

International Electronic Commerce and its Implications on Economic Relations and International Marketing

Abuojaylah Wannees Omar *

Department of Marketing, Faculty of Economics and Political Science, Bani Waleed University, Libya

التجارة الدولية الإلكترونية وانعكاساتها على العلاقات الاقتصادية والتسويق الدولي

أبو عجيبة ونيس *

قسم التسويق، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة بني وليد، ليبيا

*Corresponding author: aboajelaeshlibta@bwu.edu.ly

Received: January 17, 2026

Accepted: February 27, 2026

Published: March 07, 2026



Copyright: © 2026 by the authors. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract:

This research investigates the profound impact of international electronic commerce (e-commerce) on global economic relations and international marketing strategies. The study aims to analyze how digital transformation has reshaped traditional trade patterns, influenced strategic competition, and altered consumer behavior on a global scale. By synthesizing recent literature and analyzing the roles of digital banking and supply chain stability, the research explores the nexus between technological advancement and economic diplomacy. The methodology employs a descriptive-analytical approach, utilizing a diverse set of secondary data sources, including peer-reviewed journals and institutional reports. Key findings indicate that e-commerce acts as a catalyst for economic diversification, particularly in emerging markets, while simultaneously creating new challenges for internal control systems and strategic decision-making. The study highlights that the stability of global supply chains, influenced by strategic competition between major powers like the US and China, remains a critical variable in the sustainability of digital trade. Furthermore, international marketing has shifted from traditional transactional models to data-driven, relationship-based strategies. The research concludes that for nations to capitalize on e-commerce, they must prioritize digital infrastructure, enhance good governance of public resources, and adopt agile export marketing strategies. These elements are essential for fostering political and economic stability, which in turn facilitates sustainable national development in the digital era.

Keywords: International E-commerce, Economic Relations, International Marketing, Digital Transformation, Global Supply Chains, Economic Diversification.

الملخص

يبحث هذا البحث في التأثير العميق للتجارة الإلكترونية الدولية على العلاقات الاقتصادية العالمية واستراتيجيات التسويق الدولي. تهدف الدراسة إلى تحليل كيف أعاد التحول الرقمي صياغة أنماط التجارة التقليدية، وأثر على التنافس الاستراتيجي، وغير سلوك المستهلك على نطاق عالمي. من خلال دمج الأدبيات الحديثة وتحليل أدوار الصيرفة الرقمية واستقرار سلاسل التوريد، يستكشف البحث الروابط بين التقدم التكنولوجي والدبلوماسية الاقتصادية. تعتمد المنهجية على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام مجموعة متنوعة من مصادر البيانات الثانوية، بما في ذلك الدوريات العلمية المحكمة والتقارير المؤسسية. تشير النتائج الرئيسية إلى أن التجارة الإلكترونية تعمل كمحفز للتنوع الاقتصادي، لا سيما في الأسواق الناشئة، بينما تخلق في الوقت نفسه تحديات جديدة لأنظمة الرقابة الداخلية واتخاذ القرار الاستراتيجي. توضح الدراسة أن استقرار سلاسل التوريد

العالمية، المتأثر بالتنافس الاستراتيجي بين القوى الكبرى مثل الولايات المتحدة والصين، يظل متغيراً حاسماً في استدامة التجارة الرقمية. علاوة على ذلك، انتقل التسويق الدولي من النماذج التقليدية القائمة على المعاملات إلى استراتيجيات قائمة على البيانات والعلاقات. يخلص البحث إلى أنه لكي تستفيد الدول من التجارة الإلكترونية، يجب عليها منح الأولوية للبنية التحتية الرقمية، وتعزيز الحوكمة الرشيدة للموارد العامة، واعتماد استراتيجيات تسويق تصديرية مرنة. هذه العناصر ضرورية لتعزيز الاستقرار السياسي والاقتصادي، والذي بدوره يسهل التنمية الوطنية المستدامة في العصر الرقمي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية الدولية، العلاقات الاقتصادية، التسويق الدولي، التحول الرقمي، سلاسل التوريد العالمية، التنوع الاقتصادي.

المقدمة

يشهد الاقتصاد العالمي في العقد الثالث من القرن الحادي والعشرين تحولاً جذرياً غير مسبق، مدفوعاً بـ "الثورة الصناعية الرابعة" والتحول الرقمي الشامل الذي أعاد صياغة المفاهيم الكلاسيكية للحدود الجغرافية والأسواق التقليدية (Ahmedov, 2020). لم تعد التجارة الدولية في وقتنا الراهن مجرد عمليات تبادل مادي للبضائع والسلع عبر الموانئ والممرات المائية التقليدية، بل برزت "التجارة الإلكترونية العابرة للحدود (Cross-border E-commerce)" كقوة اقتصادية مهيمنة ومحرك أساسي للنمو الرقمي العالمي، حيث ساهمت في تغيير أنماط التجارة الدولية التقليدية بشكل جذري (Wang et al., 2021). إن هذا النمط الجديد لا يقتصر تأثيره على زيادة حجم التبادل التجاري، بل يمتد ليشمل إعادة تشكيل جوهر العلاقات الاقتصادية الدولية والمنظومات القانونية والسياسية المرتبطة بها (Ferrette, 2000).

فمن الناحية الاقتصادية، ساهمت التجارة الإلكترونية في تقليص التكاليف التشغيلية، واختصار سلاسل القيمة العالمية، مما أتاح للشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) قدرة أكبر على النفاذ للأسواق الدولية وتحقيق ميزة تنافسية (Alzahrani, 2019; عفان، 2023). ومن الناحية التسويقية، انتقلت الاستراتيجيات من التركيز على السلع المادية إلى التركيز على "التجربة الرقمية" والبيانات الضخمة؛ إذ أصبحت المعرفة بالأسواق الدولية والقدرة على إدارتها هي الميزة التنافسية الحقيقية (Ali, 2026). كما أن الإنترنت أحدث ثورة في آليات التسويق الدولي عبر بناء تحالفات استراتيجية رقمية تزيد من فاعلية التسويق العالمي (Samiee, 2008; Alrawi, 2007).

علاوة على ذلك، يرتبط نجاح هذا التحول بمدى تطور الأنظمة المصرفية والرقابة المحاسبية؛ إذ يتطلب الأمر إطاراً نظرياً محاسبياً يواكب العمليات الإلكترونية (الحيالي، 2016) وتحولاً رقمياً مصرفياً يضمن سلامة المعاملات (Mohammed & Abdullah, 2026). ومع ذلك، يظل هذا الازدهار رهيناً بعوامل الاستقرار السياسي والحوكمة الرشيدة للموارد، فالتنمية الوطنية المستدامة تتطلب آليات مؤسسية قادرة على مواجهة تحديات الاقتصاد الرقمي وتحقيق الازدهار المستدام (Aburrgega, 2025; Elelam, 2025; قاسم، 2022).

مشكلة البحث

تتبلور مشكلة البحث في الفجوة المتسعة بين الوتيرة المتسارعة للتطور التكنولوجي ومنصات التجارة الرقمية، وبين قصور النظم الاقتصادية التقليدية والسياسات التسويقية والتشريعية عن استيعاب هذه المتغيرات (Cumming et al., 2023). فعلى الرغم من الأفاق الواسعة التي تفتحها التجارة الإلكترونية، إلا أنها تواجه تحديات هيكلية ولوجستية وجيوسياسية بالغة التعقيد تضع النظريات التقليدية للأعمال الدولية أمام تحديات كبرى (Dunning & Wymbs, 2001).

ويمكن تفصيل أبعاد مشكلة البحث في النقاط التالية:

1. **تحدي الاستقرار الجيوسياسي وسلاسل التوريد:** تبرز إشكالية تأثير التجارة الإلكترونية بالنزاعات الاستراتيجية بين القوى العظمى (مثل الولايات المتحدة والصين)، خاصة في قطاعات التكنولوجيا الحساسة كأشباه الموصلات، مما يهدد استقرار سلاسل التوريد العالمية ويعوق انسيابية التجارة الرقمية العابرة للحدود (Omar et al., 2025; Vokhidova & Yuanis, 2020).
2. **الفجوة الرقمية والرقابية والشرعية:** تعاني المؤسسات، خاصة في الدول النامية، من ضعف في "أنظمة الرقابة الداخلية" والمحاسبية في ظل التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى التحديات الأخلاقية

والمهنية التي تؤثر على ولاء المشتري الدولي (Mohammed & Abdullah, 2026; Agag, 2019).

3. **قصور استراتيجيات التسويق والتنوع الاقتصادي:** لا تزال الكثير من الدول تعتمد على نماذج تصديرية تقليدية تفنقر إلى المرونة الرقمية، مما يعيق قدرتها على "التنوع الاقتصادي" المطلوب في مرحلة ما بعد النفط، ويقلل من قدرتها التنافسية في الأسواق الدولية (Omar, 2026; حسين وشنيني، د.ت).

4. **تأثير السياسات المالية والتعاون الدولي:** تؤدي التقلبات في السياسات المالية وغياب الاستقرار السياسي إلى تقويض ثقة المستثمرين، مما يتطلب آليات تعاون دولي جديدة لمواجهة الانعكاسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية المتغيرة (Belhassan et al., 2025; المري، 2025).

بناءً على ما سبق، يسعى هذا البحث للإجابة على التساؤل الجوهرى التالي: "كيف يمكن للتجارة الإلكترونية الدولية أن تعيد تشكيل العلاقات الاقتصادية واستراتيجيات التسويق الدولي في ظل التحديات الجيوسياسية والتحويلات الرقمية الراهنة؟"
أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى تحقيق حزمة من الأهداف الاستراتيجية التي تشخص واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية الدولية، وذلك من خلال:

1. تحليل أثر التجارة الإلكترونية على هيكل العلاقات الاقتصادية الدولية: دراسة كيفية تحول موازين القوى الاقتصادية من التبادل السلعي التقليدي إلى التبادل الرقمي، وتحليل دور المنصات العالمية في إعادة تشكيل التحالفات التجارية والتدفقات المالية العابرة للحدود.

2. استكشاف دور التحول الرقمي في تطوير استراتيجيات التسويق الدولي: رصد الانتقال الجوهرى من التسويق التقليدي المعتمد على الوسائط المادية إلى التسويق الذكي المبني على البيانات الضخمة (Big Data) وإدارة المعرفة، وكيفية توظيف هذه الأدوات لتعزيز التنافسية الدولية (Ali, 2026).

3. دراسة العلاقة بين الحوكمة الرقمية والصيرفة الإلكترونية واستقرار التجارة: تقييم مدى مساهمة الأنظمة المصرفية المتطورة والرقابة الداخلية الرقمية في بناء بيئة تجارية آمنة، ودور الحوكمة الرشيدة للموارد في ضمان استدامة النمو الاقتصادي الرقمي (Abdullah, & Mohammed, 2026; Elelam, 2025).

4. تحديد التحديات الجيوسياسية واللوجستية في ظل التنافس التكنولوجي: استقراء تأثير الصراعات الاستراتيجية حول التكنولوجيا الحساسة (مثل أشباه الموصلات) على استقرار سلاسل التوريد العالمية، وكيفية انعكاس ذلك على أداء التجارة الإلكترونية الدولية (Omar et al., 2025).

5. تقديم رؤية استشرافية لدور التجارة الرقمية في التنوع الاقتصادي: تحليل تجارب الدول التي تسعى للانتقال إلى "اقتصاد ما بعد النفط" من خلال تبني استراتيجيات تسويق تصديرية رقمية مبتكرة (Omar, 2026).

أهمية البحث

تنبثق أهمية هذه الدراسة من كونها تأتي في وقت مفصلي يمر به الاقتصاد العالمي، حيث تتداخل التكنولوجيا مع السياسة والاقتصاد بشكل غير مسبوق. ويمكن بلورة الأهمية في النقاط الآتية:

1. **الأهمية العلمية (الأكاديمية):** تساهم الدراسة في إثراء المكتبة العربية ببحث يربط بين ثلاثة مجالات حيوية: (التجارة الإلكترونية، العلاقات الدولية، والتسويق الرقمي)، مستندةً إلى أحدث الأدبيات العلمية لعامي 2025 و2026، مما يوفر مرجعاً للباحثين حول "اقتصاد المعرفة" وإدارة العمليات الاستراتيجية (Ali, 2026).

2. **الأهمية الاستراتيجية للتنوع الاقتصادي:** تبرز الدراسة كيف يمكن للتجارة الإلكترونية أن تكون "طوق نجاة" للدول التي تعتمد على مورد واحد، حيث تعمل كأداة استراتيجية لتقليل الارتهان للموارد التقليدية (كالنفط) وفتح آفاق رحبة للوصول إلى المستهلك العالمي بأقل التكاليف (Omar, 2026).

3. الأهمية التنموية والحوكمة: تؤكد الدراسة على أن التحول نحو التجارة الرقمية ليس مجرد خيار تقني، بل هو مسار لتحقيق التنمية المستدامة، شريطة وجود حوكمة رشيدة للموارد العامة تضمن التوزيع العادل لمكتسبات النمو الرقمي (Elelam, 2025).
4. الأهمية الأمنية والسياسية: في ظل الاضطرابات العالمية، تكتسب الدراسة أهمية خاصة من خلال تسليط الضوء على "أمن سلاسل التوريد" و"الاستقرار السياسي" كركائز أساسية لا غنى عنها لنمو التجارة الدولية، حيث لا يمكن للأسواق الرقمية أن تزدهر في بيئات تفتقر للاستقرار السياسي أو تعاني من صراعات استراتيجية حادة (Aburrgega, 2025; Omar et al., 2025).

الدراسات السابقة

تعددت المقاربات البحثية التي تناولت ظاهرة التجارة الإلكترونية الدولية وانعكاساتها، حيث ركزت الأدبيات الحديثة (2025-2026) على التقاطع بين التحول الرقمي، الاستقرار الجيوسياسي، والسياسات المالية، مكملةً بذلك ما أسسته الدراسات الكلاسيكية في هذا المجال. ويمكن استعراض هذه الدراسات وفق المحاور التالية:

أولاً: التحول الرقمي والبنية التحتية المصرفية والرقابية

تعد البنية التحتية المصرفية الرقمية والإطار المحاسبي المحرك الأساسي لعمليات التجارة الإلكترونية. وفي هذا السياق، أكدت دراسة (Mohammed & Abdullah, 2026) أن التحول الرقمي في القطاع المصرفي ضرورة لتعزيز مكونات نظام الرقابة الداخلية وتوفير بيئة آمنة للتجارة الدولية. ويتسق هذا مع ما طرحه (الحيالي، 2016) حول أهمية بناء إطار نظري للمحاسبة يتوافق مع طبيعة العمليات الإلكترونية لضمان دقة البيانات المالية. كما أشارت دراسة (Apāvāloaie, 2014) إلى أن الإنترنت أحدث تغييراً جوهرياً في بيئة الأعمال، مما استوجب تحديث الأنظمة الرقابية لمواكبة الشفافية المطلوبة في المعاملات العابرة للحدود.

ثانياً: التنافس الاستراتيجي واستقرار سلاسل التوريد الرقمية

لا يمكن فهم التجارة الإلكترونية الدولية بمعزل عن الصراعات الجيوسياسية. فقد حلت دراسة (Omar et al., 2025) تتداعيات التنافس بين الولايات المتحدة والصين في مجال أشباه الموصلات على استقرار سلاسل التوريد. وفي هذا الصدد، قدمت (عفان، 2023) رؤية مقترحة لتطوير استخدام سلاسل القيمة العالمية لتفسير أنماط التجارة الدولية المعاصرة. كما أكد (Vokhidova & Yuanis, 2020) أن التحديات التي تواجه التجارة عبر الحدود تتطلب حلولاً اقتصادية وقانونية مبتكرة لضمان استمرارية العلاقات الاقتصادية في ظل الأزمات الجيوسياسية.

ثالثاً: استراتيجيات التسويق الدولي والتنوع الاقتصادي

في ظل السعي لتقليل الاعتماد على الموارد التقليدية، تناولت دراسة (Omar, 2026) دور التسويق التصديري في تعزيز التنوع الاقتصادي لمرحلة ما بعد النفط. وتتفق هذه الرؤية مع دراسة (Wang et al., 2021) التي قدمت أدلة على أثر التجارة الإلكترونية في نمو الصادرات. كما أشار (Alrawi, 2007) إلى أن الإنترنت غير مفهوم التسويق الدولي من خلال إزالة الحواجز الجغرافية، بينما ركزت دراسة (حسين وشيني، د.ت) على اعتبار التجارة الإلكترونية خياراً استراتيجياً للتواجد في الأسواق الدولية، خاصة في الوطن العربي الذي يواجه تحديات رقمية خاصة.

رابعاً: إدارة المعرفة واتخاذ القرارات الاستراتيجية

تعتبر إدارة المعرفة الركيزة التي يستند إليها التسويق الحديث. وقد بحثت دراسة (Ali, 2026) أثر إدارة المعرفة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية في المؤسسات المصرفية الكبرى. ويدعم هذا التوجه ما ذكره (Samiee, 2008) حول أهمية التحالفات الاستراتيجية الإلكترونية في تعزيز فاعلية التسويق العالمي. كما وجدت دراسة (Alzahrani, 2019) أن تبني التجارة الإلكترونية يؤثر بعمق على استراتيجيات الأعمال في الشركات الصغيرة والمتوسطة، مما يتطلب إدارة معروفة دقيقة لفهم سلوك المستهلك الرقمي.

خامساً: الاستقرار السياسي والحوكمة والأخلاقيات الرقمية

ربطت عدة دراسات بين البيئة الكلية ونمو التجارة. حيث ناقشت دراسة (Aburrgega, 2025) أثر الاستقرار السياسي على التنمية، بينما أكدت دراسة (Elelam, 2025) أن "الحوكمة الرشيدة" هي الضمانة

الوحيدة للتنمية المستدامة في ظل التحول الرقمي. ومن منظور قانوني، بحث (Ferrette, 2000) التداعيات القانونية والسياسية للإنترنت على الاقتصاد العالمي، في حين ركزت دراسة (Agag, 2019) على الجانب الأخلاقي في التجارة الإلكترونية وأثره على ولاء المشتريين، مما يؤكد أن النجاح الرقمي يتطلب منظومة أخلاقية وقانونية متكاملة.

سادساً: السياسة المالية والاستثمار والتعاون الدولي

بحث دراسة (Belhassan et al., 2025) أثر السياسة المالية على الاستثمار المحلي، وهو ما يتقاطع مع رؤية (المري، 2025) حول آليات التعاون الدولي في مجال التجارة وانعكاساتها السياسية والاجتماعية. كما أوضح (Ahmedov, 2020) أن الاقتصاد الرقمي أعاد صياغة التجارة الدولية بشكل يجعل السياسات المالية التقليدية بحاجة إلى تطوير، وهو ما أكدته أيضاً دراسة (Cumming et al., 2023) حول أهمية سياسات التجارة الإلكترونية في توجيه الأعمال الدولية نحو الاستقرار والنمو.

التعقيب على الدراسات السابقة: نلاحظ أن هناك فجوة بحثية حاولت الدراسة الحالية سدها، وهي الربط المتكامل بين المتغيرات "التقنية" (إدارة المعرفة والتحول المصرفي) والمتغيرات "الكلية" (الاستقرار السياسي والسياسة المالية والنزاعات الجيوسياسية) وتأثيرها المزدوج على كل من "العلاقات الاقتصادية الدولية" و"استراتيجيات التسويق الدولي". فبينما ركزت الدراسات السابقة على جانب واحد، تسعى هذه الدراسة لتقديم نموذج شمولي يدمج هذه الأبعاد السبعة لعامي 2025 و2026.

المنهجية

تعتمد هذه الدراسة في معالجتها لموضوع "التجارة الدولية الإلكترونية وانعكاساتها" على المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive-Analytical Approach). ويُعد هذا المنهج الأنسب والأكثر كفاءة في تحليل الظواهر الاقتصادية والاجتماعية المعاصرة، حيث لا يكفي بوصف واقع التجارة الإلكترونية فحسب، بل يمتد لتحليل العلاقات الارتباطية بين التحول الرقمي، المتغيرات الجيوسياسية، واستراتيجيات التسويق الدولي.

أولاً: فلسفة المنهج المتبع

تم توظيف المنهج الوصفي لرصد التطورات التاريخية والتقنية للتجارة الإلكترونية، بينما استخدم المنهج التحليلي لتفكيك وتحليل البيانات الواردة في الدراسات الحديثة (2024-2026)، وربطها بالفرضيات المتعلقة بالاستقرار الاقتصادي والسياسي. هذا التكامل المنهجي يسمح بفهم أعمق لكيفية تأثير "التحول الرقمي المصرفي" على "الرقابة الداخلية" (Abdullah, 2026 & Mohammed) وانعكاس ذلك على كفاءة التسويق الدولي.

ثانياً: مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة الإطار الكلي الذي تتفاعل فيه التجارة الإلكترونية الدولية، ويتمثل في:

1. قطاع التجارة الدولية: ويشمل المنظمات الدولية (مثل منظمة التجارة العالمية) والاتفاقيات التجارية المنظمة للتبادل الرقمي.
2. الشركات العالمية والمحلية: خاصة تلك العاملة في مجال التسويق الرقمي والتصدير العابر للحدود.
3. المؤسسات المالية والمصرفية: باعتبارها العمود الفقري الذي يدعم التحول الرقمي ويضمن استدامة العمليات التجارية (Ali, 2026).

ثالثاً: عينة الدراسة

نظراً لاتساع مجتمع الدراسة، تم اختيار عينة قصدية ركزت على:

1. الدول والأسواق الناشئة: مع التركيز بشكل خاص على النماذج التي تمر بمراحل انتقالية أو تعاني من تحديات هيكلية (مثل ليبيا)، لتحليل كيفية تأثير "الاستقرار السياسي" و"الحكومة الرشيدة" كمتغيرات مستقلة على "نجاح التجارة الإلكترونية" كمتغير تابع (Aburrgega, 2025; Elelam, 2025).
2. تجارب دولية مختارة: من مرحلة "ما بعد النفط" التي تسعى لتحقيق التنويع الاقتصادي عبر استراتيجيات تسويق تصديرية رقمية (Omar, 2026).

رابعاً: أدوات البحث وجمع البيانات

- اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المحتوى من خلال المصادر الثانوية الرصينة، وفق المعايير التالية:
1. **الحداثة الزمنية:** التركيز المطلق على الدراسات المنشورة بين عامي (2024 - 2026) لضمان مواكبة التطورات التقنية المتسارعة والتغيرات الجيوسياسية الأخيرة، مثل التنافس الأمريكي-الصيني (Omar et al., 2025).
 2. **الموثوقية الأكاديمية:** الاعتماد على الدوريات العلمية المحكمة وقواعد البيانات الرقمية.
 3. **التثليث المعلوماتي:** مطابقة البيانات المالية والمصرفية مع البيانات المتعلقة بالسياسات المالية والاستثمار لضمان دقة النتائج.

خامساً: إجراءات الصدق والثبات

لضمان رصانة البحث، تم إخضاع جميع المراجع لعملية نقد علمي للتأكد من اتساق نتائجها مع الواقع الميداني، كما تم ربط التحليلات النظرية بإحصائيات وتقارير دولية حديثة تعكس انعكاسات التجارة الإلكترونية على العلاقات الاقتصادية الدولية بشكل فعلي.

الفصل الرابع: عرض النتائج والمناقشة

تُظهر النتائج المستخلصة من تحليل الأدبيات (2020-2026) أن التجارة الإلكترونية الدولية قد أحدثت "انقطاعاً معرفياً" في مفاهيم التجارة التقليدية، حيث لم تعد العلاقات الاقتصادية تُبنى على المزايا النسبية الطبيعية فقط، بل على "المزايا التنافسية الرقمية".

أولاً: انعكاسات التجارة الإلكترونية على العلاقات الاقتصادية الدولية

كشفت الدراسة أن التحول الرقمي أدى إلى إعادة صياغة موازين القوى الاقتصادية من خلال ثلاثة محاور رئيسية:

1. **تحجيم الاحتكار الجغرافي:** أثبتت نتائج دراسة (Wang et al., 2021) أن التجارة الإلكترونية الدولية عززت من نمو الصادرات، خاصة للدول التي تمتلك بنية رقمية مرنة. وهذا يتفق مع رؤية (عفان، 2023) التي تشير إلى أن سلاسل القيمة العالمية أصبحت أكثر تفككاً وتوزيعاً بفضل الرقمنة، مما سمح للدول النامية بالمشاركة في مراحل الإنتاج المتقدمة.
2. **أزمة الاستقرار والسيادة الرقمية:** ناقشت النتائج أن النمو الرقمي يظل هشاً في ظل غياب الاستقرار السياسي؛ حيث أكد (Aburrgega, 2025) أن البيئات المضطربة طارده للاستثمارات الرقمية. كما أن التنافس بين القوى العظمى (أمريكا والصين) على "أشباه الموصلات" خلق تهديداً حقيقياً لاستقرار العلاقات الاقتصادية. (Omar et al., 2025)
3. **الحوكمة والسياسات المالية:** توصل البحث إلى أن نجاح التجارة الإلكترونية مرتبط بـ "الحوكمة الرشيدة للموارد". (Elalam, 2025) "كما أن السياسات المالية المحفزة للاستثمار المحلي تعد المحرك الأساسي لبناء منصات تجارية وطنية قادرة على المنافسة". (Belhassan et al., 2025)

جدول (1): أثر المتغيرات الرقمية والجيوسياسية على العلاقات الاقتصادية الدولية

المتغير الاستراتيجي	الأثر الجوهري على العلاقات الاقتصادية الدولية	الدليل العلمي المرجعي
تبنى التجارة الإلكترونية العابرة للحدود	تعزيز كفاءة الصادرات، وخفض تكاليف النفاذ للأسواق العالمية، وتمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) من المنافسة دولياً.	(Alzahrani, 2019; Wang et al., 2021; Ahmedov, 2020)
التنافس التكنولوجي والجيوسياسي	اضطراب استقرار سلاسل التوريد العالمية (خاصة أشباه الموصلات)، وظهور مفهوم "التكتلات التقنية" والتبعية الرقمية.	(Omar et al., 2025;) Yuanis, & Vokhidova (2020)

Ferrette, ;2025 (المري، 2000; Cumming et al., (2023	ضرورة صياغة بروتوكولات تعاون دولي وقوانين إلكترونية موحدة لتنظيم النزاعات القانونية وحماية السيادة الرقمية.	أطر التعاون والتشريع الدولي
Belhassan et al., 2025;) (Cumming et al., 2023	التحول من الجمارك التقليدية إلى "الضرائب الرقمية"، وتحفيز الاستثمارات المحلية في البنية التحتية التكنولوجية لتعزيز النمو.	السياسات المالية والاستثمار الرقمي
& Mohammed) Abdullah, 2026 (2016	تعزيز الشفافية المالية، وتطوير نظم الرقابة الداخلية لمكافحة الاحتيال وتأمين التدفقات النقدية للتجارة الدولية.	التحول الرقمي المصرفي والرقابة
Elelam, 2025) (2022	ضمان عدالة توزيع مكتسبات الاقتصاد الرقمي، وحماية الاستثمارات من الفساد الإداري، وتحقيق التنمية المستدامة.	الحوكمة الرشيدة للموارد
Ali, 2026; Samiee,) (2008; Alrawi, 2007	الانتقال من التسويق التقليدي إلى التسويق المبني على البيانات الضخمة والتحالفات الإلكترونية لتعزيز التنافسية.	إدارة المعرفة والتسويق الدولي
Aburrgega, 2025) (وشنيني، د.ت)	توفير البيئة الأمنية اللازمة لنمو الأسواق الرقمية وحماية ممرات التجارة الإلكترونية من التقلبات السياسية.	الاستقرار السياسي والتنمية
& Dunning ;2023 (Wymbs, 2001	إعادة تعريف أنماط التجارة الدولية من خلال تجزئة العمليات الإنتاجية رقمياً وتوزيعها عالمياً.	سلاسل القيمة العالمية الرقمية
Agag, 2019;) (Respatiningsih, 2021	تأثير معايير الصدق والأمان الرقمي على بناء الولاء التجاري واستمرارية العلاقات الاقتصادية بين الشركات والمستهلكين.	الأخلاقيات الرقمية وسلوك المستهلك

ثانياً: التحول في استراتيجيات التسويق الدولي

كشفت النتائج عن انتقال جوهري في فلسفة التسويق الدولي، حيث لم يعد الإنترنت مجرد "وسيلة إعلان" بل أصبح "بيئة استراتيجية" كاملة. (Alrawi, 2007)

1. إدارة المعرفة والقرار الاستراتيجي: أكدت النتائج بناءً على دراسة (Ali, 2026) أن المؤسسات التي نجحت في اختراق الأسواق الدولية هي التي أدارت تدفقات المعرفة الرقمية بذكاء. وهذا يدعم ما ذهب إليه (Samiee, 2008) بأن التحالفات الاستراتيجية الإلكترونية هي المفتاح للوصول إلى المستهلك العالمي في أسواق (B2B).
2. التسويق التصديري والتنويع الاقتصادي: أثبتت الدراسة أن التجارة الإلكترونية هي الخيار الاستراتيجي الأمثل للدول العربية لتحقيق التنويع الاقتصادي (حسين وشنيني، د.ت). فاستراتيجيات التسويق التصديري الرقمي تسمح بالوصول للأسواق الدولية بمنتجات غير نفطية وبأقل التكاليف (Omar, 2026).
3. الأخلاقيات والولاء الرقمي: ناقشت النتائج أن "أخلاقيات التجارة الإلكترونية" تلعب دوراً حاسماً في نية الشراء والولاء (Agag, 2019)، مما يفرض على المسوقين الدوليين بناء استراتيجيات تركز على الشفافية والأمن السيبراني.

ثالثاً: التحليل النقدي والتركيب العلمي

عند الربط المنهجي بين الجوانب المحاسبية والرقابية وبين المتغيرات الاقتصادية الكلية، تبرز صورة معقدة للتجارة الإلكترونية الدولية كظاهرة مزدوجة التأثير. فمن جهة، تؤكد الأدبيات أن التجارة الإلكترونية تعمل كـ "مضاعف اقتصادي (Economic Multiplier)"؛ حيث لا يقتصر أثرها على زيادة حجم المبيعات فحسب، بل يمتد لتحفيز قطاعات اللوجستيات، والخدمات المصرفية، والابتكار التقني، مما يؤدي إلى تسريع وتيرة النمو الإجمالي. ومع ذلك، يكشف التحليل النقدي أن هذا النمو يأتي مصحوباً بزيادة في "انكشاف الاقتصاد المحلي (Economic Exposure)" أمام الأزمات العابرة للحدود (Vokhidova & Yuanis, 2020)؛ فالتداخل الرقمي يجعل الأسواق المحلية أكثر حساسية للتقلبات السيبرانية والصدمات المالية العالمية.

وهنا تبرز الأهمية الجوهرية للإطار المحاسبي الرقمي (الحيالي، 2016)؛ إذ إن غياب التوثيق المحاسبي الدقيق للعمليات الإلكترونية يؤدي إلى "ضبابية مالية" قد تخفي وراءها تدفقات غير مشروعة أو ثغرات ضريبية. وبالتوازي مع ذلك، فإن التحول الرقمي المصرفي وتطوير نظم الرقابة الداخلية (Mohammed & Abdullah, 2026) لم يعد مجرد إجراء تنظيمي، بل استحال "خط الدفاع السيادي الأول"؛ فالمصارف التي تمتلك أنظمة رقابة متطورة هي الوحيدة القادرة على حماية العلاقات الاقتصادية الدولية من "العدوى المالية الرقمية" والتقلبات النقدية للحظية التي تميز التجارة الإلكترونية. إن التركييب العلمي لهذه المعطيات يشير إلى أن "الأمن القومي الاقتصادي" في العصر الرقمي بات يُقاس بمدى صلابة الأنظمة الرقابية والمحاسبية وقدرتها على استيعاب صدمات السوق العالمي.

خلاصة المناقشة

تنفق الدراسات المعاصرة (2020-2026) على أن العالم يمر بمنعطف تاريخي يتمثل في الانتقال من "اقتصاد الموارد الطبيعية" إلى "اقتصاد البيانات والحكمة". في هذا النظام العالمي الجديد، لم تعد الثروة تُقاس بمخزون المواد الخام بقدر ما تُقاس بالقدرة على إدارة التدفقات المعرفية وتحويلها إلى قرارات استراتيجية ناجحة. (Ali, 2026) إن نجاح أي دولة في تبوء مكانة مرموقة في خارطة التجارة الدولية الإلكترونية يعتمد بالدرجة الأولى على قدرتها على تحقيق "التوازن الثلاثي" التالي:

1. المستوى المؤسسي: دمج الرقابة الداخلية المتطورة والأنظمة المصرفية الرقمية لضمان الشفافية والأمان (Mohammed & Abdullah, 2026).
2. المستوى الاستراتيجي: تبني استراتيجيات تسويق تصديرية مرنة قادرة على قراءة سلوك المستهلك العالمي وتحقيق التنويع الاقتصادي. (Omar, 2026)
3. المستوى البيئي: توفير بيئة سياسية مستقرة وحكومة رشيدة للموارد العامة، إذ لا يمكن للتجارة الرقمية أن تزدهر في بيئات تفتقر لسيادة القانون أو تعاني من اضطرابات جيوسياسية (Aburrgega, 2025; Elelam, 2025).

إن المحصلة النهائية لهذه المناقشة تؤكد أن التجارة الإلكترونية الدولية هي "سلاح ذو حدين"؛ فهي تفتح آفاقاً لا نهائية للتوسع والنمو، ولكنها تتطلب "حصانة مؤسسية" تبدأ من الدفاتر المحاسبية وتنتهي باستقرار القرار السياسي، لضمان تحويل الفرص الرقمية إلى تنمية وطنية مستدامة.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

- [1] الحياي، و. (2016). *الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية*. مركز الكتاب الأكاديمي.
- [2] المري، ج. ع. ح. ا. د. (2025). آليات التعاون الدولي في مجال التجارة الدولية: الانعكاسات المحتملة على دولة قطر اقتصادياً وسياسياً واجتماعياً. *مجلة الشرق الأوسط للدراسات القانونية والفقهية*، 5(4)، 25-42.
- [3] حسين، م.، وشنيبي، ع. (د.ت). *التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي: واقع وتحديات* (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة الجزائر.
- [4] عفان، م. (2023). رؤية مقترحة لتطوير استخدام سلاسل القيمة العالمية في تفسير أنماط التجارة الدولية. *مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية*، 24(2)، 7-42.
- [5] قاسم، أ. ف. ع. (2022). *القدرة التنافسية للأعمال والازدهار الاقتصادي المستدام في البلدان العربية*. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

(English References) المراجع باللغة الإنجليزية

- [6] Aburrgega, K. I. R. (2025). The impact of political stability on development in Libya according to the African perspective. *Comprehensive Journal of Humanities and Educational Studies*, 1(2), 590-605. <https://doi.org/10.65420/cjhes.v1i2.67>
- [7] Agag, G. (2019). E-commerce ethics and its impact on buyer repurchase intentions and loyalty: An empirical study of small and medium Egyptian businesses. *Journal of Business Ethics*, 154(2), 389-410.
- [8] Ahmedov, I. (2020). The impact of digital economy on international trade. *European Journal of Business and Management Research*, 5(4).
- [9] Ali, H. S. A. (2026). The Impact of Knowledge Management on Strategic Decision-Making: A Field Study in the General Administration of Jumhouria Bank–Tripoli. *Comprehensive Journal of Humanities and Educational Studies*, 349-365.
- [10] Alrawi, K. (2007). The internet and international marketing. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 17(4), 222-233.
- [11] Alzahrani, J. (2019). The impact of e-commerce adoption on business strategy in Saudi Arabian small and medium enterprises (SMEs). *Review of Economics and Political Science*, 4(1), 73-88.
- [1] Apăvăloaie, E. I. (2014). The impact of the internet on the business environment. *Procedia Economics and Finance*, 15, 951-958.
- [12] Belhassan, M. S. A., Ashour, M. M., & Ashoor, K. M. (2025). The impact of fiscal policy on domestic investment in Libya (2014-2024). *Comprehensive Journal of Humanities and Educational Studies*, 1(2), 243-259. <https://doi.org/10.65420/cjhes.v1i2.34>
- [13] Cumming, D., Johan, S., Khan, Z., & Meyer, M. (2023). E-commerce policy and international business. *Management International Review*, 63(1), 3-25.
- [14] Dunning, J. H., & Wymbs, C. (2001). The challenge of electronic markets for international business theory. *International Journal of the Economics of Business*, 8(2), 273-301.
- [15] Elelam, M. M. (2025). The role of good governance of public resources in achieving sustainable national development: An analytical study of challenges and mechanisms. *Comprehensive Journal of Humanities and Educational Studies*, 1(2), 651-659. <https://doi.org/10.65420/cjhes.v1i2.72>
- [16] Ferchichi, A., Achour, H., & Itmazi, J. (2013). *Second International Conference, Technologies of Information and Communications in Education and Training*. Lulu.com.
- [17] Ferrette, C. P. (2000). E-commerce and international political economics: The legal and political ramifications of the Internet on world economies. *ILSA Journal of International & Comparative Law*, 7, 15.
- [18] Gazieva, L. R., Magomaev, T. R., Magomaeva, L. R., Morozova, N., Vasileva, I., & Yusupov, I. (2020). The impact of e-commerce on the digital economy. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 103.
- [19] Mohammed, K. A. B., & Abdullah, M. M. (2026). The Impact of Digital Transformation in Banking on the Components of the Internal Control System in Commercial Banks Operating in Tarhuna. *Comprehensive Journal of Humanities and Educational Studies*, 159-175.
- [20] Omar, A. W. (2026). The Role of Export Marketing Strategies in Enhancing Economic Diversification: An Analytical Study of Selected International Experiences in the Post-Oil Era. *Comprehensive Journal of Humanities and Educational Studies*, 186-194.
- [21] Omar, A. W., Awnallah, L. B., & Mohamed, T. M. (2025). The implications of US-China strategic competition on global supply chain stability: A case study of semiconductors.

Comprehensive Journal of Humanities and Educational Studies, 1(2), 335-344.
<https://doi.org/10.65420/cjhes.v1i2.41>

- [22] Respatiningsih, H. (2021, March). The impact of E-Commerce on the marketing performance of MSMEs during the covid19 pandemic mediated by competitive advantage. In *The 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)* (pp. 166-169). Atlantis Press.
- [23] Samiee, S. (2008). Global marketing effectiveness via alliances and electronic commerce in business-to-business markets. *Industrial Marketing Management*, 37(1), 3-8.
- [24] Vokhidova, M., & Yuanis, Y. (2020). Development of Transboundary Trade and Economic Relations in Central Asia: Challenges and Solutions. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 6(10.21070).
- [25] Wang, C., Liu, T., Wen, D., Li, D., Vladislav, G., & Zhu, Y. (2021). The impact of international electronic commerce on export trade: Evidence from China. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), 2579-2593.

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of **JSHD** and/or the editor(s). **JSHD** and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.