

العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة

من وجهة نظر طلاب الجامعات في مدينة عمان

**Factors Influencing Intention Of Consumers To
Purchase Pirated Digital Products**

From The Perspective Of University Students In Amman City

إعداد

شريف عبدالله المعايطة

إشراف

د. حمزة خريم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال
الإلكترونية

قسم الأعمال الإلكترونية

كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني / 2015

التفويض

أنا الطالب شريف عبدالله المعايطه أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً
والكترونياً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند
طلبها.

الإسم: شريف عبدالله المعايطه

التاريخ: 2015/1/24.

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية

المقرصنة : من وجهة نظر طلاب الجامعات في مدينة عمان".

وأجيزت بتاريخ: 2015/1/24.

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	الصفة	الرتبة	جهة العمل	التوقيع
د. حمزه سليم خريم	رئيساً ومشرفاً	استاذ مشارك	جامعة العلوم التطبيقية	
د. نضال الصالحي	ممتحناً داخلياً	استاذ مشارك	جامعة الشرق الاوسط	
د. عبير حمود الفاعوري	ممتحناً خارجياً	استاذ مساعد	جامعة البلقاء التطبيقية	

الشكر

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ الَّذِي عَلَّمَ بَقْلًا لَمْ عَلَّمَ الْإِنْسَانُ مَا لَمْ يَعْلَمْ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى الرَّسُولِ الْأَمِينِ
سَيِّدِ الْأَنْبِيَاءِ وَخَاتَمِ الْمُرْسَلِينَ، سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ بَيْتِهِ الطَّيِّبِينَ وَأَصْحَابِهِ الْغُرِّ الْمَيَامِينِ.

إِنَّ رَوْعَةَ الْبَيَانِ وَسِحْرَ الْكَلَامِ لِيَعْجِزَانِ عَنِ التَّعْبِيرِ عَنْ مَدَى سَعَادَتِي بِأَنَّ مَنْنَ اللَّهِ عَلَيَّ بِإِتِمَامِ مَوْضُوعِ
دِرَاسَتِي، وَلِلَّهِ لَمَنْ دَوَاعِي سُدَّ رُورِي أَنْ أَتَقَدَّمَ بِوَافِرِ الشُّكْرِ وَجِلِّ التَّقْدِيرِ مَنْ كَانَ لَهُ الْفَضْلُ فِي تَأْمِيمِ هَذَا
الْعَمَلِ وَتَرْجَمَتِهِ مِنْ مُجَرَّدِ فِكْرَةٍ مُحْتَضَنَةٍ فِي مَكْنُونَاتِ الْعَقْلِ إِلَى حَقِيقَةٍ مُوجُودَةٍ عَلَى أَرْضِ الْوَاقِعِ
فَالشُّكْرُ كُلُّ الشُّكْرِ لِأَسَاتِذَتِي الْكَرَامِ وَأَخْصُ بِالذِّكْرِ مِنْهُمْ الدُّكْتُورَ حَمْزَةَ سَلِيمٍ خَرِيمٍ الَّذِي أَشْرَفَ عَلَيَّ هَذَا
الْعَمَلِ، كَمَا أُوَدُّ أَنْ أَشْكُرَ عُضْوِي لَجَنَةِ الْمُنَاقَشَةِ الدُّكْتُورَ نِضَالَ الصَّالِحِي، وَالدُّكْتُورَةَ عَبِيرَ الْفَاعُورِي
فَلَهُمَا مَا جَزِيلَ الشُّكْرِ، وَالتَّقْدِيرِ، وَالْاحْتِرَامِ، وَكَذَلِكَ أَقْدُمُ جَزِيلَ الشُّكْرِ لِكُلِّ مَنْ سَاعَدَنِي مِنْ زُمَلَائِي.

هَذَا وَأَسْأَلُ اللَّهَ التَّوْفِيقَ لَنَا جَمِيعاً

الإهداء

في نهاية مشواري هذا لأبدأ مشواراً جديداً أود أن أهدي ثمرة جهدي...

إلى مَنْ أَحْمَلُ إِسْمَهُ مُفْتَخِراً ... إلى مَنْ مَهَّدَ لِي طَرِيقِي مُنْتَظِراً إلى مَنْ رَعَانِي وَدَعَا رَبَّ الشَّمْسِ
والقمر أَبِي الْعَزِيزِ.

إلى مَنْتَ جَرَعْتُ مَرَّ الدَّوَاءِ قَبْلَ أَنْ يُلَامَسَ شَفَتَايَ إلى مَنْ وَضَعْتَنِي وَمَنْ رُوْحَهَا أَرْضَعْتَنِي
إلى مَنْ شَارَكْتَنِي سَهْرَ اللَّيَالِي أُمِّي الْحَبِيبَةِ.

إلى مَنْ كَانُوا سَنَدِي وَمَلْجَأِي إلى قَنَادِيلِ النِّكْرِيَاتِ وَرِيَّاحِينَ الْحَيَاةِ إِلَى مَنْ زَرَعُوا بِي الْأَمْلَ وَرَسَمُوا
لِي طَرِيقَ النِّجَاةِ إِخْوَتِي الْأَوْفِيَاءِ.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	العنوان
ب	التفويض
ج	قرار لجنة المناقشة
د	الشكر
هـ	الإهداء
و	قائمة المحتويات
ط	قائمة الجداول
ك	قائمة الملحقات
ل	الملخص
ن	Abstract
1	الفصل الأول مقدمة الدراسة
2	(1 . 1) مقدمة
4	(2 . 1) مشكلة الدراسة وأسئلتها
6	(3 . 1) فرضيات الدراسة
8	(4 . 1) أهداف الدراسة
8	(5 . 1) أهمية الدراسة
9	(6 . 1) أنموذج الدراسة
11	(7 . 1) تعريف المصطلحات نظرياً وإجرائياً
15	(8 . 1) حدود الدراسة
16	(9 . 1) محددات الدراسة

17	الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة
18	(1 . 2) مقدمة
18	(2 . 2) العوامل المؤثرة على نية الشراء
19	(1 . 2 . 2) المخاطر المدركة
21	(1 . 1 . 2 . 2) المخاطر المالية
22	(2 . 1 . 2 . 2) المخاطر الوظيفية
23	(3 . 1 . 2 . 2) المخاطر المادية
23	(2 . 2 . 2) العامل الأخلاقي والثقافي
24	(1 . 2 . 2 . 2) الإلتزام الأخلاقي
26	(2 . 2 . 2 . 2) التدنّي
28	(3 . 2 . 2 . 2) المعايير الشخصية
30	(3 . 2 . 2) التشريعات والقوانين
31	(4 . 2 . 2) المنافع المدركة
33	(1 . 4 . 2 . 2) السهولة
34	(2 . 4 . 2 . 2) السعر
35	(3 . 2) نية الشراء
36	(4 . 2) الدراسات السابقة
49	(5 . 2) مايميز هذه الدراسة
50	الفصل الثالث الطريقة والإجراءات
51	(1 . 3) مقدمة
51	(2 . 3) منهج الدراسة
51	(3 . 3) مجتمع الدراسة
52	(4 . 3) عينة الدراسة
52	(5 . 3) أدوات الدراسة
63	(6 . 3) متغيرات الدراسة

63	(3 . 7) إجراءات الدراسة
64	(3 . 8) التصميم والتحليل الإحصائي
66	الفصل الرابع نتائج الدراسة
67	(4 . 1) مقدمة
67	(4 . 2) تحليل بيانات الدراسة
81	(4 . 3) تحليل مدى ملائمة البيانات لإفتراسات إختبار فرضيات الدراسة
83	(4 . 4) إختبار فرضيات الدراسة
107	الفصل الخامس ملخص النتائج والإستنتاجات والتوصيات
108	(5 . 1) مقدمة
108	(5 . 2) مناقشة النتائج
113	(5 . 3) الإستنتاجات
113	(5 . 4) التوصيات
116	قائمة المراجع
125	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	المحتوى	الصفحة
(3 - 1)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	54
(3 - 2)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	54
(3 - 3)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	55
(3 - 4)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير حالة الطالب	55
(3 - 5)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى السنة الدراسية	56
(3 - 6)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجامعة	57
(3 - 7)	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الكلية	58
(3 - 8)	معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)	62
(4 - 1)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية المخاطر المالية	68
(4 - 2)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية المخاطر الوظيفية	70
(4 - 3)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية المخاطر المادية	71
(4 - 4)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية الإلتزام الأخلاقي	73
(4 - 5)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية التدني	74
(4 - 6)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية المعايير الشخصية	75
(4 - 7)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية القوانين والتشريعات	77
(4 - 8)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية السهولة	78
(4 - 9)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية السعر	79
(4 - 10)	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية نية الشراء	81
(4 - 11)	نتائج اختبار تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء	82
(4 - 12)	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير المخاطر المدركة بأبعادها من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	83
(4 - 13)	نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر المالية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة	85
(4 - 14)	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر المالية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة	86
(4 - 15)	نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر الوظيفية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة	87

88	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر الوظيفية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 16)
89	نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر المادية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 17)
90	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر المادية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 18)
91	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير العامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 19)
93	نتائج اختبار تحليل التباين بين الالتزام الأخلاقي من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 20)
94	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر الالتزام الأخلاقي من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 21)
95	نتائج اختبار تحليل التباين بين التدني من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 22)
96	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر التدني من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 23)
97	نتائج اختبار تحليل التباين بين المعايير الشخصية ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 24)
98	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر المعايير الشخصية من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 25)
99	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير التشريعات والقوانين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 26)
101	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير المنافع المدركة بأبعاده من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 27)
102	نتائج اختبار تحليل التباين بين السهولة من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 28)
104	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر السهولة من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 29)
104	نتائج اختبار تحليل التباين بين السعر من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 30)
106	نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر السعر من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة	(4 - 31)

قائمة الملحقات

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	أسماء محكمي الاستبانة	118
2	الاستبانة	119

العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة

من وجهة نظر طلاب الجامعات في مدينة عمان

إعداد

شريف عبدالله المعايطه

إشراف

د. حمزه خريم

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة (المخاطر المدركة، العامل الأخلاقي والثقافي، التشريعات والقوانين، المنافع المدركة) على نية الشراء للمنتجات الرقمية المقرصنة، وتحديد أولويات تأثير تلك العوامل من خلال استكشاف العوامل الأكثر أهمية على نية الشراء. ويتألف مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان، حيث تم اختيار (5) جامعات لإجراء الدراسة عليها وهي: الشرق الأوسط، والعلوم التطبيقية، والبتراء، والإسراء، والزيتونة، وتكونت عينة الدراسة من (750) طالب. وتوصلت الدراسة الى وجود أثر ذي دلالة احصائية للمخاطر المدركة (المخاطر المالية)، والعامل الأخلاقي والثقافي (الإلتزام الأخلاقي، المعايير الشخصية)، والمنافع المدركة (السهولة، السعر) على نية الشراء عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$. وعدم وجود أي تأثير للتشريعات والقوانين على نية الشراء عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$. وخلصت الدراسة الى مجموعة من التوصيات أبرزها: يجب على الجامعات تزويد الطلبة بالبرمجيات المرخصة التي تدعم مساقاتهم

التعليمية في تخصصاتهم. كما يجب على الجامعات توعية الطلبة حول المخاطر الناتجة عن استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة. وأن تقوم الجامعات بإدخال مساقات مرتبطة بأخلاقيات التعامل مع تكنولوجيا المعلومات في الخطط الدراسية للطلبة في كافة الاختصاصات.

الكلمات المفتاحية: المنتجات الرقمية المقرصنة، المخاطر المدركة، العامل الأخلاقي والثقافي، التشريعات والقوانين، المنافع المدركة، نية الشراء.

**Factors Influencing Intention of Consumers to Purchase Pirated
Digital Products
From The Perspective of University Students In Amman City**

Prepared by

Shareef .A. Almaytah

Supervisor

Dr. Hamzah .S. Khraim

Abstract

The aim of this study is to identify the factors (Perceived Risks, Ethical and Cultural Factor, Legislation and laws, and Perceived Benefits), that influence consumers intention to purchase pirated digital products. The study population consists of students in private universities students in the city of Amman. Five universities have been selected, namely; Middle East University, Applied Science University, Petra University, Al-Isra University, and Al-Zaytoneh University. The sample of the study consist (750) students. The main results of this research were as follows: there was a significant influence of perceived financial risk dimension from the perceived risk. Regarding the ethical and cultural factors both dimensions, subjective norms and moral obligations were significant. Regarding perceived benefits both dimensions as well (price and convenient) were significant. Finally, there was no significant influence of Legislation and laws on consumers' intention to purchase pirated digital products. Many recommendations were provided at the end of this study which include that universities are required to provide students with legal software required for their studies, and make them more aware about the risk of using illegal and pirated software

Keywords: Pirated digital products, perceived risks, ethical and cultural Factor, Legislation and laws, perceived benefits, Purchase intention.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

(1 . 1) مقدمة

(2 . 1) مشكلة الدراسة وأسئلتها

(3 . 1) فرضيات الدراسة

(4 . 1) أهداف الدراسة

(5 . 1) أهمية الدراسة

(6 . 1) أنموذج الدراسة

(7 . 1) تعريف المصطلحات نظرياً وإجرائياً

(8 . 1) حدود الدراسة

(9 . 1) محددات الدراسة

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

(1 . 1) مقدمة

بعد التقدم العلمي الذي حققه اختراع الكمبيوتر في جميع المجالات الصناعية، والتجارية، والعلمية وغيرها، ومع التطور في مجال الاتصالات بشكل عام والاتصالات المرتبطة بالكمبيوتر أصبح هناك تطور آخر في جميع القطاعات، وأصبح الاعتماد على الكمبيوتر وتطبيقاته والانترنت متزايداً، ومن هنا برزت ظاهرة القرصنة الإلكترونية كنتيجة سلبية للتطور التكنولوجي، فأصبحت المعلومات في خطر دائم؛ لأن اختراق أي جهاز يعني إمكانية الدخول إلى الأجهزة الأخرى التي ترتبط عبر الشبكة الواحدة، وبالتالي يمكن اعتبارها جريمة لا تقل خطورة عن باقي أنواع الجرائم الأخرى.

على الرغم من الجهود التي تبذلها الدول للحد من القرصنة الإلكترونية، إلا أنَّ الخسائر المالية الناجمة عن هذه الظاهرة في تزايد مستمر، ووفق الدراسة السادسة التي قام بها الاتحاد العالمي لمنتجي البرمجيات التجارية، فإنَّ خسائر القرصنة بلغت (53) مليار دولار حتى نهاية العام 2008، مقابل (48) مليار دولار في العام الذي سبقه، وذكرت الدراسة نفسها أنَّ معدل قرصنة البرمجيات العالمي ارتفع من 38% في عام 2007 إلى 41% في عام 2008، وأيضاً من خلال الدراسة السنوية التاسعة للاتحاد العالمي لمنتجي البرمجيات التجارية، فإنَّ الخسائر التي نتجت عن هذه الظاهرة في العالم من خلال أعمال النسخ غير القانوني لبرامج الكمبيوتر وغيرها، قد بلغت (63.4) مليار دولار حتى نهاية العام 2011، وكان المعدل العالمي لقرصنة البرمجيات 42%. وقد أصدر اتحاد منتجي برامج الكمبيوتر

التجارية، الهيئة العالمية التي تمثل كبرى شركات تطوير برامج الكمبيوتر العالمية الدراسة السنوية الثامنة حول القرصنة لأجهزة الكمبيوتر الشخصية، حيث غطت هذه الدراسة (116) دولة وأُعدت بالتعاون مع شركة البيانات الدولية (International Data Corporation) وهي المتخصصة في مجال توفير خدمات دراسة السوق والخدمات الاستشارية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث احتل الأردن المرتبة التاسعة بين دول الشرق الأوسط وأفريقيا، بمعدل قرصنة برمجيات بلغ 57% في سنة 2010 وهي نفس النسبة التي بلغها في 2009، وبما يقل عن معدل القرصنة في الشرق الأوسط وأفريقيا بمقدار نقطة مئوية واحدة.

وقد قامت دائرة المكتبة الوطنية بمصادرة حوالي (30.000) من أقراص الفيديو الرقمية (DVDs)، والأقراص المدمجة (CDs) والكتب المقرصنة في الربع الأول من عام 2013، وهو أعلى بنسبة 20% من الأشياء المضبوطة خلال نفس الفترة في عام 2012، وأنَّ عدد مخالفات حقوق الملكية الفكرية (Intellectual Property Rights) بلغ (120) حالة خلال الفترة من يناير إلى مارس من عام 2013، وهو أعلى بنسبة 15% من الحالات المشار إليها خلال نفس الفترة في عام 2012، وفي مجال البرمجيات المقرصنة، بلغ حجم التجارة بالألعاب وأقراص الفيديو الرقمية والكتب إلى حوالي (14) مليون دينارٍ أردنيٍّ في عام 2012، وارتفعت قرصنة البرمجيات في الأردن بنسبة 1% في عام 2011، ولكن كان معدلها لا يزال من بين أدنى المعدلات في المنطقة، وقد بلغ معدل قرصنة البرمجيات في المملكة 58% في عام 2011، مقارنة مع 57% في كل من عام 2010 و2009 وفقاً للدراسة السنوية التاسعة من قبل منتجي برامج الكمبيوتر التجارية (The Jordan times, 2013).

إنَّ هذه الدراسة تساعد على فهم العوامل التي تؤثر في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، وإنَّ عملية الفهم لتلك العوامل وكيفية تأثيرها على نية الشراء للمنتجات الرقمية المقرصنة، تساعد في الحد من هذا الظاهرة. ومن الجدير بالذكر أنَّ الدراسات في هذا الموضوع على المستوى العربي قليلة، وإنَّ هذا النوع من الدراسات لم يأخذ حقه بشكل كافٍ في العالم العربي، ويرى الباحث أنَّ من مبررات القيام بهذه الدراسة هو الفهم الواضح لتأثير كل عامل من هذه العوامل على نية شراء المستهلك للمنتجات الرقمية المقرصنة، ومن خلال الفهم الواضح للتأثير يمكن الوصول الى حلول تحدُّ من هذا السلوك .

في هذه الدراسة سيتم استعراض العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة على عينة من طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان، ومن العوامل التي يمكن أنَّ يكون لها تأثير على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عامل المخاطر المدركة، والعامل الأخلاقي والثقافي، وعامل المنافع المدركة وابعاد كل عامل منها، وعامل التشريعات والقوانين وستعرض الدراسة إلى مدى تأثير كل من العوامل السابقة الذكر على نية شراء المستهلك للمنتجات الرقمية المقرصنة.

(1 . 2) مشكلة الدراسة وأسئلتها

إنَّ استخدام الكمبيوتر أصبح ضرورةً حيث لا يمكن الاستغناء عنه في جميع مناحي الحياة، وكما هو معروف فإنَّ الكمبيوتر يتكوَّن من المعدات والبرمجيات، ومن خلال ذلك فإنَّ كلَّ شخصٍ يمتلك جهاز كمبيوتر لا بدَّ أن يستخدم البرمجيات التي تساعد في إنجاز أعماله وتحقيق غاياته من استخدامها، ويمكن أيضاً أن يستخدم المنتجات الرقمية الأخرى مثل برامج الملفات الصوتية، ملفات الفيديو والألعاب،

وبناءً على ذلك فلهذاً لايجوزُ الحصول أو تحميل مثل تلك المنتجات إلا بشكل قانوني وفقاً لقوانين حماية الملكية الفكرية، ومع ذلك يتم التعدي على المنتجات الرقمية والحصول عليها وتحميلها بشكل غير شرعي.

وحسب ما سبق ذكره فلهذاً من المهم تحديد العوامل الأكثر أهمية التي تحفز حدوث هذه الظاهرة، والتي من خلال دراستها يمكن الوصول الى فهم واسع لعلاقة كل عامل بحدوثها ومدى تأثير كل عامل، والذي يساعد في مكافحة هذه الظاهرة، بمعنى إذا استطعنا أن نقف على تحديد العوامل التي تؤدي إلى قرصنة المنتجات الرقمية، عندها نستطيع وضع الحلول المناسبة التي تساعد في الحد من انتشارها .

تسعى هذه الدراسة لتوضيح العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان، ولدراسة المشكلة بصورة أكثر واقعية فإن هذه الدراسة تحاول الإجابة عن الأسئلة الرئيسة الآتية:

السؤال الأول: هل لعامل المخاطر المدركة (Perceived Risks) بأبعاده (المخاطر المالية، المخاطر الوظيفية، المخاطر المادية) تأثير على نية شراء المستهلك للمنتجات الرقمية المقرصنة من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان ؟

السؤال الثاني: هل للعامل الأخلاقي والثقافي (Cultural & Ethical) بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي، التدني، المعايير الشخصية) تأثير على نية شراء المستهلكين للمنتجات الرقمية المقرصنة من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان ؟

السؤال الثالث: هل للتشريعات والقوانين (Legislation & laws) تأثيرٌ على نية شراء المستهلكين

للمنتجات الرقمية المقرصنة من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان ؟

السؤال الرابع: هل لعامل المنافع المدركة (Perceived Benefits) ببعديه (السهولة، السعر) تأثيرٌ على

نية شراء المستهلك للمنتجات الرقمية المقرصنة من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة

عمان ؟

(1 . 3) فرضيات الدراسة

استنادًا إلى مشكلة الدراسة واسئلتها تمت صياغة الفرضيات الآتية التي سيجري اختبارها :

الفرضية الأولى (H1):

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعامل المخاطر المدركة بأبعاده (المخاطر المالية، المخاطر الوظيفية، المخاطر المادية) من قبل المستهلكين على نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

وتنبثق عن الفرضية الأولى، الفرضيات الفرعية الآتية :

H0.1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المالية على نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

H0.2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر الوظيفية على نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

H0.3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المادية على نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

الفرضية الثانية (H2):

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي، التدبُّن، المعايير الشخصية) من قِبَل المستهلكين على نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

وتتبنق عن الفرضية الثانية، الفرضيات الفرعية الآتية :

H0.1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لالتزام المستهلكين الأخلاقي على نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

H0.2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتدبُّن المستهلكين على نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

H0.3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعايير الشخصية للمستهلكين على نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

الفرضية الثالثة (H3):

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتشريعات والقوانين على نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

الفرضية الرابعة (H4):

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعامل المنافع المدركة ببعديه (السهولة، السعر) من قِبَل المستهلكين على نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

وتتبنق عن الفرضية الرابعة، الفرضيتان الفرعيتان الآتيتان :

H0.1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للسهولة على نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

H0.2: لا يوجد أثر ذو دلالة للسعر على نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

(1 . 4) أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة على نية الشراء للمنتجات الرقمية المقرصنة من وجهة نظر طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان، وتحديد أولويات تأثير تلك العوامل من خلال استكشاف العوامل الأكثر أهمية لحدوث تلك الظاهرة، ويمكن تمثيل غاية الدراسة من خلال الأهداف الآتية:

- التعرف على العوامل الأكثر أهمية لحدوث تلك الظاهرة.
- توعية الطلبة للمخاطر التي تنتج عن هذه الظاهرة ومدى خطورتها.
- تقديم توصيات من واقع نتائج الدراسة لمكافحة هذه الظاهرة والحد منها.

(1 . 5) أهمية الدراسة

تتجسد أهمية هذه الدراسة من جانبين:

أولاً- الجانب النظري:

يأمل الباحث من خلال هذه الدراسة تقديم وإضافة معرفة شاملة عن العوامل المؤثرة على نية شراء المستهلك للمنتجات الرقمية المقرصنة، وتحديد العوامل الأكثر أهمية لحدوث تلك الظاهرة ونظراً لقلّة

الدراسات العربية في هذا الميدان على حد علم الباحث فإنَّ هذه الدراسة ستُساهم في تزويد المكتبة العربية بالمعرفة عن هذا الموضوع.

ثانياً - الجانب التطبيقي:

من خلال نتائج هذه الدراسة سيتم التعرف على العوامل الأكثر أهمية لحدوث هذه الظاهرة، والمساهمة في تقديم النتائج والتوصيات للجهات التي تهتم في مكافحة هذه الظاهرة مثل الاتحاد العالمي لمنتجي البرمجيات، والجهات المسؤولة عن تطبيق قانون الملكية الفكرية وغيرها.

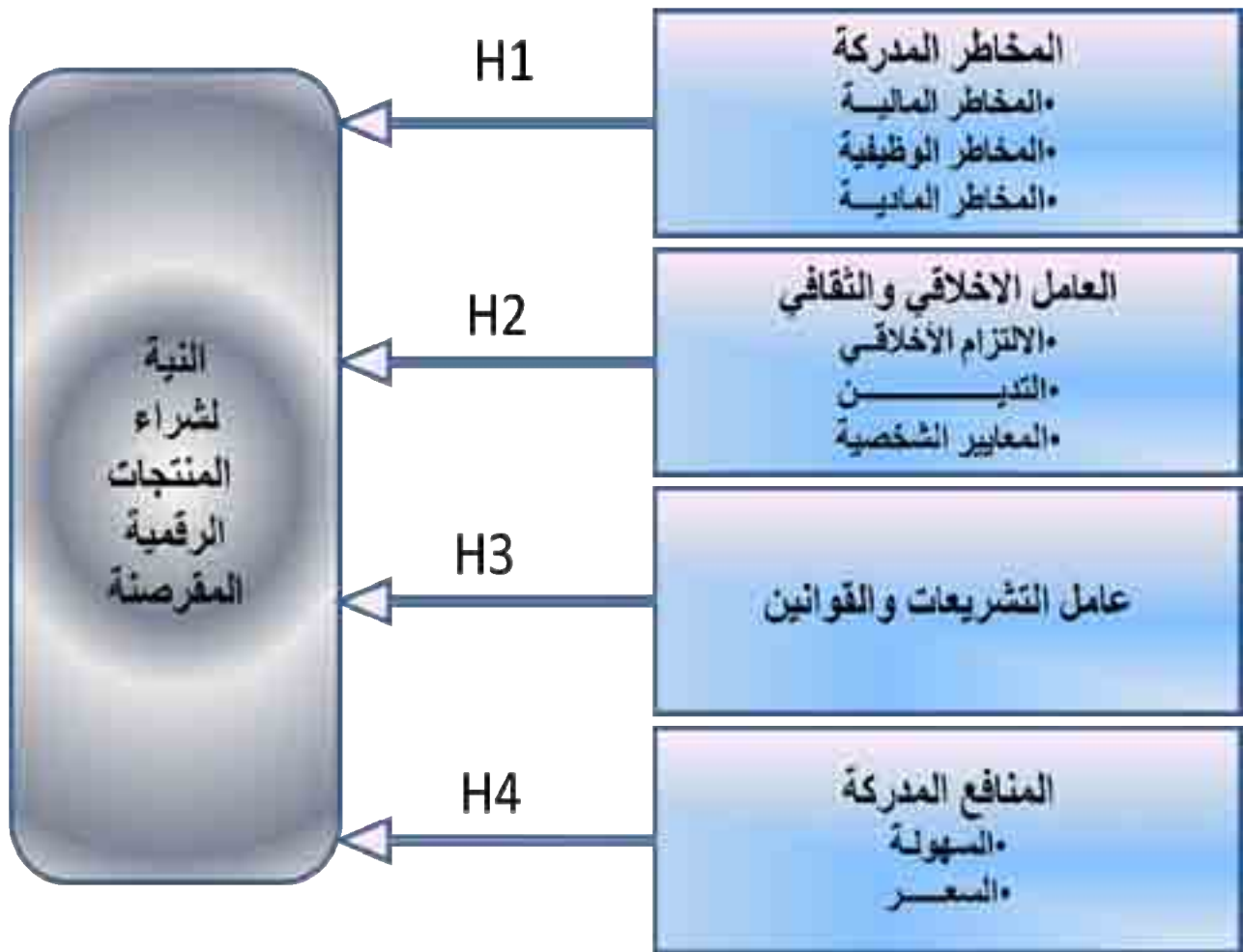
(1 . 6) أنموذج الدراسة

يتكون أنموذج الدراسة من خمسة متغيرات رئيسية:

أولاً : المتغيرات المستقلة وتتمثل بأربعة متغيرات وهي: عامل المخاطر المدركة بأبعاده (المخاطر المالية، المخاطر المادية، المخاطر الوظيفية)، والعامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي، التدنّي، المعايير الشخصية)، وعامل التشريعات والقوانين، وعامل المنافع المدركة ببعديه (السهولة، السعر).

ثانياً: المتغير التابع ويتمثل بمتغير واحد وهو: النية لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة، ويوضح الشكل

(1 - 1) أنموذج الدراسة:



الشكل (1 - 1): أنموذج الدراسة.

وقد تم إعداد أنموذج الدراسة بما يحتويه من متغيرات وأبعاد من قِبَل الباحث وذلك بناءً على

الدراسات السابقة الموضحة أدناه:

(Tan, 2002); (Yoon, 2011) ; (Aleassa, Pearson, & McClurg, 2011) ; (Vida, Koklic, Kukar-Kinney, & Penz, 2012); (Setiawan & Tjiptono, 2013) ; (Bo Dai, Forsythe & Kwon 2014).

(1 . 7) تعريف المصطلحات نظرياً وإجرائياً

لكي يتمكن الباحث من تحقيق أهداف الدراسة، لا بدّ من تعريف متغيرات الدراسة تعريفاً نظرياً وإجرائياً للتمكن من قياسها بدقة، ولغايات هذه الدراسة يمكن تعريف متغيراتها كما يأتي:

❖ المنتجات الرقمية

تعرف نظرياً بأنها: هي البرمجيات والتي تتضمن البرامج، والألعاب، والمنتجات السمعية والتي تضم الموسيقى، والحديث المسجّل، والبرامج التعليمية والمحادثات، والفيديو الذي يتضمن الأفلام، ومقاطع الفيديو، والحفلات المسجلة، والبرامج التلفزيونية، والكتب التي تتضمن الكتب الإلكترونية، والمجلات، والمقالات، والدوريات، وأخيراً الصور (Setiawan & Tjiptono, 2013).
وتعرف إجرائياً بأنها: هي أي من المنتجات التي يمكن أن تكون رقمية مثل البرمجيات، والمنتجات السمعية، والفيديو، والكتب، والصور.

❖ القرصنة الرقمية

تعرف نظرياً بأنها: هي ممارسة النسخ و/أو تحميل البرمجيات أو المواد الرقمية محفوظة حقوق الطبع والنشر بشكل غير قانوني (Yoon , 2011);(Cronan & Al-Rafee, 2008).
وتعرف إجرائياً بأنها: ممارسة النسخ و/أو التحميل غير المشروع للمنتجات الرقمية محفوظة حقوق الطبع والنشر مثل البرمجيات، والفيديو، والملفات الصوتية.

❖ المخاطر المدركة

تعرف نظرياً بأنها: هي اعتقاد المستهلكين بالنتائج السلبية المترتبة على سلوك القرصنة الرقمية

(Morton & Koufteros, 2008); (Peace, Galletta, & Thong, 2003).

وتعرف إجرائياً بأنها: العواقب السلبية الناتجة عن قرصنة المنتجات الرقمية التي يعتقد المستهلك

أنها ليست لصالحه مثل اليقين بحدوث العقاب.

وتتضمن الأبعاد الآتية:

• المخاطر المالية

تعرف نظرياً بأنها: شعور المستهلك بأن قيمة المنتج الذي تم شرائه لا تساوي الثمن الذي دفع فيه

(Lu, Hsu & Hsu, 2005).

وتعرف إجرائياً بأنها: شعور المستهلك بأن المنتجات الرقمية المقرصنة لا تساوي الثمن الذي دفع

مقابل الحصول عليها.

• المخاطر الوظيفية

تعرف نظرياً بأنها: شعور المستهلك بأن المنتج الذي اشتراه لن يؤدي الوظائف المتوقعة والمطلوبة

منه (Lu, Hsu & Hsu, 2005).

وتعرف إجرائياً بأنها: شعور المستهلك بأن المنتجات الرقمية المقرصنة لا تؤدي الوظائف المتوقعة

منها بصورة مرضية.

• المخاطر المادية

تعرف نظرياً بأنها: شعور المستهلك بأن المنتج الذي تم شراؤه سيلحق الأضرار والأعطال بسبب الفيروسات، إضافة إلى فقدان المعلومات بسبب الإنترنت (Lu, Hsu & Hsu, 2005).

وتعرف إجرائياً بأنها: شعور المستهلك بأن المنتجات الرقمية المقرصنة ستسبب الضرر والتخريب لجهاز الكمبيوتر والمعلومات.

❖ العامل الأخلاقي والثقافي: هو عبارة عن مجموعة من الأبعاد التي تحدد وتبرر السلوك الصادر عن الفرد. وهذه الأبعاد هي:

• الإلتزام الأخلاقي

يعرف نظرياً بأنه: هو شعور الفرد بالمسؤولية أو الإلتزام الشخصي للقيام بسلوك معين (Cronan & Al-Rafee, 2008).

ويعرف إجرائياً بأنه: درجة التمسك بالقواعد أو المعايير التي تحكم سلوك الشخص أو أعضاء المجتمع.

• التدين

يعرف نظرياً بأنه: هو الإيمان بالله يرافقه الإلتزام بانبأع المبادئ المعتمدة المنصوص عليها من عند الله (McDaniel & Burnett, 1990).

ويعرف إجرائياً بأنه: درجة التمسك بالمعتقدات الدينية التي يعتنقها الفرد ويمارسها ويطبقها في حياته اليومية وتبين له السلوك الصحيح من الخاطئ.

• المعايير الشخصية

تعرف نظرياً بأنها: تشير الى الضغوط الاجتماعية على المستهلك التي قد تشعره بأداء أو عدم أداء السلوك الذي يجري تقييمه (Blythe, 2013).

وتعرف إجرائياً بأنها: القيم السائدة التي يراها الفرد لدى الأفراد المهمين بالنسبة له، ومن خلالها يحدد القيام أو عدم القيام بالسلوك الذي يجري تقييمه.

❖ التشريعات و القوانين

تعرف نظرياً بأنها: هي مجموعة القواعد التشريعية التي تصدر عن السلطة العامة والتي توجه سلوك الأفراد في المجتمع (Yoon, 2011).

وتعرف إجرائياً بأنها: اللوائح والنصوص القانونية التي تحفظ حقوق الملكية الفكرية للمنتجات الرقمية وتمنع قرصنتها.

❖ المنافع المدركة

تعرف نظرياً بأنها: هي اعتقاد المستهلك بالنتائج الإيجابية لقرصنة المنتجات الرقمية، مثل السهولة وتوفير الوقت، وتوفير المال (Morton & Koufteros, 2008; Peace, Galletta, & Thong, 2003).

وتعرف إجرائياً بأنها: هي العواقب الإيجابية الناتجة عن قرصنة المنتجات الرقمية التي يعتقد المستهلك أنها لصالحه ، مثل السهولة، وتوفير الوقت، وتوفير المال. وتتضمن الابعاد الآتية:

- السهولة

تعرف نظرياً بأنها: الشيء الذي يزيد من مستوى الأريحية أو امتيازات العمل (Mifflin, 2000).

وتعرف إجرائياً بأنها: سهولة وسرعة الوصول والاستخدام للمنتجات الرقمية المقرصنة من النسخ

الأصلية.

- السعر

يعرف نظرياً بأنه: هو القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من السلع أو الخدمات

(حرب، 1999).

ويعرف إجرائياً بأنه: التكاليف المترتبة على المستهلك للحصول على المنتجات الرقمية المقرصنة.

❖ النية لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة

تعرف نظرياً بأنها: هي عبارة عن نية سلوكية متمثلة في احتمال أن المستهلك سوف يتصرف

بطريقة معينة في المستقبل (Schiffman, Kanuk & Wisenblit, 2010).

وتعرف إجرائياً بأنها: هي احتمالية أن يقوم المستهلك بشراء المنتجات الرقمية المقرصنة في

المستقبل.

1 . 8) حدود الدراسة.

تشتمل حدود الدراسة الحالية على الآتي:

- الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة

عمان.

- **الحدود البشرية:** الحدود البشرية لهذه الدراسة هم طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان.
- **الحدود الزمانية:** يتوقع أن يستغرق وقت إتمام الدراسة العام الدراسي 2015/2014.
- **الحدود العلمية:** اعتمدت الدراسة الحالية في تحديد متغيرات الدراسة على الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة من حيث المتغيرات والمقاييس المستخدمة، حيث تعددت المتغيرات التي تم استخدامها، حيث ركزت بعض الدراسات على المتغيرات السلوكية والبعض الآخر على المتغير التشريعي والقانوني وأخرى على المتغير الأخلاقي والثقافي، أما الدراسة الحالية فقد ركزت على جمع هذه المتغيرات في دراسة واحدة، وقياس تأثيرها مجتمعة وتحديد العوامل الأكثر أهمية في التأثير على المتغير التابع في الدراسة.

(1 . 9) محددات الدراسة.

من خلال متابعة الباحث تتمثل محددات الدراسة في الآتي:

- عدم وجود دراسات عن ظاهرة القرصنة الرقمية في الأردن والشرق الأوسط، ضمن حدود اطلاع الباحث، لذلك استعان الباحث بعدد كبير من الدراسات الأجنبية بعد أن قام بترجمتها بشكل صحيح.
- اقتصرت الدراسة على طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان، وهذا يقلل من امكانية تعميم الدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

- (1 . 2) مقدمة
- (2 . 2 . 4) السعر
- (2 . 2) العوامل المؤثرة في نية الشراء
- (3 . 2) نية الشراء
- (1 . 2 . 2) المخاطر المدركة
- (4 . 2) الدراسات السابقة
- (1 . 1 . 2 . 2) المخاطر الوظيفية
- (5 . 2) مايميز هذه الدراسة
- (2 . 1 . 2 . 2) المخاطر المالية
- (3 . 1 . 2 . 2) المخاطر المادية
- (2 . 2 . 2) العامل الأخلاقي والثقافي
- (1 . 2 . 2 . 2) الإلتزام الأخلاقي
- (2 . 2 . 2 . 2) التدنّي
- (3 . 2 . 2 . 2) المعايير الشخصية
- (3 . 2 . 2) التشريعات والقوانين
- (4 . 2 . 2) المنافع المدركة
- (1 . 4 . 2 . 2) السهولة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

(2 . 1) مقدمة:

يتناول هذا الفصل الإطار النظري لمتغيرات الدراسة حيث سيتم الحديث عنها بشكل موسع كما تم التطرق في هذا الفصل إلى الدراسات السابقة التي تم بناء أنموذج الدراسة على أساسها بالإضافة إلى أبرز النقاط التي تختلف وتتميز فيها الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

(2 . 2) العوامل المؤثرة على نية الشراء

يُعتبر الكمبيوتر والشبكة العنكبوتية (الإنترنت) من الاختراعات التي نتج عنها ثورة عظيمة في تطور صناعة المنتجات الرقمية، ومن المعروف أنَّ لكل ثورةٍ جانبيين، الجانب الإيجابي المتمثل بالاستخدام الصحيح لتقنيات الكمبيوتر، والإنترنت، والمنتجات الرقمية، والجانب السلبي لهذه الثورة والذي يتمثل في استخدام هذا التطور بأشكال ضارة كثيرة كان أحدها ظاهرة القرصنة الإلكترونية. حيث أنَّ التطور المتزايد في صناعة الكمبيوتر وتطبيقاته زاد نسبة انتشار هذه الظاهرة، وتفرع عنها ظاهرة القرصنة الرقمية.

إنَّ القيام بهذا السلوك المتمثل بالتعدي على حقوق الآخرين، يختلف وفقاً لأسباب تبني هذا السلوك، كتدني مستوى الدخل وندرة وجوده في السوق المحلية، مما يجعل سعره مرتفعاً، مما يجبر الفرد على البحث عن وسيلة أخرى للحصول على ذلك المنتج واستخدامه ولو بطريقة غير مشروعة، وذلك ما يحصل

في الأسواق العالمية من أعمال قرصنة لبرامج الكمبيوتر، وأقراص الأغاني، والأفلام، والكتب الإلكترونية، والألعاب وغيرها، وهو أمر حاصل في كل دول العالم دون استثناء. ويختلف مستوى القرصنة الرقمية بحسب مقدار الجهد الذي تبذله كل دولة في محاربة تلك الظاهرة، ويترتب على ذلك آثار سلبية على اقتصاد الدول المصنعة والمستهلكة لتلك المنتجات، ومن هذه الآثار تدني مستوى الاستثمار في مجال صناعة البرمجيات، وازدياد ضياع الكثير من فرص العمل، والانخفاض المتزايد للعائد الضريبي من صناعة البرمجيات (The Jordan times, 2013).

من خلال ماسبق فإنه من المهم تحديد ومعرفة أهم تلك العوامل التي من الممكن أن يكون لها دور مؤثر على نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، ولعل من أبرز هذه العوامل المخاطر المدركة، والعامل الثقافي والأخلاقي، والتشريعات والقوانين، والمنافع المدركة، التي سيتم توضيح كل منها كما يأتي:

(2 . 2 . 1) المخاطر المدركة (Perceived Risks)

إن مفهوم المخاطرة المدركة تم طرحه في بداية الستينات من القرن العشرين من قبل (Bauer) وعرفها على أنها حالة من عدم التأكد يشعر بها المستهلك والتي تحدد سلوكاً لاحقاً يقوم به تجاه منتج أو خدمة (Carroll, 2009). ولُصفاً تم تعريفها أنها طبيعة ومقدار عدم اليقين يتصوره المستهلكون للتفكير بنية شراء معين (Mitchell, Davies, Moutinho, & Vassos, 1999). ويمكن تعريفها أنها " إدراك المستهلك بسلبية كلية للأفعال استناداً إلى تقييم سلبي للنتائج المحتملة واحتمال أن تلك النتائج سوف تحدث " (Mowen & Minor, 1998, p. 176). وقام Schiffman, Kanuk & Wisenblit (2010) بتعريف المخاطر المدركة أنها: حالة من عدم التأكد التي يمر بها المستهلك عندما ينوي شراء

منتج أو خدمة ما، والنتائج المترتبة على قرار الشراء أو الاستخدام. وتم تعريف المخاطر المدركة ضمن نطاق القرصنة الرقمية أنها: اعتقاد المستهلكين بالنتائج السلبية المترتبة على سلوك القرصنة الرقمية (Morton, & Koufteros, 2008; Peace, Galletta, & Thong 2003). ومن الجدير بالذكر أنَّ المخاطر المدركة تنخفض عندما يكون الرضا عن الخبرة السابقة مرتفعاً وعلى العكس ترتفع المخاطر المدركة مع عدم الرضا عن الخبرة السابقة (Festerv, Snyder, & Tsalikis 1986; Scuralli,) (1996).

ومن الجدير بالذكر أنَّ أنواع المخاطر التي يمكن أن يراها المستهلك عائقاً أمام نية الشراء للمنتجات متباينة بين الباحثين في مجال التسويق فبعضهم يحددها بأربعة أنواع أو أكثر، ففي دراسة (Simpson & Lakner (1993 لاستكشاف أبعاد المخاطر المدركة ودراسة تأثير أبعادها، التي حددها بأربعة أبعاد، تم تمثيلها بالمخاطر الاجتماعية والنفسية، والمخاطر الاقتصادية، والمخاطر المادية وأخيراً المخاطر الوظيفية (الاداء)، وهناك عدة أنواع من المخاطر التي يدركها المستهلكين يمكن تحديدها بالمخاطر الوظيفية، والمخاطر المادية، والمخاطر المالية، والمخاطر الاجتماعية، والمخاطر النفسية (Jacobson & Kaplan, 1972; Kim, 2001; Fan, 2005; Knight, 2012). وقد أُقترحت ستة أنواع للمخاطر المدركة من قِبَل (Peter & Tarpey) التي بدأها أولاً بالمخاطر الاقتصادية والتي تصف فقدان النقدية، ثانياً المخاطر الوظيفية وتصف خطر أن المنتج لن يعمل بالطريقة المتوقعة، ثالثاً المخاطر الاجتماعية والتي تصف خطر الرفض الاجتماعي الذي أصبح مرتبطاً باستخدام المنتج، رابعاً المخاطر النفسية حيث تُوصَف بأنها خطر يلحق ضرراً على النفس، خامساً المخاطر المادية وتَصِف خطر الأذى المادي من استخدام المنتج، سادساً المخاطر الزمنية التي تصف خطر فقدان الوقت بسبب المنتج

(Kim, 2001). حيث أكد Hoyer & MacInnis (2007) في دراسته التي تعد من الدراسات الحديثة ذلك التصنيف، حيث ذكر ستة أنواع (أبعاد) من المخاطر المدركة هي مخاطر الأداء أو مخاطر وظيفية أو مخاطر المنتج، والمخاطر المالية، والمخاطر المادية أو مخاطر السلامة، والمخاطر الاجتماعية، والمخاطر النفسية، ومخاطر الوقت.

إنَّ المخاطر المدركة تشير إلى احتمالية استخدام الملفات التي تم تحميلها بطريقة غير مشروعة والتي من شأنها أن تؤدي إلى مشاكل تقنية في الكمبيوتر، وإنَّ مفهوم المخاطر المدركة قد تم بحثه من قَبْل ضمن إطار القرصنة، مما يشير إلى أنَّه يلعب دوراً هاماً في الحد من ظاهرة القرصنة الرقمية (Sinha & Mandel, 2008). وبناءً على ماسبق ذكره فإنَّ الدراسة سوف تقتصر على أنواع المخاطر المدركة المرتبطة بالظاهرة محل الدراسة، إذ يرى الباحث أنَّ المخاطر التي يعتبرها المستهلك ذات تأثير على الاغلب عند تعامله مع المنتجات الرقمية هي ثلاثة أنواع والتي جاءت بها دراسة Lu, Hsu & Hsu (2005) وهي: المخاطر الوظيفية، والمخاطر المالية، والمخاطر المادية، والتي سيتم توضيحها.

(1 . 1 . 2 . 2) المخاطر المالية (Financial Risk)

تُعرف المخاطر المالية بوصفها توقعات شخصية للخسارة أو العواقب السلبية لسلوك الشراء المرتكز على البعد المالي (Peter & Ryan, 1976; Salam, 1998). ويمكن أيضاً تعريفها على أنَّها درجة من عدم اليقين لدى المستهلك بقيمة المنتج مقارنة مع تكلفة الحصول عليه (O'Bannon, 1988; Feather, Vaan, & Dillard, 1988). وأيضاً يمكن القول بأنَّ المخاطر المالية هي خطر فقدان الإنفاق المالي (التكاليف) للمنتج إذا كان المنتج لا يعمل بشكل يصل إلى المستوى المعلن عنه أو يفتقر

الى إرضاء المشتري (Ueltschy, Krampf, & Yannopoulos, 2004). فالمخاطر المالية لشراء المنتج هي شعور المستهلك بأن قيمة المنتج الذي تم شراؤه لا يساوي الثمن الذي دفع فيه (Lu, Hsu, & Hsu, 2005)، وهذا لا يقتصر على المنتجات مرتفعة الثمن بل المنتجات منخفضة الثمن أيضاً تحمل المخاطر المالية نظراً لاحتمال فشل المنتج، والاستبدال وغيرها من النفقات المتكبدة المرتبطة بفشل المنتج (Horne & Winakor, 1995).

(2 . 1 . 2 . 2) المخاطر الوظيفية (Functional Risk)

تم تعريف المخاطر الوظيفية بأنها وجود فرصة لفشل المنتج الذي تم شراؤه في تلبية توقعات المستهلك (O'Bannon, Feather, Vaan, & Dillard, 1988). ويمكن أيضاً تعريفها على أنها شعور المستهلك بأن المنتج الذي اشتراه لن يؤدي الوظائف المتوقعة والمطلوبة منه (Lu, Hsu, & Hsu, 2005). وأضاف (Hoyer & MacInnis (2007 أن مخاطر "الأداء، أو الوظيفية، أو المنتج" هي مخاطر المنتج أو العلامة التجارية حيث لا تعمل كما كان متوقعا، أو أن جودة المنتج ليست كما هو متوقع، وإن أهمية المخاطر الوظيفية تختلف بين الثقافات، ففي الثقافة الصينية مثلا هي أكثر من معظم الثقافات الأخرى ، فالمنتج الذي فشل في تلبية التوقعات قد يسبب إحراجاً ، وفقداناً لماء الوجه، والمكانة (Jin & Kang, 2010). وأيضاً فالمخاطر الوظيفية تؤثر في نوايا شراء المستهلك للمنتجات المقرصنة، فبعض المستهلكين يشترون المنتجات المقرصنة على أساس أسعار أقل من المنتجات الأصلية، لكن المستهلكين الذين لا يشترون المنتجات المقرصنة يضعون الجودة والمنتجات الرديئة كعوامل محددة (Ha & Lennon, 2006). والمخاطر الوظيفية التي وصفها

(Hennig-Thurau, Hennig & Sattler, 2007) في دراسته تتضمن أنَّ عملية تحميل الملفات بشكل غير قانوني أمرٌ محفوفٌ بالمخاطر لأنَّها قد لا تعمل بشكل صحيح.

(3 . 1 . 2 . 2) المخاطر المادية (Physical Risk)

هي شعور المستهلك بأنَّ المنتج الذي تم شراؤه سيسبب التخريب بسبب الفيروسات، إضافةً إلى فقدان المعلومات بسبب الإنترنت (Lu, Hsu, & Hsu, 2005). وأيضاً تم تعريف المخاطر المادية أو مخاطر السلامة على أنَّها: المخاطر التي قد تُحدث بسبب المنتج بعض الضرر المادي للمستهلك (Hoyer & MacInnis, 2007). وهذا قد يؤدي إلى أنَّهاء حق الوصول بالإنترنت الخاص بك، أو قد تصيب جهاز الكمبيوتر الخاص بك بفيروس أو أحد البرامج الضارة، أو أن تسمح بالوصول إلى البيانات أو ملفات أو كلمات السر الخاصة بك، وبالتالي فأنَّها قد تضرر جهاز الكمبيوتر الخاص بك (Hennig-Thurau, Hennig, & Sattler, 2007).

(2 . 2 . 2) العامل الأخلاقي والثقافي (Ethical & Cultural)

يتألف هذا العامل من ثلاثة أبعاد تضمنها نموذج الدراسة، وهذه الأبعاد هي: الإلتزام الأخلاقي، والتدني، والمعايير الشخصية. إذ قام الباحث باستحداث هذا العامل من خلال أبعاده وذلك بالاعتماد على الدراسات السابقة والأدب النظري، حيث تضمن بُعد الإلتزام الأخلاقي الذي يُمثل الجانب الأخلاقي للعامل، وأورد كل من بُعدي التدني والمعايير الشخصية لتمثيل الجانب الثقافي لذلك العامل، وقد تم اختيار هذه الأبعاد وفق ما تتطلبه طبيعة الدراسة ومجتمعها.

الإلتزام الأخلاقي كمفهوم يشير إلى الشعور بالذنب أو الإلتزام الشخصي لأداء أو عدم أداء سلوك (Cronan & Al-Rafee, 2008; yoon, 2011). وقد أُستخدم هذا العامل في مجال أخلاقيات تكنولوجيا المعلومات لتنبؤ بالنية الأخلاقية (Haines & Leonard, 2007; yoon, 2011)، ويتضح من ذلك أنه كثيراً ما أُستخدم مفهوم الإلتزام الأخلاقي ليعبر عن الجانب الأخلاقي في الدراسات السابقة للقرصنة الرقمية (Yoon, 2011). وبالنسبة لمفهوم التدني فإنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالثقافة (Cohen, 2009 ; Hayward & Kimmelmeier, 2011)، إذ أن الخلفية الثقافية الدينية للفرد يمكن التعرف عليها من خلال الانتماء الى المجموعة الشخصية الدينية، على سبيل المثال: الكاثوليكية أو البروتستانتية، على نطاق أوسع، فإن القيم والمعايير للثقافة الدينية السائدة على المستوى الوطني قد تؤثر أيضاً في هؤلاء الناس الذين ليس لديهم أي انتماء رسمي الى مجموعة دينية معينة (Hayward & Kimmelmeier, 2011). وأما بالنسبة للمعايير الشخصية فهي دالة ناتجة عن معتقدات المرء المعيارية والدوافع له / لها للامتثال لهذه الجماعة المرجعية (Yoon, 2011). ويتضح من ذلك أن مفهوم المعايير الشخصية يُعبر عن الجانب الثقافي الذي يؤثر في سلوك الشخص من خلال الجماعة المرجعية التي تعتبر مهمة بالنسبة له. وبناءً على ماسبق ذكره فإنه سوف يتم إعتداد الأبعاد الثلاث سابقة الذكر لتعبر عن العامل الأخلاقي والثقافي في هذه الدراسة، والتي سيتم توضيح كل منها بشكل أكثر.

(1 . 2 . 2 . 2) الإلتزام الأخلاقي (Moral Obligation)

إنَّ المعنى الحقيقي للأخلاق يتبلور بمجموعة من التساؤلات حول ما إذا كان عملاً ما جيداً أو سيئاً، صواباً أو خاطئاً، مقبولاً أو غير مقبول، خيراً أو شراً (Pourciau, 1999). حيث أشارت

دراسة (Schwartz & Tessler, 1972) الى أنَّ الإلتزام الأخلاقي سيكون مؤشراً جيداً للنية الأخلاقية / غير الأخلاقية. وقد تم استخدام الإلتزام الأخلاقي كعامل للتنبؤ بالنية الأخلاقية (Kurland, 1995)، وهذا العامل نظرياً تم وضعه كمؤثر بالنية السلوكية في دراسات علم النفس، وأشارت دراسة (Ajzen, 1991) الى أنَّ الإلتزام الأخلاقي ربما يمكن أن يضاف الى نظرية السلوك المخطط كعامل منفصل محدد للنية، وفي استعراض لأبحاث نظرية السلوك المخطط، وجدت دراسة (Conner & Armitage, 1998) أنَّ الإلتزام الأخلاقي كان مؤشراً هاماً للنية في عدد من الدراسات.

وصنفت قرصنة البرمجيات بأنها قضية غير أخلاقية ورئيسية في عصر المعلومات من قبل Mison (1986) في مقالته " أربع قضايا أخلاقية في عصر المعلومات"، ومنذ ذلك الحين، قامت البحوث الديمغرافية، والاقتصادية، والاجتماعية، وبحوث السلوك بالتنبؤ بالاتجاه والنية لقرصنة البرمجيات (Mishra, Akman, & Yazici, 2006 ; Yang & Sonmez, 2007).

ومن الناحية السلوكية فإنه عند مواجهة معضلة أخلاقية، فإنَّ الأفراد الذين يظهرون مثالية عالية ونسبية منخفضة يفكرون بمقارنة الخيارات السلوكية المتاحة مع قواعد محددة سلفاً لا ينبغي أن تنتهك تحت أي ظرفٍ من الظروف، ومن ناحية أخرى، إنَّ الأفراد الذين لديهم مثالية منخفضة و نسبية عالية يقومون بالاعتماد على تقييمهم للوضع الحالي، ومن خلال ما سبق فإنَّ الأفراد يشاركون في الحكم على الأخلاق من خلال السلوك المتبع (Aleassa, Pearson, & McClurg, 2011).

وذكر (Ajzen, 2005) في كتابه أنَّ الإلتزام الأخلاقي من المتوقع أن يؤثر على النية السلوكية، جنباً إلى جنب مع الاتجاهات والمعايير الشخصية، وأكدت دراسة

(Cronan & Al-Rafee, 2008) أنَّ الإلتزام الأخلاقي هو أحد المحددات السلبية الهامة لنية قرصنة المنتجات الرقمية، وفي دراسة Yoon's (2011) وجد أنَّ الإلتزام الأخلاقي قد يكون له تأثير سلبي على كل من المعايير الشخصية والنية السلوكية.

(2 . 2 . 2 . 2) التدين (Religiosity)

إنَّ الاعتداء على حقوق الملكية حرّمته جميع الديانات السماوية بما فيها الدين الاسلامي الحنيف، فلا يجوز سرقتها، ولا الاعتداء عليها بأي شكل من الأشكال، فقد قال الله تعالى {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ} سورة النساء/ الآية 29 . ومن الجدير بالذكر أنَّ الدين له تأثير في الحكم على السلوك البشري وهو واضح ومعروف (Vitell, Paolillo, & Singh, 2006)، ويُعد السبب لهذا التأثير أنَّ الاعتقادات الدينية وممارستها تُوفّر للأفراد شعوراً لا لبس فيه عن الصواب والخطأ، وقواعد واضحة للعيش، والتقارب والانسجام بين الأفراد من خلال الاعتقادات الفكرية المتشابهة، والأهم من ذلك الإيمان بأنَّ حياتهم بإذن وبدعم من الله (Pargament, 2002).

وعرف البعض الدين بأنَّه " تنظيم أو ترتيب منظومة من المعتقدات، والممارسات والطقوس وتصميم رموزها لتسهيل عملية التقرب من المقدس (الله أو قوة عليا أو في نهاية المطاف الحقيقة / الواقع) وإلى تعزيز فهم العلاقة مع الواحد والمسؤولية تجاه الآخرين للعيش معاً في المجتمع" (Koenig, McCullough, & Larson, 2001, p. 18).

كما ويشير بعض الباحثين الى أنَّ الدِّين يمثل مخططاً لحياة الإنسان، حيث إنَّ الدِّين يميل لأن يكون مُوجَّهاً للإنسان كيف ينبغي له أن يعيش حياته (Exline, 2002)، وبالرغم من ذلك ليس الدِّين بحد ذاته هو من يدفع الأفراد للتقييم والاعتقاد وإنما درجة اندماج الدِّين بشكل جيد في حياة الأفراد (Pargament, 2002). فالدين إذن هو التعاليم الإلهية التي خُوطب بها الإنسان على وجه التكليف، والتدين هو الكسب الإنساني في الاستجابة لتلك التعاليم، وتكييف الحياة بحسبها في التصور والسلوك (النجار، 1989). حيث تعكس درجة الاندماج والمشاركة في الدين مدى الإلتزام الديني للفرد، ومن خلال ذلك يمكن تعريف التدين بأنَّه " الإيمان بالله يرافقه الإلتزام بإتباع المبادئ المعتمدة المنصوص عليها من عند الله " (McDaniel & Burnett, 1990, p. 103).

وأظهر هذا التعريف أنَّ مجرد أن يتمَّ تبني المعتقدات الدينية والقيم، فأدَّها تصبح نقطة مرجعية مقابلة للحكم والتقييم الذي يقدمه الفرد عن سلوك معين (De George, 1986)، ومن خلال ما سبق ذكره من الممكن القول بأنَّه سوف تتعكس مشاركة التدين في سلوكيات معتنقه (Perrin, 2000) و لأنَّ الله يراقب أفعال الأفراد ويفرض العقوبات على سلوكهم أثناء هذه الحياة أو بعد الحياة (Harris, 2003). وبذلك فإنَّ تلك العقوبات سوف تمنع الأفراد الذين لديهم درجة تدين من ارتكاب السلوك السيئ (Burkett, 1993). ومن خلال ذلك فإنَّ الأفراد الأكثر تديناً هم أكثر عُرضة لرفض السلوكيات المشكوك فيها وغير المشروعة، مقارنةً بالأفراد الأقل تديناً، وذلك لأنَّ هؤلاء الأفراد هم الأكثر اتِّباعاً للمعايير الأخلاقية الدينية (Barkan, 2006). وإنَّ الأفراد الذين لديهم درجة تدين يواجهون معضلة الإيمان مقابل الحجج أو البراهين المنطقية، حيث من الممكن أن يكون لدى الفرد شعور أو اتجاه إيجابي نحو موضوع أو سلوك معين قد حرَّمه الله. وحل هذه المعضلة يعتمد على الإلتزام الفرد في إتباع المبادئ

التي شرعها الله، أما بالنسبة الى الأفراد الأقل تدبياً هم أقل تقيداً بالقيم، لذلك فمن المرجح أنهم سوف يتبعون نهجاً عملياً للاستدلال (Burkett, 1993).

وأظهرت الدراسات أن التدني هو المانع الفعال للمخالفات، ويُعرّز أيضاً وفقاً للقوانين (Perrin, 2000; Harris, 2003). إذ أشار كل من (Simpson, Banerjee & Simpson (1994) في دراستهم لاختبار تأثير العديد من الخصائص الديموغرافية وثلاثة عشر عامل تحفيز محتمل على نية الفرد لقرصنة البرمجيات وتسمى (Softlifting)، إن العوامل الديموغرافية التي تشمل الجنس والتدين قد كان لها تأثير كبير على النية نحو قرصنة البرمجيات. وذكرت دراسة (Wagner & Sanders (2001 أن الأفراد الذين لديهم تدين عالٍ من المرجح أن يكونوا أقل ميلاً لتقييم قرصنة البرمجيات بأنها عادلة تماماً أو صحيحة أخلاقياً ومقبولة، ومن خلال ذلك فإن التدني يؤثر على النية السلوكية، وبالتالي، فقد وجدت دراسة (Yang & Sonmez (2007 أن الدين (الدين المسيحي) يؤثر سلباً على قرصنة البرمجيات، ومن خلال ما سبق فإن للتدين تأثير على الأحكام الأخلاقية والنية السلوكية، وبالتالي فإنه من المتوقع أن التدني سوف يكون له تأثير تفاعلي على النية لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

(2 . 2 . 2) المعايير الشخصية (Subjective Norms)

المعايير الشخصية تشير إلى الضغوط الاجتماعية على المستهلك التي قد تشعره بأداء أو عدم أداء السلوك الذي يجري تقييمه (Blythe, 2013)، وقد أضاف كل من (McMahon & Harvey (2006 في دراستهما إن المعيار الشخصي يشير إلى درجة من الاتفاق

الاجتماعي بأنَّ الفعل أو التصرف المقترح هو أخلاقي أو غير أخلاقي، وتوقعت نظرية السلوك المبرر أيضاً أنَّ نية الفرد لأداء السلوك تزداد كلما رأى الفرد أنَّ أولئك الاشخاص المهمين بالنسبة له يقبلون ويشجعون ذلك السلوك (Ajzen, 2005). وقد أشارت الأبحاث السابقة أنَّ العلاقة بين المعايير الشخصية والنية السلوكية كانت أضعف وأقل اتساقاً من تلك التي بين الاتجاهات والنية السلوكية (Ajzen, 1991).

إلا أنَّ هناك العديد من الدراسات، في إطار البرمجيات تدعم علاقة المعايير الشخصية بالنية السلوكية كما افترضت نظرية السلوك المبرر (Theory of Reasoned Action) ومنها (Christensen & Eining, 1991; De'Astous , Colbert & Montpetit, 2005). إذ إنَّ النية الأخلاقية تتأثر بعدد من العوامل بما في ذلك المعايير الشخصية، وتشير الأدبيات أنَّ المعايير الشخصية فيما يتعلق بالقرصنة الرقمية تلعب دوراً هاماً في نية الأفراد نحو القرصنة (Logsdon, Thompson, & Reid, 1994). وأنَّ المعيار الشخصي أمر إيجابي، ومن المرجح أن يتصرف الفرد بشكل أخلاقي أكثر (Al-Rafee & Cronan, 2006). ويتم دعم هذا أيضاً من خلال حقيقة أنَّه ينظر الى المواد الرقمية على أنَّها لا تعتبر مواد ملموسة (مادية)، والناس لا تأخذ موضوع سرقتها على محمل الجد، أو لا يرون أنَّها جريمة (Hill, 2007). ويتضح ذلك من خلال أنَّ هناك معياراً شخصياً عالياً يمكن أن يكون له تأثير قوي على النية الأخلاقية لدرجة التسبب للفرد أن يكون غير مدرك للفرق بين السلوك الأخلاقي وغير الأخلاقي. وأضاف أنَّه بالنسبة للفرد الذي هو غير متأكد من الفرق بين النوايا الأخلاقية الجيدة والسيئة، فإنَّ معياراً شخصياً عالياً من المرجح أن يقلل من الغموض (Jones, 1991)، وبذلك فإنَّ الأفراد الذين لديهم معيار شخصي عالٍ بشأن القرصنة الرقمية (الاعتقاد بأنَّ أقرانهم داعمين للقرصنة الرقمية) لديهم مستوى أعلى من النية غير الأخلاقية من الأفراد الذين لديهم

معيّار شخصي منخفض للقرصنة الرقمية (Al-Rafee & Cronan, 2006). وأيضاً وُجِدَتْ دراسة Al-Rafee & Cronan (2006) أنّه قد يكون للمعايير الشخصية تأثير داعم وقوي على نية الفرد لقرصنة المواد الرقمية. ففي بعض البلدان المعايير الشخصية عالية جداً لدرجة أنّ القرصنة الرقمية تعتبر شرعية (Hill, 2007)، وبذلك فإنّ حجم القرصنة الرقمية في بعض البلدان التي تكون فيها معدلات القرصنة مرتفعة، يمكن تفسيره بسبب الافتقار إلى المعايير الشخصية ضد القرصنة الرقمية، لذلك، قد تكون المعايير الشخصية العالية مسؤولة عن الانتشار المستشري للقرصنة الرقمية (Wang, 2005).

(2 . 2 . 3) التشريعات والقوانين (Legislation & laws)

تلعب القوانين دوراً هاماً ومؤثراً في محاربة القرصنة وقد تأتي بنفس مستوى أهمية عامل التكلفة وتكاد لا تخلو أي دراسة عن قرصنة البرمجيات من ذكر القانون كعامل رئيس للقضاء على هذه الظاهرة (عرب، 2001)، وبما أنّ قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية تُعتبر من الوسائل المهمة للحد من القرصنة الرقمية، وقد اعترفت الدراسات التجريبية بأهمية قوانين حماية الملكية الفكرية بعدم تشجيع القرصنة.

إنّ النسخ غير المرخص للبرامج في الأردن غير قانوني ويترتب عليه عقوبات، وإنّ التركيز فقط على إنفاذ القانون، على الرغم من أهميته، غير كافٍ للقضاء أو للحد من هذا السلوك غير الأخلاقي (Aleassa, Pearson, & McClurg, 2011) ، وذلك، كما زعم كل من (Ginart & Park 1997) في دراستهما بأنّه يمكن من خلال النظر إلى تنفيذ قوانين حقوق الملكية الفكرية، لجعل الشكاوى المقدمة ضد نظام حقوق الملكية الفكرية (التأخير في المحاكمة، العقوبات منخفضة، التعويضات غير كافية) مقياساً لكفاءة النظام القضائي.

ولقد بين كل من Leonard, Cronan, & Kreie (2004) في دراستهم أنَّ البيئة القانونية عاملٌ هامٌ ومؤثر على الاتجاه نحو القرصنة، لقد افترض الكثير من الباحثين أنَّه كلما كان الأفراد أكثر معرفةً بقوانين حقوق النشر، والمرتبطة بالعقاب، أصبح الاتجاه نحو قرصنة البرمجيات أقلَّ إيجابية (Rothenberger, 2009 ; Moores, Nill & Goles, et al., 2008). وكذلك أفادت دراسة (Moores, Nill & Rothenberger (2009, p. 83 بالقول "من أجل تغيير إتجاه الشخص نحو قرصنة البرمجيات، يجب على الفرد فهم ما هي قرصنة البرمجيات، ويكون على دراية حول احتمال العقاب وشدته بسبب الانخراط في قرصنة البرمجيات".

(2 . 2 . 4) المنافع المدركة (Perceived Benefits)

المنافع المدركة هي اعتقاد المستهلك بالنتائج الإيجابية لقرصنة المنتجات الرقمية، مثل السهولة، وتوفير الوقت، وتوفير المال (Morton & Koufteros, 2008 ; Peace, Galletta, & Thong, 2003). وقد اقترح العديد من الكتاب أنَّ المنافع المدركة تؤثر إيجاباً على نوايا القرصنة وكذلك يمكن تقديم الأدلة التجريبية للعلاقة سابقة الذكر، ومن هذه الأدلة الدراسات الآتية (Hennig-Thurau, Hennig, & Sattler , 2007; Lysonski & Durvasula , 2008).

وعلى الرغم من أنَّ المنافع المدركة تلعب دوراً هاماً في عملية صنع قرار المستهلك، إلا أنَّ مفهومها قد تم استكشافه بشكل قليل في مجال التقليد والقرصنة، وتقديم

الدعم التجريبي لتأثير المصالح المتوقعة على الاتجاه، والتي يمكن أن توازي المنافع المدركة (Hennig-Thurau, Hennig, & Sattler, 2007).

وتم وصف المنافع المدركة في دراسة (Hennig-Thurau, Hennig, & Sattler, 2007) التي أشارت إلى أن تحميل الملفات بشكل غير قانوني يقدم صفقة رابحة حقيقية للمستهلك، فالملفات التي يتم تحميلها بشكل غير قانوني تعمل مثل الملفات المحملة بشكل قانوني، حيث إن تحميل الملفات بشكل غير قانوني يزيد من إمكانية الحصول على البرامج، والموسيقى، والأفلام، والألعاب، وأيضاً يوفر إمكانية الحصول على الملفات التي ليس هناك قدرة على تحميلها، ويساعد في الحصول على البرامج، والموسيقى، والأفلام، والألعاب بشكل أسرع مقارنةً مع الطرق القانونية.

إن المحددات الشخصية للشراء في الأشكال التقليدية يمكن أن تفهم على نطاق واسع بأنها تتأثر بالدوافع الوظيفية وغير الوظيفية. وترتبط الدوافع الوظيفية بوظائف نفعية مثل السهولة (Convenience)، والتنوع والجودة (Quality & Variety) للمنتجات، والسعر (Price)، في حين ترتبط الدوافع غير الوظيفية (المتعة) بالاحتياجات الاجتماعية والعاطفية من أجل المتعة (Enjoyment) وتجربة تسوق مثيرة للاهتمام (Chilens, Carr, Peck, & Carson, 2001; Forsythe, Liu, Shannon, & Gardner, 2006)، وارتفاع أسعار النسخ الأصلية، بحيث يمكن استخدام البرامج المقرصنة لأنها متاحة على نطاق واسع وبسعر منخفض جداً، والسهولة في الحصول على النسخ المقرصنة، من الأسباب والدوافع لنية قرصنة البرامج (Lau, 2006). ومن خلال ما ذكر من أدب نظري ودراسات سابقة فإن

أبعاد المنافع المدركة في الدراسة الحالية سوف تكون السهولة (Convenience) والسعر (Price)، وذلك حسب ما تحتاجه الدراسة من أبعاد للمنافع المدركة وفقاً لطبيعة المتغير التابع.

وبعد أن تم تعرف معنى المنافع المدركة وطبيعة تأثيرها على النية السلوكية والتي من المتوقع أن تؤثر أيضاً على نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة في هذه الدراسة، سيتم تعريف وتوضيح مفهوم كل من السهولة (Convenience) والسعر (Price).

(2 . 2 . 4 . 1) السهولة (Convenience)

السهولة تُعتبر معياراً لاختيارات الناس، ويُعد أيضاً من الأهداف المطلوب تحقيقها أثناء عملية الاختيار، وذكر Mifflin (2000) في American Heritage Dictionary of the English Language تعريف للسهولة أنَّها: الشيء الذي يزيد من مستوى الأريحية أو امتيازات العمل. وجوانب السهولة تشمل سهولة الوصول للمصدر، وإدراك سهولة الاستخدام، والقرب المادي. واستعرضت دراسة Bawden & Vilar (2006) مقارنة ما بين سهولة استخدام شبكة الإنترنت وصعوبة استخدام نظم المكتبات، وتبين أنَّ المستخدمين يعتقدون أنَّ البحث على شبكة الإنترنت هو الأفضل، لأنَّ استخدامه سهل وسريع، ويوفر إمكانية الوصول الفوري إلى المعلومات، ومنحهم ما يريدون. ففي دراسة Griffiths & King (2008, p. 38) ذكر أنَّ "لم يتم اختيار الإنترنت دائماً لأنه يُعتبر أفضل مصدر (74% من التواجدات)، وأنما لأنه مريح أو سهل الاستخدام (96% من التواجدات) وبدرجة أقل من ذلك يتم اختياره لأنه لا يكلف كثيراً من ناحية الوقت والمال (69% من التواجدات)". وقد أستخدمت

السهولة كمعيار رئيسي من ضمن أربعة معايير رئيسية للبالغين لاختيار مصادر المعلومات، حيث تمثلت المعايير الثلاث الأخرى بجودة الموارد، والتكلفة، والجدارة بالثقة (Griffiths & King, 2008). ومن خلال مراجعة الأدب النظري فإن سهولة وسرعة الاستخدام، وسرعة الوصول أو السهولة تم تحديدها باعتبارها عاملاً رئيسياً في دراسات مماثلة (Julien & Michels, 2004).

(2 . 4 . 2 . 2) السعر (Price)

يُعرف السعر على أنه "القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من السلع أو الخدمات" (حرب، 1999، ص162). كما ويمكن القول بأنَّ "تعبير عن القيمة لسلعة أو لخدمة أو لكليهما فيما يتعلق بالبائع أو المشتري" (الجياشي، 2002، ص6). ومن خلال ما سبق من تعريفات فأنَّها تشترك بمفهوم القيمة (Value) التي يستدل بها كل من المستهلك أو البائع لتحديد السعر الذي يحقق هدف الطرفين في الربحية للبائع وإشباع حاجات المستهلك من خلال الحصول على المنافع المطلوبة من المنتج. وأيضاً من الممكن تعريف السعر على أنَّه: "مقدار التضحية المادية و المعنوية التي يتحملها الفرد في سبيل الحصول على السلعة أو الخدمة" (أبو قحف، 2002، ص606)، وهذا التعريف يأخذ بوجهة نظر المستهلك التي تصف التنازلات التي يقدمها المستهلك من أجل الحصول على المنتج أو الخدمة، والتي تعكس قيمة هذا المنتج أو الخدمة، وقد تكون هذه التنازلات مالية أو معنوية متمثلة في الوقت والجهد المبذولين مقابل الحصول على المنتج أو الخدمة.

يرى (Scitovsky) أنَّ المستهلكين قد يستخدمون السعر، كمؤشر على جودة المنتج، وأضاف

بأنَّ المستهلك قد يستخدم إشارات السعر بشكل موضوعي لاستنتاج جودة المنتج من خلال تقييم مقدار ما

يريد المستهلكون من الرضا المستمد من مستوى جودة معين، والانتقال إلى الاختيار الأمثل من خلال تقييم مستوى المنفعة التي سيتم الحصول عليها من اختيار المنتج المرتبط بالمنفعة المقدمة من خلال دفع السعر (Sun , 1996).

(2 . 3) نية الشراء (Intention To Purchase)

كانت النية الأخلاقية محور العديد من الدراسات التي تسعى إلى تفسير السلوك، وذكر Cronan & Al-Rafee (2008) أنَّ النية الأخلاقية تضمنت العوامل المحفزة التي تؤثر على السلوك. وافترض Vitell, Singhapakdi & Thomas (2001) أنَّ النية الأخلاقية تشمل تقييمين هما، تقييم الاخلاق الواجبة (Deontological) ويتضمن الصواب أو الخطأ لسلوك معين، والتقييم الغائي (منسوب للغاية) (Teleological) ويصف عواقب جيدة مقابل عواقب سيئة لسلوك معين. وليان ما سبق فقد استخدم Forsyth (1992) في دراسته المثالية (Idealism) والنسبية (Relativism) لوصف الاختلاف بين التقييمين (تقييم الاخلاق الواجبة، والتقييم الغائي) بالنسبة للنية الأخلاقية؛ فالمثالية مرتبطة بتقييم الاخلاق الواجبة حيث يصف قدرة الفرد على اتخاذ القرار الصحيح في وضع مشكوك فيه أخلاقياً، أما النسبية تعكس التقييم الغائي لأنه سينظر في العواقب بدلاً من المبادئ الأخلاقية التي قد انتهكت.

افترض Triandis (1997) في دراسته أنَّ النية الأخلاقية قد تتأثر بكل من المعايير الشخصية والعواقب المدركة، وفي دراسة أخرى حول القرصنة الرقمية وجدَ Al-Jabri & Abdul-Gader (1997) أنَّ النية الأخلاقية أدت إلى سلوك القرصنة، وخصوصاً عندما يقترن مع معايير شخصية داعمة. ووجدت

دراسة (Levin, Dato-on & Manolis (2007) أنّ النية الأخلاقية يمكن أيضاً التلاعب بها من قبل العواقب المدركة، حيث أضافت الدراسة: إنّ انخفاض المعيار الشخصي مع عواقب مدركة خطيرة تؤدي الى التقليل من نية الفرد الأخلاقية لممارسة سلوك القرصنة الرقمية الفعلي.

إنّ نية الشراء للمنتجات الرقمية المقرصنة هي عبارة عن نية سلوكية تنتبأ بتصرف المستهلك بطريقة معينة في المستقبل (Schiffman, Kanuk, & Wisenblit, 2010)، وإنّ اتجاهات المستهلكين نحو القرصنة الرقمية هي اتجاهات نحو سلوك معين و يمكن تعريفها بأنها عملية التقييم الإيجابي أو السلبي من قبل المستهلك لاتجاهه نحو أداء سلوك في مسألة معينة (Ajzen, 2005). وعلى الأرجح، أنّ نية الشراء من المتوقع أن تحفز من قبل معايير شخصية للفرد (أي إدراك الضغوط في البيئة الخارجية، مثل معايير الأقران) واتجاه الفرد نحو السلوك (إيجابي أو سلبي، على أساس العواقب المدركة للسلوك). كما وجد الباحثون أنّ الاتجاهات ومعايير الأقران مرتبطة مباشرة بسلوك القرصنة (El-Sheikh, Rashed, & Peace, 2004).

(2 . 4) الدراسات السابقة

• الدراسات العربية

دراسة (هنانده، 2010) بعنوان " أثر التشريعات والقوانين في الحد من قرصنة البرمجيات في الاردن".

هدفت هذه الدراسة الى دراسة أثر التشريعات والقوانين في الحد من أعمال قرصنة البرمجيات في الاردن. وتم توزيع استبانات على عينة عشوائية من مستخدمي الكمبيوتر في مدينة عمان، والزرقاء،

واريد، والمفروق ، مكونة من (300) فرد، وتوصلت الدراسة الى وجود تأثير لتطبيق التشريعات والقوانين على قرصنة البرمجيات.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت أثر التشريعات والقوانين في الحد من قرصنة البرمجيات في الاردن. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها لم تأخذ التشريعات والقوانين لوحدها بشكل مفرد بل أخذتها بإعتبارها عامل من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

• الدراسات الاجنبية

Tan (2002) "Understanding consumer ethical decision making with respect to purchase of pirated software."

كان الهدف من هذه الدراسة هو اختبار تأثير كل من العمق الأخلاقي، المخاطر المدركة، والحكم الأخلاقي على نية شراء البرمجيات المقرصنة. حيث تم توزيع الاستبيانات على عينة من (400) طالب من جامعة نانينغ التكنولوجية في سنغافورة . وأظهرت النتائج أن كل من العمق الأخلاقي (حجم العواقب، الفترة الزمنية لحدوث العواقب، الوعي الاجتماعي)، والمخاطر المدركة (المالية، الحماية، الاجتماعية)، والحكم الأخلاقي (تطور الادراك الأخلاقي، المسبب الأخلاقي) تؤثر في نية شراء البرمجيات المقرصنة.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير المخاطر المدركة على نية شراء البرمجيات المقرصنة. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها لم تأخذ المخاطر المدركة لوحدها

بشكل مفرد بل أخذتها بإعتبارها عامل من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Peace, Galletta & Thong (2003) "Software piracy in the workplace: A model and empirical test"

هدفت هذه الدراسة الى تطوير نموذج لقرصنة البرمجيات للأفراد في مكان العمل والتحقق من صحته تجريبياً. حيث تناولت هذه الدراسة تأثير الاتجاهات والمعايير الشخصية على نية قرصنة البرمجيات، حيث أضاف الباحثون متغيرات أخرى وقاموا باختبار دورها في قرار الفرد في الانخراط في قرصنة البرمجيات، وهذه المتغيرات هي: شدة العقوبة، تكلفة البرامج، اليقين بالعقاب، والسيطرة السلوكية المدركة، وقد تم إجراء الدراسة على (201) طالب ماجستير في إدارة الأعمال في جامعة ميدانلنك في الولايات المتحدة، وافترض الباحثون أن الاتجاهات والمعايير الشخصية من شأنها أن تؤثر بشكل إيجابي في نية ممارسة قرصنة البرمجيات. حيث أشارت النتائج إلى أن الاتجاهات والمعايير الشخصية من المحددات المهمة في نية قرصنة البرامج. أما فيما يتعلق بالمتغيرات الإضافية، وجدت الدراسة أن شدة العقاب، واليقين بالعقاب، وتكلفة البرامج لها تأثير كبير في الاتجاه نحو قرصنة البرمجيات. وتبين أن السيطرة السلوكية المدركة لها تأثير إيجابي في نية قرصنة البرمجيات.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير المعايير الشخصية على نية قرصنة البرمجيات. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها أخذت المعايير الشخصية كبعد من

أبعاد العامل الأخلاقي والثقافي، ومن ثم التعرف على مستوى تأثيرها مع الأبعاد الأخرى ضمن نفس العامل على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Villazon & Adviser-Cavico (2004) "Software piracy: an empirical study of influencing factors."

هدفت هذه الدراسة الى دراسة تأثير قدرة استخدام الكمبيوتر الأخلاقية والعوامل المؤثرة على الميل إلى ارتكاب قرصنة البرمجيات. وتم توزيع الاستبيانات على عينة من (242) طالب يدرسون في كلية المجتمع وجامعة خاصة في الجزء الجنوبي الشرقي من الولايات المتحدة الامريكية . وأشارت النتائج إلى أن التدني، والتوجيه المهني، والجنس ليس لها تأثير كبير على قدرة استخدام الكمبيوتر الأخلاقية والنية الأخلاقية، وتوصلت أيضاً الى أن مستوى التعليم، والعمر لهما تأثير كبير على كل من قدرة استخدام الكمبيوتر الأخلاقية والنية الأخلاقية. وعلاوة على ذلك، فإن عوامل التحفيز على العمل ، والعوامل الاجتماعية / القانونية مرتبطة بشكل إيجابي في الميل إلى قرصنة البرمجيات.

إنَّ وجه الربط بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير التدني على النية الأخلاقية لقرصنة البرمجيات. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها أخذت التدني كبعد من أبعاد العامل الأخلاقي والثقافي، ومن ثم التعرف على مستوى تأثيره مع الأبعاد الأخرى ضمن نفس العامل على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Hsu & Shiue (2008) "Consumers' Willingness to Pay for Non-pirated Software."

هدفت الدراسة الى تحليل رغبة المستهلكين في الدفع للحصول على برامج الكمبيوتر غير المقرصنة. وفحصت مدى تأثير كل من الاتجاهات نحو حقوق الملكية الفكرية والمخاطر المدركة على رغبة المستهلك في الدفع للحصول على برامج الكمبيوتر غير المقرصنة. وقد تم اجراء مسح للمستهلكين في تايوان، حيث كان مجموع العينات الصالحة (799) طالب من المدارس الثانوية، و طلبة الجامعات، وطلبة الدراسات العليا. وقامت الدراسة على اختبار اثنين من المنتجات البرمجية التي يشيع استخدامها (مايكروسوفت أفيس، مايكروسوفت ويندوز) لاغراض هذه الدراسة. وتوصلت الدراسة الى أنَّ الأفراد الذين لديهم رغبة منخفضة للدفع من أجل الحصول على البرامج غير المقرصنة أكثر ميلاً لإستخدام البرامج المقرصنة من الافراء الذين لديهم رغبة دفع عالية.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير المخاطر المدركة على رغبة المستهلك في الدفع للحصول على برامج الكمبيوتر غير المقرصنة. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها لم تأخذ المخاطر المدركة لوحدها بشكل مفرد بل أخذتها بإعتبارها عامل من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Dai & Palvia (2009) "Mobile commerce adoption in China and the United States: a cross-cultural study."

هدفت هذه الدراسة الى تعرّف العوامل التي تؤثر على نية تبني التجارة عبر الهاتف النقال. حيث حددت هذه الدراسة (9) عوامل تؤثر على نية تبني التجارة عبر الهاتف النقال (السهولة المدركة،

الفائدة المدركة، التكلفة المدركة، المعايير الشخصية، المتعة المدركة، خصوصية المستهلك، الابتكار، الإنسجام، القيمة المضافة المدركة). وتم إجراء دراسة مقارنة لاختبار تأثير هذه العوامل في الصين والولايات المتحدة، حيث أجري مسح على عينة مكونة من (190) فرد من مستخدمي التجارة عبر الهاتف النقال في الصين والولايات المتحدة الأمريكية. وأظهرت النتائج أن هناك العديد من الاختلافات المهمة بين التجارب السابقة وتأثيراتها على نية المستهلك لاستخدام التجارة عبر الهاتف النقال في الثقافتين.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير السهولة المدركة والمعايير الشخصية على نية تبني التجارة عبر الهاتف النقال. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها أخذت السهولة المدركة كأحد بعدي المنافع المدركة وكذلك المعايير الشخصية كبعد من أبعاد العامل الأخلاقي والثقافي، ومن ثم التعرف على مستوى تأثير كل منها مع الأبعاد الأخرى ضمن نفس العامل على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Liao, Lin & Liu (2010) "Predicting the Use of Pirated Software: A Contingency Model Integrating Perceived Risk with the Theory of Planned Behavior."

هدفت هذه الدراسة لتحديد أبعاد المخاطر المدركة المرتبطة باستخدام البرامج المقرصنة ودراسة علاقتها باتجاهات الأفراد ونية استخدامهم للبرامج المقرصنة. حيث أنَّ المخاطر المدركة بوصفها أنَّها الاعتقاد المؤثر بالاتجاهات والنية نحو استخدام البرامج المقرصنة، وقد تم تحديد أربعة أبعاد للمخاطر المدركة المتعلقة باستخدام البرامج المقرصنة وهي الأداء، الاجتماعية، الملاحقة القضائية، والنفسية وتم قياسها واختبارها، وقد تم جمع البيانات من خلال استطلاع عبر الانترنت وتكونت عينة الدراسة من

(305) مشارك من تايوان، وتشير النتائج إلى أنَّ خطر الملاحقة القضائية المدركة له تأثير على النية في استخدام البرامج المقرصنة، والمخاطر النفسية المدركة هي مؤشر قوي على الاتجاه نحو استخدام البرامج المقرصنة. وبالإضافة إلى ذلك، فإنَّ الاتجاه والسيطرة السلوكية المدركة يساهمان إلى حد كبير في الاستخدام المقصود للبرامج المقرصنة، ومع ذلك، لم يتم اعتماد العلاقة المباشرة المقترحة بين المعيار الشخصي والنية لاستخدام البرامج المقرصنة.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير المخاطر المدركة والمعايير الشخصية على نية استخدام البرامج المقرصنة. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها لم تأخذ المخاطر المدركة لوحدها بشكل مفرد بل أخذتها باعتبارها عامل من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة، وأخذت المعايير الشخصية كبعد من أبعاد العامل الأخلاقي والثقافي، ومن ثم التعرف على مستوى تأثيرها مع الأبعاد الأخرى ضمن نفس العامل على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Aleassa, Pearson & McClurg (2011) " Investigating software piracy in Jordan : An extension of the theory of reasoned action"

كان الهدف من هذه الدراسة مناقشة وفهم سلوك قرصنة البرمجيات في الثقافات غير الغربية. وتقتصر هذه الدراسة نموذجاً للعملية السلوكية التي توفر فهم أفضل لسلوك قرصنة البرمجيات في الأردن. حيث افترضت الدراسة أنَّ المعايير الشخصية حول قرصنة البرمجيات كما يراها الطلبة، تؤثر بشكل مباشر على النية لقرصنة البرمجيات، وأيضاً لها تأثير غير مباشر من خلال تأثيرها على الاتجاهات. وقد تم اختبار النموذج باستخدام عينة مكونة من (323) طالب بكالوريوس إدارة الأعمال في جامعة اليرموك،

وتم تحليل البيانات المستخلصة من خلال نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) والانحدار المتعدد الهرمي، كما وبينت الدراسة وخلافاً لنتائج الدراسات التي أجريت في الدول المتقدمة أنَّ تأثير المعايير الشخصية أعلى بكثير من تأثير الاتجاهات على نية قرصنة البرمجيات. وفيما يتعلق بتأثير العوامل الوسيطة والتي تضم درجة التدني، السيطرة على النفس، الأيديولوجيا الأخلاقية والتنبه إلى المحيط الاجتماعي، فقد وجدت الدراسة أن جميع المتغيرات تم تأكيدها ولها تأثير وسيط ما عدا متغير درجة التدني ليس له تأثير وسيط .

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير كل من المعايير الشخصية والتدني على نية قرصنة البرمجيات. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها أخذت المعايير الشخصية والتدني كبعدين من الأبعاد الثلاث للعامل الأخلاقي والثقافي، ومن ثم التعرف على مستوى تأثير كل منهما معاً بالإضافة إلى الإلتزام الأخلاقي ضمن نفس العامل على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Yoon (2011) "Theory of planned behavior and ethics theory in digital piracy: An integrated model."

كان الهدف من هذه الدراسة اقتراح نموذج متكامل يجمع بين نظرية السلوك المخطط (TPB) ونظرية الأخلاق، واشتنتين من النظريات التي غالباً ما تستخدم في دراسات القرصنة الرقمية. وقد تم الحصول على البيانات من خلال توزيع (270) استبانة على طلبة الجامعات في الصين، وتم فحص النموذج باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM)، وتظهر النتائج أنَّ الإلتزام الأخلاقي والعدالة الذين تم إدخالهما إلى النموذج من نظريات الأخلاق، والمتغيرات المستمدة من نظرية السلوك المخطط (TPB)

وهي: الاتجاه، والمعايير الشخصية، والسيطرة السلوكية المدركة تؤثر على النوايا السلوكية للأفراد لارتكاب القرصنة الرقمية. وأيضاً كشفت النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن اتجاه الأفراد نحو القرصنة الرقمية يتأثر بالمنافع المدركة، والمخاطر المدركة، والعادة.

إن وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنها تناولت تأثير كل من الإلتزام الأخلاقي، والمعايير الشخصية، والمنافع المدركة، والمخاطر المدركة على النوايا السلوكية للأفراد لارتكاب القرصنة الرقمية. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنها أخذت الإلتزام الأخلاقي والمعايير الشخصية كبعدين من الأبعاد الثلاث للعامل الأخلاقي والثقافي، ومن ثم التعرف على مستوى تأثير كل منهما معاً بالإضافة الى التدنّي ضمن نفس العامل على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة. وأيضاً أنها أخذت المنافع المدركة والمخاطر المدركة كل منها لوحده بشكل مفرد كعامل مستقل بإعتبارهما عاملين من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Yoon (2012) "Digital piracy intention: a comparison of theoretical models."

كان الهدف من هذه الدراسة استعراض الأدبيات المتعلقة بالقرصنة الرقمية، ومن الناحية التجريبية هناك مقارنة بين اثنتين من النماذج النظرية، والتي هي أكثر النماذج استخداماً وهما نظرية السلوك المبرر (TPB) ونموذج Hunt-Vitell للقرار الأخلاقي، وقد تم الحصول على البيانات من خلال توزيع (317) استبانة على طلبة الجامعات في كوريا الجنوبية، وللوصول الى نتائج تم استخدام نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) لدراسة ومقارنة بين كل من النموذجين النظريين مجال الدراسة من حيث القوة التفسيرية، وبشكل عام نموذج مناسب وذو دلالة، وكشفت النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن

نظرية السلوك المخطط (TPB) هو نموذج أكثر ملاءمة للتنبؤ بالقرصنة الرقمية من نموذج Hunt-Vitell للقرار الأخلاقي، وهذه النتائج لها آثار مهمة للباحثين عند اختيار نموذج تستند عليه دراساتهم. وتظهر هذه الدراسة أنَّ الاتجاه والسيطرة السلوكية المدركة في نظرية السلوك المخطط (TPB) يكون لهما تأثير كبير على النية لارتكاب القرصنة الرقمية.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير المعايير الشخصية على نية إرتكاب القرصنة الرقمية. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها أخذت المعايير الشخصية كبعد من الأبعاد الثلاث للعامل الأخلاقي والثقافي، ومن ثم التعرف على مستوى تأثيرها معاً بالإضافة الى الإلتزام الأخلاقي والتدني ضمن نفس العامل على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Koklic, Bajde, Culiberg & Vida (2012) "The role of subjective knowledge and perceived consequences in shaping attitude and intention toward digital piracy."

هدفت الدراسة إلى تطوير واختبار تجريبي على دور المعرفة الشخصية وثلاثة أنواع من النتائج المتوقعة من الاتجاه نحو القرصنة الرقمية و نية القرصنة للمحتوى الرقمي وهي المنافع المدركة، العمق الأخلاقي، والمخاطر المدركة. وكان الغرض من هذا البحث شقين الأول هو وضع نموذج نظري لاتجاه المستهلك ونية القرصنة، والثاني هو الاختبار التجريبي لدور المعرفة الشخصية، والمنافع المدركة، والعمق الأخلاقي، والمخاطر المدركة كسوابق لاتجاهات المستهلكين نحو القرصنة فضلا عن دور المعرفة الشخصية، والمنافع المدركة، والاتجاهات بوصفها سوابق لنية القرصنة. حيث تم اختبار الفرضيات من خلال جمع البيانات عن طريق الإدارة الشخصية للاستطلاع عن طريق البريد الإلكتروني، حيث أُرسِلَت

إلى عينة أولية من (10,000) مستهلك بالغ في سلوفينيا، مما أسفر عن عينة عشوائية من (843) مستهلكا قابلة للاستخدام، وأظهرت نتائج الدراسة أنَّ العمق الأخلاقي والمخاطر المدركة لا تلعب دوراً هاماً في تشكيل الاتجاه نحو القرصنة، بينما المعرفة الشخصية والمنافع المدركة تظهران تأثيراً على كل من الاتجاه نحو القرصنة الرقمية ونية القرصنة. وتتفق الدراسة مع الدراسات السابقة، بأنَّ الاتجاه هو مؤشر هام للنية السلوكية، ومن المبشر أنَّ تسهم هذه الدراسة في فهم أفضل لجانب ما المطلوب من القرصنة الرقمية؟.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير كل من المنافع المدركة، والمخاطر المدركة على نية القرصنة الرقمية. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها أخذت المنافع المدركة والمخاطر المدركة كل منها لوحده بشكل مفرد كعامل مستقل بإعتبارهما عاملين من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Vida, Koklic, Kukar-Kinney & Penz (2012) "Predicting consumer digital piracy behavior: The role of rationalization and perceived consequences."

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تصورات المستهلكين عن المخاطر المدركة والمنافع المدركة لسلوك القرصنة الرقمية ونية القرصنة بالمستقبل. قام الباحث بإجراء استطلاع عبر الانترنت باستخدام البريد الالكتروني على عينة عشوائية في خمسة بلدان من الاتحاد الاوروبي، حيث كان عدد عينة الدراسة (1213) من الأفراد البالغين الذين شملهم الاستطلاع، فكان من النمسا (215)، إيطاليا (244)، سلوفينيا (250)، السويد (250)، والمملكة المتحدة (254). وتوصات الدراسة الى أنَّ القرصنة

الرقمية في الماضي تؤدي الى تحفيز نية القرصنة في المستقبل. وإنَّ المخاطر المدركة والمنافع المدركة تؤثر بشكل مباشر على نية القرصنة.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير كل من المخاطر المدركة، والمنافع المدركة على نية القرصنة الرقمية. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها أخذت المخاطر المدركة والمنافع المدركة كل منها لوحده بشكل مفرد كعامل مستقل بإعتبارهما عاملين من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Setiawan & Tjiptono (2013) "Determinants of Consumer Intention to Pirate Digital Products."

كان هدف هذه الدراسة التصدي لقضية القرصنة الرقمية في إندونيسيا ضمن اطار البحوث. وهذه الدراسة نسخة معدلة من دراسة Yoon's (2011). حيث تم توزيع الاستبيانات ذاتياً على (218) طالب بخمسة جامعات حكومية وخاصة في إندونيسيا، وتم اختبار عشر فرضيات للدراسة باستخدام تحليل الانحدار المتعددة. وتشير النتائج إلى أن ثلاثة من الفرضيات العشر هي غير معتمدة. وأظهرت النتائج أنَّ الاتجاهات نحو القرصنة الرقمية تؤثر إيجابياً على نية المستهلك لارتكاب القرصنة الرقمية، في حين أنَّ الإلتزام الأخلاقي يشكل مؤشراً سلبياً على نية المستهلك لارتكاب القرصنة الرقمية، و تم التوصل الى أنَّ المخاطر المدركة لها تأثير سلبي على إتجاه المستهلك نحو القرصنة الرقمية. وأنَّ المنافع المدركة لها تأثير إيجابي على إتجاه المستهلك نحو القرصنة الرقمية، وعدم وجود تأثير هام للمنافع المدركة على نية المستهلك لارتكاب القرصنة الرقمية. وأما بالنسبة للمعايير الشخصية والسيطرة السلوكية المدركة قد يكون لها تأثيرات ضئيلة على نية قرصنة المنتجات الرقمية.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير كل من الإلتزام الأخلاقي، والمعايير الشخصية، والمنافع المدركة، والمخاطر المدركة على نية المستهلك لارتكاب القرصنة الرقمية. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها أخذت الإلتزام الأخلاقي والمعايير الشخصية كبعدين من الأبعاد الثلاث للعامل الأخلاقي والثقافي، ومن ثم التعرف على مستوى تأثير كل منهما معاً بالإضافة الى التدبُّن ضمن نفس العامل على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة. وأيضاً أنَّها أخذت المنافع المدركة والمخاطر المدركة كل منها لوحده بشكل مباشر كعامل مستقل بإعتبارهما عاملين من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

Bo Dai, Forsythe & Kwon (2014) "The impact of online shopping experience on risk perception and online purchase intentions: Does product category matter?"

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تأثير تجربة التسوق عبر الانترنت على المخاطر المدركة المترتبة عن التسوق عبر الإنترنت، وكيف أنَّ كل خطر من المخاطر يؤثر في نية الشراء عبر الإنترنت. حيث أجرى الباحث استطلاعاً عبر الإنترنت على عينة من طلبة جامعة ساوثاسترن في الولايات المتحدة الامريكية، حيث بلغ حجم العينة (2500) طالب. وتشير نتائج الدراسة الى أنَّ تجربة التسوق عبر الإنترنت هي مؤشر إيجابي لنوايا تسوق المستهلكين عبر الإنترنت، وتؤثر تجربة التسوق عبر الانترنت سلباً على تصورات المنتج والمخاطر المدركة المرتبطة بالتسوق عبر الإنترنت بغض النظر عن فئة المنتجات.

إنَّ وجه العلاقة بين هذه الدراسة والدراسة الحالية أنَّها تناولت تأثير المخاطر المدركة بأبعادها الثلاث على نوايا الشراء عبر الإنترنت. وأما ما يميز الدراسة الحالية عن هذه الدراسة أنَّها لم تأخذ المخاطر المدركة لوحدها بشكل مفرد بل أخذتها بإعتبارها عامل من العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

(5-2) ما يميز هذه الدراسة

إنَّ أهم ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بشكل عام هو أنَّها جمعت ما أمكن من العوامل في دراسة واحدة، وهذه العوامل هي: عامل المخاطر المدركة بأبعاده (المخاطر المالية، المخاطر المادية، المخاطر الوظيفية)، والعامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي، التدبُّن، المعايير الشخصية)، وعامل التشريعات والقوانين، وعامل المنافع المدركة ببعديه (السهولة، السعر) وقياس تأثيرها بشكل فردي، وأيضاً قياسه مجتمعة لتحديد العوامل الأكثر أهمية في التأثير على نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، وأيضاً من مميزات هذه الدراسة أنَّها من الدراسات ذات الندرة في العالم العربي إقليمياً وفي الاردن محلياً .

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

(3 . 1) مقدمة

(3 . 2) منهج الدراسة

(3 . 3) مجتمع الدراسة

(3 . 4) عينة الدراسة

(3 . 5) أدوات الدراسة

(3 . 6) متغيرات الدراسة

(3 . 7) إجراءات الدراسة

(3 . 8) التصميم والتحليل الإحصائي

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

(1 . 3) مقدمة

يتحدث هذا الفصل عن منهج البحث الذي تم إستخدامه في الدراسة كما تم التطرق إلى الأدوات الرئيسية التي إستخدمها الباحث للحصول على المعلومات والبيانات الأولية والثانوية المتعلقة بالدراسة كذلك الأساليب التي أستخدمها الباحث في التحليل الإحصائي وطرق إختبار الفرضيات ووصف مجتمع الدراسة والعينة التي جرت عليها الدراسة.

(2 . 3) منهج الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف الى العوامل المؤثرة على نية الشراء للمنتجات الرقمية المقرصنة, وتحديد أولويات تأثير تلك العوامل. ولتحقيق هذا الغرض إستخدم الباحث أسلوب المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive Analysis Method) والذي يعتمد على المسح الميداني.

(3 . 3) مجتمع الدراسة

يتألف مجتمع الدراسة من كافة طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان، والبالغ عددها (11) جامعة، وقد تم اختيار طلبة الجامعات كمجتمع للدراسة، ذلك، لأن هذه الشريحة من المجتمع الاردني هي أكثر الشرائح التي تحتاج الى استخدام المنتجات الرقمية، حيث تم اختيار الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان، وذلك لوجود نسبة مرتفعة من التنوع الطلابي فيها، لأنها أكثر عدداً من

الجامعات الحكومية في مدينة عمان، إذ قام الباحث بزيارة (5) جامعات تم اختيارها لإجراء الدراسة عليها وهي الشرق الأوسط، والعلوم التطبيقية، والبتراء، والإسراء، والزيتونة.

(4.3) عينة الدراسة

تتألف عينة الدراسة من طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان، حيث قام الباحث بتوزيع (1000) استبانة على العينة المستهدفة بالصدفة، وكانت الاجابة على الاستبيان فورية، وكان عدد الاستبانات المسترجعة (817)، وتبين أن (67) استبانة منها غير صالحة للتحليل الإحصائي، والصالحة للتحليل الإحصائي (750) استبانة بنسبة (75%) وهي نسبة كافية لإجراء التحليل الإحصائي.

(5.3) أدوات الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة لجأ الباحث إلى استخدام مصدرين أساسيين لجمع المعلومات، وهما:

1. **المصادر الثانوية:** حيث توجه الباحث في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والاجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة. وكان هدف الباحث من اللجوء للمصادر الثانوية في الدراسة، التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت في موضوعات الدراسة الحالية.

2. **المصادر الأولية:** لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تم اللجوء إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة التي قام الباحث بتطويرها كأداة رئيسية للدراسة، والتي شملت عدداً من العبارات

عكست أهداف الدراسة وأسئلتها، والتي قام المبحوثون بالإجابة عليها، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale، بحيث أخذت كل إجابة أهمية نسبية. ولأغراض التحليل تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS Ver.21.

وتضمنت الاستبانة بشكلها الأولي ستة أجزاء، هي:

الجزء الأول: الجزء الخاص بالخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من خلال (7) متغيرات وهي (الجنس؛ والعمر؛ والحالة الاجتماعية؛ وحالة الطالب؛ ومستوى السنة الدراسية؛ والجامعة؛ والكلية) لغرض وصف عينة الدراسة وإجراء بعض المقارنات لإستجابة أفراد العينة على المتغيرات موضوع الدراسة في ضوء الخصائص الديمغرافية.

توضح الجداول (1-3)، (2-3)، (3-3)، (4-3)، (5-3)، (6-3) و (7-3) الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (الجنس؛ والعمر؛ والحالة الاجتماعية؛ وحالة الطالب؛ ومستوى السنة الدراسية؛ والجامعة؛ والكلية).

إذ يوضح الجدول (1-3) أن 63.9% من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور، وما نسبته 36.1% هم من الإناث، ويعزى هذا إلى أن الفريق المسؤول عن توزيع الاستبيان كان مكوناً من الذكور فقط، الأمر الذي أدى إلى محدودية مشاركة الإناث.

الجدول (3 - 1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكور	479	63.9
	إناث	271	36.1
المجموع		750	100

وما يتعلق بمتغير العمر فقد بينت النتائج المعروضة بالجدول (3 - 2) أن 86.3% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم من 18-24 سنة، وما نسبته 12% هم ممن تتراوح أعمارهم من 25-34 سنة، وأخيراً، فقد بينت النتائج أن 1.7% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم من 35 سنة فأكثر. ويشير ذلك الى أنَّ نسبة الاقبال على التعليم الجامعي للفئة العمرية من 18-24 سنة للطلبة مرتفعة، ويدل هذا على ارتفاع مستوى التعليم بشكل عام.

الجدول (3 - 2)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
العمر	من 18 سنة - 24 سنة	647	86.3
	من 25 سنة - 34 سنة	90	12
	35 سنة فأكثر	13	1.7
المجموع		750	100

كما يبين الجدول (3-3) والمرتبطة بالحالة الاجتماعية أن 5.9% من أفراد عينة الدراسة هم من المتزوجين، وما نسبته 94.1% هم من العزاب. وسبب هذا هو الحجم الكبير للفئة العمرية

من 18- 24 سنة في العينة، وبذلك فهي الأكثر تمثيلاً للعينة، وأن الفئة العمرية هذه من النادر أن يكونوا من المتزوجين في هذا السن.

الجدول (3 - 3)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الحالة الاجتماعية	متزوج	44	5.9
	أعزب	706	94.1
المجموع		750	100

وما يتعلق بمتغير حالة الطالب فقد بينت النتائج المعروضة بالجدول (3-4) أن 80.4% من أفراد عينة الدراسة هم من المتفرغين، وما نسبته 19.6% هم من الموظفين. وسبب هذا هو الحجم الكبير للفئة العمرية من 18- 24 سنة في العينة، وبذلك فهي الأكثر تمثيلاً للعينة، وأن الفئة العمرية هذه من النادر أن يكونوا من الموظفين.

الجدول (3 - 4)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير حالة الطالب

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
حالة الطالب	متفرغ	603	80.4
	موظف	147	19.6
المجموع		750	100

أما بما يتعلق بمتغير مستوى السنة الدراسية ، وكما هو موضح بالجدول (3-5) فقد تبين أنَّ 14.9% من أفراد عينة الدراسة هم من الملتحقين بسنة الدراسة الاولى، وأنَّ 29.3% من أفراد عينة الدراسة هم من الملتحقين بسنة الدراسة الثانية، كما بينت النتائج أنَّ نسبة أفراد عينة الدراسة من الملتحقين بسنة الدراسة الثالثة ما مجمله 22.7%، وبلغت نسبة أفراد عينة الدراسة من الملتحقين بسنة الدراسة الرابعة ما مجمله 27.9%، وأخيراً، تبين أنَّ 5.2% من أفراد عينة الدراسة هم من الملتحقين بسنة الدراسة الخامسة. نجد أنَّ عدد الطلبة من السنة الاولى الى السنة الرابعة متقارب، وسبب هذا التوزيع لعينة الدراسة هو أنَّ الطلبة في جميع الاختصاصات يمرون بالمراحل من السنة الاولى حتى الرابعة، أما بالنسبة لانخفاض عدد الطلبة في السنة الخامسة، فذلك لأنَّ الاختصاصات التي تحتاج الى الإستكمال بسنة خامسة قليلة.

الجدول (3 - 5)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى السنة الدراسية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
مستوى السنة الدراسية	الاولى	112	14.9
	الثانية	220	29.3
	الثالثة	170	22.7
	الرابعة	209	27.9
	الخامسة	39	5.2
المجموع		750	100

وبالنسبة لمتغير الجامعة وكما هو موضح بالجدول (3-6) فقد تبين أن 20% من أفراد عينة الدراسة هم من طلبة جامعة الشرق الأوسط، وأن 20.3% من أفراد عينة الدراسة هم من طلبة جامعة العلوم التطبيقية، كما بينت النتائج أن نسبة أفراد عينة الدراسة من جامعة البترا ما مجمله 20%، وبلغت نسبة أفراد عينة الدراسة من جامعة الإسراء ما مجمله 20%، وأخيراً، أظهرت النتائج أن 19.7% من أفراد عينة الدراسة هم من طلبة جامعة الزيتونة. ويتضح من ذلك أن توزيع عدد العينة بين الجامعات محل الدراسة متقارب.

الجدول (3 - 6)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجامعة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجامعة	الشرق الأوسط	150	20
	العلوم التطبيقية	152	20.3
	البترا	150	20
	الإسراء	150	20
	الزيتونة	148	19.7
المجموع		750	100

وأما بما يتعلق بمتغير الكلية، فالجدول (3 - 7) يوضح العدد والنسبة المئوية لأفراد عينة الدراسة المشمولين فيها من كل كلية. يتضح من ذلك أن كلية الأعمال هي الأكثر تمثيلاً في عينة الدراسة، ويعود ذلك إلى أنها تحوي العديد من الاختصاصات عن غيرها من الكليات وأيضاً يليها كذلك كلية الهندسة في عدد الاختصاصات. ومن خلال الجدول يتضح أيضاً أن كلية الزراعة هي الأقل تمثيلاً لعينة الدراسة، وذلك لندرة وجودها ضمن الكليات في الجامعات الخاصة بشكل عام.

الجدول (3 - 7)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الكلية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الكلية	الأداب والعلوم	96	12.8
	تكنولوجيا المعلومات	81	10.8
	الإعلام	23	3.1
	الأعمال	260	34.7
	الهندسة	137	18.3
	الحقوق	21	2.8
	العلوم التربوية	17	2.3
	العمارة والتصميم	38	5.1
	الصيدلة	51	6.8
	الزراعة	3	0.4
	التمريض	23	3.1
المجموع		750	100

الجزء الثاني: تضمن مقياس المخاطر المدركة عبر ثلاثة أبعاد رئيسة، وهي (المخاطر المالية؛

والمخاطر الوظيفية؛ والمخاطر المادية)، حيث أُنعمد في تطوير فقراتها على دراسات (Chiou, Huang

& Lee, 2005 ; Hsu & Shiue, 2008 ; Lorde, Devonish & Beckles, 2010; Yoon,

2012; Jeong & Khouja, 2012; Apigian, 2011) وتضمنت (15) عبارة لقياسها، وكانت

العبارات مقسمة على النحو الآتي:

المخاطر المدركة	المخاطر المالية	المخاطر الوظيفية	المخاطر المادية
عدد العبارات	5	5	5
ترتيب العبارات	1 - 5	6 - 10	11 - 15

الجزء الثالث: تضمن مقياس العامل الأخلاقي والثقافي عبر ثلاثة أبعاد رئيسة، وهي (الإلتزام الأخلاقي؛ والتدين؛ والمعايير الشخصية)، حيث أُعتمد في تطوير فقراتها على دراسات (Villazon & Adviser- Cavico, 2004; Chiou, Huang & Lee, 2005 ; Al-Rafee & Cronan, 2006 ; Cronan & Al-Rafee, 2008; Lorde, Devonish & Beckles, 2010; Sheehan, Tsao & Yang, 2010; Yoon, 2011; Cockrill & Goode, 2012; Robertson, McNeill, Green & Yoon, 2012; Roberts, 2012; Apigian, 2012; Yoon, 2012) وتضمنت (15) عبارة لقياسها، وكانت العبارات مقسمة على النحو الآتي:

المعايير الشخصية	التدين	الإلتزام الأخلاقي	العامل الأخلاقي والثقافي
5	5	5	عدد العبارات
30 – 26	25 – 21	20 – 16	ترتيب العبارات

الجزء الرابع: تضمن مقياس التشريعات والقوانين (5) فقرات لقياسها، حيث أُعتمد في تطوير فقراتها على دراسات (Chiou, Huang & Lee, 2005; Lorde, Devonish & Beckles, 2010;) (Sheehan, Tsao & Yang, 2010; Apigian, 2012) وكانت العبارات مرتبة من السؤال (31) إلى السؤال (35).

الجزء الخامس: تضمن مقياس المنافع المدركة عبر بعدين رئيسيين، وهي (السهولة؛ والسعر)، حيث أُعتمد في تطوير فقراتها على دراسات (Chiou, Huang & Lee, 2005; Lorde, Devonish & Beckles, 2010; Cockrill & Goode, 2012; Sheehan, Tsao & Yang, 2010; Yoon,

(7) فقرات (2011; Apigian, 2012; Rahman, Haque & Rahman, 2013)، وتضمنت فقرات

لقياسها، وكانت العبارات مقسمة على النحو الآتي:

المنافع المدركة	السهولة	السعر
عدد العبارات	4	3
ترتيب العبارات	39 – 36	42 – 40

الجزء السادس: تضمن مقياس نية الشراء (11) عبارة لقياسها، حيث أُعتمد في تطوير فقراتها على دراسات (Villazon & Adviser-Cavico, 2004; Chiou, Huang & Lee, 2005; Cronan & Al-Rafee, 2008; Lorde, Devonish & Beckles, 2010; Cockrill & Goode, 2012; Yoon, 2012; Al-Rafee & Dashti, 2012)، وكانت العبارات مرتبة من السؤال (43) إلى السؤال (53).

وقد تراوح مدى الاستجابة من (1 - 5) وفق مقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale

كالآتي:

بدائل الإجابة	أُتفق كلياً	أُتفق	محايد	لا أُتفق	لا أُتفق إطلاقاً
الدرجة	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

وبهذا تكونت الاستبانة (أداة الدراسة) وبشكلها النهائي من (53) عبارة بمقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale. حيث مُثلت الإجابة بـ (1) لا أُتفق إطلاقاً؛ (2) لا أُتفق؛ (3) محايد (التوسط بالموافقة)؛ (4) أُتفق؛ (5) أُتفق كلياً.

كما عمل الباحث على التأكد من صدق الأداة وثباتها كما يلي:

أ) الصدق الظاهري

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (8) أساتذة من أعضاء الهيئة التدريسية متخصصين في إدارة الأعمال، والتسويق، والأعمال الالكترونية، وأسماء المحكمين بالملحق رقم (1)، وقد تمت الاستجابة لآراء المحكمين وتم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية كما موضح بالملحق رقم (2).

ب) ثبات إداة الدراسة

قام الباحث باستخدام اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، لقياس مدى التماسق في إجابات المبحوثين على كل الأسئلة الموجودة في المقياس، وعلى الرغم من أن قواعد القياس في القيمة الواجب الحصول عليها غير محددة، إلا أن الحصول على ($\text{Alpha} \geq 0.60$) يُعد في الناحية التطبيقية للعلوم الإدارية والإنسانية بشكل عام أمراً مقبولاً (Sekaran & Bougie, 2010, P. 184). والجدول (3 - 8) يبين نتائج أداة الثبات لهذه الدراسة.

الجدول (3 - 8)

معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)

ت	المتغير	عدد العبارات	قيمة كرونباخ ألفا
1	المخاطر المدركة	15	0.709
1.1	المخاطر المالية	5	0.669
2.1	المخاطر الوظيفية	5	0.645
3.1	المخاطر المادية	5	0.687
2	العامل الأخلاقي والثقافي	15	0.864
1.2	الإلتزام الأخلاقي	5	0.769
2.2	التدين	5	0.717
3.2	المعايير الشخصية	5	0.762
3	القوانين والتشريعات	5	0.687
4	المنافع المدركة	9	0.760
1.4	السهولة	5	0.694
2.4	السعر	4	0.683
5	نية الشراء	11	0.777

إذ يوضح الجدول (3 - 8) قيم الثبات لمتغيرات الدراسة الرئيسة والتي تراوحت بين (0.687)

للتشريعات والقوانين كحد أدنى، و (0.864) للعامل الأخلاقي والثقافي كحد أعلى. وتدل مؤشرات

كرونباخ ألفا Cronbach Alpha أعلاه على تمتع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عالٍ

وبقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة وفقاً لـ (Sekaran & Bougie, 2010, P. 184).

(3 . 6) متغيرات الدراسة

تتألف هذه الدراسة من **المتغيرات المستقلة** وهي: عامل المخاطر المدركة بأبعاده (المخاطر المالية، المخاطر المادية، المخاطر الوظيفية)، العامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي، التدنّ، المعايير الشخصية)، وعامل التشريعات والقوانين، عامل المنافع المدركة ببعديه (السهولة، السعر).

المتغير التابع وهو: النية لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

(3 . 7) إجراءات الدراسة

قام الباحث بالاجراءات التالية:

- ❖ قام الباحث بالعمل على تصميم وتطوير الاستبانة بالشكل المناسب وتبني بعض العبارات التي يمكن أن تتناسب متغيرات الدراسة الحالية من دراسات أجريت وخضعت لقياس الثبات والصدق في متغيراتها ليسهل إعتماها في الدراسة الحالية.
- ❖ قام الباحث بتحكيم إستبانة الدراسة من قبل المختصين ليتم توزيعها على المبحوثين بصورتها النهائية.
- ❖ قام الباحث بالحصول على الموافقة بتوزيع الاستبانات على المبحوثين حسب الاصول من الجامعات عينة الدراسة.
- ❖ قام الباحث بتوزيع الاستبانة على المبحوثين ثم جمع كافة ما وزع من هذه الاستبانات ليصار إلى ترميزها وتفرغها ضمن البرنامج الإحصائي المناسب.
- ❖ العمل على إدخال وترميز الإستبانات للشروع في عملية تحليلها.

❖ إجراء التحليل للوصول الى مناقشة النتائج التي تم التحصل عليها.

❖ مناقشة النتائج وكتابة التوصيات التي تخدم الدراسة والجامعات المبحوثة ضمن آليات تنفيذ

قابلة للتطبيق.

(3 . 8) التصميم والتحليل الإحصائي

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها لجأ الباحث إلى الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences الإصدار الحادي والعشرين SPSS Ver.21 . وقد قام الباحث من خلاله بتطبيق الأساليب التالية:

❖ أساليب الإحصاء الوصفي، والمتضمنة:

- التكرارات والنسب المئوية Frequencies & Percent بهدف تحديد مؤشرات القياس المعتمدة في الدراسة وتحليل خصائص عينة الدراسة ديموغرافياً .
- المتوسطات الحسابية Arithmetic Mean لتحديد مستوى إستجابة أفراد وحدة المعاينة والتحليل عن متغيراتها.
- الانحراف المعياري Standard Deviation لقياس درجة تباعد إستجابات أفراد وحدة المعاينة والتحليل عن وسطها الحسابي.
- معادلة طول الفئة والتي تقضي بقياس مستوى الأهمية لمتغيرات الدراسة، والذي تم إحتسابه وفقاً للمعادلة التالية:

$$\begin{aligned} & \frac{\text{العلامة القصوى - العلامة الدنيا}}{3} = \text{مدى التطبيق} \\ & 1.33 = \frac{5 - 1}{3} = \text{مدى التطبيق} \end{aligned}$$

وبناء على ذلك يكون:

الأهمية المنخفضة من 1 إلى أقل من 2.33

الأهمية المتوسطة من 2.33 لغاية 3.66

الأهمية المرتفعة من 3.67 فأكثر.

❖ أساليب الإحصاء الاستدلالي، والمتضمنة:

- معامل كرونباخ ألفا Cronbach Alpha لقياس ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) ومقدار الإتساق الداخلي لها. ودرجة مصداقية الإجابات عن فقرات الاستبانة.
- معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor واختبار التباين المسموح Tolerance للتأكد من عدم وجود تعددية ارتباط Multicollinearity بين المتغيرات المستقلة.
- تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis وذلك للتحقق من أثر مجموعة من المتغيرات المستقلة على متغير تابع واحد.
- تحليل الانحدار البسيط Simple Regression Analysis وذلك للتحقق من أثر متغير مستقل واحد على متغير تابع واحد.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

(1 . 4) مقدمة

(2 . 4) تحليل بيانات الدراسة

(3 . 4) تحليل مدى ملائمة البيانات لإفترضات اختبار فرضيات الدراسة

(4 . 4) اختبار فرضيات الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

(1 . 4) مقدمة

يستعرض هذا الفصل نتائج التحليل الإحصائي لاستجابة أفراد عينة الدراسة للمتغيرات التي اعتمدت فيها من خلال عرض المؤشرات الإحصائية الأولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة والأهمية النسبية، كما يتناول الفصل اختبار فرضيات الدراسة والدلالات الإحصائية الخاصة بكل منها.

(2 . 4) تحليل بيانات الدراسة

(1 . 2 . 4) المخاطر المدركة

لوصف وتحليل المخاطر المدركة (المخاطر المالية ؛ المخاطر الوظيفية ؛ المخاطر المادية) ، يستخدم الباحث المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية العبارة، كما هو موضح بالجدول (1 - 4) ، (2 - 4) و (3 - 4).

إذ يوضح الجدول (1 - 4) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالمخاطر المالية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.27 - 4.13) بمتوسط كلي مقداره (3.79) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للمخاطر المالية. إذ جاءت في المرتبة الأولى

عبارة "قيمة المنتج الرقمي المقرصن أقل من الثمن الذي دفع للحصول عليه" بمتوسط حسابي بلغ (4.13) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.79)، وانحراف معياري بلغ (1.028)، فيما حصلت العبارة "يترتب على المستخدم للمنتج المقرصن غرامات مالية" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.27) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.79) وانحراف معياري (1.342)، إذ نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالمخاطر المالية أقل من المتوسط الحسابي وأقرب إلى الصفر، وبالنظر إلى الانحراف المعياري العام للمخاطر المالية والبالغ (0.616) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب إلى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية المخاطر المالية في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، وهذا يدل على اهتمام طلبة الجامعات بجانب المخاطر المالية الناتجة عن شراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

جدول (4 - 1)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية المخاطر المالية

ت	المخاطر المالية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
1	قيمة المنتج الرقمي المقرصن أقل من الثمن الذي دفع للحصول عليه	4.13	1.028	1	مرتفعة
2	يترتب على المستخدم للمنتج المقرصن غرامات مالية	3.27	1.342	5	متوسطة
3	تقوم شركات المنتجات الرقمية المرخصة بزيادة مستويات الأمان لمنتجاتها مما يؤدي لرفع أسعارها	3.93	1.080	3	مرتفعة
4	من الصعب استعادة الأموال المدفوعة في المنتجات الرقمية المقرصنة والحصول على تعويض عن الأضرار الناجمة عنها	3.97	1.150	2	مرتفعة
5	تحتاج لدفع مبالغ لإصلاح أو شراء كمبيوتر جديد كضريبة لاستخدام المنتجات الرقمية المقرصنة	3.67	1.163	4	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للمخاطر المالية	3.79	0.616	-	مرتفعة

كما يوضح الجدول (4 - 2) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالمخاطر الوظيفية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.56 - 3.90) بمتوسط كلي مقداره (3.69) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للمخاطر الوظيفية. إذ جاءت في المرتبة الأولى عبارة "المنتجات الرقمية المقرصنة قد تتسبب بتلف برامج وملفات أخرى موجودة في كمبيوتر الشخص" بمتوسط حسابي بلغ (3.90) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.69)، وانحراف معياري بلغ (1.136)، فيما حصلت العبارة "لا تعمل بعض المنتجات الرقمية المقرصنة إلا بوجود رمز سري خاص بالمنتج الرقمي المرخص" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.56) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.69) وانحراف معياري (1.179)، إذ نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالمخاطر الوظيفية أقل من المتوسط الحسابي وأقرب إلى الصفر، وبالنظر إلى الانحراف المعياري العام للمخاطر الوظيفية والبالغ (0.669) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب إلى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية المخاطر الوظيفية في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، وهذا يدل على اهتمام طلبة الجامعات بجانب المخاطر الوظيفية الناتجة عن شراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

جدول (4 - 2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية المخاطر الوظيفية

ت	المخاطر الوظيفية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
6	لا تعمل المنتجات الرقمية المقرصنة بشكل صحيح	3.60	1.165	4	متوسطة
7	لا يمكن اصلاح المنتجات الرقمية المقرصنة في حال تلفها	3.69	1.158	3	مرتفعة
8	لا تحتوي المنتجات الرقمية المقرصنة على جميع وظائف المنتجات الرقمية المرخصة	3.75	1.105	2	مرتفعة
9	لا تعمل بعض المنتجات الرقمية المقرصنة إلا بوجود رمز سري خاص بالمنتج الرقمي المرخص	3.56	1.179	5	متوسطة
10	المنتجات الرقمية المقرصنة قد تتسبب بتلف برامج وملفات اخرى موجودة في كمبيوتر الشخص	3.90	1.136	1	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للمخاطر الوظيفية	3.69	0.669	-	مرتفعة

وبين الجدول (4 - 3) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالمخاطر المادية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.45 - 4.07) بمتوسط كلي مقداره (3.78) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للمخاطر المادية. إذ جاءت في المرتبة الأولى عبارة "من خلال المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن تحميل الفيروسات وبرامج التجسس على كمبيوتر الشخص" بمتوسط حسابي بلغ (4.07) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.78)، وانحراف معياري بلغ (1.035)، فيما حصلت العبارة "بعد شراء المنتج الرقمي المقرصن اشعر أنه لا يلبي احتياجاتي" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.45) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.78) وانحراف معياري (1.216)، إذ نلاحظ أن جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالمخاطر المادية أقل من المتوسط الحسابي وأقرب إلى الصفر، وبالنظر إلى الانحراف المعياري العام للمخاطر المادية والبالغ (0.704) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب إلى الصفر، ومن

خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية المخاطر المادية في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، وهذا يدل على اهتمام طلبة الجامعات بجانب المخاطر المادية الناتجة عن شراء المنتجات الرقمية المقرصنة.

جدول (4 - 3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية المخاطر المادية

ت	المخاطر الوظيفية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
11	بعد شراء المنتج الرقمي المقرصن اشعر أنه لا يلبي احتياجاتي	3.45	1.216	5	متوسطة
12	يؤدي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عبر الانترنت الى تقليل كفاءة الانترنت ويطئه	3.72	1.255	4	مرتفعة
13	يؤدي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عبر الانترنت الى كشف معلوماتي الشخصية لأصحاب الاعمال غير المشروعة (المقرصنين)	3.78	1.076	3	مرتفعة
14	من خلال المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن تحميل الفيروسات وبرامج التجسس على كمبيوترى الشخصي	4.07	1.035	1	مرتفعة
15	يترتب على الطالب أضرار مادية لعدم معرفته بالمشاكل الناتجة عن شراء المنتجات الرقمية المقرصنة واستخدامها	3.90	1.138	2	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للمخاطر المادية	3.78	0.704	-	مرتفعة

(2 . 2 . 4) العامل الأخلاقي والثقافي

لوصف وتحليل العامل الأخلاقي والثقافي (الإلتزام الأخلاقي ؛ التدبُّن ؛ المعايير الشخصية)،

إستخدم الباحث المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية العبارة، كما هو موضح بالجدول

(4 - 4) ، (5 - 4) و (6 - 4).

إذ يوضح الجدول (4 - 4) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالالتزام الأخلاقي. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (2.99 - 3.72) بمتوسط كلي مقداره (3.36) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المتوسط للالتزام الأخلاقي. إذ جاءت في المرتبة الأولى عبارة "قد يؤدي استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة الى الاضرار بأجهزة الكمبيوتر التابعة للجامعة التي ادرس بها، وهذا لا ينسجم مع مبادئ الأخلاقية." بمتوسط حسابي بلغ (3.72) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.36)، وانحراف معياري بلغ (1.136)، فيما حصلت العبارة "أشعر بالذنب في حال شرائي و استخدامي للمنتجات الرقمية المقرصنة" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (2.99) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.36) وانحراف معياري (1.448)، إذ نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالالتزام الأخلاقي أقل من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، وبالنظر الى الانحراف المعياري العام للالتزام الأخلاقي والبالغ (0.936) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية الالتزام الأخلاقي في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً، وهذا يدل على ضعف الالتزام الأخلاقي، وعدم اهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس.

جدول (4 - 4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية الالتزام الأخلاقي

ت	الالتزام الأخلاقي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
16	شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ضد مبادئ الأخلاقية	3.55	1.383	2	متوسطة
17	اتلقى في حال استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة اراء سلبية من العائلة والاصدقاء	3.15	1.277	4	متوسطة
18	قد يؤدي استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة الى الاضرار بأجهزة الكمبيوتر التابعة للجامعة التي ادرس بها، وهذا لا ينسجم مع مبادئ الأخلاقية.	3.72	1.136	1	مرتفعة
19	من الخطأ اخلاقياً شراء واستخدام المنتجات الرقمية المقرصنة	3.39	1.293	3	متوسطة
20	أشعر بالذنب في حال شرائي و استخدامي للمنتجات الرقمية المقرصنة	2.99	1.448	5	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للالتزام الأخلاقي	3.36	0.936	-	متوسطة

كما يوضح الجدول (4 - 5) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالتدين، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.70 - 4.03) بمتوسط كلي مقداره (3.82) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للتدين. إذ جاءت في المرتبة الأولى عبارة "الدين يشجع على معاقبة المعتدين على حقوق ملكية الآخرين" بمتوسط حسابي بلغ (4.03) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.82)، وانحراف معياري بلغ (1.083)، فيما حصلت العبارة "الدين يحض على الحصول على المنتجات الرقمية من مصدرها الاصلي" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.70) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.82) وانحراف معياري (1.260)، إذ نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالتدين أقل من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، وبالنظر الى الانحراف المعياري العام للتدين والبالغ (0.810) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي

وأقرب الى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية التدّين في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، وهذا يدل على قوة بُعد التدّين، واهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس.

جدول (4 - 5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية التدّين

ت	التدّين	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
21	الدين يحفز الاعتقاد بأنَّ شراء واستخدام المنتجات الرقمية المقرصنة هي اقرب للسرقة	3.82	1.199	3	مرتفعة
22	معتقداتي الدينية تمنعني من استغلال حقوق الآخرين من خلال استخدامي للمنتجات الرقمية المقرصنة	3.84	1.086	2	مرتفعة
23	الدين يحض على الحصول على المنتجات الرقمية من مصدرها الاصلي	3.70	1.260	5	مرتفعة
24	اعتقد أنه في حال شراني واستخدامي للمنتجات الرقمية المقرصنة فأنتني أقوم بعمل غير صالح ويضر بالآخرين	3.72	1.271	4	مرتفعة
25	الدين يشجع على معاقبة المعتدين على حقوق ملكية الآخرين	4.03	1.083	1	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للتدّين	3.82	0.810	-	مرتفعة

وبين الجدول (4 - 6) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالمعايير الشخصية. حيث

تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.07 - 3.69) بمتوسط كلي مقداره (3.26) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المتوسط للمعايير الشخصية، إذ جاءت في المرتبة الأولى عبارة "الأشخاص المهمين بالنسبة لي ينصحوني بشراء المنتجات الرقمية المرخصة بدلاً من المقرصنة منها" بمتوسط حسابي بلغ (3.69) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.26)، وانحراف معياري بلغ (1.203)، فيما حصلت العبارة "أغلب زملائي في الجامعة يستخدمون المنتجات

الرقمية المرخصة بدلاً من المقرصنة منها" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.07) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.26) وانحراف معياري (1.294)، إذ نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالمعايير الشخصية أقل من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، وبالنظر الى الانحراف المعياري العام للمعايير الشخصية والبالغ (0.913) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية المعايير الشخصية في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً، وهذا يدل على ضعف المعايير الشخصية، وعدم اهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس.

جدول (4 - 6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية المعايير الشخصية

ت	المعايير الشخصية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
26	الأشخاص المهمين بالنسبة لي ينصحوني بشراء المنتجات الرقمية المرخصة بدلاً من المقرصنة منها	3.69	1.203	1	مرتفعة
27	في حال استخدمي للمنتجات الرقمية المقرصنة فإنَّ معظم الأشخاص المهمين بالنسبة لي لا يوافقون على ذلك	3.29	1.186	2	متوسطة
28	زملائي بالدراسة يعتقدون أنَّ استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة عمل خاطئ	3.16	1.299	3	متوسطة
29	أغلب زملائي في الجامعة يستخدمون المنتجات الرقمية المرخصة بدلاً من المقرصنة منها	3.07	1.294	5	متوسطة
30	أشعر بالحرج عند اعطاء نسخ من المنتجات الرقمية المقرصنة لأصدقائي في الجامعة	3.10	1.383	4	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للمعايير الشخصية	3.26	0.913	-	متوسطة

(4 . 2 . 3) القوانين والتشريعات

لوصف وتحليل القوانين والتشريعات، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية العبارة، كما هو موضح بالجدول (4 - 7).

إذ يوضح الجدول (4 - 7) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالقوانين والتشريعات. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.47 - 3.97) بمتوسط كلي مقداره (3.79) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للقوانين والتشريعات. إذ جاءت في المرتبة الأولى عبارة "ضعف الرقابة الحكومية أدى إلى انتشار المنتجات الرقمية المقرصنة" بمتوسط حسابي بلغ (3.97) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.79)، وانحراف معياري بلغ (1.204)، فيما حصلت العبارة الأشخاص الذين يستخدمون المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن تغريمهم مالياً " على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.47) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.79) وانحراف معياري (1.210)، إذ نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالتشريعات والقوانين أقل من المتوسط الحسابي وأقرب إلى الصفر، وبالنظر إلى الانحراف المعياري العام للتشريعات والقوانين والبالغ (0.786) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب إلى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية التشريعات والقوانين في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، وهذا يدل على قوة عامل القوانين والتشريعات، واهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس.

جدول (4 - 7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية القوانين والتشريعات

ت	القوانين والتشريعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
31	الأشخاص الذين يستخدمون المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن ملاحقتهم قانونياً	3.79	1.267	4	مرتفعة
32	الأشخاص الذين يستخدمون المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن تغريمهم مالياً	3.47	1.210	5	متوسطة
33	الأشخاص الذين يستخدمون المنتجات الرقمية المقرصنة ينتهكون حقوق الملكية الفكرية	3.94	1.068	2	مرتفعة
34	شراء المنتجات الرقمية المقرصنة يؤدي الى دعم الاعمال غير المشروعة للمقرصنين	3.82	1.141	3	مرتفعة
35	ضعف الرقابة الحكومية ادى الى انتشار المنتجات الرقمية المقرصنة	3.97	1.204	1	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للقوانين والتشريعات	3.79	0.786	-	مرتفعة

(4 . 2 . 4) المنافع المدركة

لوصف وتحليل المنافع المدركة (السهولة ؛ السعر)، إستخدم الباحث المتوسطات الحسابية

والانحرافات المعيارية، وأهمية العبارة، كما هو موضح بالجدول (4 - 8) ، (4 - 9).

إذ يوضح الجدول (4 - 8) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالسهولة. حيث تراوحت

المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.54 - 3.97) بمتوسط كلي مقداره (3.67) على مقياس

ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للسهولة. إذ جاءت في المرتبة الأولى عبارة "من السهل

الوصول الى المنتجات الرقمية المقرصنة والحصول عليها" بمتوسط حسابي بلغ (3.97) وهو أعلى من

المتوسط الحسابي العام البالغ (3.67)، وانحراف معياري بلغ (1.029)، فيما حصلت العبارة "استخدام

المنتجات الرقمية المقرصنة يساعد على محو الامية المعلوماتية" على المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط

حسابي (3.54) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.72) وانحراف معياري (1.304)، إذ

نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالسهولة أقل من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، وبالنظر الى الانحراف المعياري العام للسهولة والبالغ (0.803) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية السهولة في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، وهذا يدل على قوة بُعد السهولة بإعتبارها من المنافع المدركة، واهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس.

جدول (4 - 8)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية السهولة

ت	السهولة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
36	من السهل الوصول الى المنتجات الرقمية المقرصنة والحصول عليها	3.97	1.029	1	مرتفعة
37	تبادل المنتجات الرقمية المقرصنة وسيلة لبناء علاقات مع الآخرين	3.55	1.236	3	متوسطة
38	استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة يحسن معرفتي بالبرامج بشكل أسرع	3.62	1.208	2	متوسطة
39	استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة يساعد على محو الامية المعلوماتية	3.54	1.304	4	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للسهولة	3.67	0.803	-	مرتفعة

كما يوضح الجدول (4 - 9) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالسعر. إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.82 - 4.21) بمتوسط كلي مقداره (3.98) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع للسعر. إذ جاءت في المرتبة الأولى عبارة "قد يكون شراء المنتجات الرقمية المقرصنة وسيلة لامتلاك انواع مختلفة من البرامج الجديدة بسعر أقل" بمتوسط

حسابي بلغ (4.21) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.98)، وانحراف معياري بلغ (0.973)، فيما حصلت العبارة "اسعار شراء المنتجات الرقمية المقرصنة مناسب لدخلي" على المرتبة الرابعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.82) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.98) وانحراف معياري (1.038)، إذ نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بالسعر أقل من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، وبالنظر الى الانحراف المعياري العام للسعر والبالغ (0.773) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية السعر في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، وهذا يدل على قوة بُعد السعر باعتباره من المنافع المدركة، واهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس.

جدول (4 - 9)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية السعر

ت	السعر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
40	قد يكون شراء المنتجات الرقمية المقرصنة وسيلة لامتلاك انواع مختلفة من البرامج الجديدة بسعر أقل	4.21	0.973	1	مرتفعة
41	اسعار شراء المنتجات الرقمية المقرصنة مناسب لدخلي	3.82	1.038	3	مرتفعة
42	استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة بشكل واسع يجبر شركات المنتجات الرقمية المرخصة على تخفيض أسعارها	3.93	1.102	2	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للسعر	3.98	0.773	-	مرتفعة

(4 . 2 . 5) نية الشراء

لوصف وتحليل نية الشراء، إستخدم الباحث المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وأهمية

العبارة، كما هو موضح بالجدول (4 - 10).

إذ يوضح الجدول (4 - 10) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بنية الشراء. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.27 - 3.95) بمتوسط كلي مقداره (3.55) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المتوسط لنية الشراء. إذ جاءت في المرتبة الأولى الفئتين "ارتفاع أسعار المنتجات الرقمية المرخصة يزيد من امكانية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ؛ الاسعار المنخفضة للمنتجات الرقمية المقرصنة تلعب دوراً مهماً في تحفيز نية الشراء لتلك المنتجات" بمتوسط حسابي بلغ (3.95) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.55)، وانحراف معياري بلغ (1.088) و (1.132) على التوالي، فيما حصلت العبارة "سبق واشتريت المنتجات الرقمية المقرصنة في الماضي" على المرتبة الحادية عشر والأخيرة بمتوسط حسابي (3.27) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (3.55) وانحراف معياري (1.422)، إذ نلاحظ أنَّ جميع الانحرافات المعيارية للعبارات الخاصة بنية الشراء أقل من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، وبالنظر الى الانحراف المعياري العام لنية الشراء والبالغ (0.692) الذي هو أقل بكثير من المتوسط الحسابي وأقرب الى الصفر، ومن خلال ذلك يظهر أنَّ مدى تشتت القيم حول متوسطها الحسابي بشكل عام قليل جداً، وهذا يدل على تجانس البيانات ودقتها.

وبشكل عام يتبين أنَّ مستوى أهمية نية الشراء في الجامعات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً، وهذا يدل على ضعف نية الشراء، وعدم اهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس.

جدول (4 - 10)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى أهمية نية الشراء

ت	نية الشراء	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب أهمية العبارة	مستوى الأهمية
43	أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة في المستقبل القريب	3.34	1.377	9	متوسطة
44	أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة اذا توفرت الفرصة لذلك	3.29	1.249	10	متوسطة
45	ارتفاع أسعار المنتجات الرقمية المرخصة يزيد من امكانية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة	3.95	1.088	1	مرتفعة
46	سبق واشترت المنتجات الرقمية المقرصنة في الماضي	3.27	1.422	11	متوسطة
47	الاسعار المنخفضة للمنتجات الرقمية المقرصنة تلعب دوراً مهماً في تحفيز نية الشراء لتلك المنتجات	3.95	1.132	1	مرتفعة
48	أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة كوني مضطر لذلك نتيجة للتكاليف التي احتملها لإكمال دراستي	3.51	1.253	6	متوسطة
49	لا أنوي شراء المنتجات الرقمية من المكتبات المرخص لها ببيعها	3.54	1.176	5	متوسطة
50	أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة مستقبلاً لأنه من السهل شرائها في مدينتي	3.42	1.244	7	متوسطة
51	أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة في حال عدم توفر المنتجات الرقمية المرخصة	3.64	1.204	4	متوسطة
52	أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة في حال عدم قيام الجامعة بتزويدي بالمنتجات الرقمية المرخصة	3.74	1.177	3	مرتفعة
53	نيبي للشراء ترتفع لعدم الدراية بالعواقب القانونية لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة	3.41	1.321	8	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لنية الشراء	3.55	0.692	-	متوسطة

(3 . 4) تحليل مدى ملائمة البيانات لإفتراضات اختبار فرضيات الدراسة

قبل البدء في تطبيق تحليل الانحدار لإختبار فرضيات الدراسة قام الباحث بإجراء بعض الإختبارات وذلك من أجل ضمان ملائمة البيانات لإفتراضات تحليل الانحدار، إذ تم التأكد من عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة Multicollinearity باستخدام معامل تضخم التباين

Variance Inflation Factor (VIF) واختبار التباين المسموح به Tolerance لكل متغير من متغيرات الدراسة مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين المسموح به (VIF) للقيمة (10). و أن تكون قيمة التباين المسموح به Tolerance أكبر من (0.05).

وتم التأكد أيضاً من إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي Normal Distribution بإحتساب معامل الإلتواء Skewness، إذ أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة معامل الإلتواء تقل عن (± 1) ، والجدول رقم (4 - 11) يبين نتائج هذه الإختبارات.

جدول (4 - 11)

نتائج اختبار تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء

ت	المتغيرات المستقلة	VIF	Tolerance	Skewness
1	المخاطر المدركة	1.288	0.776	- 0.444
2	العامل الأخلاقي والثقافي	1.532	0.653	- 0.342
3	القوانين والتشريعات	1.399	0.715	- 0.619
4	المنافع المدركة	1.076	0.930	- 0.376

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (4 - 11) عدم وجود تداخل خطي متعدد Multicollinearity بين أبعاد المتغيرات المستقلة (المخاطر المدركة ؛ العامل الأخلاقي والثقافي ؛ التشريعات والقوانين ؛ المنافع المدركة)، وإنَّ ما يؤكد ذلك قيم معيار إختبار معامل تضخم التباين (VIF) للأبعاد المتمثلة بـ (المخاطر المدركة ؛ العامل الأخلاقي والثقافي ؛ التشريعات والقوانين ؛ المنافع المدركة) والبالغة (1.288 ، 1.532 ، 1.399 ، 1.076) على التوالي والتي تقل عن (10). كما يتضح أنَّ قيم إختبار التباين المسموح به (Tolerance) تراوحت بين (0.930 - 0.653) وهي أكبر من (0.05) ويعد هذا مؤشراً على عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة. وقد تم التأكد من أنَّ البيانات تتبع التوزيع الطبيعي بإحتساب معامل الالتواء (Skewness) حيث كانت القيم أقل من (± 1) .

وتأسيساً على ما تقدم وبعد التأكد من عدم وجود تداخل خطي بين أبعاد المتغير المستقل، وإنَّ بيانات متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي فقد أصبح بالإمكان اختبار فرضيات الدراسة في الجامعات محل الدراسة.

(4 . 4) اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسة الأولى (H_{01})

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمخاطر المدركة بأبعادها (المخاطر المالية ؛ المخاطر الوظيفية ؛ المخاطر المادية) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر المخاطر المدركة بأبعادها (المخاطر المالية ؛ المخاطر الوظيفية ؛ المخاطر المادية) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 12).

جدول (4 - 12)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير المخاطر المدركة بأبعادها من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	B معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
نية الشراء	0.123	0.015	3.841	الانحدار	0.010	المخاطر المالية	2.011	0.045
				البواقي		المخاطر الوظيفية	1.347	0.178
				المجموع		المخاطر المادية	.486	0.627

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

يوضح الجدول (4 - 12) أثر المخاطر المدركة بأبعادها (المخاطر المالية ؛ المخاطر الوظيفية ؛ المخاطر المادية) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمخاطر المالية المدركة من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.123) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.015)، أي أنّ ما قيمته (0.015) من التغيرات من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في المخاطر المالية المدركة، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.080). وهذا يعني أنّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بالمخاطر المالية المدركة يؤدي إلى زيادة في نية المستهلكين لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.080). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (3.841) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الرئيسة الأولى جزئياً، وعليه ترفض الفرضية العدمية (الصفرية) جزئياً، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمخاطر المالية المدركة من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

وللتحقق من تأثير كل بعد من أبعاد المخاطر المدركة من قبل المستهلكين في نية شرائهم

للمنتجات الرقمية المقرصنة، تم تجزئة الفرضية الرئيسة الأولى إلى ثلاثة فرضيات فرعية وكما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى (H_{O1-1})

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للمخاطر المالية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند

مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين للتحقق من أثر

المخاطر المالية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 13) ،

(4 - 14).

جدول (4 - 13)

نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر المالية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة

Sig* مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	مجموع المربعات SOS	
0.004	8.504	1	الانحدار	4.040	المخاطر المالية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة
		748	البواقي	0.475	
		749	المجموع	359.386	

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ (3.853)

يوضح الجدول (4 - 13) نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر المالية ونية شراء المنتجات

الرقمية المقرصنة، الذي يوضح مدى قدرة المخاطر المالية في تفسير التباين الحاصل في نية شراء

المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمخاطر المالية في نية شراء

المنتجات الرقمية المقرصنة عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$. إذ بلغت قيمة F المحسوبة (8.504) وهي

دالة إحصائية عن مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

كما يوضح الجدول (4 - 14) تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر المالية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمخاطر المالية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.106) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.011)، أي أنَّ ما قيمته (0.011) من التغيرات في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالمخاطر المالية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.106). وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالمخاطر المالية يؤدي إلى زيادة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.106). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيم T المحسوبة وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ والبالغة (2.916). وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الفرعية الأولى، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمخاطر المالية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

جدول (4 - 14)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر المالية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة

(R^2) معامل التحديد	(R) معامل الارتباط	Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	β معامل الانحدار	نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة
0.011	0.106	0.004	2.916	0.106	

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ (1.646)

الفرضية الفرعية الثانية ($H_{O1.2}$)

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للمخاطر الوظيفية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة،

عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين للتحقق من أثر

المخاطر الوظيفية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 15) ،

(4 - 16).

جدول (4 - 15)

نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر الوظيفية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة

Sig* مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	مجموع المربعات SOS	
0.012	6.362	1	الانحدار	3.031	3.031
		748	البواقي	0.476	356.355
		749	المجموع		359.386

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ (3.853)

يوضح الجدول (4 - 15) نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر الوظيفية ونية شراء

المنتجات الرقمية المقرصنة، الذي يوضح مدى قدرة المخاطر الوظيفية في تفسير التباين الحاصل في

نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمخاطر الوظيفية في نية

شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$. إذ بلغت قيمة F المحسوبة

(6.362) وهي دالة إحصائياً عن مستوى $(\alpha \geq 0.05)$.

كما يوضح الجدول (4 - 16) تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر الوظيفية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمخاطر الوظيفية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.092) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.008)، أي أنَّ ما قيمته (0.008) من التغيرات في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالمخاطر الوظيفية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.092). وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالمخاطر الوظيفية يؤدي إلى زيادة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.092). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيم T المحسوبة وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. وبالبالغة (2.522). وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الفرعية الثانية، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمخاطر الوظيفية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

جدول (4 - 16)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر الوظيفية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة

β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدالة	(R) معامل الارتباط	(R ²) معامل التحديد
0.092	2.522	0.012	0.092	0.008

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ (1.646)

الفرضية الفرعية الثالثة (HO_{1.3})

لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للمخاطر المادية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين للتحقق من أثر المخاطر المادية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 17)، (4 - 18).

جدول (4 - 17)

نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر المادية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة

Sig* مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	مجموع المربعات SOS	
0.037	4.345	1	الانحدار	2.076	المخاطر المادية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة
		748	البواقي	0.478	
		749	المجموع	359.386	

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (3.853)

يوضح الجدول (4 - 17) نتائج اختبار تحليل التباين بين المخاطر المادية ونية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، الذي يوضح مدى قدرة المخاطر المادية في تفسير التباين الحاصل في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمخاطر المادية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$. إذ بلغت قيمة F المحسوبة (4.345) وهي دالة إحصائياً عن مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

كما يوضح الجدول (4 - 18) تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر المادية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمخاطر المادية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.076) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.006)، أي أنَّ ما قيمته (0.006) من التغيرات في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالمخاطر المادية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.076). وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالمخاطر المادية يؤدي إلى زيادة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.076). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيم T المحسوبة وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ والبالغة (2.085). وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الفرعية الثالثة، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمخاطر المادية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

جدول (4 - 18)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر المخاطر المادية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة

β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	(R) معامل الارتباط	(R ²) معامل التحديد
0.076	2.085	0.037	0.076	0.006

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ (1.646)

الفرضية الرئيسية الثانية (HO₂)

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي، التدنّي، المعايير الشخصية) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر العامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي، التدنّي، المعايير الشخصية) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 19).

جدول (4 - 19)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير العامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	B معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
نية الشراء	0.212	0.045	11.718	الانحدار	0.000	الإلتزام الأخلاقي	2.531	0.012
				البواقي		التدنّي	0.031	0.975
				المجموع		المعايير الشخصية	2.699	0.007

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

يوضح الجدول (4 - 19) أثر العامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي، التدنّي، المعايير الشخصية) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعامل الأخلاقي والثقافي ببعديه (الإلتزام الأخلاقي،

المعايير الشخصية) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.212) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.045)، أي أنَّ ما قيمته (0.045) من التغيرات من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في العامل الأخلاقي والثقافي بأبعاده (الإلتزام الأخلاقي ؛ المعايير الشخصية)، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.122) للإلتزام الأخلاقي و (0.119) للمعايير الشخصية. وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بالعامل الأخلاقي والثقافي ببعديه (الإلتزام الأخلاقي ؛ والمعايير الشخصية) يؤدي إلى زيادة في نية المستهلكين لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.122) للإلتزام الأخلاقي و (0.119) للمعايير الشخصية. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (11.718) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الرئيسة الثانية جزئياً، وعليه ترفض الفرضية العدمية (الصفريّة) جزئياً، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعامل الأخلاقي والثقافي ببعديه (الإلتزام الأخلاقي ؛ والمعايير الشخصية) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

وللتحقق من تأثير كل بعد من أبعاد العامل الأخلاقي والثقافي من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، تم تجزئة الفرضية الرئيسة الثانية إلى ثلاث فرضيات فرعية وكما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى (HO_{2.1})

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإلتزام الأخلاقي من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات

الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين للتحقق من أثر الإلتزام

الأخلاقي من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول

(20 - 4) ، (21 - 4).

جدول (4 - 20)

نتائج اختبار تحليل التباين بين الإلتزام الأخلاقي من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

Sig* مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	مجموع المربعات SOS	
0.000	27.411	1	الانحدار	12.705	الإلتزام الأخلاقي ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة
		748	البواقي	0.463	
		749	المجموع	359.386	

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (3.853)

يوضح الجدول (4 - 20) نتائج اختبار تحليل التباين بين الإلتزام الأخلاقي من قبل

المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة. الذي يوضح مدى تفسير الإلتزام الأخلاقي في

التباين الحاصل في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإلتزام

الأخلاقي في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$. إذ بلغت قيمة F المحسوبة (27.411) وهي دالة إحصائياً عن مستوى $(\alpha \geq 0.05)$.

كما يوضح الجدول (4 - 21) تحليل الانحدار البسيط لأثر الإلتزام الأخلاقي في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للإلتزام الأخلاقي في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.188) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.035)، أي أنَّ ما قيمته (0.035) من التغيرات في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالإلتزام الأخلاقي، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.188)، وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالإلتزام الأخلاقي يؤدي إلى زيادة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.188). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيم T المحسوبة وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ والبالغة (5.236). وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الفرعية الأولى، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للإلتزام الأخلاقي من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

جدول (4 - 21)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر الإلتزام الأخلاقي من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	(R) معامل الارتباط	(R ²) معامل التحديد
0.188	5.236	0.000	0.188	0.035

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ (1.646)

الفرضية الفرعية الثانية (HO_{2.2})

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتدّين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرّصة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين للتحقق من أثر التدّين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرّصة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 22)، (4 - 23).

جدول (4 - 22)

نتائج اختبار تحليل التباين بين التدّين من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرّصة

Sig* مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	مجموع المربعات SOS	
0.001	11.843	1	الانحدار	5.601	التدّين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرّصة
		748	البواقي	0.473	
		749	المجموع	359.386	

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (3.853)

يوضح الجدول (4 - 22) نتائج اختبار تحليل التباين بين التدّين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرّصة. الذي يوضح مدى تفسير التدّين للتباين الحاصل في نية شراء المنتجات الرقمية المقرّصة. إذ تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتدّين من قبل المستهلكين في نية شراء المنتجات الرقمية المقرّصة عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ ، إذ بلغت قيمة F المحسوبة (11.843) وهي دالة إحصائياً عن مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

كما يوضح الجدول (4 - 23) تحليل الانحدار البسيط لأثر التدن من قبل المستهلكين في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتدين في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.125) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.016)، أي أنّ ما قيمته (0.016) من التغيرات في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالتدين من قبل المستهلكين، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.125). وهذا يعني أنّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالتدين من قبل المستهلكين يؤدي إلى زيادة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.125). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيم T المحسوبة وهي دالة عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ والبالغة (3.441). وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الفرعية الثانية، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتدين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

جدول (4 - 23)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر التدن من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

R^2 معامل التحديد	R معامل الارتباط	Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	β معامل الانحدار	نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة
0.016	0.125	0.001	3.441	0.125	

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (1.646)

الفرضية الفرعية الثالثة (HO_{2.3})

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعايير الشخصية من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين للتحقق من أثر المعايير الشخصية من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 24).

جدول (4 - 24)

نتائج اختبار تحليل التباين بين المعايير الشخصية ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

Sig* مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	مجموع المربعات SOS	
0.000	27.029	1	الانحدار	12.534	المعايير الشخصية ونية شرايهم للمنتجات الرقمية المقرصنة
		748	البواقي	0.464	
		749	المجموع	359.386	

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (3.853)

يوضح الجدول (4 - 24) نتائج اختبار تحليل التباين بين المعايير الشخصية ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة. الذي يوضح مدى تفسير المعايير الشخصية للتباين الحاصل في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمعايير الشخصية من قبل

المستهلكين في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$. إذ بلغت قيمة F المحسوبة (27.029) وهي دالة إحصائياً عن مستوى $(\alpha \geq 0.05)$.

كما يوضح الجدول (4 - 25) تحليل الانحدار البسيط لأثر المعايير الشخصية من قبل المستهلكين في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمعايير الشخصية في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.187) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.035)، أي أنَّ ما قيمته (0.035) من التغيرات في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالمعايير الشخصية من قبل المستهلكين، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.187). وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالمعايير الشخصية من قبل المستهلكين يؤدي إلى زيادة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.187). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيم T المحسوبة وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ والبالغة (5.199). وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الفرعية الثالثة، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمعايير الشخصية من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

جدول (4 - 25)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر المعايير الشخصية من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	(R) معامل الارتباط	(R ²) معامل التحديد
0.187	5.199	0.000	0.187	0.035

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ (1.646)

الفرضية الرئيسية الثالثة (HO₃)

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتشريعات والقوانين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقق من أثر التشريعات والقوانين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 26).

جدول (4 - 26)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير التشريعات والقوانين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
نية الشراء	0.029	0.001	0.629	الانحدار 1	0.428	0.029	0.793	0.428
				البواقي 748				
				المجموع 749				

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$

يوضح الجدول (4 - 26) أثر التشريعات والقوانين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتشريعات والقوانين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.029) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.001)، أي أنّ ما قيمته (0.001) من التغيرات من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن

التغير في التشريعات والقوانين، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.029). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بالتشريعات والقوانين يؤدي إلى زيادة في نية المستهلكين لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.029). ويؤكد عدم معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (0.629) وهي غير دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. وهذا يؤكد قبول الفرضية الرئيسية الثالثة، وعليه تقبل الفرضية العدمية التي تنص على:

عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتشريعات والقوانين من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

الفرضية الرئيسية الرابعة (HO₄)

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمنافع المدركة بأبعادها (السهولة ؛ السعر) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر المنافع المدركة بأبعادها (السهولة والسعر) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 27).

جدول (4 - 27)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير المنافع المدركة بأبعادها من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	معامل الانحدار β	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
نية الشراء	0.544	0.296	157.348	الانحدار 2	0.000	السهولة 0.342	10.037	0.000
				البواقي 747				
				المجموع 749		السعر 0.300	8.782	0.000

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$

يوضح الجدول (4 - 27) أثر المنافع المدركة ببعديها (السهولة ؛ السعر) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمنافع المدركة ببعديها (السهولة ؛ السعر) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.544) عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.296)، أي أنَّ ما قيمته (0.296) من التغيرات من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في المنافع المدركة ببعديها (السهولة ؛ السعر)، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.342) للسهولة و (0.300) للسعر. وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بالمنافع المدركة ببعديها (السهولة ؛ السعر) يؤدي إلى زيادة في نية المستهلكين لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.342) للسهولة و (0.300) للسعر. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (157.348) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم قبول

الفرضية الرئيسية الرابعة، وعليه ترفض الفرضية العدمية (الصفريّة)، وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للمنافع المدركة يُبعدها (السهولة ؛ السعر) من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

وللتحقق من تأثير كل بعد من بُعدي المنافع المدركة من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، تم تجزئة الفرضية الرئيسية الرابعة إلى فرضيتين فرعيتين وكما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى (HO₄₋₁)

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للسهولة من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين للتحقق من أثر السهولة من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (28 - 4) ، (29 - 4).

جدول (28 - 4)

نتائج اختبار تحليل التباين بين السهولة من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

Sig* مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	مجموع المربعات SOS	
0.000	215.630	1	الانحدار	80.419	السهولة ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة
		748	البواقي	0.373	
		749	المجموع	359.386	

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (3.853).

يوضح الجدول (4 - 28) نتائج اختبار تحليل التباين بين السهولة من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، الذي يوضح مدى تفسير السهولة للتباين الحاصل في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للسهولة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$. إذ بلغت قيمة F المحسوبة (215.630) وهي دالة إحصائياً عن مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

كما يوضح الجدول (4 - 29) تحليل الانحدار البسيط لأثر السهولة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للسهولة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.473) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.224)، أي أنَّ ما قيمته (0.224) من التغيرات في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالسهولة، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.473). وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالسهولة يؤدي إلى زيادة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.473). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيم T المحسوبة وهي دالة عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ والبالغة (14.684). وهذا يؤكد عدم قبول الفرضية الفرعية الأولى، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للسهولة من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

جدول (4 - 29)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر السهولة من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	(R) معامل الارتباط	(R ²) معامل التحديد
0.473	14.684	0.000	0.473	0.224

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (1.646)

الفرضية الفرعية الثانية (HO_{4.2})

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للسعر من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية

المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين للتحقق من أثر السعر

من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، وكما هو موضح بالجدول (4 - 30) ،

(31 - 4).

جدول (4 - 30)

نتائج اختبار تحليل التباين بين السعر من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

Sig* مستوى الدلالة	F المحسوبة	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	مجموع المربعات SOS
0.000	188.772	1	72.421	72.421
		748	0.384	286.964
		749		359.386

*قيمة F الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (3.853)

يوضح الجدول (4 - 30) نتائج اختبار تحليل التباين بين السعر من قبل المستهلكين ونية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، الذي يوضح مدى تفسير السعر للتباين الحاصل في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ تبين وجود أثر ذي دلالة إحصائية للسعر في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$. إذ بلغت قيمة F المحسوبة (188.772) وهي دالة إحصائياً عن مستوى $(0.05 \geq \alpha)$.

كما يوضح الجدول (4 - 31) تحليل الانحدار البسيط لأثر السعر في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للسعر في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.449) عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$. أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.202)، أي أنَّ ما قيمته (0.202) من التغيرات في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالسعر، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.449). وهذا يعني أنَّ الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالسعر يؤدي إلى زيادة في نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة بقيمة (0.449). ويؤكد معنوية هذا التأثير قيم T المحسوبة وهي دالة عند مستوى $(0.05 \geq \alpha)$ والبالغة (13.739). وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الفرعية الثانية، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للسعر من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة، عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$.

جدول (4 - 31)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لأثر السعر من قبل المستهلكين في نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة

β معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	(R) معامل الارتباط	(R ²) معامل التحديد
0.449	13.739	0.000	0.449	0.202

نية شراء المنتجات
الرقمية المقرصنة

*قيمة T الجدولية عند مستوى دلالة $(0.05 \geq \alpha)$ (1.646)

الفصل الخامس

ملخص النتائج والإستنتاجات والتوصيات

(1 . 5) مقدمة

(2 . 5) مناقشة النتائج

(3 . 5) الإستنتاجات

(4 . 5) التوصيات

الفصل الخامس

ملخص النتائج والإستنتاجات والتوصيات

(5 . 1) مقدمة

يتحدث هذا الفصل عن مناقشة النتائج التي توصل إليها الباحث من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات في الفصل السابق، كما قام الباحث بوضع بعض الإستنتاجات والتوصيات في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها.

(5 . 2) مناقشة النتائج

1. بينت النتائج أنَّ مستوى أهمية بُعد المخاطر المالية لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، والذي يمكن أن يكون بسبب أنَّ قيمة المنتج الرقمي المقرصن أقل من الثمن الذي دفع للحصول عليه، وأنَّ الأموال المدفوعة فيه من الصعب استعادتها، وإنَّ زيادة مستويات الأمان للمنتجات المرخصة منها يؤدي الى رفع أسعارها، وأخيراً، يمكن القول أنَّ المبالغ المدفوعة لإصلاح أو لشراء كمبيوتر جديد نتيجة لاستخدامها.

2. كما أشارت نتائج التحليل الاحصائي أنَّ مستوى أهمية بُعد المخاطر الوظيفية لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، والذي يمكن أن يكون بسبب أنَّ المنتجات الرقمية المقرصنة تسبب تلف برامج وملفات

الكمبيوتر الشخصي، وأنها لا تحتوي على جميع الوظائف الموجودة في المنتجات المرخصة منها، وأنه من الصعب اصلاحها.

3. كما أكدت نتائج التحليل الاحصائي أنَّ مستوى أهمية بُعد المخاطر المادية لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، والذي يمكن أن يكون بسبب أنَّ المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن أن تتسبب بتلف الكمبيوتر نتيجة لتحميل الفيروسات وبرامج التجسس، وأيضاً نتيجةً للأضرار المادية المترتبة من شرائها، وكذلك مشاكل الخصوصية وكشف المعلومات الشخصية لأصحاب الاعمال المشبوهة، وأخيراً، المشاكل التقنية في الإنترنت الناتجة عن استخدامها.

4. أظهرت النتائج أنَّ مستوى أهمية بُعد الإلتزام الأخلاقي لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً، وهذه النتيجة تؤكد ضعف الإلتزام الأخلاقي، وعدم اهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس. والذي يمكن أن يكون بسبب الاعتقاد بأنَّ شراء المنتجات الرقمية المقرصنة قضية ليس لها أي علاقة بالإلتزام الأخلاقي.

5. أشارت نتائج التحليل الوصفي أنَّ مستوى أهمية بُعد التدني لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، والذي يمكن أن يكون بسبب أنَّ الذين ضد الاعتداء والاستغلال لحقوق الآخرين، وأنه يشجع على معاقبة المعتدين عليها.

6. تبين أيضاً أنَّ مستوى أهمية بُعد المعايير الشخصية لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً، وهذه النتيجة تؤكد ضعف المعايير الشخصية، وعدم اهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس. والذي يمكن أن يكون بسبب أنَّ القيم السائدة لدى الاشخاص المهمين (العائلة، الأصدقاء، الزملاء، الاشخاص المقتدى بهم) تعتبر قضية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عمل غير خاطئ.

7. تدل الدراسة على أنَّ مستوى أهمية التشريعات والقوانين لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، والذي يمكن أن يكون بسبب اليقين بأنَّ التشريعات والقوانين يجب أن يكون لها دور فاعل في مكافحة انتشار المنتجات الرقمية المقرصنة.

8. كما وأضافت الدراسة أنَّ مستوى أهمية بُعد السهولة لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، والذي يمكن أن يكون بسبب سهولة الوصول الى المنتجات الرقمية المقرصنة، وكذلك تنمية المعرفة بالبرامج بشكل أسرع.

9. كما بينت نتائج التحليل أنَّ مستوى أهمية بُعد السعر لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً، والذي يمكن أن يكون بسبب أنَّ شراء المنتجات الرقمية المقرصنة وسيلة لامتلاك أنواع مختلفة من البرامج الجديدة بسعر أقل وكذلك أنَّ استخدامها يجبر الشركات المنتجة والموزعة للمنتجات المرخصة منها الى تخفيض أسعار منتجاتها.

10. كما وأشارت الدراسة الى أنَّ مستوى أهمية نية الشراء لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً، وهذه النتيجة تؤكد ضعف نية الشراء، وعدم اهتمام طلبة الجامعات بهذا الموضوع الحساس. والذي يمكن أن يكون بسبب أنَّ الدراية بالعواقب القانونية لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة تخفض من نية شرائها.

11. حيث تشير الدراسة الى وجود أثر للمخاطر المدركة من حيث بُعد المخاطر المالية والذي يؤثر على نية الشراء لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان من وجهة نظر عينة الدراسة عند مستوى دلالة ($0.05 \geq \alpha$)، في حين لم يتبين أي أثر لبُعدي المخاطر الوظيفية والمخاطر المادية على نية الشراء عند اختبار تأثير الأبعاد مجتمعة، على الرغم من وجود تأثير على المدى البعيد لهما عند اختبار كل منهما بشكل منفرد لوحده. واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Hsu & Shiue (2008) التي أُجريت على عينة من طلبة المدارس الثانوية، والكليات في تايوان، حيث أظهرت الدراسة أنَّ المخاطر المدركة لها تأثير من حيث بُعد المخاطر الاجتماعية على رغبة شراء المنتجات الغير مقرصنة، فيما لم يتبين أي أثر لبُعدي خطر الملاحقة القضائية ومخاطر الأداء على ذلك. واتفقت النتائج مع دراسة (Bo Dai, Forsythe & Kwon (2014) التي أُجريت على عينة من طلبة جامعة ساوثاسترن في الولايات المتحدة الامريكية، حيث توصلت الى أنَّ هناك تأثير للمخاطر المدركة من حيث بُعد المخاطر المالية على نية الشراء عبر الانترنت، فيما لم يتبين أي أثر لبُعدي المخاطر الوظيفية ومخاطر المنتج على ذلك.

12. وجود أثر ذي دلالة احصائية للعامل الأخلاقي والثقافي لبُعدي (الإلتزام الأخلاقي، والمعايير الشخصية) على نية الشراء لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان

من وجهة نظر عينة الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$. في حين لم يتبين أي أثر لُبعد التدنّي على ذلك عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ عند اختبار تأثير الأبعاد مجتمعة، على الرغم من وجود تأثير على المدى البعيد له عند اختباره منفرداً. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة Aleassa, Pearson & McClur (2011) حيث توصلت الى وجود تأثير ذي دلالة احصائية للمعايير الشخصية والاتجاهات على نية قرصنة البرمجيات في الجامعات الاردنية، في حين لم يتبين أي دور لتأثير التدنّي على ذلك.

13. توصلت الدراسة الى عدم وجود أي تأثير للتشريعات والقوانين على نية الشراء لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان من وجهة نظر عينة الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$. إذ اختلفت هذه النتيجة مع دراسة هنانده (2010)، والتي أُجريت على عينة من مستخدمي جهاز الكمبيوتر في الأردن، حيث توصلت الى وجود أثر لتطبيق التشريعات والقوانين في الحد من قرصنة البرمجيات، واختلفت أيضاً هذه النتيجة مع دراسة Coyle, Gould, Gupta & Gupta (2009) التي أُجريت على عينة من طلبة جامعة ميدويسترن في الولايات المتحدة الامريكية، حيث توصلت الى وجود أثر للقوانين على نية قرصنة الموسيقى.

14. أكدت الدراسة على وجود أثر ذي دلالة احصائية لتأثير المنافع المدركة بُبعديه (السهولة والسعر) على نية الشراء لدى طلبة الجامعات الاردنية الخاصة في مدينة عمان من وجهة نظر عينة الدراسة عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ عند اختبار تأثيرها مجتمعين، وأيضاً وجود تأثير على المدى البعيد لهما عند اختبار كل منهما بشكل منفرد لوحده. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة

(Setiawan & Tjiptono 2013) التي أُجريت على عينة من طلبة الجامعات الإندونيسية، حيث

أشارت الى عدم وجود تأثير للمنافع المدركة بأبعادها على نية الزبون لقرصنة المنتجات الرقمية.

(3 . 5) الإستنتاجات

بناءً على النتائج، يمكن التوصل الى الإستنتاجات التالية:

1. إنّ المستهلكين يعتقدون وبشكل عام بأنّ المخاطر المالية المدركة هي الأهم تأثير على نية شرائهم

للمنتجات الرقمية المقرصنة.

2. إنّ المستهلكين يعتقدون وبشكل عام بأنّ كل من الإلتزام الأخلاقي، والمعايير الشخصية الممثلة

للجانِب الأخلاقي والثقافي هما الأهم تأثير على نية شرائهم للمنتجات الرقمية المقرصنة.

3. إنّ المستهلكين يعتقدون وبشكل عام بعدم وجود تأثير للتشريعات والقوانين على نية شرائهم

للمنتجات الرقمية المقرصنة، على الرغم من أهميتها.

4. إنّ سهولة وسرعة الوصول الى المنتجات الرقمية المقرصنة، وحساسية المستهلكين للسعر هما

الأهم تأثير على نية شراء المستهلكين للمنتجات الرقمية المقرصنة.

(4 . 5) التوصيات

من خلال الإستنتاجات التي بنيت على النتائج التي توصلت إليها الدراسة يقترح الباحث بعض

التوصيات كما يلي:

1. ضرورة وأهمية قيام الجهات صاحبة العلاقة بتوعية المستهلك حول التبعات القانونية والمخاطر الناجمة عن استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة بكافة أشكالها.
2. أن تقوم الجامعات بإدخال مساقات مرتبطة بأخلاقيات كيفية التعامل مع تكنولوجيا المعلومات في الخطط الدراسية للطلبة في كافة الاختصاصات. والتي تتفق مع التوصية المقدمة بدراسة Aleassa, Pearson & McClur (2011) حيث أوصت بأن تعديل الخطط الدراسية لإدخال مساقات مرتبطة بأخلاقيات تكنولوجيا المعلومات هي خطوة ايجابية يجب البدء في اتخاذها وعدم تأخيرها.
3. أن تقوم الجامعات بالتعاون مع الشركات المزودة للبرمجيات المرخصة وذلك بهدف توفير البرمجيات المرخصة بأسعار تفضيلية للطلبة في الجامعات.
4. تعزيز نور الإعلام ونور العبادة في تكثيف جهودها بهدف زيادة التوعية الأخلاقية والثقافية لتجنب انتهاك حقوق الملكية الالكترونية.
5. أن تراعي الشركات المنتجة أو المزودة للمنتجات الرقمية المرخصة مستوى الدخل للمستهلك عند طرح منتجاتها في الاسواق.
6. تشديد الرقابة من قبل الجهات المسؤولة على المواقع الالكترونية المروجة للمنتجات الرقمية المقرصنة واتخاذ عقوبات رادعة بحقها.
7. إجراء المزيد من الدراسات حول نية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة.
8. ربما بالإمكان إجراء دراسة لدور العوامل الديمغرافية كمتغير وسيط.
9. أن تركز الابحاث بشكل أكثر على التشريعات والقوانين الخاصة بحماية البرمجيات.

10. يجب إجراء المزيد من الدراسات حول تلك العوامل المؤثرة في نية الشراء في مجالات أخرى، كالتسويق الإلكتروني، والشراء الإلكتروني، وغيرها.
11. إجراء الدراسة على قطاعات ودول أخرى، وكذلك مقارنة النتائج مع نتائج هذه الدراسة.
12. عمل دراسة عن الآثار الاقتصادية المترتبة على انتشار القرصنة الرقمية في الاردن.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

القرآن الكريم.

1. أبو قحف، عبد السلام (2002). التسويق (مدخل تطبيقي). مصر: دار الجامعة الجديدة.
2. الجياشي، علي (2002). التسعير (مدخل تسويقي). الاردن: مكتبة الراتب العلمية.
3. حرب، بيان هاني (1999). مبادئ التسويق. ط1، الاردن: دار الوراثة للنشر.
4. عرب، يونس (2001). جرائم الكمبيوتر والانترنت، Cyber Crimes، اتحاد المصارف العربية. ج2، ط1، عمان: دار الشرق .
5. النجار، عبدالمجيد (1989). في فقه التدبّير فهماً و تنزيلاً (1). قطر: مركز البحوث والمعلومات
6. هنادة، عصام سعيد (2010). " أثر تطبيق التشريعات والقوانين في الحد من قرصنة البرمجيات في الاردن"، المؤتمر السنوي (العربي الخامس - الدولي الثاني) الاتجاهات الحديثة في تطوير الاداء المؤسسي والاكاديمي في مؤسسات التعليم العالي النوعي في مصر والعالم العربي، للفترة من 14-15 أبريل، كلية التربية النوعية بالمنصورة، جمهورية مصر العربية.

ثانياً: المراجع الاجنبية

1. Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
2. Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, & behavior* (2nd ed.). England: McGraw-Hill International.
3. Aleassa, H., Pearson, M.J., & McClurg, S. (2011) Investigating software piracy in Jordan: An extension of the theory of reasoned action. *Journal of Business Ethics*, 98(4), 663–676.

4. Al-Jabri, I., & Abdul-Gader, A. (1997). Software copyright infringements: An exploratory study of the effects of individual and peer beliefs. *Omega I*, 25(3), 335-344.
5. Al-Rafee, S., & Cronan, T. P. (2006) Digital piracy: Factors that influence attitude toward behavior. *Journal of Business Ethics*, 63(3), 237-259.
6. Al-Rafee, S., & Dashti, A. E. (2012). A Cross Cultural Comparison of the Extended TPB: The Case of Digital Piracy. *Journal of Global Information Technology Management*, 15(1).
7. Apigian, C. H. (2012). An Analysis of the Factors that Contribute to Intellectual Property Theft. *Franklin Business & Law Journal*, 2012(2), 21- 44.
8. Barkan, S. E. (2006). Religiosity and premarital sex in adulthood. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 45(3), 407-417.
9. Bawden, D., & Vilar, P. (2006). Digital libraries: To meet or manage user expectations. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 58(4), 346-354.
10. Blythe, J. (2013). *Consumer behavior*. UK, London: SAGE Publications.
11. Burkett, S. R. (1993) Perceived parents religiosity, friends drinking, and hellfire: A panel study of adolescent drinking. *Review of Religious Research*, 35(2), 134–154.
12. Carroll, M. S. (2009). *Development of a scale to measure perceived risk in collegiate spectator sport and assess its impact on sport consumption intentions*, (Unpublished doctoral dissertation), University of florida, Florida:USA.
13. Childers, L., Carr, C.L., Peck, J., & Carson, S. (2001) Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. *Journal of Retailing*, 77(4), 511–535.
14. Cockrill, A., & Goode, M. M. (2012). DVD pirating intentions: Angels, devils, chancers and receivers. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(1), 1-10.
15. Chiou, J. S., Huang, C. Y., & Lee, H. H. (2005). The antecedents of music piracy attitudes and intentions. *Journal of Business Ethics*, 57(2), 161-174.
16. Christensen, A. L., & Eining, M. M. (1991) Factors influencing software piracy: Implications for accountants. *Journal of Information Systems*, 5 (1), 67–80.
17. Conner, M., & Armitage, C. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429-1464.

18. Cronan, T. P., & Al-Rafee, S. (2008) Factors that influence the intention to pirate software and media. *Journal of Business Ethics*, 78(4), 527-545.
19. Coyle, J. R., Gould, S. J., Gupta, P., & Gupta, R. (2009). "To buy or to pirate": The matrix of music consumers' acquisition-mode decision-making. *Journal of Business Research*, 62(10), 1031-1037.
20. Dai, B., Forsythe, S., & Kwon, W. S. (2014). The impact of online shopping experience on risk perception and online purchase intentions: Does product category matter?. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15(1), 13-24.
21. Dai, H., & Palvi, P. C. (2009). Mobile commerce adoption in China and the United States: a cross-cultural study. *ACM SIGMIS Database*, 40(4), 43-61.
22. De'Astous, A., Colbert, F. O., & Montpetit, D. (2005) Music piracy on the web-how effective are anti-piracy arguments? Evidence from the theory of planned behavior. *Journal of Consumer Policy*, 28(3), 289-310.
23. De George, R. T. (1986). Theological Ethics and Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 5(6), 421-432.
24. El-Sheikh, A., Rashed, A., & Peace, A. G. (2004). Software piracy: Possible causes and cures. *Information ethics: Privacy and intellectual property*, 84-99.
25. Exline, J. J. (2002). Stumbling blocks on religious road: Fractured relationships, nagging vices, and the inner struggle to believe. *Psychological Inquiry*, 13(3), 182-189.
26. Fan, D. (2005). *How product intangibility and its moderators affect perceived risk in online shopping setting*, (Unpublished Doctoral dissertation), Concordia University, Montreal: Canada.
27. Festerv, T., Snyder, D., & Tsalikis, J.(1986). Influence of catalog vs store shopping and prior satisfaction on perceived risk. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 14(4), 28-36.
28. Forsyth, D. R. (1992). Judging the morality of business practices: The influence of personal moral philosophies. *Journal of Business Ethics*, 11(5-6), 461-470.
29. Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., & Gardner, L. C. (2006) Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping. *Journal of Interactive Marketing*, 20(2), 55-75.

30. Ghazal, Mohammad, 2013, 30,000 pirated items confiscated in Q1 of 2013. **The Jordan times**, Monday, Apr (01).
31. Ginarte J. C., & Park, W. G. (1997) Determinants of patent rights: A cross-national study. *Research Policy*, 26(3), 283-301.
32. Givon, M., Mahajan, V., & Muller, E.(1995) Software piracy: Estimation of lost sales and the impact on software diffusion. *Journal of Marketing*, 59 (1), 29-37.
33. Goles, T., Jayatilaka, B., George, B., Parsons, L., Chambers, V., Taylor, D., & Brune, R. (2008) Softlifting: Exploring determinants of attitude. *Journal of Business Ethics*, 77(4), 481-499.
34. Gopal, R., Sanders, G. L., Bhattacharjee, S., Agrawal, M., & Wagner, S. (2004) A behavioral model of digital music piracy. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 14(2), 89-105.
35. Griffiths, J. M., & King, D. W. (2008). *Inter connections: The IMLS national study on the use of libraries, museums and the internet: General information report*. Washington, DC: Institute of Museum and Library Services.
36. Haines, R., & Leonard, L. N. (2007). Situational influences on ethical decision-making in an IT context. *Information & Management*, 44(3), 313-320.
37. Hayward, R. D., & Kemmelmeier, M. (2011). Weber revisited a cross-national analysis of religiosity, religious culture, and economic attitudes. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(8), 1406-1420.
38. Harris, M. A. (2003). Religiosity and perceived future ascetic deviance and delinquency among Mormon adolescent: Testing the “this-worldly” supernatural sanctions thesis. *Sociological Inquiry*, 73(1), 28-51
39. Ha, S., & Lennon, S. (2006). Purchase intent for fashion counterfeit products: Ethical ideologies, ethical judgements, and perceived risks. *Clothing and Textiles Research Journal* , 24 (4), 297-315.
40. Hennig-Thurau, T., Hennig, V., & Sattler, H. (2007) Consumer file sharing of motion pictures. *Journal of Marketing*, 71(4), 1-18.
41. Hill, C. W. L. (2007) Digital piracy: Causes, consequences, and strategic responses. *Asia Pacific Journal of Management*, 24(1), 9–25.
42. Horne, L., & Winakor, G. (1995). Giving gifts of clothing: Risk perceptions of husbands and wives. *Clothing and Textiles Research Journal* , 13 (2), 92-101.

43. Hoyer, W. ED., & MacInnis, D. J. (2007). *Consumer behavior* (4th Ed). Boston : Houghton Mifflin Co.
44. Hsu, J. L., & Shiue, C. W. (2008). Consumers' willingness to pay for non-pirated software. *Journal of Business Ethics*, 81(4), 715-732.
45. Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). The components of perceived risk. *Advances in consumer research*, 3(3), 382-383.
46. Jeong, B. K., Zhao, K., & Khouja, M. (2012). Consumer piracy risk: Conceptualization and measurement in music sharing. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(3), 89-118.
47. Jin, B., & Kang, J. H. (2010). Face or subjective norm? Chinese college students' purchase behaviors toward foreign brand jeans. *Clothing and Textiles Research Journal* , 28 (3), 218-233.
48. Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue contingent model. *The Academy of Management Review*, 16(2), 366-395.
49. Julien, H. E., & Michels, D. (2004). Intra-individual information behavior in daily life. *Information Processing & Management*, 40(3), 547-562.
50. Kim, I. (2001). *Investigating effect of consumers' perceived risk on purchase intention in Internet shopping*, (Unpublished Doctoral dissertation), Purdue University, Lafayette, Indiana: USA.
51. Koenig, H. G., McCullough, M. E., & Larson, D. B. (2001). *Handbook of religion and health*. New York: Oxford University Press.
52. Koklic, M. K., Bajde, D., Culiberg, B., Vida, .I. (2012) The role of subjective knowledge and perceived consequences in shaping attitude and intention toward digital piracy. *Economic Research*, Special (2), 21-32.
53. Knight, D. K. (2012). *Examining the effects of apparel attributes on perceived copyright infringement and the relationship between perceived risks and purchase intention of knockoff fashion*, (Unpublished Doctoral dissertation), University of north texas, North Texas: USA.
54. Kurland, N. (1995). Ethical intentions and the theories of reasoned action and planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(4), 297-313.
55. Lau, E. K. (2006) Factors motivating people toward pirated software. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9 (4), 404-419.

56. Leonard, L. N. K., Cronan, T. P. & Kreie, J. (2004) What influences IT ethical behaviour intentions – planned behavior, reasoned action, perceived importance, or individual characteristics? . *Information & Management*, 42 (1), 143-158.
57. Levin, A. M., Dato-on, M. C., & Manolis, C. (2007). Deterring illegal downloading: The effects of threat appeals, past behavior, subjective norms, and attributions of harm. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(2-3), 111-122.
58. Logsdon, J. M., Thompson, J. K., & Reid, R. A. (1994) Software piracy: Is it related to level of moral judgment?. *Journal of Business Ethics*, 13 (11), 849-857.
59. Lorde, T., Devonish, D., & Beckles, A. (2010). Real Pirates of the Caribbean: Socio-psychological Traits, the Environment, Personal Ethics and the Propensity for Digital Piracy in Barbados. *Journal of Eastern Caribbean Studies*, 35(1).
60. Lysonski, S., & Durvasula, S. (2008) Digital piracy of MP3s: consumer and ethical predispositions. *Journal of Consumer Marketing*, 25 (3), 167-178.
61. Lu, H.P., Hsu, C.L., & Hsu, H.Y. (2005) An empirical study of the effect of perceived risk upon intention of use online applications. *Information Management and Computer Security*, 13(2), 106-120.
62. Marron, D.B. & Steel, D.G. (2000) Which Countries Protect Intellectual Property? The Case of Software Piracy. *Economic Inquiry*, 38(2), 159-174.
63. McDaniel, S. W., & Burnett, J. (1990) Consumer religiosity and retail store evaluative criteria. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(2), 101–112.
64. McMahon, J.M., & Harvey, R.J. (2006) An analysis of the factor structure of Jones' moral intensity construct. *Journal of Business Ethics*, 64 (4), 381 – 404.
65. Mifflin, H. (2000). *The American heritage dictionary of the English language*. Boston: Houghton Mifflin.
66. Mishra, A., Akman, I., & Yazici, A. (2006) Software piracy among IT professionals in organizations. *International Journal of Information Management* , 26(5), 401–413.
67. Mitchell, V. W., Davies, F., Moutinho, L., & Vassos, V. (1999). Using neural networks to understand service risk in the holiday product. *Journal of Business Research*, 46(2), 167-180.

68. Moores, T., Nill, A., & Rothenberger, M. (2009) Knowledge of software piracy as an antecedent to reducing pirating behavior. *Journal of Computer Information Systems*, 50(1), 82-89.
69. Morton, N. A., & Koufteros, X. (2008) Intention to commit online music piracy and its antecedents: An empirical investigation. *Structural Equation Modeling*, 15(3), 491-512.
70. Mowen, J., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
71. O'Bannon, P. B., Feather, B. L., Vann, J. W., & Dillard, B. G. (1988). Perceived risk and information sources used by wheelchair-bound consumers in clothing purchase decisions. *Clothing and Textiles Research Journal*, 7 (1), 15-22.
72. Pargament, K.I. (2002) The bitter and the sweet:An evaluation of the costs and benefits of religiousness. *Psychological Inquiry*, 13(3), 168–181.
73. Peace, A. G., Galletta, D. F., & Thong, J. Y. L. (2003) Software piracy in the workplace: A model and empirical test. *Journal of Management Information System*, 20(1), 153-177.
74. Perrin, R. D. (2000). Religiosity and honesty: Continuing the search for the sequential dimension. *Review of Religious Research*, 41(4), 534-544.
75. Peter, J.P., & Ryan, M.J.(1976). An investigation of perceived risk at the brand level. *Journal of Marketing Research*, 13 , 184-88.
76. Pourciau, L. J. (Ed.). (1999). *Ethics and electronic information in the twenty-first century*. West Lafayette, Indiana: Purdue University Press.
77. Rahman, S., Haque, A., & Rahman, M. (2013). Purchasing Behavior for Pirated Products. *Journal of Management Research*, 11(1), 48-58.
78. Robertson, K., McNeill, L., Green, J., & Roberts, C. (2012). Illegal downloading, ethical concern, and illegal behavior. *Journal of business ethics*, 108(2), 215-227.
79. Salam, A. F. (1998). *Three essays on electronic commerce: www information content, internet involvement and perceived risk*, (Unpublished Doctoral dissertation), University of New York, New York: USA.
80. Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.

81. Schwartz, S., & Tessler, R. (1972). A test of a model for reducing measured attitude-behavior discrepancies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(2), 225-236.
82. Scuralli, J. V. (1996). *Interaction of country of origin effects and perceived risk in a capital equipment setting*, (Unpublished doctoral dissertation), Pace University, New York: USA.
83. Setiawan, B., & Tjiptono, F. (2013) Determinants of consumer intention to pirate digital products. *International Journal of Marketing Studies*, 5(3), 48-55.
84. Simpson, L., & Lakner, H. B. (1993). Perceived risk and mail order shopping for apparel. *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 17(4), 377-389.
85. Simpson, P.M., Banerjee, D., & Simpson, C.L. (1994) Softlifting: A model for motivating factors. *Journal of Business Ethics*, 13(6), 431–438.
86. Sinha, R. K., & Mandel, N. (2008) Preventing digital music piracy: the carrot or the stick?. *Journal of Marketing*, 72(1), 1-15.
87. Sheehan, B., Tsao, J., & Yang, S. (2010). Motivations for gratifications of digital music piracy among college students. *Atlantic journal of communication*, 18(5), 241-258.
88. Sun ,Y.C.(1996). *The effect of price, brand name, and level of advertising on perceived service quality, perceived service value, and purchasing intention of the lodging industry*,(Unpublished Doctoral dissertation),Virginia Polytechnic, Blacksburg, Virginia: USA.
89. Tan, B. (2002). Understanding consumer ethical decision making with respect to purchase of pirated software. *Journal of Consumer Marketing*, 19(2), 96-111.
90. Ueltschy, L. C., Krampf, R. F., & Yannopoulos, P. (2004). A cross national study of perceived consumer risk towards online (internet) purchasing. *Multinational Business Review*, 12 (2), 59-82.
91. Vida, I., Koklic, M. K., Kukar-Kinney, M., & Penz, E. (2012). Predicting consumer digital piracy behavior: The role of rationalization and perceived consequences. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 6(4), 298-313.
92. Villazon, C. H., & Adviser-Cavico, F. J. (2004). *Software piracy: an empirical study of influencing factors*, (Unpublished Doctoral dissertation), Nova Southeastern University, Florida: USA.

93. Vitell, S. J., Singhapakdi, A., & Thomas, J. (2001). Consumer ethics: An application and empirical testing of the Hunt-Vitell theory of ethics. *Journal of Consumer Marketing*, 18(2), 153-178
94. Vitell, S. J., Paolillo, J. G., & Singh, J. J. (2006) The role of money and religiosity in determining consumers ethical beliefs. *Journal of Business Ethics*, 64(2), 117–124.
95. Wagner, S. C., & Sanders, G. L. (2001) Consideration in ethical decision-making and software piracy. *Journal of business Ethics*, 29(1-2), 161-167.
96. Wang, C.-C. (2005) Factors that influence the piracy of DVD/VCD motion pictures. *Journal of American Academy of Business*, 6(1), 231-237.
97. Yang, D., & Sonmez, M. (2007) Economic and cultural impact on intellectual property violation: A study of software piracy. *Journal of World Trade*, 41(4), 731–750.
98. Yoon, C. (2011) Theory of planned behavior and ethics theory in digital piracy: An integrated model. *Journal of Business Ethics*, 100 (3), 405-417.
99. Yoon, C. (2012). Digital piracy intention: a comparison of theoretical models. *Behaviour & Information Technology*, 31(6), 565-576.

قائمة الملاحق

ملحق (1): أسماء محكمي الاستبانة

ملحق (2): الاستبانة

ملحق (3): كتاب تسهيل المهمة

ملحق (1)

أسماء محكمي الاستبانة

ت	الإسم	القسم	الجامعة
1	أ.د. ليث الربيعي	التسويق	جامعة الشرق الاوسط
2	د. أحمد علي الصالح	الاعمال	جامعة الشرق الاوسط
3	د. اسعود المحاميد	الأعمال الالكترونية	جامعة الشرق الاوسط
4	د. أحمد الزامل	التسويق	جامعة الشرق الاوسط
5	أ.د. ثامر البكري	التسويق	جامعة العلوم التطبيقية
6	د. أنس الحديد	التسويق	جامعة العلوم التطبيقية
7	د. غيث العبدالله	التسويق	جامعة العلوم التطبيقية
8	د.عبدالله البطاينه	التسويق	جامعة العلوم التطبيقية



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
استِثْنَانَهُ

أخي الطالب / أختي الطالبة

تحية طيبة وبعد ،،،،،،،،،،

شكراً لاستقطاع جزء من وقتكم للمشاركة في هذا المسح الذي هو جزء من دراسة أكاديمية مخصصة لنيل درجة الماجستير في الأعمال الإلكترونية، إذ يقوم الباحث بدراسة بعنوان " العوامل المؤثرة على نية المستهلك لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة _ من وجهة نظر طلاب الجامعات الخاصة في مدينة عمان"، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على نية الشراء للمنتجات الرقمية المقرصنة، وتحديد العوامل الأكثر أهمية لحدوث تلك الظاهرة.

وان إجاباتكم تعتبر في غاية الأهمية لنجاح هذه الدراسة. ونود أن نؤكد لكم أن إجاباتكم سوف تعامل بسرية تامة ولغايات البحث العلمي فقط. يرجى محاولة إجابة جميع الأسئلة. ولكن ، إذا كنت غير متأكد من إجابة معينة ، أو تعتقد أنها سوف تكون مضللة ، يرجى ترك السؤال دون إجابة محددة.

شاكرين لكم حسن تعاونكم مسبقا

الباحث

شريف عبد الله المعايطه

ایشراف

د. حمزة خريم

أولاً :- الخصائص الديمغرافية : يرجى وضع اشارة (√) في المربع الذي يمثل اجابتك.

الجنس : ☐ ذكر ☐ أنثى

العمر : ☐ من 18 - 24 سنة ☐ من 25 - 34 سنة ☐ 35 سنة فأكثر

الحالة الاجتماعية : ☐ متزوج ☐ أعزب

حالة الطالب : ☐ متفرغ ☐ موظف

مستوى السنة الدراسية :

☐ الأولى ☐ الثانية ☐ الثالثة

☐ الرابعة ☐ الخامسة

الجامعة :

☐ الشرق الاوسط ☐ العلوم التطبيقية ☐ البترا

☐ الإسراء ☐ الزيتونة

الكلية :

☐ الآداب والعلوم ☐ تكنولوجيا المعلومات ☐ الاعلام

☐ الاعمال ☐ الهندسة ☐ الحقوق

☐ العلوم التربوية ☐ العمارة والتصميم ☐ الصيدلة

☐ الزراعة ☐ التمريض

ثانياً :-

أ- المخاطر المدركة : يرجى وضع اشارة (√) في العمود الذي يمثل اجابتك .

ت	العبارة	اتفق كلياً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
المخاطر المالية						
1.	قيمة المنتج الرقمي المقرصن أقل من الثمن الذي دفع للحصول عليه.					
2.	يترتب على المستخدم للمنتج المقرصن غرامات مالية.					
3.	تقوم شركات المنتجات الرقمية المرخصة بزيادة مستويات الأمان لمنتجاتها مما يؤدي لرفع اسعارها.					
4.	من الصعب استعادة الاموال المدفوعة في المنتجات الرقمية المقرصنة والحصول على تعويض عن الاضرار الناجمة عنها.					
5.	تحتاج لدفع مبالغ لإصلاح أو لشراء كمبيوتر جديد كضريبة لاستخدام المنتجات الرقمية المقرصنة.					
المخاطر الوظيفية						
6.	لا تعمل المنتجات الرقمية المقرصنة بشكل صحيح.					
7.	لا يمكن اصلاح المنتجات الرقمية المقرصنة في حال تلفها.					
8.	لا تحتوي المنتجات الرقمية المقرصنة على جميع وظائف المنتجات الرقمية المرخصة.					
9.	لا تعمل بعض المنتجات الرقمية المقرصنة إلا بوجود رمز سري خاص بالمنتج الرقمي المرخص.					
10.	المنتجات الرقمية المقرصنة قد تتسبب بتلف برامج وملفات اخرى موجودة في كمبيوتر الشخص.					
المخاطر المادية						
11.	بعد شراء المنتج الرقمي المقرصن اشعر انه لا يلبي احتياجاتي.					
12.	يؤدي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عبر الانترنت الى تقليل كفاءة الانترنت وبطئه.					

13.	يؤدي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة عبر الانترنت الى كشف معلوماتي الشخصية لأصحاب الاعمال غير المشروعة (المقرصنين).				
14.	من خلال المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن تحميل الفيروسات وبرامج التجسس على كمبيوترى الشخصي.				
15.	يترتب على الطالب أضرار مادية لعدم معرفته بالمشاكل الناتجة عن شراء المنتجات الرقمية المقرصنة واستخدامها.				

ب-العامل الأخلاقي والثقافي : يرجى وضع اشارة (√) في العمود الذي يمثل اجابتك .

ت	العبارة	اتفق كلياً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
الإلتزام الأخلاقي						
16.	شراء المنتجات الرقمية المقرصنة ضد مبادئ الأخلاقية.					
17.	انتلقى في حال استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة اراء سلبية من العائلة والاصدقاء.					
18.	قد يؤدي استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة الى الاضرار بأجهزة الكمبيوتر التابعة للجامعة التي ادرس بها، وهذا لا ينسجم مع مبادئ الأخلاقية.					
19.	من الخطأ اخلاقياً شراء واستخدام المنتجات الرقمية المقرصنة.					
20.	أشعر بالذنب في حال شرائي و استخدامي للمنتجات الرقمية المقرصنة.					
التدين						
21.	الدين يحفز الاعتقاد بأن شراء و استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة هي اقرب للسرقة.					
22.	معتقداتي الدينية تمنعني من استغلال حقوق الآخرين من خلال استخدامي للمنتجات الرقمية المقرصنة.					
23.	الدين يحض على الحصول على المنتجات الرقمية من مصدرها الاصلي.					
24.	اعتقد انه في حال شرائي واستخدامي للمنتجات الرقمية المقرصنة فإنني أقوم بعمل غير صالح ويضر بالآخرين.					

25.	الدين يشجع على معاقبة المعتدين على حقوق ملكية الآخرين.				
المعايير الشخصية					
26.	الأشخاص المهمين بالنسبة لي ينصحوني بشراء المنتجات الرقمية المرخصة بدلاً من المقرصنة منها.				
27.	في حال استخدامي للمنتجات الرقمية المقرصنة فإن معظم الأشخاص المهمين بالنسبة لي لا يوافقون على ذلك.				
28.	زملائي بالدراسة يعتقدون أن استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة عمل خاطئ.				
29.	أغلب زملائي في الجامعة يستخدمون المنتجات الرقمية المرخصة بدلاً من المقرصنة منها.				
30.	أشعر بالحرج عند اعطاء نسخ من المنتجات الرقمية المقرصنة لأصدقائي في الجامعة.				

ج- التشريعات والقوانين : يرجى وضع إشارة (√) في العمود الذي يمثل اجابتك .

ت	العبارة	اتفق كلياً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
31.	الأشخاص الذين يستخدمون المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن ملاحقتهم قانونياً .					
32.	الأشخاص الذين يستخدمون المنتجات الرقمية المقرصنة يمكن تغريمهم مالياً .					
33.	الأشخاص الذين يستخدمون المنتجات الرقمية المقرصنة ينتهكون حقوق الملكية الفكرية.					
34.	شراء المنتجات الرقمية المقرصنة يؤدي الى دعم الاعمال غير المشروعة للمقرصنين.					
35.	ضعف الرقابة الحكومية ادى الى انتشار المنتجات الرقمية المقرصنة.					

د- المنافع المدركة : يرجى وضع اشارة (√) في العمود الذي يمثل اجابتك .

ت	العبارة	اتفق كلياً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
السهولة						
36.	من السهل الوصول الى المنتجات الرقمية المقرصنة والحصول عليها.					
37.	تبادل المنتجات الرقمية المقرصنة وسيلة لبناء علاقات مع الاخرين.					
38.	استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة يحسن معرفتي بالبرامج بشكل أسرع.					
39.	استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة يساعد على محو الامية المعلوماتية.					
السعر						
40.	قد يكون شراء المنتجات الرقمية المقرصنة وسيلة لامتلاك انواع مختلفة من البرامج الجديدة بسعر أقل.					
41.	اسعار شراء المنتجات الرقمية المقرصنة مناسب لدخلي.					
42.	استخدام المنتجات الرقمية المقرصنة بشكل واسع يجبر شركات المنتجات الرقمية المرخصة على تخفيض أسعارها.					

ثالثاً : نية الشراء : يرجى وضع اشارة (√) في العمود الذي يمثل اجابتك .

ت	العبارة	اتفق كلياً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
43.	أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة في المستقبل القريب.					
44.	أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة اذا توفرت الفرصة لذلك.					
45.	ارتفاع أسعار المنتجات الرقمية المرخصة يزيد من امكانية شراء المنتجات الرقمية المقرصنة.					

					46. سبق واشترت المنتجات الرقمية المقرصنة في الماضي.
					47. الاسعار المنخفضة للمنتجات الرقمية المقرصنة تلعب دوراً مهماً في تحفيز نية الشراء لتلك المنتجات.
					48. أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة كوني مضطراً لذلك نتيجة للتكاليف التي اتحملها لإكمال دراستي.
					49. لا أنوي شراء المنتجات الرقمية من المكتبات المرخص لها ببيعها.
					50. أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة مستقبلاً لأنه من السهل شرائها في مدينتي.
					51. أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة في حال عدم توفر المنتجات الرقمية المرخصة.
					52. أنوي شراء المنتجات الرقمية المقرصنة في حال عدم قيام الجامعة بتزويدي بالمنتجات الرقمية المرخصة.
					53. نيتي للشراء ترتفع لعدم الدراية بالعواقب القانونية لشراء المنتجات الرقمية المقرصنة.