

دوافع ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب
الفلسطيني في بداية العقد الثالث من القرن الحادي والعشرون

**Motives for the increase in electronic commerce in the Palestinian
society from the point of view of the Palestinian youth at the beginning
of the third decade of the twenty-first century**

إعداد: فريق المرصد الشبابي

2026

الملخص:

لقد هدف هذا البحث الى معرفة الدوافع التي تقف وراء ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني تحديداً من وجهة نظر الشباب الفلسطيني، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واداة الاستبانة. اما مجتمع البحث فتمثل بالشباب العربي الفلسطيني، وقد تم اخذ عينة عشوائية من هذه الفئة من مدينة بيت لحم، حيث تكونت من 320 عنصر من فئة الشباب في تلك المدينة، وقد توصل هذا البحث الى مجموعة من النتائج وهي: يوجد توازن في فئة الشباب العربي الفلسطيني مع زيادة بسيطة لنسبة الذكور على الإناث وأن غالبية فئة الشباب من خريجي الجامعات والطلبة وغير المتزوجين ومن ذوي الدخل القليل، وتبين ان دوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية قد جاءت متدرجة بالشكل التالي: دوافع تتعلق بقلة فرص العمل ودوافع تتعلق بالسهولة في جلب هذه السلع، ودوافع تتعلق بالسهولة في توزيع هذه السلع، ودوافع تتعلق بزيادة الدخل الفردي، ودوافع تتعلق بالعمل الإضافي، ودوافع تتعلق بالمنافسة لبعض السلع المحلية، ودوافع تتعلق بوجود معارف في الخارج، ودوافع تتعلق بقلة الرسوم المفروضة على إدخال هذه السلع بشكل متفرق وقليل، ودوافع تتعلق بالعمل السري دون العمل على فتح مجال تجارية وما يلحقها من رسوم وتراخيص وضرائب وغيرها، ودوافع متعلقة ببراعة العمل الالكتروني على شبكة الانترنت لدى بعض الافراد. كما تبين ايضاً ان أنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل المجتمع الفلسطيني هي: ملابس وأحذية، وأجهزة الكترونية، وأجهزة للسيارات، وأدوات زينة ومكياج و عطور، وأدوية متنوعة أخرى.... كما تبين أن طبيعة العلاقة بين دوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية وبين أنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها قد جاءت قوية وذات دلالة إحصائية وذا طبيعة طردية. اما فيما يتعلق بالتوصيات فقد وضع الباحث عدد من التوصيات كان من أهمها: ضرورة لتوازن في تجارة السلع الالكترونية وتقديم المصلحة الوطنية على المصلحة الذاتية الربحية.

الكلمات المفتاحية: دوافع، التجارة الإلكترونية، الشباب الفلسطيني، القرن الحادي والعشرون.

Motives for the increase in electronic commerce in the Palestinian society from the point of view of the Palestinian youth at the beginning of the third decade of the twenty-first century

Abstract

The aim of this research is to know the motives behind the increase in electronic commerce in the Palestinian society, specifically from the point of view of the Palestinian youth. The researcher used the descriptive analytical method, and the questionnaire tool. As for the research community, it is represented by the Palestinian Arab youth, and a random sample of this group was taken from the city of Bethlehem, which consisted of 320 elements of the youth group in that city. With a slight increase in the ratio of males to females and that the majority of the youth group are university graduates, students, unmarried people and those with low incomes, it was found that the motives for the increase in electronic commerce work came gradually as follows: motives related to the lack of job opportunities, motives related to the ease in bringing these goods, and motives It relates to the case in distributing these goods, motives related to increasing individual income, motives related to overtime, motives related to competition for some local goods, motives related to the presence of acquaintances abroad, motives related to the low fees imposed on the entry of these goods scattered and few, and motives related to clandestine work without Working on opening commercial stores and the related fees, licenses, taxes, etc., and motives related to the ingenuity of electronic work on the Internet for some individuals. It was also found that the types of electronic goods that are traded within the Palestinian society are clothes, shoes, electronic devices, and devices for cars, cosmetics, makeup, perfumes, and various other medicines. The types of electronic goods that are traded are strong, statistically significant and of a positive nature. As for the recommendations, the researcher made a number of recommendations, the most important of which were: the need for balance in the trade of electronic goods and the priority of the national interest over self-interest and profitability.

Keywords: Motives, e-commerce, Palestinian youth, the twenty-first century.

1- المقدمة:

يعتبر موضوع التجارة الإلكترونية من المواضيع العصرية المهمة في الوقت الحاضر، وذلك لما لهذا النوع من التجارة من تأثيرات قوية ومؤثرة باتت تُشكل جواً تجارياً حديثاً من نوعه لم يوجد مثله مسبقاً، وبناءً على ذلك فيمكن تعريف التجارة الإلكترونية بأنها "الاستعمال الأمثل لكل أنواع تكنولوجيا الاتصال المتاحة من أجل تنمية النشاط التجاري للمشروعات" (دانا القوقا وآخرون، 2011م، ص 2).

كما أن التجارة الإلكترونية تشمل بذلك تبادل المعلومات والمعاملات التجارية المتعلقة بالمعدات والمنتجات والخدمات مثل خدمات المعلومات والخدمات المالية والخدمات القانونية (طه المولى، 2014م، ص 9)، وبذلك فيلزم التحول من التجارة لتقليدية إلى التجارة الإلكترونية، مواكبة التطور التكنولوجي في عالم الاتصالات، وتطوير هذا القطاع والاهتمام به، لأنه يمثل لبنية التحتية لها، وتتطلب هذه التجارة أيضاً وسائل الحماية الإلكترونية في إطار قانوني تعمل ضمنه، وذلك حتى تعمل بكفاءة عالية ولمنع أي مخاطر قد يتعرض لها القائمون عليها مثل: الاحتيال، وسرقة الأرقام السرية للحسابات، واختراق المواقع، أو تدميرها عن طريق الفيروسات وغيرها.... (سعيد جبريل، 2012م، ص 1).

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية واقع كبير وملحوس في اقتصاديات جميع دول العالم حتى في الدول المتقدمة (رنين القواسمي، 2019م، ص 2)، ولذلك فقد ظهر أن من أهم التحديات والإشكاليات التي تواجه الشركات التي تعمل في قطاع تكنولوجيا المعلومات هو إقناع المستهلك الذي ما زال يتردد في الموافقة على العقود وإبرام الصفقات من خلال شبكة الإنترنت وذلك بإقناعه بأن الشبكة آمنة، ولا شك أن تحقيق هذا الهدف والمطلب ليس بالأمر الهين أو السهل، لأن التجارب السابقة أثبتت عكس ذلك بالرغم من وجود التكنولوجيات المختلفة التي يمكنها ضمان سرية المراسلات والحماية من الجرائم المعلوماتية (منشورات معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية (ماس)، 2006م، ص 1)، ولذلك فلا بد إلا أن يكون على الحكومات والقطاع الخاص أيضاً التعاون في التكيف مع هذا الواقع الجديد (منشورات اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 2003م، ص 2).

إن البحث الحالي قد تناول موضوع التجارة الإلكترونية بحسب الدوافع المؤدية لها من دوافع مادية وغيرها، كما تناول أيضاً أنواع السلع التي يتم المتاجرة بها حسب هذا النوع من التجارة، بالإضافة إلى أنه أظهر طبيعة العلاقة بين تلك الدوافع التي تقف وراء ازدياد أشكال التجارة الإلكترونية المختلفة والتي تعمل على تنشيطها دورياً، وقد تم تكريس خطوات هذا البحث التالية من أجل اظهار ما تم ذكره من هذه المواضيع المتعلقة بمجملها بموضوع التجارة الإلكترونية.

2- مشكلة وتساؤلات البحث:

يتمثل السؤال الرئيسي لهذا البحث بالسؤال التالي:

- ما هي الدوافع وراء ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب الفلسطيني في بداية العقد الثالث من القرن الحادي والعشرون؟

ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية التي توضحه وتفصله وتشرحه بشكل أكبر وهي:

1. ما هي طبيعة الدوافع التي تعمل على زيادة العمل بالتجارة الإلكترونية داخل المجتمع الفلسطيني؟
2. ما هي الدوافع الأكثر تأثيراً من غيرها والتي تعمل على ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية داخل المجتمع الفلسطيني؟
3. ما مدى التأثير على ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني سلباً أو إيجاباً؟
4. ما هي أنواع السلع التي تتم التجارة الإلكترونية بها والأكثر طلباً في المجتمع الفلسطيني؟
5. ما هي طبيعة العلاقة بين الدوافع المؤدية الى ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية وبين نوعية هذه السلع التي تتم التجارة بها في المجتمع الفلسطيني.
6. ما هي طبيعة التوصيات الواجب وضعها والتي تحد من طبيعة الأثر الناتج (إيجابي أو سلبي) عن ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في داخل المجتمع الفلسطيني؟

3- أهداف البحث:

تتمثل أهداف هذا البحث في العمل على تحقيق كل مما يلي:

- 1- دراسة طبيعة الدوافع التي تعمل على زيادة العمل بالتجارة الإلكترونية في داخل المجتمع الفلسطيني.
- 2- معرفة الدوافع الأكثر تأثيراً من غيرها والتي تعمل على ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني.
- 3- تحديد مدى التأثير على ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني سلباً أو إيجاباً.
- 4- توضيح أنواع السلع التي تتم التجارة الإلكترونية بها والأكثر طلباً في المجتمع الفلسطيني.
- 5- معرفة طبيعة العلاقة بين الدوافع المؤدية الى ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية وبين نوعية هذه السلع التي تتم التجارة بها.
- 6- وضع عدد من التوصيات المناسبة والتي تحد من طبيعة الأثر الناتج (إيجابي أو سلبي) عن ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في داخل المجتمع الفلسطيني.

4- أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذا البحث العلمية (النظرية) والعملية (التطبيقية) معاً بكل من:

- 1- وضع صورة واضحة عن طبيعة الدوافع التي تعمل على زيادة العمل بالتجارة الالكترونية في داخل المجتمع الفلسطيني.
- 2- وضع تصنيف واضح وحسب التدرجات الأولوية للدوافع الأكثر تأثيراً من غيرها والتي تعمل على ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني.
- 3- تعريف المواطنين بطبيعة التأثيرات على ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية في المجتمع الفلسطيني سلباً أو إيجاباً.
- 4- العمل على إظهار جميع السلع التي تتم التجارة الالكترونية بها، بالإضافة الى إظهار لبعض الأنواع الأكثر طلباً في المجتمع الفلسطيني.
- 5- وضع تصور نظري وعملي لطبيعة العلاقة بين الدوافع المتنوعة والمؤدية الى ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية وبين نوعية هذه السلع التي تتم التجارة بها في المجتمع الفلسطيني.
- 6- العمل على وضع عدد من التوصيات المناسبة والتي تحد من طبيعة الأثر الناتج (إيجابي أو سلبي) عن ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية في داخل المجتمع الفلسطيني.

5- حدود البحث:

الحدود المكانية: مدينة بيت لحم الفلسطينية.

الحدود الزمانية: العام 2026م.

الحدود البشرية: فئة الشاب الفلسطيني.

6- المنطلق النظري للبحث:

يتمثل المنطلق الفكر والنظري لهذا البحث بأنه يوجد العديد من الدوافع التي تقف وراء ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية وليس العامل المادي (الاقتصادي) مثلما يرى الجميع بأنه هو فقط الدافع الوحيد وراء ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية بل أنه يوجد العديد من الدوافع التي تقف وراء هذه الاعمال ومن أهمها هي: دوافع تتعلق بقلّة فرص العمل، ودوافع تتعلق بالسهولة في جلب هذه السلع، ودوافع تتعلق بالسهولة في توزيع هذه السلع، ودوافع تتعلق بزيادة الدخل الفردي، ودوافع تتعلق بالعمل الإضافي، ودوافع تتعلق بالمنافسة لبعض السلع المحلية، ودوافع تتعلق بوجود معارف في الخارج، ودوافع تتعلق بقلّة الرسوم لمفروضة على إدخال هذه السلع بشكل متفرق وقليل، ودوافع تتعلق بالعمل السري دون العمل على فتح مجال تجارية وما يلحقها من رسوم وتراخيص وضرائب وغيرها، ودوافع متعلقة ببراعة العمل الالكتروني على شبكة الانترنت لدى بعض الافراد والتسلية بذلك، ولذلك

فقد تم العمل على اختبار هذه الدوافع جميعها خلال هذا البحث وتبين أنه بالفعل لها تأثيرات كبيرة ومهمة على ازدياد العمل بالتجارة الإلكترونية في داخل المجتمع العربي الفلسطيني.

إن هذا الانتشار الواسع في استعمال الإنترنت عرف الإنسان مجالات عدة لاستخداماتها لا سيما في المجال الاقتصادي الذي شهد ظهوراً للتجارة الإلكترونية، وهذه التجارة أضفت صبغة جديدة وطابعا مميزا للبيئة التسويقية للبنوك التجارية وغيرها من المؤسسات الأخرى، مما يتطلب منها التأقلم سريعا مع هذا الوضع الجديد، حتى تستطيع تقديم خدماتها وفق هذا النمط الجديد للتجارة الإلكترونية (العاني إيمان، 2006م، ص 13).

كما أن التغييرات الكبيرة التي حققتها التكنولوجيا والتي شهدها العالم في مختلف مجالات الحياة والتي غيرت طبيعة النشاطات الاقتصادية والإدارية والاجتماعية بشكل جذري شكلت دافعا لتطور التجارة الإلكترونية وزيادة العمل بها، وقد غيرت أيضاً أسس النمو الاقتصادي فبعد ان كانت التكنولوجيا تعتبر عامل خارجي في تأثيره على النمو الاقتصادي اصبحت الآن أحد العوامل الداخلية والاساسية في معادلة النمو الاقتصادي المحلي والعالمي (محسن عباس، دون تاريخ، ص 58).

لقد أظهرت نتائج الدراسات السابقة عن موضوع التجارة الإلكترونية والتي تتم عبر شبكة الانترنت الأهمية البالغة لهذه الثورة المعلوماتية وتطورها السريع، وأثارها المستقبلية المحتملة على إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية التقليدية، وقد أوضحت تلك الدراسات العديد من المعوقات والتحديات أمام هذه الدول والتي ينبغي العمل على تذليلها في سبيل الاستفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية لما لها من الاثار الإيجابية على مختلف قطاعاتها الاقتصادية (نعيمة يحيوي ومريم يوسف، 2017م، ص 179)، حيث أصبحت التجارة الإلكترونية اليوم عصب الاقتصاد المعاصر والمستقبلي (حابت آمال، 2015م، ص 7).

إن التسويق الإلكتروني يسمح باتخاذ القرارات بناء على معطيات ومعلومات حول كيفية اجتذاب الزبائن إلى موقعك الإلكتروني (محمود مجاهد، 2021م، ص 11) ضمن تكنولوجيا العصر، وتتمثل مساهمة هذه التكنولوجيا في الاقتصاد الحديث في عولمة الاقتصاد، إذ أن فروق الزمان والمكان لم تعد تُذكر، فكل النشاطات الاقتصادية "الإنتاج، الاستهلاك، التسويق، الاستثمار" طغى عليها طابع العالمية (بن وارث حكيمة، 2008م، ص 15)، وذلك نتيجة لاتساع نطاق التجارة الإلكترونية ومعاملات البيع والشراء المتداولة على الشبكة العالمية "الانترنت" وبإطار قانوني وهو العقد الإلكتروني، وما نتج عن ذلك من تنوع وتوسع في الإيرادات المتحققة عبر هذه المعاملات التجارية التي تحدث في فضاء مفتوح بعيداً عن التنظيم القانوني وخاصة التحاسب الضريبي (قبس عواد، 2010م، ص 205). وفي نهاية هذا الإطار النظري لهذا البحث الخاص بموضوع لتجارة الإلكترونية فقد ظهر أنه وبالإضافة الى العديد من الدوافع التي تم ذكرها من أجل القيام بممارسة هذا النوع من التجارة ومحاولة الاستعاضة به عن التجارة التقليدية العادية هو بحث الإنسان عن سبل سهلة يعمل من خلالها وهذا هو ما حققته له شبكة الإنترنت في مواضيع مختلفة مثل الاتصالات وسهولة التواصل والرؤية للجميع بما في ذلك التجارة الإلكترونية عبر هذه لشبكة العنكبوتية، كما بات يتم إطلاق هذا الاسم عليها عالمياً، وبهذا فقد تم تسخير هذا الاطار النظري وأدوات ومنهج

هذا لبحث للخوض في هذا الموضوع والتوصل الى عدد من النتائج المهمة التي وجدت وتم وضعها في نهايته، بالإضافة الى عدد من التوصيات الملائمة له.

7- منهج البحث:

يتمثل المنهج الأساسي المستخدم في هذا البحث بالمنهج الوصفي التحليلي والذي تم من خلاله وأثناء إعداد هذا البحث استخدام أدوات البحث الميدانية لأخذ رؤية عينة هذا البحث والمتمثلة بفئة الشباب العربي الفلسطيني من حيث مدى الازدياد والاقبال على التجارة الالكترونية، وهذا النوع من التجارة هو الذي يتم شراءه وتوزيعه بشكل إلكتروني أي عن بُعد بدون افتتاح محلات تجارية ومعرضات في الأسواق التقليدية المعروفة في داخل دول ومجتمعات ومدن العالم، ولذلك فكان هذا المنهج هو الذي تمكن الباحث من خلاله من وصف هذه الظاهرة المدروسة ومعرفة أسباب وجودها بنسب مئوية ودلالات إحصائية واضحة على اعتبار ان هذا المنهج يُعطي الحرية للباحث الذي يستخدمه من العمل لاستكشاف ما يريد دراسته عن الظاهرة المدروسة.

8- مجتمع البحث:

يُشكل عدد الشباب في داخل المجتمع الفلسطيني حسب إحصاءات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني خمس سكان المجتمع الفلسطيني بحوالي 22 % من اجمالي عدد السكان الكلي وبعملية حسابية لهذه النسبة لأحدى المدن الفلسطينية وهي مدينة بيت لحم الواقعة في جنوب فلسطين والبالغ عدد سكانها 29.019 ألف نسمة تبلغ نسبة الشباب في هذه المدينة بحسب نسبة الشباب للإجمالي الكلي في المجتمع الفلسطيني 22 % بما قيمته 6385 من فئة الشباب في مدينة بيت لحم لوحدها، وبذلك فعند اختيار نسبة 5 % فقط من فئة الشباب الفلسطيني في مدينة بيت لحم فإن هذه النسبة تساوي قيمة 320 من فئة الشباب في داخل مدينة المذكورة من المجتمع الفلسطيني وهي ما تُشكله عينة لهذا البحث (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، رام الله، فلسطين).

9- عينة البحث:

تتمثل عينة هذا البحث بفئة الشباب في المجتمع الفلسطيني، وقد تم اختيار نسبة 5 % فقط بطريقة عشوائية ومقصودة من هذه الفئة من إحدى المدن الفلسطينية المذكورة سابقاً في مجتمع البحث وهي مدينة بيت لحم، وبلغت بذلك بقيمة 320 منهم شاملة للذكور والإناث بعمر من (18 - 29) سنة، وقد تبين أن نسبة الذكور في هذا المجتمع تكاد تكون متساوية تقريباً مع نسبة الإناث بواقع 105 من الذكور / 100 من الإناث، وهي بذلك نسبة متقاربة بشكل كبير نوعاً ما (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، رام الله، فلسطين)، وقد تم استخدام العينة المقصودة لفئة الشباب في المدينة المذكورة وبطريقة عشوائية بسيطة في اختيار عناصر تلك الفئة.

10- أداة البحث:

لقد تم استخدام أداة الاستبانة كأداة رئيسية وأساسية في هذا البحث، وقد تم تقسيم هذه الاستبانة الى ثلاثة اقسام رئيسية حتوى القسم الأول على أسئلة تتعلق بسمات عينة هذا البحث من فئة الشباب العربي الفلسطيني والقسم الثاني احتوى على أسئلة عن دوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية والقسم الثالث احتوى على أسئلة عن أنواع السلع التي يتم المتاجرة بها في هذه لتجارة داخل المجتمع العربي الفلسطيني.

11- أساليب جمع البيانات والتحليل المتبعة في هذا البحث:

بعد أن أتم الباحث الاستعداد للجانب الميداني من هذا البحث فقد قام بتعبئة استبانات هذا البحث بعددها الكامل والذي تكون من 320 من فئة الشباب الفلسطيني ذكور وإناث بطريقة العينة المختارة والتي تم ذكرها سابقاً، وبعد ذلك عمل الباحث على فرز الاستبانات الصالحة وقام بتعبئتها على برنامج التحليل SPSS وبعد ذلك تم العمل على تحليل هذه البيانات وتحويلها الى معلومات مهمة عن هذا الموضوع وقد تم استخدام التقنيات الإحصائية التالية:

- 1 - تقنية استخراج النسب المئوية لسمات العينة الخاصة بهذا البحث.
- 2 - تقنية استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس العوامل المستقلة والتابعة في هذا البحث.
- 3 - تقنية الانحدار والارتباط لمعرفة طبيعة العلاقة بين المتغيرين المذكورين (المستقل والتابع).

12- خصائص عينة البحث:

الجدول رقم (1) بيانات الدراسة حسب خصائص العينة المأخوذة، نسب مئوية:

قيمة الاجابة		البيانات الخاصة بسمات العينة المدروسة
النسبة المئوية %	التكرار	الجنس:
51.6%	165	ذكر:
48.4%	155	أنثى:
100%	320	المجموع:
النسبة المئوية %	التكرار	طبيعة العمل:
18.8%	60	طالب
37.5%	120	خريج: ثانوي، جامعي وغيره..
15.6%	50	عامل
12.5%	40	موظف (حكومي، خاص وغيره..)
15.6%	50	غير ذلك (عمل حر، تاجر وغيره..)
100%	320	المجموع:
النسبة المئوية %	التكرار	الحالة الاجتماعية:
59.3%	190	أعزب

متزوج	100	31.3%
مطلق	30	9.4%
المجموع:	320	100%
الدخل الشهري:	التكرار	النسبة المئوية %
قليل	190	59.4%
متوسط	80	25%
مرتفع	50	15.6%
المجموع:	320	100%

المصدر: "تم بناء هذا الجدول بناءً على تحليل الاستبانات المأخوذة من عينة الشباب الفلسطيني":

تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (1) أنه يوجد توازن في فئة الشباب العربي الفلسطيني مع زيادة بسيطة لنسبة الذكور على الإناث وظهر أن غالبية فئة الشباب العربي الفلسطيني هم من خريجي الجامعات والطلبة وغير المتزوجين ومن ذوي الدخل القليل.

13- تحليل البيانات ونتائج البحث:

أ - طبيعة الرؤية والمؤثرات المتعلقة بدوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية من وجهة نظر الشباب في داخل المجتمع الفلسطيني:

الجدول رقم (2) القيم الكمية (الإحصائية) الخاصة بالمتغير المستقل والمتمثلة بدوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية من وجهة نظر الشباب في داخل المجتمع الفلسطيني:

قيمة الإجابة:				قيم الإجابة: المقدار والحجم الكمي (الإحصائي) لقيم المتغير المستقل والمتمثلة بدوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية من وجهة نظر الشباب في داخل المجتمع الفلسطيني:
معنى قيمة الإجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية للخيار الأعلى 10%	
مرتفعة	.705	2.63	75.9%	1- دوافع تتعلق بقلة فرص العمل:
مرتفعة	.710	2.60	72.8%	2- دوافع تتعلق بالسهولة في جلب هذه السلع:
مرتفعة	.712	2.58	71.3%	3- دوافع تتعلق بالسهولة في توزيع هذه السلع:
مرتفعة	.714	2.57	69.7%	4- دوافع تتعلق بزيادة الدخل الفردي:
مرتفعة	.715	2.55	68.1%	5- دوافع تتعلق بالعمل الإضافي:
مرتفعة	.716	2.53	66.6%	6- دوافع تتعلق بالمنافسة لبعض السلع المحلية:

¹ تتمثل هذه القيمة بالخيار الأعلى وهو: (مؤثر وموثر كثيراً) والذي يعني مدى تأثير على القيم الخاصة بالتجارة الالكترونية في داخل المجتمع الفلسطيني في الوقت الحاضر.

مرتفعة	.717	2.52	%64.7	7- دوافع تتعلق بوجود معارف في الخارج:
متوسط	.717	2.50	%63.4	8- دوافع تتعلق بقلّة الرسوم المفروضة على ادخال هذه السلع بشكل كتفرق وقليل:
متوسط	.717	2.49	%61.9	9- دوافع تتعلق بالعمل السري دون العمل على فتح محال تجارية وما يلحقها من رسوم وتراخيص وضرائب وغيرها.
متوسطة	.716	2.47	%60.3	10- دوافع تتعلق ببراعة العمل الالكتروني على شبكة الانترنت لدى البعض الافراد والتسلية بالتجارة الالكترونية.
مرتفعة	.696	2.54	%67.5	المجموع:

المصدر: "تم بناء هذا الجدول بناءً على تحليل الاستبانات المأخوذة من عينة الشباب الفلسطيني".

تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (2) وفيما يتعلق القيم الكمية (الإحصائية) الخاصة بالمتغير المستقل والمتمثلة بدوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية من وجهة نظر الشباب في داخل المجتمع الفلسطيني بأنها قد جاءت ما بين لدرجات المرتفعة والمتوسطة في معظمها، وقد جاءت متدرجة بالشكل التالي: دوافع تتعلق بقلّة فرص العمل، ودوافع تتعلق بالسهولة في جلب هذه السلع، ودوافع تتعلق بالسهولة في توزيع هذه السلع، ودوافع تتعلق بزيادة الدخل الفردي، ودوافع تتعلق بالعمل الإضافي، ودوافع تتعلق بالمنافسة لبعض السلع المحلية، ودوافع تتعلق بوجود معارف في الخارج، ودوافع تتعلق بقلّة الرسوم المفروضة على إدخال هذه السلع بشكل متفرق وقليل، ودوافع تتعلق بالعمل السري دون العمل على فتح محال تجارية وما يلحقها من رسوم وتراخيص وضرائب وغيرها، ودوافع متعلقة ببراعة العمل الالكتروني على شبكة الانترنت لدى بعض الافراد والتسلية بذلك.

ب - مدى الوجود لأنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب:

الجدول رقم (3) القيم الكمية (الإحصائية) الخاصة بالمتغير التابع والمتمثلة بأنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب:

قيمة الإجابة:				قيم الإجابة: القيم الكمية (الإحصائية) الخاصة بالمتغير التابع والمتمثلة بأنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب:
معنى قيمة الإجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية للخيار الأعلى 20%	
مرتفعة جداً	.681	2.73	%85.6	1- ملابس وأحذية:
مرتفعة جداً	.695	2.68	%80.6	2- أجهزة الكترونية:
مرتفعة جداً	.700	2.66	%78.8	3- أجهزة السيارات:
مرتفعة جداً	.702	2.64	%77.5	4- أدوات زينة ومكياج و عطور:
مرتفعة جداً	.705	2.63	%75.9	5- أدوية متنوعة:
مرتفعة	.708	2.61	%74.4	6- أجهزة وأدوات طبية:
مرتفعة	.710	2.60	%72.8	7- ألعاب أطفال:
مرتفعة	.712	2.58	%71.3	8- أدوات منزلية وأثاث:
مرتفعة	.714	2.56	%69.4	9- أدوات كهربائية:
مرتفعة	.715	2.55	%67.8	10- أغراض متنوعة من دهان للأبواب والسيارات وقطع غيار للأجهزة المتنوعة ومكملات غذائية..... الخ.
مرتفعة	.685	2.62	%75.4	المجموع:

المصدر: "تم بناء هذا الجدول بناءً على تحليل الاستبانات المأخوذة من عينة الشباب الفلسطيني":

تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (3) وفيما يتعلق بالقيم الكمية (الإحصائية) الخاصة بالمتغير التابع والمتمثلة بأنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب بأنها قد جاءت في معظمها ما بين المرتفعة جداً والمرتفعة، وقد جاءت متدرجة بالشكل التالي: ملابس وأحذية، وأجهزة الكترونية، وأجهزة للسيارات، وأدوات زينة ومكياج و عطور، وأدوية متنوعة، وأجهزة وأدوات طبية، وألعاب أطفال، وأدوات منزلية وأثاث، وأدوات كهربائية، وأغراض متنوعة من دهان للأبواب والسيارات وقطع غيار للأجهزة المتنوعة ومكملات غذائية و..... الخ.

ج - طبيعة العلاقة بين دوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية وبين أنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل لمجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب:

الجدول رقم (4) العلاقة بين دوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية وبين أنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب:

² تتمثل هذه القيمة بالخيار الأعلى وهو: (مؤثر وموثر كثيراً) والذي يعني مدى تأثير على القيم الخاصة بالتجارة الالكترونية في داخل المجتمع الفلسطيني في الوقت الحاضر.

معنى الدالة الإحصائية:	قيمة الدالة الإحصائية: Sig	قيمة معامل الارتباط: R	نتيجة الفحص
دالة إحصائية	0.01	+0.8	"قيم المتغير المستقل" "دوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية من وجهة نظر الشباب في داخل المجتمع الفلسطيني"
			"قيم المتغير التابع" "أنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب"

تبين من خلال البيانات الواردة في الجدول رقم (4) والذي تم وضعه لفحص طبيعة العلاقة بين "دوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية" وبين "أنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها" في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب أنها قد جاءت قوية وذات دلالة إحصائية وذا طبيعة طردية بمعنى أنه كلما ازداد تأثير تلك الدوافع يزداد العمل والتوجه بالتجارة الالكترونية بمختلف السلع المذكورة، وهذا ظهر من خلال قيمة معامل الارتباط الكبيرة والقريبة من الرقم 1 وقيمة الدلالة الإحصائية الأقل من 5%.

14- النتائج النهائية والاستنتاجية للبحث:

1. تبين أنه يوجد توازن في فئة الشباب العربي الفلسطيني مع زيادة بسيطة لنسبة الذكور على الإناث وأن غالبية فئة الشباب لعربي الفلسطيني هم من خريجي الجامعات والطلبة وغير المتزوجين ومن ذوي الدخل الشهري القليل.
2. تبين وفيما يتعلق بالقيم الكمية (الإحصائية) الخاصة بالمتغير المستقل والمتمثلة بدوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية من وجهة نظر الشباب في داخل المجتمع الفلسطيني بأنها قد جاءت مرتفعة ومنتجة بالشكل التالي: دوافع تتعلق بقلّة فرص العمل، ودوافع تتعلق بالسهولة في جلب هذه السلع، ودوافع تتعلق بالسهولة في توزيع هذه السلع، ودوافع تتعلق بزيادة الدخل الفردي، ودوافع تتعلق بالعمل الإضافي، ودوافع تتعلق بالمنافسة لبعض السلع المحلية، ودوافع تتعلق بوجود معارف في الخارج، ودوافع تتعلق بقلّة الرسوم المفروضة على إدخال هذه السلع بشكل متفرق وقليل، ودوافع تتعلق بالعمل السري دون العمل على فتح محال تجارية وما يلحقها من رسوم وتراخيص وضرائب وغيرها، ودوافع متعلقة ببراعة العمل الالكتروني على شبكة الانترنت لدى بعض الافراد والتسلية بذلك.
3. تبين وفيما يتعلق بالقيم الكمية (الإحصائية) الخاصة بالمتغير التابع والمتمثلة بأنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب بأنها قد جاءت مرتفعة جداً ومنتجة بالشكل التالي: ملابس وأحذية، وأجهزة الكترونية، وأجهزة للسيارات، وأدوات زينة ومكياج و عطور، وأدوية متنوعة، وأجهزة وأدوات طبية، وألعاب أطفال، وأدوات منزلية وأثاث، وأدوات كهربائية، وأغراض متنوعة من دهان للأبواب والسيارات وقطع غيار للأجهزة المتنوعة ومكملات غذائية و...إلخ.
4. تبين أن طبيعة العلاقة بين "دوافع ازدياد العمل بالتجارة الالكترونية" وبين "أنواع السلع الالكترونية التي تتم المتاجرة بها" في داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر الشباب أنها قد جاءت قوية وذات دلالة إحصائية وذا طبيعة طردية بمعنى أنه كلما ازداد تأثير تلك الدوافع يزداد العمل والتوجه للتجارة الالكترونية بمختلف السلع المذكورة، وهذا ظهر من خلال قيمة معامل الارتباط الكبيرة والقريبة من الرقم 1 وقيمة الدلالة الإحصائية الأقل من 5 %.

15-التوصيات:

- 1- يُوصى بتعزيز التوازن في قطاع التجارة الإلكترونية بما يحقق المصلحة الوطنية إلى جانب الربحية الفردية، من خلال دعم المنتجات المحلية وتشجيع تسويقها عبر المنصات الرقمية، والعمل على تحقيق تكامل فعّال بين التجارة الإلكترونية والتقليدية دون إقصاء أي منهما، بما يضمن بيئة تنافسية عادلة تسهم في حماية السوق المحلي وتعزيز الاقتصاد الوطني.
- 2- يُوصى بتطوير برامج شاملة لدعم وتشغيل الشباب في مجال التجارة الإلكترونية كاستجابة مباشرة لارتفاع معدلات البطالة التي أظهرتها النتائج، وذلك عبر توفير التدريب المتخصص في التسويق الرقمي وإدارة المتاجر الإلكترونية، وتحسين مهارات الترويج عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مع الالتزام بالممارسات التجارية السليمة من حيث جودة الخدمة والالتزام بمواعيد التوصيل وعدم فرض تكاليف إضافية غير مبررة.
- 3- يُوصى بالعمل على تنظيم قطاع التجارة الإلكترونية من خلال وضع أطر قانونية مرنة تُسهم في الحد من العمل غير الرسمي ودمج الأنشطة التجارية ضمن الاقتصاد المنظم، إلى جانب تطوير البنية التحتية الرقمية والخدمات اللوجستية وأنظمة الدفع الإلكتروني، وتعزيز الرقابة على السلع المتداولة خاصة الحساسة منها لضمان جودتها وسلامتها.
- 4- يُوصى بمراجعة السياسات الضريبية والرسوم المرتبطة بالتجارة الإلكترونية بما يحقق التوازن بين تشجيع هذا النشاط وتنظيمه بشكل عادل، إضافة إلى أهمية إجراء دراسات وأبحاث كمية ونوعية بشكل دوري لرصد تطورات هذا القطاع وقياس أثاره الاقتصادية والاجتماعية مقارنة بالتجارة التقليدية.

16- قائمة المصادر والمراجع:

منشورات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2022م). رام الله، فلسطين.

منشورات اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، (2003م)، تسهيل التجارة والتجارة الإلكترونية في منطقة الإسكوا - تعزيز المشاركة الفعالة في التجارة الإلكترونية: حالات مصر والأردن ولبنان والإمارات العربية المتحدة، للأمم المتحدة، نيويورك، أميركا.

دانا القوقا وآخرون، (2011م)، الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها، منشورات جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.

طه المولى، (2014 م)، تطويع قواعد الاسناد في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة تحليلية)، رسالة ماجستير، جامعة بابل، بابل، العراق.

سعيد جبريل، (2012م)، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين

رنين القواسمي، (2019م)، التجارة الإلكترونية كنموذج للتسويق في فلسطين - المعوقات وسبل التطوير، رسالة ماجستير، جامعة الخليل، الخليل، فلسطين.

منشورات معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني (ماس)، (2006م)، مراجعة نقدية لمشروع قانوني المبادلات والتجارة الإلكترونية وتنظيم التوقعات الإلكترونية، رام الله، فلسطين

العاني إيمان، (2006م)، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

محسن عباس، (د.ت)، تحليل أثر التجارة الإلكترونية على التنمية في بيئة البلدان العربية، منشورات كلية الإدارة والاقتصاد - جامعة واسط، مجلة دنانير العدد 22، واسط، العراق.

نعيمة يحيوي ومريم يوسف، (2017م)، التجارة الإلكترونية وأثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية - عدد 6، الجزائر.

حابت آمال، (2015م)، التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري، الجزائر.

محمود مجاهد، (2021م)، مستقبل قطاع البيع بالتجزئة في ظل التوجه نحو التسوق الإلكتروني: حالة قطاع الأحذية، رسالة ماجستير، جامعة الخليل، فلسطين.

بن وارث حكيمة، (2008م)، دور واهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة - مع الإشارة للعالم العربي، رسالة ماجستير، المركز الجامعي العربي بن مهدي - أم البواقي - معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - دائرة ما بعد لتدرج، الجزائر.

قبس عواد، (2010م)، مشكلات فرض وتحصيل الضرائب في عقود التجارة الالكترونية، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد (١٢)، العدد (٤٣)، العراق.