

# دراسة أثر التجارة الإلكترونية على الوضع الاقتصادي السعودي

اسم الطالب: صالح عبدالله الصميت

إشراف الدكتور/ محمد عواض الطريس

1442

## مقدمه:

ثورة الإنترنت أدت إلى تأثير ملموس يكمن في التجارة الالكترونية وهي التي تعتبر انتاج ضخم للإنترنت باعتبارها قناة توزيع رئيسة للسلع، والخدمات في التجارة الالكترونية على الأثر الذي نرى وللوظائف الادارية والمهنية.

كما أثرى بها العالم وأنفسنا حيث أصبح العالم قرية صغيرة بفعل التكنولوجيا، فزاد من امكانية التواصل بين مختلف الاطراف كالزبائن والافراد والشركات، والقطاعات الحكومية المختلفة. فأصبح لتلك الاطراف المختلفة القدرة على تنفيذ العديد من التطبيقات الالكترونية كخدمات مصرفية كخدمة نظام (سداد) في المملكة، التسوق والتسويق في المراكز التجارية الضخمة، شراء الاسهم والسندات والمتاجرة بها، البحث عن الوظائف، والتعاون الكترونياً مع الشركاء في العمل، وغير ذلك. وبالتالي انعكست هذه التأثيرات المختلفة على مجالات الاعمال المختلفة جمعاً، الادارة، ادارة الموارد البشرية، نظم المعلومات الادارية، التسويق، الادارة العامة، الإدارة المالية والمصرفية وإلى الاقتصاد، ايضا سلوك المستهلك!

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

## التجارة الإلكترونية:

نقسّم هذا التعبير إلى جزئين، حيث أن الأول، وهو "التجارة"، والذي يشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلاله ضخ السلع والخدمات وتداولها بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة معترف بها عالمياً

أما الجزء الثاني "الإلكترونية" ف يشير إلى وصف لمجال أداء هذه التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل الإنترنت

## تأثير التجارة الإلكترونية على النشاط الاقتصادي:

بالرغم من حداثة ظهورها إلا أنه أحدث نقلة نوعية هائلة في مجال التجارة، وجعلها تتم بسلاسة وسهولة كبيرة، إذ قدّم الكثير من الفوائد للبشرية، سواءً على مستوى الأفراد، أو على مستوى المؤسسات والشركات التجارية المختلفة، أو على مستوى المجتمع بأكمله.

حيث "تعمل التجارة الإلكترونية على تنشيط حركة التجارة للدول وتزيد دخلها الوطني وينعكس ذلك على جميع الخدمات، كما تعمل التجارة الإلكترونية على دعم المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر وينعكس ذلك على الأنشطة الاقتصادية عامة"

## مشكلة البحث

أحدثت التجارة الإلكترونية تغيرات كبيرة في العالم أدت إلى تطور العديد من الدول التي أصبحت متقدمة تكنولوجياً مثل الولايات المتحدة واليابان وأوروبا وغيرها من الدول المتقدمة، فهذه الدول تقدمت نتيجة تطور التجارة الإلكترونية فيها بصورة سريعة خاصةً مع ازدياد الاستثمارات المباشرة في تكنولوجيا الاتصالات وتقنية المعلومات.

ونظراً لذلك أصبح الوصول إلى الإنترنت متاحاً للجميع والذي بدوره سينعكس على درجة فاعلية التجارة الإلكترونية والتي ستكون في المستقبل السمة السائدة للتمتع التجاري في المجتمعات المتقدمة وكذلك الدول العربية لاسيما تلك الدول التي تبنت التكنولوجيا الحديثة كالمملكة العربية السعودية التي تعد من الدول الرائدة مواكبة ثورة الإنترنت وتقنية المعلومات حيث بدأت في تطبيق تكنولوجيا الجيل الخامس (5G)، حيث ستحاول الشركات الاستثمارية في هذه الدول إلى استغلال إمكانياتها في التجارة الإلكترونية مما سينعكس بدوره على انعاش اقتصاد هذه الدول وتقديم العمليات والخدمات التجارية في العالم بصورة تفوق كل تصورات العملاء والمستهلكين من حيث التنافس وتعريف وتحديد الأسواق أو إعادة هيكلة الشركات التجارية والأسواق أو خلق أسواق جديدة بأكملها وبذلك تصبح التجارة الإلكترونية هي المهيمنة.

يهدف هذا البحث إلى دراسة التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية داخلياً كالخدمات المالية والمصرفية والتحويلات المالية والبورصة والتسوق والتسويق والتجارة الإلكترونية بين المملكة وبقية دول العالم وكذلك تأثيراتها على الاقتصاد الوطني السعودي.

## أسئلة البحث

- ما الأسباب الرئيسية والثانوية التي أدت إلى بروز التجارة الإلكترونية في السوق السعودية إلى الواجهة؟
- ما التطلعات المستقبلية للتجارة الإلكترونية في المملكة على الجانب الحكومي والقطاع الخاص؟
- ما التأثيرات الإيجابية والسلبية للتجارة الإلكترونية على البطالة في المملكة؟
- ما المقومات العلمية والعملية التي تملكها المملكة للتجارة الإلكترونية؟ وهل تلقى الدعم الكافي لذلك؟
- هل تنال التجارة الإلكترونية الاهتمام اللازم في الاقتصاد السعودي؟ وما مدى تأثيرها على معدل النمو الاقتصادي للمملكة؟

## أهداف وغرض البحث

١. معرفة الأسباب الرئيسية والثانوية التي أدت الى بروز التجارة الإلكترونية في السوق السعودية الى الواجهة ومعرفة الأسباب التي أدت الى نشو التجارة الالكترونية في المملكة.
٢. معرفة الأسباب الرئيسية والثانوية التي أدت الى بروز التجارة الإلكترونية في السوق السعودية الى الواجهة
٣. معرفة التطلعات المستقبلية للتجارة الالكترونية في المملكة على الجانب الحكومي والقطاع الخاص
٤. معرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية للتجارة الالكترونية على البطالة في المملكة
٥. معرفة المقومات العلمية والعملية التي تملكها المملكة للتجارة الالكترونية وهل تلقى الدعم الكافي لذلك؟
٦. معرفة هل تنال التجارة الالكترونية الاهتمام اللازم في الاقتصاد السعودي؟ وما مدى تأثيرها على معدل النمو الاقتصادي للمملكة؟

## أهم مصطلحات التجارة الإلكترونية

### الاقتصاد السعودي

وهو عبارة عن مجموعة من النشاطات البشرية التي تهدف الى استغلال الموارد الطبيعية والبشرية لإنتاج وتوزيع وتبادل واستهلاك السلع والخدمات وكذلك انتاج الموارد المادية واستخدامها وادارتها ويعتبر أحد الركائز الأساسية التي تقوم عليها المملكة حيث تعتمد المملكة في اقتصادها على النفط بنسبة ٧٥٪ والنسبة الباقي على القطاعات الأخرى.

### التجارة الإلكترونية

عبارة عن عملية بيع وشراء السلع والبضائع والخدمات عن طريق استخدام شبكة الانترنت. حيث تتخذ اشكالاً وانماطاً مختلفة مثل عرض البضائع والسلع والخدمات والتسويق والترويج الالكتروني وتسهيل وتيسير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وكذلك الأجزاء المختلفة لشركة بحد ذاتها وأجزاء عملية الدفع النقدي باستخدام البطاقات المالية وغيرها من وسائل الدفع المختلفة.

### الاقتصاد الرقمي السعودي

هو الاقتصاد القائم على شبكة الانترنت والاتصالات او ما يسمى باقتصاد الويب ويتعامل هذا النوع من الاقتصاد مع الأجهزة والمعلومات الرقمية والعملاء الرقميين والشركات الرقمية والمنتجات والتكنولوجيا الرقمية.

### منصات التجارة الالكترونية في المملكة

وهي عبارة عن منصات توجد على شبكة الانترنت لأغراض التجارة الالكترونية عبر الانترنت حيث تسمح هذه المنصات للبائعين من مختلف الشركات والمؤسسات بعرض وتسويق بضائعهم ومنتجاتهم للعملاء بغرض الوصل ما بين البائعين والمشتريين مثل منصة (نون كم) في المملكة.

### مواقع التجارة الالكترونية

عبارة عن مواقع توجد على شبكة الانترنت لأغراض التجارة الالكترونية عبر الانترنت حيث تسمح لأصحاب شركة ما او مجموعة شركات فقط بعرض وتسويق بضائعهم ومنتجاتهم للعملاء. السوق الإلكتروني:

هو المساحة الإلكترونية التي يتم فيها تواصل الطرف البائع والطرف المشتري، من أجل الوصول إلى اتفاق وإتمام عملية البيع والشراء .

### الأعمال الإلكترونية:

تتمثل بالتعاون بين المعاملات الإلكترونية والشركاء، وتشمل على خدمة العملاء . الشبكة الخارجية:

تمثل الشبكة التي يتم استخدامها بهدف الوصل بين الشبكات الداخلية . الشبكة الداخلية:

هي الجزء المسؤول عن استخدام أدوات شبكة الإنترنت من أجل إبرام الصفقات التجارية وعرض المنتجات والسلع، وتتواجد في الشركات أو الحكومة . الشبكة الاجتماعية:

هي عبارة عن التطبيقات المتوفرة على الإنترنت، وتقوم على إتاحة التواصل بين الشركاء أو الأصدقاء ممن يتشاركون الاهتمامات ذاتها، وتقوم بتقديم عروض لبعض الخدمات المجانية لهم، مثل: البريد الإلكتروني، والصور<sup>(١)</sup>.

## معاملات بين الشركات:(B2B)

هو نوع من معاملات التجارة الإلكترونية يحدث بين الشركات، مثل تلك التي تحدث بين المصنّع وتاجر الجملة، أو بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة.

## معاملات بين المستهلكين والشركات: ( B2C )

هو نوع من معاملات التجارة الإلكترونية ينطوي على بيع الشركات لمنتجات وخدمات لجمهور المستهلكين.

## معاملات بين المستهلكين: ( C2C )

هو نوع من معاملات التجارة الإلكترونية يحدث بين المستهلكين ( عادةً يتاجر أحد المستهلكين مع آخر).

## دراسات سابقة:

اسم الدراسة: العوامل المؤثرة على تبني التجارة الالكترونية في السعودية (دراسة السوق الالكتروني)  
رسالة ماجستير للباحث/عبدالله صالح القحطاني ٢٠١٦  
الإصدار: 2016م

ركز البحث على تبني التجارة الالكترونية في تطور المملكة والتسوق الالكتروني واسهام التجارة الالكترونية في تطوير التجارة في المملكة كما اهتم البحث بتوصيف التجارة الالكترونية في المملكة في الوضع الراهن والعناصر الضرورية لتبني التجارة الالكترونية وذلك من خلال نموذج احصائي لفهم العلاقة ما بين تبني التجارة الالكترونية والعناصر المرتبطة من وجهة نظر شركة الى المستهلك (B2C) وتصنيف الأنواع المختلفة من مستخدمي التجارة الالكترونية في المملكة وتأثرها بالعمر والجنس ومستوى المعرفة لديهم

## نتائج البحث

توصل البحث الى ان هنالك ثلاث فئات من رواد التجارة الالكترونية في المملكة الفئة الأولى هم الذين يستخدمون التسوق الإلكتروني بشكل الكبر من التسوق التقليدي والفئة الثانية الذين يستخدمون التسوق الإلكتروني بشكل متوسط والثالثة الذين يستخدمونه بشكل نادر. كما اظهر ان النساء في المملكة هن الأكثر استخداما للتجارة الالكترونية بسبب الثقافة الإسلامية في المملكة والعادات والتقاليد بالإضافة الى الجيل الناشئ الذي يستخدم وسائل الاتصالات الحديثة وتقنيات المعلومات والانترنت وهذا سيؤدي تطور التجارة الالكترونية في المملكة وينعكس بشكل إيجابي على تطور الاقتصاد السعودي لا سيما ما يسمى بالاقتصاد الرقمي.

## التوصيات

الدراسات المستقبلية يجب ان تتضمن عينات سكانية من مختلف مناطق المملكة العربية السعودية لتزيد عدد وجهات النظر التي يتم الحصول عليها وإعطاء التمثيل الحقيقي لسكان المملكة وتفاعلهم مع عملية تبني التجارة الالكترونية كما ان الدراسات المستقبلية يجب ان تستخدم نماذج تفاعلية (التزويد والطلب) مع متغيرات أكثر.

اسم الدراسة: التجارة الالكترونية وفرص عمل الخرجات في المملكة

الإصدار: الخامس والعشرون (٢٠١٠)

إعداد: د/سمر بنت محمد عمر السقاف

يتحدث هذا البحث عن التجارة الالكترونية في المملكة العربية السعودية ومزاياها كما يبحث كذلك في أسس التجارة الالكترونية الناجحة ومتطلبات التجارة الالكترونية. يدرس أيضا عوامل الخطر والنجاح في التجارة الالكترونية في المملكة بما في ذلك المرأة السعودية كأصحاب مؤسسات اعمال صغيرة والتجارة الالكترونية في ظل الاتصالات الحديثة وتقنية المعلومات. بالإضافة الى ذلك يبحث اتاحة مجالات عمل للمرأة السعودية في التجارة الالكترونية وايضاً مشكلة البطالة والمرأة السعودية والانترنت وعملاء السوق الالكتروني.

## التوصيات

١ - التدريب على التجارة الالكترونية وذلك من خلال

ا-ترتيب لقاءات دورية وندوات للتداول في موضوع التجارة الالكترونية يشارك فيها المهتمين في التجارة من الدكاترة والطلاب وغيرهم.

ب-تنظيم ورش عمل خاصة بالجوانب المتعددة للتجارة الالكترونية.

ج-انشاء مكتبة صغيرة خاصة بالتجارة الالكترونية وتحتوي المقالات والكتب ووسائط العرض المتعددة.

٢ - انشاء حاضنة للتجارة الالكترونية تشارك فيها الخريجات الطالبات وتقوم ببعض المبادرات التجارية المختلفة.

٣ - انشاء برنامج حكومي خاص بمساعدة التجارة الالكترونية.

عنوان الدراسة: التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية الواقع – التحديات – الآمال

الإصدار: الأول ١٤٢٦ هـ



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

. تسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى أهمية ظاهرة التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات والاتصالات على نواحي الحياة المعاصرة لاسيما الجوانب الاقتصادية منها، مع التركيز على تحليل واقع الدول الإسلامية، أعضاء منظمة المؤتمر الإسلامي، وكذلك مناقشة أبرز التحديات والمعوقات التي تواجهها في تطبيق هذه التقنيات، واستعراض أهم المجالات التي يؤمل من البلدان الإسلامية أن تستفيد من تطبيقات التجارة الإلكترونية فيها. وقد أظهرت نتائج الدراسة الأهمية البالغة لهذه الثورة المعلوماتية وتطورها السريع، وآثارها المستقبلية المحتملة على إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية التقليدية. كما أشارت البيانات والإحصاءات إلى مدى تأخر الدول الإسلامية في هذا المجال، وذلك من خلال استعراض المؤشرات ذات العلاقة بتقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية مقارنة مع نظير من الدول النامية أو مقارنة بالمعايير الدولية .

وقد أوضحت الدراسة العديد من المعوقات والتحديات أمام هذه الدول والتي ينبغي العمل على تذليلها في سبيل الاستفادة 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.

## النتائج

١. بروز ثورة تقنية المعلومات والاتصالات وظاهرة التجارة الإلكترونية كأحد أبرز المنجزات في تاريخ البشرية مع دخوله الألفية الثالثة، واعتبارها أداة مهمة في تغيير أنماط الحياة اليومية لاسيما الاقتصادية سواء على مستوى الأفراد أو الأمم، والدخول في عصر الاقتصاد الجديد أو ما يطلق عليه الاقتصاد الرقمي (Digital Economy) ٢

٢. تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية واتساع مجالات استخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية بين مختلف الوحدات والقطاعات الاقتصادية.

٣. الارتباط الوثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفير القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصالات (Technology Telecommunication & Information) بصفتها البنية التحتية اللازمة لها

٤. بالرغم من صعوبة قياس كافة أنشطة التجارة الإلكترونية إلا أنه من الأهمية بمكان استحداث طرق وأساليب لقياس حجمها لما له من أهمية بالغة لصناع السياسات الاقتصادية ومتخذي قرارات الاستثمار

٥. أهمية توفر المتطلبات الأساس لقيام التجارة الإلكترونية وأهمها: البنية التحتية الإلكترونية والمتمثلة في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من شبكات الاتصال وأجهزة الاتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحواسيب الآلية وبرامج التطبيقات، وانتشار استخدام الإنترنت والحاسبات المضيضة ومزودي خدمات الإنترنت .

إضافة إلى ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر شبكة الإنترنت وحقوق الملكية الفكرية. وكذلك أهمية توفر الكوادر البشرية المؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات. التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع – التحديات - الآمال د/عابد العبدلي المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة ١٤٢٦هـ / ٢٠٠٥م (٤٩)

٦. تأثير التجارة الإلكترونية على الاقتصاد بكافة قطاعاته سواء على مستوى قطاعات الأعمال أو القطاع الاستهلاكي أو على مستوى الاقتصاد القومي ككل.

٧. تدني نسبة المحتوى التكنولوجي في صادرات الدول الإسلامية والذي يعد مؤشرا مهما في المقدرة التكنولوجية لاقتصاديات

وهذا يشير إلى انخفاض إسهام عنصري البحث والتطوير في القطاعات الإنتاجية لدى الدول الإسلامية

٨. ضعف انتشار واستخدام تقنية المعلومات في معظم الدول الإسلامية نتيجة لتدني نسبة الإنفاق على تقنية المعلومات من الناتج المحلي وغياب الاستثمارات المخصصة في قطاع تقنية المعلومات. وهذا كان له أثره في محدودية انتشار استخدام الحاسبات الآلية في وبالتالي انخفاض فرص الدخول في الإنترنت والتي تعد وسيلة للتجارة الإلكترونية .

٩. بالرغم من أهمية دور البحث والتطوير في التقدم والتوطين التكنولوجي، إلا أن الدول الإسلامية من خلال مؤشرات البحوث والتطوير لم تظهر اهتمامات متناسبة مع أهميتها كأحد المتطلبات لبناء مجتمعات ذات ثقافة ومعرفة تكنولوجية. ويظهر ذلك من خلال المؤشرات المتدنية عن فاق على البحوث والتطوير وتوفر المتخصصين والطلاب والعلماء في المجالات الهندسية والتطبيقية.

١٠. ضعف مؤشر الاتصالات، مثل الخطوط الهاتفية الثابتة والنقالة وتكلفة الاتصال وفترات الانتظار للحصول على خدمات هاتفية، في كثير من الدول الإسلامية لاسيما الدول الأقل نمو، رغم أهميته في دعم تطور التجارة الإلكترونية. كما أن كثيرا من الدول الإسلامية تفتقر إلى أسواق تنافسية في هذا القطاع نتيجة لامتلاك واحتكار الحكومات تقديم هذه الخدمات.

١١. تواجه الدول الإسلامية تحديات مهمة في استخدام التجارة الإلكترونية، ومن أبرز هذه التحديات عدم توفر البنى التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية، ضعف الثقافة والوعي التقني والإلكتروني بين عامة الأفراد ، قصور الطاقات البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تطبيقات التجارة الإلكترونية، ضعف إمكانية وقدرات المؤسسات التجارية في الدول الإسلامية للتحويل إلى الأنماط الإلكترونية، ضعف الدور الحكومي الرسمي لتهيئة قطاعات تمنع للدخول في عصر تقنية المعلومات. إضافة إلى تحديات اجتماعية وثقافية في بعض البلدان الإسلامية مثل الخوف من الغزو التجارية الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع – التحديات - الآمال د/عابد العبدلي المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة ١٤٢٦هـ / ٢٠٠٥م) ٥٠ (الثقافي والفكري والانفتاح على العالم الخارجي. وعقبات تشريعية تتمثل في غياب الأنظمة والتشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ١٢. هناك مجالات عديدة تستطيع الدول الإسلامية استغلالها في تطبيق التجارة الإلكترونية. وتشمل هذه قطاعات الخدمات المصرفية والتمويلية والتي تعد أكثر القطاعات استخداماً لتقنية المعلومات. وكذلك قطاع الصادرات من السلع والخدمات أو القطاعات الإنتاجية ذات الترخية التصديرية، وذلك للوصول إلى الأسواق الدولية بأقل التكاليف. إضافة إلى قطاعات المنشآت الصغيرة والمتوسطة نظراً لكبر حجمها في الدول الإسلامية. وكذلك قطاع النشر والمطبوعات لأهميته في نشر المعرفة ونقل تكنولوجيا العلوم والصناعة. وبجانب ذلك الواسع الذي تقدمه الإنترنت للمرأة المسلمة سواء في إنشاء المشروعات الصغيرة عبر شبكة الإنترنت أو الإفادة والانخراط في الوظائف المصاحبة لتقنية المعلومات

## التوصيات.

بالرغم من وجود الكثير من الصعوبات لدى الدول الإسلامية في سبيل الإفادة من التجارة الإلكترونية، إلا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات والحقا بركب الدول الأخرى. ولكن لن يتحقق ذلك إلا بوضع وتفعيل استراتيجيات بعيدة ومتوسطة المدى وعلى المستويين القومي والإقليمي لتطوير قطاع تقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية. ومن هذه التوصيات التي ينبغي الاهتمام

١. إعطاء الأولوية لقطاع العلوم وتقنية المعلومات في إعداد وصياغة برامج وخطط التعليم القومية.

٢. إنشاء مراكز وهيئات وطنية في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، ودعمها بالإمكانات المادية والمعنوية بغرض تطوير القاعدة التكنولوجية والعلمية وتعزيز دور البحوث والتطوير في البلاد .

٣. تبني سياسة التثقيف التكنولوجي واستخدام تقنية المعلومات بين أفراد المجتمع ، وذلك من خلال

برامج التدريب والتعليم في المؤسسات المهنية والإدارية، مع الاهتمام بنشر الوعي التقني في

المؤسسات التعليمية والأكاديمية وتحديث مناهج التعليم بما يتناسب والبيئة التكنولوجية . التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع – التحديات - الآمال د/عابد العبدلي المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الاسلامي، جامعة ام القرى، مكة المكرمة ١٤٢٦هـ / ٢٠٠٥م (٥١

٤. توجيه وتخصيص الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأموال الأجنبية في مجال قطاع تقنية المعلومات والاتصالات

٥. تحرير قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من الإدارة الحكومية وتبني سياسة تخصيص هذه القطاعات في أسواق تنافسية حرة، وهذا في سبيل تطوير نوعية وجودة خدمات  
١ بأسعار تنافسية

٦. سن التشريعات القانونية وتحديد الأطر التنظيمية لحماية مستخدمي تقنية المعلومات والحفاظ على حقوق المستهلكين والبائعين في بيئة التجارة الإلكترونية

٧. تعزيز ودعم دور المصارف التجارية في المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال تسهيل إتمام وتحصيل المدفوعات والحفاظ على حقوق الأطراف المتعاملين

٨. دعم برامج التعاون فيما بين الدول الإسلامية في مجال التكنولوجيا وتقنية المعلومات والاستعانة بخبرات الدول الأخرى في هذا المجال

٩. استغلال تطبيقات التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية في كل دولة، مع الاهتمام باستثمار ذلك في دعم التبادل التجاري الإلكتروني فيما بين الدول الإسلامية.

## مقدمة الاستبيان

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة. شقراء

اخي المواطن / اختي المواطنة

يقوم الباحث باعداد استبيانة حول موضوع دراسة أثر التجارة الالكترونية على الوضع الاقتصادي السعودي. وذلك استكمالاً. لمتطلبات البكالوريوس. لذا يرجى منكم الاجابة على الاسئلة المعدة في هذه الاستبانة حيث ان البيانات ستستخدم لاغراض البحث العلمي فقط اختيار العينة ونتائج الاستبيان :

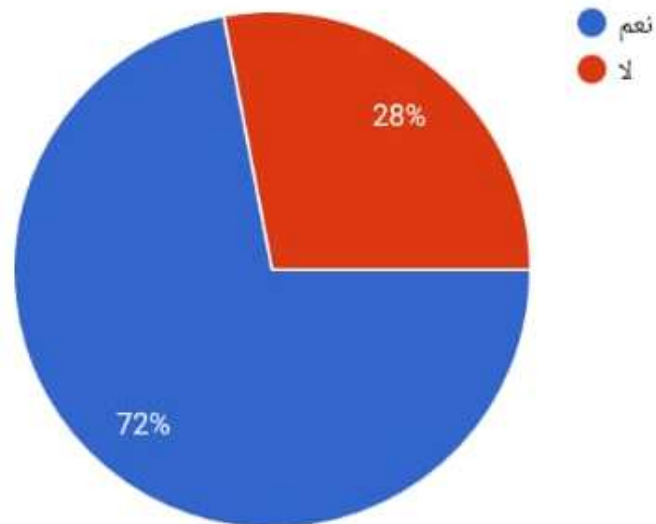
العينة : عدد الاستبيانات ٢٨ ٢٣ تم الإجابة عليها و٥ مستبعدة  
رابط الاستبيان :

[https://docs.google.com/forms/d/1NdjLL\\_U5HsXi5A2wry1aIL-JAg0JjxG7FtTtCvMCqDk/viewform?edit\\_requested=true#responses](https://docs.google.com/forms/d/1NdjLL_U5HsXi5A2wry1aIL-JAg0JjxG7FtTtCvMCqDk/viewform?edit_requested=true#responses)

الجنس	العمر	المستوى التعليمي	الراتب	السؤال الرئيسي: هل انت من مستخدمي التجارة الالكترونية؟	السؤال الفرعي: هل يتم زيادة مبيعاتك من خلال الانترنت ؟	السؤال الفرعي: هل ساعدك التجارة الالكترونية في بناء مشاريعك	السؤال الفرعي: هل زادت الصادرات من خلال التجارة الالكترونية ؟	السؤال الفرعي: هل التجارة الالكترونية قضت على البطالة ؟	السؤال الفرعي: هل التجارة الالكترونية زادت فرصه الاستثمار لديك ؟	السؤال الرئيسي: هل وقت بالتشاء متجر الكتروني ؟	السؤال الفرعي: زاد دخلك مع التجارة الالكترونية ؟	السؤال الفرعي: هل وقت بالبيع من خلال الانترنت ؟	السؤال الفرعي: هل استثمرت من خلال البيع عبر الانترنت ؟	السؤال الفرعي: هل زاد مستوى معيشتك من خلال البيع عبر الانترنت ؟
أنثى		ثانوي	أكثر من ١٠٠٠٠	نعم	نعم	نعم	لا	لا	لا	لا	لا	لا	لا	
ذكر	26_30	جامعي	٨٠٠٠	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	لا	لا	
أنثى	26_30	جامعي	أكثر من ١٠٠٠	لا	لا	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	لا	نعم	لا	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	لا					نعم	نعم	نعم	نعم	لا	
أنثى	31_40	جامعي	8000	لا	لا	لا	نعم	لا	لا	لا	لا	لا	لا	
أنثى	26_30	جامعي	أكثر من ١٠٠٠	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	لا	لا	لا	نعم	نعم	
أنثى	31_40	دبلوم	10000	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	نعم	لا	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	لا	
أنثى	31_40	جامعي	٨٠٠٠	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	
أنثى	٤٠ فأكثر	ثانوي	٨٠٠٠	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	لا	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	لا	لا	لا	نعم	لا	لا	لا	لا	لا	لا	
أنثى	31_40	جامعي	10000	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	أكثر من ١٠٠٠	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	أكثر من ١٠٠٠	لا	لا	نعم	لا	لا	لا	لا	لا	لا	لا	
أنثى	26_30	جامعي	أكثر من ١٠٠٠	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	لا	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	لا	لا	نعم	نعم	لا	نعم	لا	لا	لا	لا	
ذكر	31_40	جامعي	10000	نعم	نعم	لا	نعم	لا	نعم	لا	نعم	نعم	لا	
أنثى	31_40	جامعي	٨٠٠٠	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	
ذكر	31_40	جامعي	أكثر من ١٠٠٠	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	لا	قريباً	
أنثى	26_30	جامعي	أكثر من ١٠٠٠	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	أكثر من ١٠٠٠	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	ثانوي	أكثر من ١٠٠٠	نعم	نعم	نعم	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	
أنثى	26_30	جامعي	٨٠٠٠	لا	نعم	نعم	نعم	نعم	نعم	لا	لا	لا	نعم	

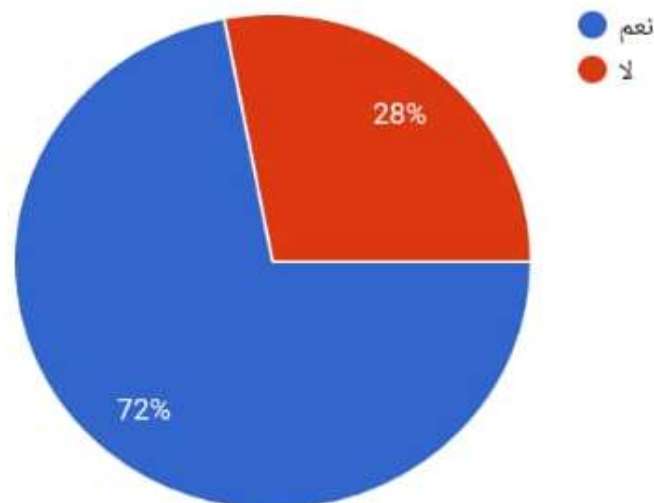
السؤال الرئيسي: هل انت من مستخدمي  
التجارة الالكترونية؟

25 ردًا



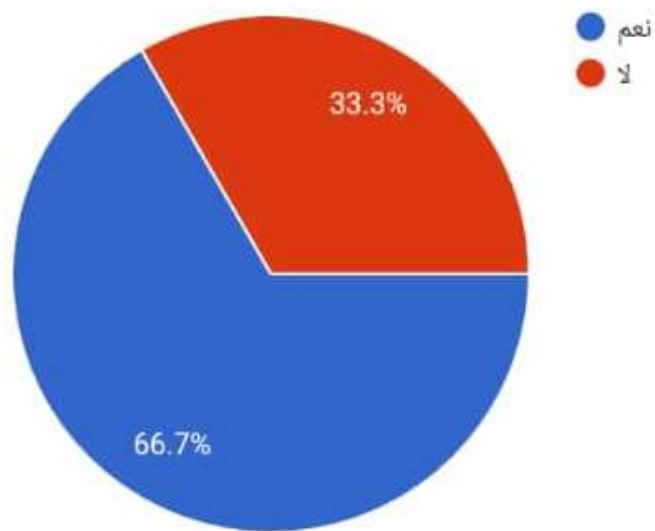
السؤال الفرعي: يتم زيادة مبيعاتك من خلال  
الانترنت ؟

25 ردًا



السؤال الفرعي : هل التجارة الالكترونية زادت  
فرصه الاستثمار لديك؟

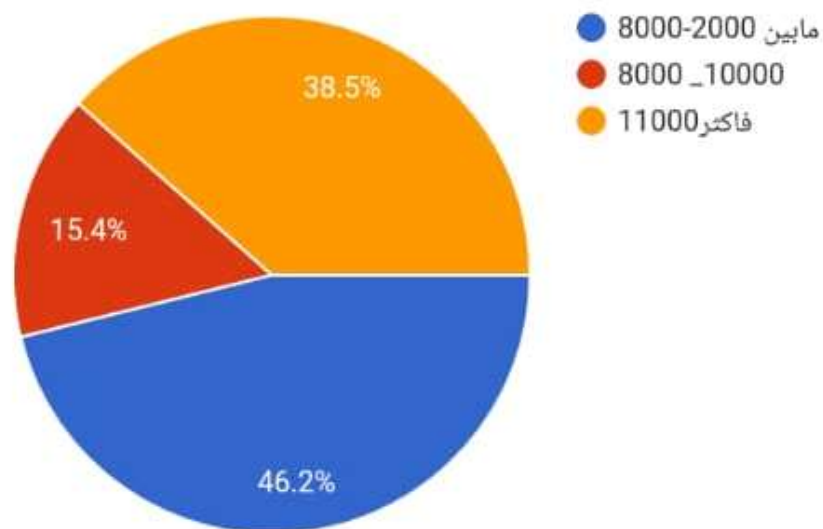
24 ردًا





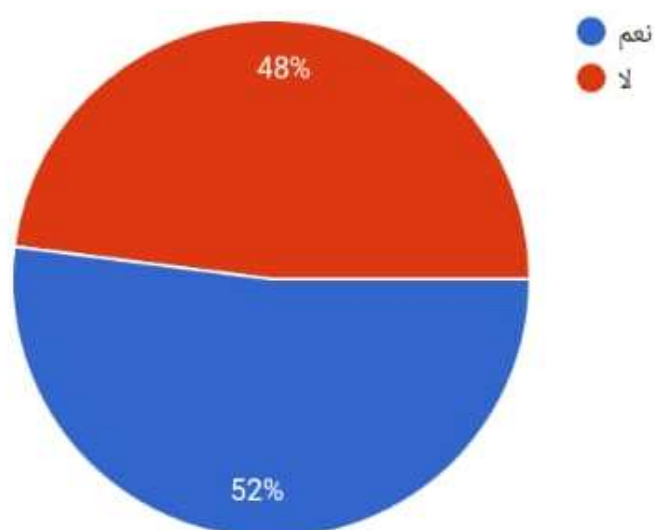
## الراتب

26 ردًا



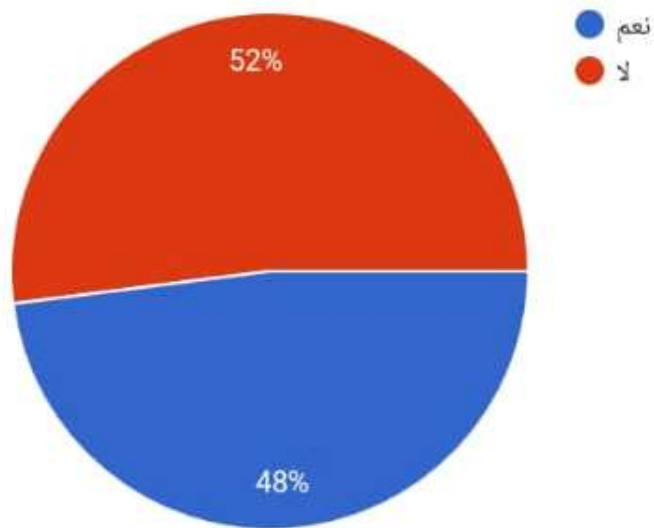
السؤال الفرعي: هل زاد مستوى معيشتك من خلال البيع عبر الانترنت ؟

25 ردًا



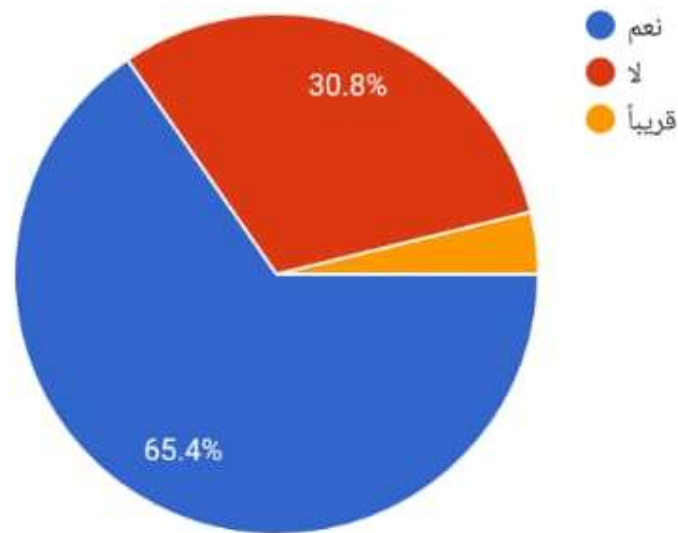
السؤال الفرعي: هل التجارة الالكترونية قضت  
على البطالة ؟

25 ردًا



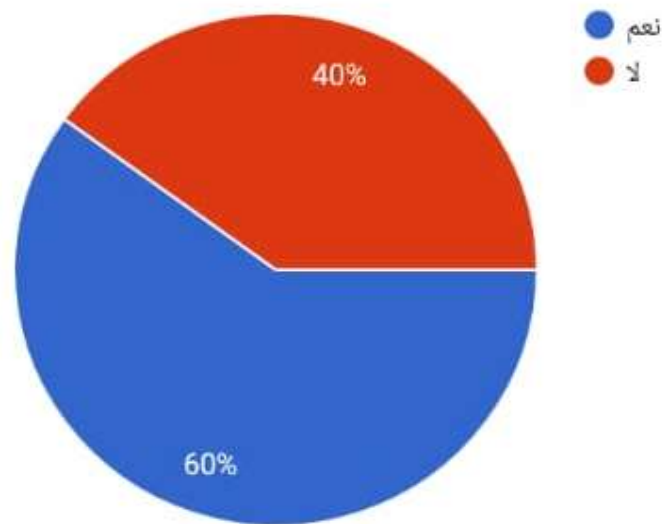
السؤال الفرعي: هل استثمرت من خلال البيع  
عبر الانترنت ؟

26 ردًا



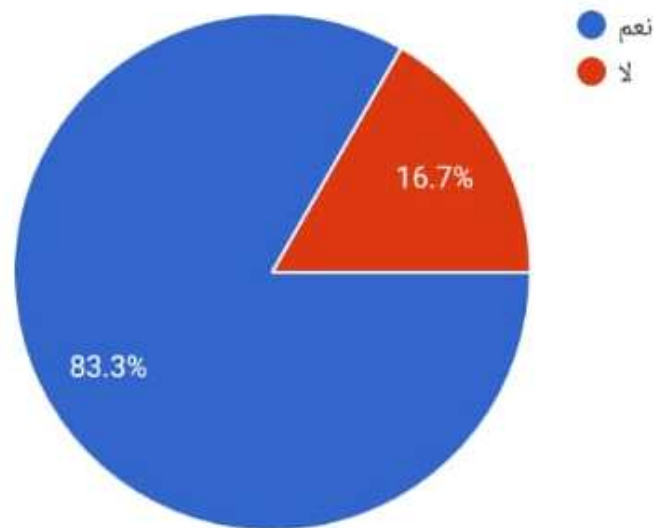
السؤال الفرعي : زاد دخلك مع التجارة  
الالكترونية ؟

25 ردًا



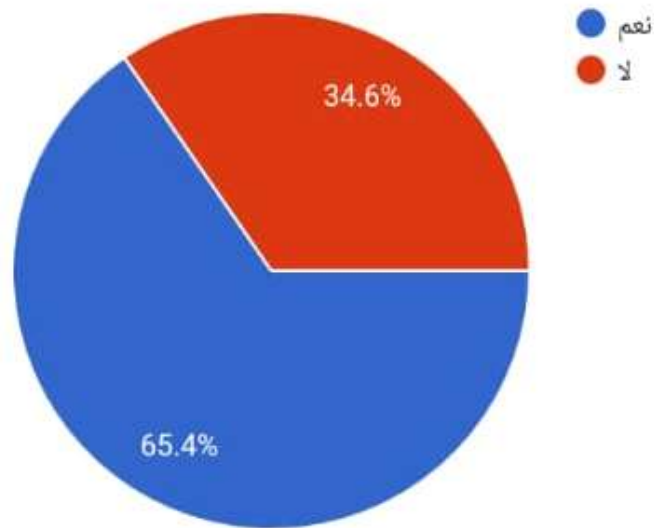
السؤال الفرعي: هل زادت الصادرات من خلال  
التجارة الالكترونية ؟

24 ردًا



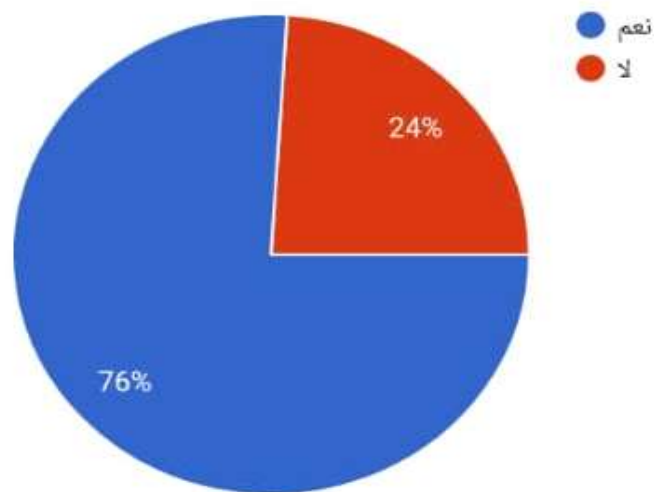
السؤال الفرعي: هل قمت بالبيع من خلال  
الانترنت ؟

26 ردًا



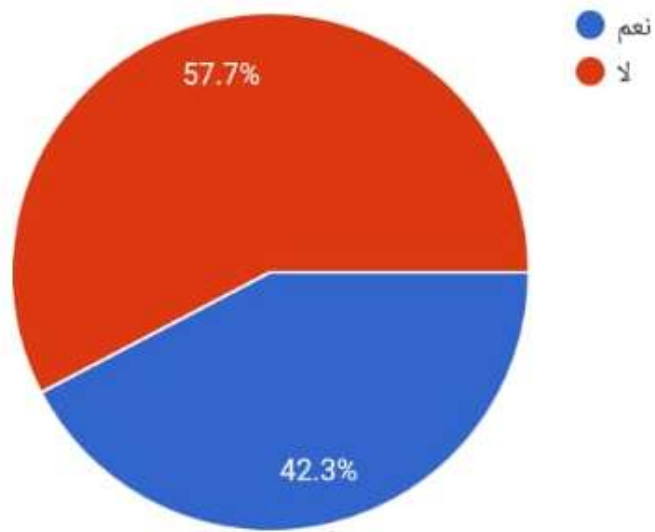
السؤال الفرعي: هل ساعدك التجارة الالكترونية  
في بناء مشاريعك

25 ردًا



السؤال الرئيسي: هل قمت باانشاء متجر  
الكثروني ؟

26 ردًا



## تحليل الاستبيان

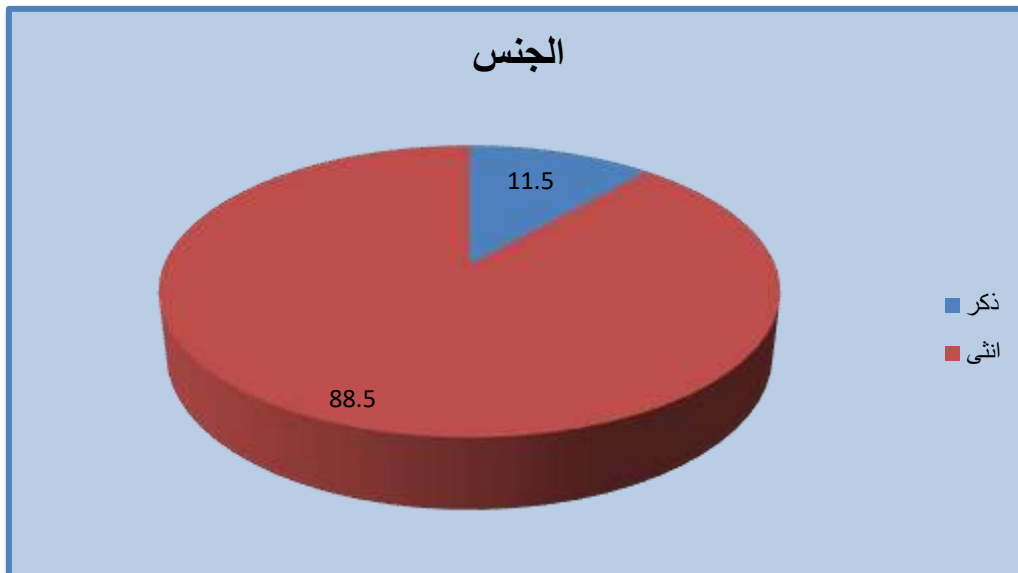
### الجنس :-

الجدول التالي يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس ، فنجد أن ( ٨٨,٥ %) من أفراد العينة من الإناث .

جدول رقم (١) : يبين توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	٣	١١,٥
أنثى	٢٣	٨٨,٥
المجموع	٢٦	١٠٠,٠

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (١) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس



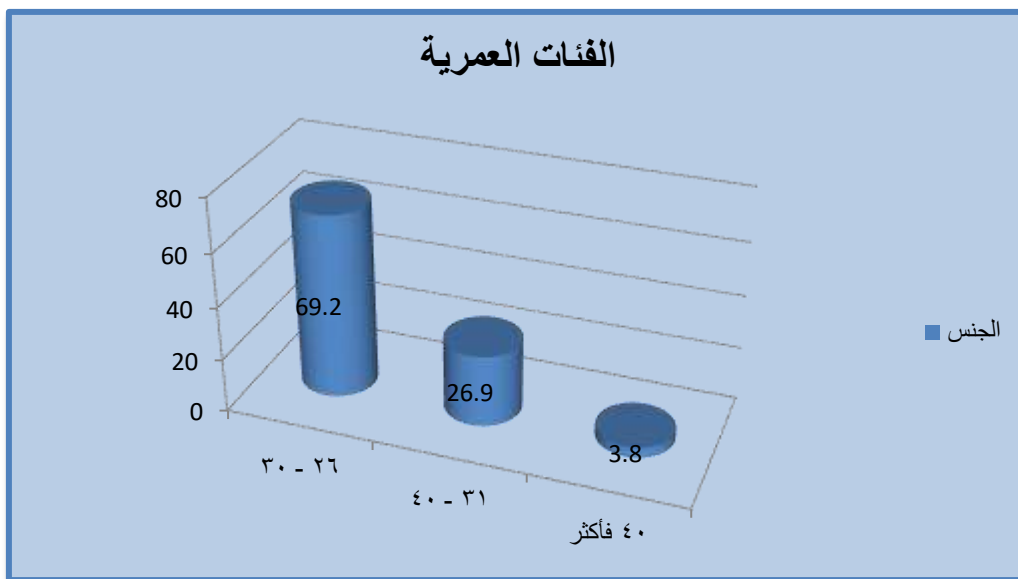
### الفئات العمرية :-

الجدول التالي يبين توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية ، ومنه نجد أن (٦٩,٢ %) من افراد العينة من الفئة العمرية ( ٢٦ – ٣٠ ) وبقية النسب كما يبينها الجدول أدناه .

جدول رقم (٢) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

الفئات العمرية	العدد	النسبة
٣٠ – ٢٦	١٨	٦٩,٢
٤٠ – ٣١	٧	٢٦,٩
٤٠ فأكثر	١	٣,٨
المجموع	٢٦	١٠٠,٠

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (٢) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

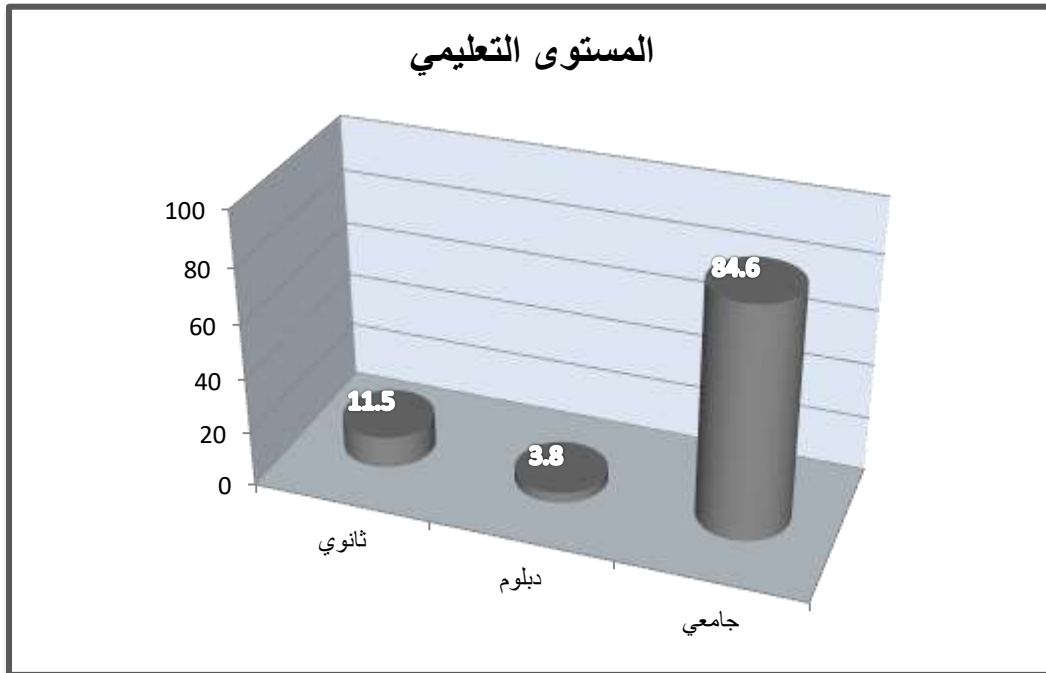
### المستوى التعليمي :-

من الجدول التالي نجد أن ( ٨٤,٦ % ) من أفراد العينة من حاملي الشهادة الجامعية .

جدول رقم (٣) : يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة
ثانوي	٣	١١,٥
دبلوم	١	٣,٨
جامعي	٢٢	٨٤,٦
المجموع	٢٦	١٠٠,٠

والشكل البياني التالي يوضح أن معظم أفراد العينة من الجامعيين .



شكل رقم (٣) : يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

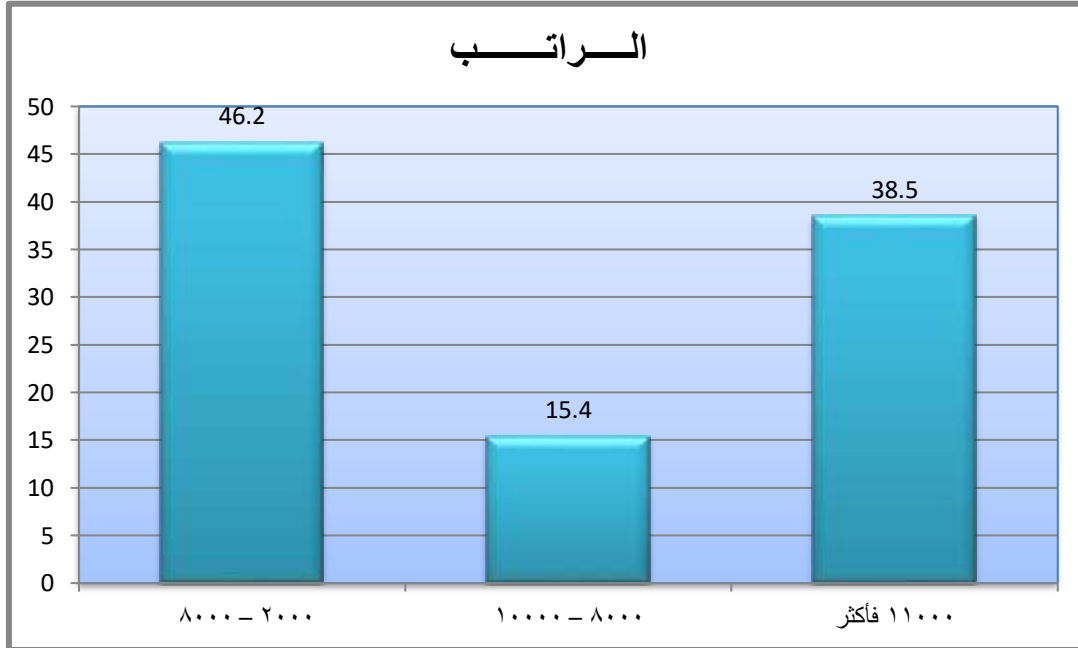
### الراتب :-

من الجدول التالي نجد أن (٤٦,٢ %) من أفراد العينة من ذوي الراتب (٢٠٠٠ – ٨٠٠٠) و أن (٣٨,٥ %) منهم رواتبهم (١١٠٠٠ فأكثر) .

جدول رقم (٤) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الراتب

الراتب	العدد	النسبة
٨٠٠٠ – ٢٠٠٠	12	46.2
١٠٠٠٠ – ٨٠٠٠	4	15.4
١١٠٠٠ فأكثر	10	38.5
المجموع	٢٦	١٠٠,٠

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (٤) : يبين توزيع أفراد العينة حسب الراتب

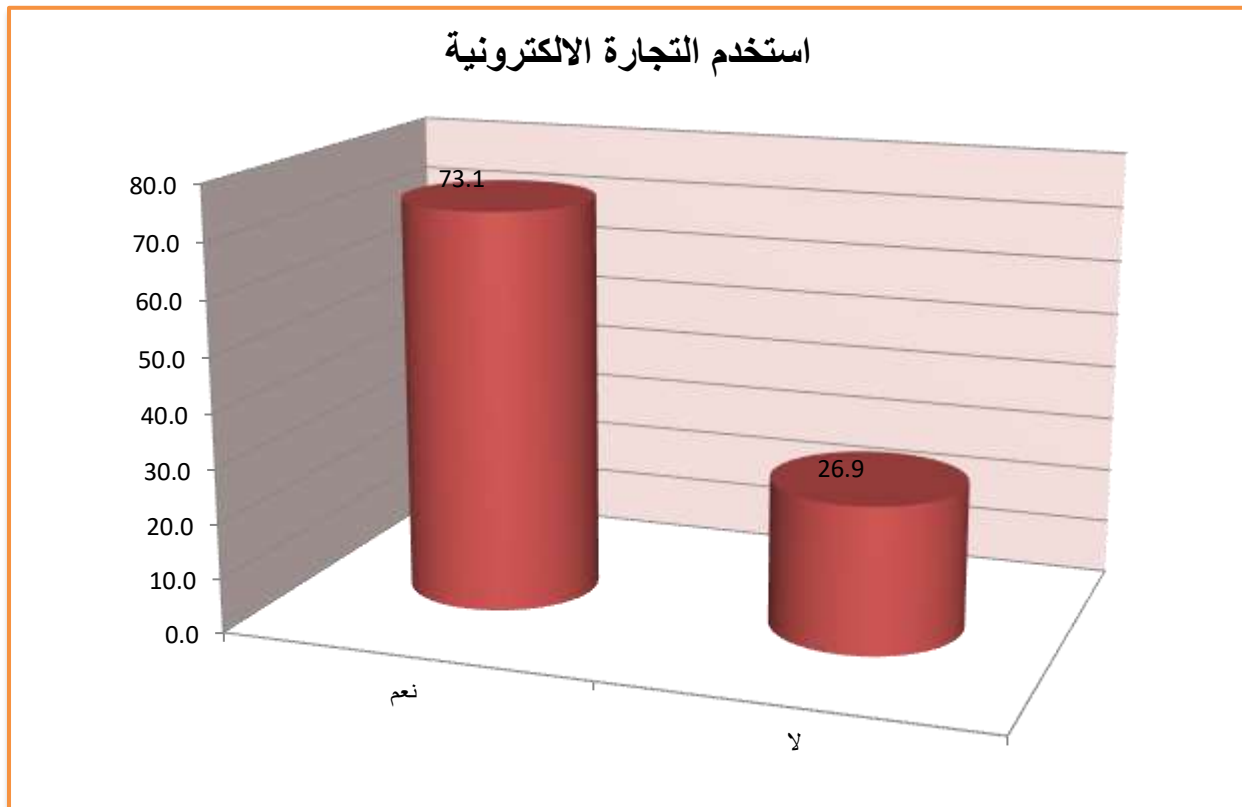
### ٣٣ استخدام التجارة الالكترونية :-

من الجدول التالي نجد أن (١, ٧٣ %) من مستخدمي التجارة الالكترونية .

جدول رقم (٥) : يبين توزيع افراد العينة حسب استخدام التجارة الالكترونية

النسبة	العدد	استخدم التجارة الالكترونية
73.1	١٩	نعم
26.9	7	لا
100.0	٢6	المجموع

والشكل البياني التالي يوضح النسب المذكورة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (٥) : يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدام التجارة الالكترونية

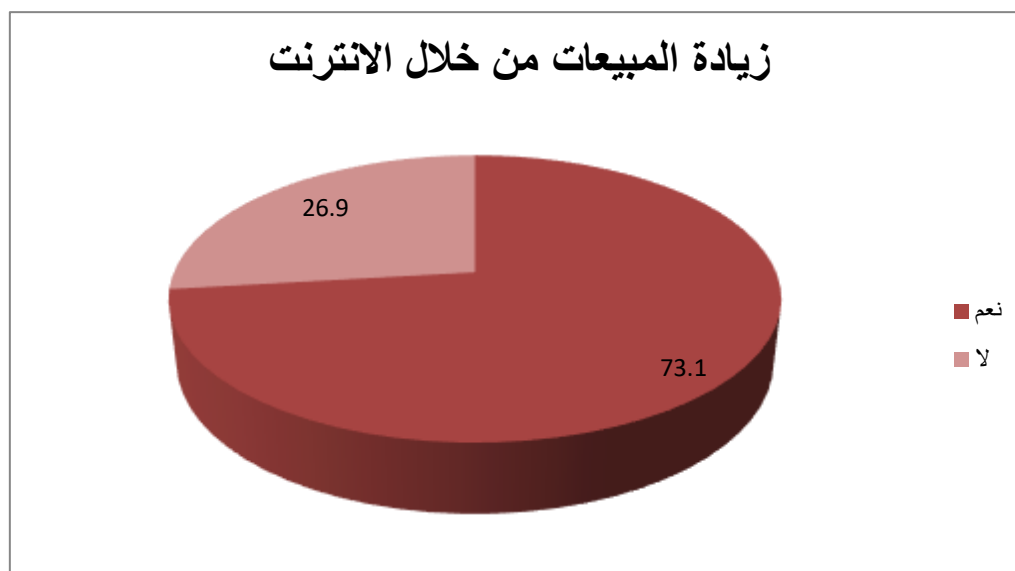
### ٣٣ زيادة المبيعات من خلال الانترنت :-

الجدول التالي يبين توزيع أفراد العينة حسب زيادة المبيعات من خلال الانترنت ، ومنه نجد أن ( ٧٣,١ %) من أفراد العينة تتم زيادة مبيعاتهم من خلال الانترنت .

جدول رقم (٦) : يبين توزيع أفراد العينة حسب زيادة المبيعات من خلال الانترنت

زيادة المبيعات من خلال الانترنت	العدد	النسبة
نعم	١٩	73.1
لا	7	26.9
المجموع	٢٦	١٠٠,٠

والشكل البياني التالي يوضح النسب المذكور في الجدول أعلاه .



شكل رقم (٦) : يبين توزيع أفراد العينة حسب زيادة المبيعات من خلال الانترنت

### ٣٣ مساعدة التجارة الالكترونية في بناء المشاريع :-

من الجدول التالي نجد أن (٧٦,٩ %) من أفراد العينة تساعدهم التجارة الالكترونية في بناء المشاريع .

جدول رقم (٧) : يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة التجارة الالكترونية في بناء المشاريع

مساعدة التجارة الالكترونية في بناء المشاريع	العدد	النسبة
نعم	٢٠	٧٦,٩
لا	٦	٢٣,١
المجموع	٢٦	١٠٠,٠

والشكل البياني التالي يوضح النسب المذكور في الجدول أعلاه .



شكل رقم (٧) : يبين توزيع أفراد العينة حسب مساعدة التجارة الالكترونية في بناء المشاريع

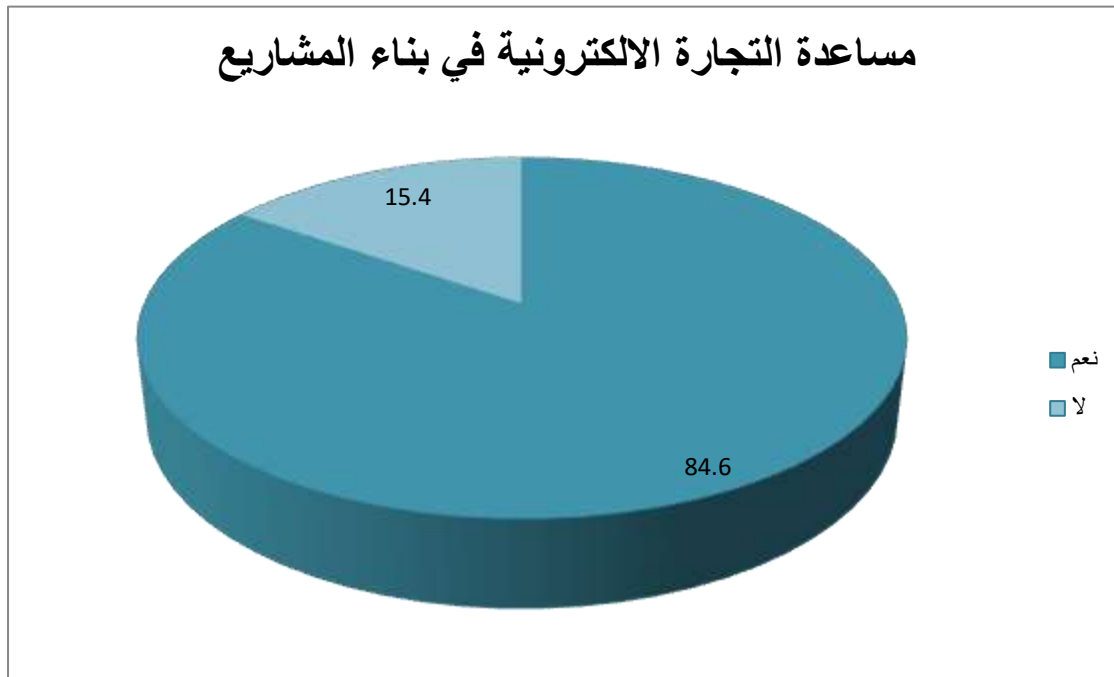
### ٨ زادت الصادرات من خلال التجارة الالكترونية :-

من الجدول التالي نجد أن (٨٤,٦ %) من أفراد العينة أفادوا بأن الصادرات زادت من خلال التجارة الالكترونية .

جدول رقم (٨) : يبين توزيع أفراد العينة زادت الصادرات من خلال التجارة الالكترونية

النسبة	العدد	زادت الصادرات من خلال التجارة الالكترونية
84.6	22	نعم
15.4	4	لا
١٠٠,٠	٢٦	المجموع

والشكل البياني التالي يبين النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (٨) : يبين توزيع أفراد العينة زادت الصادرات من خلال التجارة الالكترونية

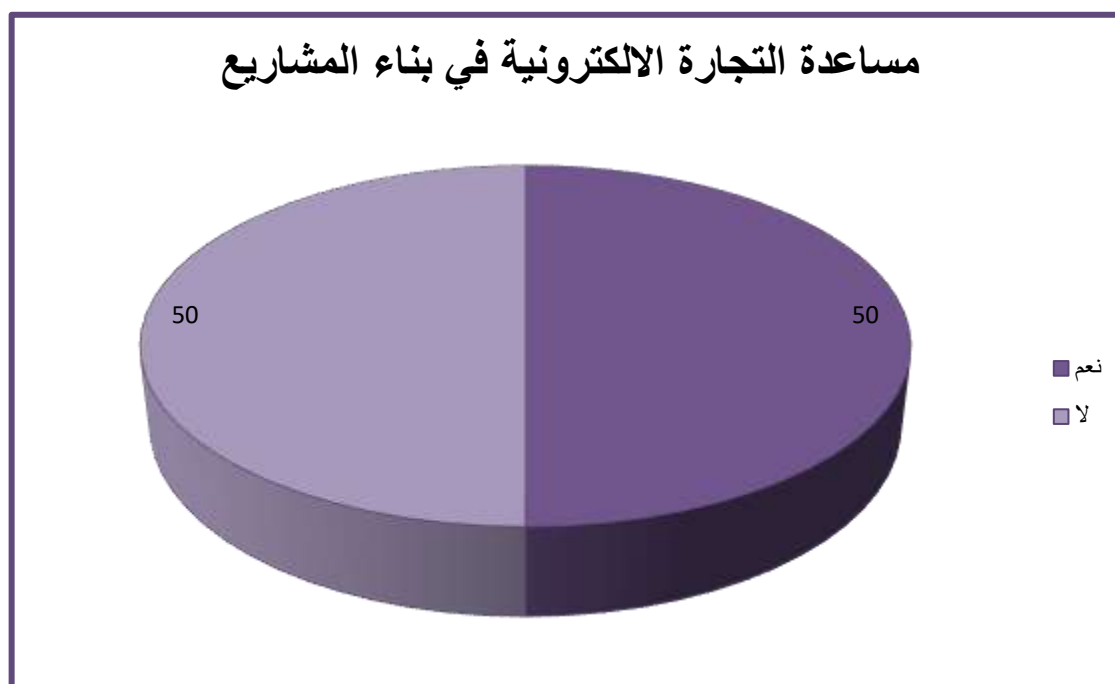
### ٩ التجارة الالكترونية قضت على البطالة :-

من الجدول التالي نجد أن ( ٥٠ %) من أفراد العينة يرون بأن التجارة الالكترونية قضت على البطالة فيما نجد أن ( ٥٠ %) منهم يرون عكس ذلك.

جدول رقم (٩) : يبين هل التجارة الالكترونية قضت على البطالة

هل التجارة الالكترونية قضت على البطالة	العدد	النسبة
نعم	13	50.0
لا	13	50.0
المجموع	26	100.0

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (٩) : يبين هل التجارة الالكترونية قضت على البطالة



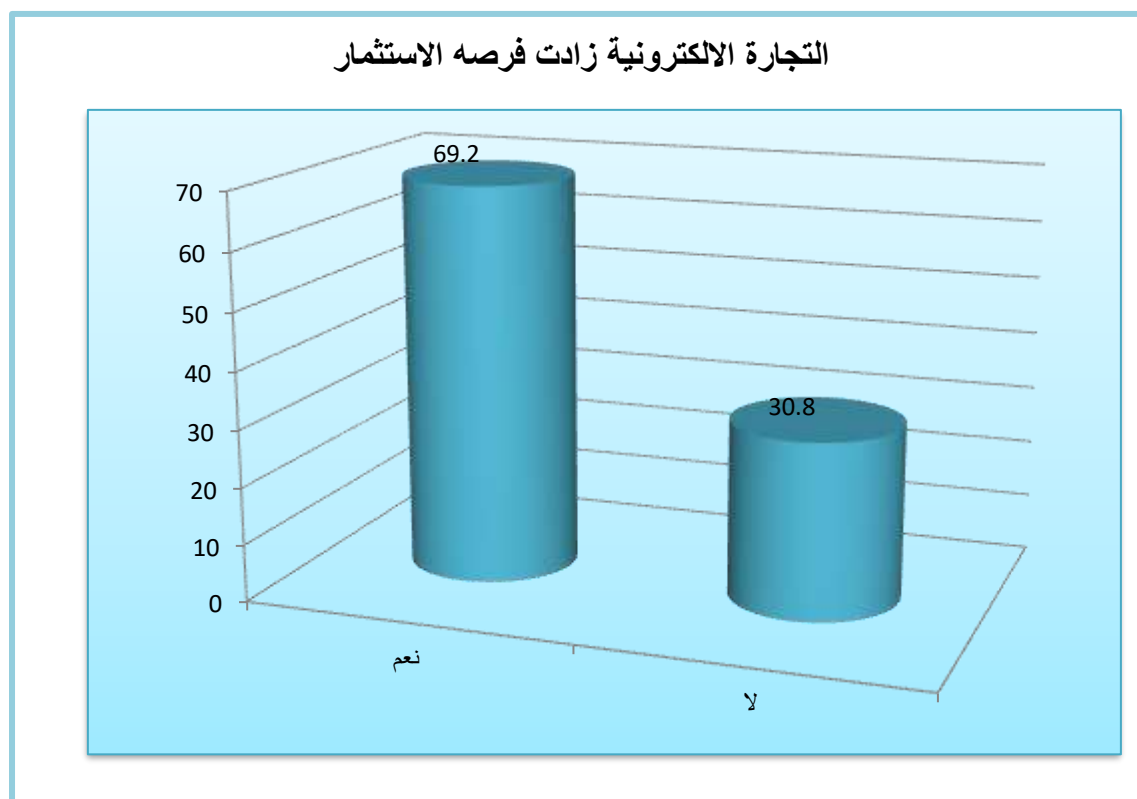
### ٣٣ التجارة الالكترونية زادت فرصه الاستثمار :-

من الجدول التالي نجد أن (٦٩,٢ %) يرون أن التجارة الالكترونية زادت فرصة الاستثمار .

جدول رقم (١٠) : يبين التجارة الالكترونية زادت فرصه الاستثمار

التجارة الالكترونية زادت فرصه الاستثمار	العدد	النسبة
نعم	18	69.2
لا	8	30.8
الإجمالي	٢٦	100.0

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (١٠) : يبين التجارة الالكترونية زادت فرصه الاستثمار

### ❧ القيام بإنشاء متجر الكتروني :-

من الجدول التالي نجد أن (٥٧,٧ %) من أفراد العينة قاموا بإنشاء متجر الكتروني .

جدول رقم (١١) : يبين القيام بإنشاء متجر الكتروني

القيام بإنشاء متجر الكتروني	العدد	النسبة
نعم	11	42.3
لا	15	57.7
الإجمالي	٢6	100.0

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (١١) : يبين القيام بإنشاء متجر الكتروني

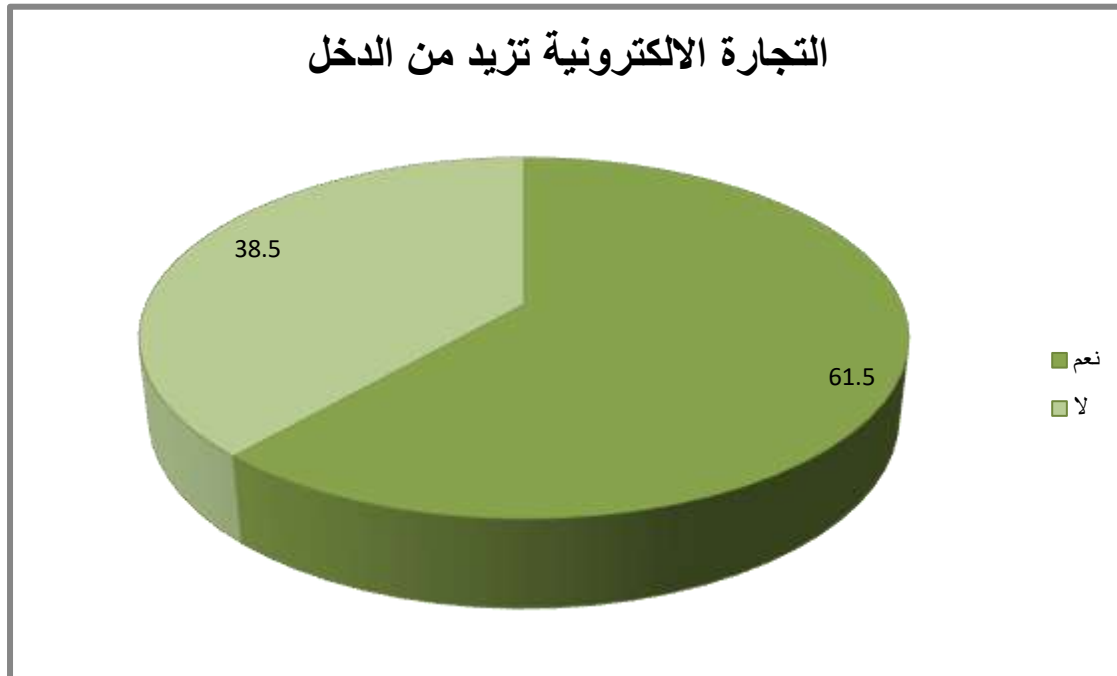
### ٣ التجارة الالكترونية تزيد من الدخل :-

من الجدول التالي نجد أن (٦١,٥ %) من أفراد العينة أفادوا بأن التجارة الالكترونية زادت من دخولهم .

جدول رقم (١٢) : يبين التجارة الالكترونية تزيد من الدخل

التجارة الالكترونية تزيد من الدخل	العدد	النسبة
نعم	١٦	61.5
لا	10	38.5
الإجمالي	٢6	100.0

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (١٢) : يبين التجارة الالكترونية تزيد من الدخل

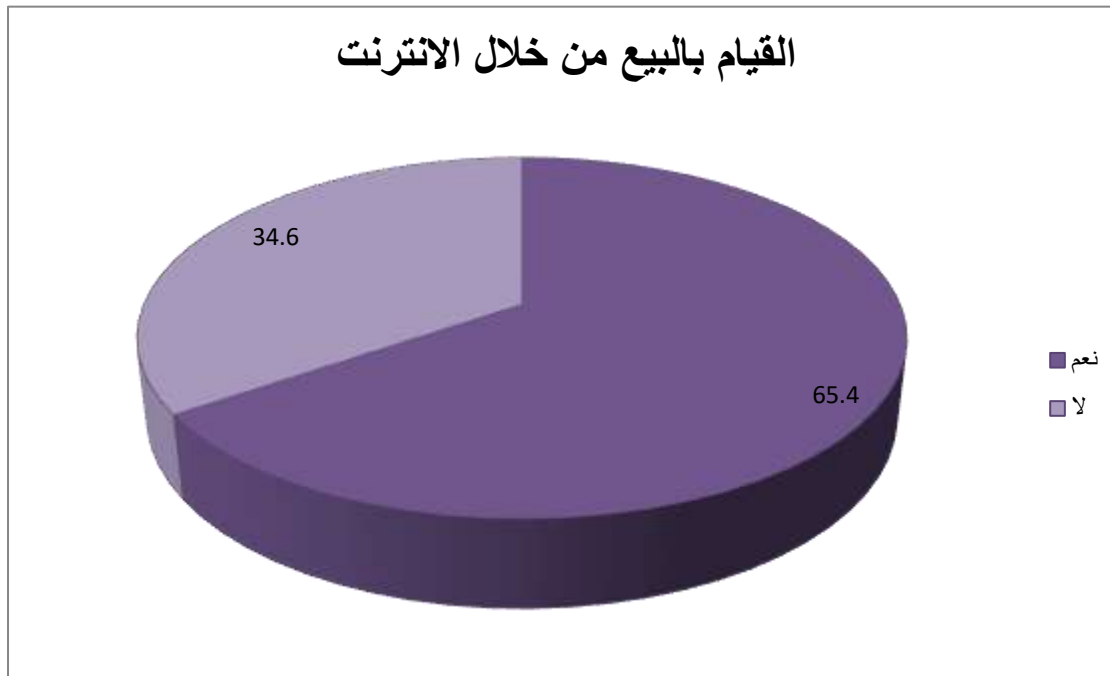
### ❧ القيام بالبيع من خلال الانترنت :-

من الجدول التالي نجد أن (٦٥,٤ %) من أفراد العينة قاموا بالبيع من خلال الانترنت .

جدول رقم (١٣) : يبين القيام بالبيع من خلال الانترنت

القيام بالبيع من خلال الانترنت	العدد	النسبة
نعم	١٧	65.4
لا	9	34.6
الإجمالي	٢6	100.0

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (١٣) : يبين القيام بالبيع من خلال الانترنت

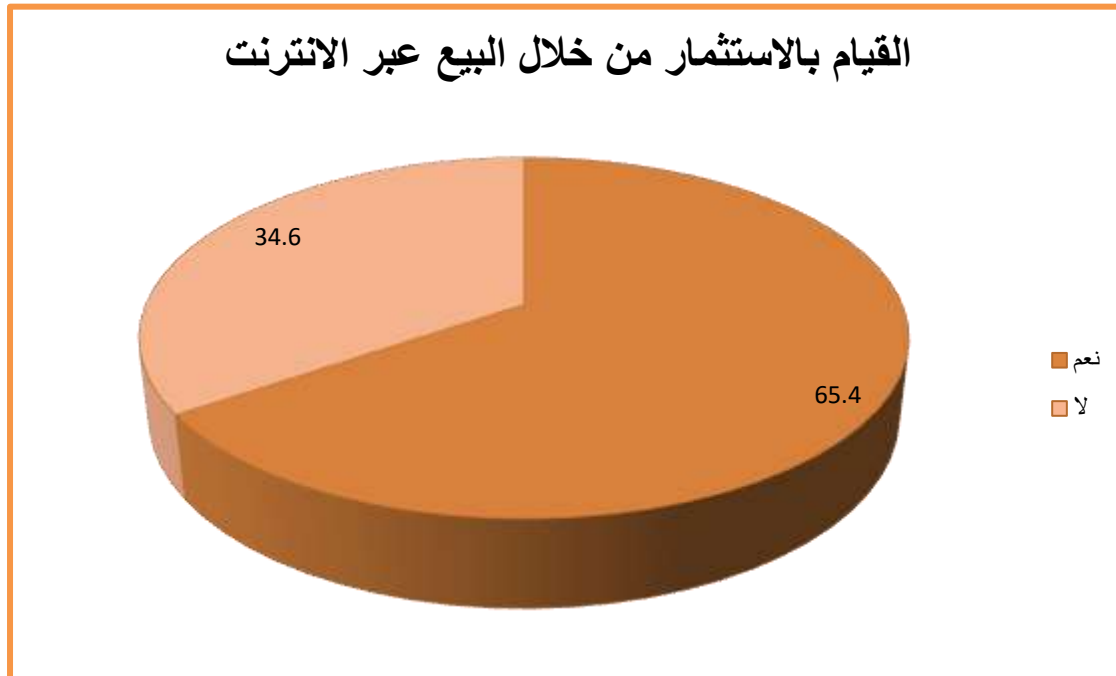
### ❧ القيام بالاستثمار من خلال البيع عبر الانترنت :-

من الجدول التالي نجد أن (٦٥,٤ %) من أفراد العينة قاموا بالاستثمار من خلال البيع عبر الانترنت .

جدول رقم (١٤) : يبين القيام بالاستثمار من خلال البيع عبر الانترنت

القيام بالاستثمار من خلال البيع عبر الانترنت	العدد	النسبة
نعم	17	65.4
لا	9	34.6
الإجمالي	٢6	100.0

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .



شكل رقم (١٤) : يبين القيام بالاستثمار من خلال البيع عبر الانترنت

### ٣٣ زيادة مستوى المعيشة من خلال البيع عبر الانترنت :-

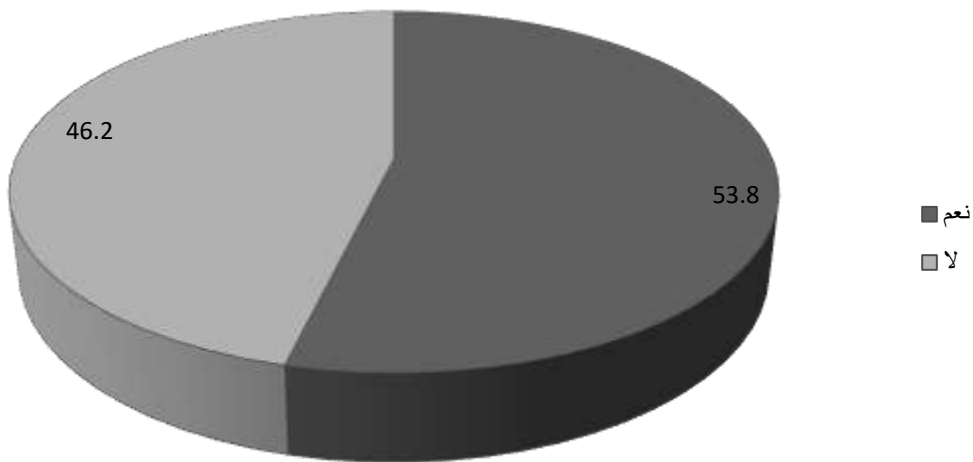
من الجدول التالي نجد أن (٥٣,٨ %) من أفراد العينة أفادوا بأن البيع عبر الانترنت زاد من مستوى معيشتهم فيما أفاد (٤٦,٢ %) منهم عكس ذلك .

جدول رقم (١٥) : يبين زيادة مستوى المعيشة من خلال البيع عبر الانترنت

زيادة مستوى المعيشة من خلال البيع عبر الانترنت	العدد	النسبة
نعم	١٤	53.8
لا	12	46.2
الإجمالي	٢٦	100.0

والشكل البياني التالي يوضح النسب المبينة في الجدول أعلاه .

زيادة مستوى المعيشة من خلال البيع عبر الانترنت



شكل رقم ( ١٥ ) : يبين زيادة مستوى المعيشة من خلال البيع عبر الانترنت

بروز التجارة الالكترونية في السوق السعودية كان بسبب التكنولوجيا الحديثة ولمالها دور في الاقتصاد السعودي ولها دور في المستقبل ولها تأثير إيجابي في القضاء على البطالة وفيها تأثير كبير معدل النمو الاقتصادي للمملكة

والتجارة الالكترونية اثر على الاقتصاد السعودي والقضاء على البطالة

حيث تبين ان استخدام التجارة الالكترونية بنسبة ٧٣ وبين مساعدة التجارة الالكترونية في بناء المشاريع بنسبة ٧٦,٩ وبين ان التجارة الالكترونية قضت على البطالة بنسبة ٥٠ ويبين ان التجارة الالكترونية زادت فرصة الاستثمار

### النتائج

١. ثورة تقنية المعلومات والاتصالات وظاهرة التجارة الإلكترونية أداة مهمة في تغير أنماط الحياة اليومية
٢. التجارة الإلكترونية أدت الي زيادة المبيعات .
٣. تأثير التجارة الإلكترونية على الاقتصاد بكافة قطاعاته سواء على مستوى قطاعات الأعمال أو القطاع الاستهلاكي أو على مستوى الاقتصاد القومي ككل.
٤. تدني نسبة المحتوى التكنولوجي في صادرات المملكة والذي يعد مؤشرا مهما في المقدرة التكنولوجية لاقتصاديات
٥. هناك مجالات عديدة تستطيع المملكة استغلالها في تطبيق التجارة الإلكترونية لما له للتجارة الالكترونية دور بالاستثمار والتخلص من البطالة

## التوصيات :

١. تبني سياسة التثقيف التكنولوجي واستخدام تقنية المعلومات بين أفراد المملكة ، وذلك من خلال برامج التدريب والتعليم في المؤسسات المهنية والإدارية، مع الاهتمام بنشر الوعي التقني في المؤسسات التعليمية والأكاديمية وتحديث مناهج التعليم بما يتناسب والبيئة التكنولوجية .التجارة الإلكترونية في المملكة

٢. توجيه وتخصيص الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأموال الأجنبية في مجال قطاع تقنية المعلومات والاتصالات

٣. دعم برامج التعاون للملكة في مجال التكنولوجيا وتقنية المعلومات والاستعانة بخبرات الدول الأخرى في هذا المجال

٤. استغلال تطبيقات التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية في المملكة مع الاهتمام باستثمار ذلك في دعم التبادل التجاري الإلكتروني.



## الخاتمة

التجارة الالكترونية أدت الي نمو الاقتصاد السعودي لما لها من دور في زيادة المبيعات وادت الي القدرة على القضاء على البطالة والعمل على الاستثمار وفي بناء مشاريع جديدة تؤدي الي انتعاش ونمو الاقتصادى لدى المملكة العربية السعودية .

## المراجع العربية :

١-تسوق ما هي التجارة الإلكترونية وأنواعها ومميزاتها

<https://tasawk.com.sa/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D8%9F/>

٢- کتاب محتویات ما هو الاقتصاد الرقمي <https://mhtwyat.com/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88->

[%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%A](#)  
، ۲۰۲۰ 12 فبرای F-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A/

٣- احمد الغريوى الفرق بين الاعمال الالكترونية و التجارة الالكترونية وأيهما المصطلح الأكثر شمولاً

<https://mattn.com.sa/blog/%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86->

%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%85%D8%A7%D9%84-  
%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88

[%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%88-](#)

٢٠٢٠ [%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7/](#)

٤-اماديس ستور اهميه الشبكات الداخلية الخارجية بالنسبة لبرامج الحسابات بنظام ديسك توب

٢٠٢٠ <https://amadeus-store.com/arabic/blog/Intranets-Extranets/>

٥-عبدالله صالح القحطاني العوامل المؤثرة على تبني التجارة الالكترونية في السعودية (دراسة السوق الالكتروني)

رسالة ماجستير للباحث/ ٢٠١٦

الإصدار: 2016م

٦-د/سمير بنت محمد عمر السقاف التجارة الالكترونية وفرص عمل الخرجات في المملكة

الإصدار: الخامس والعشرون (٢٠١٠)

٧-الدكتور/ عابد بن عابد العبدلي أستاذ مساعد قسم الاقتصاد الإسلامي كلية الشريعة والدراسات الإسلامية جامعة ام القرى

التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية الواقع – التحديات – الآمال

الإصدار: الأول ١٤٢٦ هـ

## المراجع الأخرى :

1-Maha Helal An investigation of the use of social media for e-commerce amongst 2017

2-Abdullah saleh ALqalitani Factors Influencing the Adoption of E-commerce in Saudi Arabia Study of Online Shopping  
2016

3- Amira Turki ADOPTION and ACCEPTANCE OF MOBILE  
COMMERCE IN SAUDI ARABIA THE CASE OF E-TICKETETING IN THE  
ALRLINE INDUSTRY 2017

## جدول المحتويات

المحتويات	رقم الصفحة
المقدمة	١
مشكلة البحث	٢
أسئلة البحث	٣
غرض واهداف البحث	٣
أهم مصطلحات التجارة الإلكترونية	٣
الدراسات السابقة	٦
مقدمة الاستبيان	١٢
تحليل الاستبيان	٢٣
النتائج	٣٨
التوصيات	٣٩
الخاتمة	٤٠
المراجع	٤١
المراجع الأخرى	٤٢
جدول المحتويات	٤٣