

استخدامات التجارة الالكترونية داخل الأسرة

دراسة ميدانية على عينة من الأسر ببلدية الحمادية ولاية برج بوعريريج

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع

إشراف الدكتورة:

إعداد الطالب:

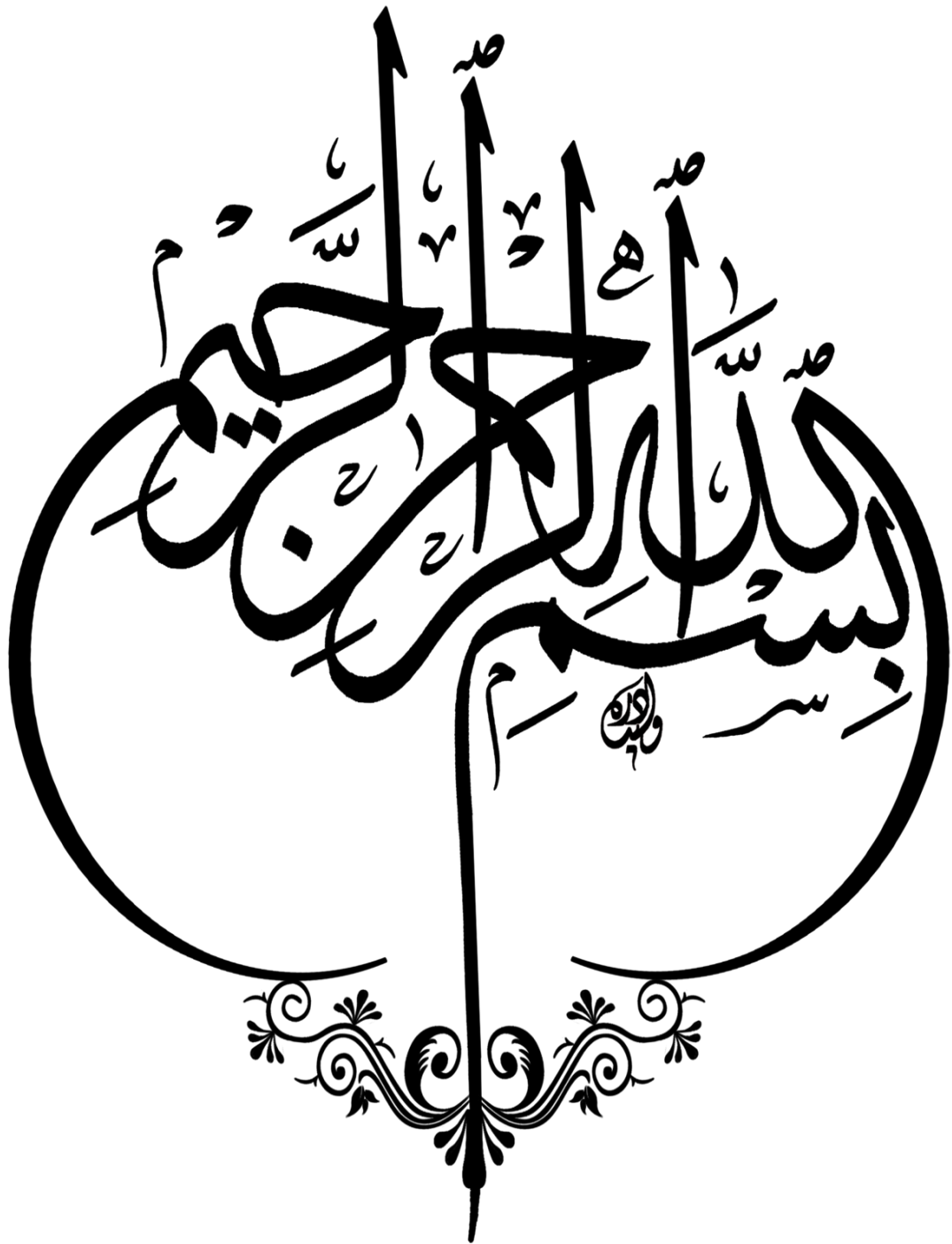
* شرغال فيروز

● حريزي عبد اللطيف

لجنة المناقشة:

الصفة	مؤسسة الانتساب	الرتبة العلمية	الأستاذ
رئيسا	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج	أستاذ محاضر - ب -	غرابي محمل
مشرفا	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج	أستاذة محاضر - ب -	شرغال فيروز
مناقشا	جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج	أستاذة محاضر - أ -	حاج كولة غنية

السنة الجامعية: 2024/2023



تَشْكُرَات

إن الحمد والشكر أولاً لله رب العالمين أن وفقني ويسر لي إنجاز هذا البحث المتواضع .

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة " شرغال فيروز " التي لم تبخل بأبي جهداً ومعلومة.

كما أشكر جميع أستاذة قسم العلوم الاجتماعية وخاصة أستاذة تخصص علم اجتماع الاتصال.

كما لا أنسى تقديم خالص تشكراتي إلى كل من قدم لي يد العون سواء من قريب أو من بعيد، راجياً من الله عز وجل التوفيق والسداد

عبد اللطيف

إهداء

الحمد لله الذي وهبنا العلم وأنعم علينا بالإسلام وجعلنا أمة محتفظة بدينه
والصلاة والسلام على خير خلق نبيه وحبيبه محمد صل الله عليه وسلم
أهدي ثمرة جهدي هذه إلى من قدسهما الرحمان وجعل برضاهما الجنان

والدراي الكريمين

إلى من قدمت لي العون، وسارت معي الدرب وكانت السند والقلب زوجتي

الغالية

إلى قرأت عيني أولادي أغلى ما عندي

إلى من تربيت معهم منذ صغري، وكانوا نعم الرفقة والصحب إخوتي وأخواتي

الأعزاء وإلى كل أبنائهم

وإلى كل شخص طيب أعرفه أهدي ثمرة جهدي هذه

عبد اللطيف



الفهرس



الصفحة	الموضوع
	شكر و عرفان
	إهداء فهرس المحتويات
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	
04	تمهيد
05	1- أسباب اختيار الموضوع
05	1-1- الأسباب الذاتية
05	1-2- الأسباب الموضوعية
05	2- أهمية الموضوع
05	3- أهداف الدراسة
06	4- إشكالية الدراسة
08	5- فرضيات الدراسة
08	6- تحديد المفاهيم
09	7- المنهج والتقنيات المستخدمة
11	8- العينة
12	9- المجالات الثلاث للعينة
13	10- خصوصية عينة الدراسة
16	11- الدراسات السابقة
18	12- المقاربة النظرية
الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية والرأسمال الاقتصادي للأسرة	
20	تمهيد
21	1- مفهوم الرأسمال الاقتصادي

21	2- خصائص التجارة الالكترونية
23	3- الفيسبوك والتجارة الالكترونية
26	4- الآثار الايجابية والسلبية للتجارة الالكترونية
26	4-1- الآثار الايجابية للتجارة الالكترونية
28	4-2- الآثار السلبية للتجارة الالكترونية
31	5- المقوم الاقتصادي للأسرة
33	6- الوظيفة الاقتصادية للأسرة
35	7- وقفات مع استثمار الأسرة
36	8- الآثار الاقتصادية والاجتماعية للتجارة الالكترونية
39	خلاصة
الفصل الثالث: الرأسمال الاجتماعي والثقافي للأسرة	
41	1- مفهوم الرأس المال الاجتماعي
42	2- الرأسمال الثقافي للأسرة
42	3- تعريف الأسرة وخصائصها
42	3-1- تعريف الأسرة
42	3-2- خصائص الأسرة
44	4- الأسرة و مواقع التواصل الاجتماعي
46	5- مصادر رأس المال الاجتماعي
49	6- انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي
50	6-1- المجال الاجتماعي
51	6-2- المجال التجاري
53	7- وظيفة الرأسمال الثقافي للأسرة
55	8- التجارة الالكترونية وفرص المشاركة النسوية
57	9- أبرز تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر
58	9-1- ضعف البنية التحتية الإلكترونية

59	9-2- تحديات اجتماعية
61	10- مناقشة نتائج الفرضيات
61	10-1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى
63	10-2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية
65	10-3- النتيجة العامة للدراسة
67	خاتمة
69	قائمة المراجع
	الملاحق
	الملخص

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع العينة حسب السن	14
02	يوضح توزيع العينة حسب الجنس	14
03	يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية	15
04	يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	15
05	يوضح توزيع العينة حسب وضعية السكن	16
06	يوضح زيادة الطلب على المنتج في النشاط التجاري	22
07	يوضح المواقع التي تستفيد منها الأسر في نشاط التجارة الإلكترونية	25
08	يوضح أسباب زيادة الأرباح في التجارة الإلكترونية	28
09	يوضح الشخص المعتمد عليه في التوصيل	30
10	يوضح الإقبال على المنتج بأسلوب التجارة الإلكترونية	32
11	يوضح النشاطات المستغلة في التجارة الإلكترونية	33
12	يوضح لماذا توجهت الأسرة لنشاط التجارة الإلكترونية	35
13	يوضح إذا كان هناك مخاطرة في النشاط التجاري الإلكتروني	38
14	يوضح أسباب لجوء الأسرة إلى التجارة الإلكترونية	43
15	يوضح ما الذي يساعد على الترويج أكثر للسلع في التجارة الإلكترونية	45
16	يوضح استخدامات النشاط التجاري	48
17	يوضح الوسيلة التي تستعملها في التجارة الإلكترونية	49
18	يوضح المساهمة بالنشاط التجاري في الأعمال التطوعية	51
19	يوضح آفاق التجارة الإلكترونية مستقبلا	52
20	يوضح عوامل نجاح التجارة الإلكترونية	54
21	يوضح مزاولة النشاط التجاري الإلكتروني من طرف النساء	57

58	يوضح أبرز المعوقات في التجارة الإلكترونية	22
60	يوضح ما يجب توفره للنجاح في هذا النوع من التجارة الإلكترونية	23



مقدمة



لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا بالتجارة الالكترونية **Electronic Commerce** كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث لعبت ولا زالت تلعب شبكة المعلومات أو ما يعرف بالإنترنت دورا رئيسا ومهما كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر. فقد حصل تحولا كبيرا من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الالكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الالكترونية واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية. وتوسى العديد من الأسر إلى تعظيم دور التجارة الالكترونية خصوصا في ظل المتغيرات الحاصلة في المجتمع والتحديات الجديدة ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثير هذه التجارة على الأسواق وأدائها الفعال وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الالكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين الأسر والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء المجتمع الجزائري.

تعد التجارة الالكترونية إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة ومن أهم التطبيقات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات نجد تطبيق فايسبوك الذي ألقى بظلاله على المجتمع وأصبح من متطلبات التجارة الالكترونية لدى الأسرة في البيئة الحديثة وما تفرضه من تطورات ممثلة في ازدياد الاهتمام بالتجارة الالكترونية. ونتيجة لذلك فإن أهمية البحث تتجسد في محاولة الباحث التعرف على طبيعة التجارة الالكترونية وخصائصها وإمكانية الأسر من تطبيقها والاستفادة منها في ظل توفر بنية تحتية متواضعة.

يتمثل الهدف العام للبحث في التعرف على استخدامات التجارة الالكترونية داخل الأسرة باعتبارها أحد المستجدات الحديثة في عالم التجارة، والتعرف على واقع التجارة الالكترونية وتأثيرها على رساميل الأسرة وإمكانية الاستفادة من مزاياها، إضافة إلى أهم التحديات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها والعمل على معالجتها.

وتبعاً لما سبق فقد استخدمنا طريقة الدمج والتي تناسب بحثنا، وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول، حيث يعرض الفصل الأول منها الإطار العام للدراسة، وفيه تم تحديد أسباب اختيار الموضوع ثم أهميته ثم الأهداف التي تسعى الدراسة للوصول إليها ثم تحديد الإشكالية وما تضمنته من تساؤلات فرعية وبعدها فروض الدراسة، وبعدها تم تحديد المفاهيم الأساسية لموضوع الدراسة بعدها المنهج والتقنيات المستخدمة لتأتي العينة والمجالات الثلاث لها وخصوصيتها ثم الدراسات السابقة وأخيراً المقاربة النظرية، هذا عن الفصل الأول، أما الفصل الثاني فكان بعنوان ممارسة التجارة الإلكترونية في الوسط الاجتماعي بدأته بتمهيد بعدها خصائص التجارة الإلكترونية ثم الفيسبوك والتجارة الإلكترونية ثم الآثار الإيجابية والسلبية للتجارة الإلكترونية ولربط التجارة الإلكترونية بالأسرة تطرقت إلى المقوم الاقتصادي للأسرة ثم الوظيفة الاقتصادية للأسرة فوقفات مع استثمار الأسرة وأخيراً الآثار الاقتصادية والاجتماعية للتجارة الإلكترونية.

أما عن الفصل الثالث فكان بعنوان تحديات التجارة الإلكترونية في الوسط الأسري وقد تم التطرق فيه إلى تعريف الأسرة وخصائصها ثم الأسرة ومواقع التواصل الاجتماعي بعدها مصادر رأس المال الاجتماعي، ليأتي عنصر انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي ثم وظيفة الرأسمال الثقافي للأسرة، ولكون مجتمع البحث يغلب عليه العنصر النسوي وظفت عنصر التجارة الإلكترونية وفرص المشاركة النسوية ليأتي في الأخير كحوصلة أبرز تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر ثم عرض نتائج فرضيات الدراسة وخاتمة فقاومة المراجع والملاحق .



الفصل الأول

الإطار النظري للدراسة



تمهيد:

إن الباحث في ميدان العلوم الاجتماعية عند دراسته لظاهرة ما فإنه يعتمد على أسس ومبادئ منهجية تسمح له بالتحديد والضبط الدقيق المحكم، وعليه سنحاول في هذا الفصل الخاص بالإطار المنهجي عرض إشكالية الدراسة ثم صياغة فرضيات الدراسة ناهيك عن ذكر أسباب اختيار الموضوع وكذا الأهمية والهدف من هذه الدراسة ثم تحديد نوع المنهج المتبع وطبيعة التقنية المعتمدة بالإضافة إلى توضيح المفاهيم الإجرائية وكذا الدراسات السابقة عن الموضوع وأخيرا المقاربة النظرية.

1- أسباب اختيار الموضوع:

1-1- الأسباب الذاتية:

- الرغبة والميول الشخصي في دراسة هذا الموضوع.
- التعرف على مكانة التجارة الالكترونية في الوسط الأسري.

1-2- الأسباب الموضوعية:

- معرفة الأسباب التي أدت إلى انتشار التجارة الالكترونية في الوسط الأسري.
- امتهان الأسرة لهذا النوع من التجارة.
- إضافة دراسة أكاديمية للمكتبة تخص هذا الموضوع.

2- أهمية الموضوع:

يستمد البحث أهميته باعتبار التجارة الالكترونية من المواضيع الجديدة والهامة التي فتحت أبوابها الواسعة أمام الأفراد والمنشآت الصغيرة والمتوسطة وكمجال جديد للاستثمار ناهيك عن تزايد استخدامات المعاملات عبر الانترنت سواء بين الأفراد والأسرة والتي يكون لها حتما أثر على الطابع الاقتصادي الجديد، لذلك فإن مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة واندماج الأسرة في الاقتصاد والانفتاح عليه هو تحدي كبير يتطلب تطوير أفراد الأسرة لطاقتهم الإنتاجية والإلمام الكافي بتقنيات التجارة الالكترونية التي أصبحت تفرض وجودها كل يوم أكثر من الآخر، كما أن هذا الأسلوب يحضاً بإقبال واسع من طرف الأسرة ما يفسر تغير سياستها الاقتصادية ومواكبتها التطورات الحاصلة.

3- أهداف الدراسة:

- نهدف من خلال هذه الدراسة إلى توضيح جملة من النقاط نوجزها في ما يلي:
- التعرف على استخدامات التجارة الالكترونية وطبيعتها داخل الأسرة.
- محاولة فهم ما أحدثته التجارة الالكترونية على الرأسمال الاقتصادي للأسرة.

- التعرف على أثر التجارة الالكترونية على الرأسمال الثقافي والاجتماعي على الأسرة.

- محاولة فهم كيفية تأثير الوسائل والأساليب الجديدة على الطابع الاقتصادي للأسرة.

4- إشكالية الدراسة:

إن ما يميز حياتنا المعاصرة هو تطورها المستمر وتجدها اليومي بفعل التطور التكنولوجي الذي غزى كل المجالات محدثاً ثورة في أساليب العمل وتقنيات الإنتاج الأمر الذي ساهم في تبسيط الحياة الإنسانية وتذليل المعوقات وإلغاء الحواجز بين بيئة وأخرى، فلا تكاد تمر لحظة إلا وتظهر تقنية جديدة اقل تكلفة وأكثر نجاعة من التي سبقتها. ومن التكنولوجيات الحديثة التي صنعت لنفسها مكانا بارزا في معترك الحياة هي تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبات بالإمكان انجاز المهام وإجراء العمليات بشتى أنواعها بسرعة رهيبية، من أجل ربح الوقت واكتساب القدرة التنافسية وتحقيق أفضل النتائج، بدأ باختراع وسائل الاتصال البسيطة وصولا إلى الهواتف الخلوية والانترنت.

ومع الانتشار الواسع لاستخدامات الانترنت في العالم وتنامي الابتكارات التي مست تطبيقاتها وبرامجها، برز إلى السطح ما يعرف بالتجارة الالكترونية بكل مزاياها وفوائدها، والتي أتاحت الفرصة للأسر وأرباب وربات البيوت، خاصة الصغيرة والمتوسطة الدخل من أجل إجراء تعاملاتهم التجارية والترويج لمنتجاتهم بكل سهولة ودون الحاجة إلى لقاء الزبون، وبالمقابل أصبح بالإمكان لكل فرد اقتناء مستلزماته والحصول على الخدمات التجارية الالكترونية المرغوبة بتكلفة اقل وبضغطة زر واحدة. وفي وقت الحالي تعد التجارة الالكترونية من الطرق المثلى لإنجاز المعاملات التجارية داخل الأسرة كمؤسسة وهو ما يعكس فوزها بثقة المتعاملين ورضا المستهلكين.

حيث أن التجارة الالكترونية أصبحت تعالج الكثير من مشكلات التسوق وخاصة ما يتعلق بالتسوق في الأسواق التقليدية، إذ أن التسوق عبر الانترنت أصبح يتيح للأسر المستهلكة فرصة الحصول على السلع والخدمات المطلوبة دون الحاجة إلى مغادرة المنزل والأسرة صاحبة المنتج لعرض سلعها ومنتجاتها.

كما مكنت الأسر من التواصل والتقارب ومعرفة أحوال بعضهم البعض وميولاتهم وأذواقهم واحتياجاتهم اليومية وأولوياتهم في الحياة وذلك بعد رؤيتهم للمنتج أو السلعة على الانترنت والاتفاق على بيعها واقتنائها، تدفعهم الحاجة للاتقاء من أجل تسلم المبلغ وتسليم السلعة.

بالإضافة إلى ذلك فقد دفعت التجارة الالكترونية أفراد الأسرة إلى ورفع مستواهم، بما تتطلبه من حسن استعمال للكمبيوتر أي تدريب على استعمال الإعلام الآلي وكذا كيفية استخدام الانترنت.

وتكسب الأسر الكثير من المعتقدات، و تتبنى العديد من الاتجاهات وهو ما يعني أن سلوكها الشرائي يتشكل أو يتأثر وفقا لتلك المعتقدات أو هذه الاتجاهات.

بالإضافة إلى أنها مكنت الأسر خاصة من ذوي الدخل الضعيف أو المحدود من تحسين دخلهم من خلال الربح الذي يحققونه من بيع منتجاتهم و سلعهم خاصة إذا كانت منتجاتهم يدوية أي من إنتاج الأسرة ذاتها.

وفي ضوء ما سبق يمكن طرح التساؤل العام التالي:

- هل تؤثر التجارة الالكترونية على رساميل الأسرة الجزائرية؟
- وتفرعت عن هذا التساؤل العام تساؤلات فرعية على النحو التالي:
- كيف تساهم طبيعة استخدام التجارة الالكترونية في تغيير رؤوس أموال الأسرة؟
- كيف تساهم أساليب ووسائل التجارة الالكترونية في تغيير رؤوس أموال الأسرة؟

5- فرضيات الدراسة:

قد وضعت في هذه الدراسة فرضيتن أساسيتين لأن طبيعة الموضوع تفرض ذلك حيث تهدف إلى تحديد استخدامات التجارة الالكترونية داخل الأسرة هما:

- يساهم نوع التجارة الالكترونية في تغيير رؤوس أموال الأسرة.
- تساهم وسائل وأساليب التجارة الالكترونية في تغيير رؤوس أموال الأسرة.

6- تحديد المفاهيم :

6-1- مفهوم الوسائل:

هي تلك الأجهزة والأدوات والمواد التي يستخدمها الفرد لتيسر له نقل الخبرات إلى طرف آخر بسهولة ووضوح.¹

التعريف الإجرائي: هي مختلف الأجهزة كالهاتف والكمبيوتر المستخدمة في نشاط التجارة الالكترونية من أجل الترويج أو التعريف بالمنتج أو السلعة أو التواصل بين صاحب المشروع والمستهلك.

6-2- مفهوم رأسمال الأسرة:

هو كل مورد يمنح الفاعل قوة اجتماعية داخل الفضاء الاجتماعي، وقد يتجسد في أشكال غير مادية، مثال رأس المال الاجتماعي، ورأس المال الثقافي.²

التعريف الإجرائي:

المقصود به كافة رساميل الأسرة من اقتصادي ويعني الجانب المادي، واجتماعي ويعني العلاقات والتفاعلات، وثقافي ويعني المستوى التعليمي والشهادات المحصلة في هذا الجانب.

¹ خالد محمد السعود، تكنولوجيا وسائل التعليم وفعاليتها، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2009، ص19.

² خالد كاظم أبو دوح، رأس المال الثقافي مقارنة سوسيولوجية، مجلة التفاهم، كلية الآداب، جامعة سوهاج ، ص321.

6-3- مفهوم التجارة الالكترونية:

ذهب الكثير من الاقتصاديون إلى دراسة هذا النمط الجديد من التجارة في محاولة لإيجاد تعريف محدد لها، فالبعض يرى أن التجارة الالكترونية تشير إلى عملية " تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنشطة التقنية الشبيهة"¹، في حين أن البعض الآخر يرى أن التجارة الالكترونية هي " عملية ممارسة البيع والشراء عبر الانترنت ودفع القيمة واستلامها بطريقة آلية منها استخدام البطاقات الائتمانية التقليدية أو الأموال والبطاقات الائتمانية الافتراضية، وتكون هذه التجارة على عدة أشكال منها تجارة التجزئة الالكترونية والمزادات الالكترونية"²، كما أن هناك من يعتبر أن تعريف التجارة الالكترونية يختلف باختلاف المجالات التي تناولت هذا المصطلح.³

التعريف الإجرائي للتجارة الالكترونية:

هي عملية بيع وشراء السلع والمنتجات بين أفراد المجتمع بواسطة الانترنت عبر تطبيقات على الشبكة أهمها الفيسبوك، ومن خلالها يتم التعريف بالمنتج والتفاهم على السعر والكمية، وأخيرا يكون الاستلام والتسليم يدا بيد وجها لوجه.

7- المنهج والتقنيات المستخدمة:

7-1- المنهج:

المنهج الغالب في الدراسة هو منهج الكيفي ويمكن تعريفه كالتالي " هو منهج يهدف بالأساس إلى فهم الظاهرة موضوع الدراسة، وعليه ينصب الاهتمام هنا أكثر

¹ باسم احمد المبيضين، التجارة الالكترونية، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص.18.

² حازم محمود محمود أبو النيل، التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية، بحث منشور على الموقع:-

<https://fr.slideshare.net/alexcont/ss> تاريخ الاطلاع (2017/10/20)، ص. 1

³ مصطفى يوسف كافي، التجارة الالكترونية، دار رسلان للنشر والتوزيع، دمشق، 2009، ص. 10

على حصر معنى الأقوال التي تم جمعها أو السلوكات التي تمت ملاحظتها، لهذا يركز الباحث أكثر على دراسة الحالة أو دراسة عدد قليل من الأفراد".¹

وتم الاعتماد على منهج تحليل المحتوى تحديدا تحليل الفعلية للمستهلكين نحو هاته القضية الاستهلاكية أو تلك وبدون أي تدخل شخصي أو تحيز من قبل الباحث الذي يستخدم هذا المنهج، ذلك أن الباحث في هذه الحالة يعتمد على إيراد تحليلاته بصورة واقعية تخدم كافة أفراد مجتمع الدراسة وليس شريحة واحدة من شرائح المجتمع كالتجار أو الصناع وهكذا".²

من خلال موضوع الدراسة والظروف المنهجية لها أكدت الحاجة لدراسة وفهم فرضيات الدراسة وذلك باستنباط عدد من الفئات حيث نجد أن الفئات الغالبة على الفرضيتين هي: فئة القيمة والاتجاه والوسيلة والهدف.

7-2- التقنيات المستخدمة:

من خلال الدراسة الاستطلاعية قمت بعدد من المقابلات غير المقننة مع بعض الأسر الممارسة لهذا النوع من التجارة باستخدام دليل المقابلة والذي يعرف على أنه " هي عملية تتم بين الباحث وشخص آخر أو مجموعة أشخاص، تطرح من خلالها أسئلة، و يتم تسجيل إجاباتهم على تلك الأسئلة المطروحة".³

وقد فرضت الظروف المنهجية للموضوع العمل بدليل المقابلة على أساس أنه أنسب تقنية تمكننا من جمع المعطيات الميدانية خاصة في ظل صعوبة الوصول إلى

¹ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، ط2، الجزائر، 2004، ص ص 101،100 .

² محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل، ط2، الأردن، 1999، ص39.

³ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن، 2007، ص96.

وحدات العينة ويمكن أن نعرفها بأنها " عملية تقصي علمي يقوم على مسعى اتصالي كلامي من أجل الحصول على بيانات لها علاقة بهدف البحث".¹

8- العينة:

فرض علينا موضوع الدراسة اللجوء إلى العينة غير الاحتمالية والتي تعرف على أنها " العينات التي يتم اختيارها بشكل غير عشوائي ولا تتم وفقا للأسس الاحتمالية المختلفة، وإنما تتم وفقا لأسس وتقديرات ومعايير معينة يضعها الباحث، وفيها يتدخل الباحث فاختيار العينة وتقدير من يختار ومن لا يختار من أفراد مجتمع البحث الأصلي ومن عيوب هذا النوع من العينات هو احتمال تحيز الباحث في الاختيار".²

ومنه تم الاعتماد على نوع العينة النمطية وتعرف على أنها " هي العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة".³

وعليه فإننا حصلنا على المعطيات الميدانية من الأسر التي تعمل في التجارة الالكترونية بطريقة فرز كرة الثلج والتي تعتبر هي الأنسب حسب ما يقتضيه موضوع البحث حيث تعريف عينة كرة الثلج " تعرف أحيانا بعينة الشبكة أو عينة السلسلة وتستخدم في البحوث النوعية، والتكتك الذي يستخدم في اختيار العينة هو: مقابلة الأشخاص والتي دامت مدة 30 دقيقة لكل مقابلة، وبعد نهاية المقابلة يسأل الباحث كل من اشترك فيها أن يذكر أسماء أشخاص آخرين لديهم نفس المعايير والذين يرغبون

¹ سعيد سبعون، الدليل المنهجي في اعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2012، ص173.

² محمد سرحان، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، صنعاء، 2015، ص173 .

³ أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، جامعة الجزائر، 2010، ص ص 198 197.

بالمشاركة في الدراسة، ومصطلح كرة الثلج يشير إلى تراكم المشاركين من خلال عملية جمع المعلومات، وهذه الطريقة جيدة عندما يجد الباحث صعوبة في إيجاد المشاركين في الدراسة".¹

كذلك قمنا بطريقة الفرز حيث يتم ملاً دليل المقابلة بالتعرف على أشخاص جدد في أسر تمارس التجارة الالكترونية من طرف المبحوث الأول والثاني وهكذا حتى توفرت لدينا عدد المقابلات اللازمة.

9-المجالات الثلاث للعيينة:

9-1-المجال الزمني:

حيث بدأت في الدراسة الاستطلاعية المكتبية وفي الانترنت ثم والنزول للميدان للاستطلاع ابتداء من يوم 2024/01/02 إلى 2024/03/31، تم خلالها مقابلات متعددة لضبط متغيرات فرضيات الدراسة ثم بناء دليل المقابلة واختباره، ثم بدأت في الدراسة الميدانية بتاريخ 2024/04/01 إلى غاية 2024/004/30.

9-2-المجال البشري:

ونقصد مجتمع البحث الذي تم تسليط الدراسة عليه وهو مجموعة من الأسر التي تمتهن أو تمارس التجارة الالكترونية.

9-3-المجال المكاني:

والمقصود به المنطقة الجغرافية التي يسكن فيها مجتمع بحثنا وهي دائرة الحمادية، حيث تقع جنوب ولاية برج بوعريريج.

كانت الحمادية في العصور الوسطى القديمة في عهد الرومان تسمى اكوزيوم 20 ق.م وكانت في زمن الرومان منطقة عبور إلى الصحراء الجزائرية كانت هناك مماليك جاروكان أهل البلدة هم برابرة ثم جاء أولاد بهلول ثم أولاد عاقلة وسمية باسم

¹ منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص172-171.

أولاد عاقلة وبقية المدينة حاملة لهذا الاسم ومن بعد جاء أولاد خلوف ثم المرابطين ثم أولاد عيسى و أولاد حريز ثم انتشرت القبائل ، ثم جاء حمدان ابن بلكين بن قلقة في منطقة يسمونها المعاضيد عاصمة المغرب العربي كل من مراكش إلى القيروان تحت سيطرت الحماديين ،ثم كانوا في مصر قبائل يسمونهم رباح و زغبة وبنو سلمة وبنو هلال جاؤوا وحطموا حماد ابن بلكين وتمركزوا هناك وانتشروا في القطر الجزائري حتى الاحتلال الجزائري الفرنسي حيث غير الاسم فأصبحت تسمى لاكورب ، الفرنسيون يسمونها لاكورب وأهل البلدة يسمونها أولاد عاقلة .

وبعد خروج الاحتلال الفرنسي وقعت مشادة بين أهل البلدة ماذا يسمونها، قالوا نسميها الواد لخضر فقام أخ من أهل المنطقة كتب عليها لافتة باسم الحمادية نسبة إلى قلعة بني حمدان ابن بلكين توقفوا كلهم وتقبلوا اسم الحمادية وفيها عدد من القبائل، أهل القبائل أولاد خلوف هم من تلمسان بعد سقوط الدولة الزيانية، أولاد عيسى من البيض هم ينتسبون إلى عيسى بنايل، الربيعيات من الهامل أولاد برحال إلى حد الصحاري، توجد حد الصحاري في الجلفة سميت بهذا الاسم لأنهم كانوا من البدو الرحل، ولهذا تعتبر الحمادية أهم من الولاية ونعيش فترة من النمو لم يسبق لها مثل بفضل المشاريع العديدة التي قيد الإنجاز كما تعتبر أيضا من أجمل مدن برج بوعريريج من التنظيم للعمران.

أنشأت بموجب المرسوم رقم 429/63 المؤرخ في 28/10/1963 المتعلق بالتنظيم الإقليمي للبلديات، وكانت تابعة قديما إلى ولاية سطيف وتداول عليها العديد من رؤساء البلديات منذ الاستقلال

10- خصوصية عينة الدراسة:

تكمن خصوصية عينة الدراسة في كونها تتشكل من مجموعة تضم 20 عائلة تمارس نشاط التجارة الالكترونية، وقد كان من الصعب الوصول إلى أفرادها نظرا لطبيعة المنطقة (محافظة) وكون أغلبية أفراد العينة نساء مأكثات في البيت.

جدول رقم (01): يوضح توزيع العينة حسب السن.

النسبة	التكرار	الفئات
30%	06	30-23
40%	08	37-31
30%	06	44-38
100%	20	المجموع

التحليل الإحصائي:

نلاحظ من خلال هذا الجدول رقم (01) أن الفئة التي يتراوح سنها من بين (31-37) سنة هي التي تمثل أكبر نسبة في العينة المدروسة وذلك بنسبة 40 % وتليها الفئتين (23-30) والفئة (38-44) بنسبة 30 % من أفراد العينة محل الدراسة.

جدول رقم (02): يوضح توزيع العينة حسب الجنس.

النسبة	التكرار	الفئات
30%	06	ذكر
70%	14	أنثى
100%	20	المجموع

التحليل الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أن معظم أفراد العينة هم من جنس الإناث والتي تقدر نسبتهم بـ 70 % من هذه العينة المدروسة وتليها نسبة الذكور المقدر بـ 30 % من أفراد العينة محل الدراسة.

جدول رقم (03): يوضح توزيع العينة حسب الحالة العائلية.

النسبة	التكرار	الفئات
60%	12	متزوج
35%	07	أعزب
5%	01	مطلق
100%	20	المجموع

التحليل الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) أن معظم أفراد العينة المدروسة هم من المتزوجون وذلك بنسبة 60% وهي أكبر نسبة في العينة محل الدراسة وتليها فئة العزاب بنسبة 35% من حجم العينة المدروسة وما يمكن استنتاجه من هذه النسب أن غالبية من ينشطون في التجارة الإلكترونية هم متزوجون، وأقل نسبة هي للمطلقين بـ 05% .

جدول رقم (04): يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	الفئات
20%	04	متوسط
25%	05	ثانوي
55%	11	جامعي
100%	20	المجموع

التحليل الإحصائي:

من خلال الجدول رقم (04) نلاحظ أن نسبة الباحثين الذين لديهم مستوى جامعي هم أكبر فئة في العينة المدروسة وذلك بنسبة 55% تليها فئة الباحثين الذين لديهم المستوى الثانوي وذلك بنسبة 25% من حجم العينة المدروسة، ثم تأتي بعدها فئة

المبحوثين الذين لديهم مستوى المتوسط وذلك بنسبة 20% وهي أضعف نسبة من المبحوثين من حيث المستوى التعليمي.

جدول رقم (05): يوضح توزيع العينة حسب وضعية السكن.

النسبة	التكرار	الفئات
55%	11	عائلي
35%	07	مستقل
10%	02	إيجار
100%	20	المجموع

التعليق الإحصائي: نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت في فئة السكن العائلي وقدرت بـ 50% وهذا يدل على طابع المنطقة المحافظ، أما بالنسبة السكن المستقل فكانت بنسبة 35% وهي نسبة معتبرة تدل على الانتقال من طابع الأسرة الممتدة إلى الأسرة النوواة، أما بالنسبة السكن بالإيجار فكانت ضئيلة وذلك بنسبة 10% .

11- الدراسات السابقة:

تلعب الدراسات دورا بالغ الأهمية في خدمة أي موضوع إذا ما تم العثور عليها وأحسن توظيفها ومعرفة كيفية الاستفادة منها سواء ذات الصلة المباشرة بالموضوع أو القريبة منه فهي إذن تكون لدى الباحث خلفية نظرية ومن ثمة يعني أن هناك جهود سبقته في ذلك يجب الاعتراف بها. وعليه سنورد بعض الدراسات السابقة التي تم التوصل إليها في حدود المقدرة والاطلاع وهي كالتالي:

الدراسة الأولى:

دراسة سمية ديميش، مذكرة ماجستير، 2011، بعنوان " التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر " جامعة قسنطينة¹.

¹ سمية ديميش، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2011.

حيث توصلت هذه الدراسة إلى ضعف واضح في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الالكترونية في الجزائر، والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات، فرغم أن هذه البنية شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الأخيرة لكنها مازالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الالكترونية، سواء من معدلات الانتشار أو الجودة والتكاليف، كما أن الجزائر مازالت تعاني من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الالكترونية، وغياب شبه كامل لهذا المصطلح في قاموس التعاملات التجارية، ويعود سبب هذا التعثر إلى جملة من المعوقات التي تشكل عائق أمام هذه التجارة.

الدراسة الثانية:

دراسة صراع كريمة، مذكرة ماجستير، 2014 ، بعنوان " واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر " ، جامعة وهران¹.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الجزائر تشهد تقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال مقارنة بالسنوات السابقة فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في مجال الانترنت وازدياد عدد مستخدميها لم يزامنهم تطور تطبيقات التجارة الالكترونية فأغلب الدراسات التي أجريت حول استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر أظهرت أن هذه الأخيرة لم تتجاوز بعد المستوى البدائي الذي يشمل أنشطة الإعلام والترويج والحصول على المعلومات والدفع عند التسليم.

■ جاءت دراستنا بتحديثات تخص استخدامات التجارة الالكترونية في الأسرة الجزائرية مقارنة بالدراسات السابقة من حيث آثارها على الرأسمال الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للأسرة الجزائرية وما ينتج عنه من تحسين في المستوى الاقتصادي والرفاهية، وكذا الاجتماعي وما نتج عنه من تكوين شبكة علاقات اجتماعية وأسرية متينة وممتدة ومتنامية، بالإضافة إلى التحسن والتطور

¹ صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2014 .

الملحوظ على المستوى الثقافي للأسر والتمكن من استخدام التكنولوجيا بما ينفذ هاته الأسر.

12- المقاربة النظرية :

يعد مفهوم رأس المال من المفاهيم المحورية في فكر بيير بورديو والذي لم يتعامل مع هذا المفهوم من خلال معناه التقليدي الاقتصادي فحسب، سواء كان وراثيا أو مكتسبا، ولكنه نظر إلى هذا المفهوم من خلال أنه يمنح الفاعل قوة اجتماعية داخل المجتمع، وقد يتجسد في أشكال غير مادية، مثل رأس المال الاجتماعي ورأس المال الثقافي .

هذه المفاهيم تتقارب وتتقاطع أحيانا مع دراستنا هاته حيث يشير بورديو إلى مفهوم رأس المال بأنه الموارد التي يحوزها الفاعل الاجتماعي من خلال علاقته بالثقافة سواء كانت موروثية من خلال كل ما يحوزه الفرد من عملية التنشئة الاجتماعية أو مكتسبة من خلال المؤهلات التعليمية.

وهذا ما ركزنا عليه في دراستنا بالنظر إذا كان ممارسة نشاط التجارة الالكترونية موروثا من العائلة، أو مكتسبا من خلال تكوين أو شهادات في هذا المجال لعينة مجتمع الدراسة.

كما يمكن من خلال مراجعة الفكر الماركسي حول مفهوم رأس المال ورؤية المحدثين للماركسية لهذا المفهوم على أنه مرتبط بشكل وثيق بإنتاج وتوزيع السلع والسلع في نظريات ماركس هي بضائع مادية لها أسعار والعمل جزء من السعر، وتم ربطه بالأنساق الاجتماعية المختلفة الثقافية والسياسية والاجتماعية، كما يعد رأس المال مفهوما اجتماعيا يستلزم عمليات ونشاطات اجتماعية تتجلى من خلال شبكة العلاقات الأسرية التي تسعى للأسر لتكوينها خلال ممارستها للتجارة الالكترونية.

فحسب ماركس رأس المال ليس بالضرورة صورة مادية أو مالية فحسب فمنها المادي ويطلق عليه برأس المال الاقتصادي، وهناك غير المادي والذي يتمثل في رأس

المال الاجتماعي والثقافي، وقد حاولت في دراستي هاته توضيح استخدامات التجارة الالكترونية داخل الأسرة ومحاولة التعرف على تأثيرها على رساميل هاته الأسر.



الفصل الثاني

التجارة الإلكترونية والرأس مال

الاقتصادي للأسرة



تمهيد:

يشهد المجتمع الجزائري ثورة هائلة في مجال الاتصالات والاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، هذا التقدم التكنولوجي ساهم في زيادة الترابط بين الأسر كما أدى إلى ربح الكثير من وقت والجهد والتكلفة في مجال المعاملات والعلاقات الأسرية فيما بينها، الأمر الذي استغلته هاته الأسر في مجال التجارة الالكترونية من أجل الاستثمار في مشاريعها الشخصية والترويج لمنتجاتها.

1- مفهوم الرأسمال الاقتصادي :

يلعب الجانب الاقتصادي دورا هاما وأساسيا في حياة الأسرة ونجاحها، وذلك لما ينجم عن هذا الجانب المادي من إشباع لحاجيات الأسرة المادية الضرورية للعيش كالمسكن وتوفير المواد الغذائية والملبس وغيرها من اللوازم الضرورية، وكل هذا يأتي عن كفاية مستوى الدخل لتلبية حاجات الأسرة المتنوعة وذلك للمحافظة على بنائها المادي والنفسي والاجتماعي.

-التعريف الإجرائي للرأسمال الاقتصادي :

يتمثل الرأسمال الاقتصادي في مدى توفير الوالدان كل الإمكانيات والمستلزمات المناسبة لأبنائهم والتي تتمثل أساسا في المسكن والغذاء واللباس والأدوات الدراسية وغيرها من المستلزمات الرئيسية.¹

2- خصائص التجارة الالكترونية:

لا شك أن التجارة الالكترونية تستهوي السواد الأعظم من سكان العالم خاصة في الدول المتقدمة، وهذا راجع إلى الخصائص التي تتميز بها هذه التجارة، والتي يمكن إجمالها في النقاط التالية:

- عدم وجود علاقة مباشرة بين البائع والمشتري، حيث يتم التعاقد بينهما عن طريق شبكة الاتصالات، أي إجراء العملية إلكترونيا من خلال إجراء المخاطبات الفورية المباشرة ونقل للمعلومات بدقة متناهية، كما وأن تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية إلكترونيا.
- القدرة على التواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت بحيث يمكن للعائد إرسال رسالة إلى عدد من الجهات المختلفة.

¹ زيادي دريد فاطمة، الأسرة والتنشئة الاجتماعية للطفل، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، 2005 ص 209

- التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة، فالتعامل من خلالها يتم بلا حدود من حيث الزمان والمكان، خاصة إذا أخذنا في الحسبان طبيعة المنطقة وما تعانيه من عزلة خاصة في المواصلات.
 - إمكانية توفير النفقات، فهي تعمل على تخفيض جزء كبير من رأس المال لإقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، وإنهاء دور الوساطة التقليدية. وهذا ما يحفز الأسر أكثر خاصة من ذوي الدخل المتوسط والضعيف.
 - تقلل من الحاجة لزيارة العاقد لمكان السلع، حيث يمكن تنفيذ عملية البيع من داخل البيت
 - غياب المعاملات الورقية في استخدامها، فالمعاملات تتم بطريقة إلكترونية بدون استخدام أي أوراق.
 - تعد التجارة الإلكترونية من العقود القائمة على عنصر الرضا، إذ يتوقف هذا العقد على رضا المتعاقدين، البائع والمشتري.¹
- ومن خلال دراستنا الميدانية يمكننا مناقشة خصائص التجارة الإلكترونية بما عكسه لنا الواقع الميداني والمتمثل في الجدول التالي:
- جدول رقم (06): يوضح زيادة الطلب على المنتج في النشاط التجاري.**

فئة القيمة " علاقة التجارة الإلكترونية بزيادة الطلب "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	أفضل من التقليدي	12	60%
02	ليس أفضل من التقليدي	02	10%
03	كلاهما	06	30%
المجموع		20	100%

¹ سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، مذكرة تدخل متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الفقه المقارن، الجامعة الإسلامية، غزة، 2005، ص ص. 58 - 57.

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن نسبة 60% من محددات التجارة الالكترونية التي تخص زيادة الطلب وفقا لفئة القيمة تخص النظر إلى أن هذا النوع من التجارة أفضل من التقليدي مثلنا تبين ذلك وحدة التحليل رقم (01)، مقابل 30% نسبة المبحوثين الذين أجابوا أن كل من النشاط التقليدي الالكتروني له علاقة بزيادة الطلب حسب ما تبينه الوحدة رقم (02).

التحليل السوسيولوجي:

طابع الاستثمار الاقتصادي تغير بتغير الممارسات الأسرية وتوجه نحو ما تفرضه التطورات التكنولوجية (الرأسمال الثقافي) معتمدة على تسهيل عملية الاستثمار فقد تحول مبدأ امتلاك مصدر المورد المالي من خصائص هذا النوع من التجارة، كما نلاحظ أن قيم الأسرة في الجانب المادي لم تعد مرتبطة بوجود صاحب العمل والعمال إنما انتقلت إلى ما يعيشه من تغيرات في كون الأسرة هي المالك وهي صاحب المورد وهي العامل في هذا المورد المادي، وكذا محاولة تحسين الطرق الاقتصادية للاستفادة أكثر من خاصية سرعة هذا الأسلوب وتخطي الصعوبات الموجودة في الأسلوب التقليدي.

3- الفيسبوك والتجارة الالكترونية:

أصبح الآن موقع الفيسبوك البداية الأمثل لكل من يريد أن يعلن عن فكرة له أو مشروع أو منتج يريده أن ينتشر بين أكبر عدد من مستخدمي شبكة الانترنت في أقل زمن، وأثبت أنه أفضل وسيلة للترويج عما نريده. مع دخول السنوات الأخيرة من الألفية ترسخ عند الجميع أهمية الإعلان والإعلام على شبكة الانترنت نتيجة طبيعية لاتجاه معظم شرائح المجتمع للإبحار في عالمه وتماشيا مع دخول خدمة الانترنت إلى كل مكان من العمل إلى البيت والمرافق العامة.

ظل الإعلان لخمسة الأعوام الماضية محدودا على الشبكة ومردوده ليس بالمتوقع، ولم تتوفر الطريقة الأمثل للإعلان، والفرص التي كانت متاحة هي الإعلان في المواقع بمدة زمنية محدودة، أو الإعلان عن طريق الرسائل الالكترونية، وهي كذلك غير مجدية، وكذلك لن تضمن أن يكون العدد المستهدف من الزوار كافيا أو بالأصح النسبة المطلوبة، إلى أن جاءت ظاهرة الفيسبوك، ففي خلال ثلاث أعوام تربح على قمة أعلى المواقع دخولا وزيارة، و به الآن ما يفوق 500 مليون مشترك، وبالتطبيقات والخصائص الموجودة به التي تمكنك من التواصل مع أصدقائك إلى أصدقاء أصدقائك - بمعنى السماح برؤيتهم معلوماتك وملفاتك - إلى الانفتاح على جميع الشبكات في الفيسبوك والسماح لهم بمشاركة تكون قد أوصلت الفكرة المراد الإعلان عنها إلى عدد كبير لا يمكن قياسه بالتحديد.¹

وهذا ما لمسناه من خلال المقابلات التي أجريناها مع المبحوثين حيث أكدوا لنا الأهمية البالغة لتطبيق فايسبوك واستخداماته الواسعة والذي لا يمكن الاستغناء عنه خلال اليوم كاملا وتفقدته بين الحين والآخر من أجل الرد على الزبائن أو استلام الطلبات أو تسليمها، وكذا الرد على التعليقات فيما يخص المنتج وخصائصه وكيفية تحسينه من أجل الوصول إلى رضا الزبون وتحقيق أكبر قدر من المبيعات. والجدول التالي يقدم لنا قراءة عن واقع استخدامات موقع فايسبوك من طرف الأسر المستثمرة باستغلال التجارة الالكترونية:

¹وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، السودان، 2012، ص 28

جدول رقم (07): يوضح المواقع التي تستفيد منها الأسر في نشاط التجارة الالكترونية.

فئة الوسيلة " مواقع نشاط التجارة الالكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	فيسبوك	18	90%
02	واد كنيس	02	10%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 90% من محددات المواقع التي تستفيد منها الأسر في نشاط التجارة الالكترونية وفقا لفئة الوسيلة تقر باستعمال فايسبوك مثلما تبين ذلك وحدة التحليل رقم (01) مقابل 10% من نسبة المبحوثين الذين يستغلون موقع واد كنيس في الترويج لمنتجاتهم حسب ما تبينه الوحدة رقم (02).

التحليل السوسولوجي:

إن ما يعكسه استخدام موقع فايسبوك من ارتفاع نسبة استغلاله في التجارة الالكترونية وجود قنوات جديدة لطرق الإشهار بالسلع والترويج لها كذلك يساعد على فهم أن الأسرة لم تعد بحاجة إلى مقر خاص للتعريف بمنتجاتها أو لممارسة نشاط ربحي، وقد استغلت الأسرة هذا النوع من المواقع لترسخ فكرة سرعة العالم الافتراضي بين البائع والمستهلك، كما أن خصوصية هذا الموقع تعدت المجال الزمني والمكاني واختزلت الجهد المبذول في النشاط الالكتروني في تحسين وجودة الإعلان بالإضافة لخاصية البث المباشر وما له من قدرة على إقناع المستهلك، فالاحتكار هنا انتقل إلى الوسيلة ولم يعد مربوطا باليد العاملة.

4- الآثار الايجابية والسلبية للتجارة الالكترونية:

4-1- الآثار الايجابية للتجارة الالكترونية:

ويمكن حصرها في الجوانب التالية:

4-1-1- تحقيق مفهوم سيادة المستهلك:

تقدّم التجارة الالكترونية تصوراتها لمنظومات الإنتاج المستقبلية التي تراعي الفروق الفردية بين البشر وتسعى لإشباع حاجاتهم للتمايز عن الآخرين، حيث تبدأ دورة الإنتاج في تلك التجارة بقيام المستهلك بتحديد مواصفات السلعة التي يحتاجها وإرسالها من حاسوبه الشخصي عبر شبكات الاتصالات إلى مراكز التصميمات الهندسية لمنتج السلعة، حيث يتم تخزينها في قاعدة بيانات حاسوبه، وهناك يتم تحويل تلك المواصفات إلى مجموعة من التعليمات التنفيذية التي يتم إرسالها من حاسوب أقرب مركز تصنيع لمكان العميل، وأخيرا يستخدم حاسوب مركز التصنيع تلك التعليمات في تشغيل المعدات اللازمة لإنتاج السلعة بالمواصفات المطلوبة.

4-1-2- إتاحة أنواع لانهائية من السلع والخدمات والمعلومات:

إن مزايا التجارة الالكترونية أنها توفرّ للزبائن فرص اختيار حاجياتهم من عدد لا محدود من السلع والخدمات.

4-1-3- تغيير صور الشركات والمؤسسات الإنتاجية:

ساعدت التجارة الالكترونية على تحويل الشركات الضخمة والمتقدمة والتي تعاني من تعقد الهياكل الإنتاجية وكبر عدد الموظفين بها إلى شركات تكاد تختفي منها المباني الضخمة والمكاتب المزدهمة بالعملاء والموظفين.

4-1-4- اختفاء المخازن والحدّ من المخزون السلعي:

إن استخدام التجارة الالكترونية يتيح فرصة الحدّ من المخزون السلعي من خلال توجيه طلبات العملاء واستيفائها مباشرة من المصانع أو الموردين.¹ كما يمكن إضافة مزايا بالنسبة للأفراد منها:

4-1-5- توفير الوقت والجهد:

المواقع الالكترونية تظل مفتوحة طيلة أيام السنة، ما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين، ولا يتطلب شراء احد المنتجات أكثر من النقر على المنتج والتسديد نقدا عند الاستلام.

4-1-6- حرية الاختيار:

يمكن للزبون من خلال عمليات الشراء عبر التجارة الالكترونية المقارنة بين أسعار وإشكال السلع والخدمات المتوفرة عبر الانترنت وإمكانية زيارة العديد من المواقع لاختيار الأنسب، كما تتيح بعض المواقع إمكانية تجربة بعض السلع كبرامج الكمبيوتر والألعاب وإمكانية التواصل مع مختلف الأسر المتواجدة على الشبكة.

4-1-7- خفض الأسعار:

إن التسوق عبر الانترنت يوفر للمستهلك تجنب تكاليف إضافية وتخفيض نفقاته مقارنة بالتسوق العادي.

4-1-8- نيل رضا المستهلك:

تتكفل الأسر المتواجدة عبر الانترنت بالإجابة على تساؤلات زبائنها من خلال التخاطب الشخصي أو عبر البريد الالكتروني توفر الانترنت ميزة الإجابة عن استفسارات الزبائن، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم.²

¹ صلاح الدين حسن السيبي، التجارة الدولية والصيرفة الالكترونية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014، ص 123 - 121

² بوجاني عبد الحكيم، التجارة الالكترونية، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد: الخاص (ديسمبر 2021) ص. 174 .

والجدول التالي يبين الخصائص الايجابية في التجارة الإلكترونية
جدول رقم (08): يوضح أسباب زيادة الأرباح في التجارة الإلكترونية.

فئة الهدف " ما يميز التجارة الإلكترونية "			
النسبة	التكرار	الوحدات	الرقم
25%	05	الأسلوب الإلكتروني أكثر سرعة من التقليدي	01
75%	15	التمكن من معرفة المنتج دون التنقل	02
100%	20	المجموع	

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 75% من محددات زيادة الأرباح في التجارة الإلكترونية وفقاً لفئة الهدف ترى أن خاصية التمكن من معرفة المنتج دون التنقل هي السبب في زيادة الأرباح حسب ما تبينه الوحدة رقم (02)، مقابل 25% من نسبة المبحوثين الذين يرون أن أسباب زيادة الأرباح في التجارة الإلكترونية بسبب أن الأسلوب الإلكتروني أكثر سرعة من التقليدي حسب ما تبينه الوحدة رقم (01).

التحليل السوسيولوجي:

يعكس الجدول تغير طبيعة التجارة من التقليدي إلى الإلكتروني حيث أصبح المستهلك بكبسة زر يمكنه التجول في عديد الأسواق والتعرف على مختلف المنتجات وخصائصها دون أن يكلف نفسه عناء التنقل، بل ويقتني ما يريده دون أن يبرح مكانه.

4-2- الآثار السلبية للتجارة الإلكترونية:

ويمكن عرضها في النقاط التالية: ¹

¹ صلاح الدين حسن السيبي، المرجع السابق، ص ص. 126 - 124

4-2-1- تهديد أنشطة التجارة التقليدية:

إن انتشار التجارة الالكترونية حول الأنظار عن التعاملات التجارية التقليدية وما يتصل بها من أنشطة مرافقة، كإقامة المعارض وزيارة مقرات المؤسسات، كما أثر سلباً على الأنشطة الزراعية وشركات السياحة والطيران والنقل والتأمين والبنوك حيث لم تعد هناك ضرورة للذهاب إلى هذه الشركات لإتمام الصفقات ما دام أن الأمر سيُنجز باستخدام الانترنت من البيت.

4-2-2- زيادة ظاهرة الابتزاز التجاري والاقتصادي:

ويدخل هذا ضمن الجرائم الالكترونية التي انتشرت في الآونة الأخيرة تزامناً مع انتشار التكنولوجيا الرقمية، فقد أدت عمليات التجسس إلى تسرب البيانات الشخصية للأفراد والمعلومات الخاصة، مما يجعلها أداة في أيدي المنافسين، فضلاً عن عمليات السرقة والسطو على الحسابات البنكية، وهذه الجرائم غير عادية تُكبد الحكومات خسائر جمة؛ فعلى سبيل المثال لا الحصر، تشهد المملكة المتحدة وحدها جريمة الكترونية جديدة كل 10 ثوان حيث شهدت البلاد ارتكاب أكثر من 03 ملايين جريمة الكترونية خلال سنة 2006، وقد بلغت عدد الشكاوى التي تلقاها مركز شكاوى احتيال الإنترنت الأمريكي منذ بدأ أعماله في ماي من سنة 2000 وحتى شهر نوفمبر من العام نفسه (أي خلال ستة أشهر فقط 6087) شكاوى، من ضمنها 5273 حالة تتعلق بإختراق الكمبيوتر عبر الإنترنت، وقد بلغت الخسائر المتصلة بهذه الشكاوى ما يقارب 4.6 مليون دولار، وهذا كله في ظل غياب الضمانات الكافية لحماية المستهلك من الغش والتضليل والخداع والإعلانات الكاذبة.¹

¹ زكريا محمد عمارة، الدليل الرقمي والتحقيق في الجريمة الالكترونية، ورقة تدخل ضمن فعاليات الندوة العلمية، 2008/12/26-22، كلية علوم الأدلة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص 20.

4-2-3- البطالة و التجارة الإلكترونية:

من الطبيعي أن الاعتماد على التجارة الإلكترونية سيدفع بالآلاف من العمال إلى سوق البطالة بعد الاستغناء عن أدوارهم التقليدية . ومن جهة أخرى فإن الترابط القوي بين الاقتصاديات بفعل الشبكة العنكبوتية ساهم في الانتشار السريع لازمات الأسواق المالية والبورصات الناجمة عن التفشي السريع للذعر المالي وفقدان الثقة.

جدول رقم (09): يوضح الشخص المعتمد عليه في التوصيل.

فئة القيمة " المسؤؤل عن التوصيل "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	الاعتماد على النفس	18	90%
02	تعاون أفراد الأسرة	02	10%
	المجموع	20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 90% من محددات المسؤؤل عن التوصيل وفقا لفئة القيمة ترى بأن الاعتماد على النفس هو الأفضل بالنسبة للأسرة وهذا ما تبينه الوحدة رقم(1)، مقابل نسبة 10% من المبحوثين يرون في تعاون أفراد الأسرة هو الأنسب حسب ما تبينه الوحدة رقم (2).

التحليل السوسيولوجي:

يمكن القول أن التجارة الإلكترونية حسب ما يمليه الواقع لا تحتاج إلى يد عاملة كبيرة أو عمال مما يساهم في تفاقم ظاهرة البطالة، ويمكن أن يكون هذا النوع التجاري يدفع البطالين لإنشاء مشاريعهم الخاصة والتحول من مستهلكين إلى منتجين وتجار ناجحين فالنظام الاقتصادي في المجتمع الجزائري كان في السابق يعتمد كثيرا على الوظيف العمومي، أو هناك بعض الأسر المالكة للأراضي والتي تعتمد المنتج

الزراعي وبوجود تطورات مختلفة في كل مجالات الحياة، تغيرت نظرة الفاعلين إلى التوجه نحو الاستثمار الشخصي والاعتماد على الفرص المتاحة للمشاريع بأسلوب جديد ففكرة الملكية ترتبط بأعضاء الأسرة في مجال التجارة الإلكترونية.

5- المقوم الاقتصادي للأسرة:

ويمثل التوفير المادي في الأمور الحيوية في حياة الأسرة، فقيامها بوظائفها مرهون بالموارد المالية والاقتصادية، فوفرتها تساهم في إشباع حاجات أفرادها المادية، "فالعالم الاقتصادي هو أساس قيام الحياة الأسرية، " ففكرة الارتباط وتكوين أسرة من بدايتها مرتبط بمدى قدرة الزوجين على الالتزام بالمسؤوليات الاقتصادية المنوطة بهما، فالزوج مرتبط منذ فكرة الارتباط بالمهر وإعداد حفل الزواج ومسكن الزوجية، وبعد الزواج يتوقف تحقيق الاستقرار الأسري على العامل الاقتصادي، حيث يعتبر الأساس في إشباع الحاجات الأساسية والمتغيرة والوسيلة الناجعة للمحافظة على بنائها المادي والنفسي والاجتماعي، وتختلف الحاجات باختلاف الأفراد والمجتمع، فحاجات الأفراد كثيرة ومتنوعة، وكلما أشبع الفرد حاجاته الضرورية ظهرت له حاجة أخرى تعد كمالية، وكلما ظهرت موارد مالية جديدة، ظهرت حاجات جديدة ومن الحاجات الضرورية السكن، المأكل والملبس، الإنارة والخدمات الطبية والصحية والتعليمية وغيرها، إلا أن تحقيق التوازن بين الدخل والإنفاق شرط أساسي في حياة الأسرة، يتم وفق تحديد ميزانية الأسرة، فهي تحاول موازنة دخلها مع مصاريفها، ويوزع دخلها حسب الأولويات"، ويعتبر العامل الاقتصادي الأساس في إشباع الحاجات الأساسية والمتغيرة، والوسيلة للمحافظة على بنائها المادي والنفسي ويترتب قصور العامل الاقتصادي ما يسمى بالفقر، والذي يحرم الأسرة من المشاركة الاجتماعية، وكثير من جوانب الحياة؛ هنا تحدد الباحثة أهمية العامل الاقتصادي في تحقيق الاستقرار الأسري والابتعاد عن الوقوع في الفقر، ومفهوم الفقر مفهوم نسبي - فليس دخل الأسرة موضوعا كميا فحسب، فقد يحقق دخل الأسرة مطالبها المادية ولكنه لا يحقق لها

الشعور بالأمن أو الإشباع النفسي والاجتماعي، وكثير من المشكلات مرجعها أساسا للعوامل الاقتصادية أو الحرمان المادي¹، وهذا ما يرغب المرأة على العمل لمساعدة زوجها من أجل رفع الدخل وتحسين المعيشة لأسرتها.

جدول رقم (10): يوضح الإقبال على المنتج بأسلوب التجارة الالكترونية.

فئة الاتجاه " درجة الإقبال على المنتج "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	إقبال شديد	04	20%
02	إقبال متوسط	16	80%
	المجموع	20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 80% من محددات الإقبال على المنتج وفقا لفئة الاتجاه لدى المبحوثين تقر بوجود إقبال متوسط على هذا النشاط حسب ما تبينه الوحدة رقم (02) ، مقابل نسبة 20% من اللذين يصرحون بأن الإقبال شديد على هذا النشاط وهذا ما تبينه الوحدة رقم (01).

التحليل السوسولوجي:

لم يعد الاعتماد المادي مربوط بمسؤولية الزوج فقط، إنما أصبح أيضا مرتبط بما تقدمه الزوجة من إعانات مادية تساهم بها في تيسير الجانب المادي والمعيشي الأسرة حسب ما تعكسه لنا الدراسة فإن نسبة العاملات بنشاط التجارة الالكترونية أغلبهم نساء حسب ما يبينه توزيع العينة حسب الجنس، وهذا ما يؤكد أن المقوم الاقتصادي يرتبط باتجاهات الزوجين نحو الإقبال على المنتج بأسلوب التجارة الالكترونية، وهو مرتبط بالمرأة أكثر حسب ما تعكسه المعطيات الميدانية لتحقيق

¹ سلوى عثمان الصديقي وآخرون، قضايا الأسرة والسكان من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، الاسكندرية، 2004 ، ص.ص 61-62.

الاستقلالية المادية وتحقيق الذات، حتى أن أغلب عينة الدراسة في الجنس تعكس نسبة عالية للإناث مقترنة بالذكور.

6- الوظيفة الاقتصادية للأسرة:

تعرضت هذه الوظيفة على تطور كبير بوصفها وظيفة أسرية، ولعل من أبرزها خاصة في المجتمعات البدوية والقروية لم تعد مكتفية بذاتها اقتصادياً، وهجر أفرادها إلى المناطق الحضرية (المدن) بحثاً عن حياة أفضل وفرصة العمل، واقتصرت نشاط القرى على أنواع محدودة من النشاط على تربية الدواجن، صناعة الألبان والخبز، أما الأسرة الحضرية فإن وظيفتها في الإنتاج تتحدد بطبيعة الحياة الحضرية في صنع الطعام وغسل الملابس وحياتها في بعض الأوقات، فهي تستهلك أكثر من كونها منتجة.¹

ومن خلال دراستنا تبين أن معظم الأسر تمتحن نشاط الخياطة في التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى صناعة المأكولات والحلويات وهذا يدل على وجود تغير في نمط النشاط الاقتصادي في المنطقة، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول رقم (11): يوضح النشاطات المستغلة في التجارة الإلكترونية.

فئة الموضوع " النشاطات المستغلة في التجارة الإلكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	أكلات تقليدية	04	20%
02	أكلات عصرية	01	05%
03	خياطة	10	50%
04	بيع الملابس	05	25%
	المجموع	20	100%

¹ زيد الرماني، اقتصاد الأسرة، دار طويق للنشر والتوزيع، ط 1، الرياض، 2004، ص 136.

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 50% من محددات النشاطات المستغلة في التجارة الإلكترونية وفقا لفئة الموضوع تمتهن نشاط الخياطة وهذا ما تبينه الوحدة رقم (03) مقابل نسبة 25 % من الذين يزاولون نشاط بيع الملابس حسب الوحدة رقم (04) ، مقابل نسبة 20% يقومون بنشاط الأكلات تقليدية حسب الوحدة رقم (01) مقابل نسبة 05% ممن يقومون ببيع الآكلات العصرية حسب الوحدة رقم (02).

التحليل السوسولوجي :

يتبين ما هو رائج ومطلوب في الحياة اليومية بالنسبة للمستهلك، طبيعة الحاجة أكدت وجود نمط معين الاستثمار تفرضه تغيرات الحياة الاجتماعية على من أن المنطقة التي ينتمي إليها وحدات عينة الدراسة هي منطقة شبه حضرية، وقد وفر النشاط التجاري الإلكتروني لهذه الأسر المجال الاجتماعي المتقارب على الرغم من وجود اختلافات ثقافية بين ما هو حضري وما هو شبه حضري، ويمكن ملاحظة أن نمط السلع المستثمر فيها من طرف الأسرة مرتبطة بسلع مستهلكة، ونلاحظ أن نوع اللباس التقليدي والتراث غير موجود في تجارتهم.

7- وقفات مع استثمار الأسرة:

إن الاهتمام باستثمار الأموال قد زاد كثيرا في أيامنا هذه، وشغل الكبير والصغير، فلا يكاد يعقد مجلس إلا ويتطرق الحديث فيه إلى الاستثمارات، ومن المعلوم أن اختيار الشخص لاستثمار معين ينطلق من أمرين:

الأول: المعرفة الوافية لمختلف أنواع الاستثمار ومميزات كل منها.

الثاني: الرؤية الواضحة لأهداف الشخص من الاستثمار.

ومعظم الناس يفضلون الاستثمار الذي يضمن لهم أمورا ثلاثة:

- المحافظة على رأس مالهم.

- تقديم أكبر نسبة ممكنة من الربح.

- إبقاء مالهم في متناول أيديهم ليستعملوه متى شاءوا.¹

وهاته الأمور تنطبق انطباقا تاما على توجهات وما يرمي اليه مجتمع بحثنا بالإضافة إلى المحافظة على بقاء المرأة في البيت وهو ما يحقق الحرمة والشرف بالنسبة للمجتمع عينة الدراسة. والجدول التالي يبين سبب توجه الأسرة لنشاط التجارة الالكترونية.

جدول رقم (12): يوضح لماذا توجهت الأسرة لنشاط التجارة الالكترونية.

فئة الاتجاه رأي الأسرة في التجارة الالكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	يوفر الزمكان	16	80%
02	عمل المرأة في البيت	04	20%
	المجموع	20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 80 % من محددات توجه الأسر لنشاط التجارة الالكترونية كونه يوفر الزمن ولا يحتاج إلى مقر حسب ما تبينه الوحدة رقم(01)، مقابل نسبة 40% من الذين يبررون توجههم للتجارة الالكترونية على أنها توفر عمل المرأة في البيت حسب ما تبينه الوحدة رقم (02).

التحليل السوسيولوجي:

يتبين لنا التغير الاجتماعي الحاصل في الوسط شبه الحضري حيث أصبح المجتمع لا يبالي بمكوث المرأة في البيت بقدر ما يوفره له النشاط الالكتروني من

¹ زيد الرماني، المرجع السابق، ص ص 158-159 .

الوقت والتكلفة في الانجاز ما يعكس التوجه السريع في هاته الأوساط نحو التمدن والماديات دون الالتفات للقيم والعادات أو ربما تأتي في المقام الثاني.

8- الآثار الاقتصادية والاجتماعية للتجارة الالكترونية:

على الرغم من حداثة مفهوم التجارة الالكترونية واستعمالاتها في الجزائر، إلا أن إنجاز الأعمال بهذه الطريقة أصبح من مقومات النجاح، لأن ذلك سيجتنب للأفراد العاملين في المنطقة فرصة التعرف على الآفاق الجديدة التي تفتحها التطورات التقنية المتلاحقة وآثارها على عالم التجارة والأعمال والمال فضلاً عن إيجاد أراضيات تساعدهم على تحقيق الربح وزيادة الإنتاجية عبر أكثر الوسائل كفاءة وفاعلية. كما أدى استعمالها في المعاملات التجارية إلى تغييرات اقتصادية واجتماعية، ويمكن تحديد ستة محاور رئيسة يتضح عن طريقها الآثار الاقتصادية والاجتماعية وتتمثل هذه المحاور الآتية:

- يُعد الانفتاح والشفافية عاملاً مهماً في توسع وانتشار التجارة الالكترونية، إذ أن الكثير من الأفراد والأسر أصبحت تمنح الزبائن وتمنح بعضها البعض الآخر حرية كبيرة في الاطلاع على المنتجات وعلى قواعد بيانات على، والنتيجة المباشرة لذلك هو تغيير دور المستهلك، إذ أصبح شريكاً في بعض عمليات الإنتاج والتصميم.

- تُسهم التجارة الالكترونية في تقليص المسافة بين المنتج والمستهلك واستكمال الصفقة التجارية والإجراءات المالية في وقت قصير، واستحداث قنوات جديدة مباشرة تربط بين العرض والطلب، كذلك المتطلبات الخاصة بتكليف السلعة المعروضة للغرض المطلوب فكل ذلك يتم باستعمال المخاطبات الفورية المباشرة عبر الانترنت.

- تُعد التجارة الالكترونية أسلوباً مستحدثاً من أساليب التجارة وذلك لسرعة انتشارها نظراً لطبيعة التي تجعل الترابط والتراسل ما بين الأطراف (software & Hardware) الوسائل المادية والبرمجية عبر الانترنت أمراً سهلاً، فظهور تجربة جديدة في

موقع ما على الانترنت سرعان ما تنتشر وتتضاعف فوائدها عبر الشبكة، والتجارة الإلكترونية عبر الانترنت تزيد من الترابط بين المنظمات مع بعضها البعض، وبين المنظمات والأفراد بسبب انخفاض تكلفة حيازة مستلزمات الاتصال بالإنترنت وتوسع الخدمات والأجهزة التي يمكن ربطها على هذه الشبكة.

- أظهرت معظم الدراسات إن سبب استعمال المستهلكين لشبكة الانترنت للقيام بالأعمال الإلكترونية هو الراحة، إذ أصبح بإمكان المستهلك تسوق عدد كبير من السلع والخدمات وهو في بيته أو مكتبه والشراء من أي مكان ولمدة 24 ساعة يومياً وطيلة أيام الأسبوع كذلك تتيح التجارة الإلكترونية للمستهلك خيارات متنوعة.
- تمثل التجارة الإلكترونية جزءاً من عملية تغيير اجتماعي واسع يتمثل في عولمة الأسواق والتحول نحو اقتصاد مبني على المعرفة والمعلومات وازدياد التكنولوجيا في الحياة اليومية للمجتمعات ويرى الباحث أن قيام التجارة الإلكترونية له تأثير كبير على الأيدي العاملة، إذ أن توسيع حجم السوق المتاح وانخفاض تكاليف الوصول إلى الأسواق البعيدة عبر الانترنت أدى إلى خلق فرص عمل تجمع بين المهارات والقدرات الإدارية والتكنولوجية، وبالمقابل فإن الاستغناء عن الوسطاء والموزعين سوف يؤدي حتماً إلى الاستغناء عن العديد من الأعمال الحالية نتيجة للتكنولوجيا الجديدة المستخدمة في الأعمال، ويمكن معالجة هذه الحالات عن طريق إعادة تأهيل العمالة، كما أن تأثير التجارة الإلكترونية يتفاوت من مجتمع إلى آخر، لكن قد يكون أثرها أكبر على الجوانب ذات العلاقة بإدارة الوقت والاهتمام فيه، وقد يكون للتجارة الإلكترونية دور فاعل في تحقيق تحسينات في قطاعات اجتماعية مهمة كالتعليم والصحة وغيرها في كثير من البلدان.¹

¹ علي خلف سلمان الركابي، التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى العربي، الجامعة المستنصرية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، العراق، 2010، ص ص 16-17

وهذا هو الأمر الذي حفز الأسر عينة الدراسة على التوجه للتجارة الإلكترونية كون المجتمع في مرحلة انتقالية بين البدائية والحضر (مجتمع شبه حضري). بالإضافة لربح الوقت والجهد وقلة التكلفة، والإحساس بالاستقلال المالي خاصة بالنسبة للمرأة. جدول رقم (13): يوضح إذا كان هناك مخاطرة في النشاط التجاري الإلكتروني.

فئة الموقف " التجارة الإلكترونية تحمل مخاطر "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	وجود مخاطر	01	05%
02	عدم وجود مخاطر	05	25%
03	نوعا ما	14	70%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 70% من محددان مخاطر النشاط التجاري الإلكتروني وفقا لفئة الموقف تقر بوجود مخاطر مثلما تبين ذلك وحدة التحليل رقم (03) مقابل نسبة 25% من المبحوثين يرون عدم وجود مخاطر حسب ما تبينه وحدة التحليل رقم (02)، مقابل نسبة 05% ممن يرون وجود مخاطر وهذا ما تبينه وحدة التحليل رقم (01)

التحليل السوسيولوجي:

من المؤكد أن النشاط التجاري لا يخلو من المخاطرة كونه قائم على هذا المبدأ خاصة إذا كان معظم المبحوثين هم من النساء حسب ما سبق ذكره، وبالنظر إلى طبيعة المستهلكين ومعتقداتهم نحو العنصر النسوي خاصة ما يفرض وجود مخاطر تهدد القائمين على هذا النشاط، ويمكن أن نربطه بالابتزاز الإلكتروني والمشاكل التي تعترض موقع السلع من تشويهه وقد يعكس لنا وجود مخاطر في هذه التجارة حسب عينة الدراسة أنه من السهل تقديم انتقادات وتعليقات مباشرة تضر بالمنتج.

خلاصة:

يمكن أن نستخلص مما سبق عرضه أن الأسرة الجزائرية رغم أنها في بداياتها الأولى في تجربة التجارة الالكترونية إلا أنها تبدا في الطريق الصحيح نحو الاعتماد بشكل كبير على التجارة الالكترونية في مجال المعاملات التجارية ساعدها على ذلك العلاقات الاجتماعية و الأسرية المتينة المستمدة من تعاليم الدين الإسلامي الحنيف وكذا التقاليد والأعراف المتجذرة في المجتمع الجزائري .



الفصل الثالث

الرأسمال الاجتماعي
والثقافي للأسرة



1- مفهوم الرأس المال الاجتماعي:

يحدد فوكوياما رأس المال الاجتماعي في " قدرة تنبثق جراء تغلغل الثقة في المجتمع، أو في بعض قطاعاته على أقل تقدير. وقد يتجسد في العائلة، البنية الأساسية للمجتمع وأصغر جماعاته حجمًا، أو في الأمة، أكبر هذه الجماعات، أو في الفئات الوسيطة القائمة بينهما¹، ويمكن اعتباره " طائفة راهنة من القيم أو المعايير غير الرسمية والمشاركة بين أبناء جماعة ما، وتهيئ لهم بذلك إمكانية التعاون مع بعضهم البعض".²

وينتقل رأس المال الاجتماعي عبر آليات ثقافية متعددة، مثل الدين والتقاليد، والأعراف، والعادات التاريخية، ومن ثمّ، لا يمكن اكتسابه بطرائق اكتساب رأس المال البشري نفسها، وهو الذي يتم في الغالب عبر العقود الرسمية. فإذا كان هذا الأخير يمكن اكتسابه عن طريق قرار استثماري عقلائي، كاتخاذ قرار بالدراسة في إحدى الكليات، أو التخصص في الكمبيوتر، الذي يتحقق بمجرد الذهاب إلى المكان المناسب لتنفيذ هذا القرار، فإنّ اكتساب رأس المال الاجتماعي، يتم عبر الترويض والتعود على الالتزام بالمعايير الأخلاقية للمجتمع، كما يتطلب اكتساب جملة من الفضائل الأخلاقية مثل الإخلاص والأمانة والجدارة بالثقة. إضافة إلى ذلك، يتطلب الأمر تبني الجماعة لجملة من المعايير المشتركة قبل تعميم الثقة بين أعضائها. فتقاسم القيم والمعايير غير كاف لنشوء رأس المال الاجتماعي، إذ يتطلب الأمر تضمّن هذه المعايير فضائل اجتماعية، كالصدق والوفاء بالعهد.³

¹ فرانسيس فوكوياما، الثقة الفضائل الاجتماعية ودورها في خلق الرخاء الاقتصادي، ترجمة معين الإمام ومجاب الإمام، نشر منتدى العلاقات العربية الدولية، قطر، مطبعة كركي، بيروت، ط1، 2015، ص.59.

² فرانسيس فوكوياما، رأس المال الاجتماعي، في: لورانس إ. هاريزون وصمويل ب هنتغتون، ترجمة شوقي جلال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط 2، 2009، ص 193.

³ المرجع نفسه، ص 194.

وقد عرفها بيير بورديو على أنها " مجموع الموارد الفعلية التي يمتلكها الفرد من امتلاكه شبكة قوية من العلاقات والاعتراف المتبادل ".¹

2- الرأسمال الثقافي للأسرة:

يمكن تعريف الرأسمال الثقافي للأسرة بأنه كل العناصر المرتبطة بالمجال الثقافي والتي تحتويها الأسرة حسب متطلباتها وطبيعتها وطرقها المعتمدة في التنشئة الاجتماعية، ومن هذه العناصر ما هو مكتسب من خلال الاحتكاك بالواقع الاجتماعي ومؤسسات المجتمع، ومنها ما هو متوارث من الآباء والأجداد ويتمثل في القيم والعادات واللغة والمستوى التعليمي.²

3- تعريف الأسرة وخصائصها:

3-1- تعريف الأسرة:

تعرف الأسرة على أنها " وحدة اجتماعية اقتصادية بيولوجية، تتكون من مجموعة من الأفراد الذين تربطهم علاقات من الزواج والدم والتبني، في إطار من التفاهم عبر سلسلة من المراكز والأدوار، تقوم بتأدية عدد من الوظائف التربوية والاجتماعية والاقتصادية.³

3-2- خصائص الأسرة:

إن لنظام الأسري حقيقة تختلف من مجتمع إلى آخر، إلا أن هناك عددا من الخصائص تشترك فيها الأنظمة الأسرية ومنها ما يلي:

- الأسرة أول خلية تكون منها البنيان الاجتماعي وهي أكثر الظواهر الاجتماعية عمومية وانتشار وهي أساس الاستقرار في الحياة الاجتماعية يعيش جميع

¹ Bourdieu Pierre, The Forms of Capital, In: Richardson,J., (ed.), Hand book - Westport of Theory and Research for the Sociology of Education, Ct, Greenwood, 1986, pp.15-29.

² باديس بوشامة، الرأسمال الثقافي للأسرة رؤية في المفهوم، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06، العدد 03، سبتمبر 2021، ص 459.

³ لي أسعد وطنه، علم اجتماع التربوي، جامعة دمشق للنشر والتوزيع، دمشق، 1988، ص188

أفرادها تحت سقف واحد يمارسون حياتهم الأسرية ويحققون مصالحهم وحاجاتهم اليومية.

- انتساب أفرادها إلى اسم عائلي يحظى باحترام الجميع ويرتبطون برباط القرابة الدموية.

- هي أكثر الأنواع الاجتماعية عمومية وذلك يلاحظ من تلك الحقيقة التي تقول أنه ما من مجتمع في أي مرحلة من المراحل إلا وجدت فيه الأسرة.

- إن الأسرة هي الوحدة الاجتماعية الأولى التي ينشأ فيها الطفل وهي المسؤولة الأولى عن تنشئته.

- تقوم الأسرة على أوضاع وعوامل يقرها المجتمع فهي ليست عملا ب إداريا لكنها من عمل المجتمع وثمرات الحياة الاجتماعية.

- تتصف العلاقات داخل الأسرة بالتماسك والتواكل والتوحد في مصير مشترك حيث يصبح الفرد عضوا يقاسم الأعضاء الآخرين.¹

والجدول التالي يبين التماسك والتعاون بين أفراد الأسرة وعدم حاجتهم إلى يد

عاملة:

جدول رقم (14): يوضح أسباب لجوء الأسرة إلى التجارة الالكترونية.

فئة الاتجاه " دوافع التوجه نحو التجارة الالكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	الربح مادي	08	40%
02	لا تحتاج إلى يد عاملة	12	60%
	المجموع	20	100%

¹ عبد القادر لقصير، الأسرة المتغيرة في مجتمع المدينة العربية (دراسة ميدانية في عم الاجتماع الحضري الأسري) دار النهضة العربية، ط01، بيروت، 1991، ص63 .

التعليق الإحصائي :

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 60% من محددات دوافع التوجه نحو التجارة الالكترونية لفئة الاتجاه تصرح بعد الحاجة إلى يد عاملة في هذا النشاط حسب ما تبينه الوحدة رقم (02)، مقابل نسبة 40% من الذين دفعهم التوجه نحو التجارة الالكترونية كان قصد الربح مادي وهذا ما تبينه الوحدة رقم (01).

التحليل السوسولوجي :

يعكس هذا الجدول المستوى المعيشي البسيط الذي تعاني منه أغلب الأسر في الوسط شبه الحضري خاصة عينة الدراسة كونها توجهت لهذا النشاط كونه لا يحتاج إلى يد عاملة يعني قليل التكلفة، بالإضافة كونه يوفر لهم ربح مادي مقبول يساهم في رفع مستواهم المادي الاقتصادي خاصة فضلا على أنه يوفر لهم المكانة الاجتماعية وشبكة علاقات أسرية متينة تعكس التكافل والتعاون بين أفراد الأسرة من أجل إنجاح هذا النشاط.

4- الأسرة و مواقع التواصل الاجتماعي:

إن تسارع معدلات التغيير الاجتماعي وسيطرت مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة الاجتماعية بصفة عامة والأسرية بصفة خاصة، أدى إلى تغيير وتحول في العلاقات الأسرية، حيث أن الأسرة هي أول من يتأثر بذلك لأنها العنصر الأساسي للمجتمع، وهي التعبير الحقيقي عن المجتمع العام بما يطبق في داخلها من قيم واتجاهات ومعايير، فقد بينت العديد من الدراسات التي تهتم بدراسة تأثير وسائل الإعلام المختلفة على الأسرة والعلاقات الأسرية، ومن بينها تلك التي اهتمت بدراسة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة وعلى التفاعل داخلها، وقد اختلفت الآراء في تحديد هذا الأثر حيث أشار البعض إلى خطورته على التفاعل الأسري وعلى العلاقات السارية، بينما يرى البعض الآخر أنه يعطي فرصة للتفاعل وتنمية العلاقات الأسرية وعلى طبيعة علاقاتهم مع أفراد أسرهم.

أن التأثير الاجتماعي لمواقع التواصل الاجتماعي كبير فهو يسبب العزلة الاجتماعية والأسرية في مقابل تكوين علاقات اجتماعية ذات طابع مختلف فهناك من يرى أن هذه المواقع الاجتماعية تساهم في زيادة التفاعل بين أفراد الأسرة، وذلك من خلال تقديم مادة يمكن أن يدور حولها الحوار أو من خلال تقديم معلومات ونصائح للتعامل الأمثل بين أفراد الأسرة ومن خلال الاتصال عن طريق مواقع المحادثة وقد يكون سببا في انهيار الأسرة ذلك إذا أساء الفرد استخدام هذه المواقع ووصل إلى حد الإدمان مما يهدد حياته المهنية والأسرية والأكاديمية بالإضافة إلى تعرض الفرد إلى الأعراض النفسية أو تمزق صلاته الأسرية والاجتماعية أو تدهور أكاديمي أن كان طالبا أو فقدانه لوظيفته إن كاف موظفا فمواقع التواصل الاجتماعي لها دورها البارز والفاعل في التأثير على الأسرة حيث أنها ساهمت في خلق تغيرات جديدة داخل الأسرة سواء كاف ذلك التغير بالإيجاب أو السلب.¹

جدول رقم (15): يوضح ما الذي يساعد على الترويج أكثر للسلع في التجارة الالكترونية.

فئة القيمة " مميزات الترويج في التجارة الالكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	قيمة اجتماعية	07	35%
02	قيمة جمالية	08	40%
03	قيمة مادية	05	25%
المجموع		20	100%

¹ خالد فيصل، شبكة الانترنت وجمهورها في مدينة الرياض، دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام، الرياض، 2001، ص36

التعليق الإحصائي:

من خلال الجدول أن نسبة 40% من محددات " مميزات الترويج في التجارة الالكترونية لفئة القيمة الجمالية حسب الوحدة رقم (02)، مقابل بنسبة 35%. من أفراد العينة للقيمة الاجتماعية حسب الوحدة رقم (01) ، مقابل نسبة لفئة قيمة مادية بنسبة 25% حسب ما تبينه الوحدة رقم (03).

التحليل السوسولوجي :

يتبين أن للقيمة الجمالية من جودة وإتقان للمنتج يعتلي تطلعات المستهلكين وللقيم الاجتماعية مركز مهم من توجهات المجتمع، وما له من علاقة وطيدة في الترويج للتجارة الالكترونية بين الأسر.

5- مصادر رأس المال الاجتماعي:

يؤكد بورديو وكولمان الطابع غير الملموس لرأس المال الاجتماعي قياساً على الأشكال الأخرى من رأس المال. ففي حين يكون رأس المال الاقتصادي في حسابات البشر المصرفية ويكون رأس المال البشري في داخل رؤوسهم، فإنّ رأس المال الاجتماعي يلزم بنية علاقاتهم، فلكي يحوز شخصاً رأس مال اجتماعياً، لا بدّ أن يكون مرتبطاً بآخرين، وأولئك الآخرون، وليس هو نفسه، هم المصدر الفعلي لفائدته.

ثمة مقارنة في الاقتصاد الحديث أقرب إلى نظرة إلى الطبيعة البشرية مقلّة في اجتماعيتها، ترى رأس المال الاجتماعي، في المقام الأول، أنه تراكم التزامات أو واجبات من طرف الآخرين وفقاً لمعيار التبادل، وفي هذه الصيغة، يوفر المانحون نفاذاً متميّزاً إلى الموارد على أمل أن يتمّ سددهم بالكامل في المستقبل، ويختلف تراكم الفوائد الاجتماعية هذا عن التبادل الاقتصادي البحت في أمرين؛ أولهما أنّ العملة التي تُسدّد بها الالتزامات قد تختلف عن تلك التي اقترُضَ بها في الأصل وقد تكون غير ملموسة مثل منح القبول أو الولاء، وثانيهما أنّ توقيت السداد غير محدد، فحين يكون ثمة جدول للسداد، تُعرّف المعاملة بمزيد من الدقّة على أنّها تبادل في السوق أكثر منها

تبادل يتوسطه رأس المال الاجتماعي، ومثل هذا التعامل الأداتي مع المصطلح مألوف تماماً في علم الاجتماع، ويعود إلى تحليل جورج سيميل الكلاسيكي للتبادل الاجتماعي كما يعود مؤخراً إلى تحليل جورج كاسبر هومانز وبيتر بلاو (والعمل المكثف الذي قام به بعض كتاب مدرسة الفعل العقلاني على مصادر التبادل ودينامياته).

ثمّة مصدران آخران لرأس المال الاجتماعي يتناسبان مع ثنائية الكمالي مقابل الأداتي، إنّما بطريقة مختلفة، يجد الأول أسسه النظرية في تحليل ماركس للوعي الطبقي الطارئ لدى البروليتاريا الصناعية، فالعمال الذين يُلقى بهم معاً في وضع مشترك متماثل، يتعلمون التضامن مع بعضهم ودعم مبادرات واحدهم الآخر، وهذا التضامن ليس نتيجة استدخال لمعايير معيّنة يجري في الطفولة، بل هو نتاج طارئ لمصير مشترك، وهذا ما يجعل السجايا الإيثارية للفاعلين في هذه الأوضاع محدودة بحدود جماعتهم وليست كونية شاملة، ويمكن، من ثمّ، لأعضاء آخرين في الجماعة ذاتها أن يتمكّوا مثل هذه السجايا والأفعال التي تتأتى منها بوصفها مصدرًا من مصادر رأس مالهم الاجتماعي.

يضرب المصدر الأخير لرأس المال الاجتماعي بجذوره الكلاسيكية في نظرية دوركهايم في الإدماج الاجتماعي وما تمتلكه شعائر المجموعة من مقدرة عقابية وكما في حالات التبادل المتقابلة، فاندفاع مانحي الهبات ذات التوسط الاجتماعي هو دافع أداتي، لكن توقع السداد لا يقوم، في هذه الحالة، على معرفة المتلقي، بل على اندراج كلا الفاعلين في بنية اجتماعية مشتركة.¹

وثمّة نتيجتان تترتبان على انغراس معاملة من المعاملات في مثل هذه البنية؛ أولاهما أنّ عوائد المانح قد لا تأتي من المتلقي مباشرة بل من المجموعة على هيئة

¹ أليخاندر بورتييز، ترجمة ثائر ديب، رأس المال الاجتماعي أصوله وتطبيقاته في علم الاجتماع الحديث، مجلة عمران، العدد 27/7، 2019، ص 127-129.

مكانة أو شرف أو استحسان، وثانيتها أن المجموعة ذاتها تعمل ضامناً لسداد أي ديون يجري إقراضها.

الجدول رقم (16): يوضح استخدامات النشاط التجاري.

فئة القيمة " تأثير التجارة الالكترونية على علاقات الأسرة "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	قيمة اجتماعية	16	80%
02	قيمة مادية	04	20%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 82% من محددات تأثير التجارة الالكترونية على علاقات الأسرة لفئة القيمة بنسبة حيث يسعى أفراد عينة البحث لتكوين علاقات جديدة وتقبل الآخرين لنشاطهم في التجارة الالكترونية حسب ما تبينه الوحدة رقم (01) مقابل نسبة 20% للقيمة المادية من أجل الترويج للمنتجات والخدمات وهذا ما تبينه الوحدة رقم (02).

التحليل السوسيولوجي:

يتبين أن للعلاقات الأسرية تأثير كبير ومحدد من محددات نجاح النشاط التجاري الالكتروني وهذا يقر به المبحوثين، فشبكات العلاقات الاجتماعية محدد قوي. فكلما كنت هناك شبكة علاقات كبيرة زاد احتمال نجاح التجارة الالكترونية وتوسعت بتوسع دائرة العلاقات الاجتماعية.

6- انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي:

فتح ظهور شبكات التواصل الاجتماعي عصرا جديدا من عصور الاتصال والتفاعل بين الأفراد والأسر، فقد تخطت شبكات التواصل الاجتماعي حدود ما هو تكنولوجي إلى ما هو انساني، واجتماعي، واقتصادي، وأصبح العالم الافتراضي الالكتروني يؤثر على ما هو واقعي وتغلغل استعماله في مجالات الحياة المختلفة منها.¹

جدول رقم (17): يوضح الوسيلة التي تستعملها في التجارة الالكترونية.

فئة الوسيلة " ابرز الوسائل المستعملة في التجارة الالكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	استعمال الهاتف	15	75%
02	استعمال الكمبيوتر	05	25%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 75% من محددات الوسائل المستعملة في التجارة الالكترونية وفق لفئة الوسيلة تصرح باستعمال الهاتف كوسيلة لممارسة النشاط التجاري وهذا حسب ما تبينه الوحدة رقم (01)، مقابل نسبة 25% ممن يستعملون الكمبيوتر للغرض نفسه وهذا ما تبينه الوحدة رقم (02).

التحليل السوسيولوجي:

يعكس هذا لنا المستوى الثقافي والتعليمي الذي تتمتع به عينة الدراسة والذي يقتضيه العمل في النشاط التجاري الكترونيا من التحكم وحسن استخدام للوسائل

¹حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2015، ص ص 102-105.

التكنولوجية وهذا ما تؤكد المعطيات في الجدول رقم (04) لتوزيع العينة حسب المستوى التعليمي.

6-1-المجال الاجتماعي:

باتت شبكات التواصل الاجتماعي تضطلع بدور مهم في إعداد الأفراد وتنشئتهم وإكسابهم عادات وسلوكيات صحيحة، وأداة مهمة من أدوات التغيير الاجتماعي، لما يتيح من تفاعل مع الآخرين عبر الأنشطة المختلفة للجماعات التي يمكن تكوينها في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي، وتخطيها الحدود وتمكين الفرد من التأثير والتأثر واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية الذاتية عن طريق هاته الأنشطة والتفاعل مع الآخرين، ففي دراسة أجرتها جامعة تكساس الأمريكية (2009م) توصلت إلى أن الناس يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما الفيسبوك بهدف التعبير عن حقيقة شخصياتهم، إذ أنها تشبع عند المستخدمين حاجاتهم الأساسية لتعريف الآخرين بأنفسهم كما نتج عن استعمال شبكات التواصل الاجتماعي حالات متفاوتة من الانقطاع عن العالم الواقعي، وانهيار العلاقات الاجتماعية فلم يعد بعض الناس يتزاورون كما كانوا في السابق، إذ أغنتهم شبكات التواصل الاجتماعي كموقع فايسبوك عن زيارة بعضهم البعض، وكذلك لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد كما كانت فكل فرد في عالمه الافتراضي الخاص.

وهذا ما ينطبق على المبحوثين حيث أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في التجارة الالكترونية من أجل التعرف بمنتجاتهم وكذا الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتابعين والمستهلكين في نظرهم لمنتجاتهم، وليس من أجل الطابع التطوعي كما نجده في التجارة التقليدية.

جدول رقم (18): يوضح المساهمة بالنشاط التجاري في الأعمال التطوعية.

فئة القيمة " المساهمة في النشاط التطوعي "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	أساهم في العمل التطوعي دائما	04	20%
02	لا أساهم	12	60%
03	نادرا ما أساهم	04	20%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي :

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 60% حسب محددات المساهمة في النشاط التطوعي لفئة القيمة تفر بأنها لا تساهم في العمل التطوعي وهذا ما تبينه الوحدة رقم(02)،مقابل نسبة 20% من المبحوثين تصرح بأنها لساهم في العمل التطوعي دائما أو نادرا ما تساهم وهذا ما تبينه الوحدة رقم (01) و الوحدة رقم(03).

التحليل السوسيولوجي :

وهذا مرده إلى اعتبارات عديدة لعل أهمها أن الأسر تمارس النشاط التجاري الكترونيا ليس من أجل التطوع وأن الهدف من ورائه الربح المادي أو المكانة الاجتماعية أو تكوين شبكة علاقات جديدة.

6-2-المجال التجاري:

قبل ظهور الإنترنت كانت الأسر تعتمد وسائل الاتصال التقليدي كإرسال الأخبار عن طريق أشخاص أو كالهاتف من خلال المكالمات الصوتية للقيام بنشاطاتها الاتصالية أو التجارية وهذا الأمر كان يكلف الأسر تكلفة كبيرة ووقت أطول، أما اليوم فقد أصبح الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير جدا أدى إلى توفير الوقت والجهد والتكلفة وأصبحت الاتصالات والمعاملات التجارية بين الأسر والأفراد

أوسع انتشارا من قبل، كما أنها مكنت من توسيع شبكة العلاقات مع مستهلكين جدد في كل يوم، وهذا يعني ترويج وتحسين أكبر للمنتجات الأسرية، وإضافة مواد جديدة يتما الطلب عليها من طرف الزبائن الجدد.¹

والجدول التالي يبين دور التجارة الالكترونية مستقبلا بالنسبة للأسرة:

جدول رقم (19): يوضح آفاق التجارة الالكترونية مستقبلا.

فئة الموضوع " إضافات التجارة الالكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	تحسين المنتج	15	75%
02	إضافة مواد جديدة	05	25%
	المجموع	20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 75% من محددات إضافات التجارة الالكترونية لفئة الموضوع تحسن المنتج وهذا ما تبينه الوحدة رقم (01)، مقابل نسبة 25% ممن يركزون على إضافة مواد جديدة حسب الوحدة رقم (02).

التحليل السوسيولوجي:

يبدو أن مستقبل التجارة الالكترونية بالنسبة للأسر عينة البحث في الطريق الصحيح نحو التمكين والازدهار تعكسه تطلعات عينة الدراسة لتحسين المنتج وإضافة مواد جديدة وهذا راجع لتقبل المجتمع لهذا النشاط ومرافقته خاصة إذا كان صاحب التجارة يزاوج بين التقليدي والالكتروني.

¹ المرجع نفسه، ص 105 .

7-وظيفة الرأسمال الثقافي للأسرة:

إن ثقافة كل أسرة تتضمن اللغة، المعايير، القيم، العادات والدين ولما كان الحفاظ على التراث الثقافي أحد المحاور المهمة والأساسية في عملية التنشئة الاجتماعية، فإنه بات من الضروري نقله إلى الأبناء وتعزيزه لدى مختلف الأجيال باستخدام طرق متعددة ووسائل تختلف بين الأسر حسب طبيعتها وتباين عناصر ثقافتها والتي بالأحرى تشكل رأسمال ثقافي.

يقول بورديو إن تراكم الرأسمال الثقافي هو شغل الفرد على نفسه بشكل مديد قبل أن يصبح جزءاً لا يتجزأ من الشخص، ومن جهة أخرى يشدد أيضاً على الجهد التعليمي للآباء وعلى الشروط التي يفترضها اكتساب آداب السلوك، من أجل تنشئة سليمة للطفل، حيث يجب على الآباء ان يبدؤوا ذلك باكراً وأن يطيلوا تربيته أطول ما يمكن، وهذا ما يفرض حد أدنى من اليسر المالي بل اقناعه بأن هذا الاستثمار ضروري ومفيد ، أحد الجوانب الهامة لهذا الرأسمال المندمج أنه بمقدار ما يندمج جيداً في الشخص بمقدار ما يمكن معاملته على شكل خاصية طبيعية.

ويتضح من هاته النقطة أن التنشئة الاجتماعية للأبناء التي تقوم بها الأسر، تهدف أساساً إلى تعزيز الرأسمال الثقافي وتنميته، لأهميته في تشكيل الشخصية وضمان الموقع الاجتماعي للفرد.¹

¹ إسماعيل منصور، باديس بوشامة، الرأسمال الثقافي للأسرة رؤية في المفهوم، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06، العدد 03 سبتمبر، 2021، ط 1 ص 464 465

جدول رقم (20): يوضح عوامل نجاح التجارة الالكترونية.

فئة القيمة " القيم التي تعكس نجاح التجارة الالكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	توفر الجانب المالي	04	60%
02	توفر الإمكانيات التكنولوجية	12	35%
03	وجود شهادات وتكوين	04	05%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي :

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 60% من محددات القيم التي تعكس نجاح التجارة الالكترونية لفئة القيمة ترى أن الجانب المالي هو المحدد لنجاح التجارة الالكترونية وهذا ما تبينه الوحدة رقم (01)، مقابل نسبة 35% ممن يرون أن توفر الإمكانيات التكنولوجية هو المحدد لنجاح التجارة الالكترونية وهذا ما تبينه الوحدة رقم (02)، مقابل نسبة 05% ممن يرون أن وجود شهادات وتكوين في هذا الميدان هو المحدد لنجاح التجارة الالكترونية وهذا ما تبينه الوحدة رقم (03).

التحليل السوسيولوجي :

الملاحظ أن الأسر عينة الدراسة لا تشترط وجود تكوين من أجل الدخول في نشاط التجارة الالكترونية وإنما تتمكن من استعمال الهاتف يكفي وهذا يعكس المستوى الثقافي والتعليمي العالي لعينة الدراسة كونهم معظمهم جامعيين، إنما الشيء المهم هو الجانب المالي أي رأس المال بالإضافة إلى توفر الإمكانيات التكنولوجية كالانترنت وهواتف وحواسيب.

8- التجارة الالكترونية وفرص المشاركة النسوية:

حسب الإحصائيات الرسمية فان التجارة الالكترونية ستعرف مستقبلا واعداد في الدول النامية، إذ من المتوقع أن يصل نصيب الاقتصاديات النامية من التجارة الالكترونية والاقتصاديات الانتقالية قرابة 40% من التجارة الالكترونية العالمية بين المؤسسات التجارية والمستهلك بحلول عام 2018، في حين من المقرر أن يتراجع نصيب البلدان المتقدمة من أكثر من 70% إلى نحو 60% كما تشير التقديرات كذلك إلى أن خلال الفترة 2013-2018 سيرتفع نصيب منطقة آسيا وأوقيانيا في التجارة الالكترونية العالمية بين المؤسسات التجارية والمستهلك من 28 إلى 37%، في حين سيرتفع نصيب الشرق الأوسط وإفريقيا ارتفاعا طفيفا بمقدار 2.2 إلى 2.5% وتبقى فرص الولوج إلى التجارة الالكترونية تعرف تفاوتات بين الدول النامية بسبب العديد من العوامل مثل مستوى التقدم التكنولوجي وضعف المستوى المعيشي ونقص الوعي - أو بالأحرى انعدام الثقة - بأبعاد التجارة الالكترونية وفوائدها . وتلعب التجارة الالكترونية دورا بارزا في تفعيل الموارد البشرية المعطلة على غرار النساء الماكثات في البيت، ونظرا للشروط الميسرة والتي تتطلبها مشاريع التجارة الالكترونية والمتمثلة في جهاز كمبيوتر مع اشتراك في الانترنت وبطاقة فيزا وفتح حساب على مواقع التواصل الاجتماعي، فقد لقيت إقبال واسعا من طرف النساء إذ تشير الإحصائيات إلى أن 70% من النساء تستحوذ على سوق التجارة الالكترونية، بعدما أصبحنا قادرات على العمل من منازلهن وبإمكانيات بسيطة.

ومن ثم فان التجارة الالكترونية تحقق أرباحا معتبرة لرائدات الأعمال وأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، أي أنها أصبحت وسيلة جوهرية لخلق فرص العمل والحصول على إيرادات.

بل والأكثر من كل ذلك أن دراسة حديثة بينت أن العديد من النساء تركن وظائفهن في شركات كبرى ليبدأن مشاريعهن الخاصة في مجال التكنولوجيا، حيث

شملت الدراسة استطلاع للرأي لـ 425 امرأة منهن 282 صاحبة مشروع تجاري صغير و153 امرأة يعملن في مشروعات صغيرة، ويبلغ متوسط أعمارهن 5.41 سنة، واغلبهن يملك مستوى دراسي جيد، كما أن غالبية الأعمال التي شملتها الدراسة حديثة العهد نسبياً، وتبين أن 77% منها بدأت خلال السنوات الخمس الماضية. وقد استخدم 83% من هؤلاء النساء رؤوس أموالهن الخاصة لإقامة هذه المشروعات الصغيرة، بينما استخدم 84 في المائة منهن أموالاً تعود إلى العائلة أو الأصدقاء لتمويلها، ومول مستثمرون مثل شركات التمويل الائتمانية 14% من الشركات، أما الدوافع وراء اتخاذ مثل هذه الخطوة فقد تمحورت حول حب المجازفة بأفكار جديدة واختبار القدرات الذاتية، والرغبة في تحقيق الثروة وامتلاك التأثير في قضايا استراتيجية.

ومن هذا المنطلق يمكن اعتبار أن التجارة الالكترونية تساهم في بناء تنمية بشرية واقتصادية شاملة في الدول النامية، وهو ما تؤكد عليه الهيئات والمنظمات الدولية، حيث تدعوا هذه الأخيرة إلى أن التمكين للتجارة الالكترونية يقتضي مراعاة تحقيق مكاسب التنمية المستدامة، الأمر الذي يستدعي تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتيسير التجارة، وإعداد البيئة القانونية والتنظيمية، وعمليات الدفع الالكتروني، والمنصات، وتطوير المهارات، والاستفادة من التجارب الدولية الرائدة في إطار شراكة عالمية جادة وفاعلة¹.

¹ طروبيا ندير، التجارة الالكترونية كألية لتفعيل المشاركة الاقتصادية للمرأة في الدول العربية على ضوء الهدف الثامن من الأهداف الإنمائية للألفية، المنصة الكترونية للنشر الالكتروني للمجلات العلمية الجزائرية، ص 39-41.

جدول رقم (21): يوضح مزاولة النشاط التجاري الإلكتروني من طرف النساء.

فئة الاتجاه " رأي الأسر حول نشاط التجارة الإلكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	ليس حكرا على الرجال	16	80%
02	خاص بالذكور فقط	03	15%
03	يسمح للمرأة بتجسيد مشروع في البيت	01	05%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 80% من محددات واتجاهات الأسر حول نشاط التجارة الإلكترونية تقر بأن هذا النشاط ليس حكرا على الرجال كانت في فئة ليس حكرا على الرجال وهذا ما تبينه الوحدة رقم (01)، مقابل نسبة 15% ممن يرون أن هذا النشاط خاص بالذكور فقط وهذا ما تبينه الوحدة رقم (02)، مقابل نسبة 05% يرون أنه يسمح للمرأة بتجسيد مشروع في البيت وهذا ما تبينه الوحدة رقم (03).

التحليل السوسولوجي:

من الطبيعي أن تكون توجهات الأسر حول نشاط التجارة الإلكترونية واصفة إياه أنه ليس حكرا على الرجال كون مجتمع البحث يغلب عليه الطابع النسوي بالإضافة إلى كونه محفز أكثر للمرأة أكثر من أجل إثبات ذاتها حتى داخل البيت ومشاركة زوجها أعباء البيت.

9- أبرز تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تواجه الجزائر الكثير من التحديات التي تعيق انتشار التجارة الإلكترونية وتقف حجر عثرة في سبيل نموها ويمكن عرض أبرز هذه التحديات في:

9-1- ضعف البنية التحتية الإلكترونية:

ضعف التقنية والوعي الإلكتروني حيث لا يزال هناك بعض القصور في مجالات الاعتماد والقياسات وبروتوكولات الاتصال؛ صعوبة تكامل التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد بيانات بعض الأعمال الحالية؛ دعم كفاية خطوط الاتصال وبطء شبكة الانترنت.¹

جدول رقم (22): يوضح أبرز المعوقات في التجارة الإلكترونية.

فئة الموضوع " المشاكل التي يعانيها التاجر في التجارة الإلكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	سوء التسويق	05	25%
02	إشكالية الانترنت	04	20%
03	طبيعة المستخدمين	11	55%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 55% من محددات المشاكل التي يعانيها التاجر في التجارة الإلكترونية لفئة الموضوع ترى بأن طبيعة المستخدمين من أبرز المشاكل التي يعانيها التاجر في التجارة الإلكترونية وهذا ما تبينه الوحدة رقم (03) مقابل نسبة 25% ممن يرون أن سوء التسويق هو المشكل لدى التاجر وهذا ما تبينه الوحدة رقم (02)، مقابل نسبة 20% ترى بأن إشكالية الانترنت من أبرز المشاكل التي يعانيها التاجر في التجارة الإلكترونية وهذا ما تبينه الوحدة رقم (02).

¹ علاوة محمد لحسن ومولاي لخضر عبد الرزاق (26-27 أبريل 2011)، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، ص 10.

التحليل السوسيولوجي:

تتباين هنا الأسباب والمشاكل التي يعانيها التاجر في التجارة الإلكترونية كل حسب دائرة علاقاته ومجاله الذي ينشط فيه لكن الغالب أن طبيعة المستهلك لا تزال عصية على التاجر ربما لعدم القدرة على الإقناع أو لعدم وجود تكوين في هذا النشاط أو أن المستهلك لا يزال متمسكا بالنشاط التقليدي ولا يؤمن إلا بما هو ملموس.

9-2- تحديات اجتماعية:

تتعلق الأسباب الاجتماعية المعرقة للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري والذي لا يزال ينتظره الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات ونذكر منها:

- الأمية: من الصعب على الجزائر التي تعاني من الأمية أن تتحول بسهولة على الاقتصاد المعرفي وتطبيق أسلوب التجارة عبر الانترنت نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة، ويمكن القول أن الأمي في الجزائر هو من لا يعرف القراءة والكتابة وقد تجاوز السن العاشرة من عمره.
- انعدام الثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة.
- عدم انغراس التجارة الإلكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما تذوقها قبل إتمام الصفقة؛ تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الإلكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها، وبالتالي هناك خطر استلامها نهائيا؛ التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية؛ العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى السواق التقليدية، على اعتبار عملية التسوق أحد أشكال الترفيه؛

- حداثة ظاهرة التجارة الإلكترونية وتميزها بالتغيير السريع يزيد من تخوف المستهلك من اقتحام هذا العالم الجديد، فالكثير يودون أن يروا شيء ثابت قبل الاستثمار فيه.¹

والجدول التالي يوضح متطلبات من أجل النجاح في التجارة الإلكترونية:
جدول رقم (23): يوضح ما يجب توفره للنجاح في هذا النوع من التجارة الإلكترونية.

فئة الموضوع " متطلبات التجارة الإلكترونية "			
الرقم	الوحدات	التكرار	النسبة
01	قيمة نظرية	12	60%
02	قيمة اجتماعية	08	40%
المجموع		20	100%

التعليق الإحصائي:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 60% من محددات متطلبات التجارة الإلكترونية وفقا لفئة الموضوع تعنى بالقيمة النظرية وهذا ما تبينه الوحدة رقم (01)، مقابل نسبة 40% لفئة قيمة اجتماعية وهذا ما تبينه الوحدة رقم (02).

التحليل السوسيولوجي:

يبدو أن مجتمع بحثنا يركز هنا على القيم النظرية من أجل النجاح في التجارة الإلكترونية وما يفرضه عليه من التمتع بروح المغامرة في مواجهة المخاطر وكذا المعرفة بأصول ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني دون أن يغفل على القيم الاجتماعية وما لها من دور في النجاح وذلك بوجود الدعم والمساندة من طرف الأسرة والأقارب.

¹ سمية ديميش، التجارة الإلكترونية وحقيقة وواقعها في الجزائر، مرجع سابق، ص 283

10- مناقشة نتائج الفرضيات:

10-1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى :

- من خلال نتائج الجدول رقم (06) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي تمثل زيادة الطلب من خلال تفضيل الأسلوب الجديد على الأسلوب التقليدي وقرت بـ 60% وهو نوع من التجديد في النمط التجاري داخل الأسرة يتساير والتطورات التكنولوجية الحاصلة.
- من خلال نتائج الجدول رقم (09) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي تمثل المسؤول عن التوصيل وقد كان الاعتماد على النفس هو الغالب بنسبة 90% .
- من خلال نتائج الجدول رقم (10) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (2) التي تمثل درجة الإقبال على المنتج بأسلوب التجارة الإلكترونية وقدرت بنسبة 80%، وهذا يدل على تقبل المجتمع وتكيفه بسرعة مع هذا الأسلوب الجديد في التجارة.
- من خلال نتائج الجدول رقم (11) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (3) التي تمثل النشاطات المستغلة في التجارة الإلكترونية وقد كانت النسبة الأكبر لنشاط الخياطة وقدرت بـ 50% وهذا يفسر اعتما الأنشطة ذات الطلب الواسع في المجتمع محل الدراسة.
- من خلال نتائج الجدول رقم (12) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي توضح لماذا توجهت الأسرة لنشاط التجارة الإلكترونية وقد كان السبب الغالب هو توفير الوقت وعدم الحاجة إلى مقر وقدرت بـ 80%، وهذا يدل على التكلفة المنخفضة في هذا النشاط كونه لا يحتاج إلى مقر، فنشاطات الأسرة في هذا المجال تتم في البيت، وكذا سهولة الوصول إلى المستهلك.

- من خلال نتائج الجدول رقم (13) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (3) التي توضح إذا كان هناك مخاطرة في النشاط التجاري الالكتروني وقدرت بـ 70%، حيث كان تصريح مجتمع البحث بأن هناك مخاطر لكن ليس بشكل كبير.
- من خلال نتائج الجدول رقم (15) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (2) التي تمثل مميزات الترويج في التجارة الالكترونية وكانت في القيمة الجمالية بنسبة 40% حيث ركزت على الجودة والإتقان في العمل للوصول إلى رضا المستهلك، وكذا الوحدة (1) التي تمثل القيمة الاجتماعية بنسبة 35% والدور الهام للعلاقات الاجتماعية في هذا النشاط.
- من خلال نتائج الجدول رقم (16) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي تمثل تأثير التجارة الالكترونية على علاقات الأسرة والتي كانت في القيمة الاجتماعية بنسبة 80% حيث أنها كانت تساهم في تكوين علاقات جديدة وتقبل الآخرين للنشاط.
- من خلال نتائج الجدول رقم (18) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (2) التي تمثل إذا كان هناك مساهمة في النشاط التطوعي حيث تبين أن أغلب أفراد مجتمع البحث لا يساهم بنشاطه في الأعمال التطوعية وذلك بنسبة 60%.
- من خلال نتائج الجدول رقم (23) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي تمثل متطلبات التجارة الالكترونية وكانت في القيمة النظرية وقدرت بـ 60% وتتمثل حسب رأي المبحوثين في التميز بروح المغامرة ومواجهة المخاطر وكذا المعرفة بأصول ممارسة هذا النشاط، كما لا نغفل عن القيمة الاجتماعية والتي قدرت بـ 40% وتتمثل في الحاجة لوجود دعم ومساندة وهذا راجع لأن أغلب مجتمع البحث هم من النساء.

- نتائج الفرضية الأولى :

- الملاحظ أن المجتمع أصبح يعتمد بشكل كبير على التجارة الالكترونية.
- الاعتماد على النفس في النشاط التجاري الالكتروني سواء في الإنتاج أو الترويج.
- هناك إقبال كبير على هذا النشاط الجديد.
- تتمحور نشاطات التجارة الالكترونية حول المواد والأنشطة واسعة الاستهلاك .
- هذا النوع من التجارة ليس مكافئاً للنشاط التقليدي.
- هناك مخاطر بدرجة متفاوتة في هذا النشاط خاصة إذا كان صاحب النشاط من النساء.
- للقيمة الجمالية للمنتج دور كبير في نجاح المشروع .
- للنجاح في هذا النوع من التجارة لا بد من التميز بروح المغامرة ومواجهة المخاطر و كذا المعرفة بأصول ممارسة هذا النشاط.
- الفئة الغالبة على الفرضية الأولى هي فئة القيمة.

10-2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

- من خلال نتائج الجدول رقم (07) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي الاعتماد على تطبيق فايسبوك من أجل الترويج لمنتجات الأسرة بـ 90% وهذا ما يعكس الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي في التجارة الالكترونية.
- من خلال نتائج الجدول رقم (08) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (2) التي تمثل أن من أسباب زيادة الأرباح في التجارة الإلكترونية هو التمكن من معرفة المنتج دون التنقل وقدرت بـ 75%، مما يوفر الجهد والوقت والتكلفة وهذا يعتبر محفز للأسرة على ممارسة هذا النشاط بهذا الأسلوب الجديد.
- من خلال نتائج الجدول رقم (14) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (2) التي تمثل دوافع الأسرة نحو التوجه التجارة الالكترونية والتي كانت من أن هذا

النشاط لا يحتاج إلى يد عاملة وذلك بنسبة 60%، كما لا يمكن أن نغفل على الوحدة الأولى التي كانت من أجل الربح المادي وذلك بنسبة 40%، فهناك مزاجية بين عدم الحاجة إلى يد عاملة والربح مادي كون الأسرة هي المنتج والموزع في الوقت نفسه.

- من خلال نتائج الجدول رقم (17) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي تمثل أبرز الوسائل المستعملة في التجارة الالكترونية والتي كانت لاستعمال الهاتف والتي قدرت بـ 75%، وهذا لحاجة مثل هذا النشاط للسرعة والتواجد الدائم لصاحب النشاط في تواصل مع المستهلك.

- من خلال نتائج الجدول رقم (19) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي تمثل آفاق التجارة الالكترونية مستقبلا حيث كانت من أجل تحسين المنتج وذلك بنسبة 75% .

- من خلال نتائج الجدول رقم (20) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي تمثل القيم التي تعكس نجاح التجارة الالكترونية وتمثلت في توفر الجانب المالي وذلك بنسبة 60% وكذا الوحدة رقم (2) التي تمثل توفر الإمكانيات التكنولوجية بنسبة 35% لعل أهمها توفر الانترنت.

- من خلال نتائج الجدول رقم (21) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (1) التي تمثل رأي الأسر حول نشاط التجارة الالكترونية من طرف النساء وقدرت بنسبة 80% ممن يؤكدون على أن هذا النشاط ليس حكرا على الرجال، وهذا راجع لأن معظم مجتمع عينة البحث هم نساء.

- من خلال نتائج الجدول رقم (22) نلاحظ أن أعلى نسبة كانت في الوحدة (3) التي تمثل المشاكل التي يعانيها التاجر في التجارة الإلكترونية حيث كانت تتمحور حول طبيعة المستفيدين وقدرت بـ 55% ، وهذا راجع لطبيعة المجتمع المحافظ جدا خاصة في جانب عمل المرأة.

- نتائج الفرضية الثانية :

- من بين الأساليب الناجحة هي استخدام تطبيق فايسبوك.
- أسلوب التجارة الالكترونية يعد الأنسب كونه يوفر الوقت والجهد.
- أسلوب التجارة الالكترونية يقلل من تكلفة المشروع ويساهم في زيادة الربح.
- من ابرز الوسائل المستعملة في التجارة الالكترونية الهاتف.
- يحتاج نشاط التجارة الالكترونية للجانب المالي بشكل كبير من أجل نجاح المشروع.
- لا يعتمد نجاح نشاط التجارة الالكترونية على جنس صاحب المشروع.
- لطبيعة المجتمع وتوجهاته دور محدد في نجاح نشاط التجارة الالكترونية.
- الفئة الغالبة على الفرضية الثانية هي فئة الموضوع.

10-3- النتيجة العامة للدراسة:

نستنتج من خلال ما سبق أن نوع النشاط في التجارة الالكترونية والوسائل والأساليب المستعملة في هذا النشاط تأثير مباشر في تغيير رؤوس أموال الأسرة سواء الرأسمال الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي تعكس ذلك النسب العالية لنتائج الدراسة في كافة عناصر البحث، ساهم في ذلك التطور التكنولوجي.



خاتمة



خاتمة:

يتبين من خلال عرضنا لهاته الدراسة أن التجارة الالكترونية في الوسط الأسري رغم أنها في بداياتها الأولى من حيث التطبيق والممارسة في الواقع، إلا أنها في طريقها للريادة، ساهم في ذلك التطور التكنولوجي والهيمنة الكبيرة لوسائل التواصل الاجتماعي على مختلف المعاملات والعلاقات الأسرية، كما يمكن القول أن التجارة الالكترونية بهذا الزخم الإعلامي خاصة على وسائل التواصل الاجتماعي والقبول من طرف المجتمع، سوف تدخل كل البيوت والواجب علينا أن نعد العدة لاستعمالها فيما يرجع بالنفع علينا وعلى أسرنا.



قائمة المصادر والمراجع



قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

أولاً-الكتب:

- 01- أحمد بن مرسل، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، جامعة الجزائر، 2010.
- 02- باسم احمد المبيضين، **التجارة الالكترونية**، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2010 .
- 03- حسين محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 .
- 04- زيادي دريد فاطمة، **الأسرة والتنشئة الاجتماعية للطفل**، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد13، 2005 .
- 05- زيد الرماني، **اقتصاد الأسرة**، دار طويق للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، 2004.
- 06- سعيد سبعون، **الدليل المنهجي في اعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع**، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2012.
- 07- سلوى عثمان الصديقي وآخرون، **قضايا الأسرة والسكان من منظور الخدمة الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، الاسكندرية، 2004 .
- 08- صلاح الدين حسن السيبي، **التجارة الدولية والصيرفة الالكترونية**، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014 .
- 09- عبد القادر لقصير، **الأسرة المتغيرة في مجتمع المدينة العربية**، (دراسة ميدانية في عم الاجتماع الحضري الأسري) ، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 1991.
- 10- فرانسيس فوكوياما، **الثقة الفضائل الاجتماعية ودورها في خلق الرخاء الاقتصادي**، ترجمة معين الإمام ومجاب الإمام، نشر منتدى العلاقات العربية الدولية، قطر، مطبعة كركي، بيروت، ط1، 2015.

- 11- فرانسيس فوكوياما، رأس المال الاجتماعي، في: لورانس إ. هاريزون وسمويل ب هنتغتون، ترجمة شوقي جلال، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط 2، 2009 .
- 12- لي أسعد وطنه، علم اجتماع التربوي، جامعة دمشق للنشر والتوزيع، دمشق ، 1988.
- 13- محمد سرحان، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، صنعاء، 2015.
- 14- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، دار وائل، ط2، الأردن، 1999.
- 15- مصطفى يوسف كافي، التجارة الالكترونية، دار رسلان للنشر والتوزيع، دمشق، 2009.
- 16- منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ط1، الأردن، 2007.
- 17- منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007 .
- 18- موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصبه للنشر، ط2 ، الجزائر، 2004.
- 19- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، المكتبة الوطنية للنشر، السودان، 2012 .
ثانيا-المجلات والندوات:
- 20- إسماعيل منصور، باديس بوشامة، الرأس مال الثقافي للأسرة رؤية في المفهوم، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06 ، العدد03 ، سبتمبر 2021 .
- 21- أليخاندرو بورتييز، ترجمة تائر ديب، رأس المال الاجتماعي أصوله وتطبيقاته في علم الاجتماع الحديث، مجلة عمران، العدد7/27، 2019.

- 22- باديس بوشامة، الرأسمال الثقافي للأسرة رؤية في المفهوم، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06، العدد 03، سبتمبر 2021 .
- 23- بوجاني عبد الحكيم التجارة الالكترونية، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد : الخاص (ديسمبر 2021)
- 24- علي خلف سلمان الركابي، التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى العربي، الجامعة المستنصرية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، العراق، 2010.
- 25- طروبيا ندير، التجارة الالكترونية كآلية لتفعيل المشاركة الاقتصادية للمرأة في الدول العربية على ضوء الهدف الثامن من الأهداف الإنمائية للألفية، المنصة الكترونية للنشر الالكتروني للمجلات العلمية الجزائرية .
- 26- علاوة محمد لحسن ومولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر 26-27 أبريل 2011 .
- 27- زكريا محمد عمارة، الدليل الرقمي والتحقيق في الجريمة الالكترونية، ورقة تدخل ضمن فعاليات الندوة العلمية، 2008/12/26/22 ، كلية علوم الأدلة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- ثالثا الأطروحات والمذكرات:
- 28- سمية دميث، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2011.
- 29- صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2014 .
- 30- سليمان عبد الرزاق ابو مصطفى، التجارة الالكترونية في الفقه الإسلامي، مذكرة تدخل متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الفقه المقارن، الجامعة الإسلامية، غزة، 2005 .

31- خالد فيصل، شبكة الانترنت وجمهورها في مدينة الرياض، دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود، كلية الآداب، قسم الإعلام، الرياض، 2001 .

رابعا- مواقع الأنترنت:

32- حازم محمود محمود أبو النيل، التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية، بحث منشور على الموقع <https://fr.slideshare.net/alexcont/ss> -
تاريخ الاطلاع: (20 / 10 / 2017).

المراجع باللغة الأجنبية:

33- Bourdieu Pierre, The Forms of Capital, In: Richardson,J., (ed.), Hand book - Westport of Theory and Research for the Sociology of Education, Ct, Greenwood, 1986,.



الملاحق



الملحق 01: استمارة المقابلة:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة العليم العالى والبحث العلمي
جامعة محمد البشير الابراهيمى
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع
تخصص علم الاجتماع الاتصال
إستمارة دليل مقابلة حول:

استخدامات التجارة الالكترونية
داخل الأسرة

رسالة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال

تحت إشراف الدكتورة:

* شرغال فيروز

من إعداد الطالب :

• حريزي عبد اللطيف

أخي الكريم، أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...وبعد

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على استخدامات التجارة الالكترونية داخل الأسرة لذا يُرجى الإجابة بصراحة وصدق وبدقة وموضوعية على هذه الأسئلة لما فيه خير للعلم والمجتمع، وحتى لا تضيع الجهود المبذولة في هذا البحث هدرًا، مع العلم أن المعلومات التي تدلون بها تبقى سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.
مع شكرنا وتقديرنا على تعاونكم معنا

2023/2024

أولاً-البيانات الشخصية:

- 1- السن:
- 2- الجنس: ذكر أنثى
- 3- الحالة العائلية: متزوج أعزب مطلق أرمل
- 4- المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي
- شهادات أخرى.....
- 5- ما هي وضعيتك في السكن: مستقل عائلي إيجار

ثانياً-بيانات متعلقة بالفرضية الأولى:

- 6- هل ترى بأن نشاطك التجاري إلكترونياً يلقى إقبالا؟
.....
- 7- ما هي المواقع التي تستفيد منها في نشاطك؟
.....
- 8- ما هي أسباب زيادة الأرباح في التجارة الإلكترونية؟
.....
- 9- على من في تعتمد في توصيل منتجاتك؟
.....
- 10- هل تجد إقبالا على منتجك بهذا الأسلوب؟
.....
- 11- ما هي النشاطات التجارية المستغلة في هذا النوع من لتجارة؟
.....
- 12- لماذا توجهت الأسرة لنشاط التجارة الإلكترونية حسب رأيك؟
.....
- 13- هل تعتبر أن هناك مخاطرة بالنشاط التجاري الإلكتروني؟
.....

ثالثاً-بيانات متعلقة بالفرضية الثانية:

14- لماذا لجأت إلى التجارة الالكترونية ؟

..... -

15- ما الذي يساعد على نجاح التجارة الالكترونية أكثر حسب رأيك ؟

..... -

16- هل أثرت التجارة الالكترونية على علاقاتك الأسرية ؟

..... -

17- ما هي الوسيلة التي تفضلها وتستخدمها في التجارة الالكترونية ؟

..... -

18- هل تساهم بنشاطك في الأعمال التطوعية ؟

..... -

19- ما الذي تريد تحسينه أو لإضافته لمنتجك مستقبلاً ؟

..... -

20- ما هي عوامل نجاح التجارة الالكترونية ؟

..... -

21- هل توافق على أداء هذا النشاط التجاري من طرف النساء؟

..... -

22- ما هي أبرز المشاكل التي واجهتك في نشاطك التجاري ؟

..... -

23- ماذا تحتاج للنجاح في هذا النوع من التجارة ؟

..... -

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات التجارة الالكترونية داخل الأسرة باعتبارها أحد المستجدات الحديثة في عالم التجارة، والتعرف على واقع التجارة الالكترونية وتأثيرها على رساميل الأسرة وإمكانية الاستفادة من مزاياها، إضافة إلى أهم التحديات والمشاكل التي تحول دون تطبيقها والعمل على معالجتها.

وعليه فإننا قمنا بالتعرض إلى الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة (التجارة الالكترونية، الأسرة، رؤوس الأموال، الأسرة)، وكذلك ممارسة التجارة الالكترونية في الوسط الاجتماعي، بالإضافة إلى تحديات التجارة الالكترونية في الوسط الأسري.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات، التجارة الإلكترونية ، الأسرة ، .

Study Summary:

This study aims to identify the uses of electronic commerce within the family as one of the recent developments in the world of commerce, and to identify the reality of electronic commerce and its impact on family capital and the possibility of benefiting from its advantages, in addition to the most important challenges and problems that prevent its application and work to address them.

Accordingly, we presented the conceptual framework of the study variables (e-commerce, family, family ,capital), as well as the practice of e-commerce in the social environment, in addition to the challenges of e-commerce in the family environment.

key words : Uses -Electronic commerce - Family



مِنْ خَلْقِ اللَّهِ

