

مدى توافر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة

أ. خديجة عبد السلام شيشة
الأكاديمية الليبية للدراسات العليا فرع مصراتة
khadja@biz.lam.edu.ly

أ. د. محمد مفتاح الفطيمي
الأكاديمية الليبية للدراسات العليا فرع مصراتة
m.alfatiemy@lam.edu.ly

المخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توافر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، ولتحقيق أهداف الدراسة، اتبع الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات الأولية، حيث تم توزيع عدد (60) استمارة على عينة الدراسة المكونة من رؤساء الفروع ومساعديهم ورؤساء الأقسام والمحاسبين في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، استرجعت الاستبانات بالكامل بنسبة 100%. خللت بيانات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية؛ كالتكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، واختبار الفرضيات الدراسة استخدم اختبار (ت) لعينة واحدة (One Sample t Test). بينت نتائج الدراسة توفر مقومات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة المتمثلة في (الإمكانات التقنية، والإمكانات الإدارية والبشرية، والأبعاد الأمنية والقانونية، والشراكة والتكامل للعمليات المصرفية). تسهم نتائج هذه الدراسة في إثراء البحث العلمي المتعلق بالتجارة الإلكترونية في القطاع المصرفي.

Abstract:

The study aimed to examine the extent to which the prerequisites for implementing e-commerce are available in Libyan commercial banks operating in the city of Misurata. To achieve the study objectives, the researchers employed a descriptive-analytical approach and utilized a questionnaire as the primary data collection tool. A total of 60 questionnaires were distributed to the study sample, which included branch managers, their assistants, department heads, and accountants in Libyan commercial banks operating in Misurata. All questionnaires were fully retrieved, achieving a 100% response rate. The collected data were analyzed using descriptive statistical methods such as frequencies, percentages, means, and standard deviations. To test the study hypotheses, a one-sample t -test was applied. The findings revealed that the essential prerequisites for applying e-commerce are available in Libyan commercial banks operating in Misurata, represented by (technical capabilities, administrative and human resources, security and legal dimensions, as well as partnership and integration in banking operations). The results of this study contribute to enriching scientific research in this field.

استلمت
الورقة بتاريخ
2025/09/30
وقبلت
بتاريخ
2023/11/03
ونشرت
بتاريخ
2020/10/12

الكلمات المفتاحية:
(التجارة الإلكترونية،
المصارف التجارية
الليبية).

Keywords: E-Commerce, Libyan Commercial Banks.

1.1 المقدمة

مع دخول عصر العولمة وتخطي خدمات القطاعات حدود المناطق والأوطان والأقاليم، تعيش منظمات الأعمال اليوم في عالم يشهد منافسة شديدة (الليبي، 2025)، أضحي من الواجب على المصارف دراسة التطور التكنولوجي الموجود عند زبائنهم، وتفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية، لتبني استراتيجيات التطوير في التكنولوجيا والأنظمة المعلوماتية لتواكب هذا التطور، وبالتالي القدرة على المنافسة، وخاصة في ظل التجارة الإلكترونية، التي أصبحت أداة واضحة لعولمة التجارة والتي تكمن قدرتها بالنمط المتسارع الذي بدأ ينتشر فيه بفضل طبيعة الوسائل المادية والبرمجية التي تجعل هذا الترابط والتراسل ما بين الأطراف عبر الانترنت أمراً سهلاً (مسودة، 2011). نظراً للتطورات التكنولوجية السريعة والمذهلة في مختلف مجالات الحياة، كان للقطاع المصرفي نصيب أوفر من هذا التحول، إذ تعد التجارة الإلكترونية من أهم وأبرز الأحداث التي بدأت بالظهور على الساحة الدولية، لتعبر عن العديد من

الأعمال والممارسات والتي ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتلعب دوراً رئيسياً كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة الإلكترونية بشكلها الحديث والمعاصر (شاهين، 2013)، حيث تمثل التجارة الإلكترونية أحد مجالات التطور في استخدام تقنيات المعلومات الحديثة، من حيث إمكانية الاستفادة من هذه التقنيات في تسهيل القيام بالعمليات التجارية استناداً إلى البيانات المتعلقة بها والتي يمكن تجميعها وتخزينها ومعالجتها وتداولها بين العديد من الجهات ذات العلاقة بالنواحي التجارية والاقتصادية.

في إطار مسعى منظمة التجارة العالمية (World trade organization: (WTO صنفّت التجارة الإلكترونية ضمن مفهوم الخدمات، بتقرير صادر من مجلس منظمة التجارة الدولية الخاص بالتجارة في الخدمات، حيث نص هذا التقرير على أن تزويد الخدمات بالطرق التقنية يقع ضمن نطاق الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (اتفاقية جانس)، باعتبار أن الاتفاقية تطبق على كافة الخدمات بغض النظر عن طريقة تقديمها، هذا مع مراعاة أن هناك حاجة لتصنيف وتحديد المواقف من عملية تسليم البضائع المنتجة بطرق تقنية، وذلك لتحديد ما إذا كانت هذه الأنشطة تخضع لاتفاقية (جات- General Agreement on Tariff and Tard: (GAAT، للتجارة في البضائع، أم أنها تخضع لاتفاقية (جاتس- General Agreement on Tard in Services: (GATS للتجارة في الخدمات (الأرياني، 2016).

في الآونة الأخيرة، حصل تحولاً كبيراً في الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني، إذ يعد هذا التحول واقعاً ملموساً في ظل البيئة الحالية (الأرياني، 2016)، لذلك اتجهت العديد من المصارف والشركات لإنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت لعدة أهداف تتمثل أهمها في مباشرة التجارة الإلكترونية العادية أو المصرفية (سلعية أو خدمية) والتحاسب عنها إلكترونياً، مما لا شك فيه أن مباشرة هذا النشاط المستحدث يلقي أثراً متعدد على نظام المعلومات المحاسبية لتلك المصارف.

تعتبر المصارف من أهم المؤسسات المالية التي تلعب دوراً محورياً في تقديم الخدمات في الاتصالات والمعلومات، لذا فهي جزء من سوق المعلومات التي تحتاج إلى جملة من المقومات لنجاح دورها في تعزيز عمليات التجارة الإلكترونية وتطويرها، إن تكامل المصارف مع أنظمة التجارة الإلكترونية يعد ضرورة استراتيجية لتعزيز الكفاءة التشغيلية وتوسيع قاعدة العملاء، خاصة في ظل المنافسة والطلب المتزايد على الخدمات الرقمية (مسودة، 2011). في هذا السياق، تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى توفر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، باعتبارها من أكثر المدن الليبية النشطة اقتصادياً والتي تضم عدداً من المصارف التجارية التي تسعى إلى مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة.

2.1 الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بالجوانب ذات العلاقة بالدراسة ومن بين هذه الدراسات:

1. **دراسة شاهين (2013):** هدفت إلى التعرف على مدى توافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف التجارية المحلية الفلسطينية بغرض الكشف عن دورها في تعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية، اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة، وتوصلت الدراسة إلى ضعف آليات التعامل مع جرائم الكمبيوتر والانترنت مما يعرض أمن وسلامة وسرية وخصوصية المعلومات للخطر.
2. **دراسة الأرياني (2016):** هدفت إلى معرفة مدى إمكانية تطبيق التجارة الإلكترونية في شركة جريت ديل (كنموذج للشركات المتوسطة باليمن) من خلال التعرف على مدى توافر المتطلبات (التقنية، الإدارية والبشرية، الأمنية والقانونية) اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبانة على عينة من شركة جريت ديل إلى جانب المقابلات مع المعنيين بالتجارة الإلكترونية باليمن وبعض مسؤولي شركة جريت ديل. توصلت الدراسة إلى وجود معرفة جيدة لدى العاملين بالشركة بالتجارة الإلكترونية ومتطلبات نجاحها، بالإضافة إلى توافر متطلبات التجارة الإلكترونية بالشركة.
3. **دراسة بن شنيعة ومطاي (2019):** هدفت إلى معرفة مقومات التجارة والصيرفة الإلكترونية بالجزائر، ومعرفة مدى توافر وملائمة البنية التحتية والبيئة القانونية والتشريعية لممارسة كل من التجارة والصيرفة الإلكترونية والكشف عن المتطلبات التي تحتاجها الجزائر في هذا المجال، توصلت هذه الدراسة إلى أن الجزائر لا تزال متأخرة في مجال التجارة والصيرفة الإلكترونية في الوقت الذي قطعت فيه الدول الأخرى أشواطاً كبيرة في هذا المجال.
4. **دراسة عامر ودغيم (2019):** هدت إلى التعرف على التوافق بين نظم المعلومات المحاسبية المطبقة في المصارف التجارية الليبية ومتطلبات التجارة الإلكترونية، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما تم الاعتماد في الدراسة الميدانية على أسلوب الاستبيان. توصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها: كلما زاد التزام المصرف بمتطلبات التجارة الإلكترونية كلما زاد أداء نظم المعلومات المحاسبية.
5. **دراسة المغربي (2020):** هدفت إلى التعرف على مدى توافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ويتكون مجتمع الدراسة من المصارف الليبية بمدينة بنغازي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات اللازمة. توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها العمل على تطوير النظام أدوات الصيرفة الإلكترونية وعقد دورات تدريبية حول جرائم التقنية للصيرفة الإلكترونية.

6. **دراسة فايد (2020):** تهدف إلى التعرف على طريقة التحول من اقتصاد النفط إلى اقتصاد المعرفة من خلال استخدام التجارة الإلكترونية للمشاريع الصغيرة، في المملكة العربية السعودية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي مع توزيع الاستبانة لجمع البيانات. توصلت الدراسة إلى أن المشاريع الصغيرة تعاني من عدم القدرة على التسويق الإلكتروني بالشكل الذي يتيح لها النجاح والنهوض بالاقتصاد القومي.
7. **دراسة الأزرق وانبص (2021):** هدفت إلى التعرف على واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل انتشار جائحة كورونا في المصارف التجارية الليبية، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى المعرفة الدقيقة، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات. توصلت الدراسة إلى أن استخدام أو تطبيق مصرفي كالدفع الإلكتروني وفواتير الخدمات ساهمت بطريقة أو بأخرى في تقليل مخاطر تداول النقود التي قد تكون موبوءة.
8. **دراسة نصر وغيث (2022):** هدفت إلى الوقوف على طبيعة البرامج نظم المعلومات المحاسبية المستخدمة ومدى وملاءمتها لبيئة التجارة الإلكترونية لدى المصارف التجارية بمدينة طرابلس، اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات. توصلت هذه الدراسة إلى أن ادخال التجارة الإلكترونية في نظم المعلومات المحاسبية يؤدي إلى المساهمة في توليد خاصية الموثوقية في المعلومات المحاسبية، كما يؤدي إلى تحسين جودة أنظمة المعلومات المحاسبية.
9. **دراسة أبوبكر (2024):** هدفت إلى معرفة أثر التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية في ليبيا، مع التركيز على كيفية تقديم البنوك التجارية في مدينة جالو خدماتها الرقمية والإلكترونية لدعم التجارة الإلكترونية في ليبيا، اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك اتجاه إيجابي من قبل المصارف نحو تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتحديثها لتعزيز الميزة التنافسية.
10. **دراسة الليبيدي (2025):** هدفت إلى معرفة أثر التسوق الإلكتروني على رضا العملاء في المصارف التجارية مع التركيز على مصرف التجارة والتنمية بمدينة مصراتة، تم اتباع الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لدراسة المشكلة، كما تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات. توصلت الدراسة إلى أن التسويق الإلكتروني يلعب دوراً هاماً في تحسين جودة الخدمات المصرفية وزيادة وعي العملاء للاستفادة منه بالشكل الفعال.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة يتضح أن بعض الدراسات قامت بدراسة التوافق بين نظم المعلومات المحاسبية المطبقة في القطاع المصرفي ومتطلبات التجارة الإلكترونية (عامر ودغيم، 2019؛ نصر وغيث، 2022)، وكذلك بعض الدراسات تناولت معرفة أثر التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية (فايد، 2022؛ أبو بكر، 2024؛ الليبيدي، 2025)، أما هذه الدراسة تتناول مدى توافر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة في مدينة مصراتة. في حين تناولت بعض الدراسات في البيئة غير الليبية والتي لها أوجه تشابه مع هذه الدراسة مدى توفر مقومات التجارة الإلكترونية في القطاع المصرفي (شاهين، 2013؛ الارياني، 2016؛ بن شينة ومطاي، 2019؛ فايد، 2020). أما الدراسات في البيئة الليبية (المغربي، 2020؛ الأزرق وانبص، 2021) فهي تختلف عن هذه الدراسة كونها تناولت مدى توافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية في القطاع المصرفي، في حين تناولت هذه الدراسة مدى توافر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.

3.1 مشكلة الدراسة

يعد القطاع المصرفي في دولة ليبيا من أهم القطاعات الاقتصادية، وذلك للمكانة التي يحظى بها هذا القطاع في النظام المالي للدولة، ونتيجة للتحويلات المتسارعة في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، فإن القطاع المصرفي يعد من أبرز القطاعات التي تأثرت بعمق بهذه التحويلات، فشبكات الاتصال وفي مقدمتها الانترنت، أتاحت التبادل الواسع لمختلف أنماط المعلومات، كما وفرت وسائل اتصال فعالة ومباشرة بين الأفراد والمؤسسات، وخلفت بيئة للاستثمار وللأعمال عرفت ببيئة الأعمال الإلكترونية، وقد انطلقت هذه البيئة بمختلف صورها بشكل واسع في مختلف المؤسسات الإنتاجية والخدمية لربط العملاء بالمؤسسة (الليبيدي، 2025). على الرغم التقدم التقني المتسارع الذي يشهده العالم اليوم، وما وفرته تقنيات التجارة الإلكترونية من مزايا للمؤسسات المالية والمصرفية، إلا أن الواقع في العديد من الدول النامية، ومنها ليبيا، لا يزال يعاني من تأخر في تبني هذه التقنيات بشكل فعال (الأزرق وانبص، 2021). تعد التجارة ركيزة أساسية لتطوير الاقتصاد الليبي وتحسين كفاءة القطاع المصرفي من خلال تسهيل عمليات البيع والشراء، وتخفيض التكاليف، وتوسيع نطاق الخدمات المالية لتشمل فئات أوسع من المستهلكين، كما تسهم في دعم الشفافية وتقليل التعاملات النقدية بما يعزز الاستقرار المالي، غير أن ضعف تطبيقها يؤدي إلى استمرار الاعتماد على الأساليب التقليدية في المعاملات مما يحد من سرعة الأداء المصرفي، ويضعف القدرة التنافسية، ويؤخر الاندماج في الاقتصاد الرقمي العالمي. لذا، فإن تفعيل منظومة التجارة الإلكترونية في ليبيا يمثل خطوة جوهرية للنهوض بالاقتصاد وتحقيق التنمية المستدامة (حسين، 2018)، كما تواجه المصارف بمدينة مصراتة عدداً من التحديات التي تعيق التسويق الإلكتروني (الليبيدي، 2025)، وفي ظل هذه التغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال و نتيجة التطور التكنولوجي وثورة المعلومات التي يشهدها العالم والانفتاح الاقتصادي والتجاري أوجب على المصارف مواكبة هذه التطورات، عليه فإن المصارف تحتاج إلى جملة من المقومات لنجاح دورها

في تعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها والتي تتوفر في الامكانيات التقنية، والامكانيات الإدارية والبشرية، والأبعاد الأمنية والقانونية، والشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية (المغربي، 2020). في البيئة المحلية أكدت دراسة الليبيدي (2025) ضرورة الاهتمام بالخدمات المصرفية الإلكترونية والعمل على تطويرها، والعمل على تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية لما لها من دور كبير في تقديم خدمات للعملاء بطرق أكثر سهولة ومرونة، في تلبية احتياجاتهم ومساعدتهم في اتخاذ قراراتهم المصرفية. عليه، ولأهمية الدور الذي تلعبه التجارة الإلكترونية في تحسين الدخل القومي وتطوير البيئة الاقتصادية للمجتمع الليبي وتحسين معايير الجودة لأنظمة المعلومات المحاسبية (أبو بكر، 2024؛ نصر وغيث، 2022)، جاءت هذه الدراسة بهدف التعرف على مدى توافر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، ومن خلال ما تقدم يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

هل تتوافر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة؟
وللإجابة على التساؤل الرئيس تم صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل تتوافر الإمكانيات التقنية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة؟
2. هل تتوافر الإمكانيات الإدارية والبشرية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة؟
3. هل تتوافر الأبعاد الأمنية والقانونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة؟
4. هل تتوافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة؟

4.1 أهداف الدراسة

في ضوء ما تضمنته مشكلة الدراسة وارتباطاً بها، فإن الهدف الرئيس لهذه الدراسة يكمن في: التعرف على مدى توافر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، وذلك من خلال:

1. التعرف على مدى توافر الإمكانيات التقنية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
2. التعرف على مدى توافر الإمكانيات الإدارية والبشرية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
3. التعرف على مدى توافر الأبعاد الأمنية والقانونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
4. التعرف على مدى توافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.

5.1 فرضيات الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة وتحقيقاً لأهدافها يمكن صياغة فرضياتها على النحو التالي:

1. تتوافر الإمكانيات التقنية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
2. تتوافر الإمكانيات الإدارية والبشرية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
3. تتوافر الأبعاد الأمنية والقانونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
4. تتوافر الشراكة والتكامل للعمليات لمصرفية الإلكترونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.

6.1 أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال سعيها إلى سد نقص في الأبحاث والدراسات المحلية التي تتناول بالتحليل العلمي المنهجي مدى استعداد المصارف التجارية الليبية لتطبيق واستيعاب متطلبات التجارة الإلكترونية بشكل كامل، وتشكل نتائج الدراسة قاعدة بيانات أساسية (Benchmark) يمكن من خلالها قياس التقدم الذي تحرزه المصارف في مستقبل الأبحاث، ودراسة تطور تبنيها للتجارة الإلكترونية عبر فترات زمنية مختلفة، مما سيثري المكتبة الأكاديمية في هذا المجال. وفي نفس الوقت، تقدم الدراسة تشخيصاً دقيقاً لواقع المقومات المتوفرة وغير المتوفرة في المصارف التجارية. هذا التشخيص يمثل خارطة طريق عملية للإدارة العليا في هذه المصارف لتحديد أوجه القصور والضعف ووضع الخطط الاستراتيجية والاستثمارية اللازمة لتعزيز بنيتها التحتية التقنية والبشرية. كما يمكن أن تفيد نتائج الدراسة الجهات التشريعية والتنظيمية (مثل المصارف المركزية) في وضع السياسات واللوائح والتشريعات التي تشجع وتنظم التحول الرقمي في القطاع المصرفي، وخلق بيئة مواتية وأمنة لنمو التجارة الإلكترونية.

2. الإطار النظري

تعد التجارة الإلكترونية إحدى سمات العصر الرقمي، التي أصبحت تمثل نمطاً حديثاً للتعاملات التجارية، حيث أسهمت في تحويل العديد من أدوات النشاط التجاري التقليدي إلى بيئة إلكترونية تعتمد على الانترنت كوسيط رئيسي لإتمام الصفقات والتعاملات، إن فهم الجانب النظري لهذه الدراسة يسهم في توضيح مفهوم التجارة الإلكترونية ومقومات نجاحها.

1.2 نشأة التجارة الإلكترونية

تطورت التجارة الإلكترونية عبر مراحل متعددة بدأت من استخدام شبكة التلكس في أواخر الأربعينيات لإرسال الطلبات والفواتير بين الموردين والعملاء التجاريين، قبل ظهور الإنترنت. في الثمانينات تأسس أول سوق إلكتروني في بوسطن لبيع وشراء الحواسيب، واعتبر هذا بداية التجارة الإلكترونية الحديثة. مع ظهور الإنترنت في أوائل التسعينات، توسعت التجارة الإلكترونية بسرعة، حيث شهدت الفترة من 1995 إلى 2000 ظهور الخدمات التجارية عبر الإنترنت مثل

Amazon و eBay ونظام الدفع الإلكتروني. المرحلة التالية من 2001 حتى اليوم شهدت تطورات هائلة في نمط التعاملات والتشريعات، مع انتشار الهواتف الذكية وتغطية الإنترنت للعالم، مما جعل التجارة الإلكترونية ركيزة أساسية في التجارة الحديثة. في الصين، رغم بداية متأخرة نسبياً، أصبحت أكبر سوق للتجارة الإلكترونية عالمياً، مدفوعة بنمو هائل في عدد مستخدمي الإنترنت واعتماد واسع على التجارة عبر الهواتف المحمولة، مع منصات مثل Taobao و WeChat التي جعلت التسوق الإلكتروني سهلاً للغاية (Shuai et al., 2025).

2.2 مفهوم التجارة الإلكترونية

هي عملية الإعلان عن البضائع والخدمات بعد تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود، ومن ثم الشراء أو البيع لتلك البضائع أو الخدمات عبر وسيط إلكتروني -شبكة الإنترنت- وغيرها من الشبكات الاتصال، التي تربط بين المشتري والبائع، جاء تعريف آخر للتجارة الإلكترونية هي "عمليات تبادل الإلكتروني للمستندات، البريد الإلكتروني، النشرات الإلكترونية، الفاكس، التحولات الإلكترونية للأموال وكذلك كل الوسائل الإلكترونية المشابهة" (المغربي، 2020، ص3) ولا ريب في أن تزايد هذا النوع من التجارة الإلكترونية أدى إلى زيادة الحاجة إلى سوق الصيرفة الإلكترونية ويمكن تعريف سوق الصيرفة الإلكترونية بأنها "تلك العمليات التي تقوم على ركائز الإلكترونية وتوظيف التطورات الحديثة كافة مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان" (المغربي، 2020، ص4).

3.2 خصائص التجارة الإلكترونية

شهد العصر الحديث ثورة في مجال التجارة الإلكترونية، ولهذا نجد تهافت المتعاقدين على الانخراط والتعامل بها لما تميزت به من خصائص وهي (نصر وغيث، 2022؛ تباني ومريميدة، 2020):

1. الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية، حيث أن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع الترويج العالمي بدون حدود مكانية أو جغرافية.
 2. عدم وجود علاقة مباشرة بين البائع والمشتري، حيث يتم التلاقي بينهما عن طريق شبكة الاتصالات.
 3. الوجود الواسع والتغلب على الحواجز التقليدية للمسافة سيما في الدول النامية، فالتعامل يتم بلا حدود من حيث الزمان والمكان.
 4. غياب المعاملات الورقية في استخدامها، فجميع المعاملات تتم بطريقة إلكترونية.
 5. القدرة على التواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت، بحيث يمكن للعائد إرسال رسالة إلى عدد من الجهات المختلفة.
 6. لا تحتاج إلى سوق ملموس، يستطيع العائد تنفيذ عملية البيع من أي مكان وفي أي وقت.
 7. أن عملية التبادل التجاري الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة، كونها تعتمد على التبادل الإلكتروني للبيانات.
- بالإضافة إلى ما سبق، تشير خصائص التجارة الإلكترونية إلى السمات والميزات المحددة للتجارة الإلكترونية إلى جانب الدور المتقدم الذي تلعبه، مما يجعلها خياراً استراتيجياً في ظل التحول الرقمي المتسارع.

4.2 أهمية التجارة الإلكترونية

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية في الأساليب الحديثة التي تتميز بها، مقارنة بالأساليب المعتمدة في التجارة التقليدية، وستحدث تبعاتها الاجتماعية والاقتصادية تغييرات في العديد من الجوانب تشمل البيئة، وطبيعة الأعمال، ودور الحكومات في دعم التسهيلات التجارية للنهوض بكفاءاتها وتمثل أهميتها في تحقيق المنافع التالية (نصر وغيث، 2022):

1. انخفاض التكلفة: حيث كانت عملية التسويق للمنتج عالية التكلفة في السابق، لأن الإعلان كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية المعروفة مثل التلفاز والصحف، أما في العصر الحديث فيمكن تسويقه عبر شبكة الإنترنت وبتكلفة ضئيلة جداً.
2. التحرر من القيود: كانت الشركات قديماً تحتاج إلى تراخيص خاصة، أما الآن فلا تحتاج الشركات إلى إجراءات معقدة ومرهقة.
3. الوجود الواسع: تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الأسواق المحلية حيث تتصل ببعضها البعض على مستوى العالم، ومن ثم تساهم في تسويق السلع والخدمات في أي مكان وفي كل الأوقات.
4. كثافة المعلومات: جعل الإنترنت المعلومات كثيفة وذات جودة ممتازة وحديثة، وقللت من مشاكل البحث والاتصالات.
5. تقلل المخاطر المرتبطة بالمخزون من خلال تخفيض الزمن الذي يستغرقه معالجة البيانات أو المعلومات المتعلقة بالعملية.
6. التداول العالمي: حيث تمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها تخطي الحدود بين الدول والوصول إلى أي مكان بالعالم دون أي تكلفة.

5.2 أنواع التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية عدة من الأنواع، والشكل التالي يبين بعضاً منها (بن شنيبة ومطاي، 2019)، مؤسسة الأعمال – مؤسسة الأعمال (B2B): يقتصر هذا النوع من التجارة على الشركة وعدد مورديها وعملائها الكبار عن طريق شفرة وعناوين على شبكة الإنترنت خاصة بالشركة لا تنشر على الملأ، ويستحوذ هذا النوع على نحو 80% من حجم التجارة الإلكترونية بالعالم.

1. مؤسسة أعمال – مستهلك (B2C): حيث تتم عملية البيع من قبل مؤسسة الأعمال، والشراء من قبل المستهلك، وتبلغ نسبة 15% من حجم التجارة الإلكترونية بالعالم.

2. مؤسسة أعمال – إدارة حكومية (B2G): وفي هذا النوع تقوم الحكومة بعرض إجراءات ونماذج المعاملات على شبكة الانترنت بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية، وإن تقوم بإجراءات المعاملات إلكترونياً بدون التعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية.

6.2 مقومات التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية هي ثمرة الإنجازات العلمية المتقدمة في مجالات عديدة ومتكاملة مع بعضها البعض، كما أن انتشارها واستمرارها يعتمدان على عدد من المقومات المهمة، فمن أهم المقومات الأساسية لنمو وازدهار هذا النوع من التجارة يمكن أن نسميه بالاقتصاد الجديد (المغربي، 2020):

1. التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية: فإن الأمر يتطلب وجود تشريعات تتلاءم مع مستلزمات البيئة التكنولوجية، وتأخذ في الاعتبار إزالة معوقات الخدمات المالية والمصرفية عبر الانترنت سواء كانت فيوداً إدارية أو قانونية.

2. وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية: ولتنفيذ سياسات وإجراءات وسائل الحماية والأمان لتلك العمليات فإن الأمر يتطلب مراعاة مجموعة من المبادئ أهمها:

- وضع تطبيق الإجراءات الضرورية المناسبة للتأكد من شرعية العميل.
- وجود الوسائل المناسبة للتأكد من شرعية المعاملات.
- وجود الإجراءات اللازمة للتأكد من فصل المهام أثناء إجراء المعاملات المصرفية الإلكترونية داخل المصرف والمحافظة على سرية هذه المعلومات أثناء انتقالها أو تخزينها.
- 3. البنية التحتية الإلكترونية: وتتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي (الفاكس، الهاتف، الانترنت الحواسيب الآلية، خدمات الدعم الفنية، برامج التطبيقات والتشغيل...) لكي تتمكن المصارف من تنفيذ أنشطتها وتحقيق أهدافها بكفاءة وملائمة بحيث تكون قادرة على تحقيق الخصائص التالية:
- الحداثة ومواكبة التطورات في مجال تقنية وتكنولوجيا المعلومات واستخداماتها المصرفية.
- سهولة الاستخدام والسرعة في انجاز العمليات.
- القدرة على تحقيق درجة عالية من الدقة والموثوقية في المعلومات التي تقدمها.

4. الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية: ويمثل هذا الجانب من أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، حيث تتمثل هذه الكوادر في المتخصصين في تقنية المعلومات ووسائل الاتصال، والانترنت، والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الانترنت، ومن ناحية أخرى فإن المجتمع الإلكتروني والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة الإلكترونية يجب أن يرفع معدل الاستعداد الإلكتروني من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها، بالإضافة الى توفير فرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات (بلخضر، 2020).

5. الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية: تلعب الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دوراً هاماً في استثمارها وتطويرها لا سيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية، وبعد مستوى التعليم ونوعيته في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني على الصعيد العام.

6. الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية: ان ازدياد المنافسة بين المؤسسات المالية والمصرفية أصبح أمر واقعاً ولا يمكن تجاهله في ظل موجة العولمة المتسارعة، مما فرض على المصارف السعي نحو الانتاج مع بعضها البعض لخلق كيانات مصرفية كبيرة قادرة على التغلب على المصاعب التي تواجهها.

يبدو مما سبق، أن التجارة الإلكترونية لا تعتمد على التكنولوجيا فقط، بل تحتاج إلى بيئة متكاملة تشكل مقومات التجارة الإلكترونية، وهي منظومة مترابطة تساهم في تمكين بيئة التجارة الإلكترونية وتوسيع نطاق استخدامها، وهي التي تشكل الأساس لنجاحها واستمراريتها.

7.2 مراحل تطبيق التجارة الإلكترونية

يمر تطبيق التجارة الإلكترونية بثلاث مراحل وهي (بن شنيبة ومطاي، 2019):

1. مرحلة العرض: يقوم البائع في هذه المرحلة بعرض السلعة بعرض السلعة او الخدمة التي يريد بيعها، مستخدماً الوسائل الإلكترونية للعرض، وذلك بعد أن يحدد الأوضاع السائدة في السوق، فيقوم بالإعلان عن السلع والترويج لها بطريقة سهلة وواضحة.

2. مرحلة القبول: ينعقد العقد ويقوم القابل في هذه المرحلة بطلب المزيد من المعاملات والبيانات المالية عن السلعة، أي كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها، وذلك باستخدام وسائل الكترونية بعد التأكد من أنها مؤمنة بوسائل متطورة تحافظ على صحة وسلامة البيانات من جهة والمصادقية والسرية من جهة أخرى.

3. مرحلة التنفيذ: تعني وضع الالتزامات المتقابلة في العقد موضع التنفيذ ويقوم العارض بإعداد السلع وتجهيزها لتسليمها بالشكل والطريقة المتفق عليها بينهما، وتقوم هذه المرحلة على:

- تسليم السلعة: والتسليم هنا تحكمه الشروط المتفق عليها من جهة، وما تمليه عليه طبيعة السلعة من جهة أخرى، مثل هل كانت سلعة مادية يتم تسليمها في شكل مادي وبشكل مباشر؟

- تنفيذ الأمر بالدفع: الذي يقوم به المشتري مقابل السلعة وقد تحدث تسوية المعاملة بالدفع اليدوي عند التسليم نقداً أو بالشيك، كما قد يتم الدفع بالوسائل الإلكترونية باستخدام بطاقات الائتمان أو الحسم الفوري.
- بالإضافة إلى ما سبق، يتضح أن تطبيق التجارة الإلكترونية لا يتم دفعة واحدة، بل يمر بمراحل متسلسلة، تبدأ بمرحلة التواجد الإلكتروني، ثم الانتقال إلى مرحلة التفاعل التي تتيح فرصة التفاعل بين العملاء إلكترونياً، حيث كل مرحلة تعد أساساً للمرحلة التالية مما يجعل من المهم التخطيط الجيد وتقييم جاهزية كل مؤسسة في كل مرحلة.

8.2 أثر التجارة الإلكترونية على المصارف

أدت التجارة الإلكترونية إلى تحول جذري في طريقة تقديم الخدمات المالية، فقد ساعدت على توسيع نطاق الخدمات والوصول إلى العملاء بسرعة وسهولة، كما أسهمت في تقليل التكاليف التشغيلية من خلال الرقمي وأتمتة المعاملات، ومع تزايد الاعتماد على تقنية الاتصال والمعلومات أصبحت المصارف مطالبة بمواكبة التطورات التكنولوجية لتعزيز المنافسة وتلبية احتياجات العملاء، مع ضرورة مواجهة التحديات المرتبطة بالأمن الإلكتروني والمنافسة من الشركات التقنية، أثرت التجارة الإلكترونية على المصارف بشكل كبير ومتعدد، ويحصر هذا الأثر في الجوانب التالية (أوبكر، 2024):

1. توفير الوقت والتكلفة: تسهم التجارة الإلكترونية في تقليل التكلفة للمصارف والعملاء، حيث يمكن إجراء العديد من العمليات عبر الإنترنت دون الحاجة إلى زيارة الفروع المصرفية.
2. تحليل البيانات والتسويق الذكي: تساعد التجارة الإلكترونية المصارف في جمع وتحليل كميات كبيرة من البيانات، مما يمكنها من تقديم خدمات مصرفية مخصصة وتحسين استراتيجيات التسويق.
3. تقديم خدمات مصرفية عبر الإنترنت: تقدم المصارف الإلكترونية نفس الخدمات والمنتجات المتاحة في البنوك التقليدية، مما يساهم في تحسين تجربة العملاء.
4. زيادة الأمان والراحة: تطبيقات ومواقع المصارف الإلكترونية تركز على توفير بيئة آمنة للتعامل المصرفي، مما يعزز راحة العملاء ويزيد من اعتمادهم على هذه الخدمات.

9.2 مزايا التجارة الإلكترونية:

حققت التجارة الإلكترونية العديد من المزايا أو الفوائد أهمها ما يلي (بن شنيعة ومطاي، 2019؛ نصر وغيث، 2022):

1. نفاذ أسهل إلى الأسواق وزيادة القدرة التنافسية: إن امتلاك أي شركة لموقع على شبكة الإنترنت يعني أن أعمال الشركة ومنتجاتها تصبح متاحة لملايين الناس من مختلف بقاع العالم، وهو ما يفتح أفقاً هائلاً للانطلاق والدخول بمنتجاتها في الأسواق دون التقيد بحدود الزمان والمكان.
 2. خفض التكاليف وتوفير الوقت: يعتبر خفض تكاليف التبادل التجاري أحد مزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية، حيث أن تكلفة وضع موقع على شبكة الإنترنت أقل بكثير من تكلفة فتح عدة نقاط بيع، وتصميم حملة إعلانية.
 3. حرية الاختيار: فهي توفر فرصة لزيارة مختلف أنواع المجالات، بالإضافة إلى تزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن السلع.
 4. تفاعل أكبر مع الزبائن: يتيح تواجد الشركات على الإنترنت التعرف على أذواق المستهلكين ورغباتهم، وبالتالي تكييف منتجاتها حسب هذه الرغبات.
 5. سهولة الوصول إلى معلومات: لقد أصبحت المعلومات في عالم التجارة الإلكترونية ذات صبغة رقمية يمكن تخزينها وتداولها بواسطة أجهزة الكمبيوتر، واسترجاعها وقت الحاجة دون عناء، كما تحقق التجارة الإلكترونية سهولة ويسر في إيصال معلومات الشركة إلى المتعاملين معها.
- استناداً لما سبق، يتضح أن التجارة الإلكترونية توفر سهولة والراحة في الشراء، والوصول إلى المنتجات والخدمات في أي وقت ومن أي مكان، وتوسع نطاق السوق ليشمل عملاء محليين وعالميين، وتسرع من إنجاز المعاملات مما يساهم في تحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة التجارية.

3. الجانب العملي:

1.3 منهجية الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد فالواقع، واعتمدت هذه الدراسة على نوعين أساسيين من البيانات:

البيانات الثانوية: بعد الاطلاع مراجعة الدراسات والأدبيات السابقة والكتب والدوريات، والمجلات، والندوات العلمية، وكذلك المنشورات المتعلقة بمتغيرات الدراسة.

البيانات الأولية: تم تصميم استبانة لاستطلاع آراء عينة الدراسة، ومن ثم تحليل البيانات بواسطة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لاختبار الفرضيات واستخلاص نتائج الدراسة.

2.3 مجتمع وعينة الدراسة

يقوم الباحثان بإجراء دراسة علمية لمدى توافر مقومات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، حيث تم اختيار المصارف التجارية الليبية العاملة في مدينة مصراتة، وذلك نظراً لدورها المحوري في تطبيق وتطوير خدمات التجارة الإلكترونية، إذ تعد الجهة الأكثر ارتباطاً بالعمليات المالية والدفع الإلكتروني، فكان

مجتمع الدراسة عبارة عن رؤساء الفروع ومساعدتهم ورؤساء الأقسام والمحاسبين في المصارف التجارية العاملة بمدينة مصراتة وتم اختيار عينة عشوائية من 60 منهم. الجدول التالي يوضح حجم العينة حسب المصارف:

جدول رقم (1) توزيع عينة الدراسة حسب المصرف

اسم المصرف	العدد	النسبة
الإسلامي	12	20.0%
الجمهورية	23	38.3%
الواحة	9	15.0%
الوحدة	7	11.7%
شمال افريقيا	9	15.0%
الإجمالي	60	100%

3.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

1. إجراء أسلوب التحليل الوصفي عن طريق الجداول التكرارية والوسط الحسابي والأشكال البيانية وتم تحديد درجة الموافقة كالتالي:

الوسط	من 1 إلى أقل من 1.8	من 1.8 إلى أقل من 2.6	من 2.6 إلى أقل من 3.4	من 3.4 إلى أقل من 4.2	من 4.2 إلى 5
الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
درجة الموافقة	منخفضة جدا	منخفضة	متوسطة	مرتفعة	مرتفعة جدا

2. اختبار كولموغوروف للتوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov^a : وتم استخدامه لبيان هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أو لا، بحيث أنه إذا كانت قيمة مستوى الدلالة P-value أكبر من 0.05 فهذا يدل أن البيانات توزيعها طبيعي والعكس صحيح.

3. اختبار (ت) لعينة واحدة One Sample t Test لتحديد الاتجاه العام حول كل محور باستبيان الدراسة بحيث أنه إذا كانت قيمة مستوى الدلالة P-value أكبر من 0.05 فهذا يدل أن الاتجاه العام حول هذه العبارة بأن الدرجة متوسطة أما إذا كانت قيمة مستوى الدلالة P-value أقل من 0.05 فهذا يدل أن الاتجاه العام حول هذه العبارة بأن الدرجة منخفضة أو مرتفعة وفي هذه الحالة ننظر لقيمة الوسط.

4. معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha وتم استخدامه لدراسة صدق وثبات أداة الدراسة وتكون أداة الدراسة مناسبة وبها معايير الصدق والثبات إذا كانت قيمة هذا المعامل أكبر من 70%.

4.3 أداة الدراسة:

استخدمت الاستبانة في الدراسة الميدانية؛ وذلك لما لها من مميزات تتمثل في وضوح المعلومات، وسهولة الحصول عليها.

1. صدق وثبات أداة الدراسة:

الصدق بصفة عامة أن العبارة الموجودة في الاستبيان تقيس ما يفترض في البحث قياسه بالفعل، أما الثبات فهو أن يعطي الاستبيان نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه، وقد تم لهذا الغرض عرض صحيفة الاستبيان المعدة على مجموعة من المتخصصين لإبداء الرأي حولها وتحديد بعض الملاحظات حولها، وبعد اعتمادها تم توزيعها على عينة الدراسة وتم قياس الصدق والثبات عن طريق حساب معامل ألفا كرونباخ للصدق والثبات كما بالجدول رقم (2).

جدول رقم (2) يبين قيم معامل ألفا كرونباخ لاستبيان الدراسة

المحور	قيمة معامل ألفا كرونباخ
الامكانيات التقنية	0.860
الإمكانيات الإدارية والبشرية	0.866
الأبعاد الأمنية والقانونية	0.875
الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الالكترونية	0.868
الكل	0.937

من خلال النتائج الواردة بالجدول السابق نجد أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مناسبة للدلالة على صدق وثبات أداة الدراسة وملاءمتها للدراسة.

2. اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

تم استخدام اختبار كولموغوروف للتوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnova وتم استخدامه لبيان هل البيانات للمحاور تتبع التوزيع الطبيعي أو لا، وكانت النتائج كما بالجدول رقم (3).

جدول رقم (3) يبين نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاو الدراسة

المحور	مستوى الدلالة P-value	النتائج
الامكانيات التقنية	0.166	طبيعي
الإمكانيات الإدارية والبشرية	0.186	طبيعي
الأبعاد الأمنية والقانونية	0.200	طبيعي
الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية	0.087	طبيعي

من خلال النتائج الواردة بالجدول السابق نجد أن قيمة مستوى الدلالة P-value لجميع المحاور أكبر من 0.05 فهذا يدل أن البيانات توزيعها طبيعي.

5.3 اختبار فرضيات الدراسة:

1.5.3 اختبار الفرضية الفرعية الأولى (الامكانيات التقنية):

تم اختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه (تتوافر الامكانيات التقنية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة).

وبصفة عامة ولدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الفرعية الأولى، تم اجراء اختبار (ت) لعينة واحدة One Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (4).

الجدول رقم (4) نتائج اختبارات للفرضية الأولى

N العدد	Mean الوسط	Std. Deviation الانحراف المعياري	P-value مستوى الدلالة
60	3.5854	0.62584	0.000

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن قيمة مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجده أكبر من 3 مما يدل أن الاتجاه العام لهذا المحور بأن درجة الموافقة تميل نحو المرتفعة، وبذلك يمكن القول بأن (هناك توافر للإمكانيات التقنية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة). ولمعرفة أي العناصر أكثر تأثيراً تم استخدام التحليل الوصفي لعناصر هذا المحور باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (5) نتائج التحليل الوصفي للمحور الأول (الإمكانيات التقنية)

العبارة	الوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
تواكب المصارف التجارية التطورات التكنولوجية في الحصول على أحدث أجهزة الحاسب الآلي اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية بشكل جيد.	3.30	0.743	متوسطة
تتوافر لدى المصرف أحدث النظم والبرامج اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية.	3.42	0.809	مرتفعة
يوجد ربط بين المركز الرئيسي للمصرف بين الفروع عن طريق شبكات الحاسب الآلي.	3.93	0.880	مرتفعة
يتوفر في المصرف شبكة اتصالات وشبكات الإلكترونية تصل إلى جميع المكاتب.	3.65	1.022	مرتفعة
تتوافر خدمات مالية متنوعة تشمل دفع الفواتير الكترونياً وعرض الارصدة المالية.	3.50	0.966	مرتفعة
تحرص الادارة العليا على مواكبة المستجدات التقنية في مجال تكنولوجيا المعلومات.	3.48	0.854	مرتفعة
تتوافر التقنيات الإلكترونية الحديثة التي تمكن العميل من القيام بالعمليات المصرفية التي يحتجها من حسابه الجاري.	3.53	0.853	مرتفعة
توفر أجهزة الصراف الآلي وماكينات نقاط البيع الخدمة الذاتية للمتعلمين وتعتبر ركيزة من ركائز التوزيع الإلكترونية المعروفة.	3.87	0.893	مرتفعة
المتوسط العام	3.585	0.8775	مرتفعة

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد درجة الموافقة لعبارات هذا المحور أغلبها مرتفعة ونجد أن أكثر العبارات موافقة هي العبارة (يوجد ربط بين المركز الرئيسي للمصرف بين الفروع عن طريق شبكات الحاسب الآلي) بوسط يساوي

3.93 أي بدرجة مرتفعة، وأقلها موافقة هي العبارة (تواكب المصارف التجارية التطورات التكنولوجية في الحصول على أحدث أجهزة الحاسب الآلي اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية بشكل جيد) بوسط يساوي 3.30 أي بدرجة متوسطة.

2.5.3 اختبار الفرضية الفرعية الثانية (الإمكانات الإدارية والبشرية):

تم اختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه (تتوافر الإمكانيات الإدارية والبشرية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة).

وبصفة عامة ولدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الفرعية الثانية، تم إجراء اختبار (ت) لعينة واحدة وOne Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (6).

الجدول رقم (6) نتائج اختبارات للمحور الثاني (الإمكانات الإدارية والبشرية)

العدد N	Mean الوسط	Std. Deviation الانحراف المعياري	P-value مستوى الدلالة
60	3.2708	0.68626	0.000

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن قيمة مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجده أكبر من 3 مما يدل أن الاتجاه العام لهذا المحور بأن درجة الموافقة تميل نحو المتوسطة إلى المرتفعة، وبذلك يمكن القول إن (هناك توافر للإمكانات الإدارية والبشرية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة).

ولمعرفة أي العناصر أكثر تأثيراً تم استخدام التحليل الوصفي لعناصر هذا المحور باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (7) نتائج التحليل الوصفي للمحور الثاني (الإمكانات الإدارية والبشرية)

العبارة	الوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
يوجد إدارة أو قسم لتكنولوجيا المعلومات في المصرف	3.43	1.031	مرتفعة
تعمل الإدارة العليا في مصرف سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية	3.58	889.	مرتفعة
يوجد في مصرف أقسام متخصصة لتطبيقات التجارة الإلكترونية	3.37	1.025	مرتفعة
تعمل الإدارة العليا على تهيئة الموظفين نفسياً ومعنوياً على استخدام التجارة الإلكترونية.	3.07	972.	متوسطة
يتم تقديم دورات تدريبية متخصصة للموظفين في مجال التجارة الإلكترونية أو الأنترنت.	3.02	911.	متوسطة
توجد خطط تنسم بالمرونة الكافية لاستيعاب أي تغيرات يتطلبها استخدام التجارة الإلكترونية.	3.03	920.	متوسطة
هناك رقابة مستمرة من قبل الإدارة لضمان سير الأعمال الإلكترونية.	3.45	964.	مرتفعة
تقوم الإدارة العليا بالاستعانة بالجهات الاستثمارية والخبراء لتقديم المشورة في مجال التجارة الإلكترونية.	3.22	922.	متوسطة
المتوسط العام	3.27	0.954	متوسطة

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد درجة الموافقة لعبارة هذا المحور نصفها مرتفعة ونجد أن أكثر العبارات موافقة هي العبارة (تعمل الإدارة العليا في مصرف سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية) بوسط يساوي 3.58 أي بدرجة مرتفعة، وأقلها موافقة هي العبارة (يتم تقديم دورات تدريبية متخصصة للموظفين في مجال التجارة الإلكترونية أو الأنترنت) بوسط يساوي 3.02 أي بدرجة متوسطة.

3.5.3 اختبار الفرضية الفرعية الثالثة (الأبعاد الأمنية والقانونية):

تم اختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه (تتوافر الأبعاد الأمنية والقانونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة).

وبصفة عامة ولدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الفرعية الثالثة، تم إجراء اختبار (ت) لعينة واحدة وOne Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (8).

الجدول رقم (8) نتائج اختبارات للمحور الثالث

العدد N	Mean الوسط	Std. Deviation الانحراف المعياري	P-value مستوى الدلالة
60	3.7563	0.63255	0.000

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن قيمة مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجده أكبر من 3 مما يدل أن الاتجاه العام لهذا المحور بأن درجة الموافقة تميل نحو المرتفعة، وبذلك يمكن القول إن (هناك توافر للأبعاد الأمنية والقانونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة). ولمعرفة أي العناصر أكثر تأثيراً تم استخدام التحليل الوصفي لعناصر هذا المحور باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (9) نتائج التحليل الوصفي للمحور الثالث (الأبعاد الأمنية والقانونية)

العبارة	الوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
يتم التعامل مع جرائم الكمبيوتر والإنترنت بشكل كاف مما يضمن أمن وسرية وخصوصية المعلومات.	3.43	.890	مرتفعة
يوجد لدى المصرف أنظمة تشفير وترميز ذات تقنيات متطورة خاصة.	3.43	.998	مرتفعة
يوجد في المصرف نظام الأمن والحماية التقنية كجدران (Fire Wall) برامج تعمل كوسيط لحماية قواعد البيانات من الاختراعات وكلمات السر.	3.72	.846	مرتفعة
يوجد وعي أمني لدى الموظفين بالمصرف	3.70	.869	مرتفعة
يوجد في المصرف آلية لاستعادة البيانات في حالة تلفها أو تعطل الحاسبات الآلية.	3.77	.767	مرتفعة
يتم تغيير كلمات السر والشفرات الخاصة بالموظفين بشكل دوري.	4.07	.861	مرتفعة
يتم الاحتفاظ بنسخ إضافية من المعلومات الإلكترونية الخاصة بالمصرف في أماكن آمنة.	3.95	.891	مرتفعة
يوجد في المصرف قوانين ولوائح لحماية التعاملات القانونية.	3.98	.792	مرتفعة
المتوسط العام	3.756	0.864	-

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد درجة الموافقة لعبارات هذا المحور جميعها مرتفعة ونجد أن أكثر العبارات موافقة هي العبارة (يتم تغيير كلمات السر والشفرات الخاصة بالموظفين بشكل دوري) بوسط يساوي 4.07 أي بدرجة مرتفعة، وأقلها موافقة هي العبارة (يوجد لدى المصرف أنظمة تشفير وترميز ذات تقنيات متطورة خاصة) بوسط يساوي 3.43 أي بدرجة مرتفعة أيضاً.

4.5.3 اختبار الفرضية الفرعية الرابعة (الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية):

تم اختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه (تتوافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة). وبصفة عامة ولدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الفرعية الرابعة، تم إجراء اختبار (ت) لعينة واحدة One Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (10).

الجدول رقم (10) يبين نتائج اختبارات للمحور الرابع (الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية)

العدد N	Mean الوسط	Std. Deviation الانحراف المعياري	P-value مستوى الدلالة
60	3.283333	0.64681	0.000

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن قيمة مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجده أكبر من 3 مما يدل أن الاتجاه العام لهذا المحور بأن درجة الموافقة تميل نحو المتوسطة إلى المرتفعة، وبذلك يمكن القول إن (هناك توافر للشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية كأحد مقومات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة). ولمعرفة أي العناصر أكثر تأثيراً تم استخدام التحليل الوصفي لعناصر هذا المحور باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (11) نتائج التحليل الوصفي للمحور الرابع (الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية)

العبارة	الوسط	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
يطبق المصرف مشاريع الشراكة والتعاون المعلوماتي، لمواجهة متطلبات التجارة الإلكترونية.	3.47	0.769	1 مرتفعة
يوجد تكامل بين خدمات المصارف التجارية بمدينة مصراتة بحيث يؤدي هذا التكامل إلى كفاءة الخدمات المقدمة.	3.33	0.752	2 مرتفعة
تشكل مجموعة المصارف التجارية تحالفات استراتيجية مع شركات التكنولوجيا من أجل تطوير عمليات الصيرفة الإلكترونية.	3.30	0.962	3 مرتفعة
يوجد تعاون مشترك بين المصارف التجارية بشأن توسيع نطاق مشاركتها في تنفيذ العمليات المصرفية الإلكترونية.	3.23	0.810	4 متوسطة
يوجد لقاءات مشتركة بين المصارف التجارية لبحث ومناقشة إمكانيات التغلب على صعوبات تطبيق طرق وتقنيات الصيرفة الإلكترونية.	3.20	0.879	5 متوسطة
تتوافق الشراكة الحالية القائمة بين المصارف التجارية مع المستجدات الحديثة لمتطلبات عمليات الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.	3.17	0.806	6 متوسطة
المتوسط العام	3.283	0.830	- متوسطة

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد درجة الموافقة لعبارات هذا المحور نصفها مرتفعة ونجد أن أكثر العبارات موافقة هي العبارة (يطبق المصرف مشاريع الشراكة والتعاون المعلوماتي، لمواجهة متطلبات التجارة الإلكترونية) بوسط يساوي 3.47 أي بدرجة مرتفعة، وأقلها موافقة هي العبارة (تتوافق الشراكة الحالية القائمة بين المصارف التجارية مع المستجدات الحديثة لمتطلبات عمليات الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية) بوسط يساوي 3.17 أي بدرجة متوسطة.

6.3 مناقشة النتائج:

بعد إجراء الاختبارات الإحصائية المناسبة لبيانات الدراسة توصلت الدراسة إلى أنه تتوفر المقومات التجارية الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة حسب وجهة نظر عينة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الارياني (2016)، وكذلك دراسة المغربي (2020) التي توصلت إلى أنه تتوفر مقومات التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية، واتفقت هذه النتيجة أيضاً مع دراسة أبوبكر (2024) التي توصلت إلى أن هناك اتجاه إيجابي من قبل المصارف نحو تطبيق التجارة الإلكترونية، وكذلك دراسة الأزرق وانبيص (2021) التي توصلت إلى أن التجارة الإلكترونية تستند على العديد من الركائز التي تتطافر فيما بينها من أجل تحقيق بيئة ملائمة تساعد في نجاح التجارة الإلكترونية التي من بينها البيئة التقنية، والبشرية، والقانونية، والشراكة والتكامل للعمليات المصرفية. على الرغم من هذه النتائج، إلا أن ليبيا تظل بعيدة بعض الشيء عن الدول ذات البنية التحتية المالية المتطورة، كذلك التي تستفيد من الوصول إلى التقنيات الرقمية الحديثة والخدمات المصرفية المتطورة.

7.3 نتائج الدراسة:

بناءً على تحليل البيانات، واختبار الفرضيات توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1. توفرت مقومات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
2. تتوافر الإمكانيات التقنية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، وذلك من خلال:

- يوجد ربط بين المركز الرئيسي للمصرف بين الفروع عن طريق شبكات الحاسب الآلي.
- توفر أجهزة الصراف الآلي وماكينات نقاط البيع الخدمة الذاتية للمتعلمين وتعتبر ركيزة من ركائز التوزيع الإلكترونية المعروفة.
- تتوافر التقنيات الإلكترونية الحديثة التي تمكن العميل من القيام بالعمليات المصرفية التي يحتاجها من حسابه الجاري.
- تتوافر خدمات مالية متنوعة تشمل دفع الفواتير الكترونياً وعرض الارصدة المالية.
- 3. تتوافر الإمكانيات الإدارية والبشرية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، وذلك من خلال:
- تعمل الادارة العليا في مصرف سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية.
- هناك رقابة مستمرة من قبل الإدارة لضمان سير الأعمال الإلكترونية.
- تعمل الادارة العليا على تهيئة الموظفين نفسياً ومعنوياً على استخدام التجارة الإلكترونية..
- 4. تتوافر الأبعاد الأمنية والقانونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، وذلك من خلال:
- يتم تغيير كلمات السر والشفرات الخاصة بالموظفين بشكل دوري.

- يوجد في المصرف قوانين ولوائح لحماية التعاملات القانونية.
- يتم الاحتفاظ بنسخ إضافية من المعلومات الإلكترونية الخاصة بالمصرف في أماكن آمنة.
- يوجد في المصرف آلية لاستعادة البيانات في حالة تلفها أو تعطل الحاسبات الآلية.
- 5. تتوافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية كأحد مقومات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، وذلك من خلال:
 - تطبيق المصارف لمشاريع الشراكة والتعاون المعلوماتي، لمواجهة متطلبات التجارة الإلكترونية.
 - وجود تكامل بين خدمات المصارف التجارية بحيث يؤدي إلى كفاءة الخدمات المقدمة.
 - وجود تعاون مشترك بين المصارف التجارية بشأن توسيع نطاق مشاركتها في تنفيذ العمليات المصرفية الإلكترونية.

8.3 توصيات الدراسة:

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحثان بالنقاط التالية:
1. الاستجابة للتطورات الإلكترونية المتسارعة والعمل على تطوير التجارة الإلكترونية.
 2. العمل على تطوير شبكة المصارف وربطها بشبكة الانترنت من أجل تمكين العملاء من تنفيذ الخدمات الخاصة بهم بسهولة وبسرعة.
 3. تحفيز المواطنين على استخدام وسائل الدفع الإلكترونية من خلال إلغاء بعض الرسوم، كرسوم اصدار البطاقة ورسوم استخدام تطبيق مصرفي.
 4. انشاء قسم متخصص لتطبيقات التجارة الإلكترونية يضم خبراء في تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى خبراء في الإدارة يعملون بشكل متكامل على مراقبة تطبيق آلية العمل بالتجارة الإلكترونية.
 5. تطوير تقنيات دفع مالية آمنة ومبتكرة تواكب تطورات التجارة الإلكترونية.
 6. تحسين البنية التحتية لأنظمة الدفع، مع التركيز على تجربة المستخدم وسهولة الاستخدام.
 7. توجيه البحث المستقبلي نحو استكشاف تقنيات الدفع الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين لتوفير مزيد من الأمان والكفاءة.
 8. دعم السياسات التنظيمية التي تعزز الثقة في التجارة الإلكترونية والتحويلات المالية الرقمية.

المراجع:

1. أبوبكر، عبد الرحيم عبد الله (2024). أثر التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية في ليبيا: دور البنوك التجارية في تعزيز النمو الاقتصادي والتجاري. مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، 4(5).
2. الأرياني، أروى محمد (2016). مدى توفر مقومات التجارة الإلكترونية لدى الشركات المتوسطة باليمن. مجلة جامعة ناصر، العدد الثامن.
3. الأزرق، أحمد سالم علي وانبص، مسعود على مسعود (2021). واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل انتشار جائحة كورونا: دراسة تطبيقية على فروع مصرف الجمهورية المرقب والميناء. المؤتمر العلمي الخامس لكلية الاقتصاد والتجارة، الخمس.
4. بلخضر، جميلة (2020). مقومات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تطويرها. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
5. بن شنيعة، كريمة ومطاي، عبد القادر (2019). مقومات تنشيط التجارة والصيرفة الإلكترونية بالجزائر. الريادة للاقتصاد الاعمال، 5(1).
6. تباي، أمل ومريم، سعدة (2020). واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة 8 ماي 1945، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
7. حسين، خالد خليفة الصابر (2019). مستقبل التجارة الإلكترونية في ليبيا. مجلة دراسات الانسان والمجتمع، العدد التاسع.
8. شاهين، أيمن لأحمد محمد (2013). مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية دراسة تطبيقية على المصارف المحلية في فلسطين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة غزة، كلية التجارة، قسم المحاسبة والتمويل، فلسطين.
9. عامر، شكري أحمد ودغيم، جهاد رشيد (2019). مدى التوافق بين نظم المعلومات المحاسبية ومتطلبات التجارة الإلكترونية- دراسة ميدانية على المصارف التجارية الليبية. مجلة الدراسات الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة سرت، 2(3).
10. فايد، عبيد السيد (2020). التجارة الإلكترونية كمدخل للتحوّل الاقتصاد المعرفة: دراسة ميدانية على المشاريع الصغيرة بالملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، 4(11). ص 1-20.
11. الليبي، هالة عبد الله محمد (2025). أثر التسوق الإلكتروني على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على مصرف التجارة والتنمية مصراتة. مجلة جامعة الزيتونة الدولية للنشر العلمي، 2(32)، 442-465.
12. مسودة، سناء (2011). مدى توافر مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في المصارف الأردنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتطويرها. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد (23).
13. المغربي، رجعة (2020). مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير التجارة الإلكترونية. المؤتمر الدولي السادس، المدن الذكية، ليبيا، جامعة النجم الساطع.
14. نصر، أحمد جمعة وغيث، عثمان علي (2022). أثر التجارة الإلكترونية على أنظمة المعلومات المحاسبية في المصارف التجارية بمدينة طرابلس. مجلة الأستاذ، العدد 22.

15. Shuai, Q., Huang, R., Liu, J., Zhang, L. (2025). Introduction to E-commerce and Financial Payments. In: Qin, Z., Shuai, Q. (eds) Handbook of E-commerce in China. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-96-7629-3_11