

دور التجارة الالكترونية في تحسين الأداء المالي للمؤسسات الاقتصادية

شركة أمازون أنموذجا

احمد نسيب^{1*}، علي بلحاج ياسين²، بالي مصعب³

¹ جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان - الجزائر -

² جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان - الجزائر -

³ جامعة الوادي - الجزائر

ملخص: عرف العالم في نهاية القرن العشرين العديد من التغيرات والتحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، مما أدى لبروز تطبيقات تقنية متمثلة في التجارة الالكترونية، التي عرفت مؤخرا انتشارا واسعا في العالم.

وعليه سوف نحاول في هذه الورقة البحثية إيجاد علاقة بين التجارة الالكترونية والأداء المالي للمؤسسات، وهذا بالتطرق للتجارة الالكترونية من حيث المفاهيم المختلفة وذكر أهميتها وخصائصها وأشكالها مع الإشارة لمزاياها، ومن ثم التطرق للأداء المالي بالوقوف على بعض مفاهيمه ومؤشرات قياسه، ومحاولة تجسيد ذلك من خلال دراسة حالة شركة أمازون كنموذج متطور في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، الأداء المالي للمؤسسات، شركة أمازون

تصنيف JEL: F1

Abstract:

At the end of the twentieth century, the world witnessed many changes and transformations brought about by technological developments, leading to the emergence of technological applications in electronic commerce, which has recently been widely spread in the world.

Therefore, we Will try in this paper to find a relationship between electronic commerce and financial performance of institutions, and this by touching on electronic commerce in terms of different concepts and mention their importance, characteristics and forms with reference to their advantages, and then touch on financial performance by looking at some of its concepts and indicators of measurement, and try to materialize this through a study The case of Amazon as an evolving model in this area.

Keywords: e-commerce, financial performance of enterprises, Amazon

Jel Classification Codes : f1

I - تمهيد:

مع بداية القرن الحادي والعشرون أصبحت تكنولوجيا المعلومات من أهم العوامل الأساسية في تسهيل نشاطات وإجراءات إدارة الأعمال في العالم، وعاملا محفزا لكثير من الأعمال لتغير هيكلها وطرق إدارتها، ومن المحمل جدا إن تصبح التجارة الالكترونية من العوامل المؤثرة على الاقتصاد العالمي، نظرا للتطور الهائل الذي حققه الإنسان في هذا المجال.

لهذا نرى اليوم أن دول العالم على اختلاف مستوياتها الاقتصادية تتسابق لولوج مجتمع المعلومات بتبني بعض النماذج والأنماط المعيشية المعاصرة التي تتماشى مع هذا الطموح التي تأتي في مقدمتها التجارة الالكترونية بصفة خاصة. ومدى انعكاس ذلك على الأداء الاقتصادي والمالي بزيادة الأرباح أو تقلصها، من هنا توالت الأبحاث حول دراسة طبيعة العلاقة بين التجارة الالكترونية والأداء المالي للمؤسسات ولقد اخترنا شركة أمازون كنموذجنا لذلك.

وحسب ما سبق نطرح الإشكالية التالية: ما مدى انعكاس تبني التجارة الالكترونية على الأداء المالي للمؤسسات؟ وهل حققت شركة أمازون ذلك؟

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقنا له، فهي تعالج ظاهرة التجارة الالكترونية، والتي تعد إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، ومن أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية في الاقتصاد المعاصر، وقياس ذلك على الأداء المالي للمؤسسات.

أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- ✓ إبراز الإطار العام حول التجارة الالكترونية.
- ✓ معرفة الأداء المالي للمؤسسات
- ✓ - معرفة علاقة التجارة الالكترونية بالأداء المالي لشركة أمازون.

وعليه سنتناول في هذه الدراسة النقاط التالية:

- ✓ الإطار النظري للتجارة الالكترونية
- ✓ أساسيات الأداء المالي للمؤسسات

دراسة حالة شركة أمازون

II-1- الإطار النظري للتجارة الالكترونية

اكتسبت مصطلحات التجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة انتشارا واسعا إلى درجة أن أصبحت رمزا للغة الخاصة بالثقافة المعلوماتية التي تعتبر مصدر الثورة التي حدثت في الألفية الثانية، حيث أصبح هذا المصطلح شائع الاستعمال لدى أوساط المال

والأعمال ولدى المؤسسات المختلفة بصفة عامة. والتي تعبر عن مجموعة من النشاطات التي ترجع دائماً في تعاملاتها إلى الحاسوب والانترنت لمبادلة سلع وخدمات بطريقة حديثة ومباشرة ولكن بصيغة إلكترونية، وبالرجوع إلى الأصل اللغوي للمصطلح نجد يتكون من كلمتين إنجليزيتين:

Commerce / Electronic ويقصد بالأولى: Commerce مجموعة النشاطات المنظمة

و الممتدة على الشبكات المفتوحة¹ (بيع، شراء ، إعلان ، تجارة) وشتى الأعمال التجارية و التي تعمل على تبادل القيم بين طرفين. ويقصد بالثانية: Electronic الشبكة الإلكترونية العالمية والمكونة من الحاسبات ووسائل الاتصال التي يتم تبادل البيانات من خلالها²

1- المفاهيم المختلفة للتجارة الإلكترونية:

هناك مجموعة من المفاهيم التي تحاول تشخيص وتوضيح تلك الظاهرة وتتميز تلك المفاهيم بالتباين فيما بينها وذلك من حيث مدى ضيقها واتساعها لتغطي تلك الظاهرة فمن هذه المفاهيم ما يتسم بضيق النطاق، ومنها ما يتميز بالتوسع الكبير، ومنها بين هذين الاثنين، حيث تعددت الجهات التي أوردت هذه المفاهيم، ويمكن عرض أهم المفاهيم وذلك فيما يلي:

التجارة الإلكترونية: هي مفهوم جديد يشرح عملية البيع و الشراء وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات وذلك من خلال الوسائل المختلفة من شبكة الحاسب الآلي ومن ضمنها شبكة الانترنت ويمكن تعريف التجارة من عدة جوانب³

من جانب الأعمال: تعرف التجارة الإلكترونية بأنها وسيلة من اجل توصيل المعلومات والخدمات والمنتجات عبر وسيلة من وسائل تكنولوجيا المعلومات.

من جانب الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت): تعرف بأنها عملية التجارة التي تفتح الباب أمام مجال استخدام شبكة الانترنت من اجل بيع وشراء السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت.

تعريف منظمة التجارة العالمية: تعريف التجارة الإلكترونية لدى منظمة التجارة العالمية أكثر شمولاً عن سابقتها ، حيث يرى أن التجارة الإلكترونية مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية ، وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بالاعتماد على الوسائط الإلكترونية ومنشأه⁴. فإن هذا التعريف لا يقتصر التجارة الإلكترونية على مجرد تبادل السلع والخدمات بواسطة إلكترونية ، وإنما يغطي كافة عمليات الإنتاج والتسويق والبيع والإعلان و الترويج والتسليم وخدمات ما بعد البيع ... الخ .وقد صنفت التجارة الإلكترونية عالمياً ضمن نطاق الخدمات، وذلك من خلال التقرير الصادر عن منظمة التجارة العالمية الخاص بالخدمات ، حيث اعتبر التقرير أن تزويد الخدمات بالطرق التقنية يقع ضمن نطاق الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات وعليه تخضع هذه التجارة إلى نصوص اتفاقية التجارة العامة كافة في الخدمات من حيث الالتزامات والمتطلبات.

تعريف كوبييل Koppel:

يعرف التجارة الإلكترونية من خلال المنظومة أو المصفوفة التي وضعها، بحيث تغطي التجارة الإلكترونية طبقاً لهذه المصفوفة كافة العمليات التجارية التي تتم بين كافة المؤسسات والشركات سواء كانت حكومية أو غير حكومية أو حتى بينها وبين بعضها البعض وبينها وبين العملاء والمستهلكين وذلك كما يوضحها الجدول التالي⁵:

2- أشكال التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية مفهوماً واسعاً يشمل أي نشاط أو تعاملات تجارية تتحقق بين أطراف متعددة عبر الوسائل الإلكترونية وأهمها شبكة الإنترنت، لذلك فإن أي نموذج للتجارة الإلكترونية يشمل على الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري، وعليه يمكن تقسيم التجارة الإلكترونية حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري كالآتي⁶:

أ- التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال: Business to Business (B to B)

ان وحدات الأعمال في مؤسسات التي تقوم بتطبيق التجارة الإلكترونية تستخدم شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسلم الفواتير وإجراء عملية الدفع من خلال وسائل عدة مثل استخدام بوابة الدفع الإلكتروني

التسويق الإلكتروني: Electronic Marketing والذي يوفر آلية بحث قوية وسريعة، تستخدمها الشركة لغرض مقارنة السلع المعروضة من الموردين المختلفين من اجل العثور على المورد المناسب.

التبادل الإلكتروني للبيانات: EDI وتبدأ هذه التقنية في العمل بمجرد اختيار المورد المناسب والاتفاق معه على شروط وترتيبات التوريد، وتسمح لهذه التقنية بتمكين عمليات التبادل النمطية

ب -التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والمستهلك: Business to Consumer (B2C)

يطلق عليها اسم تجارة التجزئة الإلكترونية **E-Retailing** وذلك من اجل تميزها عن غيرها من صور التعاملات من خلال التجارة الإلكترونية، ويقدر حجم تجارة **B2C** في مجالي 20% من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالي، وعلى الرغم من أن هذا النسبة ضعيفة نسبياً إلا أن هذا النوع من التجارة الإلكترونية ألقى في الآونة الأخيرة اهتماماً كبيراً تصل نسبته إلى حوالي 80% من تغطية وسائل الإعلام المختلفة لموضوع التجارة الإلكترونية⁷.

ج -التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والحكومة: Business to Government (B2G)

تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوازم والرسوم ونماذج المعاملات على شبكة الانترنت بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية وان تقوم بإجراء المعاملات الكترونياً من غير أن يكون هناك تعامل من مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية، هذا وتقوم الحكومة الآن بالعمل علي ما يسمى بالحكومة الإلكترونية لإتمام

تلك المعاملات الكترونياً، ومن الجدير بذكره بأن بعض المؤسسات والدوائر قد باشرت بالفعل بتطبيق تلك الإجراءات كمرحلة أولى (كما هو الحال بالنسبة للإمارات والسعودية و الجزائر و مصر) من المتوقع الانتهاء من إعداد البرنامج بشكله المتكامل خلال فترة وجيزة قد تتجاوز السنة بقليل أي أن هذا النوع من التعاملات بين مؤسسات الأعمال والإدارة المحلية يغطي كافة التعاملات و التحويلات التي تتم بين مؤسسات الأعمال وهيئات الإدارة المحلية .

د- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة: (G2C) Consumer to Government

هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم بين المستهلك والإدارة المحلية ومثال ذلك عملية دفع الضرائب حيث تتم الكترونيا وعملية استخراج تراخيص تسيير السيارات أو رخص قيادة السيارات، أو سداد الرسوم المتعلقة باستهلاك الكهرباء أو الماء ومن دون الحاجة بأن يقوم المستهلك بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك.

3- خصائص التجارة الإلكترونية وأهميتها

3 4 - خصائص التجارة الإلكترونية: يمكن إبراز أهم خصائص التجارة الإلكترونية فمالي:

3-1-1- تحسين أداء وحدات الأعمال: تؤث التجارة الإلكترونية بشكل ايجابي على النتائج التجارية لوحدة الأعمال وذلك من خلال:

أ- الترويج للمنتج: Product Promotion

تقوم التجارة الإلكترونية بتوفير قاعدة معلوماتية غنية واتصال مباشر مع العملاء وتساعد التجارة الإلكترونية في عملية ترويج المنتج من خلال الكتالوجات الإلكترونية غيرها، هي تعد أداة تسويقية جديدة للوحدات القائمة والجديدة على حد سواء حيث تسمح بالوصول إلى العديد من الأسواق التي يصعب الوصول إليها بالطرق التقليدية ومن ثم الوصول إلى أقصى عدد ممكن من العملاء.

ب- تخفيض التكاليف المباشرة: Direct Saving

تقدم التجارة الإلكترونية الفرصة لتوفير التكاليف والنفقات، من خلال بنية أساسية رقمية مثل الانترنت حيث يمكن خفض تكلفة التسويق والتوزيع والخدمة بصورة فعالة وباستخدام وسائل النقل الإلكتروني، يمكن خفض تكلفة العاملين والمكالمات الهاتفية.

ج- التوقيت المناسب لتوصيل الخدمة والمنتج: Time to Market

تسمح أنظمة التجارة الإلكترونية بخفض دورة الوقت المرتبطة بإنتاج وتوصيل المعلومات والخدمات وذلك لطبيعتها الفورية، وتمثل القدرة على التوزيع واستقبال منتج فور إنتاجه أهمية كبرى في بعض الأسواق المالية التي عادة يكون توافر المعلومات بالسرعة المطلوبة ضروريا بالنسبة لها⁸

3-1-2- تطوير وحدات الأعمال في الاتجاه التكنولوجي: لا شك أن التطور السريع في مجال التجارة الإلكترونية دفع وحدات الأعمال

على التكيف بسرعة حتى تستطيع تلبية احتياجات العميل، وبالتالي يكون للتجارة الإلكترونية اثر كبير على خطط معظم وحدات الأعمال لتصبح هذه التكنولوجيا مألوفة لدى وحدات الأعمال و على نحو سريع من حيث تعلم و فهم تلك الوسائل التكنولوجية فهما كاملا⁹

3-1-3- سرعة تغير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد: حيث أن التغيرات المتسارعة في نوعية الأنشطة التي تدرج تحت

مفهوم التجارة الإلكترونية، وثمة احتمالات ضخمة لاتساع نطاق هذه الأنشطة، ومن جهة أخرى فان ارتباط التجارة الإلكترونية بوسائط الاتصال الإلكتروني بصفة خاصة ومجالات الاتصالات والمعلومات بصفة عامة.¹⁰

3-1-4- الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية: فالتجارة الإلكترونية أو الوسائط الإلكترونية التي يجري من خلالها أنشطة التجارة الإلكترونية، لاسيما الانترنت، لاتعرف الحدود المكانية أو الجغرافية ومن ثم فان نشاط تجاري يقدم سلعاً وخدمات على الانترنت لا يحتاج إلى التوجه إلى منطقة جغرافية بعينها، وبالتالي يمكن إدارة المعاملات التجارية لأي شركة من خلال موقعها على الانترنت ومن أي موقع جغرافي

3-2- أهمية التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية ذات أهمية كبيرة فقد ساهمت في رفع وزيادة حجم التبادل التجاري وتطويره كما أسهمت في دعم الاقتصاد الدولي وفتحت آفاق واسعة للنهوض بمستوى الأمم، حيث تتمثل أهمية التجارة الإلكترونية في ما يلي:

3-2-1- تعتبر وسيلة متميزة وغير مسبقة للوصول إلى الأسواق العالمية في وقت واحد و بأقل التكاليف، حيث تساعد البائعين على تخطي حواجز المسافات والوصول إلى أسواق بعيدة و متنوعة، كما تساعد المشتريين على التمتع بنفس الخواص بالوسيلة ذاتها وفي الوقت نفسه، وهي بذلك تعتبر تطبيقاً حقيقياً لفكرة العولمة وتحرير التجارة ، وأن العالم ليس سوى قرية صغيرة لاتتقيد بحواجز المكان والزمان وهي توفر بذلك فرصاً وإمكانيات لانتهائية لعرض السلع والخدمات.

3-2-2- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملون عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بينهم، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية، وما تستلزمه من نفقات، كما أنها توفر نفقات الإدارية وغيرها، حيث تبلغ نسبة الوفرة في ذلك ما لا يقل عن 80%.

3-2-3- تعتبر التجارة الإلكترونية أداة تؤدي إلى تحسين آلية تبادل المعلومات داخل المؤسسات والتغلب على كثير من المعوقات التي تعوق جمع ونشر المعلومات في الوقت المناسب، كما أنها ترفع من الفائدة التي تعود من تحسين التعاون والت ارتباط بين مختلف الوحدات داخل المؤسسة الواحدة وبما يخدم في النهاية عملية اتخاذ القرار وذلك من حيث:¹¹

أ - تحديث الاتصالات Modemization the Comm.

ب- تحقيق القدرة التنافسية Achieving competitive Abilitytsd

ج- تقليل التكاليف والحد من النفقات Cost containment and cost Decreasin

د - إتاحة المعلومات والاستفادة منها Information Availability & utilization

هـ - دعم أنشطة الإنتاج والتسويق Marketing & production

4- مزايا التجارة الإلكترونية¹²

4-1- بالنسبة للشركات: تقدم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي نذكرها على سبيل المثال لا الحصر

❖ **تسويق وفعالية وارباح أكثر** اعتماد الشركات على الانترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء

العالم طيلة ساعات اليوم

❖ **تخفيض مصاريف الشركات** ان عملية اعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أكثر اقتصادية من بناء اسواق

التجزئة او صيانة المكاتب. ولا تحتاج الشركات الى الانفاق الكبير على الامور الترويجية.

- ❖ تواصل فعال مع الشركاء والعملاء تعمل التجارة الالكترونية على طوي المسافات مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء وتوفر التجارة الالكترونية فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الاخرى

4-2- بالنسبة للزبائن:

- ❖ توفير الوقت والجهد تفتح الاسواق الالكترونية بشكل دائم ولا يحتاج الزبائن للسفر كما لا يحتاج الشراء أكثر من نقرة على المنتج وادخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية.
- ❖ حرية الاختيار توفر التجارة الالكترونية فرص عديدة لمختلف انواع المحلات على الانترنت بالإضافة لتزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات.
- ❖ خفض الاسعار يوجد على شبكة الانترنت عدة شركات تباع السلع بأسعار منخفضة عن المحلات التقليدية.

4-3- بالنسبة للمجتمع:

- ❖ زيادة القدرة التنافسية وزيادة الصادرات الى مراكز الاستهلاك وامكانية التسويق عالميا
- ❖ زيادة فرص العمل عن طريق العمل بالمؤسسات المصغرة التي تتصل بالاسواق العالمي وبأقل تكلفة.
- ❖ زيادة العمل المنزلي من خلال زيادة عدد الافراد الذين يعملون من داخل منازلهم ويقلل من خروجهم قصد التسوق.
- ❖ الانفتاح على الاسواق العالمية حيث مكنت الانترنت شعوب العالم بالتمتع بالمنتجات والخدمات التي لم تكن متاحة لهم من قبل.

II -2- اساسيات حول مفهوم الاداء المالي

1 - مفهوم الاداء عموما: نعرض مجموعة من المفاهيم المختلفة لبعض الباحثين

- ✓ عرف Drucker الاداء على انه "قدرة المؤسسة على الاستمرارية والبقاء محققة التوازن بين رضا المساهمين والعمال"¹³.
- ✓ عرف كل من D. Kaisergruber et handrieu الاداء على انه "اصدار حكم على الشرعية الاجتماعية لنشاط معين"¹⁴.

- ✓ عرف Lorrino الاداء انه يمثل " الفرق بين القيمة المقدمة للسوق ومجموع القيم المستهلكة"¹⁵.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج ان مصطلح الاداء يتضمن عاملين رئيسيين هما الفعالية والكفاءة حيث تشير الفعالية الى " القدرة على تحقيق النشاط المرتقب والوصول أي النتائج المرتقبة، بينما تعبر الكفاءة عن " الاستخدام الامثل للموارد بأقل تكلفة ممكنة".

2 -العوامل المؤثرة في الاداء: يوجد عدة عوامل تؤثر على الاداء، سوف نذكر منها

- 1-2: ثقافة المؤسسة: تؤثر ثقافة المؤسسة تأثيرا فعالا على نتائجه الاقتصادية على المدى الطويل، يرى V. Michel " انه حتى تخدم ثقافة المؤسسة الاداء عليها ان تقبل كل الافكار المتعارضة للأفراد الي من شأنها ان تخلق التجديد، كما على المؤسسة الانفتاح على ثقافات المؤسسات المنافسة وتبادل معها الاداء.

2-2 الرؤية: هي الوجهة التي تقود المؤسسة الى بلوغ طموحاتها وبناء مستقبلها المرغوب فيه، إذا الرؤية هي عبارة عن النهج الذي تسيير عليه المؤسسة، ومرجعا للاختيارات الاستراتيجية وقاعدة للعمل اليومي. إذا أصبح المسير يمتلك الرؤية، أصبح بإمكان المؤسسة ان تضمن اداء متميزا على المدى الطويل¹⁶.

3- الاهداف المالية للمؤسسة: لاي مؤسسة اقتصادية اهداف تحاول الوصول اليها ومن هذه الاهداف

❖ تعظيم القيمة: كلما حققت المؤسسة نتائج محاسبية جيدة باستمرار، تتراكم النتائج وتكون فوائض مالية، مما يشجع المستثمرين لتوسعة استثماراتهم.

❖ المحافظة على مستوى الاداء المالي: قصد تحقيق مستويات عالية لقيمة المؤسسة يجب ان تحقق المؤسسة مستويات عالية لأدائها المالي، ويتحقق ذلك بتخفيض التكاليف وتعظيم الايرادات بصفة متواصلة على المدى المتوسط والطويل قصد تحقيق التراكم في الثروة والاستقرار في مستوى الاداء المالي.

❖ التحكم في المخاطر المالية: يعد التحكم في المخاطر المالية من بين اهم اهداف المؤسسة، وهي مخاطر مختلفة منها ما يتعلق بتمويل اصول المؤسسة ومنها ما يتعلق بالشروع في نشاطات ومشاريع مستقبلية، وهناك مخاطر متع لفة بالاستغلال ومخاطر هيكل التكاليف، مخاطر الافلاس... الخ¹⁷

4- مؤشرات الاداء المالي: تعتبر نسب الربحية من اكثر واهم المؤشرات استخداما لتقييم الاداء المالي للمؤسسات والتي سوف نركز عليها من خلال دراستنا هذه، حيث نقيس هذه النسب مدى كفاءة ادارة المؤسسة في تحقيق الربح على المبيعات وعلى الاصول وعلى حقوق الملكية، وتهدف هذه النسب الى قياس قدرة المؤسسة على الكسب ومدى كفايته في تحقيق الارباح.

وتعتبر هذه النسب احدى المؤشرات الرئيسية التي يستخدمها المستثمرين لتحديد مسار استثماراتهم، وفيما يلي نتطرق لأشكال هذه النسب¹⁸:

4-1 معدل العائد على الاصول (ROA): توضح هذه النسبة الى نسبة الدخل المتحقق على اجمالي الاصول المستثمرة في المؤسسة، ويتم من خلالها رصد كفاءة المؤسسة في توليد الارباح من الاصول اذا الحصول على مؤشر عالي بين الكفاءة العالية في تحقيق الارباح من الاصول، بينما المؤشر المتدني يبين عكس ذلك، ويعود سبب الارتفاع في هذه النسبة لارتفاع نتيجة الاستغلال ونجاح المؤسسة في تحقيق مستوى عالي من الدخل.

يحسب العائد على الاصول (ROA) بقسمة النتيجة الصافية (Net Profit) على اجمالي الاصول (Total Assets).

4-2 معدل العائد على حقوق الملكية (ROE): يعتبر العائد على حقوق الملكية مؤشرا رئيسيا لتقييم اداء المؤسسات، وقد استخدم هذا المؤشر منذ بداية السبعينات في الولايات المتحدة الامريكية من طرف David Cool كأجراء لتقييم الاداء المالي للمؤسسات، ويقاس هذا المعدل ربحية المؤسسة فيما يتعلق بحقوق الملكية، أي مدى النجاح الذي تحقق من قبل المؤسسة في استخدام مصادر المال الداخلية في جني وتحقيق الارباح.

ويتم حساب نسبة العائد على حقوق الملكية (Roe) بقسمة النتيجة الصافية (Net Profit) على حقوق الملكية (Equity Capital).

3-4 معدل العائد على المبيعات (ROS): تساعد هذه النسبة على معرفة حجم المبيعات التي تتحول الى ارباح صافية فهي تدل على الكفاءة في ادارة ومراقبة التكاليف، فكلما ارتفع هذا المؤشر كلما دل على كفاءة وقدرة المؤسسة على التحكم في التكاليف ويقاس نسبة العائد على المبيعات بقسمة النتيجة الصافية (Net Profit) على رقم الاعمال.

II-3-شركة امازون نموذجا

1 ملحة حول شركة امازون:

تأسست شركة امازون سنة 1994 بمدينة بلفيو بوشنطن بالولايات المتحدة الامريكية من قبل جيف بيزوس.

انشأت الشركة في بداية الامر باسم كادافر بعد خطأ محامي الشركة في سماع التسمية، ونظرا لكون تسمية كادافر يعني جيفة مما ادى بمؤسس الشركة اعادة تسميتها بربيلتيلس (أي العنيد) لكن بعض اصدقائه أشاروا عليه بان الاسم يوحي بالشر نوع ما.

✓ فبعد البحث في المعاجم استقر اختيار جيف على تسمية الشركة بـ (**Amazon.com**) لسببين، الاول ان نهر الامازون هو الاكبر

في العالم من حيث الاحواض، السبب الثاني اختيار اسم يبدأ بحرف الالف يجعله يتصدر أي قائمة مرتبة ترتيبا ابجديا.

✓ شركة امازون عام 1995 عرفت بموقع لبيع الكتب عبر الانترنت حيث عرفت مبيعاتها في خمسون ولاية امريكية وخمسة واربعون

دولة في انحاء العالم. واول كتاب تم بيعه من قبل الشركة هو **Fluid Concepts 'Douglas Hofstadter and Creative**

Creative

✓ توفر شركة امازون كافة المنتجات اختصرتها في قائمة شملت:

▪ الاقراص المدجة

▪ بيع الكتب

▪ الحاسوب والفيديو

▪ المواد الغذائية

▪ المجوهرات

▪ لعب الاطفال والملابس والاثاث..... الخ

✓ في سبتمبر 1995 ادرجت شركة امازون اسهمها في سوق المال، حيث عرفت الشركة عن نفسها لدى الجمهور، ووصل سعر السهم

في البداية الى 18 دولار للحصة. فلم تحقق ارباح في البداية بشكل سريع مما ادى لاحتجاج حاملي الاسهم، فواصلت الشركة تحدياتها

الى ان حققت ارباحا كبيرة سنة 2001 التي وصلت الى 1000 دولار للسهم الواحد. حيث لقب في هذه السنة جيف ب (رجل السنة) تقديرا لنجاح الشركة في نشر التجارة الالكترونية.

- ✓ اطلقت امازون شبكة التوزيع الخاصة بها لاول مرة 1997 من خلال مركزين للتنفيذ في سياتل ونيوكسل، وفي سنة 2015 كانت الشركة افضل تاجر تجزئة في الولايات المتحدة الامريكية من حيث القيمة السوقية.
- ✓ اشترت امازون شركة (Kiva system) وهي شركة طورت تقنية الروبوتات.
- ✓ جعلت شركة امازون جيف بيزوس مؤسسها اغنى رجل في العالم، حيث تبلغ ثروته 125 مليار دولار.

2- **الاداء المالي لشركة امازون:** تتمثل القوة المالية لشركة الامازون في حجم الايرادات المالية وتطور قيمة اسهمها في سوق المال خلال الفترة (2005-2017) كما يوضحها الجدول التالي:

من الجدول نلاحظ ان في سنة 2005 حققت الشركة إيرادات بقيمة 8.490 ألف دولار وبصافي دخل قدره 359 ألف دولار عندها كان سعر السهم وصل الى 39.90 دولار، كما شهدت شركة امازون خلال السنوات 2006 الى غاية 2015 زيادات متفاوتة في حجم الإيرادات حيث وصلت عند نهاية سنة 2015 الى 107.006 ألف دولار محققة بذلك صافي الدخل يقدر بـ 596 الف دولار، ليصل سعر السهم الى 478.14 دولار.

3- في السنة المالية 2017، سجلت أمازون أرباحًا بقيمة 3.03 مليار دولار أمريكي، مع إيرادات سنوية بقيمة 177.866 مليار دولار بزيادة قدرها 30.8٪ عن الدورة المالية السابقة. تم تداول أسهم أمازون بما يزيد عن 968 دولار للسهم الواحد، وقدرت قيمتها السوقية بأكثر من 869.2 مليار دولار أمريكي في سبتمبر 2018. والجدول التالي يوضح مسار القدرات المالية للشركة

III- النتائج ومناقشتها :

وعليه من خلال هذه الدراسة سلطنا الضوء على اشكالية العلاقة بين التجارة الالكترونية والاداء المالي اذ تم التوصل للنتائج التالية:

- ❖ احدثت التطورات التكنولوجية طفرة في الاتصالات والمعلومات في كل المجالات فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي الى الشكل الرقمي.
- ❖ ان التعامل بالتجارة الالكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والاعباء فهي تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الاسواق العالمية باقل وقت وتكلفة، كما تساعد الافراد على الخيار العالمي لاجود المنتجات وباقل الاثمان.
- ❖ تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الالكترونية وزيادة معدلات استخدامها بصورة اساسية في مختلف انحاء العالم.
- ❖ القيام بالأعمال الالكترونية يحسن من الاداء المالي للمؤسسات.
- ❖ تطور كبير لشركة امازون خلال السنوات الاخيرة محملة المراتب الاولى من حيث الإيرادات على المستوى العالمي.

في الآونة الأخيرة أصبحت منظومة التبادل الدولية عبارة عن سوق الكترونية مشكلة من مئات الآلاف من شاشات الحواسيب المنتشرة عبر العالم خاصة وانه يمكن الاتصال بالإنترنت عن طريق الهاتف النقال وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة، فنحن على عتبة تشكيل سوق افتراضية حيث يتوقع الخبراء نموا متسارعا لهذه السوق في السنوات القليلة القادمة.

وفي الختام من اجل التقدم بالتجارة الالكترونية من خلال تحسين الاداء المالي للمؤسسات، نقترح التوصيات التالية:

- ✓ الاعداد الجيد للطاقات البشرية في مجال الاعمال الالكترونية عموما والتجارة الالكترونية على وجه الخصوص فكل العوائق يمكن تجاوزها إذا توفرت القدرات البشرية المؤهلة القدرة على مسايرة التغيير.
- ✓ تفعيل مجمل الفتاوى مع متطلبات العصر حتى يزول كل غموض عند المستخدمين فأبي تعارض في التجارة الالكترونية مع اخلاق المجتمعات المسلمة يعيق تقدمها.
- ✓ خلق بيئة تشريعية وقانونية مساعدة على العمل الالكتروني وفرض عقوبات عند عدم الالتزام.
- ✓ فتح مكاتب استشارية للقيام بالدراسات المالية للمؤسسات منبثقة على ادائها المالي بالخصوص.

تفعيل التواصل بين المستثمرين العاملين والهيئات العليا الناشطة في هذا المجال عن طريق عقد الندوات والدورات وتوزيع المنشورات والعمل بها.

- ملاحق:

الجدول رقم (01) : منظومة أو مصفوفة Copple

C.B.G	Consumers (C)المستهلك	Business (B) الأعمال	Government (G)الحكومة
المستهلك(C)Consumers	C2C	C2B	C2G
الأعمال(B)Business	B2C	B2B	B2G
الحكومة(G)Government	G2C	G2B	G2G

Source: Coppel J. " E-commerce: Impacts of policy challenges. OECD. commerce, Dep Working. (2000)

الجدول رقم (02) يوضح القدرات المالية لشركة أمازون خلال الفترة (2005-2017)

السنة	الإيرادات/ ألف دولار	صافي الدخل/ألف دولار	مجموع الاصول/ألف دولار	سعر السهم/دولار	عدد الموظفين
2005	8.490	359	3,696	39.90	

	35.91	4,363	190	10.711	2006
17000	67.22	6,485	476	14,835	2007
20700	69.88	8,314	645	19,166	2008
24300	87.28	13,813	902	24,509	2009
24300	139.14	18,797	1152	34,204	2010
33700	196.67	25,278	631	48,077	2011
56200	220.30	32,555	-39	61,093	2012
88400	298.03	40,159	274	74,452	2013
117300	332.55	54,505	-241	88,988	2014
154100	478.14	64,747	596	107,006	2015
341400	699.52	83,402	2,371	135,987	2016
566000	968.17	131,310	3,033	177,866	2017

المصدر: ويكيبيديا، شركة أمازون على الموقع الإلكتروني <http://www.imdb.com/pressroom/> تاريخ الاطلاع 2019/09/25

الشكل رقم (01): صور التجارة الإلكترونية



- الإحالات والمراجع :

- 1 - د. خالد سعد زغلول، ((التجارة الإلكترونية : الاثار الاقتصادية والحماية القانونية)) ، مجلة الكويت الاقتصادية ، الكويت ، العدد 17، السنة 2004، ص 14.

- 2 - محمود حامد عبد الرزاق، الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العددان السادس و الثلاثون و السابع و الثلاثون، السنة الثالثة عشر، تصدر عن الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، 2006، القاهرة، ص ص 15، 16
- 3 - منصور فرح، التجارة الإلكترونية في الوطن العربي: الوضع الراهن والآفاق المستقبلية، بحث مقدم لندوة العلوم والتكنولوجيا في الوطن العربي: الواقع والطموح عمان ص 20
- 4 - حامدي مُجّد، واقع التجارة الالكترونية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة -دراسة حالة وكالة سياحية - رسالة ماجستير، جامعة مُجّد خيضر - بسكرة، الجزائر، 2008، ص8.
- 5-Coppel J. " E-commerce: Impacts of policy challenges. OECD . E-commerce, Dep Working . (2000) Paper No. 25
- 6-حمودي مُجّد ناصر، العقد الدولي الإلكتروني المبرم عبر الأنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، عمان، 2012، ص 76
- 7-هبة ثامر محمود عبد الله، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، مكتبة السنهوري، بغداد، 2011، ص52
- 8-عباس العبودي، تحديات الإثبات بالسندات الإلكترونية ومتطلبات النظام القانوني لتجاوزها، مكتب الوثام للحاسبات للطباعة والنشر، العراق، بابل 2006، ص 91.
- 9-هشام مخلوف ود. مُجّد وجدي ود. سمير إسماعيل، التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية الحاضر وآفاق المستقبل، بدون دار نشر، بدون مكان نشر، 2008، ص 163
- 10-خضر مصباح الطيبي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2008 ص 233.
- 11-منير مُجّد الجنبهي وممدوح مُجّد الجنبهي، التبادل الإلكتروني للبيانات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004 ص 26.
- 12-عبد الهادي مسعودي، عوائق اعتماد التجارة الالكترونية في الوطن العربي والاسلامي، الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، جامعة مستغانم، 2013، ص 8
- 13-الشيخ الداوي، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء، مجلة الباحث، عدد 07، 2010/2009، ص 217
- 14-P. Druker, l'avenir du management selon Druker, Editions village mondial, Paris,1999, p73.
- 15-Danielle Kaisergruber et josee landrieu, Tout n'est pas économique , édition l'aube, Paris, 2000, p 119.
- 16-Brilman.Jean, « Les meilleures pratiques du Management au coeur des entreprises », 3ème édition, Editions d'Organisatio,Paris, 2000
- 17-إلياس بن ساسي، يوسف قريشي، التسيير المالي: الإدارة الدالية دروس وتطبيقات، دار وائل، الطبعة 01، الأردن، 2006، ص 3
- 18-وليد ناجي الحياي، التحليل المالي، الأكاديمية العربية، الدنمارك، 2007، ص 14