

عنوان البحث

أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي للشركات العالمية

دراسة حالة شركة أمازون خلال الأعوام ٢٠٢٠-٢٠٢٤

**The Impact of Digital Transformation and E-Commerce Applications on the Financial
Performance of Global Companies: A Case Study of Amazon (2020–2024)**

إعداد الطالب/ عبدالله احمد بن علي

إشراف/

د. الفصيل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٥ – ٢٠٢٦

حقوق الطباعة

تعود حقوق الطباعة والنشر الخاصة بهذا البحث إلى جامعة ميدأوشن، وتعد جميع المواد والمحتويات الواردة فيه ملكًا للجامعة، ولا يجوز استخدامها أو إعادة نشرها أو توزيعها إلا بعد الحصول على موافقة مسبقة من جامعة ميدأوشن.

الباحث

الإهداء

إلى والديّ الكريمين،

الذين كانا بعد الله سندي الأول، ودعمهما الدائم هو النور الذي أنار لي طريق العلم والعمل،
أهدي هذا الجهد المتواضع، وفاءً وعرفانًا بما قدماه من حب وتضحية ودعاء.

إلى زوجتي العزيزة و أسرتي الكريمة،

الذين كانوا مصدر تشجيع وصبر ومساندة طوال رحلتي الأكاديمية،
أهديكم ثمرة هذا الجهد.

إلى أساتذتي الأفاضل،

الذين أناروا دربي بالعلم والتوجيه، وأسهموا في بناء هذا العمل،
أهدي لهم خالص التقدير والامتنان.

إلى كل من دعمني وساندني وساهم بكلمة طيبة أو دعوة صادقة في إنجاز هذا البحث،
أهدي هذا العمل عربون شكر ومحبة.

الباحث

عبدالله أحمد بن علي

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي للشركات العالمية، من خلال دراسة حالة شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤. وانطلقت الدراسة من أهمية التحول الرقمي بوصفه أحد أبرز العوامل المؤثرة في بيئة الأعمال الحديثة، ومن الدور المتنامي للتجارة الإلكترونية في توسيع الأسواق، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز النتائج المالية للشركات.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما استفادت من أسلوب دراسة الحالة، حيث تم اختيار شركة أمازون بوصفها وحدة التحليل الرئيسية. واستندت الدراسة إلى البيانات الثانوية المتمثلة في التقارير المالية السنوية، وتقارير المستثمرين، والتقارير المرجعية، والدراسات السابقة ذات الصلة. وتمثل المتغير المستقل في التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية، في حين تمثل المتغير التابع في الأداء المالي، والذي تم قياسه من خلال المبيعات، والربحية، والمصروفات التشغيلية.

وتوصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية كان لهما أثر واضح في دعم نمو مبيعات شركة أمازون خلال الفترة المدروسة، كما أسهما في تحسين الربحية بصورة تدريجية، وفي رفع كفاءة إدارة المصروفات التشغيلية، خاصة من خلال الأتمتة، والذكاء الاصطناعي، والخدمات السحابية، وتحليل البيانات. كما أظهرت النتائج أن أثر التحول الرقمي لم يكن متماثلاً في جميع السنوات، بل اختلف بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها، حيث ظهر أثره أولاً بصورة أكبر في دعم المبيعات، ثم في تعزيز الكفاءة التشغيلية والربحية بصورة أوضح في السنوات التالية.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية يمثلان عنصرين استراتيجيين في تحسين الأداء المالي للشركات العالمية، وأن تجربة أمازون تقدم نموذجاً تطبيقياً واضحاً لكيفية تحويل الاستثمار في الحلول الرقمية إلى نتائج مالية وتشغيلية ملموسة.

المحتويات

قائمة المصطلحات.....	8
قائمة الجداول :	12
قائمة الاشكال :	13
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	15
1-1 مقدمة.....	15
1-2 مشكلة الدراسة.....	17
1-3 أسئلة الدراسة.....	18
السؤال الرئيس 1-3-1.....	18
الأسئلة الفرعية 1-3-2.....	18
1-4 أهداف الدراسة.....	19
الهدف الرئيس 1-4-1.....	19
الأهداف الفرعية 1-4-2.....	19
1-5 أهمية الدراسة.....	20
الأهمية العلمية 1-5-1.....	20
الأهمية العملية 1-5-2.....	21
1-6 فرضيات الدراسة.....	21
الفرضية الرئيسة 1-6-1.....	21
الفرضيات الفرعية 1-6-2.....	21
1-7 النموذج المفاهيمي للدراسة.....	22
1-8 النظرية العلمية المتبعة في إعداد البحث.....	23
1-9 منهجية الدراسة.....	24
1-10 مجتمع الدراسة ووحدة التحليل.....	25
1-11 حدود الدراسة.....	26
1-12 مصطلحات الدراسة.....	27
1-13 خاتمة الفصل.....	27
الإطار النظري والدراسات السابقة.....	29
مقدمة الفصل.....	29
أولاً: الإطار النظري.....	29
1. مفهوم التحول الرقمي.....	29
2. أبعاد التحول الرقمي في الشركات.....	30
3. أدوات وتقنيات التحول الرقمي.....	31
4. مفهوم التجارة الإلكترونية.....	31
5. أنواع التجارة الإلكترونية.....	32
6. الأهمية الاستراتيجية للتجارة الإلكترونية.....	32
7. مفهوم الأداء المالي.....	33
8. مؤشرات الأداء المالي في الدراسة الحالية.....	33
9. العلاقة بين التحول الرقمي والأداء المالي.....	34
10. العلاقة بين التجارة الإلكترونية والأداء المالي.....	35

التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في شركة أمازون.....	35
النظريات المفسرة للدراسة.....	36
الإطار المفاهيمي للدراسة.....	36
تقوية الإطار النظري.....	37
ثانيًا: الدراسات السابقة.....	38
أ. الدراسات العربية والإقليمية.....	38
ب. الدراسات الأجنبية والعالمية.....	42
ج. التقارير المؤسسية والدراسات المرجعية المساندة.....	44
ثالثًا: التحليل النقدي للدراسات السابقة.....	47
رابعًا: الفجوة البحثية.....	47
خامسًا: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة.....	48
سادسًا: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.....	49
خاتمة الفصل.....	49
الفصل الثالث : منهجية الدراسة.....	52
3-1 مقدمة	52
3-2 منهج الدراسة	53
3-3 طبيعة الدراسة	54
3-4 متغيرات الدراسة	54
3-4-1 المتغير المستقل	54
3-4-2 المتغير التابع	55
3-5 مجتمع الدراسة	55
3-6 وحدة التحليل وعينة الدراسة	56
3-6-1 وحدة التحليل	56
3-6-2 عينة الدراسة	56
3-7 مصادر البيانات	57
3-8 أدوات جمع البيانات	58
3-8-1 تحليل الوثائق المالية	59
3-8-2 مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة	59
3-8-3 التحليل المقارن	59
3-9 أساليب تحليل البيانات	59
3-9-1 التحليل الوصفي	60
3-9-2 التحليل المقارن	60
3-9-3 تحليل الاتجاهات	60
3-9-4 التحليل التفسيري	60
3-10 صدق الدراسة وموثوقيتها	61
3-11 حدود الدراسة	61
3-11-1 الحدود الموضوعية	61
3-11-2 الحدود الزمنية	61
3-11-3 الحدود المكانية	62
3-11-4 الحدود البشرية	62
3-12 إجراءات الدراسة	62
3-13 خاتمة الفصل	63

الفصل الرابع : تحليل البيانات والنتائج والتوصيات	65
4-1 مقدمة	65
4-2 تحليل البيانات	66
التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية في شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤	66
4-2-1 تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على المبيعات	68
4-2-2 تحليل أثر التحول الرقمي على الربحية	69
4-2-3 تحليل أثر التحول الرقمي على المصروفات التشغيلية	72
4-2-4 تحليل أثر الأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية	74
4-2-5 المقارنة بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها	75
4-2-6 مناقشة النتائج	76
4-3 نتائج الدراسة	77
4-4 التوصيات	78
4-5 مقترحات لدراسات مستقبلية	80
4-6 خاتمة الفصل	80
الخاتمة العامة	81
الملخص	83
ABSTRACT	85
المراجع	87
أولاً: المراجع العربية	87
ثانياً: المراجع الأجنبية	88
ثالثاً: التقارير والمراجع المؤسسية	89
الملاحق	91
الاستبيان	92

قائمة المصطلحات

التحول الرقمي:

هو عملية توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في تطوير العمليات والأنشطة والنماذج التشغيلية داخل المؤسسة بهدف تحسين الكفاءة وتعزيز القدرة التنافسية ورفع القيمة المقدمة للعملاء.

التجارة الإلكترونية:

هي جميع عمليات البيع والشراء وتبادل المعلومات والخدمات التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية، وبخاصة عبر الإنترنت، باستخدام المنصات والتطبيقات الرقمية.

الأداء المالي:

هو مستوى النتائج المالية التي تحققها المؤسسة خلال فترة زمنية محددة، ويظهر من خلال مؤشرات مثل المبيعات، والربحية، والمصروفات التشغيلية.

المبيعات:

هي إجمالي الإيرادات المتحققة من بيع السلع أو الخدمات خلال فترة معينة، وتعد من أهم مؤشرات النمو التجاري للشركة.

الربحية:

هي قدرة الشركة على تحقيق أرباح من أنشطتها المختلفة بعد خصم التكاليف والمصروفات، وتمثل مؤشراً أساسياً على كفاءة الأداء المالي.

المصروفات التشغيلية:

هي التكاليف التي تتحملها الشركة لتسيير أنشطتها اليومية وتشغيل عملياتها الأساسية، مثل مصروفات الإدارة والتوزيع والخدمات اللوجستية والتقنية.

الأتمتة:

هي استخدام الأنظمة والبرمجيات والآلات لتنفيذ العمليات أو أجزاء منها بصورة تلقائية، بما يقلل التدخل البشري ويرفع الكفاءة التشغيلية.

الذكاء الاصطناعي:

هو مجموعة من التقنيات الحاسوبية التي تتيح للأنظمة محاكاة بعض القدرات العقلية البشرية، مثل التعلم والتحليل والتنبؤ واتخاذ القرار.

الخدمات السحابية:

هي خدمات رقمية تقدم عبر الإنترنت، تتيح تخزين البيانات وتشغيل التطبيقات وإدارة الموارد التقنية دون الحاجة إلى بنية تحتية محلية كبيرة.

البيانات الضخمة:

هي مجموعات كبيرة ومعقدة من البيانات التي يمكن تحليلها لاستخلاص أنماط واتجاهات تساعد في دعم القرارات الإدارية والتجارية.

المنصة الرقمية:

هي بيئة إلكترونية متكاملة تتيح تقديم المنتجات أو الخدمات وإدارة التفاعل مع المستخدمين والعملاء عبر الإنترنت.

سلسلة الإمداد:

هي مجموعة الأنشطة والعمليات المرتبطة بتوفير السلع أو الخدمات ونقلها وتخزينها وتوصيلها إلى العميل النهائي.

دراسة الحالة:

هي أسلوب بحثي يركز على تحليل وحدة محددة، مثل شركة أو مؤسسة، بصورة تفصيلية من أجل فهم الظاهرة محل الدراسة في سياقها الواقعي.

المنهج الوصفي التحليلي:

هو منهج بحثي يهدف إلى وصف الظاهرة كما هي، ثم تحليلها وتفسير العلاقات بين عناصرها ومتغيراتها.

الميزة التنافسية:

هي الخصائص أو الموارد أو القدرات التي تمكن المؤسسة من التفوق على منافسيها وتحقيق أداء أفضل في السوق.

تجربة العميل:

هي مجمل الانطباعات والتفاعلات التي يمر بها العميل عند التعامل مع الشركة أو المنصة الإلكترونية، بدءًا من التصفح وحتى ما بعد الشراء.

الحوسبة السحابية: (Cloud Computing)

هي نموذج تقني يتيح الوصول إلى موارد حاسوبية وخدمات رقمية عبر الإنترنت بطريقة مرنة وقابلة للتوسع.

العائد على الاستثمار:

هو مؤشر مالي يوضح مدى كفاءة الاستثمار من خلال قياس الأرباح المتحققة مقارنة بحجم الموارد أو الأموال المستثمرة.

الخوارزميات:

هي مجموعة من التعليمات أو القواعد المنطقية التي تستخدمها الأنظمة الرقمية لمعالجة البيانات واتخاذ قرارات أو تقديم توصيات.

أمازون: (Amazon)

شركة عالمية متعددة الأنشطة تُعد من أكبر شركات التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا والخدمات السحابية في العالم، وتمثل الحالة التطبيقية للدراسة الحالية.

قائمة الجداول :

رقم الجدول	عنوانه	رقم الصفحة
جدول رقم (١-٤)	تطور مبيعات شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤	٦٧
جدول رقم (٢-٤):	تطور ربحية شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤	٧١
جدول رقم (٣-٤)	تطور المصروفات التشغيلية لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤	٧٣
جدول رقم (٤-٤)	مقارنة بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها في مؤشرات الأداء المالي	٧٥
جدول رقم (٥-٤)	ملخص نتائج الدراسة وربطها بفرضيات البحث	٧٩

قائمة الاشكال :

رقم الشكل	عنوانه	رقم الصفحة
رقم ١-١	نموذج البحث	٢٥

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1-1 مقدمة

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تطورًا متسارعًا في تقنيات المعلومات والاتصالات، الأمر الذي انعكس بصورة مباشرة على طبيعة الأعمال التجارية وأساليب الإدارة والتسويق والإنتاج والتوزيع. وقد أدى هذا التطور إلى بروز مفهوم التحول الرقمي بوصفه أحد أهم التوجهات الحديثة التي تبنتها المؤسسات في مختلف القطاعات، حيث لم يعد استخدام الأدوات الرقمية مجرد وسيلة مساندة للعمل، بل أصبح عنصرًا أساسيًا في بناء الميزة التنافسية وتحقيق النمو والاستدامة. كما أسهم هذا التحول في إعادة تشكيل بيئة الأعمال، وخلق نماذج تشغيل جديدة، ورفع مستوى الاعتماد على الأنظمة الذكية والمنصات الرقمية في مختلف الوظائف الإدارية والمالية والتشغيلية.

وقد تزامن هذا التحول مع توسع ملحوظ في تطبيقات التجارة الإلكترونية، التي أصبحت تمثل أحد أبرز صور النشاط الاقتصادي في العصر الحديث. فالتجارة الإلكترونية لم تعد مجرد قناة بديلة للبيع، بل أصبحت منظومة متكاملة تشمل إدارة الطلبات، والدفع الإلكتروني، وخدمة العملاء، وتحليل السلوك الشرائي، وسلاسل الإمداد، والتوصيل الذكي. ومع انتشار الإنترنت، وتزايد الاعتماد على الهواتف الذكية، وتحسن البنية التحتية الرقمية، توسعت الأسواق الإلكترونية بصورة غير مسبوقة، وازدادت قدرة الشركات على الوصول إلى العملاء في نطاقات جغرافية واسعة وبتكلفة أقل مقارنة بالنماذج التقليدية.

وقد كانت الفترة الممتدة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤ فترة شديدة الأهمية في هذا السياق، إذ شهدت تغيرات كبرى في سلوك المستهلكين وفي طريقة عمل الشركات، خاصة بعد جائحة كورونا التي دفعت مؤسسات كثيرة إلى تسريع تبني التحول الرقمي، والاعتماد بصورة أكبر على التجارة الإلكترونية لضمان استمرارية الأعمال. كما شهدت هذه الفترة توسعاً واضحاً في استخدام الذكاء الاصطناعي، والخدمات السحابية، والأتمتة، وتحليل البيانات الضخمة، وهي أدوات أصبحت تمثل مرتكزات أساسية في إدارة الشركات العالمية الكبرى.

وتعد شركة أمازون من أبرز النماذج العالمية التي تجسد هذا التحول بصورة واضحة، حيث جمعت بين التجارة الإلكترونية، والخدمات السحابية، والذكاء الاصطناعي، والأتمتة، وإدارة البيانات، والخدمات اللوجستية الذكية، ضمن نموذج أعمال متكامل. وقد انعكس ذلك على أدائها المالي خلال السنوات الأخيرة، سواء من حيث نمو المبيعات، أو تحسن الربحية، أو ضبط المصروفات التشغيلية، أو تنوع مصادر الدخل. ومن هنا، تمثل شركة أمازون حالة تطبيقية غنية تسمح بتحليل العلاقة بين التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية من جهة، والأداء المالي من جهة أخرى، ضمن إطار زمني حديث نسبياً يجمع بين ظروف الجائحة وما بعدها .

وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي للشركات العالمية، من خلال دراسة حالة شركة أمازون خلال الأعوام ٢٠٢٠-٢٠٢٤، وذلك بهدف فهم طبيعة هذه العلاقة، والكشف عن أبعادها، وبيان مدى مساهمة الاستثمار الرقمي في تحقيق نتائج مالية ملموسة.

2-1 مشكلة الدراسة

على الرغم من كثرة الدراسات التي تناولت موضوع التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية، فإن الملاحظ أن كثيرًا من هذه الدراسات ركز على جانب واحد من الموضوع، مثل أثر التجارة الإلكترونية على المبيعات، أو أثر التحول الرقمي على الكفاءة التشغيلية، أو دور الأنظمة الإلكترونية في تحسين جودة المعلومات المحاسبية. كما أن جزءًا من هذه الدراسات اعتمد على الاستبيانات والبيانات الميدانية الإدراكية، دون أن يربط بصورة مباشرة بين التحول الرقمي وبين المؤشرات المالية الفعلية للشركات.

ومن جهة أخرى، فإن عددًا محدودًا نسبيًا من الدراسات تناول شركات عالمية كبرى بحجم شركة أمازون، رغم أنها تمثل نموذجًا متقدمًا في الدمج بين التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية والخدمات السحابية والذكاء الاصطناعي والأتمتة. كما أن الفترة الممتدة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤ تُعد فترة استثنائية، نظرًا لما شهدته من توسع في الاعتماد على الشراء الإلكتروني، ومن تغيرات في بيئة التشغيل العالمية، ومن استثمارات متزايدة في الحلول الرقمية، الأمر الذي يجعل دراسة هذه الفترة ذات أهمية خاصة.

وتتحدد مشكلة الدراسة في الحاجة إلى تحليل علمي منظم يوضح أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤، من خلال التركيز

على مؤشرات مالية محددة تتمثل في المبيعات، والربحية، والمصروفات التشغيلية، وذلك للكشف عن طبيعة هذا الأثر، ومدى استمراريته، وحدود مساهمته في تفسير الأداء المالي للشركة.

وبناءً على ذلك، يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون

خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤؟

1-3 أسئلة الدراسة

1-3-1 السؤال الرئيس

ما أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة

٢٠٢٠-٢٠٢٤؟

1-3-2 الأسئلة الفرعية

١. إلى أي مدى أسهم التحول الرقمي في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية داخل شركة أمازون

خلال الفترة المدروسة؟

٢. ما أثر تطبيقات التجارة الإلكترونية على حجم المبيعات السنوية لشركة أمازون؟

٣. هل ساعد التحول الرقمي في تحسين ربحية الشركة خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤؟

٤. ما مدى إسهام الأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية في خفض المصروفات

التشغيلية أو تحسين إدارتها؟

٥. هل تختلف آثار التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية على الأداء المالي بين سنوات الجائحة

والسنوات اللاحقة لها؟

٦. كيف يمكن تفسير العلاقة بين توسع أمازون في الحلول الرقمية وبين تطور أدائها المالي

خلال السنوات محل الدراسة؟

1-4 أهداف الدراسة

1-4-1 الهدف الرئيس

تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة

٢٠٢٠-٢٠٢٤.

1-4-2 الأهداف الفرعية

١. توضيح المفاهيم الأساسية المرتبطة بالتحول الرقمي والتجارة الإلكترونية والأداء المالي .

٢. بيان أوجه العلاقة النظرية بين التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية من جهة،

والأداء المالي من جهة أخرى .

٣. تحليل دور التجارة الإلكترونية في دعم نمو المبيعات السنوية لشركة أمازون .

٤. تحديد أثر التحول الرقمي في تحسين الربحية ورفع كفاءة الأداء التشغيلي .

٥. دراسة دور الأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية في خفض المصروفات التشغيلية أو إعادة هيكلتها .

٦. المقارنة بين تطور الأداء المالي لأمazon خلال سنوات الجائحة وما بعدها .

٧. تقديم استنتاجات وتوصيات علمية وعملية يمكن الاستفادة منها في الدراسات المستقبلية وفي بيانات الأعمال المشابهة .

5-1 أهمية الدراسة

1-5-1 الأهمية العلمية

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من أنها تتناول موضوعًا يجمع بين ثلاثة محاور رئيسة تحظى باهتمام واسع في الأدبيات الإدارية والمالية المعاصرة، وهي التحول الرقمي، والتجارة الإلكترونية، والأداء المالي. كما تسهم الدراسة في تعزيز الفهم العلمي للعلاقة بين التغيرات الرقمية وبين النتائج المالية الفعلية للشركات، وهو مجال لا يزال بحاجة إلى المزيد من التحليل التطبيقي، خاصة في الشركات العالمية الكبرى.

وتكتسب الدراسة أهميتها أيضًا من تركيزها على شركة أمازون بوصفها نموذجًا عالميًا متقدمًا في توظيف التقنيات الرقمية، الأمر الذي يثري الأدبيات من خلال تقديم حالة تطبيقية عملية تسهم في تفسير كيف يمكن للتكنولوجيا أن تتحول إلى قيمة مالية مستدامة. كما أن تغطية الدراسة للفترة

٢٠٢٠-٢٠٢٤ تمنحها أهمية خاصة، لأنها تشمل سنوات شهدت تحولات جوهرية في أنماط الاستهلاك، وفي الاستثمار في الأدوات الرقمية، وفي آليات إدارة سلاسل الإمداد والعمليات.

2-5-1 الأهمية العملية

تتمثل الأهمية العملية للدراسة في أنها تقدم رؤية تطبيقية تساعد الشركات وصناع القرار على فهم كيفية توظيف التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية لتحسين النتائج المالية. كما يمكن أن تفيد نتائجها المؤسسات التي تسعى إلى بناء أو تطوير استراتيجيات رقمية، من خلال توضيح الأثر المتوقع لهذه الاستراتيجيات على المبيعات والربحية وكفاءة التكاليف.

كذلك، تمثل الدراسة مصدرًا مهمًا للباحثين والمهتمين بالإدارة الرقمية، لأنها تقدم نموذجًا تحليليًا لشركة عالمية رائدة، بما يسمح باستخلاص دروس عملية يمكن تطبيقها أو الاستفادة منها في قطاعات وشركات أخرى، سواء على مستوى الأسواق العالمية أو في البيئات العربية.

2-6-1 فرضيات الدراسة

1-6-1 الفرضية الرئيسية

يوجد أثر ذو دلالة للتحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤.

2-6-1 الفرضيات الفرعية

١. يوجد أثر ذو دلالة للتحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على زيادة مبيعات شركة

أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤ .

٢. يوجد أثر ذو دلالة للتحويل الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على تحسين ربحية شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤ .

٣. يوجد أثر ذو دلالة للتحويل الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على خفض المصروفات التشغيلية أو تحسين كفاءة إدارتها في شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤ .

٤. يسهم التوسع في الأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية في تعزيز الأداء المالي لشركة أمازون .

٥. يختلف أثر التحويل الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي بين مرحلة الجائحة (٢٠٢٠-٢٠٢١) والمرحلة اللاحقة لها (2022-2024)

7-1 النموذج المفاهيمي للدراسة

يقوم النموذج المفاهيمي للدراسة على وجود متغير مستقل يتمثل في التحويل الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية، ويشمل ذلك استخدام الأنظمة الرقمية، والمنصات الإلكترونية، والذكاء الاصطناعي، والأتمتة، والخدمات السحابية، وتحليل البيانات، وكل ما يرتبط بها من تحسينات تشغيلية وخدمية. أما المتغير التابع فهو الأداء المالي، ويُقاس في هذه الدراسة من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية، هي:

- المبيعات
- الربحية
- المصروفات التشغيلية

ويفترض هذا النموذج أن تطور مستوى التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية يؤدي إلى تغير في المؤشرات المالية محل الدراسة، سواء من خلال توسيع السوق وزيادة الطلب، أو من خلال تحسين الكفاءة وخفض التكاليف، أو عبر تعظيم القيمة المتولدة من الخدمات الرقمية المساندة.

8-1 النظرية العلمية المتبعة في إعداد البحث

تستند الدراسة الحالية إلى أكثر من إطار نظري يساعد في تفسير العلاقة بين التكنولوجيا والأداء المالي. ويأتي في مقدمة هذه الأطر نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) ، الذي يفترض أن تبني التكنولوجيا يتأثر بدرجة سهولة الاستخدام والمنفعة المتوقعة منها. وتفيد هذه النظرية في تفسير نجاح المنصات الرقمية حين يراها العملاء والعاملون سهلة ونافعة وفعالة في الوقت نفسه.

كما تعتمد الدراسة على نظرية الموارد (RBV) ، التي ترى أن الشركات تحقق ميزة تنافسية مستدامة عندما تمتلك موارد نادرة وقيمة ويصعب تقليدها. ويمكن النظر إلى البنية التقنية، والخوارزميات، والبيانات، والخبرة الرقمية، والخدمات السحابية في شركة أمازون بوصفها موارد استراتيجية ساعدت الشركة على تعزيز تفوقها في السوق.

وتستفيد الدراسة أيضًا من منطق القدرات الديناميكية، الذي يوضح قدرة الشركات على إعادة تشكيل مواردها وعملياتها بما يتناسب مع التغيرات السريعة في البيئة الخارجية. وهذا المنطق مناسب جدًا لدراسة حالة أمازون، لأنها لم تكتفِ بتبني التكنولوجيا، بل أعادت توظيفها وتوسيعها وتحويلها إلى جزء من نموذج أعمالها المالي والتشغيلي.

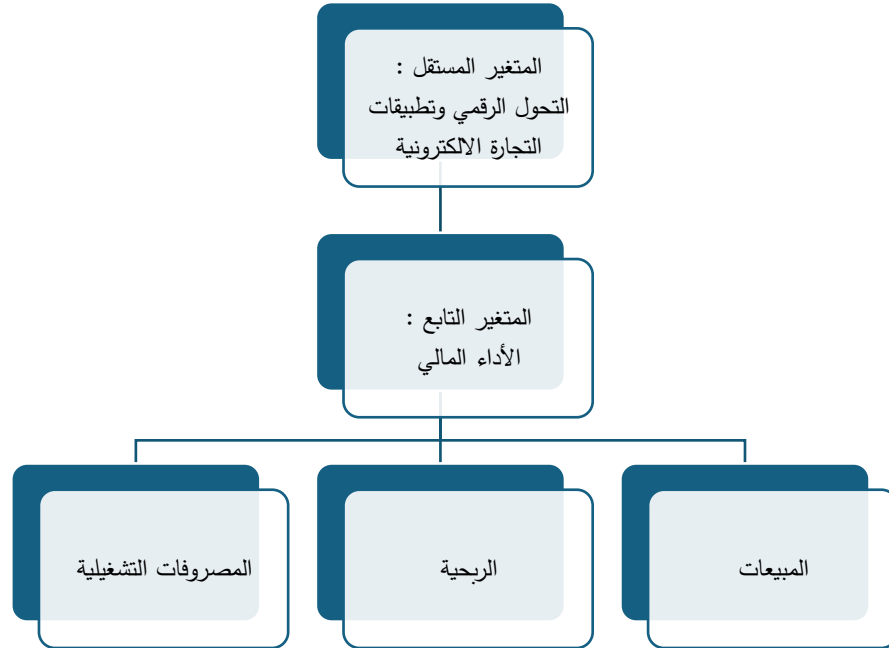
9-1 منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، لكونه المنهج الأنسب لوصف الظاهرة محل الدراسة وتحليل مكوناتها وتفسير العلاقة بين متغيراتها. كما تستفيد الدراسة من أسلوب دراسة الحالة من خلال التركيز على شركة أمازون بوصفها وحدة التحليل الرئيسية.

وتقوم الدراسة على تحليل البيانات الثانوية المستمدة من التقارير المالية السنوية، وتقارير المستثمرين، والبيانات الإحصائية، والدراسات السابقة، والتقارير المؤسسية ذات الصلة. ويتم توظيف هذه البيانات في تفسير العلاقة بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية من جهة، وبين الأداء المالي من جهة أخرى، مع التركيز على الفترة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤.

وفي الإطار المنهجي للدراسة، يتمثل المتغير المستقل في التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية، ويشمل مختلف صور التوظيف الرقمي داخل الشركة، مثل الأتمتة، والذكاء الاصطناعي، والخدمات السحابية، وتحليل البيانات، وتطوير المنصة الإلكترونية. أما المتغير التابع فيتمثل في الأداء المالي، ويقاس في هذه الدراسة من خلال المبيعات، والربحية، والمصروفات التشغيلية.

ومن ثم، فإن الدراسة لا تكتفي بوصف التطورات الرقمية داخل شركة أمازون، بل تسعى إلى تحليل مدى انعكاس هذه التطورات على المؤشرات المالية الرئيسية، وبيان طبيعة الأثر واتجاهه خلال الفترة الزمنية المدروسة.



شكل رقم ١-١ : نموذج البحث

1-10 مجتمع الدراسة ووحدة التحليل

يتمثل مجتمع الدراسة في الشركات العالمية التي تبنت التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية ضمن نماذج أعمالها، وأصبحت تعتمد على التكنولوجيا بوصفها عنصرًا محوريًا في النمو والتنافسية. أما وحدة التحليل في هذه الدراسة فهي شركة أمازون، باعتبارها من أكثر الشركات العالمية ملائمة لدراسة هذا الموضوع.

وقد تم اختيار أمازون لعدة اعتبارات، منها اتساع نشاطها الإلكتروني، وتنوع مصادر إيراداتها، واعتمادها الكبير على الحلول الرقمية المتقدمة، وتوافر بياناتها المالية بصورة منتظمة، إلى جانب كونها تمثل حالة تطبيقية ثرية يمكن من خلالها فهم الأثر العملي للتحول الرقمي في الأداء المالي.

11-1 حدود الدراسة

أولاً: الحدود الموضوعية

تقتصر الدراسة على تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي، دون التوسع في متغيرات أخرى مثل الثقافة التنظيمية أو القيادة أو الموارد البشرية، إلا بالقدر الذي يخدم تفسير الموضوع.

ثانياً: الحدود الزمنية

تغطي الدراسة الفترة الممتدة من عام ٢٠٢٠ حتى عام ٢٠٢٤، وهي فترة مهمة لقياس أثر التحولات الرقمية في ظل الجائحة وما بعدها.

ثالثاً: الحدود المكانية

تتركز الدراسة على شركة أمازون بوصفها شركة عالمية، مع تحليل نتائجها وأدائها المالي المنشور عالمياً.

رابعاً: الحدود البشرية

لا تعتمد الدراسة على عينة بشرية ميدانية بوصفها مصدرًا أساسًا للنتائج، بل تعتمد على البيانات المالية والوثائق والتقارير المنشورة المتعلقة بالشركة محل الدراسة.

12-1 مصطلحات الدراسة

يقصد بالتحول الرقمي في هذه الدراسة عملية التوظيف المنهجي للتقنيات الرقمية في تطوير العمليات والأنشطة والنماذج التشغيلية بهدف تحسين الكفاءة وتعظيم القيمة. ويقصد بتطبيقات التجارة الإلكترونية جميع الآليات والمنصات والنظم الرقمية التي تمكّن من بيع السلع والخدمات وإدارة التفاعل مع العملاء عبر الإنترنت. أما الأداء المالي، فيقصد به مستوى النتائج المالية التي تحققها الشركة، ويُقاس في هذه الدراسة بالمبيعات، والربحية، والمصروفات التشغيلية.

13-1 خاتمة الفصل

عرض هذا الفصل الإطار العام للدراسة من خلال بيان الخلفية الموضوعية للتحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في البيئة الاقتصادية الحديثة، وصياغة مشكلة الدراسة وسؤالها الرئيس وأسئلتها الفرعية، وتحديد أهداف الدراسة وأهميتها، وعرض فرضياتها الرئيسة والفرعية، إضافة إلى توضيح النموذج المفاهيمي والنظرية العلمية المعتمدة والمنهجية العامة وحدود الدراسة ومصطلحاتها. ويُعد هذا الفصل مدخلاً تأسيسياً للفصول التالية، إذ يمهد علمياً ومنهجياً للانتقال إلى الفصل الثاني، الذي يتناول الإطار النظري والدراسات السابقة بصورة أكثر تفصيلاً وعمقاً، بما يدعم بناء الدراسة وتحليل نتائجها لاحقاً.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الإطار النظري والدراسات السابقة

مقدمة الفصل

يتناول هذا الفصل الأساس النظري والعلمي الذي تستند إليه الدراسة الحالية، وذلك من خلال عرض الإطار النظري لمتغيرات الدراسة الرئيسية، والمتمثلة في التحول الرقمي، وتطبيقات التجارة الإلكترونية، والأداء المالي، ثم مناقشة العلاقات المتبادلة بينها في ضوء الأدبيات الحديثة. كما يتضمن الفصل عرضاً منظماً للدراسات السابقة ذات الصلة، سواء العربية والإقليمية أو الأجنبية والعالمية، إلى جانب التقارير المؤسسية المرجعية التي تدعم تحليل حالة شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤. ويهدف هذا الفصل إلى بناء أرضية علمية متماسكة تساعد في تفسير نتائج الدراسة، وتوضيح الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها.

أولاً: الإطار النظري

١. مفهوم التحول الرقمي

أصبح التحول الرقمي في السنوات الأخيرة من أكثر المفاهيم تداولاً في أدبيات الإدارة والأعمال، نظراً لما أحدثته من تغيرات جوهرية في بنية المؤسسات وأساليب عملها ونماذجها التشغيلية. ويشير التحول الرقمي إلى عملية توظيف التقنيات الرقمية الحديثة في مختلف الوظائف والأنشطة التنظيمية من أجل تحسين الكفاءة، ورفع جودة الأداء، وتعزيز القيمة المقدمة للعملاء. ولا يقتصر التحول الرقمي على مجرد إدخال التكنولوجيا في بعض العمليات، بل يمثل تحولاً استراتيجياً شاملاً يعيد تشكيل طريقة التفكير المؤسسي، وآليات اتخاذ القرار، وأساليب تقديم الخدمات والمنتجات.

ومن الناحية التطبيقية، يتضمن التحول الرقمي إعادة تصميم العمليات الداخلية، وتحديث البنية التحتية التقنية، وتطوير نظم المعلومات، وربط البيانات والقرارات التشغيلية والإدارية في منظومة متكاملة. كما يرتبط التحول الرقمي ارتباطاً وثيقاً بقدرة المؤسسة على التكيف مع البيئة التنافسية والتغيرات السريعة في السوق، الأمر الذي يجعله عاملاً حاسماً في دعم الاستدامة والنمو طويل الأجل.

٢. أبعاد التحول الرقمي في الشركات

يمكن النظر إلى التحول الرقمي بوصفه عملية متعددة الأبعاد تشمل البعد التقني، والبعد الإداري، والبعد الثقافي، والبعد الاستراتيجي. فالجانب التقني يتجسد في استخدام أدوات مثل الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، والبيانات الضخمة، والروبوتات، والأتمتة الذكية. أما الجانب الإداري فيرتبط بإعادة هندسة العمليات وتبسيط الإجراءات وتحسين التنسيق بين الإدارات. ويتمثل البعد الثقافي في نشر ثقافة الابتكار والتعلم والتكيف داخل المؤسسة، في حين يتعلق البعد الاستراتيجي بتبني رؤية واضحة تجعل التحول الرقمي جزءاً من التوجه طويل المدى للشركة. وتزداد أهمية هذه الأبعاد حين تكون الشركة ذات انتشار عالمي مثل أمازون، إذ لا يكون التحول الرقمي مجرد تحسين داخلي، بل أداة لبناء ميزة تنافسية واسعة النطاق تقوم على السرعة، والدقة، والمرونة، والقدرة على التوسع.

٣. أدوات وتقنيات التحول الرقمي

يرتكز التحول الرقمي على مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تشكل بنيته التطبيقية. ومن أبرز هذه الأدوات الحوسبة السحابية التي تتيح مرونة أكبر في تخزين البيانات وتشغيل التطبيقات وتقليل تكاليف البنية التحتية. كما يمثل الذكاء الاصطناعي عنصراً أساسياً في تحليل البيانات، ودعم القرارات، وتخصيص تجربة العميل، وتحسين إدارة الطلبات والمخزون. كذلك تؤدي البيانات الضخمة دوراً مهماً في قراءة سلوك المستهلكين، وتحديد الأنماط الشرائية، والتنبؤ بالطلب المستقبلي، وهو ما يساعد الشركات على إدارة مواردها بكفاءة أعلى.

وتبرز الأتمتة بوصفها أداة عملية لخفض التكاليف التشغيلية، وتقليل الاعتماد على الإجراءات اليدوية، ورفع سرعة الإنجاز ودقته. أما إنترنت الأشياء، فيسهم في ربط الأجهزة والعمليات والأنظمة في سلسلة تشغيلية أكثر تكاملاً. وقد برزت أهمية هذه التقنيات في شركات التجارة الإلكترونية الكبرى، لا سيما في إدارة المستودعات، وتتبع الشحنات، وخدمة العملاء، والبيع المخصص.

٤. مفهوم التجارة الإلكترونية

تمثل التجارة الإلكترونية أحد أهم المظاهر التطبيقية للتحول الرقمي في عالم الأعمال، إذ تشير إلى جميع عمليات البيع والشراء وتبادل المعلومات والخدمات عبر الوسائط الرقمية، وعلى رأسها الإنترنت. وقد تطورت التجارة الإلكترونية من مجرد قنوات بيع بديلة إلى منظومات متكاملة تشمل العرض والتسويق والدفع والتوصيل وخدمة ما بعد البيع.

ولا تتبع أهمية التجارة الإلكترونية من كونها وسيلة تقنية فحسب، بل من كونها نموذجًا اقتصاديًا وإداريًا مختلفًا يسمح للشركات بالوصول إلى العملاء في نطاق جغرافي واسع، وبتكلفة أقل نسبيًا، وبمرونة زمنية عالية. كما تمنح المستهلكين حرية أكبر في المقارنة والاختيار واتخاذ القرار الشرائي، مما يجعلها أكثر قدرة على إعادة تشكيل سلوك السوق.

٥. أنواع التجارة الإلكترونية

تأخذ التجارة الإلكترونية أنماطًا متعددة بحسب طبيعة العلاقة بين أطراف العملية التجارية. فهناك التجارة بين الشركات (B2B) التي تتم بين المؤسسات، والتجارة بين الشركة والمستهلك (B2C) التي تعد الأكثر انتشارًا في منصات التجزئة الإلكترونية، والتجارة بين المستهلكين (C2C) التي تقوم على التبادل بين الأفراد عبر المنصات الرقمية. كما توجد أنماط أخرى مثل التجارة بين المستهلك والحكومة أو بين الشركة والحكومة، إلا أن النمط الأكثر ارتباطًا بهذه الدراسة هو نمط B2C ، لكون شركة أمازون تمثل نموذجًا عالميًا بارزًا في هذا النوع من التجارة.

٦. الأهمية الاستراتيجية للتجارة الإلكترونية

تكتسب التجارة الإلكترونية أهميتها من قدرتها على دعم النمو، وزيادة حجم المبيعات، وتوسيع قاعدة العملاء، وتحسين جودة الخدمة، وتقليل التكاليف المرتبطة بالتشغيل التقليدي. فمن خلال المنصات الرقمية، تستطيع الشركات عرض عدد هائل من المنتجات، وتحليل سلوك العملاء، وتطوير عروض مخصصة، وقياس الأداء بصورة لحظية تقريبًا.

كما أن التجارة الإلكترونية تساعد الشركات على تحسين سرعة الاستجابة للطلب، وتقصير المسافة بين الشركة والعميل، وإعادة تصميم العلاقة التسويقية على أساس التفاعل المستمر لا المعاملة المنفصلة فقط. وفي هذا السياق، أصبحت التجارة الإلكترونية مصدرًا رئيسيًا للإيرادات في عدد كبير من الشركات العالمية، وأحد محركات التحول في سلاسل القيمة الحديثة.

٧- مفهوم الأداء المالي

الأداء المالي هو المحصلة التي تعكس قدرة المؤسسة على استخدام مواردها بكفاءة لتحقيق أهدافها المالية والتشغيلية. ويظهر الأداء المالي في مجموعة من المؤشرات التي توضح قوة الشركة أو ضعفها، وقدرتها على توليد الإيرادات، وتحقيق الأرباح، وضبط التكاليف، وتعظيم العائد من الأنشطة المختلفة.

ولا يقتصر مفهوم الأداء المالي على الربح الصافي فقط، بل يتسع ليشمل المبيعات، وهوامش الربح، والمصروفات التشغيلية، والعائد على الأصول، والعائد على الاستثمار، والسيولة، وغيرها من المؤشرات التي تساعد في الحكم على متانة المركز المالي للشركة. وفي الدراسة الحالية، يتركز الاهتمام على ثلاثة مؤشرات محورية هي: المبيعات، والربحية، والمصروفات التشغيلية، لكونها الأكثر ارتباطاً بطبيعة التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في حالة أمازون.

٨- مؤشرات الأداء المالي في الدراسة الحالية

تعتمد الدراسة الحالية على ثلاثة مؤشرات رئيسية في تقييم الأداء المالي. أولها حجم المبيعات، وهو مؤشر يعكس قدرة الشركة على الوصول إلى السوق وتحويل الطلب إلى إيراد فعلي. وثانيها الربحية،

التي تبين مدى نجاح الشركة في تحويل الإيرادات إلى نتائج مالية موجبة بعد خصم التكاليف. أما المؤشر الثالث فهو المصروفات التشغيلية، وهو مؤشر بالغ الأهمية لأنه يظهر مدى كفاءة الشركة في إدارة عملياتها، ومدى قدرتها على تقليل الهدر وتحسين الإنتاجية.

ويُعد اختيار هذه المؤشرات مناسبًا جدًا لحالة أمازون، لأن نموذج أعمال الشركة يقوم على حجم بيع ضخم، وبنية تشغيلية معقدة، واستثمارات رقمية هائلة، ما يجعل العلاقة بين الإيرادات والربحية والتكاليف أكثر وضوحًا وأهمية في التحليل.

٩- العلاقة بين التحول الرقمي والأداء المالي

تشير الأدبيات الحديثة إلى أن التحول الرقمي لا يؤثر في الأداء المالي عبر قناة واحدة، بل عبر عدة قنوات مترابطة. فهو أولاً يرفع الكفاءة التشغيلية من خلال الأتمتة وتحسين تدفق المعلومات. وثانيًا، يساعد في تحسين دقة القرارات الإدارية والمالية عبر البيانات والتحليلات. وثالثًا، يرفع جودة الخدمة وتجربة العميل، ما ينعكس على المبيعات والاحتفاظ بالعملاء. ورابعًا، يخلق فرصًا جديدة للإيرادات من خلال نماذج أعمال مبتكرة وخدمات رقمية إضافية.

وبالتالي فإن التحول الرقمي قد يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحسين الربحية وخفض التكاليف في آن واحد، غير أن حجم هذا التأثير يتوقف على جودة التطبيق، ومستوى نضج البنية التقنية، وقدرة الإدارة على دمج التكنولوجيا ضمن الاستراتيجية المؤسسية العامة.

العلاقة بين التجارة الإلكترونية والأداء المالي

تؤثر التجارة الإلكترونية في الأداء المالي للشركات من خلال توسيع الوصول إلى الأسواق، وتحسين سرعة دوران الطلبات، وتقليل التكاليف المرتبطة بالبيع التقليدي، ورفع كفاءة التسويق الموجه، وتطوير أدوات استهداف العملاء. كما تساعد التجارة الإلكترونية على تحسين مرونة العرض والاستجابة للتغيرات في الطلب، وهو ما ينعكس على المبيعات والإيرادات.

ومن جانب آخر، فإن التجارة الإلكترونية قد ترفع بعض التكاليف في المراحل الأولى، مثل تكاليف التكنولوجيا واللوجستيات وخدمة العملاء والأمن السيبراني، غير أن هذه التكاليف تتحول في الأجل المتوسط إلى استثمار مولد للقيمة إذا أُديرت بكفاءة. وهذا ما يفسر نجاح بعض الشركات الكبرى في تحويل المنصات الرقمية إلى محركات رئيسة للنمو المالي.

التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في شركة أمازون

تعد أمازون نموذجًا تطبيقيًا متميزًا للجمع بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في إطار واحد. فقد بنت الشركة ميزتها التنافسية على منصة رقمية واسعة، وربطت بين بيانات العملاء، وأنظمة التسعير، وخوارزميات التوصية، وسلسلة الإمداد، والمستودعات الذكية، والخدمات السحابية، في منظومة متكاملة تعزز القيمة الاقتصادية.

ويظهر أثر التحول الرقمي في أمازون في قدرتها على تحسين تجربة العميل، وتخصيص العروض، وتسريع عمليات التنفيذ والتوصيل، وتقليل الفاقد التشغيلي. كما يظهر أثر التجارة الإلكترونية في اتساع قاعدة العملاء، واستمرار التدفق البيعي، والاعتماد القوي على المنصة الإلكترونية بوصفها

القناة الأساسية للأعمال. ولذلك تمثل أمازون حالة مناسبة جدًا لدراسة العلاقة بين الرقمنة والأداء المالي في شركة عالمية.

النظريات المفسرة للدراسة

يمكن دعم الدراسة الحالية بعدة أطر نظرية. أولها نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) الذي يفسر تبني التكنولوجيا بناءً على مدى سهولة استخدامها والفائدة المتوقعة منها، وهو مهم في فهم قبول العملاء والموظفين للأنظمة الرقمية. وثانيها نظرية الموارد (RBV) التي ترى أن الشركات تحقق ميزة تنافسية عندما تمتلك موارد نادرة وقيمة ويصعب تقليدها، مثل البنية الرقمية المتقدمة والبيانات والخوارزميات والخدمات السحابية.

كما تغيد نظرية القدرات الديناميكية في تفسير قدرة الشركات على إعادة تشكيل مواردها واستراتيجياتها في بيئة متغيرة، وهو ما ينطبق على شركات التقنية والتجارة الإلكترونية. ويمكن كذلك الاستفادة من منطق تكلفة المعاملات، الذي يبين كيف تسهم الأنظمة الرقمية في خفض التكاليف المرتبطة بالبحث والتفاوض والتنفيذ والمراقبة، الأمر الذي ينعكس ماليًا على الشركة.

الإطار المفاهيمي للدراسة

في ضوء ما سبق، تقوم الدراسة الحالية على افتراض أن التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية يمثلان متغيرين مستقلين أو متداخلين يؤثران في الأداء المالي لشركة أمازون، والذي يقاس بالمبيعات والربحية والمصروفات التشغيلية. فكلما ارتفع مستوى الاستثمار في الأدوات الرقمية،

وتحسن توظيف المنصة الإلكترونية والخدمات الذكية، زادت فرص تحسن المبيعات والربحية، وارتفعت كفاءة ضبط التكاليف التشغيلية.

تقوية الإطار النظري

ولتعزيز الإطار النظري، يمكن التأكيد على أن العلاقة بين التكنولوجيا والأداء المالي ليست علاقة آلية مباشرة دائماً، بل علاقة مشروطة بجودة التنفيذ، وملاءمة الاستراتيجية، ودرجة نضج السوق، وكفاءة الإدارة، ومستوى التكامل بين الأنظمة. ولذلك فإن تحليل حالة أمازون لا ينبغي أن يفهم بوصفه مجرد مثال على النجاح الرقمي، بل كنموذج يبين أن التحول الرقمي حين يتكامل مع اللوجستيات، والتحليلات، وخدمة العملاء، والتوسع السحابي، يمكن أن يتحول إلى محرك مالي فعلي ومستدام.

ثانيًا: الدراسات السابقة

مقدمة الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة موضوع التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية من زوايا متعددة، فبعضها ركز على تأثير التجارة الإلكترونية في الربحية والمبيعات، وبعضها تناول أثر التحول الرقمي في خفض التكاليف وتحسين الكفاءة التشغيلية، بينما اهتمت دراسات أخرى بتحليل أدوار الأتمتة والذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية في دعم الأداء المالي. ولأغراض التنظيم والتحليل، سيتم عرض الدراسات السابقة ضمن ثلاثة مسارات: الدراسات العربية والإقليمية، والدراسات الأجنبية والعالمية، والتقارير المؤسسية المرجعية.

أ. الدراسات العربية والإقليمية

١. دراسة عمران وآخرون (2021)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر استخدام التجارة الإلكترونية في تحسين العائد على الاستثمار في الشركات. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبيان وُجّه إلى عينة مكوّنة من ٦٧ شركة مساهمة عامة في سوق عمّان المالي. وأظهرت النتائج وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام التجارة الإلكترونية والعائد على الاستثمار، كما بينت أن التطبيقات الإلكترونية أسهمت في رفع الكفاءة التشغيلية وتقليل الوقت المستغرق في المعاملات، بالإضافة إلى تحسن مستوى رضا العملاء وانعكاس ذلك على الإيرادات.

وتتمكن قوة هذه الدراسة في أنها جمعت بين البعد التقني والبعد المالي، وربطت بين استخدام التجارة الإلكترونية ومؤشر مالي مباشر هو العائد على الاستثمار. أما صلتها بالدراسة الحالية فتظهر في دعمها لفرضية أن التجارة الإلكترونية تساهم في تعزيز ربحية الشركات، وهو ما يتناسب مع موضوع أمازون.

٢. دراسة دلابيح(2019)

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية على تحسين التجارة الإلكترونية في الشركات الصناعية الأردنية. واستخدمت المنهج الوصفي، مع تحليل العلاقات بين المتغيرات باستخدام برنامج SPSS ، ولم يرد في الملخص المتاح حجم العينة. وتوصلت الدراسة إلى أن تطوير نظم المعلومات يزيد من موثوقية البيانات المالية، ويرفع دقة تقارير الأداء المالي، كما يرتبط إيجابياً بانخفاض الأخطاء التشغيلية.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تُظهر أن نجاح التجارة الإلكترونية لا ينفصل عن جودة النظام المعلوماتي والمحاسبي الذي يدعمها. وهو جانب مهم للغاية في حالة أمازون، لأن البنية الرقمية القوية لا تؤثر فقط في تجربة العميل، بل في دقة البيانات والقرارات المالية أيضاً.

٣. دراسة أولو-إغبونيوي ونمريش(2018)

حللت هذه الدراسة دور التجارة الإلكترونية في تحسين جودة نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الليبية. ولم يرد في الملخص المتاح حجم العينة أو عدد المشاركين، لكن النتائج الرئيسية أوضحت

ارتفاع جودة البيانات المالية بسبب التحول الرقمي، وتسريع معالجة البيانات وتقليل الأخطاء التشغيلية.

وتفيد هذه الدراسة في إبراز البعد المعلوماتي للتحول الرقمي، إذ إن جودة القرارات المالية ترتبط أساسًا بجودة البيانات المتاحة. كما تدعم فرضية الدراسة الحالية في أن التحول الرقمي لا يحسن الكفاءة التشغيلية فحسب، بل يحسن بيئة القرار المالي نفسها.

٤. دراسة (Omari 2019)

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي على أعمال الشركات في لبنان. واعتمدت على دراسة ميدانية وتحليل بيانات مالية واقعية لعدد من الشركات، غير أن الملخص المتاح لا يحدد حجم العينة. وقد توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يمثل محركًا أساسيًا لزيادة المبيعات، وأن الشركات التي اعتمدت الذكاء الاصطناعي حققت أرباحًا أعلى بنسبة ١٧٪ مقارنة بالشركات التقليدية، كما انخفضت التكاليف الإدارية بنسبة تراوحت بين ١١٪ و ٢٨٪ بعد تطبيق التجارة الإلكترونية.

وتُعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة لأنها تربط مباشرة بين التقنيات الرقمية ونتائج مالية ملموسة. كما أنها تعزز الفروض المتعلقة بخفض التكاليف وتحسين الأرباح، وهو ما يجعلها ذات صلة وثيقة بالدراسة الحالية.

٥. دراسة الزهراني (2018)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر تبني التجارة الإلكترونية على استراتيجية المنشآت الصغيرة والمتوسطة في السعودية. ولم يرد في الملخص المتاح حجم العينة، إلا أن النتائج أوضحت تحسناً ملحوظاً في عمليات التسويق وتوسعة الأسواق، وزيادة عدد العملاء بنسبة ٣٥٪ بعد اعتماد الأنظمة الإلكترونية، إلى جانب وجود علاقة إيجابية بين التجارة الإلكترونية وارتفاع الأداء المالي. وتكمن قيمة هذه الدراسة في أنها تُظهر أن أثر التجارة الإلكترونية لا يقتصر على الشركات العملاقة، بل يمتد كذلك إلى المنشآت الصغيرة والمتوسطة. ورغم اختلاف الحجم عن أمازون، فإنها تدعم الفكرة العامة القائلة إن التجارة الإلكترونية قادرة على تعزيز النتائج المالية في بيئات متنوعة.

٦. دراسة الخطيب (2020)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي على أداء الشركات اللوجستية في الشرق الأوسط. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبيانات شملت ١٥٠ شركة. وتوصلت إلى أن التحول الرقمي ساهم في خفض التكاليف التشغيلية بنسبة ١٨٪، وزيادة سرعة إنجاز الطلبات بنسبة ٣٤٪، كما ارتبط اعتماد التجارة الإلكترونية بارتفاع رضا العملاء.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تركز على القطاع اللوجستي، وهو قطاع يرتبط مباشرة بنموذج عمل أمازون، خاصة في الشحن والتخزين وسرعة التنفيذ. ولذلك فهي تمثل سنداً قوياً لفهم الأثر التشغيلي للتحول الرقمي في حالة الدراسة.

٧. دراسة الغامدي (2021)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر الأتمتة على كفاءة العمليات في الشركات الكبرى بالسعودية. واعتمدت على تحليل بيانات ومقابلات مع مديري التشغيل، ولم يرد في الملخص المتاح عدد المشاركين. وأظهرت النتائج انخفاض النفقات التشغيلية بنسبة تراوحت بين ١٢٪ و ٢٥٪، وارتفاع الإنتاجية بنسبة تصل إلى ٤٠٪، وتعزيز الربحية المباشرة بفضل الأتمتة. وتكمن أهمية هذه الدراسة في تركيزها على الأتمتة كأداة عملية لخفض التكاليف وتحسين الإنتاجية، وهو ما يتوافق بوضوح مع استثمارات أمازون في الروبوتات والمستودعات الذكية.

٨. دراسة أبو مصطفى (2022)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العوامل المؤثرة في نجاح المتاجر الإلكترونية في الوطن العربي. ولم يرد في الملخص المتاح حجم العينة، لكن النتائج الأساسية أوضحت أن سرعة الموقع وطرق الدفع تحدد ٣٦٪ من قرار الشراء، وأن التجارة الإلكترونية توسع نطاق العملاء بصورة كبيرة، كما أن جودة الخدمات الإلكترونية ترتبط مباشرة بالأداء المالي.

وتفيد هذه الدراسة في إبراز البعد السلوكي والتقني في نجاح التجارة الإلكترونية، حيث إن الأداء المالي لا يتحدد فقط بما تتفقه الشركة على التقنية، بل أيضًا بمدى فاعلية تجربة المستخدم التي تقدمها المنصة.

ب. الدراسات الأجنبية والعالمية

٩. دراسة (Kumar & Peterson 2022)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تسارع التجارة الإلكترونية بعد جائحة كورونا وأثره المالي على الشركات العالمية. واعتمد الباحثان على تحليل بيانات مالية لـ ١٠٠ شركة عالمية خلال الفترة ٢٠١٩-٢٠٢٢. وأظهرت النتائج ارتفاع المبيعات عبر الإنترنت بنسبة ٤٦٪ خلال الجائحة، وأن الشركات التي سرعت التحول الرقمي حققت أرباحاً أعلى بنسبة ٢٣٪، كما انخفض متوسط التكاليف التشغيلية بنسبة ١٤٪ بفضل الأتمتة.

وتُعد هذه الدراسة ذات قيمة عالية لأنها تعتمد على بيانات مالية فعلية لعينة كبيرة نسبياً، كما أنها تغطي فترة زمنية شديدة الصلة بموضوع الدراسة الحالية، وهي الفترة التي شهدت صعوداً قوياً لأداء أمازون.

١٠. دراسة (Barnes & Hunt (2023

تناولت هذه الدراسة أثر التحول الرقمي في ربحية شركات التجارة الإلكترونية العالمية. ولم يرد في الملخص المتاح حجم العينة أو نوع الأداة المستخدمة، إلا أن النتائج أوضحت أن التحول الرقمي هو العامل الأكبر المؤثر في ربحية الشركات العملاقة، وأن الاعتماد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي رفع الأرباح بنسبة ١٩٪.

وتتميز هذه الدراسة بتركيزها المباشر على الربحية بوصفها مخرجاً مالياً أساسياً، كما أنها تربط بين الذكاء الاصطناعي والنتائج المالية بصورة واضحة، وهو جانب حاسم في تحليل أمازون.

١١. دراسة (University of Texas (2022

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في عمليات التجارة الإلكترونية من خلال دراسة حالة شركة أمازون. ولم يرد في الملخص المتاح حجم عينة، لأنها تبدو أقرب إلى دراسة حالة تحليلية. وقد أظهرت النتائج أن أنظمة الذكاء الاصطناعي وفرت نحو ٥ مليارات دولار سنوياً، وأن تقليل زمن الشحن خفض إلغاء الطلبات بنسبة ١٤.٠%.

وتعد هذه الدراسة من أكثر الدراسات التصاقاً بموضوع البحث الحالي، لأنها لا تدرس شركة عامة فحسب، بل تركز تحديداً على أمازون، وترتبط بين الاستثمار في الذكاء الاصطناعي والنتائج المالية والتشغيلية.

ج. التقارير المؤسسية والدراسات المرجعية المساندة

١٢. تقرير (Amazon Financial Analysis (2020–2024)

يتمثل هذا المصدر في التقارير المالية الرسمية لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠–٢٠٢٤، وهو ليس دراسة ميدانية بالمعنى التقليدي، بل مصدر بيانات أساسي للدراسة الحالية. وتشير المؤشرات الواردة فيه إلى نمو المبيعات بنسبة ٣٨% في عام ٢٠٢٠، وارتفاع صافي الربح إلى ٢٧.٥ مليار دولار، ثم استمرار النمو في ٢٠٢١ بنسبة ٢٢%، مع توسع خدمات AWS بنسبة ٣٠%. وفي عام ٢٠٢٢ تباطأ النمو إلى ٩% بسبب التضخم، قبل أن تعود الشركة إلى النمو خلال ٢٠٢٣–٢٠٢٤ بنسبة تراوحت بين ١٢% و ١٤%، مع انخفاض المصروفات التشغيلية بفضل الأتمتة وارتفاع الطلبات الإلكترونية بنسبة ٢١.٠%.

وتتبع أهمية هذا المصدر من كونه يقدم بيانات مباشرة تعكس حالة الشركة المدروسة، مما يجعله ركيزة مركزية في التحليل المالي، وليس مجرد مرجع نظري مساعد.

١٣. دراسة (Deloitte 2023)

أظهرت هذه الدراسة أن ٧٤٪ من الشركات ربطت بين التحول الرقمي وتحسن الأداء المالي، وأن ٦٦٪ منها خفضت النفقات التشغيلية بعد التحول الرقمي، بينما ارتفعت أرباح ٤٩٪ من الشركات في أول عام من التطبيق. ولم يرد في الملخص المتاح حجم العينة.

وتفيد هذه الدراسة في تدعيم الاتجاه العام الذي يربط بين التحول الرقمي والنتائج المالية، كما تمنح الدراسة الحالية بعدًا مقارنًا عالميًا يفسر نجاح أمازون في سياق أوسع من مجرد حالة فردية.

١٤. دراسة (McKinsey 2022)

أشارت هذه الدراسة إلى ارتفاع التجارة الإلكترونية عالميًا بنسبة ٣٥٪، وزيادة أرباح الشركات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي بنسبة ٢٢٪، وتقليل وقت تنفيذ الطلب بنسبة ٦٠٪. ولم يرد في الملخص المتاح حجم العينة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها توضح التأثير المزدوج للتقنية: فهي من ناحية تزيد الأرباح، ومن ناحية أخرى ترفع كفاءة التنفيذ، وهو ما ينعكس إيجابًا على الأداء المالي والتشغيلي معًا.

١٥. دراسة (Harvard Business Review 2024)

ركزت هذه الدراسة على كيفية تشكّل الكفاءة المالية في الشركات التقنية الكبرى عبر الأتمتة. وأظهرت النتائج أن أمازون كانت الأكثر استفادة من الأتمتة مقارنة بجوجل ومايكروسوفت، مع انخفاض تكاليف العمليات اللوجستية وتحسن الربحية بفضل الذكاء الاصطناعي والتخزين الذكي. وتكتسب هذه الدراسة أهميتها من طابعها المقارن، إذ لا تعرض نجاح أمازون في فراغ، بل في سياق مقارنة بشركات تقنية كبرى، ما يقوي الحجة العلمية بشأن تميز نموذج أمازون.

١٦. تقرير (Statista 2023)

أوضح هذا التقرير أن مبيعات أمازون تجاوزت ٥٧٥ مليار دولار، وأن ٨٥٪ من إيرادات الشركة تأتي من التجارة الإلكترونية، بينما شكلت خدمات AWS ما يقارب ١٧٪ من أرباح الشركة. وهو تقرير إحصائي مهم لأنه يضع حالة أمازون في صورة رقمية واضحة. وتكمن أهميته في دعم التحليل الكمي للدراسة، وإبراز الوزن النسبي للتجارة الإلكترونية في بنية إيرادات الشركة وربحياتها.

١٧. تقرير (Forbes 2024)

تناول هذا التقرير عوامل ربحية أمازون بعد التوسع الرقمي، وأظهر أن التوسع في الخدمات السحابية رفع الربحية، كما أدى انخفاض تكاليف الشحن الناتج عن الأتمتة إلى تحسين النتائج المالية. وتفيد هذه النتائج في إبراز أن التحول الرقمي في أمازون لا يقتصر على منصة التجارة الإلكترونية وحدها، بل يمتد إلى الخدمات السحابية والكفاءة اللوجستية، وهو ما يوسع تفسير الأداء المالي للشركة.

ثالثاً: التحليل النقدي للدراسات السابقة

تكشف مراجعة الدراسات السابقة عن وجود اتجاه عام واضح يؤكد العلاقة الإيجابية بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية من جهة، وتحسن الأداء المالي من جهة أخرى. فغالبيتها الدراسات تشير إلى أن الرقمنة تسهم في رفع الكفاءة التشغيلية، وخفض الأخطاء، وتقليص الوقت، وتحسين تجربة العميل، وزيادة الإيرادات أو الأرباح. كما أن عدداً من الدراسات أوضح أثراً مباشراً للأتمتة والذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية في خفض المصروفات وتحسين الربحية.

إلا أن التحليل النقدي لهذه الدراسات يبين أيضاً بعض أوجه القصور. فبعض الدراسات العربية اعتمد على استبانات دون تحليل مالي فعلي، وبعضها لم يوضح حجم العينة أو طبيعة المجتمع المدروس بصورة كافية، مما يحد من قوة التعميم. كما أن عدداً من الدراسات ركز على متغير واحد فقط من متغيرات الأداء المالي، مثل الربحية أو المبيعات، دون معالجة العلاقة المتكاملة بين المبيعات والربحية والمصروفات التشغيلية. إضافة إلى ذلك، فإن عدداً محدوداً فقط من الدراسات تناول شركات عالمية بحجم وتعقيد شركة أمازون، أو غطى الفترة الممتدة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤ بوصفها فترة تجمع بين ظروف الجائحة وما بعدها.

رابعاً: الفجوة البحثية

من خلال مراجعة الأدبيات السابقة، يمكن تحديد الفجوة البحثية في عدة نقاط. أولاً، ندرة الدراسات التي تناولت الأثر المشترك للتحويل الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي في شركة عالمية واحدة بحجم أمازون. ثانياً، قلة الدراسات التي جمعت بين ثلاثة مؤشرات مالية مترابطة هي

المبيعات والربحية والمصروفات التشغيلية ضمن إطار تحليلي واحد. ثالثاً، محدودية الدراسات التي امتدت زمنياً لتشمل الفترة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤، وهي فترة اتسمت بتسارع التحول الرقمي، ثم إعادة ضبط النماذج التشغيلية بعد الجائحة. ورابعاً، أن بعض الدراسات اعتمد على التصورات والاستجابات الميدانية أكثر من اعتمادها على تحليل مالي فعلي، في حين تسعى الدراسة الحالية إلى الاستفادة من البيانات المالية المباشرة وتقارير الشركة.

خامساً: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

أفادت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في عدة جوانب. فقد ساعدت أولاً في تحديد المتغيرات الرئيسة للدراسة، وتوضيح أن التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية يرتبطان بالمبيعات والربحية والتكاليف التشغيلية. كما أسهمت في بناء الفروض والتساؤلات، وفي تدعيم الإطار النظري بالنظريات المناسبة مثل نموذج قبول التكنولوجيا ونظرية الموارد. كذلك استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في اختيار المؤشرات المالية الأكثر صلة بموضوع البحث، وفي تفسير كيف يمكن للأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية أن تؤثر في النتائج المالية. ومن أوجه الاستفادة أيضاً أن الدراسات السابقة بينت الفروق بين البيئات البحثية المختلفة، وكشفت أن الأثر الإيجابي للتحول الرقمي يتكرر في قطاعات متنوعة، لكنه يتخذ أشكالاً أكثر تعقيداً في الشركات العالمية الكبرى. كما ساعدت في تحديد الجوانب التي لم تُغطَّ بشكل كافٍ، وهو ما عزز مبررات الدراسة الحالية.

سادسًا: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها تجمع بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في إطار تحليلي واحد، بدلاً من دراسة كل منهما بمعزل عن الآخر. كما أنها تركز على شركة أمازون بوصفها حالة عالمية رائدة، لا على شركات صغيرة أو قطاعات محلية محدودة فقط. وتتميز أيضًا بأنها تغطي فترة زمنية مهمة تمتد من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤، وهي فترة شهدت تحولات استثنائية في أنماط الاستهلاك، والتشغيل، وسلاسل الإمداد، والاستثمار في الذكاء الاصطناعي والأتمتة. وفوق ذلك، فإن الدراسة الحالية لا تقتصر على متغير مالي واحد، بل تربط بين المبيعات والربحية والمصروفات التشغيلية، وهو ما يمنحها شمولًا تحليليًا أوسع. كما أنها تستفيد من التقارير المالية المباشرة للشركة، إلى جانب الأدبيات السابقة، الأمر الذي يزيد من قوة التحليل وارتباطه بالواقع.

خاتمة الفصل

خلص هذا الفصل إلى أن التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية يشكلان معًا إطارًا تفسيريًا قويًا لتحليل الأداء المالي في الشركات الحديثة. وقد أظهر الإطار النظري أن الرقمنة تؤثر في الكفاءة، والتكلفة، والقرار، وتجربة العميل، بينما أوضحت الدراسات السابقة وجود اتجاه عام يدعم العلاقة الإيجابية بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية وتحسن النتائج المالية. كما كشف التحليل النقدي عن فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت شركة عالمية مثل أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤

ضمن إطار يجمع بين المبيعات والربحية والمصروفات التشغيلية. وبناءً على ذلك، يمثل هذا الفصل أساساً علمياً ومنهجياً مناسباً للانتقال إلى الفصل الخاص بمنهجية الدراسة وتحليل البيانات.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

الفصل الثالث : منهجية الدراسة

3-1 مقدمة

يتناول هذا الفصل المنهجية العلمية التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية في تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤.

وتكتسب المنهجية أهميتها من كونها الإطار الذي يربط بين مشكلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها من جهة، وبين الأدوات والإجراءات المستخدمة في جمع البيانات وتحليلها من جهة أخرى.

ولأن موضوع الدراسة يرتبط بتحليل حالة شركة عالمية رائدة في مجال التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي، فقد تم اختيار منهجية تتناسب مع طبيعة الموضوع ومع نوع البيانات المطلوبة. فالدراسة الحالية لا تستهدف قياس اتجاهات أفراد أو تحليل استجابات ميدانية، وإنما تهدف إلى فهم العلاقة بين التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي من خلال تحليل بيانات فعلية وتقارير مالية ووثائق منشورة.

وعليه، يوضح هذا الفصل المنهج المستخدم، والمتغيرات الرئيسة للدراسة، ومجتمع الدراسة ووحدة التحليل، ومصادر البيانات، وأدوات جمعها، والأساليب المعتمدة في تحليلها، إضافة إلى حدود الدراسة وإجراءاتها العامة. ويُعد هذا الفصل خطوة أساسية تسبق الانتقال إلى عرض النتائج وتحليلها في الفصل اللاحق.

2-3 منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على **المنهج الوصفي التحليلي**، باعتباره المنهج الأنسب لطبيعة الموضوع وأهدافه. ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة محل الدراسة وصفًا علميًا منظمًا، ثم تحليل العلاقات بين عناصرها ومتغيراتها، وصولًا إلى تفسير النتائج في ضوء البيانات المتاحة والإطار النظري والدراسات السابقة.

ويُعد المنهج الوصفي التحليلي مناسبًا في هذه الدراسة لعدة أسباب. أولها أن الدراسة تسعى إلى وصف مظاهر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية في شركة أمازون خلال فترة زمنية محددة. وثانيها أنها تحلل انعكاس هذه المظاهر على الأداء المالي للشركة من خلال مؤشرات قابلة للقياس. وثالثها أن الدراسة تعتمد على بيانات منشورة وموثقة، مثل التقارير المالية والتقارير السنوية وبيانات المستثمرين والإحصاءات المرجعية، وهي بيانات تتناسب بطبيعتها مع المنهج الوصفي التحليلي.

كما استفادت الدراسة من أسلوب دراسة الحالة بوصفه إطارًا تطبيقيًا داخل المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم اختيار شركة أمازون باعتبارها حالة دراسية رئيسة تمثل نموذجًا عالميًا متقدمًا في الدمج بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية. ويتيح هذا الأسلوب فهمًا أعمق للعلاقة بين المتغيرات في سياق واقعي محدد، كما يساعد في تفسير النتائج بصورة أكثر ارتباطًا بطبيعة الشركة محل الدراسة.

3-3 طبيعة الدراسة

تُصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية التطبيقية التي تهدف إلى فحص العلاقة بين متغيرات محددة داخل حالة واقعية قائمة. وهي في الوقت نفسه دراسة مكتبية تعتمد على البيانات الثانوية، وليست دراسة ميدانية تعتمد على الاستبانة أو المقابلات أو العينات البشرية المباشرة. وتتميز هذه الطبيعة المنهجية بأنها تمنح الدراسة قدرًا أكبر من التركيز على المؤشرات المالية الفعلية والوثائق الرسمية، مما يعزز من واقعية التحليل وارتباطه بالأداء الحقيقي للشركة. كما أن الاعتماد على البيانات الثانوية يسمح بتغطية فترة زمنية ممتدة نسبيًا، وهو ما ينسجم مع هدف الدراسة في تتبع أثر التحول الرقمي خلال الأعوام ٢٠٢٠-٢٠٢٤.

3-4 متغيرات الدراسة

تقوم الدراسة الحالية على متغير مستقل ومتغير تابع، وذلك على النحو الآتي:

3-4-1 المتغير المستقل

يتمثل المتغير المستقل في التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية. ويشمل هذا المتغير مختلف صور التبنى الرقمي داخل شركة أمازون، مثل استخدام المنصات الإلكترونية، والخدمات السحابية، والذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات، والأتمتة، وأنظمة التوصية، وتقنيات إدارة المخزون والشحن، وغيرها من الأدوات الرقمية التي ترتبط بنموذج أعمال الشركة.

ويمثل هذا المتغير الإطار الذي يفترض أن له أثرًا في النتائج المالية للشركة، سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال تحسين الكفاءة التشغيلية، ورفع جودة الخدمات، وزيادة سرعة الاستجابة للطلب، وتقليل الأخطاء، وتوسيع قاعدة العملاء.

2-4-3 المتغير التابع

يتمثل المتغير التابع في الأداء المالي لشركة أمازون. وقد تم قياس هذا المتغير من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية، هي:

١. المبيعات، بوصفها مؤشرًا على نمو النشاط التجاري واتساع حجم الطلب .
 ٢. الربحية، بوصفها مؤشرًا على قدرة الشركة على تحويل الإيرادات إلى نتائج مالية موجبة .
 ٣. المصروفات التشغيلية، بوصفها مؤشرًا على كفاءة الإدارة التشغيلية وقدرة الشركة على ضبط التكاليف أو تحسين هيكلتها .
- ويفترض النموذج المنهجي للدراسة أن تطور التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية يؤدي إلى تغير في هذه المؤشرات المالية، بحيث يمكن رصد هذا التغير وتحليله في ضوء البيانات المالية للشركة خلال الفترة المدروسة.

5-3 مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الشركات العالمية التي تعتمد على التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية ضمن نموذج أعمالها الأساسي، ولا سيما الشركات التي تمارس نشاطها في الأسواق الرقمية العالمية وتستند في تشغيلها إلى البنية التقنية المتقدمة.

غير أن الدراسة الحالية لا تسعى إلى تحليل المجتمع كله، بل تتخذ منه إطارًا عامًا لاختيار حالة تطبيقية تمثل هذا المجتمع بصورة واضحة. ولذلك تم التركيز على شركة أمازون بوصفها من أبرز الشركات العالمية التي تجسد هذا النمط من الأعمال الرقمية.

3-6 وحدة التحليل وعينة الدراسة

3-6-1 وحدة التحليل

تتمثل وحدة التحليل في شركة أمازون، باعتبارها الحالة التطبيقية التي تدور حولها الدراسة. وقد تم اختيار هذه الشركة لكونها تمثل نموذجًا عالميًا متقدمًا في الدمج بين التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي والخدمات السحابية والأتمتة والذكاء الاصطناعي.

3-6-2 عينة الدراسة

بما أن الدراسة الحالية تعتمد على أسلوب دراسة الحالة، فإنها لا تستخدم عينة بشرية أو ميدانية بالمعنى التقليدي، وإنما تُعد شركة أمازون نفسها عينة قصدية للدراسة، تم اختيارها لأسباب علمية ومنهجية تتعلق بثراء حالتها، وتوافر البيانات الخاصة بها، ووضوح أثر التحول الرقمي في نموذج أعمالها وأدائها المالي.

ويمكن تبرير اختيار أمازون للأسباب الآتية:

- أنها من أكبر شركات التجارة الإلكترونية في العالم .

- أنها تعتمد اعتمادًا عميقًا على التحول الرقمي في مختلف أنشطتها .
- أنها تجمع بين عدة مصادر رقمية للقيمة، مثل التجارة الإلكترونية، والخدمات السحابية، والذكاء الاصطناعي، والأتمتة .
- أن بياناتها المالية المنشورة خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤ متاحة بصورة تتيح التحليل والمقارنة .
- أنها تمثل حالة تطبيقية ثرية تساعد في فهم العلاقة بين الرقمنة والأداء المالي على مستوى الشركات العالمية .

7-3 مصادر البيانات

اعتمدت الدراسة الحالية على **البيانات الثانوية** بوصفها المصدر الرئيس للمعلومات والتحليل. وتمثلت هذه البيانات في مجموعة من المصادر المكتوبة والمنشورة التي توفر معلومات مباشرة أو غير مباشرة عن شركة أمازون وعن موضوع التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية والأداء المالي. وتشمل مصادر البيانات ما يأتي:

١. التقارير المالية السنوية لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤ .
٢. تقارير المستثمرين والبيانات المرتبطة بأداء الشركة وقطاعات أعمالها .

٣. التقارير المؤسسية والدولية ذات الصلة، مثل تقارير المؤسسات الاقتصادية والبحثية العالمية .

٤. الدراسات السابقة العربية والأجنبية المرتبطة بموضوع التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية والأداء المالي .

٥. الإحصاءات والبيانات المرجعية المتعلقة بأداء أمازون ونمو التجارة الإلكترونية خلال الفترة المدروسة .

ويمنح الاعتماد على هذه المصادر الدراسة قدرًا من الموضوعية والمنهجية، لأنها تستند إلى وثائق منشورة وبيانات قابلة للمرجعة والتحقق.

3-8 أدوات جمع البيانات

نظرًا لاعتماد الدراسة على البيانات الثانوية، فإن أداة جمع البيانات الرئيسة تمثلت في تحليل الوثائق والسجلات والتقارير المنشورة. وقد شمل ذلك جمع المعلومات ذات الصلة بمتغيرات الدراسة من المصادر الرسمية والعلمية، ثم تصنيفها وتنظيمها وربطها بمحاور الدراسة. وتحديدًا، استخدمت الدراسة الأدوات الآتية:

3-8-1 تحليل الوثائق المالية

تم الاعتماد على القوائم والتقارير المالية لشركة أمازون بوصفها مصدرًا أساسيًا لقياس الأداء المالي، بما يشمل بيانات الإيرادات، وصافي الأرباح، والمصروفات التشغيلية، والمؤشرات المرتبطة بنشاط الشركة خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤.

3-8-2 مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة

تمت مراجعة عدد كبير من الدراسات السابقة والبحوث والتقارير العلمية التي تناولت أثر التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية على الأداء المالي، وذلك لبناء الإطار النظري للدراسة، وتحديد الفجوة البحثية، ودعم تفسير النتائج.

3-8-3 التحليل المقارن

استخدمت الدراسة أسلوب المقارنة بين السنوات المختلفة ضمن الفترة المدروسة، من أجل رصد التطورات التي طرأت على مؤشرات الأداء المالي، وملاحظة ما إذا كانت هذه التطورات تتزامن مع التوسع في تطبيقات التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية.

3-9 أساليب تحليل البيانات

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب التحليلية التي تتناسب مع طبيعة البيانات الثانوية ومع أهداف الدراسة، ومن أبرزها:

3-9-1 التحليل الوصفي

استخدم التحليل الوصفي في عرض خصائص الظاهرة المدروسة، وبيان تطور التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية في شركة أمازون، ووصف المؤشرات المالية المرتبطة بها.

3-9-2 التحليل المقارن

اعتمدت الدراسة على المقارنة بين السنوات المختلفة خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤، بهدف التعرف على التغيرات التي طرأت على المبيعات والربحية والمصروفات التشغيلية، وربطها بالتطورات الرقمية التي شهدتها الشركة.

3-9-3 تحليل الاتجاهات

استخدم تحليل الاتجاهات لبيان المسار العام للمؤشرات المالية خلال سنوات الدراسة، ومعرفة ما إذا كانت تتجه نحو التحسن أو التباطؤ أو التذبذب.

3-9-4 التحليل التفسيري

لم تقتصر الدراسة على عرض الأرقام والمؤشرات، بل سعت إلى تفسيرها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، وبيان ما إذا كان يمكن ربط التغيرات المالية بالتوسع في التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية داخل الشركة.

10-3 صدق الدراسة وموثوقيتها

في الدراسات التي تعتمد على البيانات الثانوية، يتصل صدق الدراسة بمدى اعتماد الباحث على مصادر موثوقة وحديثة ومناسبة لموضوع الدراسة. وقد حرصت الدراسة الحالية على استخدام تقارير رسمية وبيانات منشورة ووثائق معتمدة، إلى جانب دراسات سابقة ذات صلة مباشرة بالموضوع. كما تم تعزيز موثوقية الدراسة من خلال الاعتماد على أكثر من نوع من المصادر، مثل التقارير المالية، والدراسات العلمية، والتقارير المؤسسية، والإحصاءات المرجعية، بما يسمح بالمقارنة والتحقق النسبي من المعلومات. ويساعد هذا التنوع في تقليل التحيز وتعزيز قوة التفسير.

11-3 حدود الدراسة

11-3-1 الحدود الموضوعية

تقتصر الدراسة على تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي، من خلال التركيز على المبيعات والربحية والمصروفات التشغيلية، دون التوسع في متغيرات تنظيمية أو بشرية أخرى إلا بالقدر الذي يخدم التحليل.

11-3-2 الحدود الزمنية

تشمل الدراسة الفترة الممتدة من عام ٢٠٢٠ حتى عام ٢٠٢٤، وهي فترة مختارة لكونها تمثل مرحلة شهدت تسارعًا كبيرًا في الاعتماد على الحلول الرقمية والتجارة الإلكترونية.

3-11-3 الحدود المكانية

تتخصص الدراسة في شركة أمازون بوصفها شركة عالمية، مع تحليل أدائها المالي المنشور على المستوى العالمي.

3-11-4 الحدود البشرية

لا تعتمد الدراسة على مشاركين بشريين أو عينات ميدانية، لأن طبيعتها تحليلية مكتبية تستند إلى البيانات الثانوية.

3-12 إجراءات الدراسة

اتُبعت في هذه الدراسة مجموعة من الإجراءات المنهجية المتسلسلة، تمثلت فيما يأتي:

١. تحديد موضوع الدراسة وصياغة المشكلة والأسئلة والفرضيات .
٢. مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة .
٣. تحديد المتغيرات الرئيسة ومؤشرات قياسها .
٤. جمع البيانات الثانوية من التقارير المالية والمصادر المرجعية .
٥. تصنيف البيانات وتنظيمها بحسب محاور الدراسة .
٦. تحليل البيانات باستخدام الأساليب الوصفية والمقارنة والتفسيرية .
٧. ربط النتائج بالإطار النظري والدراسات السابقة للوصول إلى استنتاجات علمية منطقية .

13-3 خاتمة الفصل

عرض هذا الفصل المنهجية التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية، من خلال توضيح المنهج المستخدم، وطبيعة الدراسة، والمتغيرات الرئيسية، ومجتمع الدراسة، ووحدة التحليل، ومصادر البيانات، وأدوات جمعها، وأساليب تحليلها، وحدود الدراسة وإجراءاتها. وقد اتضح أن الدراسة الحالية تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تعتمد على البيانات الثانوية، وتتخذ من شركة أمازون حالة تطبيقية لتحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤.

ويمثل هذا الفصل الأساس المنهجي الذي يمهد للفصل الرابع، حيث سيتم عرض نتائج التحليل ومناقشتها في ضوء المؤشرات المالية محل الدراسة، وربطها بما تم عرضه في الفصلين السابقين من إطار عام وإطار نظري ودراسات سابقة.

الفصل الرابع

تحليل البيانات والنتائج والتوصيات

الفصل الرابع : تحليل البيانات والنتائج والتوصيات

1-4 مقدمة

يتناول هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الحالية وتحليلها في ضوء أهداف البحث وأسئلته وفرضياته، وذلك من خلال تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤. ويستند هذا الفصل إلى البيانات الثانوية المستمدة من التقارير المالية السنوية، والتقارير المرجعية، والقراءات التحليلية المرتبطة بتطور نموذج أعمال الشركة خلال الفترة المدروسة.

وتتبع أهمية هذا الفصل من كونه يمثل المرحلة التطبيقية للدراسة، حيث ينتقل البحث من الإطار النظري والمفاهيمي إلى التحليل العملي لواقع شركة أمازون، بما يسمح بفهم العلاقة بين التوسع في استخدام الحلول الرقمية والمنصات الإلكترونية من جهة، وبين التغير في مؤشرات الأداء المالي من جهة أخرى. كما يهدف هذا الفصل إلى تفسير هذه العلاقة في سياق التطورات الاقتصادية والتشغيلية التي مرت بها الشركة، خاصة خلال سنوات الجائحة وما بعدها.

ولغرض التنظيم، تم تقسيم هذا الفصل إلى عدد من المحاور التحليلية التي تشمل: تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على المبيعات، وتحليل أثرها على الربحية، وتحليل أثرها على المصروفات التشغيلية، ثم مناقشة النتائج العامة في ضوء الدراسات السابقة، وصولاً إلى عرض الاستنتاجات والتوصيات.

2-4 تحليل البيانات

1-2-4 التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية في شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤

٢٠٢٤

شهدت شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤ توسعًا واضحًا في الاعتماد على التحول الرقمي بوصفه جزءًا محوريًا من نموذج أعمالها. ولم يكن هذا التحول مقتصرًا على تطوير المنصة الإلكترونية الخاصة بالبيع، بل امتد إلى تعميق استخدام الذكاء الاصطناعي في التوصيات، وتحسين الخوارزميات التي تدعم التسعير والتنبؤ بالطلب، وتوسيع أنظمة الأتمتة في المستودعات، ورفع كفاءة سلسلة الإمداد، إلى جانب النمو المستمر في خدمات الحوسبة السحابية.

وقد اتسمت سنة ٢٠٢٠ بكونها نقطة انعطاف مهمة، إذ أدى ارتفاع الاعتماد العالمي على الشراء الإلكتروني إلى زيادة الضغط على الأنظمة الرقمية واللوجستية، وهو ما دفع أمازون إلى تعزيز استثماراتها في البنية التشغيلية والتكنولوجية. وفي ٢٠٢١ استمرت الشركة في توسيع قدراتها الرقمية، خاصة في مجالات الشحن، والتوصيل، والخدمات السحابية، وتطوير البنية التقنية المرتبطة بالطلب المتزايد. أما في ٢٠٢٢، فقد بدأت آثار التضخم وارتفاع التكاليف العالمية في الظهور، وهو ما أدى إلى انتقال تركيز الشركة جزئيًا من التوسع السريع إلى تحسين الكفاءة وضبط النفقات. وفي ٢٠٢٣ و ٢٠٢٤ برزت بوضوح آثار إعادة الهيكلة التشغيلية، مع توسع أكبر في الأتمتة والذكاء الاصطناعي وتحسين إدارة العمليات.

ومن ثم، يمكن القول إن الفترة المدروسة لم تمثل مجرد توسع في البيع الإلكتروني، بل مثلت مرحلة تطور في نموذج أمازون الرقمي الشامل، بحيث أصبح التحول الرقمي عنصراً حاكماً في تشغيل الشركة، وفي تحقيق توازنها بين النمو والربحية والكفاءة.

جدول رقم (٤-١): تطور مبيعات شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤

القيم بالمليون دولار أمريكي

السنة	صافي المبيعات
٢٠٢٠	٣٨٦,٠٦٤
٢٠٢١	٤٦٩,٨٢٢
٢٠٢٢	٥١٣,٨٩٣
٢٠٢٣	٥٧٤,٧٨٥
٢٠٢٤	٦٣٧,٩٥٩

وصف الجدول:

يتضح من الجدول السابق أن صافي مبيعات شركة أمازون شهد اتجاهًا تصاعديًا خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤، حيث ارتفع من ٣٨٦,٠٦٤ مليون دولار في عام ٢٠٢٠ إلى ٦٣٧,٩٥٩ مليون دولار في عام ٢٠٢٤. ويعكس هذا الاتجاه قوة المنصة الإلكترونية للشركة وقدرتها على الاستفادة من التوسع في التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي خلال الفترة محل الدراسة .

2-2-4 تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على المبيعات

تُعد المبيعات من أكثر المؤشرات وضوحًا في قياس أثر التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي، لأن التوسع الرقمي ينعكس غالبًا في حجم الوصول إلى السوق، وسرعة تنفيذ الطلبات، وتحسين استهداف العملاء، وزيادة معدلات التحويل الشرائي. وفي حالة أمازون، أظهرت الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤ أن العلاقة بين التوسع الرقمي والمبيعات كانت علاقة إيجابية واضحة، وإن اختلفت شدتها من سنة إلى أخرى.

ففي عام ٢٠٢٠، ارتفعت المبيعات بصورة كبيرة نتيجة الاعتماد الواسع على التسوق الإلكتروني في ظل القيود المرتبطة بجائحة كورونا. ويُعزى هذا النمو إلى عاملين متداخلين: الأول خارجي يتعلق بتحول المستهلكين عالميًا نحو الشراء عبر الإنترنت، والثاني داخلي يتمثل في جاهزية أمازون التقنية والتشغيلية لاستيعاب هذا التحول. فقد كانت الشركة تمتلك منصة إلكترونية عالية الكفاءة، ونظامًا رقمية متقدمة لإدارة الطلبات، وقدرة على التوسع السريع في التنفيذ والتوصيل، ما جعلها في موقع يسمح لها بتحويل الزيادة في الطلب إلى مبيعات فعلية.

وفي عام ٢٠٢١ استمر نمو المبيعات، وإن كان بوتيرة أقل من عام ٢٠٢٠، ويُفسر ذلك بأن الشركة انتقلت من مرحلة الاستجابة الطارئة للطلب العالي إلى مرحلة التثبيت والتوسع المنظم. وقد ساعدت الأدوات الرقمية، مثل أنظمة التوصية وخدمات الاشتراك ونظم إدارة المخزون، في الحفاظ على الزخم البيعي.

أما في عام ٢٠٢٢، فقد تباطأ نمو المبيعات نسبيًا، نتيجة عدد من العوامل الاقتصادية، مثل التضخم وارتفاع تكاليف التشغيل وتغير أنماط الاستهلاك بعد ذروة الجائحة. ومع ذلك، فإن هذا

التباطؤ لا يلغي أثر التحول الرقمي، بل يوضح أن النمو في المبيعات لا يعتمد على العامل الرقمي وحده، بل يتأثر أيضًا بالظروف الاقتصادية الكلية. وفي هذه المرحلة برزت أهمية المنظومة الرقمية ليس فقط في زيادة المبيعات، بل في المحافظة على مرونة الأداء ومواصلة النشاط تحت ضغوط السوق.

وفي عامي ٢٠٢٣ و ٢٠٢٤ عادت المبيعات إلى النمو بصورة أفضل نسبيًا، وهو ما يمكن تفسيره بقدرة الشركة على تحسين الكفاءة التشغيلية، وإعادة ترتيب استثماراتها، والاستفادة من الأتمتة والخدمات الذكية في رفع جودة التنفيذ وتجربة العميل. كما أن استمرار الاعتماد على التجارة الإلكترونية عالميًا، حتى بعد انتهاء الذروة المرتبطة بالجائحة، يدل على أن التحول في سلوك المستهلكين لم يكن مؤقتًا بالكامل، بل أصبح جزءًا من النمط الاستهلاكي الجديد.

وبناءً على ذلك، يتضح أن تطبيقات التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي لعبت دورًا مهمًا في دعم مبيعات أمازون خلال الفترة المدروسة، سواء عبر توسيع قاعدة العملاء، أو تعزيز كفاءة المنصة، أو رفع سرعة الاستجابة للطلب، أو تحسين تجربة المستخدم.

3-2-4 تحليل أثر التحول الرقمي على الربحية

تمثل الربحية مؤشرًا أكثر تعقيدًا من المبيعات، لأنها لا ترتبط فقط بحجم الإيرادات، بل بكفاءة تحويل هذه الإيرادات إلى صافي نتائج مالية إيجابية بعد خصم التكاليف. وفي حالة أمازون، تُظهر الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤ أن التحول الرقمي أثر في الربحية بصورة واضحة، لكن هذا الأثر لم يكن خطيًا تمامًا، بل مر بمراحل مختلفة.

ففي عام ٢٠٢٠، ارتفعت الربحية نتيجة القفزة الكبيرة في المبيعات، إلى جانب الاستفادة من البنية الرقمية المتقدمة التي أتاحت للشركة استيعاب الطلب المتزايد بسرعة. وكان لذلك أثر واضح في تعزيز النتائج المالية للشركة. كما ساهمت بعض القطاعات الرقمية، وعلى رأسها الخدمات السحابية، في رفع هامش الربح، نظرًا لكونها تمثل مصدر دخل عالي القيمة مقارنة ببعض أنشطة البيع المباشر.

وفي ٢٠٢١ استمرت الشركة في تحقيق نتائج إيجابية، مدفوعة باستمرار قوة الطلب الرقمي، وتوسع خدمات AWS، وتحسن الإيرادات في عدد من القطاعات. غير أن هذه الفترة شهدت أيضًا زيادة في الاستثمارات التشغيلية واللوجستية، وهو ما يعني أن الربحية تحققت في سياق توازن بين التوسع وبين ارتفاع النفقات.

وفي عام ٢٠٢٢ تعرضت الربحية لضغوط واضحة، ويمكن تفسير ذلك بأن التحول الرقمي، رغم أهميته، لا يعزل الشركة عن الظروف الاقتصادية العامة، مثل التضخم، وارتفاع تكلفة النقل، والضغوط التشغيلية، والتوسع السابق في البنية التحتية. وهنا تظهر نقطة تحليلية مهمة، وهي أن التحول الرقمي ليس ضمانًا دائمًا لارتفاع الربحية في كل الظروف، لكنه يوفر أدوات أفضل لإدارة الأزمات وتحسين سرعة التعافي.

أما في عامي ٢٠٢٣ و ٢٠٢٤، فقد بدأت آثار إعادة ضبط العمليات الرقمية تظهر بصورة أوضح، مع توسع الشركة في الأتمتة، وتحسين استخدام الذكاء الاصطناعي، وتطوير إدارة المخزون والموارد، وهو ما ساعد على تعزيز الربحية من جديد. كما أسهمت الخدمات السحابية في دعم الهيكل الربحي للشركة، بما يعكس أهمية تنويع مصادر الدخل داخل النموذج الرقمي.

ومن ثم، يمكن القول إن التحول الرقمي أسهم في تحسين الربحية لدى أمازون، لكن هذا الأثر كان مشروطاً بقدرة الشركة على موازنة النمو مع التكاليف، وعلى الانتقال من مرحلة التوسع السريع إلى مرحلة الكفاءة التشغيلية الأعلى.

جدول رقم (٤-٢): تطور ربحية شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤

القيم بالمليون دولار أمريكي، والربحية هنا ممثلة بصافي الدخل/الخسارة

السنة	صافي الدخل (الربحية)
٢٠٢٠	٢١,٣٣١
٢٠٢١	٣٣,٣٦٤
٢٠٢٢	٢,٧٢٢-
٢٠٢٣	٣٠,٤٢٥
٢٠٢٤	٥٩,٢٤٨

توضيح الجدول:

يبين الجدول أن ربحية أمازون لم تتخذ مساراً تصاعدياً ثابتاً خلال جميع سنوات الدراسة، إذ ارتفعت من ٢١,٣٣١ مليون دولار في عام ٢٠٢٠ إلى ٣٣,٣٦٤ مليون دولار في ٢٠٢١، ثم سجلت خسارة قدرها ٢,٧٢٢ مليون دولار في ٢٠٢٢، قبل أن تعود إلى تحقيق أرباح بلغت ٣٠,٤٢٥ مليون دولار

في ٢٠٢٣ و٥٩,٢٤٨ مليون دولار في ٢٠٢٤. وتشير هذه النتائج إلى أن أثر التحول الرقمي على الربحية كان إيجابيًا في المجمل، لكنه تأثر أيضًا بالظروف الاقتصادية والتشغيلية العامة خلال بعض السنوات.

4-2-4 تحليل أثر التحول الرقمي على المصروفات التشغيلية

تُعد المصروفات التشغيلية من المؤشرات الأساسية التي تساعد في قياس كفاءة التحول الرقمي، إذ يفترض أن تسهم الرقمنة والأتمتة وتحسين البيانات في خفض الهدر، وتقليل الأخطاء، وتسريع العمليات، وتحسين استخدام الموارد. إلا أن العلاقة بين التحول الرقمي والمصروفات التشغيلية ليست علاقة تبسيطية، لأن التحول الرقمي نفسه يحتاج في مراحله الأولى إلى استثمارات كبيرة في التكنولوجيا والبنية التحتية والتدريب والتوسع اللوجستي.

وفي حالة أمازون، تشير الفترة المدروسة إلى أن المصروفات التشغيلية ارتفعت في بعض المراحل نتيجة التوسع الكبير في البنية التشغيلية والاستثمار في مراكز التوزيع والتقنيات اللوجستية والأنظمة الرقمية. وقد كان ذلك واضحًا خصوصًا في مرحلة ما بعد الزيادة الكبيرة في الطلب خلال الجائحة، حين احتاجت الشركة إلى تعزيز طاقتها الاستيعابية.

لكن عند تحليل هذه المصروفات بصورة أعمق، يتضح أن جزءًا منها كان ذا طبيعة استثمارية تشغيلية، هدفه بناء قدرة أعلى على الإنجاز والتوصيل والتحكم. ولذلك فإن الحكم على أثر التحول الرقمي في التكاليف لا ينبغي أن يقتصر على ملاحظة الزيادة أو الانخفاض الاسمي، بل يجب أن يمتد إلى تحليل جودة هذه المصروفات وكفاءتها وعائدها التشغيلي.

وفي ٢٠٢٣ و ٢٠٢٤ بدأت نتائج التحسينات الرقمية تظهر بصورة أكبر في كفاءة إدارة المصروفات، مع اتساع استخدام الأتمتة والذكاء الاصطناعي وتحسين إدارة المخزون وسلاسل الإمداد. وهذا يعني أن التحول الرقمي ساعد، على المدى المتوسط، في تحسين كفاءة المصروفات التشغيلية، حتى إن لم يؤدّ دائماً إلى خفضها بصورة فورية في كل سنة من سنوات الدراسة.

وعليه، يمكن استنتاج أن أثر التحول الرقمي على المصروفات التشغيلية في شركة أمازون كان مزدوجاً: فقد رفع بعض التكاليف في المراحل الأولى نتيجة الاستثمار والتوسع، لكنه أسهم لاحقاً في رفع كفاءة التشغيل وتحسين إدارة النفقات، بما يدعم الأداء المالي للشركة على المدى المتوسط والطويل.

جدول رقم (٤-٣): تطور المصروفات التشغيلية لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤

القيم بالمليون دولار أمريكي

السنة	المصروفات التشغيلية
٢٠٢٠	٣٦٣،١٦٥
٢٠٢١	٤٤٤،٩٤٣
٢٠٢٢	٥٠١،٧٣٥
٢٠٢٣	٥٣٧،٩٣٣
٢٠٢٤	٥٦٩،٣٦٦

توضيح الجدول:

يوضح الجدول أن المصروفات التشغيلية لشركة أمازون ارتفعت تدريجيًا خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤، من ٣٦٣,١٦٥ مليون دولار في عام ٢٠٢٠ إلى ٥٦٩,٣٦٦ مليون دولار في عام ٢٠٢٤. ويعكس ذلك حجم التوسع في العمليات والبنية التشغيلية والاستثمارات المرتبطة بالتحول الرقمي والخدمات اللوجستية والتقنية. ومع ذلك، فإن ارتفاع المصروفات لا يعني بالضرورة ضعف الكفاءة، إذ إن جزءًا من هذه المصروفات يرتبط ببناء قدرات تشغيلية وتقنية دعمت النمو اللاحق في المبيعات والربحية.

5-2-4 تحليل أثر الأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية

يظهر من تحليل حالة أمازون أن الأثر المالي للتحويل الرقمي لا يمكن تفسيره من خلال التجارة الإلكترونية فقط، بل من خلال المنظومة الأوسع التي تشمل الأتمتة، والذكاء الاصطناعي، والخدمات السحابية. فالأتمتة أسهمت في تحسين كفاءة المستودعات وسرعة تجهيز الطلبات وتقليل الأخطاء، وهو ما انعكس على جودة التشغيل وتقليل بعض عناصر التكلفة. كما أن الذكاء الاصطناعي ساعد في تخصيص تجربة العملاء، وتحسين أنظمة التوصية، ودعم التسعير وإدارة المخزون.

أما الخدمات السحابية، فقد لعبت دورًا مهمًا في دعم الهيكل المالي للشركة، ليس فقط لأنها تمثل قطاعًا تقنيًا متقدمًا، بل لأنها تسهم في تنويع مصادر الربح ورفع متوسط القيمة المضافة للنشاط الكلي. وهذا التداخل بين الأنشطة الرقمية المختلفة يوضح أن نجاح أمازون المالي ليس ناتجًا عن قناة واحدة، بل عن نظام متكامل من الأدوات والحلول الرقمية.

6-2-4 المقارنة بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها

تُظهر المقارنة بين مرحلتي ٢٠٢٠-٢٠٢١ و ٢٠٢٢-٢٠٢٤ أن أثر التحول الرقمي لم يكن ثابتًا بالشكل نفسه في جميع السنوات. ففي مرحلة الجائحة كان الأثر الأبرز يتمثل في الارتفاع القوي في المبيعات نتيجة التحول الواسع نحو الشراء الإلكتروني. أما في المرحلة اللاحقة، فقد أصبح التركيز أكبر على الكفاءة التشغيلية والربحية وضبط المصروفات.

وهذا التحول في طبيعة الأثر مهم جدًا، لأنه يبين أن التحول الرقمي قد يعمل في بعض الفترات بوصفه محركًا للنمو السريع، وفي فترات أخرى بوصفه أداة لتعزيز الكفاءة والاستدامة. ومن ثم، فإن تقييم أثره يحتاج إلى منظور زمني مرن لا يختزل النتائج في سنة واحدة أو مؤشر واحد.

جدول رقم (٤-٤): مقارنة بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها في مؤشرات الأداء المالي

القيم بالمليون دولار أمريكي

المؤشر	مرحلة الجائحة	المرحلة اللاحقة
	٢٠٢٠-٢٠٢١	٢٠٢٢-٢٠٢٤
٢٠٢٠	٤٢٧,٩٤٣	٥٧٥,٥٧٦
٢٠٢١	٢٦,٣٤٨	٢٨,٩٨٤
٢٠٢٢	٤٠٤,٠٥٤	٥٣٦,٣٤٥

توضيح الجدول:

تشير المقارنة بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها إلى أن متوسط المبيعات ارتفع بصورة ملحوظة في المرحلة الثانية، كما ارتفع متوسط الربحية رغم التراجع المسجل في عام ٢٠٢٢، في حين ارتفع متوسط المصروفات التشغيلية نتيجة توسع الشركة في البنية التشغيلية والتقنية. وتوضح هذه المقارنة أن أثر التحول الرقمي انتقل من كونه أداة لتعزيز الطلب خلال الجائحة إلى كونه وسيلة لتحسين الكفاءة والاستمرار في النمو خلال المرحلة اللاحقة. وهذه القيم محسوبة من البيانات الرسمية نفسها.

3-4 مناقشة النتائج

تكشف نتائج التحليل عن وجود علاقة إيجابية واضحة بين التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤، إلا أن هذه العلاقة ليست بسيطة أو أحادية الاتجاه، بل تتسم بالتدرج والتفاعل مع الظروف الاقتصادية والتشغيلية المحيطة. فمن ناحية، دعمت النتائج ما ذهب إليه الأدبيات السابقة من أن التجارة الإلكترونية تسهم في زيادة المبيعات وتوسيع قاعدة العملاء، وأن التحول الرقمي يحسن كفاءة العمليات ويقوي القدرة على الاستجابة للسوق. ومن ناحية أخرى، أوضحت النتائج أن أثر التحول الرقمي على الربحية والمصروفات التشغيلية يتأثر بمرحلة التطبيق وطبيعته؛ إذ قد يؤدي إلى ارتفاع بعض المصروفات

في الأجل القصير نتيجة الاستثمار، قبل أن تنعكس فوائده بصورة أوضح على الكفاءة والربحية في الأجل المتوسط.

وتتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات السابقة التي أكدت أن التحول الرقمي لا ينبغي تقييمه فقط من خلال مؤشرات لحظية، بل من خلال أثره التراكمي على هيكل العمليات وقدرة الشركة على التكيف. كما أن حالة أمازون أوضحت أن الخدمات السحابية والذكاء الاصطناعي والأتمتة ليست أنشطة منفصلة عن التجارة الإلكترونية، بل روافع داعمة لها ومؤثرة في مردودها المالي النهائي. ومن هنا، فإن الدراسة الحالية تضيف إلى الأدبيات بعدًا مهمًا، يتمثل في إبراز الطابع المركب للعلاقة بين التحول الرقمي والأداء المالي، وعدم اختزال هذه العلاقة في زيادة المبيعات وحدها، بل ربطها أيضًا بالربحية وكفاءة المصروفات التشغيلية.

4-4 نتائج الدراسة

في ضوء التحليل السابق، توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

١. أسهم التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية في دعم نمو مبيعات شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤، وكان هذا الأثر أكثر وضوحًا خلال سنوات الجائحة .
٢. ساعد التحول الرقمي في تحسين ربحية الشركة، إلا أن هذا الأثر لم يكن ثابتًا عبر جميع السنوات، بل تأثر بالظروف الاقتصادية والتشغيلية العامة .
٣. لم يؤدِّ التحول الرقمي إلى خفض المصروفات التشغيلية بصورة فورية في جميع المراحل، لكنه أسهم في تحسين كفاءة إدارتها، خاصة في المدى المتوسط .

٤. لعبت الأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية دورًا مهمًا في تعزيز الأداء المالي

لشركة أمازون، سواء بشكل مباشر أو من خلال دعم كفاءة التشغيل .

٥. اختلف أثر التحول الرقمي بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها، حيث تمثل الأثر في

البداية في تعزيز المبيعات، ثم انتقل لاحقًا إلى تحسين الكفاءة والربحية وضبط

المصروفات .

٦. أكدت حالة أمازون أن التكامل بين التجارة الإلكترونية والحلول الرقمية المتقدمة يمثل عنصرًا

حاسمًا في بناء نموذج أعمال قادر على النمو والاستمرار في بيئة تنافسية متغيرة .

4-5 التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

١. ضرورة استمرار الشركات في الاستثمار في التحول الرقمي، مع التركيز على بناء بنية تقنية

متكاملة لا تقتصر على الواجهة البيعية فقط .

٢. تعزيز استخدام الأتمتة والذكاء الاصطناعي في العمليات التشغيلية لما لهما من أثر واضح

في تحسين الكفاءة وتقليل الهدر .

٣. عدم تقييم برامج التحول الرقمي على أساس الأثر قصير الأجل فقط، بل يجب النظر إلى

آثارها التراكمية في الأداء المالي والتشغيلي .

٤. ضرورة الربط بين التجارة الإلكترونية والخدمات المساندة لها، مثل التحليلات الرقمية، وإدارة

البيانات، والخدمات اللوجستية، لضمان تعظيم العائد المالي .

٥. تشجيع الشركات على تنويع مصادر دخلها الرقمية، على غرار تجربة أمازون في دمج

التجارة الإلكترونية بالخدمات السحابية وغيرها من الأنشطة ذات القيمة المرتفعة .

٦. الاستفادة من تجربة أمازون كنموذج تطبيقي في بناء استراتيجيات رقمية تحقق التوازن بين

النمو والربحية وكفاءة المصروفات .

جدول رقم (٤-٥): ملخص نتائج الدراسة وربطها بفرضيات البحث

الفرضية	النتيجة
يوجد أثر للتحويل الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على زيادة المبيعات	مدعومة
يوجد أثر للتحويل الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على تحسين الربحية	مدعومة بصورة عامة مع تفاوت سنوي
يوجد أثر للتحويل الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على تحسين كفاءة إدارة المصروفات التشغيلية	مدعومة
يسهم التوسع في الأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية في تعزيز الأداء المالي	مدعومة
يختلف أثر التحويل الرقمي بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها	مدعومة

توضيح الجدول:

تدل نتائج التحليل على دعم الفرضية الرئيسة والفرضيات الفرعية بصورة عامة، مع الإشارة إلى أن أثر التحول الرقمي على الربحية لم يكن متماثلًا في جميع السنوات، بينما كان أثره على المبيعات وكفاءة التشغيل أوضح وأكثر استمرارية. واستند هذا الحكم إلى تطور صافي المبيعات وصافي الدخل والمصروفات التشغيلية خلال الفترة المدروسة.

4-6 مقترحات لدراسات مستقبلية

يمكن للدراسات المستقبلية أن تتناول موضوع التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية من زوايا أخرى أكثر تخصصًا، مثل مقارنة أمازون بشركات عالمية أخرى، أو تحليل أثر الذكاء الاصطناعي وحده على الأداء المالي، أو دراسة دور التحول الرقمي في شركات عربية أو إقليمية، أو قياس العلاقة بين الرقمنة والأداء المالي باستخدام نماذج كمية أكثر تفصيلًا.

4-7 خاتمة الفصل

عرض هذا الفصل نتائج التحليل التطبيقي للدراسة الحالية، من خلال بيان أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤. وقد أوضحت النتائج أن الرقمنة كان لها أثر واضح في دعم المبيعات، وتحسين الربحية بصورة تدريجية، ورفع كفاءة إدارة المصروفات التشغيلية، خاصة عند النظر إلى التحول الرقمي بوصفه منظومة متكاملة تشمل التجارة الإلكترونية والأتمتة والذكاء الاصطناعي والخدمات السحابية.

الخاتمة العامة

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي للشركات العالمية، من خلال دراسة حالة شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤. وقد انطلقت الدراسة من فرضية أساسية مفادها أن التحول الرقمي لم يعد عنصرًا مساعدًا في نشاط الشركات، بل أصبح من أهم المحددات الرئيسة لقدرتها على النمو، وتحسين الكفاءة، ورفع مستوى التنافسية، وتحقيق نتائج مالية ملموسة.

ومن خلال الإطار النظري والدراسات السابقة والتحليل التطبيقي لحالة أمازون، تبين أن العلاقة بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية من جهة، والأداء المالي من جهة أخرى، هي علاقة إيجابية ومركبة في الوقت نفسه. فقد أظهرت الدراسة أن التوسع في استخدام الأدوات الرقمية، مثل الأتمتة، والذكاء الاصطناعي، والخدمات السحابية، وتحليل البيانات، كان له دور واضح في دعم نمو المبيعات وتحسين تجربة العملاء وتعزيز قدرة الشركة على إدارة عملياتها بكفاءة أعلى. كما ساعدت هذه الأدوات في تحسين الربحية بصورة تدريجية، وفي رفع كفاءة إدارة المصروفات التشغيلية، خاصة في المراحل التي انتقلت فيها الشركة من التوسع السريع إلى التركيز على الكفاءة التشغيلية وإعادة ضبط النفقات.

وأوضحت الدراسة كذلك أن أثر التحول الرقمي لم يكن ثابتًا بالشكل نفسه طوال الفترة المدروسة، إذ كان أكثر وضوحًا في دعم نمو المبيعات خلال سنوات الجائحة، في حين ظهر أثره بصورة أكبر في

تحسين الكفاءة والربحية وضبط المصروفات خلال السنوات اللاحقة. وهذا يعني أن التحول الرقمي لا يقتصر أثره على تحقيق نمو قصير الأجل، بل يمتد ليشكل دعامة استراتيجية للاستدامة التشغيلية والمالية على المدى المتوسط والطويل.

كما أكدت الدراسة أن شركة أمازون تمثل نموذجًا تطبيقيًا متقدمًا في هذا المجال، ليس فقط لأنها شركة تجارة إلكترونية كبرى، بل لأنها نجحت في بناء نموذج أعمال رقمي متكامل يجمع بين المنصة الإلكترونية، والخدمات السحابية، والذكاء الاصطناعي، والأتمتة، وسلاسل الإمداد الذكية. وهذا التكامل هو ما منحها قدرة أكبر على تحويل الاستثمار في التكنولوجيا إلى نتائج مالية فعلية. وبناءً على ذلك، يمكن القول إن الدراسة الحالية دعمت الفرضية الرئيسة القائلة بوجود أثر ذي دلالة للتحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤. كما دعمت الفرضيات الفرعية المرتبطة بالمبيعات، والربحية، والمصروفات التشغيلية، مع الإشارة إلى أن درجة هذا الأثر تختلف بحسب الظروف الاقتصادية والتشغيلية وبحسب المرحلة الزمنية محل التحليل.

وفي ضوء ما سبق، تخلص الدراسة إلى أن التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية يمثلان معًا أحد أهم محركات الأداء المالي في الشركات العالمية الحديثة، وأن نجاح هذا التحول لا يتوقف على تبني التكنولوجيا في حد ذاته، بل على جودة دمجها ضمن نموذج أعمال متكامل قادر على تحقيق القيمة للعميل وللشركة في آن واحد.

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي للشركات العالمية، من خلال دراسة حالة شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤. وقد انطلقت الدراسة من أهمية التحول الرقمي باعتباره أحد أهم العوامل المؤثرة في بيئة الأعمال الحديثة، ومن دور التجارة الإلكترونية في توسيع الأسواق وزيادة كفاءة العمليات وتعزيز النتائج المالية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما استفادت من أسلوب دراسة الحالة، حيث تم اتخاذ شركة أمازون بوصفها وحدة التحليل الرئيسة. واعتمدت الدراسة على البيانات الثانوية المتمثلة في التقارير المالية السنوية، وتقارير المستثمرين، والتقارير المرجعية، والدراسات السابقة ذات الصلة. وتم تحليل العلاقة بين المتغير المستقل، والمتمثل في التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية، والمتغير التابع، والمتمثل في الأداء المالي، والذي تم قياسه من خلال المبيعات، والربحية، والمصروفات التشغيلية.

وتوصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية كان لهما أثر واضح في دعم نمو المبيعات لدى شركة أمازون خلال الفترة المدروسة، كما أسهما في تحسين الربحية بصورة تدريجية، وفي رفع كفاءة إدارة المصروفات التشغيلية، خاصة من خلال الأتمتة، والذكاء الاصطناعي، والخدمات السحابية، وتحليل البيانات. كما أظهرت النتائج أن أثر التحول الرقمي لم يكن متماثلاً في جميع السنوات، بل اختلف بين مرحلة الجائحة والمرحلة اللاحقة لها، حيث ظهر أثره أولاً في دعم المبيعات، ثم في تعزيز الكفاءة والربحية بصورة أكبر.

وخلصت الدراسة إلى أن التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية يمثلان عنصرين استراتيجيين في تحسين الأداء المالي للشركات العالمية، وأن تجربة أمازون تقدم نموذجًا تطبيقيًا واضحًا لكيفية تحويل الاستثمار في الحلول الرقمية إلى نتائج مالية وتشغيلية ملموسة.

الكلمات المفتاحية:

التحول الرقمي، التجارة الإلكترونية، الأداء المالي، أمازون، الربحية، المبيعات، المصروفات التشغيلية.

Abstract

This study aimed to analyze the impact of digital transformation and e-commerce applications on the financial performance of global companies through a case study of Amazon during the period 2020–2024. The study was based on the growing importance of digital transformation as a major factor influencing modern business environments, as well as the role of e-commerce in expanding markets, improving operational efficiency, and enhancing financial outcomes.

The study adopted a descriptive–analytical approach and utilized the case study method, with Amazon selected as the main unit of analysis. It relied on secondary data, including annual financial reports, investor reports, reference reports, and relevant previous studies. The relationship was analyzed between the independent variable, represented by digital transformation and e-commerce applications, and the dependent variable, represented by financial performance, which was measured through sales, profitability, and operating expenses.

The findings revealed that digital transformation and e-commerce applications had a clear impact on supporting Amazon's sales growth during the study period. They also contributed to gradually improving profitability and increasing the efficiency of managing operating expenses, particularly through automation, artificial intelligence, cloud services, and data analytics. The results also showed that the impact of digital transformation was not identical across all years, but varied between the pandemic period and the subsequent years, appearing first in sales growth and later more strongly in operational efficiency and profitability.

The study concluded that digital transformation and e-commerce are strategic drivers of financial performance in modern global companies, and that Amazon's experience provides a practical example of how investment in digital solutions can be transformed into tangible financial and operational outcomes.

Keywords:

Digital Transformation, E-commerce, Financial Performance, Amazon, Profitability, Sales, Operating Expenses.

المراجع

اعتمدت الدراسة الحالية على مجموعة من المراجع العربية والأجنبية والتقارير المؤسسية التي أسهمت في بناء الإطار النظري، وعرض الدراسات السابقة، وتحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤.

أولاً: المراجع العربية

أبو مصطفى، محمد. (٢٠٢٢). العوامل المؤثرة في نجاح المتاجر الإلكترونية في الوطن العربي. الجامعة الإسلامية.

الزهراني، عبدالله. (٢٠١٨). أثر تبني التجارة الإلكترونية على استراتيجية المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية. جامعة الملك عبدالعزيز.

الخطيب، أحمد. (٢٠٢٠). أثر التحول الرقمي على أداء الشركات اللوجستية في الشرق الأوسط. مجلة العلوم الإدارية.

دلابيح، عبدالرحمن. (٢٠١٩). أثر تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية على تحسين التجارة الإلكترونية في الشركات الصناعية الأردنية. جامعة آل البيت.

عمران، إياد؛ ومنال، فاطمة. (٢٠٢١). أثر استخدام التجارة الإلكترونية في تحسين العائد على الاستثمار في الشركات. سوق عمان المالي.

الغامدي، ناصر. (٢٠٢١). أثر الأتمتة على تحسين كفاءة العمليات في الشركات الكبرى بالسعودية. جامعة الإمام.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

Barnes, Michael, & Hunt, John. (2023). Digital transformation and profitability in global e-commerce companies. Journal of International Business.

Kumar, Raj, & Peterson, Robert. (2022). E-commerce acceleration after COVID-19 and its financial impact on global companies. Journal of Digital Economy.

Omari, Joseph. (2019). The impact of e-commerce and digital transformation on business performance in Lebanon. Journal of Business Studies.

Olu-Igboniywi, Jean, & Nemrish, Sandy. (2018). The role of e-commerce in improving the quality of accounting information systems in Libyan banks. Mediterranean University.

University of Texas. (2022). Artificial intelligence in e-commerce operations: A case study of Amazon. College of Computer Science.

ثالثاً: التقارير والمراجع المؤسسية

Amazon. (2020). Annual Report 2020. Amazon Investor Relations.

Amazon. (2021). Annual Report 2021. Amazon Investor Relations.

Amazon. (2022). Annual Report 2022. Amazon Investor Relations.

Amazon. (2023). Annual Report 2023. Amazon Investor Relations.

Amazon. (2024). Annual Report 2024. Amazon Investor Relations.

Deloitte. (2023). Digital transformation in global institutions. Deloitte Insights.

Forbes. (2024). Drivers of Amazon's profitability after digital expansion. Forbes Business Report.

Harvard Business Review. (2024). How automation shapes financial efficiency in major technology companies. Harvard Business Review.

McKinsey & Company. (2022). E-commerce growth and financial performance after the pandemic. McKinsey Global Research.

Statista. (2023). Global e-commerce statistics and Amazon performance. Statista.

الملاحق

الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع آراء المشاركين حول أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية

على الأداء المالي للشركات العالمية: دراسة حالة شركة أمازون خلال الأعوام ٢٠٢٠-٢٠٢٤،

وذلك لأغراض علمية وأكاديمية فقط.

يرجى التكرم بقراءة العبارات التالية وتحديد درجة موافقتكم عليها، علماً بأن جميع الإجابات ستُعامل

بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

وتفضلوا بقبول فائق الشكر والتقدير

أدرج هذا الاستبيان بوصفه أداة مقترحة يمكن الاستفادة منها في الدراسات المستقبلية التي تتناول
أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي.

أولاً: البيانات العامة

يرجى وضع علامة (✓) أمام الإجابة المناسبة:

١- الجنس :

a. ذكر Male []

b. انثى Female []

٢- العمر :

a. ٣٠ سنة او اقل []

b. من ٣١ الى ٣٥ []

c. من ٣٦ الى ٤٠ []

d. من ٤١ فأكثر []

٣- المستوى التعليمي :

a. ثانوية عامة []

b. بكالوريوس []

c. ماجستير []

d. دكتوراه []

٤- عدد سنوات الخبرة :

a. ٥ سنوات فأقل []

b. من ٥ الى ١٠ سنوات []

c. أكثر من ١٠ سنوات []

٥- جهة العمل

a. قطاع خاص []

b. قطاع عام []

٦- مجال العمل

a. الإدارة []

b. المالية []

c. التسويق []

d. تقنية المعلومات []

e. التجارة الالكترونية []

f. أخرى []

ثانيًا: محاور الاستبيان

مقياس الإجابة

يرجى اختيار درجة الموافقة المناسبة لكل عبارة وفق المقياس الآتي:

المحور الأول: التحول الرقمي

المحور الأول: التحول الرقمي	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
يسهم التحول الرقمي في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية داخل الشركات					
يساعد التحول الرقمي في تسريع تنفيذ الأعمال وتقليل الوقت المستغرق في العمليات					
يؤدي تبني الأنظمة الرقمية إلى تحسين جودة المعلومات المتاحة للإدارة					
يسهم التحول الرقمي في رفع قدرة الشركات على الاستجابة للتغيرات في السوق					
يساعد التحول الرقمي في تحسين عملية اتخاذ القرارات الإدارية والمالية					

					يسهم استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير أداء الشركات الكبرى
					تساعد الأنظمة الرقمية في تقليل الأخطاء البشرية في العمليات التشغيلية
					يسهم التحول الرقمي في تعزيز القدرة التنافسية للشركات العالمية

المحور الثاني: تطبيقات التجارة الإلكترونية:

المعارض	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
بشدة					تسهم التجارة الإلكترونية في توسيع قاعدة العملاء للشركات
					تساعد التجارة الإلكترونية في زيادة حجم المبيعات السنوية
					توفر المنصات الإلكترونية مرونة أكبر في الوصول إلى الأسواق العالمية
					يؤدي الاعتماد على التجارة الإلكترونية إلى رفع مستوى رضا العملاء
					تسهم تطبيقات التجارة الإلكترونية في تحسين تجربة العملاء
					ساعد أنظمة الدفع الإلكتروني في دعم نمو النشاط التجاري
					تسهم التجارة الإلكترونية في زيادة سرعة تنفيذ الطلبات
					تسهم التجارة الإلكترونية في زيادة سرعة تنفيذ الطلبات

المحور الثالث: أثر التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية على المبيعات

المبعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
أدى التحول الرقمي إلى زيادة مبيعات الشركات العالمية					
أسهمت التجارة الإلكترونية في رفع معدل نمو الإيرادات السنوية					
تساعد المنصات الرقمية في استقطاب عملاء جدد بشكل مستمر					
تؤدي سرعة الوصول إلى العملاء عبر المنصات الرقمية إلى زيادة المبيعات					
يسهم تحسين الخدمات الإلكترونية في زيادة حجم الطلب على المنتجات					
يعزز التطور التقني من قدرة الشركات على المحافظة على نمو مبيعاتها					

المحور الرابع: أثر التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية على الربحية

المبعد	أوافق بشدة	أوافق	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
يسهم التحول الرقمي في تحسين ربحية الشركات على المدى المتوسط والطويل.						
تؤدي التجارة الإلكترونية إلى رفع هامش الربح من خلال تقليل بعض التكاليف التقليدية.						
يساعد استخدام الذكاء الاصطناعي في تحسين الربحية من خلال زيادة الكفاءة.						
يسهم تحليل البيانات في دعم القرارات التي تؤدي إلى تحسين الربحية.						
يؤدي تطوير الخدمات الرقمية إلى زيادة القيمة المالية التي تحققها الشركة.						
يرتبط نجاح الشركات الرقمية بقدرتها على تحويل الابتكار التقني إلى أرباح فعلية.						

المحور الخامس: أثر التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية على المصروفات التشغيلية

المبعد	أوافق بشدة	أوافق	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
يساعد التحول الرقمي في تحسين كفاءة إدارة المصروفات التشغيلية.						
تسهم الأتمتة في تقليل الهدر في الموارد التشغيلية.						
يساعد استخدام الأنظمة الذكية في خفض الأخطاء وما يترتب عليها من تكاليف إضافية.						
تؤدي تطبيقات التجارة الإلكترونية إلى إعادة هيكلة المصروفات التشغيلية بصورة أكثر كفاءة.						
تسهم الرقمنة في رفع كفاءة سلاسل الإمداد والتخزين والتوصيل.						
يساعد التحول الرقمي في تحقيق توازن أفضل بين التكاليف والعوائد.						

المحور السادس: تقييم تجربة شركة أمازون

المبعد	أوافق بشدة	أوافق	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
تمثل شركة أمازون نموذجًا ناجحًا في توظيف التحول الرقمي لخدمة أهدافها المالية .						
أسهمت التجارة الإلكترونية في جعل أمازون من الشركات الأكثر نموًا عالميًا .						
ساعدت الأتمتة والخدمات الذكية في تحسين كفاءة عمليات أمازون التشغيلية .						
لعبت الخدمات السحابية دورًا مهمًا في دعم الأداء المالي لأمازون .						
تعكس تجربة أمازون أهمية التكامل بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية .						
يمكن الاستفادة من تجربة أمازون في تطوير أداء شركات أخرى.						

مع خالص الشكر والتقدير ..

