

مقاهى الانترنت فى شعبية الجبل الأخضر بالجماهيرية الليبية(*)

دراسة فى إدارتها واقتصادياتها واتجاهات الاستفادة منها

د. أسامة حامد علي

مدرس المكتبات والمعلومات

كلية الآداب - جامعة بنها - مصر

كلية الآداب - جامعة عمر المختار - ليبيا

dr_usama2006@yahoo.com

تمهيد :

الأخيرة فى الأماكن العامة فعلاوة على المقاهى المنتشرة فى مختلف المناطق انتشرت ظاهرة أخرى تمثلت فى أكشاك الانترنت فى الشوارع والسوبر ماركت والمطارات .. وغيرها .

١-الموضوع وأهميته :

تمثل مقاهى الانترنت أحد المنافذ الرئيسية بالنسبة للمستفيدين خاصة فى الدول النامية وتزداد قيمة المقاهى كمنفذ يتيح خدمات الانترنت كلما قلت منافذ الانترنت الأخرى المتاحة للاستخدام من جانب المستفيدين. ومقاهى الانترنت ظاهرة ليست مؤقتة بل أنها امتداد للمقاهى القديمة التقليدية فكلاهما يشتركان فى أنهما مكان يجمع

تمثل الانترنت قفزة هائلة توازى فى أهميتها اختراع الطباعة أو التليفون فى قدرتها على اتصال الأفراد والمجموعات ببعضهم البعض فى كل أنحاء العالم بحيث أصبح العالم قرية صغيرة ، وتمثل شبكة الانترنت إحدى العناصر الرئيسية التى تشكل ما يطلق عليه تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات حيث أصبحت تمثل الوسيط الرئيسى الشائع الاستخدام فى مختلف الأماكن سواء فى البيت أو العمل أو المدرسة أو الجامعة أو المقهى .. وغيرها ، وقد ساعد فى ذلك الاتجاه السائد الآن توجه الأفراد والمنازل وأماكن العمل إلى امتلاك واستخدام التكنولوجيا بكل مكوناتها وخاصة الانترنت^(١). وقد انتشرت الانترنت فى الآونة

(*) تقع شعبية الجبل الأخضر فى الطرف الشمالى الشرقى من ليبيا ويحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الجنوب الأطراف الشمالية للصحراء ومن الغرب ساحل سرت والجبل الأخضر عبارة عن هضبة متوسطة الارتفاع تصل إلى ٨٨٢ متر.

الناس للتسلية وتبادل المعلومات واحتساء المشروبات وان كانت لكل منهما المزايا والسلبيات للمستخدمين منها.

وتمثل مقاهي الانترنت جزءا من الثقافة المعاصرة بعد انتشارها في مختلف الأماكن العامة والمدن والبلدات والقرى حول العالم ومن ثم فقد أصبحت ممرا أو بابا للاتصال بين المجتمعات المحلية والمجتمعات الأخرى حول العالم .

كما أصبحت مقاهي الانترنت مكانا يرتاده كل الناس وخاصة أولئك الذين لا يملكون فرصة امتلاك أجهزة حاسب أو الاتصال بشبكة الانترنت من خلال بيوتهم وهو ما تعانيه الدول النامية . ويرى كثيرون أن مقاهي الانترنت تتميز باتاحتها أفضل التجهيزات وسرعة الانترنت المتاح للاستخدام بما مقارنة بغيرها من المنافذ الأخرى سواء في المنزل أو العمل ..وغيرها، كما أنه يمكن من خلالها تقديم التدريب الأولي للمستخدمين الذين يفتقرون إلى استخدام الحاسب والانترنت بجانب المساعدة في حل المشاكل الخاصة بالمستخدمين أثناء استخدامهم للانترنت^(٢) . وقامت العديد من الدول بالتشجيع على إنشاء مقاهي الانترنت داخل مدنها وأريافها باعتبارها أحد أهم وسائل نقل المعرفة في العصر الحديث فضلا عن انها تمثل أحد المشروعات الاقتصادية الحكومية المربحة للقائمين عليها.

٢- مشكلة الدراسة وأبعادها :

تمثل مقاهي الانترنت المنفذ الرئيسي لغالبية المستخدمين منها في شعبية الجبل الأخضر ومن ثم يتأثر استخدامهم بجودة الخدمات التي توفرها لهم

المقاهي وتتأثر الجودة بما توفره من امكانيات في تجهيزاتها المتاحة من أجهزة حاسب ذات امكانيات عالية علاوة على توفير اتصال سريع بالانترنت مقارنة بغيره من المنافذ وكذلك ملائمة أسعار الخدمة للمستخدمين فضلا عن تنوع الخدمات التي تقدمها تلك المقاهي.

وخلال الفترة التي يعمل بها الباحث في قسم المكتبات والمعلومات بجامعة عمر المختار ومقرها مدينة البيضاء عاصمة شعبية الجبل الأخضر لوحظ وجود عدد من مقاهي الانترنت في شعبية الجبل الأخضر تتركز غالبيتها في مدينة البيضاء دون غيرها من مناطق الأخرى ويستثنى من ذلك مدينة شحات والتي يوجد بها مقهى واحد فقط وهو ما يعنى حرمان العديد من المناطق من الاستفادة من الانترنت . خاصة في ظل قلة أعداد منافذ الانترنت الأخرى المتاحة في الشعبية حيث اقتصر وجودها على المكتبة المركزية بالجامعة وكلية الطب فقط ، وقلة منافذ الانترنت المتاحة في المنازل التي تمتلك خطوط تليفونات أرضية وهي قليلة جدا بالمقارنة بالمعدلات العالمية حيث تبلغ عدد خطوط التليفونات الأرضية وفق آخر الإحصائيات ٧٥٠ ألف خط فقط داخل كل أنحاء ليبيا^(٣) . وقد كان من نتيجة ذلك ما لاحظته الباحث عن كثافة الاستخدام من جانب المستخدمين للمقاهي .

ومن الظواهر التي لفتت الانتباه أيضا أثناء تردد الباحث على المقاهي المدروسة وتنوع الخدمات المتاحة بخلاف استخدام الانترنت وتفاوت الاستفادة منها من جانب المستخدمين.

١ - ما أعداد وأنواع الأجهزة المتوفرة بالمقاهى
ومدى كفايتها ؟

٢ - ما خصائص العاملين (ملاك/موظفين) فى
المقاهى؟ وما مدى امتلاكهم لمهارات
استخدام الحاسب والانترنت؟

٣ - كم تبلغ تكلفة التجهيزات؟ وما عناصر
الانفاق؟ وما مصادر الدخل؟

٤ - ما خصائص المستفيدين سواء من حيث
أعمارهم وجنسياتهم وأجناسهم ومؤهلاتهم؟

٥ - ما مدى ما يملكه المستفيدين من مهارات
تكفى لاستخدام الانترنت؟ وما طرق
اكتسابهم لها؟

٦ - ما نوعية الخدمات التى تقدمها المقاهى غير
استخدام الانترنت؟

٧ - ما الخدمات الأكثر استخداما من جانب
المستفيدين؟ وما مدى رضائهم عن الخدمات
التي تقدمها المقاهى؟

٨ - ما المعوقات التى تعوق الاستفادة المثلى من
المقاهى؟

٤- فروض الدراسة:

وضعت الدراسة عدد من الفروض تسعى
الدراسة للتحقق منها وهى كما يلي:

١ - تنتشر المقاهى بالمدن المتحضرة بشعبية الجبل
الأخضر بينما يكاد ينعدم وجودها فى القرى
والأماكن البعيدة وذلك لأسباب تتعلق بنسبة
السكان والتعليم ومستوى الدخل.

وبما أن مقاهى الانترنت تمثل إحدى
المشروعات الاقتصادية الهامة بالنسبة لأصحابها
ومن ثم فالباحث سيحاول من خلال الدراسة
الحالية التعرف على جدوى هذه المشروعات من
الناحية الاقتصادية فى ضوء التكلفة والانفاق
ومصادر الدخل.

٢- أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

وضعت الدراسة مجموعة من الأهداف
بغرض التعرف على:

١ - المقومات المادية والبشرية المتاحة بالمقاهى
ومدى تأثيرها على جودة الخدمات بها.

٢ - نوعية الخدمات التى تقدمها المقاهى
للمستفيدين ومدى تلبية احتياجات
المستخدمين لها.

٣ - الجوانب الاقتصادية (عناصر التكلفة والانفاق
والدخل) لمقاهى الانترنت ومدى جدواها
كإحدى المشروعات الاقتصادية.

٤ - فئات المستفيدين وخصائصهم واتجاهاتهم
وأهداف استخدامهم للمقاهى .

٥ - تأثير تكاليف استخدام الانترنت والخدمات
الأخرى على كثافة استخدام المستفيدين من
المقاهى.

٦ - المشاكل والمعوقات التى تواجه المستفيدين أثناء
استخدام المقاهى واقتراحاتهم لتحسين
الخدمات بها.

وفى ضوء هذه الأهداف وضعت الدراسة
عدد من التساؤلات تسعى الدراسة للإجابة
عليها وهى كما يلي:

٢- يمثل استخدام الانترنت الخدمة الرئيسية بالمقاهي فضلا عن تقديم خدمات أخرى للمستخدمين بغرض زيادة دخول المقاهي فضلا عن كونها عناصر جذب للمستخدمين.

٣- تعد المقاهي إحدى المشروعات المكلفة اقتصاديا مما يعوق انتشار المقاهي بصورة مماثلة كما في دول العالم.

٥- يشكل استخدام المقاهي المنفذ الرئيسي لاستخدام الانترنت لغالبية المستخدمين نظرا لقلة الأماكن الأخرى التي تتيح استخدام الانترنت.

٦- يمثل استخدام الانترنت مصدر الدخل الرئيسي للمقاهي نظرا لقلة الخدمات الأخرى المتاحة بها.

٧- تشكل تكلفة الاستخدام إحدى أهم المعوقات الرئيسية التي تقلل من استخدام المقاهي من جانب المستخدمين.

٥- حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة على النحو التالي:
(انظر الجدول والشكل رقم (١))

أ- الحدود الموضوعية: يمثل موضوع مقاهي الانترنت من الموضوعات التي لا تزال تحتاج إلى دراسات عديدة نظرا لتباين ظروف وأهداف استخدامها من بلد إلى آخر ومن إقليم إلى آخر بل واختلاف ظروف وأهداف استخدامها داخل الأماكن المتحضرة مقارنة بالريفية داخل البلد الواحد ومن هنا كان اختيار الباحث لدراسة مقاهي الانترنت في

ليبيا للتعرف على طبيعتها وتجهيزاتها وخدماتها واتجاهات الاستفادة منها في ضوء الدراسات الأخرى على مستوى العالم.

ب- الحدود المكانية: تقوم الدراسة على دراسة مقاهي الانترنت الموجودة بشعبية الجبل الأخضر بالجمهورية الليبية والتي توجد في مدينتين فقط هما مدينتي البيضاء(*) ومدينة شحات(*). وقد كان اختيار مقاهي الانترنت بشعبية الجبل الأخضر كنموذج للمقاهي في ليبيا لسببين أساسيين أولهما عمل الباحث عضو هيئة تدريس في جامعة عمر المختار ومقرها الشعبية مما ساهم في تمكين الباحث من تجميع المادة العلمية للدراسة وثانيهما انتشار ظاهرة المقاهي وتنوع خدماتها وكثافة استخدامها من جانب المستخدمين.

ج- الحدود اللغوية: اشتملت الدراسة في أحد محاورها على دراسة المستخدمين من المقاهي من مختلف الجنسيات العربية وتم استثناء الجنسيات الأخرى لاعتبارات اللغة.

(*) مدينة البيضاء: تقع في المنطقة الشمالية من الجمهورية الليبية وتبلغ مساحتها ٧٠٧٠ كم. وتبعد عن الحدود الليبية المصرية بحوالي (٥٠٠) كم غرباً في حين أنها تبعد عن الحدود الليبية التونسية بحوالي (١٤٠٠) كم شرقاً كما أنها تبعد عن طرابلس في ليبيا حوالي (١٢٠٠) كم شرقاً وعن بنغازي بمسافة (٢٠٠) كم شرقاً.

(*) مدينة الشحات: تُعد مدينة شحات "قوريا" من أقدم المعروفة في ليبيا حيث ترجع نشأتها إلى القرن السابع قبل وشحات الميلاد، هذه تقع ضمن منطقة الجبل الأخضر، وهي تقع على منطقة يتراوح ارتفاعها ما بين ٤٥٠ م إلى ٦٠٠ م، وتبلغ مساحتها ٧٣٠ كم.

د- الحدود الزمنية: تم تجميع بيانات الدراسة

الميدانية خلال الفترة من أول أكتوبر حتى

جدول رقم (١) مقاهي الانترنت بشعبية الجبل الأخضر مرتبة حسب تواريخ إنشائها

أسماء المقاهي	تاريخ الانشاء	المدينة	العنوان
مقهى الرائد للانترنت	2001	البيضاء	شارع المستشفى
م. صقر لخدمات الانترنت	٢٠٠١	البيضاء	شارع العروبة
مقهى الشعاع للانترنت	٢٠٠٣	البيضاء	شارع العروبة
م. حول العالم	٢٠٠٣	البيضاء	بحوار النادي الأخضر
مركز المستقبل للانترنت	٢٠٠٣	البيضاء	شارع المستشفى
م. النجم الساطع	٢٠٠٤	البيضاء	شارع المستشفى
مقهى الرسام	٢٠٠٤	البيضاء	بحوار الجامعة القديمة
مقهى الصفوة	٢٠٠٤	البيضاء	شارع الخطوط
مركز قصر البيضاء	٢٠٠٤	البيضاء	شارع العروبة
المرسل	٢٠٠٤	شحات	مدينة شحات الأثرية
الشبكة العالمية (نور)	٢٠٠٤	البيضاء	شارع المستشفى
مقهى المثقفين	٢٠٠٥	البيضاء	شارع المستشفى
مقهى الحديث	٢٠٠٥	البيضاء	العروبة
مركز العالم الآن	٢٠٠٦	البيضاء	البيضاء الجديدة

ثلاث من المقاهي ، وشهد عام ٢٠٠٤ م زيادة في أعداد المقاهي المنشأة حيث بلغت عدد ٦ مقاهي، وشهد عام ٢٠٠٥ إنشاء عدد ٢ من المقاهي وأخيرا شهد عام ٢٠٠٦ إنشاء مقهى واحد فقط .

ومما سبق يتبين تنامي أعداد المقاهي خلال السنوات الماضية ويعتبر عام ٢٠٠٤ م أكثر الأعوام نموا في عدد المقاهي التي تم إنشائها حيث شهد إنشاء نسبة ٤٢,٩% من أعداد المقاهي محل الدراسة.

يعكس الجدول رقم (١) أن غالبية المقاهي يتركز وجودها بمدينة البيضاء بنسبة ٩٢,٩% من حجم العينة في حين نجد نسبة ٧,١% تقع خارجها حيث يوجد مقهى واحد بمدينة شحات ويظهر الجدول السابق أن عام ٢٠٠١ م شهد البدايات الأولى لانتشار المقاهي بشعبية الجبل الأخضر وهذه ليست بداية متأخرة اذا ما قورنت ببداية ظهورها على المستوى الوطني حيث كان أول ظهور لها في ليبيا أواخر عام ١٩٩٩ م بينما تعتبر بداية متأخرة بالمقارنة ببداية ظهورها في أوائل التسعينيات على المستوى العالمي — كما سيأتى توضيحه فيما بعد — وقد شهد عام ٢٠٠١ إنشاء عدد ٢ من المقاهي، ثم تلاها في عام ٢٠٠٣ إنشاء

٦- مصطلحات الدراسة:

أ- منافذ الانترنت: Internet terminals:

تعدد منافذ التي تتيح الانترنت للمستخدمين وتمثل في المكتبات بأنواعها المختلفة وخاصة العامة والجامعية وكذلك المنافذ المتاحة في المدارس والنوادي وفي بعض المراكز الاجتماعية والمنازل وأماكن العمل.. وغيرها. وتنوع فئات المستخدمين وتختلف أسباب اختيارهم للمنافذ التي يستخدمون الانترنت من خلالها، فمن المستخدمين من يفضل استخدام الانترنت من خلال المنزل وهؤلاء غالبا يهتمون باستخدام الجدي للانترنت وآخرون يفضلون استخدامه من داخل المكتبات وغالبيتهم من فئة الباحثين وآخرون يفضلون استخدامه من داخل أماكن العمل وغالبيتهم من العاملين داخل المؤسسات وأخيرا يفضلون استخدامه من خلال مقاهي الانترنت وغالبيتهم من فئة الشباب وغالبيتهم يهتمون باستخدام ما يتعلق بالتسلية والترفيه. هذا وتختلف أعداد المستخدمين لكل منفذ من بلد لآخر ومن بيئة لأخرى وذلك وفقا لأهداف المستخدمين من الاستخدام وكذلك وفقا للظروف الاجتماعية والسياسية والتعليمية والاقتصادية .. وغيرها^(٤).

ب- مقاهي الانترنت: Internet café:

وهي عبارة عن مقهى أو متجر يتيح استخدام الانترنت مقابل عائد مالي نظير الاستفادة منه لمدة زمنية معينة ممكن أن تكون لمدة ساعة أو أقل أو أكثر ويتم ذلك وفق اتفاق مسبق بين المقهى والمستخدم يكون الأساس فيه "ادفع مقابل الاستخدام" وهذا بدوره لا يجعل من

الضروري على المستخدمين أن يملكون أجهزة حاسب أو برامج أو الاتصال بالانترنت في منازلهم^(٥).

ج- أكشاك الانترنت: Internet kiosks

وهي عبارة عن منافذ موجودة في أماكن عامة حيث يستطيع الناس أن يتوقفوا لفحص بريدهم الإلكتروني وعادة ما توجد في الفنادق والسوبرماركت والمطارات وهي تقبل كروت الائتمان وتبدو إلى حد ما مثل التليفونات العامة^(٦).

٧- منهج الدراسة وأدواتها:

اعتمد الباحث على المنهج المسحي الميداني على اعتبار أنه الأنسب لهذه الدراسة لما يتمتع به من إتاحة لأدوات جمع البيانات من أرض الميدان سواء بالنسبة لعينة الدراسة المتمثلة في مقاهي الانترنت ففى شعبية الجبل الأخضر أو مجتمع المستخدمين منها . واعتمد الباحث على عدد من أدوات جمع البيانات وهي كما يلي :

١- قائمة المراجعة : وهي إحدى الأدوات

الرئيسية التي اعتمد الباحث عليها كأساس للحصول على البيانات الميدانية من مقاهي الانترنت التي تمثل عينة الدراسة، وقد بنيت عناصر القائمة بما يساعد في تحقيق أهداف الدراسة وتكونت القائمة من مجموعة عناصر وأسئلة حسب طبيعة الحاجة من المعلومات. (انظر الملاحق)

وقد ساهمت في إكمال رؤية الباحث لمختلف عناصر الدراسة .

٥- الإطلاع على السجلات : حرص الباحث إلى الإطلاع على السجلات المتاحة بالمقاهي للتعرف على أعداد مستخدمي المقاهي بصورة يومية وأعداد الاشتراكات المسجلة في كل مقهى وقد لاقى الباحث صعوبات حمة في إقناع المسؤولين للإطلاع على هذه البيانات .

مجتمع الدراسة : تم تحديد مجتمع الدراسة على النحو التالي:

أ- عينة المقاهي: تم إجراء مسح كامل من جانب الباحث على المقاهي الموجودة في شعبية الجبل الأخضر بمختلف مناطقها وقد أثمر المسح عن وجود عدد ١٣ مقهى بمدينة البيضاء ومقهى واحد فقط في مدينة شحات ومثلت جميعها عينة الدراسة.

ب- مجتمع المستفيدين: للقيام بدراسة اتجاهات المستفيدين من المقاهي قام الباحث بتحديد عينة عشوائية مكونة من (٥٠٠) مستفيد ممن يترددون على المقاهي وقد استبعد الباحث من العينة المستفيدين دون سن الخامسة عشر (الأطفال) وذلك على اعتبار أن هذه الفئة لها خصائصها التي تتميز بها في استخدام الانترنت ، وهو ما يعنى حاجتها إلى دراسة قائمة بذاتها. علما بأنه وفق أحدث الإحصائيات لعام ٢٠٠٦ بلغ عدد السكان بشعبية الجبل الأخضر (٢٠٣١٥٦) ألف نسمة وبلغ عددهم في مدينة البيضاء حوالي

٢- الاستبيان: اعتمد الباحث على أداة الاستبيان كأداة لتجميع البيانات من مجتمع الدراسة المتمثل في مجتمع المستفيدين من المقاهي . وقد مر إعداد الاستبيان بعدة خطوات قبل إقراره حيث اطلع الباحث على العديد من الدراسات التي تناولت موضوع استخدام الانترنت في مختلف المنافذ وبخاصة مقاهي الانترنت (انظر الدراسات السابقة)، ثم قام الباحث بعرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة في التخصص وأبدوا ملاحظاتهم على بعض أسئلة الاستبيان ثم تلى ذلك تجريب الاستبيان حيث وزع على عينة من المستفيدين وتم إجراء التعديلات اللازمة بناء على الملاحظات الواردة من الأساتذة المحكمين وتجريب الاستبيان وذلك قبل الشروع في إقراره كأداة صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، وأخيرا شرع الباحث في توزيع الاستبيان واتخذ الباحث في ذلك سبيلين أولهما قيام الباحث بتوزيع الاستبيان بنفسه وثانيهما استعان الباحث بمجموعات طلاب البحث بالفرقة الرابعة قسم المكتبات بجامعة عمر المختار في توزيع الاستبيان على المستفيدين من المقاهي .

٣- المقابلة: مثلت المقابلة مع العاملين بالمقاهي والمستفيدين أيضا إحدى الأدوات الهامة للباحث للحصول على معلومات حول مختلف عناصر الدراسة.

٤- الملاحظة: حرص الباحث على تسجيل ملاحظاته خلال زيارته المتكررة للمقاهي

(٩٩٢٠٨) ألف نسمة وبلغ في مدينة شحات
(٢٨٠١٨) ألف نسمة^(٧).

٨- الدراسات السابقة :

على الرغم من أن مقاهي الانترنت قد أصبحت منفذا رئيسيا لاستخدام الانترنت من جانب الكثير من المستفيدين حول العالم إلا أنها لم تحظى بالدراسات الكافية في العالم العربي. مما يعكس أهميتها فقد ركزت غالبية الدراسات التي أتيت للباحث على جانب الاستخدام. أما على مستوى الدراسات الأجنبية فقد اطلع الباحث على عدد من الدراسات التي تناولت المقاهي من عدة زوايا فغالبيتها تناول اتجاهات الاستخدام والبعث الآخر تناول الجوانب الادارية والاقتصادية لمقاهي الانترنت. وستناول هذه الدراسة هذين الجانبين بالوصف والتحليل وللحصول على هذه الدراسات قام الباحث بالاطلاع على الانتاج الفكري في الدوريات المتخصصة بالإضافة إلى البحث على صفحات الويب [www](http://www.libraryandinformationscienceinfotrac.d.b) و [academic search D.B](http://www.academicsearch.d.b) وقاعدة بيانات Lisa المتخصصة. وسوف تعرض الدراسة الحالية لأبرز الدراسات العربية والأجنبية وذلك على النحو التالي:-

فبالنسبة للدراسات العربية فهي قليلة إلى حد كبير ففي مصر دراسة علاء مغاوري^(٨) (٢٠٠٣) وتناولت استخدام المستفيدين لمقاهي الانترنت في مدينة حلوان بالقاهرة. وكان من أبرز نتائجها أن الفئات العمرية من سن ١٥-٣٩ سنة هي الأكثر

استخداما للمقاهي وذلك بنسبة ٩٠%، وكان الطلاب والمهنيين أعلى الفئات استخداما بنسبة ٤١% و ٤٤% على التوالي، ومثلت المدة الزمنية التي يقضيها المستفيدين في استخدام الانترنت ما بين ٤-٦ ساعات أسبوعيا نسبة ٣٤%، وكانت أداة البحث ياهو الأكثر استخداما بنسبة ٧٥%، وكانت أبرز الأسباب وراء ارتياد المقاهي التقاء الأصدقاء بنسبة ٥١%.

وعلى حد علم الباحث يوجد عدد من الدراسات قيد البحث التي سجلت عن موضوع مقاهي الانترنت كرسائل ماجستير في أقسام المكتبات بالجامعات المصرية. كما توجد دراسة قيد البحث عن مقاهي الانترنت في مدينة البيضاء في قسم المكتبات جامعة عمر المختار في ليبيا.

أما الدراسات الأجنبية تناولت العديد من الدراسات الأجنبية مقاهي الانترنت وقد تنوعت الدراسات ما بين رسائل ماجستير ودكتوراه وأبحاث منشورة في الدوريات الأجنبية وفي مقدمة هذه الدراسات دراسة كيلي^(٩) (١٩٩٧) وهي رسالة ماجستير في موضوع مقاهي الانترنت ودورها في بيئة المعلوماتية وكان من بين نتائجها أن مقاهي الانترنت تمثل منفذا هاما يساهم في نشر المعلومات كما انه يمثل أهمية لعديد من الفئات المهتمين بالمعرفة كالعلماء ورجال الادارة والطلاب، كما انها تمثل منفذا لدية القدرة في الحصول على نتائج الأبحاث شديدة التخصص الموضوعي بالمقارنة بالنتائج المخيبة للآمال بالنسبة للأبحاث في الموضوعات العامة.

الانترنت في جامعة دار السلام ومعاهد البحوث والمقاهي وقد خرجت بمجموعة من النتائج الهامة أهمها أن الهدف من استخدام المقاهي هو الاتصال بالأهل وذلك بنسبة ١٠٠%، ولأغراض تجارية بنسبة ٢٨,٩%، وأفادت النتائج أن المستخدمين من المقاهي لم يستخدموا الحاسب قبل استخدام الانترنت بنسبة ٦٠% وأن نسبة ٦٦,٧% يستخدمون الانترنت في إرسال واستقبال الرسائل ونسبة ١٨% يتصفحون الانترنت و ١٥% يستخدمونها لتحميل الملفات بنسبة ١٥%، وأبرز المهارات التي يمتلكونها تتمثل في البريد الالكتروني بنسبة ٨٠% ومهارات البحث بنسبة ١٧,٥% ومهارات الشراء ٢٢% و مهارات البيع والخدمات على الانترنت ١٩,٤%.

وفي الصين الشعبية نجد دراسة هولن سن^(١٢) Hu Lin Sun (٢٠٠٣) عن مقاهي الانترنت في الصين الشعبية و تناولت أسباب انتشار ظاهرة المقاهي وأماكن انتشارها وخصائص المالكين لها وقد أظهرت الدراسة أن غالبية المستخدمين من الشباب وأن أبرز الخدمات التي يستفيدون منها البريد الالكتروني والألعاب والدردشة مع الآخرين ومشاهدة الأفلام وقد تناولت الدراسة تأثير الوضع الاقتصادي والاجتماعي على استخدام المقاهي.

وفي نيجيريا تناولت دراسة أدومي أشارفانا^(١٣) (٢٠٠٣) عن مقاهي الانترنت في ولاية دلتا بنيجيريا وتناولت الدراسة المقاهي من جوانب عديدة منها تواريخ نشأتها وخصائص ملاكها وخصائص المستخدمين منها وأعمارهم وأجناسهم وخبراتهم السابقة في الانترنت

وفي تنزانيا دراسة لاسماعيل نافييا^(١٤) (٢٠٠٢) رسالة ماجستير ونوقشت بقسم المكتبات بجامعة ايندهوفن التكنولوجية في هولندا وانصب موضوعها على دراسة المشكلات والظروف الخاصة بمقاهي الانترنت في مدينة دار السلام وركزت الدراسة على تحقيق مجموعة من الأهداف تتصل بخصائص العاملين والعامل الاقتصادى بالمقاهي وأهداف المستخدمين من وراء استخدام المقاهي .وتعد هذه الدراسة اقرب الدراسات لهذه الدراسة من حيث أهدافها ، وقد خرجت بمجموعة من النتائج الهامة أهمها أن ٧٩% من المقاهي تتصل عبر الأقمار الصناعية Wireless Local Loop (WLL) ، وأن ٦٨% من المقاهي تحتوي على ما بين ٦ - ١٠ أجهزة حاسبات لاستخدام الانترنت ، وأن ما بين ١٥٠-٢٠٠ مستفيد يرتادون المقاهي بنسبة ٢٣% ، وأن ٩١% من الدخل مصدره من استخدام الانترنت . كما أشارت الدراسة إلى أن غالبية المستخدمين من الطلاب بنسبة ٤٥% وأن الهدف الرئيسى للمستخدمين من استخدام المقاهي يتمثل في تصفح الويب www بنسبة ٩٨% ثم البريد الالكتروني بنسبة ٩٦% ثم الدردشة أو الشاتنج بنسبة ٩٣% . بينما أكثر الخدمات استخداما فتمثلت في البريد الالكتروني ٩٨% والتصفح ٧١% والدردشة ٥٤% والألعاب ٣٠%.

كما تناولت دراسة ستيفن ماتيو لا واهمدى مازيم^(١٥) (٢٠٠٠) استخدام الانترنت في مدينة دار السلام حيث حددت عينة الدراسة بمنازل

وتكنولوجيا المعلومات والمشاكل التي يعانون منها وكما أوصت الدراسة بالعديد من الاقتراحات التي تساهم في تحسين الخدمات للمستخدمين.

وفي نفس العام أجريت في بتسوانا دراستين لموتولا وسيروسي (٢٠٠٣) أما الدراسة الأولى^(١٤) فتناولت الوضع الاقتصادي لمقاهي الانترنت في مدينة جابورن ومدى مساهمتها بصورة ايجابية من الناحية الاقتصادية من خلال الوظائف والضرائب الحكومية وإكساب المدينة فرص التبادل من خلال التعاملات التجارية والمشاكل الناتجة عن المنافسة والتعريفات العالية والقيود المفروضة عليها وتكاليف التجهيزات العالية وأوصت الدراسة بضرورة التنسيق بين المقاهي لتقديم مستوى عالي وتخفيض الضرائب على الأجهزة وسن القوانين الخاصة بالمقاهي وتحديث وتحسين القيود المفروضة. أما الدراسة الثانية^(١٥) تناولت استخدام مقاهي الانترنت في مدينة جابورن أيضا واتخذت عينة من ١٣ مقهى وخرجت بنتائج مفادها أن غالبية المستخدمين من الطلاب والعاملين ورجال الاعمال وكانت من أبرز الأهداف وراء استخدام المقاهي الاتصالات والتسلية والتقاء الأصدقاء والسرية مقارنة باستخدام الانترنت في المكتبات والمنازل . وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز فهم الانترنت وتنوع الخدمات التي تقدمها المقاهي.

وفي أوغندا تناولت دراسة صامويل جيتا واوكوجا اودونجو^(١٦) (٢٠٠٣) تأثير مقاهي الانترنت على خدمات المعلومات في أوغندا وهدفت هذه الدراسة الى تقييم مساهمة مقاهي الانترنت في تزويد الخدمات المعلوماتية إلى

الأوغنديين في عدة مجالات مثل التعليم والبحث والتجارة والاستجمام وغيرها . وخرجت مجموعة من النتائج أهمها أن نسبة ٦٩,٨% يقعون بين ٢٠-٣٩ سنة وأن نسبة ٥٧% أشاروا إلى رضاهم عن الخدمة وأن ٥٧,١% يرون أن المقاهي مهمة في تزويد الخدمات لمعلوماتية إلى الأوغنديين. وأوصت الدراسة بضرورة أن تنظم دورات تدريبية لكل مستويات وفئات المستخدمين، ووضع المزيد من البرامج في المنهج الدراسية لاكتساب مهارات استخدام الحاسب والانترنت.

وفي الهند نجد دراسة هاسلوف^(١٧) (٢٠٠٥) تناولت مقاهي الانترنت في مدينة بانجالور Bangalore في الهند (رسالة دكتوراه) ومن أبرز نتائجها أن مقاهي الانترنت تمثل المنفذ الرئيسي للمستخدمين بنسبة ٤٢,٦%، وأن الأكثرية من المستخدمين تقع في أعمار ما بين ٢٠-٢٩ عاما بنسبة ٥٧,١%. كما خلصت إلى أن غالبية المترددين من الموظفين بنسبة ٤٤,٩% والطلاب بنسبة ٣٦,٨%، ويقدم التدريب كخدمة رئيسية في نسبة ٢٦,٤% من المقاهي وكانت أكثر الخدمات استخداما تصفح الويب بنسبة ٩٠,٣% والبريد الالكتروني بنسبة ٧٢,٣%، وكان من بين أسباب استخدام المقاهي رخص أسعار الخدمة بنسبة ٢٦,٣%.

أما أحدث الدراسات في اندونيسيا^(١٨) لفاديول وايد (٢٠٠٦) وتناولت دور مقاهي الانترنت في تنمية المجتمع الاندونيسي وقد طبقت الدراسة على المستخدمين من المقاهي في مدينة يوجا كارتا Yogyakarta. وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية الانترنت كمصدر لتنمية

الأفراد ومن هم المستفيدين من المقاهي وما هي أهدافهم من الاستخدام وقد خرجت الدراسة بنتيجة مفادها أن الانترنت مفيدة جدا لقضاء وقت الفراغ. كما أفادت الدراسة بأن المستفيدين يستخدمون الانترنت بصورة خاصة في إرسال الرسائل الالكترونية وتحميل الملفات والطباعة أيضا.

الاطار النظري للدراسة

١- نشأة مقاهي الانترنت:

ظهرت البوادر الأولى لمقاهي الانترنت في أوائل التسعينات (على الرغم من المراجع التي قيلت عن أنها نشأت مع عام ١٩٨٤ إلا أن هذه المراجع لم يتم إثباتها) فيشير ستوارت إلى أن عام ١٩٩٠ شهد ظهور مقاهي الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وكانت تلك المقاهي بعيدة كل البعد عن النموذج التقليدي للمقاهي^(١٩). ثم أخذت المقاهي بعد ذلك في الانتشار في مختلف بلدان العالم. فهناك من يدعي أن مقهى Café cyberia في أغلب الأحيان هو أول مقهى انترنت في العالم وافتتح في الطرف الغربي لمدينة لندن في سبتمبر ١٩٩٤. بينما هناك من ادعى أن أول مقهى أنشئ في استراليا هو مقهى Cybernet وكان ذلك في مدينة ملبورن. وهناك من أشار إلى أن مقهى Suba انطلق كأول مقهى في أمريكا الشمالية عام ١٩٩٥. وتشير المصادر إلى أنه في منتصف عام ١٩٩٥ ظهر حوالي ٦٠ مقهى انترنت في أمريكا الشمالية وأوروبا، أما عام ١٩٩٧ فقد ظهرت عدة آلاف من مقاهي الانترنت حول العالم وكان أكثرها في

أمريكا الشمالية (حوالي ٢٥%) وأوروبا الغربية. وعلى الرغم من الصعوبة في حصر أعداد مقاهي الانترنت بسبب الحيرة في التعريف وغياب المقاييس الموثوقة إلا أن كلاوزن أشار إلى أنه في عام ١٩٩٩ بلغ العدد الاجمالي للمقاهي حوالي ٤٤٠٠ مقهى^(٢٠)، وفي نفس العام أشار المرشد لمقاهي الانترنت online cybercafe guide الى قائمة تحتوي على ٤٣٩٧ مقهى حول العالم^(٢١). وتشير الاحصائيات أن عام ٢٠٠٤ شهد وجود ما بين ٢٠٠٠ إلى ٢٠٠٠٠٠ مقهى وهذا الرقم يتناقض مع الادعاءات القائلة بوجود ٥٠٠٠٠ مقهى في الهند و ١١٠٠٠٠ مقهى في الصين^(٢٢). ويشير كلاوزن إلى أنه مع نهاية التسعينيات بدأت أعداد المقاهي تتناقص في الدول المتقدمة عما كانت عليه في السابق وذلك لتوفير الانترنت في المنازل ومقار العمل^(٢٣).

وقد حظى استخدام الانترنت بنسبة كبيرة جدا من حجم السكان في البلدان المتقدمة خلال عام ٢٠٠٥. ففي ألمانيا مثلت نسبة الاستخدام ٥٦,٢% من حجم السكان، وفي الولايات المتحدة مثلت نسبة ٥٦,٨%^(٢٤)، وفي استطلاع رأى في عام ٢٠٠٠ في بريطانيا وجد أن ١٣ مليون شخص يستخدمون الانترنت^(٢٥)، علما بأن نسبة ٨٥% من الأمريكيين والكنديين يستخدمون المحطات الطرفية العامة^(٢٦). على النقيض نجد انخفاض النسبة في الشرق الأوسط وأفريقيا ففي تقرير نشر أوائل عام ٢٠٠٦ حظى استخدام الانترنت بنسبة اقل من حجم السكان حيث مثلت نسبة حوالي ٤% من حجم السكان، وقد لوحظ أن أعلى معدل لوحظ في ريونيون

وسيشيل أكثر من ٢٠ %، تليها المغرب حوالى ١٢%^(٢٧) ذلك بالمقارنة في معدل استخدام الانترنت في الدول المتقدمة الذى يزيد عن ٥٠% من حجم السكان. وقد أشارت إحدى الدراسات الأمريكية إلى أن حجم استخدام الانترنت ممن يزيد أعمارهم عن ١٥ عاما بلغ حوالى ١٤% من سكان العالم.

٢- مقاهي الانترنت في العالم العربى:

٢-١ مقاهي الانترنت فى ليبيا:

شهد عام ١٩٩٧ بداية استخدام الانترنت في ليبيا وكان تعداد مستخدمي الانترنت في ليبيا لا يجاوز المائة نسمة أغلبها كانت تعمل في المؤسسات الاقتصادية والسياسية في الدولة . أما في عام ٢٠٠٠ بلغ عدد مستخدمي الانترنت عشرة آلاف شخص ، ومع تطور قدرة شبكة الاتصالات داخل ليبيا وتبنى شركة ليبيا للاتصالات والتقنية عام ١٩٩٩ نشر استخدام الانترنت وصل تعداد استخدام الانترنت عام ٢٠٠٤ — حسب بعض الآراء — حوالى سدسي عدد السكان (عدد سكانها ما يقرب من ٥,٦٧ مليون نسمة)^(٢٨) وهي نسبة عالية بالمقارنة ببعض الدول العربية الأخرى من حيث النسبة والتناسب^(٢٩).

وقد أرجع الكثيرون أن السبب وراء انتشار الانترنت هو القرار السياسي للدولة الذي اتخذته الزعيم الليبي معمر القذافي في خطاب الألفية (عيد

الثورة في أول سبتمبر عام ٢٠٠٠ في مدينة بنغازي) حيث اقترح الانترنت كسوق عمل للشباب الليبي وعلي أثرها بدأت في الانتشار ظاهرة مقاهي الإنترنت ، وقد شهد عام ٢٠٠٠ بداية انتشارها في المدن الكبيرة كطرابلس وبنى غازى ثم بدأت في الانتشار في بقية المدن الليبية كالبيضاء وسرت والزاوية . ويشير تقرير منظمة أكاكوس إلى أن عدد مقاهي الانترنت عام ٢٠٠٤ بلغ حوالى ٣٠٠٠ آلاف مقهى داخل ليبيا^(٣٠)، وقد ساعد على انتشار المقاهي أن الكثير ممن يستخدمون الانترنت لا يمتلكون أجهزة حاسب آلى أو حتى خطوط تليفون أرضية نظرا لقلّة أعداد خطوط التليفون الأرضية التى تبلغ ٧٥٠ ألف خط^(٣١) وهى نسب متدنية للغاية . بمقارنة بمثيلاتها من الدول.

وكان انخفاض أسعار استخدام الانترنت أحد الأسباب وراء تزايد استخدام المقاهي وانتشارها فبعد أن كان سعر الساعة لمستخدمي الانترنت في ليبيا عام ١٩٩٧/ ١٩٩٨ يتراوح ما بين عشرة دينار إلى عشرين ديناراً في بعض الأحيان وصل سعر الساعة داخل المقاهي في عام ٢٠٠٤ إلى دينار واحد وذلك مع انتشار مقاهي الانترنت وسط تكهنات بالاستمرار في تخفيض تلك التسعيرة وصولاً إلى المجانية ، أما بالنسبة للاشتراك بنظام (dialup) أصبح ثلاثين ديناراً شهرياً عوضاً عن خمسة وأربعين ديناراً في الشهر وذلك بدءاً من عام ٢٠٠٣^(٣٢)

الجانب الميداني للدراسة:

أول المحور الأول: الإدارة والمهام:

سنة ٢٩,٦% ، ثم ما بين ١٥-٢٥ نسبة ١٤,٨% ، وأخيرا أكثر من ٤٥ سنة نسبة ٧,٤% .

١ - أعمار العاملين: يعكس الجدول رقم (٢) أن غالبية أعمار العاملين في المقاهي من الشباب حيث يقع غالبيتهم ما بين ٢٥-٣٥ سنة ٤٨,١% ، يليهم الأعمار ما بين ٣٥-٤٥

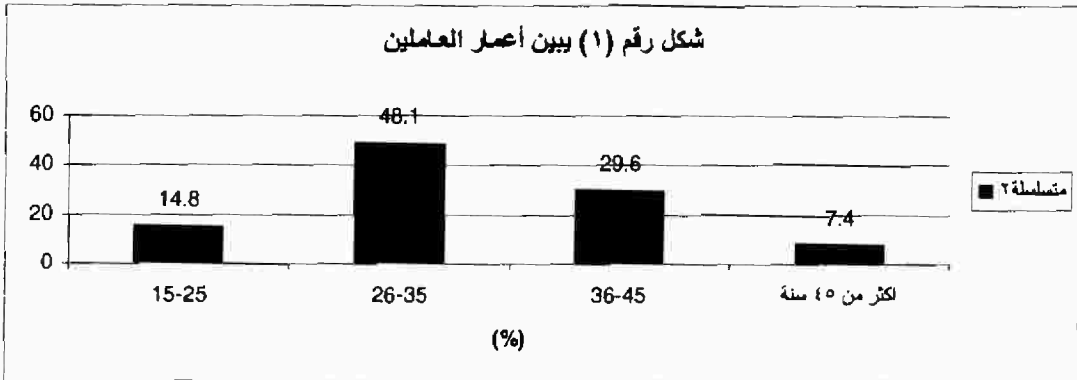
جدول رقم (٢) متوسط أعمار المستفيدين من المقاهي

أعمار العاملين	العدد	النسبة المئوية
٢٥-١٥	٤	١٤,٨
٣٥-٢٦	١٣	٤٨,١
٤٥-٣٦	٨	٢٩,٦
أكثر من ٤٥ سنة	٢	٧,٤
إجمالي	٢٧	١٠٠%

لا تشجع عمل المرأة في الأماكن العامة وتأتي هذه النتيجة مختلفة مع ما توصلت إليه دراسة إسماعيل نافيا^(٣٣) عن مقاهي الانترنت في مدينة دار السلام حيث أشارت إلى أن نسبة النساء تمثل ٤٥% من عدد العاملين بالمقاهي في مدينة دار السلام.

٢ - نوعية العاملين بالمقاهي (ذكور / إناث): يكشف الجدول رقم (٣) أن العنصر الرجالي يمثل العمود الفقري الذي تعتمد عليه المقاهي في إدارة أعمالها حيث يمثلون نسبة ٨١,٥% ، أما العنصر النسائي فيمثل نسبة ١٨,٥% . ويلاحظ ضآلة نسبة العاملين من النساء نظرا لطبيعة المجتمع الليبي البدوية والتي

شكل رقم (١) يبين أعمار العاملين



جدول رقم (٣) نوعية العاملين في إدارة مقاهي الانترنت

نوعية العاملين	العدد	النسبة المئوية
ذكور	٢٢	٨١,٥%
اناث	٥	١٨,٥%
اجمال	٢٧	١٠٠%

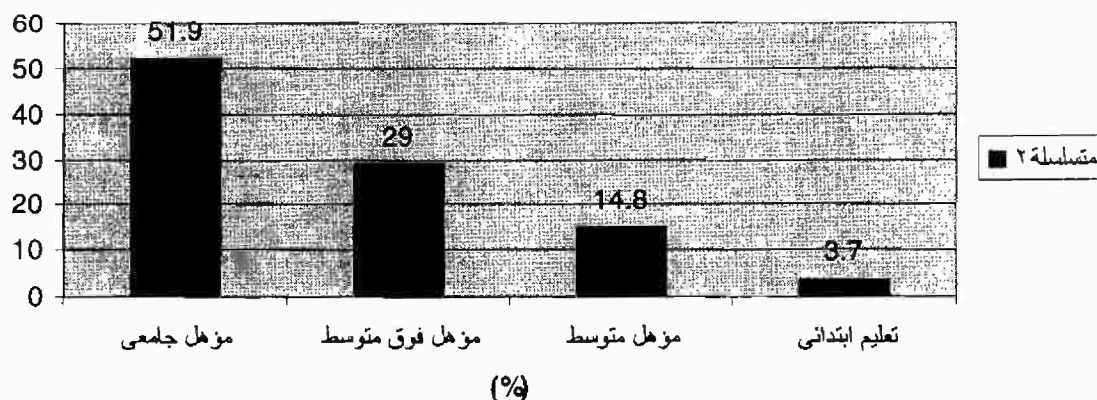
الجامعية يمثلون نسبة ٥١,٩% ومؤهل فوق متوسط ٢٩,٦% ومؤهل متوسط ١٤,٨% وتعليم ابتدائي ٣,٧%.

٣- مؤهلات العاملين: يكشف الجدول رقم (٤) أن غالبية العاملين يتمون لقطاع التعليم بمختلف مراحلهم فالعاملين من ذوى المؤهلات

جدول رقم (٤) يبين مؤهلات العاملين في المقاهي

مؤهلات العاملين	العدد	النسبة المئوية
مؤهل جامعي	١٤	٥١,٩%
مؤهل فوق متوسط	٨	٢٩,٦%
مؤهل متوسط	٤	١٤,٨%
تعليم ابتدائي	١	٣,٧%
اجمال	٢٧	١٠٠%

شكل رقم (٢) مؤهلات الادارين بالمقاهي



ثلاث فئات الأولى تمثل فئة المشتغلين بوظائف أخرى ويمثلون نسبة ٤٨,١% موزعين بين مهنة التدريس ٢٥,٩% ومهنة المهندسين ٢٢,٢%. أما الفئة الثانية تمثل ذوى الأعمال

٤- مهن العاملين بالمقاهي : يعكس الجدول رقم (٥) أن غالبية العاملين بالمقاهي يشتغلون بوظائف أخرى إضافة إلى عملهم بالمقاهي. وتم توزيعهم من جانب الباحث إلى

الحرّة ويمثلون نسبة ٣٣,٣%. وتعدّ المقاهي العمل الأساسي بالنسبة لهم أما الفئة الثالثة فتمثل فئة الطلاب ويمثلون نسبة ١٨,٦% وهؤلاء يشتغلون أثناء دراستهم.

جدول رقم (٥) بين مهن العاملين بالمقاهي

مهن العاملين	العدد	النسبة المئوية
الأعمال الحرّة	٩	٣٣,٣%
مدرسين	٧	٢٥,٩%
مهندسين	٦	٢٢,٢%
طلاب	٥	١٨,٥%
إجمالي	٢٧	١٠٠%

الموظفين أو العاملين ويمثلون نسبة ٣٧%. وهذه النتيجة تعني أن غالبية إدارة المقاهي تعتمد على مالكيها.

٥- طبيعة أوضاع العاملين بالمقاهي: يكشف

الجدول رقم (٦) عن أن العاملين بالمقاهي يتوزعون بين فئتين أولهما ملاك للمقاهي ويمثلون النسبة الأكبر ٦٣% وثانيهما

جدول رقم (٦) أوضاع العاملين في مقاهي الانترنت

أوضاع العاملين بالمقاهي	العدد	النسبة المئوية
ملاك/شركاء	١٧	٦٣%
موظف	١٠	٣٧%
إجمالي	٢٧	١٠٠%

شكل رقم (٣) أوضاع العاملين بالمقاهي



في الأساس على الشراكة بين أكثر من شخص حيث أن عدد المقاهي التي تقوم على شراكة بين

وكشفت الدراسة الميدانية -خلال مقابلات الباحث الميدانية- أن ملكية المقاهي تقوم

أكثر من شخص (٩ مقاهي) بلغت نسبة ٦٤,٣% من عينة الدراسة بينما نجد أن المقاهي التي يملكها شخص واحد عددها (٥ مقاهي) لا تمثل سوى نسبة ٣٥,٧% كما اشار أصحاب المقاهي إلى أن ارتفاع تكلفة المقاهي كان سببا رئيسيا للمشاركة.

٦- مدى استعانة أصحاب المقاهي بالموظفين أو المعاونين: يعكس الجدول رقم (٧) إلى تفاوت غالبية أصحاب المقاهي في الاستعانة

بالموظفين في الإدارة ، فمنهم من أفاد بأنهم يستعينون دائما بنسبة ٤٢,٩% وآخرون أفادوا بأحيانا بنسبة ١٤,٣%، في حين أفادت نسبة ٤٢,٩% بأنهم لا يستعينون بالموظفين وهؤلاء يعتمدون على أنفسهم في إدارة المقهى ويعمل أصحاب المقاهي - خلال مقابلات الباحث - ذلك بقدرتهم على إدارة المقاهي بأنفسهم فضلا عن توفيرهم لنفقات الرواتب من ناحية أخرى. (انظر الجدول رقم ٧).

جدول رقم (٧) يبين مدى اعتماد أصحاب المقاهي على موظفين

مدى الاعتماد على موظفين	العدد	النسبة المئوية
دائما	٦	٤٢,٩%
أحيانا	٢	١٤,٣%
لا استعين	٦	٤٢,٩%
الاجمالي	١٤	١٠٠%

الاختيار بالنسبة لاختيار العاملين ثم اعتبارات ثانوية أخرى تمثلت في القدرة على صيانة الأجهزة بنسبة ٤٢,٣%، وسرعة الكتابة على الحاسب بنسبة ١٤,٣%، وأخيراً الثقة والأمانة بنسبة ١٤,٣%.

- ويكشف الجدول رقم (٨) عن أن أصحاب المقاهي يشترطون مجموعة من المعايير عند اختيار العاملين بالمقاهي يأتي في مقدمتها شرطين أساسيين أولهما خبراتهم في الانترنت بنسبة ١٠٠%، ثانيهما خبراتهم في الحاسب بنسبة ٨٥,٧% ويعد هذين شرطين أساسيين في عملية

جدول رقم (٨) يبين شروط اختيار العاملين بمقاهي الانترنت

شروط اختيار العاملين	العدد	النسبة المئوية
خبراتهم في الحاسب	١٢	٨٥,٧%
خبراتهم في الانترنت	١٤	١٠٠%
صيانة الأجهزة والأعطال	٦	٤٢,٩%
سرعة الكتابة على الحاسب	٢	١٤,٣%
الثقة والأمانة	٢	١٤,٣%

٧- الأعمال المنوطة بالعاملين في المقاهي: كشفت

الدراسة الميدانية عن أن الوظائف المنوطة بالعاملين بالمقاهي لا تقتصر على إتاحة استخدام الانترنت للمستفيدين ، بل تتجه إلى العديد من المهام الأخرى كما يبين ذلك الجدول رقم (٩) حيث أن نسبة ٨٥,٧% يقدمون المساعدة أثناء استخدام الانترنت، يليها القيام بمهام مبيعات قطع غيار الحاسب واكسسواراته (الماوس ولوحة المفاتيح والأقراص الممغنطة والليزرية .. وغيرها) بنسبة ٦٤,٣%، تقدم

المشروبات والمثلجات والأطعمة (البسكويت والحلويات والعصائر.. وغيرها) بنسبة ٥٧,١% ، استخدام الماسح الضوئي (الاسكانر) بنسبة ٥٧,١% ، يليها تدريب المستفيدين وتعليمهم بنسبة ٣٥,٧%، والطباعة بنسبة ٣٥,٧%، والتصوير بنسبة ٣٥,٧% ، وصيانة الأجهزة بنسبة ٢٨,٦% ، وتحميل الملفات بنسبة ٣٥,٧% . وتحليل ما سبق يتضح لنا أن الأعمال التي توفرها المقاهي تعكس عن واقع النموذج الحديث للمقاهي محل الدراسة.

جدول رقم (٩) يبين الأعمال المنوطة بالعاملين في المقاهي

النسبة المئوية	العدد	الأعمال المنوطة بالعاملين
١٠٠%	١٤	المساعدة أثناء الاستخدام
٧١,٤%	١٠	مراقبة المستخدمين
٦٤,٣%	٩	مبيعات قطع غيار الحاسب
٦٤,٣%	٩	طباعة الأبحاث
٣٥,٧%	٨	استخدام الماسح الضوئي
٣٥,٧%	٨	تقديم المشروبات والأطعمة
٣٥,٧%	٥	تدريب وتعليم المستفيدين
٣٥,٧%	٥	التصوير
٣٥,٧%	٥	صيانة الأجهزة

٨- مهارات العاملين في استخدام الانترنت

وتكنولوجيا المعلومات: يكشف الجدول رقم (١٠) إلى أن غالبية العاملين أفادوا بأنهم يمتلكون المهارات اللازمة لاستخدام الانترنت

حيث أجابت نسبة ٦٦,٧% بنعم ، بينما أفادت نسبة ٣٣,٣% بأنهم يملكونها إلى حد ما ويقرون بمحدودية مهاراتهم في استخدام الحاسب الآلي والانترنت .

جدول رقم (١٠) يبين مهارات العاملين في استخدام الانترنت وتكنولوجيا المعلومات

النسبة المئوية	العدد	مدى امتلاك العاملين للمهارات
٦٦,٧%	١٨	نعم
٣٣,٣%	٩	إلى حد ما
-	-	لا
١٠٠%	٢٧	اجمالي

٨٥,٢% ثم مهارات الكتابة على الحاسب
بنسبة ٤٤,٤% ثم إعداد مواقع الويب بنسبة
٢٩,٦% ثم الاشتراك في تدريب المستفيدين
بنسبة ٢٢,٢% ثم معالجة الصور بنسبة
٢٢,٢%.

٨-أنواع المهارات التي يملكها العاملون
بالمقاهي : يكشف الجدول رقم (١١) أن
غالبية العاملين يمتلكون عدة مهارات تمكنهم
من تقديم خدمات عديدة فمنهم من يمتلك
المهارات الكافية لاستخدام الانترنت بنسبة

جدول رقم(١١) يبين أنواع المهارات التي يملكها العاملون بالمقاهي

النسبة المئوية	العدد	نوعية المهارات
٨٥,٢%	٢٣	مهارات استخدام الانترنت
٢٩,٦%	١٢	مهارات الكتابة على الحاسب
٤٤,٤%	٨	إعداد مواقع الويب
٢٢,٢%	٦	الاشتراك في تدريب المستفيدين
٢٢,٢%	٦	معالجة الصور

المحور الثاني: المقومات المادية للمقاهي وخدماتها:

قسمت الدراسة المقومات المادية المتاحة

بالمقاهي إلى عنصرين هما كما يلي:

المستفيدين . كما تقتني بعض المقاهي
تجهيزات خاصة لتقديم المشروبات والمثلجات
مثل التلاجات والخلطات وغيرها من
الأدوات الضرورية لذلك.

٢-الأجهزة: تحتوي مقاهي الانترنت محل الدراسة
على عدد من الأجهزة قسمتها الدراسة إلى

١-الأثاثات: كشفت الدراسة الميدانية عن أن
جميع المقاهي تقتني نوعين أساسيين من
الأثاثات أولهما يتمثل في مناضد مخصصة
لأجهزة الحاسب وثانيهما مقاعد المستخدمين
وتتوقف أعدادها بناء على أعداد أجهزة
الحاسب المتاحة للاستخدام من جانب

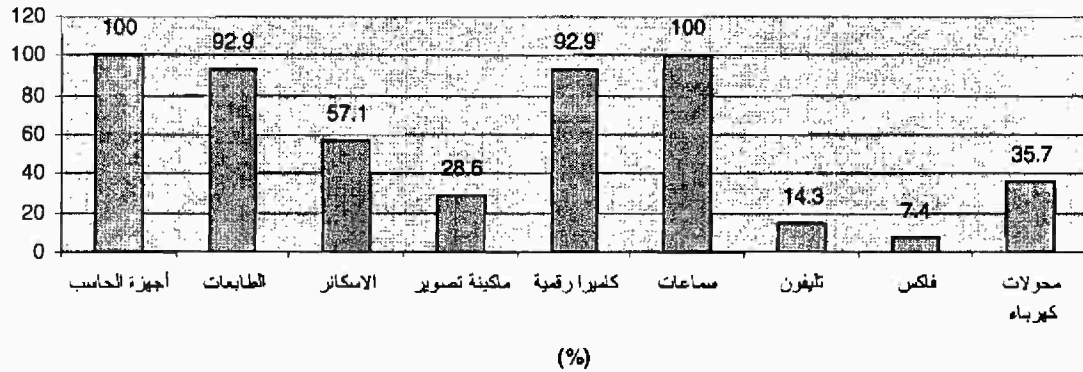
قسمين :أولهما أجهزة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها داخل المقاهي وتمثل في أجهزة الحاسب الآلي وملحقاتها من الكاميرات الرقمية والسماعات والطابعات وأطباق الساتلايت التي تستقبل الأقمار الصناعية. ثانيهما أجهزة ثانوية تتمثل في ماكينات التصوير والماسح الضوئي والتليفون والفاكس ومحولات دعم الكهرباء. ويتبين من الجداول أرقام (١٢ و ١٣) عن توفر أجهزة الحاسب الآلي بنسبة ١٠٠%. وتتراوح أعداد الأجهزة المقتناة بالمقاهي حيث يتراوح أعداد الأجهزة بها ما بين ٥-١٠ أجهزة بنسبة ٢١,٤%. يليها من ١١-١٥ جهاز بنسبة

٢١,٤%. ثم ما بين ١٦-٢٠ جهاز بنسبة ٢٨,٦% وأخيرا مقاهي تقتني أكثر من ٢٠ جهاز بنسبة ٢٨,٦%. ويلاحظ قلة أعداد الأجهزة المتوفرة في بعض المقاهي والتي أرجعها اصحاب المقاهي — خلال مقابلة الباحث — إلى التكلفة العالية للأجهزة والتجهيزات وضيق المكان. من ناحية أخرى كانت ميررات أصحاب المقاهي التي يتوفر بها عدد كبير من الأجهزة يرجع إلى كثافة الاستخدام المتوقع والرغبة في زيادة الدخل علاوة على أن بعض المقاهي تستغل عدد من الأجهزة أثناء عقد بعض الدورات التدريبية .

جدول رقم(١٢) بين أعداد الأجهزة المقتناة بالمقاهي محل الدراسة

أسماء المقاهي	أجهزة الحاسب	الطابعات	الماسح الضوئي	ماكينة تصوير	كاميرا رقمية	سماعات	تليفون	فاكس	محولات كهرباء
مقهى الرائد	١٥	١	١	-	١٢	*	-	-	*
مركز صقر	١٦	١	١	١	٧	*	-	-	*
الشعاع	٢٤	١	١	-	١٠	*	-	-	-
حول العالم	١٥	١	-	-	١٥	*	-	-	-
مركز المستقبل	١٣	١	-	-	١٠	*	-	-	*
النجم الساطع	١٨	١	١	-	١١	*	-	-	-
مقهى الوسام	٢١	١	-	-	٢٠	*	-	-	-
الصفوة	٢٠	١	١	-	١٥	*	-	-	*
مركز قصر البيضاء	٢٢	١	١	-	١٤	*	-	-	-
المرسل	٨	-	١	-	١٠	*	*	-	-
الشبكة المعلوماتية	٢٠	١	١	-	-	*	-	-	*
الثقفين	١٠	١	١	١	-	*	*	*	-
المركز الحديث	١٠	١	-	١	٥	*	-	-	-
العالم الآن	٢١	١	-	١	١٠	*	-	-	-
الاجمالي	١٤	١٣	٨	٤	١٣	*	٢	١	٥
النسبة المئوية	%١٠٠	%٩٢,٩	%٥٧,١	%٢٨,٦	%٩٢,٩	%١٠٠	%١٤,٣	%٧,٤	%٣٥,٧

شكل رقم (٤) بين أنواع الأجهزة المستخدمة بالمقاهي



جدول رقم (١٣) تفاوت أعداد الأجهزة بالمقاهي محل الدراسة

النسبة المئوية	العدد	تباين أعداد أجهزة الحاسب الآلي
٢١,٤	٣	من ٦-١٠
٢١,٤	٣	من ١١-١٥
٢٨,٦	٤	من ١٦-٢٠
٢٨,٦	٤	أكثر من ٢٠

طابعات ليزر والبعض الآخر طابعات ألوان وأفاد العاملين إلى استخدامها في طباعة أبحاث لصالح المستخدمين حصلوا عليها أثناء استخدامهم أو طباعة أوراق خاصة بالمستخدمين .

ج- الكاميرات الرقمية : يكشف الجدول رقم (١٢) عن أن غالبية المقاهي تتوفر بها كاميرات رقمية بنسبة ٩٢,٩% وبأعداد متفاوتة. وقد أشار العاملين إلى أن السبب في توفير هذه الكاميرات هو كثافة استخدامها من جانب المستخدمين وخاصة المغتربين منهم خلال الاتصال مع ذويهم عبر غرف الدردشة على وجه الخصوص.

وفي مقابلة الباحث مع العاملين بالمقاهي أشاروا إلى تنوع أجهزة الحاسب الآلي ما بين عدة أنواع تتمثل في، Pentium 111, pentium 11, Pentium 1111، كما أشاروا إلى اختلاف سرعات الأجهزة أيضا. وقد لاحظ الباحث خلال زيارته الميدانية عدم وجود مشغلات أقراص بالأجهزة المتاحة للاستخدام ويقتصر وجودها على جهاز الحاسب الخاص بالمسئول عن إدارة المقهى. وقد برر أصحاب المقاهي ذلك إلى الخوف من انتقال الفيروسات إلى الأجهزة الموجودة بالمقاهي.

ب_ الطابعات: يكشف الجدول رقم (١٢) عن أن نسبة ٨٥,٧% يمتلكون طابعات بعضها

المقاهي خدمة الفاكس. وهي كما يرى أصحاب المقاهي أنها تساهم في زيادة دخولها.

٣ - الخدمات التي تقدمها المقاهي : يكشف

الجدول التالي رقم (١٤) عن تنوع في الخدمات التي تقدمها المقاهي بالإضافة لاستخدام الانترنت ويأتي في مقدمتها خدمة الطباعة ٩٢,٧%، تحميل الملفات ٧١,٤%، معالجة الصور ٥٧,١%، صيانة الأجهزة بنسبة ٢٠,٦%، مبيعات قطع أجهزة الحاسب واكسسواراته بنفس النسبة، تقديم المشروبات والأطعمة بنسبة ٢٠,٦%، تصميم المواقع ٢٠,٦%، خدمات التليفون والفاكس بنسبة ٧,١%. كما لاحظ الباحث خلال زيارته الميدانية عن وجود بعض الخدمات التي لم يشير اليها العاملين مثل تجليد الأبحاث وتقديم خدمة مبيعات شفرات خطوط المحمول وكروت الشحن أيضا وكان ذلك فسي مقهى العالم الآن والمركز الحديث بمدينة البيضاء . (انظر الشكل رقم ٨)

وتظهر هذه النتائج أن مقاهي الانترنت في شعبية الجبل الأخضر تمثل نموذجا لاحدى المشروعات الاقتصادية المتكاملة لما تقدمه للعديد من الخدمات لصالح المستخدمين بحسب استخدام الانترنت مما يجعلها أحد المنافذ التي تساهم في تدعيم مجتمع المعلومات داخل شعبية الجبل الأخضر بالجماهيرية الليبية.

د- الساعات: كشفت الدراسة عن أن جميع المقاهي بنسبة ١٠٠% يتوفر بها سماعات لتقديم خدمات الدردشة بها ولاحظ الباحث تفاوت أعدادها وأنواعها المتاحة بالمقاهي.

هـ- الماسح الضوئي: كشفت الدراسة عن أن نسبة ٥٧,١% تقتني الماسح الضوئي بها لاستخدامه في معالجة الصور. وللتعرف عن أسباب عزوف عدد من المقاهي عن اقتناءه فقد أشار بعضهم - خلال المقابلات - إلى رغبتهم في تركيز خدماتهم على استخدام الانترنت والبعض الآخر أرجع ذلك إلى قلة طلب استخدامهم من جانب المستخدمين .

و- ماكينات التصوير: يبين الجدول رقم (١٢) أن نسبة ٢٨,٦% من المقاهي يتوفر بها ماكينات تصوير تختلف نوعياتها ما بين مقهى وآخر. وفي مقابلة الباحث تبين أن من أهم الأسباب وراء توفيرها بالمقاهي هو مساهمتها في زيادة دخول المقاهي ، بينما كان سبب عدم اقتناؤها من جانب المقاهي تكاليف شرائها وعدم الطلب عليها .

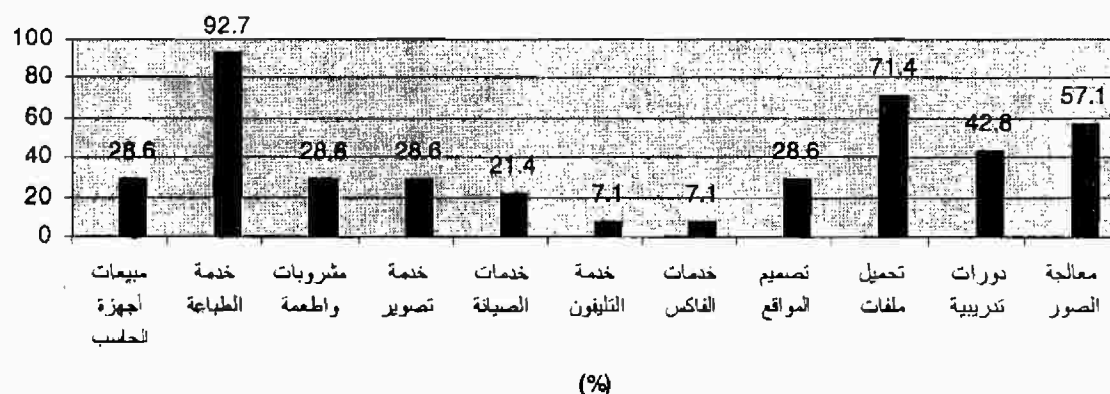
ز- التجهيزات الثانوية: كشفت الدراسة عن حرص نسبة ٣٥,٧% من المقاهي على توفير محولات لدعم الكهرباء لاستخدامها في حالة انقطاع التيار الكهربائي أو ضعفه .

ح- التليفون والفاكس: يكشف الجدول رقم (١٢) توفر نسبة ٧,١% من المقاهي خدمة التليفون وب بنفس النسبة أيضا يوفر أحد

جدول رقم (١٤) يبين الخدمات التي يقدمها المقاهي

أسماء المقاهي	مبيعات الأجهزة وملحقاتها	طباعة	مطبعة	مشروبات	خدمة تصوير	خدمات الصيانة	خدمة التليفون	الفاكس	تصميم المواقع	تحميل ملفات	دورات تدريبية	معالجة الصور
مقهى الرائد	•	•	•	•	•	-	-	-	-	•	•	•
مركز صقر	•	•	•	-	•	•	-	-	•	•	•	•
الشعاع	-	•	•	•	-	-	-	-	•	•	•	•
حول العالم	-	•	•	-	-	-	-	-	•	-	-	-
م.المستقبل	-	•	•	•	-	•	-	-	-	•	-	-
النجم الساطع	-	•	•	-	-	-	-	-	-	•	•	•
مقهى الوسام	-	•	•	-	-	-	-	-	-	•	-	-
الصفوة	-	•	•	-	-	•	-	-	-	•	-	•
قصر البيضاء	•	•	•	•	•	-	-	-	•	•	•	•
المرسل	-	-	-	-	-	-	-	-	-	•	-	-
ش.المعلوماتية	•	•	•	-	-	-	-	-	-	-	-	•
المثقفين	-	•	•	-	-	-	•	•	-	•	-	-
م.الحديث	-	•	•	-	-	-	-	-	-	-	-	-
العالم الآن	-	•	•	-	-	-	-	-	-	•	-	-
الاجمالي	٤	١٣	٤	٤	٤	٣	١	١	٤	١٠	٦	٨
%	٢٨,٦%	٩٢,٧	٢٨,٦	٢٨,٦	٢٨,٦	٢١,٤	٧,١	٧,١	٢٨,٦	٧١,٤	٤٢,٨	٥٧,١

شكل رقم (٥) الخدمات التي تقدمها المقاهي



ما بين ١١-١٥ دورة ، وأخيرا تعقد نسبة ١٦,٦% ما بين ١٦-٢٠ دورة تدريبية.

ويكشف الجدول رقم (١٥) عن تفاوت أعداد الدورات فيما بين المقاهي التي توفر دورات تدريبية فنجد أن نسبة ٥٠% تعقد ما بين ٦-١٠ دورات خلال العام ، بينما تعقد نسبة ٣٣,٣%

جدول رقم (١٥) يبين تفاوت عدد الدورات التدريبية بالمقاهي خلال العام

عدد الدورات	مقهى الرائد	م. صقر	م. الشعاع	النجم الساطع	م. قصر البيضاء	العالم الآن	المجموع	النسبة المئوية
٦-١٠	-	-	-	*	*	*	٣	٥٠%
١١-١٥	*	*	-	-	-	-	٢	٣٣,٣%
١٦-٢٠	-	-	*	-	-	-	١	١٧,٧%
المجموع	١	١	١	١	١	١	٦	١٠٠%

وكشفت الدراسة الميدانية عن أن غالبية المقاهي تعقد الدورات في أى وقت في السنة ومثلت نسبة ٦٠% بينما أشارت نسبة ٢٠% أنهم يعقدونها خلال السنة الدراسية وآخرون بنسبة ٢٠% يعقدونها خلال العطلة الصيفية.

جدول رقم (١٦) يبين أوقات عقد الدورات

أوقات عقد الدورات	١٠-١٢	١٣-١٥	١٦-١٨	١٩-٢١	٢٢-٢٤	٢٥-٢٧	٢٨-٣٠	%
خلال العام الدراسي	-	-	-	-	*	*	٢	٣٣,٣
خلال العطلات الصيفية	-	-	-	*	-	-	١	١٧,٧
في أى وقت في السنة	*	*	*	-	-	-	٣	٥٠%
المجموع	١	١	١	١	١	١	٦	١٠٠%

ثالثا الشق الاقتصادي:

١- التكاليف: كشفت الدراسة الميدانية عن تنوع في عناصر التكلفة تم تقسيمها إلى شقين أولهما تكاليف شراء الأجهزة (أجهزة الحاسب والطابعات وأجهزة الماسح الضوئي وماكينات التصوير ، ثانيهما تكاليف الصيانة

قسمت الدراسة الشق الاقتصادي لمقاهي الانترنت إلى ثلاث أقسام الأول التكاليف والثاني أوجه الانفاق والثالث مصادر الدخل وقد كشفت الدراسة الميدانية عن الآتى:

وتكاليف أخرى (أجهزة التدفئة وأجهزة دعم الكهرباء)، ثالثهما تكاليف الاشتراك في خدمة تقديم الانترنت. وبين الجدول رقم (١٧) أسعار شراء هذه التجهيزات وفق ما أورده أصحاب المقاهي وحديث بالذکر أن الباحث حاول الحصول على الأسعار الحقيقية كلما أمكن ذلك. ويكشف الجدول رقم (١٧) عن ارتفاع تكلفة إنشاء المقاهي حيث نجد تباين في أسعار الأجهزة من نوع واحد متأثرة بتاريخ شرائها وأنواعها وإمكانات الأجهزة المتوفرة بها. ويعكس الجدول عن أن متوسط إنشاء تكلفة المقهى بلغ ١٢٢٥١,٧٨ دينار أى ما يساوى ٩٤٢٤,٣٧ دولار الأمريكى وهو مبلغ كبير لا يتسنى للكثير من الأشخاص توفيره ويأتى في مقدمة العناصر الأكثر تكلفة أجهزة الحاسب الآلى بمتوسط تكلفة بين المقاهي محل الدراسة ٩٠٥٧ دينار. بما يساوى ٦٩٦٦ دولار، يليها التجهيزات من الأثاثات والتجهيزات المساعدة بمتوسط ٢٥٧١ دينار بما يساوى ١٩٧٧ دولار، يلي ذلك الأجهزة الثانوية الطابعات وماكينات التصوير والمساح الضوئى .

وتكاليف أخرى (أجهزة التدفئة وأجهزة دعم الكهرباء)، ثالثهما تكاليف الاشتراك في خدمة تقديم الانترنت. وبين الجدول رقم (١٧) أسعار شراء هذه التجهيزات وفق ما أورده أصحاب المقاهي وحديث بالذکر أن الباحث حاول الحصول على الأسعار الحقيقية كلما أمكن ذلك. ويكشف الجدول رقم (١٧) عن ارتفاع تكلفة إنشاء المقاهي حيث نجد تباين في أسعار الأجهزة من نوع واحد متأثرة بتاريخ شرائها وأنواعها وإمكانات الأجهزة المتوفرة بها. ويعكس الجدول عن أن متوسط إنشاء تكلفة المقهى بلغ

جدول رقم (١٧) بين تكاليف الأجهزة والتجهيزات بالمقاهي محل الدراسة

أسماء المقاهي	أجهزة الحاسب		الكمبيوتر	الماسح الضوئى	ماكينة التصوير	الأثاثات وتجهيزات أخرى	اجمالى التكلفة	
	س الوحدة	أسعار الأجهزة					بالدينار	بالدولار \$
م. الرائد	٦٥٠	٩٧٥٠	٣٠٠	١٢٥	٨٠٠	٢٠٠٠	١٢٩٧٥	٩٩٨٠,٧
م. صقر	٦٠٠	٩٦٠٠	٥٠٠	١٠٠	٧٠٠	٣٠٠٠	١٣٩٠٠	١٠٦٩٢
م. الشعاع	٦٥٠	١٥٦٠٠	٤٠٠	-	-	٣٥٠٠	١٩٥٠٠	١٥٠٠٠
حول العالم	٥٠٠	٧٥٠٠	٦٠٠	-	-	٢٥٠٠	١٠٦٠٠	٨١٥٣,٨
م. المستقبل	٥٥٠	٧١٥٠	٤٠٠	١٥٠	-	٣٠٠٠	١٠٧٠٠	٨٢٣٠,٧
النجم الساطع	٥٠٠	٩٠٠٠	٤٠٠	-	-	٣٠٠٠	١٢٤٠٠	٩٥٣٨,٤
مقهى الوسام	٥٥٠	١١٥٥٠	٣٥٠	-	-	٣٠٠٠	١٤٩٠٠	١١٤٦١,٥
م. الصفوة	٥٠٠	١٠٠٠٠	٣٥٠	١٥٠	-	٢٥٠٠	١٣٠٠٠	١٠٠٠٠
قصر البيضاء	٥٥٠	١٢١٠٠	٤٠٠	-	-	٣٠٠٠	١٦٠٠٠	١٢٣٠٧,٦
م. المرسل	٥٠٠	٤٠٠٠	-	-	-	١٥٠٠	٥٥٠٠	٤٢٣٠,٧
الشبكة العالمية	٤٥٠	٩٠٠٠	٢٥٠	-	-	٣٠٠٠	١٢٢٥٠	٩٤٢٣
م. المثقفين	٥٠٠	٥٠٠٠	٣٥٠	١٥٠	-	٢٠٠٠	٧٥٠٠	٥٧٦٩
م. الحديث	٥٠٠	٥٠٠٠	٣٥٠	-	-	١٥٠٠	٧٠٠٠	٥٣٨٤,٦
العالم الآن	٥٥٠	١١٥٥٠	٣٠٠	١٥٠	٨٠٠	٢٥٠٠	١٥٣٠٠	١١٧٦٩,٢
اجمالى	-	١٢٦٨٠٠	٤٩٥٠	٨٢٥	٢٨٠٠	٣٦٠٠٠	١٧١٥٢٥	١٣١٩٤١,٢

إنفاقا يتمثل في مقاهي الحديث والمثقفين والمرسل. وتمثل قيمة الاشتراك الأعلى من بين عناصر الانفاق حيث بلغت متوسط ٦٩٦,٤ دينار شهريا بما يوازي ٥٣٥ دولار. يليها إيجارات أماكن تقديم الخدمة بمتوسط ١٧٨,٥ دينار شهريا بما يوازي ١٣٧ دولار. يليها بند الرواتب بمتوسط ١٣٩,٢ دينار بما يوازي متوسط ١٠٧ دولار. يليها فاتورة الكهرباء بمتوسط ٢٧,١ دينار بما يوازي ٢٠ دولار. وأخيرا الصيانة بمتوسط ١٨,٥ دينار أي ما يوازي ١٤ دولار. ويرى أصحاب المقاهي - خلال المقابلات معهم - أن ارتفاع أو انخفاض أوجه الانفاق يتأثر بعدد الأجهزة المتاحة لاستخدام الانترنت وتنوع الخدمات بالمقهى والفترات التي تتيحها المقاهي لاستخدام الانترنت وكذلك مدى الاستعانة بمعاونين في إدارة المقاهي وكذلك ملكية مكان تقديم الخدمة من عدمه .

وترى الدراسة أن هذه التكلفة العالية من بين أهم أسباب عدم انتشار مقاهي الانترنت في كافة أنحاء شعبية الجبل الأخضر كما أن التكلفة أيضا من العناصر التي شجعت العديد من الأشخاص على تكوين شراكة بينهم لإنشاء المقاهي وهو ما سبقت وأشارت إليه الدراسة. وهذه النتيجة تتوافق مع ما افترضته الدراسة عن أن التكلفة العالية تعد عائقا أمام انتشار المقاهي .

٢- أوجه الانفاق: للتعرف على بنود إنفاق المقاهي حرص الباحث على الحصول على بنود إنفاق المقاهي خلال شهر نوفمبر عام ٢٠٠٦ - حسب ما ورد من أصحاب المقاهي - و يكشف الجدول التالي رقم (١٨) أن متوسط الانفاق خلال شهر نوفمبر عام ٢٠٠٦ مبلغ ١٠٦٠ دينار شهريا بما يوازي ٨١٥ دولار. حيث نجد أعلى المقاهي إنفاقا تمثلت في مقاهي الشعاع والرائد والشبكة المعلوماتية والوسام. وبينما نجد أن أقل المقاهي

جدول رقم (١٨) يبين أوجه إنفاق المقاهي خلال شهر نوفمبر ٢٠٠٦م

المقاهي	قيمة الاشتراك	الرواتب	الصيانة	الكهرباء	إيجار المكان	اجمالي الانفاق	
						بالدينار	\$
الرائد	٧٥٠	٣٠٠	٣٠	٢٥	٤٠٠	١٥٠٥	١١٥٧,٦
صقر	٧٥٠	٣٠٠	-	٣٠		١٠٨٠	٨٣٠,٧
الشعاع	١١٠٠	١٥٠	-	٤٠	٥٠٠	١٧٩٠	١٣٧٦,٩
حول العالم	٧٠٠	٣٠٠	-	٣٠	٢٥٠	١٢٨٠	٩٨٤,٦
المستقبل	٧٥٠	-	٣٠	٢٠	٢٥٠	١٠٥٠	٨٠٧,٦
النجم الساطع	٧٥٠	-	-	٣٠		٧٨٠	٦٠٠
الوسام	٧٥٠	٣٠٠	٣٠	٣٠	٣٠٠	١٤١٠	١٠٨٤,٦
الصفوة	٧٠٠	٣٠٠	-	٢٠		١٠٢٠	٧٨٤,٦
قصر البيضاء	٦٥٠	-	-	٣٠		٦٨٠	٥٢٣

المرسل	٤٠٠	-	٣٠	٢٠	٢٠٠	٦٥٠	٥٠٠
الشبكة العالمية	٧٥٠	٣٠٠	٤٠	٥٠	٤٠٠	١٥٤٠	١١٨٤,٦
المحققين	٦٠٠	-	٤٠	١٥		٦٥٥	٥٠٣,٨
الحديث	٥٠٠	-	٣٠	٢٠		٥٥٠	٤٢٣
العالم الان	٦٠٠	-	٣٠	٢٠	٢٠٠	٨٥٠	٦٥٣,٨
المجموع	٩٧٥٠	١٩٥٠	٢٦٠	٣٨٠	٢٥٠٠	١٤٨٤٠	١١٤١٤,٨

٢-مصادر الدخل:

كشفت الدراسة الميدانية عن أن مصادر الدخل بالمقاهي يمكن تقسيمها إلى ثلاث مصادر هي على النحو التالي:

أ - المصادر الأولية للدخل: وتتمثل في استخدام الانترنت ولاحتساب مصادر الدخل من استخدام الانترنت قام الباحث بحصر أعداد اشتراكات المستخدمين بالإضافة لحصر عدد ساعات استخدام الانترنت لغير المشتركين خلال اليوم. وبناءا على ذلك قسمت الدراسة مصادر الدخل الخاصة باستخدام الانترنت إلى مصدرين أولهما يتمثل في عدد الساعات التي يقضيها المستخدمين غير

المشاركين خلال اليوم ثم خلال الشهر بالمقهى. وثانيهما يتمثل في عدد لمستخدمين المشتركين خلال الشهر. وقد كشفت الدراسة الميدانية عن أن سعر الساعة موحد بجميع المقاهي وهو دينار ليبي أى ما يوازي ٠,٧٦ دولار وهو سعر يعد كبيرا بالمقارنة بأسعار ساعة الاستخدام عالميا. أما سعر الاشتراك فهو خمسة دنانير مقابل ١٠ ساعات استخدام انترنت أى أن سعر الساعة يصل إلى نصف دينار وهو ما يعنى أن سعر الساعة في حالة الاشتراك ينخفض إلى النصف.

جدول رقم(١٩) يبين مصادر الدخل لمقاهي الانترنت خلال شهر نوفمبر ٢٠٠٦م

المقهى	عوائد الاشتراكات				عوائد ساعات استخدام الانترنت	
	متوسط عدد الاشتراكات في الشهر	العائد بالدينار(العدد * دينار ٥)	متوسط عدد الساعات في اليوم	متوسط عدد الساعات في الشهر	العائد بالدينار (سعر الساعة بالدينار)	الدخل الاجمالى (اشتراك + ساعات)
الرائد	٨٠	٤٠٠	٧٠	٢١٠٠	٢١٠٠	٢٥٠٠
صق	٧٠	٣٥٠	٦٠	١٨٠٠	١٨٠٠	٢١٥٠
الشعاع	١٥٠	٧٥٠	٦٠	١٨٠٠	١٨٠٠	٢٥٥٠
حول العالم	٨٠	٤٠٠	٧٠	٢١٠٠	٢١٠٠	٢٥٠٠
المستقبل	١٢٠	٦٠٠	٦٠	١٨٠٠	١٨٠٠	٢٤٠٠
النجم الساطع	٦٠	٣٠٠	٤٠	١٢٠٠	١٢٠٠	١٥٠٠
مقهى الوسام	١٥٠	٧٥٠	٧٠	٢١٠٠	٢١٠٠	٢٨٥٠
الصفوة	٨٠	٤٠٠	٤٠	١٢٠٠	١٢٠٠	١٦٠٠
قصر البيضاء	٧٠	٣٥٠	٣٠	٩٠٠	٩٠٠	١٢٥٠

المرسل	٥٠	٢٥٠	٤٠	١٢٠٠	١٢٠٠	١٤٥٠
الشبكة المعلوماتية	١٥٠	٧٥٠	٥٠	١٥٠٠	١٥٠٠	٢٢٥٠
المثقفين	٧٠	٣٥٠	٥٠	١٥٠٠	١٥٠٠	١٨٥٠
الحديث	٨٠	٤٠٠	٤٠	١٢٠٠	١٢٠٠	١٦٠٠
العالم الآن	١٢٠	٦٠٠	٥٠	١٥٠٠	١٥٠٠	٢١٠٠
المجموع	١٣٣٠	٦٦٥٠	٧٣٠	٢١٩٠٠	٢١٩٠٠	٢٨٥٥٠

وأعداد المتدربين كما تتأثر عوائد الطباعة
بداية العام الدراسي ونهايته.

ج- مصادر أخرى: وتتمثل في المبيعات الأخرى

مثل الترجمة وتقديم المشروبات والمثلجات
والأطعمة ومبيعات خطوط التليفونات
المحمولة (الشرائح) وكروت الشحن. ويشير
أصحاب المقاهي أن العوائد من هذه المصادر
تتفاوت من يوم لآخر ومن شهر إلى آخر

المحور الرابع: استخدام مقاهي الانترنت في

شعبية الجبل الأخضر:

١- خصائص المستفيدين:

أ- جنسيات المستفيدين: تشير الدراسة الميدانية
عن تنوع جنسيات المستفيدين من مقاهي
الانترنت حيث تشير نتائج الجدول رقم (٢٠)
إلى أن الجنسية الليبية تمثل نسبة ٧٧,١% ،
بينما تمثل الجنسيات الأخرى نسبة ٢٢,٩%
تتوزع بين خمسة جنسيات يأتي في مقدمتها
المصرية بنسبة ١٦% يليها العراقية بنسبة
٢,٩% ثم التونسية بنسبة ٢,٤% ثم السورية
بنسبة ١% وأخيرا الاردنية بنسبة ٠,٧% .

ويظهر الجدول رقم (١٨) عوائد

الاشتراكات في الشهر وعوائد الساعات التي
يقضيها المستفيدين كل يوم في استخدام الانترنت.
ويكشف الجدول عما يلي : أن متوسط الدخل
من استخدام الانترنت من الاشتراكات وعدد
الساعات خلال الشهر بلغ ٢٠٣٩ دينار بما يوازي
١٥٦٨ دولار (متوسط الاتفاق خلال الشهر
١٠٦٠ دينار بما يوازي ٨١٥ دولار). حيث يبلغ
متوسط العائد من الاشتراكات مبلغ ٤٧٥ دينار
شهريا بما يوازي ٣٠٦ دولار. أما متوسط العائد
من عدد الساعات المستخدمة ١٥٦٤ دينار بما
يوازي ١٢٠٣ دولار في الشهر . وتشير هذه
النتائج عن وجود عائد اقتصادي جيد من
استخدام الانترنت ويعتبره أصحاب المقاهي المصدر
الرئيسي للدخل.

ب- المصادر الثانوية: تتمثل في الدورات التدريبية

وطباعة الأوراق ومبيعات الحاسب والتصوير
وكتابة الأبحاث على الحاسب واستخدام
الماسح الضوئي وتصميم المواقع والتدريب .
وقد أفاد أصحاب المقاهي إلى وجود تفاوت
في العوائد من هذه المصادر حيث تتأثر
العوائد من الدورات حسب أعداد الدورات

جدول رقم (٢٠) جنسيات المستفيدين من المقاهي

الجنسية	العدد	النسبة المئوية
ليبي	٣٢٣	٧٧,١
مصرى	٦٧	%١٦
عراقى	١٢	%٢,٩
تونسى	١٠	%٢,٤
سورى	٤	%١
أردن	٣	%٠,٧
المجموع	٤١٩	١٠٠

٤٠,٦% مؤهلات جامعية (مرحلة جامعية أولى) و ١٦,٢% دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه يليها المؤهلات المتوسطة بنسبة ٣٦,٥% وأخيرا فئة أقل من متوسط بنسبة ٦,٧%

ب- المؤهلات : كشفت النتائج عن أن غالبية المستفيدين ذوى علاقة بالتعليم الجامعى سواء فى مرحلة الأولى أو العليا المتمثلة فى مرحلتى الماجستير والدكتوراه ويمثل المستفيدين من المؤهلات العليا بنسبة ٥٦,٨% تتوزع بين

جدول رقم (٢١) مؤهلات المستفيدين من المقاهي

المؤهل	العدد	النسبة المئوية
مؤهل جامعى	١٧٠	%٤٠,٦
دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)	٦٨	١٦,٢
متوسط	١٥٣	%٣٦,٥
أقل من متوسط	٢٨	%٦,٧
المجموع	٤١٩	%١٠٠

نسبة ٨٩,٧% بينما تمثل فئة الإناث نسبة ١٠,٣%

ج- نوعية المستفيدين: تظهر النتائج أن الذكور يمثلون الفئة الرئيسة فى الاستخدام بما يمثل

جدول رقم (٢٢) نوعية المستفيدين من المقاهي

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكور	٣٧٦	%٨٩,٧
إناث	٤٣	%١٠,٣
مجموع	٤١٩	%١٠٠

فى درجات إتقانهم اللغات فبالنسبة للإنجليزية يجيدها نسبة ٣٣,٩% بدرجات متفاوتة

د- اللغات التى يجيدها المستفيدون : يعكس الجدول رقم (٢٣) أن المستفيدون يتباينون

الإجادة ٨٧,٨% . أما اللغتين الإيطالية والألمانية فنجد قلة قليلة يجيدها فالإيطالية يجيدها نسبة ٣,٦% ما بين جيد جدا وجيد ومتوسط بينما نجد أن الغالبية لا يجيدها . أما يمثل نسبة ٩٤% ما بين ضعيف ٢,٦% وعدم الاجادة ٩١,٤% أما الألمانية فيجيدها ١,٨% ما بين جيد جدا ٠,٤% وجيد ١,٤% بينما الغالبية لا تجيدها . أما يمثل نسبة ٩٥,٧% .

ما بين جيد جدا ٧,٨% وجيد ١٢% ومتوسط ١٤,١% ، بينما نجد الأكثرية لا تجيدها بنسبة ٦٣,٥% ما بين ضعيف ٢٤,٦% وعدم الإجادة ٣٨,٩% . أما اللغة الفرنسية فيجيدها نسبة قليلة جدا تمثل نسبة ٧,٩% ما بين جيد جدا ١,٢% وجيد ١,٤% متوسط ٥,٣% بينما نجد أن الغالبية لا تجيدها . أما يمثل نسبة ٨٩,٧% من المستفيدين ما بين ضعيف ١,٩% وعدم

جدول رقم (٢٣) اللغات التي يجيدها المستفيدين

اللغات	جيد جدا	%	جيد	%	متوسط	%	ضعيف	%	لا أجيد إطلاقا	%
الإنجليزية	٣٣	٧,٨%	٥١	١٢%	٥٩	١٤,١%	١٠٣	٢٤%	١٦٣	٣٨,٩%
الفرنسية	٥	١,٢%	٦	١,٤%	٢٢	٥,٣%	٨	١,٩%	٣٦٨	٨٧,٨%
الإيطالية	٧	١,٦%	٤	١%	٤	١%	١١	٢,٦%	٣٨٣	٩١,٤%
الألمانية	٢	٠,٤%	٦	١,٤%	-	-	-	-	٤٠١	٩٥,٧%

والمهندسين ٧,٦% والأطباء ٥٦% أما أصحاب الأعمال الحرة يمثلون نسبة ٢٠,٣% ، وأخيرا المستفيدين بدون عمل بنسبة ٦,٧% .

هـ- مهن المستفيدين: كشفت الدراسة عن تنوع في مهن المستفيدين ففي حين يأتي في مقدمتهم فئة الطلاب بنسبة ٢٥,١% يليهم المهنيين بنسبة ٤٨% موزعين بين أعضاء هيئة التدريس ١٨,٤% والمدرسين ١٦%

جدول رقم (٢٤) طبيعة وظائف المستفيدين من المقاهي

الوظائف	العدد	النسبة المئوية
طالب	١٠٥	٢٥,١%
أعمال حرة	٨٥	٢٠,٣%
عضو هيئة تدريس	٧٧	١٨,٤%
مدرس	٦٧	١٦%
مهندس	٣٢	٧,٦%
العاطلين	٢٨	٦,٧%
طبيب	٢٥	٦%
المجموع	٤١٩	١٠٠%

ثانيا : استخدام مقاهي الانترنت:

ج- تاريخ الاستخدام : كشفت الدراسة عن أن غالبية المستخدمين يستخدمون الانترنت منذ أكثر من عام. بما يمثل نسبة ٤٣,٤ % ومن ٦ اشهر إلى عام ٢٣,٩ % ومن ٣-٦ اشهر ١٦,٧ % ومن ١-٣ أشهر ١١ % وأخيرا أول مرة ٥ %.

جدول رقم (٢٥) تاريخ استخدام المستخدمين للانترنت

الاختيارات	الاختيارات	النسبة المئوية
أول مرة	٢١	٥ %
من ١ إلى ٣ شهور	٤٦	١٥,٨ %
من ٣-٦ اشهر	٧٠	١٦,٧ %
من ٦- سنة	١٠٠	١٩,١ %
أكثر من سنة	١٨٢	٤٣,٤ %
المجموع	٤١٩	١٠٠ %

٢٠,٨ % ثم يوم في الأسبوع ١٨,١ % ثم من ١-٣ أيام ٩,٦ % . وأخيرا في السنة من ٢ إلى ٤ مرات بنسبة ٣,٣ % وأقل من مرتين نسبة ٥,٥ %.

ب- المدى الزمني للاستخدام:

يعكس الجدول رقم (٢٦) أن الغالبية العظمى من المستخدمين يقضون ما بين ٢ إلى ٤ أيام في الأسبوع بنسبة ٤٢,٧ % يليها كل أيام الأسبوع

جدول رقم (٢٦) عدد مرات استخدام مقاهي الانترنت

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
يوم في الأسبوع	٧٦	١٨,١ %
من ٢-٤ أيام	١٧٩	٤٢,٧ %
كل أيام الأسبوع	٨٧	٢٠,٨ %
من ١-٣ مرات في الشهر	٤٠	٩,٦ %
من ٢-٤ مرات في السنة	١٤	٣,٣ %
اقل من مرتين في السنة	٢٣	٥,٥ %
المجموع	٤١٩	١٠٠ %

ثم ما بين ٢-٤ ساعات نسبة ١٨,١ % ثم ما بين ٤-٦ ساعات ٦,٢ % وأكثر من ٦ ساعات ٧,٦ %.

كما يعكس الجدول رقم (٢٧) أن غالبية المستخدمين يقضون ما بين ساعة إلى ساعتين بنسبة ٤٥,٦ % يليهم اقل من ساعة بنسبة ٢٢,٤ %

جدول رقم (٢٧) عدد الساعات المنقضية على الانترنت خلال المرة الواحدة

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
اقل من ساعة	٩٤	%٢٢,٤
١-٢	١٩١	%٤٥,٦
٢-٤	٧٦	%١٨,١
٤-٦	٢٦	%٦,٢
اكتر من ٦ ساعات	٣٢	%٧,٦
المجموع	٤١٩	%١٠٠

ج- أماكن الاستخدام: يعكس الجدول رقم (٢٨) عن أن نسبة ٣٧,٢% من المستفيدين يستخدمون الانترنت في أماكن أخرى غير المقاهي تتوزع ما بين المنزل بنسبة ١٧,٤% والأصدقاء بنسبة ٧,٧% والجامعة بنسبة ٧,٦% والمدرسة بنسبة ٣,٦% والنادي بنسبة ٠,٧%.

جدول رقم (٢٨) الأماكن الأخرى لاستخدام الانترنت

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
المنزل	٧٣	%١٧,٤
الجامعة	٣٢	%٧,٦
المدرسة	١٥	%٣,٦
الأصدقاء	٣٣	%٧,٩
النادي	٣	%٠,٧

ويعكس الجدول رقم (٢٩) عن أن الغالبية تجد أماكن لها حال دخول الانترنت بنسبة ٥٤,٩% بينما أشارت الدراسة إلى أن نسبة ٤٥,١% يواجهون صعوبة في إيجاد أماكن حال دخولهم المقهى موزعين بين لا يجدون أحيانا بنسبة ٣١,٣% ولا يجدون دائما بنسبة ١٣,٨% وهي نسبة تعد كبيرة أمام استخدام المقاهي.

جدول رقم (٢٩) مدى كفاية الأماكن بمقاهي الانترنت

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
أجد دائما	٢٣٠	%٥٤,٩
لا أجد أحيانا	١٣١	%٣١,٣
لا أجد دائما	٥٠	%١١,٩
لا اعرف	٨	%١,٩
المجموع	٤١٩	%١٠٠

ويكشف الجدول رقم (٣٠) عن أن نسبة ٤٢,٧% ترى أن المقاهي الموجودة تكفي موزعين بين الإجابة بنعم بنسبة ٤٢,٧% وإلى حد ما بنسبة ١٥,٥% بينما أشارت نسبة ٤١,٨% أنها لا تكفي.

جدول رقم (٣٠) مدى كفاية المقاهي الموجودة بشعبية الجبل الأخضر.

مدى كفاية المقاهي	العدد	النسبة المئوية
نعم	١٧٩	٤٢,٧%
إلى حد ما	٦٥	١٥,٥%
لا	١٧٥	٤١,٨%
المجموع	٤١٩	١٠٠%

د- تأثير الانترنت على مهارات الاستخدام من جانب المستخدمين: يكشف الجدول رقم (٣١) أن غالبية المستخدمين تحرص على استخدام مقاهي الانترنت بنسبة ٦٨,٧% موزعة بين حريصون جدا بنسبة ٤٤,٤%

جدول رقم (٣١) مدى حرص المستخدمين على استخدام المقاهي

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
حريص جدا	١٨٦	٤٤,٤%
حريص	١٠٢	٢٤,٣%
حريص إلى حد ما	٨٠	١٩,١%
لا احرص	٥١	١٢,٢%
المجموع	٤١٩	١٠٠%

ويعكس الجدول رقم (٣٢) أن غالبية المستخدمين بما يمثل ٥٠,١% ترى أن استخدامهم للانترنت ساهم في تحسين قدراتهم. وأن نسبة ٣٢% يرون أنه تحسن بعض الشيء وترى فئة أخرى بأن مستواهم لم يتحسن بنسبة ٤,٣%. وهناك من أشار أنه كان مدربا من قبل بنسبة ٩,٥% وفضل آخرون الإجابة بـ لا أعرف بنسبة ٤,١%.

جدول رقم (٣٢) مدى تأثير استخدام المقاهي في تحسين مهارات المستخدمين

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
تحسن جدا	٢١٠	٥٠,١%
تحسن بعض الشيء	١٣٤	٣٢%
لم يتحسن	١٨	٤,٣%
كنت مدربا قبل ذلك	٤٠	٩,٥%
لا اعرف	١٧	٤,١%
المجموع	٤١٩	١٠٠%

هـ - أهداف استخدام مقاهي الانترنت:

والشراء عبر الانترنت ١,٤% وأخيرا البحث عن وظائف بنسبة ٦,٤% .

أما الأهداف الثانوية لاستخدام الانترنت فكانت متفاوتة فالاتصال بالأهل والأصدقاء مثل نسبة ٢٠,٣% والألعاب والترفيه ١٧,٧% والبحث عن وظائف ١٩,٣% وتعلم الحاسب والانترنت ١٥,٥% وخدمة المناهج الدراسية ١٣,٤% وإنهاء الأعمال التجارية ١٢,٤% .

كشفت الدراسة الميدانية عن وجود أهداف أساسية وأخرى ثانوية أما الأهداف الأساسية لاستخدام المقاهي تتمثل في أغراض تتعلق بالاتصال بالأهل والأصدقاء بنسبة ٤٣,٢%، التعليم والبحث العلمي بنسبة ٣٣,٦% موزعة بين خدمة المناهج الدراسية ٢٥,١% والبحث العلمي ٨,٥%، أما الألعاب والترفيه فمثلت نسبة ٣٠,٥%، تعلم الحاسب والانترنت بنسبة ٢٢,٤% ثم لأغراض اقتصادية ومثلت نسبة ٨,٦% موزعة بين إنهاء أعمال تجارية بنسبة ٧,٢%

جدول رقم (٣٣) أهداف استخدام مقاهي الانترنت من جانب المستخدمين (العينة ٤١٩)

الأهداف	العدد	نسبة مئوية	استخدامات ثانوية	نسبة مئوية
الاتصال بالأهل والأصدقاء	١٨١	٤٣,٢%	٨٥	٢٠,٣%
الألعاب والترفيه	١٢٨	٣٠,٥%	٧٤	١٧,٧%
خدمة المناهج الدراسية	١٠٥	٢٥,١%	٥٦	١٣,٤%
خدمة البحث العلمي	٥٥	٨,٥%	٦٩	١٦,٥%
البحث عن وظائف	٢٧	٦,٤%	٨١	١٩,٣%
تعلم الحاسب والانترنت	٩٧	٢٢,٤%	٦٥	١٥,٥%
إنهاء أعمال تجارية	٣٠	٧,٢%	٥٢	١٢,٤%
الشراء عن طريق الانترنت	٦	١,٤%	١٣	٣,١%

بنسبة ٣٥,٤% يليها أداة بحث ام اس ان MSN بنسبة ١١,٧% يليها ألتافستا Altavista بنسبة ٥,١% وأخيرا مكتوب Maktoob بنسبة ٤,٤% .

و- أدوات البحث الأكثر استخداما: كشفت الدراسة عن أن غالبية المستخدمين يفضلون استخدام أداة بحث جوجل google بنسبة ٤٣,٤% يليها أداة بحث ياهو yahoo

جدول رقم (٣٤) أدوات البحث الأكثر استخداما

أدوات البحث	الاختيارات	النسبة المئوية
Google	٣٥٢	٤٣,٤%
Yahoo	٢٨٧	٣٥,٤%
MSN	٩٥	١١,٧%
Altavista	٤١	٥,١%
Maktoob	٣٦	٤,٤%
إجمالي	٨١١	١٠٠%

٢٩,١% ، تحميل الملفات ١٩,٦% والتعلم والتدريب ٢٦,٧% ، تطبيقات الحاسب ١٦,٧% . أما الخدمات التي يقل استخدامها تمثلت في تصميم صفحات الويب ٩,٧% ، التعلم والتدريب ٥٢,٣% ، تطبيقات الحاسب ٤٨,٩٥% ، الألعاب والترفيه ٣٦,٣% ، تحميل الملفات نسبة ٣٠,٣% .

ز- الخدمات الأكثر استخداما: أسفرت الدراسة عن تركيز الاستخدام الدائم لأربع خدمات رئيسية تمثلت في البريد الإلكتروني وهي الأعلى استخداما بنسبة ٧٨,٣% ، يليها تصفح الانترنت www بنسبة ٧٣,٩% ، يليها خدمات الدردشة ٦٧,٨% ، تحميل الملفات ٥٠% . أما الخدمات التي تستخدم أحيانا فيأتي في مقدمتها الألعاب والترفيه

جدول رقم (٣٥) الخدمات الأكثر استخداما من جانب المستخدمين (العينة ٤١٩)

الاختيارات	دائما	%	أحيانا	%	لا استخدم	%
البريد الإلكتروني	٣٢٨	٧٨,٣%	٣٣	٧,٩%	٥٨	١٣,٨%
تصفح الانترنت	٣١٠	٧٣,٩%	٧٧	١٨,٤%	٣٢	٧,٦٥%
الدردشة	٢٨٤	٦٧,٨%	٦١	١٤,٦%	٧٤	١٧,٧٥%
تحميل الملفات	٢١٠	٥٠%	٨٢	١٩,٦%	١٢٧	٣٠,٣%
الألعاب والترفيه	١٥١	٣٦%	١٢٢	٢٩,١%	١٥٢	٣٦,٣%
تطبيقات الحاسب	١٣٥	٣٢,٢%	٧٠	١٦,٧%	٢٠٥	٤٨,٩٥%
تصميم صفحات الويب	٢٥	٦%	١٤	٣,٣%	٣٨٠	٩٠,٧%
التعلم والتدريب	٨٨	٢١%	١١٢	٢٦,٧%	٢١٩	٥٢,٣%

٢٧,٢% وإلى حد ما ٣٣,٧% . يليها موضوعات الفنون موزعة ما بين يهتمون جدا ٢٣,٩% وإلى حد ما ٣٢,٦% .

من ناحية أخرى لم تغطي بعض الموضوعات بالتصفح بنسب عالية من جانب المستفيدين ويأتي في مقدمتها الموضوعات الأدبية ٧٩,٧% ثم الرياضية ٥٩,٢% ثم الموضوعات الصحية ٥١,٦% ثم الموضوعات السياحية ٥٥,٨% والتربوية ٦٧,١% والتجارية ٧١,١% .

ح- نوعية المعلومات المفضل البحث عنها:

يعكس الجدول التالي رقم (٣٦) عن نوعية المعلومات التي يتصفحها المستفيدين من المقاهي ويأتي على قائمة هذه الموضوعات المعلومات العامة موزعة ما بين من يهتمون جدا ٤٥,٨% وإلى حد ما ٣٩,٤% . يليها المعلومات العلمية موزعة ما بين من يهتمون جدا ٢٩,٦% وإلى حد ما ٢٤,١% . يليها المعلومات الاجتماعية ما بين من يهتمون جدا ٢٨,٤% وإلى حد ما ٢٦,٧% . يليها الموضوعات السياسية ما بين يهتمون جدا

جدول رقم (٣٦) نوعية المعلومات التي يتصفحها المستفيدين (العينة ٤١٩)

نوعية المعلومات	اهتم جدا	%	اهتم إلى حد ما	%	لا اهتم	%
معلومات عامة	١٩٢	٤٥,٨%	١٦٥	٣٩,٤%	٦٢	١٥%
معلومات علمية	١٢٤	٢٩,٦%	١٠١	٢٤,١%	١٩٤	٤٦,٣%
معلومات اجتماعية	١١٩	٢٨,٤%	١١٢	٢٦,٧%	١٨٨	٤٤,٩%
السياسة	١١٤	٢٧,٢%	١٤١	٣٣,٧%	١٦٤	٣٩,١%
الفنون	١٠٠	٢٣,٩%	١٣٦	٣٢,٦%	١٨٣	٤٣,٧%
تجارية	٩٠	٢١,٥%	٣١	٧,٤%	٢٩٨	٧١,١%
تربوية	٧٤	١٧,٧%	٦٤	١٥,٣%	٢٨١	٦٧,١%
سياحية	٦٥	١٥,٥%	١٢٠	٢٨,٦%	٢٣٤	٥٥,٨%
معلومات صحية	٥٦	١٣,٤%	١٤٧	٣٥,١%	٢١٦	٥١,٦%
رياضية	٥٥	١٣,١%	١١٦	٢٧,٧%	٢٤٨	٥٩,٢%
الأدب	٣٢	٧,٦%	٩٥	٢٢,٧%	٢٩٢	٦٩,٧%

ط- استخدام الأجهزة بالمقاهي

بنسبة ٣٧% ثم الكاميرات بنسبة ٢٨,٢% ثم ماكينات التصوير بنسبة ١٤,٨% والماسح الضوئي بنسبة ١٠,٥% وأخيرا التليفون ٢,٤% والفاكس ١,٩% .

كشفت الدراسة عن تفاوت في استخدام الأجهزة المتاحة بالمقاهي حيث نجد أن أكثر الأجهزة استخداما بصورة دائمة السماعات بنسبة ٤٩,٤% ثم الطابعات

جدول رقم (٣٧) الأجهزة الأكثر استخداما داخل المقاهي

الأجهزة	دائما	النسبة المئوية	أحيانا	النسبة المئوية	لا استخدم	النسبة المئوية
السماعات	٢٠٧	%٤٩,٤	٨٨	%٢١	١٢٤	%٣٨,٩
الطابعات	١٥٥	%٣٧	١٦٣	%٣٨,٩	١٠١	%٢٤,١
الكاميرا	١١٨	%٢٨,٢	١٣٠	%٣١	١٧١	%٤٠,٨
ماكينة التصوير	٦٢	%١٤,٨	٨٩	%٢١,٢	٢٦٨	%١
الماسح الضوئي	٤٤	%١٠,٥	٢٠	%١١	٣٥٥	%٨٤,٧
التلفون	١٠	%٢,٤	٢٥	%٦	٣٨٤	%٩١,٦
الفاكس	٨	%١,٩	٥	%١,٢	٤٠٦	%٩٦,٨

خامسا: علاقة الاستخدام بالتكلفة:

أ- متوسط الدخل:

كشفت الدراسة الميدانية عن تفاوت دخول المستفيدين حيث أن غالبية الدخول تقع ما بين ١٠٠ - ٤٠٠ دينار بنسبة %٦١,٩ موزعة ما بين ١٠٠ - ٢٠٠ دينار يليها من ٢٠٠ - ٤٠٠ دينار بنسبة %١٨,٩ ثم أقل من ١٠٠ دينار %١٦,٩

وأكثر من ١٠٠٠ دينار بنسبة %١١,٧ ومن ٦٠٠ - ٨٠٠ دينار ٣,٣% ومن ٨٠٠ - ١٠٠٠ دينار ٣,٣% وأخيرا من ٤٠٠ - ٦٠٠ دينار ٢,٩% .

جدول رقم (٣٨) دخول المستفيدين من مقاهي الانترنت

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
أقل من ١٠٠ دينار	٧١	%١٦,٩
من ١٠٠ - ٢٠٠ دينار	١٨٠	%٤٣
من ٢٠٠ - ٤٠٠ دينار	٧٩	%١٨,٩
من ٤٠٠ - ٦٠٠ دينار	١٢	%٢,٩
من ٦٠٠ - ٨٠٠ دينار	١٤	%٣,٣
من ٨٠٠ - ١٠٠٠ دينار	١٤	%٣,٣
أكثر من ١٠٠٠ دينار	٤٩	%١١,٧
الاجمال	٤١٩	%١٠٠

ب- حجم الانفاق على استخدام المقاهي:

يعكس الجدول رقم (٣٩) عن تباين بين المستفيدين في الانفاق على استخدام مقاهي الانترنت فال فئة الأولى وتمثل الغالبية منهم تنفق ما بين ١ - ٣٠ دينار بنسبة %٨٤,٣ يتوزعون في فئة ما بين ٥ - ١٠ دينار وتمثل نسبة ٣٣,٤ % ، ثم ما بين ٢١ - ٣٠ دينار بنسبة %١٨,٤ ، ثم ما بين

١١-٢٠ بنسبة ١٦,٥، ثم أقل من ٥ دنائير بنسبة ١٦% . أما الفئة الثانية فتتفق ما بين ٣١- إلى أكثر من ٥٠ دينار تمثل نسبة ١٥,٧% يتوزعون

في فئة ما بين ٣١-٤٠ بنسبة ٦,٢% ثم ما بين ٤١-٥٠ بنسبة ٤,٣% ثم أكثر من ٥٠ دينار بنسبة ٥,٣% .

جدول رقم (٣٩) تبين إنفاق المستفيدين على استخدام الانترنت

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
أقل من ٥ دينار	٦٧	١٦%
من ٥-١٠	١٤٠	٣٣,٤%
من ١١-٢٠	٦٩	١٦,٥%
من ٢١-٣٠	٧٧	١٨,٤%
من ٣١-٤٠	٢٦	٦,٢%
من ٤١-٥٠	١٨	٤,٣%
٥٠ فأكثر	٢٢	٥,٣%
المجموع	٤١٩	١٠٠,١%

ج-تأثير التكلفة على الاستخدام:

يعكس الجدول رقم (٤٠) أن الغالبية ترى أن التكلفة عالية بما يمثل نسبة ٧٨% مقسمة ما بين مكلفة جدا بنسبة ٤١,٥% ومكلفة بنسبة ٣٦,٥% بينما يرى نسبة ١٧,٩% أنها قليلة

التكلفة مقسمة ما بين قليلة بنسبة ١٣,١% وقليلة جدا بنسبة ٤,٨% بينما فضلت فئة أخرى بالاجابة بلا أعرف ٤,١%

جدول رقم (٤٠) مدى تأثير التكلفة على استخدام مقاهي الانترنت

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
مكلفة جدا	١٧٤	٤١,٥%
مكلفة	١٥٣	٣٦,٥%
قليلة	٥٥	١٣,١%
قليلة جدا	٢٠	٤,٨%
لا أعرف	١٧	٤,٠١%
المجموع	٤١٩	١٠٠%

كما كشفت الدراسة أن غالبية المستفيدين يرون أنها مؤثرة بنسبة ٨٨,٧% و موزعة بين مؤثرة إلى حد ما بنسبة ٣١,٥% مؤثرة ٢٩,٨%

ومؤثرة جدا ٢٩,٨% وترى فئة تمثل نسبة ٧,٩% أنها غير مؤثرة وفئة أخرى أجابت بلا اعرف ٣,٣% .

جدول رقم (٤١) مدى تأثير التكلفة على الاستخدام

الاختيارات	العدد	النسبة المئوية
مؤثرة جدا	١١٥	%٢٧,٤
مؤثرة	١٢٥	%٢٩,٨
مؤثرة إلى حد ما	١٣٢	%٣١,٥
غير مؤثرة	٣٣	%٧,٩
لا أعرف	١٤	%٣,٣
المجموع	٤١٩	%١٠٠

سادسا: رضا المستفيدين عن التجهيزات بالمقاهي محل الدراسة:

كشفت الدراسة الميدانية عن تفاوت في مدى رضا المستفيدين من التجهيزات المتاحة بالمقاهي محل الدراسة وقد اشارت الغالبية عن رضاها بالجو المحيط داخل المقهى سواء قهوة او اضاءة او تدفئة ومثلت نسبة %٦٩ تلاها الرضا عن الوقت المتاح للاستخدام بنسبة %٥٣,٩ ثم الرضا عن مساعدة العاملين بنسبة %٤٤,٢. من ناحية اخرى اشارت الدراسة الى عدم رضا المستفيدين عن البرامج المتاحة للاستخدام بنسبة %٤٤,٤ وعدم رضاهم عن جودة الدورات التدريبية بنسبة %٣٥,٢ وعدم الرضا عن سرعة الانترنت %٣٤,٨. (انظر الجدول رقم ٤٢)

جدول رقم (٤٢) آراء المستفيدين للمقومات المتاحة بمقاهي الانترنت

الاختيارات	ممتازة	%	جيدة	%	إلى حد ما	%	سيئة	%	لا أعرف	%
الجو المحيط	٢٨٩	%٦٩	٥٢	%١٢,٤	٢٥	%٦	١٨	%٤,٣	١٠	%٢,٤
سرعة الأجهزة	٩٦	%٢٢,٩	٦٥	%١٥,٥	١٤٧	%٣٥,١	١١١	%٢٦,٥	-	-
سرعة الانترنت	١١٣	%٢٧	٩٠	%٢١,٥	٧٠	%١٦,٧	١٤٦	%٣٤,٨	-	-
البرامج المتاحة	٩١	%٢١,٧	١٠٢	%٢٤,٣	٢٦	%٦,٢	١٨٦	%٤٤,٤	١٤	%٣,٣
مساعدة العاملين	١٨٥	%٤٤,٢	١٢١	%٢٨,٨	٩٦	%٢٢,٩	١٣	%٣,١	٤	%١
الوقت المتاح للاستخدام	٢٢٦	%٥٣,٩	١٧١	%٤٠,٨	١٢	%٢,٩	٣	%٠,٧	٧	%١,٧
جودة الدورات التدريبية	٣٠	%٢٣,٤	٤٢	%٣٢,٨	١١	%٨,٦	٤٥	%٣٥,٢	٢٩١	%٦٩,٥
المجموع										

نتائج الدراسة:

انتشارها في مدينة البيضاء بعدد ١٣ مقهى ومدينة شحات مقهى واحد فقط.

٢- غالبية العاملين من الشباب %٤٨,١ وغالبيتهم من الذكور ٨١,٥٥ ومن ذوي

١- يمثل عام ٢٠٠١ بداية انتشار المقاهي في شعبية الجبل الأخضر أى بعد بداية ظهورها بالجمهورية عام ١٩٩٨م حيث تركز

الجامعي في مراحلہ الأولى والعلیاء بنسبة ٥٦,٦%، حیث أن غالبیةم یتنمون لفئة الطلاب بنسبة ٣١,٧% یلیها الأعمال الحرة ٢٠,٣% ثم أعضاء هیئة التدیس ١٨,٤%.

١١- غالبیة المستفیدین لدیهم الخبرة فی استخدام الانترنت حیث أن غالبیةم یتستخدمونها منذ أكثر من عام ٤٣,٤% .
١٢- قلة من المستفیدین یتستخدم الانترنت من خلال منافذ أخرى ٣٧,٢% تأتي فی مقدمتها المنازل ١٧,٤% ثم الجامعات ٧,٦%.

١٣- غالبیة المستفیدین یرون أن استخدامهم للمقاهی زاد من قدراتهم ومهاراتهم فی استخدام الانترنت بنسبة ٥٠,١% .
١٤- یتمثل الأهداف الأساسیة لاستخدام الانترنت الاتصال بالأهل والاصدقاء ٤٣,٢%، التعلیم والبحث ٣٣,٦% والألعاب والترفیه ٣٠,٥%.

١٥- غالبیة المستفیدین یفضلون استخدام أداة بحث جوجل google بنسبة ٤٣,٤% یلیها أداة بحث یاهو yahoo بنسبة ٣٥,٤% .

١٦- الخدمات الأكثر استخداما بصورة دائمة یتمثل فی أربع خدمات رئیسیة البرید الالكتروني ٧٨,٢%، تصفح الانترنت ٧٣,٩%، خدمات الدردشة بنسبة ٦٧,٨%، تحميل الملفات ٥٠% .

المؤهلات الجامعیة ٥١,٩% وغالبیةم یشغلون وظائف أخرى ٤٨,١% .

٣- ینقسم العاملین مابین ملاك للمقاهی ٦٣% وموظفین ٣٧% .

٤- كشفت الدراسة عن أن نسبة ٦٤,٣% من المقاهی قائمة على الشراكة بین شخصین أو أكثر نظرا للتكلفة العالیة لانشائها.

٥- تستعین نسبة ٤٢,٩% من المقاهی بالموظفین فی إدارتها وتأتي خبراتهم فی الانترنت والحاسب من أهم معايير قبولهم بالعمل داخل المقاهی

٦- تمثل أجهزة الحاسب بملحقاتها العمود الفقري لعمل المقاهی ولكنها تتفاوت فی امكاناتها وأنواعها حسب تاریخ شرائها یلیها أجهزة ثانویة أخرى تتمثل فی الطابعات والماسحات الضوئیة وماکیونات التصوير .

٧- تتمثل التكلفة العالیة فی أعداد وأنواع وإمكانیات أجهزة الحاسب الآلی المقتناة فی المقاهی.

٨- تعدد أوجه إنفاق الرئیسیة بالمقاهی فی قيمة الاشتراك لدى مزودی الانترنت ثم إيجارات أماكن تقدم الخدمة ومرتبات الموظفین.

٩- تنوع خصائص المستفیدین من المقاهی حیث تنوع جنسیات المستفیدین مابین الجنسیة الیبة ٧٧% والمصریة ١٦% وجنسیات أخرى من العراق وسوریا والاردن وتونس.

١٠- غالبیة المستفیدین من الذکور ٨٩,٧% . كما أن غالبیةم یتنمون للتعلیم

ومن أبرز توصيات الدراسة:

- ١- ضرورة تحديث اجهزة الحاسب الالى كل فترة زمنية مع ضمان الحصول على الاجهزة ذات السرعات العالية.
- ٢- ضرورة صيانة الاجهزة صيانة دورية للمحافظة عليها من التلف والفيروسات وغيرها.
- ٣- ضرورة الاهتمام بتقدم اكثر من خدمة داخل المقهى الواحد حتى يتسنى تنويع مصادر الدخل.
- ٤- الاستعانة بالعاملين ذوى الخبرة في ادارة المقهى على أن يكون لديهم خبرات الحاسب والانترنت وأن يكون لديهم القدرة على تدريب المستخدمين وتعليمهم الاستخدام الامثل للانترنت.
- ٥- ضرورة الاشتراك لدى مزودى خدمات الانترنت ذات السرعات العالية لضمان كفاءة الخدمة.

المصادر والمراجع:

- (1) Haseloff, AnikarM.cybercafes and ther potential as community development tools India.vol 1.No3(2005).available: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN023010.pdf> (٢٠٠٧/١/٢٥)
- (2) Haselff,AnikarM.op.cit
- (3)
- (4) Boase, Jeffrey. Is there a Place in Cyberspace:The Uses and Users of Public Internet Terminals In"NetLab, Centre for Urban & Community Studies, University of Toronto November, 16 (2002).Available: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellmanpublications/cybercafepaperprogress16-BW-merged.PDF>

١٧- نوعية المعلومات التى يتصفحها المستخدمين من المقاهي تركزت في المعلومات العامة ٤٥,٨% ، المعلومات العلمية ٢٩,٦% ، المعلومات الاجتماعية ٢٨,٤% الموضوعات السياسية ٢٧,٢% ، الفنون ٢٣,٩% .

١٨- لم تغطى بعض الموضوعات بالتصفح من جانب المستخدمين بالصورة الكافية ويأتى في مقدمتها الموضوعات الأدبية ٧٩,٧% ، التجارية ٧١,١% ، التربوية ٦٧,١% ، الرياضية ٥٩,٢% ، السياحية ٥٥,٨% ، الصحية ٥١,٦% .

١٩- كشفت الدراسة عن تفاوت في استخدام الأجهزة المتاحة بالمقاهي من جانب المستخدمين حيث نجد أن أكثر الأجهزة استخداما أجهزة الحاسب بنسبة ٣٩,١% وأقلها استخداما

٢٠- كشف الدراسة الميدانية عن تفاوت متوسط دخول المستخدمين حيث أن غالبية الدخول تقع ما بين ١٠٠-٤٠٠ دينار بنسبة ٦١,٩% .

٢١- غالبية المستخدمين تنفق ما بين ١-٣٠ دينار بنسبة ٨٤,٣% شهريا .

٢٢- الغالبية ترى أن تكلفة الاستخدام عالية ٧٨% بينما يرى نسبة ١٧,٩% أنها قليلة التكلفة .

٢٣- غالبية المستخدمين يرون أن التكلفة مؤثرة على حجم الاستخدام بنسبة ٨٨,٧% بينما يرى نسبة ٢٩,٨% بأنها مؤثرة جدا.

- (14) Sairosse, Tomas Mauta, ; Mutula, Stephen .
Economic impact of the internet :study of
cybercafes in Gaborone, Botswana . in "
Library hi tech" Vol 21 No 4 (2003).-
pp451-462.
- (15) Sairosse, Tomas Mauta, ; Mutula, Stephen.
use of cybercafes :study of Gaborone city,
Botswana . in "**Program: electronic
library & information systems**" Vol 38 No
1(2003) .- pp 60-66.
- (16) Gitta, Samuel., J. R.Ikoja-Odongo The
impact of cybercafes on information
services in Uganda. In "Peer_Reviewed
journal on the internet Vol 8 N 4
(April 2003 Available: http://firstmonday.org/Issue8_4/gitta/index.html.(15-1-2007)
- (17) Haseloff, Anikar M. cybercafes and ther
potential as community development tools
in India. vol 1. No3 (2005). available:
[http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/
documents/APCITY/UNPAN023010.pdf](http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN023010.pdf)
(12-10-2006)
- (18) Wahid, Fathul and Furuho, Bjørn and
Kristiansen, Stein. Internet for
Development? Patterns of use among
Internet café customers. In " Indonesia
Information Development", 11 2006; vol.
22: pp. 278 – 291. from EBSCO HOST.
available:
[http://search.ebscohost.com/login.aspx?dire
ct=true&db=lxh&AN=235988&site=ehost-
li](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=lxh&AN=235988&site=ehost-
li)
- (19) Stewart, James. Cafematics©: The
cybercafe and the community.
available: [http://homepages.ed.ac.uk/jkstew/
work/cafematics.pdf](http://homepages.ed.ac.uk/jkstew/
work/cafematics.pdf) .(22/1/2007)
- (20) Caslon analytics cybercafes : this note
considers cybercafes and can cafes .
- (5) Stewart, James .op.cit & Haseloff, Anikar
M.op.cit.
- (6) Clyde, Laurel. A True love and life@the
internet café. in "Teacher librarian" vol 26 No
3 (January/February 1999) pp53-54. (lib &lit
fulltext)
- (٧) النتائج الاولى للتعداد العام للسكان، ٢٠٠٦. - ص ٥٤ و ٩٥
- (٨) علاء عبد الستار مغاوري. "مقاهي الانترنت في مصر:
دراسة في احتياجات وسلوك البحث عن المعلومات لدى
المستفيدين منها :دراسة تطبيقية على مدينة حلوان
بالقاهرة" عالم المعلومات والمكتبات والنشر. - مج ٤ ،
٢٤ (يناير ٢٠٠٣) .- ص ٣٦-٦٠.
- (9) Floyd S. Kelly. Internet café; a computer
assisted information publishing
environment .(Mas ter of Science) A Thesis
Presented to The Faculty of Graduate
Shidies ,Canda September, 1997.
- (10) Ismail. N.Nafia..Internet cafes in Dar
essalaam :problems and opportunities
(Master of science thesis) Eundihoven
university (November 7/2002).pp1- 105.
- (11) Mutula, Stephen.M. ;Ahmedi, Mzeem.M.
"An investigation into problems of internet
access ana use in dare s salaam, Tanzania"
in "**Malaysian journal of library &
information science**" vol 5 , no 2
(December 2000) .- pp31-43.
- (12) Hua Lin Sun. Internet policy and use :A
field study of internet cafes in China .(A
Dissertation degree of doctor of Philosophy
Director of Dissertation Stephen D.
McDowell ,Co-director of Dissertation John
K. Mayo, Department of Communication ,
College communication , the Florida state
university , 2003. 187p.
- (13) Adomi, Eesharenana E; Okiy, Rose B;
Ratyan, Jasiaho. Asurvey of cybercafes in
delta state, Nigeria. In **The electronic
library** . Vol 21, No 5 (2003).- PP.487-495.

- (26) James Marriot. Internet Penetration proliferating in Africa. available : <http://www.submityournewarticle.com>. (2/1/2007)
- (28) available: www.gait.gov.ly/news/main.page.htm.
- (29) المصدر نفسه (٢٠-١٢-٢٠٠٥)
- (30) available: <http://www.mengos.net/articles/04/libia/internetfilibya.doc>. (12/11/2006)
- (31) available: http://www.ituarabic.org/arab_country_report.asp?. 18/1/2006
available: <http://www.mengos.net/articles/04/libia/internetfilibya.doc>.
- (32) (12/11/2006)
- (33) Ismael Nnafia. op. cit.
- Available : caslon.com.au/cafenote.htm. (22/2/2007)
- (21) available: www.cybercaptive.com.
- (22) Caslon analytics cybercafe .op.cit.
- (23) Ibid.
- (24) available: www.internetwordstats.com. (11/12/2006)
- (٢٥) جريدة البيان الاماراتية. (١٢/١٢/٢٠٠٠)
available: <http://www.albayan.co.ae/albayan/2000/07/12/mnw/12.htm>
- Available:
<http://Survey2000.nationalgeographic.com>. (12/3/2007)