

مدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية من وجهة نظر الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للموانئ (دراسة تطبيقية على الشركة الليبية للموانئ بالخمس)

أ. ضوء مصطفى جبران

كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب
DMJubran@elmergib.edu.ly

أ. ميلاد أحمد زلطوم

كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب
miladahmedzaltum2018@gmail.com

يحي أحمد زلطوم

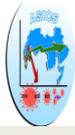
كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب
yahyazaltum22@gmail.com

الملخص:

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة تحول سريع وكبير من مفهوم التجارة بشكلها التقليدي المعروف إلى شكلها الجديد المعاصر والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية، حيث كان الفضل لهذا التطور هو النقلة النوعية والسريعة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (الإنترنت)، حيث لعبت دوراً أساسياً في توفير جميع متطلبات التجارة الإلكترونية، وبما أن أغلب الدول العربية تعتمد بشكل كبير على التجارة الإلكترونية في إدارة شركاتها ومؤسساتها للرفع من مستوى خدماتها والاستغلال الأمثل لجميع مواردها المتاحة في ظل الظروف السياسية والاقتصادية المحيطة بهذه الدول، حيث عملت التجارة الإلكترونية على إيجاد حلول كثيرة للقضاء على مشاكل عده للشركات والمؤسسات المالية والتي من أبرزها العوائق المتعلقة بعمليات البيع والشراء ونقل الأموال وكذلك الحدود والفواصل الجغرافية لعملياتها، ومن هذا المنطلق تبرز أهمية الدراسة من خلال دراسة وتحليل العلاقة بين الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية والسهولة في استخدام التجارة الإلكترونية والتأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية على النية في استخدام التجارة الإلكترونية حيث تم توزيع عدد 80 استبانة على الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للموانئ وذلك بإتباع الأسلوب الوصفي الكمي لتحليل الاستبيان عن طريق البرنامج الإحصائي (SPSS) وبما أن حجم المجتمع صغير تم اتباع طريقة المسح الشامل (Census Method). فقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة احصائية بين متغيرات الدراسة المستقلة (الفائدة - السهولة - التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية) والمتغير التابع (النية في استخدام التجارة الإلكترونية)، كما توصلت إلى أن هناك ميول واضح في رغبة الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للموانئ في استخدام التجارة الإلكترونية، وأخيراً أوصت الدراسة بضرورة العمل على تطوير المنظومة التعليمية بشكل يجعلها تواكب فرص التنمية التي تتبثق عن التجارة الإلكترونية وذلك من خلال عقد ندوات وورش عمل من شأنها التعريف بالتجارة الإلكترونية ومدى أهميتها، كما أوصت ببناء بنية قانونية وتشريعية تلبي احتياجات ومتطلبات التجارة الإلكترونية ونشر الوعي بين الشركات والمؤسسات بأهمية التجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: الفائدة - السهولة - التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية - النية في استخدام التجارة الإلكترونية - نظرية TAM - نظرية UTAUT.





1. الاطار العام للدراسة:

1.1 المقدمة:

شهد العالم في الآونة الأخيرة تحول سريع وكبير في مفهوم التجارة بشكلها التقليدي المعروف إلى شكلها الجديد المعاصر والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية، حيث كان الفضل لهذا التطور هو النقلة النوعية والسريعة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (الإنترنت)، حيث لعبت دورا أساسيا في توفير جميع متطلبات التجارة الإلكترونية والتي تعتبر إحدى متطلبات رواد الأعمال التي تساهم في التطور الاستراتيجي للمنشأة.

كما أن كل دول العالم الأول تعتمد وبشكل رئيسي في أعمال شركاتها ومؤسساتها المالية على التجارة الإلكترونية، وجل دول العالم الثاني بل وحتى دول العالم الثالث (الدول النامية) تسعى بجد وبشكل ملحوظ للإحاق بالركب والاستفادة من التطور المعلوماتي والتكنولوجي حسب إمكانياتها المتاحة لتحقيق أقصى منفعة، وبما أن أغلب الدول العربية تعتمد بشكل كبير على التجارة الإلكترونية في إدارة شركاتها ومؤسساتها لرفع من مستوى خدماتها والاستغلال الأمثل لجميع مواردها المتاحة في ظل الظروف السياسية والاقتصادية المحيطة بهذه الدول.

حيث عملت التجارة الإلكترونية على إيجاد حلول كثيرة للقضاء على مشاكل عدة للشركات والمؤسسات المالية والتي من أبرزها العوائق المتعلقة بعمليات البيع والشراء ونقل الأموال وكذلك الحدود والفواصل الجغرافية لعملياتها وهذا مما يساعد الكثير من رواد الأعمال في إمكانية تحقيق التجارة الدولية المشتركة.

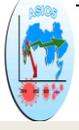
2.1 مشكلة الدراسة:

بالرغم من التطور الكبير الذي شهده العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والذي بدوره أدى إلى تطور مفهوم التجارة بشكلها الحالي، إلا أنه في المقابل هناك مجموعة من المتطلبات والمقومات التي تحتاجها الشركة لتحديد إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية من عدمها، حيث أن التجارة الإلكترونية تساهم في زيادة العمليات المالية للشركة والذي بدوره يزيد من حجم الحسابات المالية، مما يؤكد أهمية التجارة الإلكترونية.

وتتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل التالي:

ما مدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية من وجهة نظر الموظفين الماليين والإداريين بالشركة
الليبية للموانئ؟.





3.1 أهمية الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية من وجهة نظر الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للمواني، والفائدة من تطبيقها وذلك من خلال ما يلي:

1- التعرف بمصطلح التجارة الإلكترونية وبأهميتها، كعنصر رئيسي وهام في تطور الشركة في الوقت الحاضر.

2- توضيح الدور التي تقوم به التجارة الإلكترونية في زيادة العمليات والعائدات المالية.

3- الرفع من القدرة الاستيعابية لاستخدام التجارة الإلكترونية لدى العاملين بالشركة.

4- الرفع من الإمكانيات والاستغلال الأمثل للطاقات المتاحة باستخدام التجارة الإلكترونية في ظل البيئة التي تعمل بها الشركة.

4.1 أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية التي تعتبر أحد الأساليب لتحقيق أهداف ريادة الأعمال من وجهة نظر الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للمواني من خلال التركيز على متغيرات الدراسة كما هو مبين في النقاط التالية:

1- دراسة وتحليل العلاقة بين الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية.

2- دراسة وتحليل العلاقة بين السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية.

3- دراسة وتحليل العلاقة بين التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية.

5.1 منهجية الدراسة:

1.5.1 مجتمع وعينة الدراسة:

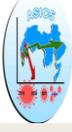
يتمثل مجتمع الدراسة في الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للمواني والبالغ عددهم 80 موظف ونظرا لصغر حجم مجتمع الدراسة، سيتم اعتبار عينة الدراسة هي مجتمع الدراسة وهو ما يعرف بالطريقة التوافقية (Census method) أو المسح الشامل.

2.5.1 تحليل عينة الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي الكمي في تحليل البيانات المجمعة من خلال توزيع استمارة الإستبيان على الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للمواني، حيث أن استمارة الإستبيان مقسمة إلى جزئين حيث يضم الجزء الأول المعلومات الديموغرافية (Demographic characteristics)، والجزء الثاني يضم معلومات عن المتغيرات المستقلة الثلاثة (الفائدة، السهولة، التأثير الاجتماعي) بالإضافة إلى المتغير



مدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية من وجهة نظر الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للموانئ
أ. ميلاد أحمد زلطوم، أ. ضوء مصطفى جبران، يحي أحمد زلطوم كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب



التابع (النية في استخدام التجارة الإلكترونية)، ولدراسة فقرات الاستبيان ومدى صلاحيتها للقياس قام الباحث بعرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من الأكاديميين وقد اجمع معظمهم على صلاحية الاداة بعد التعديل في بعض الفقرات بالإضافة إلى توزيع 20 استبانة على عينة بعيدة عن عينة مجتمع الدراسة حيث كانت الردود بنسبة 100%، وقد قام الباحث بقياس معدل الصدق والثبات لفقرات الإستبيان باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS كأداة أخرى لمعرفة الصدق والثبات إلى جانب المحكمين الأكاديميين حيث كانت كالاتي:

1- المصدقية (Validity): المصدقية لها القدرة على توضيح وتفسير التجانس بين مؤشرات المتغيرات التي تتمثل في أسئلة الدراسة الموجودة في قائمة الإستبيان، وكذلك مقارنة الارتباط بين تلك المؤشرات ومعامل ألفا (مستوى الدلالة المعنوية 0.05) بحيث إذا كانت المصدقية أقل من مستوى الدلالة المعنوية $0.05 >$ تعتبر مقبولة، وإذا كانت أكبر من مستوى الدلالة $0.05 <$ تعتبر مرفوضة كما هو موضح في الجدول رقم (1) التالي:

جدول رقم (1)

المتغيرات (Variable)	الصف (Item)	مستوى الدلالة المعنوية (sig)	الشرح (Exp)
الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية	X1.1	0.001	مصدقية
	X1.2	0.001	مصدقية
	X1.3	0.020	مصدقية
	X1.4	0.012	مصدقية
السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية	X2.1	0.029	مصدقية
	X2.2	0.000	مصدقية
	X2.3	0.000	مصدقية
	X2.4	0.000	مصدقية
التأثير الإجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية	X3.1	0.000	مصدقية
	X3.2	0.000	مصدقية
	X3.3	0.000	مصدقية
النية في استخدام التجارة الإلكترونية	Y1.1	0.005	مصدقية
	Y1.2	0.000	مصدقية
	Y1.3	0.039	مصدقية
	Y1.4	0.005	مصدقية

2- الثبات (Reliability): تكمن أهمية الثبات في الإدراك بين المؤشرات والمتغيرات ، وبمعنى آخر معرفة ما إذا كانت المتغيرات ذات ثبات أو لا وهذا يكون من خلال مقارنة معامل كرونباخ ألفا بنسبة إحصائية 60% بحيث إذا كانت أكبر من $60\% <$ يعتبر المتغير ذو ثبات، وأما إذا كانت أصغر من $60\% >$ يفقد المتغير ثباته كما هو موضح في الجدول رقم (2) التالي:



جدول رقم (2)

المتغير (Variable)	كرونباخ ألفا (chronbachs Alpha)	المعلومات (Information)
الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية	0.614	ثبات
السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية	0.609	ثبات
التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية	0.703	ثبات
النية في استخدام التجارة الإلكترونية	0.692	ثبات
معدل الثبات العام لنموذج الدراسة	0.601	ثبات

6.1 حدود الدراسة:

1.6.1 الحدود المكانية: الشركة الليبية للمواني (ميناء الخمس البحري).

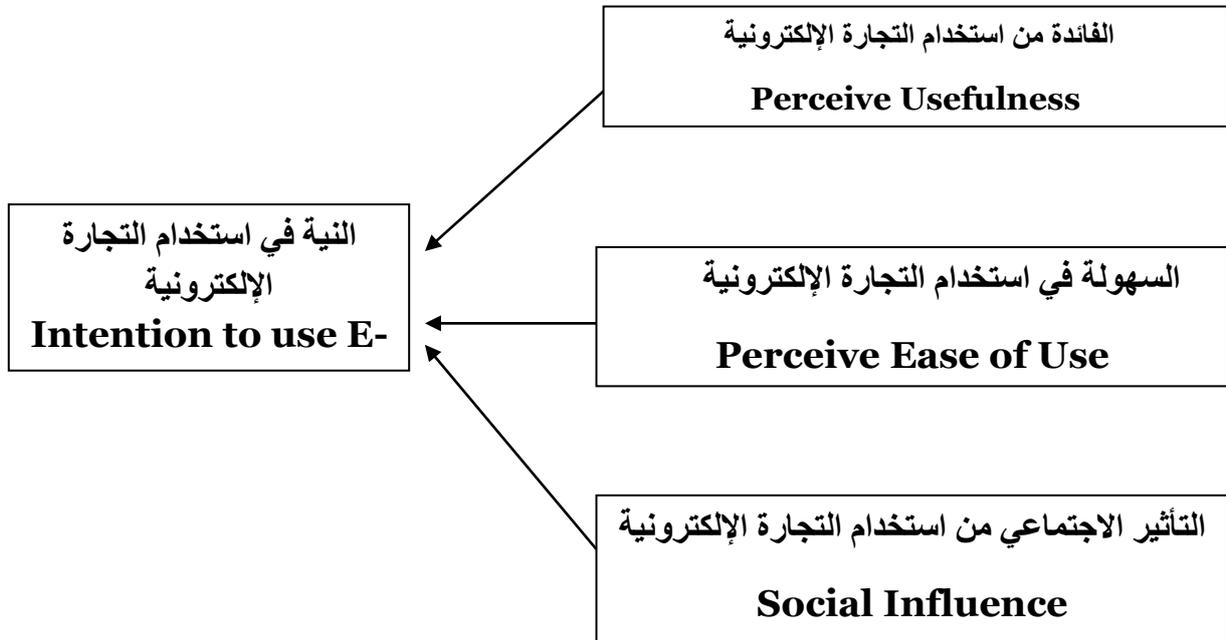
2.6.1 الحدود الزمنية: الفترة من 01-10-2018م إلى 20-02-2019م.

3.6.1 الحدود البشرية: الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للمواني (ميناء الخمس البحري) والبالغ عددهم 80 موظف.

7.1 نموذج الدراسة:

ثم الاستناد في إعداد نموذج الدراسة على النظريتين التاليتين:

- Technology of Acceptance Model (TAM).
- Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).

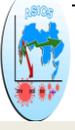


8.1 الدراسات السابقة:

1.8.1 دراسة صارة، (2015) بعنوان التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية، أوضحت

هذه الدراسة الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الإلكترونية، إلا أنه حسب تحليل الإحصائيات لوحظ أن هناك تأخر كبيراً في مجال البنية التحتية للاتصالات لاسيما الإنترنت، مما حال دون توسع التجارة الإلكترونية في الجزائر، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو التجارة الإلكترونية حيث منها ما هو قانوني، تجاري، ثقافي، واجتماعي، ولكي تترك الجزائر مسار التجارة الإلكترونية يتطلب جملة من التغيرات وإعادة الترتيبات والتخطيط والتفكير الدقيق والتركيز على العوامل الإيجابية واستخدامها بشكل سليم للانطلاق الفعلي في المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال سياسة التنقيف الإلكتروني، وتكمن أهمية الدراسة في أن التجارة الإلكترونية أصبحت لازمة للتبادل التجاري في الدول المتقدمة لذلك صارت من أقوى وأهم مرتكزات الاقتصاد الوطني حيث ما هي إلا مرحلة متطورة من التجارة تعتمد على النقل الإلكتروني للمعطيات والمعلومات المتعلقة بالنشاطات التجارية ولقد بدأت هذه التجارة بالظهور على مستوى المؤسسات (B2B) ثم تطورت أكثر لتشمل الأفراد المستهلكين (B2C) مما جعل هذه التجارة تتطور وتتمو لتصل إلى المستوى الذي هي عليه الآن أي تقديمها وعرضها للعديد من الامتيازات لارتكازها على تكنولوجيا الشبكات وهذا بدوره يفرض على البلدان العربية مواكبة هذه النقلة النوعية وذلك من خلال نشر الإنترنت والتجارة الإلكترونية، حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود ارتباط وثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفير قاعدة تكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصالات بصفتها البنية التحتية لها، تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية وزيادة معدلات استخدامها بصورة أساسية في مختلف أنحاء العالم، وعلى الحكومة الجزائرية والحكومات العربية أن تشجع على ممارسة التجارة الإلكترونية من خلال سن تشريعات مغرية لها تتضمن إعفاءات أو تخفيضات ضريبية لفترة زمنية محدودة، وجود ضعف مؤشر الاتصالات، كالخطوط الهاتفية الثابتة والنقالة وتكلفة الاتصال وفترات الانتظار للحصول على خدمات هاتفية في كثير من البلدان العربية لا سيما الأقل نمو رغم أهميته في دعم تطور التجارة الإلكترونية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة توصيات نذكر أهمها: إعطاء الأولوية لقطاع العلوم وتقنية المعلومات في إعداد وصياغة برامج وخطط التعليم القومية، وتكوين تحالف رقمي مع الدول العربية في مجال أنشطة المعلوماتية والتجارة الإلكترونية من أجل الاستفادة من التجارب الناجحة، واستغلال تطبيقات التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية في كل دولة واستثمار ذلك في دعم التبادل التجاري الإلكتروني فيما بين الدول العربية، وضرورة بث الوعي والثقة في المستهلكين من خلال ندوات وبرامج حول أهمية التجارة الإلكترونية ودورها في التنمية، وسن التشريعات القانونية وتحديد الأطر التنظيمية لحماية مستخدمي تقنية المعلومات والحفاظ على حقوق المستهلكين والبائعين في بيئة التجارة الإلكترونية.





2.8.1 دراسة خلايفية، (2012) بعنوان دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية، أوضحت

الدراسة دور التجارة الإلكترونية في حل مشاكل كثيرة كانت تعاني منها التجارة التقليدية، وخلقت سلعا خاصة بها فهي توفر السرعة والاطلاع الواسع على المعلومات التجارية في كل أنحاء العالم وسهلت التعامل بين كل المتعاملين الاقتصاديين من زبائن وموردين، وخاصة المؤسسات العالمية التي تحتاج للتعامل الدائم مع كل المتعاملين في كل أنحاء العالم، وما جعل التجارة الإلكترونية تتطور وتتمو لتصل إلى المستوى الذي هي عليه الآن، هو تقديمها للعديد من الامتيازات من اختصار كبير في التكاليف المرتبطة بالزمن والمسافة، زيادة على هذا فإنها تعد بفتح أسواق جديدة وإنشاء قطاعات نشاط تتوافق وهذا النوع من التجارة وخاصة الخدمية منها، وكون التجارة الإلكترونية هي تبادل السلع والخدمات عبر الإنترنت، التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل أو بعض المعاملات التجارية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من بينها الإنترنت، وتكمن أهمية الدراسة في المعرفة الجيدة والدقيقة بطبيعة التجارة الإلكترونية وما يمكن أن تقدمه في ظل العولمة، أصبح ضرورياً من أجل تحفيز المؤسسات على تطبيق هذه التجارة في معاملاتها التجارية الداخلية والخارجية ومناقشة مدى مساهمتها في تحقيق المزايا التنافسية للشركات بما يسهم في تنمية الاقتصاد الوطني، ومن بين النتائج التي تم استخلاصها من الدراسة أن للتجارة الإلكترونية تأثير في تحقيق المزايا التنافسية للشركات وكذلك تتيح دخول شركات جديدة إلى السوق نتيجة انخفاض تكاليف تأسيس مقر لها وكذلك انخفاض تكاليف مراحل عديدة من التبادل التجاري وهو ما ينعكس أيضاً على زيادة المنافسة وظهور فائض المستهلك نتيجة انخفاض الأسعار، وتساعد التجارة الإلكترونية على التوسع في الأسواق الدولية وكذلك سرعة الوصول إليها، كما تساعد على انجاز الصفقات التجارية فوراً وبأقل تكلفة، وتعتبر التجارة الإلكترونية فرصة للشركات لتوسع نطاق عملائها لأنها وسيلة ناجحة وفعالة لترويج السلع والخدمات في جميع أنحاء العالم كما أنها تمكن من التعرف بالمؤسسات وعرض المنتجات بأقل التكاليف، وتحقق التجارة الإلكترونية فوائد عديدة سواء للأفراد أو المنظمات أو المجتمع، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها: توفير البنى التحتية للاتصالات والتجارة الإلكترونية، وضرورة تهيئة بيئة قانونية تشريعية تتصف بالشفافية والمرونة، وتعزيز ودعم دور المصارف التجارية في المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال تسهيل إتمام وتحصيل المدفوعات والحفاظ على حقوق الأطراف المتعاملين، وضرورة تهيئة القواعد والأطر والإجراءات لضمان الحماية والأمان والسرية والمحافظة على خصوصيات الشركات والأعمال الخاصة بالتجارة الإلكترونية، إن أهمية الزمن في التجارة الإلكترونية يعتبر من المزايا التي يلمسها رجال الأعمال والمستثمرين لذلك لا بد من العمل على الاهتمام بأمر الزمن خصوصا في سرعة توفير المعلومات عن الأسواق والمنتجات والشركات.





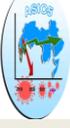
3.8.1 دراسة العميري والمعتاز، (2005) بعنوان أثر التجارة الإلكترونية على تخطيط أعمال

المراجعة، أوضحت هذه الدراسة أن ممارسة التجارة الإلكترونية تلعب دوراً مهماً في دنيا الأعمال من خلال تخطي الحواجز الجغرافية، وبالتالي زيادة عدد العملاء ومما لا شك فيه أن مباشرة التجارة الإلكترونية سوف يلقي آثاراً متعددة على نظام المعلومات المحاسبية للمنشأة، وقد أوضحت الدراسة أن التجارة الإلكترونية ظاهرة معاصرة حولت جزءاً من أداء الأعمال من الطرق التقليدية إلى الطرق الآلية، وهذا بدوره أوجد نوعاً من الإجراءات الجديدة التي تحتاج إلى الكثير من البحوث لكي تتأصل وتصبح مألوفة، ويتم التعامل معها بالطرق التي تجعلها أكثر قابلية وأكثر شرعية، ومن النتائج التي تم استخلاصها من الدراسة أن التجارة الإلكترونية تؤثر على بيئة الأعمال، وبالتالي على معايير المراجعة نظراً للارتباط القوي بين العمليات التجارية والمحاسبية، حيث يعتقد أن للتجارة الإلكترونية آثاراً على معايير المحاسبة والمراجعة تؤدي إلى تغيير في النظم المحاسبية المستخدمة، بالإضافة إلى قضية أخرى قد تؤدي إلى زيادة أعمال المراجعة في ظل التجارة الإلكترونية، حيث كان الشائع في السابق أن المراجع يقوم بتنفيذ عملية المراجعة بإتباع أسلوب المراجعة النهائية التي كانت تبدأ عملها الرئيس بعد انتهاء السنة المالية للشركات، ولكن في ظل ظروف التجارة الإلكترونية فقد أصبح من الضروري اللجوء إلى المراجعة المستمرة، حيث توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها: ضرورة قيام الجهات الرسمية والمهنية كوزارة التجارة والهيئة السعودية للمحاسبين القانونيين بدورها في زيادة وعي المجتمع بنظام التجارة الإلكترونية، وعقد الندوات، وإصدار النشرات، وورش العمل المتخصصة لإيضاح كل الجوانب المحاسبية التي تتأثر بهذا النظام الجديد، واستمرار الدراسات الميدانية المحاسبية في مجال التجارة الإلكترونية ومعرفة مدى تأثيرها على العديد من موضوعات المحاسبة والمراجعة وخاصة أثر ممارسة التجارة الإلكترونية على أدلة الإثبات التي تغيرت في ظل التجارة الإلكترونية، وتطوير مناهج التعليم المحاسبي في الجامعات السعودية لتواكب التطور التقني والتجاري بصورة تتلائم مع تطورات بيئة الأعمال الحديثة وتلبي حاجات ومتطلبات سوق المهنة.

9.1 النظريات:

1.9.1 نظرية قبول أنظمة تكنولوجيا جديدة [TAM]، Davis، (1985) اهتم بدراسة العوامل أو المتغيرات التي تؤثر على مدى تقبل استخدام أنظمة معلومات جديدة، حيث أشار إلى ذلك من خلال دراسته لبرنامج الدكتوراه بوصوله إجمالاً إلى أن مستخدمي الأنظمة الجديدة يتأثرون بدافع الاستخدام، حيث أدرك ديفز لاحقاً أن طموح المستخدمين للأنظمة الجديدة يمكن أن يكون متأثراً بمتغيرات واضحة وهي الفائدة من الاستخدام وسهولة الاستخدام اللتان بدورهما يؤثران على سلوك المستخدم لرغبته في الاستخدام من عدمه، ولكن Davis، (1993) أشار إلى أن الفائدة من الاستخدام يمكن أن تؤثر بشكل مباشر على النية في استخدام أنظمة جديدة دون الحاجة لسلوك المستخدم كمتغير وسيط، Davis، (2000) أضاف امتدادات جديدة إلى نظرية قبول أنظمة تكنولوجيا جديدة إلى أن أصبحت نظرية بمسماها الجديد (TAM2)، ومن هنا يمكن القول أن هذه الدراسة استندت على متغيرين اثنين من هذه النظرية وهما الفائدة من الاستخدام وسهولة الاستخدام كأساس لبناء نموذج الدراسة كمتغيرات مستقلة.





2.9.1 نظرية تطبيقية لاستخدام أنظمة تكنولوجية جديدة [UTAUT]، ان ما نلاحظه من تطور تكنولوجي في هذا العالم يوماً بعد يوم يكون لزاماً علينا مواكبة هذا التطور من أجل البقاء وإثبات الوجود (Carrol, 1995) ولهذا السبب يجب علينا أن نتبنى تكنولوجيا المعلومات الجديدة، حيث توجد العديد من النظريات التي تحث على هذا النظام ولا شك أن هذه النظرية (UTAUT) هي إحدى تلك النظريات والتي صممت بواسطة Venkatesh (2003) حيث قام بوضع أربع متغيرات مستقلة وهي مستوى الأداء ومستوى القوة والتأثير الاجتماعي وحالة الترفيه واللاتي بدورهن يؤثرن على النية في استخدام نظام تكنولوجي جديد، ومما ذكر فإن هذه الدراسة ركزت على المتغير المستقل (التأثير الاجتماعي) باعتباره كأحد متغيرات الدراسة.

10.1 متغيرات الدراسة:

1.10.1 الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية، إن التجارة الإلكترونية تتيح للشركات ولمنظمات الأعمال إمكانية الحصول على وسيلة أكثر فاعلية لتحقيق مستويات أعلى في الأداء وزيادة الإنتاج وتحقيق الأرباح، حيث يمكن أن توفر التجارة الإلكترونية ميزات تنافسية عديدة للشركات فهذه يمكن أن تكون قنوات توزيع إضافية تتجاوز الحدود التقليدية وكذلك تقدم خليط من الإعلان والعلاقات العامة والترويج التي تلبى تطلعات أعداد متزايدة من الزبائن باستمرار (الغالب، ص 88)، كما أصبح بإمكان قطاعات الأعمال المختلفة من القيام بأنشطتها المختلفة بكفاءة وفاعلية أكبر إذ بإمكانها إجراء التحويلات والمعاملات الداخلية والخارجية والتنبؤ بالطلب من خلال دراسة السوق الدولية فضلاً عن توفر المعلومات والفرص التجارية (ياسر، ص 105)، ومن فوائد التجارة الإلكترونية هي إحداث التفاعل بين العملاء والشركات، فقد أصبح العميل الآن بدخوله على موقع أي شركة يستطيع تلقي معلومات تفصيلية بشأن منتج أو سلعة ما في ثواني معدودة بدلاً من أيام وأسابيع، مما يساعده على اتخاذ القرار الصائب بشأن هذا المنتج أو الخدمة، كما تسمح التجارة الإلكترونية بالتسليم السريع لبعض المنتجات بالإضافة إلى إمكانية حصوله على أنواع نادرة من المنتجات بالاشتراك في المزادات الافتراضية (ديمش، ص 56) كما تعمل التجارة الإلكترونية على إتاحة الفرصة أمام المنشآت الصغيرة والمتوسطة للظهور إلى أسواق جديدة لبيع وتصريف منتجاتها خاصة وإن هذه المنشآت تعاني كثيراً من احتكار المنشآت الكبيرة لهذه الأسواق، كما تساعدها التجارة الإلكترونية على خفض تكلفة الصفقات إلى الصفر في بعض الأحيان، إذ لم تعد هذه المنشآت بحاجة إلى وسائط تقليدية للبيع أو الانتقال إلى البلاد الأخرى وإقامة وكالات فيها فمن خلال مكتب صغير يمكن أن تبيع منتجاتها لكل دول العالم وبذلك يصبح فضاء المنافسة لا يحده الحجم وإنما توفر المعلومات والأفكار بلا قيود، (أبازيد، ص 71)، وتهدف التجارة الإلكترونية إلى تحقيق مكاسب مالية كبيرة مقارنة بالمكاسب المحققة في النظام التجاري التقليدي وهو الهدف ذاته الذي تسعى إليه ريادة الأعمال ومن هنا نستنتج أن التجارة الإلكترونية تعتبر أحد أساليب ريادة الأعمال. ومما سبق يمكن أن نستنتج الفرضية التالية:

Ho: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية.





2.10.1 السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية، تتميز التجارة الإلكترونية بخاصية اللإقليمية فهي

تتجاوز الحدود والقيود الجغرافية إلى نطاق عالمي، من خلال التغطية الكبيرة لشبكة الاتصالات، وبما أن معظم الشبكات هي عالمية في أبعادها ومجالاتها فإن التجارة الإلكترونية تمكن حتى الشركات الصغيرة من التواجد في الأسواق العالمية، مما يتيح للمستهلك فرصة أكبر للاختيار من بين المعروض، وفي عصر التطور والتجارة الإلكترونية أصبحت أسواق العالم بين يدي العميل بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة مع كامل تفاصيلها ومواصفاتها، وللعامل أن يختار بينها بكل حرية، مما يعطيه فرصه للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات، بحيث لا يمكن لأي شركة أن تصبح محتكره في هذا العصر ولا يمكنها فرض مستويات جودة أو مستويات أسعار دون مراعاة المنافسة العالمية، (ديمش، ص 56-57)، وهناك الكثير من الشركات استطاعت بفضل التجارة الإلكترونية تزويد العملاء مباشرة باحتياجاتهم من السلع والخدمات متجاوزة بذلك تجار الجملة والتجزئة والوسطاء التقليديين الآخرين، وذلك سوف يؤدي إلى تلبية احتياجات المستهلكين بسرعة وكلفة منخفضة، ويظهر ذلك بشكل كبير في السلع والخدمات التي يتم تسلمها بشكل إلكتروني (رضوان، ص 40).

ومما سبق يمكن أن نستنتج الفرضية التالية:

Ho: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية.

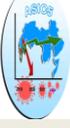
3.10.1 التأثير الاجتماعي على استخدام التجارة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية أداء لزيادة القدرة

التنافسية وزيادة الصادرات بسهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك، وإمكانيات تسويق السلع والخدمات عالمياً، وسرعة عقد وإنهاء الصفقات وتحليل الأسواق والاستجابة لتغيرات احتياجات ومتطلبات المستهلكين، كما تخلق التجارة الإلكترونية فرص العمل الحر والعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية، وتمثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية، وتعمل التجارة الإلكترونية على زيادة عدد الأفراد الذين يعملون من داخل منازلهم ويقلل من الاحتياج للخروج من المنزل من أجل التسوق مما يؤدي إلى تقليل عدد السيارات على الطرق وبالتالي الحد من التلوث، حيث تمكن التجارة الإلكترونية لشعوب العالم الثالث والمناطق الريفية بالتمتع بالمنتجات والخدمات التي لم تكن متاحة لهم من قبل مثل فرصة تعلم مهنة والحصول على شهادة جامعية تسهل التجارة الإلكترونية وصول الخدمات العامة للأفراد مثل الرعاية الصحية والتعليمية وتوزيع الخدمات الاجتماعية الحكومية بتكلفة منخفضة وجودة أعلى، وبمأن التجارة الإلكترونية تعتبر نقلة نوعية من النظام التقليدي إلى النظام الإلكتروني الحديث والذي بدوره يحقق أكبر منفعة بأقل جهد ووقت وتكاليف والاستغلال الأمثل للطاقات المتاحة مما يتيح الفرصة لابتكار واستحداث طرق وأساليب جديدة تلبى احتياجات و رغبات العنصر البشري وهو الهدف الأساسي الذي تسعى إلى تحقيقه ريادة الأعمال.

ومما سبق يمكن أن نستنتج الفرضية التالية:

Ho: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية.





4.10.1 النية في استخدام التجارة الإلكترونية، إن تقليص تكاليف التبادل التجاري تعد واحدة من أبرز مساهمات التجارة الإلكترونية (فإذا كانت التكلفة في التبادل التجاري التقليدي تقاس بالدولارات فإنها في التعامل الإلكتروني تقاس بالسنتات)، حيث أن تحويل التبادل التجاري الروتيني الذي ينطوي على استخدام التفاعل الإنساني إلى تبادل إلكتروني من شأنه أن يخفض من التكاليف، كذلك فإن التجارة الإلكترونية تؤدي إلى تقليص التكاليف الناجمة عن الإجراءات الإدارية بشكل كبير، مما ينعكس بالإيجاب على العميل في شكل أسعار منخفضة جدا للمنتجات، أي أن التجارة الإلكترونية تمنح فرصاً متساوية للشركات على اختلاف أحجامها للنفاذ إلى الأسواق والمنافسة فيها، فبقدر قليل من رأس المال تستطيع هذه الشركات بسهولة وسرعة أن تعثر على المزيد من العملاء وأفضل الموردين وأفضل الشركاء في العالم، (ديمش، ص 59) ونظراً لقلة الموارد المالية المتاحة للشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، فإن هذه الأخيرة تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة متميزة للوصول إلى أسواق العالم في وقت واحد بأقل التكاليف (نهلة أحمد قنديل، ص 20).

2. إجراءات الدراسة:

1.2 التحليل الوصفي والاجتماعي لعينة الدراسة:

من خلال جمع استمارة الاستبيان التي تم إعدادها للحصول على بعض المعلومات التي تم استخدامها في هذه الدراسة ومن بين هذه المعلومات كانت بعض الخصائص المتعلقة بالموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للمواني فقد تم الحصول على هذه الخصائص حسب كل سؤال تم توجيهه للموظف باستمارة الاستبيان وتم تفسير بيانات الاستبيان حسب الجداول التالية:

(1) المؤهل العلمي:

الجدول رقم (3)

المؤهل العلمي	التكرار Frequency	النسبة Percent	النسبة التراكمية Cumulative Percent
دبلوم متوسط	2	2.9%	2.9
دبلوم عالي	4	5.7%	8.6
بكالوريوس	46	65.7%	74.3
ماجستير	18	25.7%	100.0
المجموع	70	100.0%	

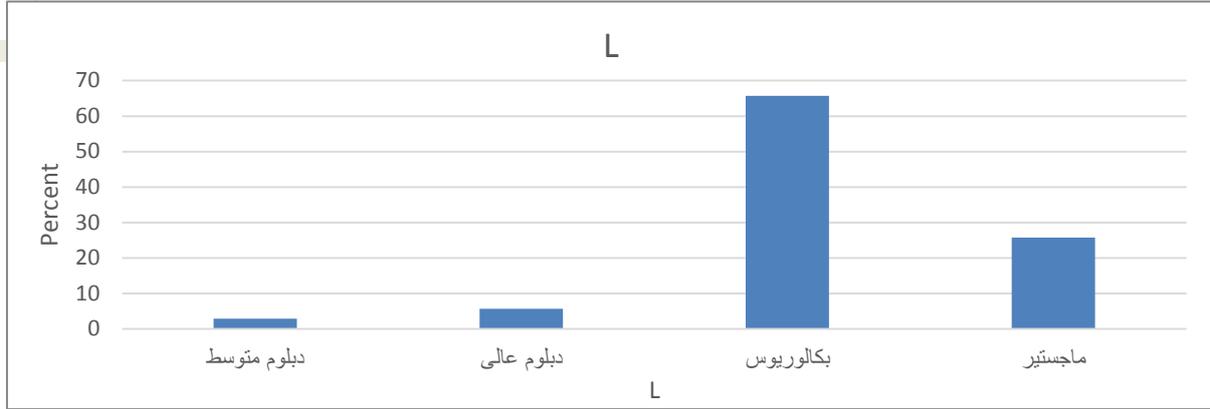
يتضح من الجدول رقم (3) أن أعلى نسبة من الموظفين المشاركين بتعبئة استمارة الاستبيان من حملة شهادة البكالوريوس حيث كان عددهم (46) موظفاً وشكلت نسبتهم 65.7% من إجمالي العينة، وأقل نسبة كانت من حملة دبلوم متوسط حيث كان عددهم موظفان بنسبة 2.9% من إجمالي العينة وهذا مما يشير أن غالبية الباحثين على دراية تامة بمدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية بالشركة الليبية للمواني كما هو مبين في الشكل رقم (1) التالي:



مدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية من وجهة نظر الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للموانئ
أ. ميلاد أحمد زلطوم، أ. ضوء مصطفى جبران، يحي أحمد زلطوم كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب



الشكل رقم (1)



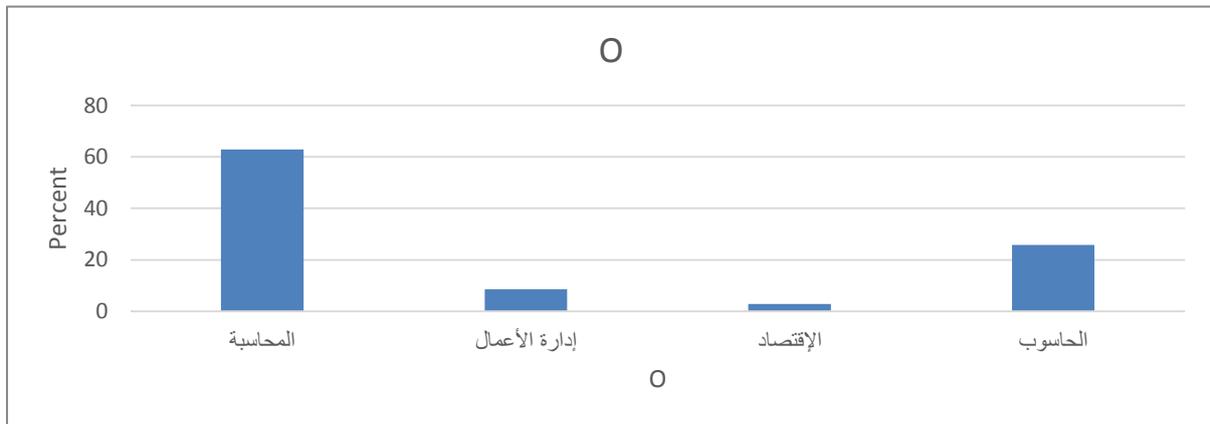
(2) التخصص العلمي:

الجدول رقم (4)

المؤهل العلمي	التكرار Frequency	النسبة Percent	النسبة التراكمية Cumulative Percent
محاسبة	44	62.9%	62.9
ادارة أعمال	6	8.6%	71.4
اقتصاد	2	2.9%	74.3
حاسوب	18	25.7%	100.0
المجموع	70	100.0%	

يتضح من الجدول رقم (4) ان غالبية عينة الدراسة هم في مجال المحاسبة حيث كانت نسبتهم حوالي 62.9 % بالإضافة الى ان اقل نسبة وبالغلة 2.9 % كانت من مجال الاقتصاد وهذا يزيد من دقة البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة لان المحاسبين هم الفئة الاقرب الى الادراك التام لمدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية بالشركة الليبية للموانئ كما هو موضح بالشكل رقم (2) التالي:

الشكل رقم (2)



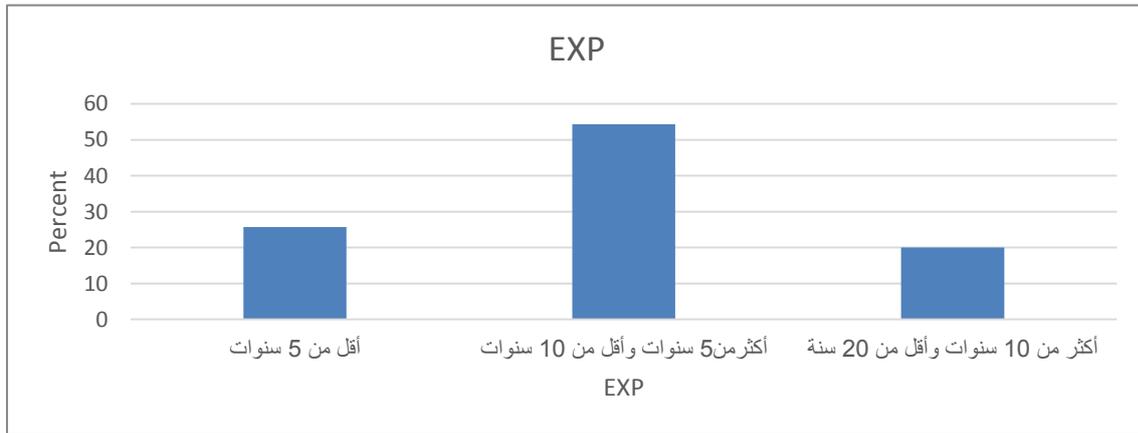
(3) الخبرة العلمية:

الجدول رقم (5)

Cumulative Percent النسبة التراكمية	Percent النسبة	Frequency التكرار	سنوات الخبرة
25.7	%25.7	18	أقل من 5 سنوات
80.0	%54.3	38	أكثر من 5 سنوات وأقل من 10 سنوات
100.0	%20.0	14	أكثر من 10 سنوات وأقل من 20 سنة
	%100.0	70	المجموع

من الجدول رقم (5) يتبين ان معظم المبحوثين ذوي خبرة تتراوح ما بين الخمس سنوات الى العشر سنوات مما يعطي طابع جيد لعكس الادراك الكافي لمدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية بالشركة اللببية للمواني كما هو مبين في الشكل رقم (4) التالي:

الشكل رقم (3)



2.2 التحليل الإحصائي ومعالجة البيانات.

بعدما تم جمع البيانات عن طريق توزيع صحائف الاستبيان قام الباحث باستخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات، حيث تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس اجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان كما هو موضح بالجدول التالي:

الجدول رقم (6)

اتجاه الرأي	المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	1.79 – 1
غير موافق	2.59 – 1.8
محايد	3.39 – 2.6
موافق	4.19 – 3.4
موافق بشدة	5 – 4.2

3.2 التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة:

(1) الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية:

الجدول رقم (7)

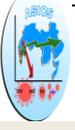
Std Deviation الإنحراف المعياري	Mean المتوسط	N العدد	فقرات الإستبيان
.77966	4.0286	70	استخدام مواقع التجارة الإلكترونية يمكنني من الوصول إلى الخدمات التجارية بفاعلية.
.70137	3.1714	70	استخدام مواقع التجارة الإلكترونية يقلل من الوقت الضائع لإيجاد المعلومات المتعلقة بالخدمات التجارية.
.75264	4.1143	70	من خلال استخدام مواقع التجارة الإلكترونية اتمكن من الوصول إلى عدد أكبر من الخدمات التجارية مقارنة مع الطرق التقليدية.
.90364	3.7714	70	استخدام مواقع التجارة الإلكترونية يساعدني في الوصول إلى الخدمات التجارية بسرعة أكبر من الطرق التقليدية.

من الجدول السابق يتضح ان معظم المتوسط الحسابي للفقرات في نطاق الخيار (محايد) فما فوق حيث كان اعلى معدل للمتوسط الحسابي 4.1143 الخاص بالفقرة (من خلال استخدام مواقع التجارة الإلكترونية اتمكن من الوصول إلى عدد أكبر من الخدمات التجارية مقارنة مع الطرق التقليدية)، وأن اقل معدل للمتوسط الحسابي هو 3.1714 الخاص بالفقرة (استخدام مواقع التجارة الإلكترونية يقلل من الوقت الضائع لإيجاد المعلومات المتعلقة بالخدمات التجارية)، ومن هنا يتضح ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الفائدة من التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية، بمعنى انه تم قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة، كما ان جدول الانحدار التالي يؤكد على قبول الفرضية الصفرية التي تنص على انه (توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين الفأده من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية)، استناداً إلى ذلك ان R-square (معامل التحديد) تمثل ما قيمته 0.35 وهو ما يبين ان متغير الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية ساهم في شرح وتوضيح اثره على النية في استخدام التجارة الإلكترونية بنسبة 35% وان ما نسبته 65% توضحه متغيرات اخرى لم تتطرق لها الدراسة. بالإضافة الى ذلك نلاحظ ان قيمة F وبالبالغة 2.449 تبين جودة العلاقة بين الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية.

الجدول رقم (8) نتائج تحليل الانحدار لتأثير الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية

Sig.	F	T-test	R Square	R	الفرضية الأولى
.122 ^b	2.449	3.657	0.35	.186 ^a	أثر الفائدة من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية





(2) السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية .

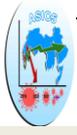
الجدول رقم (9)

Std Deviation الانحراف المعياري	Mean المتوسط	N العدد	فقرات الإستبيان
.64091	3.3714	70	عملية استخدام مواقع التجارة الإلكترونية سهلة بالنسبة لي.
.83654	3.2857	70	استخدام مواقع التجارة الإلكترونية يساعدني على إيجاد ما أريده من معلومات وخدمات تجارية.
.83406	4	70	وجدت مرونة عند تعاملي مع مواقع التجارة الإلكترونية.
.86045	3.8857	70	إجمالاً . وجدت سهولة في استخدام مواقع التجارة الإلكترونية.

من الجدول السابق يتضح ان معظم المتوسط الحسابي للفقرات في نطاق الخيار (محايد) فما فوق حيث كان اعلى معدل للمتوسط الحسابي 4 الخاص بالفقرة (وجدت مرونة عند تعاملي مع مواقع التجارة الإلكترونية)، وأن اقل معدل للمتوسط الحسابي هو 3.2857 الخاص بالفقرة (استخدام مواقع التجارة الإلكترونية يساعدني على إيجاد ما أريده من معلومات وخدمات تجارية)، ومن هنا يتضح ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية، بمعنى انه تم قبول الفرضية الصفرية ورفض الفرضية البديلة، كما ان جدول الانحدار التالي يؤكد على قبول الفرضية الصفرية التي تنص على انه (توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية). استناداً الى ذلك ان R-square (معامل التحديد) تمثل ما قيمته 0.13 وهو ما يبين ان متغير السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية ساهم في شرح وتوضيح اثره على النية في استخدام التجارة الإلكترونية بنسبة 13% وان ما نسبته 87% توضحه متغيرات اخرى لم تتطرق لها الدراسة. بالإضافة الى ذلك نلاحظ ان قيمة F والبالغة 0.875 تبين جودة العلاقة بين السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية .

الجدول رقم (10) نتائج تحليل الانحدار لتأثير السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية

Sig.	F	T-test	R Square	R	الفرضية الأولى
.353 ^b	0.875	3.690	0.13	.113 ^a	أثر السهولة في استخدام التجارة الإلكترونية على النية في استخدام التجارة الإلكترونية



3) التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية:

الجدول رقم (11)

Std Deviation الانحراف المعياري	Mean المتوسط	N العدد	فقرات الإستبيان
.95542	4.0143	70	للتجارة الإلكترونية دور رئيسي في تحديد الناتج المحلي الإجمالي.
.79387	2.0857	70	السياسيون مهتمون بتوفير متطلبات التجارة الإلكترونية.
.81447	3.6571	70	تعمل التجارة الإلكترونية على تبسيط وتسهيل الإجراءات ما يجعل الحياة جديرة بالاهتمام.

من الجدول السابق يتضح ان معظم المتوسط الحسابي للفقرات في نطاق الخيار (غير موافق) فما فوق حيث كان اعلى معدل للمتوسط الحسابي 4.0143 الخاص بالفقرة (للتجارة الإلكترونية دور رئيسي في تحديد الناتج المحلي الإجمالي)، وأن اقل معدل للمتوسط الحسابي هو 2.0857 الخاص بالفقرة (السياسيون مهتمون بتوفير متطلبات التجارة الإلكترونية)، ومن هنا يتضح ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية ، بمعنى انه تم قبول الفرضية الصفرية و رفض الفرضية البديلة ،كما ان جدول الانحدار التالي يؤكد على قبول الفرضية الصفرية التي تنص على انه (توجد علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية). استناداً الى ذلك ان R-square (معامل التحديد) تمثل ما قيمته 0.04 وهو ما يبين ان متغير التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية ساهم في شرح وتوضيح اثره على النية في استخدام التجارة الإلكترونية بنسبة 4% وان ما نسبته 96% توضحه متغيرات اخرى لم تتطرق لها الدراسة. بالإضافة الى ذلك نلاحظ ان قيمة F وبالبالغة 0.240 تبين جودة العلاقة بين التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية.

الجدول رقم (12) نتائج تحليل الانحدار لتأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في

استخدام التجارة الإلكترونية

Sig.	F	T-test	R Square	R	الفرضية الأولى
.626 ^b	0.240	7.518	0.04	.059 ^a	أثر التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الإلكترونية والنية في استخدام التجارة الإلكترونية



3. النتائج والتوصيات:**1.3 النتائج:**

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- 1- أن التجارة الالكترونية اصبحت حقيقة قائمة و ضرورة لا بد منها وليست خيارا اقتصاديا وأن تجاهلها يؤدي إلى التهميش والتأخر الاقتصادي وهذا ما يتفق مع أهداف ريادة الأعمال.
- 2- أن هناك علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين متغيرات الدراسة المستقلة (الفائدة، السهولة، التأثير الاجتماعي من استخدام التجارة الالكترونية) والمتغير التابع (النية في استخدام التجارة الالكترونية).
- 3- هناك ميول واضح في رغبة الموظفين الاداريين والماليين بالشركة الليبية للمواني في استخدام التجارة الالكترونية بسبب التوسع الكبير في استخدام تكنولوجيا المعلومات التي تتبناها ريادة الأعمال.
- 4- لا يوجد اهتمام بتوفير متطلبات التجارة الالكترونية من قبل المسؤولين بالجهات العليا (التخطيط والرؤى المستقبلية).
- 5- استخدام التجارة الالكترونية يقلل من الوقت الضائع في البحث على السلع والخدمات بالإضافة إلى امكانية الوصول لعدد أكبر من الخدمات مقارنة بالتجارة التقليدية.

2.3 التوصيات:

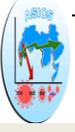
- 1- بناء بنية قانونية و تشريعية تلبى احتياجات ومتطلبات التجارة الالكترونية.
- 2- نشر الوعي بين الشركات والمؤسسات بأهمية التجارة الالكترونية وما ينتج عنها من تقليص في التكاليف والسرعة في الانجاز.
- 3- العمل على تطوير المنظومة التعليمية بشكل يجعلها تواكب فرص التنمية التي تتبثق عن التجارة الالكترونية وذلك بعمل الندوات وإقامة ورش العمل.
- 4- على الجهات العليا والمختصة مد الشركات والمؤسسات بمتطلبات التجارة الالكترونية لكي يتسنى لها مواكبة الدول المتقدمة.

4. المراجع:

- 1- أبى زيد، د. ثناء، واقع التجارة الالكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد 4، 2005.
- 2- البكري والدباغ، د. ثامر ياسر، د. جمال عبد الرسول، التسوق الالكتروني، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، المجلد 8، العدد 5، 2001.



مدى إمكانية استخدام التجارة الإلكترونية من وجهة نظر الموظفين الماليين والإداريين بالشركة الليبية للموانئ
أ. ميلاد أحمد زلطوم، أ. ضوء مصطفى جبران، يحي أحمد زلطوم كلية الاقتصاد والتجارة - جامعة المرقب



3- الغالبي والعسكري، د. طاهر محسن، د. أحمد شاكر، تحديات التجارة الالكترونية والعولمة، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الزيتونة، الاردن، 2002.

4- خلايفية كريم، "دور التجارة الالكترونية في التنمية الاقتصادية"، مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة ماستر اكايمي في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن امهيدي - أم البواقي، 2012.

5- رأفت رضوان، "عالم التجارة الالكترونية"، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، مصر، 1999.

6- سمية ديمش، "التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2011.

7- صارة بالساكر، "التجارة الالكترونية وافاق تطورها في البلدان العربية"، مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، 2015.

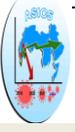
8- محمد العميري واحسان المعتاز، "اثر التجارة الالكترونية على تخطيط اعمال المراجعة، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز، جامعة أم القرى - مكة المكرمة، 2005.

9- نهلة أحمد قنديل، "التجارة الالكترونية"، المرشد للمدير العصري: رؤية تسويقية، مصر، 2004.

10- Davis, F. et al. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. management science, 46(2), 186-204.

11- Venkatesh, V. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. MIS quarterly, 425-478.





The extent of the possibility of using e-commerce from the perspective of financial and administrative staff of the Libyan Ports Company (Applied Study on Libyan Company for Ports)

Milad Ahmed Zaltum

Faculty of Economics and Commerce/ Elmergib University

miladahmedzaltum2018@gmail.com

Dhwo Mustapha Jubran

Faculty of Economics and Commerce/ Elmergib University

DMJubran@elmergib.edu.ly

Yahya Ahmed Zaltum

Faculty of Economics and Commerce/ Elmergib University

yahyazaltum22@gmail.com

Abstract:

The world has recently witnessed a rapid and significant shift from the concept of trade in its traditional form known to its new contemporary form known as electronic commerce, where the credit for this development was the rapid and qualitative transport in the field of communications and information technology (Internet), where it played a key role in providing all requirements. Since most of the Arab countries rely heavily on e-commerce in the management of their companies and institutions to raise the level of services and the optimal exploitation of all available resources under the political and economic conditions surrounding these countries. E-solutions to find many solutions to eliminate the problems of several companies and financial institutions, most notably the obstacles related to the processes of sale and purchase and transfer of funds as well as the boundaries and geographical separations of its operations, and in this sense highlights the importance of the study through the study and analysis of the relationship between the perceived usefulness of the use of e-commerce and perceived ease of use. And the social influence of using e-commerce on the intention to use e-commerce, A total of 80 questionnaires were distributed to the financial and administrative staff of the Libyan Ports Company by using the quantitative descriptive method of analyzing the questionnaire through the statistical program (SPSS). The study found that there is a positive relationship statistically significant between the independent variables (usefulness – ease of use - social influence of the use of e-commerce) and dependent variable (intention to use e-commerce), and also found that there is a clear tendency in the desire of financial and administrative staff of the company. Finally, the study recommended the necessity of developing the educational system to keep pace with the development opportunities that emanate from e-commerce through holding seminars and workshops to introduce e-commerce. It also recommended building a legal and legislative structure that meets the needs and requirements of e-commerce and raising awareness among companies and institutions of the property of e-commerce.

Keywords: perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, intention to use e-commerce, TAM theory, UTAUT theory

