصا للشركات الصينية والمتطلبات القانونية. على سبيل المثال، في سبتمبر 2022، أعلنت مجموعة علي بابا القابضة المحدودة عن خطط لاستثمار مليار دولار أمريكي على مدى السنوات المالية الثلاث المقبلة لدعم عملاء الحوسبة السحابية. سيشمل الاستثمار حوافز نقدية ومعنوية، بما في ذلك المنح والخصومات واستراتيجيات طرح المنتجات في السوق. كما تدرس الشركة برنامجا لمساعدة عملائها على توطين متطلباتهم في الحوسبة السحابية.

الشكل رقم (8): و اقع و أفاق سوق الحوسبة السحابية في الصين



Source: https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/cloud-computing-market/china

وأصبحت الآن الصين ثاني أكبر سوق في العالم بعد الولايات المتحدة. ومن المتوقع أن يتضاعف حجم السحابة العامة في الصين بأكثر من الضعف خلال السنوات القليلة المقبلة، من 32 مليار دولار أمريكي في عام 2021 إلى 90 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2025. ومن المتوقع أن تواصل الشركات العاملة في مجال الحوسبة السحابية زيادة استثماراتها، بما في ذلك الاستثمار في مراكز البيانات الكبيرة في البلاد. وتعد علي بابا وتينسنت شركتين ممثلتين في الصين القارية، وستقودان الاستثمار في مراكز البيانات خلال السنوات القليلة .كما أعلن تانغ داو شنغ، رئيس مجموعة تينسنت لصناعة السحابة والذكاء، أن تينسنت ستستثمر 500 مليار يوان صيني خلال السنوات الخمس المقبلة.

وفيما يلي بعض الأمثلة على صفقات استثمارية حديثة: **(Cushman and Wakefield Research, p. 30)**

- **شراء أصول عقارية مباشرة:** في أفريل 2021، استحوذت كابيتالاند مباشرة على أول مركز بيانات فائق السعة لها في الصين القارية في منطقة مينهانج بشانغهاي.

- **مشروع مشترك بين شركتي جاو كابيتال بارتنرز سنترين داتا:** في عام 2019، أقامت شركة جاو كابيتال بارتنرز شراكة مشروع مشترك مع شركة سنترين داتا للاستحواذ على محفظة من مشاريع مراكز البيانات المتكاملة فائقة السعة في الصين القارية، وتطويرها وتشغيلها. وفي العام نفسه، أقامت شركتا جلوبال داتا سوليوشنز وجي آي سي شراكة استراتيجية فريدة لتطوير وتشغيل مراكز بيانات محلية فائقة السعة مصممة خصيصًا لتلبية الاحتياجات

- كما انه في جوان 2021، حصلت مجموعة برينستون ديجيتال (PDG)، بدعم من شركة واربورغ بينكوس للاستثمار المباشر، على إعادة تمويل ديون بقيمة 230 مليون دولار أمريكي من بنك ميرشانتس في الصين القارية، كجزء من خطة توسع استثمارية في مراكز البيانات بقيمة مليار دولار أمريكي في الصين القارية. ويعد موردو الحوسبة السحابية عاملا دافعا مهما لتطوير مراكز البيانات في الصين القارية.

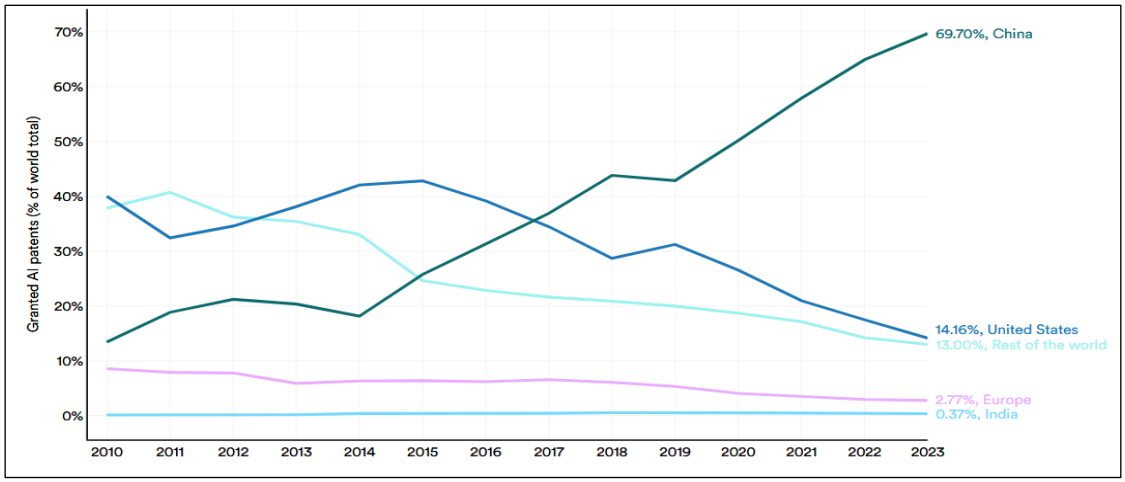
4-الذكاء الاصطناعي

يعرف الذكاء الاصطناعي بأنه "أنظمة تستخدم تقنيات قادرة على عمل تنبؤات أو توليد محتوى أو تقديم توصيات أو اتخاذ قرارات بمستويات متفاوتة من التحكم الذاتي." **(الهيئة السعودية للبيانات،**

صفحة 09). كما يمكن تعريفه على أنه "فرع من فروع علم الحاسوب (Computer Science) يهتم بدراسة الحوسبة والأنظمة والخوارزميات، ويشمل ذلك تصميم وإنشاء وصناعة الآلات الذكية" **(جباري لطيفة، صفحة 122)**.

تعد الصين رائدة في براءات الاختراع المتعلقة بالذكاء الاصطناعي. حيث تسارعت عملية التصنيع والتسويق للذكاء الاصطناعي فيها بشكل مستمر، ليس فقط من خلال تطوير منتجات جديدة مثل القيادة الذاتية والنماذج الكبيرة والروبوتات البشرية، بل أيضا من خلال تنفيذ عمليات الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع لتحويل الصناعات التقليدية مثل الصناعة والزراعة والتعدين والتعليم والطب بشكل ذكي **(معهد ترينذز للبحوث والاستشارات، صفحة 01)**، ما أدى إلى إنشاء أنماط جديدة وإعادة إحياء الصناعات التقليدية. تعد الصين إحدى أسرع الدول تطورا في الذكاء الاصطناعي وأوسعها تطبيقا وأكثرها إنجازات في هذا المجال. لذا، فإن مسار التنمية الصيني، والسياسات الحكومية، والوضع الصناعي والاتجاهات المستقبلية لتطور الذكاء الاصطناعي في الصين تمثل مرجعا قيّما للدول الأخرى في تطوير صناعات الذكاء الاصطناعي.

الشكل رقم (9): براءات الاختراع الممنوحة للذكاء الاصطناعي (% من إجمالي براءات الاختراع العالمية) حسب المناطق الجغرافية المختارة، 2010-2023.



Source: Artificial Intelligence Index Report2025,p44.

كما أظهرت الصين التزاما واضحا بالأهداف طويلة الأجل في قطاع الذكاء الاصطناعي من خلال التخطيط على أعلى مستوى. تتضمن خطة تطوير الجيل القادم من الذكاء الاصطناعي استراتيجية من ثلاث مراحل لتطوير الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته. **(World Economic Forum, p. 03)**

الشكل رقم (10): استراتيجية تطوير الذكاء الاصطناعي في الصين

تصل نظريات الذكاء الاصطناعي وتقنياته وتطبيقاته إلى مستويات رائدة عالميا، مما يجعل الصين مركزا رئيسيا للابتكار العالمي في مجال الذكاء الاصطناعي. - اتساع نطاق تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل	احراز تقدم كبير في النظريات الأساسية للذكاء الاصطناعي. جعل الذكاء الاصطناعي محركا رئيسيا للتحول الصناعي والاقتصادي في الصين. - حراز تقدم كبير في دفع عجلة تطوير مجتمع ذكي.	تواكب تقنية الذكاء الاصطناعي وتطبيقاتها التطورات العالمية. – جعل صناعة الذكاء الاصطناعي محركا رئيسيا جديدا للنمو الاقتصادي. -زيادة تطبيق تقنية الذكاء الاصطناعي لفتح آفاق جديدة لتحسين حياة الناس.

Source: World Economic Forum, Blueprint to Action: China's Path to AI-Powered Industry ..Transformation,2025,p04

5- الطباعة الثلاثية الأبعاد D3

أثر التحول الرقمي في الصين بشكل كبير على صناعة الطباعة ثلاثية الأبعاد. فقد مكن هذا التحول من رقمنة عملية التصميم والتصنيع، مما سمح بإنتاج أسرع وأكثر كفاءة. كما سهل تخصيص المنتجات وتخصيصها وتحسين إدارة سلاسل الإمداد. بالإضافة إلى ذلك، ساعد استخدام الحوسبة السحابية وإنترنت الأشياء في توسيع نطاق استخدام الطباعة ثلاثية الأبعاد، مما جعلها أكثر وصولاً إلى الشركات والمستهلكين. نتيجة لذلك، أصبحت الطباعة ثلاثية الأبعاد أداة حاسمة للابتكار في صناعات مختلفة، من الرعاية الصحية إلى الطيران. وتستخدم العديد من الصناعات الآن الطباعة ثلاثية الأبعاد كجزء من رحلة التحول الرقمي الخاصة بها، نظرا لتطبيقاتها العديدة التي تتراوح من تصميم المنتجات إلى النماذج الأولية. وقد جعلت التقدمات في البرمجيات والأجهزة والمواد الطباعة ثلاثية الأبعاد أكثر وصولا وبأسعار معقولة.

في أفريل 2024، وباستخدام عملية "ليزر بود بي دي فوسيون" (Laser Powder Bed Fusion)، تمكنت شركة روسواج إنجينيرينغ من تصنيع مكونات معقدة ومحسنة من حيث الوظيفة بكفاءة. من خلال دمج خبرات الشركتين في مجالات تطوير المواد والتصنيع الإضافي، تم التعرف على تطبيقات جديدة لهذا المادة شديدة المقاومة للتآكل. وتعتقد روسواج إنجينيرينغ أن الطباعة ثلاثية الأبعاد المعدنية ستستفيد من هذه الشراكة حيث ي complement محفظة المواد واسعة النطاق للطباعة المعدنية الصناعية.

وفي نفس الشهر من أفريل 2024، قدمت شركة ماتيريالايز (Materialise)، المزود العالمي للبرمجيات والخدمات للطباعة ثلاثية الأبعاد، وشركة رينيشاو (Renishaw)، وهي شركة هندسية عالمية، التعاون لتعزيز كفاءتها وإنتاجيتها لمصنعي المعدات باستخدام أنظمة التصنيع الإضافي (AM) التابعة لرينيشاو. من خلال هذا التعاون، سيتحسن مستخدمو أنظمة رينيشاو من الاستفادة من البرمجيات الخاصة لمعالج بناء الجيل التالي والتي تم تخصيصها لأنظمة الطباعة المعدنية RenAM 500، مما يسمح لهم ببناء سير عمل سلس من التصميم إلى الجزء المطبوعة ثلاثي الأبعاد، والتحكم في تخصيص عملية الطباعة، وتقليص وقت الإنتاج، وزيادة كفاءة عمليات التصنيع الإضافي.

بالإضافة إلى ذلك، تبنت صناعة السيارات تكنولوجيا الطباعة ثلاثية الأبعاد في السنوات الأخيرة للعديد من التطبيقات مثل النماذج الأولية، الأدوات، وإنتاج الأجزاء النهائية. مع التقدم التكنولوجي المستمر، يعمل اللاعبون الرئيسيون في صناعة السيارات بشكل مستمر على دمج الطباعة ثلاثية الأبعاد في جوانب مختلفة من عملية إنتاج سياراتهم.

6-المدفوعات الرقمية

المدفوعات الرقمية (digital payments) هي عمليات تبادل الأموال أو القيم بين الأفراد أو المؤسسات باستخدام وسائط إلكترونية، مثل بطاقات الائتمان والخصم، أو المحافظ الإلكترونية، أو التطبيقات البنكية، أو غيرها من الأدوات الرقمية.

7-مبادرة الحزام والطريق (Belt and Road Initiative - BRI)

تعد مبادرة "الحزام والطريق استراتيجية تنموية أطلقتها الصين عام 2013 بهدف تعزيز الترابط الاقتصادي والتجاري بين آسيا، أوروبا، وأفريقيا من خلال مشاريع ضخمة في البنية التحتية، مثل الطرق، السكك الحديدية، والموانئ تشمل المبادرة "الحزام الاقتصادي لطريق الحرير" و"طريق الحرير البحري للقرن الحادي والعشرين"

ويشير طريق الحرير إلى شبكة الطرق التجارية التاريخية التي كانت تربط الصين بأوروبا والشرق الأوسط منذ العصور القديمة. والمبادرة الحديثة تعرف أحيانا بـ "طريق الحرير الجديد"، حيث تستلهم من هذا المفهوم التاريخي لإحياء الروابط التجارية العالمية. بالتالي، يمكن اعتبار "طريق الحرير" الأساس التاريخي، بينما "الحزام والطريق" هو المشروع الحديث الذي يهدف إلى توسيع هذه الروابط عبر استثمارات ضخمة في البنية التحتية والتجارة العالمية.

وقد شهدت التجارة الإلكترونية عبر الحدود في إطار مبادرة "طريق الحرير الإلكتروني" نموا متسارعا خلال السنوات الأخيرة، مدفوعة بتوسع الشراكات الدولية، وتحسين البنية التحتية الرقمية، وتعزيز تكامل القواعد التجارية بين الدول الشريكة في مبادرة الحزام والطريق. فقد وقّعت الصين مذكرات تفاهم للتعاون في التجارة الإلكترونية مع 30 دولة حتى أكتوبر 2023، وأسهمت التجارة الإلكترونية مع هذه الدول في أكثر من 31.5% من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية عبر الحدود للصين عام 2022. وشملت السلع المتداولة الملابس والأحذية والأغذية والإلكترونيات الاستهلاكية وغيرها.

وقد استفادت الشركات الصغيرة والمتوسطة من هذه المنصة في توسيع أسواقها العالمية، في حين ساهمت المنصات الصينية مثل "علي بابا" و"Haizol.com" في تسهيل وصول المنتجات الأجنبية إلى السوق الصينية، مثل الفواكه التايلاندية واللحوم البرازيلية ومعدات الصيد الإندونيسية.

كما تعززت التجارة الإلكترونية بفضل تحسن البنية التحتية الرقمية، وزيادة التغطية بالإنترنت في الدول الشريكة، مما ساعد على تيسير عمليات الطلب والشحن والتكامل الصناعي. وبرز التوجه نحو تطوير الدفع الرقمي واللوجستيات الذكية، مع سعي الصين إلى تعزيز توافق المعايير الرقمية مع القواعد الدولية **(Qi, Xijia)**.ويؤكد هذا النمو المتسارع على تحول "طريق الحرير الإلكتروني" إلى منصة عالمية فاعلة تساهم في إعادة تشكيل التجارة الرقمية وتحفيز التنمية المشتركة بين الدول.

الشكل رقم(11):كابل PEACE

Source: PEACE, data as of July 31, 2022

يعد كابل PEACE (اختصارا لـ Pakistan and East Africa Connecting Europe) أحد أبرز مشاريع البنية التحتية الرقمية ضمن مبادرة "طريق الحرير الرقمي" الصينية، حيث يربط بين قارات آسيا، إفريقيا وأوروبا من خلال كابل ألياف ضوئية بحري يمتد من كراتشي في باكستان إلى مرسيليا في فرنسا، مرورا بدول ومواقع إستراتيجية مثل كينيا، جيبوتي، مصر، السعودية، مالطا، وقبرص. يبلغ الطول الإجمالي للكابل حوالي 15,000 كيلومتر، مع خطط لتمديده إلى أكثر من 25,000 كيلومتر، وتصل قدرته التصميمية إلى 24 تيرابت في الثانية لكل زوج من الألياف، ما يجعله من بين أسرع خطوط الاتصالات البحرية في العالم. وقد دخل الكابل الخدمة رسميًا في ديسمبر 2022، وتملكه شركة Peace Cable International Network التابعة لمجموعة Hengtong الصينية. ويهدف هذا المشروع **(Invesco, p. 01)**إلى تعزيز الاتصال الرقمي وخفض زمن الاستجابة بين آسيا وإفريقيا وأوروبا، مما يدعم تطور التجارة

الإلكترونية والاقتصاد الرقمي في الدول المشاركة ويجسد التوجه الصيني نحو إنشاء شبكات اتصالات عالمية حديثة ومتكاملة.

8- استراتيجية "صنع في الصين 2025" (Made in China 2025)

في عام 2015، أطلق رئيس الوزراء الصيني لي كه تشيانغ مبادرة "صنع في الصين 2025" (MIC 2025)، وهي استراتيجية شاملة لمدة عشر سنوات تهدف إلى تحديث القدرات الصناعية الصينية **(Institute for Security & Development Policy)**. تركز هذه الاستراتيجية بشكل كبير على التصنيع الذكي في عشرة قطاعات استراتيجية . وتهدف إلى ترسيخ مكانة الصين كقوة عالمية في الصناعات عالية التقنية مثل الروبوتات، والطيران، والمركبات الجديدة التي تعمل بالطاقة مثل الكهرباء والغاز الحيوي. وتهدف مبادرة صنع في الصين إلى :

- ✓ جعل الصين قوة عالمية رائدة في الصناعات عالية التقنية.
- ✓ تقليل اعتماد الصين على واردات التكنولوجيا الأجنبية والاستثمار المكثف في الابتكار المحلي من أجل إنشاء شركات صينية قادرة على المنافسة محليا وعالميا.

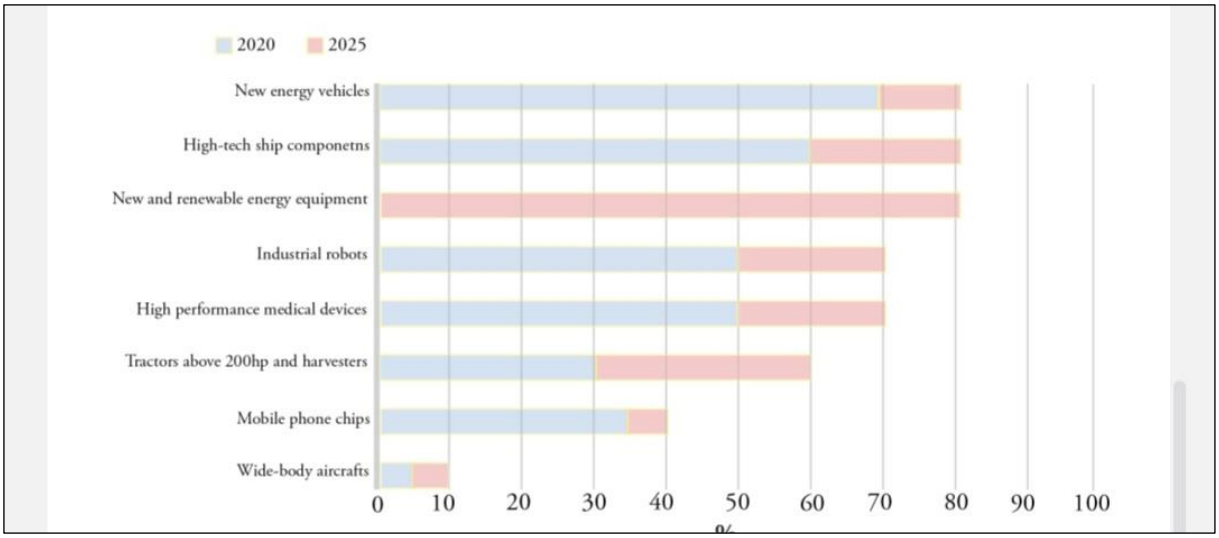
وترى الصين في MIC 2025 فرصة للاندماج الكامل في سلسلة التصنيع العالمية والتعاون بشكل أكثر فاعلية مع الاقتصادات الصناعية الكبرى .كما صرّح مسؤولون صينيون بأن اقتصادات رائدة في الصناعات عالية التقنية، مثل الاتحاد الأوروبي وألمانيا والولايات المتحدة، أبدت عداء للمبادرة، لأنها ستنقل الصين من مجرد مُصنّع منخفض التكلفة إلى منافس مباشر يقدم قيمة مضافة.كما تعد هذه الخطة، المدفوعة بالبحث والتطوير عنصرا حاسما في نمو الصين المستدام وقدرتها التنافسية في العقود القادمة، مع انتقالها إلى اقتصاد متقدم. كما تهدف إلى ضمان بقاء المصنعين الصينيين قادرين على المنافسة في وجه منتجين جدد منخفضي التكلفة مثل فيتنام.

وتشمل الخطة استبدال اعتماد الصين على التكنولوجيا الأجنبية بابتكاراتها الخاصة، وإنشاء شركات صينية قادرة على التنافس محليا وعالميا. لذلك، كما تركز المبادرة بشكل كبير على عملية التصنيع المحلية، مع السعي إلى زيادة الإنتاج ليس فقط في المكونات الأساسية، بل أيضا في المنتج النهائي.

مع التركيز على الجودة، تتجه الاستثمارات نحو الابتكار التكنولوجي والتصنيع الذكي في مجالات مثل التعلم الآلي، وهي تقنيات يصعب تقليدها من خلال الهندسة العكسية. يشمل التصنيع الذكي الجمع بين

الإنترنت وأجهزة الاستشعار اللاسلكية والروبوتات لتحسين كفاءة التصنيع وجودته وإنتاجيته. وإذا نجحت، فإن الصين ستنتقل إلى أعلى سلسلة القيمة، مما يعيد تموضعها من مجرد مُصنّع منخفض التكلفة إلى منافس مباشر لدول مثل كوريا الجنوبية واليابان وألمانيا.1

الشكل رقم(12):الأهداف شبه الرسمية لحصة المنتجات الصينية في السوق المحلية



source: Institute for Security & Development Policy, "Made in China 2025: Backgrounder," ISDP Backgrounder, 2018, https://isdp.eu/publication/made-china-2025-backgrounder/.

ثانيا - الاتجاهات الحديثة في التجارة الإلكترونية الصينية

لقدأفرزت جائحة كوفيد سنة2019 أنماطا جديدة من التجارة الرقمية، أبرزها ازدهار نموذج البث المباشر التفاعلي (E-Live streaming-commerce)، الذي ساهم في تسويق المنتجات من خلال المؤثرين والمشاهير، وأعاد تشكيل تجربة المستهلك. وقد انعكس هذا النموذج مباشرة على سلسلة القيمة الصناعية، حيث دفع بالمصنعين إلى تسريع رقمنة عملياتهم وتكاملهم مع منصات التجارة الإلكترونية، في إطار نموذج "من المصنع إلى المستهلك".

[1] Institute for Security & Development Policy, ibid.

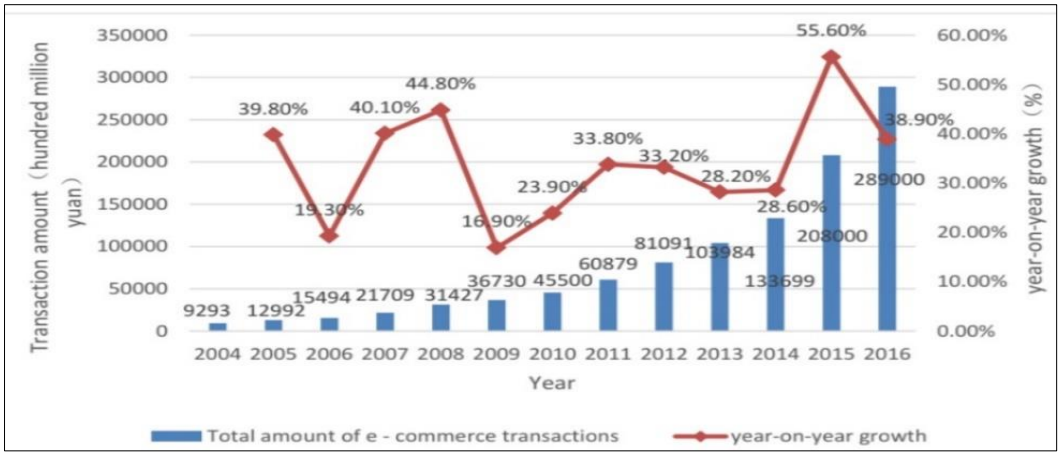
وتدعم هذه المنصات تطوير أحزمة صناعية متكاملة، تعزز من استقرار الطلب المحلي وتقلّص من الاعتماد على الأسواق الخارجية المتقلبة. كما أدت شراكات المصانع مع المنصات الرقمية إلى تحسين تخطيط الإنتاج، وتقليص الهدر، وتطوير استراتيجيات تسويقية أكثر استهدافا بفضل التحليل القائم على البيانات.

1- سلسلة التوريد الذكية ودمج التكنولوجيا

شهدت كافة مراحل سلسلة التوريد – من التزود بالمواد الخام إلى التوزيع النهائي – تحولات جوهرية بفضل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء، مما أتاح مراقبة دقيقة للعمليات وتحسين مستويات الشفافية والكفاءة. ساعدت هذه الأدوات على تطوير خوارزميات قادرة على التنبؤ بالطلب وسلوك المستهلكين، ما عزز من مرونة الشبكات التجارية وقدرتها على التكيف.

إضافة إلى ذلك، نشأت نماذج أعمال مبتكرة مثل التجارة الاجتماعية والتجارة عبر الفيديو والاشتراكات الرقمية، التي لم تسهم فقط في تنويع قنوات التسويق، بل أيضا في بناء علاقات ولاء أقوى مع المستهلكين. وساهم الانتشار الواسع للهواتف الذكية وتغطية الإنترنت، خاصة في المناطق الريفية، في تقليص الفجوة الرقمية وتعزيز الإدماج الرقمي للمجتمعات المحلية.ويقدم الشكل التالي بيانات حول إجمالي معاملات التجارة الإلكترونية في الصين ومبيعات التجزئة الاجتماعية للسلع من عام 2001 إلى عام 2016. تستعرض البيانات "مقياس التسوق عبر الإنترنت" وقيمته بالمليار يوان، ومعدل نموه السنوي، بالإضافة إلى "مبيعات التجزئة الاجتماعية للسلع" وقيمتها ومعدل نموها، وأخيرًا "نسبة التسوق عبر الإنترنت" من إجمالي مبيعات التجزئة. تم تجميع هذه البيانات من مصادر موثوقة تشمل تقرير التجارة الإلكترونية في الصين ومعهد أبحاث علي بابا

الشكل رقم(13): إجمالي معاملات التجارة الإلكترونية في الصين من عام 2004 إلى عام 2016.



Source: Ali Research Institute and Avatar Large Data Processing Center, China's E-commerce .Report, 2015–2016

لقد شهدت التجارة الإلكترونية في الصين نموا كبيرا خلال الفترة من 2001 إلى 2016، حيث بلغ حجم المبيعات عبر الإنترنت 5,155.6 مليار يوان في عام 2016، بنمو سنوي تجاوز 32.2%، ومتوسط نمو سنوي 45.94% خلال السنوات الخمس السابقة. بدأت الطفرة الحقيقية بعد عامي 2009 و2010، وتسارعت بوضوح مقارنة بنمو مبيعات التجزئة التقليدية، إذ بلغ نمو التسوق الإلكتروني 87.8% منذ 2011 مقابل 14.7% فقط لمبيعات السلع الاستهلاكية عموما. ووفقا للبيانات المقدمة من معهد أبحاث "علي بابا" (Ali Research Institute)فقد ارتفعت حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة من 0.01% عام 2001 إلى 14.3% في 2016، مرورا بثلاث مراحل تطور رئيسية: تجاوز 1% في 2008، و5% في 2012، و10% في 2014. وشهد نموذج B2C نموًا متسارعا، متجاوزا نموذج C2C منذ 2015، ومن المتوقع أن يصبح الشكل السائد في المستقبل. كذلك ارتفعت المشتريات عبر الهواتف المحمولة بشكل كبير من 1.5% عام 2011 إلى 68.2% في 2016 بفضل انتشار الهواتف الذكية.

الشكل رقم (14):حجم التجارة بالتجزئة عبرالإنترنت في الصين من عام 2008 إلى عام 2016

Source :"China's E-commerce Report. 2016 Data Provided by Ali Research Institute and Consolidated by the Research Group." *Ali Research Institute*, 2016.

يظهر الشكل البياني نمو حجم التجارة بالتجزئة عبر الإنترنت في الصين من عام 2008 إلى عام 2016. يمثل الشريط الأزرق على اليسار قيمة المعاملات بمئات الملايين من اليوان. بينما يمثل الخط الأحمر على اليمين معدل النمو السنوي بالنسبة المئوية. ويمكن ملاحظة ارتفاع حاد في قيمة معاملات التجارة الإلكترونية خلال هذه الفترة، حيث زادت من 125.7 مليار يوان في عام 2008 إلى 5155.6 مليار يوان في عام 2016. على الرغم من هذا النمو الهائل في القيمة، يظهر معدل النمو السنوي تباطؤًا تدريجيا على مر السنين، حيث انخفض من 105.70% في عام 2009 إلى 32.20% في عام 2016. الامر الذي يشير هذا إلى أن سوق التجارة الإلكترونية في الصين كان يتوسع بسرعة كبيرة في السنوات الأولى ثم بدأ في الاستقرار مع استمرار نموه بوتيرة أبطأ ولكنها لا تزال قوية.

الجدول رقم (2): إجمالي مبيعات التجزئة ومبيعات السلع الاستهلاكية في الصين (2001–2016)

السنة	معدل النمو (%)	مبيعات السلع الاستهلاكية الاجتماعية (بملياريوان)	معدل النمو (%)	حجم التسوق عبر الإنترنت (بملياريوان)
2001	—	4305.54	—	0.6
2002	11.80	4813.59	196.67	1.7
2003	9.10	5251.63	119.66	3.9
2004	13.30	5950.10	106.91	8.0

19.3	138.69	6835.26	14.88	**2005**
21.3	61.57	7914.52	15.79	**2006**
56.1	79.81	9357.16	18.23	**2007**
125.7	128.48	11483.01	22.72	**2008**
258.6	105.7	13267.84	15.54	**2009**
509.1	96.9	15699.84	18.33	**2010**
782.6	53.7	18720.60	19.24	**2011**
1311.0	67.5	21443.30	14.54	**2012**
1863.6	40.5	24284.30	13.25	**2013**
2789.8	49.7	27189.60	11.96	**2014**
3900.0	39.8	30093.10	10.68	**2015**
5156.6	32.19	33231.60	10.43	**2016**

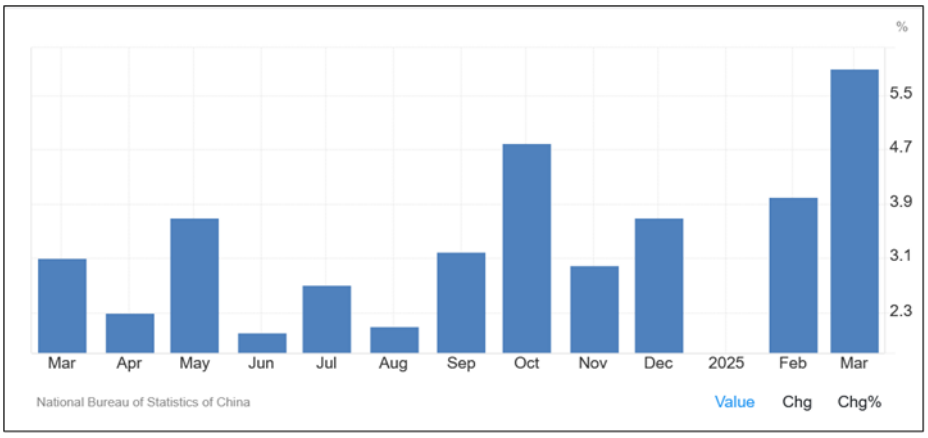
Source : Hongfei, Yue. National Report On E-Commerce Development In China. Inclusive And Sustainable Industrial Development Working Paper Series, WP 17, 2017. Department Of Policy, Research and Statistics, Beijing Normal University.P8.

من خلال الجدول أعلاه يظهر بأن قطاع التجارة الإلكترونية في الصين نموا هائلا بين عامي 2001 و2016، حيث ارتفع حجم التسوق عبر الإنترنت من 0.6 مليار إلى أكثر من 5 تريليونات يوان، متجاوزا بكثير نمو مبيعات التجزئة التقليدية. حيث تسارع هذا النمو بشكل كبير بعد عام 2008 مع انتشار الإنترنت والهواتف الذكية، ثم بدأ يتباطأ تدريجيا بعد 2010 لكنه ظل قويا. وفي المقابل نمت مبيعات التجزئة التقليدية بوتيرة أبطأ. كما ارتفعت حصة التسوق عبر الإنترنت من إجمالي مبيعات التجزئة من 0.01% إلى أكثر من 15%، مما يعكس التحول الكبير نحو التجارة الرقمية، وتفوقها الواضح على التجزئة التقليدية

من حيث النمو والديناميكية و. باختصار، يوضح الجدول التحول العميق الذي شهده قطاع التجزئة في الصين خلال الفترة من 2001 إلى 2016، حيث برز التسوق عبر الإنترنت كقوة مهيمنة وسريعة النمو، بينما استمرت مبيعات التجزئة التقليدية في النمو بوتيرة أكثر اعتدالا. الزيادة الهائلة في حجم التسوق عبر الإنترنت وحصته من إجمالي مبيعات التجزئة تؤكد على الأهمية المتزايدة للتجارة الإلكترونية في الاقتصاد الصيني وسلوك المستهلك.

ولقد ارتفعت مبيعات التجزئة في الصين بنسبة 5.9% على أساس سنوي في مارس 2025، مقارنة بنسبة 4% في يناير وفيقري **(https://tradingeconomics.com)**، متجاوزة توقعات السوق البالغة 4.2%. ويعد هذا النمو الأقوى في نشاط التجزئة منذ ديسمبر 2023، حيث ارتفعت مبيعات معظم الفئات، بما في ذلك الحبوب والزيوت والأغذية (13.8% مقابل 11.5% في يناير وفبراير)، والتبغ والكحول (8.5% مقابل 5.5%)، والملابس والأحذية والقبعات (3.6% مقابل 3.3%)، والرياضة والترفيه (26.3% مقابل 25%)، والأجهزة المنزلية (35.1% مقابل 10.9%)، والمجوهرات (10.6% مقابل 5.4%)، والعناية الشخصية (8.8% مقابل 5.7%). كما انتعشت مبيعات المشروبات (4.4% مقابل -2.6%) والسيارات (5.5% مقابل -4.4%). في المقابل، تباطأت مبيعات اللوازم المكتبية (21.5% مقابل 21.8%) والأدوية (1.4% مقابل 2.5%)، بينما انخفضت مبيعات المنتجات البترولية (-1.9% مقابل 0.9%). وبالنظر إلى الأشهر الثلاثة الأولى من العام، نمت مبيعات التجزئة بنسبة 4.6%. وعلى أساس شهري، تراجع نمو تجارة التجزئة إلى 0.58% في مارس 2025، مقارنة بـ 0.62% في الشهر السابق.

الشكل رقم (15):حجم التجارة بالتجزئة عبرالإنترنت في الصين2024-2025



SOURCE : https://tradingeconomics.com/china/retail-sales-annual

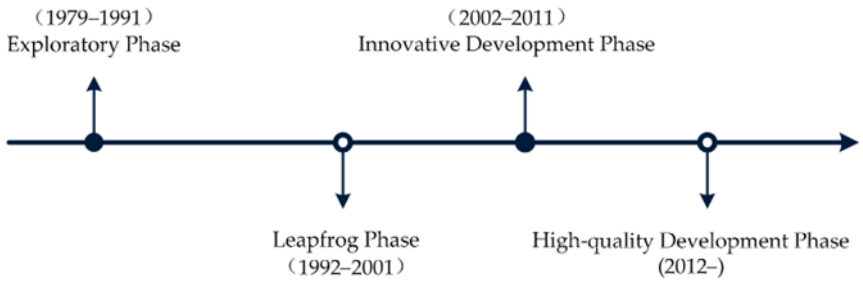
ثانيا-تحليل الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية في الصين

1-التطور التاريخي للاستثمار الأجنبي المباشر في الصين

لقد أدى انضمام الصين إلى منظمة التجارة العالمية وتطبيق سياسة استقطاب الاستثمارات إلى تحسين مستوى انفتاحها على العالم الخارجي بشكل مستمر، واستمر حجم الاستثمار الأجنبي المباشر للشركات متعددة الجنسيات في الصين في الازدياد .حيث مر بأربع محطات رئيسية كما يبينه الشكل أدناه .ففي المرحلة الأولى والتي امتدت من عام 1979 إلى عام 1991، كان الاستثمار الأجنبي المباشر في الصين في حالة استكشاف بدءا بعام 1978 حينما حولت الصين تركيزها إلى البناء الاقتصادي وبدأت في إنشاء مناطق اقتصادية خاصة في المناطق الساحلية. ومع ذلك كانت الصين تفتقر إلى الخبرة والمعرفة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر. ونتيجة لذلك كان تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الصين منخفضا ومستقرا. ثم بعد ذلك شهد عاما 1986 و1988 إصدار قانون الشركات ذات الاستثمار الأجنبي وقانون الشركات التعاونية الصينية الدولية، اللذين منحا سلسلة من المعاملات الضريبية التفضيلية للشركات متعددة الجنسيات وبسّطا إجراءات الترخيص لها، مما زاد من انفتاح الصين على العالم الخارجي. حيث كانت مصادر الاستثمار الأجنبي خلال هذه الفترة هونغ كونغ وماكاو بشكل رئيسي، بينما بدأت الشركات متعددة الجنسيات من الولايات المتحدة واليابان وألمانيا ودول أخرى بالاستثمار في الصين في شكل مشاريع مشتركة **(Min , Qing , Debao, Yaodong , & Jiaping , p. 04)**، إلا أن الصين لم تجذب استثمارات كافية من هذه الدول. ونظرا لأن قوانغدونغ وفوجيان كانتا أول من انفتح، فقد استوعبت المقاطعتان المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر، وهو ما يمثل ثلث المبلغ الفعلي للاستثمار الأجنبي المستخدم في البلاد. بالإضافة إلى ذلك، كانت هناك أيضا مشاريع استثمار أجنبي في المدن المركزية مثل بكين وشانغهاي وقوانغتشوو. كان الاستثمار الأجنبي المباشر في هذه المرحلة مؤقتا ومتقطعا، وتركز بشكل رئيسي في المناطق الساحلية الشرقية للصين، مع وجود شركات معالجة كثيفة العمالة صغيرة ومتوسطة الحجم. بعد ذلك جاءت المرحلة الثانية من عام 1992 إلى عام 2001 والتي شكلت مرحلة التطور السريع للاستثمار الأجنبي المباشر في الصين. ففي عام 1992أطلق العنان لطفرة جديدة في الاستثمار الأجنبي المباشر. أين بدأ الاستثمار الأجنبي المباشر في الصين بالامتداد من الساحل إلى ضفاف النهر والمدن الداخلية. في عام 1995 بدأت الصين في التأكيد على جودة الاستثمار الأجنبي وصياغة سياسة صناعية واضحة لتوجيه الاستثمار الأجنبي لتعزيز تطوير الهيكل الصناعي. في الوقت نفسه، تم توسيع الاستثمار الأجنبي المباشر ليشمل الصناعات الأساسية، مع اعتبار الشركات الجديدة المملوكة دوليا بالكامل المدخل المفضل للاستثمار

خلال هذه الفترة، لكن مع ظهور الأزمة المالية الآسيوية عام 1998 عانت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر من صدمة قصيرة، ولكن بعد عام 2000 دخلت مرحلة نمو سريع مرة أخرى. حيث في هذه المرحلة تحول الاستثمار الأجنبي المباشر من الطبيعة المتقطعة لفترة الاستكشاف إلى طبيعة كبيرة واستراتيجية وواسعة النطاق الى غاية عام 2009 أين انخفض الاستثمار الأجنبي في الصين بأكثر من الثلث بسبب الأزمة المالية العالمية (عوامل الاقتصاد الكلي العالمية)، لكنه انتعش من جديد في عام 2010. وأعلنت السلطات الصينية أن الاستثمار الأجنبي المباشر في الصين بلغ 116 مليار دولار أمريكي في عام 2011، بزيادة قدرها 9.72% على أساس سنوي. وفي عام 2011، وافقت الصين على تأسيس 27,712 شركة باستثمارات أجنبية، بزيادة قدرها 1.12% على أساس سنوي **(El Hajraoui & Ed-daran, p. 273)**.

الشكل رقم(16): تاريخ تطورالاستثمارالأجنبي المباشرفي الصين



Source : Min Zhao et auther, Article The Spillover Effect of Foreign Direct Investment on China's High-Tech Industry Based on Interprovincial Panel Data, 17 February 2024,p04 Sustainability 2024, 16(4), 1660; https://doi.org/10.3390/su16041660

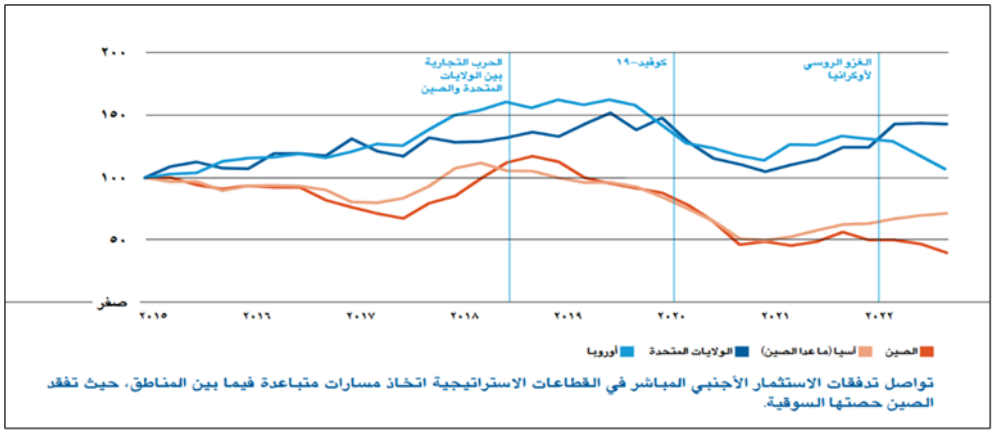
وفي سبتمبر 2013، أطلقت الصين مبادرة الحزام والطريق، وهي مبادرة تعاون دولية تهدف إلى تعزيز التواصل والتعاون الاقتصادي بين الشركاء لبناء مجتمع مصالح ومصير ومسؤولية. ومن خلال رؤيتها لتحسين البنية التحتية للنقل، كان لمبادرة الحزام والطريق تأثير متباين على التنمية الاقتصادية لكل من الدول المتقدمة والنامية، وفي الوقت نفسه، هناك آثار على التجارة العالمية. فالتحرير الاقتصادي الموجه نحو الخارج الذي توفره مبادرة الحزام والطريق يعزز تكامل التجارة بين آسيا وأوروبا. وقد عزز انخفاض تكاليف النقل التجارة في دول الاتحاد الأوروبي، ولكن الآن وقد بدأت الصين في إنشاء مناطق تجارة حرة في منطقة "الحزام والطريق"، فإن فرصها التجارية ستتحول تدريجيا إلى الدول الآسيوية **(Min , Qing , Debao, Yaodong , & Jiaping , p. 04)**. ويمكن القول إن مبادرة الحزام والطريق توفر فرصة ومنصة جديدة لتحقيق الرخاء العالمي المشترك والتنمية المستدامة المتوازنة. وبينما كان لها تأثير على دول أخرى،

فقد كان لها أيضا تأثير على الصين نفسها. حيث بدأ عدد متزايد من الدول التعاون مع الصين في إطار طريق الحرير الرقمي. ووفقا لتقرير نشر عام 2021 من قبل إدارة الفضاء الإلكتروني في الصين (CAC)، وقعت 17 دولة مذكرات تفاهم محددة بطريق الحرير الرقمي مع الصين. **(John , p. 10)** كما نفذت 201 شركة صينية تعمل في المجال الرقمي 1,334 مشروعا استثماريا وتعاونا خارجيا خلال العامين الماضيين، منها 57% مرتبطة بمبادرة طريق الحرير الرقمي. وقد شمل الدفع نحو تطوير DSR شركات الاتصالات المدعومة من الدولة بالإضافة إلى الشركات التكنولوجية الخاصة.

ومن المرجح أن تظل التقنيات الصينية المتقدمة جذابة للأسواق النامية، حيث يتوقع أن تظهر فرص استثمارية طويلة الأجل في دول الحزام والطريق بفضل الابتكار التكنولوجي والتحول الرقمي والتي ستعيد تشكيل المنطقة. وسوف تستفيد بعض دول الحزام والطريق بشكل هيكلي. **(Invesco، March 2023,**)

وعلى الرغم من التراجع العالمي في الاستثمار الأجنبي المباشر لأربع سنوات متتالية حتى عام 2019 كما يوضحه الشكل أدناه، لا يزال جذب الصين لرأس المال الأجنبي ينمو عكس الاتجاه، حيث بلغ الاستخدام الفعلي لرأس المال الأجنبي 138.14 مليار دولار أمريكي، لتحتل بذلك الصدارة عالميا. وقد اجتذبت منطقة دلتا نهر اليانغتسي، بفضل ظروفها الاقتصادية، ومواردها الوفيرة، وموقعها المتميز، ودعم سياساتها، تدفقا كبيرا من الاستثمارات الأجنبية **(Shuai , Jiameng , & Xue , p. 02)**

الشكل رقم(17): واقع التشتت الجغرافي لتدفقات الاستثمارالأجنبي عالميا



Source : https://www.imf.org/ar/Blogs/Articles/2023/04/05/fragmenting-foreign-direct-investment-hits-emerging-economies-hardest

2-الإجراءات المتخذة لتشجيع الاستثمارالأجنبي في الصين

تشريعات الاستثمار الأجنبي انطلاقا من الرغبة في تهيئة بيئة استثمارية جيدة كعامل جذب للاستثمار الأجنبي إلى الصين، بذلت الحكومات الصينية جهودا متعاقبة لتوفير البنية التحتية اللازمة، وأنشأت تدريجيا منذ عام 1979 نظاما قانونيا شاملا للاستثمار، يستند إلى مجموعة من القوانين والتشريعات واللوائح التنفيذية، **(El Hajraoui & Ed-daran, p. 274)**بما في ذلك:

- ✓ قانون المؤسسات المعنية بالاستثمارات الصينية والأجنبية
- ✓ . قانون مؤسسات التعاون الصينية – الأجنبية
- ✓ قانون الاستثمار الأجنبي الخاص
- ✓ قانون ضريبة الدخل على الاستثمارات الأجنبية والمؤسسات الأجنبية
- ✓ اللوائح التوجيهية للاستثمار الأجنبي
- ✓ قانون حماية استثمارات مواطني تايوان
- ✓ مؤشر للصناعات التي يمكن لرجال الأعمال الأجانب الاستثمار فيها
- ✓ مؤشر للصناعات التفضيلية التي يمكن لرجال الأعمال الأجانب الاستثمار فيها في المناطق الوسطى والغربية من الصين. إلى جانب قوانين أخرى مثل مكاتب المحاماة وقانون العقود وقانون العمل والمعاهدات الدولية، الثنائية والمتعددة الأطراف، وحماية الاستثمارات وتجنب الازدواج الضريبي.

الجدول رقم(3) : واردات وصادرات السلع حسب الدول والمناطق الرئيسية، معدلات النمو والنسب المئوية في عام 2023

الدولة أو المنطقة	الصادرات (100 مليون يوان)	الزيادة عن 2022 (%)	نسبة من الإجمالي (%)	الواردات (100 مليون يوان)	الزيادة عن 2022 (%)	نسبة من الإجمالي (%)
الآسيان (ASEAN)	36817	0.0	15.5	27309	0.4	**15.2**
الاتحاد الأوروبي	35226	5.3-	14.8	19833	4.6	**11.0**
الولايات المتحدة الأمريكية	35198	8.1-	14.8	11528	1.8-	**6.4**
اليابان	11076	3.5-	4.7	11309	7.9-	**6.3**
جمهورية كوريا	10467	2.2-	4.4	11381	13.9-	**6.3**
هونغ كونغ، الصين	19333	1.3-	8.1	958	84.3	**0.5**
تايوان، الصين	4819	11.1-	2.0	14033	10.5-	**7.8**
روسيا	7823	53.9	3.3	9093	18.6	**5.1**
البرازيل	4159	1.0	1.7	8625	18.4	**4.8**

الهند	8279	6.5	3.5	1301	12.2	**0.7**
جنوب أفريقيا	1661	4.4	0.7	2245	3.7	**1.2**

Source: National Bureau of Statistics of China. "National Economy Maintained Recovery Momentum and High-Quality Development Made New Achievements in 2023." Last modified February 28, 2024.

.https://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202402/t20240228_1947918.html

وفي عام 2023، برزت الآسيان كأكبر شريك تجاري للصين، بينما احتلت كل من الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية مرتبة متقاربة كوجهات تصدير رئيسية، على الرغم من تسجيل انكماش في التجارة معهما ومع اقتصادات متقدمة أخرى مثل اليابان وكوريا الجنوبية وتايوان. اللافت هو النمو القوي في التبادل التجاري مع روسيا والبرازيل والهند، مما يشير إلى تحولات في الشراكات التجارية الصينية. يعكس التفاوت في الميزان التجاري مع الشركاء المختلفين ديناميكيات اقتصادية ثنائية متباينة، بينما يؤكد دور هونغ كونغ كمركز لإعادة التصدير. يمكن لهذه الاتجاهات التجارية أن توفر سياقًا هامًا لفهم تدفقات الاستثمار الأجنبي وتحديد الأسواق الواعدة والمخاطر المحتملة.

3- و اقع وتوجهات تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في التجارة الإلكترونية في الصين

لطالما كانت محددات الاستثمار الأجنبي المباشر أحد المواضيع الرئيسية في علم الاقتصاد. وتشمل هذه المحددات على وجه التحديد حجم السوق **(بن عباس، صفحة 99)**وإمكانات النمو ، وتكاليف العمالة والمهارات ،وظروف البنية التحتية، والبيئة القانونية والمؤسسية والاستقرار السياسي ،والسياسات البيئية والتنمية المستدامة **(بوجمعة، صفحة 43)**.و بالمقارنة مع المنطقة الغربية، اجتذبت المقاطعات الشرقية في الصين الكثير من الاستثمار الأجنبي من خلال مزايا السياسة والبنية التحتية المتطورة وحجم السوق الكبير والقوى العاملة المؤهلة تأهيلا عاليا وتأثيرات التكتل الصناعي الممتازة .في المقابل تواجه المناطق المتخلفة صعوبة في الحصول على الاستثمار الأجنبي، مما يؤدي إلى عدم المساواة الإقليمية في الاستثمار الأجنبي. .حيث اصبح الاقتصاد الرقمي يسمح للشركات بدخول السوق العالمية بتكاليف أقل من خلال تقنيات مثل الإنترنت والتجارة الإلكترونية والحوسبة السحابية، والتي لم تعد تعتمد على سوق محلي مادي محدد .ومع التطبيق الواسع للذكاء الاصطناعي (AI) والروبوتات، انخفضت العمالة منخفضة

التكلفة في العديد من الصناعات بشكل كبير أصبحت الشركات أقل اعتمادا على البنية التحتية المادية لأسواقها المستهدفة من خلال المنصات الرقمية ونماذج التسليم جعلت المنتجات الرقمية أرباح الاستثمارات متعددة الجنسيات غير معتمدة على الموارد الطبيعية والبيئة المادية، مما يقلل من تأثير السياسة البيئية على اختيار موقع الاستثمار التجاري. أصبحت الحدود الصناعية التقليدية غير واضحة، ولم يعد الهيكل الصناعي يجذب الاستثمار الأجنبي المباشر بشكل كبير حيث تحول تركيز الأصول من الأشكال الثابتة الملموسة إلى الأشكال غير الملموسة والمتحركة. ويمثل هذا تحولا هيكليا في ربحية الأصول الرقمية متعددة الجنسيات. ونتيجة لذلك، أصبح مسار الاستثمار عبر الحدود يأخذ مسارا جديدا.

الأمر الذي ساعد المناطق الأقل نموا في تعزيز بنيتها التحتية للإنترنت مع انتشار التكنولوجيا والابتكار. واصبحت التكنولوجيا الرقمية تدعم هذه المناطق في تطوير بنيتها الصناعية، وتحسين كفاءة الإنتاج والقدرة التنافسية. **(Shaohui, Zhongxian, & Mingwei, p. 25228)** .ولم يعد الاستثمار الأجنبي يركز بشكل أساسي على المناطق المتقدمة. فلقد تتزايد منصات الاستثمار عبر الإنترنت، وتقنيات الدفع عبر الحدود، والعملات الرقمية باستمرار، مما يمكن المستثمرين من الوصول بسهولة أكبر إلى الأسواق العالمية، وخاصة المستثمرين الصغار والمتوسطين، الذين يمكنهم المشاركة في تخصيص رأس المال بين المناطق. كما تدعم الرقمنة الحكومة الإلكترونية والتنظيم، مما يحسن بيئة الأعمال المحلية بشكل أكبر. من خلال تبسيط إجراءات الموافقة الإدارية، وتحسين الكفاءة التنظيمية، تقلل البنية التحتية للإنترنت من تكاليف امتثال المستثمرين، وتعزز رغبة الاستثمار. وقد خلقت الاتصالات بيئة ريادية شاملة، وخفضت الحواجز التكنولوجية والمالية أمام رواد الأعمال. ونتيجة لذلك، أعيد توزيع عامل رأس المال بين السكان. في الخدمات العامة، يتسارع بناء البنية التحتية الرقمية في قطاعات التعليم والرعاية الصحية والتمويل وغيرها من الصناعات، مما يوفر ظروفا مواتية لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر.

الجدول رقم(4): الاستثمار الأجنبي والموارد المالية الخارجية (مليار دولار)

السنة	التحويلات الشخصية، % من الناتج المحلي الإجمالي	تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الخارجة (FDI outflows)	تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الداخلة (FDI inflows)
2005	1.03	12,261.17	72,405.69
2010	0.86	68,811.31	114,734.24
2015	0.58	145,667.15	135,576.60
2023	0.28	147,850.00	163,253.45

Source :https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/en-GB/156/index.html.

شهدت كل من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الداخلة والخارجة نموا كبيرا، مما يشير إلى اندماج الصين المتزايد في الاقتصاد العالمي كوجهة ومصدر للاستثمار. **وقد** تجاوزت تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الخارجة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الداخلة في عام 2015 واستمرت في تجاوزها في عام 2023، مما يؤكد دور الصين المتنامي كمستثمر في الخارج.

كما انخفضت نسبة التحويلات الشخصية إلى الناتج المحلي الإجمالي بشكل ملحوظ، مما قد يعكس تغيرات في الهجرة أو تدفقات الأموال.

ولقد شهد عام 2023 تأسيس 53766 شركة باستثمار أجنبي مباشر، بزيادة 39.7% عن العام السابق، وبلغ إجمالي الاستثمار الأجنبي المباشر المستخدم فعليا 1133.9 مليار يوان، بانخفاض 8.0%، أو 163.3 مليار دولار أمريكي، بانخفاض 13.7% وعلى وجه التحديد كان هناك 13649 شركة جديدة تم تأسيسها باستثمارات مباشرة من البلدان الواقعة على طول الحزام والطريق .بما في ذلك الاستثمار في الصين عبر الموانئ الحرة، بزيادة قدرها 82.7 % .وبلغ رأس المال الأجنبي المستثمر مباشرة في الصين 122.1 مليار يوان،

بانخفاض 11.4 % ، أو 17.6 مليار دولار أمريكي، بانخفاض 16.7 % . وفي عام 2023، بلغ الاستثمار الأجنبي المستخدم فعليا في صناعة التكنولوجيا العالية 423.3 مليار يوان، بانخفاض 4.9 %، أو 61.0 مليار دولار أمريكي، بانخفاض 10.8 %.

الجدول رقم(5): إجمالي قيمة الاستثمارالأجنبي المباشرومعدلات النموفي الصين في عام2023

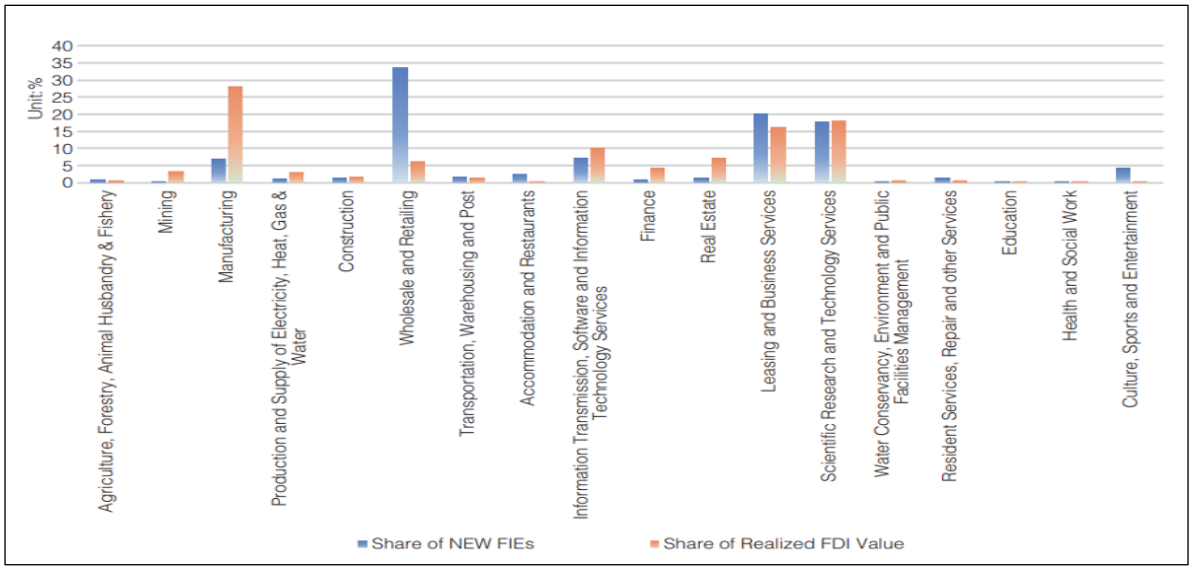
	القطاع	المؤسسات	الزيادة عن عام 2022 (%)	القيمة المستغلة فعليا (100 مليون يوان)	الزيادة عن عام 2022 (%)
المجموع		**53766**	**39.7**	**11339**	**8.0-**
	-الزراعة والغابات وتربية الحيوانات ومصايد الأسماك	418	0.5-	51	36.8-
	-التصنيع	3624	1.5	3179	1.8-
	- إنتاج وتوريد الكهرباء والطاقة الحرارية والغاز والمياه	568	8.6	319	15.6
	- النقل والتخزين والبريد	867	44	149	57.2-
	- خدمات نقل المعلومات والبرمجيات وتكنولوجيا المعلومات	3764	23	1134	26.7-
	- الجملة والتجزئة	18010	65.3	690	-28.2

	- العقارات	684	17.7	810	-11.4
	- خدمات التأجير والأعمال	10673	42.8	1819	-15.4
	-خدمات للأسر والإصلاح وخدمات أخرى	726	76.6	34	77.7

Source: China Briefing. "China's FDI Trends 2024: Key Sources, Destinations, and Sectors." China Briefing. Accessed May 11, 2025. https://www.china-briefing.com/news/chinas-fdi-./trends-2024-key-sources-destinations-and-sectors

يقدم الشكل التالي توزيع تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI) في الصين حسب القطاع في عام 2023. ويستعرض الشكل القطاعات الاقتصادية الرئيسية التي استقطبت الاستثمارات الأجنبية خلال تلك الفترة، مما يوفر نظرة عامة على توجهات الاستثمار الأجنبي في الاقتصاد الصيني.

الشكل رقم(18):توزيع تدفقات الاستثمارالأجنبي المباشر(FDI)في سنة 2023.



Source: China Briefing. "China's FDI Trends 2024: Key Sources, Destinations, and Sectors." China Briefing. Accessed May 11, 2025. https://www.china-briefing.com/news/chinas-fdi-./trends-2024-key-sources-destinations-and-sectors

من خلال الشكل نلاحظ بأن تجارة الجملة والتجزئة (Wholesale and Retailing) والتي تعتبر التجارة الإلكترونية جزءا متزايد الأهمية منها من بين اهم القطاعات استقطابا للاستثمار الأجنبي وتشمل تجارة الجملة والتجزئة منصات البيع عبر الإنترنت، وتطوير البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، وخدمات التوصيل المرتبطة بها وهذا راجع الى دخول العديد من الشركات الأجنبية الصغيرة والمتوسطة الحجم في مجال التجارة الإلكترونية أو الخدمات المرتبطة بها، الى جانب التوجه الأخير للاستثمارات نحو تطوير البنية التحتية أو المنصات

المدفوعات الرقمية

تُعد المدفوعات الرقمية جزءًا أساسيًا من السوق الرقمي، وتلعب قوانين البيانات والأمن السيبراني دورًا حيويًا في تنظيم هذا السوق. تساعد قوانين البيانات في حماية حقوق المستخدمين وضمان الالتزام بمعايير الخصوصية، بينما يهدف الأمن السيبراني إلى حماية الأنظمة والبيانات من الهجمات والتهديدات المختلفة.

الأمن السيبراني

إن لفظة سيبار (Cyber)هيكلمة يونانية، مشتقة من كلمة (Kyberets) ، و تعني الشخص الذي يدير دفةالسفينة (Steersman) ، و هناك من يرجع أصل اللفظة إلى منتصف القرن 20، مع عالم الرياضيات الأمريكي " Narbert Wieners" ، الذي استخدمها للتعبير عن التحكم الآلي، حيث عرف السيبرنيتيقية على أنها "التحكم و التواصل عند الحيوان و الآلة"، كما ذكر في الكتاب ذاته أنها "علم نقل الرسائل بين الإنسان و الآلة أو بين الآلة و الآلة"، من هنا تبلورت السيبرانية و تم توظيفها للتعبير عن العمليات الآلية و العلاقات بين الأجهزة الالكترونية و الإنسان بن مرزوق، 2018، صفحة 35)

أما الأمن السيبراني فهو ممارسة الدفاع عن أجهزة الكومبيوتر، و الأجهزة المحمولة و الأنظمة الالكترونية، و الشبكات،و البيانات، من الهجمات الخبيثة، كما يرد بمعنى أمن الشبكات والأنظمة المعلوماتية والبيانات والمعلومات، والأجهزة المتصلة بالانترنيت، وعليه فهو المجال الذي يتعلق بإجراءات ومعايير الحماية المفروض اتخاذها، أو الالتزام بها، لمواجهة التهديدات، و منع الهجمات، أو على الأقل الحد من آثارها (جبور ،الاشقر ،2017، صفحة (25) و قد عرفته وزارة الدفاع الأمريكي Pintagon أنه كافة الإجراءات التنظيمية التي تأمن الحماية الكافية للمعلومات بجميع أنواعها و أشكالها ، سواء كانت الكترونية أو مادية، من مختلف المخاطر و الهجمات و الجرائم، و أفعال التخريب و التجسس و الحوادث، بينما أدرج الإعلان الأوروبي ، الأمن السيبراني بمعنى : قدرة النظام المعلوماتي على مقاومة

محاولات الاختراق أو الحوادث غير المتوقعة التي تستهدف البيانات" ،(الشمري، 2020، الصفحات (275-276)و من بين من عرف الأمن السيبراني Edward Amors الذي قدم الأمن السيبراني بأنه: الوسائل التي من شأنها الحد من خطر الهجوم على البرمجيات أو أجهزة الحاسوب أو الشبكات و منها الوسائل المستخدمة في مواجهة القرصنة و كشف الفيروسات.

Amoroso, 2007, p. 1 حيث جزم بالجدارة المطلقة لأجهزة الأمن السيبراني في ردع الجريمة المعلوماتية، إلا أن الوسائل المسخرة لحماية المعلوماتية و الأمن السيبراني ليس بالضرورة أنها تقوم دائما بردع الجرائم الالكترونية، و إنما قد تعمل على الحد منها و الحماية من وقوعها و أيضا Kemmere . A Richard الذي يرى أنه: "عبارة عن وسائل دفاعية من شأنها كشف و إحباط المحاولات التي يقوم بها القراصنة" .3 (Kemmerer, 2003, p. و يبدو أنه قدم تعريفا مختصرا و لم يفصل في هوية القراصنة و أنواع مرتكبي الهجمات السيبرانية.

دراسة حالة منصتي Alibaba و JD.com

تقدم هذه الدراسة تحليلا مقارنا شاملا بين Alibaba Group وJD.com ، وهما عملاقا التجارة الإلكترونية الصينية التاريخيان. يتضمن التحليل أحدث البيانات المالية لعامي 2024-2025 والتوقعات حتى عام 2030.

أولا- سوق التجارة الإلكترونية الصيني - بيانات مفصلة 2025.

سوق التجارة الإلكترونية الصيني يقف اليوم كأكبر سوق في العالم، حيث تُقدر قيمته في عام 2025 بنحو 1.57 تريليون دولار أمريكي، ومن المتوقع أن يصل إلى 2.54 تريليون دولار بحلول عام 2030، بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 10.07%.

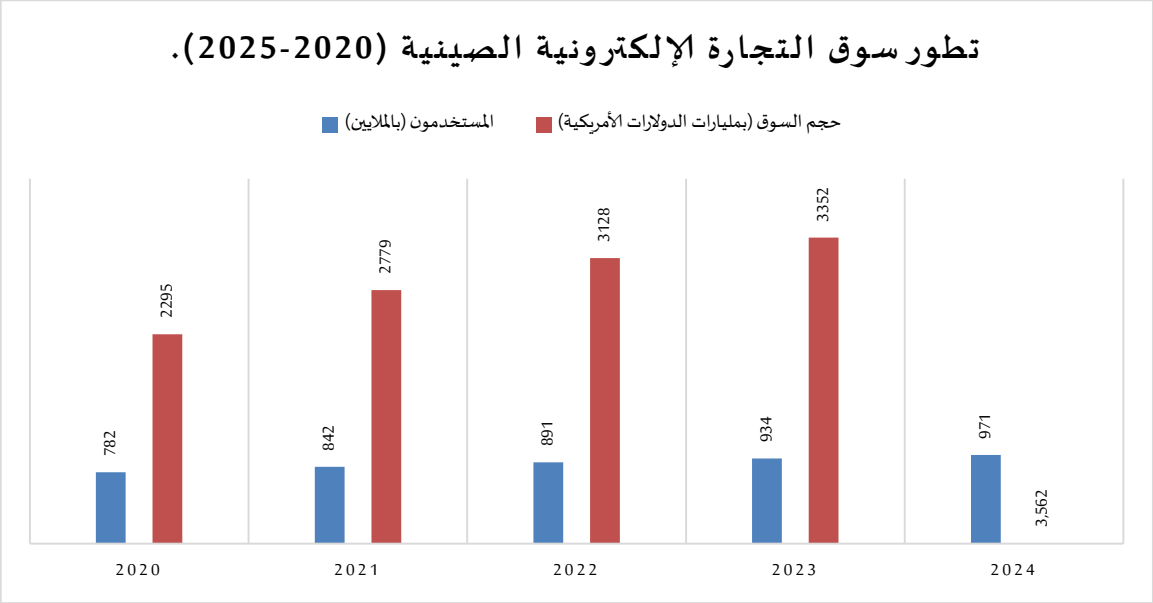
سوق التجارة الإلكترونية الصيني يستمر في هيمنته على المشهد العالمي، مدفوعاً بمعدلات انتشار عالية للإنترنت والهواتف المحمولة، وثقافة استهلاكية متطورة. رغم التحديات المتعلقة بالأمان والثقة والقيود التنظيمية، تبقى الفرص كبيرة للنمو والتوسع في هذا السوق الديناميكي.

الجدول 6: تطورسوق التجارة الإلكترونية الصينية(2020-2025) .

السنة	حجم السوق (بمليارات الدولارات الأمريكية)	نموسنوي	نسبة الاختراق	المستخدمون (بالملايين)
2020	2,295	27.5%	24.9%	782
2021	2,779	21.1%	27.6%	842
2022	3,128	12.6%	29.8%	891
2023	3,352	7.2%	31.4%	934
2024	3,562	6.3%	32.8%	971
2025	3,745	5.1%	33.9%	1,002

المصدر: Springer Link (2024). Alibaba versus JD.Com: Strategies, Business Models, and Financial Statements

الشكل 19: تطورسوق التجارة الإلكترونية الصينية(2020-2025) .



المصدر : Springer Link (2024). Alibaba versus JD.Com: Strategies, Business Models, and Financial Statements

يشهد سوق التجارة الإلكترونية مسار نمو متباطئا ولكنه لا يزال ديناميكيا. بعد بلوغ ذروة نمو بلغت 27,5% في عام 2020 بسبب الجائحة، حيث تراجع بمعدل نمو سنوي تدريجيا ليصل إلى 5,1% المتوقع في نهاية عام 2025. وعلى الرغم من هذا التباطؤ، ترتفع القيمة الإجمالية للسوق بشكل ملحوظ، من 2,3 مليار إلى 3,7 مليار دولار أمريكي خلال هذه الفترة، ما يمثل زيادة إجمالية بنسبة 63%.

كما يتوسع اعتماد التجارة الإلكترونية: يرتفع عدد المستخدمين من 782 مليونا إلى أكثر من مليار، مما يرفع نسبة المستخدمين من 1 من كل 4 أشخاص في عام 2020 إلى 1 من كل 3 أشخاص في عام 2025. يعكس هذا التطور عودة الأمور إلى طبيعتها بعد جائحة كوفيد، حيث بعد السنوات الاستثنائية 2020-2021 التي اتسمت بالقيود الصحية، أصبح السوق يستعيد وتيرة نمو أكثر تقليدية تتراوح بين 5 و7% سنويا.

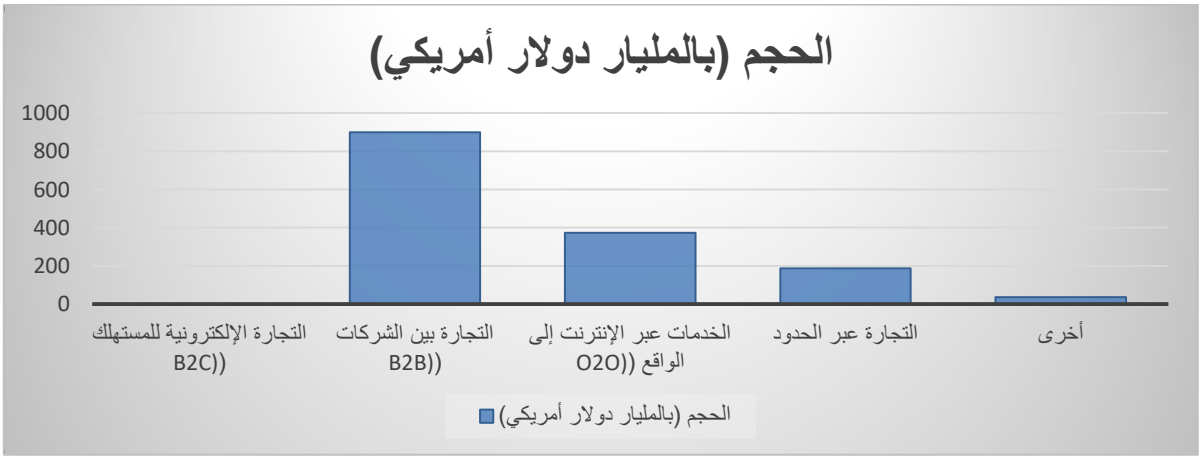
الجدول 7: التوزيع حسب قطاعات السوق(2025)

القطاع	الحجم (بالمليار دولار أمريكي)	النسبة من الإجمالي	النمو السنوي (YoY)	الشركات الرائدة

التجارة الإلكترونية للمستهلك(B2C)	2,247	60.0%	4.8%	Alibaba، JD، PDD
التجارة بين الشركات (B2B)	899	24.0%	8.2%	Alibaba، JD
الخدمات عبر الإنترنت إلى الواقع (O2O)	374	10.0%	12.1%	Meituan، Alibaba
التجارة عبر الحدود	187	5.0%	15.3%	Alibaba، JD
أخرى	37	1.0%	3.2%	متنوع

المصدر: Harvard Business School Press. "Alibaba vs. JD.com: Strategies, Business Models, and Financial Statements" (Case Study CB0069)

الشكل 20: التوزيع حسب قطاعات السوق(2025)



المصدر : Harvard Business School Press. "Alibaba vs. JD.com: Strategies, Business Models, and Financial Statements" (Case Study CB0069)

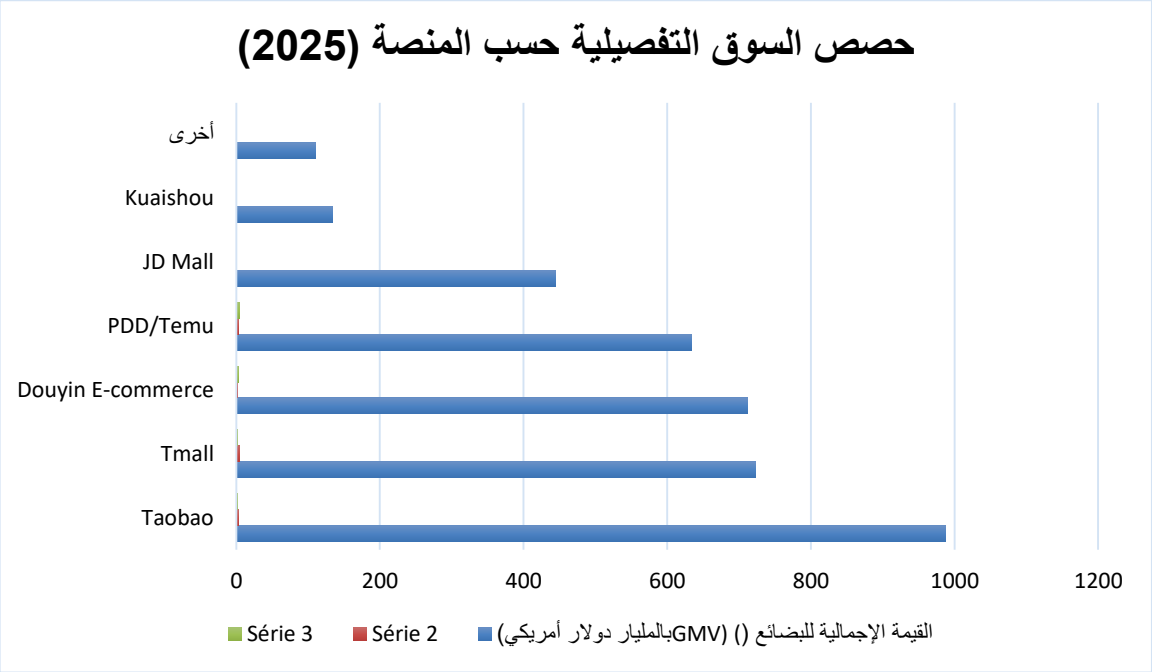
يقسم سوق التجارة الإلكترونية إلى قطاعات ويظهر ديناميكيات نمو متباينة. حيث يهيمن قطاع B2C على السوق بنسبة 60%، بينما يمثل قطاع B2B 24% ويتفوق على قطاع B2C بنمو يبلغ 8.2%. توفر القطاعات الناشئة مثل الخدمات عبر الإنترنت إلى خارج الإنترنت (O2O) والتجارة عبر الحدود إمكانات للابتكار. وتسيطر Alibaba على جميع قطاعات السوق الرئيسية، ويجب على الشركات أن تضع نفسها في موقع استراتيجي لتحقيق نمو قوي في قطاعي O2O والتجارة عبر الحدود من أجل الحفاظ على قدرتها التنافسية.

الجدول 8: حصص السوق التفصيلية حسب المنصة(2025)

المنصة	القيمة الإجمالية للبضائع (GMV)(بالمليار دولار أمريكي)	الحصة السوقية (%)	التغير مقارنة بـ 2024	القطاع الرئيسي
Taobao	987	26.3%	-1.2%	C2C/B2C جماهيري
Tmall	723	19.3%	-0.8%	B2C (Premium)
Douyin E-commerce	712	19.0%	+3.2%	التجارة الاجتماعية
PDD/Temu	634	16.9%	+1.8%	منخفض التكلفة
JD Mall	445	11.9%	-0.3%	B2C مباشر
Kuaishou	134	3.6%	+0.8%	التجارة الاجتماعية
أخرى	110	2.9%	-3.5%	سوق متخصص (Niche)

المصدر: "The Motley Fool (2023). "Better Chinese Stock: Alibaba vs. JD.com

الشكل 21: حصص السوق التفصيلية حسب المنصة(2025)



المصدر: "The Motley Fool (2023). "Better Chinese Stock: Alibaba vs. JD.com

يكشف المشهد التنافسي للتجارة الإلكترونية الصينية عن إعادة توزيع القوى لصالح النماذج الجديدة. على الرغم من أن Taobao لا تزال تحتفظ بمكانتها الرائدة بحصة سوقية تبلغ 26.3٪، إلا أن منصة Alibabaتفقد أرضيتها (-1.2٪)، وكذلك منصتها الشقيقة .Tmall ويشهد هذا التراجع على الضغط الذي تمارسه الشركات الجديدة الداخلة إلى السوق.

كما برزت ايضا Douyin E-commerce ، حيث قفزت إلى المرتبة الثالثة بحصة سوقية تبلغ 19% وأعلى معدل نمو (+3.2%) بفضل ديناميكية التجارة الاجتماعية. ويتأكد هذا الاتجاه مع صعودKuaishou ، في حين أن JD Mall توقفت عند 11.9% دون أن تتمكن من النمو(-0.3%)

كما لا يزال السوق شديد التركيز، حيث تستحوذ الشركات الخمس الأولى على 93% من الحصص، مما يحد من المساحة المتاحة للمنافسين الآخرين. ويكشف هذا التطور عن تغيير في النمط الاستهلاكي حيث تتنازل المنصات التقليدية Taobao و Tmall و JD عن مكانتها للمنصات الجديدة Douyin وPDD التي تلبي توقعات المستهلكين الشباب بشكل أفضل، لا سيما من خلال دمج التجارة الاجتماعية واستراتيجيات الأسعار الجذابة.

أ-مجموعة Alibaba

هو موقع خاص بالتجارة الإلكترونية يعمل على التوفيق بين كل من البائع والمشتري، وهو خاص ببيع بضائع الجملة والآلات الصناعية فيه المئات من السلع المتنوعة، ويضم هذا الموقع الألاف من المسوقين والمشترين بتكلفة رأس مالية تصل إلى مليارات الدولارات وهي في تزايد مستمر، لذا سيكون من الصعب حسابها يعمل الموقع كمكان التقاء يوفق بين البائع والمشتري، في مقابل عمولة مئوية يأخذها مقابل السلعة المباعة، وهو يضمن الحقوق لكل الطرفين، كما أن هذا الموقع لا يوفر خيار الشحن غالبا ، وعلى المشتري أو البائع أن يتفقا مع شركة شحن لأن عند الشراء بالجملة لا تنقل البضاعة عن طريق البريد و إنما عن طريق شركات شحن متخصصة.[1]

1. الهيكل المؤسسي والحوكمة

يتميز الهيكل المؤسسي لمجموعة علي بابا الصينية بتنظيم معقد يجمع بين الشركة الأم المدرجة في البورصة والوحدات التجارية المستقلة. أعلنت المجموعة في مارس 2023 عن هيكل تنظيمي وحوكمة جديد لتمكين جميع أعمالها من أن تصبح أكثر مرونة وتعزيز اتخاذ القرار، حيث تم تقسيم المجموعة إلى 6 وحدات تجارية تعمل كل منها بشكل مستقل مع هيكل حوكمة خاص بها .

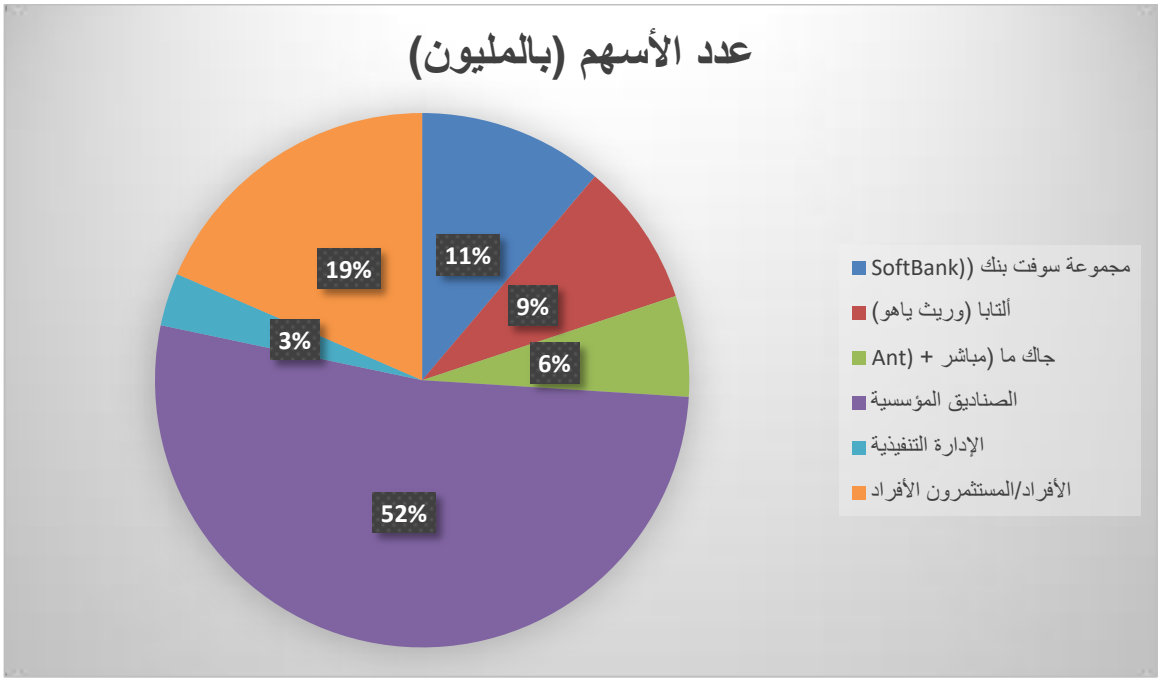
[1] HISTORY AND MILESTONES : alibabagroup.com. 2025 اطلع عليه بتاريخ 10 جوان

الجدول 9: هيكل ملكية أسهم علي بابا (مارس 2025)

فئة المساهمين	نسبة المشاركة (%)	عدد الأسهم (بالمليون)	القيمة (بالمليار دولار أمريكي)
مجموعة سوفت بنك(SoftBank)	11.2%	289.3	22.4
ألتابا (وريث ياهو)	8.7%	224.8	17.4
جاك ما) مباشر(Ant +	6.1%	157.6	12.2
الصناديق المؤسسية	52.3%	1,351.4	104.6
الإدارة التنفيذية	3.2%	82.7	6.4
الأفراد/المستثمرون الأفراد	18.5%	477.9	37.0

المصدر: دراسات حالة من مدارس الأعمال الدولية حول نماذج الأعمال الرقمية

الشكل 22: هيكل ملكية أسهم علي بابا (مارس 2025)



المصدر: دراسات حالة من مدارس الأعمال الدولية حول نماذج الأعمال الرقمية

تكشف هيكلية الملكية عن شركة مملوكة بشكل كبير من قبل مستثمرين مؤسسيين يسيطرون على أكثر من نصف رأس المال (52,3%) بقيمة 104,6 مليار دولار أمريكي. وتعتبر مجموعة SoftBank المساهم الرئيسي بنسبة 11,2% من الأسهم، تليها (Altaba Yahoo سابقا)التي تحتفظ بنسبة 8,7% على الرغم من عمليات البيع الجزئية السابقة.أما العنصر الأكثر بروزا فهو التخفيف الكبير من سيطرة المؤسس جاك ما، الذي لم يعد يمتلك سوى 6.1%من الأسهم، مما يدل على النمو القوي للشركة وعمليات جمع الأموال المتعددة. تمتلك الإدارة الحالية حصة أقل من ذلك، حيث لا تمتلك سوى 3.2% من رأس المال، وهو رقم ضئيل نسبيا بالنسبة لشركة بهذا الحجم. فيما يمثل صغار المساهمين حصة كبيرة بنسبة 18.5% من الأسهم، بقيمة 37 مليار دولار أمريكي. ويوضح هذا التوزيع عدم وجود مساهم واحد مسيطر: فالسلطة موزعة بين عدة مجموعات من المستثمرين المؤسسيين، مما يخلق توازنا في القوى. تبلغ القيمة السوقية الإجمالية حوالي 200 مليار دولار أمريكي، مما يؤكد مكانة الشركة كعملاق تكنولوجي.

2. البيانات المالية التفصيلية 2024-2025

تُعد شركة علي بابا من أكبر شركات التجارة الإلكترونية في الصين والعالم. بدأت عام 1999، وتوسعت لتقدم خدمات كثيرة، مثل التسوق عبر الإنترنت، الحوسبة السحابية، والخدمات المالية.

في عامي 2024 و2025، واجهت الشركة بعض التحديات مثل الرقابة الحكومية والمنافسة الكبيرة، إلى جانب تباطؤ الاقتصاد الصيني. رغم ذلك، واصلت علي بابا النمو من خلال الابتكار، واستخدام الذكاء الاصطناعي، وزيادة التركيز على الأسواق العالمية.

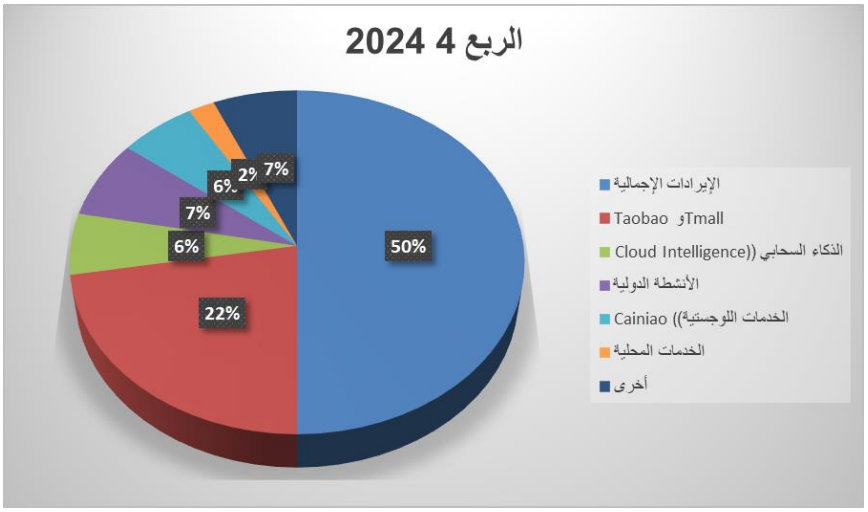
البيانات المالية لهذه الفترة توضح أداء الشركة من حيث الإيرادات، الأرباح، والمصاريف، كما تسلّط الضوء على أداء أقسام مهمة مثل "تاوباو"، "تي مول"، و"علي بابا كلاود". كما تُظهر هذه البيانات خطوات مهمة في إعادة تنظيم الشركة وتقسيم بعض أعمالها لتكون أكثر كفاءة.

الجدول 10: النتائج المالية الفصلية لشركة Alibaba (بملايين دولار)

الربع المالي	الربع 1 2024	الربع 2 2024	الربع 3 2024	الربع 4 2024	الربع 1 2025
الإيرادات الإجمالية	234,156	236,503	260,348	221,874	243,236
Taobaoو Tmall	113,390	119,038	136,091	98,994	101,400
الذكاء السحابي (Cloud Intelligence)	26,549	29,609	28,067	25,581	26,549
الأنشطة الدولية	31,672	29,295	37,756	32,588	29,837
Cainiao (الخدمات اللوجستية)	24,735	21,208	23,075	26,444	23,456
الخدمات المحلية	**12,595**	**11,047**	**10,734**	**9,128**	**11,234**
أخرى	**25,215**	**26,306**	**24,625**	**29,139**	**50,760**

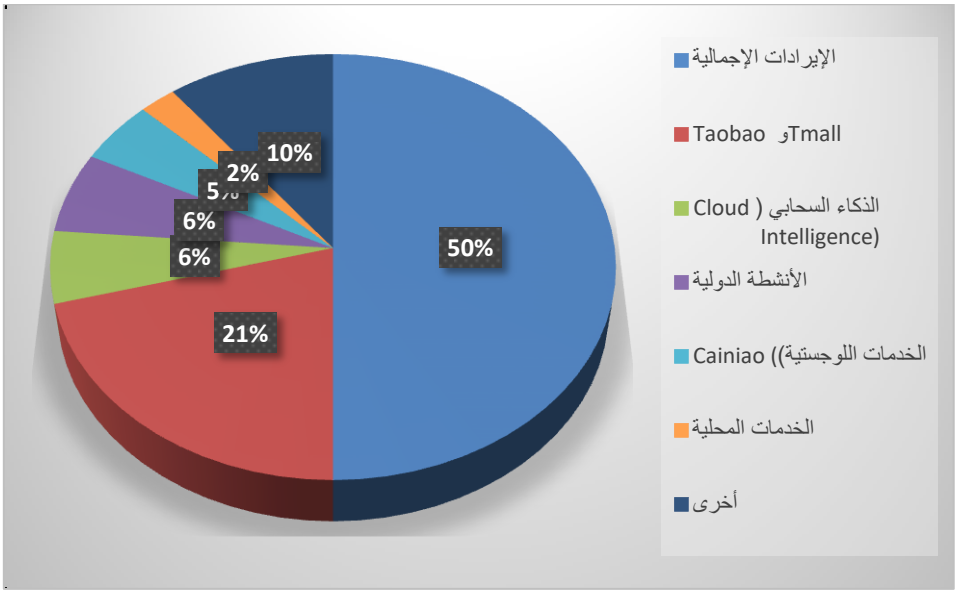
المصدر: "Statista. "JD.com - statistics & facts

الشكل (23):الحصيلة المالية لشركة Alibaba في الربع الأخير من عام 2024



المصدر: "Statista. "JD.com - statistics & facts

الشكل (24):الحصيلة المالية لشركة Alibaba في الربع الأول من عام 2025



المصدر: "Statista. "JD.com - statistics & facts

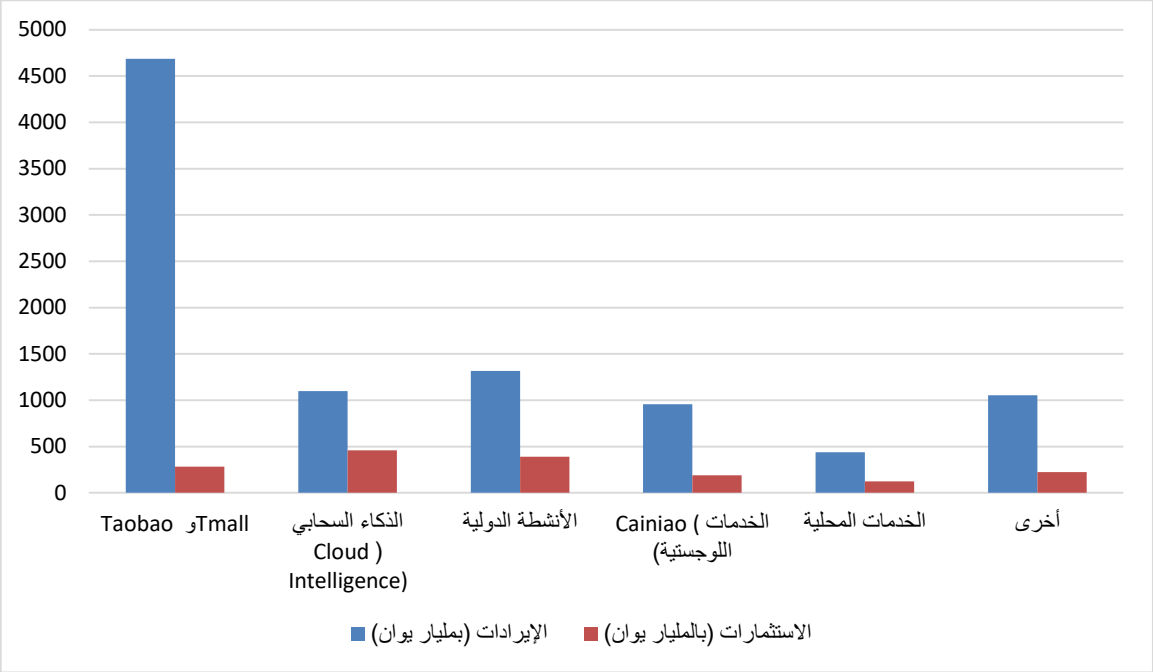
تظهر النتائج المالية تقلبات كبيرة، حيث يتراوح إجمالي الإيرادات بين 222 و 260 مليار دولار أمريكي. سجل الربع الثالث من عام 2024 أداءا بلغ 260 مليار دولار أمريكي، مدفوعا بشكل أساسي بمنصتي Taobao و Tmall .ويشهد قلب الصناعة تقلبات شديدة: فالسحابة الإلكترونية في حالة ركود، بينما تحافظ Cainiao على إيراداتها ثابتة. على الصعيد الدولي، تشير التقلبات الشديدة إلى صعوبات في التوسع الجغرافي. تشهد الخدمات المحلية تراجعا، في حين تسجل فئة أخرى نموا مذهلا.

الجدول 11: تحليل الربحية حسب القطاع في شركةAlibaba 2024

القطاع	الإيرادات (بمليارديوان)	الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (EBITDA) (بالمليارديوان)	هامش EBITDA (%)	الاستثمارات (بالمليارديوان)
Taobaoو Tmall	468.5	187.4	40.0%	28.2
الذكاء السحابي (Cloud Intelligence)	109.8	8.8	8.0%	45.6
الأنشطة الدولية	131.3	-15.7	-12.0%	38.9
Cainiao (الخدمات اللوجستية(	95.5	2.9	3.0%	18.7
الخدمات المحلية	43.5	-8.7	-20.0%	12.3
أخرى	105.3	-5.3	-5.0%	22.1

المصدر: Harvard Business School Press. "Alibaba vs. JD.com: An Analysis of Financial Statements" (Case Study CB0071)

الشكل رقم (25):تحليل الربحية حسب القطاع في شركة Alibabaفي عام 2024



المصدر: Harvard Business School Press. "Alibaba vs. JD.com: An Analysis of Financial Statements" (Case Study CB0071)

تكشف هيكلية ربحية Alibaba عن نموذج اقتصادي ذي سرعتين. يشكل القطاع الرئيسي (Taobao & Tmall) آلة النقد الحقيقية مع هامش EBITDA استثنائي يبلغ 40%، ويحقق أرباحا بقيمة 187 مليار يوان صيني. يسمح هذه الأداء الرائع بتمويل استراتيجية التنويع الشاملة للشركة. وفي المقابل، تسجل قطاعات النمو خسائر كبيرة: سجلت الأنشطة الدولية خسارة قدرها 15.7 مليار يوان صيني مع هامش خسارة بنسبة 12%، بينما خسرت الخدمات المحلية 8.7 مليار يوان صيني مع هامش خسارة كارثي بنسبة 20%. على الرغم من الاستثمارات الضخمة التي بلغت 45.6 مليار يوان صيني، لم تحقق السحابة سوى هامش متواضع بنسبة 8%، بعيدا عن معايير قطاع التكنولوجيا.

يوضح هذا التوزيع استراتيجية متعمدة للتضحية بالربحية على المدى القصير من أجل غزو أسواق جديدة. تركز Alibaba أكبر استثماراتها على السحابة (45.6 مليار) والقطاع الدولي (38.9 مليار)، مراهنة على إمكاناتهما المستقبلية. فقط قسم اللوجستيات Cainiao تمكن من الحفاظ على التوازن مع هامش ضعيف ولكنه إيجابي بنسبة 3%، مما يدل على نضج هذا القطاع.

- **النظام البيئي التكنولوجي الخاص بشركةAlibaba :**

تمتلك شركة Alibaba نظامًا بيئيًا تكنولوجيًا متكاملاً يربط بين مختلف خدماتها ومنصاتها. لا تقتصر الشركة على التجارة الإلكترونية فقط، بل تشمل أيضًا مجالات مثل الخدمات السحابية Alibaba) (Cloud، الدفع الإلكتروني(Alipay) ، الذكاء الاصطناعي، الخدمات اللوجستية(Cainiao) ، وحتى الترفيه الرقمي.

يعتمد هذا النظام على التكامل بين التكنولوجيا والبيانات الضخمة لتقديم تجربة شاملة للمستخدمين والشركات، مما يعزز الكفاءة ويوسّع من تأثير الشركة في مختلف القطاعات.

الجدول 12: محفظة التكنولوجيا الخاصة بشركةAlibaba

المجال	المنتج / الخدمة	المركز في السوق	الإيرادات 2024 (بمليار يوان)	النمو السنوي (YoY)
الحوسبة السحابية	Alibaba Cloud	الأولى في الصين، الرابعة عالميًا	109.8	13%
المدفوعات	Alipay (Ant Group)	الأولى في المدفوعات عبر الجوال في الصين	-	-
الذكاء الاصطناعي / التعلم الآلي	Tongyi Qianwen	من أفضل 3 نماذج لغوية في الصين	8.9	156%
اللوجستيات	Cainiao Network	الثانية في الصين	95.5	18%
التعاون المؤسسي	DingTalk	الأولى في حلول المؤسسات بالصين	12.3	24%
الخرائط الرقمية	Amap / AutoNavi	الثانية في الصين	6.7	8%

المصدر: Statista (2024). "Alibaba: annual revenue 2024".

تظهر Alibaba هيمنة ملحوظة على النظام البيئي التكنولوجي الصيني، حيث تفرض نفسها كشركة رائدة أو شريكة رائدة في معظم قطاعات نشاطها. وتعد Alibaba Cloud الرائدة في هذا المجال، حيث تحقق إيرادات تقارب 110 مليار يوان صيني ونموا مستمرا بنسبة 13%، مما يؤكد مكانتها المهيمنة في سوق الحوسبة السحابية الصيني.

تتجلى الابتكارات التكنولوجية بشكل خاص في مجال الذكاء الاصطناعي مع Tongyi Qianwen التي حققت نموا هائلا بنسبة +156%، على الرغم من انطلاقها من قاعدة متواضعة بلغت 8.9 مليار يوان صيني. ويشهد هذا الأداء الاستثنائي على إمكانات الذكاء الاصطناعي التوليدي. وتعزز حلول التعاون هذه الديناميكية بنمو بنسبة +24%، حيث تهيمن على سوق الشركات الصينية.

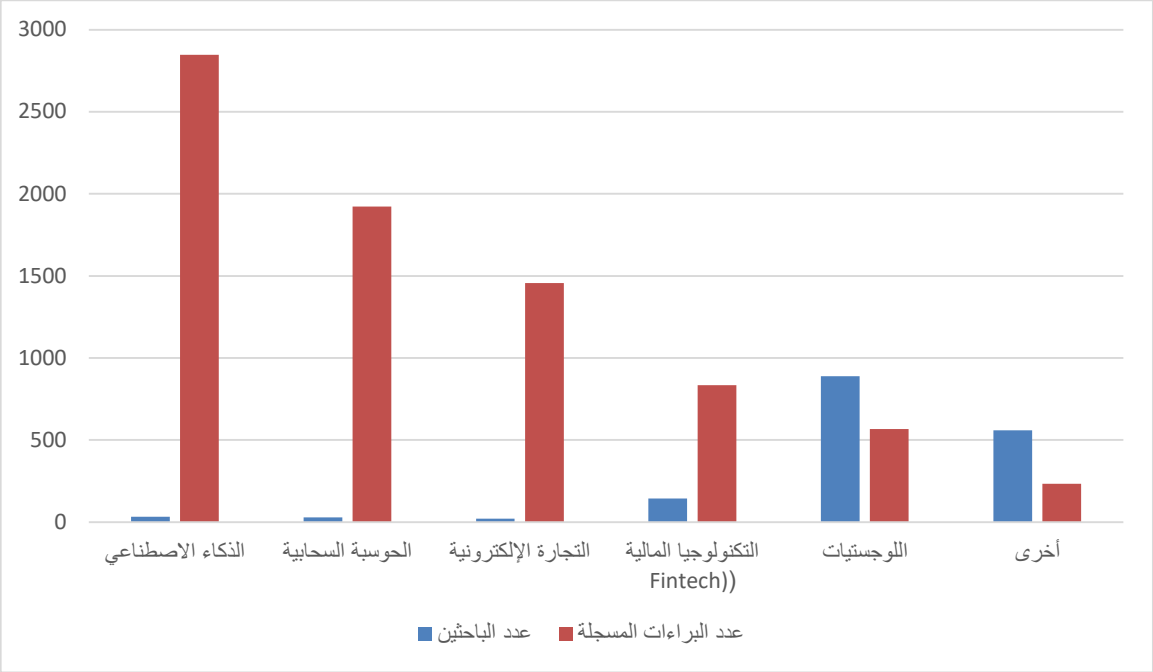
يمتد التنويع الناجح إلى ما وراء التجارة الإلكترونية: تحتل اللوجستيات المرتبة الثانية على الصعيد الوطني مع نمو قوي بنسبة +18%، في حين تحقق Amap نموا متواضعا (+8%) في سوق خرائط ناضج. تجدر الإشارة إلى أنAlipay ، على الرغم من عدم إدراجها في الإيرادات الموحدة كشركة تابعة منفصلة Ant) (Group، تعزز النظام البيئي الشامل.

الجدول 13: استثمارات Alibaba في مجال البحث والتطوير حسب المجال(2024)

مجال البحث والتطوير(R&D)	الميزانية (بالملياريوان)	النسبة من إجمالي ميزانية البحث والتطوير	عدد البراءات المسجلة	عدد الباحثين
الذكاء الاصطناعي	18.9	32%	2,847	3,200
الحوسبة السحابية	15.2	26%	1,923	2,800
التجارة الإلكترونية	12.6	21%	1,456	2,100
التكنولوجيا المالية (Fintech)	7.3	12%	834	1,450
اللوجستيات	3.8	6%	567	890
أخرى	1.8	3%	234	560

المصدر: Alibaba Group Technology Annual Report 2024

الشكل 26: استثمارات Alibaba في مجال البحث والتطوير حسب المجال(2024)



المصدر: Alibaba Group Technology Annual Report 2024

تنفذ Alibaba استراتيجية طموحة في مجال البحث والتطوير مع ما يقرب من 11000 باحث وميزانية تركز على الأولويات التكنولوجية المستقبلية. الذكاء الاصطناعي (AI) هو الاستثمار الأول، حيث يمثل 32% من الميزانية ويستقطب 3200 باحث. يتمتع الذكاء الاصطناعي بأعلى معدل إنتاجية، مع 2847 براءة اختراع لـ 3200 باحث. الحوسبة السحابية هي ثاني أكبر قطاع، مع 26% من الاستثمارات و 2800 باحث. يمثل قطاعا الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية 58% من الميزانية الإجمالية، مع التركيز على التقنيات المستقبلية. على الرغم من نضجه وربحيته، يوفر التجارة الإلكترونية 21% من الميزانية و2100 باحث. تحصل التكنولوجيا المالية على 12٪ من الموارد، بينما تحصل اللوجستيات على 6% فقط.

ب- منصة JD.COM

1. تعريف المنصة

منصة JD.com هي شركة صينية رائدة في مجال التجارة الإلكترونية، وتُعرف أيضاً باسم JINGDONG (بالصينية: 京东)، وهي منصة متكاملة تقدم مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات، بما في ذلك البيع بالتجزئة عبر الإنترنت، وتكنولوجيا سلسلة التوريد، والخدمات اللوجستية، والخدمات المالية، والاتصالات.[1]

2. الهيكل المؤسسي والحوكمة

الجدول 14: هيكل المساهمين في JD.com (مارس 2025)

فئة المساهمين	نسبة المشاركة (%)	عدد الأسهم (بالمليون)	القيمة (بالمليار دولار أمريكي)
ليو تشيانغدونغ (Liu Qiangdong)	13.9%	449.2	8.7
وولمارت(Walmart)	9.3%	300.5	5.8
تينسنت(Tencent)	17.8%	575.1	11.1
الصناديق المؤسسية	41.2%	1,331.8	25.7
الإدارة التنفيذية	4.6%	148.5	2.9
الأفراد/المستثمرون الأفراد	13.2%	426.7	8.2

المصدر: موقع علاقات المستثمرين: https://ir.jd.com

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن هيكلية ملكية منصة JD في مارس 2025 عن سيطرة استراتيجية مشتركة بين الشركاء التجاريين والمستثمرين المؤسسيين. حيث يهيمن المستثمرون المؤسسيون على 41,2%

[1] https://en.wikipedia.org/wiki/JD.com#:~:text=JD.com%2C%20Inc.%2C,commerce%20company%20headquartered%20in%20Beijing.

من الأسهم، بما يعادل 25,7 مليار دولار أمريكي، مما يدل على ثقة الصناديق الكبرى في النموذج الاقتصادي للشركة.وتعتبر Tencent المساهم الرئيسي بنسبة 17.8% من الأسهم، متجاوزة حتى المؤسس Liu Qiangdongالذي يحتفظ بنسبة 13.9%. وتعكس هذه المكانة المهيمنة لـ Tencent شراكتها الاستراتيجية في النظام البيئي الرقمي الصيني. وتكمل Walmart هذا الثلاثي الرائد بنسبة 9.3% من الأسهم، مما يجسد تحالفها التجاري في مجال البيع بالتجزئة واللوجستيات.

كما أنه بالرغم من التخفيضات المتتالية، لا يزال ليو تشيانغدونغ مساهما مهما بحصة تبلغ 8.7 مليار دولار أمريكي، ويحتفظ بنفوذ كبير على التوجهات الاستراتيجية. تمتلك الإدارة 4.6% من الأسهم (2.9 مليار دولار أمريكي)، بينما يمتلك صغار المساهمين 13.2% مقابل 8.2 مليار دولار أمريكي.

1. البيانات المالية التفصيلية 2024-2025

تُعد شركة JD.com واحدة من أكبر منصات التجارة الإلكترونية في الصين، وتُعرف بتقديم خدمات توصيل سريعة وموثوقة، بالإضافة إلى تركيزها على الجودة والتكنولوجيا. في عامي 2024 و2025، واصلت JD.comتعزيز مكانتها في السوق رغم التحديات الاقتصادية والمنافسة القوية.

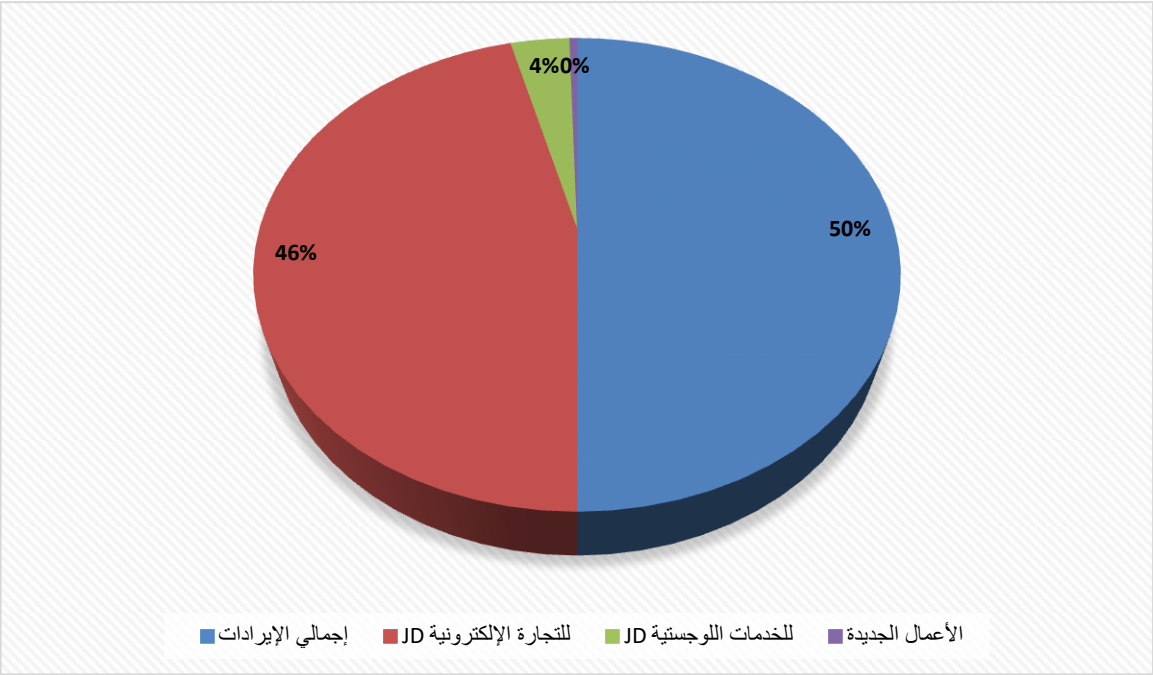
تعكس البيانات المالية خلال هذه الفترة أداء الشركة من حيث الإيرادات، الأرباح، التكاليف، ونمو القطاعات المختلفة مثل التجارة بالتجزئة، والخدمات اللوجستية، والحوسبة السحابية. كما توضح هذه البيانات كيف نجحت JD.com في تحسين كفاءتها التشغيلية وتوسيع حضورها في الأسواق الداخلية والخارجية.

الجدول 15: النتائج المالية الفصلية لشركة JD.com بملايين اليوان الصيني

الربع	الربع الأول 2024	الربع الثاني 2024	الربع الثالث 2024	الربع الرابع 2024	الربع الأول 2025
إجمالي الإيرادات	260,368	291,431	260,388	306,282	302,458
JDللتجارة الإلكترونية	239,432	268,234	238,945	281,347	278,123
JDللخدمات اللوجستية	18,932	20,456	18,823	22,189	21,567
الأعمال الجديدة	2,004	2,741	2,620	2,746	2,768

المصدر: JD.com Press Release (2024). "إجمالي الإيرادات زاد بنسبة 13.4% على أساس سنوي في الربع الرابع، مع صافي إيرادات 347.0 مليار يوان (147.5 مليار دولار)"

الشكل (27):الحصيلة المالية لشركة JD.comفي الربع الأول من عام 2025



المصدر: JD.com Press Release (2024). "إجمالي الإيرادات زاد بنسبة 13.4% على أساس سنوي في الربع الرابع، مع صافي إيرادات 347.0 مليار يوان (147.5 مليار دولار)"

يظهر الأداء المالي لشركة JD نموا منتظما ومستقرا، حيث ارتفع إجمالي رقم الأعمال بنسبة 16% بين الربع الأول من 2024 والربع الأول من 2025. ويعتبر النشاط الرئيسي للشركة هو التجارة الإلكترونية، والذي يمثل 92% من إجمالي رقم الأعمال، مما يشهد على اعتماد قوي على هذا النشاط. الطبيعة الموسمية للشركة واضحة، حيث ينفجر الربع الرابع بانتظام بسبب احتفالات نهاية العام، مما حقق 306 مليار يوان صيني في 2024. كما تظهر JD للخدمات اللوجستية إمكانات جيدة، بمعدل نمو 14%، محققة 19 إلى 22 مليار يوان صيني لكل ربع. ومع ذلك، تبقى الأعمال الجديدة هامشية، مما يشير إلى تحديات في التنويع خارج التجارة الإلكترونية التقليدية. هذا الهيكل يشير إلى شركة مركزة، لكنها قد تكون عرضة لتقلبات السوق.

الجدول 16: تحليل الربحية حسب القطاع لشركة(2024) JD.com

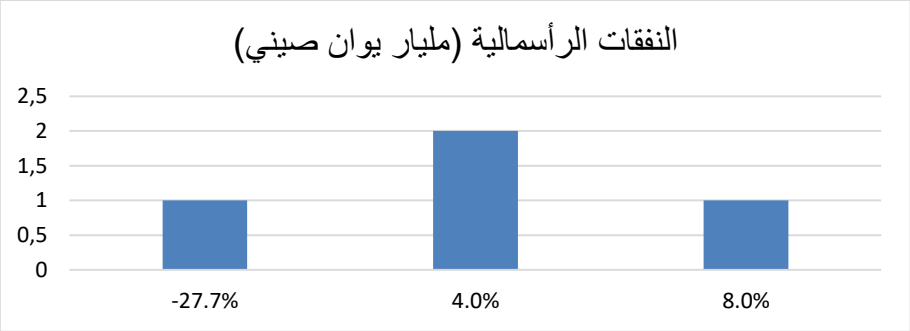
القطاع	الإيرادات (مليار يوان صيني)	الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء (مليار يوان صيني)	هامش الأرباح%	النفقات الرأسمالية (مليار يوان صيني)
JDللتجارة الإلكترونية	1,027.9	41.1	4.0%	23.4
JDللخدمات اللوجستية	80.4	6.4	8.0%	12.8
الأعمال الجديدة	10.1	-2.8	-27.7%	3.9
الإجمالي	1,118.4	44.7	4.0%	40.1

المصدر: JD.com Quarterly Earnings Reports

يختلف النموذج الاقتصادي لشركة JD اختلافا كبيرا عن نموذج علي بابا، حيث يفضّل الأحجام على الهوامش في نموذج تجاري للبيع بالتجزئة التقليدي. النشاط الرئيسي للشركة يولد فقط 4% من الأرباح قبل الفوائد والضرائب والاستهلاك والإطفاء بقيمة 41.1 مليار يوان صيني، وهو فرق كبير مقارنة بـ 40% لعلي بابا. من الجدير بالملاحظة أن JD للخدمات اللوجستية تتفوق على النشاط الرئيسي للبيع بالتجزئة بهامش 8%، مما يؤكد أن الخدمات اللوجستية تمثل ميزة تنافسية ونسبة ربحية واعدة. الاعتماد على التجارة الإلكترونية قوي، حيث يمثل 92% من رقم الأعمال، مما يشير إلى استراتيجية تخصص ولكن يخلق هشاشة هيكلية. الاستثمارات في التجارة الإلكترونية تمثل 40 مليار يوان صيني من إجمالي النفقات

الرأسمالية. الأعمال الجديدة تمثل استنزافا ماليا دون توليد إيرادات مهمة، مما يؤكد صعوبات JD في التنويع خارج خبرة البيع بالتجزئة.

الشكل 28: تحليل الربحية حسب القطاع لشركة(2024) JD.com



المصدر : JD.com Quarterly Earnings Reports

2. البنية التحتية اللوجستية التفصيلية :

ما يميز JD.com عن غيرها هو التحكم الكامل في سلسلة الإمداد، حيث أنها تدير شبكتها اللوجستية الخاصة عوضًا عن الاعتماد على طرف ثالث، وهو ما يُعد حجر الزاوية في نجاحها واستدامتها.

الجدول 17: الشبكة اللوجستية لشركة(2025) JD.com

نوع البنية التحتية	العدد	المساحة (مليون متر مربع)	الطاقة اليومية (مليون طرد)	نسبة الأتمتة %
المستودعات المركزية	43	18.9	45.2	85%
المراكزالإقليمية	187	36.7	128.7	72%
المحطات المحلية	1,200+	12.3	89.4	45%
نقاط التوصيل	320,000+	8.9	234.6	15%
مراكزالفرز	43	2.1	156.8	92%

المصدر: JD Logistics Annual Report 2024-2025

نشرت شركة JD شبكة لوجستية فريدة تضم أكثر من 321,400 نقطة توزيع عبر الصين، مما يظهر استراتيجية إقليمية متميزة. تتيح هذه البنية التحتية الضخمة لشركة JD معالجة 654.7 مليون طرد يوميا، مما يجعلها رائدة في مجال اللوجستيات للتجارة الإلكترونية في الصين. يتكون الهيكل الهرمي للشبكة من 43 مركز فرز عالي الأداء، تعالج 156.8 مليون طرد يوميا على مساحة 2.1 مليون متر مربع فقط، مما يظهر كفاءة رائعة. المنشآت المركزية مؤتمتة بالكامل تقريبا، مما يزيد الإنتاجية إلى أقصى حد ويقلل التكاليف التشغيلية. أكثر من 320,000 نقطة متبقية تتطلب تدخلا بشريا كبيرا. تمثل الشبكة 79 مليون متر مربع من البنية التحتية اللوجستية، مما يوفر ميزة تنافسية مهمة.

الجدول 18: التقنيات اللوجستية لشركةJD.com

التقنية	النشر	الطاقة	عائد الاستثمار %	الاستثمار (مليون يوان صيني)
الروبوتات الآلية المتنقلة(AGV)	1,247وحدة	15ألف طرد/ساعة/روبوت	23%	890
طائرات التوصيل بدون طيار	89مسارا	200 عملية توصيل/يوم	8%	234
المركبات ذاتية القيادة	67مركبة	500كم يوميا	12%	567
الذكاء الاصطناعي التنبؤي	تغطية 100%	دقة 94%	67%	123
تقنية البلوك تشين للتتبع	78%من المنتجات	موثوقية 99.8%	34%	89

المصدر: JD Logistics Annual Report 2024-2025

تنشر شركة JD استراتيجية تقنية متنوعة في سلسلتها اللوجستية، مع التركيز على الحلول ذات العائد الجيد على الاستثمار. حيث يفرض الذكاء الاصطناعي نفسه كالتقنية الأكثر ربحية، بعائد استثمار 67%

مقابل استثمار 123 مليون يوان صيني فقط. تقنيات المعالجة الفيزيائية تظهر نتائج متباينة، كما تحقق 1,247 روبوتات عائد استثمار 23% رغم استثمار 890 مليون يوان صيني. تتبع المنتجات يؤكد قيمته بعائد استثمار 34%، بينما تظهر حلول النقل محدوديتها الاقتصادية. الذكاء الاصطناعي يكلف أقل بمرتين من الروبوتات، لكنه أكثر ربحية بثلاث مرات، مما يوجه أولويات الاستثمار.

خلاصة:

الخلاصة ودراسة صحة الفرضيات

- ✓ لقد أظهرت منصات مثلAlibabaو JD.com أن التحول الرقمي يساهم في زيادة تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث يعزز هذا الأخير ثقة المستثمرين الأجانب من خلال توفير بيئة أعمال رقمية مستقرة وفعالة. مما يشجع الشركات العالمية على الاستثمار في التجارة الالكترونية الصينية.
- ✓ تعتمد منصتي Alibabaو JD.com على الذكاء الاصطناعي لتحسين كفاءة العمليات التجارية وسلاسل التوريد الذكية الامر الذي أدى الى تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف وهو ما يجذب المستثمرين الباحثين عن فرص استثمارية مريحة ومستدامة.
- ✓ أظهرت الدراسة بأن الدعم الحكومي الصيني للتحول الرقمي من خلال تحسين البنية التحتية الرقمية وتسهيل القوانين المتعلقة بالتجارة الالكترونية ساهم في زيادة الاستثمارات الأجنبية المباشرة في هذا القطاع.
- ✓ يعد نجاح كل من Alibabaو JD.com في انشاء منصات جديدة دافعا لزيادة جذب المستثمرين الأجانب الذين يرون في هاتين الشركتين فرصا للنمو العالمي .

كما تم استخلاص النتائج التالية حول تأثير التحول الرقمي على جذب الاستثمار الأجنبي في قطاع التجارة الالكترونية كالتالي :

- تحسين الشفافية: تطبيق تكنولوجيا البلوك تشين يعزز الشفافية في العمليات التجارية، مما يرفع من ثقة المستثمرين.
- تسهيل عمليات الدفع: أنظمة مثل PayPal وStripe سهلت عمليات الدفع الإلكتروني الآمن عبر الحدود، مما يحفز الشركات الأجنبية.
- زيادة أمن البيانات: حلول الحوسبة السحابية تقلل من الهجمات السيبرانية، مما يوفر بيئة آمنة للاستثمار.

- تحسين الخدمات اللوجستية: أتمتة المستودعات واستخدام الذكاء الاصطناعي ساهم في تسريع عمليات الشحن، وخفض التكاليف.

المراجع

- https://www.accountancyage.com. (2024, 03 12). Récupéré sur https://www.accountancyage.com/2024/03/12/how-ai-is-revolutionising-accounting/: https://www.accountancyage.com/2024/03/12/how-ai-is-revolutionising-accounting/
- IMF. (1993). Balance of payments manual (5th ed.). doi: https://www.imf.org/external/pubs/ft/bopman/bopman.pdf
- Mohammed Ali, S. (January 2022,). Artificial Intelligence AI in the Education of Accounting and Auditing profession. Open Journal of business and management.
- OECD. (2008). Organisation for Economic Co-operation and Development.Benchmark definition of foreign direct investment: Fourth edition (BD4). doi: https://doi.org/10.1787/9789264045743-en
- Rizvan Hasan, A. (January 2022), Artificial Intelligence (AI) in Accounting and auditing: A literature Review. Open Journal of Business and Management, 451.
- SIMMONS, M. (s.d.). Internal Audit Objectives. A Comparison of the Standards with the Integrated Framework for Internal Control. Récupéré sur http://www.iia-ru.ru/inner_auditor/publication/foreign_mass_media_articles/simmons2/,
- Smalley, I., & Flinders, M. (s.d.). https://www.ibm.com. Récupéré sur What is 5G? https://www.ibm.com/think/topics/5g
- United Nations. (2009). United Nations Conference on Trade and Development. (2009). World investment report 2009: Transnational corporations, agricultural production and development. United Nations. Récupéré sur United Nations Conference on Trade and Development. (2009). World investment report 2009: Transnational corporations, agricultural production and development. United Nations https://unctad.org/system/files/official-document/wir2009_en.pdf
- القنبري،, م. (28-30 نوفمبر 2020،). أثر التقنيات الحديثة للثورة الصناعية الرابعة على المحاسبة والمراجعة (مراجعة نظرية للدراسات السابقة)، المؤتمر الدولي الثالث للعلوم التقنية (2015 .p) ,ICST2020). طرابلس ليبيا.
- سمهدان, م., & سلمو, ت. (2021). أثر انعكاسات الذكاء الاصطناعي على مجال التدقيق. صندوق النقد العربي.
- العجلان، خ. أ. (2018 .(*التنمية الاقتصادية والتحول الرقمي* .الرياض: دار الفكر المعاصر.
- قايد، أ. (2015). التدقيق المحاسبي وفقا للمعايير الدولية10 (Vol. 01). عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع.
- Akoh, A. (,03 January2024), The Impact of Cloud Computing on Accounting firms: A review of efficiency Scalability and Data Security, Global Journal of Engineering and Technology Advances, 66.

- Celik, P. (September2023). The Impact of Digital Transformation, General AI and Générative AI on Audit and Accounting Trends, Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/381855184
- Cushman and Wakefield Research. (april2022). FOUR POINTS TO PROCESS IN 2022. Data Centre in Mainland china.
- El Hajraoui, F., & Ed-daran, D. (May, 2015). Evolution of Foreign Direct Investment in China. SBSRR, 03(05), 274.
- GPS.Citi. (2018). GPS, Report, Global Perspectives & Solutions,
- https://arabic.cgtn.com. (s.d.). Récupéré sur https://arabic.cgtn.com
- https://tradingeconomics.com. (s.d.). Récupéré sur tradingeconomics: https://tradingeconomics.com/china/retail-sales-annual
- https://www.alibabacloud.com. (s.d.). Récupéré sur https://www.alibabacloud.com
- https://www.ceicdata.com. (s.d.). Récupéré sur https://www.ceicdata.com/en/indicator/china/number-of-subscriber-mobile
- https://www.grandviewresearch.com. (s.d.). China Cloud Computing Market Size & Outlook, 2024-2030. Consulté le 05 10, 2025, sur https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/cloud-computing-market/china
- https://www.marketresearchintellect.com. (2025, 05 04). Récupéré sur global-artificial-intelligence-for-accounting-market-size-and-forecast/: https://www.marketresearchintellect.com/fr/product/global-artificial-intelligence-for-accounting-market-size-and-forecast/
- https://www.sphericalinsights.com. (2025, 03 18). Récupéré sur https://www.sphericalinsights.com/reports/cloud-accounting-technology-market
- Intelligence., M. (. September 2024). China Digital Transformation Market Share, Industry Trends & Statistics, Growth Forecasts (2024-2029). Récupéré sur China Digital Transformation Market Share, Industry Trends & Statistics, Growth Forecasts (2024-2029)
- Invesco. (March 2023). "Evolution of China's Belt and Road Initiative: Digital Silk Road". Récupéré sur https://www.invesco.com/uk/en/insights/progress-on-the-belt-and-road-initiative.html.
- John, L. (2022). Cyberspace Governance in China: Evolution, Features and Future.
- Min, Z., Qing, C., Debao, D., Yaodong , F., & Jiaping , X. (17 February 2024,). The Spillover Effect of Foreign Direct Investment on China's High-Tech Industry Based on Interprovincial Panel Data, 17 February 2024, p04 Sustainability 2024, 16(4), 1660; 04. doi: https://doi.org/10.3390/su16041660

- OECD. (2024). حول مجموعة الأدوات. Consulté le 14/02/2025, sur https://goingdigital.oecd.org/ar/about
- Shaohui, Z., Zhongxian, H., & Mingwei, G. (28 August 2023). FDI, new development philosophy and China's high-quality. Environment, Development and Sustainability.
- Shuai , C., Jiameng , Y., & Xue , C. (2024). Impact of Foreign Direct Investment on Green Total Factor. Sustainability, 16(18). doi: https://doi.org/10.3390/su16188085
- Sino-German Cooperation on Industrie 4.0. (September 2022). Sino-German Cooperation on Industrie 4.0 National New Data Centre Development. Récupéré sur https://www.plattform-i40.de/IP/Redaktion/EN/Downloads/Publikation/China/GIZ_Policy-Briefing_202208.pdf?__blob=publicationFile&v=1
- Umeng Insight. (March2014). Umeng. China Mobile Internet 2013 Overview. umming Insight Report, March 2014.
- World Economic Forum. (2025). Blueprint to Action: china's Path to AI-Powered "Transformation of Industries in the Age of AI".
- Ziyu Liu, K. (February 2024). See discussions, stats, and author profiles for this publication. Journal of Contemporary Asia, 02. Récupéré sur https://www.researchgate.net/publication/378228423
- أحمد، د، & أحمد، ح. (2024). استخدام التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي في الدول العربية(دراسة حالة الجزائر). مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، 17, 236.
- الهيئة السعودية للبيانات. (أفريل2024). الذكاء الاصطناعي. الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي.
- بلعيد، ك.، & بن حواس، ك. (2024). أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة في مهنتي المحاسبة والتدقيق – دراسة حالة واقع الشركات الأربع الكبرى-. ، مجلة طبنة لدراسات العلمية الأكاديمية, 07(01), 1039.
- بن عباس، ح. (2011-2012). رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، دور الاستثمار الاجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية دراسة حالة الصين. جامعة محمد خيضر بسكرة.
- حلمي، م. (2020). الاقتصاد الدولي وتحليل الاستثمار الأجنبي. الإسكندرية: دار الجامعات المصرية.
- بوجمعة، ب. (2012-2013). سياسة استهداف الاستثمار الأجنبي المباشر في تحقيق الأهداف الإنمائية في الجزائر دراسة تطبيقية للفترة 1986-2011. جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان.
- بوخديمي، ب. (2024). الذكاء الاصطناعي ودوره في تعزيز فعالية المحاسبة والتدقيق. مجلة جديد الاقتصاد, 19(01), 160.
- جباري لطيفة. (2017). دور نماذج الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرار. مجلة العلوم الإنسانية(01), 122.
- حراق، س. (2021-2022). فرص وتحديات استقرار النظام المالي العالمي في ظل تنامي التمويل الرقمي . جامعة سطيف 01.

- حراق، س. (2021-2022). فرص وتحديات استقرار النظام المالي العالمي في ظل تنامي التمويل الرقمي.
- حراق، س. (2023). فرص وتحديات استقرار النظام المالي العالمي في ظل تنامي التمويل الرقمي. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سطيف01: ،جامعة فرحات عباس سطيف01.
- خلف عبد الله الوردات. (2024). . دليل التدقيق الداخلي وفق المعايير الدولية الصادرة عن IIA. عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
- رانية، ت، & شوام بوشامة. (أفريل2023). التحول الرقمي كخيار استراتيجي في ظل الانتقال نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر دراسة استكشافية. مجلة الاقتصاد والبيئة, 06(01), 422. Récupéré sur https://asjp.cerist.dz/en/article/218228
- سالم، ز، & مرزق فتيحة، ح. (2023). زعموكي سالم،مرزق فتيحة حبالي،الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم. مجلة التراث, 13(04), 41.
- سعاد، د، زواوي، ل، & خضرة، ب. (نوفمبر 2022). ملامح التحول الرقمي لقطاع التجارة في الجزائر. مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية, 17(03), 722. Récupéré sur file:///C:/Users/mcd/Downloads/
- عبد السلام، ع. ا. (2024). مبادئ المحاسبة المالية. طنطا -مصر.
- عكاشة، ح، & بوشريبة، م. (2024). عكاشة حياة، بوشريبة محمد، تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على وظيفة التدقيق الداخلي، دراسة حالة الشركات الأربع الكبرى للتدقيق، Big Four. مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الاعمال, 07(01), 06.
- فدوى، م. ا. (2022). ، أهمية المحاسبة في تطوير المنشأت وتحسين الخدمات، المجلة العربية للنشر العلمي, 05(50), 767.
- فقهي ممدوح، س. (2013). الحوسبة السحابية بين المخاوف والآمال، مجلة التعلم الالكتروني،, 01.
- ك، ب.، & عبد العالي، ب. . (2024). واقع التحول الرقمي بالديوان الوطني للخدمات الجامعية: مديرية الخدمات الجامعية بالمسيلة نموذجًا. . مجلة البحوث الاقتصادية والإدارية, 8(1), 63.
- م، ر.، & م.، وعبد الباسط، و. ف. . (2023). دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة في مصر خلال الفترة من 2010 - 2022 في مصر خلال الفترة من 2010 - 2022. مجلة البحوث التجارية، المجلد 45، العدد4، ص ص 923-940.. https://doi.org/10.21608/zcom.2023.2. مجلة البحوث التجارية, 45(4), 923-940.
- محمد أمين، ح. (2022). تقنيات الذكاء الاصطناعى الحديثة والنمو الاقتصادى فى الدول الآسيوية (دراسة حالة الصين). المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية, 66(03), 133.
- محمد، ب. (2023). تنمية الحكومة الرقمية كعامل أساسي لتحقيق التحول الرقمي في الدول العربية. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية, 07(02), 94.
- معهد ترينذز للبحوث والإستشارات. (اوت 2024). الذكاء الاصطناعي في الصين.. التطبيق وآفاق التنمية.
- نصيرة، س، جريج، ك، & حريث، ل. (2024). التحول الرقمي ودوره في تحسين جودة الخدمات بمؤسسات الخدمات الجامعية من وجهة نظر طلبة جامعة المسيلة". مجلة التسيير الاقتصادي والإدارة, 08(02), 50.

- وهبة،أ, & قارة،أ. (2022). التحول الرقمي في الجزائر بين الآفاق والتحديات. مجلة البشائر الاقتصادية, 10-16. Récupéré sur https://www.asjp.cerist.dz/en/article/192660
- ويتلى، آ. (2017, جوان). عاش النقد مات النقد" المدفوعات الافتراضية تعمل سريعا على إزاحة المدفوعات النقدية، ولكن ليس. مجلة التمويل والتنمية.
- يرا دبلا، ن. (جوان2020). ،الاستعداد لخوض عالم مجهول، مجلة التمويل والتنمية, 25.

- Institute for Security & Development Policy. (بلا تاريخ). “Made in China 2025: Backgrounder,” ISDP Backgrounder, 2018. تم الاسترداد من https://isdp.eu/publication/made-china-2025-backgrounder/.
- Invesco. (March 2023). "Evolution of China's Belt and Road Initiative: Digital Silk Road,". Récupéré sur https://www.invesco.com/uk/en/insights/progress-on-the-belt-and-road-initiative.html
- McKinsey Global Institute. (July 2014). McKinsey Global Institute, China’s Digital Transformation: The Internet’s Impact on Productivity and Growth (McKinsey & Company, July 2014). P1.
- Qi, Xijia Qi, Xijia. (November 28, 2023.). تم الاسترداد من Qi, Xijia. "'Silk Road' E-Commerce Flourishing." Global Times: https://www.globaltimes.cn/page/202311/1302638.shtml
- Umeng Insight. (Umeng. China Mobile Internet 2013 Overview. Umeng Insight Report, March 2014.). Umeng. China Mobile Internet 2013 Overview.

الملاحق :

Total Retail Sales of Consumer Goods from January to February 2025

Items	Jan-Feb	
	Absolute Value (100 million yuan)	Growth Rate Y/Y (%)
Total retail sales of consumer goods	83731	4.0
Of which: Retail sales of the enterprises (units) excluding automobiles	76838	4.8
Of which: Retail sales of the enterprises (units) above the designated size	31953	4.3
Of which: Online retail sales of physical goods	18633	5.0
Grouped by different areas		
Urban	72462	3.8
Rural	11269	4.6
Grouped by consumption patterns		
Income of catering industry	9792	4.3
Of which: Income of catering industry by enterprises (units) above the designated size	2619	3.6
Retail sales of goods	73939	3.9
Of which: Retail sales of goods by enterprises (units) above the designated size	29334	4.4
Of which: Grain, oil and food	4229	11.5
Beverage	539	-2.6
Tobacco and liquor	1364	5.5
Clothes, shoes, hats and textiles	2624	3.3
Cosmetics	720	4.4
Gold, silver and jewelry	755	5.4
Daily necessities	1386	5.7
Sports & recreational articles	247	25.0
Household appliances and audio-video equipment	1537	10.9
Traditional Chinese and western medicines	1176	2.5
Cultural and office appliances	676	21.8
Furniture	262	11.7
Telecommunication equipment	1594	26.2
Petroleum and petroleum products	4019	0.9
Motor vehicles	6893	-4.4
Building and decoration materials	246	0.1

Notes: The data in this table is the nominal growth rate without deducting price factors.

الخاتمة العامة

لقد تناولت هذه الدراسة العلاقة الديناميكية بين التحول الرقمي وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية، مع التركيز على التجربة الصينية كنموذج رائد في هذا المجال. ومن خلال تحليل المعطيات الاقتصادية والتكنولوجية، ودراسة البنية التحتية الرقمية، واستعراض حالات فعلية مثل شركتي Alibaba وJD.COM، أمكن التوصل إلى مجموعة من النتائج التي تؤكد إلى حد بعيد صحة الفرضيات التي انطلقت منها الدراسة.

أولاً، أثبتت الدراسة صحة الفرضية الأولى، والمتمثلة في أن التحول الرقمي يؤثر إيجابيًا على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية. فقد بينت البيانات أن الصين، من خلال تطوير بنيتها التحتية الرقمية وخاصة في مجالات الجيل الخامس، الحوسبة السحابية، والمدفوعات الرقمية، استطاعت أن توفر بيئة ملائمة للشركات الأجنبية، مما عزز من تدفق رؤوس الأموال إليها في هذا القطاع. ويكفي أن نشير إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت عريض النطاق تجاوز المليار، وأن شبكة الجيل الخامس غطّت أكثر من 56% من المستخدمين، ما يُعد بيئة رقمية محفزة وجاذبة للمستثمرين.

ثانيًا، تؤكد النتائج الفرضية الثانية، التي تفترض أن توفر التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة يعزز من جاذبية بيئة الأعمال. فقد تبين من خلال نموذج Alibaba على وجه الخصوص، أن الاستثمار في هذه التقنيات ساهم بشكل مباشر في تحسين الكفاءة التشغيلية، وخفض التكاليف، وتوفير تجربة مستخدم رقمية مميزة، وهو ما ساعد في جذب مزيد من الاستثمارات الأجنبية إلى المنصة. كما أن توجه JD.COM نحو تطوير تقنيات لوجستية قائمة على الذكاء الاصطناعي ساعد في خلق منظومة تشغيل ذكية ومتكاملة تُغري المستثمر الأجنبي الباحث عن الكفاءة والربحية.

أما بالنسبة لـ الفرضية الثالثة، التي تركز على دور السياسات الحكومية، فقد أكدت الدراسة صحتها من خلال إبراز تأثير مبادرات مثل "صنع في الصين 2025" و"طريق الحرير الرقمي"، وهي مبادرات تبنتها الدولة لتهيئة بيئة تشريعية وتنظيمية مرنة ومتطورة. لقد نجحت الصين في خلق مناخ تشريعي داعم للتحول الرقمي، مما عزز ثقة المستثمرين الأجانب وشجعهم على ضخ المزيد من الاستثمارات، خاصة في ظل وضوح القوانين الخاصة بالبيانات، الأمن السيبراني، وحماية المستهلك الإلكتروني.

أخيرًا، تتجسد الفرضية الرابعة، المتعلقة بتأثير رقمنة العمليات التجارية على ثقة المستثمرين، في تجارب واقعية حيث استطاعت الشركات الكبرى في الصين أن توظف التقنيات الرقمية في تطوير نماذج أعمالها، مما أدى إلى تحسين فعالية العمليات وتقليل الأخطاء، وزيادة الشفافية، وهي عوامل أساسية في بناء الثقة، وجذب الاستثمارات الأجنبية على المدى الطويل.

يمكن القول إن التحول الرقمي ليس فقط خياراً استراتيجياً بل ضرورة حتمية لتعزيز موقع الدول في الاقتصاد الرقمي العالمي، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، خاصة في القطاعات سريعة النمو مثل التجارة الإلكترونية. كما أن التجربة الصينية تثبت فعلاً أن التكامل بين البنية التحتية الرقمية، السياسات الحكومية الذكية، وتبني التكنولوجيا الحديثة، يمثل نموذجا ناجحا يمكن أن يُحتذى به في الدول النامية.

توصي هذه الدراسة بضرورة قيام الدول، خاصة ذات الاقتصادات الناشئة، بإعطاء أولوية قصوى للاستثمار في التحول الرقمي كمدخل أساسي لتحسين بيئة الأعمال، وزيادة جاذبيتها للمستثمرين الأجانب في القطاعات الحيوية، مع أهمية ضمان توازن بين التطور الرقمي والإطار التشريعي والتنظيمي الذي يرافقه.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين التحول الرقمي وجذب الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع التجارة الإلكترونية، من خلال دراسة حالة الصين كنموذج رائد في التحول الرقمي. وقد تناولت الدراسة تأثير التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، والحوسبة السحابية في تحسين كفاءة العمليات التجارية وزيادة جاذبية السوق الصيني للمستثمرين الأجانب. كما ركزت على دور البنية التحتية الرقمية وشبكات الجيل الخامس (5G) في تمكين منصات كبرى مثل Alibaba و JD.COMمن التوسع داخليًا وخارجيًا. وأكدت النتائج أن السياسات الحكومية، مثل استراتيجية "صنع في الصين 2025"، لعبت دورًا محوريًا في تعزيز البيئة التنظيمية الداعمة للتحول الرقمي والاستثمار. وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يُعد أداة استراتيجية لتطوير الاقتصاد الرقمي وجذب الاستثمارات الأجنبية، خاصة إذا اقترن بسياسات حكومية فعالة، وبنية تحتية رقمية متقدمة. وتوصي الدراسة الدول النامية بتبني استراتيجيات رقمية شاملة تعزز التنافسية وتوفر بيئة استثمارية مرنة وآمنة.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي – الاستثمار الأجنبي – التجارة الإلكترونية – البنية التحتية الرقمية

Abstract:

This study aims to analyze the relationship between digital transformation and foreign direct investment (FDI) in the e-commerce sector, focusing on China as a leading model in digital progress. It explores how modern technologies such as artificial intelligence, big data, and cloud computing enhance operational efficiency and increase the Chinese market's appeal to foreign investors. The study highlights the importance of digital infrastructure and 5G networks in enabling major platforms like Alibaba and JD.COM to scale domestically and internationally. Findings indicate that government policies, such as the "Made in China 2025" strategy, played a central role in strengthening the regulatory environment that supports digital transformation and foreign investment. The study concludes that digital transformation is a strategic tool for developing the digital economy and attracting FDI, especially when supported by effective government policies and robust digital infrastructure. It recommends that developing countries adopt comprehensive digital strategies to improve competitiveness and create a flexible and secure investment climate.

Keywords: Digital Transformation – Foreign Investment – E-Commerce – Digital Infrastructure