

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

الملخص

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) استماراة على عينة الدراسة المكونة من رؤساء الفروع ومساعديهم ورؤساء الأقسام والمحاسبين في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، استرجعت الاستبيانات بالكامل بنسبة 100%. خللت بيانات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية، كالتكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ولاختبار الفرضيات الدراسة استخدم اختبار (t) لعينة واحدة (One Sample t Test). بينت نتائج الدراسة توفر مقومات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة في (الإمكانيات التقنية، والامكانيات الإدارية والبشرية، والأبعاد الأمنية والقانونية، والشراكة والتكامل للعمليات المصرفية). تsem 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
2025/10/03	
ونشرت	بتاريخ
	2025/10/04

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)، أضحت من الواجب على المصارف دراسة التطور التكنولوجي الموجود عند زبائنها، وتقع مسؤولية قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية، لتبني استراتيجيات التطوير في التكنولوجيا والأنظمة المعلوماتية لتوسيع هذا التطور، وبالتالي القرة على المنافسة، وخاصة في ظل التجارة الإلكترونية، التي أصبحت أداة واضحة لعولمة التجارة والتي تكمن قدرتها بالنفع المتسارع الذي بدأ ينتشر فيه بفضل طبيعة الوسائل المادية والبرمجية التي تجعل هذا الترابط والتراسل ما بين الأطراف عبر الانترنت أمراً سهلاً (مسودة، 2011).

نظرًا للتغيرات التكنولوجية السريعة والمذهلة في مختلف مجالات الحياة، كان للقطاع المالي نصيب أوفر من هذا التحول، إذ تعد التجارة الإلكترونية من أهم وأبرز الأحداث التي بدأت بالظهور على الساحة الدولية ، تعبر عن العديد من

الأعمال والممارسات والتي ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتلعب دوراً رئيسياً كوسيلط 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 بالتجارة التجارية والاقتصادية.

في إطار مسعى منظمة التجارة العالمية (WTO) صنفت 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 الاتفاقيات العامة للتجارة في الخدمات (اتفاقية جاتس)، باعتبار أن الاتفاقيات 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 تحديد ما إذا كانت هذه الأنشطة تخضع لاتفاقية (جات)-General Agreement on Tariff and Trade (GAATT) للتجارة في البضائع، أم أنها تخضع لاتفاقية (جاتس-General Agreement on Tariff in Services) (الأرياني، 2016).

في الآونة الأخيرة، حصل تحولاً كبيراً في الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني، إذ يعد هذا التحول واقعاً ملماساً في ظل البيئة الحالية (الأرياني، 2016)، لذلك اتجهت العديد من المصارف والشركات لأنشاء موقع لها على شبكة الانترنت لعدة أهداف تتمثل أهمها في مباشرة التجارة الإلكترونية العادية أو المصرفية (سلعية أو خدمية) والتحاسب عنها الكترونياً، مما لا شك فيه أن مباشرة هذا النشاط المستحدث يلقي أثراً متعددًا على نظام المعلومات المحاسبية لذاته 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 تسلیط 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 بعرض الكشف عن دورها في تعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية، اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الازمة، وتوصلت الدراسة إلى ضعفاليات التعامل مع جرائم الكمبيوتر والانترنت مما يعرض أمن وسلامة وسرية وخصوصية المعلومات للخطر.
2. دراسة الارياني (2016): هدفت إلى معرفة مدى إمكانية تطبيق التجارة الإلكترونية في شركة جريت ديل (كمودج للشركات المتوسطة باليمن) من خلال التعرف على مدى توافر المتطلبات (التقنية، الإدارية والبشرية، الأمنية والقانونية) الازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبانة على عينة من شركة جريت ديل إلى جانب المقابلات مع المعينين 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 شنينة ومطاي (2019): هدفت إلى معرفة مقومات التجارة والصيغة الإلكترونية بالجزائر، ومعرفة مدى توافر وملائمة البنية التحتية والبيئة القانونية والشرعية لممارسة كل من التجارة والصيغة الإلكترونية والكشف عن المتطلبات التي تحتاجها الجزائر في هذا المجال، توصلت هذه الدراسة إلى أن الجزائر لا تزال متأخرة في مجال التجارة والصيغة 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 ويكون مجتمع الدراسة من المصارف الليبية بمدينة بنغازي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات الازمة. توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها العمل على تطوير النظام أدوات الصيغة الإلكترونية وعقد دورات تدريبية حول جرائم التقنية للصيغة 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 وانبيص (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 وفوائط 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 ولاءعاتها 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 المساعدة في توليد خاصية الموثوقية في المعلومات المحاسبية، كما يؤدي إلى تحسين جودة أنظمة المعلومات المحاسبية.
9. دراسة أبو بكر (2024): هدفت إلى معرفة أثر التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية في ليبيا، مع التركيز على كيفية تقديم البنوك التجارية في مدينة جalo 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 الليبي (2025): هدفت إلى معرفة أثر التسوق الإلكتروني على رضا العملاء في المصارف التجارية مع التركيز على مصرف التجارة والتربية 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 وزيادةوعي 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؛ الليبي، 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؛ الرياني، 2016؛ بن شنبة ومطاي، 2019؛ فايد، 2020). أما الدراسات في البيئة الليبية (المغربي، 2020؛ الأزرق وانبيص، 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

بعد القطاع المصرفي في دولة ليبيا من أهم القطاعات الاقتصادية، وذلك للمكانة التي يحظى بها هذا القطاع في النظام المالي للدولة، ونتيجة للتحولات المتيسارة في مجال تقييم المعلومات والاتصالات، فإن القطاع المصرفي يعد من أبرز القطاعات التي تأثرت بعمق بهذه التحولات، فشبكات الاتصال وفي مقدمتها الانترنت، أثاحت التبادل الواسع لمختلف أنماط المعلومات، كما وفرت وسائل اتصال فعالة و مباشرة بين الأفراد والمؤسسات، وخلفت بيئة للاستثمار وللأعمال عرفت ببيئة الأعمال الإلكترونية، وقد انطلقت هذه البيئة ب مختلف صورها بشكل واسع في مختلف المؤسسات الإنتاجية والخدمية لربط العملاء بالمؤسسة (الليبي، 2025). على الرغم التقدم التقني المتتسارع 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 يعني من تأخر في تبني هذه التقنيات بشكل فعال (الأزرق وانبيص، 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 قنوات أوسع من المستهلكين، كما تساهم في دعم الشفافية وتقدير 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 (الليبي، 2025)، وفي ظل هذه التغيرات المتيسرة في بيئه الأعمال و نتيجة التطور التكنولوجي و ثورة 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 الليبي (2025) ضرورة الاهتمام بالخدمات المصرفية الإلكترونية والعمل على تطويرها، والعمل على تطبيق التجارة الإلكترونية في المصادر التجارية لما لها من دور كبير في تقديم خدمات للعملاء بطرق أكثر سهولة ومرنة، 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 المصادر التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، ومن خلال ما تقدم يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

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

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

4.1 أهداف الدراسة

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

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

5.1 فرضيات الدراسة

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

1. توافر الإمكانيات التقنية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصادر التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
2. توافر الإمكانيات الإدارية والبشرية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصادر التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
3. توافر الأبعاد الأمنية والقانونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصادر التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة.
4. توافر الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصادر 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 المصادر التجارية الليبية لتطبيق واستيعاب متطلبات التجارة الإلكترونية بشكل كامل، وتشكل نتائج الدراسة قاعدة بيانات أساسية (Benchmark) يمكن من خلالها قياس التقدم الذي تحرزه المصادر في مستقبل الأبحاث، ودراسة تطور تبنيها للتجارة الإلكترونية عبر فترات زمنية مختلفة، مما سيشيري المكتبة الأكاديمية في هذا المجال. وفي نفس الوقت، تقدم الدراسة تشخيصاً دقيقاً لواقع المقومات المتوفرة وغير المتوفرة في المصادر التجارية. هذا التشخيص يمثل خارطة طريق عملية للإدارة العليا في هذه المصادر لتحديد أوجه القصور والضعف ووضع الخطط الاستراتيجية والاستثمارية اللازمة لتعزيز بنيتها التحتية التقنية والبشرية. كما يمكن أن تفيد نتائج الدراسة الجهات التشريعية والتنظيمية (مثلاً المصادر المركزية) في وضع السياسات واللوائح والتشريعات التي تشجع وتنظم التحول الرقمي في القطاع المصرفي، وخلق بيئة مواتية وآمنة 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 الكترونية تعتمد على الانترنت كوسيلة رئيسية لإتمام الصفقات والمعاملات، 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 التلاكس في أواخر الأربعينيات لإرسال الطلبات والفوایر بين الموردين والعملاء التجاريين، قبل ظهور الانترنت. في الثمانينات تأسس أول سوق إلكتروني في بوسطن لبيع وشراء الحواسيب، واعتبر هذا بداية التجارة الإلكترونية الحديثة. مع ظهور الانترنت في أوائل التسعينات، توسيعت التجارة الإلكترونية بسرعة، حيث شهدت الفترة من 1995 إلى 2000 ظهور الخدمات التجارية عبر الانترنت مثل

eBay و Amazon و نظام 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، مدروعة بنمو هائل في عدد مستخدمي الإنترنت واعتماد واسع على التجارة عبر الهواتف المحمولة، مع منصات مثل WeChat و Taobao 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 وابرام العقود، ومن تم الشراء أو البيع لتلك البضائع أو الخدمات عبر وسيط الكتروني -شبكة الانترنت-. وغيرها من الشبكات الاتصال، التي تربط بين المشتري والبائع، جاء تعريف آخر للتجارة الإلكترونية هي "عمليات تبادل الإلكتروني للمشترين، البريد الإلكتروني، النشرات الإلكترونية، الفاكس، التحولات الإلكترونية للأموال وكذلك كل الوسائل الإلكترونية المشابهة" (المغربي، 2020، ص 3) 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، ص 4).

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 ومرميده، 2020):

1. الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية، حيث أن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطبع 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 بطريقية إلكترونية.
5. القرابة 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 المتتسارع.

4.2 أهمية التجارة الإلكترونية

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية في الأساليب الحديثة التي تميز بها، مقارنة بالأساليب المعتمدة في التجارة التقليدية، وستحدث تبعاتها الاجتماعية والاقتصادية تغيرات في العديد من الجوانب تشمل البيئة، وطبيعة الاعمال، ودور الحكومات في دعم التسهيلات التجارية للنهوض بكفاءاتها وتنمية 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 الانترنت 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 الاسواق المحلية حيث تتصل ببعضها البعض على مستوى العالم، ومن تم تساهم في تسويق السلع والخدمات في أي مكان وفي كل الأوقات.
4. كثافة المعلومات: جعل الانترنت المعلومات كثيفة وذات جودة ممتازة وحديثة، وقللت من مشاكل البحث والاتصالات.
5. تقليل 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 بعضها منها (بن شنبينة ومطاي، 2019)، مؤسسة الأعمال – مؤسسة الأعمال (B2B): يقتصر هذا النوع من التجارة على الشركة وعدد موظفيها وعملائها الكبار عن طريق شفارة وعنوانين على شبكة الانترنت خاصة بالشركة لا تنشر على الملا، ويستخدم 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 الكترونياً بدون التعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية.

6.2 مقومات التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية هي ثمرة الإنجازات العلمية المتقدمة في مجالات عديدة ومتكلمة 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 معيقات 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 إجراءات الضرورية المناسبة للتأكد من شرعية العميل.
- وجود الوسائل المناسبة للتأكد من شرعية المعاملات.

3. وجود الإجراءات الازمة للتأكد من فصل المهام أثناء إجراء المعاملات المصرفية الإلكترونية داخل المصرف والمحافظة على سرية هذه المعلومات أثناء انتقالها أو تخزينها.

4. 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 ومواكلة التطورات في مجال تقنية وتقنيات المعلومات واستخداماتها المصرفية.
- سهولة الاستخدام والسرعة في انجاز العمليات.
- القدرة على تحقيق درجة عالية من الدقة والموثوقية في المعلومات التي تقدمها.

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

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

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

8. تطبيق تطبيق التجارة الإلكترونية: يbedo مما سبق، أن التجارة الإلكترونية لا تعتمد على التكنولوجيا فقط، بل تحتاج إلى بيئة متكاملة تشكل مقومات التجارة الإلكترونية، وهي منظومة مترابطة تساهمن 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 شنينة ومطاي، 2019):

1. مرحلة العرض: يقوم البائع في هذه المرحلة بعرض السلعة أو 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، أياً كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها، وذلك باستخدام وسائل الكترونية بعد التأكد من أنها مؤمنة بوسائل متطرفة تحافظ على صحة وسلامة البيانات من جهة والمصداقية والسرية من جهة أخرى.

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

- تسلیم السلعة: والتسليم هنا تحكمه الشروط المتفق عليها من جهة، وما تملیه 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 التسلیم نقداً أو بالشيكل، كما قد يتم الدفع بالوسائل الإلكترونية باستخدام بطاقات الائتمان أو الحسم الفوري.
- بالإضافة إلى ما سبق، يتضح أن تطبيق التجارة الإلكترونية لا يتم دفعه واحدة، بل يمر بمراحل متسلسلة، تبدأ بمرحلة التواجد الإلكتروني، تم الانتقال إلى مرحلة التفاعل التي تتيح فرصة التفاعل بين العملاء الكترونياً، 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 وأتمنته 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، وينحصر هذا الأثر في الجوانب التالية (أبوبكر، 2024):

1. توفير الوقت والتكلفة: تسهم التجارة الإلكترونية في تقليل التكاليف للمصارف والعملاء، حيث يمكن إجراء العديد من العمليات عبر الانترنت 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 مصرافية مخصصة وتحسين استراتيجيات التسويق.
3. تقديم خدمات مصرافية عبر الانترنت: تقدم المصارف الإلكترونية نفس الخدمات والمنتجات المتاحة في البنوك التقليدية، مما يسهم 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 شنينة ومطاي، 2019؛ نصر وغيره، 2022):

1. نفاذ أسهل إلى الأسواق وزيادة القدرة التنافسية: إن امتلاك أي شركة لموقع على شبكة الانترنت يعني أن أعمال الشركة ومنتجاتها تصبح متاحة لملايين الناس من مختلف بقاع العالم، وهو ما يفتح آفاقاً هائلة للانطلاق والدخول بمنتجاتها في الأسواق دون التقيد بحدود الزمان والمكان.
2. خفض التكاليف وتوفير الوقت: يعتبر خفض تكاليف التبادل التجاري أحد مزايا التي تتحققها التجارة الإلكترونية، حيث أن تكلفة وضع موقع على شبكة الانترنت 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 الانترنت التعرف على آذواق المستهلكين ورغباتهم، وبالتالي تكيف منتجاتها حسب هذه الرغبات.
5. سهولة الوصول إلى معلومات: لقد أصبحت المعلومات في عالم التجارة الإلكترونية ذات صبغة رقمية يمكن تخزينها وتدالوها 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 السهولة والراحة في الشراء، والوصول إلى المنتجات والخدمات في أي وقت ومن أي مكان، وتوسيع نطاق السوق ليشمل عمالء محليين وعالميين، وتسرع من انجاز المعاملات مما يساهم في تحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاية التجارية.

3. الجانب العملي:

1.3 منهجة 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 تنصيم استبيان لاستطلاع آراء عينة الدراسة، ومن ثم تحليل البيانات بواسطة برنامج الحزم الاحصائية 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 ومساعديهم 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

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

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 جداً	منخفضة	متوسطة	مرتفعة	مرتفعة جداً

2. اختبار كولموجروف للتوزيع الطبيعي^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 أقل 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 الاستبيانة 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 الإلكترونية	0.868
الكل	0.937

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

2. اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

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

جدول رقم (3) يبيّن نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة

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

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 (الإمكانيات التقنية):

تم اختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تتصل على أنه (توافر 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 (t) لعينة واحدة One Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (4).

الجدول رقم (4) نتائج اختبار للفرضية الأولى

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

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن قيمة مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجد أنه أكبر من 3 مما يدل أن الاتجاه العام لهذا المحور بأن درجة الموافقة تمثل 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)

درجة الموافقة	النوع	الانحراف المعياري	الوسط	العبارة
متوسطة	8	0.743	3.30	تواكب المصارف التجارية التطورات التكنولوجية في الحصول على أحدث أجهزة الحاسب الآلي الازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية بشكل جيد.
مرتفعة	7	0.809	3.42	توافق لدى المصرف أحد النظم والبرامج الازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية.
مرتفعة	1	0.880	3.93	يوجد ربط بين المركز الرئيسي للمصرف وبين الفروع عن طريق شبكات الحاسب الآلي.
مرتفعة	3	1.022	3.65	يتوفر في المصرف شبكة اتصالات وشبكات إلكترونية تصل إلى جميع المكاتب.
مرتفعة	5	0.966	3.50	توفر خدمات مالية متنوعة تشمل دفع الفواتير الكترونياً وعرض الارصدة المالية.
مرتفعة	6	0.854	3.48	تحرص الادارة العليا على مواكبة المستجدات التقنية في مجال تكنولوجيا المعلومات.
مرتفعة	4	0.853	3.53	توفر التقنيات الإلكترونية الحديثة التي تمكن العميل من القيام بالعمليات المصرفية التي يحتاجها من حسابه الجاري.
مرتفعة	2	0.893	3.87	توفر أجهزة الصراف الآلي وماكينات نقاط البيع الخدمة الذاتية للمتعلمين وتعتبر ركيزة من ركائز التوزيع الإلكترونية المعروفة.
مرتفعة	-	0.8775	3.585	المتوسط العام

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد درجة الموافقة لعبارات هذا المحور أعلىها مرتفعة ونجد أن أكثر العبارات موافقة هي العبارة (يوجد ربط بين المركز الرئيسي للمصرف وبين 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 اجهزة الحاسوب الالى الالازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية بشكل جيد) بوسط يساوي 3.30 أي بدرجة متوسطة.

3.5.3 اختبار الفرضية الفرعية الثانية (الإمكانيات الإدارية والبشرية):
تم اختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على أنه (توافر الإمكانيات الإدارية والبشرية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراته). وبصفة عامة ولدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الفرعية الثانية، تم اجراء اختبار (t) لعينة واحدة One Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (6).

الجدول رقم (6) نتائج اختبار t للمحور الثاني (الإمكانيات الإدارية والبشرية)

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

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 تمثل نحو المتوسطة إلى المرتفعة، وبذلك يمكن القول إن (هناك توافر للإمكانيات الإدارية والبشرية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراته).

ولمعرفة أي العناصر أكثر تأثيرا 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 (الإمكانيات الإدارية والبشرية)

العبارة	الوسط	الانحراف المعياري	نسبة	درجة الموافقة
يوجد ادارة او قسم لتكنولوجيا المعلومات في المصرف	3.43	1.031	3%	مرتفعة
تعمل الادارة العليا في مصرف سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية	3.58	889.	1%	مرتفعة
يوجد في مصرف اقسام متخصصة لتطبيقات التجارة الإلكترونية	3.37	1.025	5%	مرتفعة
تعمل الادارة العليا على تهيئة الموظفين نفسيا ومعنويا على استخدام التجارة الإلكترونية.	3.07	972.	6%	متوسطة
يتم تقديم دورات تدريبية متخصصة للموظفين في مجال التجارة الإلكترونية او الانترنت.	3.02	911.	8%	متوسطة
توجد خطط تتسم بالمرونة الكافية لاستيعاب أي تغيرات يتطلبها استخدام التجارة الإلكترونية.	3.03	920.	7%	متوسطة
هناك رقابة مستمرة من قبل الادارة لضمان سير الأعمال الإلكترونية.	3.45	964.	2%	مرتفعة
تقوم الادارة العليا بالاستعانة بالجهات الاستثمارية والخبراء لتقديم المشورة في مجال التجارة الإلكترونية.	3.22	922.	4%	متوسطة
المتوسط العام	3.27	0.954	-	متوسطة

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد درجة الموافقة لعبارات هذا المحور نصفها مرتفعة ونجد أن أكثر العبارات موافقة هي العبارة (تعمل الادارة العليا في مصرف سياسة تطبيق التجارة الإلكترونية) بوسط يساوي 58.3 أي بدرجة مرتفعة، وأقلها موافقة هي العبارة (يتم تقديم دورات تدريبية متخصصة للموظفين في مجال التجارة الإلكترونية او الانترنت) 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 (توافر الأبعاد الأمنية والقانونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراته). وبصفة عامة ولدراسة الاتجاه العام لهذا المحور واختبار الفرضية الفرعية الثالثة، تم اجراء اختبار (t) لعينة واحدة One Sample t Test وكانت النتائج كما بالجدول رقم (8).

الجدول رقم (8) نتائج اختبار للمحور الثالث

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

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن قيمة مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجد أنه أكبر من 3 مما يدل أن الاتجاه العام لهذا المحور بأن درجة الموافقة تمثل نحو المرتفعة، وبذلك يمكن القول إن (هناك توافر للأبعاد الأمنية والقانونية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة). وللمعرفة 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)

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	الوسط	العبارة
مرتفعة	.890	3.43	يتم التعامل مع جرائم الكمبيوتر والإنترن特 بشكل كافٍ مما يضمن أمن وسرية وخصوصية المعلومات.
مرتفعة	.998	3.43	يوجد لدى المصرف أنظمة تشغيل وترميز ذات تقنيات متقدمة خاصة.
مرتفعة	.846	3.72	يوجد في المصرف نظام الأمان والحماية التقنية كجدار (Fire Wall) برامج تعمل كوسط لحماية قواعد البيانات من الاختراقات وكلمات السر.
مرتفعة	.869	3.70	يوجد وعي أمني لدى الموظفين بالمصرف
مرتفعة	.767	3.77	يوجد في المصرف آلية لاستعادة البيانات في حالة نفالها أو تعطل الحاسوبات الآلية.
مرتفعة	.861	4.07	يتم تغيير كلمات السر والشفارات الخاصة بالموظفين بشكل دوري.
مرتفعة	.891	3.95	يتم الاحتفاظ بنسخ إضافية من المعلومات الإلكترونية الخاصة بالمصرف في أماكن آمنة.
مرتفعة	.792	3.98	يوجد في المصرف قوانين ولوائح لحماية التعاملات القانونية.
مرتفعة	-	3.756	المتوسط العام

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

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

الجدول رقم (10) يبين نتائج اختبار للمحور الرابع (الشراكة والتكميل للعمليات المصرفية الإلكترونية)

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

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد أن قيمة مستوى الدلالة أقل من 0.05 وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجد أنه أكبر من 3 مما يدل أن الاتجاه العام لهذا المحور بأن درجة الموافقة تمثل نحو المتوسطة إلى المرتفعة، وبذلك يمكن القول إن (هناك توافر للشراكة والتكميل للعمليات المصرفية الإلكترونية كأحد مقومات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة).

وللمعرفة 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 والتكميل للعمليات المصرفية الإلكترونية)

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

من خلال النتائج بالجدول السابق نجد درجة الموافقة لعبارات هذا المحور نفسها مرتفعة ونجد أن أكثر العبارات موافقة هي العبارة (يطبق المصرف مشاريع الشراكة والتعاون المعموماتي، لمواجهة متطلبات التجارة الإلكترونية) بوسط يساوي 3.47 أي بدرجة مرتفعة، وأقلها موافقة هي العبارة (توافق 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، وتنقق 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 أبوياكر (2024) التي توصلت إلى أن هناك اتجاه إيجابي من قبل المصارف نحو تطبيق التجارة الإلكترونية، وكذلك دراسة الأزرق وابنیص (2021) التي توصلت إلى أن التجارة الإلكترونية تستند على العديد من الركائز التي تتزامن فيما بينها من أجل تحقيق بيئة ملائمة تساعد في نجاح التجارة الإلكترونية التي من بينها البيئة التقنية، والبشرية، والقانونية، والشراكة والتكميل للعمليات المصرفية. على الرغم من هذه النتائج، إلا أن ليبيا تضل بعيدة بعض الشيء عن الدول ذات البنية تحتية المالية المنظورة، كذلك التي تستفيد من الوصول إلى التقنيات الرقمية الحديثة والخدمات المصرفية المتقدمة.

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. توافر الإمكانيات التقنية لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة مصراتة، وذلك من خلال:

- يوجد ربط بين المركز الرئيسي للمصرف وبين الفروع عن طريق شبكات الحاسوب الآلي.
- توفر أجهزة الصراف الآلي وماكينات نقاط البيع الخدمة الذاتية للمتعلمين وتعتبر ركيزة من ركائز التوزيع الإلكترونية المعروفة.
- توافر التقنيات الإلكترونية الحديثة التي تمكن العميل من القيام بالعمليات المصرفية التي يتحجها من حسابه الجاري.
- توافر خدمات مالية متقدمة تشمل دفع الفواتير الكترونياً وعرض الارصدة المالية.
- 3. توافر 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 الادارة لضمان سير الأعمال الإلكترونية.
 - تعمل الادارة العليا على تهيئة الموظفين نفسياً ومهنياً على استخدام التجارة الإلكترونية..
- 4. توافر 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 الحاسوب الآلي.
5. تتوفر 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 المتتسارعة 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 الغاء 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 الإدارية يعملون بشكل متكامل على مراقبة تطبيق آلية العمل بالتجارة الإلكترونية.
 5. تطوير تقنيات دفع مالية آمنة ومتقدمة توافق 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. أبوياكر، 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 وابنیص، مسعود على مسعود (2021). واقع استخدام الصيرفة الإلكترونية ومقومات نجاحها والمعوقات التي تواجهها في ظل انتشار جائحة كورونا: دراسة تطبيقية على فروع مصرف الجمهورية المقرب والمبنية. المؤتمر العلمي الخامس لكليات الاقتصاد والتجارة، الخمس.
 4. بلخضر، جميلة (2020). مقومات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تطورها. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم، كلية العلوم الاقتصادية والتջارية وعلوم التسويق، الجزائر.
 5. بن شنبية، كريمة ومطاي، عبد القادر (2019). مقومات تشجيع التجارة والصيرفة الإلكترونية بالجزائر. الريادة للاقتصاد الاعمال، 5(1).
 6. تباني،أمل ومربيهيد، سعدة (2020). واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة 8 ماي 1945، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسويق، الجزائر.
 7. حسين، خالد خليفة الصابر (2019). مستقبل التجارة الإلكترونية في ليبيا. مجلة دراسات الإنسان والمجتمع، العدد التاسع.
 8. شاهين، أيمن لأحمد محمد (2013). مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية دراسة تطبيقية على المصادر 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، عبير السيد (2020). التجارة الإلكترونية كمدخل للتحول الاقتصادي المعرفة: دراسة ميدانية على المشاريع الصغيرة بالمملكة العربية السعودية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، 4(11). ص 20-1.
 11. اللبيدي، 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 المصارفالأردنية 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 التكية، ليبيا، جامعة النجم الساطع.
 14. نصر، أحمد جعوة 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