

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
أنا لله وأنا إليه المرجع والعاقبة



جامعة النجاح الوطنية
كلية الاقتصاد والعلوم الادارية
قسم تسويق

الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها

إعداد الطالبات

دانا القوقا

عرين عودة

هديل حمودة

مقدم إلى

د. مجيد منصور

وذلك استكمالاً لمتطلبات مساق مشروع تخرج

نابلس / فلسطين

الفصل الدراسي الثاني

2010 - 2011



الى معلم البشرية محمد صلى الله عليه وسلم

الى الشموع التي تحترق لتضيء لنا طريقنا

الى كل من كان له دور في تعليمي

الى أبي وأمي اللذان أنارا طريقي

الى اخوتي الاعزاء واخواتي الغاليات

الى كل معلم يؤدي واجبه لخدمة وطنه وأبناء وطنه

الى كل داع وداعية الى الله

مع اجمل التمنيات الى زملائي في المسيرة التعليمية

إلى كل الأهل والأحبة

اهدائي هذا العمل المتواضع

الشكر والامتنان

"وقل ربي زدني علما"

بعد حمد الله وشكره والثناء عليه

تقدم بجزيل الشكر والامتنان الى جميع من ساهم في

اتمام هذا البحث

وأخص بالذكر الدكتور مجيد منصور

على جميع جهوده التي قدمها لي، كما أنه لم يبخل علي بأي معلومة، او حتى

نصيحة كانت

فشكراً جزيلاً لك.....

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الإهداء
ب	الشكر والتقدير
ج	فهرس المحتويات
1	الفصل الأول: خطة المشروع
2	• المقدمة
5	• مشكلة الدراسة
5	• أهمية الدراسة
7	• أهداف الدراسة
7	• أسئلة الدراسة
8	• فرضيات الدراسة
9	• نموذج الدراسة
10	• منهجية الدراسة
10	• حدود الدراسة
10	• عينة الدراسة
11	• مصطلحات الدراسة
11	• محددات الدراسة

12	الفصل الثاني: الاطار النظري والدراسات السابقة
13	• الاطار النظري
24	• الدراسات السابقة
35	الفصل الثاني: المنهج والإجراءات
36	• منهجية الدراسة
36	• مجتمع الدراسة وعينتها
37	• أداة الدراسة
38	• صدق الأداة
38	• ثبات الأداة
38	• إجراءات الدراسة
38	• المعالجات الإحصائية
39	الفصل الرابع: نتائج الدراسة
40	• النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة
47	• مناقشة الفرضيات
53	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
54	• النتائج
61	• التوصيات
62	• المراجع
64	• الملاحق

ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دراسة الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها ، كما هدفت التعرف إلى دور متغيرات الدراسة وهي (سنوات الخبرة، القطاع الذي تعمل فيه الشركة، المؤهل العلمي، العمر) نحو موضوع الدراسة، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة وتم التأكد من صدقها ومعامل ثباتها، وبعد عملية جمع الاستبانات تم ترميزها وإدخالها للحاسوب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

تبين من التحليل أن هناك عوامل مختلفة تعيق عمل التجارة الالكترونية بلغت نسبتها (82.8) فيوضح من نتائج التحليل أن العوامل السياسية تعيق عمل التجارة الالكترونية بنسبة بلغت 86.8% ، كما يتضح أن العوامل القانونية تعيق عمل التجارة الالكترونية بنسبة بلغت 81.2% ، كما ان العوامل التكنولوجية تعيق عمل التجارة الالكترونية بنسبة بلغت 80.6%، ويتضح من نتائج التحليل أن العوامل المالية تعيق عمل التجارة الالكترونية بنسبة بلغت 82.6%، و أن العوامل البشرية تعيق عمل التجارة الالكترونية بنسبة بلغت 83 وهي نسب مرتفعة جدا .

ختاماً توصي الباحثات بما يلي:

- ضرورة اعادة هيكلة الشركات بما يتوافق مع متطلبات التجارة الالكترونية لأن عصر العولة يفرض على الشركات التعامل بالتجارة الالكترونية
- ضرورة بث الوعي والثقة في المستهلكين من خلال ندوات وبرامج حول اهمية التجارة الالكترونية ودورها في التنمية.
- ضرورة تدريب الموظفين والمدراء على تطبيقات التجارة الالكترونية
- ضرورة تجهيز البنية التحتية للشركات لاستخدام تطبيقات التجارة الالكترونية

Abstract:

The purpose of this study was to determine study the difficulties faced by electronic commerce in Palestine and its impact on the usage and applications, also aimed to identify the role of the variables of the study, namely, (years of experience, the sector in which the firm operates, educational qualification, age) about the subject of study, and to achieve the goal of the study was develop the questionnaire was checked for validity and reliability factor, and after the collection of questionnaires were coded and entered into a computer and processed statistically using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

Analysis showed that there are various factors hinder the work of e-commerce amounted percentage (82.8) emerges from the results of the analysis of political factors that hinder the work of electronic commerce a rate of 86.8%, as it is clear that legal factors hinder the work of electronic commerce a rate of 81.2%, and the technological factors hinder the work of electronic commerce a rate of 80.6%, and the clear results of the analysis of financial factors that impede the work of electronic commerce, a rate of 82.6%, and human factors that hinder the work of electronic commerce was 83 by the ratios are very high.

Finally, the researchers recommend the following:

- The need for corporate restructuring in line with the requirements of electronic commerce because the age of Alaolp imposed on companies handle electronic commerce
- The need to create awareness and confidence in consumers through seminars and programs about the importance of electronic commerce and its role in development.
- the need to train staff and managers to trade applications of electronic commerce
- the need to prepare the infrastructure for companies to use e-commerce applications

خطة المشروع

المقدمة

مشكلة الدراسة

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

أسئلة الدراسة

فرضيات الدراسة

منهجية الدراسة

• أسلوب الدراسة

• عينة الدراسة

مصطلحات الدراسة

محددات الدراسة

المراجع المستخدمة

المقدمة

العالم اليوم في تغيرات متسارعة ومتطورة جعلت التقنيات الحديثة للاتصالات تتغلغل في بعض القطاعات مثل القطاع المالي والمصرفي وكذا قطاع التجارة بحيث اصبح جانب كبير من المعاملات التجارية تتم عبر الانترنت وغطت هذه الأخيرة مساحات كبرى من عالم التجارة وساهمت بشكل كبير في تغيير طبيعة المعاملات التجارية من الشكل التقليدي البطيء إلى الشكل الإلكتروني المتسارع وبالتالي تحولت التجارة التقليدية إلى تجارة إلكترونية، الامر الذي أدى إلى التحول من الأساليب التقليدية في عقد الصفقات وانجاز الأعمال والاتصال إلى استعمال الأسلوب الرقمي ، الذي يعتمد على استخدام الأجهزة والأدوات التي تدار بشكل رقمي ، ولم تعد تكنولوجيا المعلومات تقتصر على معالجة المعلومات فقط ، فقد قدمت طرق جديدة للشركات من اجل تمييز منتجاتها وخدماتها. (سعدوي وآخرون, 2006, ص8)

ويمكن القول أن التجارة الالكترونية هي مفهوم جديد...عملية أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات أو المعلومات خلال شبكة الانترنت وعليه يمكن تعريفها بأنها "الاستعمال الأمثل لكل أنواع تكنولوجيا الاتصال المتاحة من أجل تنمية النشاط التجاري للمشروعات" (حجازي, 2000, ص23)

وتعرف المؤسسة العربية لضمان الاستثمار: التجارة الالكترونية بأنها التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات و الاتصال لضمان الاستثمار هي: " التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات وشبكة الانترنت عبر التبادل الإلكتروني للبيانات متجاوز عنصر الزمن والمكان لتغطي قطاعات عديدة بآني التجزئة إلى الوسطاء الماليين وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع و التسجيل والتخزين و التسليم. (قسم البحوث، 1999، ص25)

وتسعى هذه الدراسة لتوضيح الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين في ظل الأوضاع التي يمر بها الاقتصاد الفلسطيني.

الدراسات السابقة

أكدت دراسة حديثه أجرتها وزارة الصناعة والتجارة متمثلة في ادارة التجارة الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات وبالتعاون مع احدى بيوت الدراسات والبحوث ان دولة الامارات العربية المتحدة تأتي في المركز الاول حيث نجحت في بعض من جوانب تطبيقات التجارة الالكترونية ولكن الوضع العام لحجم التجارة الالكترونية في المنطقة يظل في مرتبة متأخرة مقارنة مع الدول الاخرى في المنظومة الاقتصادية العالمية. وتحدثت الدراسة عن التجارة الالكترونية في مملكة البحرين مقارنة بدول الخليج الاخرى باستثناء إمارة دبي بدولة الامارات العربية المتحدة فأكدت أن مملكة البحرين متقدمة في مجال تقنية المعلومات، إذ تمثل تقنية المعلومات اليوم واحدة من أهم مكونات ما يعرف بالاقتصاد الرقمي الذي يقوم على حقيقتين هما.. التجارة الالكترونية وتقنية المعلومات. وعن أسباب تأخر المنطقة في تطبيق التجارة الالكترونية اشارت الدراسة إلى أن بيئة الاستخدام تمثل من أهم المعوقات حيث عدم تعود الناس إلى الآن على استخدام الكمبيوتر والانترنت في اجراء العمليات التجارية. إلى جانب التخوف من عنصر الأمان عند اجراء المعاملات الالكترونية يعد ذلك من الاسباب الرئيسية. وأكدت الدراسة أن التغيرات الحالية في منطقة الخليج العربي وبالذات في مملكة البحرين تمثل تحولا ايجابيا يمكن الاستفادة منها في عملية توطين التجارة الالكترونية واستشهدت على ذلك بالجسر الجديد المزمع اقامته بين مملكة البحرين ودولة قطر فالجسر مثل الجسر الحالي الذي يربط البحرين بالمنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية في حد ذاته يعطي قوة للتجارة الالكترونية ليس فقط بين البلدين الذين يربطهما الجسر بل يتعداه إلى كامل المنطقة حيث عملية

الاتصال الارضي والجوي والبحري في مضمونه يسهل من عملية شحن البضائع المشتراه عبر الانترنت.

وقالت الدراسة إنه لا يمكن بأي شكل من الاشكال مقارنة حجم التبادل التجاري فيها عبر شبكة الانترنت مع مثيلاتها من الدول الغربية الولايات المتحدة الامريكية حتى كدولة مثل الهند حيث لا تزال الكثير من الشركات العاملة في منطقة الشرق الاوسط ودول الخليج تتعامل بالوسائل التقليدية في تجارتها.

ولكن فى الوقت نفسه ترى الدراسة أن المنطقة تشهد تسارعا في عملية تطبيق التجارة الالكترونية كدولة قطر التي تسعى إلى اكمال البنية التقنية التحتية فيها تمهيدا لجعل التجارة الالكترونية رافدا من روافد التجارة في اقتصادها المتنامي. (مجلة الرؤية الاقتصادية من على موقع

http://alroya.com/node/10496&sa=U&ei=U_ZpTY-FDoPpOe7p1asI&ved=0CBcQFjAF&usg=AFQjCNEiZ1rIVOcU8Wuz2n09afnIPiR_
(Lw

وناقش (Berthon , pitt and watson1996) في بحثه استخدام شبكة الانترنت كأداة للإعلان على نطاق واسع ، ومكانة الشبكة في مزيج الاتصالات التسويقية . وقد استهدف البحث تقديم إطار نظري لقياس كفاءة استخدام الشبكة . وقد توصل الباحثون إلى وضع نموذج يتكون من ست مراحل . وقد عالج النموذج أساسا مشكلة كون المتلقين للرسالة على الشبكة، يتكونون أساسا من مجموعتين هما : المهتمون بالمنظمة المعلنة ، وغير المهتمين بذلك .

تعقيب على الدراسات

حاولت الدراستان السابقتان دراسة التجارة الالكترونية في شبكة الانترنت، ودور الاعلانات في ذلك، وكيفية التبادل التجاري عبر الشبكة، لكنهما تختلفان عن الدراسة الحالية في انها تحاول دراسة الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين..

مشكلة الدراسة

يتزايد يوما بعد يوم عدد التجار أو الشركات الذين يمارسون التجارة، ولكن الأمر في الأراضي الفلسطينية يختلف عن غيره من باقي البلاد حيث يعاني الاقتصاد الفلسطيني والقطاع التجاري على وجه التحديد معوقات مشاكل ذاتية وخارجية ساهمت في ضعفه وتقليل فعاليته، ولا يشذ قطاع التجارة الالكترونية عن هذا السياق فلا زالت التجارة الالكترونية لا تتمتع بالانتشار المطلوب للعديد من الاسباب وهذا ما سوف نتطرق إليه هذه الدراسة.

من هنا تتضح مشكلة هذه الدراسة في التعرف على الصعوبات التي تواجه تبني التجارة الالكترونية من قبل الشركات العاملة في فلسطين.

أهمية الدراسة

- تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية التجارة الالكترونية نفسها في هذا العصر، وبالتالي فإن معرفة الصعوبات التي تعاني منها الشركات الفلسطينية عد خطوة أولى في التغلب عليها مما يساهم في زيادة

انتشار التجارة الالكترونية وزيادة الوعي فيها لدى المؤسسات الفلسطينية وهذا ينعكس بالايجاب على المؤسسات الفلسطينية.

- كما تتيح هذه الدراسة للشركات الفلسطينية توضيح الأسس العلمية والعملية للتجارة الالكترونية التي تساعدها في عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء العالم دون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة ، مما يوفر لهذه الشركات فرصة اكبر لجني الأرباح ، إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن .

- كما أن تبني التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني في تخفيض مصاريف الشركات الفلسطينية بحيث لا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تستخدم في خدمة الزبائن ، كما يساعد تبني التسويق الالكتروني على توفير طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء .

- كما تتضح أهمية هذه الدراسة من خلال الفئات التي سوف تستفيد منه والتي تتمثل في العاملين في الشركات الفلسطينية بالإضافة للباحثين مستقبلا في هذا المجال بالإضافة للقارئ والمهتمين بموضوع الدراسة.

أهداف الدراسة

تستهدف هذه الدراسة التعرف على الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين ، كما تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

- تحديد مستوى تبني تطبيقات التجارة الالكترونية من قبل الشركات

الفلسطينية

- توضيح أهم تطبيقات التجارة الالكترونية التي تستخدمها الشركات

الفلسطينية

- توضيح تأثير متغيرات (المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، القطاع الذي

تعمل فيه الشركة، راس المال) على استجابة افراد العينة على

الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين .

- الخروج بنتائج وتوصيات مفيدة للعاملين في مجال التجارة الالكترونية

في الشركات الفلسطينية

اسئلة الدراسة

- ما هي الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين؟

- ما هو مستوى تبني تطبيقات التجارة الالكترونية من قبل الشركات

الفلسطينية ؟

- ما أهم تطبيقات التجارة الالكترونية التي تستخدمها الشركات

الفلسطينية؟

- ما أثر متغيرات (المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، القطاع الذي تعمل فيه الشركة، العمر) على استجابة افراد العينة على الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين؟

فرضيات الدراسة

لا توجد علاقة بين الصعوبات التي تواجه تبني التجارة الالكترونية في فلسطين وعدم الوعي لدى العاملين والمتعاملين مع الشركات بتطبيقات التجارة الالكترونية.

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابة افراد العينة على الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

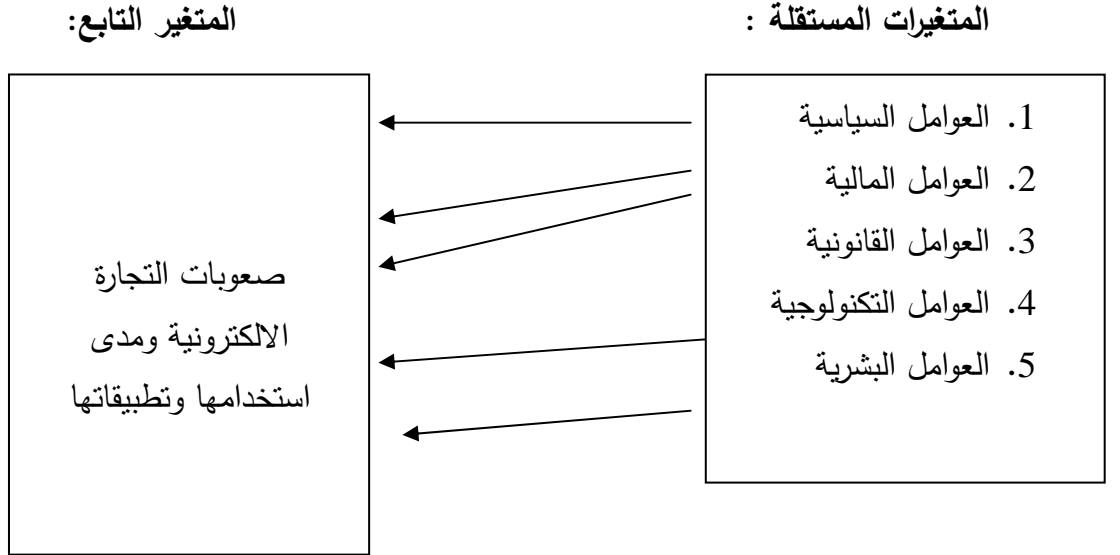
2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابة افراد العينة على الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى لمتغير سنوات الخبرة.

3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابة افراد العينة على الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في

فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى لمتغير القطاع الذي تعمل فيه الشركة.

4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين استجابة افراد العينة على الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى لمتغير العمر.

نموذج الدراسة



منهجية الدراسة

أسلوب الدراسة

استخدمت هذه الدراسة الأسلوب الوصفي التحليلي الميداني واعتمدت على المصادر التالية :

1- المصادر الثانوية : وتتمثل باستخدام المراجع والمصادر المتوفرة في المكتبات ومنها الكتب والدراسات السابقة وشبكة الانترنت وذلك لبناء الإطار النظري لهذه الدراسة .

2- المصادر الأولية : وتتمثل بالاستبانة التي سيطورها الباحثون لجمع المعلومات من مصادرها للاجابة على أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات .

حدود الدراسة:

الحد البشري: العاملون في الشركات في الأراضي الفلسطينية.

الحد المكاني: الأراضي الفلسطينية.

الحد الزمني: الفصل الدراسي الثاني 2010-2011.

عينة الدراسة:

العاملون في الشركات في الأراضي الفلسطينية

مصطلحات الدراسة

التجارة الإلكترونية:

تُعرّف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية: أنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية. جاء ذلك في دراسة لإدارة البحوث بالبنك الأهلي المصري وقد أوضحت الدراسة أن البعض كذلك يعرف التجارة الإلكترونية: بأنها تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي وسيلة سهلة وسريعة لإبرام الصفقات التجارية إلكترونياً سواء كانت التجارة في السلع والخدمات، أو المعلومات وبرامج الكمبيوتر (منتديات عز الدين <http://goundi.yoo7.com/t5-topic>)

محددات الدراسة:

لاحظ الباحثون قلة في وعي العاملين في بيئة الأعمال الفلسطينية حول مفهوم التجارة الإلكترونية وانشطتها، بالإضافة إلى قلة الأبحاث التي تناقش التجارة الإلكترونية في الأراضي الفلسطينية وصعوبة الوصول إلى جميع أفراد العينة بسبب الحواجز الاسرائيلية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

- الإطار النظري
- الدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الإطار النظري

المقدمة:

شهد العالم تحولات كبيرة في مختلف مجالات الحياة، وكان للتطورات التكنولوجية المتسارعة وخاصة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات دور بارز في هذه التحولات، فظهور شبكة الانترنت ادى الى التحول من الاساليب التقليدية في عقد الصفقات وانجاز الاعمال والاتصال الى استعمال الاسلوب الرقمي، الذي يعتمد على استخدام الاجهزة والادوات التي تدار بشكل رقمي، ولم تعد تكنولوجيا المعلومات تقتصر على معالجة المعلومات فقط، فقد قدمت طرقا جديدة للشركات من أجل تمييز منتجاتها وخدماتها. (عواد، 2005، ص 1)

فالعالم اليوم يتسم بحدوث العديد من التغيرات في الانظمة والادوات الاقتصادية المختلفة والتي تساهم في اعادة تشكيل القوى والموازن الاقتصادية والسياسية، وقد شهد العالم منذ بداية هذا العقد الكثير من التغيرات سواء على مستوى التكنولوجيا او التحول الى اقتصاد الخدمات، والاتجاه الى العولمة، وزيادة اشكال الاندماج والاستحواذ بين الشركات الصناعية والكثير من التغيرات.

وتعتبر التجارة الالكترونية كأحد أهم اشكال الاعمال الالكترونية من المتغيرات العالمية الجديدة التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الاخيرة من القرن العشرين، ومن ثم فقد اصبحت احد دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد.

ولم تعد التجارة الالكترونية قاصرة على السلع المتطور المصدرة والواردة فقط بل امتد نطاق تطبيقها ليشمل الخدمات المصرفية وحركة رؤوس الاموال وخدمات السياحة والتأمين والمقاولات والنقل والاستشارات والمهن الحرة الطبية والتعليمية والمحاماة وغيرها.

وادراكا لاهمية التجارة الالكترونية في تنشيط حركة التجارة الدولية فقد اهتمت الدول الصناعية المتقدمة بإدراج موضوع التجارة الالكترونية ضمن مفاوضات الجات واحكام منظمة التجارة العالمية بحيث تضمن لها الحماية القانونية والاعتراف الرسمي والتسهيلات المحلية والعالمية من جانب الدول والاجهزة المعنية بتسهيل حركة التجارة الدولية.(صابر، 2009، ص4-5)

مفهوم التجارة الالكترونية:

هناك العديد من التعريفات لمفهوم التجارة الالكترونية منها:

هي نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين المنتجين او بين الشركات بعضهم وبعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة. او هي شكل من اشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات بعضها وبعض الشركات وعملائها او بين الشركات والادارة العامة.(عبد المحسن، 2004، ص490)

ويقصد بالتجارة الالكترونية ايضا استخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) في عقد صفقات تجارية سواء داخل الدولة او بين عدة دول مختلفة، وتستخدم شبكة المعلومات الدولية لتوفير معلومات عن الفرص التجارية واجراء معاملات التسويق والترويج وخدمات ما قبل البيع وبعده والنقل والصيانة والشحن والتفريغ وغيرها.(صابر، 2009، ص169)

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف التجارة الالكترونية بأنها تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية والعالمية الاخرى، ويشمل ذلك:

- الاعلانات عن السلع والبضائع والخدمات.
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع.
- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري.
- عقد صفقات و ابرام العقود، سداد الالتزامات المالية ودفعها.
- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الاجراءات.
- كالتالوجات الاسعار. (عبد المحسن، 2004، ص491)

وقد عرفت التجارة الالكترونية بأنها العمليات التجارية التي تتم عن طريق المبادلات الالكترونية، بمعنى انها أي عمل تجاري سواء تمثل في بيع او شراء او الحصول على خدمة ما، ولكن بطريقة الكترونية(حجازي، 2004، ص17)

أهمية التجارة الالكترونية:

- تسمح التجارة الالكترونية بالتسوق عبر شبكة الانترنت عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بين المتعاملين، وبذلك هي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروع وتحقيق اهدافها.
- توفر في النفقات الادارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في اقامة علاقات مستمرة مع البائعين والمستثمرين، كما انها تسمح بإتمام عملية التوزيع رأسا للمستهلك.
- ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الاسعار او الجودة او الدفع.

- تعتبر ذات اهمية خاصة لكل المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث انها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية. (خليل، 2009، ص 40-41)

خصائص التجارة الالكترونية:

1. الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات سواء كان بالنسبة للحاسبات الالكترونية وتطبيقاتها او الاتصالات على مختلف انواعها.
2. يتطلب اعادة الهيكلية الكاملة في المؤسسات التجارية واعادة توزيع الوظائف فيها ومع الاخذ بعين الاعتبار عوامل المهارة والكفاءة المتميزة ومع التركيز الشديد على مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات.
3. الامتمة الكاملة لجميع العمليات الادارية داخل المؤسسة او بين المؤسسة وجميع عناصر القيمة المضافة.
4. انخفاض المساحات المخصصة للمكاتب لادارة العمليات التجارية نظرا لانحصار التعامل الورقي والاعتماد على الوسائط الالكترونية والمغناطيسية والضوئية في تخزين وتبادل البيانات.
5. الشفافية والوضوح في كافة المعاملات التي تجريها المؤسسة التجارية مع الاخذ بعين الاعتبار ضرورة استخدام تقنيات المعلومات وايصالها لكافة المستويات التي تتطلبها وتقديمها وتعريفها للغير اثناء عملية البحث.
6. ارتكاز عمليات الشركة التجارية يتمحور حول كسب العميل من خلال بناء منظومة تكفل التعامل الذكي معه لتلبية متطلباته واشباع رغباته من اجل المحافظة عليه. (صابر،

2009، ص 172)

مجالات استخدام التجارة الالكترونية:

1. تجارة التجزئة: مثل تجارة الكتب والمجلات ويتم فيها البحث عن اسم الكتاب او المحتوى ومعرفة السعر وتتم عملية الدفع بطريقة الكترونية ويتم التسليم من خلال الناشر.
2. البنوك والتمويل: تقدم البنوك الخدمة الالكترونية والتي من ابسطها الاستعلام عن الحساب ومتابعة اسعار البورصات والبيع والشراء للاسهم.
3. التوزيع: مثل توزيع المنتجات الالكترونية من برامج واجهزة حاسب آلي، توزيع الصور، الافلام، والشرائط الموسيقية.
4. التصميمات الهندسية: من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة عمل ومن اشهر الامثلة في هذا المجال قيام شركة فورد للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد يعمل اعضاؤه في اربع مواقع جغرافية مختلفة.
5. التعاملات التجارية: ومن امثلة ذلك نظام التبادل التجاري بين الشركات حيث تقوم بعرض كتاولوجات الكترونية للمنتجات والقيام بعملية التبادل بمراحلها المختلفة ودعم نظم الدفع المختلفة وتبادل المستندات والتأمين وتقديم خدمات ما قبل وما بعد البيع.
6. النشر: ومن أمثلة ذلك قيام شركات النشر بإتاحة اصداراتها من الجرائد والمجلات بصورة الكترونية.
7. خدمات متخصصة: مثل الاستشارات الطبية، القانونية، الهندسية، الادارية(رضوان،

(1999)

مراحل تنفيذ المعاملات في التجارة الالكترونية عبر الانترنت:

تتم عملية التجارة الالكترونية عبر ثلاث مراحل وذلك على النحو التالي:

1. مرحلة المعرفة: يتم خلالها التعرف على البضاعة المطلوب شرائها والتفاعل بين المنتج والمستهلك او البائع والمشتري.

2. مرحلة طلب الشراء والدفع: تأتي بعد الاتفاق على اتمام عملية الشراء.

3. مرحلة التسليم: ترتبط بنوع البضاعة اذ يمكن تسليم بعض انواع البضائع الكترونيا من خلال الانترنت بينما تسلم الانواع الاخرى باليد او عن طريق مندوب المبيعات.(عبد

المحسن، 2004، ص494)

مستويات التجارة الالكترونية:

يمكن تصنيف مستويات التجارة الالكترونية من خلال طبيعة المعاملات والتي من أهمها:

1. الشركة للشركة (B2B) Business- To-Business وهو البيع والشراء ما بين

الشركات وأغلب معاملات التجارة الالكترونية تنصب في هذه الخانة وفي مجملها هي

انظمة المعلومات ما بين المنظمات وتعاملات الاسواق الالكترونية ما بين الشركات.

2. الشركة للمستهلك (B2C) Business- To-Consume وهو بيع المنتجات والخدمات

من الشركات للمستهلك، وتعاملاتها من خلال بيع التجزئة للمستهلك مثل شركة أمازون

وبيعها الكتب للمستهلك تعتبر من ضمن هذه الخانة.

3. المستهلك للمستهلك (C2C) Consumer- To-Consumer في هذه الخانة فإن

المستهلك يبيع لمستهلك آخر بصورة مباشرة والامثلة تشمل عندما يقوم مستهلك ما

بوضع اعلانات في موقعه على الانترنت من اجل بيع الاغراض الشخصية او الخبرات

وايضا هناك مجال المزادات على الانترنت مثل Ebay.

4. المستهلك للشركة (C2B) Consumer- To-Business هذه الخانة تضم الافراد

الذين يبيعون منتجات او خدمات للشركات.

5. تجارة الكترونية غير ربحية: EC Nonbusiness الكثير من الشركات غير الربحية

مثل المؤسسات الدينية الاجتماعية تستعمل انواع مختلفة من التجارة الالكترونية من اجل

خفض تكاليف ادارة المؤسسة او لتحسين ادارة المؤسسة وخدمة الزبائن.

6. التجارة الالكترونية ما بين المؤسسات: هذه الخانة تشمل جميع النشاطات الداخلية

للمؤسسة والتي تشمل تبادل المنتجات او الخدمات او المعلومات وهذه النشاطات تمتد

من بيع منتجات الشركة الى الموظفين الى النشاطات التي تهدف من الحد من كلفة ادارة

المؤسسة وتدريب العاملين باستخدام الشبكات.(صابر، 2009، ص173-174)

مزايا التجارة الالكترونية:

تهتم الشركات بالتجارة الالكترونية لانها تساعد ببساطة في زيادة الارباح، ويمكن تلخيص كل من

مميزات التجارة الالكترونية للأعمال:

1. يمكن ان تزيد التجارة الالكترونية المبيعات وتقلل التكاليف.

2. يمكن للاعلان الذي يحدث بصورة جيدة على الويب ان يوصل الرسالة الترويجية

الصغيرة للشركة الى العملاء المحتملين في كل دولة من دول العالم.

3. يمكن أن تستخدم الشركة التجارة الالكترونية في الوصول الى قطاعات السوق الاضيق

التي تكون مبعثرة جغرافيا.

4. يفيد الويب بصفة خاصة في انتاج مجتمعات افتراضية تصبح اسواق مستهدفة مثالية

لانواع منتجات وخدمات محددة.

5. تزيد التجارة الالكترونية فرص المبيعات للبائع، وتزيد فرص المشتريات للمشتري ايضا.

6. تكون مفاوضات السعر وشروط التسليم اسهل في التجارة الالكترونية لان الانترنت يمكن

ان يساعد الشركات بكفاءة في الحصول على معلومات تنافسية لتقديم عروضها، وتزيد

السرعة والدقة التي يمكن للاعمال ان تتبادل بها المعلومات، ويقلل هذا التكاليف لكل من طرفي العمليات الجارية.

7. تقلل التجارة الالكترونية تكاليف التعامل مع استفسارات المبيعات، وتقديم حصص الاسعار، وتحديد اتاحة المنتج باستخدامها التجارة الالكترونية في عمليات دعمها المبيعات وتتبع الطلبات (أو الاوامر) (شنايدر، 2008، ص55-56)

عيوب التجارة الالكترونية:

كما ان للتجارة الالكترونية مزايا عديدة أيضا لها عيوب منها:

- بعض أنشطة الاعمال لا يمكن بحال ان تدخل في التجارة الالكترونية فمثلا الاغذية سريعة التلف والاصناف عالية التكلفة مثل المجوهرات والاثار يمكن ان يكون من المستحيل معاينتها بدرجة كافية من مكان بعيد.
- كثيرا من المنتجات والخدمات تتطلب ان عددا حاسما من المشتريين المحتملين يكون مجهزا ومستعدا للشراء عبر الانترنت، فمثلا البقالة تعرض خدمات تسليمها فقط في مدن قليلة، فإذا صار عدد اكبر من العملاء المحتملين لمحلات مربوطين بالانترنت وبدعوا يشعرون بالراحة بالشراء المباشر فإن الاعمال ينبغي ان تكون قادرة على التوسع في مناطق جغرافية أكثر.
- غالبا تحسب الاعمال ارقام العائد على رأس المال قبل استخدامها لاي تكنولوجيا جديدة، وكان هذا صعبا عمله بالنسبة للاستثمارات في التجارة الالكترونية، لان التكاليف والمنافع كان من الصعب تحديدهما كميًا.

- هناك مشكلة اخرى تواجه الشركات التي تقوم بأنشطة اعمال على الانترنت وهي صعوبة ادماج قواعد البيانات الحالية والبرمجيات الخاصة لمعالجة الصفقات المصممة للتجارة التقليدية في البرمجيات التي يمكن من خلالها استخدام التجارة الالكترونية.
- بالاضافة الى مسألتى التكنولوجيا والبرمجيات فإن كثيرا من شركات الاعمال واجهت مصاعب ثقافية وقانونية لاجراء التجارة الالكترونية، فبعض المستهلكين لا يزالون خائفين من ارسال ارقام بطاقات ائتمانهم على الانترنت. ومستهلكين اخرون مجرد مقاومون للتغيير ولا يرتاحون ان تتم المتاجرة التي تجري فيها التجارة الالكترونية بقوانين غير واضحة ومتعارضة. (يوسف، 2008، ص26-28)

واقع التجارة الالكترونية في الاسواق العربية:

تشير الدراسات البحثية والاحصائية الى ان اللغة العربية لا تمثل أكثر من 0.5% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت، وهذا يعد عائقا رئيسيا امام نجاح تجارة التسوق الالكتروني في المنطقة العربية، فمشكلة اللغة تمثل عاملا مهما يقيد نشاط التجارة الالكترونية العربية، كما ان عدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية وتحديد وسائل الوفاء بالثمن عبر تقنيات الدفع النقدي وبطاقات الائتمان، وضعف الثقة بالجوانب الامنية لحماية المعلومات مثلت عوامل حاسمة في ضعف شيوع هذا النمط المستحدث للانشطة التجارية.

ان التحديات في حقل بناء تجارة الكترونية عربية ثلاثية الابعاد بعدها الاول: متطلبات البنى التحتية، وهو تحد ذو طبيعة تقنية يتصل به تحديات بناء وتطوير الكوادر البشرية في حقل المعرفة التقنية وتحديات استراتيجيات ادارة مشاريع المعلوماتية في القطاعين العام والخاص وسلامة التعامل مع لغتها ومتطلباتها. اما البعد الثاني فيتمثل بتحديات البناء القانوني الفاعل المتوائم مع واقع المجتمع والامة والمدرك لابعاد التأثير على ما هو قائم من مرتكزات وقواعد

النظام القانوني، وهو تحد ذو طبيعة تنظيمية، اما بعدها الثالث فيتمثل في بتحديات التميز والاستمرارية والقدرة التنافسية وهو تحد يتصل بالاعمال او على نحو ادق بمفهوم تطوير الاعمال، والباحث في الواقع العربي يلحظ تنامي الجهد بغية تحقيق متطلبات ومواجهة تحديات هذه الابعاد الثلاثة، وهي جهود تتفاوت فيها المؤسسات العربية من حيث الاداء والانجاز والتميز، لكن لا يمكننا القول ان الكثير قد تحقق في هذه الميادين، اذ ما تزال غالبية الدول تعاني من مشكلات في البنى التحتية في حقل الاتصالات والحوسبة، عوضا عن النقص او عدم الاستثمار الكافي للكفاءات والكوادر المهمة للتعاطي مع تحديات البناء الفاعل نع غياب استراتيجيات اعادة بناء مساقات التعليم في حقل تكنولوجيا المعلومات والتأهيل والتدريب التطبيقي ووسائلها جميعا، ويتصل بهذا البعد عدم تخطي غالبية الدول العربية مشكلات السياسات التسعيرية لبديل الخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت، وهو عامل حازم في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لوجود التجارة الالكترونية العربية، وهو هنا ليس مجرد سوق تجارة الكترونية انما في الاساس سوق المستخدم او الزبون الذي يتيح بقاء وتطور هذا الواقع (يوسف، 2008، ص33-34)

تعتبر التجارة الالكترونية نشاطا تجاريا جديدا ومنفذا تسويقيا جديدا مليء بالوعود المستقبلية ولكن يجب التعامل مع هذا المنفذ بحذر وحكمة مستفيدين من تجارب واخطاء الاخرين في هذا المجال، ومن المعروف ان التطورات التقنية قد تجاوزت الطاقة التشريعية الحالية للدول لذلك فإن التجارة الالكترونية تحتاج لانجاحها الى قوانين مرنة وانظمة تضمن حقوق المتعاملين واسلوب التعامل وتتوافق مع السرعة التقنية، فيجب على الدول مراعاة ذلك

لأن نسبة المتعاملين بالتجارة الإلكترونية في ازدياد مستمر. (السديري،
2009، ص20)

أحكام وقوانين التجارة الإلكترونية

قامت العديد من الدول والتكتلات والمنظمات بوضع تشريعات خاصة بتنظيم التجارة الإلكترونية. ومن أهم هذه الدول الولايات المتحدة والمملكة المتحدة (قوانين فيدرالية وولايات) والقانون النموذجي للأمم المتحدة .

وسوف نبدأ بمناقشة القانون النموذجي للأمم المتحدة واتفاقيات الأمم المتحدة الخاصة بالتجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني .

قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية

صدر القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية مع دليل التشريع بقرار الجمعية العامة رقم 162/51 في 16 ديسمبر 1996. وهو يتكون من 17 مادة وينقسم إلى جزأين يحتوي الجزء الأول منه على مواد عن التجارة الإلكترونية عموماً والجزء الثاني على التجارة الإلكترونية في مجالات معينة .

وتحتوي المواد السبع عشرة على ما يلي :

مادة 1: نطاق التطبيق مادة 2: تعريف المصطلحات

مادة 3: التفسير . مادة 4: التغيير بالاتفاق

مادة 5: الاعتراف القانوني برسائل البيانات

مادة 6: الكتابة . مادة 7: التوقيع

مادة 8: الأصل . مادة 9: قبول رسائل البيانات وحجبتها في الإثبات . مادة 10: الاحتفاظ برسائل
البيانات .

مادة 11 :تكوين العقود وصحتها . مادة 12: اعتراف الأطراف برسائل البيانات . مادة 13:

إسناد رسائل البيانات مادة 14: الإقرار بالاستلام . مادة 15: زمان ومكان إرسال واستلام رسائل
البيانات . مادة 16: الأفعال المتصلة بنقل البضائع . مادة 17: مستندات النقل ثم يأتي بعد ذلك
دليل تشريعي يبيّن أهداف القانون ونطاق تطبيقه وهيكله ثم تفسير المواد مادة بعد أخرى على
نحو تفصيلي . (مجلة العالم الرقم, 2004)

الدراسات السابقة

الدراسات العربية

دراسة (عواد ، 2006)

بعنوان المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات الاردنية فقد هدفت هذه
الدراسة الى تحديد المعوقات المدركة للتجارة الالكترونية واثرها في تبني تطبيقات التجارة
الالكترونية من قبل الشركات الاردنية، وقد حددت هذه الدراسة المعوقات المدركة التي يمكن ان
تؤثر على مستوى تبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات الاردنية وهي المعوقات
التنظيمية، المالية، البيئية، القانونية، السلوكية، والتكنولوجية، وقد اشارت النتائج الى مستوى
تطبيقات التجارة الالكترونية المستخدمة من قبل الشركات الاردنية كان بشكل عام متدنيا، وقد
اشارت النتائج الى ان مستوى تطبيقات التجارة الالكترونية المستخدمة من قبل الشركات الاردنية

كان بشكل عام متدنياً، وقد كانت التطبيقات الرئيسية التي تستخدمها الشركات الاردنية تتمثل في الترويج للشركة، ومنتجاتها فقط، اما مستويات تبني تطبيقات التجارة الالكترونية التي تستهدف تقديم خدمات وعقد صفقات الالكترونية فقد كانت منخفضة جداً، كما ان مستوى تطبيقات التجارة الالكترونية المستخدمة من قبل الشركات الاردنية كان مرتبطاً بالمعوقات المدركة (تحديداً المعوقات البيئية، التنظيمية، القانونية، المالية، السلوكية) مرتبة حسب اهميتها، وقد قدمت الدراسة عدداً من التوصيات تتعلق بتدليل المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية.

دراسة مركز الاهرام, 2008

كشفت نتائج دراسة عربية متخصصة ان المعاملات المالية بين الدول العربية على شبكة الانترنت ضعيفة جداً وأن المستفيد الوحيد منها على المستوى العالمي هي الدول الاجنبية مرجعة ذلك الى غياب السيولة النقدية اضافة الى ضعف سوق بطاقات الائتمان .

وذكرت الدراسة التي اعدتها خبراء الدراسات السياسية والاستراتيجية في مركز الاهرام انه بالرغم من ان كثيرين في العالم العربي يعلقون آمالاً على اسهام التجارة الالكترونية في دعم التجارة العربية البيئية الا ان الاحصائيات تشير الى انها لم تتعد 0.8% من اجمالي التجارة العربية الخارجية لعام 2001.

واوضحت ان التشريعات الجديدة للتجارة الالكترونية والتي تعتبر في طور الصياغة في معظم الدول العربية سوف تعمل على ازالة اهم العقبات التي تعوق نمو التبادل التجاري العربي مشيرة الى ان من اهم هذه العوائق الحواجز الجمركية واحتكار الحكومات ان عدداً من العوائق تقف في طريق تفعيل

الانترنت كوسيلة للتبادل والتكامل الاقتصادي من خلال التجارة الالكترونية من اهمها التفاوت بين الدول العربية من حيث استخدام الانترنت وثقافة المجتمع المعلوماتي، وازافت الدراسة : من العوائق ايضاً ان القوى الاقتصادية المرتبطة بالانترنت يغلب عليها التأخر في كثير من الدول العربية .

واشارت الى ان دول مجلس التعاون الخليجي التي تملك اعلى المعدلات في استخدام الانترنت عربياً يغلب عليها استخدام الانترنت لاغراض الاتصال وجمع المعلومات فيما يلاحظ ضعفاً في المعاملات وهو ما يمكن شركات اجنبية تعمل في المنطقة الافادة من التجارة الالكترونية.

واوضحت الدراسة ان دولاً مثل الامارات ومصر ولبنان والاردن تعد من بين الدول العربية التي حققت تطوراً ملحوظاً في مجال المعاملات التجارية موضحة ان مشكلات السيولة النقدية قد تبحث نسبياً من جهود التنمية المعلوماتية في مصر والاردن.

وذكرت ان من اهم مشكلات التجارة الالكترونية مشكلة عدم انتشار بطاقة الائتمان في سبيل التشفير والحماية في المعاملات البنكية العربية بوجه عام.

<http://www.broonzyah.net/vb/t8342.html>

دراسة العيسوي، 2008

أشارت هذه الدراسة إلى متطلبات ومشاكل التجارة الإلكترونية في الوطن العربي وإلى ضرورة إيجاد بنية متطورة للاتصالات ونظم جيدة لإدارتها مع ارساء بيئة قانونية وتشريعية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في التجارة الإلكترونية.

ودعت الدراسة التي أعدها استاذ الاقتصاد والمستشار بمعهد التخطيط القومي بمصر الدكتور ابراهيم العيسوي إلى توفير قوة بشرية مدربة على استخدام تكنولوجيا المعلومات وعلى صيانة الاجهزة والمواقع مع زيادة الوعي لدى الشركات والمؤسسات والحكومات بأهمية قطاع تكنولوجيا المعلومات.

واضافت الدراسة ان هناك مشكلات اخرى بالاضافة الى المشكلات التقليدية التي تعوق التجارة الإلكترونية في العالم العربي مثل المخاطر التي تتعرض لها الشركات صاحبة المواقع على الانترنت من تخريب بيانات وتشويش وتحويل واستبدال البيانات واساءة التعامل معها علاوة على المخاطر التي يتعرض لها الافراد عند التعامل مع الشركات.

<http://www.brooonzyah.net/vb/t8342.html>

دراسة فؤاد جمال عبد القادر , 2009

أوضحت الدراسة إذا كان من المسلم به أن العالم يعاصر اليوم عهداً جديداً من النهضة في المجالات الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والتي تعد بحق الثورة الصناعية الثانية في حياة البشرية ، فإن لنا أن نتصور عمق التغيير والتحول المتوقعين في أنماط الحياة والبناء الاجتماعي والاقتصادي مقارنة بما

أحدثته الثورة الصناعية من تأثيرات على المجتمع الإنسانى ككل. و جدير بالذكر أن الثورة الإلكترونية بخلاف الثورة الصناعية الأولى لا تعتمد على الثروات الطبيعية إلا بقدر يسير بينما تمثل الثروات البشرية رأس المال الحقيقى اللازم لهذه الثروة ، فالفكر البشرى والقدرة على الابتكار والتطوير هما لب هذه الثورة بينما يمثل الجهد الانسانى يدها التى تقوم بتحويل الأفكار إلى منجزات ذات ابتكار وكفاءة وذات ربحية عالية فى الوقت ذاته.

لم يعد أحد يجادل إذاً فى أهمية تأثير التوجه نحو التنمية التكنولوجية كأسلوب ومنهاج عمل وهدف على عملية التنمية الشاملة بالنسبة لأية دولة تتطلع إلى مستقبل ملى بالرخاء ، حيث تشمل التنمية هنا الجانبين الاجتماعى والاقتصادى على السواء.

وتعتبر المعلومات من المصادر الثمينة التى لا تتآكل أو تضمحل بل هى فى تزايد مضطرد حتى أصبح العصر الذى نعيش فيه يعرف بعصر انفجار المعلومات Information Explosion ، هذا العصر تلعب فيه الأوتوماتيكية Automatism من ميكنة وبرمجيات واتصالات دور العمود الفقرى والقاسم المشترك فى خلق المناخ التنافسى الذى يحقق التميز الذاتى ، لذا بات علينا قبول التحدى بمواكبة هذا التطور واغتنام الفرصة لاستغلال إمكانيات تكنولوجيا الحاسبات والاتصالات وأن نبذل أقصى جهد لتطويع هذه التكنولوجيا لخير البلاد وتقدمها.

وقدمت الدراسة عرضاً موجزاً لواحد من أهم روافد التطور التقنى ألا وهو التجارة الإلكترونية والتي تحتاج إلى مزيد من الإيضاح والتحديد خاصة وأن مصطلح التجارة الإلكترونية لم يكن معروفاً على مستوى العالم كله قبل عشر سنوات حيث كان الشكل التقليدى للتجارة هو الشكل الوحيد المعروف ، وإذا كان هذا الشكل التقليدى ما زال قائماً فإنه يضمحل يوماً بعد يوم خاصة فى دول العالم المتقدم أمام طوفان الصيغة الإلكترونية الجديدة ، كما عرضت من ناحية أخرى لأهم مزايا التجارة الإلكترونية والعوائق التى تقف فى طريق الأخذ بها ، ثم نلقى الضوء على المحاولات التشريعية فى شأن التجارة الإلكترونية .

http://www.tashreaat.com/view_studies2.asp?std_id=93

دراسة سعيد عبد الخالق, 2009

حملت هذه الدراسة عنوان تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها. وبينت الدراسة أن التجارة الإلكترونية تتمثل في كافة أنواع التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنت وتجري هذه التعاملات سواء بين المشروعات بعضها البعض (بين الشركات وموردي مدخلات الإنتاج، أو منشآت التسويق أو التوزيع،...)، أو بين الشركات وعملائها من المستهلكين، أو بين المنشآت والأجهزة الرسمية.

وأوضحت الدراسة أن التجارة الإلكترونية تغطي مجالات عديدة تشمل أنشطة الترويج والدعاية والإعلان، وتقديم المعلومات عن السلعة أو الخدمة، كما تشمل إبرام عقود السلع والخدمات الإلكترونية، واعطاء أوامر البيع والشراء

والمتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات، والاستلام الفوري للسلع والخدمات عبر الشبكات أو خارجها، إضافة إلى تسوية المدفوعات والسداد الفوري للالتزامات المالية .

لذلك تتميز التجارة الإلكترونية بالآتي:

- 1- الطبيعة الشاسعة للشبكات الرقمية العالمية
- 2- تذليل كل ما يتعلق بالصعوبات الجغرافية للتجارة الدولية، وبالتالي فهي تسهم في زيادة تدفق المنتجات وتخفيض تكلفة المبادلات.
- 3- تقليل مدد أو زمن التوريد وتبسيط إجراءات وعمليات اوامر الشراء .
- 4- توفير بدائل اكثر لاحتياجات المشاريع ومستهلكي التجزئة من السلع والخدمات في عدد متزايد من الأسواق، حيث يتيسر لهم عقد المقارنات التفضيلية للمعروض منها.
- 5- تعزيز الشفافية في الأسواق نظرا لتدفق المعلومات وانسيابها عبر الشبكات.
- 6- تتيح شبكة الإنترنت عددا من المزايا في مجال التمويل وبدائل الدفع، فيمكن للشركات أن تستخدم شبكة الإنترنت في أن تحدد بسهولة افضل مقدمي هذه الخدمات، كما يمكنها تبادل المعلومات بشأن الصفقات أثناء الاتصال مباشرة.

7- تنطوي تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في التجارة الدولية على إمكانات هائلة فيما يتعلق بخفض التكاليف التشغيلية والتعجيل بدورة المعاملات (والدفع)، وهذه المزايا تترجم إلى زيادة في التجاوب من جانب المصدرين لعملائهم، والقدره على التنافس على الاعمال التجارية ذات الوتيرة السريعة التي يتسم بها قدر كبير من التجارة الدولية.

دراسة عابد بن عابد العبدلي, 2008

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

والتي ينبغي العمل على تذليلها في سبيل الإفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية لما لها من الآثار الايجابية على مختلف قطاعاتها الاقتصادية. كما أشارت الدراسة إلى العديد من المجالات والقطاعات المختلفة التي يمكن للدول الإسلامية أن توظف تقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية فيها لتفعيلها وتطويرها.

<http://www.bani-hasan.com/vb/showthread.php?t=970>

الدراسات الأجنبية:

دراسة بيرثون و واتسون (Berthon , pitt and watson1996)

ناقش (Berthon , pitt and watson) في بحثه استخدام شبكة الانترنت كأداة للإعلان على نطاق واسع ، ومكانة الشبكة في مزيج الاتصالات التسويقية . وقد استهدف البحث تقديم إطار نظري لقياس كفاءة استخدام الشبكة . وقد توصل الباحثون إلى وضع نموذج يتكون من ست مراحل . وقد عالج النموذج أساسا مشكلة كون المتلقين للرسالة على الشبكة ، يتكونون أساسا من مجموعتين هما : المهتمون بالمنظمة المعلن ، وغير المهتمين بذلك . واستخلص الباحثون أن درجة جاذبية الشبكة كأداة إعلانية ، يتوقف على إعداد أفراد المجموعة الأولى وتوصلوا إلى معادلة لقياس ذلك . وانتهى البحث إلى ان الشبكة لها سمات خاصة منها : سهولة الدخول إليها العالمية ، التكلفة المنخفضة . كذلك تتيح الشبكة فرصة جديدة للمعلنين والمسوقين للاتصال بالأسواق الجديدة والحالية متكاملة . وان النموذج الذي

توصل إليه الباحثون يمكن أن يساهم في تطوير بحوث تحقق تعظيم فاعلية استخدام الشبكة كأداة تسويقية .

دراسة أبيل (Abell,1996)

الدراسة التي قام بها (Abell,1996) ذات الطبيعة الاستكشافية والتي حاول من خلالها دراسة واقع ومستقبل استخدام الانترنت في الشركات النيوزلندية والمنافع المدركة من استخدامها . وقد أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن إدراك الشركات للاستخدامات المختلفة للانترنت كان عاليا (70%) وكانت أكثر الاستخدامات الانترنت بين الشركات , مرتبة حسب الأهمية هي : الاتصالات الداخلية والخارجية , والحصول على المعلومات من الموردين , وتزويد العملاء بالمعلومات , والبحث والتطوير وبحوث السوق , وإرسال الطلبات إلى الموردين , واستقبال الطلبات من العملاء . أما أهم المنافع المدركة فكانت حسب أهميتها , جمع المعلومات , توفير الاطلاع والمعرفة بغض النظر عن الموقع , خدمات ودعم أفضل من الموردين , زيادة الإنتاجية , إدراك أفضل لبيئة العمل , والقدرة على الوصول إلى الأسواق الدولية , و سرعة ومرونة اكبر في التوريد من قبل الموردين . .

دراسة هينركسون و أندرسون (Henriksen and Andersen,2001)

الدراسة التي قام بها (Henriksen and Andersen,2001) والتي حاولت دراسة مجموعه من المنافع المحتملة المرتبطة باستخدام نظام تبادل المعلومات الالكتروني والتجارة الالكترونية, حيث

تم تقسيم المنافع المدركة إلى أربع فئات هي : منافع مباشرة ومنافع غير مباشرة , ومنافع اجتماعية ومنافع تنافسية . وقد أشارت النتائج إلى أن الشركات قد قيمت التجارة الالكترونية ونظام تبادل المعلومات الالكتروني على أنها ذات فائدة ومنفعة للشركات في القطاعات الإنتاجية المختلفة . وقد كان إدراك هذه المنافع أكثر وضوحا من قبل مستخدمي نظام تبادل المعلومات الالكتروني , بينما كان مستخدمو التجارة الالكترونية اقل تفاعولا . ومن بين العوامل التسعة التي تم دراستها , فقد شكل تحسين الخدمة وتبسيط الإجراءات الروتينية المنافع الأكثر إدراكا بين مستخدمي تبادل المعلومات الالكتروني والتجارة الالكترونية أيضا .

دراسة فينيمان ومارشال, (1998) (final & marchel)

ركزت هذه الدراسة على قصور القانون الضريبي الدولي لموضوع التجارة الالكترونية وأكدت على ابرام الاتفاقيات الضريبية الدولية للمساهمة في مواجهة التحديات الضريبية للتجارة الالكترونية

الموقع: <http://to22to.com/vb/showthread.php?t=8344>

الفصل الثالث

المنهج والإجراءات

- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة وعينتها
- أداة الدراسة
- صدق الأداة

- ثبات الأداة
- إجراءات الدراسة
- المعالجة الإحصائية

الفصل الثالث المنهج والإجراءات

منهج الدراسة:

قامت الباحثات بإتباع المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لأغراض هذه الدراسة ، وهو المنهج الذي يهتم بالظاهرة كما هي في الواقع, ويعمل على وصفها, وتحليلها, وربطها بالظواهر الأخرى, حيث اعتمدت الباحثة على مصادر المعلومات ذات الصلة بموضوع الدراسة, وتحليلها، و ثم تجميع البيانات عن طريق مقياس الطموح، التي تم إعداده بناء على الإطار النظري والدراسات السابقة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من الموظفين في شركات التجارة الالكترونية, حيث قامت الباحثات باختيار عينة عشوائية مؤلفة من (100) موظف وموظفة, وفيما يلي وصف لخصائص عينة الدراسة حسب متغيراتها:

(1) متغير القطاع الذي تعمل فيه الشركة

جدول رقم(1)*توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير القطاع الذي تعمل فيه الشركة

القطاع الذي تعمل فيه الشركة	العدد	النسبة(%)
تجاري	64	64
صناعي	15	15
خدماتي	21	21
المجموع	100	100.0

(2) متغير المؤهل العلمي

جدول رقم(2) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة(%)
دبلوم	26	26
بكالوريوس	55	55
دراسات عليا	19	19
المجموع	100	100.0

3) متغير سنوات الخبرة

جدول رقم(3) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة(%)
اقل من 5 سنوات	31	31
من 5-10 سنوات	40	40
من 10-15 سنة	18	18
اكثر من 15 سنة	11	11
المجموع	100	100.0

4) متغير العمر

جدول رقم(4)*توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر

العمر	العدد	النسبة(%)
اقل من 26 سنة	32	32
من 26-35 سنة	44	44
فوق 35 سنة	24	24
المجموع	100	100.0

أداة الدراسة:

قامت الباحثات باستخدام أداة الدراسة (الاستبانة) وذلك بعد مراجعة أدبيات الدراسة والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع، وتكونت الأداة في صورتها النهائية من (25) فقرة.

حيث تكونت أداة الدراسة من قسمين كالتالي:

القسم الأول : حيث شمل على المتغيرات المستقلة التالية:

- القطاع الذي تعمل فيه الشركة : ولها ثلاث مجالات (تجاري، صناعي، خدماتي).
- المؤهل العلمي : وله ثلاث مجالات هي (دبلوم، بكالوريوس، دراسات عليا)
- سنوات الخبرة : وتتكون من اربعة مجالات و هي (اقل من 5 سنوات، من 5-10 سنوات، من 10-15 سنة، أكثر من 15 سنة)

- العمر : ويتكون من ثلاث مجالات هي (اقل من 26 سنة، من 26-35 سنة، فوق 35 سنة)

القسم الثاني : حيث شمل على المتغيرات والتابعة والتي تتكون من 32 فقرة تحتوي على أسئلة الدراسة التي سيجيب عنها المفحوصون .

صدق الأداة:

وتم التحقق من صدق الأداة (الاستبانة) عن طريق عرضها على مجموعة من المحكمين ذوي الاختصاص والخبرة في مجال التسويق، وطلب منهم إبداء الرأي حول فقرات الاستبانة وذلك بالحذف والتعديل واقتراح فقرات جديدة ومناسبة الأداة لموضوع الدراسة ، وبناء على ملاحظات المحكمين تم تعديل أداة الدراسة فأصبحت بصورتها النهائية مكونه من (25) فقرة .

ثبات الأداة:

من اجل استخراج معامل الثبات للأداة، تم استخدام معادلة كرونباخ ألفا من اجل تحديد الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة فبلغت (0.87) وتشير هذه القيمة أن الأداة تتمتع بدرجة ثبات مناسبة وتفي بأغراض هذه الدراسة .

إجراءات الدراسة:

لقد تم إجراء هذه الدراسة وفق الخطوات الآتية :

1. إعداد أداة الدراسة بصورتها النهائية
2. تحديد أفراد عينة الدراسة
3. قامت الباحثات بتوزيع الاستبانات على عينة الدراسة
4. إدخال البيانات إلى الحاسوب ومعالجتها إحصائياً باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

المعالجة الإحصائية:

وبعد جمع البيانات، وترميزها، ومعالجتها بالطرق الإحصائية المناسبة، وذلك باستخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS ، فقد استخدمت الباحثات التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار (ت) للعينات المستقلة، وتحليل التباين الأحادي، ومعادلة كرونباخ ألفا.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

- نتائج أسئلة الدراسة
- مناقشة فرضيات الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دراسة الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها ، كما هدفت التعرف إلى دور متغيرات الدراسة وهي (سنوات الخبرة، القطاع الذي تعمل فيه الشركة، المؤهل العلمي، العمر) نحو موضوع الدراسة، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة وتم التأكد من صدقها ومعامل ثباتها، وبعد عملية جمع الاستبانات تم ترميزها وإدخالها للحاسوب ومعالجتها إحصائيا باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وفيما يلي نتائج الدراسة تبعا لتسلسل سؤالاتها وفرضياتها.

أولا: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة:

ما الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها؟

وللإجابة على سؤال الدراسة تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لفقرات الدراسة ومن ثم ترتيبها تنازليا وفق المتوسط الحسابي ، وقد أعطي للفقرات ذات المضمون الايجابي (5) درجات عن كل اجابة (وافق بشدة)، و(4) درجات عن كل اجابة (وافق)، و(3) درجات عن كل اجابة (محايد)، ودرجتان عن كل اجابة معارض، ودرجة واحدة عن كل اجابة (معارض بشدة)، ومن اجل تفسير النتائج اعتمد الميزان الاتي للنسب المئوية للاستجابات:

جدول (5) ميزان النسب المئوي للاستجابات

النسب المئوية	درجة الاستجابات
---------------	-----------------

منخفضة جدا	اقل من 50%
منخفضة	من 50%-59%
متوسطة	من 60%-69%
مرتفعة	من 70%-79%
مرتفعة جدا	من 80% فما فوق

وفيما يلي نتائج خلاصة النتائج:

1- النتائج المتعلقة بالبعد الأول: العوامل السياسية

قامت الباحثات باستخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير في العوامل السياسية، كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (6): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للعوامل السياسية مرتبة تنازلياً وفق المتوسط الحسابي

الترتيب	رقمها في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية %	درجة التقدير
1	q2	الوضع السياسي القائم لا يشجع على الاستثمار في التجارة الالكترونية	4.3864	87.728	مرتفعة جدا
2	q1	الأوضاع السياسية غير المستقرة تعيق عمليات التجارة الالكترونية	4.3864	87.728	مرتفعة جدا
5	q3	الوضع السياسي القائم يعيق وجود بنية تقنية تساعد في تطبيقات التجارة الالكترونية	4.2500	85	مرتفعة جدا

مرتفعة جدا	86.8%	4.34	الدرجة الكلية للعوامل السياسية
---------------	-------	------	--------------------------------

يتضح من الجدول السابق (6) أن مستوى الاستجابة للعوامل السياسية كانت مرتفعة جدا بدلالة الدرجة الكلية وهي (86.8%).

2-النتائج المتعلقة بالبعد الثاني: العوامل القانونية

قامت الباحثات باستخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للعوامل القانونية كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (7): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للعوامل القانونية مرتبة تنازلياً وفق المتوسط الحسابي

الترتيب	رقمها في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية %	درجة التقدير
1	q6	لا يوجد وعي لدى المشرعين الفلسطينيين حول طبيعة عمل التجارة الالكترونية	4.1591	83.182	مرتفعة جدا
2	q5	لا يوجد قانون رادع لعمليات الاحتيال التي يمكن أن تتم عن طريق التجارة الالكترونية	4.0909	81.818	مرتفعة جدا
3	q4	لا توجد تشريعات توضح طبيعة ونطاق عمل التجارة الالكترونية	3.9545	79.09	مرتفعة
		الدرجة الكلية للعوامل القانونية	4.06	81.2%	مرتفعة جدا

يتضح من الجدول السابق (7) أن الدرجة الكلية للعوامل القانونية بلغت (81.2%) وهي

نسبة مرتفعة جدا.

3- النتائج المتعلقة بالبعد الثالث: العوامل التكنولوجية

قامت الباحثات باستخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للعوامل التكنولوجية كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (8): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للعوامل التكنولوجية مرتبة تنازلياً وفق المتوسط الحسابي

الترتيب	رقمها في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية %	درجة التقدير
1	q9	توفير نظام لطلب العملاء لمنتجات الشركة وخدماتها الكترونياً	4.2045	84.09	مرتفعة جداً
2	q10	توفير نظام لقيام العميل بتسديد الثمن من خلال بطاقة الائتمان	4.1591	83.182	مرتفعة جداً
3	q8	من معوقات التجارة الالكترونية قلة المهارات التقنية لدى الموظفين	4.0909	81.818	مرتفعة جداً
	q7	توفير امكانية الربط الالكتروني بمواقع اخرى ذات فائدة للعميل	3.9545	79.09	مرتفعة
	q11	توفير نظام ربط الكتروني من خلال الموقع مع الموزعين	3.9545	79.09	مرتفعة
4	q12	من معوقات التجارة الالكترونية عدم استخدام الشركة للاعلانات الالكترونية	3.8636	77.272	مرتفعة
		الدرجة الكلية للعوامل التكنولوجية	4.03	80.6%	مرتفعة جداً

يتضح من الجدول السابق (8) أن الدرجة الكلية للعوامل التكنولوجية بلغت (80.6%) وهي نسبة مرتفعة جداً.

4- النتائج المتعلقة بالبعد الرابع: العوامل المالية

قامت الباحثات باستخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للعوامل المالية كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (9): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للعوامل المالية مرتبة تنازلياً وفق المتوسط الحسابي

الترتيب	رقمها في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية %	درجة التقدير
1	q13	من معوقات التجارة الالكترونية عدم جاهزية البنية التحتية للشركة لاستخدام تطبيقاتها	4.3864	87.728	مرتفعة جداً
2	q15	من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لادخال معدات تقنية مكلفة للشركة	4.1364	82.728	مرتفعة جداً
3	q14	من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لتغيير الهيكل التنظيمي للشركة	4.1364	82.728	مرتفعة جداً
4	q18	من معوقات التجارة الالكترونية أنها تفرض على الشركات الالتزام بمعايير عالية من الجودة	4.1364	82.728	مرتفعة جداً
5	q16	من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لاستقطاب موظفين جدد	4.0909	81.818	مرتفعة جداً

مرتفعة جداً	81.818	4.0909	بيع المنتجات والخدمات من خلال الموقع مع الموزعين	q19	6
مرتفعة	79.09	3.9545	من معوقات التجارة الالكترونية كلفة تدريب الموظفين على تطبيقاتها	q17	7
مرتفعة جداً	82.6%	4.13	الدرجة الكلية للعوامل المالية		

يتضح من الجدول السابق (9) الدرجة الكلية للعوامل المالية بلغت (82.6%) وهي نسبة مرتفعة جداً.

5- النتائج المتعلقة بالبعد الرابع: المعوقات البشرية

قامت الباحثات باستخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للمعوقات البشرية كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (10): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، ودرجة التقدير للمعوقات البشرية مرتبة تنازلياً وفق المتوسط الحسابي

الترتيب	رقمها في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية %	درجة التقدير
1	q21	من معوقات التجارة الالكترونية عدم وجود شركات فلسطينية كثيرة تتعامل بتطبيقاتها	4.2500	85	مرتفعة جداً
2	q22	من معوقات التجارة الالكترونية قلة الوعي لدى المدراء بأهمية التجارة الالكترونية	4.2500	85	مرتفعة جداً
3	q20	من معوقات التجارة	4.1364	82.728	مرتفعة جداً

			الالكترونية قلة الوعي لدى الموظفين بتطبيقات التجارة الالكترونية		
مرتفعة جدا	82.728	4.1364	من معوقات التجارة الالكترونية عدم وجود ثقة لدى المستهلكين في تطبيقاتها	Q25	4
مرتفعة جدا	81.818	4.0909	من معوقات التجارة الالكترونية عدم قدرة الشركات على دخول الأسواق العالمية	q24	5
مرتفعة جدا	81.818	4.0909	من معوقات التجارة الالكترونية قلة الخبرة لدى الموظفين بتطبيقاتها	q23	6
مرتفعة جدا	83	4.15	الدرجة الكلية للمعوقات البشرية		

يتضح من الجدول السابق (10) الدرجة الكلية للمعوقات البشرية بلغت (76.793%)

وهي نسبة مرتفعة.

6- خلاصة النتائج وترتيب الأبعاد والدرجة الكلية للاستجابات

الرقم	البعد	متوسط الاستجابة*	النسبة المئوية	درجة الاستجابة
1	أولاً: العوامل السياسية	4.34	86.8%	مرتفعة جدا

مرتفعة جدا	81.2%	4.06	ثانيا: العوامل القانونية	2
مرتفعة جدا	80.6%	4.03	ثالثا : العوامل التكنولوجية	3
مرتفعة جدا	82.6%	4.13	رابعا: العوامل المالية	4
مرتفعة جدا	83	4.15	خامسا: المعوقات البشرية	5
مرتفعة جدا	82.8	4.14	الدرجة الكلية	

* أقصى درجة للفقرة (5) درجات

ثانيا: مناقشة الفرضيات

الفرضية الأولى:

من اجل صحة الفرضية القائلة بانه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير المؤهل العلمي " ، قمنا بتطبيق اختبار تحليل التباين الاحادي One Way ANOVA على علامات الاستبانة، لفئات متغير المؤهل العلمي وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (11) التالي:-

الجدول رقم (11) اختبار التباين الاحادي ANOVA لدراسة تأثير متغير المؤهل العلمي من حيث الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها

مستوى الدلالة	F	متوسط الانحراف	درجات الحرية	مجموع المربعات
------------------	---	-------------------	-----------------	----------------

0.537	0.236	0.0163	2	0.0326	المربعات بين الفئات
		0.0690	97	1.174	المربعات الداخلية
			99	1.206	المجموع الكلي

يتبين الجدول رقم (11) ، ان مستوى الدلالة=0.537 وهذه القيمة أكبر من القيمة المحددة في الفرضية أي 0.05، لذلك فاننا نقبل صحة الفرضية ونقول بأنه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير المؤهل العلمي "

وتجدر الإشارة الى ان الوسط الحسابي للاستئلة (3.564) وتدل هذه القيمة على وجود اتجاه نحو الاجابة بالاجابي نوعا ما لعينة الدراسة نحو اتجاهات اسئلة هذه الدراسة.

وكانت الاوساط الحسابية لمتغيرات المؤهل العلمي كما في الجدول التالي

المتغير	الوسط الحسابي
دبلوم	3.415
بكالوريوس	3.6516
دراسات عليا	3.7217

نلاحظ ان اقل الاوساط الحسابية كانت لفئة دبلوم (3.415) وهي تميل الى الاجابة بالمحايدة نحو اسئلة الاستبانة بوجه عام.

الفرضية الثانية:

من اجل صحة الفرضية القائلة بانه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير القطاع الذي تعمل فيه الشركة" ، قمنا بتطبيق اختبار تحليل التباين الاحادي One Way Anova على علامات الاستبانة، لفئات متغير القطاع الذي تعمل فيه الشركة وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (12) اختبار التباين الاحادي ANOVA لدراسة تاثير القطاع الذي تعمل فيه الشركة من حيث الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها

مستوى الدلالة	F	متوسط الانحراف	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.381	0.615	0.0247	2	0.0494	المربعات بين الفئات
		0.0680	97	1.157	المربعات الداخلية
			99	1.206	المجموع الكلي

يتبين الجدول رقم (12) ، ان مستوى الدلالة=0.381 ، هذه القيمة اكبر من القيمة المحددة في الفرضية أي 0.05، لذلك فاننا نقبل صحة الفرضية ونقول بانه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير القطاع الذي تعمل فيه الشركة" وتجدر الاشارة الى ان الوسط الحسابي للاستئلة (3.317) وتدل هذه القيمة على وجود اتجاه نحو الاجابة بالاجابي نوعا ما لعينة الدراسة نحو اتجاهات اسئلة هذه الدراسة.

وكانت الاوساط الحسابية لمتغيرات القطاع الذي تعمل فيه الشركة كما في الجدول التالي

المتغير	الوسط الحسابي
تجاري	3.584
صناعي	3.167
خدمي	3.364

نلاحظ ان اقل الاوساط الحسابية كانت لفئة صناعي (3.167) وهي تميل الى الاجابة بالمحايد نحو اسئلة الاستبانة بوجه عام.

الفرضية الثالثة:

من اجل صحة الفرضية القائلة بانه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير العمر " ، قمنا بتطبيق اختبار تحليل التباين الاحادي One Way Anova على علامات الاستبانة، لفئات العمر وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (13) التالي :-

الجدول رقم (13) اختبار التباين الاحادي ANOVA لدراسة تاثير متغير العمر من حيث الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها

مستوى الدلالة	F	متوسط الانحراف	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.812	0.204	0.0452	2	0.136	المربعات بين الفئات
		0.0669	79	1.071	المربعات الداخلية
			99	1.206	المجموع الكلي

يتبين الجدول رقم (12) ، ان مستوى الدلالة=0.812 وهذه القيمة اكبر من القيمة المحددة في الفرضية أي 0.05، لذلك فاننا نقبل صحة الفرضية ونقول بانه " لا توجد فروق ذات دلالة

احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير العمر "

وتجدر الاشارة الى ان الوسط الحسابي للاسئلة (3.49) وتدل هذه القيمة على وجود اتجاه نحو الاجابة بالايجابي نوعا ما لعينة الدراسة نحو اتجاهات اسئلة هذه الدراسة.

وكانت الاوساط الحسابية لمتغيرات العمر كما في الجدول التالي

المتغير	الوسط الحسابي
اقل من 26 سنة	3.1647
من 26-35 سنة	3.2941
فوق 35 سنة	3.1924

نلاحظ ان اقل الاوساط الحسابية كانت لفئة اقل من 25 سنة (3.1647) وهي تميل الى الاجابة بالمحايد نحو اسئلة الاستبانة بوجه عام.
الفرضية الرابعة:

من اجل صحة الفرضية القائلة بانه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير سنوات الخبرة" ، قمنا بتطبيق اختبار التباين الاحادي One Way ANOVA على علامات الاستبانة، لفئات سنوات الخبرة وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (13) التالي :-

الجدول رقم (13) اختبار التباين الاحادي ANOVA لدراسة تأثير متغير سنوات الخبرة من حيث الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها

مستوى الدلالة	F	متوسط الانحراف	درجات الحرية	مجموع المربعات	
0.484	0.827	0.0452	3	0.136	المربعات بين الفئات
		0.0669	96	1.071	المربعات الداخلية
			99	1.206	المجموع الكلي

يتبين الجدول رقم (13) ، ان مستوى الدلالة=0.484 وهذه القيمة أكبر من القيمة المحددة في الفرضية أي 0.05، لذلك فاننا نقبل صحة الفرضية ونقول بانه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير سنوات الخبرة "

وتجدر الإشارة الى ان الوسط الحسابي للاسئلة (3.49) وتدل هذه القيمة على وجود اتجاه نحو الاجابة بالاجابي نوعا ما لعينة الدراسة نحو اتجاهات اسئلة هذه الدراسة.

وكانت الاوساط الحسابية لمتغيرات سنوات الخبرة كما في الجدول التالي

المتغير	الوسط الحسابي
اقل من 5 سنوات	3.317
من 5-10 سنوات	3.534
من 10- اقل من 15 سنة	3.609
اكثر من 15 سنة	3.674

نلاحظ ان اقل الاوساط الحسابية كانت لفئة اقل من 5 سنوات (3.317) وهي تميل الى الاجابة بالمحايد نحو اسئلة الاستبانة بوجه عام.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

• مناقشة النتائج

• التوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

تبين من التحليل أن هناك عوامل مختلفة تعيق عمل التجارة الالكترونية بلغت نسبتها (82.8)

وفيما يلي بيان أثر كل عامل مع العوامل قيد الدراسة

أولاً: العوامل السياسية: يتضح من نتائج التحليل أن العوامل السياسية تعيق عمل التجارة

الالكترونية بنسبة بلغت %86.8 وهي نسبة مرتفعة جدا اذ تبين أن:

- الوضع السياسي القائم لا يشجع على الاستثمار في التجارة الالكترونية
 - الأوضاع السياسية غير المستقرة تعيق عمليات التجارة الالكترونية
 - الوضع السياسي القائم يعيق وجود بنية تقنية تساعد في تطبيقات التجارة الالكترونية
- وتتفق هذه الدراسة مع نتيجة الدراسة التي أجراها (مركز الاهرام, 2008) والتي اشارت الى بعض العوامل السياسية التي تؤثر على تطبيقات التجارة الالكترونية وذكرت الدراسة التي اعدتها خبراء الدراسات السياسية والاستراتيجية في مركز الاهرام انه بالرغم من ان كثيرين في العالم العربي يعلقون آمالاً على اسهام التجارة الالكترونية في دعم التجارة العربية البينية الا ان الاحصائيات تشير الى انها لم تتعد 0.8% من اجمالي التجارة العربية الخارجية لعام 2001.

وبينت الدراسة أن العوامل السياسية تعوق نمو التبادل التجاري العربي مشيرة الى ان من اهم هذه

العوائق الحواجز الجمركية بالاضافة إلى العلاقات السياسية بين البلدان العربية.

ثانياً: العوامل القانونية: يتضح من نتائج التحليل أن العوامل القانونية تعيق عمل التجارة

الالكترونية بنسبة بلغت %81.2 وهي نسبة مرتفعة جدا اذ تبين أن:

- لا يوجد وعي لدى المشرعين الفلسطينيين حول طبيعة عمل التجارة الالكترونية
- لا يوجد قانون رادع لعمليات الاحتيال التي يمكن أن تتم عن طريق التجارة الالكترونية
- لا توجد تشريعات توضح طبيعة ونطاق عمل التجارة الالكترونية

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة (يوسف، 2008) التي أكدت على أن هناك تحديات قانونية تعيق عمل التجارة الالكترونية في البلاد العربية حيث أشارت الدراسة إلى تحديات البناء القانوني الفاعل المتوائم مع واقع المجتمع والامة والمدرک لابعاد التأثير على ما هو قائم من مرتكزات وقواعد النظام القانوني، وهو تحد ذو طبيعة تنظيمية ويعيق وجود تجارة الكترونية حقيقية في البلاد العربية.

كما تتفق هذه الدراسة مع دراسة فينيمان ومارشال، (final & marchel, 1998) التي ركزت على قصور القانون الضريبي الدولي لموضوع التجارة الالكترونية وأكدت على ابرام الاتفاقيات الضريبية الدولية للمساهمة في مواجه التحديات الضريبية للتجارة الالكترونية.

ثالثاً : العوامل التكنولوجية: يتضح من نتائج التحليل أن العوامل التكنولوجية تعيق عمل التجارة

الالكترونية بنسبة بلغت %80.6 وهي نسبة مرتفعة جدا اذ تبين أن:

- توفير نظام لطلب العملاء لمنتجات الشركة وخدماتها الكترونيا
- توفير نظام لقيام العميل بتسديد الثمن من خلال بطاقة الائتمان
- من معوقات التجارة الالكترونية قلة المهارات التقنية لدى الموظفين
- توفير امكانية الربط الالكتروني بمواقع اخرى ذات فائدة للعميل
- توفير نظام ربط الكتروني من خلال الموقع مع الموزعين

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (العيسوي، 2008) التي أشارت إلى أن عدم تاهيل الموظفين على استخدامات التكنولوجيا يعد من أكبر معوقات التجارة الالكترونية، كما اشارت الدراسة إلى ضرورة ايجاد بنية تقنية متطورة للاتصالات ونظم تقنية لادارتها.

رابعاً: العوامل المالية: يتضح من نتائج التحليل أن العوامل المالية تعيق عمل التجارة الالكترونية بنسبة بلغت %82.6 وهي نسبة مرتفعة جدا اذ تبين أن:

- من معوقات التجارة الالكترونية عدم جاهزية البنية التحتية للشركة لاستخدام تطبيقاتها
- من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لادخال معدات تقنية مكلفة للشركة
- من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لتغيير الهيكل التنظيمي للشركة
- من معوقات التجارة الالكترونية أنها تفرض على الشركات الالتزام بمعايير عالية من الجودة

- من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لاستقطاب موظفين جدد
- بيع المنتجات والخدمات من خلال الموقع مع الموزعين

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (عواد ، 2006) التي أشارت للمعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات الاردنية حيث حدد الباحث مجموعة من المعوقات المدركة التي يمكن ان تؤثر على مستوى تبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات الاردنية وكان منها المعوقات المالية.

خامساً: المعوقات البشرية: يتضح من نتائج التحليل أن العوامل البشرية تعيق عمل التجارة الالكترونية بنسبة بلغت %83 وهي نسبة مرتفعة جدا اذ تبين أن:

- من معوقات التجارة الالكترونية عدم وجود شركات فلسطينية كثيرة تتعامل بتطبيقاتها
- من معوقات التجارة الالكترونية قلة الوعي لدى المدراء بأهمية التجارة الالكترونية

- من معوقات التجارة الالكترونية قلة الوعي لدى الموظفين بتطبيقات التجارة الالكترونية
 - من معوقات التجارة الالكترونية عدم وجود ثقة لدى المستهلكين في تطبيقاتها
- وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (يوسف، 2008) التي اشارت إلى أن هناك تحديات بشرية للتجارة الالكترونية تتمثل في تحديات بناء وتطوير الكوادر البشرية في حقل المعرفة التقنية وتحديات استراتيجيات ادارة مشاريع المعلوماتية في القطاعين العام والخاص وسلامة التعامل مع لغتها ومتطلباتها من قبل الموظفين والمستخدمين.

نتائج مناقشة الفرضيات:

الفرضية الأولى:

" لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير المؤهل العلمي " ، بينت النتائج صحة الفرضية ونقول بأنه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير المؤهل العلمي "

وتجدر الإشارة الى ان الوسط الحسابي للاسئلة (3.564) وتدلل هذه القيمة على وجود اتجاه نحو الاجابة بالاجابي نوعا ما لعينة الدراسة نحو اتجاهات اسئلة هذه الدراسة. ونلاحظ ان اقل الاوساط الحسابية كانت لفئة دبلوم (3.415) وهي تميل الى الاجابة بالمحايدة نحو اسئلة الاستبانة بوجه عام.

الفرضية الثانية:

" لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير القطاع الذي تعمل فيه الشركة" ، بينت النتائج صحة الفرضية ونقول بأنه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير القطاع الذي تعمل فيه الشركة"

وتجدر الإشارة الى ان الوسط الحسابي للاستئلة (3.317) وتدل هذه القيمة على وجود اتجاه نحو الاجابة بالايجابي نوعا ما لعينة الدراسة نحو اتجاهات اسئلة هذه الدراسة.

ونلاحظ ان اقل الاوساط الحسابية كانت لفئة صناعي (3.167) وهي تميل الى الاجابة بالمحايد نحو اسئلة الاستبانة بوجه عام.

الفرضية الثالثة:

" لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير العمر " ، بينت النتائج صحة الفرضية ونقول بانه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير العمر "

وتجدر الإشارة الى ان الوسط الحسابي للاستئلة (3.49) وتدل هذه القيمة على وجود اتجاه نحو الاجابة بالايجابي نوعا ما لعينة الدراسة نحو اتجاهات اسئلة هذه الدراسة.

نلاحظ ان اقل الاوساط الحسابية كانت لفئة أقل من 25 سنة (3.1647) وهي تميل الى الاجابة بالمحايد نحو اسئلة الاستبانة بوجه عام.

الفرضية الرابعة:

" لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير سنوات الخبرة" ، بينت النتائج صحة الفرضية ونقول بانه " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة 0.05 في الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها تعزى الى متغير سنوات الخبرة "

وتجدر الاشارة الى ان الوسط الحسابي للاسئلة (3.49) وتدل هذه القيمة على وجود اتجاه نحو الاجابة بالاجابي نوعا ما لعينة الدراسة نحو اتجاهات اسئلة هذه الدراسة.

ونلاحظ ان اقل الاوساط الحسابية كانت لفئة اقل من 5 سنوات (3.317) وهي تميل الى الاجابة بالمحايد نحو اسئلة الاستبانة بوجه عام.

التوصيات:

ختاماً توصي الباحثات بما يلي:

- ضرورة إعادة هيكلة الشركات بما يتوافق مع متطلبات التجارة الالكترونية لأن عصر العولة يفرض على الشركات التعامل بالتجارة الالكترونية
- ضرورة بث الوعي والثقة في المستهلكين من خلال ندوات وبرامج حول اهمية التجارة الالكترونية ودورها في التنمية.
- ضرورة تدريب الموظفين والمدراء على تطبيقات التجارة الالكترونية
- ضرورة تجهيز البنية التحتية للشركات لاستخدام تطبيقات التجارة الالكترونية
- على الشركات الالتزام بمعايير عالية من الجودة لضمان نجاح تطبيقات التجارة الالكترونية
- ضرورة توفير أنظمة الكترونية تساعد العملاء على طلب الخدمات والسلع المختلفة من الشركة بشكل الكتروني
- ضرورة توفير أنظمة الكترونية تساعد العملاء على الدفع للشركة بشكل الكتروني
- ضرورة وجود قانون رادع لعمليات الاحتيال التي يمكن أن تتم عن طريق التجارة الالكترونية
- ضرورة وجود تشريعات توضح طبيعة ونطاق عمل التجارة الالكترونية
- ضرورة القيام بدراسات جديدة حول هذا الموضوع الهام.

المراجع:

1. حجازي ، عبد الفتاح بيومي، 2004 ، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية.
2. حجازي، عبد الفتاح بيومي، 2000، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر.
3. خليل ناصر، 2009 ، التجارة والتسويق الالكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
4. رضوان ، رأفت، 1999 ، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العالمية للتنمية الادارية.
5. السديري، محمد بن احمد، 2009، التجارة الالكترونية: تقنيات واستراتيجيات التطبيق، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
6. سعدودي، زهية، طوهاري، حورية ، 2006، التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي المركز الجامعي يحي فارس بالمدينة معهد علوم التسيير، الجزائر.
7. شنايدر ، جاري، 2008 ، التجارة الالكترونية، تعريب: سرور علي ابراهيم سرور، دار المريخ للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية.
8. صابر ، محمد عبد العليم، 2009 ، التسويق والتجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية.
9. عبد المحسن ، توفيق محمد، 2004 ، التسويق وتحديات التجارة الالكترونية، دار الفكر العربي، مصر.
10. عواد ، فؤاد الشيخ سالم ومحمد سليمان، 2005 ، "المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات الاردنية"، المجلة الاردنية في ادارة الاعمال، المجلد1، العدد1.
11. قسم البحوث، 1999، التجارة الالكترونية وواقع العالم العربي: من إعداد مجلة الشؤون الخليجية، الإمارات ".
12. يوسف ، أمير فرج، 2008 ، التجارة الالكترونية، دار المطبوعات الجامعية، الاسكندرية.

مواقع الانترنت

مجلة الرؤية الاقتصادية من على موقع

http://alroya.com/node/10496&sa=U&ei=U_ZpTYDoPpOe7p1asI&ved=0CBcQFjAF&usg=AFQjCNEiZ1rIVOcU8Wuz2n09afnIPiR_Lw

منتديات عز الدين: <tp://goundi.yoo7.com/t5-topic>

مجلة العالم الرقم, 2004

<http://www.al-jazirah.com.sa/digimag/15022004/elc75.htm>

مركز الأهرام: <://www.broonzyah.net/vb/t8342.html>

عابد بن عابد العبدلي, 2008 ، (التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية
الواقع - التحديات - الآمال) ،المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي
الذي تنظمه كلية الشريعة، جامعة أم القرى، مكة المكرمة .

<http://www.bani-hasan.com/vb/showthread.php?t=970>

http://www.tashreaat.com/view_studies2.asp?std_id=93

<http://to22to.com/vb/showthread.php?t=8344>

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة النجاح الوطنية
كلية الاقتصاد والعلوم الادارية
قسم تسويق

أخي الموظف/أختي الموظفة

يقوم الباحثون بإعداد استبانة حول موضوع الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها، وذلك استكمالاً لمتطلبات درجة البكالوريوس من جامعة النجاح الوطنية، لذا يرجى من الإخوة الموظفين والمعنيين الإجابة عن الاسئلة المعدة في هذه الاستبانة، استكمالاً لأغراض الدراسة وستستخدم هذه البيانات لأغراض البحث العلمي فقط.

القسم الاول : المعلومات الشخصية

1. القطاع الذي تعمل فيه الشركة () تجاري () صناعي () خدماتي () غير ذلك ()

2.سنوات الخبرة:

() اقل من 5 سنوات () من 5-أقل من 10 سنة
() من 10 - أقل من 15 سنة () أكثر من 15 سنة

3.المؤهل العلمي

() دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا

4.العمر

() اقل من 26 سنة () من 26-35 سنة () فوق 35 سنة

القسم الثاني :-

الرقم	الفقرة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة
	العوامل السياسية					
1	الأوضاع السياسية غير المستقرة تعيق عمليات التجارة الالكترونية					
2	الوضع السياسي القائم لا يشجع على الاستثمار في التجارة الالكترونية					
3	الوضع السياسي القائم يعيق وجود بنية تقنية تساعد في تطبيقات التجارة الالكترونية					
	العوامل القانونية					
4	لا توجد تشريعات توضح طبيعة ونطاق عمل التجارة الالكترونية					
5	لا يوجد قانون رادع لعمليات الاحتيال التي يمكن أن تتم عن طريق التجارة الالكترونية					
6	لا يوجد وعي لدى المشرعين الفلسطينيين حول طبيعة عمل التجارة الالكترونية					
	العوامل التكنولوجية					
7	توفير امكانية الربط الالكتروني بمواقع اخرى ذات فائدة للعميل					
8	من معوقات التجارة الالكترونية قلة المهارات التقنية لدى الموظفين					
9	توفير نظام لطلب العملاء لمنتجات الشركة وخدماتها الكترونيا					
10	توفير نظام لقيام العميل بتسديد الثمن					

					من خلال بطاقة الائتمان	
					توفير نظام ربط الكتروني من خلال الموقع مع الموزعين	11
					من معوقات التجارة الالكترونية عدم استخدام الشركة للاعلانات الالكترونية	12
					العوامل المالية	
					من معوقات التجارة الالكترونية عدم جاهزية البنية التحتية للشركة لاستخدام تطبيقاتها	13
					من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لتغيير الهيكل التنظيمي للشركة	14
					من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لادخال معدات تقنية مكلفة للشركة	15
					من معوقات التجارة الالكترونية الحاجة لاستقطاب موظفين جدد	16
					من معوقات التجارة الالكترونية كلفة تدريب الموظفين على تطبيقاتها	17
					من معوقات التجارة الالكترونية أنها تفرض على الشركات الالتزام بمعايير عالية من الجودة	18
					بيع المنتجات والخدمات من خلال الموقع مع الموزعين.	19
					المعوقات البشرية	
					من معوقات التجارة الالكترونية قلة الوعي لدى الموظفين بتطبيقات التجارة الالكترونية	20
					من معوقات التجارة الالكترونية عدم وجود شركات فلسطينية كثيرة تتعامل	21

					بتطبيقاتها	
					من معوقات التجارة الالكترونية قلة الوعي لدى المدراء بأهمية التجارة الالكترونية	22
					من معوقات التجارة الالكترونية قلة الخبرة لدى الموظفين بتطبيقاتها	23
					من معوقات التجارة الالكترونية عدم قدرة الشركات على دخول الأسواق العالمية	24
					من معوقات التجارة الالكترونية عدم وجود ثقة لدى المستهلكين في تطبيقاتها	25