



جامعة الجميع الذكية
EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

جامعة الجميع الذكية
كلية الإدارة
ماجستير الإدارة

تأثير التجارة الإلكترونية في السوق السعودي
The impact of e-commerce in the Saudi market

20212005312

قائد الفريق: عبدالله أبو جافله

أعضاء الفريق:

20222005694

علي البناء

20222006161

هنادي شاويش

20222005614

معاذ العوفي

20222006186

سلطانة القرشي

20222005841

إبراهيم الرئيس

20222006216

هند طميحي

20222006088

محمد العنزي

إشراف الدكتور: وليد سليمان

المقدمة

مفهوم التجارة ليس مفهوماً ثانوياً في الحياة، بل هو من أهم أعمدة الحياة إذ تقوم مصالح الناس ومنافعهم على المبادلة والمقايضة فقد كان الناس يستبدلون الرز بالطحين والماء بالطعام حسب ما يتوفر ويكثر عند الشخص فيستبدل الفائض لديه بالناقص عنده. تطور هذا الأمر وأصبح الشخص يستبدل السلع المختلفة بالمال ويستطيع المرء شراء ما يريد بثمن محدد يتم دفعه للبائع هذه الحلقة المكونة من السلع والمال والبائع والمشتري تندرج تحت مفهوم التجارة فلو اختل عنصر فقدت التجارة مفهومها الأساسي.

ومن الأسس التي قامت عليها التجارة أنها تدار في مكان وزمان محددين فمن أراد الشراء توجه إلى الأسواق التي يتواجد بها الباعة في أوقات عملهم، ثم تطور الأمر حتى أصبح هناك باعة جوالين يطوفون بالطرقات للبيع وهذا وفر نوع من الرفاهية للمشتريين.

استمرت التجارة لقرون وفق إطار محدد حتى جاءت ثورة الإنترنت وأدت إلى تطور ونقله نوعية في شتى أمور الحياة وخاصة على صعيد التجارة إذ نتج عن الجمع بين الإنترنت والتجارة مفهوم جديد وعصر ذهبي للتجارة يسمى التجارة الإلكترونية وأصبح هناك انتاج ضخم باعتبار الإنترنت قناة توزيع رئيسة للسلع، فقد تأثرت التجارة بهذا التطور وانعكس هذا الأثر عليها بشكل عام وعلى الوظائف الادارية والمهنية بشكل خاص.

ربط الإنترنت العالم ببعضه البعض حيث أصبح العالم قرية صغيرة بفعل التكنولوجيا، فزاد من امكانية التواصل بين مختلف الاطراف كالأفراد والشركات، والقطاعات الحكومية المختلفة. فأصبح لتلك الاطراف المختلفة القدرة على تنفيذ العديد من التطبيقات الالكترونية والتعاون الكترونياً مع الشركاء في العمل، وغير ذلك. مما زاد من جودة التجارة وضاعفت من الإنتاج وتنوعت السلع وتوفرت البدائل وأصبحت في متناول الجميع بعد أن كانت محدودة في وقت وزمان محددين وتوفرت طرق جديدة للدفع مثل نظام

(سداد) في المملكة العربية السعودية وأنظمة الدفع العالمية وأنظمة التقسيط.

ولم يقتصر الشراء والمتاجرة على حاجيات الانسان الأساسية، بل امتدت إلى شراء الاسهم والسندات والمتاجرة بها.

كل هذه التطورات والتأثيرات المختلفة أحدثت تغييراً في مجالات الاعمال المختلفة جمعاً، الادارة، ادارة الموارد البشرية، نظم المعلومات الادارية، التسويق، الادارة العامة، الإدارة المالية والمصرفية والاقتصاد، وامتدت ايضاً إلى سلوك المستهلك.

لكن التأثير امتد أكثر حتى شمل المجتمعات المدنية والسياسية، وأسواق الإنتاج.

مشكلة الدراسة:

التجارة الإلكترونية لها أثر كبير على الأسواق العالمية في جوانب مختلفة، وكأي أمر لها تقلبات إيجابية و أخرى سلبية وقد تختلف نسبة التقلبات من مكان إلى آخر ومن الملاحظ التجارة الإلكترونية على الرغم من الإيجابيات المتعددة فقد افتقدت للحس الملموس بين البائع و المشتري مثل المفاوضات على الأسعار وحسن التعامل مع الزبون مما جعلها تفتقر للمصداقية والموثوقية بحكم أن البائع مجهول الهوية تماماً في بعض الأحيان ، و أن كثير من الناس لا يشعرون بالراحة في اجراء عمليات الشراء دون تجربة أو لمس المنتج جسدياً خاصة في الملابس وغيرها من الأمور التي تشعر المشتري بالتوتر تجاه إجراء عملية شراء إلكترونية مثل الأنترنت والتوصيل ومحدودية الشراء وكل هذا امتد تأثير من التجارة الإلكترونية إلى عالم التجارة العالمية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها:

- ستسهم في إبراز المكانة المهمة للتجارة الإلكترونية ومالها من آثار إيجابية على الاقتصاد العالمي.
- تكمن أهمية الدراسة أيضاً في كونها تعكس مدى توفر العوامل الداعمة والمتطلبات الضرورية لإنجاح التجارة الإلكترونية لمواجهة العقبات التي تؤدي الى البطء في إنجاز الاعمال.
- تظهر أهمية هذه الدراسة في كونها ستساعد في تحسين مستوى أداء العاملين في الأسواق العالمية ورفع كفاءتهم وزيادة الوعي لديهم.
- تكمن أهمية هذه الدراسة فيما ستقدمه من نتائج وتوصيات يمكن أن يستفيد منها مسؤولو التجارة الإلكترونية وفي تحسين خدمات التجارة الإلكترونية.
- تتضح أهمية هذه الدراسة في أنها ستسلط الضوء على مزايا التجارة الإلكترونية وما تحققة من نتائج رائعة على الأفراد والشركات على حد سواء.
- تظهر أهمية هذه الدراسة أيضاً في أنها تشير الى تطبيقات التجارة الإلكترونية وما ستقدمه من خلق فرص استثمارية جديدة تقوم على الابتكار.
- ومما يدل على أهمية هذه الدراسة في أنها ستصبح دليلاً إرشادياً لجيل الشباب الواعد الذي يريد زيادة دخله من خلال الدخول في مجال التجارة الإلكترونية الواسع مما سيؤدي الى تقليل نسبة البطالة في بلدان العالم.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الدور المحوري والأساسي الذي تلعبه التجارة الإلكترونية كأحد أهم العناصر الماثرة في التجارة العالمية ومدى توافر استراتيجيات تتلاءم مع الظروف والتقلبات المحيطة بها.

كما تهدف إلى مناقشة أمور حدثت في العالم وكان لها تأثير كبير على مفهومي الدراسة مما يمهّد الطريق إلى دراسات أخرى مرتبطة بهذا المجال.

أسئلة الدراسة:

من مجمل ما سبق يمكن صياغة أسئلة الدراسة فيما يلي:

كيف أثرت التجارة الإلكترونية على التجارة العالمية؟

ومن خلال هذه الإشكالية الرئيسية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما تأثير التجارة الإلكترونية على التجارة العالمية؟
- ما تأثير التجارة الإلكترونية على التسويق والتوزيع والإنتاج الدولي؟
- ما تأثير الأمان التجاري الإلكتروني على مستوى الأمان التجاري العالمي؟
- ما علاقة الجائحات بالتجارة الإلكترونية وما مدى تأثير التجارة العالمية بذلك؟
- ما تأثير التضخم على التجارة الإلكترونية وما مدى تأثير التجارة العالمية بذلك؟

الدراسات السابقة:

إعداد: عبد الشكور عبد الرحمن موسى الفراء.

الإصدار: (2019 م)

عنوان الدراسة:

التجارة الإلكترونية وأثرها على تسويق المنتجات الصناعية السعودية

دراسة ميدانية على الشركات الصناعية السعودية

هدف الدراسة:

هدفت الدراسة عموماً إلى التعرف بالتجارة الإلكترونية وأثرها على تسويق المنتجات الصناعية للشركات السعودية وما طبيعة هذه الآثار في ظل بيئة الأعمال الإلكترونية التي تتطور سريعاً.

منهج البحث:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي حيث تناول الدراسة إطارين رئيسيين

الإطار الأول يشتمل المراجع والدراسات العلمية.

الإطار الثاني ميداني تحليلي.

عينة البحث:

أجريت الدراسة على العاملين في الشركات الصناعية السعودية

نتائج الدراسة :

أهم ما توصل إليه الباحث أن التجارة الإلكترونية وسيلة مناسبة ومهمة لتحسين خدمة العملاء عبر الويب الخاص بالشركة ، وتعمل على توسيع دائرة السوق المحلي والوصول إلى السوق العالمي وخلق أسواق جديدة ، كما تساهم في خفض تكاليف الصفقات التجارية وكذلك خفض تكاليف التخزين .

إعداد: الدكتور/ عابد بن عابد العبدلي أستاذ مساعد قسم الاقتصاد الإسلامي كلية الشريعة والدراسات الإسلامية
جامعة أم القرى.

الإصدار: الأول 1426 هـ / 2005 م

عنوان الدراسة:

التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية الواقع – التحديات – الآمال

هدف الدراسة:

يهدف البحث عموماً إلى تحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية ودراسة واقع الدول الإسلامية إزاء هذه الظاهرة
ومدى الإفادة منها.

منهج البحث:

تعتمد منهجية الدراسة على استخدام أسلوب التحليل الوصفي لظاهرة التجارة الإلكترونية وواقع الدول الإسلامية،
وتوظيف بعض مقاييس ومؤشرات التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات المتعارف عليها في هذا المجال،
للوصول إلى النتائج والتوصيات المطلوبة.

عينة البحث:

أجريت الدراسة على عينة من الدول النامية مقارنة بالمعايير الدولية

نتائج الدراسة:

أوضحت الدراسة العديد من المعوقات والتحديات أمام الدول الإسلامية والتي ينبغي العمل على تذليلها في سبيل
الإفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية لما لها من الآثار الإيجابية على مختلف قطاعات الاقتصاد.

كما أشارت الدراسة إلى العديد من المجالات والقطاعات المختلفة التي يمكن للدول الإسلامية
أن توظف تقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية فيها لتفعيلها وتطويرها.

اعداد:

أروى عبد الله الزيد، كلية ادارة الاعمال جامعة الملك سعود

سارة ناصر النويصر، إدارة الأبحاث الاقتصادية مؤسسة النقد العربي السعودي

إصدار: يناير 2020

عنوان الدراسة:

أثر التجارة الخارجية في النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التجارة الخارجية والاستثمار الأجنبي المباشر والائتمان المصرفي في النمو الاقتصادي للمملكة العربية السعودية، وتطبيق الإصلاحات الاقتصادية المقررة، والعمل على تحقيق رؤية 2030م.

منهج البحث:

تعتمد منهجية الدراسة على الأسلوب الوصفي الذي يبين الظاهرة من الجانب النظري، وعلى تحليل البيانات المتوفرة في الجانب التحليلي.

عينة البحث:

أجريت الدراسة على التجارة الخارجية والاستثمار الأجنبي المباشر والائتمان المصرفي الممنوح للقطاع الخاص في النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية.

نتائج الدراسة:

أهم ما توصلت إليه الدراسة أن هناك علاقة توازنه طويلة الأجل بين التجارة الخارجية والنمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية، ايضاً وجود علاقة ذات دلالة معنوية إحصائية للائتمان المصرفي الممنوح للقطاع الخاص في النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية في الأجل القصير. كذلك، تبين وجود تأثير إيجابي ذي دلالة معنوية إحصائية للانفتاح التجاري في النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية. وقد يعزى ذلك التأثير الإيجابي إلى حرية دخول رؤوس الأموال إلى الاقتصاد السعودي وخروجها منه.

اعداد: م. محسن خضير عباس – كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة واسط.

م مصطفى راشد علي – مدير تربية ذي قار.

إصدار: يناير 2005

عنوان الدراسة:

تحليل أثر التجارة الإلكترونية على التنمية في البلدان العربية.

هدف الدراسة:

يهدف البحث الى معرفة واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية وامكانية تطوير عملها في جميع انشطتها الاقتصادية وتوفير البنية التحتية اللازمة لها.

منهج البحث:

ينطلق البحث من منهجية مفادها ان عدم وجود بنية تحتية ومعلوماتية في معظم الانشطة الاقتصادية في الدول العربية اثر بشكل سلبي على رواج استخدام التجارة الإلكترونية فيها

عينة البحث:

تعتمد الدراسة على عدة مباحث ومصادر ومؤشرات للتجارة الإلكترونية لعدد من البلدان العربية.

نتائج الدراسة:

1. تعمل التجارة الإلكترونية على توفير الكثير من الوقت والجهد في عملية التجارة الدولية اضافة الى تقليل التكاليف الناتجة عن عملية تبادل السلع والخدمات
2. يتطلب قيام التجارة الإلكترونية في اي بلد شبكة اتصالات ومعلومات بتقنية عالية
3. يختلف انتشار التجارة الإلكترونية من بلد الى اخر، حيث يكون الجزء الاكبر منها في الولايات المتحدة الأمريكية بنسبة حوالي 57% واوربا بنسبة 17% وان أكثر انواع التجارة الإلكترونية انتشارها هو (B2B)
4. للتجارة الإلكترونية اثار اقتصادية كبيرة وفي مجالات متعددة كالآثر على قطاع الاعمال والمستهلكين والاستثمار والتوظيف وذلك من خلال سهولة التعامل بين جميع القطاعات وقدرتها على توظيف العمال الماهرين وامكانية توفير بيئة استثمارية مناسبة.
5. تعتبر بلدان مجلس التعاون الخليجي من البلدان التي تعمل بالتجارة الإلكترونية فقد احتلت الامارات والسعودية المراتب الاولى من بين البلدان العربية لكنها لم تصل الى مصاف الدول المتقدمة

إعداد: مجيد منصور (2010)

- عنوان الدراسة:

"الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقها "

هدف الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة التعرف على الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية في فلسطين كما تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق تحديد مستوى تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية من قبل الشركات الفلسطينية وتوضح أهم تطبيقات التجارة الإلكترونية التي تستخدمها الشركات الفلسطينية.

منهج البحث:

استخدمت هذه الدراسة الأسلوب الوصفي التحليلي الميداني واعتمدت على المصادر التالية: المصادر الثانوية: وتتمثل باستخدام المراجع والمصادر المتوفرة في المكتبات ومنها الكتب والدراسات السابقة وشبكة الانترنت وذلك لبناء الإطار النظري لهذه الدراسة. المصادر الأولية: وتتمثل بالاستبانة التي سيطورها الباحثون لجمع المعلومات من مصادر لها للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات

عينة البحث:

العاملون في الشركات في الاراضي الفلسطينية.

نتائج الدراسة:

يتضح من نتائج التحليل أن العوامل السياسية تعيق عمل التجارة الإلكترونية بنسبة بلغت 86.8% وهي نسبة مرتفعة جداً إذا تبين أن الوضع السياسي القائم لا يشجع على الاستثمار في التجارة الإلكترونية والأوضاع السياسية غير المستقرة تعيق عمليات التجارة الإلكترونية.

المنطلقات النظرية للدراسة:

- معرفة آثار التجارة الإلكترونية على المنشآت العامة والقطاعات الخاصة وبالتالي مدى تأثيرها على التجارة العالمية.
- كيف تطورت التجارة الإلكترونية على مدى السنوات الأخيرة في ظل عدد من المتغيرات.
- التأكيد على أهمية التجارة الإلكترونية خلال جائحة كورونا.
- معرفة أهم الصعوبات التي واجهت التجارة الإلكترونية خلال جائحة كورونا.
- تأثير التجارة الإلكترونية سلباً وإيجاباً على خطوط التوزيع والتسعير وتبادل السلع العالمي.

منهج البحث:

يعتمد منهج البحث على المنهج الوصفي التحليلي المناسب للدراسة النظرية ولسرد مختلف المفاهيم والتعاريف التي تدور حول الموضوع، حيث تم العمل على تجميع المعلومات والمشكلات التي تخص الموضوع، وكذلك تحليل نتائج الدراسات والأبحاث التي تعرضت له، ومن أجل استعراض بعض الإحصائيات المتعلقة بموضوع البحث.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة أداة الاستبانة المناسبة للمنهج المتبع وهو المنهج التحليلي الوصفي وبناء على البيانات التي يريد الباحثون التوصل لها ولملائمتها لأهداف وتساؤلات الدراسة ولسهولة الوصول إلى البيانات المطلوبة، كما أنها تسهم في جمع البيانات في أقصر وقت وأقل جهد إضافة إلى دقتها في تفرغ البيانات وتفسير النتائج المختصة بهذه الدراسة.

مجالات الدراسة:

تمت الدراسة في مجالات محددة هي:

المجال المكاني:

تمت الأداة في المملكة العربية السعودية.

المجال البشري:

تم تحديد عينة عشوائية من أفراد المجتمع المتواجدين في المملكة العربية السعودية عن طريق نشر الاستبانة في عدد من وسائل التواصل أو تقديمها مباشرة لعينات الدراسة.

المجال الزمني:

وقد تمت في بين عام 2019-2023.

هيكل وتبويب الدراسة:

يمكن أن نلخص هيكل الدراسة كما يلي:

تم تقسيم الدراسة إلى عدد من الفصول ويتضمن كل فصل ما يلي:

الفصل الأول: تم التطرق فيه إلى أهم المفاهيم الأساسية في الدراسة وعدد من المراحل والتطورات والتحديات لتلك المفاهيم.

الفصل الثاني: وفيه تم مناقشة عدد من العوامل التي أثرت إيجاباً وسلباً على عمليات التجارة الإلكترونية ومدى تأثير ذلك على التجارة العالمية.

الفصل الثالث: وتم في تحليل البيانات التي توصلت إليها الدراسة وربطها بالواقع الذي تمر به مفهومي الدراسة وما نتج عنها.

خطة البحث

المبحث التمهيدي: المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: سمات التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: نشأة وتطور ومتطلبات التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: متطلبات التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: مجالات التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: اثار التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: اثار التجارة الإلكترونية على العملاء

المطلب الثاني: اثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد السعودي

المطلب الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على مستوى منشآت الأعمال

المبحث الثالث: مجالات ومزايا ومعوقات التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: مجالات التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: مزايا التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: معوقات التجارة الإلكترونية

المبحث الرابع: مدى تأثير جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: ايجابيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: سلبيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية

الخاتمة:

التجارة الإلكترونية أدت إلى نمو الاقتصاد السعودي لما لها من دور في زيادة المبيعات كما أدت إلى القدرة على القضاء على البطالة والعمل على الاستثمار وبناء مشاريع جديدة تؤدي إلى انتعاش ونمو الاقتصاد لدى المملكة العربية السعودية.

المراجع والمصادر:

- 1 - تأثير التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية، فيفيان محمد صالح نصر الدين، عبلة عبد الحميد بخاري، تهاني مسعود السلمي، جامعة الملك عبدالعزيز، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، ٢٠٢٢ م، المجلد ٦، العدد ١٩.
- 2 - التجارة الإلكترونية الواقع التحديات والمستقبل، د. حسين محمد الطاهر خليفة، د. محمد احمد حمدتو احمد، مكتبة الرشد، ٢٠١٦م -١٤٣٧ هـ، الطبعة الأولى.
- 3 - واقع التجارة الإلكترونية دراسة مقارنة لبعض دول شمال افريقيا ، رتيبة عداد : اشراف د عبدالوحيد صرارمة ، جامعة العربي بن مهيدي ، ٢٠١٢ .
- 4 - التجارة الإلكترونية وأثرها على تسويق المنتجات الصناعية السعودية دراسة ميدانية على الشركات الصناعية السعودية ، عبالشكور عبدالرحمن موسى الفراء ، مجلة جامعة الازهر ، سلسلة العلوم الإنسانية ، ٢٠١٨ ، المجلد ٢٠ ، العدد ٢ .
- 5 - التجارة الإلكترونية وأثرها على الاقتصاد دراسة تطبيقية على السعودية والسودان ٢٠٠٠-٢٠٠٨ م ، رجاء حسن أبراهيم اشراف : فائزة محمد الحسن خليل ، جامعة ام درمان الإسلامية ، ٢٠١٤م .
- 6 - التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها بجائحة كورونا ، كرم محمد زيدان النجار ، جامعة سوسة ، تونس ، مركز جيل البحث العلمي ، ٢٠٢١ ، العدد ٣١ .
- 7 - العوامل المؤثرة في استخدام التجارة الإلكترونية من وجهة نظر المستهلك السعودية بمحافظة القنفذة ، فراج حسين الزيلعي ، جامعة الباحة ، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية ، ٢٠٢٠م ، المجلد ٤ ، العدد ٩ .
- 8 - جاهزية اقتصاد المعرفة في تنمية التجارة الإلكترونية خلال فترة جائحة كورونا في المملكة العربية السعودية دراسة تحليلية ، هيلة عبدالله السعيد ، جامعة الملك عبدالعزيز ، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية ، مجلة دراسات المعلومات ، ٢٠٢٠م ، العدد ٢٤ .
- 9 - قياس أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية ، فريد هاشم فلمبان ، محمد سيد أبو السعود ، مجلة جامعة الطائف ، ٢٠١٢م -١٤٣٣ هـ ، المجلد ٢ العدد ٧ .

- 10 - التجارة الإلكترونية كمدخل للتحويل لإقتصاد المعرفة دراسة ميدانية على المشاريع الصغيرة بالمملكة العربية السعودية ، عبيد السيد فايد ، جامعة تبوك ، المركز القومي للبحوث غزة ، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية ، ٢٠٢٢ م ، المجلد ٤ ، العدد ١١ .
- 11 - الوعي بالتجارة الإلكترونية لدى المرأة دراسة استشرافية بالمملكة العربية السعودية في ظل جائحة كورونا كوفيد-١٩ ، محاسن إبراهيم شمو ، لطيفة ال فريان ، شيما بلوط ، مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية ، ٢٠٢٠ م ، العدد ٢٠ .
- 12 - تأثير التجارة الإلكترونية على التسويق الدولي للمنتجات ، معارف آمال اشرف : قاسمي خضرة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ٢٠١٥-٢٠١٦ م .
- 13 - التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية ، نعيمة يحيى ، مريم يوسف ، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية ، ٢٠١٧ م ، العدد ٦ .
- 14 - آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد ، علي فلاق ، محمد بولصنام ، الملتقى العلمي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية .
- 15 - التجارة الإلكترونية في الدول العربية (الواقع – التحديات – الآمال) ، عابد العبدلي ، جامعة أم القرى ، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي ، ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥ م .
- 16 - أثر التجارة الخارجية في النمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية ، أروى عبد الله الزيد ، سارة ناصر النوبصر ، ٢٠٢٠ م .
- 17 - دراسة توجه قطاعات الأعمال نحو التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية ، غرفة جدة ، ٢٠١٩ م .
- 18 - التجارة الإلكترونية و فرص عمل الخريجات في المملكة ، مركز الدراسات الاستراتيجية جامعة الملك عبد العزيز ، اصدار ٢٥ ، ٢٠١٠ م - ١٤٣١هـ .
- 19 - أثر تطبيق التجارة الإلكترونية على جودة أرباح الشركات المساهمة في المملكة العربية السعودية دراسة تطبيقية ، كريمة حسن سليمان ، فاطمة العميري ، اسيل الغامدي ، خيرية حسين ، لمى الحجيبي ، المؤتمر الدولي الأول في التكنولوجيا المعلومات والأعمال ، ٢٠٢٠ م .
- 20 - تقرير الاتصالات وتقنية المعلومات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية ، هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات .
- 21 - نظام التجارة الإلكترونية ، هيئة الخبراء بمجلس الوزراء ، ١٤٤٠هـ ، ٢٠١٩م .