

وزارة التعليم العالي والبحث العالمي
جامعة عمار ثليجي - الأغواط
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
تخصص : مالية وتجارة دولية



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تسهيل عملية التصدير والإستيراد

الأستاذ المشرف

من إعداد الطالبين

- ابراهيم عبد الحفيظي

- فارة أسامة

- مغراوي محمد أمين

لجنة المناقشة

رئيساً.

أستاذ محاضر

- د. الساحي مصطفى

مشرفاً ومقرراً.

أستاذ محاضر

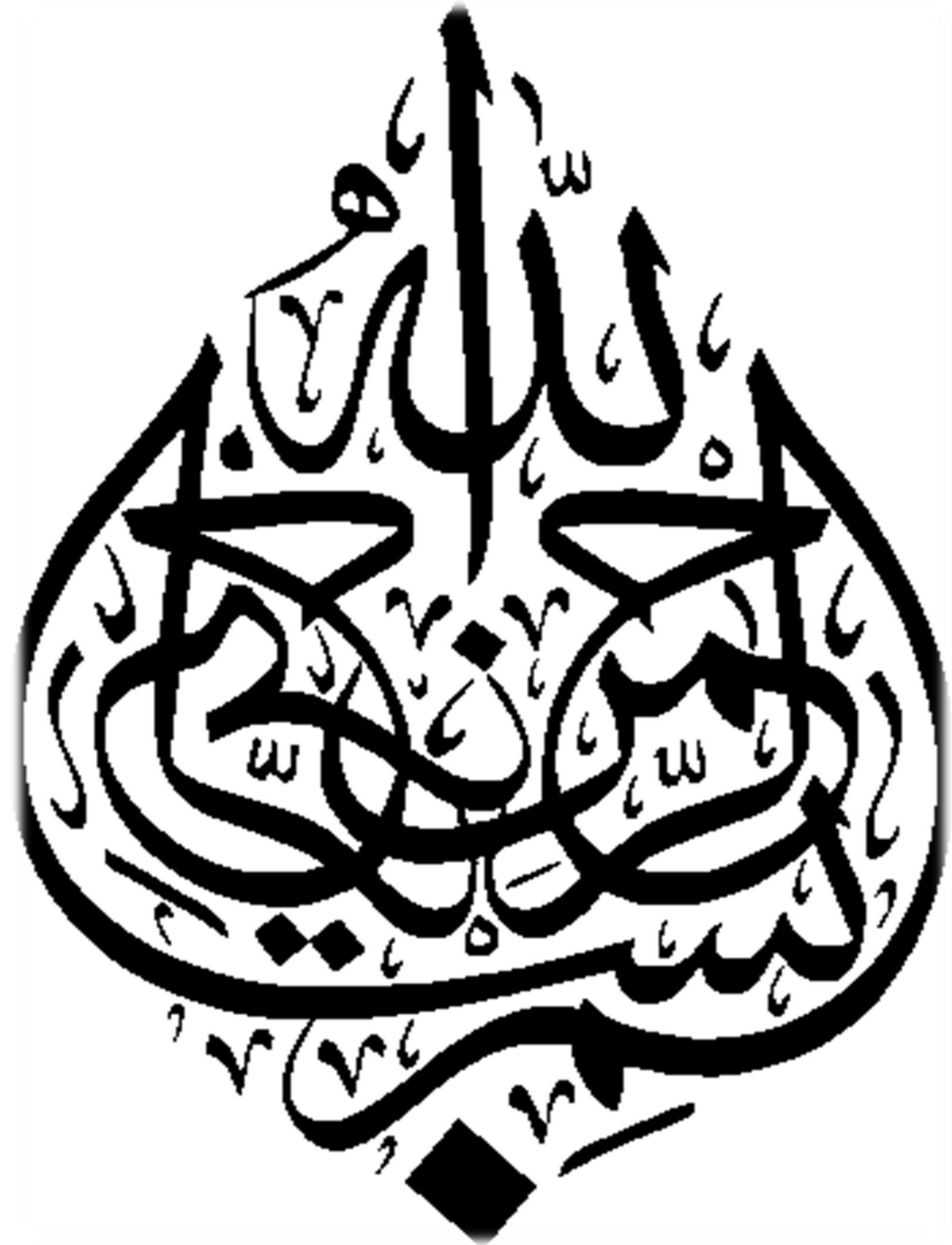
- ابراهيم عبد الحفيظي

ممتحناً.

أستاذ محاضر

- د. مراد مصطفى

السنة الجامعية 2025/2024



شكر وتقدير

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له

على كل نعمه وفضله وكرمه .

تبارك الله ذو الجلال والإكرام

نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة

وكذلك نتقدم بالشكر للأستاذ المشرف ابراهيم عبد الحفيظي الذي

أشرف على عملنا خطوة بخطوة بكل جدية وتفاني .

وكذلك نشكر لجنة المناقشة برئيسها وأعضائها الأساتذة و الدكاترة المحترمين

وفي الأخير نشكر كل من قدم لنا يد المساعدة سواء من قريب

أو من بعيد

فالحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات

الإهداء

إلى من كانت مصدر النور في دربي،

إلى من سهرت الليالي من أجلي،

إلى من غرست فيّ القيم، وغمرتني بدعائها،

إلى قلبٍ لا يشيخ، وعطاءٍ لا ينضب...

إلى أمي الحبيبة،

أهديك ثمرة جهدي، وقطف تعب السنين،

فأنتِ السرّ في كل نجاح، والداعم الأول في كل خطوة.

كما أهديتها إلى كل زملائي والزميلات دفعة ماستر 2025

وإلى كل من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة من زملاء في العمل الذين

ساعدوني فيها

فارة أسامة

الإهداء

بدأنا بأكثر من يد ولسنا أكثر من هم وعانينا الكثير من الصعوبات وهانحن اليوم نحمد الله
ونطوي سهر الليالي وتعب الأيام وخلاصة مشوارنا:

واخر دعوانا ان الحمد لله رب العالمين

اهدي هذا النجاح لنفسي اولا ثم الى كل من سعى معي لاتمام هذه المسيرة، دمتم سندا لي لا
عصرا له

الى الذي زين اسمي باجمل الالقاب من دعمني بلا حدود واعطاني بلا مقابل الى من علمني ان
الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة الى من غرست في دربي مكارم الاخلاق دعمي الاول في

مسيرتي وسندي الثابت، وقوتي وملاذي بعد الله

الى فخري واعتزازي ابي اطال الله في عمره ودامه لنا.

الى نبراس ايامي ومهج حياتي الى من جعل الله الجنة تحت اقدامها واحتضنتني قلبا قبل يدها

وسهلت لي الشدائد بدعائها

الى القلب الحنون وسر قوتي واجتياحي ومصابي دربي الى من رضاها يخلق التوفيق الالهي الى

اعلى ما املك امي

حفظها الله واطال في عمرها بالصحة والعافية.

الى ضلعي الثابت وامان ايامي الى من شدت عضدتي بهم فكانو لي نبعث لرؤى منها الى خيرة

ايامي وصفوتها الى قرّة

العين اخوتي اخواتي، دمتم لي سندا.

وكذلك نشكر لجنة المناقشة برئيسها وأعضائها الأساتذة و الدكاترة المحترمين

مغراوي محمد أمين

ملخص عام للدراسة:

يشهد العالم اليوم تحولات عميقة في آليات التجارة الدولية بفعل تسارع الثورة الرقمية، وعلى رأسها تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي. فقد أصبح هذا الأخير أحد أبرز الأدوات التي أعادت تشكيل مفاهيم التجارة المعاصرة، حيث لم تعد العمليات التجارية تعتمد فقط على رأس المال أو القوانين التقليدية للسوق، بل أصبح التحول الرقمي والتكنولوجي عنصراً حاسماً في بناء تنافسية المؤسسات، وتحديد قدرتها على التوسع في الأسواق العالمية.

في هذا السياق، تناولت هذه الدراسة العلاقة المتشابكة بين الذكاء الاصطناعي ومكونين أساسيين في التجارة الدولية، وهما: الاستيراد والتصدير. وتم تحليل هذه العلاقة من منظور مزدوج: تقني-اقتصادي، للكشف عن دور التكنولوجيا في تحسين الأداء التجاري، وتقليل التكاليف، وتقديم استراتيجيات أكثر فاعلية لمواجهة التحديات المعاصرة.

من جهة أولى، يمثل التصدير أحد الركائز الأساسية لدفع عجلة الاقتصاد الوطني وتحقيق النمو، إذ يُعد وسيلة استراتيجية لتصريف الفائض من الإنتاج، وجلب العملات الأجنبية، وتموقع المؤسسات في الأسواق الخارجية. كما أنه يسهم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات من خلال التفاعل مع معايير الجودة العالمية، واكتساب الخبرات وتوسيع نطاق النشاط التجاري بأقل التكاليف.

في المقابل، يُعد الاستيراد ضرورة اقتصادية لا غنى عنها لأي دولة مهما كانت متقدمة. إذ يساعد في تلبية احتياجات السوق المحلي من المواد الأولية، أو السلع الرأسمالية والاستهلاكية التي يصعب إنتاجها داخلياً. كما يُسهم الاستيراد في دعم عجلة الإنتاج الوطني من خلال توفير المدخلات الصناعية الضرورية، بالإضافة إلى تعزيز خيارات المستهلكين في السوق المحلي.

غير أن كفاءة كل من عمليتي الاستيراد والتصدير لا تتحقق فقط عبر الإجراءات التقليدية كالتفاوض والتعاقد والتخليص الجمركي، بل باتت تعتمد بشكل متزايد على تطبيقات الذكاء الاصطناعي، التي غيّرت من نمط التفاعل بين الأطراف التجارية، سواء من حيث سرعة إنجاز العمليات أو دقة البيانات واتخاذ القرار.

فمن خلال الخوارزميات الذكية، يمكن للشركات اليوم التنبؤ بالطلب العالمي بدقة، وتحديد الأسواق المستهدفة، وتقديم منتجات مخصصة بناءً على تحليل سلوك المستهلك في مختلف الثقافات. كما تلعب أنظمة الذكاء الاصطناعي دورًا أساسيًا في تحليل المخاطر، وتقييم الأسعار المثلى، وتطوير سلاسل التوريد الذكية التي تقلل من التكاليف وتُحسن من مستوى الخدمة.

وفي ميدان الاستيراد، يساعد الذكاء الاصطناعي على دراسة السوق العالمي واختيار الموردين بدقة، والتحقق من الوثائق والمطابقة الجمركية، بالإضافة إلى تسريع الإجراءات القبلية والبعديّة من خلال الأتمتة وتحليل البيانات. أما في التصدير، فيتمثل أثره في تعزيز القدرة التنافسية، وتحسين التواجد الدولي عبر استراتيجيات تسويق ذكية، وتوظيف أنظمة التوصية والتواصل الآلي مع الشركاء والعملاء.

وقد بيّنت الدراسة أن إدماج الذكاء الاصطناعي في منظومة التجارة الدولية لا يقتصر على تحسين الكفاءة أو تقليص التكاليف، بل يتجاوز ذلك إلى بناء نموذج تجاري جديد أكثر قدرة على التكيف، الابتكار، والاستجابة السريعة للمتغيرات العالمية. إلا أن هذه التحولات لا تخلو من تحديات، أبرزها: الخصوصية، أمان البيانات، اختلال توازن القوى بين الشركات، وغياب الأطر القانونية التي تواكب هذا التطور.

من هنا، تؤكد الدراسة أن الذكاء الاصطناعي أصبح عنصراً تكاملياً في العمليات التجارية الدولية، ويُعد اليوم من أهم الأدوات التي يجب على المؤسسات الاقتصادية الاستثمار فيها، سواء لتسهيل عمليات الاستيراد والتصدير أو لضمان موقع تنافسي في الاقتصاد الرقمي العالمي.

Résumé général de l'étude :

Le monde contemporain connaît des mutations profondes dans les mécanismes du commerce international, impulsées par l'accélération de la révolution numérique, avec en tête les avancées en intelligence artificielle (IA). Cette dernière est devenue l'un des outils les plus influents qui redéfinissent les fondements du commerce moderne. Désormais, les échanges commerciaux ne reposent plus uniquement sur le capital ou les lois traditionnelles du marché, mais sur la capacité des entreprises à s'adapter aux évolutions technologiques et à s'inscrire dans une dynamique de compétitivité numérique.

Dans ce contexte, cette étude explore l'interaction complexe entre l'intelligence artificielle, l'importation et l'exportation, deux piliers essentiels du commerce international. L'analyse adoptée s'inscrit dans une double approche, technologique et économique, visant à mettre en lumière le rôle de l'IA dans l'amélioration de la performance commerciale, la réduction des coûts, et l'élaboration de stratégies efficaces face aux défis mondiaux.

D'une part, l'exportation constitue un levier stratégique de croissance, permettant l'écoulement des surplus de production, la génération de devises étrangères et l'ouverture de nouveaux marchés internationaux. Elle renforce également la compétitivité des entreprises à travers leur exposition aux normes de qualité mondiales et leur intégration dans un environnement commercial globalisé.

D'autre part, l'importation s'avère une nécessité économique incontournable pour tout pays, aussi développé soit-il. Elle permet de répondre aux besoins internes en produits de consommation, matières premières ou équipements, souvent non disponibles localement. Elle joue ainsi un rôle de soutien à l'industrialisation et à la diversification de l'offre sur le marché domestique.

Toutefois, la réussite des opérations d'import-export ne dépend plus exclusivement des procédures classiques — comme la négociation, la contractualisation ou le

dédouanement — mais repose de plus en plus sur les applications de l'intelligence artificielle. Celles-ci transforment la nature des échanges en facilitant l'analyse prédictive, l'automatisation des processus, et la prise de décision basée sur des volumes massifs de données.

Grâce aux algorithmes intelligents, les entreprises peuvent anticiper la demande, analyser les tendances du marché, cibler efficacement les segments porteurs, et personnaliser leurs offres selon les comportements des consommateurs à l'échelle mondiale. L'IA est également utilisée pour gérer les risques, optimiser les prix, planifier les stocks et moderniser les chaînes logistiques.

Dans le cadre des importations, l'IA aide à évaluer les fournisseurs, vérifier la conformité des documents, accélérer les procédures administratives, et garantir la fluidité du transport et de la réception des marchandises. Concernant les exportations, elle permet d'élaborer des stratégies commerciales intelligentes, de renforcer la présence internationale et d'adapter les produits aux spécificités culturelles et réglementaires des marchés cibles.

L'étude démontre ainsi que l'intelligence artificielle ne se limite pas à améliorer l'efficacité opérationnelle, mais contribue à construire un nouveau modèle commercial international, basé sur l'innovation, la flexibilité et la réactivité.

Néanmoins, cette évolution s'accompagne de défis majeurs, tels que la protection des données, les questions éthiques, l'équité concurrentielle et l'absence de cadres juridiques adaptés.

En conclusion, l'intelligence artificielle s'impose aujourd'hui comme un levier incontournable du commerce international, en particulier dans la gestion des processus d'importation et d'exportation. Son intégration dans les stratégies commerciales devient une exigence pour toute organisation souhaitant s'inscrire durablement dans l'économie mondiale numérique.

General Summary of the Study:

The contemporary world is witnessing profound transformations in the mechanisms of international trade, driven by the accelerating digital revolution—foremost among them, the rise of Artificial Intelligence (AI). AI has become one of the most influential tools reshaping the foundations of modern commerce. Trade today no longer relies solely on capital or traditional market laws but increasingly on the ability of enterprises to adapt to technological change and thrive in a digitally competitive environment.

Within this context, the study explores the intricate interplay between artificial intelligence, importation, and exportation—two essential pillars of international trade. The analysis takes a dual perspective—technological and economic—to highlight how AI enhances trade performance, reduces costs, and supports the development of efficient strategies in response to global challenges.

On one hand, exporting serves as a strategic lever for growth, allowing companies to offload surplus production, generate foreign currency, and access new international markets. It boosts competitiveness through exposure to global quality standards and integration into an increasingly interconnected trade environment.

On the other hand, importing remains an economic necessity for any country, regardless of its level of development. It helps meet internal demand for goods—whether consumer products, raw materials, or capital equipment—that are difficult or impossible to produce domestically. In this way, imports support industrialization and diversify supply within domestic markets.

However, the success of import-export operations no longer depends solely on traditional procedures—such as negotiation, contracting, and customs clearance—but increasingly on the integration of AI technologies. These technologies are transforming the nature of trade by facilitating predictive analytics, automating

processes, and enabling data-driven decision-making based on vast volumes of information.

Through intelligent algorithms, companies can forecast demand, analyze market trends, identify profitable segments, and tailor their offerings to match consumer behavior across different cultures and regions. AI is also leveraged to manage risks, optimize pricing, plan inventory, and modernize logistics chains.

In the importing process, AI assists in evaluating suppliers, verifying compliance documentation, accelerating administrative procedures, and ensuring smooth transportation and reception of goods. Regarding exports, AI enables the formulation of smart commercial strategies, strengthens international presence, and allows products to be adapted to the cultural and regulatory specifics of target markets. This study demonstrates that AI is not merely a tool for improving operational efficiency—it contributes to building a new model for international trade, one grounded in innovation, agility, and responsiveness. Nevertheless, this transformation is not without its challenges, such as data privacy concerns, ethical dilemmas, competitive fairness, and the lack of adequate legal frameworks.

In conclusion, artificial intelligence has emerged as a vital engine of global commerce, particularly in the management of import and export processes. Its integration into commercial strategies is now essential for any organization seeking long-term success in the digital global economy.

قائمة المحتويات

أ - ح	المقدمة
09	الفصل الأول : الاطار النظري للذكاء الاصطناعي و التصدير و الاستيراد
11	المبحث الأول: التصدير
11	المطلب الأول:عموميات حول التصدير
13	المطلب الثاني: نظريات التصدير
18	المطلب الثالث: أنواع التصدير وخطواته
27	المبحث الثاني الاستيراد
27	المطلب الأول: عموميات حول الاستيراد
29	المطلب الثاني: أنواع الاستيراد
30	المبحث الثالث: الإطار المفاهيمي للذكاء الإصطناعي
30	المطلب الأول : نشأة وتعريف الذكاء الإصطناعي
32	المطلب الثاني أهمية ومؤشرات الذكاء الاصطناعي:
33	المطلب الثالث: أبعاد الذكاء الاصطناعي:
38	الفصل الثاني : التحول الرقمي في التجارة الدولية بفعل الذكاء الاصطناعي
40	المبحث الأول:الذكاء الاصطناعي في قطاع التجارة الدولية
40	المطلب الأول: التطور التاريخي للذكاء الاصطناعي في الأعمال
40	المطلب الثاني: بداية استخدامه في التجارة العالمية
41	المطلب الثالث : تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة حاليًا
42	المطلب الرابع : الآثار الأولية على السوق العالمية
43	المطلب الأول: التنبؤ بالمطلب وتحليل الأسواق العالمية
44	المطلب الثاني: إدارة المخزون وسلاسل التوريد الذكية
44	المطلب الثالث: التجارة الإلكترونية العابرة للحدود
45	المطلب الرابع: العقود الذكية والبلوكشين في المعاملات
45	المطلب الخامس: أمثلة واقعية على التحول
47	المبحث الثالث: دراسة مقارنة تفصيلية
47	المطلب الأول: مقارنة الجدول الأصلي محورًا محور
48	المطلب الثاني: كيف تغيرت المعايير التقليدية
48	المطلب الثالث: تحليل نوعي وكمي للفروقات
49	المطلب الرابع: مزايا وتحديات الذكاء الاصطناعي في التجارة الدولية
51	المبحث الرابع: التحديات الحالية والمخاطر المحتملة في عصر الذكاء الاصطناعي والتجارة الدولية
51	المطلب الأول : الاعتماد الرائد على الأنظمة الذكية
51	المطلب الثاني : الأمن السيبراني والاختراقات
52	المطلب الثالث : مشكلات الخصوصية والتلاعب بالبيانات
52	المطلب الرابع : الفجوة الرقمية بين الدول
54	المبحث الخامس: استشراف مستقبل التجارة الدولية في ظل تطور الذكاء الاصطناعي
54	المطلب الأول : الرقمنة الكاملة لسلاسل التوريد
55	المطلب الثاني : التجارة الذاتية(Self-Executing Trade)
55	المطلب الثالث : تقنيات الذكاء الاصطناعي وآثاره على السوق العالمية
57	المطلب الرابع : دور الذكاء الاصطناعي في بناء السياسات التجارية

قائمة المحتويات

57	المطلب الخامس: السيناريوهات المستقبلية المحتملة
59	الخاتمة العامة
66	قائمة المراجع والمصادر

توطئة :

تعدّ التجارة الدولية ركيزة أساسية في بناء الاقتصاد العالمي، إذ تمثل الرابط الحيوي بين الدول، وتلعب دورًا محوريًا في دعم النمو، تعزيز التنافسية، وتحقيق التكامل بين مختلف الأسواق. ومع تسارع وتيرة التحولات العالمية وتعقيد العلاقات الاقتصادية، لم تعد الحدود الوطنية قادرة وحدها على تلبية حاجات التنمية أو احتضان القدرات الإنتاجية المتنامية. فأصبح من الضروري الانفتاح على الأسواق العالمية، والمساهمة الفعّالة في التبادل التجاري الدولي، بما يتماشى مع الأدوار المتزايدة التي تلعبها المؤسسات الدولية كمنظمة التجارة العالمية والتكتلات الإقليمية.

ويُعتبر قطاع التجارة الخارجية انعكاسًا مباشرًا لأداء الاقتصاد الوطني، فهو يُجسد مخرجات العملية الإنتاجية الموجهة نحو السوق الدولية، ويُعدّ مؤشرًا على مدى قدرة الدولة على المنافسة، خاصة في ظل عالم يتسم بالتغير المستمر والتشابك الاقتصادي. من هذا المنطلق، أصبح من الضروري أن تسعى الدول إلى تعزيز قدراتها التصديرية، وترشيد عمليات الاستيراد، وتبسيط الإجراءات المرتبطة بهما من أجل تحقيق التوازن والتنمية الشاملة.

وفي هذا السياق، بدأت التقنيات الحديثة تُحدث تحولات كبيرة في طبيعة الأنشطة الاقتصادية، وعلى رأسها الذكاء الاصطناعي، الذي يُعد من أبرز الابتكارات التكنولوجية في العصر الحديث. فالذكاء الاصطناعي يمتلك إمكانيات واسعة لتطوير الاقتصاد، من خلال تحسين أداء العاملين، وأتمتة المهام المتكررة والمعقدة، واتخاذ قرارات أكثر دقة وسرعة. وقد أدركت أغلب الدول أهمية هذا المجال، فسعت إلى تبني استراتيجيات تهدف إلى تطويره وتوظيفه في مختلف القطاعات، ومنها التجارة الخارجية.

ورغم هذه الفرص الواعدة، لا يمكن إغفال التحديات المصاحبة لهذا التحول، وعلى رأسها اتساع الفجوة الرقمية بين الدول أو المؤسسات التي تتبنى الذكاء الاصطناعي بسرعة، وتلك التي تتأخر في مواكبته، إلى جانب الفجوة المهارية بين الأفراد القادرين على التعامل مع هذه التقنيات والذين يفتقرون إليها.

من هنا تبرز أهمية دراسة العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وعمليات التصدير والاستيراد، لفهم كيف يمكن استثمار هذه التكنولوجيا في تحقيق فعالية أكبر في التجارة الخارجية، وتعزيز تنافسية الاقتصاد الوطني في بيئة عالمية شديدة الديناميكية

إشكالية الدراسة :

رغم ما يُظهره الذكاء الاصطناعي من إمكانيات واعدة في تطوير العمليات التجارية، إلا أن تطبيقاته في مجال التصدير والاستيراد لا تزال محدودة ومتفاوتة بين الدول. فبينما لم تبدأ بعض الدول بعد في تبني هذه التكنولوجيا، فإن دولاً أخرى تستخدمها دون وعي كامل بآثارها الإيجابية والسلبية، مما يطرح تساؤلات حول مدى جاهزية الأنظمة التجارية لاستيعاب هذا التحول، ويُبرز الحاجة إلى دراسة متأنية للعلاقة بين الذكاء الاصطناعي والتجارة الدولية، خاصة في ظل التغيرات الاقتصادية المتسارعة. تتضح الإشكالية العامة للبحث والتي أردنا من خلالها الإجابة على السؤال الجوهرى التالي:

إشكالية الرئيسية:

ما مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على عمليات التصدير والاستيراد؟

الأسئلة الفرعية: وللإجابة على هذه الإشكالية بشكل حسن وجب علينا إزالة اللبس على مجموعة من التساؤلات المحيطة بالتساؤل السابق والمتعلقة أساساً بـ:

هل يمكن دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي مع نظريات التصدير الحديثة لتوجيه السياسات التجارية بفعالية أكبر؟

ما دور الذكاء الاصطناعي في إدارة أنواع الاستيراد وضبط سلاسل التوريد بكفاءة أعلى؟

إلى أي مدى يمكن للذكاء الاصطناعي أن يُبسّط الإجراءات القبلية والبعديّة في عمليات التصدير والاستيراد؟

الفرضيات :

الفرضية العامة : الذكاء الاصطناعي له أثر على عمليات التصدير والاستيراد.

للإجابة على التساؤلات الفرعية يمكن صياغة الفرضيات الجزئية التالية:

- من الممكن أن يؤدي دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي مع نظريات التصدير الحديثة إلى توجيه السياسات التجارية بشكل أكثر فعالية ودقة، من خلال دعم اتخاذ القرار وتحليل الأسواق العالمية.
- يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا مهمًا في تحسين إدارة أنواع الاستيراد، وضبط سلاسل التوريد من خلال التنبؤ بالطلب، وتحديد الكميات، وتقليل الأعطال والتأخيرات في التوريد.
- يُسهّم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تبسيط الإجراءات القبلية والبعديّة لعمليات التصدير والاستيراد، من خلال أتمتة المعاملات، وتقليل التدخل البشري، وتسريع تنفيذ الإجراءات الجمركية والإدارية

أهمية الموضوع

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات جوهرية في بنية الاقتصاد العالمي، ساهمت فيها الثورة الرقمية بشكل غير مسبوق. وفي طليعة هذه الثورة يأتي الذكاء الاصطناعي، الذي لم يعد مجرد أداة برمجية متقدمة، بل أصبح أحد أبرز المحركات التي تعيد تشكيل مفاهيم التجارة الدولية وآلياتها التقليدية. ففي الوقت الذي كانت فيه التجارة تعتمد سابقًا على الموارد الطبيعية، واليد العاملة، وشبكات النقل، أصبحت اليوم تعتمد على البيانات الضخمة، والخوارزميات، والتعلم الآلي، والتحليلات التنبؤية.

تنبع أهمية هذا الموضوع من كونه يعالج ظاهرة مركّبة تمسّ صميم الاقتصاد العالمي، وتتداخل فيها التكنولوجيا، والسياسات التجارية، والتفاوتات الاقتصادية بين الدول. فالذكاء الاصطناعي يغيّر من طبيعة التبادل التجاري الدولي بطرق غير تقليدية: من تحسين الكفاءة التشغيلية للشركات متعددة الجنسيات، إلى إحداث تحولات في سلاسل القيمة العالمية، وصولاً إلى إعادة رسم خارطة التفوق التكنولوجي بين الدول.

ومن هنا، فإن دراسة هذه التحوّلات ليست مسألة نظرية فحسب، بل هي ضرورة لفهم الاتجاهات الحالية والمستقبلية في الاقتصاد العالمي، ولمواكبة التغيّرات التي تؤثر بشكل مباشر على قدرة الدول، خصوصًا النامية منها، على تحقيق مكاسب عادلة من العولمة الرقمية.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف الأكاديمية والتحليلية التي تسعى إلى الإحاطة الشاملة بالتحوّل الجاري في التجارة الدولية في ظل الذكاء الاصطناعي. وتتلخص الأهداف في النقاط التالية:

1. تحليل الوضع التاريخي للتجارة الدولية قبل بروز الذكاء الاصطناعي، مع التركيز على الخصائص التقليدية التي كانت تحكم التبادل الدولي.
2. رصد التغيرات المعاصرة التي أحدثها الذكاء الاصطناعي في مجالات مثل اللوجستيات، التسويق الرقمي، إدارة سلاسل الإمداد، وتسعير المنتجات، مع تقديم نماذج واقعية.
3. مقارنة علمية بين الماضي والحاضر في ضوء المتغيرات التكنولوجية، من حيث طبيعة التفاعل بين العرض والطلب، وأدوار الفاعلين الاقتصاديين، والتحديات الجديدة.
4. استشراف المستقبل عبر تحليل الاتجاهات الناشئة في التجارة الدولية، مثل أتمتة الاتفاقيات، وحل النزاعات باستخدام الذكاء الاصطناعي، والتحديات القانونية.
5. اقتراح توصيات سياساتية تساهم في تمكين الدول النامية من الاستفادة من التحوّلات الرقمية، وتجنّب الوقوع في "فجوة الذكاء الاصطناعي".

المنهج المستخدم :

منهجية التحليل

نظرًا للطبيعة متعددة الأبعاد للموضوع، تم اعتماد منهجية تحليلية تعتمد على الدمج بين المنهج المقارن والمنهج

الاستشرافي، وذلك وفق ما يلي:

- المنهج المقارن: لمقارنة مراحل تطور التجارة الدولية قبل وبعد الثورة الرقمية، عبر تحليل متغيرات مثل طبيعة السلع، التسعير، حجم التبادل، وهيكل السوق.
 - المنهج الاستشرافي: لتحليل السيناريوهات المستقبلية المحتملة، بالاعتماد على تقارير مستقبلية، ودراسات تحليل الاتجاهات، ونماذج التنبؤ المدعومة بخوارزميات الذكاء الاصطناعي.
 - التحليل الكيفي المدعوم بأمثلة واقعية: لتوضيح كيف تستخدم شركات مثل Amazon وAlibaba وMaersk تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين تجارتها الدولية.
 - التحليل النقدي للسياسات: لتقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على منظومة التجارة الدولية من منظور سيادي وتشريعي، وتحليل سياسات دول مثل الصين، الاتحاد الأوروبي، والولايات المتحدة.
- تهدف هذه المنهجية إلى تقديم رؤية تحليلية متكاملة تربط بين الماضي والحاضر والمستقبل، مع مراعاة التوازن بين التحليل النظري والتطبيق الواقعي، لتقديم إسهام علمي جاد في حقل الدراسات التجارية الدولية المعاصرة.

أسباب اختيار الموضوع :

ترجع أسباب اختيار الموضوع إلى مايلي :

الميل الشخصية نحو معالجة مواضيع الساعة، إلى جانب الرغبة والفضول في الاطلاع على كل ما هو جديد ومواكب للتطورات التكنولوجية.

يُعد هذا الموضوع من المواضيع التي تحظى بنقاشات مستمرة، نظرًا لأهميته وتجدده المستمر، خاصة في ظل التحولات الاقتصادية العالمية.

ارتباط الموضوع بالتخصص الأكاديمي، مما يُسهم في توظيف المعرفة النظرية وربطها بالواقع العملي.

قلة الدراسات الميدانية التي تعالج العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والتجارة الخارجية، خاصة في السياق الجزائري، ما يفتح المجال لإثراء هذا المجال العلمي.

تزايد اعتماد الدول المتقدمة على الذكاء الاصطناعي في تطوير تجارتها الخارجية، مما يفرض على الدول النامية ضرورة اللحاق بركب التحول الرقمي.

أهمية الموضوع بالنسبة لصانعي القرار الاقتصادي، من حيث تقديم رؤى مستقبلية لتبني الذكاء الاصطناعي في سياسات التصدير والاستيراد.

هيكل الدراسة :

بغية الإجابة على إشكالية البحث وإنطلاقاً من الفرضيات التي تم صياغتها قسمنا هذا البحث إلى فصلين حيث تناول الفصل الأول الإطار النظري للتصدير والإستيراد حيث تم تقسيم الفصل الأول إلى :

المبحث الأول حيث تناولنا فيه ماهية التصدي من خلال التصدير

الذي قسمناه الى ثلاثة مطالب حيث تناولنا في المطلب الأول عموميات حول التصدير الذي تضمن المفهوم وأهداف

وأهمية التصدير والمطلب الثاني نظريات التصدير أما المطلب الثالث أنواع التصدير وخطواته

أما المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى الإطار النظري للاستيراد الذي تناولنا فيه المطلب الأول ماهية الاستيراد من خلال

المفهوم والأنواع والأهداف أما المطلب الثاني أنواع الاستيراد

أما المبحث الثالث تناولنا فيه الإطار المفاهيمي للذكاء الاصطناعي والذي قسمناه إلى ثلاث مطالب حيث تطرقنا في

المبحث الأول إلى نشأة وتعريف الذكاء الاصطناعي وكذلك أهمية ومؤشرات أبعاد الذكاء الاصطناعي.

أما الفصل الثاني تناولنا الجانب التطبيقي الذي قسمناه إلى ثلاث مباحث حيث تطرقنا

في المبحث الأول : الذي وزعناه الى أربع مطالب تحتوي على مفاهيم رئيسية حول التطور التاريخي للذكاء الاصطناعي

في الأعمال وبداية استخدامه في التجارة العالمية وتقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة حاليًا والآثار الأولية على

السوق العالمية

أما المبحث الثاني : كذلك قسمناه على خمس مطالب تطرقنا فيها إلى التحول في التجارة الدولية بعد الذكاء الاصطناعي

والتنبؤ بالطلب وتحليل الأسواق العالمية وإدارة المخزون وسلاسل التوريد الذكية والتجارة الإلكترونية العابرة للحدود

والعقود الذكية والبلوكشين في المعاملات بالإضافة إلى الاستدلال بأمثلة واقعية على التحول

أما المبحث الثالث دراسة مقارنة تفصيلية قسمناه إلى أربع مطالب تطرقنا فيها إلى مقارنة الجدول الأصلي محورًا ومحور و

كيف تغيرت المعايير التقليدية وتحليل نوعي وكمي للفروقات ومزايا وتحديات الذكاء الاصطناعي في التجارة الدولية

أما المبحث الرابع تناولنا فيه التحديات الحالية والمخاطر المحتملة في عصر الذكاء الاصطناعي والتجارة الدولية والتيتطرقنا

فيها الى الاعتماد الزائد على الأنظمة الذكية والأمن السيبراني والاختراقات ومشكلات الخصوصية والتلاعب بالبيانات

والفجوة الرقمية بين الدول

أما المبحث الخامس وزعناه على أربع مطالب تضمنت استشراف مستقبل التجارة الدولية في ظل تطور الذكاء الاصطناعي والرقمنة الكاملة لسلاسل التوريد والتجارة الذاتية (Self-Executing Trade) وتقنيات الذكاء الاصطناعي وآثاره على السوق العالمية ودور الذكاء الاصطناعي في بناء السياسات التجارية.

الفصل الأول : الاطار

النظري للذكاء

الاصطناعي و التصدير و

الاستيراد

تمهيد:

تُعَدّ عمليتا التصدير والاستيراد من الركائز الأساسية للتبادل التجاري الدولي، وتشكلان المحور الحيوي لحركة السلع والخدمات بين الدول. إذ تُعرّف عملية التصدير بأنها نقل السلع والخدمات من دولة منتجة إلى دولة أخرى بهدف البيع في الأسواق الخارجية، بينما تشير عملية الاستيراد إلى جلب السلع والخدمات من الخارج لتلبية الطلب المحلي أو سد الفجوات الإنتاجية..

سوف يتم من خلال ما سوف يأتي التركيز على ماهية التصدير، والأهمية المترتبة من جراء القيام بهذه العملية، وكذا الأهداف المراد تحقيقها من خلال ذلك، ليتم فيما بعد التطرق إلى أهم وأدق النظريات التي درست عملية التصدير، وكذا أنواعه من مباشر وغير مباشر والخطوات المتبعة فيه.

المبحث الأول: التصدير

سوف يتم من خلال هذا المبحث إلى كل ما يتعلق بالتصدير من مفاهيم أساسية وتعريف وأهمية العملية، وجملة الخصائص والأهمية التي تكتسبها.

المطلب الأول:عموميات حول التصدير

1. مفهوم التصدير

يعتبر التصدير من بين الوسائل الأكثر في عملية اختراق الأسواق الدولية كون المؤسسات التي تتبنى عملية التصدير لا تواجه مخاطر كبيرة في الاختراق، لذلك وكما هو متعارف عليه تقوم المؤسسات عموما كمرحلة أولية بعملية التوسع باعتمادها على عملية التصدير، كمرحلة أولية ثم تنتقل إلى أساليب أخرى متعددة للدخول بالسوق الدولية، فهي مرحلة أولية تمر منها المؤسسة نحو العالمية، كما أنها طريقة تساعد وبشكل كبير للمؤسسات الناشئة بتقليلها من مخاطر التعامل الدولي من خلال تصدير المنتجات إلى الأسواق الدولية، وبذلك لا تحتاج إلى استثمارات ضخمة ويكسبها ذلك نوع من الخبرة، وبذلك فالتصدير إستراتيجية فعالة لاقتحام الأسواق الدولية، الرفع من مستويات التنافسية.

التصدير " يعتبر الأسلوب الأكثر انتشارا من التجارة العالمية، ويعتبر أسلوبا مرنا وسهل الاستخدام والتصدير لا يحتاج إلى استثمارات مالية كبيرة وبأقل ما يمكن من الموارد البشرية المتاحة"¹

التصدير عملية يتم فيها تصريف فائض اقتصادي إلى دولة أخرى التي لم تستطع إنتاج وتلبية حاجات مواطنيها.

يعتبر عملية مرور سلعة أو خدمة من دولة ما إلى دولة أخرى كما أيضا يمكن تعريفه بأنه عملية يتم تحويل السلع أو الخدمات بصفة نهائية من طرف الأعوان المقيمين إلى الأعوان الغير مقيمين.

¹ دحو سليمان ، روان بوحفص مطبوعة إجراءات التصدير والإستيراد جامعة غرداية ، الجزائر 2020 ص 16

للتصدير أهمية في سياسات الدول الراغبة في تحقيق التنمية الاقتصادية، وهذا ما يزيد من أهميته لدى المنظرين الاقتصاديين فهو "تلك العمليات التي تتعلق بالسلع والخدمات التي يؤديها بصفة نهائية المقيمون والغير المقيمين في البلد". الصادرات تعتبر السلع والخدمات المنتجة داخل البلد الآخر وهو يؤدي إلى الزيادة في دخل البلاد.

2. أهمية التصدير

يعتبر التصدير ذا أهمية كبيرة في اقتصاديات مختلف الدول وهو بمثابة مؤشر للتنمية الاقتصادية كونه وسيلة فعالة لتحقيق معدلات النمو، كما انه يمثل أداة ناجعة لجلب العملة الصعبة، وهو يرتبط بحجم الإنتاج الذي كلما زاد دفعت بالمؤسسات إلى الزيادة في حجم الإنتاج وعليه:

التصدير هو أداة للتوسع في الإنتاج، وتصريف المنتجات خارج الإقليم¹.

يساعد التصدير في تصريف المنتجات او ما يعرف بالفائض في الإنتاج والمخزون، فكتيرا ما يكون هناك نقص في السوق المحلية وعدم قدرتها على الوصول للنمو والاستمرارية لذا يأتي التصدير كأداة لتصريف فائض الإنتاج يعتبر التصدير أداة لدخول المؤسسات إلى العالمية والمساهمة في الحصة السوقية لها. يساهم التصدير في الميزان التجاري وجلب العملات الصعبة. - تساهم الصادرات في تغطية والتقليل من البطالة.

3. أهداف التصدير:

للتصدير جملة من الأهداف والتي لها علاقة مباشرة بالإستراتيجية التجارية المتبناة من قبل المؤسسة وهي²:

- التطلع للأسواق الدولية إذا كان هناك نوع من الطلب على السلعة أو إذا تعلق الأمر بتثبيح السوق المحلي.
- السعي للتلاؤم مع المنافسة الدولية.

¹ نفس المرجع ، ص 16

² نفس المرجع ، ص 18

- قد يكون الهدف متعلق بعملية الرفع من المردودية والإيرادات المالية.
- زيادة مردودية رؤوس الأموال الموجهة للاستثمار.
- السعي إلى الرفع من فعالية التسيير المالي للمؤسسة.
- تحسي القدرات المتعلقة بالعملية الإنتاجية.
- استغلال الامتيازات المتوفرة لدى المؤسسة.
- الزيادة من فعالية وظيفة البحث والتطوير.

المطلب الثاني: نظريات التصدير

لقد عرفت عملية التصدير تطورات هامة كانت بدايتها على يد منظري النظرية التجارية والكلاسيكية والحديثة.

لقد تميزت عملية التصدير عند التجاريين على أن أنجع طريقة وأكثرها فعالية هي التي يتم من خلالها الحصول على أكبر قيمة المعادن النفيسة بالتركيز بشكل أساسي على التجارة الدولية مع تدعيم الاقتصاد بباقي النشاطات الأخرى مع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية مرتكزين في ذلك على كون التجارة الدولية لها مزايا عديدة وتجنب الدول الإفلاس بالمحافظة على ميزانها التجاري، وعلى هذا الأساس كانت عملية إنعاش الصادرات أمراً ضرورياً مع ضرورة تقليل الواردات، مع تعزيز وزيادة العائد على الصادرات، ومن ثم لزيادة الثروة، وضرورة حرص الدولة عن طريق سياسة حمائية في مجال الاستيراد، مع تشجيع إنشاء الصناعات الهادفة لعمليات التصدير ومن تشجيع عملية تصدير السلع المصنوعة بكافة الوسائل الممكنة والعمل على اكتساب أسواق خارجية جديدة بدعم من الدولة، وتركز ذلك في بعض الدول الأوروبية كفرنسا مع التركيز على نظام الحماية الجمركية أما إنجلترا ركزت على التوسع الاقتصادي بتولية الاهتمام بنظام الملاحة، وإعفاء البضائع المصدرة من الضرائب، وفرض الضرائب على السلع المستوردة.¹

¹ صديقي محمد عفيفي التسويق الدولي، نظم الاستيراد والتصدير وكالة المطبوعات الكويت 1973، ص 122.

أما عند الكلاسيكي فعرف التصدير كأداة لتحقيق الرفاهية الجماعية ونجد في هذا الشأن ريكاردو في نظرية التكاليف النسبية على انه بحرية التجارة كل دولة تخصص في إنتاج السلع التي تنتج في الخارج بتكلفة منخفضة نسبيا وهنا كل دولة سوف تخصص في إنتاج السلعة أما جون استيوارت يرى أي دولة تتوقف قيمة السلعة الأجنبية على قيمة المنتجات المحلية التي تمت مبادلتها في مقابلها مع استفادة كل الأطراف، أما هكشر و اولين ركز على وفرة عناصر الإنتاج و على تعادل أسعار عناصر الإنتاج فبالنسبة لوفرة عناصر الإنتاج فكل دولة تخصص في إنتاج و تبادل السلع التي تتطلب بدرجة كبيرة عناصر الإنتاج بحوزتها و تستورد المنتجات التي يحتاج إنتاجها إلى عنصر الإنتاج النادر أي الدول التي تتمتع بوفرة نسبية في عنصر العمل تقوم بتصدير السلع المعتمدة على عنصر العمل و استيراد السلع المعتمدة في عنصر رأس المال، أما فيما يتعلق بنظرية التعادل القاضية بكون التجارة الدولية تؤدي إلى تعادل العوائد النسبية و المطلقة لعناصر الإنتاج المتجانسة بين دول العالم، أي حرية التجارة الدولية في الأصل حرية حركة عناصر الإنتاج.

يرى رواد الفكر الحديث منهم ميردل بان التجارة الدولية قائمة على مستويات اقتصادية متباينة ، أما نوركس يعتبر أن التجارة الدولية تزيد في النمو الاقتصادي وأكد على ضرورة الاهتمام بتنمية الصادرات كونها تساعد في خلق المداخل¹.
بناء على النظريات السابقة حاول روادها تفسير ما السبب الذي يدفع المؤسسة إلى القيام بعملية التصدير، وكيف تعمل على مزاولة النشاط التصديري ومراحل التطور الدولي. ونجد في هذا الصدد نظريات سلوك التسويق التصديري تركز بشكل جوهري على الدوافع والاستراتيجيات المعمول بها في التصدير وقدرات المؤسسة في التسويق وحيثيات البيئة للسوق الدولي وما يترتب عنها من مخاطر ودرجة توفر المعلومات حول النشاط التصديري وكيفية التوسع في النشاط التصديري، من حيث الجغرافيا والطرق والعمليات والأنشطة التسويقية والتنوع في السلع منذ بداية التصدير إلى نهايته، باكتساب

¹ نفس المرجع، ص 124.

الخبرات في الأسواق الخارجية ولاستفادة والتعلم أكثر في كيفية العمل في هذه الأسواق، بالاعتماد على مجموعة من المعايير الكمية والنوعية¹.

أ. المعايير الكمية :

تظهر المعايير الكمية في عدد الدول التي تتعامل معها المؤسسة، وعدد العاملين في النشاط الدولي لها، وحجم المبيعات الخارجية، معدل نمو المبيعات الخارجية، ونسبة العائد من الاستثمار في الأعمال الخارجية أي يتم قياس خصائص المعايير الكمية إما مطلقة من خلال حجم الموارد أو نسبية تأثر المؤسسة على نشاط التسويقي الخارجي.

ب. المعايير النوعية :

نقصد بالمعايير النوعية جملة الخصائص السلوكية المتعلقة بالتوجه الدولي و درجة الخبرة في الأعمال ذات التعقيد من حيث صعوبة توحيد قياسها.

مما سبق يتبين أن المؤسسة تقوم بالتصدير على ساس دوافع محددة للانضمام في النشاط التسويقي الدولي وفقا لمجموعة من القوى الدافعة للتوسع وقسمت الدوافع حسب سلوك الاستجابة وشكلها ومصدرها من حيث العوامل البيئية بشقيها الداخلي والخارجي من حيث²:

أ. أهداف الربح والنمو:

تتم المؤسسة بعملية التصدير بدافع الربح والنمو وهي من أهم القوى المحفزة، حيث تعتبر المبيعات الدولية زيادة في أرباحها، بنوع من الرغبة للربح قصير الأجل.

¹ محسن فتحى عبد الصبور عبد الله، قواعد التصدير في النظام التجاري العالمي الجديد، حقوق الطبع و النشر للمؤلف، مصر ، 1997، ص 130

² نفس المرجع، ص 130

ب. التقدم التكنولوجي :

لقد أكدت الدراسات أن المؤسسة تتفوق تكنولوجيا وتتوفر لديها سلعة مميزة ممكن لها أن تتجه للسوق الدولي.

ج. توفر معلومات حول السوق الأجنبي :

تعتبر المعلومات عن السوق حافز مهم بمجال التصدير، من حيث خصائص العملاء الأجانب، وأحوال الأسواق

الخارجية بالاعتماد علي البحوث الدولية أو الزيارات للأسواق الخارجية.

د. فلسفة مدير المؤسسة:

للمدراء دور كبير في تحديد النشاط التصديري وشخصية متخذ القرار في قراره لاقترام الأسواق الدولية.

هـ. الجدوى الاقتصادية :

للجدوى الاقتصادية في الإنتاج والإعلان والتوزيع فاتساع نطاق السوق بالتصدير يؤدي لتخفيض وحدة التكاليف

للوحدات المنتجة. فمن خلال التصدير فان التكاليف الثابتة الناتجة عن الإدارة والتسهيلات والأجهزة والموظفين.

و. المزايا التسويقية :

يساعد التخصص التسويقي للمؤسسة بتوفر قيمة بيعيه عالية وبنية تسويقية ذات كفاءة ونظام خدمة فنية عالية

للتصدير.

ز. توفر الفرص التسويقية :

إن توفر الفرص في الأسواق الخارجية قد تكون ذات تأثير قوي علي رغبة التصدير وإذا توفرت القدرة على ذلك بتوفير

الموارد الضرورية¹.

¹ صديقي محمد غففي، مرجع سبق ذكره، ص 145.

ح. وكلاء التغيير

هناك مؤسسات لها دور في تنشيط أعمال التصدير، فالحكومية تقدم إعفاءات ضريبية وقروض للتصدير وتنظم المعارض التجارية الدولية وتمول و تشارك في عقد الاتفاقيات التجارية.

ط. العوامل الدافعة :

يمكن تتوسع المؤسسة في بالأعمال الدولية بسبب عوامل بيئية ضاغطة غير محتملة كأوامر الطلب الخارجية من العملاء الأجانب عن أسعار ومنتجات مما يسمح بتوفر الفرص التسويقية، نتيجة الإعلان أو من خلال الاشتراك في معارض التجارة الدولية.

ي. زيادة القدرة في الموارد:

تصبح عملية التوسع واقتحام الأسواق الدولية ذات جدوى بسبب زيادة القدرة في الموارد البشرية والمادية الغير مستغلة للبدء في التصدير.

ك. القرب من الأسواق الدولية:

يساعد القرب من العملاء والموانئ والأسواق الدولية في حركية النشاطات التصديرية للمؤسسة.

ل. تنويع المخاطر :

يتسبب التصدير في خلق مخاطر متنوعة والتنويع في الاسواق يقلل من المخاطر المرتبطة بتدهور إرباح البيع في أي سوق.

م. صغر حجم السوق المحلية :

قد يكون سبب التصدير راجع لصغر حجم السوق المحلية مما يدفع.

المطلب الثالث: أنواع التصدير وخطواته

1. أنواع التصدير: ¹

للتصدير أنواع مختلفة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر.

أ. التصدير المباشر

هو التصدير الذي يعتمد على قدرة المؤسسة المنتجة للسلعة او المقدمة للخدمة نفسها في تصدير منتجاتها، معتمدة في ذلك على قنوات توزيع غير التي تستعملها في داخل الإقليم في الجهاز الإداري التسويقي المسؤول على تصريف المنتجات ووفقا لذلك هناك ثلاث أشكال أساسية لتنظيمات التصدير في بلد المصدر، إما أن يكون هناك قسم للتصدير يتكون من مدير مبيعات التصدير يستوجب تمتعه بقدرات شخصية مع تعاون مدراء الوحدات الإدارية الأخرى ويناسب ذلك صغر في حجم المبيعات، أو معتدلة، وعدم قدرة المؤسسة الحصول على موارد إضافية، أو عن طريق وجود قسم للتصدير مستقل يقوم بمعظم

النشاطات التصديرية بنفسه, ويعالج المشاكل في التنظيم البسيط ويمكن التغلب عليها بإنشاء قسم التصدير المستقل مهمته تنفيذ عمليات التصدير بنوع من المرونة من قبل ذوي الخبرة في مجال التصدير.

كما يمكن أن تعتمد المؤسسة على قسم خاص بمبيعات التصدير وهذا بغرض الوقوف على المراقبة الدائمة الهامش الربح الناتج عن عملية التصدير وتكلفته، وضمان سهولة تمويل العملية.

ونظرا لأهمية عملية التصدير وتعقدتها بالمؤسسة تقوم البعض منها بجعل فرع خاص بالمبيعات التي تخرج عن إقليم

المؤسسة هدفه الوقوف وبشكل جدي على كل ما يتعلق بالمبيعات والتوزيع وكذا الترويج، ومتابعة النشاط مع تجار الجملة والموزعين.

¹ دحو سليمان ، مرجع سبق ذكره ، ص 20

لا تستبعد المؤسسات النشاط في الدولة المستوردة لذلك نجد البعض منها تقوم بتخصيص من هو أهل لمهمة البيع والذي يعرف عند البعض بالطواف يكون له إقامة دائمة بالدولة المستوردة أين يقوم بجميع إجراءات البيع من حيث انجاز عملية البيع ، وإقامة أوصل و علاقات مع العملاء، والمساعدة بجمع المعلومات ذات الصلة بهذا النشاط.

ب. التصدير غير المباشر¹

هو نوع من التصدير الذي يعتمد بشكل أساسي على وكيل أو وسيط أو مؤسسات لها اختصاص في مجال التصدير تكون هذه المؤسسة بالاستقلالية بشكل كامل عن المؤسسة المنتجة أو المقدمة للخدمة ، تقوم المؤسسة الموكل لها عملية التصدير بعملية تسويق المنتج في الخارج بقيامها بجملة من الدراسات والاتصالات، وكذا إبرام العقود وتوقيعها مع المستوردين أو المستهلكين خارج إقليم المؤسسة.

في المقابل يوجد في السوق الدولي أيضا مجموعة من الوكلاء يعملون من خلال العملة الذين يتقصونها من خلال توفير الطليات للسوق الخارجي، يعملون معا في حملات الترويج والحصول على منافذ لتصريف المناسب لها مقابل تلك العملة، وفي بعض الدول يتم الاعتماد على ما يعرف بالوكيل الضامن الذي توكل إليه مهمة تسديد قيمة البضاعة المسوقة في الخارج لصالح المؤسسة، ومؤخرا نشأت في العديد من دول العالم مؤسسات خاصة بإدارة النشاط التسويقي التصديري في السوق الخارجي، إذ توكل لهذه المؤسسات مهمة

تخليص الوثائق والمستندات المتعلقة بالشحن والتأمين وشهادة المنشأ، والوثائق الضامنة لسلامة البضاعة من العيوب وتطابقها مع المواصفات والشروط المذكورة في عقد التسليم، كون شركات إدارة التصدير تقوم بإيفاد مندوبين لمكان الشركة المنتجة.

¹ نفس المرجع، ص 21.

ج. التصدير المركب

هو التصدير الذي يركز على النوعين السابقين أي على أسلوب التصدير المباشر وأسلوب التصدير غير المباشر في نفس الوقت حيث تصدير بعض السلع يرتبط بالقدرات.

2. خطوات التصدير

إن القرار الذي تتخذه المؤسسة بغرض التوسع بالأعمال بتوقف على الدراسات ونظريات سلوك التصدير الذي يتم بمراحل تدريجية يمكن تحديدها، ومن خلال دراسات المنتهجة في السلوك التصديري يولي جل الباحثين أهمية على العلاقة القائمة بين خصائص الصناعة والمؤسسة والنشاطات الدولية، وتم إهمال العلاقة بين المتغيرات البيئية والنشاطات الدولية حتى السبعينات تم الاهتمام بمتغيرات السلعة والتكنولوجيا كعوامل محددة للتوسع التصديري، وقد تم التوصل إلى انه هناك علاقة بين الخصائص الإدارية والشخصية للمديرين وسلوك التسويق التصديري الخصائص للمسؤول (العمر -التعليم كمتغيرات تؤثر على قرارات التصدير.

وقد تم تصنيف مراحل التطور الدولي في الدول المتقدمة إلى¹:

أ. نموذج كوفيزل (1981): اقترح كوفيزل عام 1984 نموذجا لتصنيف مراحل التطوير الدولي حسب درجة

التورط في عمليات التصدير وقد ميز ثلاث مراحل (التجريبية - النشيطة - الملتزمة)

1) المرحلة التجريبية:

يكون فيها هناك التزام بسيط من خلال الاستجابة لأوامر الطلب الدولية وبممارسون سياسات التسويق المحلية للأسواق

القريبة وتكون درجة التردد عالية لتخصيص موارد مالية وإدارية لأنشطة التصدير.

¹ فؤاد مصطفى محمود ، التصدير والاستيراد ، دار النهضة العربية 2005 ، ص 224.

(2) المرحلة النشيطة:

يكون فيها نوع من الاهتمام بالأسواق الدولية بتنفيذ نشاطات التصدير على أسس المنظمة يكون أكثر.

(3) المرحلة المتزمنة:

وتحدث حينما تبحث المؤسسة في نشاطات أخرى دولية وليس فقط عن طريق التصدير من خلال طرق عمليات

خارجية أخرى. كاستثمار في المبيعات وفي فروع إنتاجية في الخارج.

ب. نموذج بيلكيوتيسار (1982) تم البحث في فرضيات مراحل التطور الدولي التدريجي لأكثر من 400 شركة

صناعية صغيرة ومتوسطة الحجم في منطقة جغرافية واحدة واستخدم بيلكيوتيسار إطار عمل أكثر تفصيلاً

في تقسيم مراحل التطور الدولي إلى ست مراحل تعتمد على معيار مركب اشتمل على (طول الخبرة الزمنية بالتصدير

نسبة حجم مبيعات التصدير من المبيعات الكلية - عدد الدول المصدر لها والمراحل هي¹:

(1) مرحلة عدم اهتمام الإدارة بالتصدير، وقد تذهب إلى أنها لا تستجيب لأوامر الطلب الدولية

(2) مرحلة تقوم من خلالها الإدارة بالاستجابة لأوامر الطلب الدولية ولكن لا تبذل أية مجهود في محاولة التعرف

على ما إذا كانت عملية التصدير مجدية أم لا.

(3) مرحلة تبدأ الإدارة بالاهتمام بعملية التصدير من خلال البحث وبذل مجهود واضح في ضبط جدوى التصدير.

(4) مرحلة تبدأ المؤسسة بالتصدير على أساس ما تحصل عليه من تجربة ويكون ذلك مع الدول القريبة منها

جغرافياً.

(5) مرحلة وصول المؤسسة إلى نوع من التجربة والخبرة في طريقة التصدير للأسواق القريبة جغرافياً.

¹ نفس المرجع، ص 226.

(6) المرحلة الأخيرة مرحلة تبدأ المؤسسة بالحصول على المعرفة اللازمة والتي يتم من خلالها الوصول الى التصدير

للدول الأخرى أكثر بعدا عن الدولة المصدرة.

وتعتمد المؤسسة في هذا الإطار على ما يلي :

- دراسة الأسواق المحتملة:

تسعى المؤسسات دائما إلى تصدير منتجاتها، وهي قبل ذلك تعتمد في ذلك على عملية البحث والتفتيش عن

الأسواق الدولية وهذا بغرض التصدير، وتعتبر هذه المرحلة ذات أهمية كبيرة كونها تساعد في عملية الحصول على

مستهلكين جدد في أسواق جديدة غير الأسواق التي تنشط فيها، ويتوقف ذلك على

مدى دراستها المستفيضة والدقيقة للسوق الخارجي، واعتمادها على مختلف الوسائل المساعدة في جلب المعلومات من

دراسات حول تلك الأسواق أكاديميا طبعا والمجالات المتعلقة بذلك والسفارات لتلك الدول، إضافة إلى الدراسة الميدانية

لذلك السوق.

- اختيار السوق :

اختيار السوق منبثق من اختيار المستهلك في ذلك السوق، فمعرفة المصدر أثناء قيامه بالعلاقات يسعى دائما

للحصول على مختلف الضمانات اتجاه المشتري المبهم بالنسبة له فيلجا في اغلب الحالات وبالعادة إلى بنك المعلومات

ليقدم له المعلومات المتعلقة بالمشتري وتطوير مواصفات المنتج الملائم لاحتياجات السوق المستهدف.

لتفادي خطر عدم الدفع، وهو نظام لضمان الصادرات، يتعلق بالأنظمة قانونية صارمة، لذلك على المؤسسة المصدرة

أن تأخذ بعين الاعتبار وبالحسبان خطر البلد المراد التصدير له، وذلك لتجنب خطر عدم دفع المشتري بسبب الأوضاع

المالية الداخلية أو الدولية للبلد المتعامل معه.

- جلب فرص تصدير للمنتج:

تسعى المؤسسات إلى اقتحام الأسواق الدولية من خلال مراحل واعتمادا على مجموعة من القرارات التي من شأنها تحقيق ذلك وتطور وتتمحور حول تقييم بيئة التسويق الدولي، من خلال تحديد وضبط مختلف الفرص والتهديدات، وكيفية خلق المؤسسة للفرصة التسويقية في سوق الدولي.

اتخاذ قرار جاد للدخول إلى السوق الدولية، أو عدم الدخول مع الوقوف على الإمكانيات المساعدة في ذلك،

ومواجهة مختلف المخاطر التي تنجر عن ذلك في حالة عرض المنتج في السوق الدولي.

اتخاذ القرار بشأن الأسواق التي يمكن دخولها أو التي يجب و ينبغي الدخول إليها، وتجنب مختلف الأسواق التي تعتبر

صعبة وتشكل تهديد في حلة إذا ما تم الدخول إليها والتي تعتبر تكلفة زائدة للمؤسسة.

اتخاذ القرار بشأن كيفية الدخول إلى السوق، أي التركيز بشكل اساسي على كيفية الدخول و الخطوات والمراحل المتبناة في

الدخول والآليات المساعدة في ذلك.

اتخاذ القرار المتعلق بالبرنامج التسويقي، وذلك بتحديد مختلف الحثيات وكذا البرنامج ومكوناتها ومراحلها وأساليب

تطبيق هذه الخطوات والمراحل.

3. إجراءات العبور :

تخضع عملية انتقال السلع بين المصدر والمستورد لمجموعة من الإجراءات والخطوات التي ينبغي الاهتمام بها بشكل

جدي وعدم تجاهلها ويمكن توضيحها من خلال الأتي تتم العملية من خلال المسؤول الأول عن ذلك وهو رجل العبور،

أين يقوم الوكيل المعتمد لدى الجمارك بمجموعة من المهام حول القيام بمختلف الإجراءات الجمركية لتسهيل عملية خروج

البضاعة والتي يدور فحواها حول التصريح المفصل¹

¹ نفس المرجع ، ص 227.

أ. التصريح المفصل:

يظهر التصريح المفصل من خلال ما جاء في المادة 75 من قانون الجمارك و يشمل هذا التصريح كل البضائع التي تدخل أو تخرج من الإقليم الجمركي سواء عن طريق من خلال عملية الاستيراد أو التصدير أو إعادة الاستيراد أو إعادة التصدير بهدف وضعها تحت المراقبة الجمركية.

كما تشير كذلك المادة 11 من المرسوم 10-288 إلى أن الوكلاء لدى الجمارك يقومون بالتصريحات المفصلة

بأنفسهم و يوقعونها بصفتهم مصرحين و هو عمل قانوني محض، في حين يعد الفحص مجرد عمل مادي فقط .

و قد أجازت المادة 12 من نفس المرسوم للوكيل لدى الجمارك توكيل أشخاص آخرين للقيام بهذا التصريح مع ضرورة إعلام المديرية العامة للجمارك بهذه العملية بالإضافة إلى إعلامهم في حالة إنهاء أو تعديل أو إلغاء هذه الوكالة في أجل لا يتجاوز 8 أيام¹.

كما أشارت المادة 5 من قانون الجمارك بان المصرح لدى الجمارك هو الشخص الذي يقوم بالتصريح بالبضاعة أو الذي يعد التصريح باسمه.

يعتبر القائم على عملية العبور على أنه أساس وساطة عمليات النقل، أين يتدخل في عمق سلسلة المنتج، ويمكن أن يكون وكيل معتمد لدى الجمارك يتم تكليفه مكلف بخدمات التأمين في فحوى وثائق بوليصة التأمين لمختلف الشاحنين، أو ناقل و مراقب بحري فهو مسؤول عن تأمين عملية العبور كمهندس أو مفاوض للنقل.

فيعتبر بذلك أول متعهد لعمليات الترانزيت وكيلا بذلك لقاء أجره ويعمل لحساب موكله باستلام البضائع من الناقل البحري و بإتمام المعاملات الجمركية و بإجراء عقود التأمين، و إذ لزم الأمر بالتعاقد على نقل البضائع مجددا بواسطة ناقل

¹ الجريدة الرسمية ، العدد 71 سنة 2010. ص21.

آخر عن طريق البحر أو البر أو الجو لإيصالها إلى المكان المعين ومختلف هذه المهام القانونية التي يمكن أن توكل لرجل العبور.

ب. وكيل النقل :

يعتبر وكيل النقل وكيل معتمد لدى الجمارك بصفته تاجر يقوم بمقابل سعر جزائي بنقل بضاعة ما من نقطة معينة ليسلمها إلى نقطة معينة أخرى تحت مسؤوليته الكاملة، ويبادر بتنظيم وتحقيق من بداية العملية إلى نهايتها لكل العمليات المتتالية بالوسائل التي يراها هو ملائمة وتحقق نجاح لها، وهذا لنقل البضائع وتحمل كل الأخطار التي يمكن أن تتعرض لها العملية. إذن الوكيل بالنقل هو شخص مادي أو معنوي يلتزم تحت مسؤوليته وباسمه الخاص بنقل بضاعة لفائدة زبونه، وهذا في إطار احترام الشروط في القانون التجاري .

ج. وكيل معتمد لدى الجمارك :

هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يزاول نشاطه باعتماد صادر من إدارة الجمارك، حيث يقوم بإجراءات الاستيراد و التصدير الفائدة زبون معين في مقابل وثائق معينة للقيام بعملية وضع البضائع تحت مراقبة الجمارك و مختلف المهام التي من خلالها يتم وضع ضمان أمام إدارة الجمارك لصالح السمسار البحري.

يرى البعض الوكيل بأنه: "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم لحساب الغير بالإجراءات الجمركية المتعلقة بالتصريح المفصل بالبضائع سواء مارس هذه المهمة ممارسة رئيسية أو كانت تكمل لنشاط رئيسي و على العموم يشترط في الوكيل المعتمد لدى الجمارك شموله معرفة علمية من مدارس مختلفة، إضافة إلى تجربة ميدانية على مستوى التجارة الدولية و الملاحة البحرية.".

د. وكيل بالعمولة :

يتمثل عمل وكيل العمولة في التوزيع الشحن وتفريغ السلع، وهو غير مسؤول مسؤولية مباشرة عن نقل بضاعة ما

بوسيلة أخرى، ومن الجهة القانونية لا يحاسب إلا عن أخطائه الفعلية التطبيقية في عمله فقط، ويمكن أن يكون أيضا كمكلف بالعبور في الميناء، إذ يقوم بعملية استقبال البضائع بمسؤولية ملقاة على عاتقه لوضعها على ظهر السفينة أو تسليمها لأصحابها بعد عملية التفريغ.

هذا ويمكن الوقوف على ثلاثة أنواع للعبور ندرجها في ما يلي¹:

- العبور الدولي :

هذا النوع من العبور تحت مسؤولية مكتبين للجمارك، المكتب الأول داخلي والمكتب الثاني خارجي، حيث في حالة الاستيراد يتم انتقال البضاعة من مكتب جمركي إلى آخر، وهذا بوسائل نقل متعددة، سواء كانت هذه الوسائل جوية أو بحرية كمرور البضائع من بلد إلى آخر وتكون بلد وسطي بينهما كنقطة عبور.

- العبور الإقليمي :

هذا النوع من العبور يكون بين مختلف التكتلات الاقتصادية أو التجارية وهي عبارة عن مجموعة من الدول مبرم بينها عقود تضبط التبادل مثل: "إتحاد المغرب العربي (UMA) (و المجموعة الاقتصادية الأوربية (MEE) و في هذا الإطار هذا النوع من العبور يسمح بمرور السلع المنقولة بكل سهولة بين البلدان دون أن تخضع لعملية الجمركة من طرف مصالح الجمارك.

أ. العبور الوطني :

هو انتقال البضاعة من مكتب جمركي داخل الوطن إلى مكتب جمركي آخر داخل نفس الوطن تحت رقابة أعوان الجمارك وأمام مرأى منهم و أداء مختلف الإجراءات اللازمة من جمركة، تخزين، نقل وغيره .

¹ فؤاد مصطفى محمود ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 228-230.

المبحث الثاني الاستيراد

سوف نتطرق من خلال هذا البحث إلى عملية الاستيراد وأنواعه وخصائصه والمراحل المتبعة فيه.

المطلب الأول: عموميات حول الاستيراد

تعتبر عملية الاستيراد عملية هادفة إلى تحقيق التنمية في الدول فمن خلالها يتم الحصول على مختلف السلع والخدمات والحاجات الاستهلاكية والتي لا يمكن إنتاجها داخل الإقليم، وتعتبر إنفاقاً من الدخل القومي وزيادة في إيرادات الدول الأخرى حيث يرتبط الإنفاق عليها بمستوى الدخل القومي فهو محقق للزيادة في قدرة الاقتصاد القومي على زيادة الواردات و الإنفاق على السلع والخدمات المحلية والدولية، وبهذا فعملية الاستيراد هي في حقيقة الأمر نقصان من الدخل المحلي إلى الخارج، وهي تؤثر بالسلب على الإنفاق الكلي حيث ينخفض بزيادتها كونه يتعلق بالسلع خارج الإقليم أي صادرة من دولة أخرى ، غير أنها تزيل عناء الدولة في إنتاج مثل هذه السلع التي لا تستطيع إنتاجها بسبب تكلفة المواد الأولية واليد العاملة فهي بذلك تمكن الاقتصاد القومي من مواجهة أعباء التنمية من حيث التمويل بالمواد والسلع الصناعية و الاستهلاكية، أي توجد علاقة طردية بين الدخل القومي الاستيراد سواء تعلق الأمر بالاحتياجات من المعروض السلعي، أو سلع استثمارية ورأسمالية وتكنولوجية، والدولة مهما كان التقدم الذي تعيشه إلا أنها تلجأ بطريقة أو بأخرى إلى الاستيراد حتى ولو كان دخلها متدني لتلبية احتياجاتها الأساسية، ويقاس الاستيراد من الخارج بمؤشر متوسط ميل الاستيراد" وهو¹ :

متوسط ميل الاستيراد المستورد / الناتج المحلي الإجمالي.

المؤشر لا يعكس خطر التجارة الدولية، لأن زيادة الاستيراد تؤدي إلى زيادة كبيرة في الدخل بمعدل أسرع، مما يحدث في اقتصاد مغلق، وهذا يرجع لطبيعة الواردات.

¹ صديقي محمد عفيفي ، مرجع سبق ذكره ، ص 215.

1. مفهوم وأنواع الاستيراد.

إن عملية الاستيراد تبدأ من المناطق و مختلف الأسواق الحرة بالداخل وكذا المعارض والأسواق الدولية بشرط وجوب الترخيص لهذه المعارض المقامة بما يتماشى والقواعد العامة للاستيراد من خارج إقليم الدولة المستوردة، ويمكن تحديد تعريفها شامل للاستيراد بصفة عامة على انه جلب السلع من خارج حدود بلد إلى داخل حدود البلد الآخر وإدخالها عن طريق الدائرة الجمركية و تسجيلها الجمركي للإفراج عنها برسم الوارد النهائي، لتحقيق رغبات الأفراد من السلع وغيرها ، وتكون العملية من المناطق والأسواق الحرة بالداخل و من المعارض والأسواق الدولية و من المعارض الأخرى المرخص لها طبقا للقواعد العامة للاستيراد من الخارج، إذن الاستيراد يتعلق بعملية جلب كل بضاعة ترد إلى الدولة سواء عن طريق البحر، البر أو الجو ببيان جمركي وتخضع للضرائب الجمركية والرسوم المقررة إلا ما استثنى بموجب أحكام نظام قانون الجمارك الموحد أو بموجب الاتفاقية الاقتصادية

2. أهداف الاستيراد

للاستيراد أهمية كبيرة خاصة في بداية مراحل التنمية الاقتصادية حيث يسهم الاستيراد الرأسمالي بشكل غير مباشر في نم والدخل القومي وذلك عن طريق تمكين الاقتصاد القومي من مواجهة أعباء التنمية، إذ عن طريقه يتم توفير ما يلي¹:

ب. المعدات والتجهيزات والخبرات اللازمة لهذه التنمية.

ج. السلع الاستهلاكية الضرورية حتى يمكن زيادة الإنتاج وتنويعه.

للاستيراد كذلك أهمية في كونه طريقة فعالة في تحصيل قيمة الصادرات، كما يتيح الفرصة للحصول أيضا على بعض السلع بتكلفة ارخص من إنتاجها محليا، وإتاحة الفرصة للحصول على سلع لا تنتج بكميات كافية محليا او لا تنتج مطلقا نتيجة لعدة عوامل كالمناخ، سوء مواقع الموارد الطبيعية ... الخ. وبهذا سيتم حتما رفع مستويات المعيشة.

¹ نفس المرجع، ص 218.

المطلب الثاني: أنواع الاستيراد

هناك عدة أنواع مختلفة من الاستيراد وهذا يرجع إلى اختلاف الجهة المستوردة، وكذلك وجهة استخدام ما تم استيراده من الخارج فيما يتم استعمال السلع المستوردة فنميز بذلك بين:¹

أ. الاستيراد للتجارة: و هو كل ما يستورده الشخص الطبيعي والمعنوي المقيد بسجل المستوردين وفقا لإحكام

القانون وذلك بهدف الاتجار.

ب. الاستيراد للإنتاج السلعي والخدمي

وهو كل ما تستورده المشروعات التي تتعلق بالإنتاجية لغرض بيعه بعد التغيير من حالته، وما تستورده المشروعات الخدمية بما يساهم في تحقيق تأدية الخدمة فيما تقوم به أو يوكل إليها من أعمال مختلفة، ويشمل ذلك مستلزمات الإنتاج أو التشغيل أو أداء الخدمة بما في ذلك الخامات المختلفة والمواد الأولية وكذا السلع الوسيطة وغيرها من الأجزاء.

ج. الاستيراد للاستخدام الخاص:

هو كل ما يستورد ولكن لغير الاتجار أو الإنتاج من أصول رأسمالية و قطع الغيار و مواد الدعاية و الإعلان وغيرها لاستخدامها بغرض تحقق به منفعة لنشاط المستورد و ليس لشخصه، وما يستورد للتأجير التمويلي يعد استخداما خاصا ما عدا السيارات الخاصة بالركوب.

د. الاستيراد للحكومة:

هو ما تستورده الوزارات والمصالح والهيئات العامة ووحدات الإدارة المحلية والأشخاص الاعتبارية العامة لتحقيق أغراضها.

¹ نفس المرجع ، ص219..

المبحث الثالث: الإطار المفاهيمي للذكاء الاصطناعي

يعتبر الذكاء الاصطناعي من أبرز المواضيع التي تكسب أهمية كبيرة في عالم الأبحاث وتحظى بإهتمام واسع من قبل شرائح المجتمع ، وسنتطرق في هذا المبحث إلى التعريف بهذا الأخير وتبسيط الضوء على أهدافه وأهميته وصولاً إلى مؤشرات قياسه وأبعاده .

المطلب الأول : نشأة وتعريف الذكاء الاصطناعي

بدأ مفهوم الذكاء الاصطناعي بالظهور في الخمسينيات، عندما طرح عالم الرياضيات آلان تورينغ سؤالاً شهيراً:

"هل تستطيع الآلة التفكير؟"، وقدم اختبار تورينغ كميّار لقياس قدرة الحواسيب على محاكاة الذكاء البشري.

وفي العقدين التاليين شهدت الأبحاث في مجال الذكاء الاصطناعي تقدماً بطيئاً، حيث كانت الحواسيب في ذلك

الوقت غير قادرة على معالجة المعلومات بالسرعة والكفاءة اللازمة لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومع ذلك شهدت

الثمانينيات والتسعينيات تطوراً ملحوظاً في هذا المجال، مع ظهور تقنيات جديدة مثل الشبكات العصبية، والذكاء

الاصطناعي القائم على القواعد.

وفي العقدين الأخيرين ساهمت التطورات في مجال الحوسبة، والبيانات الضخمة، وتعلم الآلة، في تسريع وتيرة

التطور في مجال الذكاء الاصطناعي. تطبيقات الذكاء الاصطناعي أصبحت أكثر تنوعاً وتعقيداً بفضل الخوارزميات

المتقدمة، التي تمكن الأنظمة من التعلم والتحسين الذاتي عبر تحليل كميات هائلة من البيانات. اليوم، يعتمد الذكاء

الاصطناعي على تقنيات مثل تعلم الآلة، والتعلم العميق، ومعالجة اللغة الطبيعية، والروبوتات الذكية.

عرف الذكاء الاصطناعي من قبل العديد من الباحثين و الكتاب على النحو التالي :¹

¹ جباري لطيفه، دور نماذج الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرار، مقال مجلة العلوم الإنسانية، العدد، 01 المركز الجامعي تندوف الجزائر ، 2017، ص122.

عرفه برين على انه: هو علم وتقنية مبنية على عدد من المجالات المعرفية مثل علم الحسابات الالية والرياضيات والاحياء والفلسفة والهندسة، والتي تستهدف تطوير وظائف الحاسبات الالية لتحاكي الذكاء البشري.

تعريف Patterson Danw: عرفه على أنه: "فرع من فروع علم الحاسبات الذي يهتم بدراسة وتكوين منظومات حاسوبية تظهر بعض صيغ الذكاء، وهذه المنظومات لها القابلية لاستنتاجات مفيدة جدا حول مشكلة الموضوعية، كما تستطيع هذه المنظومات فهم اللغات الطبيعية أو فهم الإدراك الحي أو غيرها من الامكانيات التي تحتاج الى ذكاء مني ما نفذت من قبل الانسان .

كما يعرفه Levin و آخرون على أن: "الذكاء الاصطناعي هو الطريقة التي يصبح بها الحاسب الحاسب مفكرا بذكاء أما Rolston عرفه بأنه: " حلول معتمدة على الحاسب الآلي للمشاكل الأكثر تعقيدا من خلال عمليات تطبيقية تماثل عملية الاستدلال الإنساني.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الذكاء الاصطناعي هو: علم مبني على القواعد الرياضية والأجهزة والبرامج التي تم تجميعها في الحاسبات الآلية التي تقوم بدورها بالعديد من المهام والعمليات التي يمكن للإنسان أن يقوم بها غير أنها تختلف عليه من حيث السرعة والدقة .

2 أهداف الذكاء الاصطناعي

إن أهداف الذكاء الاصطناعي كثيرة ومختلفة، لأنه بات من أبرز العلوم الحديثة في علوم الحاسوب ويشكل عصب الحياة التي تبني عليه صناعة التكنولوجيا بأغراضها الكثيرة في هذا العصر، ان الذكاء الاصطناعي اقتحم جميع الأنشطة البشرية التي نقوم بها ومختلف التفاصيل التي نعيشها بحياتنا اليومية أينما اتجهنا، كما أن الذكاء الاصطناعي تعددت مجالات استخدامه في جميع مجالات الحياة منها: الطبية والزراعية والإنشائية والتكنولوجية والرياضية وغيرها الكثير¹.

¹ آلان بونيه، الذكاء الاصطناعي: واقعه ومستقبله، ترجمة: علي صبري فرغلي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1993، ص. 11.

يمكننا القول بأن أهداف الذكاء الاصطناعي بشكل عام تتمحور حول محاور أساسية وهي: تحسين الحياة البشرية وخدمة الإنسان ومساعدته بكافة مهامه وبشتى المجالات وبناء أجهزة رقمية حاسوبية قادرة على القيام بمهام مشابهة ومحاكاة لمهام البشر وذكاء عالي، حيث تتفاوت درجة صعوبة هاته المهام ومستوى تعقيدها

المطلب الثاني أهمية ومؤشرات الذكاء الاصطناعي:

نظرا للأهمية البالغة التي يتمتع بها الذكاء الاصطناعي أدى ذلك الى ظهور العديد من أسباب الاهتمام به، يمكن ذكر بعضها كالتالي¹:

- إنشاء قاعدة بيانات معرفية منظمة: بحيث يتم تخزين المعلومات بشكل فعال حيث يتمكن العاملون في المؤسسة وخاصة العاملون في الإدارات المعرفية من الحصول على المعرفة وتعلم القواعد التجريبية التي لا تتوفر في الكتب أو مصادر المعلومات الأخرى.
- تخزين المعلومات والمعرفة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي: حيث يمكن للمؤسسة من حماية المعرفة الخاصة بها من التسرب والضياع.
- إنشاء آلية لا تكون خاضعة للمشاعر البشرية: كالقلق أو التعب أو الإرهاق وخاصة عندما يتعلق الأمر بالأعمال المرهقة ذهنيا.
- توليد إيجاد الحلول للمشاكل المعقدة: وتحليل هذه المشاكل ومعالجتها بشكل فعال
- تعتبر مؤشرات قياس الذكاء الاصطناعي مقياسا لمعرفة فعاليته ونجاعته في المنظمة، فمن خلال هاته المؤشرات نتمكن من قياس مدى نجاحه في المنظمة والاستمرار في العمل به وتطوير استخدامه لتحقيق المزيد من الفعالية في الأداء.
- تتمثل هاته المؤشرات فيما يلي:

¹ نفس المرجع، ص 11.

-الوقت: يسهل الذكاء الاصطناعي التواصل بين الأشخاص والمكينات وسهولة تبادل المعلومات فهو يعتبر نموذج ربحي للوقت، يعمل على التسريع في العمل وبجودة أفضل.

-التكلفة: بفضل التواصل السهل والسريع بين مختلف وظائف المنظمة، وبفضل الآلات الذكية يقوم الذكاء

الاصطناعي بتخفيض التكاليف الإنتاجية وتوفير المعلومات وسرعة دراسة وتحليل البيانات تمكن كل هاته

العناصر من تطبيق إستراتيجية المنظمة بنجاح وتحقيق التطور المطلوب بتكاليف اقل، فضلا كون أن استخدام آلات ذكية يخفف من القوى البشرية العاملة وبالتالي تخفيض تكلفة التشغيل.

-الكفاءة التشغيلية: يعمل الذكاء الاصطناعي على زيادة الكفاءة التشغيلية من خلال التطبيقات والبرامج المستخدمة المساعدة في العمل فالنتيجة الوصول إلى تحقيق عمل بمرود جد مقبول.

-تعظيم الأرباح: استخدام الذكاء الاصطناعي يمكن من تحسين الإنتاجية في العمل، كما يمنح استخدامه تحسين نمو نسبة العملاء المحتملين عن طريق تقديم منتج في المستوى المطلوب وتوفير خدمة متميزة تحوز على رضا العملاء¹.

المطلب الثالث: أبعاد الذكاء الاصطناعي:

باعتبار أن الذكاء الاصطناعي يعد تقنية تحويلية، فانه يتسم بالتعقيد وتعدد الأوجه وسرعة التطور. وحتى تتمكن المنظمات

من اعتماد وتطبيق هاته التقنية يتوجب عليها الربط والتشغيل بين عدة وظائف في المؤسسة، ولفحص مدى جاهزية

المنظمات لاستخدام الذكاء الاصطناعي نتعرف على أهم الأبعاد التي تساعدنا في ذلك، وتتمثل فيما يلي:

- الإستراتيجية: تعرف على أنها عملية تخطيط ومطابقة لأهداف إستراتيجية الذكاء الاصطناعي مع أهداف

الإستراتيجية العامة للعمل على مستوى المؤسسة، وبهذه الطريقة يصبح الذكاء الاصطناعي قيمة معززة وليس مجرد إضافة

لإستراتيجية التحول الرقمي في المؤسسة.

¹ نفس المرجع ، ص 12.

كما يجب أن تتضمن إستراتيجية الإدارة في إدخال الذكاء الاصطناعي على مستواها إعطاء الأهمية اللازمة لمراعاة البنود الهامة التي من شأنها إنجاح الهدف المرجو من خلال تطبيق هاته الإستراتيجية. نذكر على سبيل المثال لا الحصر أهم البنود الواجب ذكرها وتمثل في : وضع سياسات محددة لتطوير التكنولوجيا ونقلها ونشرها.

بالإضافة إلى إعطاء الأهمية الكبيرة لتحديد مجالات التركيز الرئيسية في أي إستراتيجية تقوم على الذكاء الاصطناعي، كما ينبغي إجراء تحليل لنقاط القوة والضعف والفرص والأخطار في حال استخدامها للذكاء الاصطناعي.

ولضمان تنفيذ إستراتيجية الذكاء الاصطناعي على مستوى الإدارة بشكل سليم يلزم وضع آليات رصد وتقييم محددة، ويمكن اقتراح عدة مؤشرات لتتبع تنفيذ السياسات الموضوعية ومن الأمثلة لهاته المؤشرات:

- زيادة الأرباح والفعالية والأداء المؤسسي.

- رضا العملاء عن الخدمات المقدمة.

قد تواجه إستراتيجية الذكاء الاصطناعي شأنها شأن أي إستراتيجية أخرى تحديات وعقبات تحول دون نجاحها ولذلك من المستحسن تضمن الإستراتيجية خطة تحدد المخاطر المحتملة والإجراءات اللازمة للتخفيف من آثارها.

- المورد البشري:

يدور هذا البعد حول طريقة التفكير والأدوار والمهارات المطلوبة والضرورية لتطوير ونشر وتسليم المبادرات المدعومة من قبل الذكاء الاصطناعي، سواءً داخل أو خارج المؤسسة، فحتى حلول الذكاء الاصطناعي الأكثر ابتكاراً في العالم لن تصبح ذات فاعلية إذا لم تتم تهيئة الأشخاص لاستخدامها.

وضمن هذا المجال، يتوجب على الشركات تحقيق التناغم بين القيادة، وثقافة الشركة، وإدارة التغيير. وذلك بهدف ضمان استعداد ورغبة الأشخاص على استخدام الذكاء الاصطناعي. وكي يتمكن الأشخاص من تبني حلول الذكاء

الاصطناعي، واستثمارها بنجاح، ينبغي أن يتم:

- التدريب على مستوى التجاري والتقني.
 - تحقيق الدعم الوظيفي المستمر.
 - الانخراط الهادف في الإستراتيجية وفي عملية تطوير ونشر حلول الذكاء الاصطناعي.
- زيادة على ذلك يجب الاهتمام بجلب الكفاءات المتمكنة في هذا المجال كالاختصاصيين في هندسة البرمجيات وعلوم البيانات وفي مجال التطبيقات من اجل إعطاء دعم كاف لاستقرار الذكاء الاصطناعي على مستوى الإدارة وتوفر الخبرة والتدريب لباقي الموظفين من اجل إحساسهم بالأمن في العمل من خلال مواكبتهم للتغيير الحاصل.
- إن إعطاء أهمية كبيرة لتكليف العمال مع استخدام الذكاء الاصطناعي لضرورة بالغة الأهمية ولتجنب انتشار إحساس فقدان أو استغناء تدريجي عن الوظائف التقليدية بسبب انتشار استعمال الذكاء الاصطناعي يجعل من محيط العمل غير مستقر وبالتالي يؤثر على مرد ودية العمال. يعتبر استعمال الذكاء الاصطناعي في بعض الوظائف كأداة مساعدة للموظف في القيام بعمله بشكل أفضل و اقل جهد و ربحا للوقت. ان استخدام الذكاء الاصطناعي يجعل الموظفين في حالة تطور معرفي يومي مستمر لمواكبة هذا النظام التكنولوجي المتجدد¹.

- البنية التحتية:

- إن هذا البعد يشير إلى الأدوات واليات سير العمل اللازمة لتشغيل الذكاء الاصطناعي، فالبرامج والأجهزة تعتبر من بين البنى التحتية الضرورية في المؤسسة لإنتاج واستثمار الذكاء الاصطناعي على احسن وجه².
- وفي ظل التقارب السريع بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا التشغيل وجب على المؤسسة تبني إستراتيجية واضحة خاصة بالبنى التحتية اللازم توفرها لاستخدام الذكاء الاصطناعي.

¹ Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson Education

² الان بونيه ، مرجع سبق ذكره ، ص 13 .

توفر المؤسسة على أجهزة ذات سعة عالية ضروري باعتبار أن استخدام الذكاء الاصطناعي يعتمد على رقمنة كل المعلومات والبيانات، وجعلها في متناول الموظفين بصفة دقيقة وسهلة للاستعمال، بغرض تقديم المساعدة اللازمة لإنجاز عملهم على أفضل وجه.

تعمل البرامج والأجهزة على مواكبة تطور السوق من خلال تطوير مختلف التطبيقات المستعملة على مستوى المعلومات وأيضا على مستوى التشغيل

خاتمة:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، أصبح الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً محورياً في تطوير منظومات التصدير والاستيراد، حيث ساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية، وتقليل التكاليف، وتسريع المعاملات التجارية عبر الحدود. فمن خلال تقنيات مثل تحليل البيانات الضخمة، والتعلم الآلي، والأتمتة الذكية، بات بالإمكان التنبؤ بالطلب العالمي، وتحديد الأسواق الأكثر ربحية، وتحسين سلسلة التوريد، فضلاً عن تسريع الإجراءات الجمركية والتخليص الآلي. لقد انتقلت التجارة الدولية من النمط التقليدي القائم على المعالجة اليدوية للبيانات إلى نموذج ذكي يعتمد على حلول رقمية متقدمة، ما أتاح للمؤسسات الاستجابة بسرعة للتغيرات السوقية، وتقليل الأخطاء البشرية، وتعزيز القدرة التنافسية. وفي الوقت الذي تستعد فيه الدول للدخول في مرحلة جديدة من العولمة الرقمية، يمثل الذكاء الاصطناعي أداة استراتيجية لا غنى عنها لتحسين أداء الصادرات والواردات، وضمان اندماج فعال في الاقتصاد العالمي. ومن هذا المنطلق، فإن مستقبل عمليات التصدير والاستيراد لن يكون مجرد مسألة إجراءات وتقنيات لوجستية، بل سيتحدد بمدى قدرة الدول والشركات على تبني الذكاء الاصطناعي بفعالية وذكاء استراتيجي.

الفصل الثاني

التحول الرقمي في التجارة

الدولية بفعل الذكاء

الاصطناعي

مقدمة

يُعد الذكاء الاصطناعي أحد أبرز العوامل التي غيّرت المشهد التجاري الدولي خلال العقد الأخير. فبفضل قدراته التحليلية، والتعلم الذاتي، والاستجابة الذكية للمتغيرات، تمكّن الذكاء الاصطناعي من إعادة تشكيل آليات التجارة العالمية. لم يعد النجاح التجاري يعتمد فقط على رأس المال أو جودة المنتج، بل أصبح مرتبطاً بالقدرة على استخدام الذكاء الاصطناعي لتسريع العمليات، تقليص الأخطاء، وتقديم قيمة مضافة للعميل.

المبحث الأول: الذكاء الاصطناعي في قطاع التجارة الدولية

المطلب الأول: التطور التاريخي للذكاء الاصطناعي في الأعمال

بدأت ملامح الذكاء الاصطناعي بالظهور في خمسينيات القرن الماضي، مع بروز مفاهيم أساسية مثل الشبكات العصبية الاصطناعية والنظم الخبيرة. لكن التطبيق العملي بقي محدودًا لعدة عقود بسبب ضعف القدرات الحاسوبية وقلة البيانات. في ثمانينيات وتسعينيات القرن العشرين، بدأ يُستخدم في الأنظمة الخبيرة داخل الشركات الصناعية الكبرى، بهدف دعم اتخاذ القرار وتشخيص الأعطال.

مع دخول الألفية الجديدة، أدى ظهور البيانات الضخمة (Big Data) وتطور قدرات المعالجة السحابية إلى تسارع كبير في تطوير خوارزميات الذكاء الاصطناعي. هذا التقدم مكّن الشركات من تحليل كميات هائلة من البيانات بطريقة لم تكن ممكنة من قبل، ما فتح المجال لاستخدامه في وظائف تجارية متعددة، من التنبؤ بالطلب إلى تحسين سلوك المستهلك. أبرز نقاط التحول كانت:

- 2012 تقدم كبير في تعلم الآلة بعد نتائج مسابقة "ImageNet".
- 2016 استخدام الذكاء الاصطناعي في خدمات مثل المساعد الصوتي "Siri" و "Google Assistant".
- بعد 2020: دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي (مثل ChatGPT و DALL·E) في مجالات المحتوى والإعلانات¹.

المطلب الثاني: بداية استخدامه في التجارة العالمية

دخل الذكاء الاصطناعي مجال التجارة العالمية تدريجيًا، مدفوعًا بحاجات السوق إلى الأتمتة، التخصيص، والتحليل الدقيق للاتجاهات. من بين أول القطاعات التجارية التي تبنته:

¹ عادل عبد العال، الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الأعمال. القاهرة: دار الفكر العربي، 2021. ص 15.

- التجارة الإلكترونية: مثل Amazon و Alibaba، حيث استخدمت الخوارزميات لتوقع المنتجات التي قد تهم الزبائن، بناءً على سجل التصفح والمشتريات.
 - سلاسل التوريد: اعتمدت الشركات على الذكاء الاصطناعي لتحسين التخزين والشحن، وتقليل الفاقد.
 - الخدمات المصرفية والتأمين: لتحديد المخاطر بدقة أكبر وتخصيص الخدمات.
 - التسويق الرقمي: حيث تحلل الخوارزميات البيانات السلوكية للمستخدمين بهدف تقديم إعلانات موجهة.
- في التجارة الدولية، أصبح الذكاء الاصطناعي أداة أساسية لدراسة الأسواق المحلية والعالمية، وتحديد الأسعار المثلى لكل منطقة، مما مكن من تحسين استراتيجيات التوسع الدولي.

المطلب الثالث: تقنيات الذكاء الاصطناعي المستخدمة حاليًا

تعتمد المؤسسات التجارية حاليًا على مجموعة متنوعة من تقنيات الذكاء الاصطناعي، يمكن تصنيفها كما يلي¹:

1. التعلم الآلي: (Machine Learning) لتوقع الطلب وتخصيص العروض.
2. معالجة اللغة الطبيعية: (NLP) لفهم استفسارات العملاء وتحسين التفاعل معهم (مثل chatbots).
3. أنظمة التوصية: (Recommendation Systems) تُستخدم في التجارة الإلكترونية لتوجيه قرارات الشراء.
4. الرؤية الحاسوبية: (Computer Vision) لتتبع المنتجات، قراءة الأكواد، وحتى مراقبة سلوك العملاء في المتاجر الذكية.

¹ World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. Geneva: WEF. <https://www.weforum.org/reports/future-of-jobs-2023>

5. الذكاء الاصطناعي التوليدي (Generative AI) لإنشاء محتوى إعلاني، وصف المنتجات، والتفاعل مع العملاء بلغات متعددة.

6. التحليل التنبؤي (Predictive Analytics) لتحديد الاتجاهات المستقبلية وتحسين إدارة المخزون.

7. الروبوتات الذكية: في المستودعات والشحن، كما هو الحال في مستودعات Amazon.

المطلب الرابع: الآثار الأولية على السوق العالمية

أدى إدماج الذكاء الاصطناعي في قطاع التجارة إلى تغييرات ملموسة، نذكر منها¹:

- تحسين الكفاءة: عبر تقليل التكاليف، خاصة في مجالات الشحن والتوزيع وخدمة الزبائن.
- تسريع العمليات التجارية: تمكين الشركات من الاستجابة السريعة للتغيرات في الطلب والأسعار.
- تخصيص تجربة المستهلك: من خلال معرفة تفضيلاته وتقديم عروض مخصصة له.
- تحول في سوق العمل: حيث بدأت بعض الوظائف تتقلص أو تتغير طبيعتها بسبب الأتمتة.
- نشوء نماذج تجارية جديدة: مثل "التجارة التنبؤية" و"المتاجر غير المأهولة" (مثل Amazon Go).
- زيادة عدم التوازن بين الشركات الكبرى والصغرى: حيث يصعب على الشركات الصغيرة مجاراة استثمارات الذكاء الاصطناعي.

على الرغم من الفوائد، لا تخلو هذه المرحلة من تحديات قانونية وأخلاقية، كمسائل الخصوصية، تحيز الخوارزميات، وأثرها على العدالة في المنافسة التجارية.

¹ ابلان، جيري، الذكاء الاصطناعي: ما يحتاج الجميع إلى معرفته. أكسفورد: مطبعة جامعة أكسفورد، 2016.

المبحث الثاني: التحول في التجارة الدولية بعد الذكاء الاصطناعي

يشهد العالم اليوم تحولاً جذرياً في طرق ممارسة التجارة الدولية، مدفوعاً بتطورات مذهلة في تقنيات الذكاء الاصطناعي. فقد تحولت التجارة من نمطها التقليدي القائم على التبادل المادي والخبرة البشرية إلى نموذج رقمي ذكي يعتمد على تحليل البيانات، التنبؤ السلوكي، والتشغيل الآلي. ويهدف هذا المبحث إلى استعراض أبرز مظاهر هذا التحول من خلال خمسة مطالب رئيسية، تتناول التغيرات التقنية والوظيفية التي أحدثها الذكاء الاصطناعي في مختلف جوانب التجارة الدولية.

المطلب الأول: التنبؤ بالطلب وتحليل الأسواق العالمية

يُعدّ التنبؤ بالطلب من أهم مرتكزات النجاح التجاري، لا سيما في ظل بيئة اقتصادية تتسم بالتقلب والتنافسية العالية. لقد أصبح الذكاء الاصطناعي أداة محورية في تحليل البيانات الضخمة القادمة من الأسواق العالمية، حيث تُستخدم خوارزميات تعلم الآلة لتحديد الأنماط والعوامل المؤثرة في سلوك المستهلكين، مثل الموسم، الاتجاهات الاجتماعية، والتغيرات الاقتصادية.

بفضل هذه القدرات، تستطيع الشركات الآن توقع احتياجات الأسواق قبل حدوثها، مما يمنحها ميزة تنافسية في التخطيط والإنتاج. كما يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل البيانات الجغرافية والديموغرافية لتحديد المناطق التي تعرف نمواً اقتصادياً أو التي تشكل فرصاً واعدة للتوسع التجاري. ويُساهم ذلك في تقليل المخاطر المرتبطة بالقرارات التجارية الكبرى مثل فتح فروع جديدة أو إطلاق منتجات معينة في أسواق أجنبية¹.

¹ OECD. (2021). *AI in Business and Finance: Trends and Impacts*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

المطلب الثاني: إدارة المخزون وسلاسل التوريد الذكية

أحدث الذكاء الاصطناعي ثورة حقيقية في إدارة المخزون وسلاسل التوريد، إذ لم تعد الشركات تعتمد فقط على التقديرات اليدوية أو الجداول التقليدية، بل باتت تعتمد على نظم ذكية قادرة على التعلّم الذاتي والتكيف مع الظروف. تعتمد سلاسل التوريد الحديثة على تقنيات AI لتحديد الكميات المثلى من المواد الخام والمنتجات، ومتى وأين يجب توفيرها. وتستخدم خوارزميات الذكاء الاصطناعي أيضاً في التنبؤ بالتأخيرات المحتملة في الشحن، وإعادة توجيه الإمدادات تلقائياً نحو المسارات الأقل ازدحاماً أو الأكثر فعالية من حيث الكلفة. كما يمكن للذكاء الاصطناعي متابعة الحالة الفعلية للبضائع من خلال أجهزة إنترنت الأشياء (IoT) وتقديم تحديثات دقيقة في الوقت الحقيقي. تقلل هذه الأدوات من الفاقد، وتزيد من فعالية التوزيع، كما ترفع من رضا العملاء بسبب توفر المنتجات في الوقت والمكان المناسبين. وتعدّ الشركات الكبرى مثل أمازون وتيسلا من بين الروّاد في هذا المجال، حيث طوّرت أنظمة ذكية فائقة الدقة لإدارة مخزونها العالمية¹.

المطلب الثالث: التجارة الإلكترونية العابرة للحدود

مع التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي، بات من الممكن توسيع التجارة الإلكترونية إلى ما وراء الحدود الوطنية، مستفيدة من قدرات الترجمة الآلية، وتحليل تفضيلات المستهلكين عبر مختلف الثقافات والأسواق. تلعب أنظمة التوصية الذكية دوراً جوهرياً في جذب المستهلكين الأجانب، من خلال اقتراح منتجات تتناسب مع اهتماماتهم وأنماط سلوكهم. كما تسمح أدوات تحليل النصوص وترجمة المحتوى بعرض المنتجات بلغات مختلفة دون الحاجة إلى تدخل بشري، مما يسهل على الشركات الوصول إلى زبائن جدد حول العالم.

¹ مصطفى، س. (2022). "أثر الذكاء الاصطناعي على كفاءة سلاسل الإمداد في التجارة العالمية". *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، المجلد 30، العدد

2، ص. 87-105.

علاوة على ذلك، توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي إمكانية تكييف استراتيجية التسعير حسب كل سوق، مما يراعي القدرة الشرائية المحلية والعوامل الاقتصادية والإقليمية. وقد أصبحت التجارة الإلكترونية العابرة للحدود جزءًا لا يتجزأ من استراتيجيات النمو العالمية، خاصة بالنسبة للشركات الناشئة التي تسعى للتوسع دون التكاليف المرتفعة للتواجد المادي¹.

المطلب الرابع: العقود الذكية والبلوكشين في المعاملات

تمثل العقود الذكية (Smart Contracts) نقطة التقاء بين الذكاء الاصطناعي وتقنية البلوكشين، وقد أعادت هذه العقود تعريف كيفية إبرام وتنفيذ الصفقات التجارية في البيئة الدولية. تتمثل العقود الذكية في رموز برمجية تُخزن على شبكة بلوكشين، وتنفذ بنود الاتفاق تلقائيًا عند تحقق شروط معينة، دون الحاجة إلى وسطاء.

يسمح الدمج بين الذكاء الاصطناعي والبلوكشين بإبرام عقود تجارية أكثر أمانًا وشفافية، حيث يمكن استخدام تقنيات التعلم الآلي لتحليل مدى التزام الأطراف سابقًا بالعقود، وتوقع احتمالية الإخلال بها مستقبلًا. كما تُستخدم هذه التقنيات في تقييم المخاطر القانونية وتقدير تكاليف التأخير أو النزاعات.

وتكتسب هذه الأدوات أهمية خاصة في التجارة الدولية، حيث يتعدّد أحيانًا الاعتماد على القوانين الوطنية، وتُصبح الحاجة ملحة لآلية تضمن تنفيذ الاتفاقات دون غموض أو تحيّز.

المطلب الخامس: أمثلة واقعية على التحول

لإبراز حجم التغيير الذي أحدثه الذكاء الاصطناعي في التجارة الدولية، يمكن الإشارة إلى مجموعة من الأمثلة الملموسة²:

- شركة أمازون (Amazon) تعتمد على أنظمة ذكاء اصطناعي متقدمة لإدارة عملياتها اللوجستية عبر القارات، وتُستخدم البيانات لتوقع المشتريات وتصميم الحملات التسويقية المخصصة حسب كل بلد.

¹ UNCTAD. (2022). *Digital Economy Report: Cross-border Data Flows and Development*. Geneva: United Nations.

² OECD. (2021). *AI in Business and Finance: Trends and Impacts*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

- منصة Alibaba: تستخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل الاتجاهات في أسواق آسيا وأوروبا، وتخصيص العروض التسويقية للمستخدمين بناءً على بيانات سلوكهم الرقمي.
- شركة UPS: طوّرت نظامًا ذكيًا يُدعى ORION ، يستخدم AI لتحديد الطرق المثلى للتوصيل، مما ساعدها في خفض التكاليف بملايين الدولارات سنويًا.
- منصة Shopify: تمكّن التجار من الوصول إلى أسواق عالمية من خلال أدوات ذكاء اصطناعي توفر تحليلًا دقيقًا لجمهورهم وبيانات الأداء.
- سلاسل الإمداد الذكية في قطاع السيارات: تعتمد شركات مثل BMW و Toyota على الذكاء الاصطناعي لمزامنة الإنتاج مع الطلب العالمي، وتجنّب اختناقات التوريد.

المبحث الثالث: دراسة مقارنة تفصيلية

يشكل هذا المبحث محاولة لفهم مدى تأثير الذكاء الاصطناعي على ممارسات التجارة الدولية، من خلال دراسة مقارنة بين المعايير التقليدية والنموذج المستحدث. تهدف المقارنة إلى تحليل مدى تغير الأداء التجاري، أنماط التنظيم، وأدوات اتخاذ القرار، كما تسعى إلى تقديم قراءة كمية ونوعية دقيقة للفروقات، إضافة إلى استعراض أبرز المزايا والتحديات التي أفرزها هذا التحول التكنولوجي.

المطلب الأول: مقارنة الجدول الأصلي محورًا بمحور

نقارن في هذا المحور بين السمات التقليدية للتجارة الدولية وتلك المعتمدة على الذكاء الاصطناعي، وفق جدول تحليلي موزع على أبرز المحاور¹:

المحور	التجارة التقليدية	التجارة المدعومة بالذكاء الاصطناعي
اتخاذ القرار	يعتمد على الخبرة البشرية والتحليل اليدوي	يعتمد على البيانات الضخمة والتحليل التنبؤي
إدارة المخزون	عبر سجلات وتقارير شهرية أو فصلية	في الزمن الحقيقي عبر خوارزميات AI
تحديد الأسواق	عبر الدراسات الميدانية والمعارض التجارية	عبر تحليل سلوك المستخدمين وبيانات السوق الرقمية
التسعير والتسويق	يعتمد على الأسعار الثابتة أو العروض الموسمية	تسعير ديناميكي وتوصيات مخصصة آليًا
المعاملات والعقود	وسطاء قانونيون، وقت طويل، تدخل بشري كبير	عقود ذكية ذاتية التنفيذ على البلوكشين
سلاسل التوريد	معرضة للتأخير وضعف التتبع	قابلة للتعديل والتوجيه الذكي والتنبؤ بالمخاطر
خدمة العملاء	عبر موظفين أو مراكز اتصال تقليدية	شات بوتات، دعم فوري، وتحليل مزاج المستهلك

¹ Kaplan, J. (2016). *Artificial Intelligence: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press.

هذه المقارنة تعكس مدى انتقال التجارة من نموذج تقليدي كثيف التدخل البشري إلى نموذج رقمي قائم على الأتمتة والمعالجة الذكية.

المطلب الثاني: كيف تغيرت المعايير التقليدية

لقد غيّر الذكاء الاصطناعي العديد من المعايير التي كانت تُعدّ ركائز في التجارة التقليدية. فمثلاً:

- مفهوم "القرب الجغرافي" لم يعد شرطاً أساسياً للتجارة، إذ تسمح المنصات الإلكترونية المدعومة بالذكاء الاصطناعي ببيع وشراء السلع عالمياً دون وجود مادي.
- التحليل الاستراتيجي طويل المدى أصبح مكتملاً لا مركز القرار، وليس بديلاً عنه، لأن الذكاء الاصطناعي قادر على اتخاذ قرارات آنية بناءً على تحديثات لحظية.
- الدور البشري تغيّر من منفذ إلى موجه أو مراقب، مع تزايد الاعتماد على الأتمتة.
- تكاليف الاختبار والتجريب انخفضت بشكل كبير بفضل النمذجة الرقمية، مما يسمح باختبار الأسواق بدون مغامرة مالية كبيرة.

هذه التحولات تعني أن المعايير السابقة لم تعد صالحة بنفس الشكل، بل أُعيد تعريفها من خلال قدرة الذكاء الاصطناعي على تقليص المخاطر، وزيادة الكفاءة.

المطلب الثالث: تحليل نوعي وكمي للفروقات

أولاً: التحليل الكمي

يُظهر الواقع الميداني والأبحاث التجارية أن:

- الشركات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي تزيد من كفاءتها التشغيلية بنسبة تتراوح بين 20% و35%.
- سجلت المؤسسات التي تعتمد على AI في إدارة المخزون انخفاضاً في الفائض بنسبة 30%-50%.

• تحقق المؤسسات المعتمدة على التحليلات الذكية نموًا في الأرباح السنوية بمعدل 5-10% أكثر من مثيلاتها التقليدية.

ثانيًا: التحليل النوعي

من الناحية النوعية، يمكن ملاحظة تغيير في الطبيعة الفكرية للتجارة:

- أصبحت أكثر مرونة وسرعة واستجابة للمتغيرات.
 - باتت تتطلب مهارات رقمية جديدة تتجاوز الإدارة التقليدية.
 - تغير مفهوم "الميزة التنافسية" من وفرة الموارد إلى امتلاك البيانات والقدرة على معالجتها.
- هذا التحول النوعي يعكس تغيير العقلية الاقتصادية والتجارية، ويطرح تحديات جديدة على صعيد التأهيل البشري، والتكيف المؤسسي.

المطلب الرابع: مزايا وتحديات الذكاء الاصطناعي في التجارة الدولية

أولًا: المزايا

1. الدقة والسرعة: يمكن اتخاذ قرارات تجارية دقيقة في وقت قياسي.
2. خفض التكاليف: تقليل الحاجة للموارد البشرية والوسائط البيروقراطية.
3. استباق المخاطر: التنبؤ بالأزمات وتعديل الاستراتيجيات قبل تفاقمها.
4. تخصيص المنتجات: تكييف العروض حسب السوق المستهدفة.
5. توسيع قاعدة العملاء: الوصول إلى شرائح عالمية بشكل أسرع.

ثانيًا: التحديات

1. مخاطر الخصوصية: معالجة البيانات الضخمة تثير مخاوف حول حماية المعلومات.
2. الاعتماد المفرط على الأنظمة: ما قد يُعرض الشركات للشلل في حال فشل تقني.

3. الفجوة الرقمية: بين الدول المتقدمة والنامية، ما قد يخلق عدم تكافؤ تجاري.

4. الضبابية القانونية: غياب تشريعات واضحة لتنظيم العقود الذكية والتجارة المعتمدة على AI.

5. الإقصاء الوظيفي: تهديد وظائف تقليدية بعد أتمتة العديد من المهام.

المبحث الرابع: التحديات الحالية والمخاطر المحتملة في عصر الذكاء الاصطناعي والتجارة الدولية

شهد العالم في العقود الأخيرة تحوُّلاً جذرياً في نمط التجارة الدولية، مدفوعاً بثورة الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية. وعلى الرغم من الفوائد الواضحة التي جلبها هذا التحوُّل، إلا أن ذلك لم يخلُ من تحديات معقّدة ومخاطر مستحدثة، تهدد الاستقرار، العدالة، والأمن في البيئة التجارية الدولية. يتناول هذا المقال أبرز هذه التحديات ضمن أربعة محاور رئيسية، ترتبط جميعها بسؤال مركزي: إلى أي مدى يمكن تحقيق توازن بين الاستفادة من الذكاء الاصطناعي ودرء مخاطره على التجارة العالمية؟¹

المطلب الأول : الاعتماد الزائد على الأنظمة الذكية

أدى تسارع وتيرة الرقمنة إلى تعاضم دور الأنظمة الذكية في اتخاذ القرار التجاري، بدءاً من تحديد الأسواق، مروراً بإدارة سلاسل التوريد، وصولاً إلى توقيع العقود عبر منصات مؤتمتة. هذا التوسع، وإن كان مفيداً من حيث الكفاءة والسرعة، إلا أنه خلق نوعاً من "الاعتماد الأعمى" على الخوارزميات. فغياب العنصر البشري في الرقابة قد يؤدي إلى أخطاء جسيمة، سواء في التقدير أو في التعامل مع الظروف غير المتوقعة. كما أن توقف الأنظمة أو تعرضها للخلل التقني يهدد بشكل كامل في العمليات التجارية، وهو ما يستدعي مراجعة فلسفة الأتمتة الكاملة، لصالح نماذج هجينة توفّق بين الذكاء الاصطناعي والإشراف البشري الفعال.

المطلب الثاني : الأمن السيبراني والاختراقات

يشكل الأمن المعلوماتي التحدي الأبرز في التجارة الذكية، إذ أن كل خطوة في سلسلة التوريد، من الطلب وحتى التسليم، أصبحت تمر عبر بنية رقمية عرضة للاختراق. يمكن أن تؤدي الهجمات السيبرانية إلى تسريب معلومات تجارية حساسة،

¹ McKinsey & Company. (2023). *How AI is transforming global supply chains*. Retrieved from: <https://www.mckinsey.com>

أو تعطيل الأنظمة، أو حتى التلاعب بالعقود الذكية المخزنة على البلوكشين. ومع ظهور برمجيات خبيثة تعتمد هي نفسها على تقنيات الذكاء الاصطناعي، أصبحت مهمة الحماية أكثر تعقيدًا وتطلبًا. وبات من الضروري الاستثمار في أنظمة دفاع سيبراني متقدمة، إلى جانب رفع مستوى وعي المستخدمين والمؤسسات حول الوقاية الرقمية، خصوصًا في الدول النامية التي غالبًا ما تكون الحلقة الأضعف في هذا المجال.

المطلب الثالث : مشكلات الخصوصية والتلاعب بالبيانات

في بيئة تهيمن فيها البيانات على كل قرار، تبرز إشكالات الخصوصية على رأس المخاوف القانونية والأخلاقية. فمعظم المؤسسات التجارية تستخدم أدوات ذكاء اصطناعي تقوم بتجميع بيانات العملاء وتحليلها، وغالبًا دون موافقة صريحة أو وعي كامل من طرف المستخدمين. الأخطر من ذلك هو احتمال استخدام هذه البيانات في توجيه سلوك المستهلكين عبر تقنيات "الإقناع الخوارزمي"، ما يمسّ بحرية الاختيار ويحوّل الفرد إلى هدف تجاري فقط. كما أن بعض الأنظمة قد تتضمن الخيانات مبرمجة مسبقًا أو مبنية على بيانات غير متوازنة، ما يخلق تمييزًا غير عادل في فرص العرض أو التسعير. هذه التحديات تفرض ضرورة إقرار تشريعات دولية لحماية البيانات، وتعزيز مبدأ الشفافية والمساءلة في استخدام الذكاء الاصطناعي في التجارة.

المطلب الرابع : الفجوة الرقمية بين الدول

رغم أن الذكاء الاصطناعي يُطرح كأداة لتسريع التنمية، إلا أنه في الواقع قد يزيد من الفجوة بين الشمال والجنوب. فالدول المتقدمة تمتلك بنى تحتية تكنولوجية متطورة، وأطرًا قانونية متقدمة، وكفاءات بشرية مدربة، ما يمنحها أفضلية تنافسية كبيرة. بالمقابل، تعاني العديد من الدول النامية من ضعف في التوصيل الرقمي، نقص في المهارات، وقصور في التشريعات، ما يجعلها غير قادرة على مواكبة التحول الرقمي في التجارة. والأسوأ من ذلك أن هذه الدول تصبح مجرد "مستهلك رقمي"، لا تملك أدوات المنافسة الفعلية ولا وسائل التأثير على قواعد اللعبة. من هنا تبرز الحاجة إلى تضامن دولي واستراتيجيات

تنموية شاملة، تضمن نقل التكنولوجيا، وتوفير التدريب، وتحقيق عدالة رقمية تضمن انخراطاً أكثر توازناً في الاقتصاد العالمي الذكي.

المبحث الخامس: استشراف مستقبل التجارة الدولية في ظل تطور الذكاء الاصطناعي

في ظل التقدم غير المسبوق الذي يشهده العالم في مجالات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية، تبرز التجارة الدولية كواحدة من أبرز القطاعات المرشحة لتغيرات جذرية وعميقة خلال السنوات القادمة. ومع التوسع المستمر في تطبيق الذكاء الاصطناعي في إدارة العمليات التجارية، ومعالجة البيانات الضخمة، وتحسين الأداء اللوجستي، تتجه ملامح المستقبل نحو مشهد تجاري أكثر ذكاءً، استقلالية، وربما أكثر تعقيداً كذلك. في هذا السياق، يهدف هذا المقال إلى استشراف التحولات المستقبلية التي قد يشهدها النظام التجاري الدولي من خلال خمسة اتجاهات رئيسية، يترابط فيها الاقتصادي بالتقني، والسياسي بالرقمي¹.

المطلب الأول : الرقمنة الكاملة لسلاسل التوريد

أصبح من الواضح أن مستقبل سلاسل التوريد يتجه نحو الاعتماد الكامل على الحلول الذكية. في السنوات القليلة القادمة، يُتوقع أن تصبح جميع مكونات سلسلة التوريد (من المواد الخام إلى التوصيل النهائي) مدمجة في منظومة رقمية واحدة، تتفاعل آنياً مع المستجدات عبر:

- تحليلات تنبؤية تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتقدير مستويات الطلب والعرض.
- إنترنت الأشياء (IoT) لربط الآلات، المستودعات، ووسائل النقل، بما يتيح تتبع السلع بشكل لحظي.
- نظم تخطيط الموارد الذكية (Smart ERP) التي تعمل على أتمتة قرارات الشراء والإنتاج والتوزيع.

¹ كلاوس شواب، الثورة الصناعية الرابعة، ترجمة: وفاء عبد الله، المنتدى الاقتصادي العالمي، 2017، ص 25

مثل هذا النموذج من الرقمنة الشاملة سيؤدي إلى تقليص التكاليف، وزيادة المرونة التشغيلية، وتجنب الهدر، لكنه في المقابل يتطلب استثمارات ضخمة، وأطرًا قانونية جديدة للتعامل مع مشاكل مثل أعطال الخوارزميات، أو التحيز في البيانات¹.

المطلب الثاني : التجارة الذاتية (Self-Executing Trade)

إحدى أبرز الظواهر المستقبلية التي بدأت ملامحها تتشكل هي ظاهرة "التجارة الذاتية"، وهي نمط من التبادلات التجارية يتم بشكل آلي تمامًا بين الأنظمة الذكية دون تدخل بشري مباشر. وتشمل خصائص هذه الظاهرة:

- العقود الذكية (Smart Contracts) التي تُنفذ ذاتيًا عبر شبكة البلوكشين فور تحقق شروط محددة.
- أنظمة التفاوض الآلي التي تبرم اتفاقيات الشراء والبيع استنادًا إلى تحليل لحظي للأسعار والعروض.
- الشحن والتوزيع المؤتمت باستخدام روبوتات ذكية وطائرات بدون طيار.

وإن كانت هذه الابتكارات واعدة من حيث تقليل الوقت والتكلفة، إلا أنها تطرح إشكاليات قانونية وأخلاقية كبرى، أبرزها: من المسؤول في حال فشل التنفيذ؟ هل الخوارزمية تملك صفة قانونية؟ وكيف تُقيم نية "الطرف الذكي"؟

المطلب الثالث : التحول الجذري في هيكل السوق العالمية

لا يقتصر تأثير الذكاء الاصطناعي على الآليات التجارية، بل يمتد إلى إعادة تشكيل الهيكل نفسه للسوق العالمية. إذ لم تعد الحدود الجغرافية والسيادة الاقتصادية هي المتحكم الأول في التبادلات التجارية، بل أصبح التحكم ببيانات السوق والخوارزميات هو العامل الفاصل. هذا التغيير يتجلى في:

سيطرة المنصات الرقمية العملاقة مثل أمازون وعلي بابا على السوق العالمية، وتهميش دور الشركات التقليدية.

¹ الان بونيه ، مرجع سبق ذكره ، ص 20 .

- انتقال القوة الاقتصادية من الدول إلى الشركات التكنولوجية متعددة الجنسيات.
 - تشكّل أسواق غير مركزية وغير خاضعة لرقابة حكومية واضحة مثل الأسواق القائمة على العملات المشفرة.
- هذه التحولات قد تؤدي إلى تعزيز العولمة الرقمية، ولكنها في الوقت ذاته تهدد بزيادة التفاوت بين الدول الفقيرة والغنية، وخلق نظام تجاري غير خاضع للمساءلة التقليدية¹.

¹ نفس المرجع ، ص22

المطلب الرابع : دور الذكاء الاصطناعي في بناء السياسات التجارية

سيتجاوز دور الذكاء الاصطناعي مستوى تنفيذ السياسات إلى المساهمة الفعلية في صياغتها واتخاذ القرار. فالدول والمؤسسات الدولية بدأت تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في:

- تحليل البيانات الاقتصادية العالمية لرصد الفرص والمخاطر.
- نمذجة السيناريوهات التجارية واختبار أثر الاتفاقيات قبل تنفيذها.
- رسم سياسات تجارية مرنة وتكيفية تتغير بتغير المعطيات بشكل آلي.

وفي المستقبل، قد تُستخدم الخوارزميات لاتخاذ قرارات تتعلق بالتعريفات الجمركية، دعم الصادرات، وحتى فرض العقوبات التجارية، وهو ما يفتح النقاش حول من يحكم العالم التجاري: السياسات البشرية أم الخوارزميات غير الشفافة؟¹

المطلب الخامس : السيناريوهات المستقبلية المحتملة

استنادًا إلى الاتجاهات السابقة، يمكن رسم عدة سيناريوهات محتملة لمستقبل التجارة الدولية:

أ. سيناريو "الابتكار العادل":

يحدث فيه تكامل دولي متوازن، تُنقل فيه التكنولوجيا إلى الدول النامية، ويُعاد توزيع الفرص الرقمية بشكل عادل، ضمن أطر تنظيمية دولية.

ب. سيناريو "الهيمنة الرقمية":

تُسيطر فيه شركات التكنولوجيا العملاقة على الأسواق، وتهمش دور الدول والمؤسسات التقليدية، ما يؤدي إلى انقسام تجاري حاد.

ج. سيناريو "الانهيار السيبراني:"

تُفشل فيه هجمات سيبرانية كبرى أو خلل في الخوارزميات أسواقًا بأكملها، ما يعيد الاعتبار للأنظمة التجارية التقليدية ويضع قيودًا على الذكاء الاصطناعي.

د. سيناريو "الحكومة العالمية الجديدة:"

تُنشأ فيه مؤسسات عالمية متخصصة في إدارة التجارة الذكية، تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي والبيانات، وتضمن الشفافية والمساءلة.

في ختام هذا العمل، تتضح ملامح التحول العميق الذي تشهده بيئة التجارة الدولية، حيث تتلاقى التقنية مع الاقتصاد لتشكّل مزيجًا جديدًا من التفاعل والتكامل، تقوده أنظمة الذكاء الاصطناعي، وتدعمه حركتنا التصدير والاستيراد كعمليتين محورتين في توازن الأسواق وتطورها. إن الواقع الراهن لم يعد يقبل بالنماذج التقليدية في تحليل الأنشطة التجارية، بل يفرض فهمًا دقيقًا للمتغيرات التقنية، واتجاهات الأسواق، وسلوك المستهلكين، ضمن إطار ديناميكي متسارع تتصدره الابتكارات الذكية.

لقد كشف تناول الذكاء الاصطناعي من زاوية المفهوم والنشأة والتطبيقات، عن حجم التحول الذي أحدثته هذه التقنية في بنية الاقتصاد الرقمي العالمي. لم يعد الذكاء الاصطناعي مجرد وسيلة لتحسين الأداء أو تسريع المهام، بل بات شريكًا حقيقيًا في اتخاذ القرار، ومحركًا أساسيًا في تطوير نماذج الأعمال، من خلال قدرته على تحليل البيانات، التعلّم الذاتي، التنبؤ بالمستقبل، وإيجاد حلول تتجاوز قدرة الإنسان التقليدية.

وتبرز أهمية هذا التطور بوضوح عند إسقاطه على العمليات التجارية الدولية، لا سيما التصدير الذي لم يعد مجرد وسيلة لتصريف السلع، بل أصبح استراتيجية توسّع تمكّن المؤسسات من خوض المنافسة العالمية، واستكشاف أسواق جديدة، وتطوير قدراتها الترويجية والإنتاجية. ويعزز الذكاء الاصطناعي هذه المساعي من خلال تقديم أدوات ذكية للتسويق الرقمي، أنظمة التوصية، دراسة سلوك العملاء، وضبط الأسعار بما يتناسب مع كل سوق.

وفي المقابل، نجد أن الاستيراد يشكّل بُعدًا تكميليًا بالغ الأهمية، حيث يسمح بجلب الموارد والتقنيات والمواد التي تفتقر إليها السوق الداخلية، ما يسهم في دعم العملية الإنتاجية واستقرار السوق. وتُظهر التطبيقات الحديثة للذكاء الاصطناعي دوره الحيوي في رقمنة إجراءات الاستيراد، من إدارة سلاسل التوريد، التنبؤ بحركة البضائع، تحسين اللوجستك، إلى مراقبة الجودة ومطابقة المعايير.

وإذا كانت المؤشرات الكمية مثل الكفاءة التشغيلية، تقليص التكاليف، وتحسين سرعة الأداء، قد بيّنت مدى نجاعة الذكاء الاصطناعي، فإن البُعد الاستراتيجي الذي يتطلب توافق الرؤية المؤسسية مع إمكانيات التقنية، وتوفّر بنية تحتية رقمية متطورة، وكفاءات بشرية مدربة، يظل أساسًا لضمان النجاح والاستمرارية. فلا يمكن الحديث عن تحوّل حقيقي دون بيئة تنظيمية وفكرية تستوعب التقنية وتدعمها في عمق العمل المؤسسي.

كما أن الحديث عن التصدير والاستيراد لا ينفصل عن هذا التحول، إذ لم تعد العلاقات التجارية تقليدية، بل أصبحت قائمة على قرارات مدروسة آنيًا، تفرضها معطيات دقيقة مستخرجة من نماذج تحليل ذكية، تسمح بتقليل المخاطر، وتحقيق أقصى استفادة ممكنة من الفرص المتاحة عالميًا. إن التكامل بين الذكاء الاصطناعي والعمليات التجارية لا يعني فقط تسهيل المعاملات، بل بناء نماذج جديدة من الشفافية، السرعة، والدقة، تقود الاقتصاد نحو مزيد من التكيّف مع تحديات العولمة الرقمية.

وهكذا، نجد أنفسنا أمام مشهد عالمي تتداخل فيه التكنولوجيا مع حركة السلع، وتتقاطع فيه الاستراتيجيات التجارية مع أدوات الذكاء، في إطار منظومة متكاملة تتطلب يقظة فكرية، وتحديثًا مستمرًا للآليات، وإيمانًا عميقًا بأن المستقبل لا يُصنع فقط بالإنتاج، بل بالإبداع في استخدام الأدوات، والقدرة على توظيفها لخدمة الرؤية الاقتصادية.

وفي النهاية، فإن الذكاء الاصطناعي، والتصدير، والاستيراد، لا يجب النظر إليها كعناصر منفصلة، بل كمكوّنات مترابطة لمنظومة اقتصادية أكثر مرونة، تعتمد على الدقة والسرعة والاستباقية، وتستند إلى المعرفة العميقة بالسوق والتكنولوجيا معًا، من أجل بناء تجارة عالمية أكثر فعالية.

نتائج الدراسة :

1. تعزيز كفاءة عمليات التصدير

أظهرت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يساهم بفعالية في رفع كفاءة النشاط التصديري، من خلال أدوات تحليل الأسواق الخارجية، والتنبؤ بالطلب الدولي، مما يُمكن المؤسسات من توجيه منتجاتها إلى الأسواق المناسبة في الوقت المناسب، وتقليل المخاطر المرتبطة بدخول أسواق جديدة.

2. تحسين استهداف الأسواق العالمية

بفضل تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل التحليل التنبؤي ومعالجة البيانات الضخمة، أصبح بالإمكان دراسة سلوك المستهلكين في الأسواق المستهدفة بدقة، مما يمنح المصدر القدرة على تخصيص المنتجات وتعديل استراتيجيات التسعير والترويج لتناسب مع كل منطقة جغرافية.

3. إدارة ذكية لسلاسل الإمداد في الاستيراد

أثبتت الدراسة أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا محوريًا في تسهيل عمليات الاستيراد، من خلال تحسين تدفق المعلومات بين الموردين والمستوردين، والتنبؤ بأوقات الشحن والوصول، مما يقلل من التأخيرات والفاقد ويُحسّن إدارة المخزون.

4. أتمتة الإجراءات الجمركية واللوجستية

أبرزت نتائج الدراسة أن اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي في المنافذ الجمركية والنقل الدولي يساهم في تسريع وتيرة الاستيراد والتصدير عبر أتمتة الإجراءات، والتحقق من الوثائق إلكترونياً، مما يقلل التكاليف التشغيلية ويرفع كفاءة الأداء الجمركي.

5. خفض التكاليف وزيادة الربحية

سواء في التصدير أو الاستيراد، فإن استخدام الذكاء الاصطناعي يقلل من الحاجة للتدخل البشري المتكرر، ويقلص زمن المعالجة، ويُسهّم في اتخاذ قرارات دقيقة، ما يؤدي إلى خفض التكاليف اللوجستية وتحقيق أرباح أكبر على المدى المتوسط والطويل.

6. تحسين التفاوض واختيار الموردين أو الزبائن الدوليين

تساعد أنظمة الذكاء الاصطناعي في تحليل أداء الموردين والمشتريين الدوليين بناءً على بيانات واقعية، مما يتيح للمؤسسات اتخاذ قرارات مدروسة في التعاقدات الدولية سواء عند التصدير أو الاستيراد.

7. التعامل الذكي مع التقلبات التجارية العالمية

بفضل قدرته على تحليل الأحداث العالمية وتأثيرها على سلاسل التجارة، يساعد الذكاء الاصطناعي المؤسسات على التكيف مع الأزمات (مثل الأزمات الصحية أو الجيوسياسية)، وتعديل استراتيجيات التصدير والاستيراد بسرعة وفعالية

الفرضيات:

إرتأينا أن: الذكاء الاصطناعي له أثر على عمليات التصدير والاستيراد.

- نأكد على أن دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي مع نظريات التصدير الحديثة يؤدي إلى توجيه السياسات التجارية بشكل أكثر فعالية ودقة، من خلال دعم اتخاذ القرار وتحليل الأسواق العالمية.
- نأكد على أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا مهمًا في تحسين إدارة أنواع الاستيراد، وضبط سلاسل التوريد من خلال التنبؤ بالطلب، وتحديد الكميات، وتقليل الأعطال والتأخيرات في التوريد.

- نأكد صحة فرضية أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي تسهم في تبسيط الإجراءات القبلية والبعدية لعمليات التصدير والاستيراد، من خلال أتمتة المعاملات، وتقليل التدخل البشري، وتسريع تنفيذ الإجراءات الجمركية والإدارية

توصيات الدراسة :

من خلال ما سبق من نتائج، نخلص إلى مجموعة من التوصيات والاقتراحات التي نرى أنها ضرورية لتفعيل الاستخدام الأمثل للذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الدولية، لاسيما في عمليتي التصدير والاستيراد، وهي كالاتي:

1. ضرورة الاستثمار في الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات التجارية

يُستحسن أن تُدرج المؤسسات أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن خططها الاستراتيجية بهدف تحسين قدرتها على ولوج الأسواق العالمية، وتحقيق كفاءة أعلى في التصدير والاستيراد.

2. بناء قواعد بيانات دقيقة ومحدثة

يجب العمل على تطوير نظم معلومات تجارية تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات الأسواق الدولية، اتجاهات الطلب، وأسعار المنافسين، ما يدعم قرارات التصدير واختيار الشركاء الدوليين.

3. تدريب وتأهيل المورد البشري

من الضروري توفير برامج تدريب مستمرة لفائدة العاملين في أقسام التصدير والاستيراد، لتمكينهم من التعامل مع نظم الذكاء الاصطناعي، وفهم تطبيقاته في المجال التجاري واللوجستي.

4. التحوّل نحو الأتمتة في الإجراءات الجمركية واللوجستية

يُوصى باعتماد أنظمة ذكية لأتمتة الإجراءات الجمركية، التتبع اللوجستي، والتحقق من الوثائق، بما يساهم في تقليص زمن المعالجة، وتفاذي التأخيرات في الاستيراد والتصدير.

5. تشجيع الابتكار في استراتيجيات التسويق الدولي

يُنصح بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي في بناء حملات تسويقية مخصصة حسب سلوك المستهلكين في كل سوق، بالاعتماد على التحليل السلوكي والتنبؤ بالطلب.

6. تعزيز التعاون الدولي في تبادل الخبرات الرقمية

يُستحسن أن تتعاون المؤسسات مع شركاء دوليين ذوي خبرة في الذكاء الاصطناعي، لتبادل الخبرات والتجارب، والاستفادة من أحدث البرمجيات والتقنيات المستخدمة عالميًا في التبادل التجاري.

7. تحديث التشريعات بما يتوافق مع التحولات التكنولوجية

يُوصى بإعادة النظر في الأطر القانونية والتنظيمية التي تحكم التجارة الدولية، حتى تكون متماشية مع المستجدات الرقمية، وتحمي في نفس الوقت خصوصية البيانات وحقوق المتعاملين.

آفاق الدراسة :

وفي الأخير وقد اتمينا دراستنا، نحن على علم أن طرحنا هذا لايقدم نظرة متكاملة عن الموضوع، وليس لقصور الدراسة و لكن ذلك راجع الى امكانية الدراسة الموضوع من جوانب كثيرة في بيئات أوسع و بأبعاد مختلفة، كما أننا لاندعي كمالا، فمما لاشك فيه توجد نقائص تحتويها هذه الدراسة و العديد من النقاط المشار اليها ضمن هذه الدراسة قد تستدعي تعمقا أكثر و تفصيلا اكبر، لذا نرجوا أن تكون انطلاقة حسنى لمعالجة إشكاليات أخرى متعلقة بالموضوع، و في هذا الصدد سنقدم ، افاق آملين أن تكون أرضية لبحوث و دراسات مستقبلية كالتالي:

- دراسة الأثر التفصيلي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء عمليات التصدير في قطاعات محددة (مثل الصناعة، الزراعة أو الخدمات)

- إجراء بحوث ميدانية مقارنة بين مؤسسات تعتمد على الذكاء الاصطناعي في التجارة الدولية وأخرى لا تعتمد عليه، بهدف قياس الفارق في الكفاءة والربحية.
 - تحليل التحديات القانونية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في التجارة الخارجية، خاصة في ما يخص حماية البيانات والخصوصية.
 - بحث في استراتيجيات إدماج الذكاء الاصطناعي في الأنظمة الجمركية واللوجستية لتسريع وتسليم عمليات الاستيراد والتصدير.
 - دراسة واقع تطبيق الذكاء الاصطناعي في مؤسسات الدول النامية مقارنة بالدول المتقدمة، ومدى جاهزية البنية التحتية الرقمية لتبني هذه التقنيات.
- نأمل أن تساهم هذه المقترحات في فتح آفاق جديدة للبحث العلمي، وتُسهم في بناء فهم أعمق للعلاقة بين الذكاء الاصطناعي والتجارة الدولية، من أجل دعم التنمية الاقتصادية.

قائمة المصادر:

الجريدة الرسمية ، العدد 71 سنة 2010.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية

1. ابلان، جيري. الذكاء الاصطناعي: ما يحتاج الجميع إلى معرفته. أكسفورد: مطبعة جامعة أكسفورد، 2016.
2. آلان بونيه، الذكاء الاصطناعي: واقعه ومستقبله، ترجمة: علي صبري فرغلي، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1993.
3. دحو سليمان ، روان بوحفص مطبوعة إجراءات التصدير والإستيراد جامعة غرداية ، الجزائر 2020
4. صديقي محمد عفيفي التسويق الدولي ، نظم الاستيراد والتصدير وكالة المطبوعات الكويت 1973.
5. عادل عبد العال. الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته في الأعمال. القاهرة: دار الفكر العربي، 2021.
6. فؤاد مصطفى محمود ، التصدير والاستيراد ، دار النهضة العربية 2005 .
7. كلاوس شواب، الثورة الصناعية الرابعة، ترجمة: وفاء عبد الله، المنتدى الاقتصادي العالمي، 2017.
8. محسن فتحي عبد الصبور عبد الله، قواعد التصدير في النظام التجاري العالمي الجديد، حقوق الطبع و النشر للمؤلف، مصر ، 1997.

ثانياً: الكتب باللغة الفرنسية

9. Kaplan, J. (2016). *Artificial Intelligence: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press.
10. Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson Education.

ثالثاً: المقالات العلمية المحكمة

11. مصطفى، س. (2022). "أثر الذكاء الاصطناعي على كفاءة سلاسل الإمداد في التجارة العالمية". *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، المجلد 30، العدد 2، ص. 87-105.
12. جباري لطيفه، دور نماذج الذكاء الاصطناعي في اتخاذ القرار، مقال مجلة العلوم الإنسانية، العدد 01، المركز الجامعي تندوف الجزائر ، 2017.

رابعاً: التقارير الدولية

13. World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. Geneva: WEF.
<https://www.weforum.org/reports/future-of-jobs-2023>
14. UNCTAD. (2022). *Digital Economy Report: Cross-border Data Flows and Development*. Geneva: United Nations.
15. OECD. (2021). *AI in Business and Finance: Trends and Impacts*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

رابعاً: المصادر الإلكترونية

16. McKinsey & Company. (2023). *How AI is transforming global supply chains*. Retrieved from:
<https://www.mckinsey.com>