

أثر تعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالتطبيق على الجامعات اليمنية

د. إبراهيم إسماعيل الناشري*

*أستاذ مساعد إدارة الأعمال (الإدارة الإلكترونية)

alnashri2001@gmail.com

المستخلص

المجتمع بالجامعات اليمنية(الأندلس – الحضارة – الملكة أروى)، ولتحقيق أهداف البحث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتوصل البحث إلى النتائج التالية: وجود أثرٍ ذي دلالةٍ إحصائيةٍ لتعلم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية ،و مستوى توافر عناصر تعليم التجارة الإلكترونية كان متوسطاً، حيث كان البعدين تعليم مقررات التجارة الإلكترونية كان متوافر مرتفع، وعنصر تبني مشاريع التجارة الإلكترونية بدرجة متوسطة، ويأتي في المرتبة الأخيرة عنصر توافر مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: الجامعات اليمنية – مقررات التجارة الإلكترونية – مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية – تبني مشاريع تطبيقات التجارة الإلكترونية.

اهتمت العديد من الجامعات بتعليم التجارة الإلكترونية ، إلا أن بعض الجامعات الأخرى لم تول هذا الموضوع الاهتمام الكافي ، حيث لوحظ خلال الزيارات الاستكشافية أن بعض الكليات المعنية بتعليم التجارة الإلكترونية بالجامعات تعاني من بعض نقاط الضعف في بعض جوانب تنمية المجتمع بالجامعات ؛ وقد يكون هذا بسبب ضعف مستوى توافر عناصر التجارة الإلكترونية ، هدف البحث إلى التعرف على أثر تعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية ، شمل مجتمع البحث عمداء الكليات ورؤساء الأقسام ومدرس المساقات في الجامعات والبالغ عددهم (35) أكاديمي، ولغرض البحث تم تصميم استبانة وتم توزيعها على عينة عشوائية طبقية وباستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) تم قياس مستوى تعليم التجارة الإلكترونية في تنمية

Abstract

Many universities have been interested in teaching e-commerce, but some other universities did not pay enough attention to this topic. During the exploratory visits, it was noted that some colleges concerned with teaching e-commerce in universities suffer from some weaknesses in some aspects of community development in universities; This may be due to the low level of availability of e-commerce elements. The aim of the research is to identify the impact of e-commerce education on community development in Yemeni universities. The research community included deans of faculties, heads of departments and course instructors in universities, who numbered (35) academics. For the purpose of research, a questionnaire was designed and Distributing it to a stratified random sample using the statistical program (SPSS) The level of e-commerce education in community development in Yemeni universities was measured (Andalusia - Civilization - Queen Arwa), and to achieve the objectives of the research, the descriptive analytical approach was used, and the research reached the following results: There is a statistically significant effect of learning e-commerce on community development in Yemeni universities, and The level of availability of e-commerce education elements was medium, as the two dimensions of e-

commerce courses education were high, and the e-commerce project adoption element was medium, and the availability of e-commerce application centers came in the last rank.

Keywords: Yemeni universities - e-commerce courses - e-commerce application centers - adoption of e-commerce applications projects.

الإطار العام للدراسة

المقدمة

يشهد العالم نمواً متسارعاً في المعطيات الحاسوبية والثقافية والمعلوماتية، مما يزيد من حتمية مواكبة منظمات الأعمال العامة والخاصة للتغيرات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات من خلال الاستغلال الأمثل للتقنيات ونظم المعلومات والاتصالات، وبسبب التقدم السريع والمضطرد على مستوى الدولة والمجتمع أصبح على جميع الدول المتقدمة والنامية السعي إلى تحقيق أهدافها التنموية من خلال تقديم خدمات إلكترونية على كافة المستويات ، ولا يتحقق ذلك إلا إذا تضافرت الجهود نحو تحقيق الأهداف، وانسجاماً مع الأهمية الحيوية للمؤسسات العلمية والبحثية ورسالتها، وعظم الدور الملحق عليها، فإنه يستوجب عليها مواكبة التطورات المتسارعة في الأعمال الإلكترونية ومنها التجارة الإلكترونية.

تعد التجارة الإلكترونية أحد أهم الواجهات المعاصرة للتقنية المعلوماتية المسؤولة عن النمو الاقتصادي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وتؤكد بعض الدراسات الاستشرافية أنه بحلول العام 2025م ستصبح المؤسسات العلمية بإداراتها التقليدية من مخلفات الماضي على الرغم من تواجدها منذ أكثر من قرن من الزمان، ونتيجة للتغيرات العالمية في إنتاج المعرفة وتوزيعها إلكترونياً، والتي تدعمها ثورة الاتصالات والمعلومات والتكنولوجيا الحديثة؛ أصبح لزاماً على الجامعات التحول نحو الأعمال الإلكترونية، لذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أثر تعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع من خلال العناصر التالية: (مقررات التجارة الإلكترونية، مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية، تبني مشاريع تطبيقات التجارة الإلكترونية).

مشكلة البحث

لم تعد التجارة التقليدية قادرة على الاستجابة لمتغيرات العصر ومتطلباته، مما يحتم على الدول المتقدمة والنامية على حد سواء التحول نحو التجارة الإلكترونية، لذا تولي المؤسسات العلمية والبحثية اهتماماً نحو التحول الإلكتروني في مجال التعليم وتنمية المجتمع، ومن خلال عمل الباحث في المؤسسات العلمية والتعليمية، فقد شعرا بالحاجة إلى توفير مقررات خاصة بالتجارة الإلكترونية لمواكبة احتياجات سوق العمل للكوادر المتخصصة في هذا المجال نتيجة للتطورات المتسارعة في مجال الأعمال الإلكترونية، وقد أكدت العديد من الدراسات على أهمية تعليم وإنشاء تطبيقات إلكترونية تخدم أعمال التجارة الإلكترونية، وهذا ما أكدته دراسة (Felck, 2010)، حيث توصلت إلى أن التجارة الإلكترونية تحفز من أعباء العمل وتسرع وتيرته، وتقلل الأخطاء، ودراسة (Seresht, 2009)، أكدت على أن فاعلية تعليم وتطبيق التجارة الإلكترونية تعمل على اختصار الوقت الإداري، ويتضح من

الدراستين السابقتين قدرة التجارة الإلكترونية على المساعدة في نجاح العمل الإداري، وبالتالي الوصول إلى مستوى تحقيق رفاهية المجتمع، ولذا يمكن إبراز مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

❖ ما أثر تعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية؟

ويتفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

❖ ما أثر مقررات التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية؟

❖ ما أثر توفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية؟

❖ ما أثر تبني مشاريع التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية؟

أهداف الدراسة

تم تحديد الهدف الرئيس الذي تسعى الدراسة إلى تحقيقه في ما يلي:

- تحديد أثر تعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية.
- ويتفرع منه الأهداف الفرعية التالية:
- توضيح أثر تعليم مقررات التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية.
- معرفة أثر توفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية.
- تحديد أثر تبني مشاريع التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من الناحية العلمية والعملية في النقاط التالية:

الأهمية العلمية (النظرية) للدراسة:

1. تعزيز أهمية تعليم التجارة الإلكترونية لما لها من دور واضح في تنمية المجتمع.
2. تُؤسس هذه الدراسة لمزيد من الأبحاث والدراسات المستقبلية العلمية، حيث تناولت التجارة الإلكترونية وتنمية المجتمع.

3. توفير المعلومات في مجال التجارة الإلكترونية.

الأهمية العملية (التطبيقية) للدراسة:

تتمثل الأهمية العملية للدراسة في كونها:

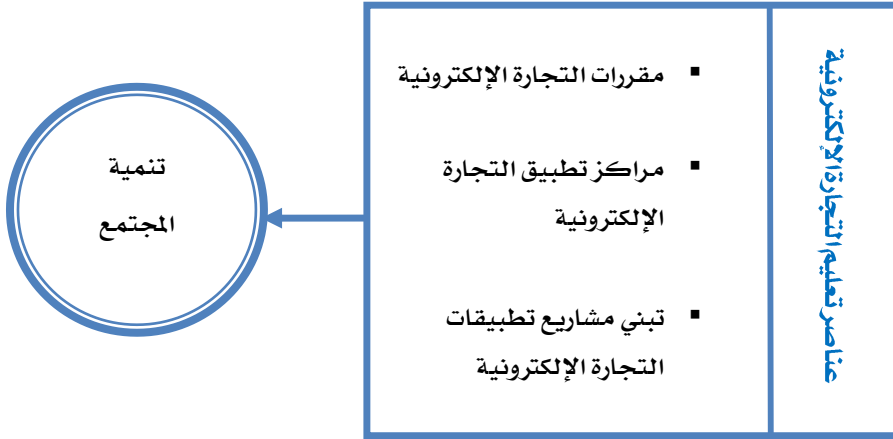
1. تتناول الدراسة قطاعاً مهماً وحيوياً على المستوى الوطني المتمثل بالجامعات اليمنية باعتبارها أحد القطاعات المهمة في تنمية المجتمع.

2. مساعدة المسؤولين وصُناع القرار بالجامعات اليمنية في التعرف على بعض نقاط الضعف في مجال تعليم التجارة الإلكترونية.
3. المساهمة في محاربة العادات السيئة في المجتمع (الواسطة ، المحسوبية ، الإكراميات ، والرشاوى).

الشكل(1) أنموذج الدراسة

المتغير التابع: تنمية المجتمع

المتغير المستقل: تعلم التجارة الإلكترونية



المصدر: الباحث 2021م

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية

- ❖ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية. ويتفرع منه الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية

- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتعليم مقررات التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية.

الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية

- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية.

الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني مشاريع التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية.

ثامناً: حدود الدراسة:

هناك ثلاثة مجالات رئيسة لكل دراسة، هي: المجال الجغرافي: ويقصد به البيئة التي تجري فيها الدراسة، والمجال البشري: الذي يتكون من عدة أفراد أو عدة جماعات أو وحدات اجتماعية، وهذا يتوقف على مشكلة الدراسة، والمجال الزمني: الذي يعنى الوقت الذي يستغرقه إعداد الدراسة (شفيق، 2001، ص: 21)، بالإضافة إلى المجال الموضوعي، والمجال المؤسسي، وتشمل حدود الدراسة ما يلي:

1- الحد الموضوعي: اقتصرت الدراسة على دور التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالتطبيق على الجامعات اليمنية الخاصة.

2- الحد المكاني: اقتصرت الدراسة على الجامعات الخاصة بأمانة العاصمة – الجمهورية اليمنية.

3- الحد المؤسسي: اقتصر نطاق هذه الدراسة على بعض الجامعات اليمنية الخاصة في أمانة العاصمة - صنعاء وهي: ثلاث جامعات خاصة، وهي (جامعة الأندلس للعلوم والتقنية، جامعة الحضارة، جامعة الملكة أروى).

4- الحد الزمني: شمل الحد الزمني للفترة من تاريخ 1-1-2019م، وحتى 28-11-2020م.

5- الحد البشري: تم تنفيذ هذه الدراسة على جميع الأفراد العاملين في نظم المعلومات المختلفة من القيادات الجامعية متمثلة بقياداتها الأكاديمية (أعضاء هيئة التدريس من حملة شهادة الدكتوراه والماجستير والبكالوريوس)، وقياداتها الإدارية (عمداء كليات، ورؤساء الأقسام، والمختصون) في جميع المستويات الإدارية (المستوى الاستراتيجي، المستوى التكتيكي، المستوى المعرفي، المستوى التشغيلي) للجامعات اليمنية الخاصة في العاصمة صنعاء موضع الدراسة.

مصطلحات الدراسة والتعريفات الإجرائية

التجارة الإلكترونية

عرفها عبدالمحسن (2004، ص: 490) بأنها نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين المنتجين أو بين الشركات بعضهم وبعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة أو هي شكل من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات بعضها وبعض الشركات وعملائها أو بين الشركات والإدارة العامة.

وتعرف على أنها "نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة أنظمة معترف بها دولياً وذلك باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل الإنترنت". (الناشري، 2016، ص: 117).

ويعرفها الباحث : بأنها شكل من أشكال التبادل التجاري تتم فيه عملية البيع والشراء بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بعضها البعض أو بين الحكومات، باستخدام شبكة الاتصالات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات.

تنمية المجتمع

ويعرفها الباحث : أنه عملية بناء المجتمع في مختلف المجالات عن طريق تقوية وتمكين أفراد المجتمع وتزويدهم بالأمور التي يحتاجها الأفراد ليستطيعوا إنجاز مهارات وعلوم ومعارف وخبرات حياتية وعلمية وعملية وتحقيق وبناء مشاريع خاصة لكل فرد من أفراد المجتمع يتمتع بقدرات وإمكانيات كبيرة وأفكار خلاقة ومنتجة.

الجامعات

يعرفها الباحث: أنها على مكان لقاء فئات مجتمعية مختلفة الأعمار، ويتم فيها تعليمهم وتزويدهم بالكثير من المعلومات المختلفة، وتضم نخبة متميزة ومتخصصة من أعضاء هيئة التدريس والباحثين لتزويد الطلاب بالمعلومات والاستشارات والسيناريوهات مستقبلية التي يمكن أن تساعد صناعات القرارات في تعديل أو رسم سياستهم بناءً على هذه المقترحات في مجالات مختلفة.

مقررات التجارة الإلكترونية

يعرفها الباحث: بأنها وضع الجامعات مقررات رسمية ضمن برامجها الدراسية ترتبط بالإدارة الإلكترونية وإدارة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية

يعرفها الباحث: بأنها إنشاء مراكز متخصصة بالجامعات توفر للطلاب والباحثين إمكانية ممارسة تطبيقات التجارة الإلكترونية.

تبني مشاريع التجارة الإلكترونية

يعرفها الباحث : بأنها تبني الجامعات مشاريع تخدم التجارة الإلكترونية من خلال الدعم المادي والفني والمعنوي.

منهجية الدراسة :

اتبع الباحث الأسس الموضوعية لتحديد المنهج الملائم الذي تقتضيه أهداف الدراسة في وصف الظاهرة والكشف عن حثياتها وتحليلها ، ونظرا إلى أنها ستمت عن طريق الاستبانة بهدف الوقوف عند حد الوصف والربط، بالاعتماد على المنهج الوصفي الذي يمكن من استجواب جميع أفراد العينة بغية وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها ، والمنهج التحليلي الذي يسمح بتحليل البيانات بغية الوصول إلى نتائج الدراسة.

عينة الدراسة وأداة جمع البيانات :

تم استخدام طريقة العينة العشوائية الطبقية في الجامعات (الأندلس، الحضارة، الملكة أروى) حيث تم توزيع (40) استبانة على مجتمع الدراسة، واستُرِدَّت (35) استبانة صالحة وتمَّ استخدامها في التحليل، من أصل مجتمع الدراسة المكون من (3) جامعات، وتمَّ استهداف عمداء الكليات ورؤساء الأقسام ومدرّس المساقات في الجامعات محل الدراسة.

جدول (1) إجمالي مجتمع الدراسة في الجامعات اليمنية الخاصة مجال الدراسة .

م	اسم الجامعة	حجم المجتمع
1	جامعة الأندلس للعلوم والتقنية	53
2	جامعة الملكة أروى	70
3	جامعة الحضارة	30
الإجمالي		153

المصدر: إعداد الباحث بناء على الدراسة الميدانية 2021م

جدول (2) نسبة الاستجابة

البيان	الاستجابة
1. مجموع الاستبانات الموزعة على المستجيبين	40
2. مجموع الاستبانات المستردة	40
3. الاستبانات التي لم تسترد	0
4. الاستبانات غير الصالحة للتحليل	5
5. الاستبانات الصالحة والمستخدمه في التحليل	35
نسبة الاستجابة	88%

المصدر: إعداد الباحث بناء على الدراسة الميدانية 2021م

وقد تمّ توزيع الاستبانات على عدد(3) جامعة، وتمّ استرجاع الاستبانات الصالحة منها، وتحديد نسبة الاستجابة، كما هو موضح في الجدول(2).

جدول (3) نسبة الاستجابة بحسب الجامعات :

الرقم	الجامعة	الموزع	الاستبانات الصالحة	نسبة الاستجابة
1.	جامعة الأندلس	14	14	%100
2.	جامعة الملكة أروى	13	10	%77
3.	جامعة الحضارة	13	11	%85
الإجمالي				%88

المصدر: إعداد الباحث بناء على الدراسة الميدانية 2021م

مبررات اختيار الجامعات اليمنية الخاصة مجال الدراسة:

عدد الجامعات العاملة في أمانة العاصمة صنعاء (28) جامعة وأكاديمية خاصة، تمّ اختيار

(3) جامعةً منها، لتطبيق الدراسة عليها، ويعود ذلك للأسباب التالية:

1. هذه الجامعات محلّ الدراسة هي جامعات عريقة، حيث عاصرت عملية التحول من الإدارة التقليدية في معاملاتها إلى الإدارة الإلكترونية، والتطورات في تكنولوجيا المعلومات، هو الذي فرض هذا التحول.
2. تمّ استبعاد الجامعات ذات التعليم التقليدي، والتركيز على الجامعات الأكثر التزاماً بنظم المعلومات والإدارة الإلكترونية .

3. تمّ اختيار أغلب الجامعات بناءً على معيار عمرها (تاريخ التأسيس أكثر 10 سنوات).

والجدول (4) يوضح تاريخ تأسيس الجامعات:

جدول (4) تاريخ تأسيس الجامعات:

الرقم	الجامعة	تاريخ التأسيس
1.	جامعة الملكة أروى	1995
2.	جامعة الأندلس	2003
3.	جامعة الحضارة	2012

المصدر: إعداد الباحث بناءً على الدراسة الميدانية 2021م .

وحدة التحليل

وحدة التحليل لهذه الدراسة هي الجامعات بإدارتها المهتمة بنظم المعلومات؛ لأن متغيرات هذه الدراسة: التجارة الإلكترونية بعناصرها كمتغير مستقل (مقررات التجارة الإلكترونية، مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية، تبني مشاريع التجارة الإلكترونية)، وتنمية المجتمع كمتغير تابع.

مصادر جمع بيانات الدراسة

اعتمدت على نوعين من المصادر:

أ. المصادر الثانوية: تم الرجوع إلى المعلومات التي تناولت موضوعي التجارة الإلكترونية وتنمية المجتمع من كتب، بحوث، دراسات، رسائل علمية، الدوريات والتقارير، أوراق بحثية مقدمة إلى ندوات أو مؤتمرات والوثائق الرسمية، والأنترنت، والتي تم الاطلاع عليها في المكتبات أو بالدخول إلى المواقع الإلكترونية، وغيرها مما له علاقة بموضوع الدراسة.

ب. المصادر الأولية: تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات الأولية من المبحوثين، لتحقيق أهداف الدراسة والوصول إلى نتائج تحقق تلك الأهداف، بحيث تتيح للمبحوثين الإجابة بسهولة على كل التساؤلات، وتم تصميمها بطريقة النهايات المغلقة(مقياس ليكرت الخماسي).

الإطار النظري للدراسة

التجارة الإلكترونية

نشأة وتطور التجارة الإلكترونية :

بدأ مصطلح التجارة الإلكترونية في الظهور بعد عام 1994 ، حيث ارتبط هذا المصطلح وبشكل كامل مع اختراع شبكة الإنترنت والتي غزت العالم واستطاعت ربط دول العالم بشكل لم يكن من الممكن تخيله سابقا.

مرت التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية بثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء استخدام أجهزة :الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الاقتصادية
(jps-dir.com/Forum/uploads/1364/qaseem.doc).

1- المرحلة الأولى :وتعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين Supply Chain أي بين الشركة الأم والفروع التي تتبع لها.

2- المرحلة الثانية :فيها بدأ التبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين Data Interchange Electronic وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة Value Added Network .

3- المرحلة الثالثة: وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت Electronic Commerce.

حققت هذه المرحلة مزايا كثيرة للمؤسسات الاقتصادية على مختلف أنواعها منها :

- تخفيض تكلفة إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير من خلال تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج الموقوت، مما يسمح بزيادة كفاءة العمليات الإنتاجية والتجارية، وهذا بدوره يساعد على فتح الأسواق في سبيل استقطاب العملاء الجدد مع إمكانية الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، ويعزز مكانة المؤسسة في زيادة قدرتها التنافسية.
- تعزيز إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تعمل على تخفيض التكاليف الثابتة والمتغيرة على السواء كأجور البريد ومراسلات تجارية، وبالإضافة إلى إنها عملت على الإسراع في فترة دوران المخزون والطلب عليه مما قلل من تكلفة العمليات الإجرائية المتبعة على الحاسب الآلي من إدخال و طباعة ومراجعة وغيرها من العمليات المرافقة لتنفيذ العقود وعقد الصفقات التجارية الإضافية.
- تحسين التدفقات المالية والنقدية للشركة وساهم في تقليل الأخطاء وتأكيد المعاملات فيم بينها.
- تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية وزيادة القدرة التنافسية بين الشركات، بالإضافة إلى زيادة حجم التبادل بين المؤسسات التجارية.

تعريف التجارة الإلكترونية (الناشري، 2016)

لا يوجد تعريف يمكن القول عنه ، أنه تعريف متفق عليه دولياً للتجارة الإلكترونية ، ولكن اجتهد المعنيون في هذا الشأن في إدراج العديد من التعريفات حول أدبيات موضوع التجارة الإلكترونية محاولين الوصول إلى تعريف شامل وعام يقوم على خدمة المتعاملين في التجارة الإلكترونية، ومنها:

1. منهج حديث في الأعمال موجه إلى السلع والخدمات وسرعة الأداء، ويتضمن استخدام شبكة الاتصالات في البحث واسترجاع المعلومات من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات.
2. مزيج من التكنولوجيا والخدمات من أجل الإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل مؤسسة الأعمال وبين مؤسسات الأعمال، وبين مؤسسات الأعمال والعملاء، أي عمليات البيع والشراء.
3. عمليات تبادل باستخدام نظام تبادل البيانات إلكترونياً (Electronic Data Interchange) والبريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية والفاكس وتحويل الأموال بواسطة الوسائط الإلكترونية (Electronic Funds Transfer) وكذلك كافة الوسائط الإلكترونية المشابهة.

4 . أداء العملية التجارية بين شركاء تجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة من أجل رفع كفاءة وفاعلية الأداء.

أما منظمة التجارة العالمية فتعرف التجارة الإلكترونية : (الناشري ، 2016)
بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية.

اهداف التجارة الإلكترونية ومميزاتها (<https://ait.sa/>)

- هناك الكثير من المميزات والإيجابيات التي نشأت عن التجارة الإلكترونية وتطورها بشكل فعال ، وفيما يلي سوف نتعرف على أهم مميزات التجارة الإلكترونية :
- إمكانية التعامل بالبيع والشراء من خلال تطبيق خاص بالتجارة الإلكترونية مع أكثر من شخص وفي وقت واحد.
 - التفاعل بين البائع والمشتري المتعاملين عن طريق شبكة الإنترنت وإن كان الطرفان غير متواجدين على شبكة واحدة.
 - يتم التعامل بين الطرفين بدون استخدام أي نوع من الأوراق.
 - تتم عملية التجارة الإلكترونية بأقل التكاليف الممكنة مع ضمان جودة وكفاءة المنتج والخدمات.
 - يمكن أن يتم بيع وشراء السلع غير المادية فوري من خلال شبكة الإنترنت.
 - توفير الوقت والمجهود ، يمكنك امتلاك كل ما ترغب فيه دون استغراق وقت أطول وبذل جهد في التسوق التقليدي والتجول.
 - توفر أكثر من وسيلة للدفع مثلاً عن طريق بطاقة الائتمان وذلك يحبذه الكثير من الأشخاص لعدم امتلاكهم المال للدفع فوري.
 - من مميزات التجارة الإلكترونية أنها غير مقيدة بوقت محدد ولا مواعيد زمان أو مكان ، يمكنك امتلاك كل ما ترغب فيه بضغطة زر.

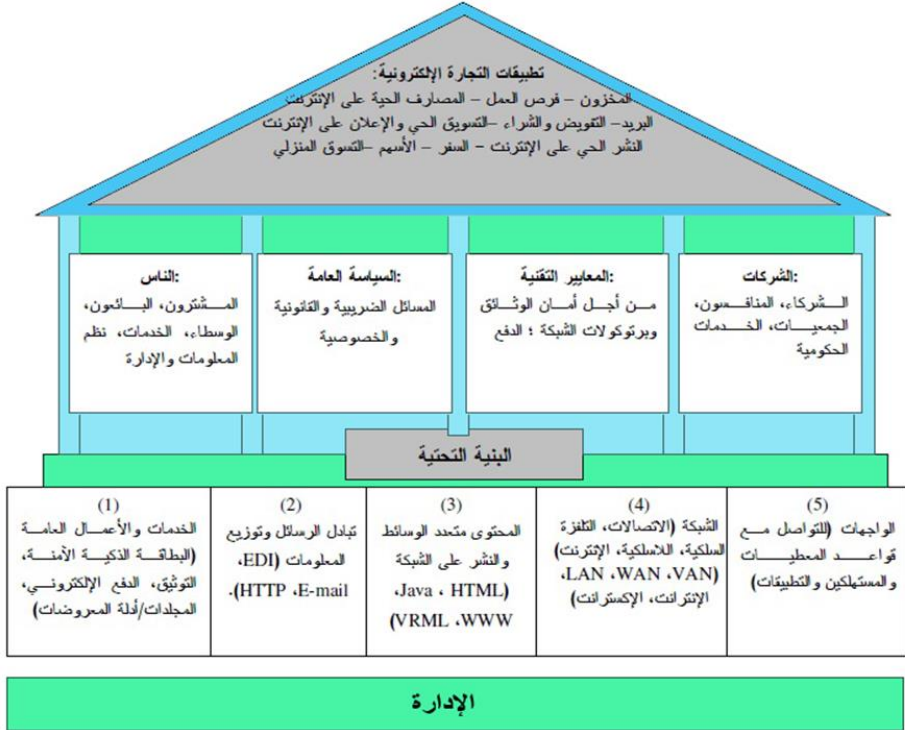
إطار عمل التجارة الإلكترونية (الناشري ، 2016)

يتمحور عمل تطبيقات التجارة الإلكترونية على :

1. الأشخاص : المشتريين ، البائعين ، الوسطاء وغيرهم .
2. السياسة العامة : القوانين ، الضرائب ، المعايير التقنية .
3. التسويق والإعلان : دراسة السوق ، الترويج ، محتوى الموقع ، الأسواق المستهدفة .

4. خدمات الدعم : التحقق من الطلب ، تطوير نظام الأمن وغيرها .
 5. شركاء العمل : التبادل التجاري ، السوق الإلكتروني وغيرهم.
- والشكل التالي يوضح إطار التجارة الإلكترونية:

شكل(2) إطار عمل التجارة الإلكترونية



المصدر: (الناشري، 2016) كتاب إدارة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية ، صنعاء ،اليمن

أنواع التجارة الإلكترونية (Laudon. Page (13)

هناك عدة أنواع من التجارة الإلكترونية من أهمها نذكر خاصة :

التعامل بين الشركة والمستهلك (Business-to-Consumer (B2C)

يعد هذا النوع من أهم أنواع التجارة الإلكترونية والذي يجري على شبكة الإنترنت حصراً، وهي متاحة لجميع مستخدمي الشبكة العالمية. تتميز بمبادلات هذا النوع ببساطتها وتقتصر غالباً على عمليات استعراض المنتجات وعمليات التسوق. ولإمكانية استخدام هذا النوع من التجارة الإلكترونية

من جميع مستخدمي الإنترنت، فغالبا ما تكون مبادلاته أقل وثوقيه وحماية من مبادلات (B2B) على الجهود التي تبذلها الشركات البرمجية في مجال حماية المعلومات وأمنها.

التعامل بين الشركة وشركة أخرى (Business-to-Business (B2B):

يمثل هذا النوع أغلب معاملات التجارة الإلكترونية حيث تستحوذ على ما يقارب 80 % من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم (Clarke, 2000)، وتجري عملياته بين الشركات التي تتبادل المعلومات والبضائع عادة فيما بينها والتي ترتبط عادة بعقود رسمية وقانونية (Barbara, 2000).

يتبادل في هذه الحالة أنواع معينة ومحددة من البضائع أو الخدمات وبأسعار متفق عليها بشكل مسبق، تجري المبادلات التجارية في هذه الحالة على شبكات خاصة تربط الشركات فيما بينها أو على شبكة الإنترنت، وتتميز المبادلات في كلتا الحالتين بوثوقيه عالية وبأمان في نقل المعلومات. وتكون المبادلات في هذا النوع من التجارة الإلكترونية معقدة، وتعكس إلى حد كبير المبادلات التجارية المعتادة بين الشركاء في عملية اقتصادية. يقتصر الولوج إلى هذه الشبكات أو الخدمات الخاصة على فئة معينة ومحددة من الأشخاص والشركات، ولكن هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتمتع بمهنية ووثوقيه عالية كما أن عائداته المادية مهمة جداً.

التعامل بين المؤسسة التجارية والحكومة (Business to Government (B2G):

وهذا الجانب من التجارة الإلكترونية لا يزال في مراحلها الأولية في معظم الدول، كما أن أغلب هذا النشاط يتركز على التفاعل الإلكتروني بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية مثل عمليات إثباتات ومدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البضائع منها، بالإضافة إلى ما تقوم به المؤسسات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية إلكترونياً. (Lake, 2000)

التعامل بين مستهلك و مستهلك آخر (Consumer-to-Consumer (C2C):

حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بأن يبيعوا لبعضهم البعض، وذلك من خلال المزادات التي تبني في شبكة الأنترنت.

التعامل بين مستخدم ومستخدم آخر. (Peer-to-Peer (P2P):

يعمل هذا النوع على تمكين مستخدمي الأنترنت على تبادل المعلومات، والاتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء، ومن ثم الاتفاق على أية صفقات تجارية تتم حسب الشروط المتفق عليها. وقد أوجدت

برامج خاصة لهذه الغاية والتي تمكن مستخدميها، تجاريون كانوا أم غيرهم بتبادل اطراف الحديث بصورة كتابية و سمعية ومرئية.

التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال :Mobile Commerce

يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع، حيث يتم بواسطته استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الاتصال بشبكة الأنترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والاطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء.

تنمية المجتمع

مفهوم تنمية المجتمع المحلي(عليق ، 2013)

حركة تستهدف تحسين الأحوال والظروف المعيشية للمجتمع ككل وتعتمد على المشاركة الإيجابية لأبناء المجتمع ، كما صاغ العلماء والمختصين في التنمية العديد من التعريفات التي تحدد مدلول اصطلاح تنمية المجتمع المحلي.

وفي ضوء تعريفاتهم تم تحديد الخصائص العامة لتنمية المجتمع المحلي:

- 1- تهتم تنمية المجتمع المحلي بكل الناس بالرغم أنه ليس من الضروري أن يشارك كل الناس في مشروعات تنمية المجتمع.
- 2- تركيز تنمية المجتمع دائماً بإحداث التغيير الاجتماعي المرغوب.
- 3- تهتم تنمية المجتمع بحياة المجتمع ككل وجميع احتياجات سكانه.
- 4- تركيز تنمية المجتمع على حل المشكلات وإشباع الاحتياجات المجتمعية.
- 5- تقوم تنمية المجتمع على فلسفة المشاركة.
- 6- تتضمن تنمية المجتمع دائماً مساعدات فنية من عدة جهات.
- 7- تتضمن تنمية المجتمع تخصصات عديدة لإتاحة الخدمات من كافة التخصصات للمجتمع.
- 8- تهتم تنمية المجتمع المحلي بالأهداف المادية والمعنوية.
- 9- تنمية المجتمع المحلي عملية تعليمية تهتم بالناس وما يحدث لهم من تغيرات وجدانية وفكرية إيجابية تنعكس على سلوكياتهم.
- 10- تتطلب عملية تنمية المجتمع فترات زمنية طويلة

أهداف تنمية المجتمع المحلي:

تهدف تنمية المجتمع المحلي إلى معالج التخلف والتفكك وحل المشكلات الاجتماعية ورفع مستوى معيش أبناء المجتمع وتهيئ مقومات الحياة الكريم ليعم الانتفاع الكامل بإمكانياتهم ومواردهم في إطار تنظيم علاقتهم وتهيئ طاقاتهم وقواهم للعمل الجماعي الموجه لإحداث التغيير الاجتماعي المنشود.

ويمكن تقسيم أهداف تنمي المجتمع إلى قسمين، أهداف الإنجاز ويشمل كل ما تحققه التنمية المحلي من منجزات مادية ، وأهداف معنوية.

الأهداف المادية : كرفع إنتاجية الأفراد وزيادة دخلهم الفردي، ومضاعفة الخدمات الصحية والتربوية والترفيهية ، بما يسهم في رفع المستوى العلمي للعقلي للمجتمع وتحقيق الرفاهية(أبو كريشة ، 2003).
الأهداف المعنوي : وتشمل المتغيرات السلوكية والمعرفية التي تطرأ على أفراد المجتمع المحلي، وتحقيق الضبط الاجتماعي بإيجاد مناخ ملائم لعملية التنمية يعزز معرفة الفرد لواجباته ودوره في عمليات التنمية ، كما تعمل التنمية المحلية على إيجاد نوع من التفاهم والتواصل بين أفراد المجتمع المحلي(حبتور ، 2004).

نماذج تنمية المجتمع المحلي:

إن رسم أي استراتيجية لتنمية المجتمع المحلي يفترض تصوراً واضحاً لطبيعة الأهداف المطلوبة حتى يمكن رسم السياسات التي تتلاءم معها، وهذا لا يأتي إلا إذا كان تصوراً واضحاً لطبيعة العلاقات وأنماطها نماذج السلوك والاتجاهات وطبيعة المؤسسة ، لقد تناولت العديد من الكتابات والدراسات في الفكر الاجتماعي نماذج تنمية المجتمعات المحلية وفيما يأتي عرض بعض النماذج:

أ نموذج العمل الإنمائي عند تايلور :قدم كارول تايلور أنموذجاً لخطوات العمل الإنمائي على مستوى المجتمعات المحلية في إحدى مقالاته عن تنمية المجتمع، وتمثلت خطوات هذا في (ليثي، 2001) - المناقشة منهجية الحاجات العامة ويمكن ذلك من اكتشاف المشكلات وتحديدها بدقة وتشخيص أسبابها الموضوعي .

- التخطيط المنهجي لتنفيذ برامج المساعدات الذاتية ، وهي خطوة تعقب إدراك أعضاء المجتمع لحاجاتهم ومشكلاتهم ومعرفة أسبابها، ويتم فيها رسم خط محلي لمواجهةها.

- تعبئة وتسخير الإمكانيات الاقتصادية والاجتماعية لجماعات المجتمع المحلي.

- تنمية الطموح المحلي وهو ما يولد الشعور بالفخر الجماعي والإنجاز، والذي يستثير الشعور بالولاء الاجتماعي والتماسك بين أهالي المجتمع المحلي.

أنموذج العمل الإنمائي عند وليام بيدل: قدم بيدل أنموذجاً ينظر إلى مراحل العمل الإنمائي من زاوية مسؤول التغيير، ويتضح ذلك من خلال طبع المرحل الأولى التي يستهل بها نموذجه، وتتمثل مراحل أنموذج بيدل في: (عبدالله، 2006)

- المرحلة الاستكشافية، ويقوم بها إحصائي التنمية بمحاولة اكتساب ثقة أهالي وقيادات المجتمع المحلي، وإقناعهم بدوره وبأهمية التغيير بالنسبة إليهم، ويتم ذلك من خلال لقاءه واجتماعاته معهم، ومن خلال الدراسات المحلية التي يقوم بها.

-المرحلة النقاشية، وتكون مهمة أخصائي التنمية في هذه المرحلة توجيه مناقشة الأهالي لمشكلاتهم المحلية مع مراعاة إتاحة الفرص أمام قيادات المجتمع للتعبير الحر عن أفكارهم ومخاوفهم واختيار البدائل.

-المرحلة التنظيمية ويتم فيها توكيل مجلس أو لجان شعبي تخصصي لتنفيذ التغيير المقصود.

-مرحلة النشاط ويتم هنا تنفيذ القرارات الجماعية التي تم التوصل إليها والتي تخدم الصالح العام.

-مرحلة التقييم ويتم فيها معرف الجوانب الإيجابية والسلبية للعملية التنموية.

-مرحلة الاستمرار ويعمل أخصائي التنمية في هذه المرحلة جعل العملية الإنمائية عملية تلقائية ومستمرة داخل المجتمع المحلي.

النظريات المرتبطة بتنمية المجتمع المحلي (عليق، 2013)

يرى Ronald J. Hustedde أن هناك سبعة نظريات أساسية من المهم أن يكون أخصائي تنمية المجتمع المحلي ملماً بها وهذه النظريات هي:

1-نظرية رأس المال الاجتماعي - العلاقات.

2-النظرية الوظيفية البنائية - البناء.

3-نظرية الصراع - القوة.

4-التفاعلية الرمزية - المعاني المشتركة.

5-نظرية الفعل الصريح - الاتصال من أجل التغيير.

6-نظرية الاختيار العقلاني - حوافز لاتخاذ القرار.

7-النظرية البنائية ل Giddens - تكامل الاهتمامات المتناقضة / المتباينة.

الإطار العملي للدراسة

اختبار الفرضيات

تهدف هذه الفقرة إلى اختبار صحة فرضيات الدراسة من عدمها من خلال استخدام أساليب الإحصاء التحليلي المناسبة لطبيعة البيانات وكيفية صياغة الفرضيات والهدف من الدراسة، حيث قام الباحث باستخدام أساليب الإحصاء الوصفي لتدعيم عملية اختبار الفرضيات.

اختبار الفرضية الرئيسية وفروعها:

اختبار الفرضية الرئيسية:

نصت هذه الفرضية على أنه : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية، ولاختبار هذه الفرضية، تمَّ تحليل الانحدار البسيط كما يلي:

جدول (5) اختبار الفرضية الرئيسية:

الحكم	Sig.	T. Test	Beta	Sig.	F. Test**	R ²	R	نص العلاقة
إثبات	*0.000	22.871	0.758	*0.000	523.083	0.574	0.758	أثر تعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات حزمة البرنامج الإحصائي (SPSS) 2021م

* أثر ذو دلالة إحصائية عن مستوى (0.05) فأقل.

** قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (389) ومتغير مستقل واحد تساوي = (3.865).

يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) في الجدول (5) أن تعليم التجارة الإلكترونية تفسر ما نسبته (0.574) من التباين أو التغيرات في تنمية المجتمع، مما يشير إلى أن (57.4%) من مستوى توفر تنمية المجتمع، ناتج عن تعليم التجارة الإلكترونية، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة F المحسوبة، والتي بلغت (523.083)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.05)، حيث جاءت أكبر من قيمة F الجدولية (3.865).

كما بلغت قيمة معامل الانحدار Beta (0.758)، وهذا يعني أنه بافتراض تحييد أثر المتغيرات الفرعية، أو أي متغيرات أخرى؛ فإن أي محاولة للزيادة في مستوى تعليم التجارة الإلكترونية بدرجة واحدة،

سيؤدي إلى تحسين إيجابي بمقدار (75.8%) في تنمية المجتمع، وهذا بالتالي يثبت وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لتعليم التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية، وبالتالي نثبت الفرضية.

أ- اختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية :

نصت هذه الفرضية على أنه: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتعليم مقررات التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية"، ولاختبار هذه الفرضية تمَّ استخدام تحليل الانحدار البسيط كما يلي:

جدول (6) اختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية :

الحكم	Sig.	T. Test	Beta	Sig.	F. Test**	R ²	R	نص العلاقة
إثبات	*0.000	10.527	0.471	*0.000	110.810	0.222	0.471	أثر تعليم مقررات التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات حزمة البرنامج الإحصائي (SPSS) 2021م

* أثر ذو دلالة إحصائية عن مستوى (0.05) فأقل.

** قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (389)، ومتغير مستقل واحد تساوي = (3.865).

يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) في الجدول (6) أن تعليم مقررات التجارة الإلكترونية يفسر ما نسبته (0.222) من التباين أو التغيرات في تنمية المجتمع، مما يشير إلى أن (22.2%) من مستوى تنمية المجتمع، ناتج من تعليم مقررات التجارة الإلكترونية، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة F المحسوبة، والتي بلغت (110.810)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.05)، حيث جاءت أكبر من قيمة F الجدولية (3.865).

كما بلغت قيمة معامل الانحدار Beta (0.471)، وهذا يعني أنه بافتراض تحييد أثر بقية المتغيرات؛ فإن أي محاولة للزيادة في مستوى تعليم التجارة الإلكترونية بدرجة واحدة سيؤدي إلى تحسين إيجابي بمقدار (47.1%) في تنمية المجتمع، وهذا بالتالي يثبت وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لتعليم مقررات التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية. وبالتالي نثبت هذه الفرضية.

ب. اختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية :

نصت هذه الفرضية على أنه: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتوفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية". ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط كما يلي:

جدول (7) اختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية :

الحكم	Sig.	T. Test	Beta	Sig.	F. Test**	R ²	R	نص العلاقة
إثبات	*0.000	15.581	0.620	*0.000	242.761	0.385	0.620	أثر توفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات حزمة البرنامج الإحصائي (SPSS) 2021م

*أثر ذو دلالة إحصائية عن مستوى (0.05) فأقل.

**قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (389)، ومتغير مستقل واحد تساوي = (3.865).

يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) في الجدول (7) أن توفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية يفسر ما نسبته (0.385) من التباين أو التغيرات في تنمية المجتمع، مما يشير إلى أن (38.5%) من تنمية المجتمع، ناتج من توفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (242.761)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.05)، حيث جاءت أكبر من قيمة F الجدولية (3.865).

كما بلغت قيمة معامل الانحدار Beta (0.620)، وهذا يعني أنه بافتراض تحييد أثر بقية المتغيرات؛ فإن أي محاولة للزيادة في مستوى توفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية بدرجة واحدة سيؤدي إلى تحسين إيجابي بمقدار (62%) في تنمية المجتمع. وهذا بالتالي يثبت وجود تأثير ذي دلالة إحصائية توفير مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية. وبالتالي نشأت هذه الفرضية.

ج. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية

نصت هذه الفرضية على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني مشاريع التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية". ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط كما يلي:

جدول (8) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية:

الحكم	Sig.	T. Test	Beta	Sig.	F. Test**	R ²	R	نص العلاقة
إثبات	*0.000	15.555	0.620	*0.000	241.972	0.384	0.620	أثر تبني مشاريع التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات حزمة البرنامج الإحصائي (SPSS) 2021م

* أثر ذو دلالة إحصائية عن مستوى (0.05) فأقل.

** قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (389)، ومتغير مستقل واحد تساوي = (3.865).

يتضح من قيمة معامل التحديد (R^2) في الجدول (8) أن تبني مشاريع التجارة الإلكترونية يفسر ما نسبته (0.384) من التباين أو التغيرات في تنمية المجتمع، مما يشير إلى أن (38.4%) من مستوى تنمية المجتمع، ناتج من تبني مشاريع التجارة الإلكترونية في هذه الجامعات، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة F المحسوبة والتي بلغت (241.972)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.05)، حيث جاءت أكبر من قيمة F الجدولية (3.865).

كما بلغت قيمة معامل الانحدار Beta (0.620)، وهذا يعني أنه بافتراض تحييد أثر بقية المتغيرات؛ فإن أي محاولة للزيادة في تبني مشاريع التجارة الإلكترونية بدرجة واحدة سيؤدي إلى تحسين إيجابي بمقدار (62%) في تنمية المجتمع، وهذا بالتالي يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتبني مشاريع التجارة الإلكترونية في تنمية المجتمع بالجامعات اليمنية. وبالتالي تثبت هذه الفرضية.

الاستنتاجات والتوصيات:

أولاً: الاستنتاجات :

- 1- خلص البحث إلى أن تعليم التجارة الإلكترونية، هي التي ستمكّن الجامعات اليمنية، من تنمية الأثر الإيجابي فيها.
- 2- يعتبر تعليم التجارة الإلكترونية ضروري؛ لزيادة تنمية المجتمع في الجامعات اليمنية ، واستثمار عناصرها وفق استراتيجية شاملة؛ تعتمد على توفير بيئة تقنية، تستجيب لمتطلبات تنمية المجتمع، وتدعم رؤية ورسالة الجامعات، وأهدافها الاستراتيجية، وعمليات صناعة القرار، وتعزز المكانة التنافسية وضمان الاستمرارية والنمو والتقدم والازدهار.
- 3- جاء عنصر توافر مقررات التجارة الإلكترونية من تعلم التجارة الإلكترونية في الجامعات اليمنية ، بدرجة توافر كبيرة في تنمية المجتمع، وهذا يدل أن الجامعات لديها مستوى جيد في تعليم التجارة الإلكترونية.
- 4- أظهرت النتائج أن مراكز تطبيق التجارة الإلكترونية لازالت ضمن خطط واستراتيجيات الجامعات باستحداث كل ما يتعلق بعناصر التجارة الإلكترونية وتوافرها، يزيد من فرص نجاح تفعيل تنمية المجتمع.
- 5- تبين من خلال النتائج أن الاهتمام بتنمية المجتمع لا يزال ضمن التزاماتها تجاه المجتمع ، من أجل تعزيز الجانب الخدمي الإلكتروني بشكل مستمر.
- 6- أظهرت النتائج أن الجامعات اليمنية حريصة على رفع مستوى تجهيزاتها الخاصة بتعليم التجارة الإلكترونية من خلال توفير عناصرها ، مع الاهتمام بتوظيفها بالشكل المطلوب بما ينعكس؛ في تنمية المجتمع.
- 7- تعتبر تنمية المجتمع أداة فعالة لنجاح الجامعات .
- 8- تعد تنمية المجتمع عملية مستمرة مهمة تسهل عملية صناعة القرارات الإدارية السليمة.

ثانياً: التوصيات :

- 1- فتح تخصص خاص باسم التجارة الإلكترونية ضمن التخصصات الرئيسة في الجامعات.
- 2- التنوع في التخصصات الإلكترونية.
- 3- تطوير المقررات الدراسية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية بما يتواءم مع التطورات المستمرة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.
- 4- العمل على إنشاء مراكز متخصصة إبداعية لتطبيق التجارة الإلكترونية.
- 5- تبني المشاريع الابتكارية في مجال تطبيقات التجارة الإلكترونية

- 6- وضع التشريعات القانونية والأنظمة واللوائح التي تحكم التعاملات الإلكترونية التجارية.
- 7- العمل على تحسين وضع شبكة الإنترنت لخلق بنية تحتية لتجارة إلكترونية فاعلة.
- 8- نشر الوعي المجتمعي حول الانتقال من التجارة التقليدية إلى ممارسات التجارة الإلكترونية من حيث الدفع الإلكتروني والفيزا الإلكترونية وغيرها.
- 9- العمل على تفعيل الشبكة الداخلية (الإنترانت) في الجامعات ، حتى يسهل الحصول على المعلومة في الوقت المناسب.

آفاق الدراسة المستقبلية

- من خلال النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الحالية، يقترح الباحث إجراء البحوث والدراسات الآتية:
- 1- مدى جاهزية الجامعات اليمنية للتحويل إلى جامعات إلكترونية.
 - 2- أثر تعليم التجارة الإلكترونية على مستوى الجودة في المؤسسات التعليمية.
 - 3- أثر تطبيق أنظمة التعلم الإلكتروني على جودة العملية التعليمية .
 - 4- تقييم مدى فعالية أنظمة التجارة الإلكترونية في الجامعات اليمنية.
 - 5- أثر أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية على الميزة التنافسية بالتطبيق على الجامعات.
 - 6- أثر التجارة الإلكترونية في الإبداع التنظيمي ، بالتطبيق على الجامعات.

المراجع

- 1- أبو كريشة ، عبد الرحيم تمام (2003). دراسات في علم اجتماع التنمية. الاسكندرية :المكتب الجامعي الحديث.
- 2- الناشري، إبراهيم إسماعيل، (2016)، إدارة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، نبراس اليمن للطباعة والنشر، صنعاء، اليمن.
- 3- حبتور، عبدالعزيز صالح (2004). الإدارة الاستراتيجية، إدارة جديدة في عالم متغير. ط 0، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 4- شفيق، محمد (2001). "البحث العلمي: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية"، الطبعة الرابعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر.
- 5- عبد المحسن ، توفيق محمد، (2004)، التسويق وتحديات التجارة الالكترونية، دار الفكر العربي، مصر.
- 6- عبدالله، محمد عبدالفتاح محمد (2006) تنمية المجتمعات المحلية من منظور الخدمة الاجتماعية. الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث.
- 7- عليق ، محمد احمد يوسف(2013).القيادة وتنمية المجتمعات المحلية ، مكتبة المتبني ، الدمام ، السعودية .
- 8- قاسم النعيمي: التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة، موقع الكتروني
jps-dir.com/Forum/uploads/1364/qaseem.doc
- 9- ليثي، محمد علي . (2001) التنمية الاقتصادية. الاسكندرية : الدار الجامعي للطبع والتوزيع.

- 10- Barbara M. et al “Government Statistics: E-Commerce and Electronic Economy” a paper prepared for presentation to the Federal Economic Statistic, Advisory Committee (FESAC), June 15, 2000.p.2.
- 11- **Felck, C.** (2010). "**Using Computers in Croatia National University Divisions**". Journal of Research in Higher Education, 2 (1), 111 - 169.
- 12- Kenneth C. Laudon opcit., Page (13) .
- 13- Roger Clarke “Electronic Commerce Definitions” Department of Computer Science, Australian National University, 2000. p.2
- 14- **Seresht, H.** (2009). "**E-Maragement: Barriers and challenges in Iran**". Phd. Dollamed Tabateebe University.
- 15- Shaun Lake “E-Commerce and LDCs Challenges for enterprises and governments” a paper prepared for UNCTAD Regional meeting on electronic commerce and development, Kathmandu,Nepal 30-31 May 2000, p.9
- 16- <https://aait.sa>اهداف التجارة الإلكترونية
- 17- (<http://www.commerce.gov.sa/ecommm/art1>).