وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي في شعبة العلوم المالية و المحاسبية
تخصص:تدقيق ومراقبة التسيير

## مذكرة بعنوان

# دور التدقيق التجاري في ضبط معاملات التجارة الالكترونية
## دراسة حالة بمديرية التجارة لولاية أدرار

إعداد الطالبين:

-عصموني حسين

-كامل اشرف الدين

## لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الصفة |
|---|---|
| بلوافي عبد المالك | رئيسا |
| قويدري عبد الرحمان | مشرفا ومقررا |
| ولد باحمو سمير | ممتحنا |

الموسم الجامعي
2022/2021
^2022-2021 / ^1443-1444

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

People'sDemocraticRepublic of Algeria

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة أحمد دراية- أدرار
المكتبة المركزية
مصلحة البحث الببليوغرافي

Ministry of Higher Education and Scientific Research
University Ahmed Draia of Adrar
The central library

# شهادة الترخيص بالإيداع

انا الأستاذ(ة): قويدري عبد الرحمان

المشرف مذكرة الماستر الموسومة بـــ : دور التدقيق التجاري في ضبط معاملات التجارة الالكترونية دراسة حالة عينة التجارة بأدرار

من إنجاز الطالب(ة): مصوفي حنين

و الطالب(ة): كامل أشرف الدين

كلية : العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

القسم : العلوم التجارية

التخصص: تدقيق ومراقبة التسيير

تاريخ تقييم / مناقشة: 2022/05/30

أشهد ان الطلبة قد قاموا بالتعديلات والتصحيحات المطلوبة من طرف لجنة التقييم / المناقشة، وان المطابقة بين النسخة الورقية والإلكترونية استوفت جميع شروطها.

وبإمكانهم إيداع النسخ الورقية (02) والاليكترونية (PDF).

- امضاء المشرف:

ادرار في : 14 JUIN 2022

مساعد رئيس القسم:

د . قويدري عبد الرحمان
مساعد رئيس قسم العلوم التجارية
مكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي

بسم الله الرحمن الرحيم

# إهداء

إلي منبع النور في حياتي :والدتي الغالية التي علمتني الصبر والسعي من غير ضمر

إلى والدي الحبيب الذي علمني وأحسن تربيتي ونقش في قلبي وصية طلب العلم

إلى إخوتي وأخواتي الذين قاسموني في حلو الحياة ومرها وأحاطوني بمحبتهم واهتمامهم

# شكر وتقدير

نحمد الله سبحانه وتعالى بأن وفقنا لإتمام هذا العمل، و نصلى ونسلم على خاتم الأنبياء والمرسلين محمد – صلى الله عليه وسلم

بعون الله وتوفيقه انتهينا من إنجاز هذا البحث بعد مشوار طويل حافل بالتعب والرجاء والصبر وهدف الوصول إلى مبتغانا..

أما بعد " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

كما نتقدم بالشكر الخالص والجزيل وإلا متنان إلى كل ألأساتذة الذين بادروا في توجيهينا وتعليمينا منذ بداية مشوارينا الجامعي إلى غاية نهايته لاسيما الأستاذ: ولد بحمو سمير على قبوله الإ شراف على مذكرة تخرجنا وعلى ما قدمه لن امن يد العون وكما نشكر كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية التجارية م على مساندتهم إيانا وأعوان مديرية التجارة بوالية أدرار و إلى كل من مد لنا يد العون من قريب أو بعيد بالكثير أو القليل وفي الأخير نعتذر إلى كل من لم يحضرنا أسمه أو نسيناه، ونسأل الله العلي القدير الموفق لكل شيء أن يجزيهم عنا خير الجزاء والحمد الله رب العاملين.

**الملخص:**

لقد ساهمت التجارة الالكترونية في الآونة الاخيرة بشكل كبير في تسهيل العمليات التجارية الى جانب الى جانب ان الواقع الاقتصادي يفرض ذلك خاصة الدول السائرة في طريق النمو وقد هدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور التدقيق التجاري في تفعيل و ضبط التجارة الالكترونية بعد ظهور التجارة الالكترونية و التي ساهمت بفضل الانترنت الى تحويل العالم واسع الارجاء الى سوق واحد ذو شكل جديد و متطور و خالي من كل الحدود يستطيع مستعملوه من اقتناء حاجياتهم من السلع و الخدمات بكل راحة و بأقل وقت و تكلفة ممكنة ،و كذالك مساهمة التدقيق التجاري في ضبط التعام لات التجارية و التقليل من الاخطاء و الغش فقد توصلنا من خلال هذه الدراسة الى ان التجارة الا لكترونية الحديثة ليس لها حدود كما ساهمت في التنمية الاقتصادية و تسهيل التعاملات التجارية بشكل كبير

**الكلمات المفتاحية :**

التجارة الالكترونية , التدقيق التجاري ، العمليات التجارية

**الملخص باللغة الاجنبية:**

Electronic commerce has recently contributed greatly to facilitating commercial operations, in addition to the fact that the economic reality dictates this, especially in developing countries. This study aimed to identify the role of commercial auditing in activating and controlling electronic commerce. After the emergence of electronic commerce, which, thanks to the Internet, contributed to transforming the wide world into a single market with a new and advanced form, free of all borders, its users could acquire their needs of goods and services with ease and at the lowest possible time and cost, as well as the contribution of commercial auditing. In controlling commercial transactions and minimizing errors and fraud, we have concluded through this study that modern electronic commerce has no limits and also contributed to economic development and greatly facilitated commercial transaction.

**Key words:**

E-Commezcr .commercial audit. Commercial operations.

# فهرس
# المحتويات

# فهرس المحتويات


| البيان | الصفحة |
|---|---|
| الإهداء | |
| الشكر | |
| الملخص | |
| قائمة الجداول | |
| قائمة الأشكال | |
| قائمة الملاحق | |
| المقدمة | أ-د |
| الفصل الأول : التأصيل النظري والمفاهيمي للبحث | |
| تمهيد لفصل الأول: | 01 |
| المبحث الأول : لتأصيل النظري للتدقيق التجاري | 02 |
| المطلب الأول:مفهوم التدقيق التجاري | 02 |
| الفرع الأول: تعريف التدقيق | 02 |
| الفرع الثاني:تعريف التدقيق التجاري | 02 |
| المطلب الثاني: مجالات التدقيق | 03 |
| المطلب الثالث :أهداف وأهمية التدقيق التجاري | 03 |
| الفرع الأول : أهداف التدقيق التجاري | 04 |
| الفرع الثاني : أهمية التدقيق التجاري | 05 |
| المبحث الثاني : الإطار النظري للتجارة الالكترونية | 05 |
| المطلب الأول:مفاهيم حول التجارة الالكترونية | 05 |
| الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية | 05 |
| الفرع الثاني :خصائص التجارة الالكترونية | 09 |
| المطلب الثاني :أشكال وأنواع التجارة الالكترونية | 10 |
| الفرع الأول :أشكال التجارة الالكترونية | 10 |

| | |
|---|---|
| الفرع الثاني : أنواع التجارة الالكترونية | 11 |
| الفصل الثاني : الدراسات السابقة للموضوع | |
| تمهيد للفصل الثاني | 17 |
| المبحث الأول :التدقيق التجاري | 17 |
| المطلب الأول : عرض الدراسات السابقة | 17 |
| المطلب الثاني : مناقشة الدراسات المتعلقة بالتدقيق التجاري | 19 |
| المبحث الثاني : التجارة الالكترونية | 20 |
| المطلب الأول :عرض الدراسات السابقة | 20 |
| المطلب الثاني : مناقشة الدراسات المتعلقة بالتدقيق التجاري | 23 |
| خلاصة الفصل الثاني | 25 |
| الفصل الثالث : الدراسات الميدانية بمديرية التجارة – أدرار | |
| المبحث الأول :صلاحية أداة الدراسة | 27 |
| المطلب الأول : صلاحية استبانه الدراسة | 27 |
| المبحث الثاني: التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة | 33 |
| المطلب الأول: التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة حسب النسب و التكرارات. | 33 |
| المطلب الثاني: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة. | 38 |
| المبحث الثالث: اختبار الفروض. | 42 |
| المطلب الأول: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى | 42 |
| المطلب الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية | 46 |
| المطلب الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة. | 50 |
| الخاتمة | 53 |
| قائمة المصادر والمراجع | |
| الملاحق | |

# فهرس الجداول


| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|---|---|---|
| 01 | مناقشة الدراسات المتعلقة بالتدقيق التجاري | 19 |
| 02 | مناقشة الدراسة المتعلقة بالتجارة الالكترونية | 23 |
| 03 | الصدق الداخلي لعبارات محور. التدقيق التجاري | 29 |
| 04 | الصدق الداخلي لعبارات محور التجارة الالكترونية | 30 |
| 05 | صدق الاتساق البنائي للاستبيان | 31 |
| 06 | الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لمحور التدقيق التجاري. | 32 |
| 07 | الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لمحور . التجارة الالكترونية | 32 |
| 08 | الثبات بطريقة ألفا كرونباخ للاستبيان | 33 |
| 09 | توزيع أفراد العينة حسب الجنس. | 34 |
| 10 | توزيع أفراد العينة حسب العمر | 35 |
| 11 | توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلم | 35 |
| 12 | توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة | 36 |
| 13 | توزيع أفراد العينة حسب الخبرة | 37 |
| 14 | المتوسطات المرجحة للأسئلة ذات الخمس خيارات | 39 |
| 15 | البيانات الوصفية لعبارات محور التدقيق التجاري | 39 |
| 16 | البيانات الوصفية لعبارات محور التجارة الالكترونية | 41 |
| 17 | اختبار T-TEST للفرق بين متوسطي النوع لمحور التدقيق التجاري | 43 |
| 18 | تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأولى | 44 |
| 19 | تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الأولى | 44 |
| 20 | تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الأولى | 45 |
| 21 | تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الأولى | 46 |
| 22 | اختبار T-TEST للفرق بين متوسطي النوع لمحور التجارة الالكترونية | 47 |

| | | |
|---|---|---|
| 23 | تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية | 47 |
| 24 | تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية | 48 |
| 25 | تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الثانية | 49 |
| 26 | تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الثانية | 49 |
| 27 | نموذج الانحدار بين التدقيق التجاري والتجارة الالكترونية | 50 |
| 28 | تحليل التباين في المتوسطات بين التدقيق التجاري .والتجارة الالكترونية | 50 |
| 29 | تحليل الانحدار ل.التدقيق التجاري والتجارة الالكترونية | 51 |

# فهرس الأشكال


| الرقم | عنوان الشكل | الصفحة |
|---|---|---|
| 01 | أشكال التجارة الالكترونية | 11 |
| 02 | يوضح توزيع افراد العينة حسب الجنس: | 33 |
| 03 | توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر. | 34 |
| 04 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي | 36 |
| 05 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوظيفة. | 37 |
| 06 | توزيع افراد عينة الدراسة حسب الخبرة | 38 |

# المقدمة

**توطئة**:

تعتبر الحاجة البشرية أساس المبادلات التجارية منذ القدم، وأول شكل صنع الحدث هو التجارة الا لكترونية التي سمحت بإمكانية تبادل المنافع بين البشر، ومن هذا المنطلق وفي ظل التطور الا قتصادي الحاصل في العالم، والذي ولد طبقات بين دول العالم( الدول المتقدمة، والسائرة في طريق النمو) جعل من التجارة الالكترونية أداة اقتصادية للدول السائرة في طريق النمو لتدارك العجز في تلبية حاجات الأفراد والمجتمعات، بل وأصبحت مقننة بقوانين تسمح بالحفاظ على طابع الديمومة لهذه الأداة الاقتصادية وتحمي مصالح كل طرف اقتصادي في هذا النوع من التجارة.

وإن المميزات العديدة التي يوفّرها النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبـر وسـيط إلكتروني ساهم في زيادة إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الإلكترونية، فالحاجة إلـى إدراك هذا النوع من التجارة لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، ولكـن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبـادلات حسب أوضاعها وخصوصياتها، حيث برغم أن التجارة الإلكترونية بلغت حدود عالية في انتشارها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطوا خطوات مهمة رغم تواضعها، إلا ّ أن اعتماد هذه التجارة في الجزائر ما زال في مراحله الأولى، ولم يرقى بعد إلى ذلك المسـتوى الـذي يمكن مـن اعتبارها كتقنية متطورة للتجارة ،وبالتالي يتعرض الاقتصاد الجزائري الى خلل كبير بسبب نقص هذه التجارة .

وقد أصبحت التجارة الإلكترونية النغمة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العـالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اخـتلاف أحجامهـا لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكـذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقـرة زر واحـدة ودون الحاجـة لمغادرة أماكنهم.

**الإشكالية الرئيسية** :

بناء على ماسبق يمكن أن نطرح الإشكالية الرئيسية على النحو التالي :**ما مدى مساهمة التدقيق التجاري في ضبط معاملات التجارة الالكترونية بمدرية التجارة لولاية أدرار؟**

ولكي نجيب نجيب على الإشكالية السابقة لابد من إن نتطرق إلى التساؤلات الفرعية التالية :

أولا: ماهي المرتكزات السياسية لتطوير التجارة الالكترونية ؟

ثانيا: هل يوجد إدراك لمفاهيم تدقيق المشتريات والمبيعات في أوساط المعاملات التجارية؟

ثالثا:هل يوجد إدراك لمفاهيم التجارة الالكترونية في أوساط المعاملات التجارية؟

رابعا: هل توجد علاقة أثر للتدقيق التجاري على التجارة الالكترونية؟

**الفرضيات**:

وللإجابة على هذه الأسئلة سنحاول الانطلاق من الفرضيات التالية:

- يمكن لتجارة الالكترونية أن تتطور بتطور سوق المبادلات الدولية والإقليمية.

- هناك إدراك لمفاهيم تدقيق المشتريات والمبيعات في أوساط المعاملات.
- هناك إدراك لمفاهيم تجارة التجارة الالكترونية في أوساط المعاملات.

**أهمية الدراسة :**

تأتي أهمية الدراسة من الأهمية التي اكتسبتها التجارة الالكترونية بعد ظهورها وتناميها نتيجة للأ رباح الطائلة التي تحققها، فقد نتج عنها الكثير من الجدل حول العديد من القواعد والمبادئ القانونية التي تحكم نظام التعاقد والتي لا تفي بمقتضيات التجارة الالكترونية، خاصة أن تلك القواعد ترتكز على أسس تجاوزتها التجارة الالكترونية، التي أضحت تمثل محورا أساسيا في الحياة العامة كما يثير هذا النوع من التجارة الاهتمام لعدم توفر المقومات القانونية اللازمة لتنظيم تلك المعاملات من خلال ما قد تحمله من مستجدات غير معهودة.

**أهداف الدراسة:**

- إبراز وتوضيح المفاهيم النظرية المتصلة بالتدقيق التجاري والتجارة الالكترونية .
- أهمية التدقيق التجاري في إبراز إسهامات التجارة الالكترونية.

أسباب ودوافع اختيار الموضوع :

**الأسباب الشخصية**: من بين الأسباب التي جعلتنا نهتم به هي:

- طبيعة محور التخصص الذي أنتمي إليه وهو التدقيق و مراقبة التسيير، باعتبار دراسة هذا الموضوع من أهم محاوره.
- الرغبة الذاتية والميل الشخصي لمعالجة ودارسة هذا الموضوع، كشعوري بقدر من المسؤولية كباحث لدعم مديرية التجارة ببحوث تخص التدقيق.

- **الأسباب الموضوعية:** من بين الأسباب التي جعلتنا نهتم بالموضوع:

- كون التدقيق التجاري أحد المواضيع الهامة المرتبطة بالتدقيق المحاسبي.
- نقص الدراسات في هذا الموضوع، وتغافل الكثير من الباحثين عنه.
- محاولة تقييم دراسة ملمة ببعض الجوانب المتعلقة بموضوع البحث، وإضافتها إلى باقي الدراسات العلمية بالمكتبة الجامعية.
- محاولة إسقاط الجانب النظري على تجارة المقايضة، وبالتالي إظهار الواقع الفعلي له.

**المنهج المتبع** :

من أجل الإجابة على إشكالية البحث والتحقق من الفرضيات فقد تم إتباع المنهج الوصفي من خلال وصف ظاهرة التجارة الالكترونية والتدقيق التجاري والمنهج التحليلي من خلال تحليل وجهات

نظر المتعاملين المتخصصين في التجارة الالكترونية

**حدود الدراسة:**

**بالنسبة للمحور الزمني**: تمت دراسة الجانب التطبيقي وذلك عن طريق أداة الاستبيانية الموزعة على المتعاملين الاقتصاديين والعمال الإداريين بمديرية التجارة لوالية أدرار، و كان ذلك من أوائل شهر فيفري إلى أواخر شهر أفريل 2022

**بالنسبة للمحور المكاني**: اقتصرت الدراسة على مديرية التجارة " بولاية أدرار".

**صعوبات الدراسة :**

تتلخص أهم الصعوبات التي واجهتنا لإنجاز هذا العمل فيما يلي: - صعوبة الحصول على المراجع المتخصصة ذات الصلة بالموضوع مما كلفنا جهدا ووقتا كبيرا، - صعوبة تجاوب أفراد عينة الدراسة أثناء إجراء المقابلات الشخصية وتوزيع الاستبيانات.

**تقسيمات الدراسة:**

للإجابة عن إشكالية البحث و اختبار الفرضيات، والوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة وإيضاح أهميتها، اقتضت الضرورة تناول الموضوع في ثالثة فصول، فصل نظري وفصلين تطبيقين:

جاء في الفصل الأول حول الأدبيات النظرية، وكما جاء في الفصل الثاني الدراسات السابقة للموضوع وجاء في الفصل الثالث والأخير الدراسة الميدانية بمديرية التجارة لولاية ادرار.

# الفصل الأول:

# التأصيل النظري و المفاهيمي للبحث

**تمهيد الفصل الأول** :

بدأت التجارة الالكترونية كوسيلة للتبادل المنفعة بين مجتمعين مختلفين دون المساس بالمصالح الفردية والإقليمية، ومع إزهار هذه تجارة وانتشارها تحولت هذه التجارة من تحقيق منفعة فردية إلى تحقيق أرباح اقتصادية، ومع تخطي هذه التجارة للحدود الدولية أصبحت تصنف ضمن التجارة الخارجية، كان لزاما على الحكومات أن تنظم هذه التجارة من خلال وضع مجموعة من آليات الضبطية ومن بينها التدقيق التجاري. وفي هذا الفصل سوف نتطرق لكل من تجارة الالكترونية و التدقيق التجاري من خلال وصف المتغيرين نظريا.

**المبحث الأول:** الإطار النظري للتدقيق التجاري

تعد مهنة التدقيق مهنة قديمة منذ عصر القدماء المصريين والرومان و الإغريق ,ويرجع أصل التدقيق إلى العصور الوسطى ,أما المعنى الحديث له فيعود إلى عصر دخول الشركات الصناعية الكبرى إلى حيز الوجود وتطور التدقيق مع تطور تلك الصناعة ,ويعود التدقيق في شكله البسيط إلى التطور في النظام المحاسبي بشكل أساسي حيث انه أصبح من الضروري أن يعهد إلى شخص يقوم بالتحقق من حسن استغلال الموارد المتاحة لدى شخص آخر .

**المطلب الأول :**مفهوم التدقيق و التدقيق التجاري

**الفرع الأول : تعريف التدقيق**

عرفه مجلس معايير التدقيق و التأكيد الدولي (IASB ):بأنه عملية يبدي فيها الممارس استنتاجا مصمما لرفع درجة ثقة المستخدمين المقصودين باستثناء الجهة المسؤولة بشان تقييم أو قياس الموضوع هي المعلومات التي تنجم عن تطبيق المقاييس ,مع الأخذ بعين الاعتبار أن هدف عملية التأكيد المعقولة هو تقليل مخاطر عملية التأكيد إلى مستوى مقبول في ظروف العملية كأساس لشكل ايجابي من التعبير عن الاستنتاج الممارس .

ويمكن تعريفه بمعناه المهني بأنه عملية فحص مستندات ودفاتر وسجلات المنشاة فحص فنيا انتقاديا و محايدا للتحقق من صحة العمليات و إبداء الرأي في عدالة التقارير المالية للمنشاة معتمدا في ذلك على قوة ومتانة الرقابة الداخلية[2]

**الفرع الثاني :تعريف التدقيق التجاري**

**:1/**تعريف التدقيق التجاري

للتدقيق التجاري عدة تعريفات منها :

أولا :التدقيق التجاري هو فحص و مراجعة جميع المستندات و الأوراق التي تخص العملية التجارية من خلال التأكد من كتابة جميع المعلومات في المستند أو الوثيقة التجارية ومن ثم البدء بالتدقيق اللغوي لنص الذي يحتوي عليها الأوراق التجارية [3].

ثانيا :هي عملية التحليل و التقييم المنظمة و الشاملة التي يتم إجراؤها بشكل دوري لإدراك بيئة العمل و أهدافها و إستراتيجيتها و مبادئها بهدف تحديد النقاط الإشكالية و اقتراح خطة العمل لتحسين أداء المبيعات .ويتم إجراء تدقيق المبيعات بواسطة مدقق المبيعات الذي قد يكون من داخل المؤسسة أو من خارجها .[4]

ثالثا:هو التدقيق والمراجعة على وظائف وعمليات التسويق والمبيعات في الشركات والمنظمات المختلفة,بهدف التأكد من تغطية الفرص المتاحة لجعل كل من التسويق والمبيعات أكثر فعالية .[5]

**المطلب الثاني :مجالات التدقيق التجاري**

---

[1] هادي التميمي ,مدخل إلى التدقيق من الناحية النظرية والعلمية ,الطبعة الثالثة ,دار وائل للنشر ,الأردن 2006,ص20
[2] خالد أمين عبدالله,علم تدقيق الحسابات الناحية النظرية والعلمية ,دار وائل للنشر ,الأردن ,2000,ص5
[3] محمد السيدسرايا ,المراجعة و الرقابة المالية ,دار الكتاب الحديث ,مصر ,2008,ص537
[4] بوتين محمد ,المراجعة ومراقبة الحسابات من النظرية إلى التطبيق ,ديوان المطبوعات الجامعية ,الجزائر ,2003,ص41
[5] محمد السيدسرايا ,مرجع سبق ذكره ,ص540

من بين مجالات التدقيق التجاري نجد :[6]

- التدقيق التجاري في الإعلانات
- التدقيق للمجال التجاري في براءة الاختراع
- التدقيق للمجال التجاري في خطة العمل
- التدقيق للمجال التجاري في العروض
- التدقيق للمجال التجاري في كتيبات التدريب
- التدقيق للمجال اللغوي للفواتير التجارية

أولا :تدقيق العروض التجارية

فالعروض التجارية هي كل مايعرض للبيع مقابل مبلغ نقدي ,ويتم تدقيق العروض التجارية أما بـ التدقيق اللغوي لما هو مكتوب على المنتج ,أو التدقيق اللغوي لمحتوى الخدمات اللغوية التي يتم عرضها ,أو التدقيق للأسعار المكتوب للمنتج .

ثانيا : تدقيق الإعلانات التجارية

عند كتابة نص الإعلان التجاري يتم وصف المنتج أو الجهاز أو الخدمة مع ذكر أهم مايميز وايجابيات ما يخدمه العرض التجاري ,فبذلك يكون العرض التجاري يحتوي على نصوص مكتوبة قد تحتوي على أخطاء إملائية تقلل من قيمة الإعلان التجاري ,لذالك يتم القيام بعملية التدقيق اللغوي لنصوص الإعلان التجاري للمحافظة على صحة النص .

- ومن بين أنواع الإعلانات التجارية التي يمكن تدقيق نصوصها نجد :

- تدقيق الإعلانات الصوتية : يتم تدقيقها قبل البدء بتسجيلها ,هذه الإعلانات تكون مسموعة لدى الشخص المنصت للإعلان لذالك يمكنه من اكتشاف الأخطاء بسهولة في حال عدم تدقيق الإعلان جيدا قبل تسجيله .
- تدقيق الإعانات المرئية :و تضم الإعلانات التلفزيونية و الإعلانات المصورة و الممولة على الأجهزة الذكية ,فيكون فيها النص مسموع و مقروء لذا لابد من التدقيق بشكل دقيق لمثل هذه الإعلانات فإذا لم يلاحظ المشاهد الخطأ وهو مكتوب قد يلاحظه في الاستماع

تدقيق الإعلانات البوسترية :فهي غالبا ماتكون انفوجرافيك وتوضع في الطرقات غالبا ,أو في مكان ا لأشخاص المهتمين في موضوع الإعلان التجاري

**ثالثا :**تدقيق كتيبات التدريب :

[6] محمد السيدسرايا ,مرجع سبق ذكره ,ص 603

تعتبر الكتيبات أهم دليل للجهاز أو للآلة لاحتواء الكتيبات على الوصف وكيفية الاستخدام وشرح ما يفعله الجهاز أو الآلة ,فالكتيبات هي ما يعتمد عليه الشخص في معرفة الجهاز لذا لابد من كتابة كل ماهو في نص الكتيب بشكل سليم ,وتدقيق النص الكتيب من قبل مدققين متخصصين في مجال التدقيق التجاري للكتيبات ,و مراجعت ما تم تدقيقه في الكتيب و التأكد من سلامة لغة الكتيب حيث يتم الكتابة فيه بعدة لغات لذالك لابد من تدقيق مطابقة نص اللغات التي تم الترجمة إليها بنص اللغة الأصل .

المطلب الثالث : أهداف و أهمية التدقيق التجاري

**1/الفرع الاول:** أهداف التدقيق التجاري :

- التعرف على حاجات و رغبات العملاء
- التعرف على الشكاوي والاعتراضات المقدمة من المستهلكين
- دراسة العرض و الطلب و المنافسة
- ترشيد العملاء من تجار التجزئة و الجملة بمزايا و كيفية عرضها و استعمالها

**/2الفرع الثاني** :أهمية التدقيق التجاري :

- حماية السياسات و الخطط من الانحراف عند التطبيق
- قياس و تقويم فعالية أنظمة الرقابة التجارية
- تقديم الاقتراحات لتطوير و تحسين أنظمة الرقابة التجارية
- إرشاد المستهلك بخصائص السلعة وكيفية استعمالها
- حماية المستهلك من الأخطاء الموجودة في السلعة او الخدمة

**المبحث الثاني** :الإطار النظري التجارة الالكترونية

شهدت التجارة الالكترونية منذ بزوغ فجر ثورة المعلومات والاتصالات نموا متسرعا، قابل من جهة أخرى زيادة في حجم الإنتاج والتسويق والمبيعات، فكانت الحاجة إلى إيجاد أسواق جديدة، وقد استحوذت التجارة الالكترونية اهتماما عالميا، وخاصة من قبل الشركات العالمية الكبرى التي وجدت فيها مجالا خصبا لاختراق الأسواق الدولية متجاوزة بذلك حدود المكان والزمن وحتى تزدهر التجارة الالكترونية لابد أن ترتكز على اطر صلبة سليم ة وواضح ة وبيئة تكنولوجية آمنة حتى تكون معاملات التجارة الالكترونية أكثر أمنا وأكثر ثقة . وبغية معرفة العناصر الأساسية للتجارة الا لكترونية لابد من الإحاطة بمختلف المفاهيم الرئيسية لها من تعار يف ومميزات وأشكال من خلال ماهية التجارة الالكترونية .

**المطلب الأول: مفهوم التجار الالكترونية وخصائصها**

**الفرع الأول:تعريف التجارة الالكترونية**

[7] ابوعلفة عصام الدين,التسويق ,المفاهيم الإستراتيجية ,الجزء الأول ,مؤسسة حورس الدولية للنشر ,الإسكندرية ,2003,ص27

تعرف التجارة بعدة تعريفات :

**أولا** :تعد ظاهرة التجارة الإلكترونية عبر شبكات الإنترنت(E-Commerce) ، وما تنطوي عليه من تطبيقات، ظاهرة حديثة كانت بداية في أوائل التسعينيات من القرن الماضي . وقد ظهر عـدة تعريفات يحاول كل منها أن يصف ويحدد طبيعة هذه التجارة الإلكترونية ومـا يتعلـق مـن ممارسات وأنشطة. وربما يرجع تعدد هذه التعريفات إلى أن تطبيقات التجارة الإلكترونية تـشتمل على عدة مكونات أساسية لابد من توفرها لتنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية، مثـل اسـتخدام الحواسب الآ لية وتقنية الاتصالات ونظم المعلومـات والبرمجيـات وغيرهـا. ومفهـوم التجـارة الإلكترونية بعامة يندرج تحت مفهوم أوسع يسمى بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy) حيث يشمل الأخير التجارة الإلكترونية والقطاعات المنتجة والمستخدمة لتقنيـة المعلومـات، وأجهـزة الاتصالات، وقطاعات خدمات الاتصالات . ومن تعريفات

التجارة الإلكترونيـة المتداولـة في أدبيات هذه الظاهرة ا" ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرهـا مـن . ويعرفها آخرون بأنها " إتمام أي عملية تجارية عـبر شـبكات الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات الحاسب الآلي الوسيطة والتي تتضمن تحويل أو نقل ملكية أو حقوق استخدام السلع والخدمات ، حيث تعقد العملية التجارية ضمن آلية إلكترونية معينة مثل عملية البيع والشراء، وتتحقق العمليـة عندما يتم الاتفاق بين الطرفين أي البائع والمشتري على نقل ملكية أو حق اسـتخدام

**ثانيا** : ان تتطور تقنيات المعلومات والاتصالات يتّخذ شكل التقدم الخطي الصاعد، ممـا يـنعكس علـى الجانب التجاري من حيث تغيير شكل ومضمون التجارة والأعمال ومن بين هذه الأشكال الحديثة للتجارة هي التجارة الإلكترونية، والتي يعود الفضـل الكبيـر فـي تحقيق وجودها وانتشار تطبيقاتها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا المعلومات والاتصـالات . فالتجـارة الإلكترونية ما هي إلا ّ استخدام مكثّف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ممثلة في أجهـزة الحاسـوب ووسائل الاتصال الحديثة للقيام بمختلف الأعمال. ولطالما اعتمدت التجارة لعقود مضت على أدوات ووسائل ساهمت في تطويرها وتحسينها وجعلها عملا منتجا، وقد عرفت هذه التجارة تطورات كبيرة، لكن أكبر تطور كـان بسـبب ظهـور وسـائل الاتصالات، والتي من بينها خدمة التلغراف سنة 1837 وأيضا اختراع الحاسب الآلي سنة 1945 ، الذي تطور بصورة مذهلة خلال 10 سنوات وظهرت أجيال جديدة منه تتميز بالسرعة والكفاءة وبساطة وتنوع الاستعمالات، فقد شكلت أنظمة الإعلام الآلي المتاح استعمالها في المؤسسة العامل الأول لظهور التجارة الإلكترونية، وقد ساعدت هذه الأنظمة في جعل مجموع وظائف المؤسسة سواء كانت تجاريـة،مشتريات، مبيعات، إنتاج، إعداد فواتير وغيرها من الأعمال تتم بطريقة آلية . ورغم أن مصطلح التجارة الإلكترونية حديث التداول نسبيا، إلا أن اسـتخدام شـبكات الاتصـال والتحويل الإلكتروني للأموال والتبادل الإلكتروني للبيانات قد بدا في سنوات السبعينات،حيث قامـت شركات من مختلف أنحاء العالم بتبادلات كثيرة بواسطة هذه التقنية الأخيرة المعروفة بأمنهـا . إلا ّ أنّـه بسبب التكاليف الضخمة فإن هذه التطبيقات الأولى للتجارة الإلكترونية اتسمت بالمحدودية ولم تتجـاوز المؤسسات التجارية العملاقة ،وبالتالي لم تكن مفاهيم التجارة الا لكترونية مفهومة وواضحة بالشكل الذي هي عليه ألان.

(1 6، ص2005التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية ،د/عابد بن عابد العبدلي ،جامعة ام القري
6، ص2005-التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية ،د/عابد بن عابد العبدلي ،جامعة ام القري 1

ثالثا: **التجارة الالكترونية** :هو مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات و المعلومات من خلال شبكات كمبيوترية ومن ضمنها الانترنت. هناك عدة وجهات نظر من أجل تعريف هذه الكلمة: -فعالم الاتصالات يعرّف التجارة الالكترونية بأنه وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات الكمبيوترية أو عبر أي وسيلة تقنية. -ومن وجهة نظر الأعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة. -في حين أن الخدمات تعرف التجارة الالكترونية بأنها أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة. -وأخيرا، فإن عالم الانترنت يعرفها بالتجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت.

رابعا :تعريف المنظمات الدولية للتجارة الالكترونية

11- **منظمة الأمم المتحدة** : استخدمت الأمم المتحدة في البداية مصطلح Edifact والذي يعني تبادل معطيات المعلوماتية في مجالات الإدارة والتجارة والنقل . وبعدها قامت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (unictral) بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية وذلك بتاريخ 16 ديسمبر 1996 حيث وافقت اللجنة على إصدار القانون النموذجي للتجارة الالكترونية .

1-2 **منظمة التجارة العالمية** (OMC).

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية على أنها "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية . وتشمل المعاملات التجارية طبقا لهذا التعريف ثلاثة أنواع من العمليات :

- أ- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.

- ب- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.

ج - عمليات تسليم المشتريات.

1-3 **في منظمة الاتحاد الأوروبي**

لقد عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الالكترونية بأنها " كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين، أو بين كل منهما على حدى وبين الإدارات الحكومية.

وحسب هذا التعريف فإن التجارة الالكترونية تضم العديد من الأنشطة كأوامر الطلب الالكترونية للبضائع والخدمات والتي يتم التوصيل فيها بالطرق المعتادة كالبريد - التجارة الالكترونية غير مباشرة كعمليات التحويل الالكتروني للأموال وسندات الشحن الالكترونية والأسهم المالية الا

---

16،ص2011- التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر ،أعداد سمية ديمش، 2

6-ص2003-2000اتجارة الالكترونية كيف ، متي وأين ،بسام نور ،الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت ،(1

2006 مداح أحمد ،التجارة الالكترونية من منظور الفقه الاسلامي ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجست،جامعة الحاج لخضر ،(2 16ص

3) التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية ،اعداد بكوش تقي الدين ،بن يحي عبد الغني 2017 ، WWW.UNCITRAL.ORG ص11

4)-(organisation mondiale du cpmmerce) منظمة انشات في 01 يناير 1995 ، العيسوي ابراهيم ص12

الكترونية والتجارة عن طريق المزايدة الالكترونية والتصاميم الهندسية وبرامج الحاسوب.

**1-4 في منظمة الاتحاد الأفريقي:**

بالعودة إلى اتفاقية الاتحاد الإفريقي بشأن أمن الفضاء الالكتروني وحماية البيانات ذات الطابع الشخصي، نجدها قد عرفت التجارة الالكترونية في مادتها الأولى بأنها "التجارة الالكترونية، وتعني أي عمل من أعمال عرض وبيع أو توفيري السلع والخدمات عبر أنظمة الكمبيوتر وشبكات الاتصالات مثل الانترنت أو أي شبكة أخرى تستخدم وسائط الإعلام الالكترونية والبصرية أو وسائل إعلام أخرى لتبادل المعلومات عن بعد.

- وعرف المشرع التونسي في القانون رقم 83 لسنة 2000 التجارة الإلكترونية بأنها العمليات التي تم عبر المبادلات الإلكترونية، وهذه المبادلات تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية.

- وعرف مشرع إمارة دبي في القانون رقم 2 لسنة 2002 التجارة الإلكترونية بأنها المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الإلكترونية، والمعاملات الإلكترونية هي أي تعامل أو عند أو اتفاقية يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة المراسلات الإلكترونية.

وجاء القانون البحريني للتجارة الإلكترونية الصادر في 14/9/2002 و عرف كلمة إلكتروني بأنها تقنية استعمال رسائل كهربائية أو مغناطيسية أو كهرومغناطيسية أو أي شكل آخر من وسائل التقنية المشابهة، وقد عرف مشروع التجارة الإلكترونية المصري في مادته الأولى الخاصة بالتعريفات الإ لكترونية بأنها كل معاملة تجارية عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية وبالتالي لا يحصرها في الإ نترنت ، و قد وفق الشرع في ذلك نظرا للتطور التكنولوجي السريع الذي يمكن يتجاوز يوما ما الإ نترنت، إلى وسائل أخرى أكثر تطورا، من استقراء التعريفات يتضح أن مفهوم التجارة الإلكترونية يتسع ليشمل كافة المعاملات التجارية التي تتم عبر كافة الوسائل الإلكترونية، إلا أن المعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة المعلومات في الإنترنت، تشكل النسبة الأكبر من تلك المعاملات ، ورغم اتساع نطاق استخدام شبكة الإنترنت على مستوى العالم و ارتباط معظم الدول النامية بتلك الشبكة إ لا أنه مازال هناك تفاوت شديد بين الدول المتقدمة والنامية في كثافة الاتصال بالإنترنت سواء من حيث عدد المستخدمين أو عدد مواقع الاستقبال .

**الفرع الثاني : خصائص التجارة الالكترونية**

---

1)-التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية ،منظمة الاتحاد الاوروبي للتجارة ،ص13

2)- اتفاقية الاتحاد الإفريقي حول أمن القضاء الالكتروني وحماية البيانات ذات الطابع الشخصي، تم اعتمادها في الدورة العادية الثالثة والعشرون لقمة رؤساء ودول وحكومات الاتحاد الإفريقي المنعقدة في ملابو، غينيا الاستوائية، 27 يونيو 2014

3)- القانون البحريني للتجارة الالكترونية ،2002

4) انظر القانون التونسي رقم 33 الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية ،مجلة الكويت الاقتصادية ،الاثار الاقتصادية والحماية القانونية د/خالد سعد زغلول حلمي ،ص14

5)انظر قانون إمارة دبي رقم 2 لسنة 2002، الخام بالمعاملات والتجارة الإلكترونية المادة 2 ص14

1)التجارة الالكترونية ، Webb, Kevin L, Managing channes of discussion in the age of electronic commerce, industrial marketing .p98 02 fep 2002 (mm)

2)خصائص التجارة الالكترونية ،السوق المفتوح ، opensooq.com. read 2020.

3) مدونة التسويق الرقمي ،https//marketin .limited

تقسم التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية و تتطلب وضع تنظيم قانوني خاص للتعامل بها وبما يضمن نموها و تحقيق آثارها الاقتصادية المرجوة ويمكن إيجاز أهم هذه الخصائص فيما يلي :

1- **عدم وجود مستندات ورقية للمعاملات**: إن أهم ما يميز التجارة الإلكترونية عدم وجود مستندات ورقية لإثبات المعاملات وإتمامها ، وإنما تتم بطرق ووسائل إلكترونية عالية التقنية ، وتعد هذه الوسائل في السند القانوني لإثبات المعاملة التجارية أو عقد التجارة الإلكترونية ، وهو ما يجعل التجارة الإلكترونية ذات طبيعة قانونية خاصة تتطلب تنظيما قانونية يحمي هذه التجارة.

2- **التعامل عن بعد** : ويقصد بذلك أن التجارة الإلكترونية تتم دون أن يرى الأطراف بعضهم البعض دون معرفة سابقة فيما بينهما، ودون أن يرى المتعاقد الشيء محل التعاقد قبل إتمام الصفقة ، وإنما تتم المعاملة عبر الوسائل الإلكترونية وبصفة خاصة شبكة الإنترنت بين مختلف دول العالم وهذا يتطلب وسيلة قانونية لإثبات التعامل الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والتحويل الإلكتروني حتى يشعر المتعاملون بالأمان من استخدام هذه الوسائل.

3- **القدرة على تنسيق جهود مندوبي المبيعات**: حيث يقضي مندوب المبيعات حوالي 75% من وقته في التنقل من مكان إلى آخر ما يجعل إنتاجه قليل مقارنة بطرق التسويق الأخرى، ولكن التجارة الإ لكترونية جعلت الإنتاج أفضل بسبب استغلال الوقت بشكل كامل بالعمل وهو في مكانه دون الحاجة إلى التنقل.

4- - **توفير المصاريف الخاصة بالشركة:** عند التفكير في إنشاء شركة على أرض الواقع ، فسيكون عليك توفير الكثير من السيولة والأموال التي ستحتاج إليها لتجهيز العديد من الأشياء قبل البدء بشكل فعلي مثل : الإيجار، الديكور، الأجهزة، بالإضافة إلي رواتب الموظفين. لكن إذا أعدت النظر في الأمر وفكرت في إنشاء متجر إلكتروني أو موقع إلكتروني للمنتج أو الخدمة التي تقدمها أولًا، فستجد إن التكلفة والميزانية بشكل عام التي قد وضعت لمشروعك سوف تقل إلي النصف تقريبًا. فإنشاء موقع إلكتروني يعتبر أرخص بكثير من إنشاء شركة تجارية تقليدية على أرض الواقع[13].

## المطلب الثاني : أشكال وأنواع التجارة الالكترونية

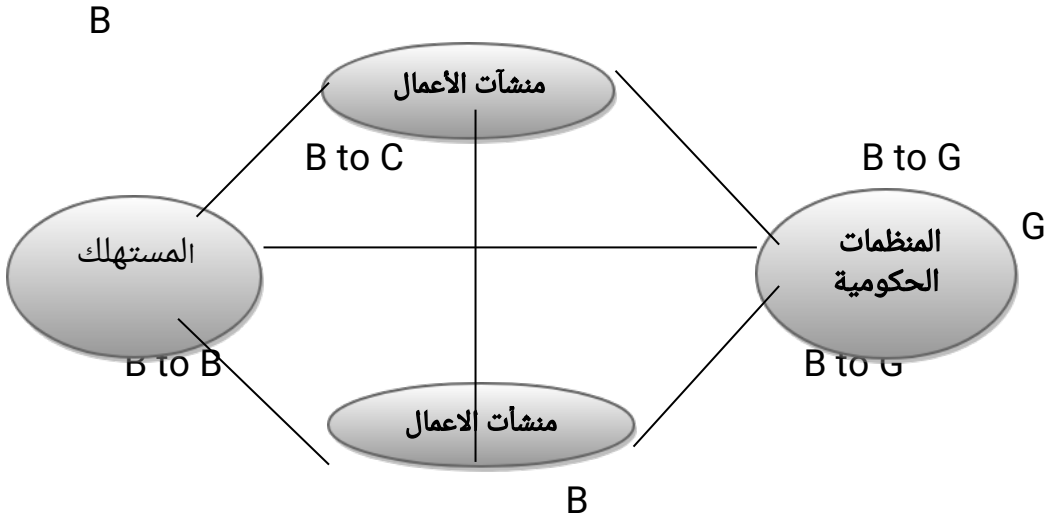
### الفرع الأول :أشكال و أنواع التجارة الالكترونية :

لقد صاحب ظهور التجارة الالكترونية ثورة كبيرة، تمثّلت في تطور وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزيادة استخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات، ولكن أيضا عل-ى مس-توى المس-تخدمين والمستهلكين في مجالي السلع والخدمات.

حيث أن التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبع-اد يمك-ن تطبيقه من خلال أكثر من شكل، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

1) المصدر سعد غالب ياسين ،بشير عباس العلاق ، الأعمال الالكترونية ،

**الشكل رقم 01** :أشكال التجارة الالكترونية




**المصدر:** سعد غالب ياسين ،بشير عباس العلاق ، الأعمال الالكترونية

**الفرع الثاني :أنواع التجارة الالكترونية**

**1)التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال (شركة) والمستهلك:** "Business to Costumer "BtoC

إن التجارة الإلكترونية التي تربط بين المؤسسات والمستهلكين (الزبائن) والتي تدعى "تجارة التجزئة الإلكترونية "electronic retailing" "أو "التسوق الإلكتروني electronic" " "shopping تعبر عن العلاقة بين الشركات التي تقوم بعرض مختلف أنواع السلع والخدمات التي ترغب في تسويقها عبر الإنترنيت والمستهلك الذي يستعرض السلع المتاحة ويقتني منها حاجياته لإشباع رغباته.

ويمر التسوق الالكتروني بمجموعة من المراحل ، فالمستهلك الذي يرغب في الحصول على سلعة ما يزور موقع الشركة العارضة لسلعها ويقوم بالبحث عن الجناح الخاص بنوع السلعة المطلوبة ثم ينتقي الفئة المعينة داخل الجناح ، فتظهر له على شاشة الحاسوب اللائحة النهائية ، يختار منها السلعة بالمواصفات التي يريدها ، وفي أسفل الشاشة يضع ما يشاء من مشتريات في سلة البضائع ثم يقوم بضبط الكمية وسعرها النهائي ، ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعا عن طريق استخدام بطاقات الائتمان، أو الشيكات الالكترونية أو نقدا عند التسليم أو بأي طريقة أخرى ، أما حصول المستهلك على مشترياته فيكون بإحدى الطريقتين:

- توصيلها المباشر عبر الشبكة، إذا كانت من النوع القابل للتمييز الرقمي والنسخ عن بعد.
- إرسال البضائع والسلع المشتراة بواسطة مندوبي المبيعات أو بالبريد السريع "courrier express"، أو بواسطة شركات الشحن.

تشهد التجارة الإلكترونية بالتجزئة تطورا واسعا بسبب انتشار ما يمك-ن أن يطل-ق علي-ه ثقاف-ة الانترنت بين الأفراد في مختلف الدول، حيث لوحظ التقدم الكبير والتعاظم في تكنولوجي-ا المعلوم-ات وانتشار الحاسبات الشخصية والتكنولوجيا الخلوية في الهاتف المحمول، وحاسبات الجيب... ال-خ م-ن جهة أولى، واستخدام هذه الوسائل في إجراء المعاملات والاتصالات... من جهة ثانية، ومن جهة ثالث-ة ازداد هذا النوع من التعامل بسبب إدراك القائمين على المشروعات أهمية استخدام الوسائل الإلكتروني-ة في الاتصال بالعملاء، والمستهلكين وتوظيفها في هذا الإ طار .

2)**التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى "Business to Business BtoB"**: يقصد بها البيع والشراء بين الشركات، سواء كانوا أطراف عملية تجارية، أو شركاء، أو في ش-كل تبادل بيانات إلكترونيا EDI، ومن الأمثلة على هذا النوع من التج-ارة الإلكتروني-ة قي-ام الش-ركة باستخدام شبكة الاتصالات للحصول على طلباتها من الموردين واستلام الفواتير، وكذلك القيام بالس-داد الإلكتروني.

و يمكننا أن نميز نوعين من التجارة الإلكترونية بين الشركات وهما :

**1- تجارة إلكترونية عمودية بين الشركاتVertical B to B**

يهتم هذا النوع من التجارةالإلكترونية بنوعية معين-ة م-ن الخ-دمات للعدي-د م-ن الص-ناعات و المجالات، حيث توجد مواقع تقوم بإنشاء وحدات أو جماعات متخصصة في خدمات متخصصة م-ثلا : مجال الرعاية الطبية.

2- **تجارة إلكترونية أفقية بين الشركاتHorizontal B to B** :

هي مواقع التجارة الإلكترونية التي تهتم بكافة الخدمات التي ترتبط بصناعة معينة. تعتبر التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال "B to B" من أكثر أن-واع التج-ارة الإلكتروني-ة شيوعا في الوقت الحالي، كما أنّها تعد أسلوب من أساليب التعامل الراسخة منذ ع-دة س-نوات خل-ت، وليس هذا بغريب إذا عرفنا أن التجارة الإلكترونية بدأت أساسا بين المشروعات منذ سنوات، فعلى م-ر عقود من الزمن كانت البنوك تستخدم تحويلات الأم-وال إلكتروني-ا Electronic Funds Transfersوالتي تشمل عملية تبادل لمعلومات الحساب بطريقة الكترونية عبر شبكات خاصة.

كم-ا أن أنشطة الأعمال كانت تقوم بشكل من التجارة الإلكترونية يعرف باسم: تبادل البيان-ات إلكتروني-ا EDI على شبكات خاصة والمعروفة باسم شبكات القيم-ة المض-افة (Value Added Network VAN)وتعد هذه الشبكة منشأة مستقلة تعرض ربط الشركة بمورديها وزبائنها مقابل رسم شهري ثاب-ت.

---

(1) جوهر بن رجدال ، الانترنت والتجارة الالكترونية ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسير،كلية العلوم الا قتصادية ،جامعة التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها ،2011، ص46

(2) احمد عبد الخالق ،التجارة الالكترونية والعولمة

1) نهلة احمد قنديل ،التجارة الالكترونية ،2004،ص24،التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر ،مذكر لنيل شهادة ماجستير
2010 ، ص46.

**) 3) التجـارة الإلكتروني ـة ب ـين المش ـروعات والإدارة المحلي ـة "الحكومي ـة" Business to :governement (B to G)**

وهي تغطي كافة التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية، حيث تق ـوم الحكوم ـة بع ـرض ا لإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الانترنت بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليه ـا بطريقة إلكترونية، وأن تقوم بإجراء المعاملة إلكترونيا دون الحاجة للتعامل مع مكتب حكومي، ومث ـال ذلك : قيام الشركات بتسوية ضرائبها عبر الانترنت، وكذلك قيام الحكومة بنشرها تفاصيل مش ـترياتها عبر الإنترنيت ما يمكّن الشركات من الاستجابة لها إلكترونيا.

ويبقى هذا النوع من التجارة الإلكترونية حديث العهد إلا ّ أنّه ينال اهتماما متزايدا من قبل مختل ـف الحكومات التي تحرص الكثير منها على استخدام الوسائل الإلكترونية في مختلف تعاملاتها في إطار ما يعرف ب ـ: "الحكومة الإلكترونية" حيث أن للحكومة الإلكترونية عدة فوائد منها :

1- **رفع مستوى الكفاءة الإدارية وترشيد التكاليف:** فتبسيط الأنظمة والإجراءات يؤدي إلى تحسين مستوى الأداء، وزيادة الكفاءة في تنفيذ الأعم ـال الحكومية، مع إمكانية نقل المعلومات بدقة وانسيابية بين الإدارات الحكومية، وتقليص الازدواجي ـة ف ـي إدخال البيانات ومنه ربح الوقت.

2- **تحسين جودة الخدمات**: من خلال رفع مستوى الخدمات الحكومية وإمكانية الحصول على هذه الخدمات بس ـهولة عب ـر أجهزة الحاسب الآلي وعدم الحاجة إلى المراجعة.

3- **نمو الأعمال التجارية:** حيث ستتاح الفرصة للنشر والإعلان عبر شبكة الانترنت عن المناقص ـات الحكومي ـة وف ـرص التعاقد لتنفيذ مشاريع مع القطاعات الحكومية المختلفة.

**4)التجارة الإلكترونية بين المس ـتهلك والمنظم ـات الحكومي ـةCustumer to government (CtoG):**

ويقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة، حيث أن الحكوم ـة تس ـعى إل ـى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيان ـات، أو تلبي ـة

بعض المطالب وبتكلفة قليلة، وخير مثال على ذلك :استخراج رخص السيارات والتراخيص للممارسة المهن وصرف الرواتب والمعاشات، سداد الضرائب والفواتير إلكترونيا، وكذلك خدمات المطارات. ويلاحظ أن هذا النوع من التجارة الإلكترونية يمر بمرحلة الطفولة المبكرة، إلا ّ أنّه يتوقع توس ـعها وانتشارها بسرعة مع بدء استخدام الحكومات لعملياتها الخاص ـة لتعزي ـز ال ـوعي بأهمي ـة التج ـارة الإلكترونية وضمان ازدهارها.

---

2)فريد النجار ، التجارة والاعمال الالكترونية ،ص59.
1)سعد غالب ياسين ،بشير عباس العلاق، الاعمال الالكترونية ، ص216.
2) شوقي ناجي جواد ، الابعاد المستقبلية للحكومة الالكترونية في الاردن ، المجلة الاردنية في إدارة الأعمال ، المجلد 3، العدد3، 2007،ص285.

**5)التجارة الالكترونية غير الربحية:Non-Business electronic commerce**

يهتم بهذا النوع من التجارة المؤسسات الدينية والاجتماعية والجمعيات الخيرية والتي تكون غاياتها إنسانية، وتركز على خدمة المجتمع العام أو شرائح محددة ، وتحول هذه المنظمات غير الهادفة لل-ربح نشاطها عبر الشبكة بغرض تخفيض التكاليف الإدارية، أو تحسين صورة المنظمة، أو كنوع من أن-واع مواكبة التطورات التكنولوجية .

**خلاصة الفصل الاول:**

من خلال هذا الفصل تعرفنا على التجارة الالكترونية من خلال مختلف المفاهيم المتعارف عليها ومن خلال التطرق الى الأهمية والأهداف، وكذلك تعرفنا على ماهية التدقيق التجاري من خلال الوقوف على والأهمية والأهداف والأنواع.

وخلصنا الى التأكد من أن التجارة الالكترونية هي أصل كل أشكال المعاملات التجارية المعروفة في الوقت الحالي وأنها تعود بالنفع الكبير على المستخدمين بتوفير السلع وتحقيق التوازن التجاري بها، وكذلك خلصنا الى أن التدقيق التجاري له من الأهمية بمكان في تنظيم وضبط هذا النوع من المعاملات التجارية من خلال الرقابة المالية والفنية على كل من الصادرات والواردات.

1)السيد أحمد عبد الخاق ، التجارة الالكترونية والعولمة ،ص48.
2)محمد عبد الحسين الطاني ، التجارة الالكترونية ،المستقبل الواعد للاجيال القدمة، ص49.

# الفصل الثاني :

# الدراسات السابقة للموضوع

**الفصل الثاني :الدراسات السابقة**

تمهيد :

تعتبر الدراسات السابقة العربية والأجنبية هي أحد أهم مصادر المعرفة التي يعتمد عليها الباحث بهدف الاستفادة منها في تحديد المنهجية العلمية والأدوات المناسبة، واكتشاف ما توصلت إليه من نتائج قد تفيد في تأصيل رسالته والتأكيد على أهمية موضوعها.

المبحث الأول :التدقيق التجاري

المطلب الأول : عرض الدراسات السابقة

الدراسة (01) :

بن شهرة سليمة جمعية ,التدقيق المحاسبي على المبيعات في المؤسسة الاقتصادية , 2016-2017

تكمن أهمية الدراسة في توضيح أهمية التدقيق المحاسبي على مبيعات المؤسسة الاقتصادية , وباعتبار إن وظيفة البيع وظيفة فعالة في المؤسسة .فان التدقيق المحاسبي على المبيعات له أهمية بـ الغة في المنشاة بحيث يعتبر من بين العوامل الأساسية التي تساهم في نجاح المؤسسة و مدى كفاءة الإدارة في أداء وظائفها ,وخاصة فيما يخص إجراءات الرقابة الداخلية على المبيعات .

الدراسة (02) :

اقو جيل سليمان ,لنصاري محمد ,دور التدقيق التجاري في تفعيل تجارة المقايضة في الجنوب الجزائري ,2020-2021

تظهر أهمية الموضوع نظرا لأهمية السوق الإفريقية واتساعها وفرص الاستفادة منها إلى جانب حاجة الجزائر إلى تنمية صادراتها وتنويع مداخيلها وتوفير احتياطاتها من العملة الصعبة وذالك يكون من خـ لال تنظيم وتدقيق حركة السلع العابرة للحدود لتحقيق اكبر عائد منها

الدراسة (03) :

زياد هاشم السقا ,متطلبات عملية التجارة الالكترونية في ضوء معايير التدقيق ,سنة 2012

أهمية الدراسة تأتي من خلال التعرف على أهمية تدقيق عمليات التجارة الالكترونية وتوضيح أهم المعايير و البيانات والإرشادات الصادرة من الجمعيات المهنية المختصة والتي يمكن إن يسترشد بها مراقب الحسابات في تدقيق عمليات التجارة الالكترونية ,وتحديد أهم المتطلبات العلمية و العملية الـ لازمة لمراقبي الحسابات للقيام بعملهم في ضوء معايير التدقيق الصادرة عن الجمعيات المهنية المتخصصة

الدراسة (04) :

Amarouchene ahmed,le rôle d'un audit marketing dans l'amélioration du fonctionnement d'un conseil d'administration_ cas d'électro –industrie – azazga,2018/2019

تعبر الدراسة عن أهمية و خصائص التدقيق التجاري ثم دراسة قيمته المضافة لوظيفة التسويق و تطورها.و بالتالي الارتباط بين التدقيق التجاري كأداة للتوجيه الاستراتيجي للقرارات المتخذة داخل

مجلس الإدارة و العوامل المؤثرة بشان صنع القرار داخل مجلس الإدارة .

الدراسة (05) :

Yanciela naytéh barros, Le rôle et l'apport de l'audit marketing au sein d'une entreprise orientée produit :cas kamena egypt , 2014/2015

الهدف العام للدراسة هو دراسة دور التدقيق التجاري في التنمية التجارية ,أما الأهداف الخاصة فهي إبراز النقاط الأساسية للتدقيق التجاري وأهميته بالنسبة لوظيفة التسويق في الشركة من خلال البيانات التي تم جمعها وكذالك دراسة تطور التدقيق التجاري من قبل الأفراد الرئيسيين داخل الشركة .

المطلب الثاني : مناقشة الدراسات المتعلقة بالتدقيق التجاري

الجدول رقم 01: مناقشة الدراسات المتعلقة بالتدقيق التجاري

| العنصر | الدراسة الحالية | الدراسة السابقة |
|---|---|---|
| الهدف | تهدف الدراسة إلى تبيان أساسيات التدقيق التجاري و مجالاته و كيفية تحقيق التنمية التجارية . | ركزت الباحثة بن شهرة سليمة جمعية على توضيح أهمية التدقيق المحاسبي على مبيعات المؤسسة الا قتصادية.<br><br>وعالج الباحثان اقو جيل سليمان ولنصاري محمد دور التدقيق التجاري في تجارة المقايضة والخطط التي تعتمد عليها الدولة الجزائرية في تطبيق التدقيق التجاري على تجارة المقايضة .<br><br>- في حين ركزنا في دراستنا على أساسيات التدقيق التجاري و مجالاته و التعريف بأنواع التدقيق التجاري و الهدف منه .<br><br>وركزالباحث زياد هاشم السقا على أهمية تدقيق عمليات التجارة الالكترونية وتوضيح أهم المعايير و البيانات والإرشادات الصادرة من الجمعيات |

| | | |
|---|---|---|
| | | المهنية المختصة ,والتي يمكن ان يسترشد بها مراقب الحسابات في تدقيق عمليات التجارة الا لكترونية<br><br>أما الباحث عماروشن احمد فقد ركز على تبيان أهمية و خصائص التدقيق التجاري ثم دراسة قيمته المضافة لوظيفة التسويق و تطورها .<br><br>- في حين ركزنا في دراستنا وظائف التدقيق التجاري واهميته في تدقيق عمليات التجارة الا لكترونية<br><br>ركزت الباحثة على دراسة دور التدقيق التجاري في التنمية التجارية مع إبراز النقاط الأساسية للتدقيق التجاري وأهميته بالنسبة لوظيفة التسويق في الشركة.<br><br>- في حبن ركزنا في بحثنا على دور التدقيق التجاري في<br><br>تنمية التجارة الالكترونية و إبراز أهمية التدقيق التجاري في ضبط التجارة الالكترونية |
| الإطار الزمني | تمت الدراسة على مستوى مديرية التجارة بادرار سنة 2022 | - بن شهرة سليمة جمعية 2016-2017<br><br>جامعة باتنة<br><br>دراسته شاملة حول دورالتدقيق المحاسبي على المبيعات في المؤسسة الاقتصادية<br><br>- اقو جيل سليمان ,لنصاري محمد 2020 -2021 جامعة ادرار<br><br>تهدف هذه الدراسة الى تبيان دور التدقيق التجاري في تفعيل تجارة المقايضة في الجنوب الجزائري<br><br>-زياد هاشم السقا,سنة 2012<br><br>القاء الضوء على متطلبات عملية التجارة الا لكترونية في ضوء معايير التدقيق.<br><br>عماروشن احمد 2018/2019<br><br>جامعة تيزي وزو<br><br>ركزت في هاته الدراسة بشكل اساسي على دور التدقيق التجاري في تحسين أداء مجلس الإدارة<br><br>- يانسيلة نايث باروس 2014/2015 |

| | | |
|---|---|---|
| | | جامعة تيزي وزو<br>بنيت دراسته حول دور ومساهمة التدقيق التجاري داخل شركة الإنتاج |

**المبحث الثاني: التجارة الالكترونية**

المطلب الأول : عرض الدراسات السابقة

الدراسة (01)

خالد سعد زغلول حلمي ،التجارة الالكترونية :الآثار الاقتصادية والحماية القانونية ، السنة الثامنة

يهدف هذا البحث إلى التعرف على مفهوم التجارة الالكترونية وكيفية التعامل معها مع بيان أهم الأثر الاقتصادية التى يمكن تحقيقها وكذلك سبل الحماية القانونية لها مبينا مفهوم التجارة الالكترونية واهم خصائصها بالإضافة إلى بيان الوضع الحالي للتجارة الالكترونية وكيفية الحماية القانونية للتجارة الالكترونية .

الدراسة (02)

بودربالة سامية ،واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ،2016/2015

إن أهم الأهداف التي تسعى إليه الدراسة هو إلقاء الضوء على التجارة الالكترونية باعتبارها من المفاهيم الجديدة في العالم الاقتصادي وأيضا معرفة واقع استخدام الاقتصاد الجزائري للتجارة الا لكترونية وما هي الخطط التي تتبناها الجزائر لاعتماد التجارة الالكترونية حيث أصبحت التجارة الا لكترونية واقع ملموس ليس في البلدان المتقدمة فقط ولكن أيضا في جميع بقاع العالم ، وتنامت هذه التجارة في وقت قصير من أن تلقا رواجا واستحسانا كبيرا في معظم الدول ، وفي ظل هذه التغيرات العالمية المتعددة وتأثر العالم كله بالتجارة الالكترونية.

الدراسة (03)

بن وارث حكيمة ، دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة ،2008/2007

إن الغرض من هذه الدراسة هو إلقاء الضوء على التأثيرات الإيجابية للتجـارة الإلكترونيـة و التعرف على أهميتها البالغة في اقتصاد المعرفة، مع التركيز بصورة خاصة على الوضع في العالم العربي. و قد سمحت لنا معالجة الموضوع بالتعرف على مقومات هذه التجارة من قاعدة تكنولوجيـة و رأسمال فكري و إطار قانوني ملائم و وسائل للدفع الإلكتروني و بنيـة تحتيـة متطـورة للنقـل و التوزيع، و

إبراز فوائدها خاصة من حيث تخفيض التكاليف و تلبية احتياجات الزبائن و اختصار الزمـن و المسافة، و حصر أهم التحديات التي تواجه التبادل التجاري الإلكتروني كمشاكل الخصوصية و الأمن و الثقة و الضرائب و غيرها و ، أيضا الوقوف على حجم الفجوة الرقمية التي تعاني منها كل الدول العربية، و التي منعت نمو و ازدهار التجارة الإلكترونية فيها. فعليها إن أرادت أن لا تبقى على الهامش و تستفيد من الفرص التي يتيحها اقتصاد المعرفة، أن تدرك الأهمية البالغة لتكنولوجيا المعلومات و ا لاتصالات، و تعمل على إنتاجها و نشرها و تعميم استخدام تطبيقاتها المختلفة و على رأسها التجارة ا لإلكترونية، و خاصة الاستثمار في رأس المال البشري، حتى تعجل عملية اندماجها في الاقتصاد الجديد.

الدراسة (04)

Promouvoir la confi ance dans le commerce électronique: questions juridiques relatives à l'utilisation internationale des méthodes d'authentifi cation et de signature électroniques،

2009، PUBLICATIONS DES NATIONS UNIES

يمكن أن يقطع الاستخدام الواسع النطاق بشكل متزايد لطرق التوثيق والتوقيع الإلكتروني شوطًا طويلا ً نحو تقليل الوثائق التجارية والتكاليف ذات الصلة في المعاملات الدولية. في حين إلى حد كبير ستعتمد وتيرة التقدم في هذا المجال على جودة وأمن الحلول التكنولوجية ،و يمكن للقانون أن يسهل إلى حد كبير استخدام أساليب المصادقة الإلكترونية والتوقيع عليها .

الدراسة (05)

The extent of the authenticity Of Electronic Signature In Electronic Commerce Contractsm

**، أمال بوهنتالة ، بسمة فوغالي /2020**

إن الانتشار الواسع والمذهل للتجارة الالكترونية واللجوء المتنامي للعقود الالكترونية ،أدى إلى ضرورة البحث عن بديل للتوقيع التقليدي ، حتى لا يكون عقبة أمام التعاملات الالكترونية عبر الا نترنت ن الأمر الذي أسفر عن إيجاد نوع جديد من التوقيعات يختلف في شكله ومضمونه وتكنولوجيته عن التوقيع التقليدي ن باعتبار يوضع على محررات تختلف بدورها عن المحررات التقليدية .

وتهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على حجية التوقيع الالكتروني وبيان فاعليته في إثبات المعاملات التجارية الالكترونية توصلا إلى إبراز قدرة المشرع الجزائري في وضع مقاربة قانونية لتفعيل وسائل الإثبات في مجال التجارة الالكترونية

المطلب الثاني : مناقشة الدراسة المتعلقة بالتجارة الالكترونية.

الجدول رقم02: مناقشة الدراسة المتعلقة بالتجارة الالكترونية.

| العنصر | الدارسة الحالية | الدارسات السابقة |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| الهدف | هدفت دراستنا إلى تبيان دور وأهمية التجارة الا لكترونية وأثرها على المتجمع وأهم الخصائص التي تتميز بها | ركزالباحث خالد سعد زغلول حلمي على مفهوم التجارة الا لكترونية مع بيان أهم الآثار<br>الاقتصادية وكيفية الحماية القانونية للتجارة الا لكترونية .<br>وعالجت الباحثة بودربالة سامية<br>واقع استخدام الاقتصاد الجزائري للتجارة الالكترونية وما هي الخطط التي تتبناها الجزائر لاعتماد التجارة الا لكترونية<br>في حين ركزت ايضا دراستنا على مفهوم التجارة الا لكترونية<br>مع تبيان خصائصها<br>وركزة الباحثة :بن وارث حكيمة<br>الضوء على التأثيرات الإ يجابية للتج-ارة الإلكتروني-ة و التعرف على أهميتها البالغة في اقتصاد المعرفة والتعرف على مقومات هذه التجارة.<br>وهدفت الباحثتان : **أمال بوهنتالة ، بسمة فوغالي إلى** تسليط الضوء على حجية التوقيع الالكتروني وبيان فاعليته في إثبات المعاملات التجارية الالكترونية.<br>في حين ركزنا في دراستنا على |

| | | |
|---|---|---|
| | | على تبيان أشكال التجارة الا لكترونية بين وحدات مختلفة . |

**خلاصة الفصل الثاني :**

تم في هذا الفصل التطرق إلى عرض محتويات الدراسات العلمية السابقة ذات الصلة بموضوع التجارة الالكترونية والتدقيق التجاري من خلال عرض الهدف من الدراسة، طريقة إجراء الدراسة ونتائج المتواصل إليها من الدراسة، وأيضا تمت مناقشة هذه الدراسات السابقة من خلال الوقوف على أهم أوجه الاختلاف وكذلك الوقوف على الفجوة العلمية التي قمت دراستنا بتضمينها. وخلصنا من خلال هذا الفصل أن موضوع التجارة الالكترونية يمكن دراسته من عدة زاويا كالتسويق، التجارة الدولية، التصدير والاستيراد إلخ..... وكذلك أن موضوع التجارة الالكترونية يمكن تحليلها من خلال عدة طرق كإجراء مقارنات وتحليل وجهات النظر.

# الفصل الثالث:
# الدراسة الميدانية
# مديرية التجارة ب أدرار

## الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

### المبحث الأول: صلاحية أداة الدراسة.

سيتم في هذا المبحث عرض وتحليل أداة الدراسة واختبار صلاحيتها ابتداء من صلاحية المجتمع للدراسة وصولا إلى اختبار صلاحية الاستبيان ومرورا باختبار صلاحية العينة للدراسة.

### المطلب الأول: صلاحية استبانه الدراسة.

سيتم في هذا الجزء عرض وتحليل أداة الدراسة والمتمثلة في الاستبيان، والتأكد من صلا حيتها للهدف المصممة من أجله، من خلال قياس الصدق والثبات.

**أولا: تصميم الاستبيان.**

بعد ان قمنا بتحديد الهدف من الاستبيان وهو معرفة وجهات نظر افراد عينة الدراسة بخصوص **دور التدقيق التجاري في ضبط معاملات التجارة الالكترونية,** قمنا بكتابة فقراته وأسئلته استنادا إلى نماذج معتمدة من استبيانات كثيرة سابقة للموضوع، وشمل الاستبيان على أنماط مختلفة من الأسئلة منها ما يشمل خيارات محددة ومنها ما يكون في فئات. كما ان هذه الأسئلة أيضا منها ما هو ذو طبيعة كمية، ترتيبية وإسمية.

**الأسس المعتمدة في تصميم الاستبيان:**

بعد مراجعة الدراسات العلمية ذات الصلة بموضوع الدراسة وجدت الباحثتان أن التقسيم الا مثل لجمع المعلومات داخل الاستبيان هو وضع أربعة محاور أساسية مبينة كالتالي:

1. المحور الأول: البيانات الشخصية.

تضمن هذا المحور البيانات الشخصية للمبحوثين وعددها 5، وتتمثل في:

- النوع، في فئتين إسميتين ذكر, انثى .
- السن، في 03 فئات كمية.
- المؤهل العلمي، في 04 فئات ترتيبية.
- الوظيفة، في .03 فئات كمية
- الخبرة المكتسبة، في .03 فئات كمية.

2. **المحور الثاني**: التدقيق التجاري

تضمن هذا المحور مجموعة من الأسئلة للتعرف على التدقيق التجاري ، وهي موضوعة في فقرة واحدة تم قياسها من خلال 07 عبارات.

3. المحور الثالث: التجارة الالكترونية

تضمن هذا المحور مجموعة من الأسئلة للتعرف على .التجارة الالكترونية ، وهي موضوعة في فقرة واحدة تم قياسها من خلال 07 عبارات.

**ثانيا: صدق الاستبيان.**

قامت الباحثتان بإجراء عدد من الاختبارات على الاستبيان للتأكد من صحته مستخدمة في ذلك تحكيم الخبراء بالإضافة للاختبارات اللازمة للتحقق من الصدق كما يلي:

**I. صدق التحكيم:**

تم عرض الاستبيان بعد تصميمها بالاعتماد على مجموعة من الأبحاث والدراسات العلمية السابقة في مجالات الموضوع وعرضها على المحكمين للتحقق من خلوها من أي عيب أو خلل علمي أو منهجي، ومن تم الأخذ بملاحظاتهم، وتعديلها بما يتلاءم والهدف المراد الوصول إليه من الدراسة (انظر الملحق رقم ...).

## II. صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان:

بعد تحكيم الاستبيان من طرف المتخصصين في البحث العلمي واعداد الاستبيانات، تم حساب الا تساق الداخلي للاستبيان على عينة مكونة من 20 مفردة، وطلب منهم إبداء الرأي حول أية عبارة تبدو غير مفهومة أو غير محددة، ثم جمع الملاحظات وتفريغها، وعلى ضوء ذلك جرى تعديل العبارات التي أبديت الملاحظات بشأنها، كما تم حساب قيمة معامل الارتباط بيرسون Pearson Corrélation Coefficientبين كل عبارة والقيمة الكلية للفقرة، وكذلك حساب الاتساق الداخلي من خلال حساب قيمة معامل الارتباط بين كل فقرة والقيمة الكلية للمحور.

ويقصد بصدق الاتساق الداخلي هو قدرة الاستبيان على قياس ما وضع من اجله، وبالتالي فهو يعني ان افراد العينة قد فهموا ما يصبو الباحث اليه. ويكون ذلك من خلال الدقة في تشكيل المحاور والفقرات وكذا الدقة في ترتيب العبارات بشكل يسهل على افراد العينة التفاعل مع الأسئلة الموجهة لهم.

### أ: صدق الاتساق الداخلي للمحاور.

يتضمن هذا الجزء على قياس صدق الاتساق الداخلي للعبارات داخل المحاور، وبالتالي فهي تقيس مدى سير كل العبارات المدرجة في سياق المحاور التي وضعت ضمنها، وكانت معاملات الا رتباط ومستوى المعنوية لهذا المحور كما يلي:

### 1. الصدق الداخلي لعبارات محور.: التدقيق التجاري

يبين الجدول الموالي الصدق الداخلي لعبارات **محور. التدقيق التجاري** ما يلي:

**الجدول رقم(03): الصدق الداخلي لعبارات محور. التدقيق التجاري**

| الرمز | العبارة | معامل الا رتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| X1 | **يقوم التدقيق التجاري بالتأكد من ان عمليات الشراء والا ستلام قد تمت بالفعل** | 0.785 | 0.000 |
| X2 | **يقوم التدقيق التجاري بتحليل عمليات الشراء بهدف البحث عن الفرص الأمثل للتموين** | 0.628 | 0.000 |
| X3 | **يقوم التدقيق التجاري بمختلف عمليات الجرد للمخزون للتأكد من وجود المشتريات** | 0.845 | 0.000 |
| X4 | **يقوم التدقيق التجاري بتحليل معاملات الموردين بهدف اختيار المصادر المثلى للتموين** | 0.814 | 0.000 |
| X5 | **يقوم التدقيق التجاري بفحص اليات تسويق السلع و الخدمات** | 0.568 | 0.002 |
| X6 | **يقوم التدقيق التجاري بتحليل معاملات الزبائن بهدف توسيع نطاق التعاملات** | 0.800 | 0.000 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| X7 | **يقوم التدقيق التجاري بالتركيز على مراقبة عمليات دخول وخروج البضاعة إلى المخازن** | 0.759 | 0.000 |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق يتضح أن معامل الارتباط لجميع عبارات محور التدقيق التجاري.، يتراوح ما بين 0.568 و 0.845 وهذا يعني وجود ارتباط قوي بالمجموع الكلي للعبارات المتعلقة بهذه المحور. ويلاحظ أيضا أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.05 بمعنى أن جميع العبارات دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 ،وبذلك فإن عبارات هذه المحور صادقة لما صممت لقياسه.

**2. الصدق الداخلي لعبارات محور التجارة الالكترونية:**

يبين الجدول الموالي الصدق الداخلي لعبارات **محور التجارة الالكترونية** ما يلي:

**الجدول رقم(04): الصدق الداخلي لعبارات محور التجارة الالكترونية**

| الرمز | العبارة | معامل الا رتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| Y1 | **يسبب تحسين القوانين والتشريعات في تطوير التجارة الالكترونيةفي الجزائر** | 0.649 | 0.000 |
| Y2 | **يسبب تطور وسائل الدفع في ازدهارالتجارة الالكترونية وزيادة المعاملات التجارية** | 0.898 | 0.000 |
| Y3 | **تسهيل الاجراءات الجمركيةيؤدي إلى زيادة الإقبال على التجارة الالكترونيةبالجزائر.** | 0.754 | 0.000 |
| Y4 | **تساعد الدقة في تعريف الافراد والمؤسسات بالتجارة الا لكترونية على التقليل من خطر فشل الاستثمارات في التجارة الالكترونية** | 0.742 | 0.000 |
| Y5 | **تعتبر مرافقة حاضنات الاعمال امر ضروري لحماية المؤسسات الالكترونية الناشئة من الإفلاس** | 0.710 | 0.000 |
| Y6 | **يساعد تطوير المنظومة الرقمية في الجزائر على ازدهار التجارة الإلكترونية** | 0.852 | 0.000 |
| Y7 | **تساعد منح الإعفاءات والامتيازات الجبائية على تشجيع اقتحام مجال التجارة الالكترونية في الجزائر** | 0.883 | 0.000 |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق يتضح أن معامل الارتباط لجميع عبارات محور **التجارة الإلكترونية** ،

يتراوح ما بين 0.649 و 0.898 وهذا يعني وجود ارتباط قوي بالمجموع الكلي للعبارات المتعلقة بهذه المحور. ويلاحظ أيضا أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.05 بمعنى أن جميع العبارات د الة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.05 ، وبذلك فإن عبارات هذه المحور صادقة لما صممت لقياسه.

**3. صدق الاتساق البنائي للاستبيان:**

يتضمن هذا الجزء على قياس صدق الاتساق البنائي للاستبيان، وبالتالي فهو يقيس مدى سير كل المحاور المدرجة في سياق الاستبيان ككل، وكانت معاملات الارتباط ومستوى المعنوية لهذه المحاور كما يلي:

**الجدول الموالي يبين صدق الاتساق البنائي للاستبيان:**

الجدول رقم .(05): صدق الاتساق البنائي للاستبيان

| الترتيب | الاستبيان | معامل الارتباط | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|
| 1 | المحور الثاني: **التدقيق التجاري** | 0.980 | 0.000 |
| 2 | المحور الثالث: **: التجارة الالكترونية** | 0.983 | 0.000 |

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول السابق نجد أن معامل الارتباط بين معدل كل من المحور الثاني والثالث من الدراسة ومعدل كل عبارات الاستبيان تراوح بين 0.568 و 0.898 ، وهذا يدل على وجود ارتباط قوي بين معدل المحاور، بالإضافة إلى أن مستوى المعنوية للمحاور أقل من 0.05 مما يعني أنهم صادقون لما صمموا لقياسه، وبالتالي تسير المحاور في السياق الكلي للاستبيان، وأنها ترتبط بفرضية هذه الدراسة والمتمثلة في وجهة نظر أفراد مؤسسات التجارية.

**ثالثا: ثبات فقرات الاستبيان.**

يقصد بالثبات أنه لو أعيد تطبيق الأدوات على نفس العينة المدروسة وفي نفس ظروف التطبيق نحصل على نفس الردود، أو ردود قريبة من التطبيق الأول، ويرى علماء القياس أنه لو طبقت على عينة إحصائية أخرى مسحوبة من نفس المجتمع وبنفس شروط سحب العينة الأولى فإن الإ جابات تكون نفسها، وبالتالي تطمئن الدراسة للنتائج التي تتحصل عليها ويمكن تشمليها أو تعميمها على المجتمع الإحصائي بأريحية تامة. وقد قامت الباحثان باختبار الثبات بأسلوبين هما: طريقة التجزئة النصفية split-half ومعامل الثبات ألفا كرونباخ cronbach's alpha.

**I. طريقة ألفا كرونباخ cronbach's alpha:**

ألفا كرونباخ هو ثبات اتجاهات العينة المدروسة نحو الظاهرة محل البحث، وهو قيمة تتراوح بين الصفر (0) والواحد الصحيح (1)، وكلما اقترب من الصفر كلما دل على عدم وجود ثبات، وكلما اقترب من الواحد الصحيح دل على وجود ثبات قوي جدا، ولا توجد قيمة ثابتة يمكن الاعتماد عليها في قياس الثبات في جميع أنواع الدراسات، إلا أنه يعتمد قبول القيمة حسب توطن ظاهرة القياس في مجتمع الدراسة وعدد العبارات التي تقيس الظاهرة محل البحث ويعتمد عليها الباحث في قبول درجة الثبات. وقامت الباحثتان بحساب معامل ألفا كرونباخ لكل فقرات محاور البحث التي تقيس متغيرات البحث وكل محور، بالإضافة إلى معامل ألفا كرونباخ الكلي، كما يلي:

**أ. ثبات مقياس محور التدقيق التجاري بطريقة ألفا كرونباخ:**

قيست معاملات ألفا كرونباخ للمحور ككل، والنتائج موضحة في الجدول كما يلي:

الجدول رقم(06) : الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لمحور **التدقيق التجاري**.

| المحور | عدد العبارات | معامل ألفا |
|---|---|---|
| **التدقيق التجاري** | 07 | 0.866 |

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق يتضح أن معامل ألفا كرونباخ كان 0.866 وهويشير إلى ثبات (قوي/ ومقبول كما أنها تشير إلى جودة مقياس محور **التدقيق التجاري** ، لتؤكد أيضا على صدق الأداة طبقا ل-قاعدة القياس "كل اختبار ثابت صادق، وليس كل اختبار صادق ثابت" مما يؤكد على جودة الا ستبيان وحسن قياسه، والفهم المتساوي لعينة الدراسة، بحيث يكون فهم العينة هو الفهم الذي قصده الباحثان.

**أ. ثبات مقياس محور التجارة الالكترونية بطريقة ألفا كرونباخ:**

قيست معاملات ألفا كرونباخ للمحور ككل، والنتائج موضحة في الجدول كما يلي:

الجدول رقم:(07) الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لمحور . **التجارة الالكترونية**

| المحور | عدد العبارات | معامل ألفا |
|---|---|---|
| **: التجارة الالكترونية** | 07 | 0.895 |

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق يتضح أن معامل ألفا كرونباخ كان 0.895 وهو يشير إلى ثبات قوي ومقبول كما أنها تشير إلى جودة مقياس محور **التجارة الالكترونية** ، لتؤكد أيضا على صدق الأداة طبقا ل-قاعدة القياس "كل اختبار ثابت صادق، وليس كل اختبار صادق ثابت" مما يؤكد على جودة ا لاستبيان وحسن قياسه، والفهم المتساوي لعينة الدراسة، بحيث يكون فهم العينة هو الفهم الذي قصده الباحثان.

**د. ثبات مقياس كل عبارات الاستبيان بطريقة ألفا كرونباخ:**

**الجدول رقم (08)** : الثبات بطريقة ألفا كرونباخ للاستبيان

| محاور الاستبيان | عدد العبارات | معامل ألفا |
|---|---|---|
| **كل عبارات الاستبيان** | 14 | 0.940 |

المصدر: من إعداد الباحان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من الجدول السابق يتضح أن معاملات ألفا كرونباخ 0.940 يشير إلى ثبات قوي ومقبول، ومعامل ألفا كرونباخ لكامل عبارات الاستبيان كان 14 ، وهو بدوره يشير إلى ثبات قوي ومقبول، مما يؤكد النتائج السابقة، وبالتالي جودة الاستبيان وحسن قياسه لكل متغيرات الدراسة، والفهم المتساوي لعينة الدراسة، بحيث يكون فهم العينة هو الفهم الذي قصده الباحثان.

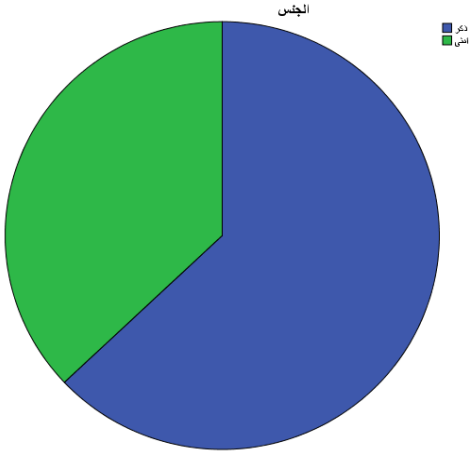
**المبحث الثاني: التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة**

**المطلب الأول: التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة حسب النسب والتكرارات.**

في هذا الجزء سوف نحاول التطرق لخصائص عينة الدراسة من خلال الوقوف على مختلف النسب والتكرارات ومحاولة تحليلها بما يتماشى وطبيعة العامل المدروس.

1. **عرض توزيع العينة حسب الجنس:**

**الشكل رقم (02):يوضح توزيع افراد العينة حسب الجنس**




يوضح الجدول الموالي نتائج التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بعامل الجنس ما يلي:

الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

| الجنس | التكرار | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| ذكر | 17 | 63 % |
| انثى | 10 | %37 |
| المجموع | 27 | %100 |

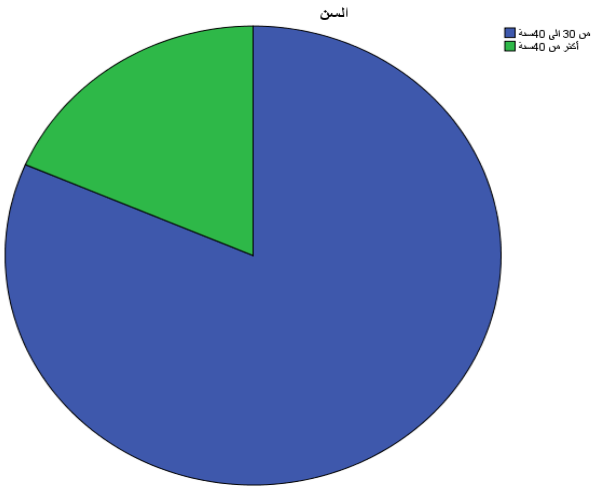
المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر المبحوثين هم فئة الذكور ، حيث بلغت نسبتهم 63% أما فئة الإناث.فهم يمثلون نسبة 37% وهم اقل من فئة الذكور.ذلك أن الفارق هو 26% مفردة من عينة الدراسة، وهذا راجع إلى طغيان فئة الذكور داخل مؤسسات التجارية والتي تستقطب أكثر فئات من الذكور

والشكل الموالي يوضح طبيعة توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر:

**الشكل رقم (03) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر.**




**2. عرض توزيع العينة حسب عامل العمر:**

يوضح الجدول الموالي نتائج التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بعامل العمرما يلي:

الجدول رقم (10) : توزيع أفراد العينة حسب العمر.

| العمر | التكرار | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| أقل من 30سنة | 00 | 00 |
| من 30 إلى 40 سنة | 22 | %81.5 |
| أكثر من 40سنة | 05 | %18.5 |
| المجموع | 27 | %100 |

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر المبحوثين هم فئة من 30 إلى 40 سنة ، حيث بلغت نسبتهم 81.5% أما فئة أكثر من 40سنة فهم يمثلون نسبة 18.5% وهم (اقل)من فئة من30إلي40 سنة ذلك أن الفارق هو 63% مفردة من عينة الدراسة، وهذا راجع إلى ان عنصر الشباب مثل النسبة الأكبر داخل مؤسسات التجارية والتي تستقطب أكثر فئات من 30 إلى 40 سنة

**3. عرض توزيع العينة حسب عامل المؤهل العلمي:**

يوضح الجدول الموالي نتائج التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بعامل المؤهل العلميما يلي:

الجدول رقم (11) : توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلم.

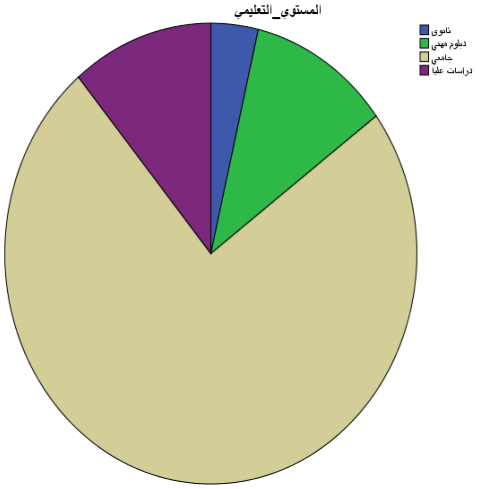
| المؤهل العلمي | التكرار | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| ثانوي | 01 | %3.7 |
| دبلوم مهني | 03 | %11.1 |
| جامعي | 20 | %74.1 |
| دراسات عليا | 03 | %11.1 |
| المجموع | 27 | %100 |

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر المبحوثين هم فئة الجامعين، حيث بلغت نسبتهم74.1% أما فئة(الثانوي والديبلوم والدراسات العليا ) فهم يمثلون نسبة 25.9% وهم اقل من فئة الجامعيين ذلك أن الفارق هو 48.2% مفردة من عينة الدراسة، وهذا راجع إلى وجود كفائات داخل مؤسسات التجارية والتي تستقطب أكثر فئات من الجامعيين

والشكل الموالي يوضح طبيعة توزيع افراد عينة الدراسة حسب عامل المؤهل العلمي

**الشكل رقم (04) : توزيع افراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي**




**4. عرض توزيع العينة حسب عامل الوظيفة:**

يوضح الجدول الموالي نتائج التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بعامل الوظيفة

الجدول رقم (12) : توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة.

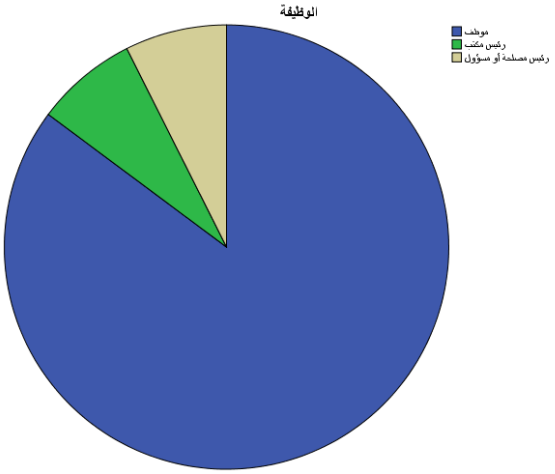
| الوظيفة | التكرار | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| موظف | 23 | 85.2% |
| رئيس مكتب | 02 | 7.4% |
| رئيس مصلحة | 02 | %7.4 |
| المجموع | 27 | %100 |

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر المبحوثين هم فئة الموظفين ، حيث بلغت نسبتهم 85.2% أما فئة(رئيس مصلحة ورئيس مكتب ) فهم يمثلون نسبة 14.8% وهم اقل من فئة الموظفين ذلك أن الفارق هو 70.4% مفردة من عينة الدراسة، وهذا راجع إلى نقص المراتب العليا داخل مؤسسات التجارية والتي تستقطب أكثر فئات من الموظفين .

والشكل الموالي يوضح طبيعة توزيع افراد عينة الدراسة حسب عامل الوظيفة:

**الشكل رقم (05) : توزيع افراد عينة الدراسة حسب الوظيفة.**




**5. عرض توزيع العينة حسب عامل الخبرة:**

يوضح الجدول الموالي نتائج التحليل الوصفي لبيانات عينة الدراسة المتعلقة بعامل الخبرةما يلي:

الجدول رقم (13) : توزيع أفراد العينة حسب الخبرة.

| الخبرة | التكرار | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| اقل من 5 سنوات | 03 | 11.1% |
| من 5الى 10 سنوات | 14 | 51.9% |
| أكثر من 15 سنة | 10 | 37% |
| المجموع | 27 | %100 |

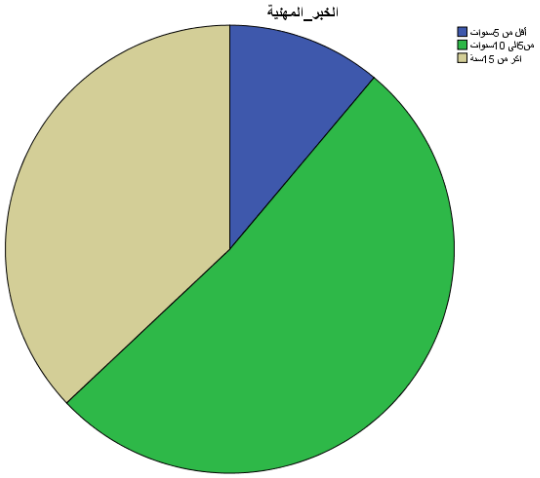
المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول السابق يتضح أن أكثر المبحوثين هم فئة من 5 سنوات الي 10 ، حيث بلغت نسبتهم51.9 %أما فئة(اقل من 5 سنوات وأكثر من 15 سنة ) فهم يمثلون نسبة 48.1 %وهم اقل من فئة من 5 إلى 10 سنوات ذلك أن الفارق هو 3.8% مفردة من عينة الدراسة، وهذا راجع إلى ان اغلب المتعاملين يتمتعون بخبرة بسيطة داخل مؤسسات التجارية والتي تستقطب أكثر فئات من الشباب الذين مثلوا النسبة الأكبر

والشكل الموالي يوضح طبيعة توزيع افراد عينة الدراسة حسب عامل الخبرة:

**الشكل رقم (06) : توزيع افراد عينة الدراسة حسب الخبرة**

.




**المطلب الثاني: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة.**

نقوم في هذا الجزء بالتحليل الوصفي لخصائص محاور الدراسة: محور التدقيق التجاري ، ومحور التجارة الالكترونية

وبما ان الإجابات المرتبطة بأسئلة المحاور تتمثل في 5 خيارات فإنه تجدر الإشارة إلى أن المتوسط الحسابي المرجح للعبارات يكون وفق التقسيم التالي:

المدى= عدد المسافات بين الخيارات/ عدد الخيارات

وبما ان عدد الخيارات هي 5 فإن المسافات تكون = 5-1 ومنه:

المدى = 5-1/5 = 0.80

إذن تكون المتوسطات المرجحة كما يلي:

الجدول رقم (14) : المتوسطات المرجحة للأسئلة ذات الخمس خيارات

| الترجيح | الخيار المقابل |
|---|---|
| من 1 إلى 1.79 | غير موافق بشدة |
| من 1.80 إلى 2.59 | غير موافق |
| من 2.6 إلى 3.39 | محايد |
| من 3.4 إلى 4.19 | موفق |
| من 4.2 إلى 5 | موافق بشدة |

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على برنامج Excel

**أولا: عرض خصائص محور التدقيق التجاري**

يتكون هذا المحور من فقرة واحدة، ويتم تحليلها وصفيا من خلال: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الاتجاه مبينة في الجداول الموالية

**الجدول رقم (15): البيانات الوصفية لعبارات محور التدقيق التجاري**

| الترميز | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الاتجاه |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **يقوم التدقيق التجاري بالتأكد من ان عمليات الشراء والاستلام قد تمت بالفعل** | 3.29 | 1.436 | محايد |
| 2 | **يقوم التدقيق التجاري بتحليل عمليات الشراء بهدف البحث عن الفرص الأمثل للتموين** | 3.18 | 1.301 | موافق |
| 3 | **يقوم التدقيق التجاري بمختلف عمليات الجرد للمخزون للتأكد من وجود المشتريات** | 3.77 | 1.310 | موافق |
| 4 | **يقوم التدقيق التجاري بتحليل معاملات الموردين بهدف اختيار المصادر المثلى للتموين** | 3.51 | 1.220 | موافق |
| 5 | **يقوم التدقيق التجاري بفحص اليات تسويق السلع والخدمات** | 3.48 | 1.087 | موافق |
| 6 | **يقوم التدقيق التجاري بتحليل معاملات الزبائن بهدف توسيع نطاق التعاملات** | 3.44 | 1.187 | موافق |
| 7 | **يقوم التدقيق التجاري بالتركيز على مراقبة عمليات دخول وخروج البضاعة إلى المخازن** | 3.48 | 1.340 | موافق |
| **المتوسط العام للمحور.التدقيق التجاري** | | 3.455 | 0.946 | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لمحور التدقيق التجاري تراوحت بين 3.18.و 3.77 وهي تتراوح بذلك بين الاتجاهات.محايد و موافق ، وجاءت الانحرافات المعيارية بين 1.087 و 1.436 وهي تشير بذلك إلى عدم وجود تشتت كبير في آراء أفراد عينة الدراسة حول المتوسطات الحسابية، وقد سجلت العبارة المسماة ب-: يقوم التدقيق التجاري بمختلف عمليات الجرد للمخزون للتأكد من وجود المشتريات، أعلى متوسط حسابي باتجاه موافق ، مما يدل على أنها العبارة الأكثر توافقا مع وجهات نظر أفراد العينة، في حين سجلت العبارة المسماة: يقوم التدقيق التجاري بتحليل عمليات الشراء بهدف البحث عن الفرص الأمثل للتموين ،أدنى متوسط حسابي مما يدل على أنها العبارة الأقل توافقا مع وجهات نظر أفراد العينة، وسجلت العبارة المسماة ب- يقوم التدقيق التجاري بفحص آليات تسويق السلع والخدمات ،أقل انحراف معياري ب- 1.087 ، مما يدل على أنها العبارة الأكثر اتفاقا عليها بين أفراد العينة، في حين سجلت العبارة المسماة: . يقوم التدقيق التجاري بـ التأكد من ان عمليات الشراء والاستلام قد تمت بالفعل، أكبر انحراف معياري ب- 1.436.مما يدل على أنها العبارة الأقل اتفاقا عليها بين وجهات نظر أفراد العينة.

وعموما فإن المتوسط الحسابي للمحور ككل بلغ 3.455 وهو يقابل الاتجاه موافق مما يعني

ان أفراد عينة الدراسة متفقون مع عبارات هذا المحور بانحراف معياري قدره 0.947

ثانيا: عرض خصائص محور التجارة الالكترونية

يتكون هذا المحور من فقرة واحدة، ويتم تحليلها وصفيا من خلال: المتوسط الحسابي، الا نحراف المعياري، الاتجاه مبينة في الجداول الموالي

**الجدول رقم(16) : البيانات الوصفية لعبارات محور التجارة الالكترونية..**

| الترميز | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الا تجاه |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **يسبب تحسين القوانين والتشريعات في تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر** | 3.33 | 1.358 | محايد |
| 2 | **يسبب تطور وسائل الدفع في ازدهارا لتجارة ا لالكترونية وزيادة المعاملات التجارية** | 3.77 | 1.339 | موافق |
| 3 | **تسهيل الإجراءات الجمركية يؤدي إلى زيادة الإ قبال على التجارة الالكترونية بالجزائر.** | 3.62 | 1.275 | موافق |
| 4 | **تساعد الدقة في تعريف الأفراد والمؤسسات بـ التجارة الالكترونية على التقليل من خطر فشل الاستثمارات في التجارة الالكترونية** | 3.62 | 1.244 | موافق |
| 5 | **تعتبر مرافقة حاضنات الأعمال آمر ضروري لحماية المؤسسات الالكترونية الناشئة من الإف لاس** | 3.55 | 1.250 | موافق |
| 6 | **يساعد تطوير المنظومة الرقمية في الجزائر على ازدهار التجارة الإلكترونية** | 3.55 | 1.219 | موافق |
| 7 | **تساعد منح الإعفاءات والامتيازات الجبائية على تشجيع اقتحام مجال التجارة الالكترونية في الجزائر** | 3.66 | 1.358 | موافق |
| **المتوسط العام لمحورالتجارة الالكترونية** | | 3.592 | 1.013 | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية لمحور.التجارة الالكترونية .تراوحت بين 3.33 و 3.77 وهي تتراوح بذلك بين الاتجاهات محايد و موافق ، وجاءت الانحرافات المعيارية بين 1.219 و 1.358 وهي تشير بذلك إلى (عدم) وجود تشتت كبير في آراء أفراد عينة الدراسة حول المتوسطات الحسابية، وقد سجلت العبارة المسماة ب-: تساعد منح الإعفاءات والامتيازات الجبائية على تشجيع اقتحام مجال التجارة الالكترونية في الجزائر. ، أعلى متوسط حسابي باتجاه موافق، مما يدل على أنها العبارة الأكثر توافقا مع وجهات نظر أفراد العينة، في حين سجلت العبارة المسماة: يسبب تحسين القوانين والتشريعات في تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر ، أدنى متوسط حسابي مما يدل على أنها العبارة الأقل توافقا مع وجهات نظر أفراد العينة، وسجلت العبارة المسماة ب-: يساعد تطوير المنظومة الرقمية في الجزائر على ازدهار التجارة الإلكترونية. أقل انحراف معياري ب- 1.219 ، مما يدل على أنها العبارة الأكثر اتفاقا عليها بين أفراد العينة، في حين سجلت العبارة المسماة: يسبب تحسين القوانين والتشريعات في تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر أكبر انحراف معياري ب- 1.358.مما يدل على أنها العبارة الأقل اتفاقا عليها بين وجهات نظر أفراد العينة.

وعموما فإن المتوسط الحسابي للمحور ككل بلغ 3.592 وهو يقابل الاتجاه 1.013 مما يعني أن أفراد عينة الدراسة متفقون مع عبارات هذا المحور بانحراف معياري قدره 1.01

**المبحث الثالث: اختبار الفروض.**

في هذا المبحث سوف يتم اختبار فرضيات الدراسة، بحيث يتم اختبار مدى قبول أو رفض الفرضيات، كما يلي:

**المطلب الأول: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى.**

تم صياغة الفرضية الرئيسية الأولى كالآتي: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري. عند مستوى معنوية 5%. وتتجزأ منها الفرضيات الفرعية التالية:

**1. الفرضية الفرعية الأولى:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الجنس.

يتم استخدام T-TEST لاختبار هذه الفرضية، نظرا لكونها تحتوي متوسطين لمجموعتين فقط، ونضع فرضيتي هذا الاختبار كما يلي:

H0: يوجد تساوي المتوسطات بين فئات المجتمع حسب عامل النوع

H1: لا يوجد تساوي المتوسطات بين فئات المجتمع حسب عامل النوع

وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

الجدول رقم (17) : اختبار T-TEST للفرق بين متوسطي النوع لمحور التدقيق التجاري

| العامل | معنوية | قيمة T | درجات | مستوى | الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|

| | ليفيني | | الحرية | المعنوية | |
|---|---|---|---|---|---|
| النوع | 0.020 | 2.275- | 25 | 0.032 | دال |
| | | 2.734- | 23.653 | 0.012 | دال |

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن مستوى المعنوية لاختبار ليفيني بلغت 0.020 وهي اكبر من مستوى المعنوية 0.05مما يدل على البيانات لا تحقق شرط تساوي المتوسطات وعليه يتم قراءة السطر الثاني للنتائج.

من خلال قراءة السطر الثاني من الجدول نجد أن قيمة T بلغت -2.734بدرجة حرية 23.653وبمستوى معنوية 0.012 وهي اقل من 0.05، ومنه يمكن القول انه يوجد فرق جوهري بين فئتي الدراسة في فهم محور التدقيق التجاري،

ومنه نجيب على هذه الفرضية بأنه لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل النوع.

**2. الفرضية الفرعية الثانية:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل السن:

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار هذه الفرضية، وحيث أن التباينات و العينات التي تم سحبها هي عشوائية ومستقلة، فيمكن إكمال تحليل التباين، وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

**الجدول رقم (18): تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأ ولى**

| ANOVA | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | المؤشر الإحصائي F | القيمة الاحتمالية SIG |
|---|---|---|---|---|---|
| بين المجموعات | 0.019 | 1 | 0.019 | 0.020 | 0.889 |
| داخل | 23.330 | 25 | 0.933 | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| المجموعات | | | | | |
| الكلي | 23.348 | 26 | | | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن0.020 =F وذلك بدرجات حرية للبسط 01 ودرجات حرية للمقام 25 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة بلغت 0.889 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدى الباحث دليل ب- قبول الفرض القائل:لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل السن.

**3. الفرضية الفرعية الثالثة:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجار لمفاهيم التدقيق التجاري. عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل المستوى التعليمي:

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار هذه الفرضية، وحيث أن التباينات و العينات التي تم سحبها هي عشوائية ومستقلة، فيمكن إكمال تحليل التباين، وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

**الجدول رقم (19): تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الأ ولى**

| ANOVA | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | المؤشر الإ حصائي F | القيمة الا حتمالية SIG |
|---|---|---|---|---|---|
| بين المجموعات | 0.698 | 3 | 0.233 | 0.236 | 0.870 |
| داخل المجموعات | 22.651 | 23 | 0.985 | | |
| الكلي | 23.348 | 26 | | | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن0.236.=F وذلك بدرجات حرية للبسط 03 ودرجات حرية للمقام 23 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة بلغت 0.870 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدى الباحث دليل ب- قبول الفرض القائل: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل المستوى التعليمي .

**4. الفرضية الفرعية الرابعة:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الوظيفة:

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار هذه الفرضية ، وحيث أن التباينات و

العينات التي تم سحبها هي عشوائية ومستقلة، فيمكن إكمال تحليل التباين، وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

**الجدول رقم (20): تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الأ ولى**

| ANOVA | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | المؤشر الإ حصائي F | القيمة الا حتمالية SIG |
|---|---|---|---|---|---|
| بين المجموعات | 13.069 | 2 | 6.534 | 15.534 | 0.000 |
| داخل المجموعات | 10.280 | 24 | 0.428 | | |
| الكلي | 23.348 | 26 | | | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أنF=.15.534 وذلك بدرجات حرية للبسط 02 ودرجات حرية للمقام 24 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة بلغت 0.0 وهي اقل من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدى الباحث دليل بـ رفض الفرض القائل: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الوظيفة.

**5. الفرضية الفرعية الخامسة:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجار لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الخبرة المهنية :

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار هذه الفرضية،. وحيث أن التباينات و العينات التي تم سحبها هي عشوائية ومستقلة، فيمكن إكمال تحليل التباين، وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

**الجدول رقم (21): تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية ا لأولى**

| ANOVA | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | المؤشر الإ حصائي F | القيمة الا حتمالية SIG |
|---|---|---|---|---|---|
| بين المجموعات | 5.677 | 2 | 2.839 | 3.855 | 0.035 |
| داخل المجموعات | 17.671 | 24 | 0.736 | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| الكلي | 23.348 | 26 | | | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن3.855 .=F وذلك بدرجات حرية للبسط 02 ودرجات حرية للمقام 24 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة بلغت 0.035 وهي اقل من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدى الباحث دليل ب-رفض الفرض القائل: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في ادراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التدقيق التجاري عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الخبرة المهنية .

**المطلب الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية**

تم صياغة الفرضية الرئيسية الأولى كالآتي: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في ادراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 5%. وتتجزأ منها الفرضيات الفرعية التالية:

**6. الفرضية الفرعية الأولى:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التجارة الا لكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الجنس.

يتم استخدام T-TEST لاختبار هذه الفرضية، نظرا لكونها تحتوي متوسطين لمجموعتين فقط، ونضع فرضيتي هذا الاختبار كما يلي:

H0: يوجد تساوي المتوسطات بين فئات المجتمع حسب عامل النوع

H1: لا يوجد تساوي المتوسطات بين فئات المجتمع حسب عامل النوع

وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

الجدول رقم (22) : اختبار T-TEST للفرق بين متوسطي النوع لمحور التجارة الالكترونية

| العامل | معنوية ليفيني | قيمة T | درجات الحرية | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|
| النوع | 0.026 | -1.527 | 25 | 1.527- | دال |
| | | -1841 | 23.458 | 1.841- | دال |

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن مستوى المعنوية لاختبار ليفيني بلغت 0.026 وهي اكبر من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على البيانات لا تحقق شرط تساوي المتوسطات وعليه يتم قراءة السطر (الأول) للنتائج.

من خلال قراءة السطر الأول من الجدول نجد أن قيمة T بلغت -1.527 بدرجة حرية 25 وبمستوى معنوية -1.527 وهي اقل من 0.05، ومنه يمكن القول انه يوجد فرق جوهري بين فئتي الدراسة في فهم محور التجارة الالكترونية.،

ومنه نجيب على هذه الفرضية بأنه توجد فروق ذات دلالة معنوية في ادراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم.التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل النوع.

**7. الفرضية الفرعية الثانية:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة.التجارة لمفاهيم التجارة الا لكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل السن.

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار هذه الفرضية،. وحيث أن التباينات و العينات التي تم سحبها هي عشوائية ومستقلة، فيمكن إكمال تحليل التباين، وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

**الجدول رقم (23): تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية**

| ANOVA | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | المؤشر الإحصائي F | القيمة الاحتمالية SIG |
|---|---|---|---|---|---|
| بين المجموعات | 0.019 | 1 | 0.019 | 0.020 | 0.889 |
| داخل المجموعات | 23.330 | 25 | 0.933 | | |
| الكلي | 23.348 | 26 | | | |

**المصدر:** من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أنF=.0.020 وذلك بدرجات حرية للبسط 01 ودرجات حرية للمقام 25 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة بلغت 0.889 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدى الباحث دليل بـ قبول الفرض القائل: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة .التجارة لمفاهيم التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل السن.

**8. الفرضية الفرعية الثالثة:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة. لمفاهيم التجارة الا لكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل المستوى التعليمي

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار هذه الفرضية،. وحيث أن التباينات و العينات التي تم سحبها هي عشوائية ومستقلة، فيمكن إكمال تحليل التباين، وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

**الجدول رقم (24): تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية**

| ANOVA | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | المؤشر الإحصائي F | القيمة الاحتمالية SIG |
|---|---|---|---|---|---|
| بين المجموعات | 0.698 | 3 | 0.233 | 0.236 | 0.870 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| داخل المجموعات | 22.651 | 23 | 0.985 | | |
| الكلي | 23.348 | 26 | | | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أنF=.0.236 وذلك بدرجات حرية للبسط 0.233 ودرجات حرية للمقام 0.985 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة بلغت 0.870 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدى الباحث دليل ب- قبول الفرض القائل: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل المستوى التعليمي .

**9. الفرضية الفرعية الرابعة:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم.التجارة الا لكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الوظيفة :

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار هذه الفرضية،. وحيث أن التباينات و العينات التي تم سحبها هي عشوائية ومستقلة، فيمكن إكمال تحليل التباين، وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

**الجدول رقم (25): تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الثانية**

| ANOVA | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | المؤشر الإحصائي F | القيمة الاحتمالية SIG |
|---|---|---|---|---|---|
| بين المجموعات | 13.069 | 2 | 6.534 | | |
| داخل المجموعات | 10.280 | 24 | 0.428 | 15.255 | 0.000 |
| الكلي | 23.348 | 26 | | | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أنF=15.255 وذلك بدرجات حرية للبسط 02 ودرجات حرية للمقام 24 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة بلغت 0.000 وهي اقل من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدى الباحث دليل ب-رفض الفرض القائل: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الوظيفة.

**10. الفرضية الفرعية الخامسة:**

لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التجارة الا

الكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الخبرة المهنية :

يتم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد لاختبار هذه الفرضية،. وحيث أن التباينات و العينات التي تم سحبها هي عشوائية ومستقلة، فيمكن إكمال تحليل التباين، وفيما يلي جدول تحليل التباين التالي:

**الجدول رقم (26): تحليل التباين لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة من الفرضية الرئيسية الثانية**

| ANOVA | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط مجموع المربعات | المؤشر الإحصائي F | القيمة الاحتمالية SIG |
|---|---|---|---|---|---|
| بين المجموعات | 3.907 | 2 | 1.953 | 2.055 | 0.150 |
| داخل المجموعات | 22.816 | 24 | 0.951 | | |
| الكلي | 26.723 | 26 | | | |

**المصدر**: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أنF=2.055 وذلك بدرجات حرية للبسط 2 ودرجات حرية للمقام 24 كما أن القيمة الاحتمالية المقابلة المحسوبة بلغت 0.150 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وبهذا يتوافر لدى الباحث دليل ب قبول الفرض القائل: لا توجد فروق ذات دلالة معنوية في إدراك عمال مؤسسة التجارة لمفاهيم التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 5% تعزى لعامل الخبر المهنية .

**المطلب الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة.**

تم صياغة الفرضية الرئيسية الثالثة كالآتي: **لا يوجد دور ذو دلالة معنوية لـ التدقيق التجاري .في التجارة الالكترونية لدى أفراد عينة الدراسة عند مستوى معنوية 0.05**

لاختبار هذه الفرضية نقوم باستخدام اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط، كما هو موضح في الجدول الموالي:

**الجدول رقم (27): نموذج الانحدار بين التدقيق التجاري والتجارة الالكترونية**

| الخطأ المعياري | الارتباط المعدل | معامل التحديد | R | النموذج |
|---|---|---|---|---|
| 0.38849 | 0.853 | 0.859 | 0.927 | X,Y |

**المصدر**: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS23.

يتضح من خلال الجدول أعلاه وفقا لآراء أفراد العينة المدروسة أن قيمة معامل الارتباط بين التدقيق التجاري و التجارة الالكترونية .بلغت 0.853وهي تدل على أنه يوجد ارتباط موجب بين المتغيرين وهو ارتباط متوسط، وبلغ معامل التحديد 0.859أي أن ما نسبته 85.9 % من التغير في التجارة الالكترونية لدى أفراد عينة الدراسة بأدرار ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام التدقيق

التجاري.

**الجدول رقم (28): تحليل التباين في المتوسطات بين التدقيق التجاري .والتجارة الا لكترونية**

| النموذج (X,Y) | مجموع المربعات | درجات الحرية | مربعات المتوسطات | F | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|---|---|
| الانحدار | 22.950 | 1 | 22.950 | 152.063 | 0.000 |
| البواقي | 3.773 | 25 | 0.151 | | |
| المجموع | 26.723 | 26 | | | |

**المصدر**: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج spss23.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن قيمة F بلغت 152.063 عند مستوى معنوية 0.000 وهي اقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا يدل على أن نموذج الانحدار المقترح هو ملائم للدراسة، وعليه يمكن مواصلة تحليل الانحدار بين المتغيرين وتحديد القيمة الثابتة والميل في معادلة النموذج.

**الجدول رقم (29) : تحليل الانحدار ل-.التدقيق التجاري والتجارة الالكترونية**

| النموذج | غير المعاملات المعيارية | | المعاملات المعيارية | T | مستوى المعنوية |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | الخطأ | Beta | | |
| القيمة الثابتة | 0.167 | 0.288 | | 0.581 | 0.566 |
| **التدقيق التجاري** | 0.991 | 0.080 | 0.927 | 12.331 | 0.000 |

**المصدر**: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS23.

يتضح من خلال الجدول أعلاه وفقا لآراء أفراد العينة المدروسة أن القيمة الثابتة للنموذج بلغت 0.167 وهي قيمة لا تتغير بتغير التدقيق التجاري وبخطأ معياري 0.288 ، أما بالنسبة لميل معادلة الانحدار الخطي فقد بلغ 0.991 أي أن التغير في التدقيق التجاري.بدرجة واحدة سوف يغير 28.8 % ضمن معادلة الانحدار وذلك بخطأ معياري قدره 0.080 ، وعليه، وبالنظر إلى قيمة مستوى الدلالة 0.566 يمكن القول أنه هناك دور ذو دلالة إحصائية التدقيق التجاري في التجارة الالكترونية بمعادلة تنبؤ نصبغها على النحو التالي:

+0.167x)(Y=0.991

أي أن:

**التجارة الالكترونية** = 0.991 (**التدقيق التجاري**) **+** 0.167

وعليه نقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه:يوجد دور ذو دلالة معنوية ل التدقيق التجاري في التجارة الالكترونية لدى عينة الدراسة عند مستوى معنوية 0.05

**خلاصة الفصل :**

لقد تم عرض نتائج الدارسة التطبيقية المتعلقة بدارسة دور التدقيق التجاري في ضبط معاملات التجارة الالكترونية في مديرية التجارة بولاية أدرار، بحيث تم اقتصار الدراسة على 27 استبيان بحيث تم تفريغها على برنامج SPSS لتحليلها، ولخص الفصل إلى وجود عالقة ارتباط موجبة ومقبولة بين التدقيق التجاري والتجارة الالكترونية مما يجيب على إشكالية الرئيسية لموضوع الدراسة.

# الخاتمة

في عالم طغت فيه لغة العلم و المعرفة، و أصبح التقدم التكنولوجي السريع و المـستمر هـو محرك الاقتصاد العالمي، أضحى لزاما على الدول العربية أن تع مل على مواكبة التطورات الحاصلة و تسخير العلم و التكنولوجيا لخدمة الاقتصاد و ، بالتالي اغتنام الفرص التي تتاح جراء ذلك، و بعبارة أدق عليها أن تعمل على الانتقال إلى اقتصاد المعرفة بأن تجعل في سلم أولوياتها الاستثمار في الموارد البشرية باعتبارها رأس المال الفكري القادر على الإبداع و توليد المعرفة و لابد أن تدعم ذلك ببنـاء قدراتها في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لدورها الفعال في إيجاد المعارف و نشرها ، كما أن تأثيرها يشمل الاقتصاد بأسره بفعل استخدامها ، و تطبيقها في مختلف قطاعاته ، و مـن بـين هـذه التطبيقات التجارة الإلكترونية التي أخذت منذ ظهورها تنتشر في الاقتصاديات المتقدمة بسرعة كبيـرة وتحقق نتائج فاقت كل التوقعات، هذه التجارة التي اختصرت الزمن و المسافة و تجاوزت كل الحدود، أصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري السائد في اقتصاد المعرفة. و من هذا الباب جاء تركيزنا على الدور الذي يمكن أن تلعبه التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الجديد، مع إبلاء اهتمام خاص بالعالم العربي . و قد تعرضنا في دراستنا هـذه إلـى جميـع جوانـب الموضوع قدر الإ مكان، و توصلنا إلى مجموعة من النتائج، أتبعناها بجملة اقتراحات رأينا أنها مناسبة للدول العربية، و من خلالها الدول النامية حتى تستطيع تضييق الفجوة الرقمية التي تفصلها عن العـالم المتقدم، و بـ التالي الاستفادة من مزايا ثورة المعلومات، و الاتصالات كالتجـارة الإلكترونيـة و تحقيـق الانتقال إلى اقتصاد المعرفة.

لقد حاولنا في هذه الدراسة البحث عن دور التدقيق التجاري في ضبط معاملات التجارة الا لكترونية وبعد القيام بالدراسة الميدانية بمديرية التجارة – بأدرار توصلنا إلى مجموعة من النتائج و التوصيات :

**أولا :نتائج الدراسة النظرية**

على ضوء الدراسة النظرية في الفصل السابق تم الوقوف على جملة من الاستنتاجات:

- تساهم التجارة الالكترونية بشكل كبير في دخل مستمر على مدار الساعة وانخفاض التكلفة المادية
- لايمكن للزبائن شراء المنتجات في تعطل الموقع الالكتروني ، ولا يمكن للزبائن تجربة المنتجات
- سهولة عرض المنتجات الأكثر مبيعا .
- من مزايا التجارة الالكترونية انخفاض تكاليف البدء فيها .

**ثانيا :نتائج الدراسة الميدانية**

من نتائج التحليل الوصفي لعبارات الدراسة تبين ما يلي:

- أكثر المهتمين بمجال تجارة المقايضة هم ذكور من الفئة العمرية بين 30-40 سنة ذو المستوى التعليمي ثانوي والذين تتراوح مدة ممارستهم لها من 05-10 سنوات

. ومن خلال التحليل الاستدلالي توصلنا إلى :

- **لا** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في فهم أفراد عينة الدراسة لتجارة المقايضة عند مستوى معنوية 5 .%

- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لتدقيق التجاري على تجارة المقايضة عند مستوى معنوية

ثالثا :التوصيات

رغم كل العراقيل التي تواجه العالم ، إلا أن النهوض بالتجارة الالكترونية ورفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستدعي توفر إرادة حقيقية وقوية لتطـوير هذه التجارة. وهذه الإرادة لا يمكن أن تعطينا الثمار المرجوة ما لم تكن مدعمة بالعمل الجاد. ولعل من أهم ما يجب عمله في هذا المجال هو :

- دعم الاستعداد الالكتروني لكافة فئات المجتمع وتشـجيعهم علـى التحـول إلـى التجـارة الا لكترونية، وذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحـدى سـبل تسـريع تطبيـق التجارة الالكترونية، حيث يتم تبصير الأفراد والمؤسسات بأهمية هذه التجـارة بإتبـاع مجموعـة أساليب من بينها الحملات الإعلامية والتنويرية المرسخة لثقافة التسوق عبـر الانترنـت، بـرامج وورش التدريب للأفراد والموظفين، تحديث مناهج التعليم بغية تأهيل الكفاءات للتعاطي مع تحديات الانتقال للتجارة الالكترونية.

- تحول التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني لابد أن يصاحبه بنية تحتيـة قويـة مكونة من شبكات اتصالات ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومـات، وتوفير تجهيزات آلية، وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري. ولابـد مـن محاربة جزر المعلومات، والعمل على تامين نفاذ جميع فئات المجتمع إلـى خـدمات تكنولوج يـ ا ا لإعلام والاتصال ، ومعالجة قضايا التسعير، من خلال إعادة النظر فـي الأسـعار لتتناسـب مـع مستويات دخل المواطنين.

- ا لإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الالكترونية، التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة، وما سيكون لذلك من آثار ايجابية في دفع التجارة الالكترونية وزيـادة الوعي بان التعامل بهذه التجارة ليس خيارا ترفيهيا بل أمر ضروري.

- تسخير الإمكانيات الضرورية واللازمة للانتقال بمشروع الجزائر الالكترونية من التخطـيط إلى التنفيذ، وإعداد دراسات دقيقة حول سبل تسريع عملية تجسيد المشروع على أرض الواقع فـي آجاله المحددة حتى لا يؤول مصيره الفشل كباقي المشاريع.

- تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي ميسر ومسهل للتجارة الالكترونية، من خلال تطوير التحويل الالكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الالكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمن فـي هذه العمليات.

- السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام واعتماد التجارة الالكترونية، الذي يضمن استمرارها ويحمي حقوق المستهلكين والبائعين المتعاملين بها، ويضمن الوفاء بالتزامـاتهم .

ويتم ذلك من خلال تكييف القواعد القانونية الحالية لتـتلاءم مـع الطبيعـة الخاصـة للتعـاملات الالكترونية، وسن تشريعات جديدة للتجارة الالكترونية تواكب النمـو العـالمي المتسارع لهـذه التعاملات.

**الكتب:**

هادي التميمي ,مدخل إلى التدقيق من الناحية النظرية والعلمية ,الطبعة الثالثة ,دار وائل للنشر ,الأردن 2006.
خالد أمين عبد الله,علم تدقيق الحسابات الناحية النظرية والعلمية ,دار وائل للنشر ,الأردن ,2000.
محمد السيدسرايا ,المراجعة و الرقابة المالية ,دار الكتاب الحديث ,مصر ,2008.
بوتين محمد ,المراجعة ومراقبة الحسابات من النظرية إلى التطبيق ,ديوان المطبوعات الجامعية ,الجزائر 2003.

ابوعلفة عصام الدين,التسويق ,المفاهيم الإستراتيجية ,الجزء الأول ,مؤسسة حورس الدولية للنشر ,الإ سكندرية ,2003.

التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية ،د/عابد بن عابد العبدلي ،جامعة ام القري 2005.

التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر ،أعداد سمية ديمش، 2011.

السيد أحمد عبد الخاق ، التجارة الالكترونية والعولمة ،
محمد عبد الحسين الطاني ، التجارة الالكترونية ،المستقبل الواعد للاجيال القدمة

اتجارة الالكترونية كيف ، متي وأين ،بسام نور ،الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت ،2000-2003

التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية ،منظمة الاتحاد الاوروبي للتجارة

اتفافية الاتحاد الإفريقي حول أمن القضاء الالكتروني وحماية البيانات ذات الطابع الشخصي، تم اعتمادها في الدورة العادية الثالثة والعشرون لقمة رؤساء ودول وحكومات الاتحاد الإفريقي المنعقدة في ملابو، غينيا الاستوائية، 27 يونيو 2014

**مذكرات التخرج:**

مداح أحمد ،التجارة الالكترونية من منظور الفقه الاسلامي ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجست، جامعة الحاج لخضر ،2006

جوهر بن رجدال ، الانترنت والتجارة الالكترونية ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسير،كلية العلوم الاقتصادية ،جامعة التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها

نهلة احمد قنديل ،التجارة الالكترونية ،2004،ص24،التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر ،مذكر لنيل شهادة ماجستير
2010

**موقع الكتروني :**

التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية ،إعداد بكوش تقي الدين ،بن يحي عبد الغني 2017 ،
WWW.UNCITRAL.ORG

مدونة التسويق الرقمي ،https//marketin .limited

**القوانين والتشريعات :**

القانون البحريني للتجارة الالكترونية ،2002

انظر القانون التونسي رقم 33 الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية ،مجلة الكويت الاقتصادية ،الا ثار الاقتصادية والحماية القانونية د/خالد سعد زغلول حلمي
انظر قانون إمارة دبي رقم 2 لسنة 2002، الخام بالمعاملات والتجارة الإلكترونية المادة 2

**مراجع باللغة الفرنسية :**

read .opensooq.com، خصائص التجارة الالكترونية ،السوق المفتوح

Webb, Kevin L, Managing channes of discussion in the age of electronic commerce, التجارة الالكترونية ،
industrial marketing (mm) 02 fep 2002 .p98

**المجلات:**

شوقي ناجي جواد ، الابعاد المستقبلية للحكومة الالكترونية في الاردن ، المجلة الاردنية في إدارة الأ عمال ،
المجلد 3، العدد3، 2007

# الملاحق

**جامعة ادرار**
**كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية والعلوم التسيير**

# استبيان

السيدات الفضليات، السادة الأفاضل:
السلام عليكم:

نتشرف أن أتقدم إلى سيادتكم بطلب تخصيص جزء من وقتكم للإجابة على مضمون هذا الاستبيان والذي يندرج ضمن إطار التحضير لمذكرة ماستر موسومة بـ **دور التدقيق التجاري في ضبط معاملات التجارة الالكترونية** تخصص تدقيق ومراقبة التسيير،حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة آرائكم حول **التدقيق التجاري** وعلاقته **معاملات التجارة الالكترونية**

تعاونكم معنا في الإجابة على هذا الاستبيان هو مساهمة في دعم البحث العلمي وإثراء لنتائج هذه الدراسة. كما نحيطكم علما بأن إجاباتكم ستحظى بكامل السرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

للإجابة على الأسئلة ضع علامة x في الخانة المناسبة

## القسم الأول: البياناتالشخصية

1. **النوع:***

☐ ذ ☐ أ

2. **السن:** *

اقل من ☐ سنة  من 30 ☐ 40 سنة  أكثر من ☐ سنة

3. **المستوى التعليمي:** *

☐ ثانوي  دبلوم ☐ مهني  ☐ جامعي  دراسات ☐ عليا

4. **الوظيفة:** *

☐ موظف  رئيس ☐ مكتب  رئيس مصلحة ☐ مسؤول

5. **الخبرة المهنية:***

اقل من 5 ☐ سنوات  من 5 الى 10 ☐ سنوات  أكثر من 5 ☐ سنة

# القسم الثاني: محاور الدراسة

## المحور الاول: التدقيق التجاري.

| الرقم | العبارة | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 01 | يقوم التدقيق التجاري بالتأكد من ان عمليات الشراء و الاستلام قد تمت بالفعل | | | | | |
| 02 | يقوم التدقيق التجاري بتحليل عمليات الشراء بهدف البحث عن الفرص الأمثل للتموين | | | | | |
| 03 | يقوم التدقيق التجاري بمختلف عمليات الجرد للمخزون للتأكد من وجود المشتريات | | | | | |
| 04 | يقوم التدقيق التجاري بتحليل معاملات الموردين بهدف اختيار المصادر المثلى للتموين | | | | | |
| 05 | يقوم التدقيق التجاري بفحص اليات تسويق السلع و الخدمات | | | | | |
| 06 | يقوم التدقيق التجاري بتحليل معاملات الزبائن بهدف توسيع نطاق التعاملات | | | | | |
| 07 | يقوم التدقيق التجاري بالتركيز على مراقبة عمليات دخول وخروج البضاعة إلى المخازن | | | | | |

## المحور الثاني: التجارة الالكترونية.

| الرقم | العبارات | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 01 | يسبب تحسين القوانين والتشريعات في تطوير التجارة الالكترونيةفي الجزائر | | | | | |
| 02 | يسبب تطور وسائل الدفع في ازدهارالتجارة الا لكترونية وزيادة المعاملات التجارية | | | | | |
| 03 | تسهيل الاجراءات الجمركيةيؤدي إلى زيادة الإقبال على التجارة الالكترونيةبالجزائر. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 04 | تساعد الدقة في تعريف الافراد والمؤسسات بالتجارة الالكترونية على التقليل من خطر فشل الاستثمارات في التجارة الالكترونية | | | | | |
| 05 | تعتبر مرافقة حاضنات الاعمال امر ضروري لحماية المؤسسات الالكترونية الناشئة من الإفلاس | | | | | |
| 06 | يساعد تطوير المنظومة الرقمية في الجزائر على ازدهار التجارة الإلكترونية | | | | | |
| 07 | تساعد منح الإعفاءات والامتيازات الجبائية على تشجيع اقتحام مجال التجارة الالكترونية في الجزائر | | | | | |

| | | بالتأكد التجاري التدقيق يقوم والاستلام الشراء عمليات ان من بالفعل تمت قد | بتحليل التجاري التدقيق يقوم اختيار بهدف الموردين معاملات للتموين المثلى المصادر | بـ التجاري التدقيق يقوم عمليات مراقبة على التركيز إلى البضاعة وخروج دخول المخازن | x |
|---|---|---|---|---|---|
| ان من بالتأكد التجاري التدقيق يقوم بالفعل تمت قد والاستلام الشراء عمليات | Corrélation de Pearson | 1 | ,523** | ,422* | ,785** |
| | Sig. (bilatérale) | | ,005 | ,028 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 |
| عمليات بتحليل التجاري التدقيق يقوم الأمثل الفرص عن البحث بهدف الشراء للتموين | Corrélation de Pearson | ,710** | ,276 | ,255 | ,628** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,163 | ,199 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 |
| عمليات بمختلف التجاري التدقيق يقوم وجود من للتأكد للمخزون الجرد المشتريات | Corrélation de Pearson | ,629** | ,724** | ,654** | ,845** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 |
| معاملات بتحليل التجاري التدقيق يقوم المثلى المصادر اختيار بهدف الموردين للتموين | Corrélation de Pearson | ,523** | 1 | ,617** | ,814** |
| | Sig. (bilatérale) | ,005 | | ,001 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 |
| اليات بفحص التجاري التدقيق يقوم والخدمات السلع تسويق | Corrélation de Pearson | ,151 | ,500** | ,415* | ,568** |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Sig. (bilatérale) | ,451 | ,008 | ,031 | ,002 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 |
| معاملات بتحليل التجاري التدقيق يقوم التعاملات نطاق توسيع بهدف الزبائن | Corrélation de Pearson | ,551** | ,631** | ,585** | ,800** |
| | Sig. (bilatérale) | ,003 | ,000 | ,001 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 |
| مراقبة على بالتركيز التجاري التدقيق يقوم إلى البضاعة وخروج دخول عمليات المخازن | Corrélation de Pearson | ,422* | ,617** | 1 | ,759** |
| | Sig. (bilatérale) | ,028 | ,001 | | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 |
| x | Corrélation de Pearson | ,785** | ,814** | ,759** | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 |

| | | و القوانين تحسين يسبب الا التجارة تطوير في التشريعات الجزائر لكترونيةفي | ا حاضنات مرافقة تعتبر ضروري امر لاعمال الا المؤسسات لحماية الإف من الناشئة لكترونية لاس | المنظومة تطوير يساعد على الجزائر في الرقمية الإ التجارة ازدهار لكترونية | وا الإعفاءات منح تساعد على الجبائية لامتيازات مجال اقتحام تشجيع في الالكترونية التجارة الجزائر | y |
|---|---|---|---|---|---|---|
| في والتشريعات القوانين تحسين يسبب الجزائر الالكترونيةفي التجارة تطوير | Corrélation de Pearson | 1 | ,226 | ,650** | ,479* | ,649** |
| | Sig. (bilatérale) | | ,256 | ,000 | ,011 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| في الدفع وسائل تطور يسبب المعاملا وزيادة الالكترونية ازدهارالتجارة التجارية ت | Corrélation de Pearson | ,507** | ,582** | ,785** | ,803** | ,898** |
| | Sig. (bilatérale) | ,007 | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| زيادة إلى الجمركيةيؤدي الاجراءات تسهيل الالكترونيةبالجزائر التجارة على الإقبال. | Corrélation de Pearson | ,207 | ,568** | ,409* | ,592** | ,754** |
| | Sig. (bilatérale) | ,300 | ,002 | ,034 | ,001 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| و الافراد تعريف في الدقة تساعد على الالكترونية بالتجارة المؤسسات في الاستثمارات فشل خطر من التقليل الالكترونية التجارة | Corrélation de Pearson | ,462* | ,360 | ,521** | ,470* | ,742** |
| | Sig. (bilatérale) | ,015 | ,065 | ,005 | ,013 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| ضروري امر الاعمال حاضنات مرافقة تعتبر من الناشئة الالكترونية المؤسسات لحماية الإفلاس | Corrélation de Pearson | ,226 | 1 | ,496** | ,679** | ,710** |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Sig. (bilatérale) | ,256 | | ,009 | ,000 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| في الرقمية المنظومة تطوير يساعد الإلكترونية التجارة ازدهار على الجزائر | Corrélation de Pearson | ,650** | ,496** | 1 | ,812** | ,852** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,009 | | ,000 | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| والامتيازات الإعفاءات منح تساعد مجال اقتحام تشجيع على الجبائية الجزائر في الالكترونية التجارة | Corrélation de Pearson | ,479* | ,679** | ,812** | 1 | ,883** |
| | Sig. (bilatérale) | ,011 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| y | Corrélation de Pearson | ,649** | ,710** | ,852** | ,883** | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |

**Corrélations**

| | | x | y | M |
|---|---|---|---|---|
| x | Corrélation de Pearson | 1 | ,927** | ,980** |
| | Sig. (bilatérale) | | ,000 | ,000 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | N | 27 | 27 | 27 |
| y | Corrélation de Pearson | ,927** | 1 | ,983** |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | | ,000 |
| | N | 27 | 27 | 27 |
| M | Corrélation de Pearson | ,980** | ,983** | 1 |
| | Sig. (bilatérale) | ,000 | ,000 | |
| | N | 27 | 27 | 27 |

**. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

**Récapitulatif de traitement des observations**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Observations | Valide | 27 | 100,0 |
| | Exclu[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 27 | 100,0 |

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

**Statistiques de fiabilité**

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|---|---|
| ,866 | 7 |

**Récapitulatif de traitement des observations**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Observations | Valide | 27 | 100,0 |
| | Exclu[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 27 | 100,0 |

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

**Statistiques de fiabilité**

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|---|---|
| ,895 | 7 |

**Récapitulatif de traitement des observations**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Observations | Valide | 27 | 100,0 |
| | Exclu[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 27 | 100,0 |

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

**Statistiques de fiabilité**

| Alpha de Cronbach | Nombre d'éléments |
|---|---|
| ,940 | 14 |

**Statistiques**

| | | الجنس | السن | التعليمي_المستوي | الوظيفة | المهنية_الخبر |
|---|---|---|---|---|---|---|
| N | Valide | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| | Manquant | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

**الجنس**

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---|---|---|---|---|---|
| Valide | ذكر | 17 | 63,0 | 63,0 | 63,0 |
| | انثى | 10 | 37,0 | 37,0 | 100,0 |
| | Total | 27 | 100,0 | 100,0 | |

**السن**

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---|---|---|---|---|---|
| Valide | من 30 الى 40سنة | 22 | 81,5 | 81,5 | 81,5 |
| | من أكثر 40سنة | 5 | 18,5 | 18,5 | 100,0 |
| | Total | 27 | 100,0 | 100,0 | |

**التعليمي_المستوي**

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---|---|---|---|---|---|
| Valide | ثانوي | 1 | 3,7 | 3,7 | 3,7 |
| | دبلوم مهني | 3 | 11,1 | 11,1 | 14,8 |
| | جامعي | 20 | 74,1 | 74,1 | 88,9 |
| | دراسات عليا | 3 | 11,1 | 11,1 | 100,0 |
| | Total | 27 | 100,0 | 100,0 | |

**الوظيفة**

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---|---|---|---|---|---|
| Valide | موظف | 23 | 85,2 | 85,2 | 85,2 |
| | مكتب رئيس | 2 | 7,4 | 7,4 | 92,6 |
| | مسؤول أو مصلحة رئيس | 2 | 7,4 | 7,4 | 100,0 |
| | Total | 27 | 100,0 | 100,0 | |

**المهنية_الخبر**

| | | Fréquence | Pourcentage | Pourcentage valide | Pourcentage cumulé |
|---|---|---|---|---|---|
| Valide | سنوات5 من أقل | 3 | 11,1 | 11,1 | 11,1 |
| | سنوات10 الى5من | 14 | 51,9 | 51,9 | 63,0 |
| | سنة15 من اكر | 10 | 37,0 | 37,0 | 100,0 |
| | Total | 27 | 100,0 | 100,0 | |

**Statistiques descriptives**

| | N | Moyenne | Ecart type |
|---|---|---|---|
| ان من بالتأكد التجاري التدقيق يقوم بـ تمت قد والاستلام الشراء عمليات الفعل | 27 | 3,2963 | 1,43620 |
| بتحليل التجاري التدقيق يقوم عن البحث بهدف الشراء عمليات للتموين الأمثل الفرص | 27 | 3,1852 | 1,30198 |
| بمختلف التجاري التدقيق يقوم من للتأكد للمخزون الجرد عمليات المشتريات وجود | 27 | 3,7778 | 1,31071 |
| معاملا بتحليل التجاري التدقيق يقوم المصادر اختيار بهدف الموردين ت للتموين المثلى | 27 | 3,5185 | 1,22067 |
| اليات بفحص التجاري التدقيق يقوم والخدمات السلع تسويق | 27 | 3,4815 | 1,08735 |
| معاملا بتحليل التجاري التدقيق يقوم التعاملا نطاق توسيع بهدف الزبائن ت ت | 27 | 3,4444 | 1,18754 |
| على بالتركيز التجاري التدقيق يقوم وخروج دخول عمليات مراقبة المخازن إلى البضاعة | 27 | 3,4815 | 1,34079 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| X | 27 | 3,4550 | ,94764 |
| N valide (liste) | 27 | | |

**Statistiques descriptives**

| | N | Moyenne | Ecart type |
|---|---|---|---|
| والتشريعات القوانين تحسين يسبب الالكترونيةفي التجارة تطوير في الجزائر | 27 | 3,3333 | 1,35873 |
| في الدفع وسائل تطور يسبب وزيادة الالكترونية ازدهارالتجارة التجارية المعاملات | 27 | 3,7778 | 1,33973 |
| إلى الجمركيةيؤدي الاجراءات تسهيل الا التجارة على الإقبال زيادة لكترونيةبالجزائر. | 27 | 3,6296 | 1,27545 |
| و الافراد تعريف في الدقة تساعد على الالكترونية بالتجارة المؤسسات الاستثمارات فشل خطر من التقليل الالكترونية التجارة في | 27 | 3,6296 | 1,24493 |
| امر الاعمال حاضنات مرافقة تعتبر الا المؤسسات لحماية ضروري الإفلاس من الناشئة لكترونية | 27 | 3,5556 | 1,25064 |
| في الرقمية المنظومة تطوير يساعد الإ التجارة ازدهار على الجزائر لكترونية | 27 | 3,5556 | 1,21950 |
| والامتيازات الإعفاءات منح تساعد مجال اقتحام تشجيع على الجبائية الجزائر في الالكترونية التجارة | 27 | 3,6667 | 1,35873 |
| Y | 27 | 3,5926 | 1,01380 |
| N valide (liste) | 27 | | |

**Statistiques de groupe**

| | الجنس | N | Moyenne | Ecart type | Moyenne erreur standard |
|---|---|---|---|---|---|
| x | ذكر | 17 | 3,1597 | 1,04477 | ,25339 |
| | انثى | 10 | 3,9571 | ,45699 | ,14451 |

**ANOVA**

x

| | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Inter-groupes | ,019 | 1 | ,019 | ,020 | ,889 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Intragroupes | 23,330 | 25 | ,933 | | |
| Total | 23,348 | 26 | | | |

**ANOVA**

x

| | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Inter-groupes | 13,069 | 2 | 6,534 | 15,255 | ,000 |
| Intragroupes | 10,280 | 24 | ,428 | | |
| Total | 23,348 | 26 | | | |

**ANOVA**

x

| | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Inter-groupes | 5,677 | 2 | 2,839 | 3,855 | ,035 |
| Intragroupes | 17,671 | 24 | ,736 | | |
| Total | 23,348 | 26 | | | |

**ANOVA**

y

| | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Inter-groupes | ,038 | 1 | ,038 | ,035 | ,853 |
| Intragroupes | 26,685 | 25 | 1,067 | | |
| Total | 26,723 | 26 | | | |

**ANOVA**

y

| | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| Inter-groupes | 1,859 | 3 | ,620 | ,573 | ,638 |
| Intragroupes | 24,864 | 23 | 1,081 | | |
| Total | 26,723 | 26 | | | |

**Récapitulatif des modèles**

| Modèle | R | R-deux | R-deux ajusté | Erreur standard de l'estimation |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,927[a] | ,859 | ,853 | ,38849 |

a. Prédicteurs : (Constante), x

**ANOVA[a]**

| Modèle | | Somme des carrés | ddl | Carré moyen | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Régression | 22,950 | 1 | 22,950 | 152,063 | ,000[b] |
| | Résidu | 3,773 | 25 | ,151 | | |
| | Total | 26,723 | 26 | | | |

a. Variable dépendante : y

b. Prédicteurs : (Constante), x

**Coefficients[a]**

| Modèle | | Coefficients non standardisés | | Coefficients standardisés | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Erreur standard | Bêta | | |
| 1 | (Constante) | ,167 | ,288 | | ,581 | ,566 |
| | x | ,991 | ,080 | ,927 | 12,331 | ,000 |

a. Variable dépendante : y