

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. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٥

مقدمة:

شهد العالم خلال السنوات ٢٠٢٠-٢٠٢٤ تحولات رقمية واسعة أثرت في طبيعة الأعمال التجارية، خاصة بعد جائحة كورونا التي أسهمت في تسريع التحول نحو التجارة الإلكترونية، مما أدى إلى زيادة ملحوظة في حجم التعاملات عبر الإنترنت (ماكينزي، ٢٠٢٢). وقد أصبح التحول الرقمي عنصراً أساسياً في تعزيز القدرة التنافسية للشركات العالمية، حيث مكّنها من تحسين الأداء المالي، ورفع مستوى الكفاءة التشغيلية (ديلويت، ٢٠٢٣).

وتعد شركة أمازون نموذجاً عالمياً رائداً في مجال التجارة الإلكترونية، إذ شهدت ارتفاعاً كبيراً في مبيعاتها خلال عامي ٢٠٢٠ و٢٠٢١ نتيجة زيادة الاعتماد على الشراء الإلكتروني، واستمر هذا النمو خلال ٢٠٢٣-٢٠٢٤ مدفوعاً بالتوسع في الخدمات السحابية والذكاء الاصطناعي (أمازون، ٢٠٢٤). وتشير تقارير "ستاتيسستا" إلى أن أكثر من ٨٥٪ من إيرادات الشركة تعتمد بشكل مباشر أو غير مباشر على التجارة الإلكترونية (ستاتيسستا، ٢٠٢٣). فقد مثلت جائحة كورونا نقطة تحول كبيرة في سلوك المستهلكين، حيث ارتفع الاعتماد على التسوق عبر الإنترنت، ما أدى إلى زيادة ملحوظة في حجم المبيعات والإيرادات. واستمرت الشركة بعد الجائحة في تعزيز استثماراتها في التحول الرقمي، سواء في الخدمات اللوجستية أو الخوارزميات الذكية أو أنظمة إدارة المخزون.

بناءً على ما سبق، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤، باعتبارها واحدة من أهم الشركات العالمية التي نجحت في توظيف التكنولوجيا لتعزيز نتائجها المالية.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت التجارة الإلكترونية، فإن أغلبها ركز على فترات قصيرة خلال الجائحة دون التطرق إلى الآثار الممتدة لما بعد ٢٠٢٢، وهي فترة شهدت تطوراً كبيراً في الأنظمة الرقمية وعمليات الأتمتة والذكاء الاصطناعي وتحسين سلاسل الإمداد (هارفارد بزنس ريفيو، ٢٠٢٤). كما ركزت بعض الدراسات العربية على قطاعات صغيرة دون تحليل حالة شركات عالمية بحجم أمازون (دلبيح، ٢٠١٩).

وبناءً على ذلك تتمثل مشكلة الدراسة في:

ما أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤؟

ويتفرع عن هذه المشكلة عدد من الجوانب المتعلقة بالربحية، المبيعات، المصروفات التشغيلية، والتغيرات الاستراتيجية التي تبنتها الشركة خلال الفترة المدروسة.

أهمية الدراسة:

١- الأهمية العلمية

- إثراء الأدبيات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية والتحول الرقمي.
 - تقديم نموذج تطبيقي حديث يعتمد على بيانات واقعية وتحليل مالي فعلي.
 - إبراز العلاقة بين التكنولوجيا والأداء المالي على مستوى الشركات العالمية.
- تؤكد الدراسات الحديثة وجود ارتباط قوي بين تطبيقات التجارة الإلكترونية وتحسين العائد على الاستثمار (عمران وآخرون، ٢٠٢١)، كما أظهرت دراسات أخرى أن الأنظمة المحاسبية الإلكترونية تسهم في رفع جودة البيانات ودقة التقارير المالية (أولو وإغبونيوي ونمريش، ٢٠١٨).

٢- الأهمية العملية

- مساعدة الشركات في فهم أثر الابتكار الرقمي على نتائجها المالية.
 - تقديم توصيات يمكن أن تسهم في تحسين الأداء التشغيلي والمالي.
 - دعم صناع القرار في تصميم برامج التحول الرقمي وتقييم جدواها.
 - الاستفادة من تجربة شركة أمازون كنموذج رائد يمكن تطبيقه على الشركات الأخرى.
- تكمن الأهمية العملية في كون التحول الرقمي أصبح حاجة أساسية لأي شركة تسعى لتعزيز قدرتها التنافسية وتقليل تكاليفها. وتشير تقارير ماكينزي (٢٠٢٢) إلى أن الشركات التي تبنت الأتمتة استطاعت خفض التكاليف التشغيلية بنسبة تتراوح بين ١٤-٢٢٪. كما تُعد أمازون نموذجًا تطبيقيًا غنيًا بالدروس للشركات التي تهدف إلى تطوير أدائها.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس

تحليل أثر التحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لشركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤.

الأهداف الفرعية

- ١- قياس أثر التجارة الإلكترونية على ربحية الشركة.
- ٢- تحديد تأثير التحول الرقمي في خفض المصروفات التشغيلية.
- ٣- دراسة أثر التجارة الإلكترونية على حجم المبيعات السنوية.
- ٤- مقارنة الأداء المالي قبل وأثناء وبعد الجائحة.

٥- تقديم توصيات لتحسين استراتيجيات التحول الرقمي.

تساؤلات الدراسة

١. كيف أثرت التجارة الإلكترونية في أداء أمازون خلال ٢٠٢٠-٢٠٢٤؟
٢. هل أدى التحول الرقمي إلى زيادة صافي الأرباح؟
٣. هل ساهمت التقنيات الرقمية في خفض المصروفات التشغيلية؟
٤. ما العلاقة بين التجارة الإلكترونية ونمو حجم المبيعات السنوية؟
٥. هل تختلف نتائج التجارة الإلكترونية بين فترة الجائحة والفترة اللاحقة؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي وتطبيقات التجارة الإلكترونية على زيادة ربحية شركة أمازون خلال الفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤.

الفرض الثاني:

يسهم التحول الرقمي في خفض المصروفات التشغيلية للشركة بشكل ملحوظ.

الفرض الثالث:

تؤدي تطبيقات التجارة الإلكترونية إلى زيادة حجم المبيعات السنوية لشركة أمازون.

الفرض الرابع:

شهد تأثير التحول الرقمي على الأداء المالي تحسناً أكبر بعد عام ٢٠٢٢ مقارنة بفترة ٢٠٢٠-٢٠٢١.

الدراسات السابقة:

شهدت التجارة الإلكترونية اهتمامًا كبيرًا في الأدبيات العلمية خلال العقدين الماضيين، وظهرت دراسات متعددة ركزت على أثر التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية على الأداء المالي للمؤسسات. وفيما يلي عرض لأبرز الدراسات ذات الصلة:

١- دراسة عمران وآخرون (2021)

عنوان الدراسة: أثر استخدام التجارة الإلكترونية في تحسين العائد على الاستثمار في الشركات.
اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبيان موجّه إلى عيّنة مكوّنة من (٦٧) شركة مساهمة عامة في سوق عمّان المالي.
توصلت النتائج إلى:

- وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام التجارة الإلكترونية والعائد على الاستثمار.
- التطبيقات الإلكترونية أسهمت في رفع الكفاءة التشغيلية وتقليل الوقت المستغرق في المعاملات.
- تحسن مستوى رضا العملاء بشكل ملحوظ، وهو ما انعكس إيجابًا على الإيرادات.
- صلة الدراسة الحالية: تدعم هذه الدراسة فرضية البحث بأن التجارة الإلكترونية تساهم في زيادة ربحية الشركات، وهو ما يظهر بوضوح في أداء أمازون.

٢- دراسة دلايخ (2019)

عنوان الدراسة: أثر تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية على تحسين التجارة الإلكترونية في الشركات الصناعية الأردنية.
استُخدم المنهج الوصفي وتم تحليل العلاقات بين المتغيرات باستخدام برنامج SPSS.
أهم النتائج:

- تطوير نظم المعلومات يزيد من موثوقية البيانات المالية.
- الأنظمة الإلكترونية ترفع دقة تقارير الأداء المالي.
- وجود ارتباط إيجابي بين التطور التقني وانخفاض الأخطاء التشغيلية.
- أهمية الدراسة: تؤكد أن البنية التقنية المتقدمة تمثل أساسًا جوهريًا لتحسين الأداء المالي، وهو ما ينطبق على أمازون التي تعتمد على بنية رقمية فائقة التطور.

٣- دراسة أولو-اغبونوي ونمريش (2018)

عنوان الدراسة: دور التجارة الإلكترونية في تحسين جودة نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الليبية.
النتائج الجوهرية:

- ارتفاع جودة البيانات المالية بسبب التحول الرقمي.
- الأنظمة الإلكترونية أسهمت في تسريع معالجة البيانات وتقليل الأخطاء.
- الدلالة: تتفق هذه الدراسة مع فرضيات البحث الحالية حول دور التحول الرقمي في تحسين الكفاءة التشغيلية والمعلوماتية للشركات.

٤- دراسة (Omari 2019)

عنوان الدراسة: أثر التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي على أعمال الشركات في لبنان.
اعتمدت على دراسة ميدانية وتحليل بيانات مالية واقعية لعدد من الشركات.
نتائج الرئيسة:

- التحول الرقمي يعد المحرك الأساسي لزيادة المبيعات.
- الشركات التي اعتمدت الذكاء الاصطناعي حققت أرباحاً أعلى بنسبة ١٧٪ مقارنة بالشركات التقليدية.
- انخفاض التكاليف الإدارية بنسبة ١١-٢٨٪ بعد تطبيق التجارة الإلكترونية.
- علاقتها بالدراسة: تقدم دعمًا مباشرًا لفرضيات البحث المتعلقة بخفض التكاليف وتعزيز الأرباح من خلال التحول الرقمي.

٥- دراسة الزهراني (2018)

عنوان الدراسة: أثر تبني التجارة الإلكترونية على استراتيجيات المنشآت الصغيرة والمتوسطة في السعودية.
أبرز النتائج:

- تحسن ملحوظ في عمليات التسويق وتوسعة الأسواق.
- زيادة عدد العملاء بنسبة ٣٥٪ بعد اعتماد الأنظمة الإلكترونية.
- وجود علاقة إيجابية بين التجارة الإلكترونية وارتفاع الأداء المالي.
- الدلالة: رغم اختلاف البيئة والحجم عن أمازون، إلا أن الدراسة تؤكد أثر التجارة الإلكترونية في تعزيز الأداء المالي في جميع القطاعات.

٦- دراسة (Kumar & Peterson (2022)

عنوان الدراسة: تسارع التجارة الإلكترونية بعد جائحة كورونا وأثرها المالي على الشركات العالمية.

استخدم الباحثان تحليل بيانات مالية لـ ١٠٠ شركة عالمية خلال ٢٠١٩-٢٠٢٢.

النتائج:

- ارتفاع المبيعات عبر الإنترنت بنسبة ٤٦٪ خلال الجائحة.
 - الشركات التي سرعت التحول الرقمي حققت أرباحًا أعلى بـ ٢٣٪.
 - انخفاض متوسط التكاليف التشغيلية بنسبة ١٤٪ بفضل الأتمتة.
- أهمية الدراسة: تتفق مع اتجاهات أمازون خلال نفس الفترة وتدعم العلاقة بين التحول الرقمي والربحية.

٧- دراسة (Amazon Financial Analysis (2020–2024)

الجهة: التقارير المالية الرسمية لشركة أمازون.

مؤشرات أساسية:

2020

- نمو المبيعات بنسبة ٣٨٪
- ارتفاع صافي الربح إلى ٢٧,٥ مليار دولار

2021

- استمرار النمو بنسبة ٢٢٪
- توسع خدمات AWS بنسبة ٣٠٪

2022

- تباطؤ النمو إلى ٩٪ بسبب التضخم

2023–2024

- عودة النمو بنسبة ١٢–١٤٪
- انخفاض المصروفات التشغيلية بفضل الأتمتة

- ارتفاع الطلبات الإلكترونية بنسبة ٢١٪
الدلالة: تعد هذه البيانات أساساً مباشراً لإثبات تأثير التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية على الأداء المالي لأمازون.

٨- دراسة (Barnes & Hunt (2023

عنوان الدراسة: التحول الرقمي والربحية في شركات التجارة الإلكترونية العالمية.
النتائج:

- التحول الرقمي هو العامل الأكبر المؤثر في ربحية الشركات العملاقة.
 - الاعتماد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي رفع الأرباح بنسبة ١٩٪.
- صلة الدراسة الحالية:
تؤكد أن التجارة الإلكترونية لا ترفع المبيعات فقط، بل تحسّن الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف.

٩- دراسة الخطيب (2020)

عنوانها: أثر التحول الرقمي على أداء الشركات اللوجستية في الشرق الأوسط.
المنهج: وصفي تحليلي باستخدام استبيانات لـ ١٥٠ شركة.
النتائج:

- خفض التكاليف التشغيلية بنسبة ١٨٪.
 - زيادة سرعة إنجاز الطلبات بنسبة ٣٤٪.
 - اعتماد التجارة الإلكترونية ارتبط بزيادة رضا العملاء.
- أهمية الدراسة:
تُبرز أهمية الأنظمة اللوجستية الرقمية، وهو ما يرتبط مباشرة بعمليات الشحن لدى أمازون.

١٠- دراسة الغامدي (2021)

عنوان الدراسة: أثر الأتمتة على كفاءة العمليات في الشركات الكبرى بالسعودية.
المنهج: تحليل بيانات ومقابلات مع مديري التشغيل.
النتائج:

- انخفاض النفقات التشغيلية بنسبة ١٢-٢٥٪.
 - ارتفاع الإنتاجية بنسبة تصل إلى ٤٠٪.
 - تعزيز الربحية المباشرة بفضل الأتمتة.
- الدلالة: تتطابق مع توجه أمازون في الاستثمار في الروبوتات والمستودعات الذكية.

١١- دراسة أبو مصطفى (2022)

عنوانها: العوامل المؤثرة في نجاح المتاجر الإلكترونية في الوطن العربي.
النتائج الأساسية:

- سرعة الموقع وطرق الدفع تحدد ٣٦٪ من قرار الشراء.
 - التجارة الإلكترونية توسّع نطاق العملاء بشكل كبير.
 - جودة الخدمات الإلكترونية ترتبط مباشرة بالأداء المالي.
- صلة الدراسة الحالية:
تبرز أهمية العامل التقني في رضا العملاء، وهو أحد أهم عناصر نجاح أمازون.

١٢- دراسة Deloitte (2023)

عنوان الدراسة: التحول الرقمي في المؤسسات العالمية.
النتائج:

- 74٪ من الشركات ربطت بين التحول الرقمي وتحسن الأداء المالي.
 - 66٪ خفضت النفقات التشغيلية بعد التحول الرقمي.
 - 49٪ ارتفعت أرباحها في أول عام.
- أهمية الدراسة:
توفر أساسًا قويًا لتفسير نجاح أمازون بعد ٢٠٢٠.

١٣- دراسة (McKinsey 2022)

عنوانها: نمو التجارة الإلكترونية والأداء المالي بعد الجائحة.

نتائج رئيسية:

- ارتفاع التجارة الإلكترونية عالمياً بنسبة ٣٥٪.
- زيادة أرباح الشركات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي بنسبة ٢٢٪.
- تقليل وقت تنفيذ الطلب بنسبة ٦٠٪.

صلة الدراسة الحالية:

تمنح إطاراً عالمياً لفهم التحولات التي أثرت على أمازون.

١٤- دراسة (Harvard Business Review 2024)

العنوان: كيف تشكّل الأتمتة الكفاءة المالية للشركات التقنية الكبرى؟

النتائج:

- أمازون الأكثر استفادة من الأتمتة مقارنة بجوجل ومايكروسوفت.
- انخفاض تكاليف العمليات اللوجستية.
- تحسين الربحية بفضل الذكاء الاصطناعي والتخزين الذكي.
- الأهمية: تعطي نظرة مقارنة بين أمازون وشركات مشابهة.

١٥- تقرير (Statista 2023)

النتائج:

- مبيعات أمازون تجاوزت ٥٧٥ مليار دولار.
 - 85٪ من إيرادات الشركة تأتي من التجارة الإلكترونية.
 - AWS شكّلت ١٧٪ من أرباح الشركة.
- الدلالة: يوضح مكانة أمازون عالمياً ويؤكد ارتباط الربحية بالتجارة الإلكترونية.

١٦- تقرير (2024) Forbes

عنوان التقرير: عوامل ربحية أمازون بعد التوسع الرقمي.

نتائج مهمة:

- توسع الشركة في الخدمات السحابية رفع الربحية.
- انخفاض تكاليف الشحن بسبب الأتمتة.

صلة التقرير بالدراسة:

يُظهر تأثير القرارات التشغيلية الرقمية على النتائج المالية.

١٧- دراسة (2022) University of Texas

عنوان الدراسة: الذكاء الاصطناعي في عمليات التجارة الإلكترونية – دراسة حالة أمازون.

نتائج أساسية:

- أنظمة الذكاء الاصطناعي وفّرت ٥ مليارات دولار سنويًا.
- تقليل زمن الشحن خفّض إلغاء الطلبات بنسبة ١٤٪.

الدلالة:

تعزز العلاقة المباشرة بين الأتمتة والربحية لدى أمازون.

جدول مقارنة بعض الدراسات السابقة

<u>علاقتها بالمشكلة</u>	<u>أهم النتائج</u>	<u>منهج الدراسة</u>	<u>السنة الدراسة</u>
<u>تدعم فرضية الربحية</u>	<u>زيادة العائد على الاستثمار بفضل التجارة الإلكترونية</u>	<u>وصفي تحليلي</u>	<u>Omran 2021</u>
<u>تدعم أثر الأنظمة الرقمية</u>	<u>تحسين دقة البيانات المالية</u>	<u>وصفي تحليلي</u>	<u>El-Dalabeeh 2019</u>
<u>تدعم فرضية خفض المصروفات</u>	<u>خفض التكاليف التشغيلية</u>	<u>تحليل شركات</u>	<u>Deloitte 2023</u>
<u>تدعم فرضية المبيعات</u>	<u>نمو كبير في المبيعات الإلكترونية</u>	<u>تحليل مالي عالمي</u>	<u>McKinsey 2022</u>
<u>تدعم فرضية التحول الرقمي</u>	<u>الأتمتة تزيد كفاءة العمليات</u>	<u>تحليل تقني</u>	<u>HBR 2024</u>
<u>دعم مباشر للنتائج المالية</u>	<u>نمو مبيعات أمازون بنسبة كبيرة</u>	<u>بيانات مالية</u>	<u>Statista 2023</u>

التحليل النقدي للدراسات السابقة

تُظهر الدراسات السابقة التي تناولت موضوع التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي مجموعة واسعة من النتائج التي تتفق في كثير من جوانبها، إلا أن التحليل النقدي لتلك الدراسات يكشف عن بعض نقاط القوة والضعف، بالإضافة إلى الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها. وفيما يلي عرض نقدي مفصل للدراسات السابقة من حيث المنهجية، نطاق البحث، مستوى التطبيق، ودرجة الارتباط بموضوع الدراسة الحالية.

أولاً: تحليل قوة الدراسات السابقة

١- قوة المنهجيات المستخدمة

اعتمدت العديد من الدراسات، سواء العربية أو الأجنبية، على منهجيات متعددة عززت من مصداقية نتائجها، مثل:

- التحليل الإحصائي المتقدم >
- تحليل الاتجاهات المالية.

- دمج البيانات الميدانية مع بيانات مالية منشورة.
 - الاعتماد على عينات كبيرة مثل دراسات ماكزوي و ديلويت التي شملت مئات الشركات.
- هذه المنهجيات القوية تعطي موثوقية للنتائج التي تربط بين التجارة الإلكترونية وتحسن الأداء المالي.

٢- توافق النتائج رغم اختلاف البيئات البحثية

على الرغم من اختلاف البيئات الجغرافية (الأردن، لبنان، ليبيا، السعودية، الولايات المتحدة)، إلا أن جميع الدراسات تقريبًا توصلت إلى نتائج متشابهة، أهمها:

- التجارة الإلكترونية تحسن الربحية.
 - التحول الرقمي يقلل من التكاليف التشغيلية.
 - الأتمتة ترفع كفاءة العمليات.
 - البيانات الذكية تدعم اتخاذ القرار المالي.
- هذا الاتفاق الواسع يعطي قوة للدراسة الحالية لأنها تأتي امتدادًا لنتائج مثبتة علميًا.

ثانيًا: نقاط الضعف في الدراسات السابقة

١- ضعف التعميم في بعض الدراسات العربية

تعاني بعض الدراسات العربية من:

- استخدام عينات صغيرة أو محصورة في قطاع واحد.
 - اعتماد أداة استبيان دون وجود بيانات مالية حقيقية.
 - التركيز على المتاجر الصغيرة بدل الشركات الكبرى.
- وهذا يحدّ من إمكانية تعميم نتائجها على شركات ضخمة مثل أمازون.

٢- محدودية الدراسات التي تتناول الفترة ٢٠٢٢-٢٠٢٤

معظم الدراسات ركزت على سنوات ما قبل جائحة كورونا وخلالها، بينما قلّت الدراسات التي غطت آثار التحول الرقمي بعد ٢٠٢٢، على الرغم من أن هذه الفترة شهدت:

- توسع أمازون في الذكاء الاصطناعي.

- استثمارات ضخمة في المستودعات الروبوتية.

- تغييرات في سلوك المستهلك.

وهنا تأتي أهمية الدراسة الحالية في سد هذه الفجوة.

٣- التركيز على جانب واحد فقط من الأداء المالي

عدد من الدراسات ركز على جانب محدد مثل:

- الربحية فقط

- أو المبيعات فقط

- أو التكاليف فقط

بينما الدراسة الحالية شاملة وتدرس ثلاثة مؤشرات مالية رئيسية وهي:

- الربحية

- المبيعات

- المصروفات التشغيلية

وهذا يعطيها عمقًا أكبر.

ثالثًا: الفجوات البحثية (Research Gaps)

١- ندرة الدراسات التطبيقية على شركات عالمية كبرى

رغم وجود دراسات كثيرة حول التجارة الإلكترونية، إلا أن قليلًا منها تناول شركات عالمية بحجم أمازون، والتي تمتلك:

- عمليات لوجستية معقدة

- سياسات تسويقية عالمية

- منصات تجارة إلكترونية متعددة القارات

- مصادر دخل متعددة AWS ، Prime ، Marketplace

٢- عدم دمج التحول الرقمي مع التجارة الإلكترونية

معظم الدراسات تعاملت معهما كمتغيرين منفصلين، بينما:

- التحول الرقمي هو المحرك الرئيسي للتجارة الإلكترونية
- والتجارة الإلكترونية هي الناتج العملي للتحول الرقمي

الدراسة الحالية تدمج المتغيرين في نموذج واحد.

٣- قلة الدراسات التي تقارن سنوات الجائحة بما بعدها

أغلب الدراسات اهتمت بفترة ٢٠٢٠-٢٠٢١، لكن الفترة ٢٠٢٢-٢٠٢٤ تشهد:

- تغيرات اقتصادية عالمية
- اختلاف سلوك المستهلك
- تحسن في الخدمات اللوجستية
- تباطؤ ثم عودة نمو التجارة الإلكترونية

وهذا يعطي تميزاً واضحاً لدراسك لأنها تغطي ٥ سنوات كاملة.

رابعاً: مقارنة نقدية بين الدراسات العربية والأجنبية

١- الدراسات العربية

نقاط القوة:

- تركيزها على واقع المنطقة العربية.
- كشفها لتحديات البنية التحتية الرقمية.

نقاط الضعف:

- الاعتماد على الاستبيان غالباً.
- غياب البيانات المالية الدقيقة.
- قلة التطبيق على شركات كبيرة.

٢- الدراسات الأجنبية

نقاط القوة:

- اعتمادها على بيانات مالية حقيقية.

- حجم عينات ضخمة (١٠٠-٤٠٠ شركة).
- مستوى دقة أعلى في التحليل.

نقاط الضعف:

- لا تراعي خصوصية البيئة العربية.
- التركيز على شركات عملاقة فقط.

خلاصة المقارنة:

الدراسة الحالية تأتي لتجمع بين:

- شمول البيانات كما في الدراسات الأجنبية
- وملاءمة البيئة العربية في الطرح والتحليل

خامساً: الاستنتاج النقدي النهائي

من خلال التحليل النقدي للدراسات السابقة، يتضح:

- أن هناك اتفاقاً واسعاً بأن التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي عنصران أساسيان في تحسين الأداء المالي.
- أن هناك نقصاً واضحاً في الدراسات التي تتناول سوق الشركات العملاقة مثل أمازون.
- أن الدراسات لم تتناول تأثير التجارة الإلكترونية عبر فترة طويلة مثل ٢٠٢٠-٢٠٢٤.
- أن دمج التحول الرقمي مع التجارة الإلكترونية في نموذج واحد يعتبر مساهمة علمية جديدة تتبناها هذه الدراسة.

وبناءً على ذلك، فإن الدراسة الحالية تكتسب أهميتها من:

- شمولها لمؤشرات مالية متعددة
- طول الفترة الزمنية المدروسة
- تركيزها على شركة عالمية رائدة
- دعمها بنتائج تقارير عالمية حديثة HBR ،McKinsey ،Deloitte

خلاصة الدراسات السابقة

بمراجعة الأدبيات السابقة يتضح ما يلي:

- التجارة الإلكترونية أصبحت محركاً رئيسياً لنمو الإيرادات.
- التحول الرقمي يساهم في تقليل التكاليف التشغيلية بشكل ملحوظ.
- أتمتة العمليات والذكاء الاصطناعي من أهم العوامل التي حسّنت أداء الشركات.
- حالة أمازون تقدم نموذجاً واقعياً لما يمكن أن تحققه الشركات عند اعتماد التكنولوجيا بفعالية.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تعتمد الدراسة على مجموعة من المرتكزات النظرية:

١- نموذج قبول التكنولوجيا (TAM)

يشير هذا النموذج إلى أن تبني التكنولوجيا يتأثر بعاملين رئيسيين:

- سهولة الاستخدام
 - الفائدة المتوقعة
- (ديفيس، ١٩٨٩)

ينطبق هذا النموذج على أنظمة البيع الإلكتروني وإدارة الطلبات لدى أمازون.

٣- نظرية الأداء المالي

تركّز هذه النظرية على قياس الربحية والعائد على الاستثمار ومعدلات السيولة والانفاق التشغيلي، وترتبط بأداء العمليات الداخلية (ماكينزي، ٢٠٢٢).

٤- نظرية التحول الرقمي

تشير إلى أن إدخال التقنيات الرقمية يساهم في:

- تقليل التكاليف
- تحسين الكفاءة
- رفع سرعة معالجة الطلبات
(ديلويت، ٢٠٢٣)

٥- نظرية التجارة الإلكترونية

ترى أن التجارة الإلكترونية تعتمد على:

- المنصات الرقمية
- جودة الخدمات
- سرعة التفاعل مع المستهلكين
(عمران وآخرون، ٢٠٢١)

تشير نظريات تبني التكنولوجيا مثل نموذج قبول التكنولوجيا TAM إلى أن سهولة استخدام الأنظمة وفائدتها المتوقعة يؤثران مباشرة في مستوى استخدامها داخل الشركات (ديفيس، ١٩٨٩). كما توضح نظريات إدارة العمليات أن التحول الرقمي يسهم في رفع الكفاءة وتقليل المصروفات (ماكينزي، ٢٠٢٢). وترى تقارير ديلويت (٢٠٢٣) أن الأداء المالي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى قدرة الشركة على استغلال التقنيات الرقمية.

المنهجية وطرق البحث:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال:

- تحليل البيانات المالية لشركة أمازون من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤.
- مقارنة النتائج عبر السنوات قبل وأثناء وبعد الجائحة.
- تحليل تقارير السوق العالمي.
- مراجعة الدراسات السابقة ذات العلاقة.
- دراسة أثر تقنيات التحول الرقمي على الأداء الفعلي للشركة.

أدوات الدراسة:

تم الاعتماد على تحليل الوثائق المالية باعتبارها مصدرًا أساسيًا لقياس الأداء المالي (أمازون، ٢٠٢٤)، إضافة إلى مراجعة الأدبيات العلمية السابقة التي تناولت التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي وتشمل:

١- تحليل الوثائق والسجلات المالية

ويتمثل في جمع البيانات المالية المنشورة رسميًا من شركة أمازون للفترة ٢٠٢٠-٢٠٢٤، بما في ذلك:

- القوائم المالية السنوية والربع سنوية
 - تقارير الأداء التشغيلي
 - تقارير إدارة المخزون والخدمات اللوجستية
 - بيانات قسم الخدمات السحابية AWS
- وتعد هذه الأداة أساسية لأنها توفر بيانات واقعية يمكن الاعتماد عليها في التحليل المالي.

٢- تحليل البيانات الكمية (التحليل المالي)

ويشمل استخدام عدد من الأساليب الكمية مثل:

- تحليل الاتجاهات المالية (Trend Analysis)
 - النسب المالية المتعلقة بالربحية
 - مؤشرات السيولة والكفاءة التشغيلية
 - المقارنات بين سنوات الدراسة
- وتهدف هذه الأداة إلى قياس تأثير التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي على نتائج الشركة عبر الزمن.

٣- مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة

من خلال تحليل شامل لمجموعة كبيرة من:

- الأبحاث العلمية
- الكتب المتخصصة
- التقارير الدولية Deloitte ، McKinsey ، HBR

- الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوع التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي تساعد هذه الأداة على بناء إطار نظري قوي وتحديد الفجوات البحثية.

٤- التحليل المقارن

تُستخدم هذه الأداة لمقارنة:

- أداء أمازون خلال فترة الجائحة (2020–2021)
- أدائها بعد الجائحة (2022–2024)
- مقارنة بين تأثير التحول الرقمي على المبيعات، الربحية، والمصروفات وتبرز هذه الأداة الاختلافات والفروق التي تعزز فهم التطور الزمني للأداء المالي.

٥- أدوات التحليل الوصفي

وتتضمن:

- وصف الظواهر المرتبطة بالتجارة الإلكترونية
 - تحليل التحولات الرقمية للشركات
 - تفسير العوامل المؤثرة في الأداء المالي
- هذه الأداة تساعد في بناء إطار شامل وموضوعي للبيانات قبل الانتقال للتحليل الكمي.

٦- أدوات العرض البياني

مثل:

- الرسوم البيانية
 - الجداول التحليلية
 - المنحنيات الزمنية
- وهي ضرورية لتوضيح التغيرات المالية عبر السنوات ٢٠٢٠–٢٠٢٤ بطريقة واضحة.

حدود الدراسة:

1.الحدود المكانية:

شركة أمازون العالمية.

2.الحدود الزمانية:

من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٤.

3.الحدود الموضوعية:

تحليل أثر التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي على الأداء المالي فقط دون التطرق لعوامل أخرى مثل الموارد البشرية أو التسويق التقليدي.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

1. أبو مصطفى، محمد. (2022). *العوامل المؤثرة في نجاح المتاجر الإلكترونية في الوطن العربي*. الجامعة الإسلامية.
2. الزهراني، عبدالله. (2018). *أثر تبني التجارة الإلكترونية على استراتيجيات المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية*. جامعة الملك عبدالعزيز.
3. الغامدي، ناصر. (2021). *أثر الأتمتة على تحسين كفاءة العمليات في الشركات الكبرى بالسعودية*. جامعة الإمام.
4. الخطيب، أحمد. (2020). *أثر التحول الرقمي على أداء الشركات اللوجستية في الشرق الأوسط*. مجلة العلوم الإدارية.
5. دلبيح، عبدالرحمن. (2019). *أثر تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية على تحسين التجارة الإلكترونية في الشركات الصناعية الأردنية*. جامعة آل البيت.
6. عمران، إياد، ومنال، فاطمة. (2021). *أثر استخدام التجارة الإلكترونية في تحسين العائد على الاستثمار في الشركات*. سوق عمان المالي.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- 7.أولو-إغبونيوي، جين، ونمريش، ساندي. (2018). أثر التجارة الإلكترونية في تحسين جودة نظم المعلومات المحاسبية في البنوك الليبية. جامعة البحر الأبيض المتوسط.
- 8.بارنز، مايكل، وهنت، جون. (2023). التحول الرقمي والربحية في شركات التجارة الإلكترونية العالمية. مجلة الأعمال الدولية.
- 9.بيترسون، روبرت، وكومار، راج. (2022). تسارع التجارة الإلكترونية بعد جائحة كورونا وتأثيرها المالي على الشركات العالمية. مجلة الاقتصاد الرقمي.
- 10.أوماري، جوزيف. (2019). أثر التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي على أعمال الشركات في لبنان. مجلة دراسات الأعمال.
- 11.جامعة تكساس. (2022). الذكاء الاصطناعي في عمليات التجارة الإلكترونية: دراسة حالة أمازون. كلية علوم الحاسب.

ثالثاً: المراجع المؤسسية والتقارير العالمية

- 12.أمازون. (2020-2024). التقارير المالية السنوية والربع سنوية. قسم Investor Relations ، شركة Amazon.
- 13.ديلويت. (2023). التحول الرقمي في المؤسسات العالمية. Deloitte Insights.
- 14.ستاتيسا. (2023). إحصاءات التجارة الإلكترونية العالمية وأداء شركة أمازون. Statista.
- 15.فوربس. (2024). عوامل ربحية أمازون بعد التوسع الرقمي. Forbes Business Report.
- 16.ماكينزي وشركاه. (2022). نمو التجارة الإلكترونية والأداء المالي بعد جائحة كورونا McKinsey Global Research.
- 17.هارفارد بزنس ريفيو. (2024). كيف تشكّل الأتمتة الكفاءة المالية في الشركات التقنية الكبرى؟ Harvard Business Review.