

دور التجارة الالكترونية في تفعيل العمل الحر عبر الانترنت من وجه نظر الأكاديميين العاملين  
في قطاع غزة

**The Role of E-Commerce in Activating Online Freelancing from The  
Viewpoint of Academics Working in Gaza Strip**

أ. عبير محمد جميل الفليت

باحثة في الإعلام - فلسطين

[aber171990@hotmail.com](mailto:aber171990@hotmail.com)

أ. محمد أسامة شحادة شعت

جامعة غزة - فلسطين

[m.shaat@gu.edu.ps](mailto:m.shaat@gu.edu.ps)

**الملخص:**

هدفت البحث إلى التعرف على التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت، وكذلك التعرف على مجالات العمل الحر داخل المنصات وأنواع المشاريع التي يتم طرحها في مجال التجارة الالكترونية، وعرض أهم التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة، وتنتمي الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي لاعتماده على وصف الحالة، واستخدام أداة الاستبانة والمقابلة لجمع البيانات والمعلومات للوصول إلى نتائج صحيحة وصادقة، بالإضافة إلى استخدام عينة عشوائية بسيطة على 30 أكاديمي عاملين في مجال العمل الحر على الانترنت، وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج: أن إعلانات الشركات عبر الانترنت جاءت أعلى نسبة في مصادر المعلومات التي تساعد في انجاز قرار الشراء عبر الانترنت بنسبة 27.1%، إذ أن المواقع الأكثر انتشاراً وزيارة عبر شبكات خلال التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت هي المواقع الأجنبية بنسبة 60.5%، وتقول الدراسة أنه توجد منافسة كبيرة بين المستقلين ورواد العمل الحر داخل المنصات لأجل استقطاب المزيد من العملاء بنسبة 28.1%، كما أن الأكاديميين الذين يعملون في مجال العمل الحر عبر الانترنت يحققون أهدافهم المرجوة، ولكن الوقت قصير في ممارسة العمل الحر يكون من ساعتين إلى ست ساعات بسبب ضيق الوقت لديهم وضغط العمل الأكاديمي.

أوصت الدراسة بضرورة نشر ثقافة التعامل مع التجارة الالكترونية، وذلك بين أفراد المجتمع من خلال وضع برامج مكثفة ومدروسة تستهدف كل من الجامعات والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية لإبراز دورها وأهميتها، وزيادة الوعي من خلال وسائل الإعلام بأهمية التجارة الالكترونية ودورها الفعال في تفعيل العمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة، وتوعية الشركات بضرورة توفير اتصال آمن بين العملاء، وتوعية العملاء بأمان التعاملات الالكترونية حتى يصبح هناك مصداقية وأمان بين العملاء والجمهور.  
الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، العمل الحر، المستقلين.

**Abstract:**

The search aimed to identify E-commerce and Freelancing, as well as to identify areas of Freelancing within platforms and the types of projects that are offered in the field of E-commerce, and to present the most important challenges facing electronic commerce and free work via the Internet in the Gaza Strip, and the study belongs to the descriptive analytical approach to its dependence on describing the case, using the questionnaire and

interview tool to collect data and information to reach correct and honest results, in addition to using a simple random sample on 30 academics working in the field of Freelancing, **and the study reached the important results:** The companies' advertisements via the internet came with the highest percentage of information sources that help in achieving the purchase decision via internet by 27.1%, as the most widespread sites and visits via networks through E-commerce and Freelancing are foreign websites by 60.5%, and the study says that there is a lot of competition between Freelancers and entrepreneurs inside the platforms in order to attract more clients by 28.1%. Also, academics working in the field of Freelancing achieve their desired goals, but the time is short in practicing Freelancing, and it is from two to six hours because of their limited time and academic work pressure.

The study recommended a necessity spreading the culture of dealing with electronic commerce, among the members of society, by setting Intensive and studied programs targeting both universities and governmental and non-governmental institutions to highlight its role and importance, and increase awareness through the media of the importance of E-commerce and its effective role in activating Freelancing in Gaza Strip, and to make companies aware of the need to provide safe communication between clients, and to aware clients about the security of E-transactions so that there is credibility and safety between clients and the public.

**Keywords: E-commerce, Freelancing, Freelancers.**

## المقدمة:

تعتبر الثورات الصناعية نقطة تحول في تاريخ التطور البشري، ففي القرنين الثامن عشر والتاسع عشر استطاع الإنسان التحول من العمل اليدوي إلى الآلة وكان ذلك بفضل اكتشاف الفحم والطاقة البخارية، وركزت تلك الثورة على المنسوجات والحديد، ومع اكتشاف البترول في بدايات القرن العشرين ظهرت الثورة الصناعية الثانية التي ركزت على الصلب والسكك الحديدية والبترول والكيمائيات والكهرباء، ويجد كثير من المتخصصين والباحثين بأنه مع ظهور الكمبيوتر بدأت الثورة الصناعية الثالثة التي تركز على صناعة البرمجيات والإنترنت والفضائيات المفتوحة (الناصر، 2017م).

ولقد أدى ذلك إلى تطورات هائلة حدثت في جميع مجالات الحياة خصوصاً المجالات الاقتصادية والتجارية، حيث ازدحمت الأسواق بالشركات والمنتجات المتعددة والمتنوعة، واشتدت حدة المنافسة في جميع الأسواق؛ وبالتالي ظهرت التجارة الإلكترونية كأحدى وسائل التجارة الحديثة التي ساهمت وبشكل كبير في تغيير مستقبل العمل التجاري، وساهمت من خلال تسهيل عملية البيع والشراء إلكترونياً في زيادة كفاءة الشركات وتدعيم الموقف التنافسي لها، وعملت على تسهيل الحصول على المنتجات والخدمات في الوقت والسرعة المحددة وتخفيض كلفة تسويق منتجات الشركة إلى أدنى حد ممكن.

حيث انتشر في السنوات الأخيرة على الصعيد العالمي ما يسمى بالعمل الحر عبر الإنترنت، وأصبحت العديد من الشركات والمؤسسات تلجأ لتشغيل الأفراد يعملون من المنزل وفي أي مكان في العالم عبر الإنترنت عن بعد في مختلف التخصصات، وأصبح بإمكان أي شخص أن ينجز عمله ومشاريعه لصالح شركات أو أفراد يتواجدون في بلد آخر، وأصبح بإمكان في العالم عبر الإنترنت عن بعد في مختلف التخصصات وأصبح بالإمكان أي شركة الوصول للكفاءات والخبرات المختلفة في كل المجالات.

وانتقلت التجارة الالكترونية من مغامرات في سوق التجارة إلى جزء لا يتجزأ من السوق التجارية المفتوحة للمنافسة ودخول العمل الحر عبر الانترنت ضمن العمل الذي سهل الكثير على المستهلكين والمؤسسات والشركات والأفراد، من خلال استخدام مجموعة من التقنيات الحديثة التي تتمثل في تطبيقات تربط مؤسسات الأعمال والمستهلكين والمجتمعات.

### الدراسات السابقة:

**هدفت دراسة (خليفة، 2018) للتعرف على دور منصات العمل الحر في انتشار ثقافة العمل الحر في قطاع غزة من خلال التعرف على أهم منصات العمل الحر العربية والأجنبية وواقع العمل الحر في قطاع غزة وفي الدول العربية وفي العالم بشكل عام، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لإجراء الدراسة وكانت الاستبانة هي الأداة الرئيسة لجمع المعلومات وقد تكونت عينة الدراسة من العاملين بشكل حر في قطاع غزة من الجنسين ومن مختلف الأعمار.**

**وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج، هي:** وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين دور منصات العمل الحر عبر الانترنت وبين انتشار ثقافة العمل الحر في قطاع غزة وبين كل المتغيرات المستقلة موضع الدراسة وهي (آليات الالتحاق بالعمل داخل المنصات، طبيعة المشاريع داخل المنصات، التعاملات المالية والإدارية داخل المنصات، إيجابيات وسلبيات العمل الحر عبر منصات العمل الحر). كذلك أن متغير طبيعة المشاريع داخل المنصات يؤثر في انتشار ثقافة العمل الحر في قطاع غزة، بينما تبين ضعف تأثير باقي المتغيرات، آليات الالتحاق بالعمل داخل المنصات، التعاملات المالية والإدارية داخل المنصات، إيجابيات وسلبيات العمل الحر عبر المنصات.

**بينما سعت دراسة (أبو الخير، 2017) إلى التعرف على مدى تأثير العوامل البيئية والشخصية على نجاح ممارسات العمل الحر في قطاع غزة، وتكون مجتمع الدراسة من خريجي مؤسسات التعليم العالي في قطاع غزة العاملين لحسابهم الخاص عبر شبكة الانترنت، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي للوصول إلى نتائج الدراسة، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة تم توزيعها إلكترونياً على عينة البالغة عددها 155 فرداً.**

**وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج، وهي:** دور العوامل البيئية (التعليم العالي، الواقع الاقتصادي، الثقافة المجتمعية)، حيث حصل التعليم العالي على وزن نسبي مقداره 38.60% كمؤثر ومساعد على نجاح ممارسات العمل الحر، فيما كان الوزن النسبي للعوامل الاقتصادية كمؤثر على نجاح ممارسات العمل الحر هو 45.41%، أما فيما يخص الثقافة المجتمعية فقد كان التأثير يقف تقريباً على الحياد بوزن نسبي بلغ 54.78%.

**كما هدفت دراسة (M.A.Rahman & M.M.Rahman, 2017):** إلى تقييم وضع سوق العمل الحر عبر الانترنت في بنغلادش ومدى قابليته لتخفيض معدلات البطالة المرتفعة بين الخريجين والتي تصل إلى حوالي 50%، كما تبحث الدراسة في المؤثرات والمحفزات لدخول سوق العمل الحر وكذلك المعوقات والحلول الممكنة، وأخيراً مدى تأثير العاملين لحسابهم الخاص على الاقتصاد القومي لبنغلادش.

استعان الباحثان باستبانة لتحقيق أهداف الدراسة، وزعت على عينة الدراسة والمتمثلة في العاملين في قطاع العمل الحر عبر الانترنت واستردوا 206 استبانة صحيحة وقاموا بتحليل النتائج باستخدام أساليب تحليل الانحدار المتعدد وتحليل التباين.

**وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج، وهي:** أن العمل الحر عبر الانترنت يساهم بشكل كبير في تخفيض معدلات البطالة بين الخريجين، كما يدفع بعجلة اقتصاد البلد نحو الإمام، كما بينت النتائج أن هذا النوع من الأعمال لا يتطلب حمل شهادات عليا، وفي المقابل كانت المشاكل تتمحور حول نقض المهارات التقنية والمهارات اللغوية للخريجين وكذلك المشاكل في طرق الدفع وتحويل الأموال.

**هدفت دراسة (الناصر، 2017):** إلى التعرف على مدى أهمية التجارة الالكترونية في الوقت الحاضر، والدور الذي يمكن أن تلعبه في النمو الاقتصادي للدول، والتأكيد على أنه بالرغم من التحديات التي تمثلها إلا أن هناك أيضاً فرصاً يمكن استثمارها إذا أحسنت المؤسسات استغلالها واستطاعت أن تتغلب على عائق الفجوة التكنولوجية واستطاعت ملاحقة التطورات العالمية.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لاعتماده على وصف الحالة، حيث يعتمد المنهج الوصفي على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً، ومن خلال هذه الدراسة يتم رصد وتحليل أهم الدراسات التي تناولت التجارة الالكترونية وتحديد التحديات والفرص التي تنتجها، وتحليل بيئة العمل في الأسواق المحلية العربية ومدى تأثيرها بالتجارة الإلكترونية.

**وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج، وهي:** وجود عائق اللغة، ويمثل عائق رئيس أمام نجاح تجارة التسوق الإلكتروني في الدول العربية، وتمثل قيد على نشاط التجارة الالكترونية، وعدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية وتحديد وسائل الدفع الإلكتروني، عدم الثقة بالجوانب الأمنية لحماية المعلومات، ضعف الموارد البشرية والمادية وغياب الخبرات التكنولوجية اللازمة نتيجة انتشار الأمية بنسب عالية ممثلة في الأمية الأبجدية علاوة على وجود أمية معلوماتية.

**بينما سعت دراسة (جبريل، 2012):** إلى التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين، ومعرفة التحديات المستقبلية التي تواجهها، وحاولت الدراسة التعرف على مفهوم وتعريف التجارة الالكترونية، وخصائصها، وتأثيرها على المستهلكين، والشركات والاقتصاد بشكل عام، والتعرف على المتطلبات التكنولوجية للتجارة الالكترونية، ومعرفة جاهزية المجتمع الفلسطيني لممارسة التجارة الالكترونية، والتعرف على البيئة القانونية للتجارة الالكترونية في فلسطين، والتطرق للتحديات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين.

وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل على توفير بيئة قانونية ملائمة للتجارة الالكترونية، وأيضاً توفير البنية التحتية التكنولوجية المتطورة، وتوفير أدوات الدفع الالكترونية، وضرورة استفادة الشركات من التجارة الالكترونية في تعزيز مكانتها في السوق، وحث الحكومة على وضع الحلول المناسبة للتحديات التي تواجه التجارة الالكترونية.

**كما هدفت دراسة (العوضي، 2010):** إلى تسليط الضوء على التجارة الالكترونية وآثارها في الاقتصاد العالمي، والتعرف على واقع التجارة الالكترونية في الوطن العربي، بالإضافة إلى التعرف على أهم المخاطر التي تتعرض لها التجارة الالكترونية ووسائل مجابته.

وترى الدراسة أنه أصبح على الدول العربية أن تقوم بالاتحاد والنهوض باقتصادها ورفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيات الاتصال، وعليها أن تفتح المجال على مصراعيه للتجارة الإلكترونية، وأن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام، لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الكويتية إلى اختراق الأسواق العالمية، إضافة إلى

تطوير الصادرات خارج مجال المحروقات، وتحديث المؤسسات المصرفية خاصة فيما يتعلق بأساليب الدفع الإلكترونية.

### **التعقيب على الدراسات السابقة:**

#### **الاتفاق والاختلاف ما بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:**

وبعد عرض أهم الدراسات السابقة في مجال التجارة الإلكترونية والعمل الحر عبر الانترنت نجد أنها ركزت بشكل أساسي على أهمية التجارة الإلكترونية في الوقت الحالي، وكذلك أن البيئة العربية ما زالت تحتاج الكثير من التطوير لتتواكب معها خصوصاً وأنها أصبحت واقع لا مناص من التعامل معها والعمل على الاستفادة مما توفره من فرص وإمكانيات، وأن دراسات العمل الحر ركزت على نشر الثقافة بين الجمهور ومدى نجاحها بين فئات الخريجين الشباب ولم تركز على الجانب الأكاديمي. حيث اتفقت بعض الدراسات السابقة في المنهج الوصفي التحليلي وكذلك في أداة الاستبانة والعينة العشوائية البسيطة. أما أوجه الاختلاف في النتائج فالبعض اعتمد على عدد أفراد العينة وفي الحد المكاني والزمني، والبعض الآخر اعتمد على تحليل المضمون والمنهج التاريخي.

#### **ما يميز هذه البحث:**

ويميز البحث في نشر ثقافة العمل الحر عبر الانترنت عند الأكاديميين في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة، وكيفية استفادة العمل الحر من وسائل وثقافة التجارة الإلكترونية.

#### **مشكلة الدراسة:**

بسبب قلة فرص العمل وانعدام فرص التوظيف وانتشار نسبة البطالة بشكل كبير بين الشباب الفلسطيني وخاصة في قطاع غزة، أدى ذلك إلى انتشار وتزايد الإقبال في الآونة الأخيرة على العمل الحر عبر الانترنت والحصول على تدريب مكثف في حاضنات الأعمال التكنولوجية وخاصة عن الخريجين في شتى المجالات، مثل: الهندسة والبرمجة وتطوير الويب والترجمة الفورية والتسويق الإلكتروني .. الخ، من هنا تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي:

#### **ما الدور الذي تلعبه التجارة الإلكترونية في تفعيل العمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة؟**

ويتفرع من السؤال الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هي مصادر المعلومات التي تساعد في إنجاز قرار الشراء عبر الانترنت؟
2. ما هي أكثر مواقع التجارة الإلكترونية التي يقوم بها المستقلين بزيارتها عبر الانترنت؟
3. ما هي طبيعة وأنواع المشاريع التي يتم طرحها داخل منصات العمل الحر عبر الانترنت؟
4. ما هي التعاملات المالية والإدارية للتجارة الإلكترونية داخل منصات العمل الحر عبر الانترنت؟
5. ما هي الحلول لتفعيل العمل الحر عبر الانترنت واستفادة التجارة الإلكترونية منه في قطاع غزة؟
6. ما هي أهم التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية والعمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة؟

#### **أهمية الدراسة:**

#### **الأهمية العلمية:**

1. حداثة موضوع العمل الحر عبر الانترنت في الكتب والمراجع العربية، وندرة الأبحاث والدراسات التي تتحدث عن الموضوع.

2. متابعة تطور التكنولوجيا المعلوماتية والاتصالية في مجال التجارة الالكترونية.

### الأهمية العملية:

1. طرح مفاهيم جديدة في تحقيق الدخل الاقتصادي للفرد والمجتمع للعمل الحر عبر الانترنت وتوفير أبعاد جديدة للتوظيف في المستقبل.
2. متابعة متطلبات سوق العمل داخلياً وخارجياً مع تلبية احتياجات الزبائن في تقديم الخدمة عن بعد مقابل عائد مادي.

### أهداف الدراسة:

1. معرفة مصادر المعلومات التي تساعد في إنجاز قرار الشراء عبر الانترنت.
2. معرفة أكثر مواقع التجارة الالكترونية التي يقوم بها المستقلين بزيارتها عبر الانترنت.
3. طبيعة وأنواع المشاريع التي يتم طرحها داخل منصات العمل الحر عبر الانترنت 0
4. التعرف على التعاملات المالية والإدارية للتجارة الالكترونية داخل منصات العمل الحر عبر الانترنت.
5. ايجاد الحلول لتفعيل العمل الحر عبر الانترنت واستفادة التجارة الإلكترونية منه في قطاع غزة.
6. ابراز التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة.

### منهج ونوع الدراسة:

ستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لاعتماده على وصف الحالة، حيث يعتمد المنهج الوصفي على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كينافياً أو تعبيراً كمياً، ومن خلال هذه الدراسة يتم رصد وتحليل أهم الدراسات التي تناولت التجارة الالكترونية والعمل الحر وتحديد التحديات والفرص التي تتيحها، وتحليل دور التجارة الالكترونية في تفعيل العمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة.

### مجتمع الدراسة:

يعرف أنه جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحثين، وبذلك فإن مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة، إذ يتكون مجتمع الدراسة هم الأكاديميين العاملين في مجال العمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة.

### عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من الأكاديميين العاملين في مجال العمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة موزعة على 30 أكاديمي عاملين في مجال العمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة.

### حدود الدراسة:

الحد الزمني: ما بين 2019 - 2020م.

### أداة الدراسة:

تتمثل أداة الدراسة في صحيفة الاستقصاء (الاستبانة) والمقابلات، فهي أساليب تستخدم في جمع البيانات الأولية والأساسية، بشكل مباشر من العينة المختارة، أو من جميع مفردات مجتمع الدراسة، واعتمدت المقابلة طريقة توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مسبقاً.

## الإطار النظري:

### التجارة الالكترونية:

لعل أقدم صور التجارة الالكترونية بدأت عقب اختراع التلغراف في عام ١٨٤٤م وانتشاره في محطات السكك الحديدية في منتصف القرن التاسع عشر، حتى غطى أنحاء المعمورة، ومع استخدام الكابلات عبر المحيط الأطلسي في الفترة من عام ١٨٥٧م إلى ١٨٦٦م توسع نطاق الإرسال والاستقبال ومن خلال مكتب التلغراف أمكن طلب البضائع والخدمات عن بعد، كما أمكن تحويل النقد خلال وعد بالدفع ووعد بالبضائع، مع الإرسال الفعلي للنقد بالوسائل السريعة.

وفي بداية العقد التاسع من القرن العشرين، بدأت مظاهر التطبيقات التجارية الالكترونية الحديثة، مثل:

- التحويلات الالكترونية للأموال في الشركات التجارية العملاقة، وبعض الشركات المتوسطة والصغيرة.
- تبادل البيانات إلكترونياً بين كثير من الشركات والمصانع والمؤسسات التجارية والخدمية وغيرها.
- الاتصالات السلكية واللاسلكية في بيع وشراء الأسهم وتذاكر السفر على الانترنت والشبكات الخاصة (الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت، 2003م).

بدأ استخدام الشيكات والحوالات البريدية والمصرفية في بدايات القرن التاسع عشر، ولم تكن هناك بطاقات الائتمان حتى العقد الخامس من القرن العشرين، وبدأ عام ١٩٩٥م ظهرت شيكات وبطاقات ائتمان الشبكة العنكبوتية العالمية، وكان ذلك بداية التحول في نموذج التجارة الالكترونية، ورغم بداية استخدام الحاسوب بين عامة الناس في العقد الثامن من القرن الماضي، إلا أنه لم يكن شائعاً حتى وقت قريب اقتناء أجهزة الحاسوب، وكان مقتصراً على المختصين في مجالات الحاسوب وتطبيقاته.

كما أصبحت التجارة الالكترونية بحلول عام ٢٠٠٥م تجارة ثابتة القواعد في المدن الكبرى من أمريكا الشمالية وغرب أوروبا وبعض دول شرق آسيا مثل كوريا الجنوبية، غير أنها تنمو ببطيء في عدد من الدول الصناعية، وتكاد تكون معدومة في الدول النامية.

ونظراً لأن التجارة الالكترونية غير خاضعة لقوانين التجارة المحلية، فإن لها مستقبلاً كبيراً في الدول النامية والمتقدمة لما تدره من أرباح غزيرة (سلسلة مجتمع المعرفة، 2010م).

**التجارة الالكترونية:** هي النقل الالكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات التجارية باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات، إن هذه اللجنة رغم إصدارها لمشروع قانون موحد للتجارة الالكترونية، ولكن هذا المشروع رغم تعلقه بالتجارة الالكترونية إلا أنه لم يتضمن تعريفاً له، واكتفى بتعريف التبادل الالكتروني للمعلومات (حجازي، 2002م).

وتعريف (Unictal) ينصرف إلى كل استعمالات المعلومات الالكترونية في التجارة وهو ما يطلق عليه التجارة الالكترونية؛ ولذلك فمن وسائل الاتصال التي تتم عن طريقها هذه التجارة النقل لمعطيات تجارية " بيانات وعروض" من كمبيوتر إلى كمبيوتر آخر، وفقاً لنظام عرض موحد، وكذلك نقل الرسائل الالكترونية باستعمال قواعد عامة، أو قواعد قياسية، وكذلك النقل بالطريق الالكتروني للنصوص كاستخدام الانترنت بل تتم التجارة الالكترونية عن طريق استخدام تقنيات أخرى كالتلكس والفاكس.

وبالتالي ومما سبق فإن الانترنت ليست الوسيلة الوحيدة لتتمام عمليات التجارة الالكترونية بل يشاركها وسائل أخرى مثل التلكس والفاكس بل يجوز تداول المعلومات ما بين جهازي كمبيوتر على شبكة موحدة شرط أن تكون هذه المعلومات ذات صبغة تجارية وبالتالي تتم عملية التجارة الالكترونية.

في فرنسا شكلت مجموعة عمل برئاسة وزير الاقتصاد الفرنسي حيث انتهت إلى تحديد مفهوم التجارة الالكترونية بأنها: مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة.

وتعرف منظمة التجارة العالمية (OMC) التجارة الالكترونية على أنها: أنشطة إنتاج السلع والخدمات توزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية (العيسوي، 2003م). ويعرف العلماء التجارة الالكترونية فحسب روجيه كلارك أنها الأعمال التجارية التي تتعلق بالسلع والخدمات بمساعدة وسائط الاتصالات.

ويعرف البعض التجارة الالكترونية على أنها عبارة عن ممارسة عمليات بيع وشراء المنتجات والخدمات عبر الانترنت باستعمال تكنولوجيايات مثل الويب (WEB)، وتبادل البيانات إلكترونياً والبريد الالكتروني وتحويل الأموال إلكترونياً والبطاقات الذكية (كورنيل، 2012م: موقع الكتروني).

### **خصائص التجارة الالكترونية: (العيسوي، 2003):**

#### **1. الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الالكترونية:**

فالتجارة الالكترونية التي تجري من خلالها أنشطة التجارة الإلكترونية لاسيما الإنترنت لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، ومن ثم فإن أي نشاط تجاري يقدم سلعاً أو خدمات على الإنترنت لا يحتاج إلى التوجه إلى منطقة جغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يزود الشركة صاحبة الموقع حتى ولو كانت شركة صغيرة بإمكانية الوصول إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله.

#### **2. الطابع المتداخل لتخصصات للتجارة الالكترونية:**

فالشركات كبيرها وصغيرها على السواء تجد أن الفواصل التقليدية بين القطاعات والتي تأسست أصلاً على الفوارق في المظاهر المادية للسلع، والخدمات وكذلك على الفوارق في الوسائل المادية لتوزيعها أصبحت أقل حدة أو أقل وضوحاً، وهذا أمر واضح في السلع والخدمات التي يمكن توصيلها للمستهلك بالطرق التقليدية كما يمكن توصيلها للمستهلك بالطرق التقليدية كما يمكن توصيلها على الخط مباشرة، مثل الموسيقى وأفلام الفيديو، والأقراص المدمجة التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو معلومات أو إحصاءات وغير ذلك. (العيسوي، 2003).

#### **3. غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الالكترونية:**

حيث يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدءاً من التفاوض والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونياً دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق. ومن هنا شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الالكترونية يسبغ الصفة القانونية على المحررات الالكترونية والعقود الالكترونية والتوقيعات الالكترونية والوفاء بالنقود الالكترونية.

**4. التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين أو دون التيقن منها مع احتمال تعرض معلومات العملاء للإفشاء أو إساءة الاستخدام عند تقديمها:**

فمن الممكن أن تجرى عملية تجارية على الإنترنت بين طرفين لا يعرف أحدهما الآخر، حيث لا يرى أي منهما الآخر، وقد لا يملك أي منهما معلومات كافية عن الآخر، بما في ذلك موطنه أو المكان الذي يجري منه الاتصال، كذلك قد يقدم طرف آخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائماً طريقة ميسورة للوثوق من هذه المعلومات. وفي الحالات التي يقدم فيها طرف معلومات عن نفسه للطرف الآخر، قد تتعرض هذه المعلومات للإفشاء أو إساءة الاستخدام دون أن يملك صاحبها فرصة للسيطرة على استخداماتها أو مقاضاة من يسئ استخدامها، وهو ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات.

**5. سرعة تغيير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد:**

فكما سبقت الإشارة ثمة تغيرات متسارعة في نوعية الأنشطة التي تدرج تحت مفهوم التجارة الإلكترونية، وثمة احتمالات كبيرة لاتساع نطاق هذه التجارة.

ومن جهة أخرى فإن ارتباط التجارة الإلكترونية بوسائط الاتصال الإلكتروني بصفة خاصة ومجالات الاتصال والمعلومات بصفة عامة، وهي جميعاً تتعرض لتغيرات تكنولوجية متسارعة، ويجعل النظم والترتيبات التي تخضع لها التجارة الإلكترونية عرضة هي الأخرى للتغير السريع (العيسوي، 2003).

**مزايا التجارة الإلكترونية: (مركز الدراسات الاستراتيجية، 2010م):**

**1. تكون أسواق أكثر تخصصاً:**

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتيح إمكانية إنشاء أسواق أكثر تخصصاً على نحو قد لا يكون ممكناً عبر سبل التجارة التقليدية، إذ يمكن على سبيل المثال إنشاء موقع لبيع نوع معين من الزهور أو مواد البناء أو الطعام أو أدوات الحاسوب.

**2. تكلفة اتصالات أقل:**

يتيح الإنترنت وسيلة اتصال رخيصة الثمن إلى حد كبير، مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، مثل الهاتف والفاكس، كما تؤدي إلى توفير الوقت والجهد، إذ يمكن على سبيل المثال إرسال رسالة بالبريد الإلكتروني إلى العديد من الأطراف في نفس اللحظة.

**3. وسيلة تجارية مواكبة للعصر:**

في عصر المعلومات والمعرفة، يقضي كل من لديه فرصة للدخول على الإنترنت ساعات طويلة أمام جهاز الحاسوب، سواء كان ذلك في المنزل، حيث يبحث الكبار عن معلومة من خلال وسائل الاطلاع واستعراض ما يستجد، أو مجرد التصفح العابر دون هدف محدد لإشباع غريزة حب الاستطلاع، وحيث يتعلم الصغار أو يجنحون إلى التسلية بالألعاب الإلكترونية، أو في مقاهي الإنترنت للدرشة والتسلية وتبادل الرسائل الإلكترونية.

ولا ينجو من الحملات الدعائية للتجارة الإلكترونية من هو في عزلة عن العالم الرقمي الحديث، فهناك من يطلع على الإعلانات، ومن يتعامل من خلالها من الأبناء والأقارب والأصدقاء من يحدث بما رأى وسمع أو يروي عن خبرته مع ذلك اللون من التجارة الحديثة.

#### 4. عولمة الأسواق:

اكتسبت التجارة الإلكترونية صبغة عالمية لا تعترف بالحدود وتخطت قيود الأسواق التجارية التقليدية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك، بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات مفاوضات، إذ إنها لا تخضع لأية قيود.

#### 5. خيارات العملاء:

شركات التجارة الإلكترونية أقدر من مؤسسات الأعمال التجارية التقليدية على تفهم احتياجات عملائها، وتلبية رغباتهم، وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا في حد ذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى العملاء، فالعميل يمكنه معرفة مواصفات وأصناف البضائع والخدمات وأسعارها، وميزات كل صنف منها، والمفاضلة بينها، وتقييم المنتج من حيث مدى تلبية لرغبته وخياراته.

#### تحديات التجارة الإلكترونية: (العوضي، 2010م):

##### 1. ضعف التسويق والنفقات الباهظة:

تعاني التجارة الإلكترونية العربية من ضعف التسويق وذلك إذا قارنا حجم التسوق الإلكتروني في الدول العربية مع ما ينفق على الإعلانات في المواقع العالمية، فهو هزيل جداً، حيث يجب على المصارف والمؤسسات التجارية العربية الكبيرة ورجال الأعمال والمهتمين بالتجارة العمل على مواكبة التطور الحاصل في التعاملات التجارية، بحيث تكون التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية في استراتيجيتها التجارية المحلية والعالمية والمستقبلية أيضاً، وبالرغم من أن الدول العربية تقف موقف المرتاب والمتردد والحذر تجاه التجارة الإلكترونية، فإن دولاً أخرى مثل الصين تتقدم نحوها بقوة لتحقيق خطوات عملاقة نحو النمو الاقتصادي.

##### 2. مشكلات متعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني:

لقد ترتب على التجارة الإلكترونية ظهور فكرة النقود الإلكترونية، لأن استخدامها يؤمن سرعة وسهولة تسوية المدفوعات وتقليص حاجة الاحتفاظ بالنقود، وبالتالي يتم دفع الفواتير وتحويل المبالغ المالية لحسابات أخرى لجهات خارج البنك عن طريق الصرافة الإلكترونية. ومن أنواعها بطاقات السحب الآلي، بطاقات الوفاء، بطاقات الشيكات وبطاقات الائتمان.

##### 3. سهولة اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها:

تقوم التجارة الإلكترونية بالأساس على قاعدة من المعلومات والبيانات التي تتساق عبر وسائط معلوماتية عبر شبكات الاتصال، وبالتالي فهي عرضة للاختراق أو التلاعب في هذه المعلومات طالما أنه قد أمكن اختراق النظام المعلوماتي نفسه و ذلك بطرق عديدة لذلك، ومن أهم ما يجب أن تتميز به التجارة الإلكترونية، هو حماية التجارة عن طريق سرية المعلومات .

#### العمل الحر عبر الانترنت:

العمل الحر: هو عمل اختياري يقع عبء مسؤولياته على صاحبه، وتعود إليه مخرجاته المادية والأدبية والمعنوية، وقد يكون عملاً في مجال واحد أو تتعدد المجالات بحسب اهتمامات من يقوم به أو تفرضه عليه ظروف السوق (القصاص، 2008م).

عرفت أكاديمية العمل الحر التابعة لشركة حسوب التي تدير أغلب منصات العمل الحر العربية العمل الحر أنه أساليب العمل التي يقوم فيها المستقل بإدارة أعماله بنفسه وتوفير خدمات للعملاء الذين يدفعون في مقابل الحصول عليها (النواوي، 2015م، موقع الكتروني).

**العمل الحر عبر الانترنت:** هو طريقة لإنجاز الأعمال تضم من طرفين، الأول وهو شخص يعمل بشكل مستقل (Freelancer)، أي لا يتبع جهة معينة هو فقط يعمل لحسابه دون التقيد بقوانين شركة أو وظيفة ثابتة، الطرف الثاني قد يكون شركة أو صاحب مشروع يقوم بالتعاقد مع المستقل لإنجاز العمل في فترة معينة، ويحكم الطرفين عقد يضم الشروط والقوانين التي يسير العمل طبقاً لها دون مشاكل (شراب، 2015م).

### العوامل التي ساهمت في انتشار ثقافة العمل الحر:

1. انتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة من حواسيب وانترنت وهواتف ذكية قد ساهمت بشكل أو بآخر في زيادة عدد المستقلين والمشاريع التي يتم العمل عليها في الوطن العربي.
2. انتشار منصات العمل الحر المتخصصة عبر الانترنت شكلت عاملاً هاماً وفارقاً في اتجاه الشباب العاطل عن العمل للانخراط في العمل ضمن تلك المنصات، فخلال الأعوام الماضية بدأ العديد من أصحاب الخبرات في مجال العمل الحر في نقل خبراتهم عن طريق المدونات والمواقع الشخصية أو من خلال المشاريع التي تساعد في توفير تلك الخاصة وتوفير حلقة اتصال بين الباحثين عن عمل وبين أصحاب المشاريع.
3. ساهمت مواقع العمل الحر التعليمية والإرشادية كموقع أكاديمية العمل الحر التابعة لحسوب في تقديم مقالات ودروس عالية الجودة في العديد من المجالات المختلفة مثل: البرمجة والتصميم والإدارة والأعمال والتسويق وأيضا العمل الحر، حتى يتسنى للجميع فرصة التعلم من أجل العمل الحر في أحد تلك المجالات.
4. انتشار معدلات البطالة في أوساط الخريجين وتزايدها في العالم العربي كانت أحد الأسباب التي ساهمت في توجه الشباب للعمل الحر كمخرج ومهرب من البطالة.
5. يعتبر العائد المالي الجيد أحد العوامل التي ساهمت في انتشار العمل الحر حيث يوفر العمل الحر إمكانية بشكل متوازي في أكثر من مشروع بنفس الوقت الأمر الذي يؤدي إلى زيادة عائدك المادي (أراجيك، 2016م).

**إيجابيات العمل الحر:** (متوفر على الرابط: <https://www.almsal.com/post/439862>، شوهد بتاريخ 2020/2/15م)

1. حرية التصرف في الوقت وتحديد الوقت المرغوب به للعمل.
2. عدم الحاجة لطلب الإذن أو التقدم للإجازة للمغادرة أو قضاء الحاجات الشخصية.
3. إمكانية التوقف عن العمل للذهاب بإجازة مفتوحة والعودة مجدداً حسب الرغبة.
4. عدم التقيد بدخل محدد.
5. تحقيق الأوضاع الاجتماعية الحيدة والرفاهية.
6. تقوية العلاقات الاجتماعية، حيث يسمح الوقت بذلك بكل أريحية.

7. زيادة الثقة بالنفس وقوة الشخصية، والتحرر من القيود والقوانين.
8. القدرة على تحقيق النجاح والتميز بوقت قصير.
9. العمل في المجال المرغوب فيه والذي يحبه الفرد.

#### سلبيات العمل الحر:

1. غياب الامتيازات الخاصة بالوظائف كالعطلات الرسمية مع ضمان الأجر، التأمينات الصحية، الضمان الاجتماعي.
2. عدم الحصول على إجازة أمومة بالنسبة للنساء.
3. تحمل تكاليف ونفقات التشغيل المتعلقة بالوظيفة، يترتب على ذلك تحمل الخسائر والأرباح.
4. غياب تنظيم الوقت والمعاونة من الفوضى في العمل الحر.
5. تداخل وقت العمل والحياة الشخصية مع بعضهما البعض.
6. العجز عن الحصول على إجازة سنوية غالباً.
7. عدم الاستقرار والثبات في الدخل والمردود المادي من العمل الحر.

#### مجالات العمل الحر عبر الانترنت:

1. **التصميم الجرافيكي:** وهو يعتبر التصميم بمختلف أغراضه سواء كان بطاقات أعمال وشعارات أو التصميم الإعلاني والتصميم الطباعي وتصميم الأغلفة وحتى التصميم ثلاثي الأبعاد من أكثر مجالات العمل الحر شهرة وانتشاراً سواء عبر المنصات العربية أو العالمية، وتزداد المنافسة بشكل كبير في هذا المجال مقارنة مع غيره من المجالات العمل الحر عبر الانترنت (ميدان، 2017م).
2. **الترجمة بين اللغات:** ازدادت الحاجة إلى مهارات الترجمة مما جعلها واحدة من أسرع المهن نمواً حتى الآن، ويتسع مجال الترجمة ليشمل ترجمة الكتب والأبحاث والرسائل العلمية أو ترجمة التقارير المتخصصة، وترجمة العقود التجارية أو القانونية؛ فالعديد ممن يملكون إلمام بأحد أو عدد من اللغات الأجنبية أصبحوا ينخرطون ضمن نطاق العمل الحر عبر المنصات الأجنبية والعربية لترجمة الوثائق والملفات والمقالات (Fraster,Gold, 2002).
3. **صناعة وتحري المحتوى:** التدوين وكتابة المقالات الإبداعية من أكثر مجالات العمل الحر انتشاراً، فآلاف من المستقلين يحققون مبالغ كبيرة من جراء كتابة تقارير ومقالات احترافية خالية من الأخطاء ومتوافقة مع محركات البحث، حيث بدأت الصحافة المكتوبة بالاندثار واتجهت غالبية الصحف إلى بناء مواقع إلكترونية خاصة بها لعرض محتواها مما ساهم في انتشار وازدياد الطلب على وظيفة التحرير وصناعة المحتوى بجميع أنواعه (ميدان، 2017م).
4. **البرمجة وتطوير مواقع الويب:** من أهم مجالات وتخصصات العمل الحر، فلا وجود لموقع على الانترنت إلا بالبرمجة وتطوير الويب، حيث يزداد الطلب عبر منصات العمل الحر العربية على تخصصات البرمجة وتطوير النظم وتطوير مواقع الويب بمختلف التقنيات واللغات المستخدمة، غيرها وبرامج التعامل مع قواعد البيانات وكتابة الأكواد البرمجية وتصميم وبرمجة تطبيقات الهواتف الذكية بمختلف أنظمة تشغيلها وغيرها (ميدان، 2017م).

5. التسويق والمبيعات: مجال التسويق من أهم مجالات العمل المستقل حيث يزداد الطلب عبر منصات العمل الحر العربية على المهام المتعلقة بتطوير الخطط التسويقية وتنفيذها وإدارة الحملات الإعلانية وتحسينها وزيادة معدلات العائد على الاستثمار، حيث تلجأ الشركات لبرامج التسويق التي تعطيها أفضل فرصة للنمو والمنافسة في السوق وبأسعار مناسبة، فتلجأ إلى المسوقين ومقدمي الدعم في مجال التسويق من المستقلين (Osnowitz, 2010).

منهجية ونتائج تحليل الدراسة:

نتائج الدراسة التحليلية:

أولاً: أداة الاستبانة:

1. النوع:

جدول رقم (1) النوع

النوع	ك	%
ذكر	19	63.3
أنثي	11	36.7
المجموع	30	100

يتضح من الجدول السابق أن الذكور أعلى من الإناث حيث بلغت نسبتهم 63.3% بينما الإناث جاءت نسبتها 36.7% في استخدام التجارة الالكترونية لتفعيل العمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة.

2. العمر:

جدول رقم (2) العمر

العمر	ك	%
من 25 إلى 27 سنة	8	26.6
من 28 إلى 30 سنة	6	20
من 31 إلى 33 سنة	9	30
من 35 فأكثر	7	23.4
المجموع	30	100

يتضح من الجدول السابق أن من 25 إلى 27 سنة جاء بنسبة 26.6% بينما من 28 إلى 30 سنة كان بنسبة 20% أما من 31 إلى 33 سنة جاء بنسبة 30% فيما من 35 فأكثر بنسبة 23.4% وكانت النسبة الأعلى من 31 إلى 33 سنة بنسبة 30% وهي ذروة الشباب والعمل الحر عبر الانترنت وقدرة الإنسان على كسب المال وبناء مستقبله.

### 3. الجامعة:

جدول رقم (3) الجامعة

الجامعة	ك	%
جامعة الأزهر	6	20
جامعة الأقصى	9	30
الجامعة الإسلامية	10	33.3
أخرى	5	16.7
المجموع	30	100

يتضح من الجدول السابق أن الجامعة الإسلامية جاءت بنسبة أعلى 33.3% من الجامعات الأخرى في ممارسة العمل الحر عبر الانترنت حيث كان جامعة الأقصى بنسبة 30% أما جامعة الأزهر بنسبة 20% فيما فئة أخرى جاءت بنسبة 16.7% (جامعة غزة، جامعة فلسطين، الكلية التقنية)، بينما أن أغلب العاملين في مجال التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت هم من خريجي الهندسة وتكنولوجيا المعلومات والتجارة.

### 4. التخصص:

جدول رقم (4) التخصص

التخصص	ك	%
تكنولوجيا المعلومات	10	33.3
التجارة	9	30
الهندسة	7	23.3
تخصص تربوي	4	13.4
المجموع	30	100

يتضح من الجدول السابق أن العاملين في مجال تكنولوجيا المعلومات هم الأكثر عملاً في مجال العمل الحر عبر الانترنت جاءت بنسبة 33.3% بينما تخصص التجارة بنسبة 30% أما تخصص الهندسة بنسبة 23.3% فيما تخصص تربوي جاء بنسبة 13.4% لأن مجالهم الأكثر تعاملاً مع تخصصات الحاسوب والبرمجة والتجارة الالكترونية.

### 5. الوظيفة:

جدول رقم (5) الوظيفة

الوظيفة	ك	%
القطاع الحكومي	6	20
القطاع الخاص	8	26.6
العمل الحر عبر الانترنت	11	36.7
لا أعمل	5	16.7

المجموع	30	100
---------	----	-----

يتضح من الجدول السابق أن أغلب الوظائف تعتمد على العمل الحر عبر الانترنت وذات عائد مالي ممتاز بسبب وضع الخريجين وانتشار البطالة في قطاع غزة وجاء بنسبة 36.7% بينما القطاع الخاص جاء بنسبة 26.6% أما القطاع الحكومي كان بنسبة 20% وفئة لا أعمل كانت بنسبة 16.7%.

#### 6. سنوات الخبرة في مجال العمل الحر:

##### جدول رقم (6) سنوات الخبرة في مجال العمل الحر

سنوات الخبرة	ك	%
أقل من سنة	12	40
من سنة إلى أقل من 5 سنوات	9	30
من 5 سنوات إلى أقل من 7 سنوات	7	23.3
أكثر من 7 سنوات	2	6.7
<b>المجموع</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

يتضح من الجدول السابق أن سنوات الخبرة في مجال العمل الحر أقل من سنة جاءت بنسبة 40% بينما من سنة إلى أقل من 5 سنوات كان بنسبة 30%، من 5 سنوات إلى أقل من 7 سنوات جاء بنسبة 23.3% أما أكثر من 7 سنوات بنسبة 6.7%.

#### 7. مصادر المعلومات التي تساعد في إنجاز قرار الشراء عبر الانترنت

##### جدول رقم (7) مصادر المعلومات

مصادر المعلومات	ك	%
شركات ومعارض الكمبيوتر	19	23.5
الأصدقاء والمعارف والجيران	14	17.3
الشركة المقدمة لخدمة الانترنت	20	24.7
إعلانات الشركات عبر الانترنت	22	27.1
أخرى	6	7.4
<b>المجموع</b>	<b>81</b>	<b>100</b>

يتضح من الجدول السابق أن إعلانات الشركات عبر الانترنت جاءت أعلى نسبة في مصادر المعلومات التي تساعد في إنجاز قرار الشراء عبر الانترنت بنسبة 27.1% بينما الشركة المقدمة لخدمة الانترنت بنسبة 24.7%، وجاءت شركات ومعارض الكمبيوتر بنسبة 23.5% أما الأصدقاء والمعارف والجيران بنسبة 17.3% بينما فئة أخرى بنسبة 7.4% وهي عبارة عن وسائل إذاعية، مؤسسات إعلامية.

8. أكثر مواقع التجارة الالكترونية التي يتم يقوم المستقلين بزيارتها عبر الانترنت:

جدول رقم (8) مواقع التجارة الالكترونية

المواقع الأكثر زيارة على الشبكة	ك	%
أجنبية	23	60.5
عربية	13	34.3
محلية	2	5.2
<b>المجموع</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

يتضح من الجدول السابق أن المواقع الأكثر انتشاراً وزيارة عبر شبكات خلال التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت هي المواقع الأجنبية بنسبة 60.5% بينما المواقع العربية بنسبة 34.3% أما المواقع المحلية كانت بنسبة 5.2% وهذا يعني أن المواقع الأجنبية هي الأعلى بين المواقع والأكثر تعرضاً من الجمهور والعاملين في مجال التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت.

9. طبيعة وأنواع المشاريع التي يتم طرحها داخل منصات العمل الحر عبر الانترنت:

جدول رقم (9) طبيعة المشاريع

طبيعة المشاريع	ك	%
تتوفر فرص عمل جيدة ومشاريع متنوعة في منصات العمل الحر العربية والأجنبية	16	22.5
يستغل بعض العملاء قلة خبرة بعض الجدد من العاملين بشكل حر في تقليل أجره المشاريع التي ينجزونها وعدم إيفائهم حقوقهم كاملة	12	16.9
يلتزم أغلب العاملين بشكل حر بتسليم المشاريع التي يعملون عليها في الوقت المحدد سلفاً بينهم وبين الزبون دون تأخير	7	9.8
توجد منافسة كبيرة بين المستقلين ورواد العمل الحر داخل المنصات لأجل استقطاب المزيد من العملاء	20	28.1
يرشح أغلب العاملين بشكل حر أنفسهم لمشاريع ذات عائد كبير حتي لو لم تكن من اختصاصهم	19	26.7

يتضح من الجدول السابق أنه توجد منافسة كبيرة بين المستقلين ورواد العمل الحر داخل المنصات لأجل استقطاب المزيد من العملاء بنسبة 28.1%، بينما يرشح أغلب العاملين بشكل حر أنفسهم لمشاريع ذات عائد كبير حتى لو لم تكن من اختصاصهم جاءت بنسبة 26.7%، بينما تتوفر فرص عمل جيدة ومشاريع متنوعة منصات العمل الحر العربية والأجنبية بنسبة 22.5%، فيما يستغل بعض العملاء قلة خبرة بعض الجدد من العاملين بشكل حر في تقليل أجره المشاريع التي ينجزونها وعدم إيفائهم حقوقهم كامل بنسبة 16.9%، وأخيراً فئة يلتزم أغلب العاملين بشكل حر بتسليم المشاريع التي يعملون عليها في الوقت المحدد سلفاً بينهم وبين الزبون دون تأخير كانت بنسبة 9.8%.

## 10. التعاملات المالية والإدارية للتجارة الإلكترونية داخل منصات العمل الحر عبر الإنترنت:

### جدول رقم (10) التعاملات المالية والإدارية

ك	%	التعاملات المالية والإدارية للتجارة الإلكترونية داخل منصات العمل الحر عبر الإنترنت
10	12.1	يشعر أغلب العاملين بشكل حر بالرضا عن الطرق المتبعة داخل المنصة في تحويل الأموال والدفعات الخاصة بالمشاريع المنجزة لحساباتهم
13	16	يتوجه العاملون بشكل حر لإدارة المنصة في حال واجهتهم أي مشاكل في التعامل مع الزبائن والعملاء
11	13.4	توجد درجة كبيرة من الموثوقية والالتزام بين العملاء والمستقلين خلال إنجاز المشاريع داخل المنصة
25	30.5	يعاني العاملون بشكل حر من سكان قطاع غزة من مشاكل عدة في تحويل الأموال لحساباتهم مقارنة مع غيرهم من العرب والأجانب
23	28.0	تساهم منصات العمل الحر بتوفير توعية جيدة للعاملين بشكل حر وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم فيما يتعلق بالعمل مع الزبائن

يتضح من الجدول السابق أن فئة يعاني العاملون بشكل حر من سكان قطاع غزة من مشاكل عدة في تحويل الأموال لحساباتهم مقارنة مع غيرهم من العرب والأجانب جاءت بنسبة 30.5%، بينما تساهم منصات العمل الحر بتوفير توعية جيدة للعاملين بشكل حر وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم فيما يتعلق بالعمل مع الزبائن كان بنسبة 28.0%، أما يتوجه العاملون بشكل حر لإدارة المنصة في حال واجهتهم أي مشاكل في التعامل مع الزبائن والعملاء جاء بنسبة 16%، فيما أنه توجد درجة كبيرة من الموثوقية والالتزام بين العملاء والمستقلين خلال إنجاز المشاريع داخل المنصة بنسبة 13.4%، وكانت يشعر أغلب العاملين بشكل حر بالرضا عن الطرق المتبعة داخل المنصة في تحويل الأموال والدفعات الخاصة بالمشاريع المنجزة لحساباتهم بنسبة 12.1%.

## 11. العوامل التي ساهمت في إبراز التجارة الإلكترونية لتفعيل العمل الحر عبر الإنترنت:

### جدول رقم (11) عوامل إبراز التجارة الإلكترونية

ك	%	العوامل التي ساهمت في إبراز التجارة الإلكترونية لتفعيل العمل الحر عبر الإنترنت
9	12	انخفاض تكلفة استخدام الإنترنت
7	7.3	وجود اتصالات آمنة بين العميل والشركة
11	14.6	المصادقية وصحة البيانات المعروضة للعميل
10	13.3	الإجابة على استفسارات العملاء من خلال الإنترنت
8	10.6	تقديم خدمات ما بعد البيع
12	16	كثرة العروض الخاصة بالمنتجات وتنوعها
18	24	إبلاغ العملاء بالتطورات الجديدة بالمنتج

يتضح من الجدول السابق أن إبلاغ العملاء بالتطورات الجديدة بالمنتج جاء بنسبة 24%، بينما جاءت كثرة العروض الخاصة بالمنتجات وتنوعها كان بنسبة 16%، فيما جاءت المصادقية وصحة البيانات المعروضة للعميل بنسبة 14.6%، والإجابة على الاستفسارات العملاء من خلال الإنترنت جاء بنسبة 13.3% وأما

انخفاض تكلفة استخدام الانترنت جاء بنسبة 12%، بينما تقديم خدمات ما بعد البيع بنسبة 10.6%، ووجود اتصالات آمنة بين العميل والشركة بنسبة 7.3%.

## 12. أهم التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية في العمل الحر عبر الانترنت:

جدول رقم (12) أهم التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية

التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية في العمل الحر عبر الانترنت	ك	%
تتطلب الكثير من الوقت والجهد	11	14.6
عدم توفر اتصال آمن	7	7.3
لا يتوفر لدي بطاقة ائتمان	8	10.6
انعدام المصداقية وصحة البيانات	9	12
صعوبة التعامل مع شبكة الانترنت	10	13.3
الحرمان من متعة التسوق	18	24
عدم امكانية معاينه السلعة قبل الشراء	12	16

يتضح من الجدول السابق أن الحرمان من متعة التسوق جاء بنسبة 24%، بينما عدم إمكانية معاينة السلعة قبل الشراء بنسبة 16%، أما تتطلب الكثير من الوقت والجهد كان بنسبة 14.6%، فيما جاءت صعوبة التعامل مع الانترنت بنسبة 13.3%، وجاء انعدام المصداقية وصحة البيانات بنسبة 12%، وكانت لا يتوفر لدي بطاقة ائتمان بنسبة 10.6%، وعدم توفر اتصال آمن بنسبة 7.3%.

### ثانياً: أداة المقابلة:

قمنا بالتواصل مع مجموعة من الأكاديميين العاملين في مجال العمل الحر عبر الانترنت للتعرف على دور التجارة الالكترونية في تفعيل العمل الحر على الانترنت من وجه نظر الأكاديميين العاملين في المجال.

أكد الأستاذ أشرف كلوب أن بيئة العمل الحر عبر الانترنت تعد بيئة مميزة من أجل التشبيك مع الآخرين وصقل الخبرة الشخصية، وأن العمل الحر عبر الانترنت يساعد في العائد المالي بجانب الوظيفة الرسمية ولكن ليس دائماً. حيث قال إن ساعات العمل تكون من اثنين إلى ثلاث ساعات تقريباً وهذا وقت غير كافٍ بسبب ضغط الوقت والجهد، ولا يوجد أي صعوبات أثناء العمل الحر عبر الانترنت ولكن يحتاج الأكاديمي إلى المهارة الأساسية وهي كيفية التعامل في العمل عن بعد.

وأكد أستاذ مساعد أن العمل الحر عبر الانترنت يحقق الأهداف لكن ليس كثيراً إنما يعطي عائداً مالياً أفضل من الوظائف الأخرى نوعاً ما، ويقضي ما يقارب ست ساعات للعمل الحر بسبب ضيق الوقت لديه، وأن ضغط العمل الأكاديمي يجعل وقتاً غير متاح للعمل عن بعد وهذا من أبرز الصعوبات التي يواجهها.

وقال محمد أبو حطب أن تحقيق الأهداف مهم خاصة في بيئة العمل الحر عبر الانترنت، والعائد المالي يكون حسب التخصص في جلب المال للعاملين في مجال العمل الحر، الساعات التي يقضيها هي ساعتان وأكد أن العمل

الحر يحتاج إلى وقت طويل وأن الأكاديميين وقتهم محدود فهذا الأمر من الصعوبات التي تواجه البعض، بال إضافة إلى أن التجارة الالكترونية عملت على تفعيل العمل الحر عبر الانترنت.

ونوه المهندس محمد زعرب أن العمل الحر عبر الانترنت لا يحقق أهدافك التي تسعى إليها ولا يحقق العائد المالي بدل من الوظائف الأخرى، وقد حدد الساعات التي يقضيها لممارسة العمل الحر عبر الانترنت بما يقارب أربع ساعات، وأن من أهم الصعوبات التي تواجه الأكاديميين في العمل الحر هي عدم وجود وظائف واضحة للعمل الحر عبر الانترنت للأكاديمي في إحدى الجامعات الفلسطينية.

في حين تقول أسماء شاهين أن العمل الحر عبر الانترنت يحقق الأهداف بشكل جزئي وليس كلياً وأنه لا يعد بديل عن الوظائف الأخرى، إذا أن ساعات العمل التي تقضيها ساعتان يومياً، الصعوبات التي تواجه الأكاديميين في مجال العمل الحر عبر الانترنت نسبة العمولات على المبالغ المرصودة لكل مشروع، أن الأكاديميين يحتاجون إلى تطوير مهارات وخبرات لمواكبة العمل أول بأول وليس لديهم وقت كافٍ لممارسة العمل الحر عبر الانترنت، وأضافت أن التجارة الالكترونية عملت على تفعيل العمل الحر عبر الانترنت ولكن أثرت بشكل سيء بسبب الاستخدام الخاطئ الذي جعل إغلاق الصفحات والحظر لمن يستخدمون المجال بطرق غير صحيحة.

وأكد حازم النجار أن العمل الحر عمل على تحقيق أهدافه، وأن العائد المالي حسب التخصص يكون جيد نوعاً ما ولكنه ليس أفضل بكثير من الوظائف الأخرى، وأنه يقضي ما يقارب ست ساعات للممارسة العمل الحر عبر الانترنت، وإن أهم الصعوبات التي تواجه الأكاديميين العاملين في مجال العمل الحر هو قلة شبكة الكهرباء والانترنت واللغة الإنجليزية.

ويقول ناصر كوارع أن العمل الحر يحقق أهدافه، ويحقق العائد المالي ولكنه ليس بديلاً عن الوظائف الأخرى، وأنه يقضي ست ساعات لممارسة العمل الحر عبر الانترنت، الصعوبات التي يعاني منها الأكاديميون العاملون في مجال العمل الحر هو الوقت.

## النتائج والتوصيات:

### أهم النتائج:

1. تبين الدراسة أن إعلانات الشركات عبر الانترنت جاءت أعلى نسبة في مصادر المعلومات التي تساعد في إنجاز قرار الشراء عبر الانترنت بنسبة 27.1%.
2. توضح الدراسة أن المواقع الأكثر انتشاراً وزيارة عبر شبكات خلال التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت هي المواقع الأجنبية بنسبة 60.5%، بينما المواقع العربية بنسبة 34.3%، أما المواقع المحلية كانت بنسبة 5.2%، وهذا يعني أن المواقع الأجنبية هي الأعلى بين المواقع والأكثر تعرضاً من الجمهور والعاملين في مجال التجارة الالكترونية والعمل الحر عبر الانترنت.
3. تكشف الدراسة أنه توجد منافسة كبيرة بين المستقلين ورواد العمل الحر داخل المنصات لأجل استقطاب المزيد من العملاء بنسبة 28.1%، بينما يرشح أغلب العاملين بشكل حر أنفسهم لمشروع ذات عائد كبير حتى لو لم تكن من اختصاصهم جاءت بنسبة 26.7%، بينما تتوفر فرص عمل جيدة ومشاريع متنوعة منصات العمل الحر العربية والأجنبية بنسبة 22.5%، فيما يستغل بعض العملاء قلة خبرة بعض الجدد من العاملين بشكل حر في تقليل أجره المشاريع التي ينجزونها وعدم إيفائهم حقوقهم.

4. تبين الدراسة أن فئة يعاني العاملين بشكل حر من سكان قطاع غزة من مشاكل عدة في تحويل الأموال لحساباتهم مقارنة مع غيرهم من العرب والاجانب جاءت بنسبة 30.5% بسبب الحصار ومن الصعب ايصال أموال بشكل سهل إلى قطاع غزة.
5. تكشف الدراسة أن ابلاغ العملاء بالتطورات الجديدة بالمنتج جاء بنسبة 24%، بينما جاءت كثرة العروض الخاصة بالمنتجات وتنوعها كان بنسبة 16% فيما جاءت المصادقية وصحة البيانات المعروضة للعميل جاء بنسبة 14.6%، والإجابة على استفسارات العملاء من خلال الانترنت جاء بنسبة 13.3%، وأما انخفاض تكلفة استخدام الانترنت جاء بنسبة 12%، بينما تقديم خدمات ما بعد البيع بنسبة 10.6%، ووجود اتصالات آمنة بين العميل والشركة بنسبة 7.3%.
6. توضح الدراسة أن الحرمان من متعة التسوق جاء بنسبة 24%، بينما عدم إمكانية معاينة السلعة قبل الشراء بنسبة 16%، أما تتطلب الكثير من الوقت والجهد كان بنسبة 14.6%، فيما جاءت صعوبة التعامل مع الانترنت بنسبة 13.3%، وجاء انعدام المصادقية وصحة البيانات بنسبة 12%، وكانت لا يتوفر لدي بطاقة ائتمان بنسبة 10.6%، وعدم توفر اتصال أمن بنسبة 7.3%.
7. تبين الدراسة أن الأكاديميين يعملون في مجال العمل الحر عبر الانترنت ولكن الوقت قصير من ساعتين إلى ست ساعات بسبب ضيق الوقت لديهم وضغط العمل الأكاديمي.
8. تكشف الدراسة أن الأكاديميين يعملون في مجل العمل الحر عبر الانترنت لتحقيق أهدافهم.
9. توضح الدراسة أنه كلما زاد التخصص في العمل الحر عبر الانترنت كلما كان أفضل في الوصول إلى الهدف والعائد المالي المناسب.

#### أهم التوصيات:

1. ضرورة نشر ثقافة التعامل مع التجارة الالكترونية وذلك بين أفراد المجتمع من خلال وضع برامج مكثفة ومدروسة تستهدف كل من الجامعات والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية لإبراز دورها وأهميتها.
2. زيادة الوعي من خلال وسائل الإعلام على أهمية التجارة الالكترونية ودورها الفعال في تفعيل العمل الحر عبر الانترنت في قطاع غزة.
3. توعية الشركات بضرورة توفير اتصال آمن بين العملاء، وتوعية العملاء بأمان التعاملات الالكترونية حتى يصبح هناك مصادقية وأمان بين العملاء والجمهور.
4. إيجاد حلول من أجل رفع القيود التي تضعها البنوك على التعاملات المالية الصادرة والواردة للعاملين بشكل حر وتسهيل تحويل الأموال إليهم ومن الجهات التي يعملون بها.
5. إيجاد قوانين وتشريعات وإنشاء أجسام نقابية تكفل للعاملين بشكل حر حقوقهم ومساندتهم وتمثيلهم.

## المراجع:

### أولاً: المراجع العربية:

1. تعريف جامعة كورنيل، كلية العلاقات الصناعية والعمل، متاح على الرابط: <https://www.ilr.cornell.edu>، شوهد بتاريخ 2020/2/8م.
2. المرسل، إيجابيات وسلبيات العمل الحر، شوهد بتاريخ 2020/2/13م/ متاح على الرابط: <https://www.almrsl.com/post/439862> نشر بتاريخ 2019م.
3. ويكيبيديا، عنوان المقال قطاع غزة، الموقع [https://ar.wikipedia.org/wiki/قطاع\\_غزة](https://ar.wikipedia.org/wiki/قطاع_غزة)، تاريخ الاطلاع 15 نوفمبر 2019م.
4. خليفة، أنسام. (2018م). "دور منصات العمل الحر عبر الانترنت في انتشار ثقافة العمل الحر في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة: الجامعة الإسلامية، كلية التجارة.
5. أبو الخير، أحمد. (2017م). " دور العوامل الشخصية والبيئية في نجاح ممارسات العمل الحر " دراسة تطبيقية على خريجي مؤسسات التعليم العالي في قطاع غزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (غزة: الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، 2017م).
6. أرجيك قسم مقالات العمل الحر، شوهد بتاريخ 2020/2/10م، متاح على الرابط: <https://cutt.us/tQRyf>، تاريخ النشر 2017م.
7. شبكة ميدان. (2017م). شبكة الجزيرة الإعلامية، شوهد بتاريخ 2020/2/13م، متاح على الرابط: <https://midan.aljazeera.net>
8. شركة حسوب. (2017م). المنصات التابعة لحسوب، شوهد بتاريخ 2020/2/11م، متاح على الرابط: <https://www.hsoub.com>
9. الناصر، هناء، أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الأسواق المحلية العربية، دراسة بحثية منشورة عبر الرابط: <https://democraticac.de/?p=45530> بتاريخ 2017/4/12م، تاريخ الزيارة 2019/12/4م.
10. النواوي، عمرو. (2015). مقالات العمل الحر، متاح عبر الرابط: [https://academy.hsoub.com/profile/16-%D8%B9%D9%85%D8%B1%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%88%D8%A7%D9%88%D9%8A/?do=content&type=cms\\_records7&change\\_section=1](https://academy.hsoub.com/profile/16-%D8%B9%D9%85%D8%B1%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%88%D8%A7%D9%88%D9%8A/?do=content&type=cms_records7&change_section=1)
11. شراب، أمير. (2014م). "طريقك إلى العمل عبر الانترنت"، شوهد بتاريخ 2020/2/12م، متاح على الرابط: <https://cutt.us/tC4i5>
12. جبريل، سعيد. (2012م). "واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية.
13. سلسلة إصدارات مجتمع المعرفة، مركز الدراسات الاستراتيجية، التجارة الإلكترونية وفرص عمل خريجات في المملكة، جامعة الملك عبد العزيز، الإصدار الخامس والعشرون، 2010م.

14. العوضي، أحمد. (2010م). "العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية"، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، 2010م.
15. العوضي، أحمد. (2010م) العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، بحث منشور، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6.
16. الفصاح، مهدي. (2008م). "العمل الحر آلية لحل مشكلة الشباب - دراسة ميدانية، ورقة عمل مقدمة للندوة الرابعة حول (علم الاجتماع وقضايا العمل والبطالة في ظل العولمة)، جامعة طنطا، قسم الاجتماع، كلية الآداب، مصر.
17. العيسوي، ابراهيم. (2003م). "التجارة الإلكترونية"، المكتبة الأكاديمية، ط1، القاهرة، مصر.
18. الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت، مؤسسة اليمامة الصحفية (2003).
19. حجازي، عبد الفتاح. (2002م). "النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الأول نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنيا، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر.

#### ثانياً: المرجع الأجنبية:

21. Rahman, M.M & ,Rahman, M.A (2017) Factors, Impacts, Problems and Solutions of Freelance Earning in the context of Bangladesh. Business & Entrepreneurship Journal, vol.6 ,no.1,2017,1-13.

#### ثالثاً: المقابلات:

20. أشرف كلوب، محاضر في مجتمع الاقصى وكلية التقنية (دير البلح)، المقابلة عبر الاتصال بالفيس بوك، يوم الأربعاء بتاريخ 2020/2/5م، الساعة 8 مساءً.
21. حازم النجار، محاضر في جامعة فلسطين، المقابلة عبر الاتصال بالفيس بوك، يوم السبت بتاريخ 2020/2/1م، الساعة 10 صباحاً.
22. محمد أبو حطب، نائب العميد للشؤون الأكاديمية في كلية فلسطين التقنية، خلال استبانة للمقابلة تم نشرها عبر الفيس بوك، يوم الخميس بتاريخ 2020/2/6م، الساعة 7 مساءً.
23. محمد زعرب، مهندس جامعة فلسطين، خلال استبانة للمقابلة تم نشرها عبر الفيس بوك، يوم الخميس بتاريخ 2020/2/6م، الساعة 7 مساءً.
24. أسماء شاهين، كلية التقنية (دير البلح)، خلال استبانة للمقابلة تم نشرها عبر الفيس بوك، يوم الجمعة بتاريخ 2020/2/7م، الساعة 7 مساءً.
25. ناصر كوارع، محاضر في الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، خلال استبانة للمقابلة تم نشرها عبر الفيس بوك، يوم السبت بتاريخ 2020/2/1م، الساعة 8 مساءً.