

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي - الاغواط -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
تخصص: مقاولاتية



دور التجارة الالكترونية في توجه الطلبة الجامعيين نحو ممارسة العمل
الحر (دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة
الاغواط)

الأستاذ المشرف:

د. عبد الحميد نعيمات

من إعداد الطالبتين:

➤ مباركة كنزة لحرش

➤ أمينة ميلودي

أعضاء لجنة المناقشة

أمال مطابس	أستاذ محاضر	رئيساً
عبد الحميد نعيمات	أستاذ محاضر	مشرفاً ومقرراً
أمينة ريان	أستاذ محاضر	ممتحناً

السنة الجامعية: 2022/2021

إهداء

الحمد والشكر لله عز وجل الذي وفقني في إتمام هذا العمل المتواضع

إلى سراج حياتي ونور طريقي إلى من أفديها بروحي والدتي الغالية

إلى تاج رأسي وفخر عمري والدي الكريم

اهديكما عملي المتواضع وإن كان دينكما علي لا يوفى

إلى من قال فيهم الله سبحانه وتعالى "سنشد عضدك بأخيك" أختي: وسيلة،

كمال، سعاد، عبد القادر وأولادهم ورفيق عمري

إلى كل من علمني حرف من الابتدائي الى غاية الساعة

إلى كل صديقاتي وكل واحدة باسمها

مباركة





إهداء

لك الحمد ربي على عظيم فضلك وكثير عطائك لا يسعني في هذه اللحظات
التي لعلني لا أملك أغلى منها اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى:

من سقتني رحيق الحياة دمعاً وسهراً ودعاءً فهي سببي في الوجود أمي اللهم
متعني بطول عمرها وحسن برها

إلى الذي علمني أن الحياة كفاح ونضال ومن كان سنداً على المواصلات أبي
إلى الأعمدة التي أظل ارتكز عليها بالصمود أخواتي وكل عائلتي صغيراً
وكبيراً

للذين أحاطوني بمساعدتهم وبحبهم إلى كل من رافقني في دراستي صديقاتي:

مباركة، زهرة، ابتهاج، سارة، خديجة، خلود، فاطمة

إلى كل من أشرف على تدريسي وكان له الفضل على الوصول

إلى كل من هم في ذاكرتي وليسوا في مذكرتي

أمنية





شكر وعرفان

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في اتمام هذا البحث العلمي والذي الهمنا
الصحة والعزيمة

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير الى الاستاذ المشرف عبد الحميد نعيمات على
كل ما قدمته لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في اطراء موضوع
دراستنا في جوانبها المختلفة كما نتقدم بجزيل الشكر الى أعضاء لجنة
المناقشة الموقرة لقبولهم مناقشة المذكرة

نشكر كل الاساتذة المحترمين والمحترمات وكل طاقم الادارة بكلية العلوم
الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الأغواط وكل من رافقنا خلال
مسارنا الدراسي وكان سببا في تغييرنا نحو الافضل

ولا ننسى أصدقائنا الذين دعمونا خلال هذا العمل

نقول لكم جزاكم الله ألف خير

أمنية و مباركة



الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توجه الطلبة للممارسة العمل الحر، وقد تم إجراء الدراسة على الطلبة بأخذ عينة من كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الاغواط. واعتمدنا في ذلك على نموذج الدراسة المكون من المتغير المستقل المتمثل في التجارة الالكترونية بأبعاده (مواقع التواصل الاجتماعي، المنتج، الزبون) والمتغير التابع المتمثل في العمل الحر، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة استخدمنا أداة الاستبيان حيث تم توزيعه على 102 مفردة. ولتحليل هذه البيانات اعتمدنا على برنامج SPSS و SMARTPLS وذلك بهدف دراسة مختلف العلاقات بين المتغيرات المدروسة.

وقد توصلت نتائج الدراسة الى وجود أثر إحصائي عند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ للتجارة الالكترونية في توجه الطلبة الى العمل الحر، وتوصي الدراسة الى المساهمة في نشر ثقافة العمل الحر وزيادة الوعي به، والتركيز على التجارة الالكترونية، ودعم الدولة في توجيه الطلبة لها ونشر ثقافة العمل الحر لتغيير فكرة المجتمع.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، مواقع تواصل الاجتماعي، عمل الحر، النمذجة بالمعادلات البينانية (SEM).

Abstract

This study aimed to know the role of e-commerce through social networking sites in directing students to engage in self-employment. The study was conducted on students by taking a sample from the Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences at the University of Laghouat. We relied on the study model consisting of the independent variable represented in e-commerce with its dimensions (social networking sites, product, customer) and the dependent variable represented in self-employment, and to achieve the objectives of this study we used the questionnaire tool where it was distributed on 102 items. To analyze this data, we relied on the Spss and Smart Pls programs, with the aim of studying the various relationships between the studied variables.

The results of the study concluded that there is a statistical effect at the level of morale at the level of significance ≥ 0.05 for electronic commerce in the students' orientation to self-employment, and the study recommends to contribute to spreading the culture of self-employment and raising awareness of it, focusing on electronic commerce, and supporting the state in directing students to it and spreading the culture of work Free to change the idea of society.

key words:

E-commerce, social networking sites, self-employment, college of economic, commercial and management sciences, graphic equation modeling (SEM).

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	اهداء
	الشكر والعرفان
	قائمة الجداول والاشكال والملاحق
	الملخص
أ	مقدمة
	الفصل الاول: الاطار النظري للدراسة
	تمهيد
3	المبحث الاول: الاطار النظري للتجارة الالكترونية
3	المطلب الاول: ماهية التجارة الالكترونية
3	1- تعريف التجارة الالكترونية
5	2- نشأة وتطور التجارة الالكترونية
7	3- خصائص التجارة الالكترونية
9	المطلب الثاني: أشكال التجارة الالكترونية وتأمينها
9	1- أشكال التجارة الالكترونية
12	2- أمن المعاملات التجارية الالكترونية
15	المطلب الثالث: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ومعوقاتا
16	1- البنية التحتية التجارة الالكترونية الجزائرية
19	2- معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر
27	المبحث الثاني: الاطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي
27	المطلب الاول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
27	1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
28	2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
29	3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي
29	4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

31	المطلب الثاني: أنواع ووظائف مواقع التواصل الاجتماعي
31	1- أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
32	2- وظائف مواقع التواصل الاجتماعي
33	المطلب الثالث: مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي
33	1- مزايا مواقع التواصل الاجتماعي
34	2- عيوب مواقع التواصل الاجتماعي
35	المبحث الثالث: الاطار النظري للعمل الحر
35	المطلب الاول: ماهية العمل الحر
36	1- مفهوم العمل
36	2- الفرق بين العمل الحر و الوظيفة
38	3- أهمية وخصائص العمل الحر
41	4- تحديات العمل الحر
42	المطلب الثاني: بيئة العمل الحر والعوامل المؤثرة عليه
42	1- مفهوم بيئة العمل الحر
43	2- العوامل المؤثرة في العمل الحر
49	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية على طلبة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
51	تمهيد
52	المبحث الاول: التعريف بالمؤسسة محل الدراسة
52	المطلب الاول: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
52	1- التعريف بجامعة عمار ثلجي
53	2- التعريف بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالاغواط
53	3- الاقسام
56	4- المقاعد البيداغوجية
56	5- المقررات البيداغوجية
57	6- الهيكل التنظيمي

58	المطلب الثاني: مهام ومصالح أفراد الكلية
58	1- نيابة العمادة المكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
58	2- نيابة العمادة المكلفة بما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية
59	3- الامانة العلمية
60	4- المكتبة
60	المبحث الثاني: الجانب المنهجي والشكلي للدراسة الميدانية
60	المطلب الاول: أداة الدراسة
61	1- مرتكزات الدراسة
62	2- الصدق الظاهري لأداة الدراسة
63	3- ثبات أداة الدراسة
63	4- مجتمع وعينة والدراسة
64	المطلب الثاني: تحليل وصفي لخصائص العينة المدروسة
64	1- خصائص مفردات الدراسة حسب الجنس
65	2- خصائص مفردات الدراسة حسب السن
65	3- خصائص مفردات الدراسة حسب التخصص
66	4- خصائص مفردات الدراسة حسب المستوى التعليمي
66	المطلب الثالث: تقييم نموذج الدراسة واختبار الفرضيات
67	1- اختبار ثبات نموذج الدراسة
69	2- أدلة صدق التمايز
74	3- اختبار فرضيات الدراسة
77	خلاصة الفصل
79	الخاتمة
84	قائمة المراجع
87	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

والاشكال

والملاحق

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر (2000-2017)	16
02	تكور أجهزة الكمبيوتر في الجزائر (2001-2007)	18
03	الفروق الأساسية بين العمل الحر والوظيفة التقليدية	37
04	بيان تفصيلي للعبارات المكونة للاستبيان	62
05	نتائج قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ للدراسة	63
06	توزيع العينة الدراسة حسب الجنس	64
07	توزيع العينة الدراسة حسب السن	65
08	توزيع العينة الدراسة حسب التخصص	65
09	توزيع العينة الدراسة حسب المستوى العلمي	66
10	نتائج أدلة صدق التقارب قبل وبعد حذف العبارات المشوشة	68
11	نتائج مؤشر التوافق CL	70
12	نتائج مؤشر ارتباط المتغير VC	71
13	نتائج اختبار الأزواج الخطي للمتغيرات VIF	73
14	نتائج مؤشر معامل التحديد R Square	73
15	نتائج مؤشر حجم التأثير F2	74
16	مؤشر القدرة التنبؤية Q2	74
17	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	75
18	نتائج اختبار الفريات الفرعية	75

قائمة الاشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الهيكل التنظيمي لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط	57
02	تركيبة العينة حسب الجنس	64
03	تركيبة العينة حسب السن	65
04	تركيبة العينة حسب التخصص	65
05	تركيبة العينة حسب المستوى التعليمي	66
06	النموذج البنائي قبل توظيف أدلة صدق التقارب والتمايز	72
07	النموذج البنائي بعد توظيف أدلة صدق التقارب والتمايز	72

قائمة الملاحق:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	قائمة الاساتذة المحكمين للاستبيان	87
02	الاستبيان الموزّع بعد التحكيم بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط	87
03	نتائج اختبار ألفا كرو نباخ	90
04	خصائص عينة الدراسة الجنس	90
05	خصائص عينة الدراسة السن	90
06	خصائص عينة الدراسة المستوى التعليمي	90
07	خصائص عينة الدراسة التخصص	91
08	نتائج أدلة صدق التقارب	91
09	الموثوقية المركبة CR ومتوسط التباين المستخرج AVE	92
10	نتائج أدلة صدق التمايز	92
11	الارتباط المتغير VC	93
12	نتائج VIF	93
13	نتائج مؤشر معامل التحديد R^2	94
14	نتائج مؤشر معامل التحديد F^2	94
15	نتائج مؤشر القدرة التنبؤية Q^2	94
16	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	95
17	نتائج اختبار الفرضيات الفرعية	95

مقدمة

يشهد العالم ثورة هائلة في مجالات المعلومات و الاتصالات، في هذا العالم الواسع، المتعدد الاعراق والثقافات المتباين بين غنى فاحش وفقير مدقع، والواسع الهوة بين شعوب متقدمة وأخرى متخلفة فأصبح هذا العالم أشبع بقرية صغيرة تنتقل عبرها ومنها المعارف بسهولة متعدية الحواجز الطبيعية والجغرافية، وتحولت الاسواق الى سوق واسعة النطاق يلتقي فيها المنتجون والمسوقون والمستهلكون على حد سواء من خلال شبكات الانترنت وهو ما يعرف بالتجارة الالكترونية.

حيث سعت الجزائر جاهدة الى تعزيز منظومتها الاقتصادية والتجارية من خلال تكريس مجموعة من الاصلاحات الاقتصادية في المجال الاقتصادي بشكل عام وكذا في مجال التجارة الالكترونية بشكل خاص، فمع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات والشركات وفي شتى مجالات الحياة ساهمت التكنولوجيا في تسهيل الكثير من الأمور من ضمنها عمليات التبادل التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يساعد في سرعة وصول السلعة أمام المستهلك.

فالتجارة الإلكترونية دفعت الطالب الجامعي إلى ممارسة عمله ذو الدخل غير المحدود الذي يحقق له التفكير في تطوير ذاته، مع انتشار الانترنت والاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي فضاء للعمل إلكترونيا، فالعمل الحر حاليا بات توجهها مرغوب فيه من قبل العديد من الطلبة الجامعيين لصعوبة حصولهم على العمل الوظيفي.

1- طرح الإشكالية:

في ضل ما سبق ذكره، تتبلور معالم الإشكالية الأساسية لهذا البحث و التي يمكن صياغتها على النحو التالي:

هل يوجد تأثير للتجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط؟

2- الاسئلة الفرعية :

وحتى نتمكن من الاحاطة بكل الجوانب موضوع الدراسة، ارتأينا تقسيم التساؤل الرئيسي إلى أسئلة فرعية يمكن صياغتها إلى ما يلي:

- هل يوجد تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر؟



- هل يوجد تأثير للمنتج في التجارة الالكترونية في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر؟
 - هل يوجد تأثير للزبون في التجارة الالكترونية في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر؟
- 3-فرضيات الدراسة :**

استنادا إلى إشكالية الدراسة وعناصرها التي تم تحديدها مسبقا، يمكن الانطلاق من الفرضيات التالية قصد إثباتها أو نفيها، والتي تتجلى في الآتي:

- لا يوجد تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر.
- لا يوجد تأثير للمنتج في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر.
- لا يوجد تأثير للزبون التجارة الإلكترونية في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر.

4-أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية الدراسة فما يلي:

- إثراء الموضوع بمختلف المعلومات على التجارة الالكترونية عبر مواقع تواصل الاجتماعي؛
- التعرف على التجارة الالكترونية في ممارسة العمل الحر؛
- توفير معلومات هامة للطلبة للاستفادة منها وتعزيز القدرات المعرفية في المجال المهني؛
- استفادة الكلية في تعزيز ونشر ثقافة العمل الحر وتشجيعه نظرا لنقص الوظائف وامداد الكلية بنظرة عما يدور في ذهن الطالب واستغلالها في خدمة الاقتصاد؛

5-أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر، ولتحقيق هذا الهدف سعت الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف منها:

- التعرف على التجارة الإلكترونية وأهميتها؛

- التعرف على العمل الحر وأهميته؛
- التعرف على دور التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر؛
- فحص نموذج الدراسة والوقوف على جودته من خلال إخضاعه لعدة مؤشرات إحصائية، وذلك عن طريق النمذجة بالمعادلات البيانية.
- التعرف على التجارة الإلكترونية وتأثيرها وعدم تأثيرها في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة الأغواط.

6- أسباب اختيار الموضوع:

- ويرجع اختيارنا لهذا الموضوع نظرا للأسباب الموضوعية والذاتية التالية:
- توافق الموضوع مع مجال تخصصنا العلمي.
 - نظرا للميول الشخصي لمثل هذه المواضيع المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والعمل الحر.
 - الموضوع له أهمية بالغة لاهتمام الاقتصاد الجزائري بالمشاريع المقاولاتية للطلبة.

7- المنهج المستخدم:

- وللإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على:
- المنهج الوصفي: من أجل وصف وقائع البحث
 - المنهج الإحصائي: الذي تم استخدامه في الإحصاء الوصفي الذي اعتمدنا عليه في الدراسة الميدانية واستعمال برنامج spss و smartps.
 - منهج دراسة الحالة: وهذا من خلال نشر استمارات الاستبيان الإلكتروني على عينة الدراسة في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

8- حدود الدراسة:

- الحدود الزمانية: استغرقت هذه الدراسة مدة شهر، امتد من 06 ماي إلى 08 جوان من نفس السنة.
- الحدود المكانية: تخص الدراسة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة عمار ثلجي بالأغواط.
- الحدود البشرية: هذه الدراسة خصت طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

9- الدراسات السابقة:

- سنتطرق في هذا القسم الى بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر
- دراسة رباح سوسن (2020) ،مذكرة بعنوان :اثر التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك في ظل الازمة الوبائية (كوفيد 19) ،في الجزائر

تهدف هذه الدراسة الى تعريف مواقع التواصل الاجتماعي و اهميتها و كيف يتم التسويق بها و معرفة العوامل الداخلية و الخارجية المؤثرة على سلوك المستهلك في ظل ازمة الكوفيد في التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي و من خلال دراستها اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ، و في الجانب النظري لدراسة اعتمدت على جمع المعلومات من الكتب و الرسائل الجامعية و الملتقيات و مواقع التواصل الاجتماعي و للإجابة على الاشكالية التي طرحتها في الدراسة تم عرض محتوياتها في فصلين فصل نظري و فصل تطبيقي و تم التمهيد بمقدمة عامة و طرح الاشكالية فيها

فصلت نتائج الدراسة المتحصل عليها الى اهم الاقتراحات :

- العمل على تطوير واجهة الموقع بصورة عصرية متطورة
- نشر الوعي لدى المستهلك الجزائري بأهمية التعامل بالتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- دراسة دليلة معاش و كريمة بن عباس (2020) مذكرة ماستر بعنوان: دور العوامل البيئية في توجه طلبة الجامعات نحو ممارسة العمل الحر،

سعت هذه الدراسة لمعرفة العمل الحر و اهميته في وقتنا الحالي و العوامل البيئية التي تدفع الى ممارسة العمل الحر و اهميته في وقتنا الحالي و التطرق لمعرفة العوامل البيئية التي تدفع بل مارس و العمل الحر و الدور الذي تلعبه العوامل البيئية في التأثير على الطلبة و دفعهم الى التوجه نحو العمل الحر و العوامل البيئية المؤثرة و الغير مؤثرة في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر ،بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير بالأغواط . توصلت الطالبتان بدراستهما هذه الى نتائج اهمها ان للعمل الحر مجموعة من المتطلبات التي يحب توفيرها لزيادة فرص النجاح فيه ،فهو يستلزم تخطيطا قصير و طويل الاجل ، بالإضافة الى الدقة في اداء الاعمال كما يكتسي العمل الحر أهمية بالغة على المستوى الفردي ،فهو يتيح لصاحبه العمل في المجال الذي اختاره و يعطيه فرصة لتحقيق ذاته و بالتالي العمل ضرورة من ضروريات الحياة .

- دراسة عقون دنيا و كاتب فارس (2016)مذكرة بعنوان : اثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري ،دراسة وصفية مسحية على عينة من شباب -ام البواقي-

الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو معرفة احد الشباب المشتركين و المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي ،و فهم كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية و آثارها السلبية على سلوكيات شباب ام البواقي و الشباب الجزائري داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي اليه ،ووضع جملة الاليات و الوسائل التي يتخذها الشباب كغطاء لحماية قيمهم و أفكارهم من الذوبان في ثقافة الاخر و من خلال تحمله الشبكات الاجتماعية من ثقافات مغايرة للقيم السائدة داخل النسق الاجتماعي التي منبعا في الاصل الدين الاسلامي ، و استندا في دراستهما على المنهج الوصفي لوصف مضامين الشبكات الاجتماعية ، و



آثارها على سلوك الشباب . توصلت الدراسة الى أن مستخدمي الشبكات الاجتماعية من الذكور بنسبة 48.25% و الاناث 51.75% هذا يوضح انه لا يوجد فرق بينهما حيث ان لكل منهما احتياجات استخدامهما لشبكات الاجتماعية، وإن غالبية المستخدمين للشبكة في الجزائر هي الشريحة العمرية من 20 الى 24 و هي أكثر فئة مقارنة بغيرها و يرى الغالبية بأن تقييم مضامين الشبكات الاجتماعية تقييم مقبول بالنسبة إليهم و من ضمن التوصيات المقدمة من الدراسة هي الالتزام بالقوانين المحددة و مراعاة عدة جوانب في استخدام الشبكات الاجتماعية خاصة الجانب الاخلاقي و السلوكي لدى المستخدمين و زيادة الدراسات في مجال الشبكات الاجتماعية و تأثيراتها المختلفة على الشباب و المجتمع .

- دراسة أيمن محمود عبدالله ابو هنية (2021) ،رسالة ماجستير :اثر التجارة الالكترونية على سلوك الشرائي للمستهلك :الدور الوسيط للتكنولوجيا المالية قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول

على درجة الماجستير في ادارة الاعمال كلية الاعمال جامعة الشرق الاوسط

هدفت هذه الدراسة الى اثر التجارة الالكترونية على السلوك الشرائي للمستهلك بوجود التكنولوجيا المالية كمتغير وسيط في متاجر المواد الاستهلاكية و الغذائية كبيرة الحجم في الاردن، و لتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي.

و توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها وجود مستوى مرتفع من الاهمية النسبية لكل من التجارة الالكترونية و سلوك المستهلك و التكنولوجيا المالية في متاجر المواد الاستهلاكية و الغذائية .و وجود اثر ذو دلالة احصائية لتجارة الالكترونية في سلوك المستهلك ، و اوصت الدراسة بضرورة استمرار متاجر المواد الاستهلاكية و الغذائية كبيرة الحجم في الاردن و بتعزيز ابعاد التجارة الالكترونية و تحقيق الاهداف عن طريق نشر الوعي بالتجارة الالكترونية ، وذلك بالاهتمام بالتكنولوجيا المالية و تبنيها لما لها من اثر ايجابي مباشر على سلوك المستهلك الشرائي.

10- هيكل الدراسة:

وللإجابة على الاشكالية المطروحة، حاولنا تقسيم الدراسة إلى فصلين الاول نظري والثاني تطبيقي، ويتعلق الفصل الأول بالإطار النظري، حيث تناولنا فيه الإطار النظري لكل من متغيرات الدراسة التجارة الالكترونية ومواقع و مواقع التواصل الاجتماعي والعمل الحر وتم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، المبحث الاول يضم الجانب النظري للتجارة الالكترونية، في حين تناولنا في المبحث الثاني الجانب النظري لمواقع التواصل الاجتماعي، اما المبحث الثالث فهو عن الجانب النظري للعمل الحر.

أما الفصل الثاني فكان حول الجانب التطبيقي الذي يتعلق بالدراسة الميدانية وقد تم تقسيمه إلى مبحثين، الأول شمل التعريف بالمؤسسة محل الدراسة، أما الثاني فتناولنا فيه الدراسة الاحصائية للمؤسسة عينة الدراسة ونتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات.

الفصل الأول

الإطار النظري

لِلدراسة

تمهيد:

لقد تمكن اختراع شبكة الاتصالات المعقدة الحديثة والمتمثل بشبكة الانترنت من إزالة الحدود بين جميع دول العالم، وجعل العالم أشبه بالقرية الواحدة، وظهر ضمن هذا الاختراع آليات وأدوات تعامل متعددة الأشكال والأغراض. وتعد أداة أو آلية التجارة الإلكترونية إحدى الأدوات الحديثة التي أفرزتها شبكة الانترنت، ورافق ظهورها تغير جوهرى ببيئة الأعمال الخاصة بها، فمن جهة هي أداة ذات طابع غير ملموس، ومن جهة أخرى ونظرا لطابعها الفريد من نوعه. فلم يصبح التركيز اليوم على المهن التقليدية و التوظيف بشكل عام بل أصبح الاهتمام الأكبر بالأعمال الحرة، وتوجه خريجي الجامعات إلى إنشاء مشاريعهم الخاصة، بمأنهم أكثر الفئات التي تحتاج إلى عمل حيث أن الاهتمام بقضاياهم هو عبارة عن الاهتمام بالمجتمع ككل، لأن الظروف المحيطة بهم والبيئة الصعبة المتواجدون بها (البطالة، التضخم، العوامل الاجتماعية...) كانت لها الحصة الأكبر في توجيه الشباب إلى ممارسة العمل الحر والذي كان أهم منفذ لهم.

سنحاول في هذه الدراسة شرح طبيعة وماهية التجارة الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي والعمل الحر وتوضيح الفرق بين التجارة الإلكترونية وبين التجارة التقليدية، وكيف أن البيئة الجديدة للأعمال أحدثت وستحدث تغييرات كبيرة. ومن ثم التطرق الى ماهية مواقع التواصل وماهية هي أنواعها وأهم خصائصها ، ثم نتطرق الى التعرف على ماهية العمل الحر ومعرفة بيئتها والعوامل المؤثرة فيه .

وبناءً على ما سبق تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث على النحو الآتي:

- المبحث الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية
- المبحث الثاني: الإطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي
- المبحث الثالث: الإطار النظري للعمل الحر

المبحث الأول: الاطار النظري للتجارة الإلكترونية

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات والشركات بمختلف أحجامها وفي شتى مجالات الحياة، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية وأصبح واحدا من التعبيرات الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية¹.

والتجارة الإلكترونية شأنها شأن أي ظاهرة جديدة تكون غامضة وغير مفهومة لدى الكثيرين بسبب حداثة استعمال المصطلح، ولذلك ظهرت العديد من التعريفات الهادفة إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية والتي عرضت من طرف باحثين وخبراء وهيئات عالمية، وسوف نحاول سرد بعضها قصد الوقوف على تعريف واضح وشامل لها.

المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

1- تعريف التجارة الإلكترونية:

إن التجارة الإلكترونية عبارة عن مصطلح حديث صار كثير التداول في الادبيات المعاصرة، وهو مصطلح ابتكرته و صاغته شركة IBM و نشرته و عممت استخدامه مجموعة Gartner²، يلفه بعض الغموض إذ لا يوجد له تعريف واحد متفق عليه، و السبب في ذلك يرجع إلى حداثة الموضوع و عدم تبلوره بشكل كاف، و لا أدل على ذلك من التعاريف المختلفة التي وضعت لها من طرف عدة باحثين و هيئات و منظمات، و من أهمها ما يلي:

أ- التجارة الإلكترونية هي مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الانترنت، وتشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات وكذا خدمات المعلومات المالية و القانونية...

¹ السيد أحمد عبد الخالق، " التجارة الإلكترونية والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006، ص16

² د. محمد طاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار الحامد، الأردن، 2005، ص30

الخ، وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف، الانترنت، والشبكات المعلوماتية.¹

ب- حسب المنظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OCDE) فإن مصطلح التجارة الإلكترونية يدل بصفة عامة على "جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنشآت، معتمدة على المعالجة و النقل الإلكتروني للمعطيات خاصة النصوص، الأصوات، الصور، ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المنشآت والإجراءات التي تسهل و تحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنشآت، المفاوضات التجارية و العقود، الأطر القانونية و التنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات و الجباية كأمثلة بسيطة²"، وبصفة عامة فإن التجارة الإلكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع و المشتري ساهمت فيها شبكة الأنترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية، كالتزويد بمعلومات (عن طريق شبكة الأنترنت أو شبكات تجارية أخرى) تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقاً، وسواء تم التسديد إلكترونياً بصك ورقي نقداً عند التسليم، أو بطريقة أخرى.

ج- تمثل التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف، بحيث يكون التبادل إلكترونياً بدلاً منه مادياً أو مادياً مباشراً، ويتضح لنا من خلال هذا التعريف أن التجارة الإلكترونية هي عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، والمميز في هذه العملية التجارية هو وجود وسيط إلكتروني يساعد على غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف.

د- هو نظام يتيح عبر الأنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد، مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، حيث إن التجارة الإلكترونية تتيح عبر الأنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء.³

¹ محمد إبراهيم عبد الرحيم، "الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007، ص148.

² إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص40.

³ هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2016، ص15.

مما سبق يمكننا أن نستخلص أن التجارة الإلكترونية هي شكل متطور من التجارة وتشمل كل الأنشطة التجارية و إبرام الصفقات والعقود التي تتم بين المتعاملين الاقتصاديين سواء أفراد أو مؤسسات أو حكومات باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات وعبر شبكة الاتصال الدولية الأنترنت سواء تمت على المستوى المحلي أو المستوى الدولي .

2- نشأة و تطور التجارة الالكترونية

1-2 نشأة التجارة الإلكترونية:

إن تطبيقات التجارة الإلكترونية بدأت في أوائل السبعينات من القرن الماضي، وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونية للأموال Electronic fund Transfers، ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من الشركات الصغيرة، وبعدها أتى التبادل الالكتروني للبيانات EDI والذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى، وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات أخرى¹. ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة و المتوسطة لها موقع إلكتروني، وفي عام 1999 امتدت التجارة الالكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال، وفي عام 2001 امتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية و التعليم الإلكتروني².

2-2 تطور التجارة الإلكترونية:

مع تحول الانترنت إلى أداة مالية و ربحية وانتشارها ونموها خرج مصطلح التجارة الالكترونية ثم تطورت تطبيقاتها، حيث مر استخدام الإنترنت في التجارة الإلكترونية بمراحل إرتبطت بتطور التصفح والبرمجة وإستخدامات الشبكة، بدأت التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت برسائل قوائم البريد الإلكتروني من

¹د. نفس المرجع السابق، ص09.

²محمد نور صالح الجداية، سناء جودت، تجارة الكترونية، ط1، دار الحامد، عمان، 2009، ص26.

أشخاص لبيع سيارة أو منزل، وكان المشتري يتصل بالبائع ويتفاوض معه عبر البريد على السلعة، وظهرت أيضا تطبيقات بيع وشراء الأسهم على الأنترنت على شبكات خاصة، فبانتشار شبكة الانترنت ثم ظهور ونمو شبكة البريد الالكتروني مع خدمات إستعراض وإنشاء مواقع ويب لعرض أنشطتها ومنتجاتها ووسائل الاتصال بها وبينها، إستخدمت الشكات شبكة ويب لنشر كتيبات والإعلان عن أنشطتها على مواقع في صفحات بسيطة لم تضمن الدعم الفني، نتيجة تطوير وتحسين صفحات شبكة الويب قامت الشركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطها، فنشرت معلومات الأنشطة وبيانات المنتجات بالرسوم والصور مع وصلات للمنتجات وإتساع الإنتاج والدعم الفني والتراسل.¹

ومع زيادة إمكانيات الشبكة وتطورها وتطور تقنية البرمجة والإستعراض زادت مواقع وطرق ووسائل التجارة والبيع والتسويق، وانتقلت الأعمال من تبادل الرسائل والإعلان عن المنتجات إلى نشاط التسويق والترويج والبيع، ومع تطور أدوات وبرامج إنشاء صفحات ويب ومع تزايد فهم الشركات لإمكانيات الانترنت واستخدامها في التبادل التجاري وجمع معلومات الزائرين ورغباتهم واحتياجاتهم بدأت المواقع تتفاعل مع الزوار واستخدمت برامج ووسائل زيادة سرعة النقل ووصلات مرجعية وصور ورسوم متحركة ووسائل متعددة لجذب إنتباه المشاهد بدأ نمو تطبيقات التجارة الالكترونية وتطور المعدات والشبكات والبرامج وإزدياد حدة المنافسة بين الشركات وظهرت التطبيقات الكثيرة والإعلانات والمزادات وتجارب الوكلاء الافتراضيين والواقع الافتراضي، بتطوير النظم التفاعلية وأدوات البرمجة التي تتفاعل مع مستخدم الشبكة والمواقع إنتقلت المواقع من مرحلة الإعلانات إلى البيع باختيار البضائع ومراسلة البائع الذي يقوم بإرسال البضائع وتحصيل قيمتها عند تسليمها. ونظرا لافتقار الشبكة للتأمين والسرية وتقشي القرصنة وسرقة بطاقات الائتمان ومن أجل حماية معلومات المستخدم بدأت إجراءات تأمين الائتمان وتوثيق مواقع الشبكة ووجود قواعد بيانات لحفظ معلومات العملاء واستخدام هذه المعلومات في تحديث قواعد بيانات الموقع، بتطور تقنيات الاتصالات الشبكية والوصول إلى أدوات تأمين أمكن استخدام بطاقات الائتمان في دفع

¹نسرين عبد الحميد نبيه: الجانب الالكتروني للقانون التجاري، منشأة المعارف، بيروت، 2008، ص - ص: 142-143 .

قيمة البضائع عبر الانترنت بدأت الأعمال الإلكترونية بين الشركات عبر الانترنت لتنتقل إليها الصفقات التجارية بتفاصيلها وأعمالها الإدارية والوثائق كبولص التأمين وفواتير الشحن والعقود وأوامر التحويل البنكي وعروض الأسعار والأعمال المستندية وغيرها إلكترونياً بمفاهيم تختلف عن الطرق التقليدية.¹

3- خصائص التجارة الإلكترونية

يقصد بخصائص التجارة الإلكترونية السمات المميزة لهذا النوع من التجارة والتي تجعله مختلفاً عن التجارة التقليدية، كما تجعله يتطلب توافر بيئة تنظيمية وتشريعية مختلفة عن تلك التي كانت كافية لإرادة التجارة التقليدية ومن أبرز الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية:²

3-1 الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:

فالتجارة الإلكترونية، أو الوسائط الإلكترونية التي تجري من خلالها أنشطة التجارة الإلكترونية، لا سيما الانترنت، لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، ومن ثم فإن أي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت لا تحتاج إلى التوجه إلى منطقة جغرافية معينة، فإ إنشاء موقع تجاري على الانترنت يزود الشركة صافية الموقع، لو كانت شركة صغيرة، بإمكانية الوصول إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله هذا من جهة ومن جهة أخرى يمكن إدارة المعاملات التجارية بكفاءة لأي شركة من خلال موقعها على الانترنت من أي موقع جغرافي، وهذه السمة لها تبعات مختلفة خاصة في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط مثل صعوبة فرض الضرائب الجمركية عليها، ويلاحظ أن الصفة العالية لتجارة الإلكترونية هي صفة نظرية أو اجتماعية وأنها قد لا تنطبق على كل موقع التجارة الإلكترونية القائمة فبعض المواقع قد يتوجه إلى مناطق جغرافية بعينها، ربما التقليل الخسائر المحتملة.

¹ مرجع السابق، ص: 143 .

² إبراهيم العيسوي: التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001، ص-ص: 31-32.

2-3 الطابع المتداخل التخصصات للتجارة الإلكترونية:

فالشركات كبيرها وصغيرها على السواء تجد أن الفواصل التقليدية بين القطاعات والتي تأسست أصلا على الفوارق في المظاهر المادية للسلع و الخدمات ، وكذلك على الفوارق في الوسائل المادية لتوزيعها أصبحت أقل حدة أو أقل وضوحا، وهذا واضح في السلع أو الخدمات التي يمكن توصيلها للمستهلك بالطرق التقليدية كما يمكن توصيلها على الخط مباشرة مثل الموسيقى وأفلام الفيديو التي تحتوي على برامج كمبيوتر ومعلومات أو إحصاءات وغير ذلك فهي خاصة تولد ضغوطا تنافسية شديدة وتحفز الشركات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة ضيق المساهمة مثلا بين ما كان يعتبر سلعة وما كان يعتبر خدمة، كما أنه يشير إلى صعوبات في مسألة تحديد هوية المنتج عند فرض الضرائب.

3-3 غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الإلكترونية:

إنها تجارة تتم بدن مستندات ورقية في إبرام وتنفيذ التعاقدات أيا كان حجم وقيمة التعاقد وإنما تتم بالمعاملات التليفونية أو الرسائل الإلكترونية وقد اعترف القانون الدولي والتشريعات الوطنية التي صدرت بمعاملة الرسائل الإلكترونية نفس معاملة المستندات الورقية ولها نفس الحجة القانونية.

4-3 التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين :

أو دون التيقن منها، مع احتمال تعرض معلومات العملاء للإفشاء وإساءة الاستخدام عند تقديمها، فيمكن أن تجري عملية تجارية على الأنترنت بين طرفين لا يعرف أحدهما الآخر، حيث لا يرى منهما الآخر وقد لا يملك أي منهما معلومات كافية عن الآخر، بما في ذلك موطنه أو المكان الذي يجري منه الاتصال كذلك يمكن أن يقدم أحد الأطراف للطرف الآخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائما طريقة ميسورة للإستيئاق من هذه المعلومات ومن ذلك التعامل ببطاقة ائتمان مسروقة، أو الوعد بتقديم ضمانات أو خدمات ما بعد البيع دون ضمان حقيقي بأن يلتزم البائع بذلك، وفي حالات يقدم فيها طرف معلومات عن نفسه للطرف الآخر، قد تتعرض هذه المعلومات للإفشاء إساءة الاستخدام دون أن يملك صاحبها فرصة للسيطرة على استخداماتها أو مقتضاها من يسيء استخدامها وهو ما يشير إلى

الخصوصية وسرية المعلومات وهناك اجتهادات تعتمد على التكنولوجيا من أجل الحفاظ على الخصوصية وتوفير الأمان والموثوقية والنزاهية في التعاملات التجارية عبر الأنترنت.

3-5 سرعة تغيير المفاهيم و الأنشطة في التجارة الإلكترونية:

إن اتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية و التغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ونظرا لارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الإلكتروني ومجالات الاتصالات والمعلومات التي تعرف هي الأخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الإلكترونية هي الأخرى للتغير المتسارع.

المطلب الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية وتأمينها

إن التجارة الإلكترونية مثلها مثل التجارة العادية تسير وفق آليات وضوابط لتحقيق تبادل إلكتروني متوازن وضمان حقوق كل من البائع والمشتري، فالبائع يستعمل وسائل وآليات كالإشهار والترويج تحقق له أكبر المبيعات و الأرباح، كما أن المشتري يجب عليه التسديد مقابل استلام البضائع باستعمال أدوات دفع حديثة تتماشى مع عصر الأنترنت والتعاملات الرقمية، إلا أنه من نتائج التعاملات عبر الأنترنت ظهور وسائل غش واحتيال تتجاوز حدود الدول، وتعرض المعلومات المتنقلة عبر الشبكة إلى التنصت و التخريب، إلا أنه بفضل التكنولوجيا الحديثة تم تطوير مجموعة من البرامج و التقنيات التي تساهم في التخلص من مشكلة سرية وأمن المعاملات الإلكترونية وتزرع الثقة في نفوس الناس وتشجعهم على الشراء عبر الأنترنت.¹

1- أشكال التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية يمكن أن ينظر إليها على أنها مفهوم متعدد الأبعاد ويمكن أن تتم من خلال تسعة أشكال ولعل أهمها التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال والتجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك نتناولها على النحو التالي:

¹ طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005، ص 123.

1-1 التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و منشأة تجارية (Business To Business) ويرمز لها بالرمز (B2B)

و يقصد بها "تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة و منظمات الأعمال المشتريّة عبر شبكة الأنترنت، بمعنى آخر هي كل الصفقات (بيع و شراء) التي تتم بين الشركات"¹. و بالرجوع إلى بدايات التجارة الإلكترونية و التي كانت تتم أساسا بين المنظمات التجارية منذ سنوات في مجال خدمات التحويلات المالية بين المؤسسات المالية الكبرى و هو ما يعرف ب Firm to Firm Trade ثم امتدت بعد ذلك إلى مختلف القطاعات و الميادين لتشمل الروابط و العلاقات الأمامية مثل التسويق و التحضير للأعمال، مثل الموردين للموارد الأولية ومن هذا المنطلق أصبحت تعرف Business To Business و قد أصبح اليوم هذا التطور في مجال التعامل بين مختلف المنظمات بعضها مع بعض في داخل الدولة الواحدة خاصة الدول المتقدمة، أو بين المنظمات في دولة و منظمات في دولة أخرى. و مثال على ذلك موقع

(www.e-steel.com) مثال عن التجارة الإلكترونية من نوع (B2B).

2-1 التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و مستهلك (Business To Customer)

وهي تجارة تتم بين الشركات أو المنتجين والعملاء سواء الحاليين أو المرتقبين من خلال وسائل الإتصال خاصة شبكة الأنترنت، وتتم هذه التجارة من خلال عرض السلع والخدمات وبيعها من خلال شبكة المعلومات ويطلق عليها تجارة التجزئة بالمقارنة مع تجارة الأعمال مع الأعمال حيث أنها عمليات عادة ما تكون بمبالغ زهيدة القيمة مع الأعمال حيث أنها عمليات عادة ما تكون بمبالغ زهيدة القيمة أو بكميات قليلة وتعتبر تجارة B2C أكثر شهرة نظرا لإتساع قاعدة المستهلكين على مستوى العالم فهم الأكثر عددا بالمقارنة مع الشركات.

¹ نجم عبود نجم، لإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات، دار المرجع للنشر و التوزيع، الرياض، المملكة السعودية، 2004، ص40.

3-1 التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية و الإدارة الحكومية (Business To Goverment)

ويرمز لها برمز B2G أو C2G وهي تجارة تنتشر في الدول ذات الحكومات الإلكترونية حيث يمكن أن تتم بعض الأعمال دون حاجة المتعاملين إلى الذهاب للجهات الحكومية وهي تتم بين الشركات والحكومة أو بين الأفراد والحكومة وقد أنشأت الحكومة المصرية موقعا على النت وهو موقع بالبحث فيه تبين وجود بعض المعلومات وكيفية الإتصال بالجهات الحكومية دون وجود خدمات فعلية يمكن أن تتجزها على النت دون الذهاب إلى الإدارات الحكومية ويأمل أن يتمتع الموقع بإمكانية إنجاز الأعمال دون الحاجة إلى الذهاب إلى الإدارات الحكومية وإضاعة الوقت والجهد.

4-1 التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك (Customer To Customer) و يعبر عنه (C2C)

وقد ظهر هذا الشكل مع ذبوع إستخدام الإنترنت و ظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الأنترنت و النوع الرئيسي لهذا الشكل هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الرف الإلكتروني (Electronic Bay) وحيث يقوم المستهلك بتقديم البضائع إلى المزاد فيستطيع المستهلكون الآخرون أن يزايدوا على الثمن و يقوم الرف الإلكتروني بالخدمة كوسيط حيث يجعل من الممكن للعملاء أن يضعوا بضائعهم للبيع على الموقع الإلكتروني الخاص بالرف الإلكتروني (E-Bay) وهذا الشكل يهدد التجارة الإلكترونية التي تتم بين وحدة الأعمال والمستهلك¹.

5-1 التعاملات فيما بين المستهلكين والشركات (Customer To Business) و هو ما يعبر عنه بـ(C2B)

و تشير إلى تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين مستهلكين أفراد بائعين و منظمات أعمال مشتري مثال عن ذلك عندما يقوم المستهلك الفرد ببيع منزل يمتلكه من خلال الأنترنت إلى منظمة أعمال مشتري و تضم هذه التجارة طرفا وسيطا ثالثا، نظرا إلى معظم البائعين من المستهلكين الأفراد لا يمتلكون موقع

¹خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص160

على الأنترنت، لذا يعتمدون على مؤسسات لها مواقع متخصصة على شبكة الأنترنت، تقوم بعرض منتجات البائعين الأفراد وتلقي طلبات الشراء وذلك مقابل عمولة أو مجانا ويقع موقع www.buyonline.com. مثال عن هذا النوع من التجارة.¹

2- أمن المعاملات التجارية الالكترونية

تتميز صفات التجارة الالكترونية بانعقادها عن بعد دون اللقاء المباشر بين البائع والمشتري مما يؤدي الى وجود بعض المخاطر المعرقة لهذا النوع من التجارة والمتعلقة بأمن وسرية المعلومات التي يتم تبادلها بين هذين الطرفين فالمعلومات أثناء تدفقها عبر شبكة الشبكات يمكن أن تحول ويقرأ محتواها، مما أدى الى ضرورة اللجوء الى مجموعة من المعايير والأنظمة والتي توفر السرية والأمن والخصوصية لتعاملات التجارة الالكترونية وسنورد فيما يلي أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة لضمان النقل الامن للمعلومات:²

1-2 التشفير

التشفير هو عملية دمج المعلومات في شفرة سرية غير مفهومة ثم فك هذه الشفرة بعد وصولها الى وحدة خدمة الويب الأمانة أي أن التشفير هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى يمكن الاطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها الا من طرف مستقبلها، لهذا تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص البسيطة الى رموز، حروف، أرقام، أو إشارات قبل إرسالها الى مستقبلها شريطة أن يكون لهذا الأخير القدرة على حل الشفرة وتحويل الرسالة الى صيغتها الأصلية باستخدام مفتاح التشفير.

2-2 التوقيع الالكتروني

مع التطورات الراهنة في جميع مجالات الحياة، أصبح التوقيع اليدوي عقبة من المستحيل تكيفها مع التكنولوجيا الحديثة وخاصة مع تعاملات التجارة الالكترونية، مما أدى الى ضرورة ظهور توقيع جديد

¹ طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص355

² عفاف خوليد، "فعالية الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة قاصدي مرباح، ورقة 2030/2002.

يتمشى مع مقتضيات العصر الحديث وهو ما يطلق عليه بالتوقيع الرقمي والتوقيع الالكتروني يتمثل في حروف وأرقام وإشارات مجموعة في ملف رقمي صغير يساعد على تمييز هوية

الموقع وشخصيته دون غيره وبأنه هو من قام بإجراء المعاملة وتنفيذها.¹

2-3 الشهادات الرقمية

الشهادات الرقمية هي بمثابة المكافئ الالكتروني للبطاقة التقليدية لتعريف الهوية، فهي عبارة عن شهادة الكترونية صادرة عن كيان مستقل معترف به دولياً، حيث تثبت فيه بأن صاحب الرسالة أو المعاملة الالكترونية هو الشخص ذاته المحدد بهذه الرسالة، و بهذا تساعد الشهادة الالكترونية صاحبها على تحقيق شخصيته الالكترونية و اثبات صحة كافة معلوماته و ضمان صدق العملية المطلوبة، وهو ما يؤدي الى ضمان أمن المعاملات التجارية والفردية، وبالتالي تطور وانتشار التجارة الالكترونية ، وتتضمن الشهادة الرقمية مجموعة من البيانات والمعلومات الالكترونية والتي قامت هيئة المواصفات القياسية العالمية ISO بتحديد كالاتي:

- بيانات عن المرسل تحدد هويته.
- نسخة من المفتاح العام للمرسل.
- رقم تسلسلي للشهادة وتاريخ انتهاء صالحيته.
- التوقيع الرقمي للمرسل.

¹ محمد حسام محمود لطفي، " الملامح الأساسية للمعاملات الإلكترونية"، نشرة التحكيم التجاري الخليجي، العدد 20 ، يصدرها مركز التحكيم التجاري لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، البحرين، سبتمبر 2001 ، ص 325.

2-4 نظام المعاملات الالكترونية الأمانة

هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للانتماء، ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية الائتمانية أثناء عبورها الأنترنت بين حاملي البطاقات والتجار البنوك.

ويسعى هذا البروتوكول الى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- تأمين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير
- المعلومات المحولة تكون كاملة وغير قابلة ألي تغيير ونقصان بفضل استخدام التوقيع الالكتروني
- تحديد هوية صاحب البطاقة والتاجر، فالشهادات الالكترونية تضفي الكثير من الشرعية والموثوقية على الطرفين وتدل أن البنك قد تحقق من شخصيتهما.¹

2-5 المستهلك وحمايته في التجارة الإلكترونية

لقد أصبح المستهلك في ظل الاقتصاد الحر وتحكم آليات السوق فيه عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، فقد يلجا المنتج إلى التغاضي عن سلامة وأمن المستهلك بإيهامه بمزايا غير حقيقية في إنتاجه ولذلك وجب حماية المستهلك والبحث عن الوسائل اللازمة لذلك.

فالخطر الذي يتعرض له المستهلك في إطار التجارة الإلكترونية أكبر من الخطر في التجارة التقليدية لأن نطاق التجارة الإلكترونية أوسع وأشمل، ولهذا يجب مراعاة جانب الأعلام، لتمكين المستهلك من معرفة نوعية المنتج ومزاياه الحقيقية وحتى مساوئه أو بعض عيوبه، كذلك يجب مراعاة الجانب النفسي والثقافي لدى المستهلك وطبيعته بصفة عامة وبالنسبة إلى المستهلك العربي وبما أنه يشغل مساحة ضئيلة في التعامل عبر الشبكة، يجب الاهتمام بتنميتها عن طريق الاهتمام بالتجارة الإلكترونية العربية

¹ نفس المرجع السابق ص 213.

وتتمية الوعي المعلوماتي لدى المستهلك العربي، كما أنه من المهم تقديم المواقع التي يمكن التسوق من خلالها وتقديم النصائح للمستهلك وتبصيره حتى لا يتضايق من تعامله على الشبكة ويشعر بصعوبته وعدم أهميته بالنسبة له، حق المستهلك في الإعلام ضروري لحمايته ولمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد أو عدمه، وهو شرط يندرج ضمن عقود التجارة الإلكترونية.¹

2-6 اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها

إن أهم ما توصلنا إليه عند تعريفنا التجارة الإلكترونية هو أنه عبارة عن معلومات أو بيانات تناسب عبر وسائط معلوماتية عبر شبكات الاتصال، والإشكال هنا هو أنه يمكن اختراق أو التلاعب في هذه المعلومات طالما أنه قد أمكن اختراق النظام المعلوماتي نفسه وذلك بطرق عديدة، لذلك، ومن أهم ما يجب أن تتميز به التجارة الإلكترونية، هو حماية التجارة عن طريق سرية المعلومات وهذا لأن أغلب المعلومات المتعامل بها بصفة يومية يمكن حمايتها بنظم حماية عديدة، لكن الخطر الحقيقي هو أن أي عمل تجاري إذا سُرقت معلوماته أو أفضيت سيشكل خطراً قد يؤثر سلباً ولهذا من أكبر التهديدات التي تحيط بالتجارة الإلكترونية هو إفشاء سرية المعلومات .

المطلب الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ومعوقاتها

إن التغيرات العالمية الجذرية والناجمة عن الثورة التكنولوجية كان لها آثار بالغة على كيفية ممارسة النشاطات التجارية، وكان من أهم ثمار هذه التغيرات هو ميلاد التجارة الإلكترونية حديث للمبادلات التجارية ما لبث أن تخطى كل الحدود وتوسع انتشاره وتنامت معدلاته على الاقتصاد العالمية والعربية، والجزائر كجزء من الأمة العربية تتوفر على العديد من المؤهلات التي تمكنها من الانسحاق ضمن هذه الديناميكية العالمية والعربية لتطبيق التجارة الإلكترونية، وسنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على درجة استغلال الجزائر لإمكانياتها المتاحة.

¹مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004

1- البنية التحتية للتجارة الالكترونية الجزائرية

ان أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الالكترونية لم تعد اليوم محال للجدل في أي منطقة من مناطق العالم، فالتجارب الدولية المعاصرة أثبتت أن السبيل الوحيد لتحقيق تقدم في مجال تطبيق التجارة الالكترونية وافتكاك مكانة في السباق العلمي والمعلوماتي الحالي هو توفير بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

1-1 شبكة الانترنت: إن رغبة الجزائر في التحول نحو اقتصاد المعرفة والتي تعد التجارة الالكترونية جزءا منه، يفرض لها أن تتحقق وتتجسد على أرض الواقع مع نضوج وتطور الانترنت كوسيط الكتروني يؤدي إلى تقريب المسافات و إزالة الحواجز وتخفيض التكاليف ورفع الكفاءة والسرعة في انجاز المعاملات، ولقد زاد وعي الدولة الجزائرية بضرورة هذا التحول، حيث كانت أولى الخطوات المتخذة لتحقيق هذه الرغبة و تعميم تقنية الانترنت هي إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية وربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 مركز البحث و الاعلام العلمي والتقني التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ومن غير المعقول التحدث عن التجارة الالكترونية الجزائرية قبل التطرق الى بيئتها، والتي تمثلت أساسا في عدد مستخدمي شبكة الإنترنت، فهذه الشبكة تعد الأرضية التي تقوم عليها كل عمليات التجارة الالكترونية.¹

الجدول رقم 1: تطور عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر (2000 – 2017) :

السنة	المستخدمين	الكثافة السكانية	معدل النمو
2000	50.000	31.795.500	0.2%
2005	1.920.000	33.033.546	5.8%
2007	2.460.000	33.506.567	7.3%

¹ شوقي ناجي جواد وآخرون، "الأبعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الأردن: متطلبات النجاح"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 3، العدد 3، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2007، ص.64.

10.4%	33.769.669	3.500.000	2008
12%	34.178.188	4.100.000	2009
13.6%	34.586.184	4.700.000	2010
14%	37.367.226	5.230.000	2012
16.5%	38.813.722	6.404.264	2013
17.2%	38.813.722	6.669.927	2014
27.8%	39.542.166	11.000.000	2015
37.3%	40.263.711	15.000.000	2016
45.2%	41.063.753	18.580.000	2017

المصدر: سلطان بلغيث، واقع استخدامات الانترنت في الوسط الجامعي، جامعة تبسة، مجلة العلوم الانسانية، العدد 37،

العراق، 2008، ص2

ومن هذا الجدول نلاحظ أن الجزائر قطعت أشواطاً لبأس بها في هذا المجال.¹

1-2 مزودي خدمات الأنترنت، المقاهي والمواقع الالكترونية: ان أحد اهم اركان التجارة الالكترونية

هو توفر البنى التحتية للاتصالات، وتشهد هذه البنى التحتية نموا نوعيا في الجزائر تجسد على ارض الواقع من خلال نمو سوق الانترنت وزيادة استخدامه، ولعل من المؤشرات ذات الدلالة الكبيرة على مستوى تقدم الجزائر في استخدام الانترنت وتطبيقاتها في المجال التجاري هو: عدد مزودي خدمات الانترنت، عدد مقاهي الانترنت التي تعد النافذة لكثير من الجزائريين للوصول الى الانترنت وكذلك مدى تطور مواقع الانترنت الجزائرية.

¹سلطان بلغيث، "واقع استخدامات الإنترنت في الوسط الجامعي: جامعة تبسة نموذج"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 37، العراق، 2008،

1-3 أجهزة الحاسوب: يشهد استعمال أجهزة الكمبيوتر نموا في الجزائر فقد بلغ عدد أجهزة الكمبيوتر المستخدمة لسنة 2007 حوالي 1482000 جهاز كمبيوتر مقارنة ب 3763607 جهاز سنة 2011 بمعدل نمو 154%، ويقدر عدد أجهزة الكمبيوتر التي تباع سنويا 200000 لكن رغم هذا لا يزال شراء جهاز كمبيوتر لمعظم جزء من سكان الجزائر صعبا بسبب الأجر الوطني الأدنى المضمون لذلك وضعت وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام و الاتصال برنامجا يعرف ب"أسرتك" يهدف لتوفير حاسوب لكل عائلة في أفق سنة 2011 من خلال التمويل البنكي، ولقد سعى هذا البرنامج لتزويد 6ملايين أسرة بحواسيب وقد أعيد صياغته بشكل جديد.¹

الجدول رقم 2: تطور أجهزة الكمبيوتر في الجزائر (2007-2011)

السنة	2007	2008	2009	2010	2011
عدد الأجهزة المستخدمة	1482000	2000700	2434168	2961551	3763607

المصدر: Le secteur des technologies de l'information en algeries sue

home.media.com/uplods/ss3i/algerie_technologie_info..consulte 13/12/2012

1-4 الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة

ان من اهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الالكترونية هو توفر شبكات الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة، والتي يتم من خلالها النفاذ الى الانترنت وممارسة التجارة الالكترونية، فضعف هذه الشبكات ال يقدم أي دعم فعال لشبكات الأعمال والذي يلبي متطلبات الأعمال الالكترونية.

¹ Le secteur des technologies de l'information en algeries sue
home.media.com/uplods/ss3i/algerie_technologie_info..consulte 13/12/2012

المهاتفة الثابتة: ان نجاح الظاهرة الجديدة المعروفة بالتجارة الالكترونية يتطلب حدا أدنى من الخطوط الهاتفية الأرضية وبأسعار معقولة.

المهاتفة الخلوية المتنقلة: يشهد قطاع المواصلات اللاسلكية تطورا باهرا في العالم بأسره، فزيادة على تنامي الاستعمال التجاري للإنترنت، فان التطور في هذا القطاع من شأنه أن يغير الصورة حول تبني التكنولوجيات الحديثة في الجزائر، ويفتح مجال واسعا المكانية استخدام الشبكات النقالة للولوج الى عالم التجارة الالكترونية.¹

2- معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر

رغم أن الانعكاسات الايجابية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد التي لا تعد ولا تحصى ، الا أن هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور و الانتشار ،و الارتفاع الى المستوى العالمي ، ومن هذه الأسباب ما هو تقني ، تجاري وتشريعي .

1-2 العوائق التقنية والتجارية

تتمثل العوائق ذات العلاقة بمجال التقنية و التكنولوجيا فيما يلي :

- **ضعف البنى التحتية التكنولوجية :** هذا يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية انشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت، و توفر البيئة المناسبة و الداعمة للتجارة الالكترونية و القدرة على تحمل أعباء و مخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية، وتبين الاحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات لا سلكية والسلكية، حاسبات برمجيات، أقراص صلبة و مرنة و أجهزة الهاتف.

¹ نفس المرجع السابق، ص 96

- **شبكات الاتصالات الهاتفية:** ان أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تأثر بشكل مباشر على الإقبال على الإنترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الإنترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية باعتبار الإنترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر و هاتف.

- **الإنترنت:** بما أن التجارة الالكترونية تعتمد بشكل أساسي على الانترنت كأداة اتصال، فان عدم التمكن من النفاذ الى هذه الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة، فرغم تحقيق سوق مستخدمي الإنترنت معدلات نمو من سنة الى أخرى الى تزال هذه المعدلات متدنية، وان من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مشتركى الإنترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على الأفراد أو الشركات.¹

- **تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال :** تعتبر صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الالكترونية وتوسع نطاقها، و تعاني الجزائر من ضعف كبير في انتاج السلع و الخدمات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال، فالجزائر الي تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا، نظرا لوجود أولويات تنموية أخرى، وميل هذه المنطقة الى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة و العقارات، بالإضافة الى ضعف القاعدة البشرية التي تستند اليها صناعة المعلومات، و صعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في اطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية .

- **ضعف الثقافة التقنية و الوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع :** ان تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية، فان فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف المستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة (الأمية المعلوماتية) والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الألي و البرمجيات ،فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات التكنولوجيا ويحرم الكثير

¹ - سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، " التجارة الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن، 912 . ص، 2004

من ممارسة التجارة الالكترونية، و من بين أهم الوسائل المساهمة في تعزيز و نشر الثقافة و الوعي الالكتروني هي نوعية التعليم وتشير الإحصائيات أن مدى انتشار الحاسبات في المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في الجزائر يبقى محدودا، و يؤكد غياب الوعي الإلكتروني أهمية ومكانة التجارة الالكترونية، و عدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن الحصول عليها من ادماج الانترنت في النشاطات التجارية، فتوظيف الانترنت في الجزائر يعتبر توظيفا ترفيهيا لا توظيفا تجاريا¹.

- قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية: ان العنصر الغير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة و المتمثل في راس المال الفكري، يفوق القيمة الحقيقية لموجوداتها الحسية كالمعدات والتجهيزات، ولذلك فان التركيز على العنصر البشري يعد احدى سبل الوصول مجتمع المعرفة و التطبيق السريع للتجارة الالكترونية و تفنقر الجزائر الى الموارد البشرية والكوادر والخبرات التكنولوجية للتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية والتي من المفروض أن تتولى مهمة تصميم و تطوير مواقع التجارة الالكترونية ونظم الدفع الالكترونية.

ويفسر هذا الفقر في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها :

- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات.
- ضعف الامكانيات البحث والتطوير العلمي و التكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وإنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الالكترونية، فلم توجه الجزائر الاهتمام الكافي.
- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار، وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب من عملية اللحاق بها و يجعل خريجي المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية و التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات وبناء مجتمع معلومات مع التجارة الالكترونية.
- هجرة الأدمغة و الكفاءات الى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة الى استقطابها².

¹ نفس المرجع السابق، ص 266

² إبراهيم العيسوي، " التجارة الإلكترونية"، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003، ص 24.

- **ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني** : تعترض الجزائر تحديات كبيرة في مجال الدخول الى عالم التجارة الالكترونية، و التي من بينها باب البنى التحتية التي تسمح بتسديد المشتريات عبر الإنترنت، فضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبير في ضعف عمليات التجارة الالكترونية الجزائرية، ومن شأنه عرقلة نمو هذا النوع الحديث من المبادلات ووسائل الدفع المستعملة في الجزائر تتميز بأنها تقليدية في أغلبها و قد أخرت البنود الجزائرية كثيرا في اصدار وسائل الدفع الحديثة تتماشى مع التطورات التكنولوجية بحيث أعطيت اشارة انطلاق نظام الدفع الالكتروني باستعمال البطاقات البنكية نهاية سنة 2001، بالنسبة للبطاقات فان الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون توفر بطاقات ائتمانية يعتبر شبه مستحيل ،نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات مباشرة على الإنترنت، الا أن استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر¹.

ان نوع البطاقات المصدرة من طرف المنظومة البنكية الجزائرية هي بطاقات سحب ودفع "BCI" عمم استعمالها سنة 2001، الا أنها لم ترقى بعد الى المستوى الذي يخولها تشجيع نمو التجارة الالكترونية بالضافة الى بقاء هذه البطاقات غير مستعملة في عملية سداد المشتريات من التجار الجزائريين عبر الخط حتى النصف الثاني من سنة 2009، وكذلك ال تتمتع هذه البطاقات بالقبول للتعامل على المستوى الدولي، فلم تشرع بعض البنوك في اعطاء طابع الدولية لبطاقاته من خلال الحصول على الترخيص من الهيئات الدولية.

و يمكن تفسير البنية التحتية للدفع الالكتروني و تأخر البنوك في تطوير هذه البنية بالعوامل التالية :

- ارتفاع تكاليف الاقتناء.
- تخوف البنوك من اصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات لسداد الديون المستحقة عليهم.

¹ - احمد محمد غنيم، " الإدارة الإلكترونية :آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 11ص، 2004

- رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطل الموزعات الالية ونهايات الدفع الالكتروني .
- تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية بالإضافة الى انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين¹.

- **الجرائم الالكترونية :** ان من بين اهم ما يعرقل نظام الدفع الالكتروني هو انتشار الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسب الالي و شبكات الانترنت مما سيؤثر على قرار البنوك في تطوير هذا النظام للدفع و على ثقة الزبائن في استعمال الوسيلة الحديثة للدفع و من بين هذه الجرائم :

- جرائم انتحال شخصية الفرد و استعمال بياناته الشخصية الاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت.
- ارتكاب حاملي البطاقة لجرائم تتعلق بالاستعمال الغير المشروع للبطاقات منتهية الصلاحية أو الملغاة لسداد المشتريات، و كذلك اساءة استخدام بيانات البطاقة اثناء مدة صالحيتها بدفع ثمن السلع و الخدمات عبر الانترنت او السحب من اجهزة الصراف الالي، ويكون الرصيد في البنك غير كافي لتغطية هذه المبالغ.

- جرائم السطو على أرقام البطاقات، حيث يستطيع أشخاص ذوي دراية كبيرة بأنظمة المعلوماتية و طرق التزوير، تخليق أرقام بطاقات ائتمانية من خلال حاسبهم بواسطة برنامج تشغيل خاص بالإضافة الى الالتقاط غير المشروع لأرقام بطاقات مستعملة في التسوق عبر الإنترنت لاستغلالها في الحصول على سلع وخدمات²

2-2 العوائق الاجتماعية والنفسية:

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية للتجارة الالكترونية بخصائص المجتمع الجزائري و الذي لا يزال ينتظر الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام الى مجتمع المعلومات :

¹ - المرجع السابق، ص 66.

² بشير عباس العالق، " تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقلة"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، الأردن 2007، ص 55

- **الأمية:** من الصعب على الجزائر التي يعاني فيها حوالي 7.5 مليون شخص من أمية الحرف أن تتحول بسهولة الى الاقتصاد المعرفي وتطبيق أسلوب التجارة عبر الإنترنت.

- **اللغة:** من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات للأغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الانجليزية

- **العائق النفسي :** ان من بين ما يعرقل التحول الى التجارة الالكترونية ويجعلها بديل غير واقعي، هو سلوك المستهلك و نظرة المستهلك الجزائري ازاء الانفتاح على العالم الخارجي و ابرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، فلقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات و التسوق عبر وسيط الكتروني، مما أدى الى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية ومقاومتهم لها ويتميز سلوك المستهلك بما يلي¹:

- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة
- عدم انغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون البضائع والخدمات عن قرب وملسها وتحسسها وربما تذوقها قبل اتمام الصفقة.
- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للطلبات أو عدم استلامها نهائيا .
- التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات الخاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية
- العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه الى الأسواق التقليدية²

¹ - احمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره ص42.

² بشير عباس العالق، مرجع سبق ذكره ، ص 09

3-2 العقبات التجارية

لقد وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات طرق الكترونية حديثة الجراء التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية، بغية مساعدتها على اثبات وجودها بقوة على الساحة التجارية، الا أن أغلبية المؤسسات والمشروعات الجزائية لديها أنواع من الجمود وعوامل مترسخة لمقاومة التغيير فهذه المؤسسات مرتبطة بأنماط التجارة التقليدية، وتفتقر الى قابلية التحول الجذري لمؤسسات الكترونية تعتمد على الوسائط الالكترونية في ابرام صفقاتها ويمكن تلخيص هذه العقبات التجارية كالآتي:

- عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الالكترونية : ويرجع ذلك الى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول الى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الالكترونية فلا تستطيع أغلبية الشركات الحصول على تمويل كافى لتغطية نفقات و تكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال و انشاء منصة للتجارة الالكترونية على الإنترنت ،تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان.¹

- ضعف المساعدات اللازمة للتحول الى التجارة الالكترونية والذي تتجلى مظاهره في :

أ- محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية .

ب- عدم توفر شركات الوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباعه الكترونيا.

ت- حاضنات غير مأهولة.

ج- الغياب الشبه التام للمشاركة للمعلومات التي بحوزة المؤسسات.

- الانعكاسات السلبية لظاهرة العولمة على المؤسسات المحلية المختصة في مجال المعلوماتية و الذي

أصبح دورها يقتصر على الاستهلاك فقط

¹ احمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره ،ص96.

- ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية مما يضيف أعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية
- احجام المستهلكين على التسوق عبر الإنترنت بسبب عدم وجود فوارق في الأسعار بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية وعدم توفر عدد كبير من الباعة والمشتريين¹.

2-4 العقوبات القانونية والتشريعية

- ان التحول إلى تطبيق التجارة الإلكترونية، يتطلب إنشاء مناخ تشريعي محفز ويتم هذا ب:
- تطوير القوانين التجارية للقوائم مع المتطلبات الإلكترونية وأهم القضايا الخاصة بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد.
 - تقصير فترات التقاضي بالاعتماد على آليات التحكيم في الفصل القضايا وإيجاد آليات لتخفيض أزمدة التقاضي والفصل في المنازعات.
 - تنفيذ الأحكام بسرعة وهذا لما تتطلبه التجارة الإلكترونية، من سرعة في إتمام المعاملات.
 - قضية ضمانات لحماية حقوق المستهلكين وهي أحد أهم المشاكل الرئيسية في التجارة الإلكترونية، حيث يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين.
 - توفير منظمة عالمية للسلطة القضائية ونظم لقوانين تجارية موحدة وهذا بهدف حل الصراعات القضائية التي تقع بين مختلف الدول والتي لا يمكن الفصل فيها الاختلاف القوانين بينها ولذا فإن تبني قواعد ونظم تجارية موحدة يمثل أحد أهم البدائل لتحقيق مصالح المنتجين والمستهلكين في مختلف الدول.²

¹ - جاري شنايدر، مرجع سبق ذكره، ص 79.
² الدكتور : عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2002

المبحث الثاني: الاطار النظري لمواقع التواصل الاجتماعي

فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي وخاصة مع انتشار شبكة الأنترنت حقائق جديدة جعلت سكان الأرض يتواصلون ويتلاحمون في عالم افتراضي ما نشئت افتراضاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الاجتماعي ما أصبح يعرف بالشبكات الاجتماعية وفي مفهومها البسيط مواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت.

المطلب الاول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمة شاملة للمتعلّم مشاركة الأنشطة والاهتمامات وتكوين الصداقات، كما أن انتشارها فتح ابواباً واسعة أمام المسوقين. لذلك سوف نتطرق في هذا المبحث الى ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي¹:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين زملاء الدراسة وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر في عام 1990 وهو Class mats وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي الى ولايات، وقسم كل ولاية الى مناطق وقسم كل منطقة لعدة مدارس وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في هذا التقييم حول المدرسة التي ينتسب اليها و يجد زملائه .

وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر و هو موقع Sixdegrees.com وكان ذلك في خريف 1995 ، و ركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للإنفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية و

¹ رباح سوسن، أثر التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك في ظل الازمة الوبائية (كوفيد19)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تسويق خدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بمهيدي، أم البواقي، 2020/2021، ص3 4

إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، و بالرغم من ذلك تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي¹:

تم تعريفها بأنها القوة الحقيقية للناس حيث لوحظت في الثورة الجديدة للقنوات الإعلامية (مواقع التواصل الاجتماعي)، وأفضل مفهوم لمواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من التقنيات والقنوات التي تستهدف تشكيل وتمكين المجتمع الضخم المحتمل من المشتركين بشكل تعاوني مثمر. وقد وجدت أدوات تكنولوجيا المعلومات لدعم التعاون على مدى عقود.

إن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لكل الأفراد والشركات من التفاعل مع بعضهم البعض وبناء علاقات بمجتمعاتهم المحلية عبر الانترنت. عند تواجد الشركات على القنوات الاجتماعية يمكن للمستهلكين التفاعل معها مباشرة، علاميا مع كل هذا التفاعل يمكن الشركات بأن تتفاعل تسويقيا وامستخدم على حده وبشكل شخصي. تستند مواقع التواصل الاجتماعي على بناء مجتمعات افتراضية ،

تسمح للمستهلكين التعبير عن حاجاتهم ورغباتهم وقيمهم عبر الأنترنت ، ثم يعمل التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على ربط هؤلاء المستهلكين و الجمهور بالشركات التي تشترك بنفس الاحتياجات والرغبات والقيم، ومن خلال مواقع التواصل الاجتماعي يمكن للشركات البقاء على اتصال دائم ومباشر مع الأفراد الذين يتبعونهم وهذا التفاعل الشخصي يمكن من غرس الشعور بالولاء إلى الأتباع والعملاء المحتملين أيضا من خلال الاختيار منهم لمتابعة هذه المواقع مما يمكن للمنتجات ان تصل إلى الجمهور المستهدف.

¹ نفس المرجع السابق، ص 5-6

3- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي¹:

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد بالتواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء من خلال ما يسمى بمواقع الشبكات الاجتماعية التي تعد وسيلة جديدة لتبادل الآراء والأفكار والتأييد لقضية من القضايا وتكوين الوعي حول القضايا المختلفة من خلال المواد المنتجة باستخدام الوسائط المتعددة وذلك عوضا عن المنتديات الإلكترونية التي يقوم على إرادتها أشخاص يقومون بالدور التقليدي والمجموعات البريدية محدودة الفعالية أو المواقع المجانية المتخصصة بالإعلانات التي تعرضها المواقع لهذه الخدمة فمرتادو الشبكات الاجتماعية ينتمون إلى مجتمعات مختلفة تمثل مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة يمكن أن تؤثر تأثيرا كبيرا على الشركات ومبيعاتها وحتى بقائها ومع ذلك يتجاهل العديد من المديرين التنفيذيين هذا الشكل من وسائل الاعلام لأنهم لا يفهمون الاشكال المختلفة التي يمكن أن تتخذها وكيفية التعامل معها والتعلم منها مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة فعالة من حيث المحادثات والمشاركات يجب على الشركات وضع استراتيجيات المناسبة لرصد وفهم الاستجابة لمختلف أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي لضمان بقائه.

4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي موجودة في كل مكان و لم يعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية مجرد تسلية أو الترفيه عن النفس بل أصبحت أسلوب حياة و ذلك لما تحمله من مميزات وخصائص عديدة ومنه نلخص أهم خصائصها فيما يلي:²

- سهولة الاستخدام : حيث لا يحتاج التعامل مع موقع شبكة الانترنت أو الشبكات الاجتماعية خبرة معلوماتية حتى يتم التفاعل مع محتواها، كما لا يحتاج رواد الشبكات الاجتماعية إلى خبرات و تدريبات

¹ نفس المرجع السابق، ص 10-11

²مرازمة بلباله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018/2019، ص40-41

علمية وعملية معقدة، وإنما إلى مجرد مقدمة و مبادئ أولية موجزة عن طبيعة الاستخدام فقط حيث تتطلب عملية التسجيل اسم و رقم سري بطاقة تعريف العضو)، والموافقة على شروط العضوية و بنود العقد المحدد بموجبه الحقوق والواجبات الرقمية، و بمجرد استكمال إجراءات التسجيل يحصل العضو على هوية رقمية باسم المستخدم ورقم سري وجيز خاص به، يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بحرية تامة و اذ تجاوز الشروط يمكن أن يتعرض للعقاب كحذف حسابه الالكتروني أو تجميد عضويته.

- **التفاعلية:** فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية وتعطي للمشاركة حيز الفعالية من المشاهدة والقراءة

- **القدرة على تخزين التسجيل:** إضافة إلى الربط بين مختلف المعلومات بطريقة مرنة و مع عدد من الأجهزة المتنوعة

- **الاستقلالية و التنوع :** تتيح مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كثيرا من الشخصية ما قد يزيد من احتمال انتشار الإشاعات و المعلومات الكاذبة.

- **السرعة:** سمحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بتبادل المعلومات بطريقة سريعة، كما يشار في ظل هذا السياق إلى الاتصال أو الترابط غير العادي (connected-Ovev)، الذي يعني في عدم التأكد من المصدر ومعالجة المعلومات بطريقة غير كافية ما قد يؤثر في النتائج المترتبة

- **التدفق الحر للمعلومات:** فقد وفرت تلك الشبكات كما هائلا من المعلومات الحديثة، ليس بالنص و حسب باستخدام الوسائط المتعددة من(الصور، الفيديو، الموسيقى، الصوت) مما يحقق فورية تشارك المعلومات المحدثه وبث الوقائع والاحداث لحظة بلحظة.

المطلب الثاني: انواع و وظائف مواقع التواصل الاجتماعي

1- اهم انواع مواقع التواصل الاجتماعي:

من بين أنواع وأهم المواقع التواصل والتطبيقات الاجتماعية التي حققت شهره واسعة في الفترة الأخيرة بحيث حققت انتشار واسع عبر انحاء العالم فقد فصل اغلب الاشخاص استغلال شبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها لتسويق من خلالها و هي ¹:

1-1 الفيسبوك Facebook: مؤسس موقع الفيس بوك "مارك زكربيرج" أطلقه في الرابع من فبراير 2004 حيث كان طالبا في جامعة هارفارد وكان الموقع في البداية مخصصا فقط للطلبة في جامعة هارفارد وهو يعد دليل سكان العالم و أنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر إنفتاحا.

1-2 تويتر Twitter: هو أحد الشبكات الاجتماعية التي تسمح بخدمة التدوين المصغر الذي يسمح للمستخدمين بإرسال تحديثات عبر الرسائل القصيرة والرسائل الفورية والبريد الإلكتروني، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة وتسمى التغريدات، وتتيح شبكة تويتر امكانيه الردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة التدوين المصغرة و عبر الرسائل النصية حيث نشأت الشبكة في مارس 2006 من طرف

jack Dorsey و Evan William

وهناك أيضا: ²

1-3 انستغرام Instagram: تأسس الانستغرام سنة 2010 هو تطبيق على الهاتف المحمول، والذي

يسمح للمستخدمين مشاركة الصور ومقاطع الفيديو الخاصة بهم الى متابعيهم.

¹رباح سوسن، مرجع سبق ذكره، ص6-7

²ترويج منتجات مواقع التجارة الالكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر،مراجعة ادارة مغربييني للمنظمات، ص7-8

4-1 سناب شات Snapchat: تعتبر هذه المنصة تيار دائم الحركة ذات محتوى سريع الزوال بحيث لا يمكنك تصفح منشورات الاصدقاء القديمة أو معرفة الاصدقاء الذين تربطهم صداقة فهو ليس أرشيفا مثل فيسبوك أو تويتر، انشأ سنابشات في عام 2011، وأصبح أحد أشهر منصات التواصل الاجتماعي بمشاركة الصور في جميع أنحاء العالم، بحيث جعل الرئيس التنفيذيالمؤسس المشارك ايفان شبيجل واحدا من أغنى رواد أعمال وسائل التواصل الاجتماعي في العالم.

5-1 اليوتيوب youtube: هو موقع لمقاطع الفيديو متفرغ من google، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع فيديو، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية.

2-وظائف مواقع التواصل الاجتماعي:

إن للمواقع التواصل الاجتماعي العديد من الاستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة و لعل اهمها يبرز في ¹:

- **الاستخدامات الاتصالية الشخصية:** وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، و لعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين و هذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات، و على مستوى التقنيات و البرمجيات، ويمكن من خلال الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصداقة ، و خلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار و الرغبات غال با، و إن اختلفت أعمارهم و أماكنهم و مستوياتهم العلمية .

¹ مرزاقه بلباله، مرجع سبق ذكره، ص41

- **الاستخدامات التعليمية:** تلعب الشبكات الاجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، و المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور و الطلاب و عدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر.

- **الاستخدامات الإخبارية:** أتاحت الشبكة الالكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية و بصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصداقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتهويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

- **الاستخدامات الدعوية:** أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل و الدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير المسلمين، و أنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، و هو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام و التواصل، والتوفير في الجهد و التكاليف.

المطلب الثالث: مزايا و عيوب مواقع التواصل الاجتماعي.

هناك عدة مزايا و عيوب لمواقع التواصل الاجتماعي نذكر أهمها¹:

1- مزايا مواقع التواصل الاجتماعي:

أضفت تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية و اقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها ومن أهم مزاياها نذكر:

- وسيلة عامة للنشر أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير و التواصل أكثر من أي وقت مضى.

- وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات و الحملات المختلفة.

¹ نفس المرجع السابق، ص 46-47

- وسيلة بسيطة و مجانية فيها الكثير من الإبداع والتميز و التفرد
- و سيلة مهمة لتجاوز حاجز التوقع والرقابة في نشر المعلومة، و بالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي.

كما أن لمواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا الأخرى و منها نذكر:

- أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين و العقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فانك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك و قد يكون الغرفة التي بجانبك أو على آلاف الأميال في قارة أخرى.
- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر عن ذاته، فانه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل و على الصعيد العالمي.
- منبر للرأي و الرأي الآخر: إن أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها و كذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير.

2- عيوب مواقع التواصل الاجتماعي:

- و من ناحية أخرى يظهر الوجه الآخر لهذه المواقع حيث أنها عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الافراد بشكل مقلق الى حد ما، ومنه نلخص الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:
- انعدام الخصوصية: حيث تصبح ملفات المشتركين الشخصية عرضة للجميع، بما فيها من بياناتهم وصورهم الخاصة، وهذا قد يمهد الطريق إلى التجسس و المراقبة لكل تحركات وأقوال و أفعال المستخدمين وهو مل ينعكس سلبا على حياته العامة.
- قتل الوقت: يضيع بعض المستخدمين الكثير من الوقت الذي هو رأس مال عمر الإنسان في الجلوس أمام هذه المواقع، مما يؤثر على علاقته مع أهله و أصدقائه داخل محيط الأسرة.

- **ضعف الثقة:** لا يستطيع المشترك أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق بأحد من أفرادها لا يشعر بالأمان فيه، من هنا تبقى العلاقات في شبكات.

- **العزلة الاجتماعية على العالم الواقعي:** لهيمنة القيم المادية و انشغال الجميع بتأمين متطلبات الحياة لجأ العديد من الأفراد المجتمع إلى شبكات التواصل الاجتماعي هشة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي الاجتماعي لإشباع حاجات التواصل مع الآخرين و نتج عن ذلك حضور في العالم الافتراضي وغياب شبه تام عن العالم الحقيقي وإِذا كان من أهداف شبكات التواصل الاجتماعي تخليص البشر من عزلتهم ، فإن تحقق ذلك الهدف انتهى بالبشر بعزلة جديدة عن عالمهم الحقيقي.

المبحث الثالث: الاطار النظري للعمل الحر

يعتبر مصطلح العمل الحر منتشرًا لإهتمام الباحثين به في عدة مجالات لاسيما العلوم الإقتصادية، حيث أصبح توجه الأفراد حاليا إلى إنجاز المشاريع الخاصة بهم بأنفسهم وهذا يعتبر الفارق الرئيسي بين الماضي و الحاضر.

حيث يوفر العمل الحر حرية أكثر للفرد في ظروف العمل، مع القدرة على اختيار المشروعات ومكانها وتوقيتها وبالتالي هو يتمتع بالمرونة التي لا يتمتع بها الموظفون الذين يتقاضون رواتبهم، على الجانب الآخر يمكن للشركات الكبيرة والصغيرة أن تستفيد من خلال الحصول على المهارات المطلوبة في عمليات التوظيف وهو ما يؤدي لتحسن الأداء الإقتصادي ككل.

المطلب الأول: ماهية العمل الحر

يُعد العمل من أكثر الأشياء أهمية في حياة الإنسان، وهو عبارة عن النشاط الذي يقوم به الإنسان من خلال المجهود العضلي والجسدي حتى يستطيع أن يستغل كل الأشياء التي تحيط به ليستفيد بها، في حيث أن العمل الحر هو أحد أساليب العمل لكنه أسلوب عمل فريد من نوعه، ويترك أثرا أكبر.

1- مفهوم العمل:

تباينت تعريفات العمل الحر في صيغتها الكتابية والأدبية واتفقت في مقصدها ومعناها، فوفقا لتعريف الصندوق الاجتماعي فإن العمل الحر هو بأنه المشروع الإقتصادي الخاص الذي ينتج سلعة أو يقدم خدمة أو تجارة ويسمى مشروعا أو عملا حرا بسبب حرية اختيار صاحبه لنوعيته وسماته وعدم فرض أي جهة خارجية على ذلك المشروع أو نوع نشاطه أو مخرجاته أو أهدافه أو سماته أو خطته أو نوعية المعدات أو العمالة أو النظم الإدارية الفنية، ومن وجه نظر Stewart فهو "العمل لشركات مختلفة في أوقات مختلفة بدلا من أن تكون موظفا دائما لدى شركة واحدة"¹.

ورغم ندرة الدراسات العربية في هذا الإطار فقد كان تعريف الناجي كافيا وبليغا، فقد عرف العمل الحر على أنه "أي عمل لا يتبع جهة حكومية أو خاصة، ويقوم به الشخص لحسابه الخاص، للحصول على أقصى ربح ممكن"².

من خلاصة التعريفات السابقة يمكن تحديد ماهية العمل الحر بأنه أي عمل ربحي يتم إنجازه لصالح جهة ما ضمن عقد مؤقت يزول بمجرد تسليم هذا العمل وتسلم مستحقاته المالية.

2- الفرق بين العمل الحر والوظيفة التقليدية

يختلف العمل الحر عن الوظائف التقليدية في العديد من الخصائص والمعايير، وعليه فإن لكل منهما مميزات وإيجابيات يتفوق بها على الآخر، كما أن هناك عيوب وسلبات يتأخر بها أحدهما عن الآخر. والجدول التالي يوضح بصورة مبسطة الفروق الأساسية بين العمل الحر و الوظيفة التقليدية.

¹ Stewart, D. (2013). Freelance Interpreters - You are a business owner, Canada: Manitoba Association of Visual Language Interpreters (M.A.V.L.I.).

² الناجي، محمود (2000) فكر العمل والإبداع الإنتاجي في إطار الثقافة العربية، المؤتمر العلمي السادس عشر، جامعة المنصورة، مصر.

جدول رقم 3: الفروق الأساسية بين العمل الحر و الوظيفة التقليدية

العوامل	العمل الحر	الوظيفة التقليدية
الوقت	• غير ملزم بدوام معين (يعمل في أي وقت)	• ملزم بالحضور الى الدوام
الأمان الوظيفي	• قلة الأمان الوظيفي، صعوبة في تحصيل الأرباح بسبب مماطلة العملاء	• توفر الأمان الوظيفي، لأن الشركات توفر الحماية القانونية
الاستقلالية	• وهي من أهم سمات العمل الحر، فلا يجب أن تعمل في مكان محدد أو وقت معين	• التقيد بالعمل المطلوب، حيث تكون سمة الإستقلالية غائبة في الوظائف التقليدية
العائد المادي	• يكون العائد غير ثابت فقد يواجه العامل في بعض الأوقات ارتفاع كبير في الأرباح وركود واضح في أوقات أخرى.	• العائد هنا ثابت وأحيانا تكون هناك حوافز إضافية.
الريادة	أظهرت الدراسات أن التوجه الريادي يكون من قبل أصحاب العمل الحر فهو يعتبر محفز للإبداع	عكس العمل الحر فالعمل الروتيني يكون هدام للإبداع وبالتالي تكون النسبة قريبة للعدم في توجه الى الريادة
المهارات	لكي يحافظ الشخص على عملائه وكسب عملاء آخرين عليه أن ينمي	• الضمان الذي يحصل عليه العامل في عمله يجعل منه

مهاراته باستمرار ومواكب لكل جديد في السوق	متكاسل في اكتساب مهارات جديدة أو تنمية مهاراته في مجال عمله
---	---

المصدر: من إعداد الطلبة معتمدة في ذلك على: (Murphy, R. (2013). Disappearing fast the falling

Downham Market)income of the UK's selfemployed people. Tax Research LLP,

3- أهمية وخصائص العمل الحر

1-3 أهمية العمل الحر

للعمل بصورته العامة أهمية كبيرة سواء على صعيد الفرد أو المجتمع ، ولعل مقياس تقدم وازدهار الأمم يقاس عادة بالعمل الجاد لأفراد المجتمع، فالدول المتقدمة لم تصل إلى ما وصلت إليه إلا بفضل العمل الدؤوب لأبنائها وتقانيهم لتحقيق النهضة على المستوى الفردي و المجتمعي، وقد حث ديننا الاسلامي الحنيف في مواضع عديدة على أهمية العمل الجاد والاخلاص فيه فجعله سبباً من أسباب الثواب والمغفرة، ولا تختلف هنا أهمية العمل الحر عن العمل بمنظوره الشمولي، فالعمل الحر هو أحد أشكال العمل التي لاقت توجهاً لافتاً من قبل أفراد القوى العاملة في عصرنا الحالي.

يمكننا النظر إلى أهمية العمل الحر من ثلاثة محاور كما يلي:

- أهمية العمل الحر للفرد:

يعبر العمل عن مدى جدوى الفرد في حياته، فقيمة المرء تتحدد بما يقدمه من إسهامات في سبيل نهضة مجتمعه وتطوير ذاته، وفي هذا المقام يمكننا استعراض أهم ما يمكن أن يعود على الفرد بممارسته للعمل بشكل عام والعمل الحر بشكل خاص:

- **تحقيق الذات:** لعل من أبرز نتائج ممارسة العمل الحر أن الفرد يشعر بقيمته كإنسان ذو شأن، لا سيما اذا كان يملك شهادة جامعية حيث ذلك يعطي إنطباع لدى الشخص للريادة، فهو يكون قادراً على

اختيار طبيعة العمل الذي يحبه، ويكون أكثر قدرة على إرضاء ذاته من خلال مساحة الحرية التي يجدها في العمل الحر. كما يوفر العمل الحر لأصحابه اطمئناناً نفسياً ومعنوياً.

- **مصدر دخل:** جوهر العمل في النهاية هو تحقيق اكتفاء الفرد وسد احتياجاته المادية، حيث أن هناك نسبة كبيرة من العاطلين بعد تخرجهم من الجامعات فهنا دون عمل يصبح الفرد عالة على المجتمع.
- **مكانة اجتماعية:** يوفر العمل للفرد مكانة اجتماعية تزداد رفعتها بزيادة إنتاجية الفرد نحو مجتمعه وقيمة ما يقدمه من خدمات لسد حاجات الناس في المجتمع الذي يعيش فيه.

- أهمية العمل الحر للمجتمع:

لا تقتصر أهمية وفائدة العمل على الفرد بذاته بل تمتد لتعم المجتمع بأكمله، فمن خلال انخراط أفراد المجتمع بأعمالهم المختلفة يمكن تحقيق ما يلي:

- **تعزيز روح التعاون:** يعزز العمل من روح التعاون والتكاتف بين الناس، فكثير من الأعمال لا يستطيع شخص بمفرده القيام بها وعليه يتطلب الاستعانة بآخرين، كما يساعد العمل بروح الفريق إلى الارتقاء بجودة المخرجات نتيجة تبادل الخبرات المختلفة.

- **تقدم وازدهار المجتمع:** نشاط أفراد أي مجتمع يعود بالنفع على عامة الناس وذلك بارتقاء مجتمعهم وتقدمه وازدهاره بين الأمم، فلم تبني أي حضارة على الكسل والخمول ولنا في ذلك كثير من الأمثلة الملموسة في واقعنا المعاصر، ولعل تجربة اليابان بعد ويلات الحرب العالمية الثانية خير دليل على أن العمل الدؤوب من شأنه أن ينتشل الأمم من القاع إلى القمة.

- **الاكتفاء الذاتي:** وذلك بسد احتياجات المجتمع من السلع والخدمات المختلفة، فلا يضطر أفراد هذا المجتمع للاستعانة بمصادر خارجية لتوفير احتياجاتهم الأساسية أو الكمالية.

- أهمية العمل الحر للإقتصاد:

يلعب العمل الحر دوراً ريادياً في دفع عجلة التنمية الاقتصادية للبلدان المتقدمة، ففي الولايات المتحدة وحدها يبلغ عدد العاملين في قطاع الأعمال الحرة 53 مليون شخص وهو ما يعادل 34% من القوى العاملة المتاحة هناك، ويسهمون في الاقتصاد الأمريكي بما يقدر بـ 715 مليار دولار سنوياً¹. يشكل العمل الحر حلاً عملياً لمشكلة البطالة المتفاقمة بين الشباب والخريجين خاصة في ظل التطور التكنولوجي والذي أتاح لمعظم فئات الخريجين فرصة العمل عن بعد وبأجور مجزية تعينهم على متطلبات الحياة وتغنيهم عن الوظائف التقليدية والروتينية، كما ويخفف التوجه نحو العمل الحر من الأعباء والضغوط على الحكومات والتي تضطر إلى دفع مبالغ باهظة سنوياً كمساعدات اجتماعية للعاطلين عن العمل.

2-3 خصائص العمل الحر

إن العمل الحر له مجموعة من الخصائص المهمة التي إذا تم التعرف عليها يمكن النجاح فيه نظراً لقلة فهم ثقافتهم ومن هذه الخصائص²:

- التشغيل الذاتي، حيث يعتمد الإنسان فيه على نفسه في جميع شئون حياته واستغلال لخصائصه الشخصية وقدراته فيما يعود عليه بالكسب والنفع.
- يزداد حجم اتساعه في مجالات العمل الخاص سواء كان عملاً فردياً أو جماعياً أو على هيئة مؤسسات وشركات.
- أساليب المنافسة والعمل بين الأفراد أمر ضروري لأنه يؤدي إلى رفع المهارة وتحسين إنتاج الفرد.
- يشجع على ظهور أنشطة غير تقليدية نتيجة للتطور السريع في العلم والتكنولوجيا، ونظم وأساليب الحياة.

¹ Berland, E. (2014). Freelancing in America: A national survey of the new workforce. Freelancers Union and Elance-oDesk.

² مختار شريف أحمد، برنامج تحليل سوق العمل الحر، مؤتمر التوجهات الاستراتيجية للتعليم الجامعي وتحديات سوق العمل، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، ووزارة التنمية الإدارية، ومركز الاستشارات والبحوث والتطوير، القاهرة، 2016، ص 9-10.

- اختيار المجال الذي يكون الفرد محباً له، أو يستطيع أن يقدم فيه، وليس ذلك المجال الذي يتحدد طبقاً لدراسته كما في الوظيفة التقليدية.
- يكون لدى الفرد القائم بالعمل الحر إمكانية اختياره لمكان وزمان عمله، ثم القيام بتسليمه في الوقت المناسب له في الغالب.

4- تحديات العمل الحر

- بالنسبة لشخص معتاد على العمل في الوظيفة، فإن بداية العمل كمستقل في منصة مشاريع عن بعد تأتي مع مجموعة من التحديات الإدارية واللوجستية الجديدة. تقول لوري: "عندما تكون مستقلاً، فإنك تفعل كل شيء". وهذا ما يأخذنا الى أول عنصر وهو
- **المسؤولية:** وهي من ضمن الأمور التي قد تغيب عن كثيرين فيما يتعلق بالعمل الحر، أنك _كمالك لشركة أو مشروع_ المسؤول عن كل شيء، صحيح أن هذا يمنحك سلطة ونفوذاً ما، فأنت الأمر النهائي في الشركة لكن وعلى الجهة المقابلة، المسؤول عن كل شيء، فالجميع يعمل برأيك ويتبع أمرك هذا يعني أنه حين تؤدي قراراتك إلى كارثة ما، مالية أو إدارية، فلن تجد أحداً تلومه سوى نفسك.
 - **الوقت:** إذ ظهر منذ منتصف ثمانينيات القرن الماضي شكل جديد للمنافسة في اليابان وأوروبا، حيث تمتلك الشركات اليابانية ميزة تنافسية في اقتصادات الإنتاج الكبير وانخفاض تكاليف الجودة العالية وتنافس اليوم على معيار جديد هو الوقت، فالوقت أصبح يمثل طريقاً لقياس الإنجاز بالنوع والتنوع والإنتاجية، ومن الأمثلة المعروفة عن هذا النوع من التنافس هو الاستجابة السريعة والمفاجئة لشركة Honda التحدي الذي فرضته شركة Yamaha عن إستراتيجيتها في قيادة السوق، فالسرعة العالية هي فكرة التنافس في اليابان وبين الشركات الغربية¹.

¹صالح، أحمد علي، دراسة استطلاعية لخصائص الرياديين العرب في بعض البلدان العربية وأثرها في تحديات التنافسية العالمية، المجلة العربية للإدارة، مج33، ع2، المنظمة العربية للتنمية الإدارية (مصر)، ص180.

- **التمويل:** حيث يعاني أصحاب المشروعات الصغيرة من نقص التمويل اللازم لإنشاء المشروع أو لتطويره، فيلجأون إلى الاستدانة من الأقارب أو الأصدقاء، ويعزفون عن الحصول على قروض من أية جهة مصرفية خوفاً من التعثر في السداد، أو كثرة الضمانات، أو ارتفاع أسعار الفائدة، أو عدم ملائمة فترة السماح، كذلك عدم انتظام التدفق النقدي من المؤسسات التمويلية بالإضافة إلى استخدام القروض في أنشطة تقليدية غير مربحة. كما أن البنوك تتردد كثيراً في منحهم القروض، حيث لا تثق في قدراتهم على الوفاء بالتزاماتهم، وذلك لانخفاض كفاءة العمالة، وحجمها بلغ الصغر ووضعية الشركة أو العمل في السوق، والآلات المتهالكة المستخدمة، والمواد الخام ذات النوعية الرديئة بالإضافة إلى انخفاض جودة المنتجات. كما أن الشركات الصغيرة أو الأعمال الناشئة لا تمتلك السيولة المالية التي تمكنها من دفع أجور العمال، والإيجار، وفاتورة الماء والكهرباء والغاز، وفواتير الموردين والدائنين والمصروفات اليومية، وبالتالي، فإن عدم القدرة على تغطية المصروفات اليومية يعقد عمليات وأنشطة العمل الحر.

- **تحدي الجودة:** ويتمثل في عدم توافر الدعم الفني للمشروعات الصغيرة، وعدم توافر برامج تدريبية متخصصة للعمالة، وارتفاع تكاليف الاستشارات الفنية لتطبيق نظام الجودة بالمشروعات المقامة.

المطلب الثاني: بيئة العمل الحر والعوامل المؤثرة عليه

1- مفهوم بيئة العمل الحر

تعتمد نسبة العمل الحر في المجتمع على الفرص التي توفرها البيئة، وعلى قدرات وتفضيلات السكان، وتتأثر تلك النواحي بدورها بالتكنولوجيا المتوفرة، ومستوى النمو الاقتصادي، والثقافة، والمؤسسات والديموغرافيا الاجتماعية، حيث تلعب الحالة الاقتصادية دوراً أساسياً في ممارسة العمل الحر.

وقد ذهب Blu إلى أن هناك عاملان اقتصاديان يؤثران على بيئة العمل الحر، هما: التغيرات التكنولوجية وتغير البيئة الصناعية. فيلاحظ أن تلك التغيرات البنيوية قد حددت من مزايا الشركات الكبرى، وخلقت فرصاً أفضل للشركات الصغيرة، لأن بقالها لم يعد معتمداً على العامل الاقتصادي وحده (العياط و علي

حسن، 2013، صفحة 207). كما أن القيم الثقافية تؤثر بشكل أساسي على سلوك العمل، وفي ظل هذا الطرح يحدد دافيدسون (Davidson) رؤيتان عامتان فيما يختص بالعلاقة بين القيم الثقافية وسلوك العمل. الأولى، شرح السمات النفسية الكلية لعملية الشراكة والتي تقوم على فرضيتين، أولاهما على المستوى الفردي والتي ترى أن الفرد الذي يتمتع بقيم الشراكة سيكون أكثر قدرة على التعبير عن سلوكيات العمل الحر، وثانيهما على المستوى الكلي، فكلما زاد مثل هؤلاء الأفراد في المجتمع؛ زادت توجهات المجتمع نحو الشراكة والعمل الحر. ومن الواضح أن تلك الرؤية تقوم على المنظور الفردي للثقافة الثانية (الشرعية الاجتماعية)، وتلك الرؤية تفترض أن القيم والمعتقدات التي تفرض نفسها على المجتمع، سوف تؤثر على سلوكيات العمل الحر بغض النظر عن قيم ومعتقدات هؤلاء الأفراد أنفسهم، وبناء على منظور الشرعية الاجتماعية هذا، فإن العلاقة بين الثقافة وطبيعة العمل الحر لا تتطلب وجود علاقة توافقية بين التوجهات والسلوكيات على المستوى الفردي فقط، بل أنها تتطلب مثل هذا التوافق على مستوى الشروحات النفسية الكلية للمجتمع¹.

2- العوامل المؤثرة في العمل الحر

إن الاهتمام بقضايا الشباب واتجاهاته ومشكلاته هو اهتمام بالمجتمع ككل وبمستقبله، وتعد عملية ممارسة العمل واختياره من المميزات الهامة لدى شباب الجامعة المقبلين على مجالات العمل المتعددة.

ويحاط الفرد عند إقدامه على اختيار عمله بالعديد من المؤثرات والظروف الخاصة والمجتمعية التي تؤثر من قريب أو من بعيد على اختياره ، فقد تدفعه إلى عمل معين حاجاته المتعددة التي يسعى دائما إلى إشباعها وكذلك ميوله، وقد تؤثر عليه وتساعد في اتخاذ قراره ظروف البيئة كالتنشئة الاجتماعية من خلال مؤسساتها الكثيرة أو تخصصه أو تغير مكانته أو أوضاعه، كما وقد تساعد نظرة الناس إلى نوع

¹مهدي محمد قصاص، العمل الحر آلية لحل مشكلات الشباب (ندوة)، علم الاجتماع وقضايا البطالة في ظل العولمة، كلية الآداب، مصر، جامعة المنصورة، ص11.

العمل في اختيار الشاب، فكلما كان العمل يتمتع باحترام أفراد المجتمع واحترام الشخص الذي يعمل ككلما زاد الإقبال عليه والعكس .

1-2 العوامل الاقتصادية: ويمكن إجمالها فيما يلي

أ- الاستقلالية المادية:

أصبحت الاستقلالية المادية مطلب الكثير من الشباب وخاصة الشباب المتخرجين من الجامعة والذين يطمحون في تحصيل العديد من المتطلبات من خلال العمل الذي يقومون به، وقد أضحى العمل الحر هو ملجؤهم وسبيلهم، الى ان انتظار الوظيفة الحكومية ربما يضيع الوقت الكثير من عمر الشباب بالإضافة إلى عدم تقبل الأجور الحكومية واعتبارها غير كافية خاصة مع سيادة المنطق المادي والقيم القائمة على الاستهلاك المادي المفرط لكل ما هو منتج جديد الذي ربما يكون غير ضروري في كثير من الأحيان.

كما أن العديد من الشباب الخريجين يطمح من التوجه إلى العمل الحر إلى تحقيق الربح المادي السريع والذي ال يتأتى إلا من خلال ممارسة هذا العمل بالرغم من قلة الإمكانيات المتاحة للبعض منهم .

ب- الوضع الاقتصادي في الجزائر:

ويعتبر عاملا مساعدا في إقبال خريج الجامعة الجزائرية على العمل الحر، فقد أدت التحولات الاقتصادية التي عرفت الجزائر مع نهاية الثمانينات إلى ظهور تفاوت هائل في مستوى معيشة الأفراد سواء فيما يتعلق بحالة المسكن أو مستوى الدخل أو نوعية الخدمات الصحية والتعليمية والثقافية التي يحصلون عليها، وهذا ما زاد في تفاقم الأوضاع الاقتصادية في الجزائر .

وتشير الإحصائيات المتوفرة في الجزائر إلى وجود فوارق كبيرة بين الأفراد والفئات الاجتماعية وذلك لعدم توفر نفس الإمكانيات والشروط الخاصة بالحصول على المداخل، إذ أن هناك 1.1 مليون شخص لا

يتحصل إلا على قدر 12.6 دينار جزائري خلال سنة كاملة، وهذا يعتبر مدخولا ضئيلا جدا مقارنة بمستوى الأسعار ومستوى الحاجيات التي يتطلبها الفرد.

2-2 العوامل الاجتماعية:

تعتبر العوامل الاجتماعية عنصرا مهما في إقبال خريج الجامعة على العمل الحر، وهذه العوامل تتضمن مجموعة من العناصر وهي:

أ- تغير القيم الاجتماعية:

تعتبر القيم موضوعا هاما في علم الاجتماع نظرا لكونها تمثل عنصرا من العناصر التي تشكل الثقافة وتخضع هذه القيم لعامل التغير الذي يمس كل الجوانب الحياتية، والقيم هي "مجموعة من المعايير والأحكام تتكون لدى الفرد من تفاعله بين المواقف والخبرات الفردية والاجتماعية بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته يراها جديرة لتوظيف إمكانياته، ومن بين القيم التي يحملها الفرد وتوجه سلوكه وأفعاله قيم العمل التي عرفها طراونة سنة 1991 بأنها: "مجموعة من المبادئ والمعايير التي تحكم سلوك الفرد أو الجماعة، وترتبط هذه المبادئ بتحديد ما هو خطأ وما هو صواب في موقف معين".

ب- التوارث الاجتماعي للمهنة:

هناك عامل اجتماعي آخر في إقبال خريج الجامعة على العمل الحر هو المنشأ الاجتماعي للفرد أو ما يسمى بالميراث العملي، فبعض الخريجين يتبعون مسار آبائهم العملي، فإن كان والد الخريج قد زاول عمال حرا فإنه سوف يتأثر بذلك الأمر وربما قد يؤثر عليه الوالد أو العائلة بإتباع هذا السبيل. وحتى لا تضيق المصالح الاجتماعية للفرد وللجماعة أصبح الخريج الجامعي يرث مهنة الآباء والأجداد، فالعمل الحر لا يقتصر على الخريج الجامعي الذي ينتمي إلى طبقة دنيا أو عليا أو متوسطة .

ج- البطالة:

وتنشأ مشكلة البطالة بين المثقفين في البلاد التي ينتشر فيها التعليم النظامي العالي ويزيد عدد المتخرجين فيه على ما تستطيع اقتصاديات البلاد أن تتحده لهؤلاء الخريجين من مستقبل، وليس من السهل إخفاء أو حل مشكلة البطالة بين مثل هذه الطبقة المتوسطة من الشباب المتصف بالامتنياز والانتباه واليقظة، ففي مصر مثال وصلت نسبة البطالة بين الخريجين نسبة عالية قد تصل إلى الثلثين.

يعاني خريجو الجامعة الجزائرية من هذه المشكلة العويصة وهي عدم توفر العمل وانخفاض مستوى المعيشة، بالإضافة إلى الأزمات الاقتصادية والاجتماعية الشائكة التي يعيشها غالبية الشباب الجزائري أفرزتها طبيعة الحياة الحضرية الحديثة التي عزلتهم عن واقع الحياة العملية والإنتاج وأخرت دخولهم عشر سنوات أو أكثر إلى عالم الشغل، مما أدى بهم إلى الشعور بعدم الأهمية وخلق شعورا بالحقد يسكن النفوس نتيجة الإحساس بالظلم أو "الحقرة" وهو المصطلح الذي يتداوله الجزائريون بكثرة .

3-3 العوامل التنظيمية:

يمكن تفسير ظاهرة إقبال خريجي الجامعة الجزائرية على الأعمال الحرة إلى العوامل التنظيمية التالية:

أ- سياسة الدولة في التعليم واحتياجات سوق العمل:

إن التعليم يهدف إلى تحسين نوعية المواطن سواء من الناحية الأكاديمية أو التخصصية المهارية، وهذا يتطلب التعرف على المهارات الأساسية وكيف يكون للفرد تخصصا مهنيا بقدر ما تسمح به قدراته واتجاهاته المهنية، وبقدر ما تسمح به حاجات المجتمع الحاضرة والمستقبلية.

إن تحقيق أهداف التعليم بوجه عام وأهداف التعليم الجامعي بوجه خاص ينبغي أن يتم على ضوء إطار الخطة الشاملة للتنمية. وعدم وجود علاقة ارتباط بين التخطيط للتعليم وخطة التنمية يؤدي من ناحية إعداد الموارد البشرية إلى نقص في بعض المهارات والاختصاصات المطلوبة لتنفيذ خطط التنمية من

جهة وإلى خلق البطالة بين الخريجين الذين يمتلكون مؤهلات من جهة أخرى، ومع أن الدولة قد تتدخل لمعالجة البطالة بين الخريجين عن طريق تشغيلهم في أعمال لم يتم تدريبهم أو إعدادهم إليها.

إلا أنه يعني في كثير من الحالات الخسارة المادية والضياح الاجتماعي والنفسي وفقدان الشعور بالمسؤولية لأنهم يعملون في دوائر لا تحتاج أصلا إلى خدماتهم، وتتدخل سياسة الدولة في إعداد القوى العاملة على كل مستوى وتحديدًا للمهارات والمعلومات اللازمة التي تقدم في مختلف المستويات التعليمية، وتحديد نوع التعليم ومداه ومكوناته ضرورة لإعداد المواطن القادر على مواجهة التحديات ونعني بذلك الخريجين من إطارات الجامعة ومؤسسات التعليم العالي.

ب- سياسة الدولة في التشغيل:

تعتمد الكثير من الدول النامية ومن بينها الجزائر إلى اتخاذ سياسة للتشغيل تهدف إلى امتصاص المتعلمين العاطلين رغم عدم الحاجة إليهم في العديد من القطاعات العمومية الاقتصادية والخدمية، لكن هؤلاء العمال لا يشكلون طاقة فاعلة في القوى العاملة، بل إنهم في الغالب يشغلون وظائف هامشية ليس لهم فيها أية سلطة أو قرار، وقد يستدعي الأمر أنهم لا يعملون أي عمل ذو فائدة وهذا ما نسميه ظاهرة التشغيل الناقص أو البطالة المقنعة أي أن هؤلاء يعملون شكليا لكنهم في الواقع لا يمارسون أي فعالية حقيقية.

كما يعاني البعض من الخريجين في الجزائر من مشكلة العمالة المؤقتة وهي تمثل عائقا تنظيميا نحو التشغيل الجدي لهم، فالحكومة تتقاعس عن الوفاء بالتزامها بتعيينهم في المناصب الوظيفية الشاغرة وعليه فإن الأمر يستوجب طرح السؤال التالي: هل من المعقول أن يتم تمديد العمل للعديد من الموظفين بعد تجاوزهم سن الستين في الوقت الذي يعيش فيه آلاف الخريجين البطالة واليأس؟ كما أن الحكومة لا تكثر في تعييناتها للطالب المتخرجين المتفوقين في الجامعات ولا تقوم بتثبيتهم.

د- البيروقراطية الإدارية:

إن التطورات المجتمعية التي حصلت في المجتمع مست المنظمات والإدارات العمومية على وجه الخصوص أدت إلى تغيير مفهوم البيروقراطية وأصبح ينظر لها بمنظور سلبي حيث يطلق مصطلح البيروقراطية على النظام والروتين والالتزام بالقواعد والقانون. وكل التعابير التي تعكس المفهوم الحقيقي للبيروقراطية من حيث أنها معيار للتطبيق الحرفي للقواعد واللوائح والالتزام بالقانون والترتيب ومركزية السلطة والتنظيم وغيرها من المفاهيم التي تتصل بالرشد والعقلانية أصبحت غير مطبقة وغير محترمة من المسؤولين والمشرفين على تنفيذ هذه القوانين.

إن إقبال خريج الجامعة الجزائرية على العمل الحر تعود أحد عوامله المساعدة إلى البيروقراطية السلبية التي يعيشها كل مواطن جزائري، وهذه العراقيل البيروقراطية التي تلاحظ في الإدارات الحكومية سوف تدعو بعض الخريجين للابتعاد عن العمل لدى الدولة والتوجه إلى ابتكار عمل حر آخر لضمان حياة كريمة، وهذه المساوئ التي تتميز بها البيروقراطية أصبحت عامل طرد للخريجين الجامعيين من العمل في إدارات وأجهزة القطاع العام، إن الاتجاه الصحيح للمنظمات والبيروقراطيات الرائدة يجب أن يكون على أساس منهجي وعلمي يتخذ من العلوم الجديدة وتكنولوجيا المعلومات ومن الاستفادة من التجارب وتوسع الأفكار وارتقاء الأهداف والطموحات والقدرات البشرية الهائلة أسسا إستراتيجية للوصول إلى وضع أفضل في البقاء والتطور والاستمرار، وهذا ما يتطلب دائما توفير عناصر الابتكار والإبداع والتي تتمثل في التخطيط الاستراتيجي والتفكير الاستراتيجي وبناء ثقافة الأفراد والمؤسسات وفق معايير إنسانية رفيعة

خلاصة الفصل:

أصبحت التجارة الالكترونية وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي، استطاعت أن ترفع الحواجز التقليدية للتجارة، كما ساهمت في زيادة حجم التدفقات النقدية بشكل ملفت للاهتمام، فهذه التجارة مبنية على سرعة والفعالية وتقوم على شبكة الانترنت في الغالب وما يميز التجارة الالكترونية كونها مع صناعة المعلومات تشكل الاقتصاد الرقمي.

ان ما يميز التجارة الإلكترونية هو استخدام أجهزة الكمبيوتر والإنترنت وعرض السلع والخدمات واتساع الحدود الإقليمية لتصبح عالمية وأدى الانتشار المذهل في استخدامها إلى تبسيط وتسريع المدفوعات مما أدى إلى اتساع رقعة التجارة الإلكترونية. كما أن السلطات الجزائرية لم تنفطن إلى ضرورة اعتمادها كقنينة قانونية متطورة للتجارة، وبظل الاقتصاد الجزائري أعرجا بدونها علما أن التجارة التقليدية الجزائرية ضعيفة خارج المحروقات و تزداد ضعفا اليوم في ظل عالم تهيمن عليه العولمة الاقتصادية و تفنن في استخدام التجارة الإلكترونية .

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية على
طلبة كلية العلوم
الاقتصادية و التجارية و
علوم التسيير

تمهيد:

بعد الدراسة النظرية التي تمت في الفصل الاول والتي تم التطرق فيها الى مفهوم التجارة الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي والعمل الحر كان لابد من تدعيم الدراسة النظرية ولإعطاء قيمة لموضوع الدراسة لابد من معالجة الموضوع تطبيقيا، لذلك سوف نحاول اسقاط هذا كله على طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

لذلك قمنا بإعداد استمارة تعكس آراء الطلبة في الكلية لان موضوع الدراسة يتمركز حول متغيرين أساسيين هما التجارة الالكترونية والعمل الحر لذلك تضمن هذا الاستبيان محورين يتعلقان بمتغيرين السابقين. لقد تم دراسة التجارة الالكترونية و دورها في توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر الذي له دورا هام في بناء الاقتصاد، وتعرف على العلاقة التي تربط بينهما من خلال عرض نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

و لضمان صحة الدراسة تم تقسيم هذا الفصل الى مبحثين هما

المبحث الأول: التعريف العام بالمؤسسة محل الدراسة

المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

و للقيام بهذه الدراسة تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss و smartpls.

المبحث الاول : التعريف بالمؤسسة محل الدراسة

من خلال هذا المبحث سنقوم بتقديم لمحة عن جامعة عمار ثليجي بصفة عامة، وكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بصفة خاصة باعتبارها المؤسسة محل الدراسة، حيث سنقوم بتناول أهم المحطات التاريخية التي مرت بها الكلية، مع ذكر مختلف مهامها وهيكلها التنظيمي.

المطلب الأول: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

1- التعريف بجامعة عمار ثليجي:

أنشأت الجامعة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-270 المؤرخ في 19 سبتمبر 2001، وهي تحمل اسم عمار ثليجي المدعو "عمار"، وقد مرت الجامعة قبل أن تلتحق بمصف الجامعات الوطنية بعدة مراحل، إن التعليم الجامعي بولاية الأغواط نشأ وتبلور في بداية الأمر بموجب المرسوم رقم: 86-165 المؤرخ في 05 اوت 1986 المتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا لأساتذة التعليم التقني.

وفي 10 ماي 1997 المدرسة العليا للتعليم التقني تتحول إلى مركز جامعي طبقا للمرسوم رقم 157-97. وقد ضم هذا المركز أربع معاهد: معهد الهندسة الكهربائية، والهندسة الميكانيكية، والهندسة المدنية، والعلوم الاقتصادية. وقد تم فتح فروع أخرى أيضا منها الكيمياء الصناعية سنة 1997، والمعلوماتية والحقوق والتسيير سنة 1998، والبيولوجيا وعلم النفس سنة 2000

إضافة إلى ما تقدم تميزت هذه المرحلة بفتح أولى الدراسات ما بعد التدرج سنة 1995 في فرع المواد، تخصصي العلوم، وهندسة الأسطح ومواد الهندسة المدنية، ولقد ضمت هذه المدرسة في البداية التخصصات التالية: ليسانس تعليم تقني في الإلكترونيك، الإلكتروني تقني، الهندسة الميكانيكية والهندسة المدنية، حيث قدر عدد الطلبة بها خلال السنة الجامعية 1986/1987 بـ 314 طالبا يؤطروهم 23 أستاذا دائما (جامعة الأغواط، 2022).

2- التعريف بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير:

تم فتح قسم العلوم الاقتصادية خلال السنة الجامعية 1991/1992 بعدد يقدر بـ 66 طالب بالجدع المشترك علوم اقتصادية، كما ضم هذا القسم فرع الإعلام الآلي للتسيير تكوين قصير المدى الذي فتح خلال السنة الجامعية 1990/1991 بعدد يقدر بـ 57 طالب.

وفي إطار ترقية المدرسة العليا لأساتذة التعليم التقني إلى مركز جامعي، تحول قسم العلوم الاقتصادية خلال السنة الجامعية 1997/1998 إلى معهد يسمى معهد العلوم الاقتصادية.

وطبقا للمرسوم التنفيذي رقم 01-270 المؤرخ في 18/09/2001 الذي يتضمن إنشاء جامعة الأغواط، تحول المعهد إلى كلية تسمى بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

وطبقا للمرسوم التنفيذي رقم 10-198 المؤرخ في 2010 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 01

270 المؤرخ في 18/09/2001 تحولت تسمية الكلية إلى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير (جامعة الأغواط، 2022).

3- الأقسام

تضم الكلية أربعة أقسام، وهي:

- **قسم الجذع المشترك:** تم إنشاء قسم السنة الأولى جذع مشترك بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة عمار تليجي بالأغواط سنة 2010، وهذا بموجب المادة الأولى متم للمادة الثانية من القرار رقم 546 المؤرخ في 30 سبتمبر 2010، والمتضمن إنشاء الأقسام المكونة لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لدى جامعة الأغواط.

يسير قسم الجذع المشترك في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير القاعدة الأساسية المشتركة بين جميع الأقسام الأربعة للكلية قسم المالية والمحاسبة وقسم العلوم الاقتصادية وقسم العلوم التجارية وقسم علوم التسيير تخصصات ميدان العلوم الاقتصادية تستمر الدراسة في قسم الجذع المشترك سداسيين (02) تتضمن وحدات تعليمية أساسية ومنهجية واستكشافية وأفقية.

يسعى قسم الجذع المشترك إلى توفير تعليم قاعدي مشترك بين كافة التخصصات، إذ إنه يسمح للطالب بالتكوين وتطوير المهارات العلمية والبشرية اللازمة من أجل مواصلة مساره الجامعي (كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2022).

- **قسم علوم التسيير:** افتتح قسم علوم التسيير منذ 2001 بمقتضى القرار الوزاري 744 المؤرخ في 27/11/2001. يعد قسم علوم التسيير بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ثاني أكبر قسم بعد الجذع المشترك بعدد طلبة يساوي 717 طالبا يزاولون دراستهم الجامعية في الطور الأول والثاني (الترج) برسم السنة الجامعية الجارية 2021 / 2022. بالإضافة إلى 37 طالب دكتوراه الطور الثالث. يقوم على تأطيرهم 30 أستاذا دائما بالإضافة إلى عدد لا بأس به من الأساتذة المؤقتين والمشاركين في بعض المقاييس مثل الاعلام الآلي والقانون واللغة الإنجليزية (كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2022).

- **قسم العلوم الاقتصادية:** طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 01-270 المؤرخ في 18/09/2001 الذي يتضمن إنشاء جامعة الأغواط تحول معهد العلوم الاقتصادية إلى كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير .

تم فتح قسم العلوم الاقتصادية بمقتضى القرار الوزاري رقم 774 المؤرخ في 27 نوفمبر 2001.

يسعى القسم الى تكوين وتأهيل الطلبة أكاديميا لاستمرار عملية التحصيل والبحث العلمي، من خلال تطوير واستحداث برامج تعليمية وإتاحة الفرص للطلبة من خلال التربصات الميدانية للحصول على

المهارات اللازمة في مجال التخصص، وتمكينهم من تطوير مساهمهم العلمي، كما يسعى القسم الى توفير التسهيلات والدعم لهيئة التدريس من أجل متابعة البحث ومسايرة التطورات المتلاحقة، وذلك ضمن خطة واضحة من اجل تحقيق أهداف القسم، مع ضمان الجودة والتميز في مجال البحث العلمي والتفوق الأكاديمي للخريجين من الطلبة المؤهلين لمختلف القطاعات (جامعة الأغواط، 2021).

- **قسم العلوم التجارية:** يكتسي فرع العلوم التجارية مكانة عالية بين مختلف العلوم الاقتصادية لما لهذا الأخير من أهمية بالغة في ترقية مسارات تكوين وتخصصات لفنون كثيرة ذات صلة وثيقة بالتطورات الحاصلة والمتلاحقة في عالم الأعمال (التجارة الدولية، مالية وتجارة دولية، تسويق، تسويق الخدمات، تسويق فندقية وسياحي، ...)، بالإضافة إلى إسهاماته المعتبرة في إيجاد فرص العمل العديدة والمتزايدة حيث أضحت الأنشطة التجارية أكثر مجالات الأعمال خلقا للشغل، إلى جانب دوره في تطوير رأس المال البشري. وقد تم إدراجه في تخصصات التعليم العالي كفرع مستقل بذاته عن فروع العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ابتداء من الموسم الجامعي 2006-2007 بجامعة عمار ثلجي الأغواط (جامعة الأغواط، 2021).

- **قسم العلوم المالية والمحاسبة:** لقد تم فتح هذا القسم خلال السنة الجامعية 2015/2016، تماشيا مع إنشاء فرع جديد في ميدان العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تحت نفس المسمى "فرع علوم مالية ومحاسبة".

يضمن القسم حاليا التدريس في شعبة العلوم المالية والمحاسبة في مختلف الاطوار (الليسانس - الماستر - الدكتوراه)، وذلك في عدة تخصصات تشمل المحاسبة، المراجعة، المالية، البنوك والجباية. هذه التخصصات المهمة تمس عدة قطاعات اقتصادية، كالبنوك ومؤسسات التأمين ومختلف المؤسسات الاقتصادية والإدارات المحلية والجهوية وحتى الوطنية فيما يخدم التنمية الاقتصادية.

يسعى القسم إلى تكوين وتأهيل الطلبة أكاديميا لاستمرار عملية التحصيل والبحث العلمي، من خلال تطوير واستحداث برامج تعليمية وإتاحة الفرص للطلبة من خلال التريضات الميدانية للحصول على المهارات اللازمة في مجال التخصص، وتمكينهم من تطوير مساهمهم العلمي، كما يسعى القسم إلى توفير التسهيلات والدعم هيئة التدريس من أجل متابعة البحث ومسايرة التطورات المتلاحقة، وذلك ضمن خطة واضحة من أجل تحقيق أهداف القسم، مع ضمان الجودة والتميز في مجال البحث العلمي والتفوق الأكاديمي للخريجين من الطلبة المؤهلين لمختلف القطاعات (جامعة الأغواط، 2022).

4- المقاعد البيداغوجية:

تحتوي الكلية على عدد كاف حتى الآن من الهياكل البيداغوجية المهيأة والمجهزة بأحدث الوسائل والإمكانات، بحيث باستطاعتها استيعاب 2558 مقعد بيداغوجي، وهي كالتالي :

- ثلاثة (03) مدرجات بقدرة استيعاب : 662 مقعد بيداغوجي؛
- 42 قاعة للتدريس بقدرة استيعاب: 1892 مقعد بيداغوجي.

كما تحتوي الكلية على:

- 06 قاعات للإنترنت
- 05 قاعات للمطالعة والقراءة على مستوى مكتبة الكلية (كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، 2022)

5- المقرات البيداغوجية:

تحتوي الكلية على مبنى مخصص للإدارة البيداغوجية يسمى بمجمع الأقسام متكون من طابقين، وفيه حوالي 20 مكتب إداري مخصصين للأقسام البيداغوجية الخمسة.

المطلب الثاني: مهام ومصالح أفراد الكلية

1- نيابة العمادة المكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة:

يتكفل نائب العميد المكلف بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة بالمهام التالية:

- تسيير ومتابعة تسجيلات طلبة التدرج؛
- متابعة أنشطة واخذ أو اقتراح كل إجراء من اجل تحسينه؛
- مسك القائمة الاسمية والإحصائية للطلبة؛
- يساعد نائب العميد المكلف بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة في مهامه؛
- رئيس مصلحة التدريس؛
- رئيس مصلحة التعليم والتقييم؛
- رئيس مصلحة الإحصائيات والإعلام والتوجيه (كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير)،(2022)

2- نيابة العمادة المكلفة بما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية :

يتكفل نائب العميد المكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية بالمهام التالية:

- متابعة سير الامتحانات؛
- السهر على سير المناقشة للمذكرات وأطروحات ما بعد التخرج؛
- متابعة سير أنشطة البحث العلمي؛
- مبادرة بأعمال من اجل تنشيط ودعم التعاون ما بين الجامعات الوطنية والدولية؛
- تنفيذ برامج تحسين المستوى وتحديد معلومات الأساتذة؛
- متابعة سير المجلس العلمي للكلية والمحافظة على الأرشيف.

ويساعد نائب العميد المكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي والعلاقات الخارجية في مهامه:

- رئيس مصلحة متابعة التكوين فيما بعد التدرج؛
- رئيس مصلحة التعاون والعلاقات الخارجية (كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2021).

3- الأمانة العامة :

تتكلف الأمانة العامة للكلية بما يلي:

- تحضير مشروع مخطط تسيير الموارد البشرية للكلية وتنفيذه؛
- تسيير الأرشيف وتوثيق الكلية والمحافظة عليهما؛
- تحضير مشروع ميزانية الكلية وتنفيذه؛
- تنفيذ المخطط الأمني للكلية.

تشمل الأمانة العامة للكلية المصالح التالية:

- مصلحة المستخدمين: وتشمل: فرع الأساتذة وفرع المحاسبة.
- مصلحة الوسائل والصيانة: وتشمل: فرع الوسائل وفرع الصيانة.
- مصلحة الأنشطة العلمية والثقافية والرياضية: تحتم بمختلف الأنشطة الرياضية والثقافية والعلمية، بحيث تنظم دورات رياضية للطلبة الراغبين في الانضمام إلى فرق رياضية، وتنظم تظاهرات ثقافية وعلمية لفائدة الطلبة من أجل إبراز قدراتهم، كما تنظم رحلات والتبادل الثقافي مع الجامعات الأخرى

(جامعة الأغواط، 2022)

4- المكتبة: تتوفر مكتبة الكلية على:

- قاعات مطالعة للطلبة؛
- مساحات التخزين؛
- قاعة الأساتذة؛
- قاعة الإنترنت (جامعة الأغواط، 2022).

المبحث الثاني: الجانب المنهجي والشكلي للدراسة الميدانية

تم تخصيص هذا المبحث لعرض مختلف الأساليب والجراءات التي تم اعتمادها في الدراسة الميدانية التي أجريت بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة عمار ثلجي بالآغواط، وذلك بغرض التساؤلات والفرضيات المنطلق منها، مع تحديد النموذج المقترح للدراسة والتعريف بمتغيراته وأبعاده، كذا عينة الدراسة بمختلف خصائصها، كما سنتطرق إلى تحليل محاور وعناصر الأداة المستعملة في الدراسة الميدانية.

المطلب الأول: أداة الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والتوصل إلى النتائج المرجوة، تم اعتماد طريقة دراسة حالة لدراسة دور التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة العمل الحر لدى الطلبة، وبالاعتماد على الدراسات السابقة، وبعد بحث وإطلاع واسع حول الموضوع، تم اعداد استبانة خاصة بالطلبة، حيث قمنا بإدخال بيانات الاستبانة باستخدام برنامج (SPSS) والذي تم الاستعانة به في التحليل بالإضافة إلى برنامج النمذجة بالمعدلات البنائية (smartpls) نضيف الى ذلك برنامج (Excel 2010) والذي تمت الاستعانة به في العرض الوصفي للبيانات الشخصية.

1- مرتكزات أداة الدراسة:

تم تصميم الاستبانة وتقسيمها إلى ثلاثة أقسام (أنظر الملحق رقم 02)

- **الديباجة:** يتم فيها تقديم موضوع الدراسة، إضافة الى بعض الجمل التي من شأنها تحفيز ودفع المستجوب على الاجابة وإثارة اهتمامه بالاستبيان ومحتواه، بغية الحصول على الاجابة المطلوبة التي تخدم الدراسة بصورة اجابية.
- **القسم الاول:** يحتوي على البيانات الشخصية الخاصة بالطلبة، والمتمثلة في: الجنس، السن، التخصص، والمستوى التعليمي. حيث تعتبر معلومات أساسية وصفية.
- **القسم الثاني:** يحتوي على المتغير المستقل والمتمثل في التجارة الالكترونية والابعاد المكونة لها، وهي كالآتي:

- المتغير الاول (X_1) الذي يمثل مواقع التواصل الاجتماعي، ويتكون من ثمانية عبارات؛
- المتغير الثاني (X_1) والمتمثل في المنتج، ويتكون من اثنا عشر عبارة؛
- المتغير الثالث (X_1) والمتمثل في الزبون، ويتكون من سبعة عبارات.

- **القسم الثالث:** يحتوي على المتغير التابع، والمتمثل في العمل الحر المتكون من سبعة عبارات.

وفيما يلي بيان تفصيلي للعبارات المكونة للاستبيان الموجه لأفراد العينة المستهدفة.

الجدول رقم 4: بيان تفصيلي للعبارات المكونة للاستبيان

البيان	البعد	رقم العبارات	الرمز
التجارة الالكترونية	مواقع التواصل الاجتماعي	من 1 إلى 8	من Q1 الى Q8
	المنتج	من 9 إلى 20	من Q9 الى Q20
	الزبون	من 21 إلى 27	من Q21 الى Q27
العمل الحر		من 28 الى 35	من Q28 الى Q35

المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على الاستبيان المنجز

أما فيما يخص السلم المستعمل لقياس عبارات الاستبيان المعد للدراسة الميدانية، فقد تم استخدام سلم أو مقياس ليكرت (Likert) الخماسي (موافق بشدة، موافق، موافق نسبيا، غير موافق، غير موافق بشدة) نظرا لكونه من أكثر المقاييس شيوعا واستعمالا من طرف الباحثين، إضافة إلى سهولة إعدادة، استخدامه وتفسيره.

2-الصدق الظاهري لأداة الدراسة:

تم عرض الاستبيان في صورته الاولى على عدد من الاساتذة المحكمين(انظر الملحق رقم01) ذوي الخبرة والاختصاص، لأخذ آرائهم ووجهات نظرهم حول محتوى الاستبيان ومدى وضوح عباراته، والاستفادة من هذه الآراء في تعديله. بحيث تم التحقق من مدى ملائمة كل عبارة للبعد الذي تنتمي إليه، وكذا مراجعة مدى شمولية وتغطية الفقرات للموضوع المبحوث فيه، ليتم بعد ذلك تعديل أداة الدراسة بناء على ملاحظاتهم قبل أن يتم طرحها في شكلها النهائي وتوزيعها من أجل الدراسة الاستطلاعية والنهائية بعد ذلك.

3- ثبات أداة الدراسة:

يقصد بثبات الدراسة استقرار النتائج، أي مدى الاتساق في نتائج الاستبيان إذا طبقت أكثر من مرة وفي ظروف مماثلة، وقد تم استخدام اختبار الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ، والذي يمكن تفسيره بأنه عامل الثبات الداخلي بين الاجابات ويدل ارتفاع قيمة ألفا على درجة ارتفاع ثبات الدراسة، ونجده يتراوح ما بين (0 و 1)، حيث تكون قيمته مقبولة عند 60% وما فوق.

والجدول التالي يوضح نتائج قيم ألفا للدراسة الاستطلاعية والدراسة النهائية:

الجدول رقم 5: نتائج قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ للدراسة

عدد الفقرات	معامل كرونباخ الفا
33	0,830

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS (انظر الملحق رقم 03)

4- مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع وعينة الدراسة جميع الاحداث أو الافراد أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة ومن أجل قياس دور التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة العمل الحر لدى الطلبة، تم اختيار طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة عمار ثلجي بالأغواط كمجتمع إحصائي للدراسة، وذلك باعتبارها من أقرب الكليات للموضوع المبحوث فيه، فهي تحتوي على تخصص كامل في مستوى الماستر يسمى المقاولاتية.

وقد تم الاعتماد على العينة الملائمة، بحيث قامت الطالبتين باعتماد عينة تقدر ب102، وذلك عبر الاستبيان الالكتروني حيث نشر في مجموعة خاصة لطلبة الكلية.

بحيث تم إعداد استبيان أولي وعرضه على الاستاذ المشرف ومجموعة من أساتذة الكلية لتحكيمه، ومن ثم تعديله وتصحيح ما وجد فيه من نقص.

المطلب الثاني: تحليل وصفي لخصائص العينة المدروسة

بعد الانتهاء من عملية تفرغ كافة بيانات الاستبانة، سنقوم من خلال هذا المطلب بعملية تحليل وصفي للقسم الاول للاستبيان. الذي يحتوي على البيانات الشخصية لأفراد العينة، وذلك بالاستعانة بالبرنامج الاحصائي (spss) و (Excel) في عرض البيانات وتوصيفها.

- خصائص مفردات الدراسة حسب الجنس:

الشكل رقم2: تركيبة العينة حسب الجنس الجدول رقم6: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	58	56.9%
أنثى	44	43.1%
المجموع	102	100%

الجنس

ذكر 57%
انثى 43%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد علىSPSSانظر الملحق

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد علىSPSS

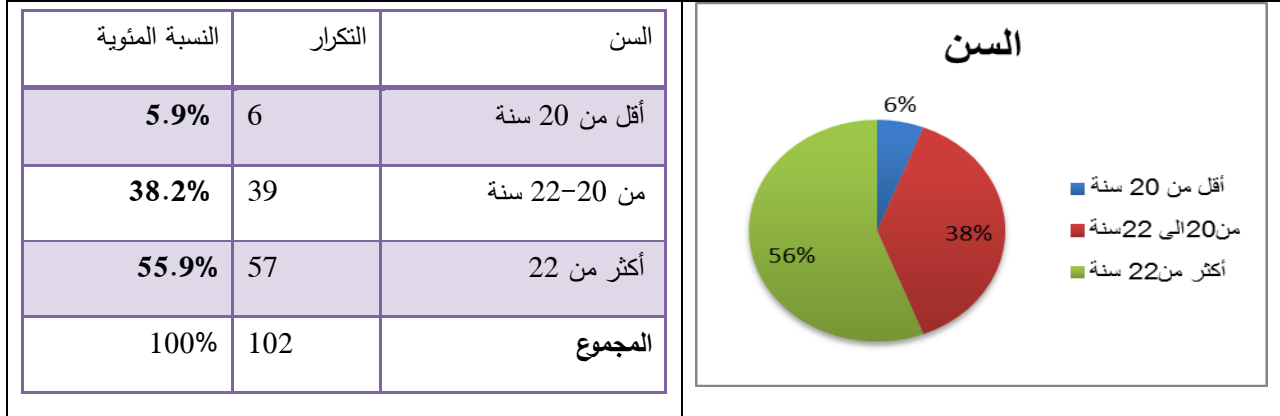
رقم04

يتضح من الجدول أن نسبة الذكور في عينة الدراسة هي بالتقريب 57%وهي أكبر من نسبة الإناث التي تقدر بـ 43% وهذا راجع يمكن بسبب طبيعة العمل.

- خصائص مفردات الدراسة حسب السن:

الشكل رقم 3: تركيبة العينة حسب السن

الجدول رقم 6: توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على SPSS انظر الملحق رقم 05

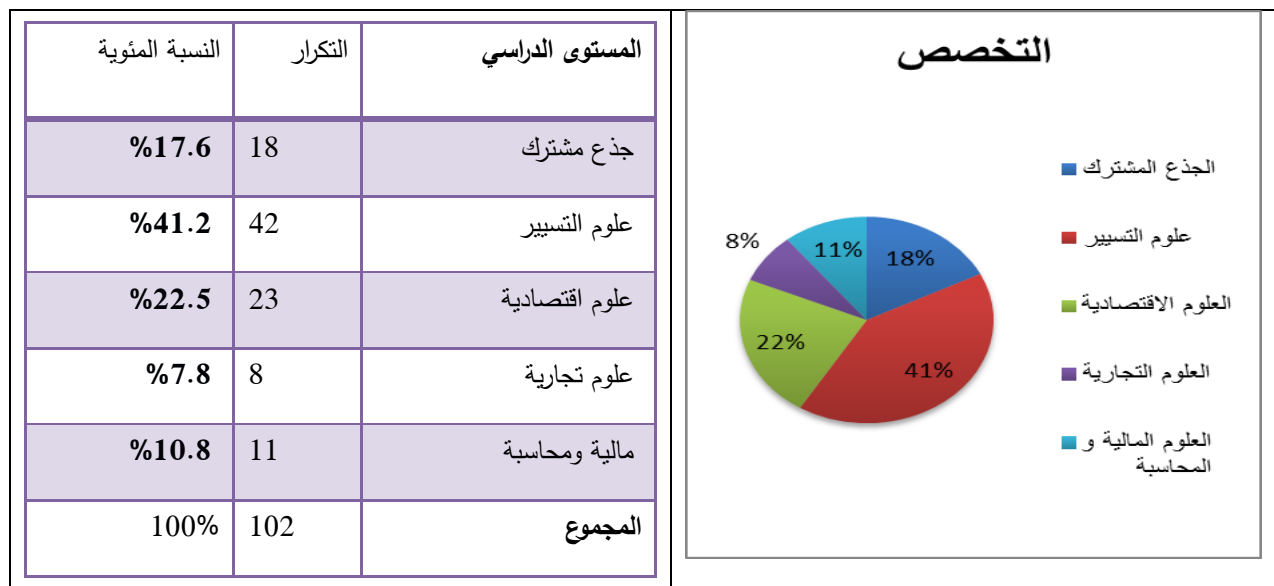
المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على SPSS

يتضح مما سبق أن الفئة العمرية الأكثر هي 22 فما فوق بنسبة 55.9% بمقدار 57 طالب من العينة ثم الفئة المحصورة بين 20-22 سنة بنسبة 38.2% بمقدار 39 طالب، أما فئة أقل من عشرين فنلاحظ أنها ذات نسبة قليلة جدا 5.9% بمقدار 6 طلاب فقط.

- خصائص مفردات الدراسة حسب التخصص:

الشكل رقم 4: تركيبة العينة حسب التخصص

الجدول رقم 8: توزيع عينة الدراسة حسب التخصص



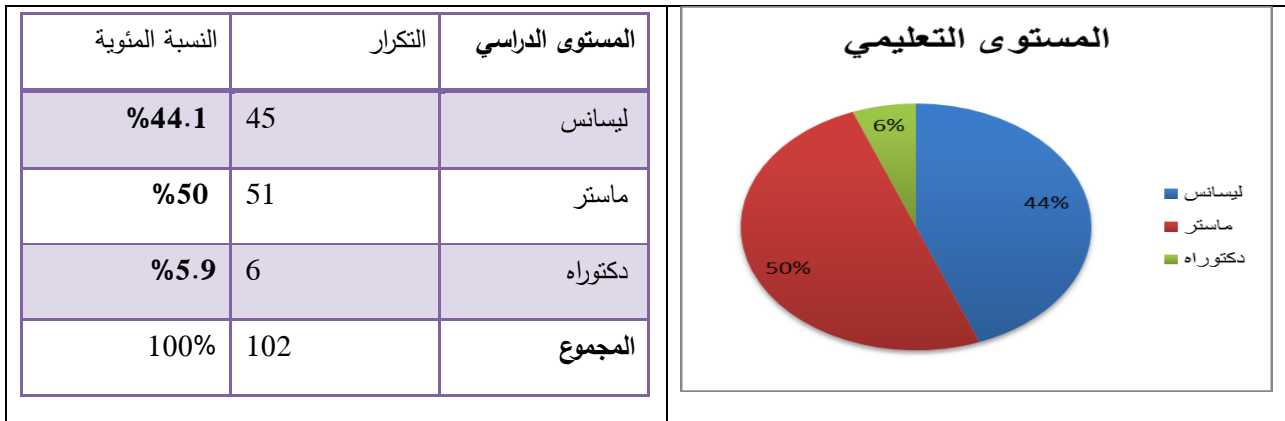
المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على SPSS انظر الملحق رقم 07

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على SPSS

خلال الجدول أعلاه يتضح انه لدينا علوم التسيير حضي بأكبر نسبة تقدر بـ 41.2% بـ 42 مفردة من المجموع الكلي، نظرا لأنه أكبر التخصصات من حيث تعدد الطلبة، ثم تليها العلوم الاقتصادية بـ 23 مفردة أي ما يعادل 22.5% ثم يليها جذع المشترك بنسبة 17.6% تليها المالية والمحاسبة بنسبة 10.8% لتأتي في الاخير العلوم التجارية بنسبة 7.8% . وتدل النتائج السابقة على وجود تنوع في تخصص أفراد العينة والذي تم العمل عليه من طرف الطالبتين، وذلك من أجل الحصول على إجابات متنوعة تخدم أهداف الدراسة

- خصائص مفردات الدراسة حسب المستوى التعليمي:

الشكل رقم 5: تركيبة العينة حسب المستوى التعليمي الشكل رقم 9: توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على SPSS انظر الملحق رقم 06

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على SPSS

خلال الجدول أعلاه يتضح انه لدينا ذو المستوى ليسانس هي أكبر نسبة بـ 44.1%، ثم تليها الفئة ذو المستوى ماستر بـ 50%، ثم دكتوراه بنسبة 5.9% وذلك نظرا لقلة الطلبة في هذا المستوى مقارنة ببقية المستويات.

المطلب الثالث: نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

في هذا المبحث نجد أنه تم الاعتماد في تحليل البيانات والاستبيانات على أسلوب النمذجة بالمعدلات البنائية، لمعرفة مدى تأييد ومطابقة النموذج النظري للقياس مع البيانات الميدانية، وقد تم هذا العمل

بالاستعانة بالبرنامج الاحصائي (smartpls) في دراسة دور التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ممارسة العمل الحر لدى طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالاغواط

1- اختبار ثبات نموذج الدراسة:

للتأكد من ثبات الدراسة في البرمجة بالمعادلات البنائية ليكفي فقط حساب معامل الفا كرونباخ، بل نحتاج الى اختبارات اخرى هي:

- معامل التشبع (Factor Loadings) FL: ويقصد به مؤشر التوافق و انسجام العبارات مع بعضها

البعض، وحتى نستطيع اعتماد العبارة في القياس يجب ان يكون لها FL يفوق على الاقل 70 %

- الموثوقية المركبة المعبر عليها ب CR (Composite Reliability): حيث تشترط قيمة أكبر من

0.7 ، وهي تقيس المحور ككل ، وليس كل عبارة على حدى كما هو الحال على معامل التشبع. أي أنها

تشير الى الاتساق الداخلي بين العبارات و المحور و هي شبيهها الفا كرونباخ بالإضافة انها مستحدثة.

- متوسط التباين المستخرج AVE(average variance extracted): (وهو مؤشر القيم المتوسطة

الكبرى لحزم المربعات للمؤشرات المرتبطة بالنموذج، وحتى يتصف النموذج بصدق التقارب يجب أن

يكون اكبر من 0.5. والجدول التالي يبين قيم هذه الاختبارات الثلاثة على النحو التالي:

الجدول رقم 10: نتائج أدلة صدق التقارب قبل وبعد حذف العبارات المشوشة

		العبارات	قبل الحذف			بعد الحذف		
			FL	CR	AVE	FL	CR	AVE
تجارة	مواقع التواصل الاجتماعي	Q1	0,658	0,775	0,334	0,727	0,775	0,534
		Q2	0,484			-		
		Q3	0,386			-		
		Q4	0,494			-		
		Q5	0,647			0,720		
		Q6	0,616			-		
		Q7	0,621			0,745		
		Q8	0,494			-		
	المنتج	Q9	0,363	0,739	0,204	-	0,742	0,491
		Q10	0,578			0,747		
		Q11	0,507			-		
		Q12	0,486			-		
		Q13	0,524			-		
		Q14	0,538			0,697		
		Q15	0,462			-		
		Q16	0,331			-		
		Q17	0,253			-		
		Q18	0,315			-		
		Q19	0,623			0,654		
		Q20	0,249			-		
	الزبون	Q21	0,431	0,752	0,347	-	0,804	0,577
		Q22	0,631			0,731		
		Q23	0,760			0,789		

		Q24	0,583			-		
		Q25	0,396			-		
		Q26	0,665			0,758		
		Q27	0,565			-		
		Q28	0,608	0,752	0,279	0,750	0,758	0,512
		Q29	0,461			-		
		Q30	0,419			-		
		Q31	0,625			0,716		
		Q32	0,497			-		
		Q33	0,463			-		
		Q34	0,495			-		
		Q35	0,621			0,678		
العمل الحر								

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 08 و 09)

2- أدلة صدق التمايز:

تشير الى افتراض مجموعة من العبارات لا تمثل باقي العوامل او المتغيرات الكامنة الاخرى، أي تكون نسبة الارتباطات مع العوامل الاخرى ضعيفة، وبمعنى اخر ان يظهر تمايز لعامل أو متغير كامن معين بعبارته عن باقي العوامل أو المتغيرات الاخرى، وينقسم الى مؤشرين هما:

- التحويلات المتقاطعة **Cross Loading** ويمكن التأكد من صحة التمايز من خلال استخدام المؤشر الثاني وهو التحويلات المتقاطعة (Cross Loading)، وهو مؤشر يقيس مدى تباعد العبارات عن بعضها البعض.

الجدول رقم 11: نتائج مؤشر التوافق CL

مواقع إ	المنتج	العمل الحر	الزبون	
0,728	0,327	0,301	0,197	سؤال 1
0,241	0,747	0,265	0,363	سؤال 10
0,359	0,698	0,246	0,163	سؤال 14
0,240	0,655	0,289	0,383	سؤال 19
0,245	0,328	0,302	0,732	سؤال 22
0,168	0,367	0,237	0,789	سؤال 23
0,177	0,303	0,411	0,759	سؤال 26
0,349	0,363	0,751	0,305	سؤال 28
0,253	0,232	0,717	0,389	سؤال 31
0,248	0,186	0,678	0,153	سؤال 35
0,720	0,284	0,311	0,082	سؤال 5
0,745	0,260	0,276	0,272	سؤال 7

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 10)

نلاحظ من الجدول أعلاه الذي يظهر مؤشر توافق كل العبارات مع المتغيرات الكامنة بأن كل سؤال يقيس المتغير التابع له ولا يقيس متغير كامن آخر، وذلك لأن قيمة العلاقة بين كل عبارة والمتغير التابعة له أكبر من قيمة علاقتها بالمتغيرات الأخرى. نأخذ على سبيل المثال Q23 والتي تبلغ قيمته 0.789، حيث تمثل أعلى قيمة في السطر الذي تنتمي إليه، مما يعني أنها فعلا تنتمي للبعد الذي تمثله ولها علاقة قوية معه، وبالتالي فهي تبعد عن باقي المتغيرات ولا تمثلها، وهكذا الحال مع باقي العبارات.

ارتباط المتغير (variable correlation): هو مؤشر قياس مدي تنافر وتباعد المحاور عن بعضها البعض، وكانت نتائجه في الجدول التالي :

الجدول رقم 12: نتائج مؤشر ارتباط المتغير VC

مواقع إ	المنتج	العمل الحر	الزبون	
				التجارة
			0,760	الزبون
		0,716	0,415	العمل الحر
	0,701	0,381	0,438	المنتج
0,731	0,397	0,403	0,259	مواقع إ

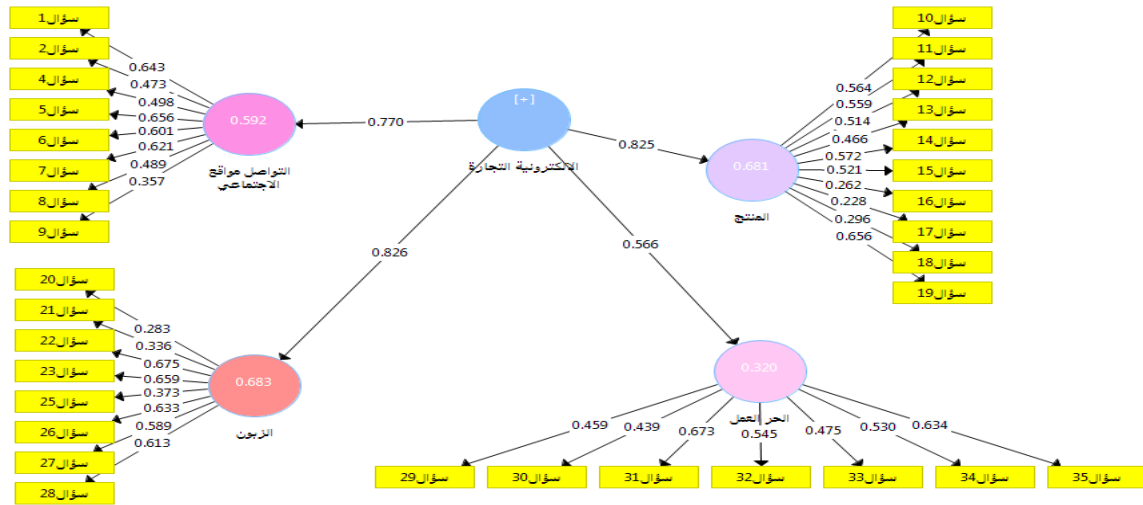
المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 11)

يقيس مؤشر VC مدى تباعد المتغيرات او المحاور مع بعضها البعض اي ان المحور يمثل نفسه و لا يرتبط بمحور اخر، وتمثل القيم بالخط العريض في الجدول اعلاه الجذر التربيعي لـ AVE حيث اذا كان قيمة VC للمتغير مع نفسه اعلى من باقي المحاور، فإننا نقول انه لا يوجد تداخل بين المحاور، وان هذا المتغير مستقل بذاته، و من خلال الجدول نرى انه لا يوجد تداخل بين المحاور مع بعضها البعض.

تقييم صلاحية النموذج البنائي :

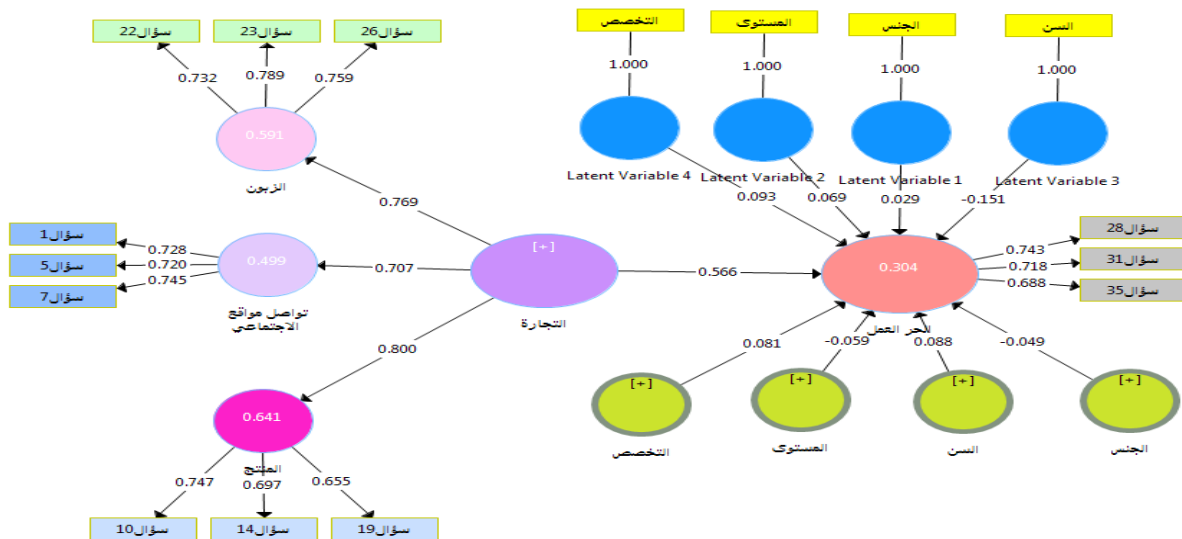
بعد قياس جودة وصلاحية نموذج القياس من خلال اختبارات أدلة صدق التقارب وأدلة صدق التمايز، ننتقل الان الى اهم العناصر، وهو تقييم صلاحية نموذج البناء، وذلك بقياس ثلاث مؤشرات تقيس لنا جودة المطابقة، ونستعرض أيضا شكل نموذج الدراسة قبل وبعد التصفية، ثم ادلة صدق التقارب والتمايز.

الشكل رقم 6: النموذج البنائي قبل توظيف أدلة صدق التقارب والتمايز



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS

الشكل رقم 7: نموذج البنائي بعد توظيف ادلة صدق التقارب والتمايز



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS

قبل التطرق الى المؤشرات المذكورة أعلاه، يمكن الاستعانة بمعامل تضخم التباين (VIF) وذلك للتأكد

من عدم وجود ازدواجية خطية بين العبارات.

الجدول رقم 13: نتائج اختبار الازدواج الخطي للمتغيرات VIF

سؤال 7	سؤال 5	سؤال 35	سؤال 31	سؤال 28	سؤال 26	سؤال 23	سؤال 22	سؤال 19	سؤال 14	سؤال 10	سؤال 1	VIF
1,143	1,143	1,143	1,143	1,143	1,143	1,143	1,143	1,143	1,143	1,143	1,143	1,143

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 12)

نلاحظ من الجدول التالي بأن جميع قيم VIF لم تتجاوز القيمة القصوى المحددة بـ 5، حيث بلغت أعلى قيمة له 1.400، ومنه يمكن الحكم بعدم وجود ازدواج خطي بين العبارات المكون للأبعاد.

- **معامل التحديد (R Square)** وهو مقياساً لمدى تكرار النتائج التي تمت ملاحظتها في النموذج، استناداً إلى نسبة التباين الكلي للنتائج التي أوضحها النموذج ، أي قدرة شرح المتغيرات المستقلة للمتغير التابع .

الجدول رقم 14: نتائج مؤشر معامل التحديد R2

المحور	النتيجة	الملاحظة
العمر الحر	0,272	منخفضة

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 13)

حسب (Chin 1998) فان قيمة معامل التحديد تكون عالية اذا تخطت 67% ومتوسط اذا كانت محصورة بين 33% و 69% ومنخفضة فيما عدا ذلك، ومن خلال جدول معامل التحديد نستنتج أن نسب معامل التحديد منخفضة قليلاً .

- **مؤشر حجم التأثير F2** وهو مؤشر خاص بقياس تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع كلاً على حدى أي تأثير كل بعد لوحده، عكس معامل التحديد الذي يقس تأثير الأبعاد ككل لى المتغير التابع، وقيمه حسب Cohen (1988) كالتالي:

أكبر من 0.35 عالي ، من 0.15-0.35 متوسط، من 0.02-0.35 ضعيف، أقل من 0.02 لا يوجد

الجدول رقم 15: نتائج مؤشر حجم التأثير F2

المحور	النتيجة	الملاحظة
التجارة الكرتونية	0,388	عالي

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 14)

نلاحظ من الجدول أعلاه أن المتغير المستقل (التجارة الالكترونية) لها تأثير عالي على المتغير التابع (العمل الحر)، حيث بلغ حجم التأثير 38% وهو ما يشير الى قدرة التأثير العالية.

- **مؤشر القدرة التنبؤية Q2** : يمكن استخدام العلاقة التنبؤية بشكل فعال كمعيار للتنبؤ، حي يوضح مدى جودة اعادة تجميع البيانات التي تم جمعها تجريبيا بمساعدة النموذج، اذا كانت أكبر من الصفر فان النموذج له قدرة تنبؤية ، والعكس اذاكان اقل من الصفر فان النموذج يفتقر الى الأهمية التنبؤية.

الجدول رقم 16: نتائج مؤشر القدرة التنبؤية Q2

المحور	النتيجة	الملاحظة
العمل الحر	0,12	جيد

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 15)

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة Q² قد تجاوزت الصفر للمتغير المستقل، وهذا يعني أن للنموذج القدرة على التنبؤ أي أن للمتغيرات المستقلة أثر بالغ على المتغير التابع، ولها القدرة على التنبؤ به.

3- اختبار الفرضيات الدراسة

بعد الانتهاء من تقييم جودة كل نموذج القياسي والبنائي، وعرض جميع المؤشرات الدالة على ذلك، سننطلق ضمن هذا القسم في اختبار كل من الفرضية الرئيسية، والفرضيات الفرعية المنبثقة منها.

فيما يلي سنقوم باختبار الفرضية الرئيسية، وكذا الفرعية للدراسة عند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$.

- الفرضية الرئيسية: حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم 17: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

البيان	معدل الانحدار	الانحراف المعياري	قيمة (T)	القيمة الاحتمالية (P)	النتيجة
التجارة الالكترونية < - العمل الحر	0,54	0,07	7,07	0,00	رفض الفرضية

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 16)

من الجدول نلاحظ أن القيمة الاحتمالية للتجارة الالكترونية مساوية للصفر، أي أنها أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ومنه نقوم برفض الفرضية الرئيسية، أي أنه يوجد أثر دال إحصائيا للتجارة الالكترونية على ممارسة العمل الحر للطلبة

- الفرضيات الفرعية:

الجدول رقم 18: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

البيان	معدل الانحدار	الانحراف المعياري	قيمة (T)	القيمة الاحتمالية (P)	النتيجة
الزبون < - العمل الحر	0,33	0,10	3,04	0,00	رفض الفرضية
المنتج < - العمل الحر	0,15	0,10	1,38	0,17	قبول الفرضية
مواقع ت إ < - العمل الحر	0,28	0,13	2,18	0,03	رفض الفرضية

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SMARTPLS (انظر الملحق رقم 17)

من الجدول نلاحظ أن القيمة الاحتمالية لكل من الزيون ومواقع التواصل الاجتماعية كانت على التوالي: 0.03، 0.00 أي أنها أقل من مستوى المعنوية $0.05 \geq \alpha$ ومنه نقوم برفض كل من الفرضية الاولى والثالثة، وهذا يعني أنه يوجد أثر دال إحصائيا لكل من المتغيرين السابقين على توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر، ومن جهة أخرى نجد أن القيمة الاحتمالية للمنتج قد تجاوزت 0.05، ومنه قبول الفرضية ، أنه لا يوجد أثر دال إحصائيا للمنتج على توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر.

خلاصة الفصل:

انطلاقاً من تحليل البيانات المحصلة من خلال الدراسة الميدانية الخاصة بموضوع البحث والتطرق الى انعكاسات الدراسات النظرية المعالجة خلال البحث في الواقع و ذلك انطلاقاً من مجموعة الخطوات والوسائل الداعمة للبحث العلمي و ذلك بدراسة عينة من كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير المؤسسة محل الدراسة.

في هذه الدراسة اعتمدنا على توزيع استبانة بهدف الوصول الى معلومات علناطلبة بما يخدم موضوع دراستنا ,تمت معالجة الردود اوليا بالاعتماد على البرنامج الاحصائي spss كخطوة مبدئية في تحليل النتائج من ثم انتقلنا الى المعالجة بالبرنامج الاحصائي smart pls 30 المدعم بالنماذج والمعادلات المتقدمة والموضحة لنتائج الاستبانة من حيث الابعاد والمتغيرات المتعلقة بمشكلة البحث مما يفسر تاثير التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر

لدراسة التأثير باستعمال برنامج smart pls نقوم بنموذجة وتأطير المعطيات وتعديل ما يلزم من مؤشرات تزيد من مصداقية وصحة النموذج البنائي وبالتالي تحقيق نتيجة مرضية سعيا الى الاجابة على اشكالية الدراسة والتأكد من صحة الفرضيات.

في نتيجة الدراسة و بعد اختبار الفرضيات توصلنا الى نفي صحة الفرضية الرئيسية وبالمقابل اثبات وجود اثر دال احصائيا للتجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على توجه الطلبة نحو ممارسة العمل الحر وفقا للعينة المدروسة بكلية الاقتصاد لجامعة عمار ثلجي الاغواط عند مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$) ومن ثم رفض الفرضية الفرعية الأولى والثانية والتوصل الى وجود اثر دال احصائيا للتجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على توجه طلبة الكلية لممارسة العمل الحر ,كما تطرقنا الى ابراز الفروقات المتعلقة بالعوامل الشخصية واثبات عدم وجود اي تأثير للفروقات الشخصية (الجنس ,السن ,التخصص ,المستوى التعليمي) على توجه الطلبة نحو العمل الحر عن طريق التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي عند نفس مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$)



الخاتمة

في الحقيقة إن هذا التطور الكبير في التكنولوجيا ومختلف الوسائط الالكترونية جعل من هذه المنصات عالمًا رقميًا جديدًا موازيًا للعالم الحقيقي مما يثير فضول البحث والدراسة حيث تعددت الدراسات التي تتناول مزايا العمل بالتجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل المختلفة وأهمية اللجوء إليها والاعتماد عليها كنشاط رئيسي للعملية التجارية في عصر ثورة المعلومات والاتصالات مما يثير دور العالم الافتراضي بجميع الوسائط التي توفرها على انتشار ثقافة العمل الحر الذي يعتبر من اهم مصادر الدخل في التوجه العالمي المعاصر لتبني العمل الحر والتوجه نحو الاعتماد على مصادر دخل خاصة وتطوير وسائل العمل بها خلال دراستنا تناولنا مجموع الابعاد المتضمنة للتجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التوجه نحو العمل الخاص وخلق مصادر دخل اضافية لمواكبة مختلف المتغيرات المحيطة وتحقيق التنمية الاقتصادية للأفراد والقوميات بشكل اوسع بما يخدم الاقتصاد العالمي وقد حاولنا في الجزء النظري من الدراسة التطرق لمختلف جوانب العمل الحر من مفهوم وأهميّة وتحديات حيث خلصنا إلى أن العمل الحر مصطلح ينافي العمل الحكومي، فهو يقوم على الاستقلالية ويشجع صاحبه على الإبداع، ويخلق في نفسه الرغبة في خلق المنفعة والتطوير الدائم والمستمر، وقد اكتسب أهمية بالغة ومتزايدة سواء على المستوى الفردي، الاجتماعي والاقتصادي.

تطرقنا في دراستنا الميدانية لمجتمع الدراسة المتمثل في طلبة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، توصلنا الى عينة مكونة من 103 طالب(ة) من مختلف المستويات التعليمية والتخصصات لدراسة مدى ميول الطلبة للخوض في عالم الاعمال الحرة والاعتماد على المجهود الخاص حيث تطرقنا الى ممارسة التجارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الفئة المدروسة المتمثلة في الشباب المواكبة للتطور العالمي والتكنولوجي محاولة الوصل بينهما بما يخدم الفرد اوليا والمجتمع كليا بحيث سعت الدراسة الميدانية إلى إثبات أو نفي دور الممارسة الفعلية للتجارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الطلبة وتوجهاتهم ورغبتهم في ممارسة الأعمال الحرة.

حيث وبعد إتمام كل من الدراستين النظرية والميدانية، تمّ التوصل إلى مجموعة من النتائج، وعرض جملة من الاقتراحات، بالإضافة إلى تحديد آفاق الدراسة، وهو ما سيتم عرضه فيما يلي:

1. نتائج الدراسة:

1.1. نتائج متعلّقة بالجانب النظري:

- العمل ضرورة من ضروريات الحياة، فهو أمر لا بدّ منه، وحق رئيسي من حقوق الأفراد عامة وفئة الشباب وخريجي الجامعات خاصة.
- ادراك انه في العمل الحر والعمل المستقل لا يوجد حدود لما يمكن أن تربحه، فأنت الذي يحدد التسعيرة المناسبة بناءً على الخبرة ومستوى جودة العمل، وتقرر كم العمل الذي ستتناوله في فترة زمنية معينة، والذي يعكس مقدار إيراداتك.
- استخدام التجارة الإلكترونية أثر كبير في طرق عمل الشركات ولها تأثير واضح في أسعار البضائع والمنتجات.
- تساهم ممارسة التجارة عبر الوسائط الالكترونية المختلفة في تخفيض تكاليف الإنتاج ورفع الكفاءة باستخدام برمجيات التسيير الذاتي.
- تنعكس ممارسة الأعمال الحرة إيجاباً على المجتمع، فهي ترفع من المستوى المعيشي لأفراده، وتزيد من رفاهيته.

2. نتائج متعلّقة بالجانب التطبيقي:

نموذج الدراسة المعتمد كان جيدا وقد أعطى نتائجاً جد مقبولة فيما يتعلق بجميع المؤشرات الخاصة بنموذج القياس والنموذج البنائي.

لا توجد فروقات في تأثير التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على توجّه طلبة الكلية نحو العمل الحر تعود للمتغيرات الشخصية الخاصة بالفئة المعنية بالدراسة، والمتمثلة في كل من: الجنس و سن الطلبة، التخصصات المدروسة والمستوى التعليمي للطلاب.

منتج التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليس عاملاً دافعاً للتوجه نحو ممارسة العمل الحر، وذلك حسب رأي طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة عمار ثلجي-الأغواط.

مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر العوامل التي لها دور في توجيه طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط نحو تبني التوجّه الريادي، في ظل عجز الدولة عن توفير مناصب شغل للخريجين؛

2. مقترحات الدراسة:

- على إدارة الكلية التركيز أكثر على تخصص المقاولاتية وإعطاءه أهمية أكبر نظراً لأن طلبة هذا التخصص لديهم توجّه وميول مسبق نحو ريادة الأعمال؛
- الحلول المثلّية دوماً تكون مبنية على الأسس القانونية لكل بلد وبحسب تشريعاته، وإن انعدمت تلك الحلول فهنا يأتي دورك كمُستقل في العمل وفق مبادئ واضحة تكون ضامنة لحقوقك دون انتقاص؛

- المنافسة في عالم الأعمال أمر طبيعي للغاية، إنما الاستسلام هو ما ليس بطبيعي. يجب أن تسعى وتجتهد بسعيك وتُقدّم أفضل خدمة مُمكنة وبالتالي بناء اسمك وسمعتك، كما ينبغي البحث بشكل دائم عن خيارات عمل بديلة مُتوفرة وتقديم أساليب فعّالة، إضافة إلى تقديم مُنتجات تتماشى مع الطلب؛
- تكثيف الملتقيات والندوات والدورات التدريبية الخاصة بريادة الأعمال وكيفية إنشاء أعمال حرة وإدارتها، وذلك من أجل زيادة وعي الطلبة بالعمل الحر، وتصحيح المفاهيم الخاطئة والأفكار القديمة التي يعتقدونها بخصوصه؛

- على الدولة توفير وسائل دعم ومراقبة أكثر لحاملي المشاريع وضمان المرافقة والتأطير للأفراد الذين فضلوا العمل الحر والتوجه الخاص كمصدر دخل.

4. آفاق الدّراسة:

- بما أنّ الدراسة تناولت موضوعا واسعا لا حصر له، ويمكن الّ نظر إليه من عدّة ج وانب مختلفة، فما تّ التطرق له في هذا العمل ما هو إلّا إسهام بسيط يثري هذا الموضوع ولا يغطي جميع جوانبه، وبالتالي يمكن تناوله من مداخل واتجاهات مختلفة، نقترح بعض المواضيع ذات الصلة كلاتي:

- دور وسائل الدعم والمرافقة في توجه الطلبة نحو تبني الثقافة المقاولاتية؛
- قانون الاستثمار ودوره في تنمية ثقافة العمل الحر؛
- دور العولمة في تكريس مفاهيم وثقافة العمل الحر؛
- المقولة الالكترونية ودورها في توجه الطلبة نحو تبني العمل الحر.



قائمة المراجع

والملاحق

قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية:

أ- الكتب:

- إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001، ص-ص: 31-32.
- إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 40.
- أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكترونية والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006.
- احمد محمد غنيم، "الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 2004.
- بشير عباس العالق، "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقاله"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، الأردن، 2007.
- خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
- سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، "التجارة الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن، 2004.
- طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2002.
- محمد إبراهيم عبد الرحيم، "الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007.
- محمد طاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار الحامد، الأردن، 2005.
- محمد نور صالح الجداية، سناء جودت، تجارة إلكترونية، ط1، دار الحامد، عمان، 2009.
- مدحت رمضان، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
- نجم عبود نجم، لإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات، دار المرجع للنشر و التوزيع، الرياض، المملكة السعودية، 2004.

- نسرين عبد الحميد نبيه: الجانب الالكتروني للقانون التجاري، منشأة المعارف، بيروت، 2008.
- هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2016.
- ب- الاطروحات والرسائل الجامعية:**
- رباح سوسن، أثر التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك في ظل الازمة الوبائية (كوفيد19)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تسويق خدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بممهيدي، أم البواقي، 2020/2021.
- مرافقة بلبال، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018/2019.
- ت- المجلات والمقالات والمؤتمرات:**
- ترويج منتجات مواقع التجارة الالكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر،مراجعة ادارة مغربييني للمنظمات.
- سلطان بلغيث، " واقع استخدامات الإنترنت في الوسط الجامعي: جامعة تبسة نموذج"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 37 ، العراق، 2008.
- شوقي ناجي جواد وآخرون، " الأبعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الأردن :متطلبات النجاح"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 3 ، العدد 3 ، مطبعة الجامعة الأردنية، الاردن، 2007.
- صالح، أحمد علي، دراسة استطلاعية لخصائص الرياديين العرب في بعض البلدان العربية وأثرها في تحديات التنافسية العالمية، المجلة العربية للإدارة، مج33، ع2، المنظمة العربية للتنمية الإدارية (مصر).
- عفاف خوليد، " فعالية الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"، مجلة الباحث، العدد 07 ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2002/2030
- محمد حسام محمود لطفي، " الملامح الأساسية للمعاملات الإلكترونية"، نشرة التحكيم التجاري الخليجي، العدد 20 ، يصدرها مركز التحكيم التجاري لدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، البحرين، سبتمبر 2001.

- مختار شريف أحمد، برنامج تحليل سوق العمل الحر، مؤتمر التوجهات الاستراتيجية للتعليم الجامعي وتحديات سوق العمل، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، ووزارة التنمية الإدارية، ومركز الاستشارات والبحوث والتطوير، القاهرة، 2016.
- مهدي محمد قصاص، العمل الحر آلية لحل مشكلات الشباب (ندوة)، علم الاجتماع وقضايا البطالة في ظل العولمة، كلية الآداب، مصر، جامعة المنصورة.
- الناعي، محمود (2000) فكر العمل والإبداع الإنتاجي في إطار الثقافة العربية، المؤتمر العلمي السادس عشر، جامعة المنصورة، مصر.

ثانيا: باللغة الاجنبية:

- Le secteur des technologies de l'information en algeries sue home.media.com/uploads/ss3i/algerie_technologie_info..consulte 13/12/2012
- Stewart, D. (2013). Freelance Interpreters - You are a business owner, Canada:Manitoba Association of Visual Language Interpreters (M.A.V.L.I.).
- Berland, E. (2014). Freelancing in America: A national survey of the new workforce. Freelancers Union and Elance-oDesk.

الملحق رقم 1: قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	اسم الأستاذ	الجامعة
1	أحميدة فرحات	جامعة عمار ثليجي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط
2	يوسف خنيش	جامعة عمار ثليجي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط
3	يوسف رحمانى	جامعة عمار ثليجي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط
4	الهاشمي بعاج	جامعة عمار ثليجي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط

الملحق رقم 2 : الاستبيان الموزع بعد التحكيم بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالأغواط

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار الثليجي - الأغواط -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
استبيان

الأستاذ(ة) المحترم(ة):

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته. لنا عظيم الشرف أن نتقدم الى سيادتكم الموقرة بطلبنا هذا والمتمثل في طلب تحكيم الاستبيان ، و ذلك قصد استعماله في اعداد مذكرة تخرج تحت عنوان "دور التجارة الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توجه الطلبة الجامعيين نحو ممارسة العمل الحر " دراسة حالة بكلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير جامعة عمار ثليجي الأغواط ، و ذلك ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص "مقاولتية" و نشرف بمساهمتكم الفعالة في تحكيم الاستبيان و افادتنا بما هو مطلوب.

اولا :البيانات الشخصية

1- الجنس	انثى
	ذكر
2-السن	اقل من 20 سنة
	من 20 الى 22 سنة
	اكبر من 22 سنة
3-المستوى التعليمي	ليسانس
	ماستر
	دكتوراه

قائمة الملاحق

جذع مشترك	4-التخصص
علوم التسيير	
العلوم الاقتصادية	
العلوم التجارية	
العلوم المالية و المحاسبة	

ثانيا: المعلومات الخاصة بالبحث

الرقم	العبارات	لا أوافق تماما	لا أوافق	موافق نسبيا	موافق	موافق تمام
التجارة الالكترونية						
1- مواقع التواصل الاجتماعي						
1	الترويج للأعمال عبر مواقع التواصل الاجتماعي زاد من رغبتني في ممارسة عملي الخاص					
2	ارى ان التجارة عبر مواقع التواصل (فيسبوك ,انستغرام ,.....)تخفف من الاكتظاظ في الواقع (المتاجر)					
3	بحكم الاستعمال الدائم للإنترنت أجد أنني استطيع البدء في عملي الخاص والنجاح فيه					
4	ارى ان العمل عبر الانترنت يتيح لي العمل في المجال الذي اهتم به وابرع فيه					
5	تعلمت من استعمالي لمواقع التواصل الاجتماعي انشاء صفحة خاصة بالعروض التجارية					
6	اجد ان الاعتماد الكبير على الانترنت حاليا يسهل من عمليات التواصل					
7	اجد ان الانترنت بمختلف الوسائط التي توفرها تزيد من رغبتني في بدأ عملي الخاص					
8	اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي تسهل الوصول الى عدد اكبر من الزبائن					
2-المنتج						
9	الشراء عبر الانترنت يساعد على توفير تكلفة وجهد التوصيل					
10	ارى ان السوق الالكتروني اكثر تنوعا					
11	اجد ان المنتجات الالكترونية اكثر تصنيفا حسب الاستعمالات وتكلفة ومزايا المنتجات					
12	الاعتماد على التواصل الالكتروني بالنسبة لي يوفر الوقت ويسهل الوصول الى المعلومة					
13	الترويج عبر الانترنت يوفر معلومات اكثر حول مواصفات ومزايا استخدام المنتجات					
14	ارى ان المنتجات الالكترونية توفر جهد البحث عن المنتجات (سلعة/خدمة)					
15	املك من المؤهلات ما يسمح لي بالانطلاق في مشروعي الخاص عبر الانترنت					

16	اللغة الانجليزية اللغة الأكثر استعمالا في التعاملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي				
17	اعتقد ان النصائح الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي مفيدة وقيمة				
18	ارى ان التواصل المباشر مع المستهلك يزيد من الثقة في المعاملات				
19	التجارة عبر الانترنت تتيح لي دخلا مغريا				
20	العمل عبر الانترنت لا يتطلب مني جهدا وتكلفة استخدام كبيرة				
3-الزبون					
21	اجد ان الشريحة المستهدفة الكترونيا اوسع و اكثر تنوعا (من حيث جنس وعمر الزبائن)				
22	ارى ان انتشار الإشهاريات عبر مواقع التواصل الاجتماعي يسهل الوصول الى الزبائن				
23	اعتماد العروض الخاصة والتخفيضات اهم ما يخدم المستهلك للمنتجات الالكترونية				
24	خدمات التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي تجعل حياتي اكثر سهولة				
25	التعامل مع الصفحات الالكترونية يتيح لك خيارات اكثر في الدفع مقابل ما تحصل عليه (سلعة/خدمة)				
26	ارى ان عملية الامداد من العالم الافتراضي الى الواقع اصبحت اكثر رواج وسهولة				
27	بحكم الاستخدام الدائم للأنترنت دائما ما اتصادف مع ما ابحت عنه من منتجات				
العمل الحر					
28	ارغب في ممارسة العمل الحر بعيدا عن الوظيفة				
29	ارى ان ممارسة العمل الحر تتيح لي الحرية والاستقلالية بشكل اكبر				
30	لدي القدرة والمهارات الكافية التي تؤهلني للبدء في عملي الخاص والنجاح فيه				
31	وسائل الدعم والمراقبة لإنشاء المؤسسات تشجعني للخوض في عملي الخاص				
32	العمل الحر يمكنني من تكوين علاقات مع اشخاص من مجالات مختلفة				
33	تبني العمل الحر يستلزم توفر تمويل يسمح لي بمباشرة عملي الخاص				
34	العمل الحر من اهم السبل لتحقيق التقدم وتحقيق الذات				
35	المردود المادي للعمل الحر يشجعني على الخوض في عملي الخاص				

الملحق رقم 3: نتائج اختبار ألفا كرو نباخ

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	102	100,0
Exclue ^a	0	,0
Total	102	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,830	33

الملحق رقم 4: خصائص عينة الدراسة

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	58	56,9	56,9	56,9
	انثى	44	43,1	43,1	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

الملحق رقم 5: خصائص عينة الدراسة

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 20 سنة	6	5,9	5,9	5,9
	من 20 إلى 22 سنة	39	38,2	38,2	44,1
	أكثر من 22 سنة	57	55,9	55,9	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

الملحق رقم 6: خصائص عينة الدراسة

المستوى التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ليسانس	45	44,1	44,1	44,1
	ماجستير	51	50,0	50,0	94,1
	دكتوراه	6	5,9	5,9	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

الملحق رقم 7: خصائص عينة الدراسة

التخصص

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الجدع المشترك	18	17,6	17,6	17,6
	علوم التسيير	42	41,2	41,2	58,8
	العلوم الاقتصادية	23	22,5	22,5	81,4
	العلوم التجارية	8	7,8	7,8	89,2
	العلوم المالية و المحاسبة	11	10,8	10,8	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

الملحق رقم 8 : نتائج أدلة صدق التقارب

	الزبون	العمل الحر	المنتج	مواقع ت إ
سؤال 1	0,197	0,301	0,327	0,728
سؤال 1	0,197	0,301	0,327	0,728
سؤال 10	0,363	0,265	0,747	0,241
سؤال 10	0,363	0,265	0,747	0,241
سؤال 14	0,163	0,246	0,698	
سؤال 14	0,163	0,246	0,698	0,359
سؤال 19	0,383	0,289	0,655	0,240
سؤال 19	0,383	0,289	0,655	0,359
سؤال 22	0,732	0,302	0,328	0,245
سؤال 22	0,732	0,302	0,328	0,245
سؤال 23	0,789	0,237	0,367	0,168
سؤال 23	0,789	0,237	0,367	0,168
سؤال 26	0,759	0,411	0,303	0,177
سؤال 26	0,759	0,411	0,303	0,177
سؤال 28	0,305	0,751	0,363	0,349
سؤال 31	0,389	0,717	0,232	0,253
سؤال 35	0,153	0,678	0,186	0,248
سؤال 5	0,082	0,311	0,284	0,720
سؤال 5	0,082	0,311	0,284	0,720
سؤال 7	0,272	0,276	0,260	0,745
سؤال 7	0,272	0,276	0,260	0,745

الملحق رقم 9: الموثوقية المركبة CR ومتوسط التباين المستخرج AVE

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (A...
	Composite Rel...	Average Variance Extracted (AVE)		
الزبون	0.80	0.58		
مواقع التواصل الاجتماعي	0.78	0.53		
العمل الحر	0.76	0.51		
المنتج	0.74	0.49		
التجارة	0.80	0.31		

الملحق رقم 10: نتائج أدلة صدق التمايز

1. مؤشر التوافق CL

Fornell-Larcker Criterio...		Cross Loadings		Heterotrait-Monotrait R...		Heterotrait-Monotrait R...	
	التجارة	الزبون	العمل الحر	المنتج	مواقع التواصل الا...		
سؤال 23	0.60	0.79	0.24	0.37	0.17		
سؤال 23	0.60	0.79	0.24	0.37	0.17		
سؤال 26	0.57	0.76	0.41	0.30	0.18		
سؤال 26	0.57	0.76	0.41	0.30	0.18		
سؤال 28	0.45	0.30	0.75	0.36	0.35		
سؤال 31	0.39	0.39	0.72	0.23	0.25		
سؤال 35	0.26	0.15	0.68	0.19	0.25		
سؤال 5	0.46	0.08	0.31	0.28	0.72		
سؤال 5	0.46	0.08	0.31	0.28	0.72		
سؤال 7	0.55	0.27	0.28	0.26	0.75		
سؤال 7	0.55	0.27	0.28	0.26	0.75		

	Fornell-Larcker Criterio...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Heterotrait-Monotrait R...	
	التجارة	الزبون	العمل الحر	المنتج	مواقع التواصل الا...
سؤال 1	0.53	0.20	0.30	0.33	0.73
سؤال 1	0.53	0.20	0.30	0.33	0.73
سؤال 10	0.59	0.36	0.26	0.75	0.24
سؤال 10	0.59	0.36	0.26	0.75	0.24
سؤال 14	0.53	0.16	0.25	0.70	0.36
سؤال 14	0.53	0.16	0.25	0.70	0.36
سؤال 19	0.56	0.38	0.29	0.65	0.24
سؤال 19	0.56	0.38	0.29	0.65	0.24
سؤال 22	0.59	0.73	0.30	0.33	0.24
سؤال 22	0.59	0.73	0.30	0.33	0.24
سؤال 23	0.60	0.79	0.24	0.37	0.17

الملحق رقم 11: الارتباط المتغير VC

	Fornell-Larcker Criterio...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Heterotrait-Monotrait R...	Co
	التجارة	الزبون	العمل الحر	المنتج	مواقع التواصل الا...
التجارة	0.55	0.00	0.00	0.00	0.00
الزبون	0.77	0.76	0.00	0.00	0.00
العمل الحر	0.53	0.41	0.72	0.00	0.00
المنتج	0.80	0.44	0.38	0.70	0.00
مواقع التواصل الاجتماعي	0.71	0.26	0.40	0.40	0.73

الملحق رقم 12 : نتائج VIF

Collinearity Statistics (VIF)

	Outer VIF Values	Inner VIF Values
	VIF	
سؤال 1	1.14	
سؤال 1	1.25	
سؤال 10	1.15	
سؤال 10	1.30	
سؤال 14	1.14	
سؤال 14	1.28	
سؤال 19	1.05	
سؤال 19	1.25	
سؤال 22	1.36	
سؤال 22	1.18	
سؤال 23	1.40	

Collinearity Statistics (VIF)

Outer VIF Values	Inner VIF Values	
		VIF
سؤال 23		1.40
سؤال 23		1.32
سؤال 26		1.36
سؤال 26		1.28
سؤال 28		1.10
سؤال 31		1.17
سؤال 35		1.24
سؤال 5		1.20
سؤال 5		1.28
سؤال 7		1.16
سؤال 7		1.31

الملحق رقم 13: نتائج مؤشر معامل التحديد R^2

	R Square	R Square Adjusted
الزبون	0,591	0,587
العمل الحر	0,280	0,272
المنتج	0,641	0,637
مواقع ت إ	0,499	0,494

الملحق رقم 14: نتائج مؤشر معامل التحديد F^2

	التجارة	الزبون	العمل الحر	المنتج	مواقع ت إ
التجارة		1,445	0,388	1,784	0,997

الملحق رقم 15: نتائج مؤشر القدرة التنبؤية Q^2

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
التجارة	918,00	918,00	0,00
الزبون	306,00	206,76	0,32
العمل الحر	306,00	270,24	0,12
المنتج	306,00	215,53	0,30

مواقع التواصل الاجتماعي	306,00	231,92	0,24
-------------------------	--------	--------	------

الملحق رقم 16: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
التجارة -> العمل الحر	0,53	0,54	0,07	7,07	0,00

الملحق رقم 17: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
الزبون -> العمل الحر	0,31	0,33	0,10	3,04	0,00
المنتج -> العمل الحر	0,14	0,15	0,10	1,38	0,17
مواقع ت إ -> العمل الحر	0,27	0,28	0,13	2,18	0,03

الملحق رقم 18: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية المتعلقة بالمتغيرات المعدلة

التخصص -> العمل الحر	0,08	0,09	0,14	0,56	0,58
الجنس -> العمل الحر	-0,05	-0,04	0,12	0,42	0,67
السن -> العمل الحر	0,09	0,06	0,12	0,75	0,45
المستوى -> العمل الحر	-0,06	-0,05	0,13	0,45	0,65