

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الاعلام والاتصال
تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة



اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني - دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم
الاعلام والاتصال-

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري

تحت إشراف

-أ. إيمان فوال

من إعداد:

- ججيقة حسني

السنة الدراسية 2024/2023

شكر و تقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على
أشرف المرسلين.

أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الله سبحانه وتعالى، الذي
أكرمني بإتمام هذا العمل وجعلني أحقق هذا الإنجاز العلمي.

كما أتوجه بوافر الشكر والتقدير إلى والدي العزيزين اللذين
كانا دائما مصدر الدعم والإلهام، وإلى عائلتي الكريمة التي قدمت لي
الحب والمساندة المستمرة.

أعبر عن امتناني لصديقتي العزيزات اللواتي وقفن إلى جانبي
وساعدنني في كل خطوة على الطريق.

كما أشكر الأستاذة المشرفة "فوال إيمان" على توجيهها القيم
ودعمها اللامحدود، وكذلك لجنة المناقشة الكريمة على وقتهم الثمين
وملاحظاتهم القيمة التي ساهمت في تحسين هذه الدراسة.

بارك الله في الجميع وجعل جهودكم في ميزان حسناتكم.

والله ولي التوفيق.

إهداء

إلى النور الذي ينير دروبي، إلى الروح التي تحتضن ألمي وفرحي، إلى الغالية التي تفوق كل وصف وأجمل من أي تعبير، إلى القدوة التي ألهمتني الصبر والقوة، إلى نجمتي في سماء الحياة وملهمتي الأولى... إليك أُمي، أهدى كل إنجازاتي ومحبتتي.

إلى بطل حياتي وصابغ أُمالي، إلى من كان دائماً القوة التي تقف وراء كل خطوة أنجح بها، إلى والد يعجز اللسان عن وصف محبته وتفانيه، إليك أُمي، أقدم كل أعمالي وتقديري.

إلى الشركاء في رحلة الحياة، على السند القوي، إلى من كانوا في كل لحظة بجانبني، إلى إخوتي الغاليين، إلى من رافقوني في كل خطوة وشاركوني أفراحي وأحزاني، أهدى لكم كل نجاحاتي وتقديري.

إلى عائلتي الغالية، إلى من كانوا دائماً مصدر القوة والإلهام، أهدى لكم أصدق مشاعري وامتناني.

إلى صديقاتي الرائعات، إلى من كانت صداقتهن نبعاً من الفرح والدعم في كل لحظة، إلى الأخوات اللواتي اخترنهن القلب بدلاً من الدم، إلى من جعلن كل لحظة في الحياة أكثر إشراقاً، أهدى لكم كل نجاحاتي وفرحتي.

إلى ذاتي الكريمة، إلى من تواجه الصعوبات بابتسامة، إلى القلب الذي يؤمن بأحلامه ولا يستسلم، أهدى لك كل الفخر والإلهام، فكل تجربة تعيشينها هي فرصة للنمو والتطور والتميز.

الملخص

تتناول هذه الدراسة موضوع اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق الإلكتروني في عصر التكنولوجيا. هي دراسة مسحية تحليلية تعتمد على منهج المسح وتحليل البيانات المجمعة من طلبة جامعة مولود معمري بتامدة. يهدف البحث بشكل أساسي إلى فهم اتجاهات الشباب الجزائري تجاه التسوق الإلكتروني. تتضمن الدراسة إطاراً منهجياً ونظرياً شاملاً يتألف من أربعة فصول، تناولت إشكالية الدراسة ومنهجيتها، وصف الشباب، التسوق الإلكتروني، والتكنولوجيا الحديثة. في إطار التحليل التطبيقي، تم فحص بيانات عينة الطلبة وتحليل المضمون لفهم توجهات وتفضيلات الشباب في التسوق الإلكتروني. وقد أسفرت الدراسة عن نتائج تحليلية بارزة، أبرزها: أن المشاركين يميلون بشكل عام نحو التسوق الإلكتروني، لسهولة التعرف على أسعار السلع وبالتفصيل من خلال عرض الأسعار في المتاجر الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: الشباب، التسوق الإلكتروني، التكنولوجيا، عصر المعلوماتية.

Summary

This study addresses the topic of Algerian youth attitudes toward online shopping in the age of technology. It is a survey-based analytical study that relies on survey methodology and the analysis of data collected from students at the Mouloud Mammeri University of Tizi Ouzou. The research primarily aims to understand Algerian youth's attitudes toward online shopping. The study includes a comprehensive methodological and theoretical framework consisting of four chapters : the study's problem and methodology, youth, online shopping, and modern technology. Within the practical analysis framework, student sample data and content analysis were examined to understand youth trends and preferences in online shopping. The study yielded notable analytical results, including : Participants generally lean towards online shopping due to the ease of accessing detailed prices of goods through price listings on e-commerce sites.

Keywords: youth, online shopping, technology, information age.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	إهداء
	ملخص
	قائمة المحتويات
	الجداول
1	مقدمة
8-3	الفصل الأول: الإطار المنهجي
4-3	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
4	أهمية الدراسة
4	أهداف الدراسة
5-4	الدراسات السابقة
7-5	مفاهيم الدراسة
7	منهج الدراسة
7	أدوات جمع البيانات
8	مجتمع الدراسة
8	عينة البحث
22-9	الفصل الثاني: الشباب
9	تمهيد
14-10	المبحث الأول: تعريف الشباب
11-10	• تعريف الشباب من منظور علم النفس
11	• تعريف الشباب من منظور علم الديموغرافيا
11	• تعريف الشباب من منظور علم القانون
12	• تعريف الشباب من منظور علم السوسولوجيا
14-12	• تعريف الشباب من منظور الدين الإسلامي
13-12	أ- تعريف الشباب من منظور القرآن الكريم
14-13	ب- تعريف الشباب من منظور السنة النبوية
17-14	المبحث الثاني: خصائص الشباب وحاجاته

1416	أ- خصائص الشباب
17-16	ب- حاجات الشباب
18-17	المبحث الثالث: أهمية الشباب في المجتمع
20-19	المبحث الرابع: الشباب والتكنولوجيا
21-20	المبحث الخامس: أهم نتائج استخدامات وسائل الاتصال الحديثة لدى الشباب
22	خلاصة الفصل
31-23	الفصل الثالث: التسوق الإلكتروني
23	تمهيد
25-24	المبحث الأول: تعريف التسوق الإلكتروني
27-25	المبحث الثاني: أهمية التسوق الإلكتروني وأثره على الأسرة الاستهلاكية
26-25	• أهمية التسوق الإلكتروني
27-26	• العوامل المؤثرة على تبني المستهلكين للتسوق الإلكتروني
28-27	المبحث الثالث: مواقع التسوق الإلكتروني
30-29	المبحث الرابع: مزايا وعيوب التسوق الإلكتروني
30-29	• المزايا التي تجذب المستهلكين للتسوق الإلكتروني
31-30	• عيوب التسوق الإلكتروني
32	خلاصة الفصل
40-33	الفصل الرابع: التكنولوجيا الحديثة
34	تمهيد
35	المبحث الأول: تعريف التكنولوجيا الحديثة
36-35	المبحث الثاني: خصائص التكنولوجيا الحديثة
36	المبحث الثالث: أنواع التكنولوجيا الحديثة
39-38-37	المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات التكنولوجيا الحديثة
38-37	➤ إيجابيات التكنولوجيا
39-38	➤ سلبيات التكنولوجيا
40	خلاصة الفصل
56-41	الفصل الخامس: عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية
41	تمهيد
42	المحور الأول: البيانات الشخصية

45-44-43-42	المحور الثاني: عادات وأنماط الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني
45	المحور الثالث: دوافع واشباعات التسوق الالكتروني عند الشباب الجزائري
47-46	المحور الرابع: مزايا التسوق الالكتروني من وجهة نظر الشباب
48-47	المحور الخامس: عيوب التسوق الالكتروني من وجهة نظر الشباب الجزائري
56-49	المحور السادس: علاقة إيجابيات وسلبيات التسوق الالكتروني بمتغيرات الدراسة
57	النتائج العامة
	المصادر والمراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

ا. الجداول البسيطة

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	42
02	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	42
03	عدد المرات التي قام بها المبحوثين بالتسوق الالكتروني	42
04	المنتجات الأكثر شراء من الأسواق الالكترونية	43
05	كيفية دفع المنتجات في الأسواق الالكترونية	43
06	نسبة استخدام المبحوثين لمواقع التسوق الالكتروني	44
07	أسباب تفضيل المبحوثين للتسوق الالكتروني	45
08	مزايا التسوق الالكتروني	46
09	صعوبات التسوق الالكتروني	48

ا. الجداول المركبة

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
10	علاقة إيجابيات التسوق الالكتروني بمتغير الجنس	50
11	علاقة إيجابيات التسوق الالكتروني بمتغير العمر	52
12	علاقة سلبيات التسوق الالكتروني بمتغير الجنس	53-54
13	علاقة سلبيات التسوق الالكتروني بمتغير العمر	55

مقدمة

مقدمة

قد يعد التسوق من احتياجات الحياة اليومية الأساسية التي يمارسها الأفراد بشكل مستمر لتلبية حاجاتهم المتنوعة مثل الطعام والملابس والأدوات المنزلية. في الماضي، كان التسوق يتم من خلال نظام المقايضة، حيث كان يتم تبادل السلع مباشرة بدلاً من استخدام النقود. في عصر تسوده التحولات الرقمية والتطورات التكنولوجية السريعة، أصبح التسوق الإلكتروني أحد أبرز مظاهر هذه الثورة الرقمية. هذه الظاهرة لم تؤثر فقط على أساليب التجارة والتسويق، بل أيضاً على عادات وسلوكيات المستهلكين، وخاصة فئة الشباب التي تعد الفئة الأكثر تفاعلاً مع التكنولوجيا الحديثة. حيث أصبح التسوق ينجز من خلال شبكات الانترنت، وأصبح بإمكان المستهلك الاطلاع على السلع والمنتجات والتعرف على مواصفاتها وجودتها المختلفة وأسعارها من خلال تصفح مواقع الانترنت. لتصل السلعة إلى بيته بقرار منه أينما كان، وانتشر هذا النوع من التسوق بانتشار وتطور التكنولوجيا والمتاجر الإلكترونية.

ولكي يتحقق النجاح في التسوق الإلكتروني، يجب أن تتكامل جميع العوامل المرتبطة به. يعتبر توافر البنية التحتية التقنية الأساس في هذا النوع من التسوق، بينما تلعب المتاجر الإلكترونية التي تسوق السلع والخدمات دوراً مهماً في هذا المجال. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن يكون المستهلك محور عملية التسوق الإلكتروني، مع مراعاة جميع أشكاله. يمكن أن تعكس العوامل الثلاثة المذكورة واقع التسوق الإلكتروني من خلال المؤشرات المرتبطة بهما، مما يساعد على تشخيص الصعوبات التي تواجه اعتماد التسوق الإلكتروني في مجتمعنا.

وهذا هو هدف دراستي الحالية. ولتغطية محتويات دراستنا، فقد تم تقسيم الدراسة على خمس فصول رئيسية، تضمن الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث، الفصل الثاني تمحور حول الشباب وعلاقتهم بالتكنولوجيا، في حين استعرضت في الفصل الثالث مفهوم التسوق الإلكتروني ومزاياه وعيوبه، أما في الفصل الرابع فتحدثت عن التكنولوجيا الحديثة. وأخيراً فقد ناقشت الإطار الميداني للدراسة وعرض النتائج والمقترحات.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

1. الإشكالية:
 - التساؤلات
2. أهمية الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. الدراسات السابقة
5. مفاهيم الدراسة
6. منهج الدراسة
7. أدوات جمع البيانات
8. مجتمع الدراسة
9. عينة البحث

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

بفضل ظهور الأنترنت والتقنيات الرقمية، شهد العالم في العصر المعاصر تقدما ملحوظا في مجالات التكنولوجيا الحديثة والاتصالات، وهذا التطور السريع والمتنامي يعكس تحولا هاما في كيفية التفاعل والتواصل بين الأفراد والمؤسسات على المستوى العالمي، من خلال تطوير أنظمة الاتصال وتقنية الأنترنت ثم توسيع نطاق الوصول إلى المعلومات وتبادلها بشكل لم يسبق له مثيل. كما لعبت الأنترنت دورا مهما في الكشف عن تقنيات وبرمجيات التي أنتجت عنها أفكار أبدعت في مجالات التسوق الإلكتروني والإشهار الرقمي.

ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح للتسوق الإلكتروني دور مهم في تحفيز التجارة الإلكترونية، حيث ساعدت على توفير بيئة تفاعلية للمستخدمين كما أتاحت لهم مشاركة آرائهم وتجاربهم ما عزز التفاعل بين الأفراد والشركات التجارية وسهّل عمليات التسوق عبر الأنترنت وذلك من خلال توفير معلومات مفصلة عن المنتجات والخدمات. وبالإضافة إلى ذلك، يعمل مواقع التسوق الإلكتروني خاصة منها العالمية على كسر الحواجز الجغرافية والثقافية، فهي تجارة لا تعترف بالحدود والزمان، حيث يمكن للأفراد التفاعل مع بعضهم البعض بغض النظر عن الحواجز الجغرافية والاختلافات الثقافية مثل موقع Shein, Styli , East Essence, Ali express Amazone ومواقع الماركات العالمية الأخرى. وذلك بفضل بطاقات الدفع الإلكتروني مثل carte visa وهذا ما أثرى التبادل التجاري وعزّز التبادل الدولي في مجال التجارة الإلكترونية. وعليه، أصبحت مجتمعات عصر المعلوماتية تعتمد بشكل متزايد على التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي في حياتها اليومية، ويعتبر التسوق الإلكتروني واحدا من نتائج هذا التطور، حيث انتقلنا من التسوق التقليدي إلى التسوق الإلكتروني وهذا ما أحدث تغييرا جذريا في عادات تسوق المستهلك حيث كان التسوق سابقا يتكلف عناء التنقل إلى المتاجر بينما أصبح اليوم يتسوق من بيته، مكتبه، سيارته... باختصار أينما وجد.

وعلى المستوى المحلي، شهدت الجزائر، نقلة نوعية في مجال التجارة الإلكترونية، حيث لاحظنا توجه الكثير من التجار مواقع إلى الترويج لسلعهم وخدماتهم في الفضاء الافتراضي واقترح خدمة الدفع بالبطاقة الإلكترونية مثل البطاقة الذهبية لزبائنهم، ومنهم من يلجأ أيضا إلى التطبيقات والمواقع الإلكترونية مثل YassirFood, Jumia, Fnac, Vinted أو ما يسمّى بالمتاجر الإلكترونية التي لاقت نجاحا كبيرا في الآونة الأخيرة، لاستقطاب الشباب للتسوق الإلكتروني، والذي قد يعتبر من أكثر الفئات توجهها إلى اقتناء المنتوجات في الفضاء الافتراضي مقارنة بفئات المجتمع الأخرى.

انطلاقا مما سبق، نطرح التساؤل الرئيس التالي: ما هي اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق

الإلكتروني؟

ومن هذا التساؤل الرئيس تتفرع الأسئلة الجوهرية التالية:

- ما هي عادات وأنماط التسوق الاللكتروني لدى الشباب الجزائري؟
- ما هي دوافع واشباكات الشباب الجزائري نحو التسوق الاللكتروني؟
- ما هي مميّزات وعيوب التسوق الاللكتروني من وجهة نظر الباب الجزائري؟
- ما هي المنصات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الجزائري للبحث عن المنتجات والتسوق الاللكتروني؟

2. أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذا الموضوع في كون التسوق الإلكتروني محورا رئيسيا في حياة الأفراد، خاصة مع الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي. ويساهم هذا الموضوع في فهم التفاعلات الاجتماعية والثقافية التي تحدث عبر منصات التواصل الاجتماعي وكيفية تأثيرها على عادات التسوق. ستساعد هذه الدراسة في فهم العوامل التي تؤثر على قرارات الشباب الجزائري في التسوق عبر الانترنت وتوفير فهم دقيق لاحتياجات وتفضيلات الشباب الجزائري في التسوق عبر الانترنت، كما يمكن ان يساعد في تحسين وتطوير السوق الاللكتروني.

3. أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في الإجابة عن التساؤلات الفرعية المذكورة سالفا، والمتمثلة فيما يلي:

- التعرف على عادات وأنماط التسوق الاللكتروني لدى الشباب الجزائري.
- الكشف عن دوافع الشباب الجزائري نحو التسوق الاللكتروني.
- التعرف على مميّزات وعيوب التسوق الاللكتروني من وجهة نظر الباب الجزائري.

4. الدراسات السابقة

● الدراسة الأولى

دراسة لراضية بولقرون، زهرة جامع، زينب بوراوي، تحت عنوان واقع التسوق الاللكتروني في الجزائر، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التسوق الاللكتروني في الجزائر، والذي استخدمته العديد من المؤسسات في عرض سلعتها وخدماتها عبر ما يعرف بمتاجر التسوق الاللكتروني التي لاقت نجاحا كبيرا في الآونة الأخيرة مثل أمازون، ايباي،... خلصت الدراسة إلى أن الزبون الجزائري يستخدم

التسوق الالكتروني في حياته اليومية عبر متاجر التسوق الالكتروني التي تعرف عليها غالبا من مواقع التواصل الاجتماعي.¹

• الدراسة الثانية

دراسة لفوال إيمان وسفيحي ربيعة، تحت عنوان اتجاهات المستهلك الجزائري نحو التسوق الالكتروني في عصر المعلوماتية. هدفت الدراسة الى الكشف عن العلاقة بين التسوق الالكتروني في عصر المعلوماتية واتجاهات المستهلكين الجزائريين نحوه.²

• الدراسة الثالثة

دراسة للعبد حيتامة، سهام شيخاوي وليلى مطالي، تحت عنوان تأثير التسوق الالكتروني على سلوك المستهلك. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كيفية الانتقال من المفهوم التقليدي للمبادلات التجارية بين الافراد والأسواق الى تدويل النشاطات التجارية ورقمتها وجعلها تجارة لا تعترف بالحدود والزمان.³

5. تحديد مفاهيم الدراسة

• مفهوم الشباب

لغة: في المعجم اللغوي العربي يأتي أصل كلمة الشباب من "شباب" وتعني الفتاة والحدأة، والجمع "شباب" و"شبيبة" ومرادفاتها كثيرة ومنها على سبيل المثال "يافع" و"مراهق" و"صبي" و"غلام".⁴

تشير كلمة "شباب" في اللغة العربية حسب تعريفات المعاجم العربية مثل: معجم لسان العرب لابن منظور، إلى الفتوة والفتاء، أي مرحلة الحيوية والقوة الديناميكية. واشتقت كلمة "شباب" من الفعل "شب" الذي يعني "نشأ واستجد". ويطلق على الشخص في مرحلة الشباب اسم "الشاب" أو "الشابة". كما تستخدم كلمة "شباب" للإشارة إلى "أول الشيء" أو "جديدة". وجمع كلمة "شباب" هو "شبان" أو "شواب".⁵

اصطلاحا: ثمة تعريفات عدة لمفهوم الشباب حيث نجد من يتناولها من منظور العمر أو على أساس المعيار الزمني، فيكون الشباب هم تلك المرحلة العمرية التي تقع ما بين "17-30" سنة والبعض الآخر ينظر لها من منظور اجتماعي، على أساس أن الشباب مرحلة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي واضحة، ونظرا للتماثل بين

¹ راضية بولقرون، زهرة جامع، زينب بوراوي، واقع التسوق الالكتروني في الجزائر، مجلة أوراق اقتصادية، الجزائر، المجلد:04، العدد:2، ديسمبر 2020، ص160.

² فوال إيمان، سفيحي ربيعة، اتجاهات المستهلك الجزائري نحو التسوق الالكتروني في عصر المعلوماتية، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، الجزائر، المجلد 3، العدد 3، أكتوبر 2019، ص 24.

³ العبد حيتامة، سهام شيخاوي، ليلي مطالي، تأثير التسوق الالكتروني على سلوك المستهلك، مجلة أبحاث اقتصادية معاصر، العدد:02، 2020.

⁴ أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، القاهرة، 2008.

⁵ ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دراسات العربي، ص257.

طبيعة الشباب ومضامين التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في المجتمع فهم أكثر الشرائح الاجتماعية شوقاً للتحولات وهم الأكثر تفاعلاً معها.¹

ويركز البعض على النضج والتكامل الاجتماعي للشخصية في تحديدهم لمفهوم الشباب ولذلك يمثل الشباب فئة عمرية تتسم بعدد من الصفات والقدرات الاجتماعية والنفسية وتختلف بداية هذه الفترة العمرية ونهايتها باختلاف الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية السائدة في المجتمع.²

الشباب فئة اجتماعية مميزة ذات مكانة مرموقة في بنية المجتمع، فعند النظر إلى الشباب كفئة عمرية، نجد أنهم يتمتعون بأعلى درجات الحيوية والقدرة على الفعل والنشاط، كما أنهم يمتازون ببناء نفسي وثقافي شبه مكتمل، يمكنهم التكيف والتوافق والتفاعل بفعالية. ونتيجة لذلك، يعدّ الشباب فئة قادرة على الاندماج والمشاركة بأقصى طاقاتها في تحقيق أهداف المجتمع.³

يعرفه ميلسون أنه مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والشيخوخة وهي تتميز من الناحية البيولوجية بالاكتمال العضوي ونضج القوة، كما تتميز من الناحية الاجتماعية بأنها المرحلة التي يتحدّد فيها مستقبل الانسان سواء مستقبله المهني أو مستقبله العائلي.⁴

وعرفه عبد الرزاق أمقران أنه: "الشباب واقع اجتماعي تحدده المجتمع لجيل يضمّ فئات متقاربة في السن ومختلفة من حيث الجنس والانتماء الاجتماعي، تشترك في كونها تمر بمؤسسات التنشئة الاجتماعية وبمرحلة الإعداد وتنتظر الدخول إلى الحياة الاجتماعية".⁵

اجرائياً: نقصد بالشباب في دراستنا هذه الطلبة الجامعيين والأخص طلبة جامعة مولود معمري الذين تتراوح أعمارهم بين 19 سنة إلى 25 سنة.

• مفهوم التسوق الإلكتروني

اصطلاحاً: التسوق الإلكتروني هو عملية الشراء والبيع التي تتم عبر الانترنت، حيث يتمكن المستهلكون من تصفح المنتجات واختيار ما يرغبون في شرائه وإجراء الدفعات اللازمة دون الحاجة إلى الذهاب إلى المتاجر الفعلية.

-التسوق الإلكتروني هو مجموعة الجهود التي يبذلها المشتري عبر الانترنت للبحث عن منتجات محددة (سلع، خدمات...) والمفاضلة بين هذه المنتجات المعروضة للبيع في المتاجر الإلكترونية المختلفة والمنتشرة في فضاء الانترنت، كما يعرف أنه جمع المعلومات والبيانات عن السلع والخدمات التي تزود

¹ على ليلة، الشباب العربي، تأملات في ظواهر الإحياء الديني والعنف دار المعارف، طبعة 2، القاهرة، 1993.

² محمد علي محمد، الشباب والمجتمع (الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1980).

³ حسبية لولي، الشباب في مقارباته وخصائصه، مجلة المربي، العدد 19، 2016، ص 54.

⁴ ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، الإسكندرية، دار الوفاء للطباعة والنشر، 2007، ص 5

⁵ أمقران عبد الرزاق، دراسات في علم الاجتماع، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 268

المستهلك بالمعلومات التي يحتاجها لكي يتخذ على أساسها قرار الشراء الصحيح، ويتم ذلك بواسطة زيارة المواقع (المتاجر) الالكترونية المختلفة، واستعراض السلع والخدمات التي تعرضها والحصول على معلومات مفصلة.¹

-يعرف التسوق الالكتروني على أنه شراء مجموعة من المنتجات والخدمات من خلال شبكة الانترنت بالإضافة إلى خدمات التسليم عبرها، فالمستهلك تجذبه الأسواق الالكترونية بالاعتماد على قيمة السلعة، جودة المنتج وجودة العلاقة مع الزبون.²

-هو سلوك التبضع وشراء المستهلك من مواقع التسوق الالكترونية، وهو التبضع عبر الحدود الدولية.³

اجرائيا: التسوق الالكتروني هو عملية شراء عبر الانترنت باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف الذكية في متاجر الكترونية مخصصة لعرض مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات. يتم هذا الشراء بغرض الحصول على السلع المطلوبة، أو للاطلاع على الأسعار والمعلومات المتعلقة بالمنتجات. سواء في الجزائر أو خارجها.

• مفهوم عصر المعلوماتية

اصطلاحا: هو فترة زمنية تميزت باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجهزة حواسيب وشبكات وبرمجيات لغرض تنظيم و تخزين المعلومات ومعالجتها ونقلها واستخدامها والمحافظة على أمنها وحمايتها وضمانة إدامتها.⁴

اجرائيا: عصر المعلومات هو العصر الرقمي وعصر الكمبيوتر، هو فترة تاريخية بدأت في منتصف القرن العشرين تميزت بتحول تاريخي سريع من التسوق التقليدي إلى التسوق الالكتروني.

6. منهج الدراسة

ينتهي بحثنا إلى البحوث المسحية، وعليه اعتمدنا على المنهج المسحي، فهو يمكننا من الإجابة حول إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وتدقيق النتائج.

7. أدوات جمع البيانات

استخدمنا في دراستنا هذه استمارة الاستبيان الالكترونية، كأداة رئيسية لجمع البيانات وهي أحد أدوات البحث تتكون من مجموعة من الأسئلة وغيرها من أوجه طلب المعلومات وذلك من أجل تجميع

¹ فوال إيمان، سفيحي ربيعة، اتجاهات المستهلك الجزائري نحو التسوق الالكتروني في عصر المعلوماتية، مرجع سبق ذكره، ص28

² راضية بولقرون، زهرة جامع، زينب بوراوي، واقع التسوق الالكتروني في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص162.

³ المرجع نفسه، ص162.

⁴ فوال إيمان، سفيحي ربيعة، مرجع سبق ذكره، ص 28.

المعلومات من الأشخاص وموضع البحث.¹ سنجمع البيانات عن طريق الاستبيان الالكتروني، حيث نرسله عبر مجموعات تطبيق ماسنجر. وستساعدنا هذه الاستمارة في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، ممّا يمكّننا من الوصول إلى الإجابات على تساؤلات الدراسة. وتنقسم دراستنا إلى ثلاثة محاور، مقسم كما يلي:

- المحور الأول سيتناول البيانات الشخصية للمبحوثين.
- المحور الثاني سيتناول عادات وأنماط التسوق الالكتروني لدى الشباب الجزائري.
- المحور الثالث سيتناول دوافع واشباكات الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني
- المحور الرابع سيتناول مميزات وعيوب التسوق الالكتروني من وجهة نظر الشباب الجزائري
- المحور الخامس سيتناول المنصات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب الجزائري للبحث عن المنتجات والتسوق الالكتروني.

كما اعتمدنا على الملاحظة العلمية التي تعرّف على أنّها المشاهدة الدقيقة لظاهرة معينة مع الاستعانة بأساليب البحث التي تتلاءم مع طبيعة الظاهرة وهي أيضا الحقائق المشاهدة والمدققة من التي يقررها الباحث في فرع من فروع المعرفة.²

8. مجتمع الدراسة

يشير مجتمع الدراسة إلى الجماعة أو المجموعة أو كل العناصر التي يتم دراستها في إطار بحث معين.³ ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه في طلبة جامعة مولود معمري بولاية تيزي وزو.

9. عينة البحث

تمثل عينة البحث جزءًا من مجتمع الدراسة الكامل، حيث يتم اختيارها بطريقة مناسبة ويتم إجراء الدراسة عليها، ومن بعدها يتم استخلاص النتائج وتعميمها على مجتمع الدراسة.⁴ أما بالنسبة لعينة بحثنا فقد وقع اختيارنا على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بقسم العلوم الإنسانية بجامعة مولود معمري بتيزي وزو. أما بالنسبة لطريقة اختيار عينة بحثنا، بدأنا بتحديد الهدف من البحث وهو دراسة اتجاه الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني. قررنا استخدام عينة عشوائية من طلبة علوم الاعلام والاتصال. حجم العينة سيكون حوالي 50 طالب، حيث اعتقدنا ان هذا العدد كاف للحصول على نتائج موثوقة.

¹ أحمد شفيق الخطيب 2018، معجم المصطلحات العلمية والفنية والهندسية الجديد: إنجليزي-عربي، بيروت، ص 634.

² <https://drasah.com> يحيى سعد، الملاحظة في البحث العلمي، 2022/02/26

³ محمد عبد مطشر اللامي، محاضرات المنهج التجريبي، ص 1.

⁴ المرجع نفسه، ص 1.

الفصل الثاني: الشباب

تمهيد

المبحث الأول: تعريف الشباب

- تعريف الشباب من منظور علم النفس
- تعريف الشباب من منظور علم الديموغرافيا
- تعريف الشباب من منظور علم القانون
- تعريف الشباب من منظور علم السوسولوجيا
- تعريف الشباب من منظور الدين الإسلامي

أ- تعريف الشباب من منظور القرآن الكريم

ب- تعريف الشباب من منظور السنة النبوية

المبحث الثاني: خصائص الشباب وحاجاته

أ- خصائص الشباب

ب- حاجات الشباب

المبحث الثالث: أهمية الشباب في المجتمع

المبحث الرابع: الشباب والتكنولوجيا

المبحث الخامس: أهم نتائج استخدامات وسائل الاتصال الحديثة لدى الشباب

خلاصة الفصل

تمهيد

في هذا الفصل، نستعرض موضوعاً بالغ الأهمية يتمثل في فهم طبيعة الشباب وتحديد الدور الذي يلعبونه في المجتمع من منظور متعدد الأبعاد. يعتبر الشباب فترة حيوية ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث يشكلون الحلقة الأساسية في عملية النمو والتطور الاجتماعي. سنتناول المقدمة التعريف بالشباب من زوايا مختلفة تشمل علم النفس، علم الديموغرافيا، علم السوسولوجيا، القانون والدين الإسلامي، لتقديم فهم شامل وعميق لهذه الفئة العمرية.

سوف نبدأ بالتعرف على مفهوم الشباب وفقاً لعلم النفس، حيث يتم تناول التطورات النفسية والذهنية التي تحدث خلال هذه الفترة، وكيف تؤثر على سلوكيات الأفراد وطموحاتهم. من ثم ننتقل إلى دراسة الشباب من خلال علم الديموغرافيا، الذي يركز على التحليل الكمي والهيكلية لهذه الفئة في المجتمع. كما سنناقش الجوانب القانونية المتعلقة بالشباب، موضحين الحقوق والواجبات التي يتمتعون بها. سنسلط الضوء أيضاً على الأبعاد الاجتماعية للسوسولوجيا، والتي تركز على تأثير الشباب في النسيج الاجتماعي والاقتصادي وكيفية تكيفهم مع التغيرات المجتمعية.

أخيراً، سنستعرض رؤية الدين الإسلامي حول الشباب، مع التركيز على المبادئ والقيم التي يوجه بها الإسلام الشباب في مختلف جوانب حياتهم.

كما سنتناول خصائص الشباب، وحاجاتهم، وأهمية هذه الفئة في بناء المجتمع، بالإضافة إلى تأثير التكنولوجيا على حياتهم وسلوكهم. في هذا الفصل، نهدف إلى تقديم رؤية متكاملة تساهم في فهم أفضل للشباب ودورهم الحاسم في تشكيل المستقبل.

المبحث الأول: تعريف الشباب

شغل مفهوم الشباب حيّزا هاما في اهتمامات الباحثين والمفكرين من مختلف التخصصات، شأنه شأن العديد من المفاهيم في العلوم الاجتماعية والانسانية، وقد أدى ذلك إلى تنوع المقاربات التي تناولت مفهوم الشباب، فمنها المقاربة النظرية التي ركزت على الجوانب اللغوية والاصطلاحية والدينية. أما المقاربة العلمية فقد تناولت مفهوم الشباب في سياق حقول معرفية متعدّدة، مثل: البيولوجيا، علم النفس، علم الاجتماع وعلم الاجتماع السكاني والقانون. وتضمنت أيضا المقاربة السوسولوجية التي اعتبرت الشباب ظاهرة اجتماعية.

نجد لهذا المفهوم كذلك تعريفات مختلفة، لاختلاف إطارها النظري، نذكر منها ما يلي:

- تعريف الشباب من منظور علم النفس

قد يطلق مصطلح الشباب بقوة على المراهقين، الثانويين...إلخ. وهذا الأمر يتم بطريقة غير منظّمة وغير معمقة ويساهم في غموض هذا المصطلح. وقد شاع عند علماء النفس استعمال مفهوم المراهقة وربطه بمرحلة الشباب، فالمراهقة مجموعة التغيرات الجسدية والنفسية التي تحدث بين مرحلة الطفولة وسن الرشد، والبلوغ يتركز على الجانب الحيوي للمراهق وعلى الخصوص ظهور علامات نضج الجسد والعقل. والشباب هو المظهر الاجتماعي للمراهقة، ويعرف كونه فترة النمو التي يتمكن فيها الكائن من كل وسائله وامكانياته. فالمراهقة كمرحلة عمرية تتّصف بعدم اكتمال النضج العقلي لدى الشباب وعدم الاتزان في تصرفاته ومشاعره وتعد مرحلة حسّاسة قائمة على التوتر والقلق وعدم القدرة على التحكم في سلوكياته. هناك مرحلة أخرى حسب ما تشير العديد من الدراسات في علم الاجتماع وعلم النفس خاصة وهي مرحلة النضج وتنقسم هذه المرحلة إلى فترتين، أحدهما تبدأ من سنّ 19 إلى 22 سنة والفترة الثانية تبدأ من سنّ 22 إلى 32 سنة. وتمتاز الفترة الأولى بأن النمو الجسدي والعقلي والنفسي في هذه الفترة هو نتاج التجارب والتفاعل، ولهذا تتميز هذه الفترة بالاختلاف الكبير بين الأفراد في درجات نموّهم الاجتماعي والنفسي والعقلي والبدني، وتتميز هذه الفترة من الناحية الجسمية بالاستمرار في النموّ نحو النضج الكامل من التخلص من الاختلال في التوافق العضلي والعصبي. ومن الناحية الاجتماعية يواجه الشباب في هذه المرحلة بضرورة اتخاذ قرارات هامّة لها الأثر الهام بشأن إكمال دراساته وعمله وزواجه.¹

لقد ذهب علماء النفس إلى اعتبار مفهوم الشباب موضوعا غير محدّدا في إطار دورة الحياة الفردية، بحيث نجده متوقّعا بين الطفولة، المراهقة، سنّ الرشد والشيخوخة وغالبا ما ترتبط بصفات

¹ سيد فهمي محمد، محمد سلامة، أمل، إدارة الأزمة مع الشباب، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2012، ص 130.

معينة كالقوة، النشاط، الإدارة كما في طرفي فقيض الإبداع وتقدير الذات من جهة والانحراف بشتى صورته من جهة أخرى.¹

ويعرف علماء النفس الشباب بأنها حالة نفسية يمر بها الانسان تتميز بالحيوية وترتبط بالاستعداد والرغبة والقدرة على التعلم ومرونة العلاقات الإنسانية وتحمل المسؤولية، وهي المرحلة التي ينتقل فيها الشخص من مرحلة كان يعتمد فيها على الآخرين، إلى مرحلة يصبح فيها معتمد على نفسه.²

● تعريف الشباب من منظور علم الديموغرافيا

يربط الديموغرافيين مرحلة الشباب بمتغيّر العمر فقط، وغيّروا التجزئة العمرية للشباب، بحيث يعتبر شابًا من يكون عمره ما بين 11 إلى غاية 32 سنة. بعدما كانت سابقا بين 15 و25 سنة. فعلماء الديموغرافيا يشيرون إلى 4 مراحل أساسية تنهي مرحلة الشباب: نهاية الدراسة، الدخول إلى الحياة العملية، الخروج من البيت الأسري وتشكيل أسرة جديدة. وهي مراحل تعبّر عن حصول الشباب على الاستقرار وقد يستغرق وقتا طويلا، لأن كل مرحلة من المراحل السابقة يعترض تجاوزها الكثير من الصعوبات ولا تعدّ عملية سهلة، فالحصول على العمل والقدرة على الخروج من المنزل العائلي، قد يتأجّل لفترة معينة بسبب البطالة وارتفاع أزمة السكن. وكلها تعدّ أسباب مساهمة في ظهور مشكلة الامتدادية التي يعاني منها مفهوم الشباب.³

● تعريف الشباب من منظور علم القانون

يركز رجال القانون فإنهم يركزون على الخصائص القانونية في تقطيع دورة الحياة المحددة بالأغلبية الجزائيّة 19 سنة والأغلبية ب 18 سنة، حيث تتم مقابلة ثنائية بين القاصر والكبير، وعليه تداخل الفئة الشبابية تحدّ غطاء القاصر بنصوص منظمة لهذه الفئة التي لم تعدّ مسؤولة كل المسؤولية إزاء تصرفاتها، هكذا نجد قانون العقوبات على سبيل المثال يحدّد سنّ التمييز ب 13 سنة وابتداءً من سنّ 14 سنة نجد أنّ الفرد له الإمكانية على التمييز بين الخير والشر، وهذا يعني احتمالية وجود البعض من القصر في مراكز إعادة التربية. ونصّ كذلك التحديد الأدنى لسنّ الزواج ب 18 سنة للإناث و21 سنة للذكور. ويبقى التحديد القانوني لفئة الشباب تحديدا نسبيا لأنّه يختلف من مجتمع إلى آخر. وتتداخل فيه العديد من الإشكالات والمجالات بحيث لكل مجال أبعاد معيّنة وسياقات متنوّعة.⁴

¹ حسن علي رشوان عبد المنصف، ممارسة الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب وقضاياهم، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص 3

² ماهر أبو المعاطي وآخرون، الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب دار الشرق للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.

³ مصطفى مصطفاوي، نحو فهم سوسبيولوجي لفئة الشباب في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 8، العدد 1، 2020، ص100

⁴ المرجع نفسه، ص101.

● تعريف الشباب من منظور علم السوسولوجيا

تناول الحقل السوسولوجي هو الآخر موضوع الشباب بصورة مختلفة، وبالرجوع إلى أدبياته نجد أنّ الأمريكيين من الذين أولوا اهتماما كبيرا بدراسة هذا الموضوع، نذكر من بينهم Talcott Parsons الذي يعتبر أول من وضع الخطوط الأولى للمدخل الوظيفي لدراسة الشباب، وذلك من خلال مقالته التي نشرها سنة 1942 في المجلة الأمريكية لعلم الاجتماع تحت عنوان السن والنوع في البناء الاجتماعي للولايات المتحدة الأمريكية محاولا تحديد الأدوار التي تقوم بها جماعات العمر المختلفة في المجتمع.¹

● تعريف الشباب من منظور الدين الإسلامي

أ- تعريف الشباب من منظور القرآن الكريم

تناول القرآن الكريم موضوع الشباب في كثير من الآيات، مستعملا كلمة فتية بدل الشباب، وهو يشير إلى أهم إنجازاتهم لصالح الأمة الإسلامية.² فتحدّث عن سيّدنا إبراهيم عليه السلام (الفتي) عندما استوقفه الكون وما يحمله من أسرار تعجز الأصنام وكل أشكال الأوثان من تفسيرها، حيث يقول الله تعالى: **وَكَذَلِكَ نُرِي إِبْرَاهِيمَ مَلَكُوتَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَلِيَكُونَ مِنَ الْمُوقِنِينَ ﴿75﴾**.³ وحتى يُظهر من قوة وشجاعة هذا النبي يقول سبحانه وتعالى: **فَجَعَلَهُمْ جُودًا إِلاَّ كَبِيرًا لَهُمْ لَعَلَّهُمْ إِلَيْهِ يَرْجِعُونَ ﴿58﴾** **قَالُوا مَنْ فَعَلَ هَذَا بِالْهَيْبَتِ إِنَّهُ لَمِنَ الظَّالِمِينَ ﴿59﴾** **قَالُوا سَمِعْنَا فَتًى يَذُكُرُهُمْ يُقَالُ لَهُ إِبْرَاهِيمُ ﴿60﴾**.⁴ وتحدّث عن سيّدنا يوسف عليه السلام، مشيرا إلى حكمته التي أتاه إياها وذلك في تسيير شؤون البلاد. قال تعالى: **وَلَمَّا بَلَغَ أَشُدَّهُ ءَاتَيْنَاهُ حُكْمًا وَعِلْمًا كَذَلِكَ نَجْزِي الْمُحْسِنِينَ ﴿22﴾**.⁵ يؤكد القرآن الكريم على أنّ مرحلة الشباب هي أوجّ قوة الإنسان حيث يمثل الشباب ذروة النضج الجسدي والعقلي والإيماني، وقوة المبادئ والقيم. ففي هذه المرحلة، يتمتع الفرد بطاقة هائلة وإمكانات عظيمة تسمح له بإحداث التغيير الإيجابي في نفسه ومجتمعه حيث يقول سبحانه وتعالى: **اللَّهُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ ضَعْفٍ ثُمَّ جَعَلَ مِنْ بَعْدِ ضَعْفٍ قُوَّةً ثُمَّ جَعَلَ مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ ضَعْفًا وَشَيْبَةً تَخْلُقُ مَا تَشَاءُ وَهُوَ الْعَلِيمُ الْقَدِيرُ ﴿54﴾**.⁶ يشير القرآن الكريم إلى ميل الشباب الفطري للإيمان والتصديق برسالات الأنبياء. ففي قصّة نبيّ الله موسى عليه السلام، نرى أنّ قِلّة من قومه من آمن به، وكانوا جميعا من

1 عبد العاطي السيد، صراع الأجيال: دراسة في ثقافة الشباب، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1990، ص37.

2 حسبية لولي، مرجع سبق ذكره، ص55

3 سورة الأنعام، الآية 75.

4 سورة الأنبياء، الآيات 58، 59، 60.

5 سورة يوسف، الآية 22.

6 سورة الرّوم، الآية 54.

الشباب، على الرغم من بطش فرعون وقوته. وفي هذا الشأن يقول الله تعالى: فما آمنَ لموسى إلا لذريرةٍ من قومه على خوفٍ من فرعون وملائهم أن يُفنتهم وإن فرعون لعالٍ في الأرض وإنه لمن المسرفين ﴿83﴾.¹

يشهد التاريخ على أن غالبية أتباع الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم كانوا من الشباب. ففي سيرة النبي نجد نماذج مشرقة لشباب آمنوا بدعوته وناصروه، مما يدل على أن الشباب هم الأكثر تأثراً وتفاعلاً مع الأفكار الجديدة، وأسرعهم استجابة للتغيير مقارنة بكبار السن. وتجسد صفة الفتوة بمعنى الشباب هذه السمات، فهي تشير إلى القوة والتمرد على الظلم ورفض الخضوع للواقع الراكد.²

ب- تعريف الشباب من منظور السنة النبوية

أولى الإسلام اهتماماً بالغاً بالشباب، واعتبرهم عماد المستقبل وركيزة المجتمع. وقد جاء الحديث النبوي الشريف ليشدد على أهمية هذه المرحلة الحساسة من حياة الإنسان، وحث الشباب على اغتنام فرصهم وتنمية قدراتهم. ففي الحديث الذي رواه أبو هريرة رضي الله عنه، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (اغتنم خمسا قبل خمس: شبابك قبل هرمك، وصحتك قبل سقمك، وغناك قبل فقرك، وفراغك قبل شغلك، وحياتك قبل موتك). يدعونا هذا الحديث إلى استثمار طاقات الشباب في العبادة والعمل الصالح، والتخطيط للمستقبل، والاستعداد لما بعد الحياة الدنيا.

نظرا لأهمية الشباب فسي الإسلام فقد اهتمت السنة النبوية بإعطائهم تربية صحيحة وشاملة لجميع النواحي، هدفها في ذلك تكوين شخصية متكاملة، دينا وخلقا وسلوكا، فحرصت على غرس العقيدة الدينية الصحيحة في نفوسهم وحثهم على أداء تكاليفهم الدينية لقوله صلى الله عليه وسلم: (سبعة يُظلمهم الله في ظلّه يوم لا ظلّ إلا ظلّه: الإمام العادل، وشاب نشأ في عبادة ربه، ورجل معلق في المساجد، ورجلان تحابا في الله، اجتمعا عليه، وتفرقا عليه، ورجل طلبته امرأة ذات منصب وجمال، فقال إني أخاف الله، ورجل تصدق أخفى حتى لا تعلم شماله ما تنفق يمينه، ورجل ذكر الله خاليا ففاضت عيناه). نجد في هذا الحديث إذن حثّ الشباب للإقبال على عبادة الله وهذا لكونها المرحلة العمرية التي قد يعزى إليها المعاصي واقتراف الذنوب إذا توفرت الأسباب كالفراغ.³

ولم يقتصر اهتمام الإسلام بالشباب على الجانب الروحي فقط، بل شمل أيضاً الجانب الأخلاقي والسلوكي. فقد حرص النبي صلى الله عليه وسلم على غرس القيم والأخلاق الفاضلة في نفوس الشباب، وتعليمهم آداب التعامل مع الآخرين. ففي الحديث الذي رواه أبو هريرة رضي الله عنه أيضاً، قال النبي صلى الله عليه وسلم: "يا غلام سم الله، وكل بيمينك، وكل مما يليك، فما زالت تلك طعمتي بعد." هذا الحديث

¹ سورة يونس، الآية 83.

² حسبية لولي، مرجع سبق ذكره، ص 56

³ حسبية لولي، مرجع سبق ذكره، ص 57

البسيط يحمل في طياته الكثير من المعاني العميقة، فهو يعلمنا آداب الأكل والشرب، ويحثنا على التواضع والاعتدال¹.

إن التربية الإسلامية للشباب تهدف إلى تكوين شخصية متكاملة ومتوازنة، قادرة على تحمل المسؤولية وبناء المجتمع. فالشباب المسلم هو الذي يتمتع بالإيمان القوي والأخلاق الفاضلة والعلم النافع، وهو الذي يسعى دائماً إلى تطوير نفسه وخدمة مجتمعه².

المبحث الثاني: خصائص الشباب وحاجاته

أ- خصائص الشباب

تتميز كل مرحلة عمرية بخصائص فريدة تميزها عن غيرها، ويمثل الشباب مرحلة هامة في حياة الفرد والمجتمع على حدّ سواء، وذلك لما يتمتع به من خصائص وسمات تضيف عليه قيمة استثنائية، ونذكر منها:

1. الشباب مصدر من مصادر التغيير الاجتماعي في المجتمع

يتميز الشباب بطبيعتهم بالتطلع الدائم إلى الجديد ورفضهم للجمود، فهم أكثر الفئات تقبلاً للتطور والتغيير، وأسرعهم تكيفاً مع التطورات الحديثة خاصة التكنولوجية منها. يفسر ذلك إيمانهم الراسخ بالتغيير، وهو إيمان موضوعي ومطلوب لما يتمتعون به من صفات تساعدهم على استيعاب المتغيرات المتجددة بسهولة أكبر. ففي نظرهم، لا شيء كامل أو ثابت، بل كل شيء قابل للتطوير والتجديد. ولذلك يُعدّون مصدراً غنياً للإبداع والابتكار، وهم محرك أساسي للتقدم والتطور في مختلف المجالات³.

2. الشباب مرحلة الرغبة في رسم المستقبل

يمثل المستقبل بالنسبة للشباب أملاً عظيماً يحمل في طياته إمكانيات هائلة للتطور والتقدم. وإيماناً منهم بأن ملامح هذا المستقبل تتحدد في الحاضر، يطالب الشباب الكبار بضرورة المشاركة الفاعلة في بنائه. فالشباب بحكم طاقتهم وحماسهم وإبداعهم، يمثلون طاقة هائلة يمكن تسخيرها لبناء مستقبل أفضل. ولكن لا يمكن للشباب تحقيق ذلك بمفردهم، بل هم بحاجة إلى توجيه ودعم من قبل الكبار، الذين يملكون الخبرة والحكمة والمعرفة. لذلك يصبح من واجب الكبار المشاركة بفعالية في بناء مستقبل الشباب من خلال:

- توفير الفرص لهم لتطوير مهاراتهم وإمكانياتهم.
- دعم مشاريعهم وتشجيعهم على الإبداع والابتكار.

¹ حسين حماد نافذ، الغرباوي وليد، الشباب في السنة النبوية، مجلة الجامعة الإسلامية، مجلد 19، العدد 1، جانفي 2011، ص 38.

² حسين حماد نافذ، الغرباوي وليد، مرجع سبق ذكره، ص 38.

³ ليلي علي، الشباب والمجتمع أبعاد الاتصال والانفصال، الإسكندرية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر، 2004، ص 182.

- خلق بنية إيجابية تحفزهم على العمل الجادّ والسعي نحو تحقيق أهدافهم.
فالمشاركة الفاعلة من قبل الكبار والشباب هي السبيل الوحيد لبناء مستقبل مزدهر يُلبّي طموحات جميع أفراد المجتمع.¹

3. الفئة الأكثر انفتاحاً على العالم

يمكن تفسير إخلاص الشباب في كثير من الأحيان بقدرتهم الفريدة على التعامل مع وسائل التواصل الحديثة. فالشباب، بحكم نشأتهم في عصر التكنولوجيا الرقمية، يتقنون استخدام مختلف أدوات التواصل، مثل:

- مواقع التواصل الاجتماعي.
 - تطبيقات المراسلة الفورية.
 - البريد الإلكتروني.
- ويتيح لهم ذلك البقاء على تواصل دائم مع من يهتمون لأمرهم، ومشاركة أفكارهم ومشاعرهم بسهولة ويسر. كما يمكنهم من خلال هذه الوسائل:
- التعبير عن أنفسهم بشكل حرّ.
 - بناء علاقات جديدة.
 - المشاركة في القضايا التي يهتمون بها.
 - التأثير على من حولهم.
- ولذلك يصبح من السهل عليهم الحفاظ على إخلاصهم للقيم والمبادئ التي يؤمنون بها، والأشخاص الذين يحبونهم ويقدرّونهم.²

4. الشباب مرحلة عمرية غير متجانسة

فهي مثلها مثل كل المراحل العمرية الأخرى تجمع بين فئات مختلفة، وذلك لاختلاف جنسها، طبيعة مجتمعها، مستواها التعليمي، الثقافي والاجتماعي... إلخ.³

5. الشباب مرحلة التكليف وتحمل المسؤولية

¹ حسبية لولي، مرجع سبق ذكره، ص 58.

² حسبية لولي، مرجع سبق ذكره، ص 59.

³ حسبية لولي، مرجع سبق ذكره، ص 59.

لأنها المرحلة التي يُكَلَّف فيها الفرد بصورة مباشرة بأداء أدوار اجتماعية معينة، نتيجة نموه العقلي الذي بلغه وخبراته المكتسبة. وإنَّ التمرد الذي يبديه الشباب في بعض من سلوكه للتعبير على أنه قادر على تحمل المسؤولية مثله مثل الكبار، وأنه لم يعد ذلك الطفل الذي لا يقوى على فعل شيء.¹

6. الشباب مرحلة قابلة للتوجيه

كثير ما ينظر الكبار للشباب على أنهم أفراد مثيرين للمشكلات فهم لا يتحدثون إلا عن مشاكل الشباب وعن تمردهم وانفعالاتهم وعن أحلامهم الزائدة وطموحاتهم الغير واقعية، عن عنفهم وعدوانيتهم وانحرافهم، أو عن مخالفتهم للأعراف والتقاليد، وانتهاكهم للقيم الدينية والأخلاقية والاجتماعية.² يحدث هذا عندما يغيب عنه المجتمع بالتوجيه والرعاية المستمرة، لأنَّ طبيعة الشباب ليست إشكالا إذا ما وجدوا التوجيه والإرشاد في التعامل معهم. وهو ما أكدّه الباحث مكي بن طاهر حين قال أنَّ المجتمع العربي لا يساعد شبابه على فهم المشاكل التي يعيشها، ولا يساعدهم في أن يكون لهم دورا يظهرونه مستقبلا، ولا يمنح لهم فرصة التعبير بحرية. فللشباب إذن قدرة نحو التعقل والاتزان وقابلية للتوجيه إذا ما أحسن تربيته.³

ب- حاجات الشباب

تشير الدراسات البيولوجية والنفسية إلى وجود ارتباط وثيق بين سلوكيات الشباب ومستوى إشباع حاجاتهم، خاصة في ظلَّ هيمنة القيم المادية في المجتمع المعاصر. وتتمحور حاجاتهم في:

➤ الحاجات إلى تأمين المستقبل

تتفرع عن هذه الحاجة الرئيسية مجموعة من الحاجات الفرعية التي تلعب دورا هامًا في تمكين الشباب من الانتقال بفعالية إلى مرحلة النضج، وتشمل:

- الحصول على وظيفة وتوفير الدراسة والتدريب الذين يؤهلون الفرد الشاب للحصول على هذه الوظيفة مع النجاح فيها والارتقاء خلال المسار المهني.
- توفير التعليم بمراحله المختلفة بحيث يوفق بين حاجات المجتمع وحاجات الشباب.
- الحاجة إلى التوجيه المهني حيث يشعر الشاب العامل بالتوافق بين قدراته ومهنته مقارنة مع زملائه في العمل.

- الحاجة إلى الحماية بمختلف أنواعها.⁴

➤ الحاجة إلى الزواج وتكوين أسرة

¹ حسبية لولي، مرجع سبق ذكره، ص 59
² شعباني علي، الشباب وثقافة الشباب بين الثبات والتغير، ورقة مقدمة إلى الندوة الدولية حول الشباب وثقافة، أكتوبر 2010، ص 143.
³ بن طاهر مكي، الشباب العربي في البحث عن هويته، الرباط، القلم، ص 42.
⁴ عبد العالي دبله، يزيد عباسي، الشباب بين الحاجات والمشكلات، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 3، العدد 4، 2015، ص 43.

لتحقيق هذه الحاجة أو تلبيتها، يجب أن تتوفر مجموعة من المتطلبات الاجتماعية والنفسية والتربوية وهي:

- توفير أو تحقيق الأمن الاقتصادي للشباب وتأمينه على مستقبله ومستقبل عائلته.
- تشجيع المجتمع والدولة للمتزوجين بالوسائل المادية والمعنوية.
- تلقين التربية الجنسية للشباب وإمدادهم بحقائق والتزامات الحياة الزوجية خاصة من خلال برامج الإرشاد الأسري في سبيل مواجهة المشكلات الزوجية.
- تجاوز التقاليد التي تفرق بين الجنسين واحترام الهوية الجذرية والمساواة بين الجنسين في مسألة الارتباط والزواج.¹

➤ الحاجة إلى مثل عليا وقيم واضحة وقيادة واعية

وتقتضي هذه الحاجة:

- وضوح أهداف الدولة خاصة ما يتعلق بقضايا التعليم والاقتصاد والسياسة.
- الحاجة إلى قوة الولاء والانتماء.
- الحاجة إلى إرشاد وتوجيه هادف واعي من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية.²

➤ الحاجة إلى الدعم الشخصي ودعم القدرات الإبداعية

ويتطلب تحقيق هذه الحاجة:

- توفير وتهيئة وسائل استثمار وقت الفراغ.
- تنظيم وقت الفراغ لاستغلال المواهب الخاصة ولمزاولة الهوايات الشخصية، الأمر الذي يفتقر إلى المهنية وهذا بيّنته نتائج دراسة عثمان سيد أحمد محمد خليل حول الشباب وأوقات الفراغ.³

➤ حاجة الشباب إلى المشاركة

يُعدّ شبابنا ثروة وطنية هائلة، وركيزة أساسية في التنمية والتطوير. إنّ مشاركتهم الفاعلة في قضايا المجتمع والحياة العامة تشكل حجر الزاوية لبناء حاضر مزدهر ومستقبل واعد، ولذلك يتوجب على المجتمع بأكمله تهيئة البيئة الملائمة لتمكين الشباب من المشاركة بفعالية. ويمكن تحقيق ذلك من خلال:

- توفير برامج تدريبية وتأهيلية تنمي مهاراتهم وتعزز قدراتهم.
- تقديم التوجيه والإرشاد لمساعدتهم على إطلاق طاقاتهم الإبداعية وتوجيهها نحو العمل الإنتاجي.

¹ بن طاهر مكي، مرجع سبق ذكره، ص 42.

² بن طاهر مكي، مرجع سبق ذكره، ص 43.

³ عيد العالبي دبلّة، مرجع سبق ذكره، ص 43.

- فتح المجال أمام مشاركتهم في مختلف مجالات الحياة العامة، بما يتماشى مع سياسة وطنية متكاملة.¹

المبحث الثالث: أهمية الشباب في المجتمع

يشكل الشباب ركيزة أساسية ومؤثرة في مسار الحركة الاجتماعية، وفي التأثير على مجريات الحاضر وفي رسم معالم المستقبل. فالشباب يمثلون ذخيرة مهمة من ذخائر أي مجتمع من المجتمعات الإنسانية وثروة لا تقدر بثمن، فالاستثمار في شبابنا بطريقة صحيحة وعلمية هو ضمان لمستقبل أفضل ونقطة حاسمة نحو التقدم والازدهار.²

الشباب هو نصف حاضرنا وكل مستقبلنا. فهم القوة الدافعة لتيار الحياة، ينبضون بالحياة والحيوية. والاستثمار والاستفادة بطاقتهم واجب علينا بكافة الصور الممكنة، حيث أن الشباب في نظر الإسلام طاقة إنسانية وثروة بشرية ورأس مال لا يقدر بثمن. ولذلك ينصح رسول الله صلى الله عليه وسلم المؤمنين بأن يفتنوا خمساً قبل خمس منها الشباب قبل الهرم والصحة قبل السقم.³

إن الشباب هو أعلى مراحل في حياة الإنسان، ولا تزال قيمته مكانته راسخة في حياة الأمم، فما يميزه عن باقي المراحل هو تأثيره الجوهري على حياة الإنسان لكونه ينبوع القوة والحيوية والحماسة. يعلق المجتمع آماله العريضة على شبابه فهم رجال الغد وبنات المستقبل، حاملو شعلة الأمل والتقدم. فالشباب يستطيع بما يملك من إمكانيات وطاقت الحياة دون الاعتماد على آراء الآخرين ونصائحهم المستمرة، وهو ما يجعله قادراً على المشاركة الإيجابية في أداء الوظائف والأعمال التي يمكن أن يسندها المجتمع إليه.⁴ وتشكل فئة الشباب غالبية المجتمعات العربية والإسلامية وهذا ما يزيد أهمية دور الشباب وتأثيرهم في مجريات الأمور في الحاضر والمستقبل، ومن هنا يجب أن نقوم بتوظيف طاقات الشباب في الإنتاج والعطاء والعمل المبدع، وإلا فإن طاقات الشباب قد تتحول إلى معول هدم وتدمير في حياة المجتمع والأمة.⁵

وتأتي أهمية مرحلة الشباب ن أنها تمثل الدّروة في قوة الإنسان وقدرته على العمل والعطاء، ويمكن تلخيص أهمية الشباب في التالي:

● التمتع بالصحة والعافية.

1 فيصل محمود غرابية، العمل الاجتماعي في مجال رعاية الشباب، دار وائل للنشر، الأردن، 2009، ص 95.
 2 اليوسف عبد الله أحمد، خصائص الشباب من أجل أن يعرف الشباب أنفسهم، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2000، ص 13.
 3 المرجع نفسه، ص 13.
 4 أمانة محمد عبد القادر القندوز، اتجاهات الشباب الليبي نحو التسوق عبر الانترنت، مجلة كلية الفنون والإعلام، السنة 2، العدد 4، 2017، ص 230
 5 اليوسف عبد الله أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 14

- القدرة على تحمل المسؤوليات الكبيرة.
- المساهمة في تحديد احتياجات المجتمع الاقتصادية وإعداد الخطط المقدره تبعاً لقدراته.¹
- المشاركة الفعلية في بناء أمن المجتمع واستقراره من خلال المؤسسات والتنظيمات المعنية.
- إسهام الشباب في الخدمات الاجتماعية والتطوعية في المجتمع العربي، مثل الأعمال الزراعية والإعلامية ونموها.²
- الإسهام في البرامج التعليمية مثل محو الأمية ودورات التثقيف والتوعية الصحية.³
- المسؤولية في نقل الخبرات والعلوم والمعارف والثقافات المختلفة وتوصيلها للشعوب الأخرى.⁴

المبحث الرابع: الشباب والتكنولوجيا

يشهد العالم اليوم ثورة معرفية وتكنولوجية هائلة، حيث أدت التطورات المتسارعة في وسائل الاتصال الحديثة إلى ظهور نمط اتصالي جديد يختلف كلياً عن قنوات الاتصال التقليدية.⁵

صنّف ريتشارد ديفز وديانا أوين وسائل الاعلام والاتصال إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

1. الوسائل القديمة بتكنولوجية قديمة: تشمل هذه الفئة مجموعة من الأشكال الصحفية مثل الإذاعة، التلفزيون والصحف المطبوعة. تتميز هذه الوسائل بتقنياتها القديمة مثل موجات الراديو والإشارات التلفزيونية، وتعتمد على محتوى ثابت يتم إنتاجه مسبقاً.
2. الوسائل الجديدة بتكنولوجية جديدة: تضم هذه الفئة جميع وسائل الإعلام والاتصال التي نستخدمها اليوم، والتي تعمل على منصة الكمبيوتر، وتشمل الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ومنصات البث المباشر. تتميز هذه الوسائل بمحتوى تفاعلي ومتجدد، وتتيح للمستخدمين المشاركة والتفاعل بشكل مباشر.
3. الوسائل الجديدة بتكنولوجية مختلطة:

1 المرجع نفسه، ص 15.

2 اليوسف عبد الله أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 15

3 المرجع نفسه، ص 15.

4 أمانة محمد عبد القادر القندوز، مرجع سبق ذكره، ص 230..

5 سماش سيد أحمد، أثر التكنولوجيا الحديثة على الشباب، مجلة الفكر المتوسطي، العدد 13، جانفي 2018، ص 53.

تمثل هذه الفئة مزيجاً من الوسائل القديمة والجديدة، حيث تدمج تقنيات جديدة في الوسائل التقليدية. على سبيل المثال قد تقدم محطة تلفزيونية قديمة بثاً مباشراً عبر الانترنت، أو قد تنشر صحيفة مطبوعة محتوى تفاعلي على موقعها الإلكتروني.

مع تطور التكنولوجيا، أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة أقل وضوحاً. ففي الوقت الحالي، تقدم العديد من الوسائل مزيجاً من التقنيات والمحتوى.

نتيجة لذلك نشأت حالة من التماهي وتبادل المنافع بين وسائل الاتصال القديمة والجديدة، فمن ناحية، تستفيد الوسائل القديمة من تقنيات جديدة لتوسيع نطاق جمهورها وتفاعلها مع المستخدمين. ومن ناحية أخرى، تستفيد الوسائل الجديدة من خبرة ومصداقية الوسائل القديمة.¹

تعتبر الانترنت من أبرز المستحدثات التكنولوجية، حتى أصبحت أسلوباً للتعامل اليومي ونمطاً للتبادل المعرفي، كما أن الانتشار السريع لهذه الشبكة جعلها من أهم معالم العصر الحديث لما أحدثته من آثار عميقة وتغيرات جذرية في أساليب وأشكال التواصل والاتصال المباشر وغير المباشر. ولعلّ الزاوية الأكثر دلالة التي يتوجب الوقوف عندها في السياق الذي يهمننا، تكمن في علاقة الشباب بوسائل الاعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة والتكنولوجيا.²

يرى جمال بن زروق أنّه إذا كانت الأسرة والمدرسة اضطلعتا بالدور الأكبر في تكوين مدارك الإنسان وثقافته وتشكيل منظومة القيم التي يتمسك بها في السابق، فإنّ تكنولوجيات الاتصال الحديثة غيرت اليوم من البيئة التي يعيش فيها الشباب.³

المبحث الخامس: أهم نتائج استخدامات وسائل الاتصال الحديثة لدى الشباب

في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الاتصال وما نتج عنها من خصائص جديدة للبيئة الاتصالية الجديدة، انتشرت ثقافة جديدة، بدأت ملامحها تتسرب حتى داخل المجتمعات التي لا يزال انخراطها ضمن النظام الرقمي بطيئاً وأحياناً لا دلالة له، ذلك أن تكنولوجيا المعلومات ليست مجرد وسائل يسخرها الإنسان لتطوير بيئته الثقافية والاقتصادية وتحقيق متطلبات عصره ولعلّ الرأي السائد قد يعتبرها أدوات حيادية غارقة برمتها في محيط المكونات المادية، إن تكنولوجيات المعلومات كغيرها من الابتكارات التقنية السابقة مدمجة بالقيم التي تغير من التفكير والسلوك فهي تصنع الفرد أكثر مما

¹ سمائش سيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 53

² المرجع نفسه، ص 53.

³ سمائش سيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 54

يصنعها، وإن من أبرز ملامح هذه الثقافة هو أن الرقمية قد شرعت بعد في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية على نحو ظل فيه التفاعل الاجتماعي لا يتحقق إلا باستخدام الوسيط التقني بوصفه أولاً أداة لإنتاج المضامين ونقلها.¹

نتج عن استخدام الشباب لهذه التقنيات وترسخ استخدامها في عاداتهم اليومية، ميلاد ثقافة جديدة يسميها البعض الثقافة الرقمية ويفضل البعض الآخر تسمية الثقافة الالكترونية في حين يفضل فريق ثالث تسميتها بثقافة الشاشة وتتميز هذه الثقافة بجملة من السمات والخصائص.²

إن مفاهيم الهوية والثقافة واللغة والحس المدني والعلاقة بالجسد والزمن والفضاء تعرف تحولا جذريا بفعل إفرازات الثورة الرقمية، في ضوء ذلك فإن "الثقافة المثقفة" لم تعد تمثل المرجعية الأساسية، إذ حلت محلها ثقافة جديدة ناشئة مشكلة من خليط من السينما والتلفزيون والفيديو والأنترنت، إن هذا ما يؤثر في علاقة الشباب بالمؤسسات الاجتماعية ويعدل في الطريقة التي يهيكلون حياتهم الاجتماعية.³

¹ المرجع نفسه، ص58.

² سماتش سيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص58.

³ المرجع نفسه، ص59.

خلاصة الفصل

في ختام هذا البحث، يتبين أنّ مفهوم الشباب يتجلى من خلال عدة منظورات علمية ودينية، مما يعكس تنوع وتعقيد هذه المرحلة العمرية. من منظور علم النفس، يفهم الشباب كمجموعة تسعى لتحقيق النضج العقلي والعاطفي، بينما يقدمه علم الديموغرافيا من خلال العمر والتعداد السكاني. قانونياً، يعرف الشباب وفقاً للتشريعات التي تحدد حقوقهم وواجباتهم، في حين يسلط علم السوسولوجيا الضوء على دورهم الاجتماعي وتأثيرهم في بنية المجتمع. من الناحية الإسلامية يعطى الشباب مكانة خاصة تتوافق مع القيم والمبادئ الدينية.

تتعدد خصائص الشباب وحاجاتهم، مما يتطلب تلبية متطلبات النمو الشخصي والاجتماعي والمهني. علاوة على ذلك، يلعب الشباب دوراً محورياً في دفع عجلة التطور والتغيير في المجتمعات. في عصر التكنولوجيا، يجد الشباب أنفسهم في تفاعل مستمر مع الوسائط الرقمية، مما يؤثر بشكل عميق على سلوكهم وأسلوب حياتهم.

في الختام، يظهر الفصل أهمية فهم الشباب من زوايا متعددة لتحقيق التنمية المستدامة وتلبية احتياجاتهم بفعالية، مما يسهم في بناء مجتمع أكثر توازناً وابتكاراً.

الفصل الثالث: التسوق الالكتروني

تمهيد

المبحث الأول: تعريف التسوق الإلكتروني

المبحث الثاني: أهمية التسوق الإلكتروني و اثره على الأسرة الاستهلاكية

• أهمية التسوق الإلكتروني

• العوامل المؤثرة على تبني المستهلكين للتسوق الإلكتروني

المبحث الثالث: مواقع التسوق الإلكتروني

المبحث الرابع: مزايا و عيوب التسوق الإلكتروني

• مزايا التسوق الإلكتروني

• عيوب التسوق الإلكتروني

خلاصة الفصل

تمهيد

في عصر الرقمنة الذي نعيشه اليوم، أصبح التسوق الإلكتروني جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. يقدم التسوق الإلكتروني وسيلة مريحة وفعالة للتسوق، حيث يمكن للأفراد شراء مختلف السلع والخدمات من منازلهم بكل سهولة ويسر. يتناول هذا الفصل تعريف التسوق الإلكتروني، حيث يوضح كيفية عمله وأهميته في حياتنا المعاصرة. كما يستعرض أثر التسوق الإلكتروني على الأسر الاستهلاكية، مبيناً كيف يمكن أن يؤثر هذا النموذج من التسوق على أنماط الاستهلاك والتفاعل العائلي. يستعرض الفصل أيضاً مجموعة من المواقع الإلكترونية الرائدة في هذا المجال، مع تقديم تعريفات لها، مما يساهم في توضيح كيفية اختيار المنصة المناسبة وفقاً لاحتياجات كل فرد. بالإضافة إلى ذلك، سيقدم الفصل مزايا وعيوب التسوق الإلكتروني، مما يمكن القارئ من اتخاذ قرارات مدروسة ومبنية على المعرفة عند الشراء عبر الإنترنت.

من خلال هذا الفصل، نسعى إلى تقديم نظرة شاملة ومتوازنة حول التسوق الإلكتروني، مع التركيز على كيفية الاستفادة القصوى من هذه التقنية الحديثة وتفادي التحديات المرتبطة بها.

المبحث الأول: تعريف التسوق الإلكتروني

التسوق بمفهومه العادي هو المكان الذي يتم به عرض وتبادل السلع والخدمات والمعاملات والعلاقات ما بين البائعين والمشتريين. ويعتبر التسوق الإلكتروني من الأشكال الحديثة في عالم المال والأعمال، وهناك من يطلق عليه التسوق عبر الإنترنت، والتسوق عبر الهاتف المحمول، التسوق عن بعد أو التسوق الرقمي. ويعرف انه عملية البيع والشراء التي تتم عبر الإنترنت وتشمل مختلف أنواع السلع والخدمات.¹

إن مفهوم التسوق الإلكتروني ظهر لأول مرة في عام 1979 قبل إنشاء شبكة الويب العالمية وذلك عن طريق استخدام الهاتف المحلي وإتمام الصفقات في أسرع وقت ممكن، وفي عام 1990 فُتح العالم على نطاق واسع أول متصفح من خلال شبكة الإنترنت، ثم بدأ الاستخدام التجاري لهذه الشبكة في عام 1991، بعد ذلك ظهرت الابتكارات التكنولوجية اللاحقة في عام 1994 مثل الخدمات المصرفية والمتاجر عبر الإنترنت، بعدها في عام 1995 أُطلق أول موقع تسوق عبر الإنترنت وهو Amazon.com لبيع الكتب عبر الإنترنت. ثم بعدها انتشرت المتاجر الإلكترونية بصورة كبيرة جدا، وعلى الرغم من الزيادة في المتاجر عبر الإنترنت في الدول العربية فإن النسبة المئوية للزبون عبر الإنترنت لا تزال صغيرة مقارنة بالنسبة الإجمالية للزبون في الدول المتقدمة.²

يعرف التسوق الإلكتروني بأنه عملية شراء منتجات وخدمات عبر الإنترنت مع خدمات التوصيل، حيث تعتمد الأسواق الإلكترونية على جودة المنتج والعلاقة مع الزبون، بالإضافة إلى الراحة والسهولة في التسوق وتجربة الدفع الآمنة باستخدام بطاقات الائتمان. تلك العوامل تلعب دورا كبيرا في تحديد سلوك المستهلك خلال عملية التسوق عبر الإنترنت.³ وهو شراء وتبضع المستهلك عبر مواقع التسوق على الإنترنت، وهو يُمكن الأفراد من التسوق عبر الحدود الدولية بسهولة ويسر.⁴

مصطلح التسوق الإلكتروني يشمل الجهود التي يقوم بها المشتري عبر الإنترنت للبحث عن منتجات محددة (سلع، خدمات...) ومقارنتها بين المنتجات المعروضة في متاجر الإنترنت المختلفة. يتضمن هذا جمع المعلومات والبيانات عن السلع والخدمات لمساعدة المستهلك على اتخاذ قرار شراء مدروس. يتم ذلك من

¹ باننا ضمراوي، 8 أوت 2023، <https://mawdoo3.com>.

² المرجع نفسه.

³ راضية بولقرون، زهرة جامع، زينب بوراي، واقع التسوق الإلكتروني في الجزائر، مجلة أوراق اقتصادية، المجلد 4، العدد 2، ديسمبر 2020،

الجزائر، ص162.

⁴ المرجع نفسه، ص162.

خلال زيارة المواقع (المتاجر) الإلكترونية المختلفة، واستعراض السلع والخدمات المعروضة والحصول على معلومات مفصلة عنها من حيث الأنواع والمواصفات والأسعار.¹

كما يعرف انه هو وجود مخزن من الممكن شراء كل شيء منه بسهولة من خلال جهاز الحاسوب أو الهاتف المحمول، وغالبا يوفر أفضل أنواع المنتجات للمستهلكين. يعرف التسوق الإلكتروني أيضا أنه البحث عن منتج ما عن طريق زيارة الموقع الإلكتروني الخاص بالمتجر، ومن ثم إعداد طلب الشراء للحصول على المنتج المطلوب.²

إنّ التسوق الإلكتروني يعد من المفاهيم الحديثة نسبيا، فمن المحتمل أن تساور المتسوق مخاوف حول تعرضه للاحتيال أو السرقة، كما أنه قد ينسى معلومات حول الحساب الإلكتروني الخاص بالشراء، مثل نسيان كلمة المرور وأيضا قد لا يثق بأنّ معلوماته الشخصية ستكون بأمان مع التجار عبر شبكة الانترنت، لذلك يتعامل الكثير من الأفراد مع فكرة التسوق عبر الانترنت بحذر شديد، وهو من الأمور التي يلزم توفرها في هذا النوع من التسوق.³

المبحث الثاني: أهمية التسوق الإلكتروني وأثره على الأسرة الاستهلاكية

• أهمية التسوق الإلكتروني

هناك العديد من الخدمات المقدمة عبر مواقع التسوق الإلكتروني ومنها خدمات التبادل التجاري، وخدمات التسويق والدعاية والإعلان عن السلع، والخدمات المصرفية المتنوعة، والتفاعل بين البائع والمشتري لتقديم معلومات عن منتجاته وما توفره من تخفيضات وتحسينات على المنتجات، وعمليات توزيع السلع ومتابعة الإجراءات، والدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن.⁴

وتتضح أهمية التسوق الإلكتروني في أنها وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني بعيدا عن المستندات الورقية، إضافة إلى أنّ التسوق الإلكتروني وسيلة متميزة للوصول إلى أسواق العالم بأقل التكاليف وفي زمن قياسي.⁵

وفيما يلي نعدد أهمية التسوق الإلكتروني:

- توفير الوقت والجهد، حيث لا يحتاج المستهلك إلى الخروج من البيت للشراء سوى الدخول إلى الموقع والنقر عن المنتج الذي يريده وإدخال معلومات بطاقة الدفع الإلكترونية.⁶

¹ فوال إيمان، سفيحي ربيعة، اتجاهات المستهلك الجزائري نحو التسوق الإلكتروني في عصر المعلوماتية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، الجزائر، المجلد 3، العدد 3، أكتوبر 2019، ص28.

² باننا ضمراوي، 8 أوت 2023، نفس المرجع السابق.

³ المرجع نفسه.

⁴ المرجع نفسه.

⁵ المرجع نفسه.

⁶ المرجع نفسه.

- توفير معلومات أكثر عن السلع وإتاحة الفرصة للاختيار وذلك من خلال زيارة العديد من المواقع الإلكترونية ومن خلال الموقع يمكن الحصول على كافة المعلومات عن السلع المستهدفة بالشراء ومواصفاتها.¹
- تتيح المواقع الإلكترونية أفضل الأسعار، حيث تباع المنتجات بأسعار أقل من المتاجر التقليدية، إذ أن البيع عبر الإنترنت يخفض المصروفات التي ينفقها المنتجون في السوق التقليدي.²
- مواقع التسوق الإلكتروني تحاول نيل رضا المستهلك وذلك من خلال إتاحة الفرصة للتواصل مع الزبائن والإجابة على استفسارات الزبائن مما يوفر خدمات أفضل للمستهلك، وأيضاً التواصل مع البائع وذلك لإعلامهم بآخر منتجاتهم.³
- انخفاض تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية بالمقارنة بتكلفة المتاجر التقليدية، حيث أنها لا تحتاج إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية أو تركيب أجهزة باهظة الثمن، ولا تحتاج إلى استخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بالأعمال.⁴
- يعد التسوق الإلكتروني إحدى أدوات الاقتصاد الرقمي التي أتاحت الفرصة أمام الناس من أجل القيام بالمشاريع التجارية الصغيرة والمتوسطة بأقل تكلفة استثمارية ممكنة وتذليل الحواجز الجغرافية.⁵

● العوامل المؤثرة على تبني المستهلكين للتسوق الإلكتروني

- تختلف العوامل التي تؤثر في تبني التسوق عبر الإنترنت، وذلك باختلاف مجتمع المستهلكين والصفات التي يتسمون بها، وكذلك باختلاف طبيعة المنتجات ومدى الحاجة إليها ومدى توفرها وتنوعها، وبتنوع الأسعار وتعدد المواقع التي تعرض هذه المنتجات أو الخدمات.⁶ وتتمثل هذه العوامل في:
- سهولة الاستخدام: وهي قدرة المستهلك على التعامل بيسر مع المواقع الإلكترونية التي يرغب في إتمام عملية الشراء بواسطتها. وقدم تعريف لسهولة الاستخدام على أنه الدرجة التي يعتقد بها الفرد أن استخدام نظام معين سيكون دون جهد. وتوضح سهولة الاستخدام مواصفات التصميم للموقع الإلكتروني التي تجعل عملية الشراء عبر الإنترنت أكثر سهولة.⁷

¹المرجع نفسه

²بانا ضمراوي، 8 أوت 2023، نفس المرجع السابق.

³المرجع نفسه

⁴المرجع نفسه

⁵المرجع نفسه

⁶المرجع نفسه

⁷المرجع نفسه

- الأمان في التعامل: لا يمكن إنكار مخاطر الإنترنت عامة ومخاطر التسوق عبره خاصة. وهناك عدد من النصائح التي قدمها متخصصون للمستهلك أو المشتري عند القيام بالتسوق الإلكتروني، وذلك من أجل التمتع بتسوق آمن وتقليل فرص المخاطر التي قد يتعرض لها المشتري من مواقع وهمية تسعى للاحتيال أو من أخطاء شخصية. من النصائح والخطوات التي يحرص عليها المستهلك عند التسوق عبر الإنترنت: تأمين متصفح الويب المستخدم لتصفح مواقع الشراء كما ينصح باستخدام بطاقة الائتمان بدلا من بطاقة السحب الآلي¹.
- تنوع الأسعار والمنتجات: يوفر الإنترنت المعلومات التفصيلية عن المنتجات والعلامات التجارية التي تقوم المواقع التجارية بعرضها، وهذا يسمح للمستهلك بالقيام بعملية المقارنة ما بين المنتجات بسهولة، ومن ثم يختار المنتج الذي يراه الأفضل والأنسب من غير أي ضغوطات من البائعين، ما يؤدي إلى سرعة وسهولة الاتصال بين المؤسسة والمستهلك عن طريق الخدمات الإلكترونية².
- سرعة الاستجابة: سرعة استجابة المواقع التجارية عبر الإنترنت لطلبات المستهلكين. فلا شك أنّ من العوامل التي تؤثر في قبول المستهلك أو عدم قبوله لفكرة التسوق عبر الإنترنت هو مدى حصوله على المنتج الذي يطلبه في الوقت المناسب³.
- تحقيق الفائدة: ينظر إلى الفائدة المدركة على أنها مدى الشعور الذي يجده المستهلك عند التسوق بأن موقع البيع عبر الإنترنت يمكن أن يحقق لهم قيمة وفاعلية عند القيام⁴.

المبحث الثالث: مواقع التسوق الإلكتروني

تشهد أسواق التجارة الإلكترونية في الجزائر نموا كبيرا على الرغم من افتقارها إلى الجودة التي تشهدها أسواق شمال إفريقيا الأخرى مثل المغرب ومصر، وتعمل الحكومة الجزائرية على تعزيز هذه التجارة من خلال تسهيل الولوج إلى الانترنت⁵.

ومن أفضل الأسواق الإلكترونية في الجزائر:

● منصة جوميا

لقد سهل موقع جوميا التجارة الإلكترونية في الجزائر وكان سببا في تسريع عملية الشراء والبيع عبر الانترنت. ظهر موقع جوميا لأول مرة سنة 2009 حيث يوفر تجربة تسوق مثالية مع

¹بانا ضمراوي، 8 أوت 2023، نفس المرجع السابق.

²المرجع نفسه

³المرجع نفسه

⁴المرجع نفسه

⁵راضية بولقرون، زهرة جامع، زينب بوراي، نفس المرجع السابق، ص164

مجموعة واسعة من المنتجات من مختلف الفئات وبأسعار تنافسية. تلتزم جوميا الجزائر بتقديم العلامات التجارية العالمية والمحلية بأسعار معقولة لجميع العملاء.¹

- منصة فوورشوب

فوورشوب هو موقع للتسوق عبر الانترنت مقره في الجزائر، يقدم تجربة شراء ممتعة وفريدة من نوعها وبأسعار معقولة. أقام متجر فوورشوب النشط في مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر شراكات مع العديد من التجار والشركات العالمية لتوصيل منتجات فريدة مباشرة إلى باب منزلك أو مكان عملك، مع خيار الدفع عند الاستلام. المنتجات متنوعة منها الأكسسوارات، منتجات العناية بالبشرة... يملك المتجر حوالي مليون متابع على صفحته على الفايسبوك.²

- موقع وادكنيس

يقدم وادكنيس مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، بما في ذلك عروض العمل والمنتجات الموجهة للشركات والمؤسسات الاقتصادية والمركبات والعقارات، وأكثر من ذلك بكثير. فهو يوفر منصة مناسبة للأفراد والشركات للتواصل والمشاركة في أنشطة التجارة الإلكترونية في الجزائر. ويتميز الموقع أيضا بواجهة سهلة الاستخدام ووظيفة بحث، مما يسهل على المستخدمين تصفح العناصر التي يبحثون عنها بشكل سريع.

أصبح وادكنيس المنصة الأكثر شعبية للبيع والشراء عبر الانترنت في الجزائر، مما يوفر طريقة مريحة وفعالة للمجتمع الجزائري لشراء وبيع البضائع. يعكس نمو الموقع المستمر بحركة المرور اليومية العالية حيث يبلغ 800 ألف زائر يوميا أهميتها في سوق التجارة الإلكترونية الجزائرية.³

- موقع علي اكسبريس

يعتبر هذا الموقع من المواقع التي استطاعت في وقت قصير حجز مكان كبير وقوي بين المتنافسين من مواقع التجارة الإلكترونية، وقد بدأ هذا الموقع في نسخته الأولى عام 2010 كتابع لشركة علي بابا الصينية ذات الشعبية الكبيرة في العالم.⁴

- موقع شاين للتسوق بالعمولة

¹ المرجع نفسه، ص164

²راضية بولقرون، زهرة جامع، زينب بوراي، نفس المرجع السابق، ص164.

³المرجع نفسه، ص164

⁴ المرجع نفسه، ص164

يعتبر ذلك الموقع من مواقع التسوق الإلكتروني الجزائرية التي تمتلك قاعدة شعبية كبيرة، وذلك لنوع المنتجات المتخصصة في بيعها، إذ يعرض جميع الأكسسوارات ومواد التجميل النسائية، لذلك يحصد مكانة كبيرة بين فئة العملاء من النساء العرب بشكل عام لا من نساء الجزائر فقط.

يتميز موقع شاين بخدمات متعددة، من ضمنها: الشحن السريع منخفض التكلفة، ودعمه لأكثر من لغة وبالتالي يسمح لعملاء أكثر بالولوج إليه والتعامل من خلاله، كما يمكن الاستفادة من خدمات الموقع عن طريق استخدام التطبيق الإلكتروني الخاص به والذي يسمح بالتعامل مع كافة طرق الدفع.¹

المبحث الرابع: مزايا وعيوب التسوق الإلكتروني

على الرغم من أن التسوق الإلكتروني بشكله الحالي لم يبدأ إلا في منتصف تسعينيات القرن الماضي، إلا أنّ الطفرة الحقيقية لم تبدأ إلا في عام 2003 عندما وصلت مبيعات التسوق الإلكتروني في الولايات المتحدة إلى 50 مليار دولار، وهي السنة الأولى التي تحقق فيها شركة أمازون أول أرباح سنوية لها. حالياً يتسوق أكثر من 1.6 مليار شخص الكترونياً، ويتفقون أكثر من 2 تريليون دولار سنوياً.²

• المزايا التي تجذب المستهلكين للتسوق الإلكتروني³

- توفير الوقت: التسوق الإلكتروني لا يحتاج للانتقال من مكان لآخر، ولا للبحث عن موقف للسيارات، فأنت تستطيع الشراء من أي مكان، سواء في البيت أو العمل أو أي مكان، ولا توجد طوابير للانتظار.
- الراحة في التسوق: لن تحتاج لحمل الأكياس والتنقل بين المحلات، كما تستطيع التسوق في أي وقت يناسبك خلال اليوم ليلاً أو نهاراً، فلا تحتاج لتخصيص أوقات معينة بحسب أوقات عمل المحلات، ومهما كانت حالة الطقس، كما يمكنك التسوق الكترونياً وإضافة البضائع إلى السلة الإلكترونية لتبقى عدة أيام وحتى أشهر، ثم تشتريها دفعة واحدة.
- الراحة النفسية: لن تضطر للتعامل مع البائعين الثقلاء وستتجنب الإحراج والمضايقة بإلحاحهم.
- سهولة المقارنة: تستطيع المقارنة مباشرة بين مختلف السلع والمواقع بشكل مباشر، بدلا من زيارة متجر ثم تنتقل لمتجر آخر لتكتشف أنّ هناك معلومات كانت غائبة عنك ولم تستفسر عنها، كما تستطيع أن تجد التفاصيل والمواصفات مكتوبة بشكل واضح، بدلا من الاعتماد على

¹راضية بولقرون، زهرة جامع، زينب بوراي، نفس المرجع السابق، ص164

²بانا ضمراوي، 8 أوت 2023، نفس المرجع السابق.

³ المرجع نفسه

- معلومات البائع الذي قد يخفي عنك بعض المواصفات سواء بقصد أو عن جهل عنه، وحتى يمكنك الاطلاع على كتالوجات التشغيل بكل سهولة.
- الاطلاع على آراء الآخرين: لن تنحصر الآراء والتجارب على من حولك، بل تمتد للمشتريين حول العالم، مما يمنحك ثقة أكبر عند الشراء.
 - سهولة وضع طلبات الشراء عند عدم توفر السلعة: سواء للسلع الجديدة التي لم تنزل بعد في الأسواق، أو للسلع غير متوفرة في المتجر في الوقت الحالي، ثم يتم شحنها لك فور توفرها.
 - سهولة تتبع المشتريات السابقة: توفر معظم المواقع تقارير لمشترياتك السابقة من خلال الموقع، لذلك فتستطيع بسهولة تتبع مشترياتك والتأكد من أنك قد اشترت هذه السلعة من قبل أم لا، وكم كلفتك في ذلك الوقت.
 - الاطلاع على جميع الخيارات المتاحة: من خلال الموقع تستطيع معرفة جميع الخيارات والألوان والأحجام المتاحة، سواء كانت متوفرة أو لا، وهذه الميزة غير متوفرة في المحلات العادية التي تعرض فقط الألوان والأحجام المتوفرة حالياً.
 - التسوق من أي مكان في العالم: لعلها من أهم مزايا التسوق عبر الانترنت، فأنت لا تحتاج للسفر لزيارة بعض المتاجر المميزة والتي لا توجد لها أفرع في بلدك، كما تستطيع الاستفادة من الأسعار المنخفضة في بعض البلدان.
 - عيوب التسوق الإلكتروني¹
 - عدم تجربة البضائع: لا تستطيع معرفة ملمسها، أو ربما يصعب عليك تصور حجمها الحقيقي ومقاساتها، وهو ما يميز التسوق التقليدي.
 - عدم الحصول على السلعة فوراً: عندما تقوم بالشراء إلكترونياً، فإنه ينبغي عليك الانتظار لأيام وربما أسابيع حتى يتم شحنها لك، وما قد يصاحب الشحن من مشاكل كضيق الشحن أو تأخرها أو تلف البضاعة.
 - قد لا توافق السلعة توقعاتك: فقد لا تكون السلعة أصلية كما توقعتها، أو قد يكون حجمها أو مواصفاتها أو لونها مختلفاً عما كنت تتوقعه.
 - غياب التجربة الإنسانية: قد تحتاج للنقاش مع البائعين للاستفسار أكثر عن السلعة أو حتى لطلب النصيحة منه.

¹بانا ضمراوي، 8 أوت 2023، نفس المرجع السابق.

- تزويد المتاجر بمعلوماتك الشخصية: عند الشراء الإلكتروني فعليك أن تزود المتجر باسمك وعنوانك وغيرها من المعلومات، بينما لن تحتاج لذلك في التسوق التقليدي، خصوصا عند الدفع نقدا، فستكون بالنسبة لهم مجرد زبون مجهول.
- سهولة التعرض للاحتيال: هناك بعض المحتالين الذين يصممون موقعا مشابها لموقع آخر حقيقي للاحتيال على المتسوقين، كما قد يتعرض المتجر الإلكتروني للاختراق وتسرب معلوماتك وخصوصا معلومات البطاقات البنكية، مما يعرضك لخطر السرقة.

خلاصة الفصل

في ختام هذا الفصل، يتضح أنّ التسوق الإلكتروني قد أحدث تحولا كبيرا في طريقة تعامل الأفراد مع عملية الشراء، مما يعكس تأثيره العميق على الحياة اليومية. فقد وفر التسوق الإلكتروني سهولة وراحة في الوصول إلى المنتجات والخدمات، مما ساهم في توفير الوقت والجهد للأسر الاستهلاكية. كما أن المواقع الإلكترونية المختلفة قد أوجدت تنوعا هائلا في الخيارات المتاحة، مما يعزز تجربة التسوق. ومع ذلك، فإنّ هناك بعض التحديات مثل القلق بشأن الأمان والخصوصية، والاعتماد على الشحن والتوصيل. أهمية التسوق الإلكتروني تكمن في توفير الوقت والجهد، فضلا عن إمكانية الوصول إلى عروض وأسعار تنافسية.

لقد أثر التسوق الإلكتروني بشكل كبير على الأسر الاستهلاكية، حيث غير من أنماط الشراء وأدى إلى تغييرات في كيفية إدارة الميزانيات الشخصية، مع تعزيز الراحة والمرونة في عمليات الشراء. ومع ذلك لا يمكن إغفال التحديات التي يواجهها هذا النوع من التسوق، بما في ذلك مخاوف الأمان والاحتيال، بالإضافة إلى مشكلات تتعلق بجودة المنتجات وتجربة التسوق.

تتميز مواقع التسوق الإلكتروني بالعديد من المزايا، مثل التوفر على مدار الساعة، تنوع الخيارات، وسهولة المقارنة بين الأسعار. ولكنها، في الوقت ذاته، تواجه بعض العيوب مثل مشاكل التوصيل، والتباين في جودة المنتجات، وأحيانا صعوبة في إدارة عمليات الإرجاع.

باختصار، بينما يواصل التسوق الإلكتروني تطوره ويزداد شعبية، من الضروري أن يكون المستهلكون على وعي بالمزايا والعيوب المصاحبة له، وأن يتخذوا خطوات حذرة لضمان تجربة تسوق آمنة وفعالة.

الفصل الرابع: التكنولوجيا الحديثة

تمهيد

المبحث الأول: تعريف التكنولوجيا .

المبحث الثاني: خصائص التكنولوجيا الحديثة

المبحث الثالث: أنواع التكنولوجيا الحديثة

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات التكنولوجيا الحديثة

➤ إيجابيات التكنولوجيا الحديثة

➤ سلبيات التكنولوجيا الحديثة

خلاصة الفصل

تمهيد

تلعب التكنولوجيا الحديثة دوراً محورياً في تشكيل المجتمع المعاصر، حيث أحدثت ثورة في مختلف جوانب حياتنا اليومية. في هذا الفصل، سنتناول تعريف التكنولوجيا الحديثة، وسنعرض خصائصها الفريدة التي تميزها عن التكنولوجيا السابقة. سنغوص أيضاً في أنواع التكنولوجيا الحديثة المتنوعة، ونحلل الإيجابيات التي تعود بها على الأفراد والمجتمعات، إلى جانب السلبيات التي قد تطرأ من استخدامها. هدفنا هو تقديم رؤية شاملة تساعد على فهم هذه التكنولوجيا على الحاضر والمستقبل.

المبحث الأول: تعريف التكنولوجيا الحديثة

يُعد مفهوم التكنولوجيا من المواضيع التي بحث فيها العديد من الباحثين والمفكرين، وتباينت آراؤهم بشأنه نتيجة لاختلاف تخصصاتهم وتطور خصائص التكنولوجيا نفسها. بناءً على ذلك، سيتم تقديم مجموعة من التعريفات في محاولة لتغطية مختلف جوانب هذا المفهوم:

تُعرف التكنولوجيا بأنها فكرة وأداة وحلول للمشكلات قبل أن تُختَصَر إلى مجرد اقتناء المعدات. كما أنها تُعتبر نشاطًا إنسانيًا يتضمن جوانب علمية وتطبيقية.¹

لتكنولوجيا تُعتبر جهدًا إنسانيًا وطريقة للتفكير تستفيد من المعلومات والمهارات والخبرات، بالإضافة إلى العناصر البشرية وغير البشرية، لتطوير وسائل لحل المشكلات وتلبية الرغبات وتعزيز القدرات. يظهر من هذا التعريف أن التكنولوجيا هي في جوهرها تفكير إنساني يهدف إلى حل المشكلات التي يواجهها الإنسان، بدلاً من اختزالها فقط في الجانب المادي والتقني المتمثل بالمعدات والأجهزة.²

في حين نجد ماكلولين وداوسن ينظران للتكنولوجيا بأنها ليست مجرد أجهزة وتقنيات ومعدات، ولكن تتمثل في التكنولوجيا الاجتماعية مجسدة في شكل مهام وتقنيات ومعارف فنية تستخدم كوسيلة لتحسين ظروف العمل والحياة. فقد بيننا أن للتكنولوجيا وظيفة اجتماعية وهي تحسين ظروف العمل والحياة بصفة عامة، وذلك بتوظيفها بمختلف أشكالها.³

وعليه فالتكنولوجيا هي مجموعة من القيم والأفكار والمعدات والبرمجيات التي تعتمدها المنظمة والموارد البشري في أداء وظائفه بهدف تحسين وتجديد أسلوب عمله، والتي قد تأخذ أبعاداً مختلفة منها: الإدارة الالكترونية، القيم التكنولوجية وهو الجانب المعنوي بالإضافة إلى نظم المعلومات الرقمية وهي تعبر عن البرمجيات.⁴

إنّ المفهوم الشائع لمصطلح التكنولوجيا هو استعمال الكمبيوتر والأجهزة الحديثة. وهذه النظرة محدودة الرؤية، فالكمبيوتر نتيجة من نتائج التكنولوجيا، بينما التكنولوجيا التي يقصدها هذا المصطلح هي طريقة للتفكير، وحل للمشكلات، وهي أسلوب التفكير الذي يصب به الفرد إلى النتائج الموجودة، أي أنّها وسيلة وليست نتيجة، كما أنّها طريقة التفكير في استخدام المعارف، المعلومات والمهارات، يهدف

¹ زينب فرج الله، بن صويلح ليليا، التكنولوجيا الحديثة ودورها في تحقيق أداء المورد البشري، مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، مجلد 06، العدد 02، 2021، ص 323.

² المرجع نفسه، ص 323.

³ المرجع نفسه، ص 324.

⁴ المرجع نفسه، ص 324.

الوصول إلى نتائج لإشباع حاجة الإنسان وزيادة قدراته. ولهذا فإنّ التكنولوجيا تعني الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها وتطويرها لخدمة الإنسان ورفاهيته.⁵

المبحث الثاني: خصائص التكنولوجيا الحديثة

تتميز التكنولوجيا الحديثة بمجموعة من الخصائص أهمها:

- **تقليص الوقت:** فهو إحدى الخصائص البارزة للتكنولوجيا الحديثة، بفضل التقدم التكنولوجي، أصبحت العمليات أكثر سرعة وكفاءة، مما يؤدي إلى تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهام والأنشطة. على سبيل المثال تسهم البرمجيات والأدوات التكنولوجية في تسريع معالجة البيانات، تحسين التواصل مما يعزز من إنتاجية الأفراد والشركات.⁶
- **رفع الإنتاجية:** تعمل التكنولوجيا الحديثة على رفع الإنتاجية حين يتم استعمالها بشكل جيد وفعال.⁷
- **المرونة:** تعددت استعمالات التكنولوجيا الحديثة لتعدد احتياجاتنا لها، أبسط مثال على ذلك الحاسوب الذي نستعمله في حياتنا اليومية والعملية، فهو أداة للكتابة والقيام بمختلف العمليات المعقدة مثل الاتصال عن بعد أو قرب... كما أنها تمنح للإنتاج كفاءة عالية وهذا بكسب التكنولوجيا الحديثة مرونة كبيرة بالمقارنة مع آلة محدودة الاستعمال.⁸
- **التكنولوجيا هادفة:** حيث تصمم التكنولوجيا عادة لتحقيق أهداف محددة وتحسين جوانب معينة من الحياة أو العمل، تتمثل هذه الأهداف في تحسين الكفاءة، زيادة الإنتاجية، حل المشكلات المعقدة، وتلبية احتياجات محددة. لذلك، كل تقنية أو أداة تطور بهدف لتلبية احتياجات معينة أو تحقيق تحسينات ملحوظة في جوانب مختلفة من الحياة أو العمل.⁹
- **التكنولوجيا متطورة:** تتسم التكنولوجيا الحديثة بتطور مستمر، حيث تعتمد على أحدث الابتكارات والتقنيات لتحسين أدائها ووظائفها. هذه التكنولوجيا تتطور بسرعة، مما يعني أنها تتضمن أحدث الأدوات والأنظمة التي تحسن الكفاءة، وتقدم حلولاً جديدة للمشاكل، وتستجيب

⁵ سمير بن عياش، التكنولوجيا وأثرها على الهوية الثقافية للشباب العربي، المجلة المصرية لعلوم المعلومات، مجلد 05، العدد 01، أبريل 2018، ص325.

⁶ غنية لالوش، دور المعلومات في توجيه استراتيجية المؤسسة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 2002/2001 ص 94.

⁷ المرجع نفسه، ص 94.

⁸ المرجع نفسه، ص 94.

⁹ سناء الدويكات، 21 سبتمبر 2016، mawdoo3.com.

لاحتياجات متغيرة، هذا التطور يشمل تحسين البرمجيات، الأجهزة والأنظمة لتحقيق أعلى مستويات الأدوات والابتكار.¹⁰

- **التكنولوجيا شاملة:** التكنولوجيا الحديثة تتميز بقدرتها على التوسع والتكامل في جميع جوانب الحياة، بما فيها مختلف القطاعات مثل الصحة، التعليم، الصناعة، والاتصالات. هذه الشمولية تعني أنّ التكنولوجيا تستخدم في مجموعة واسعة من التطبيقات، مما يجعلها جزءاً أساسياً في العديد من جوانب الحياة اليومية والأعمال.¹¹

المبحث الثالث: أنواع التكنولوجيا الحديثة

في عصر التقنية الحالي، يتواجد العديد من أنواع التكنولوجيا التي تلعب دوراً بارزاً في حياتنا اليومية. من أبرز هذه الأنواع نجد:

- **تكنولوجيا التسيير:** تعتبر من أنواع التكنولوجيا الحديثة التي تشكل جزءاً أساسياً من الابتكارات التكنولوجية التي تهدف إلى تحسين إدارة الأعمال وزيادة الكفاءة. تتطور باستمرار لتلبية احتياجات الشركات المتنامية وتعزيز قدرتها على التكيف مع التغيرات في السوق. تكنولوجيا التسيير تشمل أدوات مثل أنظمة إدارة الموارد المؤسسية، أنظمة علاقات العملاء، والتحليل والذكاء التجاري، والتي تستخدم تقنيات حديثة لتحسين الأداء التنظيمي.¹²
- **تكنولوجيا التصميم:** تشمل هذه التكنولوجيا أدوات وتقنيات متقدمة تستخدم في إنشاء وتطوير التصميمات في مختلف المجالات، بما في ذلك التصميم الجرافيكي، التصميم ثلاثي الأبعاد، تصميم الواجهات، والواقع الافتراضي والواقع المعزز. تستخدم تكنولوجيا التصميم البرامج الحديثة والأدوات الرقمية لتحسين دقة وكفاءة التصميم، وتوفير حلول مبتكرة وتفاعلية.¹³
- **تكنولوجيا المعلومات:** وهي تتعلق باستخدام الأنظمة والأدوات التقنية لإدارة وتخزين وتحليل المعلومات والبيانات.¹⁴
- **التكنولوجيا الحيوية:** تشمل هذه التكنولوجيا التقنيات المبتكرة في الطب والزراعة.¹⁵
- **تكنولوجيا الاتصال:** تعتبر تكنولوجيا الاتصالات على أنها كافة الآليات التقنية الحديثة المستعملة في الاتصالات السلكية واللاسلكية، ووسائل الإعلام، وتنظيم الكيانات الذكية،

¹⁰سواء الدويكات، مرجع سبق ذكره.

¹¹ نفس المرجع السابق.

¹² لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، 2004/2003، ص 09.

¹³ المرجع نفسه، ص 09.

¹⁴ المرجع نفسه، ص 10.

¹⁵ المرجع نفسه، ص 10.

والسلوكيات العلاجية السمعية والبصرية، وإدارة الشبكات وتنظيم الرقابة عليها، ومع أنه يتم الإشارة إلى تكنولوجيا الاتصالات بأنها تحمل نفس معنى تكنولوجيا المعلومات، ولكن تظل تكنولوجيا الاتصالات أكثر شمولاً واتساعاً.¹⁶

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات التكنولوجيا الحديثة

من المؤكد أنّ التكنولوجيا تجعل الحياة أفضل وأسهل، ولكنها يمكن أن تكون أيضاً عائقاً أمام إجراءاتنا اليومية، ويمكن أن تكون التكنولوجيا الحديثة مسببة للإدمان، حيث يتحقق مالك الهاتف الذكي من هاتفه بمتوسط 100 مرة على مدار اليوم تقريباً، لقد وصلنا إلى مرحلة نعتمد فيها على التكنولوجيا في بعض الأحيان أكثر من براعتنا الخاصة، وفيما يلي نعرض إيجابيات وسلبيات التكنولوجيا:¹⁷

➤ إيجابيات التكنولوجيا

- تتيح لنا تجربة ثقافات جديدة: سمحت التكنولوجيا للكوكب بأن يصبح مكاناً أصغر، وجعلت من الممكن السفر إلى الجانب الآخر من العالم لرؤية بلدان جديدة وثقافات جديدة وفرص جديدة، حتى في الأجيال السابقة، قدمت تقنيات بناء السفن نفس هذه الميزة، وفي المستقبل يمكن أن تكون التكنولوجيا الفضائية هي التطور التالي لهذه التجربة.¹⁸
- توفر لنا رؤى أعمق: تجمع التكنولوجيا كميات هائلة من البيانات التي يمكن استخراجها، للحصول على العديد من الأفكار والمزايا، وتسمح لنا هذه التحليلات بتحديد نقاط ضعف محددة يمكن تحويلها إلى نقاط قوة، ويمكنها تحديد فرص أعمال جديدة، وخلق فرص تعلم جديدة، ومساعدة الناس على اكتشاف جوانب جديدة عن أنفسهم، حتى يتمكنوا من تحقيق إنجازات أكثر من أي وقت.¹⁹
- تحسين الأرباح: التقنيات الجديدة باهظة الثمن دائماً، ولكن ذلك يرجع إلى أنها تحقق المزيد من الأرباح. من الممكن اليوم من خلال التكنولوجيا لمالك واحد تشغيل الأعمال التجارية من المرآب أو المكتب المنزلي، وقد خلقت التكنولوجيات الجديدة منصات يمكن للعمال المستقلين من خلالها، صنع المزيد من الأعمال من تلقاء

¹⁶ هايل الجازي، 30 سبتمبر 2018، mawdoo3.com.

¹⁷ رقية أحمد مطر، إيجابيات وسلبيات التكنولوجيا، 07 ديسمبر 2022، uomus.edu.iq.

¹⁸ المرجع نفسه.

¹⁹ المرجع نفسه.

أنفسهم، وتحقيق ربح أكثر مما لو كانوا يعملون لدى صاحب عمل تقليدي، ويمكن للتكنولوجيا حتى تحسين كفاءة آليات التسليم والتوزيع، والتي يمكن أيضا أن تحسن الأرباح.²⁰

● تجعل البحث أسهل: تتيح تقنيات الوصول إلى البيانات معرفة أي شيء في أي وقت تقريبا.²¹

● توفر الوقت: إذا كان العامل قادرا على توفير 10 دقائق من الوقت بسبب التكنولوجيا، فهذه 10 دقائق إضافية يمكنه القيام بشيء آخر فيها، ويمكننا توفير الوقت من خلال التكنولوجيا مع تحسين الاتصال وعمليات التصنيع المحسنة والأنظمة الآلية، بعد كل شيء، يمكن لأجهزة الكمبيوتر أن تعمل بكفاءة أكبر عند مقارنتها بالكيفية التي يعمل بها الإنسان عادة.²²

➤ سلبيات التكنولوجيا

● يمكن أن تكون مدمرة بقوة: يمكن أن تكون التكنولوجيا جيدة أو مضرّة، بناءً على كيفية استخدامها. لقد أدى الابتكار إلى أسلحة مدمرة بشكل كبير باستخدام قنابل ذرية وبنوية وهيدروجينية، ويمكن للقراصنة استخدام الانترنت لسرقة المعلومات الشخصية، ففي سبتمبر 2017، تأثر أكثر من 143 مليون شخص بانتهاك للبيانات في Equifax.²³

● تساعد الانسان على تدمير البيئة: شهد عام 2017 الكثير من الاحداث حول العالم من منظور بيئي، أصبح إعصار إيرما أقوى عاصفة من نوعها تتشكل في المحيط الأطلسي، وفي سياتل، كانت هناك سجلات قياسية للأيام الأكثر تتالي دون هطول المطر، ومن منظور عالمي، أصبح عام 2017 العام الثاني الأكثر تدميرا في التاريخ المسجل الحديث، وبدون إشراف دقيق، من الواضح أنّ استخدامنا للتكنولوجيا لديه القدرة على تدمير وطننا دون استخدام أي أسلحة.²⁴

● تؤدي إلى مشاكل صحية: العديد من أشكال التكنولوجيا، من أجهزة الكمبيوتر إلى أجهزة التلفزيون إلى السيارات، تجعل الأفراد يجلسون غالبية يومهم، وقد تكون هذه

²⁰ رقية أحمد مطر، مرجع سبق ذكره.

²¹ المرجع نفسه.

²² المرجع نفسه.

²³ المرجع نفسه.

²⁴ المرجع نفسه.

الجلسة المستمرة خطيرة على صحة الشخص مثل التدخين تماما، ويمكن أن تؤدي إلى العزلة الاجتماعية، وقد تكون عاملا مساعدا لتشكيل أعراض تشبه أعراض الاكتئاب.²⁵

- خلقت نقص في الخصوصية: إذا كنت ترغب في معرفة الكثير من المعلومات عن شخصية ما، فإنّ تقنية الانترنت يمكن ان تخدم هذا الاحتياج بشكل فعال، يسمح موقع الويب مثل Dirt Search بإدخال رقم هاتف أو البحث عن نشاط تجاري، أو البحث عن شخص يستخدم السجلات العامة، ويمكن لبرامج معينة وضع جميع خلاصات الشبكات الاجتماعية على صفحة واحدة، حتى يراجع شخص ما كل شيء نشرته على الإطلاق، هذا بجانب الكاميرات والدوائر التلفزيونية المغلقة في معظم الأماكن العامة. لذا من الممكن تتبع حركة كل شخص عبر الانترنت وفي الحياة الحقيقية.²⁶

- ليست رخيصة: يصعب على بعض المجموعات الاقتصادية والاجتماعية الوصول الى التكنولوجيات الجديدة بسبب تكلفتها، ويشمل ذلك التكنولوجيات التي قد نعتبرها ضرورية للحياة مثل التطورات الطبية، وقد يكون الوصول إلى بعض اللقاحات القياسية مثل ناموسية لمنع الملاريا، صعبا للغاية بسبب التكاليف التي ينطوي عليها الأمر. وقد خلقت التكنولوجيا فكرة أنّ كل شيء يندرج تحت مفهوم الربح والخسارة، ويمكن للمرء أن يعترف بأن جزءا من إنسانيتنا قد فقدت بسبب ذلك.²⁷

- تخلق الحاجة إلى الترقية باستمرار: يمكن أن تخلق التكنولوجيا كفاءات أكبر، ولكنها يمكن أن تخلق أيضا احتياجات لتحسين وتطوير التقنيات المستخدمة باستمرار، وإذا كان هناك اعتماد 100% على تقنية معينة وتوقفت فجأة، فلن يتم إنجاز أي شيء.²⁸

تبين لنا مزايا وعيوب التكنولوجيا أنه بإمكاننا أن نحظى بحياة أفضل وأن نكون أكثر إنتاجية، ولكن فقط إذا كنا مدركين للسلبيات المحتملة والعمل بشكل استباقي لاحتوائها، سيكون هناك دائما جانب جيد وجانب سيء للتكنولوجيا، والأمر متروك لكل واحد منا للاختيار.²⁹

²⁵ رقية أحمد مطر، مرجع سبق ذكره.

²⁶ المرجع نفسه.

²⁷ المرجع نفسه.

²⁸ المرجع نفسه.

²⁹ المرجع نفسه.

خلاصة الفصل

في ختام هذا الفصل، يمكننا أن نلخص أن التكنولوجيا الحديثة تشكل جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية، حيث أثرت بشكل عميق على مختلف جوانب المجتمع والاقتصاد. تعريف التكنولوجيا الحديثة يتناول التطورات التي تميزت بها هذه الحقبة الزمنية، بينما الخصائص المرتبطة بها تشمل السرعة والدقة والتكامل.

تنوعت أنواع التكنولوجيا الحديثة مما يعكس مدى تقدم وابتكار الإنسان في مختلف المجالات. ومع ذلك، فإن لهذه التكنولوجيا جوانب إيجابية مثل تعزيز الإنتاجية وتسهيل الحياة اليومية، إلا أنها تحمل أيضاً تحديات وسلبيات مثل فقدان الخصوصية وزيادة الفجوات الاجتماعية. باختصار، التكنولوجيا الحديثة توفر فرصاً هائلة للتطور والتقدم، لكنها تتطلب إدراكاً واعياً وإدارة فعالة لتفادي سلبياتها وضمان استفادة المجتمع بشكل شامل ومستدام منها.

عرض وتحليل وتفسير الدراسة الميدانية

تمهيد

تُعَدُّ الدراسة الميدانية المسحية من الأدوات البحثية الأساسية التي تساهم في فهم وتحليل الظواهر الاجتماعية والاقتصادية. في هذا السياق، تأتي دراستنا الميدانية حول طلبة جامعة مولود معمري بتامة كخطوة هامة نحو تقييم تأثيرات التسوق الإلكتروني في حياتهم، مع التركيز على كيفية تباين هذه التأثيرات بناءً على متغيرات الجنس والفئة العمرية.

تشهد السنوات الأخيرة تزايداً ملحوظاً في استخدام التكنولوجيا الرقمية، وخاصة التسوق الإلكتروني، الذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من نمط حياة الأفراد في مختلف الفئات العمرية. تترافق هذه الظاهرة مع إيجابيات عديدة، مثل توفير الوقت والجهد وتوسيع الخيارات المتاحة للمستهلكين، إلا أن لها أيضاً سلبيات تتعلق بالخصوصية والأمان والتعامل مع المنتجات غير المطابقة للمواصفات.

في هذا الفصل، سنستعرض نتائج الدراسة التي قامت بتحليل بيانات طلبة جامعة مولود معمري بتامة، مع التركيز على كيفية تأثرهم بالتسوق الإلكتروني بناءً على متغير الجنس والفئة العمرية. سنناقش أيضاً الإيجابيات والسلبيات المرتبطة بالتسوق الإلكتروني كما عكستها البيانات، وسنسلط الضوء على كيفية تأثير هذه العوامل على تجارب الطلبة وقراراتهم الشرائية.

إن فهم هذه العلاقات سيسهم في تقديم رؤى قيمة حول مدى تأثير الأفراد بظاهرة التسوق الإلكتروني، مما يساعد في توجيه السياسات والتوجهات المستقبلية نحو تحسين تجربة المستخدم وتعزيز فعالية استراتيجيات التسوق الإلكترونية.

عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية

المحور الأول: البيانات الشخصية

جدول رقم 01 يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
الذكور	10	20.5%
الإناث	40	79.5%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس، حيث تشكل الإناث نسبة 79.5%، وهي النسبة الأكبر، بينما تبلغ نسبة الذكور 20.5% فقط. يلاحظ ارتفاع نسبة الإناث، وقد يكون السبب في ذلك هو أن المنتجات المتوفرة في الأسواق الإلكترونية تلبي احتياجات الإناث بشكل أكبر من الذكور.

جدول رقم 02 يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	أقل من 20 سنة	من 20 إلى 23 سنة	من 24 إلى 26 سنة	أكثر من 26 سنة
النسبة	-	63.6%	27.3%	9.1%

يوضح الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية، حيث تمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها بين 20 و23 سنة النسبة الأكبر، بنسبة 63.6% من إجمالي العينة. تليها الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها بين 24 و26 سنة بنسبة 27.3%. أما الفئة العمرية التي تتجاوز أعمارها 26 سنة، فتمثل 9.1% فقط من العينة. ولم تتضمن العينة أي أفراد تقل أعمارهم عن 20 سنة، حيث كانت نسبتهم معدومة.

المحور الثاني: عادات وأنماط الشباب الجزائري نحو التسوق الإلكتروني

جدول رقم 03: يوضح عدد المرات التي قام المبحوثين بالتسوق الإلكتروني

العدد	التكرار	النسبة
مرة واحدة	19	38.6%
عدة مرات	27	54.5%
كنت أتسوق سابقاً وتوقفت الآن	4	6.8%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول أن أكثر من نصف المبحوثين، بنسبة 54.5%، يستخدمون التسوق الإلكتروني بشكل متكرر، وذلك بسبب الثقة التي اكتسبها مواقع التسوق والتي دفعتهم لتكرار التجربة. في المقابل، قام 38.6% فقط بالتسوق الإلكتروني مرة واحدة، بينما نسبة ضئيلة جداً تصل إلى 6.8% توقفت عن

التسوق الإلكتروني، مما قد يشير إلى تجربة سلبية دفعهم للتوقف. يشير الجدول إلى وجود قبول نسبي جيد للتسوق الإلكتروني، وقد يكون ذلك ناتجاً عن كون تجربة التسوق الإلكتروني لا تزال جديدة على المستهلك الجزائري، الذي يمر بمرحلة انتقالية بين التسوق التقليدي والتسوق الإلكتروني.

الجدول رقم 04: يوضح المنتجات الأكثر شراء من الأسواق الإلكترونية

المنتجات	التكرار	النسبة
مواد التجميل والعطور	24	54.5%
الملابس والاكسسوارات	31	70.5%
الأدوات الكهرومنزلية	9	20.5%
الأحذية والحقائب	16	36.4%
دفع الفواتير	8	18.2%
الكتب	6	13.6%
الأدوات المنزلية	5	11.4%
الأجهزة الإلكترونية	10	22.7%

وضح الجدول عادات التسوق عبر الإنترنت حيث يختلف الاهتمام تبعاً لنوع المنتجات المشتراة. من خلال تحليل البيانات، يتبين أن الملابس والإكسسوارات تحتل المرتبة الأولى في تفضيلات المتسوقين، حيث تمثل 70.5% من العينة، مما يدل على جاذبيتها الكبيرة. تلمها مواد التجميل والعطور بنسبة 54.5%، مما يعكس اهتماماً ملحوظاً بهذا النوع من المنتجات. الأحذية والحقائب تأتي في المرتبة الثالثة، حيث أفاد 36.4% من المشاركين باستخدامهم للإنترنت لشراء هذه الأصناف. الأجهزة الإلكترونية تحصل على اهتمام متوسط بنسبة 22.7%، بينما دفع الفواتير والكتب يسجلان نسباً أقل، 18.2% و 13.6% على التوالي، مما يشير إلى أن هذه الفئات ليست من الأولويات العليا في التسوق عبر الإنترنت لدى هؤلاء الأفراد. أخيراً، الأدوات المنزلية تأتي في نهاية القائمة بنسبة 11.4%، مما يدل على اهتمام محدود بهذه الفئة.

بالمجمل، تكشف البيانات أن الأزياء ومنتجات التجميل هي الأكثر شعبية في التسوق عبر الإنترنت، بينما تحظى الإلكترونيات والأدوات المنزلية والكتب باهتمام أقل نسبياً.

الجدول رقم 05: يوضح كيفية دفع المنتجات في الأسواق الإلكترونية

طريقة الدفع	عند الاستلام	بطاقات الدفع الإلكترونية	عبر حساب بريدي
النسبة	81.8%	18.2%	-

يوضح الجدول أعلاه أساليب الدفع التي يستخدمها المبحوثين لشراء المنتجات عبر الأسواق الإلكترونية. تشير البيانات إلى أن 81.8% من المبحوثين يفضلون الدفع عند استلام المنتجات، مما يجعله الأسلوب الأكثر شيوعاً. في المقابل، يستخدم 18.2% الدفع عبر بطاقات الدفع الإلكترونية، بينما لم يسجل أي من المبحوثين استخدام الدفع عبر البريد.

تدل هذه النتائج على أن الدفع عند الاستلام يحظى بشعبية كبيرة بين المبحوثين مقارنة بالطرق الأخرى، وهو ما قد يُعزى إلى شعورهم بزيادة الأمان والثقة في هذه الطريقة، حيث يفضلون ضمان استلام المنتجات قبل الدفع. تعكس هذه الممارسة أيضاً ثقة البائعين في جودة سلعهم ومنتجاتهم.

في المقابل، نجد أن الدفع بواسطة البطاقة الإلكترونية يُستخدم بنسبة أقل، ربما بسبب عدم توفر هذا النوع من البطاقات لدى معظم المبحوثين، إذ يتطلب امتلاك حساب بنكي أو بريدي، بالإضافة إلى اشتراط بعض المواقع الأجنبية وجود بطاقات إلكترونية خاصة. وفي الوقت نفسه، لم يستخدم أي من المبحوثين الدفع عبر البريد، مما يشير إلى قلة اعتماد هذا الأسلوب في التجارة الإلكترونية.

الجدول رقم 06 يوضح نسبة استخدام المبحوثين لمواقع التسوق الإلكتروني

الموقع	النسبة
المواقع المحلية التجارية الافتراضية	22.7%
المواقع العالمية التجارية الافتراضية	27.3%
مواقع التواصل الاجتماعي	68.2%
جوميا	65.9%
فووروب	15.9%
وادكنيس	29.5%
هايلة	15.9%

يوضح الجدول أعلاه توزيع استخدام المبحوثين لأنواع مختلفة من المواقع والخدمات عبر الإنترنت. تبرز مواقع التواصل الاجتماعي كأكثر استخداماً، حيث يستخدمها 68.2% من المشاركين، مما يدل على دورها البارز في حياتهم اليومية. تليها مواقع جوجل، التي يستخدمها 65.9% من الأفراد بشكل يومي.

فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، يظهر الفرق بين استخدام المواقع المحلية والعالمية؛ حيث يستخدم 22.7% من المبحوثين المواقع المحلية، بينما يفضل 27.3% المواقع العالمية. كما يبين الجدول نسباً أقل لاستخدام بعض الخدمات الأخرى مثل "فووروب" و"هايلة"، حيث يستخدمهما 15.9% من الأفراد لكل منهما، بينما تصل نسبة استخدام "وادكنيس" إلى 29.5%.

توضح هذه البيانات تنوع تفضيلات المستخدمين بين التجارة الإلكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي، ومحركات البحث، مما يعكس اختلاف الاهتمامات والأنشطة عبر الإنترنت.

المحور الثالث: دوافع واشباكات التسوق الإلكتروني عند الشباب الجزائري الجدول رقم 07 يوضح أسباب تفضيل المبحوثين للتسوق الإلكتروني

الأسباب	النسبة
سهولة الاستخدام	79.5%
الخبرة في استخدام مواقع الانترنت	31.8%
المعلومات المقدمة حول المنتج أو الخدمة	27.3%
توفير تكاليف، جهد ووقت التنقل إلى المحلات	59.1%
سهولة مقارنة المنتجات والأسعار	31.8%

يوضح الجدول أعلاه تأثير مجموعة من العوامل على التسوق الإلكتروني. يأتي سهولة الاستخدام في المقدمة كالعامل الأكثر تأثيراً، حيث يعتبره 79.5% من المستخدمين كأحد أهم أسباب تفضيلهم للتسوق عبر الإنترنت، وذلك بفضل الواجهات السهلة التصفح التي توفرها مواقع التسوق. من جهة أخرى، يرى 31.8% من المستخدمين أن الخبرة السابقة في استخدام مواقع الإنترنت تعد عاملاً مهماً في عملية التسوق الإلكتروني. في حين يعتبر 27.3% أن الحصول على معلومات كافية حول المنتجات أو الخدمات هو عامل مهم، لكن بدرجة أقل مقارنة بالعوامل الأخرى. علاوة على ذلك، يعتبر 59.1% من المستخدمين أن توفير التكاليف، الجهد، ووقت التنقل إلى المتاجر من العوامل البارزة في تفضيل التسوق الإلكتروني، نظراً لأنه يوفر الوقت والمال مقارنة بالتسوق التقليدي. كما أن قدرة المستخدمين على مقارنة المنتجات والأسعار بسهولة عبر الإنترنت تهتم 31.8% منهم. بناءً على هذه البيانات، يتضح أن العوامل الأكثر تأثيراً في التسوق الإلكتروني هي سهولة الاستخدام وتوفير الوقت والجهد، بينما تلعب العوامل الأخرى مثل الخبرة والمعلومات دوراً أقل أهمية نسبياً.

المحور الرابع: مزايا التسوق الإلكتروني من وجهة نظر الشباب الجزائري
الجدول رقم 08 يمثل مزايا التسوق الإلكتروني

الرقم	الفقرات	بدرجة		
		موافق	محايد	معارض
المجموع				
1	التسوق الإلكتروني يوفر الجهد والوقت	77.3%	6.8%	15.9%
2	التسوق الإلكتروني يوفر تنوعاً أكثر في المنتجات	88.6%	6.8%	4.6%
3	تساعد مواقع التسوق الإلكتروني في سرعة البحث عن المنتجات	86.4%	11.4%	2.2%
4	سهولة المقارنة بين الأسعار تدفع للتسوق الإلكتروني	84.1%	11.4%	4.5%
5	يضمن التسوق الإلكتروني المصداقية وصحة البيانات المعروضة للمستهلك	50%	31.8%	18.2%
6	التسوق الإلكتروني يوفر بعض السلع غير متوفرة في الأسواق التقليدية	79.5%	13.6%	6.8%
7	التسوق الإلكتروني ينعش التجارة في الجزائر	79.5%	15.9%	4.6%

يوضح الجدول أعلاه مزايا التسوق الإلكتروني بناءً على آراء المبحوثين. فقد اعتبر 77.3% أن التسوق الإلكتروني يوفر الوقت والجهد، مما يجعله أكثر ملاءمة للمستهلكين، خاصةً في الجزائر حيث يُستهدف الطلاب بشكل كبير من قبل المتاجر الإلكترونية التي تقدم خدمات اشتراك تسهل عليهم عملية الشراء. بينما كان 6.8% محايدين و15.9% معارضين لهذه الفائدة.

من جهة أخرى، يرى 88.6% من المبحوثين أن التسوق الإلكتروني يوفر تنوعاً أكبر في المنتجات مقارنة بالتسوق التقليدي، وهو ما يعكس الأثر الإيجابي للمواقع الإلكترونية مثل "وادكنيس" و"جوميا"، التي تقدم مجموعة واسعة من السلع المتنوعة مثل الأجهزة الكهربائية والمنزلية والملابس والمواد الغذائية و مواد التجميل،

مما يسهم في توفير الوقت والجهد على المستهلكين. في المقابل، كانت نسبة المحايدين 6.8% والمعارضين 4.6%

أما بشأن سرعة البحث عن المنتجات، فقد وافق 86.4% من المبحوثين على أن مواقع التسوق عبر الإنترنت تسهم في تسريع هذه العملية، بفضل تنوع المنتجات وسهولة البحث. بينما كانت نسبة المحايدين 11.4% والمعارضين 2.2%

وفيما يتعلق بسهولة مقارنة الأسعار، فإن 84.1% من المبحوثين يرون أن هذه الميزة تعزز التسوق الإلكتروني، نظرًا لإمكانية الانتقال بين المواقع بسهولة مقارنة بالأسواق التقليدية. وقد كانت نسبة المحايدين 11.4% والمعارضين 4.5%

بالنسبة لمصداقية وصحة البيانات المعروضة، يعتقد 50% من المبحوثين أن التسوق الإلكتروني يضمن ذلك، بينما كان 31.8% محايدين و18.2% معارضين. هذا يشير إلى أن الثقة في المواقع الإلكترونية تعتمد على احترافيتها، رغم أن بعض المواقع قد تفتقر إلى هذه الصفات.

كما اعتقد 79.5% من المبحوثين أن التسوق الإلكتروني يوفر سلعاً غير متوفرة في الأسواق التقليدية، وهو ما يعزز فكرة التوسع في التجارة الإلكترونية. بينما كانت نسبة المحايدين 13.6% والمعارضين 6.8% أخيراً، وافق 79.5% من المبحوثين على أن التسوق الإلكتروني يساهم في إنعاش التجارة في الجزائر، مما يعكس قبولاً واسعاً لهذه الفكرة. بينما كان 15.9% محايدين و4.6% معارضين، مما يدل على وجود تحفظات قد تتعلق بالبنية التحتية أو الثقة في المعاملات الرقمية أو قدرة الأعمال التقليدية على التكيف مع هذه التحولات.

المحور الخامس: التسوق الإلكتروني من وجهة نظر الشباب الجزائري
الجدول رقم 09 يمثل صعوبات التسوق الإلكتروني

الرقم	الفقرات	بدرجة		
		موافق	محايد	معارض
1	يصعب معاينة السلعة قبل الشراء في التسوق الإلكتروني	74.4%	16.3%	9.3%
2	يحتمل التسوق الإلكتروني نسبة من المخاطر بالمال في عملية الشراء	79.5%	15.9%	4.6%
3	التسوق الإلكتروني أكثر صعوبة من الشراء من الأسواق الموازية	40.9%	36.4%	22.7%
4	خطوات التسوق الإلكتروني معقدة	18.2%	31.8%	50%
5	غلاء الأسعار مقارنة مع الأسواق الموازية	37.2%	37.2%	25.6%
6	لا يمكن خلال التسوق الإلكتروني التفاوض حول سعر المنتج أو الخدمة	61.4%	20.5%	18.2%
7	النصب والاحتيال	56.8%	31.8%	11.4%
8	دفع تكاليف زائدة عند استلام الطرد من البريد الجزائري	79.5%	15.9%	4.6%

يوضح الجدول أعلاه نتائج دراسة حول الصعوبات التي يواجهها المستخدمون في التسوق الإلكتروني بناءً على عدة عوامل. فقد وافق 74.4% من المشاركين على أن عدم مصداقية المعلومات قبل الشراء يمثل مشكلة كبيرة، بينما كان 16.3% محايدين و9.3% معارضين. تعكس النسبة العالية للموافقة القلق الكبير لدى معظم المستخدمين من عدم دقة المعلومات المقدمة لهم قبل اتخاذ قرار الشراء. كما أظهرت الدراسة أن 79.5% من المبحوثين يعتبرون أن التسوق الإلكتروني يزيد من المخاطر المالية، حيث يشعرون بأنهم أكثر عرضة للاحتيال. في المقابل، كانت نسبة المحايدين 15.9% ونسبة المعارضين 4.6%، مما يدل على أن هذا العامل يمثل قلقًا كبيرًا بالنسبة للأغلبية.

أما بالنسبة لصعوبة التسوق الإلكتروني مقارنة بالتسوق التقليدي، فقد وافق 40.9% من المبحوثين على ذلك، بينما كانت نسبة المحايدين 36.4% والمعارضين 22.7%. يشير هذا إلى أن حوالي نصف المستخدمين يشعرون بعدم الثقة في المورد الإلكترونيين.

فيما يتعلق بتعقيد خطوات التسوق الإلكتروني، اعتبر 18.2% من المبحوثين أن العملية معقدة، بينما كان 31.8% محايدين و50% معارضين. يشير هذا إلى أن نسبة قليلة من المستخدمين يجدون خطوات التسوق معقدة، وهو ما قد يكون مرتبطاً بقلّة خبرتهم في هذا المجال.

عند النظر إلى الأسعار، وافق 37.2% من المشاركين على أن الأسعار في التسوق الإلكتروني أعلى مقارنة بالأسواق التقليدية، وهي نفس نسبة المحايدين، بينما كانت نسبة المعارضين 25.6%. يعكس هذا أن جزءاً كبيراً من المستخدمين يشعرون بأن الأسعار عبر الإنترنت مرتفعة مقارنة بالأسواق التقليدية.

بخصوص صعوبة التفاوض على الأسعار، وافق 61.4% من المبحوثين على أن التسوق الإلكتروني لا يتيح لهم فرصة التفاوض، في حين كانت نسبة المحايدين 20.5% والمعارضين 18.2%. يشير هذا إلى أن العديد من المستخدمين يواجهون صعوبة في قبول الأسعار كما هي دون القدرة على التفاوض.

فيما يتعلق بمخاطر النصب والاحتيال، وافق 56.8% من المشاركين على أن هذه المخاطر تشكل عائقاً كبيراً، بينما كانت نسبة المحايدين 31.8% ونسبة المعارضين 11.4%. تعكس هذه النسب القلق البارز من الاحتيال في التسوق الإلكتروني.

وأخيراً، فقد وافق 79.5% من المبحوثين على أنهم يواجهون مشكلة في دفع التكاليف الإضافية عند استلام الطرود من البريد الجزائري، بينما كانت نسبة المحايدين 15.9% والمعارضين 4.6%. يشير هذا إلى أن العديد من المستخدمين يعتبرون دفع التكاليف الزائدة عند الاستلام من أكبر المشاكل التي تواجههم في التسوق الإلكتروني.

المحور السادس: علاقة إيجابيات وسلبيات التسوق الإلكتروني بمتغيرات الدراسة

1. علاقة إيجابيات التسوق الإلكتروني بمتغيرات الدراسة

الجدول رقم 10 يمثل علاقة إيجابيات التسوق الإلكتروني بمتغير الجنس

العبارات	موافق		محايد		معارض		المجموع
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
الإيجابيات	النسبة		النسبة		النسبة		النسبة
التسوق الإلكتروني يوفر الجهد والوقت	15.8%	61.4%	1.4%	5.5%	3.3%	12.6%	100%
التسوق الإلكتروني يوفر تنوعاً أكثر في المنتجات	18.1%	70.4%	1.4%	5.5%	1%	3.6%	100%
تساعد مواقع التسوق الإلكتروني في سرعة البحث عن المنتجات	17.7%	68.7%	2%	9%	1%	1.6%	100%
سهولة المقارنة بين الأسعار تدفع للتسوق الإلكتروني	17.2%	66.8%	2%	9%	1%	4%	100%
يضمن التسوق الإلكتروني المصدقية وصحة البيانات المعروضة للمستهلك	10.2%	39.7%	6.5%	25.8%	3.7%	14.1%	100%
التسوق الإلكتروني يوفر بعض السلع غير متوفرة في الأسواق التقليدية	16.3%	63.2%	2.7%	10.8%	1.5%	5.5%	100%
التسوق الإلكتروني ينعش التجارة في الجزائر	16.3%	63.2%	3.2%	12.6%	1%	3.7%	100%

علاقة إيجابيات التسوق الإلكتروني بمتغير الجنس تعتمد على مجموعة من العوامل المختلفة.

عمومًا، قد تختلف تجارب واحتياجات الأفراد بناءً على جنسهم، وهو ما ينعكس على مدى استفادتهم من

المزايا التي يقدمها التسوق الإلكتروني. فمن خلال الجدول أعلاه يمكن استعراض هذه العوامل عند دراسة العلاقة بين إيجابيات التسوق الإلكتروني ومتغير الجنس:

-التسوق الإلكتروني يوفر الجهد والوقت: فالإناث أكثر استفادة من هذا الجانب نظرًا لوجودهن في أغلب الأحيان في أدوار متعددة تشمل العمل والاعتناء بالأسرة، مما يجعل توفير الوقت من خلال التسوق الإلكتروني ميزة قيمة. على الرغم من أن الرجال أيضًا يمكن أن يستفيدوا من توفير الوقت، قد يكون لديهم أولويات مختلفة في استخدام وقتهم، مما قد يؤثر على كيفية تقييمهم لأهمية هذه الميزة.

- التسوق الإلكتروني يوفر تنوعًا أكثر في المنتجات: الإناث أكثر اهتمامًا بالبحث عن تنوع المنتجات، خصوصًا في فئات مثل الأزياء، المكياج، والمنتجات المنزلية، لذا فإن التسوق الإلكتروني يمكن أن يقدم لهن خيارات أكثر مقارنة بالتاجر التقليدية. قد تكون الأولويات مختلفة، حيث يركز الذكور على فئات محددة مثل الإلكترونيات أو الأدوات، وبالتالي يمكن أن يستفيدوا أيضًا من التنوع لكن في مجالات معينة.

- يضمن التسوق الإلكتروني المصداقية وصحة البيانات المعروضة للمستهلك: فئة الإناث تكون أكثر قلقًا بشأن أمان معلوماتهن الشخصية، مما يجعلهن أكثر حذرًا عند التسوق الإلكتروني. التحسينات في الأمان والخصوصية يمكن أن تكون ذات أهمية خاصة لهن. أما الذكور قد يكون لديهم مستوى متفاوت من القلق بشأن الأمان، ولكن التحسينات في الأمان لا تزال مهمة للجميع بشكل عام.

الجدول رقم 11 يمثل علاقة إيجابيات التسوق الإلكتروني بمتغير السن

العبارات	موافق			محايد			معارض			المجموع
	من 23 إلى 24 سنة	من 24 إلى 26 سنة	أكثر من 26 سنة	من 23 إلى 24 سنة	من 24 إلى 26 سنة	أكثر من 26 سنة	من 23 إلى 24 سنة	من 24 إلى 26 سنة	أكثر من 26 سنة	
الإيجابيات	النسبة			النسبة			النسبة			النسبة
التسوق الإلكتروني يوفر الجهد والوقت	49.2%	21.1%	7%	4.3%	1.8%	1%	10.6%	4%	1%	100%
التسوق الإلكتروني يوفر تنوعاً أكثر في المنتجات	54.3%	24.3%	8%	4.3%	1.8%	1%	4%	1.3%	1%	100%
تساعد مواقع التسوق الإلكتروني في سرعة البحث عن المنتجات	54.9%	23.6%	7.9%	7.2%	3%	1%	1.4%	1%	1%	100%
سهولة المقارنة بين الأسعار تدفع للتسوق الإلكتروني	53.5%	22.9%	7.6%	7.2%	3.1%	1%	2.9%	1.2%	0.6%	100%
يضمن التسوق الإلكتروني المصداقية وصحة البيانات المعروضة للمستهلك	31.8%	13.6%	4.5%	20.2%	8.7%	2.9%	11.6%	5%	1.7%	100%
التسوق الإلكتروني يوفر بعض السلع غير متوفرة في الأسواق التقليدية	50.6%	21.9%	7.2%	8.6%	3.7%	1.3%	4.4%	2%	0.3%	100%

التسوق الإلكتروني ينعش التجارة في الجزائر	50.6%	21.7%	4.8%	10.4%	4.5%	2%	3%	2%	1%	100%
--	-------	-------	------	-------	------	----	----	----	----	------

يوضح الجدول أعلاه علاقة إيجابيات التسوق الإلكتروني بمتغير السن، فتتباين استفادة الأفراد من مزايا التسوق الإلكتروني بناءً على أعمارهم، وذلك بسبب اختلاف احتياجاتهم، وتفضيلاتهم، وأولوياتهم. فنلاحظ أن فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 23 إلى 24 سنة هم الأكثر استخداماً للتكنولوجيا والأجهزة الرقمية والمواقع الإلكترونية، مما يجعلهم أكثر تأقلاً مع منصات التسوق الإلكتروني ويستفيدون بشكل أكبر من ميزات مثل البحث السريع، مقارنة الأسعار، واستخدام التطبيقات.

1. علاقة سلبية التسوق الإلكتروني بمتغيرات الدراسة

الجدول رقم 12: علاقة سلبية التسوق الإلكتروني بمتغير الجنس

العبارات	موافق		محايد		معارض		النسبة
	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	ذكر	أنثى	
يصعب معاينة السلعة قبل الشراء في التسوق الإلكتروني	15.2%	59.1%	3.3%	13%	2%	7.4%	100%
يحتمل التسوق الإلكتروني نسبة من المخاطر بالمال في عملية الشراء	16.4%	63.2%	3.2%	12.6%	1%	3.6%	100%
التسوق الإلكتروني أكثر صعوبة من الشراء من الأسواق الموازية	8.4%	32.5%	7.5%	29%	4.6%	18%	100%
خطوات التسوق الإلكتروني معقدة	3.7%	14.5%	6.5%	25.3%	10.3%	39.7%	100%
غلاء الأسعار مقارنة مع الأسواق الموازية	7.6%	29.6%	7.6%	29.7%	5.2%	20.3%	100%
لا يمكن خلال التسوق الإلكتروني التفاوض حول سعر المنتج أو الخدمة	12.9%	49%	4%	16.3%	3.7%	14.1%	100%

النصب والاحتيايل	%11.6	%45.2	%6.5	%25.3	%2.3	%9.1	%100
دفع تكاليف زائدة عند استلام الطرد من البريد الجزائري	%16.3	%63.2	%3.2	%12.6	%1	%3.7	100

علاقة سلبيات التسوق الإلكتروني بمتغير الجنس تعتمد على كيفية تأثير هذه السلبيات على الذكور والإناث بطرق مختلفة بناءً على اهتماماتهم وتجاربهم الشخصية. فئة الإناث هي الأكثر تأثراً بالسلبيات مثل النصب والاحتيايل، صعوبة التفاوض حول سعر المنتجات أو الخدمة. وحتى بالنسبة للذكور فيواجهون صعوبات وتحديات من التسوق الإلكتروني.

في المجمل، السلبيات المرتبطة بالتسوق الإلكتروني يمكن أن تؤثر بشكل مختلف على الرجال والنساء بناءً على تفضيلاتهم، واهتماماتهم، وتجاربهم الفردية. فهم هذه الفروق يمكن أن يساعد الشركات على تحسين تجارب التسوق الإلكترونية وتلبية احتياجات جميع العملاء بشكل أكثر فعالية.

الجدول رقم 13: يمثل علاقة سلبيات التسوق الالكتروني بمتغير العمر

العبارات	موافق			محايد			معارض		
	من 23 إلى 24 سنة	من 24 إلى 26 سنة	أكثر من 26 سنة	من 23 إلى 24 سنة	من 24 إلى 26 سنة	أكثر من 26 سنة	من 23 إلى 24 سنة	من 24 إلى 26 سنة	أكثر من 26 سنة
السلبيات	النسبة			النسبة			النسبة		
الصن	47.3	18.1	6.8	10.4	4.5	1.9	6	3	2
يضعب معاينة السلعة قبل الشراء في التسوق الالكتروني	49.9	22	7.2	10	4.3	1.4	3	1.2	1
يحتمل التسوق الالكتروني نسبة من المخاطر بالمال في عملية الشراء	26	11.2	3.8	23.1	10	3.3	14.4	6.2	2
التسوق الالكتروني أكثر صعوبة من الشراء من الأسواق الموازية	11.6	5	1.6	20.2	8.7	2.9	31.9	13.6	4.5
خطوات التسوق الالكتروني معقدة	23.6	10.1	3.4	23.9	10.1	3.4	16.2	7	2.3
غلاء الأسعار مقارنة مع الأسواق الموازية	39	16.8	5.6	13	5.6	1.9	11.6	5	1.5
لا يمكن خلال التسوق الالكتروني التفاوض حول سعر المنتج أو الخدمة	36.1	15.5	5.2	20.2	8.7	2.9	7.2	3.1	1.1
النصب والاحتيال									

50.6	21.7	7.2	10.1	4.3	1.4	3	1.2	0.5	100%	دفع تكاليف زائدة عند استلام الطرد من البريد الجزائري
------	------	-----	------	-----	-----	---	-----	-----	------	--

- يوضح الجدول أعلاه علاقة سلبية التسوق الإلكتروني بمتغير السن، فتتباين تخوفات الأفراد من صعوبات التسوق الإلكتروني بناءً على أعمارهم. فنلاحظ أن فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم من 23 إلى 24 سنة هم الأكثر استخداماً لمواقع التسوق الإلكتروني ما يجعلهم ذات تجربة في التسوق الإلكتروني وهم الأكثر عرضة لتحديات وصعوبات هذه المواقع. يواجه المبحوثين صعوبة في التسوق الإلكتروني من حيث عدم إمكانية التفاوض على الأسعار عند التسوق، حيث أشار معظم المستهلكين إلى عدم إمكانية التفاوض مع المتاجر الإلكترونية على أسعار السلع التي يمكن أن تكون مرتفعة في بعض الحالات.
- أشار أيضاً معظم المبحوثين إلى دفع الأسعار الكترونياً حيث يتم أولاً دفع المبلغ ثم استلام السلع، وهم ضد هذا تماماً فهم يفضلون الدفع عند الاستلام. وهذا مؤشر سلبي للتسوق الإلكتروني، وقد يكون السبب هو عدم الثقة بالمعلومات المعروضة في الأسواق الإلكترونية.

النتائج العامة

في بحثي، استندت إلى النتائج الميدانية المقدمة بصيغة نسب مئوية للوصول إلى استنتاجاتي. تم تفسير هذه النتائج وتوضيح الأسباب والعوامل التي أدت إلى ظهورها. يمكن تلخيص أبرز الاستنتاجات التي توصلت إليها في هذه الدراسة على النحو التالي:

- أظهرت النتائج المستخلصة من إجابات الطلاب المشاركين في الدراسة (عينة البحث) أن العوامل المرتبطة بالمستهلك تعكس اتجاهات التسوق الإلكتروني، وذلك بناءً على المؤشرات التي تقيس هذه العوامل. فقد تبين أن المشاركين يميلون بشكل عام نحو التسوق الإلكتروني، كما يتضح من المؤشرات التفصيلية المرتبطة بالطلاب.
- يفضل معظم الأفراد المشاركين في الدراسة التسوق الإلكتروني لأنه يتطلب جهداً أقل مقارنةً بالتسوق التقليدي، مما يُعتبر ميزة بارزة للتسوق عبر الإنترنت.
- يتجه المبحوثين نحو التسوق الإلكتروني لسهولة التعرف على أسعار السلع وبالتفصيل من خلال عرض الأسعار في المتاجر الإلكترونية. وهذا المؤشر يعكس تفضيلات المبحوثين للتسوق الإلكتروني.
- المؤشر الآخر الذي يعزز تفضيل المشاركين للتسوق الإلكتروني هو سهولة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالسلع. يعكس هذا المؤشر رغبة المشاركين في الاعتماد على التسوق الإلكتروني لأنه يتيح لهم الحصول على المعلومات دون الحاجة للذهاب إلى الأسواق.
- من مميزات التسوق الإلكتروني التي تجذب المبحوثين هي أن المستهلك يخلص من خلالها على منتوجات غير متوفرة في الأسواق التقليدية، وهذا يعكس الواقع الإيجابي للتسوق الإلكتروني.
- يواجه المبحوثين صعوبة في التسوق الإلكتروني من حيث عدم إمكانية التفاوض على الأسعار عند التسوق، حيث أشار معظم المستهلكين إلى عدم إمكانية التفاوض مع المتاجر الإلكترونية على أسعار السلع التي يمكن أن تكون مرتفعة في بعض الحالات.
- أشار أيضاً معظم المبحوثين إلى دفع الأسعار إلكترونياً حيث يتم أولاً دفع المبلغ ثم استلام السلع، وهم ضد هذا تماماً فهم يفضلون الدفع عند الاستلام. وهذا مؤشر سلبي للتسوق الإلكتروني، وقد يكون السبب هو عدم الثقة بالمعلومات المعروضة في الأسواق الإلكترونية.



قائمة المصادر والمراجع

المصادر:

1. القرآن الكريم

المراجع

1. أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، القاهرة، 2008.
2. راضية بولقرون، زهرة جامع، زينب بوراوي، واقع التسوق الالكتروني في الجزائر، مجلة أوراق اقتصادية، الجزائر، المجلد:04، العدد:2، ديسمبر 2020.
3. ليلي علي، الشباب والمجتمع أبعاد الاتصال والانفصال، الإسكندرية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر، 2004.
4. فيصل محمود غرابية، العمل الاجتماعي في مجال رعاية الشباب، دار وائل للنشر، الأردن، 2009.
5. فوال إيمان، سفيحي ربيعة، اتجاهات المستهلك الجزائري نحو التسوق الالكتروني في عصر المعلوماتية، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، الجزائر، المجلد 3، العدد 3، أكتوبر 2019.
6. العبد حيتامة، سهام شيخاوي، ليلي مطالي، تأثير التسويق الالكتروني على سلوك المستهلك، مجلة أبحاث اقتصادية معاصر، العدد:02، 2020.
7. على ليلة، الشباب العربي، تأملات في ظواهر الإحياء الديني والعنف دار المعارف، طبعة 2، القاهرة، 1993.
8. حسيبة لولي، الشباب في مقارباته وخصائصه، مجلة المربي، العدد 19، 2016.
9. محمد عبد مطشر اللامي، محاضرات المنهج التجريبي.
10. حسن علي رشوان عبد المنصف، ممارسة الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب وقضاياهم، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006.
11. ماهر أبو المعاطي وآخرون، الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب دار الشرق للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.
12. مصطفى مصطفاوي، نحو فهم سوسيولوجي لفئة الشباب في المجتمع الجزائري، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 8، العدد 1، 2020.
13. عبد العاطي السيد، صراع الأجيال: دراسة في ثقافة الشباب، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1990.
14. حسين حماد نافذ، الغرابوي وليد، الشباب في السنة النبوية، مجلة الجامعة الإسلامية، مجلد 19، العدد 1، جانفي 2011.
15. شعباني علي، الشباب وثقافة الشباب بين الثبات والتغير، ورقة مقدمة إلى الندوة الدولية حول الشباب ثقافة، أكتوبر 2010.

16. أمانة محمد عبد القادر القندوز، اتجاهات الشباب الليبي نحو التسوق عبر الانترنت، مجلة كلية الفنون والإعلام، السنة 2، العدد4، 2014.
17. سماش سيد أحمد، أثر التكنولوجيا الحديثة على الشباب، مجلة الفكر المتوسطي، العدد 13، جانفي 2018.
18. زينب فرج الله، بن صويلح ليليا، التكنولوجيا الحديثة ودورها في تحقيق أداء المورد البشري، مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، مجلد 06، العدد 02، 2021.
19. يحيى سعد، الملاحظة في البحث العلمي، 2022/02/26 <https://drasah.com>
20. بانا ضمراوي، 8 أوت 2023، <https://mawdoo3.com>.
21. سناء الدويكات، 21 سبتمبر 2016، mawdoo3.com.
22. هايل الجازي، 30 سبتمبر 2018، mawdoo3.com.
23. رقية أحمد مطر، إيجابيات وسلبيات التكنولوجيا، 07 ديسمبر 2022، uomus.edu.iq.
24. عبد العاطي السيد، صراع الأجيال: دراسة في ثقافة الشباب، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1990.

الملاحق

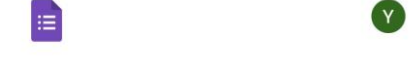


اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني في :

Questions Réponses Paramètres

جامعة مولود
معمر نيزي وزو
كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية
قسم
العلوم الإنسانية
فرع علوم
الإعلام والاتصال
تخصص
اتصال جماهيري

استبيان الكتروني في إطار اعداد مذكرة التخرج لنيل شهادة
الماستر في علوم الإعلام والاتصال
نرجو منكم الإجابة عن الأسئلة التي يتضمنها هذا الاستبيان بكل
موضوعية، وتتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم
استعمالها الا لغرض البحث العلمي
اعداد الطالبة: حسني ججيقة
تحت اشراف: د/إيمان فوال



اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني في :

Questions Réponses Paramètres

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين
Description (facultative)

* الجنس
 ذكر
 أنثى

* الفئة العمرية
 أقل من 20 سنة
 من 20 إلى 23 سنة
 من 24 إلى 26 سنة
 أكثر من 26 سنة



اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني في :

Questions Réponses Paramètres

*الإقامة

المنزل

الحي الجامعي

*المستوى الجامعي

ليسانس

ماستر

Après la section 1 Passer à la section suivante

Rubrique 2 sur 4

23:07 docs.google.com/forr

اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني في :

Questions Réponses Paramètres

المحور الثاني: عادات وأنماط الشباب الجزائري نحو التسوق الإلكتروني

Description (facultative)

* هل سبق لك وأن تسوقت إلكترونيا؟

نعم

لا

* علّل إجابتك

Réponse longue

23:07 23:07 30

docs.google.com/forr



اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني في :

Questions Réponses Paramètres

ماهي المنتجات أو الخدمات التي قمت
بشراؤها؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- مواد التجميل والعطور
- الملابس والاكسسوارات
- الأجهزة الكهرومنزلية
- الأحذية والحقائب
- دفع الفواتير
- الكتب
- الأدوات المنزلية

23:07 23:07 30

docs.google.com/forr



اتجاهات الشباب الجزائري نحو التسوق الالكتروني في :

Questions Réponses Paramètres

المحور الثالث: دوافع واشباعات التسوق الالكتروني
عند الشباب الجزائري

لماذا تفضل التسوق الالكتروني؟ (يمكنك
اختيار أكثر من إجابة)

- سهولة الاستخدام
- الخبرة في استخدام مواقع الانترنت
- المعلومات المقدمة حول المنتج أو الخدمة
- توفير تكاليف، جهد ووقت التنقل إلى المحلات
- سهولة مقارنة المنتجات والأسعار