



معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية

دراسة ميدانية على المصارف التجارية العاملة بمدينة الخمس

د . جمعة فرحات عقيل* د . عبدالرحمن بشير ميلاد**

ملخص الدراسة :

إن الهدف الرئيس لهذه الدراسة يتمثل في تحديد أهم المعوقات التي تحول دون تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية وتحديد المصارف التجارية بمدينة الخمس، ولتحقيق هذا الهدف تم تصميم استمارة استبانة، وذلك استناداً على بعض الدراسات السابقة والإطار النظري في جزيئات موضوع التجارة الإلكترونية، ومن خلال الدراسة الميدانية التي أجريت وما تضمنته من فروض وتحديد لمجتمع الدراسة المتمثل في المهتمين والمسؤولين عن التقنية المصرفية، تم توزيع عدد (80) استمارة استبيان بلغ الصالح منها للتحليل (60) استمارة ، وقد تم التوصل إلى جملة من النتائج أهمها وجود معوقات تتعلق بالمقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية، وكذلك معوقات تتعلق بسياسة المصارف تجاه العملاء لتطبيق التجارة الإلكترونية في تعاملاتهم .

المقدمة :

في ظل المتغيرات العالمية المتلاحقة أصبحت الحاجة ملحة إلى تحديث الإدارة الحكومية بشكل ينعكس على المواطن، وعلى كل مؤسسات الدولة في صورة

إنجاز الخدمات بصورة أكثر فاعلية، إضافة إلى الإستغلال الأمثل لمصادر معلومات الحكومة بحيث يتاح للاقتصاد الوطني أن يرفع مستوى إنجازه، ويزيد من فعاليته ويعزز قدرته التنافسية، وبذلك تكون الحكومة الإلكترونية واحدة من الدعائم الأساسية والضرورية لتحويل المجتمع إلى اقتصاد معلوماتي، وقد شهد العالم إنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO) في العام 1995 تحولاً كبيراً في مفاهيم التجارة العالمية، وحرية انتقال السلع والخدمات بين الدول المختلفة تحقيقاً لفرضية العولمة الاقتصادية التي تسعى لتحويل الاقتصاد العالمي نحو تكامل المصالح الاقتصادية بين الدول، وكسر الحواجز المرتبطة بحركة السلع والخدمات، وإلغاء القيود الجمركية، ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على التقنيات ونظم المعلومات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات لتنشيط قواعد الاقتصاد المعرفي، وفي ظل تلك التطورات أصبحت التجارة العالمية تعتمد على وسائل عديدة تقوم البنوك بتقديمها مثل خدمات الصرف الآلي والإنترنت المصرفي، حيث تتميز هذه الوسائل بتبسيط الإجراءات وزيادة مستوى الشفافية في العمليات المالية علاوة على تخفيض التكاليف والوقت اللازم لإنجاز العمليات المالية لاسيما على المستوى الدولي عبر الشبكة الدولية للمعلومات، لذلك أصبحت البنوك القناة الرئيسية لتنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية، ولهذا يحاول الباحثان التعرف على معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية ودراسة الصعوبات التي تواجهها في تنفيذ المعاملات الإلكترونية سواء من حيث البنية التحتية، أو التقنيات التكنولوجية المستخدمة، أو النظم المرتبطة بتشغيل العمليات الإلكترونية .

مشكلة الدراسة :

تتمتع ليبيا بوسائل اتصالات حديثة وتكنولوجيا متطورة في مجال التقنيات، وذلك بإنشاء العديد من الشركات في هذا المجال، وقد ارتبطت عمليات التجارة الإلكترونية بالتقدم في مجال الاتصالات إلا أنه على الرغم من ذلك لوحظ أن

عمليات التجارة الإلكترونية في ليبيا تعتبر الأقل حجماً مقارنة بباقي الدول وبالنظر إلى واقع البيئة التجارية الليبية الإلكترونية يلاحظ وجود مجموعة من المظاهر التي تدل على وجود مشكلة، ومن هذه المظاهر ما يلي :

1. نقص الوعي والاستعداد لدى معظم مديري المصارف التجارية بأهمية التجارة الإلكترونية وعدم معرفتهم بمزايا استخدام شبكة الاتصالات وما تحققه من مزايا كبيرة .

2. انعدام ثقة مديري المصارف التجارية بالتعامل من خلال التجارة الإلكترونية نظراً للمخاطر التي تحيط بها .

3. التجارة الإلكترونية الموجودة في بعض المصارف التجارية مقتصرة على وجود صفحة تابعة للمصرف على الشبكة الدولية .

وبناءً على كل هذه الظواهر يمكن صياغة المشكلة البحثية في التساؤلات الآتية

1. ما مدى توافر الدوافع الذاتية للعاملين في المصارف التجارية والظروف البيئية المناسبة لتطبيق التجارة الإلكترونية ؟

2. ما مدى تمتع المصارف التجارية بالمقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية ؟

3. ما مدى تشجيع المصارف التجارية عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية لتوفير سرعة إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمة المصرفية ؟

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية هذه الدراسة في الدور الحيوي الذي تلعبه المصارف في تنمية الاقتصاد الوطني والتنمية الاقتصادية من خلال دورها في توفير الأموال اللازمة للقيام بالأنشطة الاقتصادية المختلفة، كما تستمد الدراسة أهميتها من أهمية التجارة الإلكترونية كوسيلة اتصال عالمية من خلال سرعة انتشارها على

مستوى العالم مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى، وتكمن أهميتها الخاصة للمصارف في المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية لها .

أهداف الدراسة :

إن الهدف الرئيس للدراسة يتمثل في تحديد أهم المعوقات التي تحول دون تطبيق التجارة الإلكترونية بالمصارف التجارية، وتحديد المصارف العاملة بمدينة الخمس وذلك من خلال :

1. الكشف عن أهم المعوقات الحالية والتي تحول دون تطبيق التجارة الإلكترونية بالمصارف محل الدراسة .
2. تصنيف هذه المعوقات إلى ثلاثة مجموعات والمتمثلة في (الدوافع الذاتية للعاملين، المقومات التكنولوجية، المعوقات التنظيمية) .
3. من واقع النتائج التي سوف يتم التوصل إليها يمكن تقديم جملة من التوصيات والتي نأمل أن تساعد صناع القرار بالمصارف محل الدراسة في تطوير عمليات التجارة الإلكترونية بها .

فرضيات الدراسة :

يفترض الباحثان إلى أن هناك جملة من المعوقات تحول دون تطبيق التجارة الإلكترونية بالمصارف التجارية العاملة بمدينة الخمس ومن ثم فقد تم صياغة الفرضيات التالية :

1. تتوفر الدوافع الذاتية للعاملين في المصارف التجارية والظروف البيئية المناسبة لتطبيق التجارة الإلكترونية .
2. تتمتع المصارف التجارية بالمقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية .
3. تشجع المصارف التجارية عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية لتوفير سرعة إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمة المصرفية .

حدود الدراسة :

- **الحدود الموضوعية :** تناولت هذه الدراسة أهم معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية بالمصارف التجارية بمدينة الخمس وإمكانية التغلب عليها وهي (معوقات تتعلق بالدوافع الذاتية للعاملين، معوقات تتعلق بالمقومات التكنولوجية بالمصارف، معوقات تتعلق بسياسة المصرف لتشجيع العملاء لتبني التجارة الإلكترونية) .
- **الحدود المكانية :** اقتصرَت هذه الدراسة على المصارف التجارية العاملة بمدينة الخمس .
- **الحدود الزمنية :** قام الباحثان بإجراء الدراسة خلال سنة 2017 م .

منهجية الدراسة وأساليب جمع البيانات :

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي المبني على أسلوبين يتمثل الأول في الأسلوب النظري لتقديم خلفية نظرية عن التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال الاطلاع على رسائل علمية وأبحاث وكتب ودوريات ومواقع الكترونية وغيرها، ويشتمل الأسلوب الثاني على الدراسة الميدانية للحصول على البيانات الأولية المطلوبة بالاعتماد على الأدوات والأساليب التي تخدم أغراض الدراسة والمتمثلة بالاستبانة المعدة لهذا الغرض والاستفادة من بعض الدراسات السابقة والمتعلقة بالتجارة الإلكترونية .

الدراسات السابقة :**1 – دراسة Lee, Mayer, chen (2001) بعنوان :****The Lmpact of Security on Business to Consumer Electronic Commerce**

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر تقنيات الرقابة على الأمن في التجارة الإلكترونية من خلال دراسة تقنيات التحقق وأنظمة الدفع الإلكترونية وخيارات

الدفع غير الإلكترونية، وتمت الدراسة من خلال مسح لطلاب ثلاثة جامعات في ولايات مختلفة في الولايات المتحدة الأمريكية . وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب لديهم معرفة عامة حول تقنيات الأمن المستعملة من قبل الأعمال التجارية، ولكن الطلاب يفضلون إدخال معلومات بطاقة الائتمان على الإنترنت بعد أن يقرروا شراء منتج عن طريق الإنترنت . وأوصت الدراسة على ضرورة الأخذ في الاعتبار بعض الأمور الأمنية مثل الاستخدام الفعال لبرامج الوقاية من الفيروسات، واستخدام المصادقات الإلكترونية للحصول على معلومات الشركاء التجاريين من خلال شبكة الانترنت (البريد الإلكتروني)، وذلك للحماية من الدخول غير المصرح للبيانات أو النظام .

2 - دراسة Suh and Han (2003) بعنوان :

The Lmpact Customer Of Trust and Perception of Security Control on the Acceptance of Electronic

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر تصورات الزبون للرقابة على أمن المعلومات في قبول التجارة الإلكترونية، وبيان أثر إجراءات الرقابة الكفيلة بحماية وسرية المعلومات المتعلقة بالعملاء، واستخدام الباحثان الأعمال المصرفية على الانترنت كمجال لإجراء الدراسة لأن زبائن المصرف من وجهة نظرهم قلقون بشأن معالجة المعلومات الحساسة مثل المعلومات المالية، وقد أجريت الدراسة من خلال مسح شامل أكثر من 500 حالة من مستعمل الإنترنت .

وتوصلت الدراسة إلى أنه بالرغم من ازدياد عدد مستعملي الإنترنت بشكل مثير إلا إن الكثير منهم يمتنع عن تزويد المعلومات الشخصية الحساسة إلى موقع الويب، لأنهم لا يثقون في أمن التجارة الإلكترونية، وتوصلت أيضا إلى أن التصورات الناتجة عن عدم الإنكار والحفاظ على السرية وسلامة البيانات لها

تأثير هام في الثقة بالتجارة الإلكترونية، كما أن الثقة لها أيضاً تأثير مهم على قبول التجارة الإلكترونية .

وأوصت الدراسة على ضرورة توفر الوعي والفهم الإداري لأمن المعلومات ورقابة عمليات التجارة الإلكترونية وما يتطلبه من تطوير للنظم والبرامج وإدارة أمن البيانات .

3 – دراسة (علام ، 2010) بعنوان " عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي "

هدفت الدراسة إلى تقوية العلاقة مع العملاء من خلال زيادة درجة إشباعهم واكتساب ولائهم وتطوير أساليب تمكن العملاء من الدخول على الإنترنت . وتوصلت هذه الدراسة أن هناك علاقة ارتباط قوية بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفر القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصالات بصفقتها البنية التحتية اللازمة لها .

وأوصت على ضرورة الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية واتساع مجالات استخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية بين مختلف الوحدات والقطاعات الاقتصادية، والاهتمام بالبنية التحتية وتحديثها لزيادة انتشار ونمو التجارة الإلكترونية .

4 – دراسة (احسان ، 2012) بعنوان " التجارة الإلكترونية مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منها "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرض للتجارة الإلكترونية التي تتم من خلال الشبكات المفتوحة، وذلك من حيث تعريفها، ومفهومها، وكذلك التعرف على الاحتياجات التقنية اللازمة لتطبيقها، وانعكاساتها على الأسواق والمؤسسات التجارية ومدى استفادة البلدان النامية منها .

معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية تساهم في تخفيض تكاليف المعاملات التجارية المختلفة، إضافة إلى إزالة القيود والعوائق التي تحول دون انتقال السلع والخدمات .

وأوصت الدراسة بضرورة العمل على تحسين وتطوير شبكة المعلومات وتقديم الخدمات عن حركة الأسواق المالية والأسهم بالشكل الذي يساهم في تنشيط حركة التجارة الإلكترونية .

5 - دراسة (أبو مهارة ، 2013) بعنوان "معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات الليبية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المعوقات التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية (التكنولوجيا، القانونية، البشرية، التنظيمية) ، وكذلك التعرف على الوضع الحالي لتبني التجارة الإلكترونية للشركات (الصناعية والتجارية) وتوصلت هذه الدراسة إلى أنه لا يمكن تطبيق التجارة الإلكترونية في ظل غياب نظم وأمن وسرية المعلومات وغياب القوانين والتشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية، وكذلك نقص برامج التدريب على التجارة الإلكترونية مع ضعف البنية الأساسية للمعلومات في ليبيا، وندرة الموارد البشرية اللازمة للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة .

وأوصت هذه الدراسة على ضرورة وضع التشريعات القانونية الملائمة لمتطلبات التجارة الإلكترونية محليا ودوليا، وتوفير الأمن والأمان الإلكتروني عند استخدام التسويق الإلكتروني، كما أوصت أيضا بضرورة العمل على الرفع من مستوى البنية التحتية والتكنولوجية للاتصالات وتحسين مستوى كفاءتها .

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة :

من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين أنها تمحورت حول مناقشة قضايا مهمة ومحددة ذات علاقة بموضوع التجارة الإلكترونية والأمور المرتبطة به وقد شكلت كل هذه الدراسات أساساً جيداً للاستفادة منها كتجارب سابقة في نفس

المجال ، وكذلك ساعدت في بناء أداة الدراسة الحالية التي يقوم بها الباحثان واللازمة لجمع البيانات ومقارنتها مع نتائج تلك الدراسات .

وإن ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة هي أنها الأولى من نوعها التي تتعرض إلى موضوع معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجهاز المصرفي الليبي ، وذلك في ظل بيئة تتميز بخصوصيتها من حيث هيكلية الجهاز المصرفي ونوعيته ، وكذلك الظروف البيئية السائدة من ناحية عدم توفر المقومات التكنولوجية في ظل المخاطر التي ترتبط بأداء الجهاز المصرفي من ناحية أخرى ، كل هذا يظفي على الدراسة الحالية حيويتها لتصبح نقطة انطلاق نحو دراسات لاحقة ومستقبلية .

الإطار النظري للدراسة :

مفهوم التجارة الإلكترونية :

تعتبر التجارة الالكترونية واحدة من التعابير الحديثة، والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية، والتي هي ذات ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التجارية، ولم يتوصل الباحثون إلى تعريف موحد للتجارة الإلكترونية، وذلك لتعدد وتنوع التعاريف (حامد، 2003، ص11)، ويرجع هذا الاختلاف في وجهات النظر التي انعكست على تباين التفسير إلى :

1. التطور المستمر الذي يطرأ عليها عام بعد عام مما يؤدي إلى التوسع في وسائلها وأساليبها وأهدافها، بغية التوسع في مفهومها .
2. اختلاف المجالات التي تقوم بتطبيقها، وبالتالي فكل مجال يقوم بتفسيرها من وجهة النظر التي تخدمه .

معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية

فقد عرف (المهدي، 2008، ص80) التجارة الإلكترونية بأنها استخدام التكنولوجيا في التبادل التجاري وبيع وشراء الخدمات والمعلومات، وتبادل قواعد البيانات من خلال وسائل الاتصالات والتكنولوجيا المتقدمة .

بينما عرفها (Efraim Turban et. al , 2006 , p4) بأنها عملية شراء أو بيع أو تحويل أو استبدال السلع أو الخدمات أو المعلومات عن طريق شبكات الحاسب الآلي بما في ذلك الشبكة الدولية (الإنترنت)، كما أشار كلاً من (Kotier and Amstrcng et al,2001,p519) إلى أن التجارة الإلكترونية هي عملية البيع والشراء المدعومة بوسائل إلكترونية، كما يرى (رضوان، 1999، ص140) أن التجارة الإلكترونية هي نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بعضهم من بعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد بين (بسيوني، 2003، ص56) أن التجارة الإلكترونية هي عملية إنتاج وترويج وبيع وتوزيع للمنتجات من خلال شبكات الاتصالات، ومن واقع الاطلاع على كثير من الأدبيات المتعلقة بمفهوم التجارة الإلكترونية يرى الباحثان أن هذا المفهوم يمكن تقسيمه إلى مقطعين : الأول هو " التجارة " والتي تشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد، وتحكمه عدة قواعد وأنظمة يمكن القول بأنه معترف بها دولياً، أما الثاني : " الإلكترونية " فهو يشير إلى وصف لمجال أداة التجارة ويقصد به أداة النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية

معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية :

علي الرغم من تعدد المزايا الناتجة عن تطبيق التجارة الإلكترونية إلا أن الدول العربية قد تواجه تحديات كبيرة وقد قسم (Efraim Turbanet.al, 2006, p28) بصفة عامة المعوقات إلى نوعين من المعوقات، معوقات فنية، وأخرى غير قانونية على النحو التالي :

مجلة الجامعة الأسمرية

1- المعوقات الفنية : ويمكن تلخيصها فيما يلي :

- تفقر التجارة الالكترونية لوجود نظام للأمن او لتدعيم الثقة في المعاملات ، قد لا يتوفر قدر كافي من المعايير (البرتوكولات) الخاصة بالمنظمة للمعاملات التجارية التي تتم بشكل الكتروني .
- تدني نسبة المستخدمين للإنترنت بسبب ارتفاع أسعاره مع انخفاض مستوى الدخل للأفراد فقد بلغ عدد المستخدمين الانترنت في الوطن العربي حولي أكثر من 90.4 مليون مستخدم نهاية 2014 .
- الحاجة الي وجود شبكات خاصة او بنية تحتية خاصة بالبائع بجانب شبكة الاتصالات العامة وأحيانا قد يكون مكلف لدى بعض البائعين وخاصة في حالة المنشآت الصغيرة الحجم (عجيزة، والشمري، 2012، ص79) .
- عمليات السطو علي الحسابات بالبنوك عن طريق الحاسب، وضرورة التحقق من وصول المبالغ المستحقة عن الصفقات إلي الأطراف المشاركة والتأكد من عدم وجود تلاعب أو تزوير في بطاقات الائتمان المستخدمة، (عمر، 2007، ص97) .

2- المعوقات الغير فنية :

- ارتفاع تكاليف التطبيق حيث ان تكاليف توفير برامج الحاسب اللازمة للتعامل مع أنظمة التجارة الإلكترونية مرتفعة نسبياً من وجهة نظر المستهلك العادي (ياسين والعلاقي، 2006، ص246) .
- التخوف من تقديم البيانات الشخصية وخاصة المرتبطة بنواحي مالية أو التعرض لرسائل إلكترونية مستلمة دون موافقتهم (خيرالدين، 2003، ص220) .

- لازال تصفح الإنترنت باهظ الثمن بالنسبة للكثير من الناس ومازالت سرعة الاتصال بطيئة في الكثير من دول العالم بما فيها ليبيا .
- هناك بعض النواحي التشريعية والقانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية لم يتم بعد وضع الحلول الواضحة والحاسمة والحاكمة لبعض مواقف النظم بتطبيقها (مصطفى، 2008، ص ص 17,18)
- عدم تمكن المستهلك من رؤية السلعة بالعين المجردة قبل شرائها عبر الإنترنت، بالإضافة إلي أنه من الممكن شراء سلع غير مصرح ببيعها، حيث أن بعض الزبائن يودون لمس المنتجات قبل شرائها كما استأنسوه في التجارة التقليدية، (البناء، 2004، ص 73) .
- إن انتشار الغش التجاري وغياب التشريعات الملزمة وضعف أمن الاتصالات عبر الإنترنت يعتبر من العراقيل التي تعطل نمو التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية، (على، 2002، ص 360) .
- تدني مستوى الوعي والخلفية والمعرفية حول التجارة الإلكترونية هما مشكلة عالمية تواجهها العديد من الدول بما فيها الدول المتقدمة، (كامل، 2002، ص 295) .

الإطار العملي للدراسة :

مجتمع وعينة الدراسة :

لقد وقع اختيار الباحثين على المصارف التجارية العاملة بمدينة الخمس لتكون مجتمع الدراسة، حيث تم اختيار الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة، وتم توزيع عدد (80) استمارة استبيان بصورة عشوائية على المسؤولين عن التقنية المصرفية بالمصارف التجارية محل الدراسة، وتم استبعاد عدد (20) استمارة لم تستكمل بياناتها وبالتالي غير قابلة للتحليل وبذلك أصبح العدد الإجمالي للاستبانات الصالحة للتحليل (60) استبانة وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي للحكم على درجة الاستجابة كما هو موضح بالجدول رقم (1)

جدول رقم (1) مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

الطرق والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

من أجل تحقيق أهداف البحث تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وذلك من أجل تحليل البيانات المتحصل عليها من الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة ، حيث تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية :

1. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) ويستخدم لمعرفة ثبات محاور الاستبيان .

2. أسلوب المتوسط الحسابي (Means) ويتم الاستفادة منه في وصف عينة البحث .

3. اختبار T في حالة عينة واحدة (One sample T – Test) ويستخدم للتأكد من دلالة المتوسط لكل عبارة من عبارات الاستبيان .

اختباري الصدق والثبات لأداة الدراسة :

تم إجراء اختبار ألف كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات استمارة الاستبيان وذلك للتأكد من أن هذا الاستبيان سوف يعطي نفس النتائج إذا تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط .

كما تم إجراء اختبار الصدق للتأكد من أن استمارة الاستبيان تقيس ما أعدت من أجله ، وتم حسابه عن طريق إيجاد الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وكانت جميعها قيم مقبولة وبالتالي يمكن الاعتماد على الاستبيان لقياس ما أعدت من أجله . والجدول رقم (02) يوضح نتائج هذه الاختبارات .

معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية

جدول رقم (02) معاملات الثبات والصدق للاستبيان

ت	محاور الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
الأول	تتوفر الدوافع الذاتية للعاملين والظروف البيئية المناسبة لتطبيق التجارة الإلكترونية	0.89	0.95
الثاني	تتمتع المصارف بالمقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية	0.90	0.95
الثالث	تشجع المصارف التجارية عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية	0.90	0.95
جميع محاور الاستبيان		0.90	0.95

من الجدول رقم (02) يتضح أن أداة الدراسة تتمتع بصفة الثبات الداخلي كونها حصلت على معامل ثبات مرتفع قدره (0.90) لجميع محاور الاستبيان، بينما كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبيان تتراوح ما بين (0.89 - 0.90) وهي قيمة مرتفعة لجميع المحاور ، وهذا يدل على أن نتائجها ثابتة إن أعيد استخدامها مرة أخرى على نفس العينة وفي نفس الظروف، وكذلك تتمتع بصفة الصدق الداخلي كونها حصلت على معامل صدق مرتفع لجميع محاور الاستبيان قدره (0.95) وبذلك تعتبر استمارة الاستبيان صادقة وتحقق الهدف الذي وضعت من أجله .

تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة :

لاختبار فرضيات البحث فقد تم استخدام المتوسط الحسابي لإجابات العينة على كل فقرة من فقرات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان وكذلك تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One sample T – Test) ويستخدم للتأكد من أن متوسط درجة الإجابة قد وصلت إلى درجة الحياد أم لا والتي تساوي (3) وهي

تقابل درجة محايد حسب مقياس ليكرت المستخدم . وفيما يلي عرض لنتائج هذه الاختبارات ومناقشتها .

اختبار الفرضية الأولى : " تتوفر الدوافع الذاتية للعاملين في المصارف التجارية والظروف البيئية المناسبة لتطبيق التجارة الإلكترونية "

تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One sample T – Test) لكل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور حول درجة الحياد والتي تساوي (3) حسب المقياس المستخدم . والجدول رقم (03) يوضح نتائج التحليل الإحصائي

جدول رقم (03) التحليل الإحصائي للمحور الأول :

" الدوافع الذاتية للعاملين والظروف البيئية المناسبة لتطبيق التجارة الإلكترونية "

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	T test	Sig.
1	لدى الاستعداد التام لاستخدام التجارة الإلكترونية .	3.03	15.6	0.000
2	امتلك القدرة على استخدام تكنولوجيا التجارة الإلكترونية .	3.48	19.4	0.000
3	أشعر بالثقة في التعامل مع التجارة الإلكترونية .	3.71	21.6	0.000
4	لدي الرغبة في تطوير مهاراتي لتواكب التجارة الإلكترونية .	3.98	50.2	0.000
5	يتوفر التدريب والتأهيل الكافي على استخدام أدوات التجارة الإلكترونية .	3.18	17.3	0.000
6	يسعى المصرف لتشجيع الموظفين لاستخدام التجارة الإلكترونية .	3.21	15.7	0.000
7	استطيع قضاء الكثير من الوقت أمام أجهزة الحاسوب لمزاولة التجارة الإلكترونية .	3.65	24.6	0.000
	جميع عبارات المحور الأول	3.41	23.7	0.000

من الجدول رقم (03) يمكن أن نستنتج أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور الأول " الدوافع الذاتية للعاملين والظروف البيئية المناسبة لتطبيق التجارة الإلكترونية " يساوي (3.41) ، حيث كانت T المحسوبة تساوي (23.7) وهي معنوية ودالة إحصائياً لأن قيمة مستوى المعنوية (P - value) تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 ، مما يدل على أن متوسط درجة الاجابة لهذا المحور يختلف جوهرياً عن درجة الحياد وهي (3) وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذا المحور ، من ذلك يصل الباحثان إلى صحة الفرضية الأولى والتي تنص علي : " تتوفر الدوافع الذاتية للعاملين بالمصارف التجارية والظروف البيئية المناسبة لتطبيق التجارة الإلكترونية " .

ويعزى ذلك إلى أهمية الدوافع الذاتية للعاملين والظروف البيئية المناسبة ومدى تأثيرها لتطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية ، وقد اتفقت هذه النتائج مع دراسة (أبو مهارة ، 2013)، والتي توصلت إلى أنه لا يمكن تطبيق التجارة الإلكترونية في ظل غياب نظم وأمن وسرية المعلومات وغياب القوانين والتشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية، وكذلك نقص برامج التدريب على التجارة الإلكترونية مع ضعف البنية الأساسية للمعلومات في ليبيا، وندرة الموارد البشرية اللازمة للتعامل مع التكنولوجيا الحديثة .

اختبار الفرضية الثانية : " تتمتع المصارف التجارية بالمقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية " .

تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One sample T – Test) لكل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور حول درجة الحياد والتي تساوي (3) حسب المقياس المستخدم . والجدول رقم (04) يوضح نتائج التحليل الإحصائي

جدول رقم (04) التحليل الإحصائي للمحور الثاني :

" المقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية "

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	T test	P - value
1	تهتم ادارة التدريب بالمصرف بالدورات الخاصة بتطبيق التجارة الإلكترونية .	2.91	16.6	0.000
2	هناك أجهزة كافية بالمصرف للممارسة التجارة الإلكترونية .	2.78	14.5	0.061
3	يملك المصرف كفاءة عالية في خدمة الانترنت الذي يساعد على تطبيق التجارة الالكترونية .	2.78	17.2	0.119
4	تطبيق المصرف للتجارة الإلكترونية هو الدافع في تحديث الأجهزة والمعدات الإلكترونية .	3.26	16.8	0.103
5	يوفر المصرف إمكانية تصفح المجالات الإلكترونية بغرض التعرف على التجارة الإلكترونية .	3.00	13.3	0.000
6	يعتمد المصرف علي استخدام البريد الإلكتروني في ربط العملاء بالخدمات المصرفية .	3.33	13.6	0.071
7	بالمصرف كادر بشري مؤهل تأهيلاً عالياً في مجال التجارة الإلكترونية .	3.11	14.6	0.000
8	يستخدم المصرف المؤتمرات الإلكترونية في مناقشة المشاكل المحاسبية في ظل التجارة الإلكترونية .	2.05	14.6	0.420
جميع عبارات المحور الثاني		2.90	15.15	0.090

من الجدول رقم (04) يمكن أن نستنتج أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور الثاني " المقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية " يساوي (2.90) ، حيث كانت T المحسوبة تساوي (15.15) وهي غير دالة إحصائياً

لأن قيمة مستوى المعنوية (P - value) تساوي (0.09) وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ، مما يدل على أن المصارف التجارية الليبية لا تتمتع بالمقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية ، من هنا يصل الباحثان إلى عدم صحة الفرضية الثانية والتي تنص علي : " تتمتع المصارف التجارية بالمقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية " .

ويعزى ذلك إلى أهمية المقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على تطبيق التجارة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية ، وقد اتفقت هذه النتائج مع دراسة (علام ، 2010)، والتي توصلت إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفير القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصالات بصفقتها البنية التحتية اللازمة لها .

اختبار الفرضية الثالثة : " تشجع المصارف التجارية عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية لتوفير سرعة إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمة المصرفية " .

تم استخدام اختبار T للعينة الواحدة (One sample T – Test) لكل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور حول درجة الحياد والتي تساوي (3) حسب المقياس المستخدم . والجدول رقم (05) يوضح نتائج التحليل الاحصائي

جدول رقم (05) التحليل الإحصائي للمحور الثالث :

" تشجيع استخدام التجارة الإلكترونية لتوفير سرعة إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمة المصرفية "

ت	العبارة	المتوسط الحسابي	T test	P - value
1	يملك المصرف سياسات واضحة نحو تطبيق التجارة الإلكترونية .	3.16	16.7	0.001
2	للمصرف لوائح تسمح بتطبيق التجارة الإلكترونية .	2.43	17.9	0.000
3	هناك لوائح وتشريعات من قبل المصرف المركزي بتطبيق التجارة الإلكترونية .	3.51	20.2	0.000
4	تسمح اللوائح الداخلية بالمصرف بالإفصاح عن البيانات المالية عبر الأنترنت .	2.73	13.9	0.280
5	تدعم الدولة المصارف التجارية نحو تطبيق التجارة الإلكترونية .	3.65	19.8	0.006
6	يسمح المصرف للموظفين باستخدام الأنترنت بعد ساعات الدوام الرسمية .	2.86	12.6	0.005
7	يقدم المصرف الدعم المالي الخاص بالتدريب في مجال التجارة الإلكترونية .	3.45	15.7	0.000
8	يقدم المصرف خدمات تحويل الأموال إلكترونياً .	3.46	20.0	0.420
9	يتم إرسال كشوفات حسابات العملاء من خلال البريد الإلكتروني للعميل .	3.66	12.2	0.013
	جميع عبارات المحور الثالث	3.27	16.5	0.725

من الجدول رقم (05) يمكن أن نستنتج أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات المحور الثالث " تشجيع المصارف عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية لتوفير سرعة إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمة المصرفية " يساوي

(3.27)، حيث كانت T المحسوبة تساوي (16.5) وهي غير دالة إحصائياً لأن قيمة مستوى المعنوية (P - value) تساوي (0.725) وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 ، مما يدل على أن المصارف التجارية الليبية لا تشجع عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية لتوفير سرعة إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمة المصرفية ، من هنا يصل الباحثان إلى عدم صحة الفرضية الثالثة والتي تنص علي : " تشجع المصارف التجارية عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية لتوفير سرعة إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمة المصرفية " .

ويعزى ذلك إلى أهمية تشجيع المصارف التجارية الليبية عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية وذلك لتوفير السرعة في إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمة المصرفية، وقد اتفقت هذه النتائج مع دراسة (حسان ، 2012)، والتي توصلت إلى أن التجارة الإلكترونية تساهم في تخفيض تكاليف المعاملات التجارية المختلفة، إضافة إلى ضرورة إزالة القيود والعوائق التي تحول دون انتقال السلع والخدمات .

النتائج والتوصيات :

بعد دراسة معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في إطارها النظري وإجراء الدراسة الميدانية علي المصارف التجارية العاملة بمدينة الخمس لمعرفة المعوقات التي تحول دون تطبيق التجارة الإلكترونية فيها توصل الباحثان للآتي :

النتائج :

1. قبول الفرضية الأولى للدراسة والتي تنص " تتوفر الدوافع الذاتية للعاملين بالمصارف التجارية والظروف البيئية المناسبة لتطبيق التجارة الإلكترونية " .

2. رفض الفرضية الثانية والتي تنص " تتمتع المصارف التجارية بالمقومات التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية " .

3. رفض الفرضية الثالثة والتي تنص "تشجع المصارف التجارية عملائها على استخدام التجارة الإلكترونية لتوفير سرعة إتمام العمليات وتخفيض تكلفة الخدمات المصرفية".
4. تتطلب التجارة الإلكترونية توفر تقنيات عديدة كالحواسيب والبرمجيات والإنترنت وهي وسائل لا يمكن الاستغناء عنها في عملية تسهيل التبادل التجاري بين دول العالم المختلفة .
5. تساهم التجارة الإلكترونية بتخفيض تكاليف المعاملات المختلفة، وإزالة القيود والعوائق التي تحول دون انتقال السلع والخدمات .

التوصيات :

1. الاهتمام بالبرامج التدريبية اللازمة لتأهيل الموظفين بالمصارف التجارية لمواكبة التطور الحالي في مجال التجارة الإلكترونية .
2. تشجيع القطاع المصرفي وتحفيزه لدخول مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية تسهيلاً لعمليات السداد الإلكتروني وتبسيط الإجراءات المصرفية المرتبطة بها.
3. تطوير المناهج التعليمية لجميع المراحل الدراسية لمواكبة عصر المعلوماتية وإدخال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في مجال التعليم، وإشراك المراكز البحثية في صناعة المعلومات وفق خطط تفي بحاجة السوق الإلكتروني .
4. وضع التشريعات القانونية الملائمة لمتطلبات التجارة الإلكترونية وتوفير الأمن والأمان الإلكتروني عند استخدام التسويق الإلكتروني .
5. العمل على الرفع من مستوى البنية التحتية للاتصالات وتطوير البنية التكنولوجية للنهوض بوسائل الاتصالات وتطويرها بما يتماشى مع الظروف العالمية في مجال التسويق الإلكتروني .

قائمة المصادر والمراجع :

أولا : المراجع العربية :

1 - الكتب :

- 1 - رضوان ، رأفت ، (1999) ، عالم التجارة الإلكترونية ، القاهرة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية .
 - 2 - حامد ، هند محمد ، (2003) ، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي ، القاهرة ، دار الكتب العلمية للنشر .
 - 3 - المهدي ، عادل ، (2008) ، التسويق الدولي في عصر التجارة الإلكترونية ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية .
 - 4 - بسيوني ، عبدالحميد ، (2003) ، التجارة الإلكترونية ، القاهرة ، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع .
 - 5 - عجيزة ، مروة شبل ، والشمري ، خالد بطي ، (2012) ، التسويق الإلكتروني في العالم العربي ، القاهرة ، دار الجامعات للنشر والتوزيع .
 - 6 - عمر ، أيمن على ، (2007) ، دراسات متقدمة في التسويق ، القاهرة ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع .
 - 7 - خيرالدين ، عمرو حسن ، (2003) ، التسويق والمفاهيم والاستراتيجيات ، القاهرة ، مكتبة عين شمس .
 - 8 - ياسين ، سعد غالب ، والعلاقي ، بشير عباس ، (2006) ، الاعمال الإلكترونية ، الأردن ، دار المناهج للنشر والتوزيع .
- ### 2 - البحوث والرسائل العلمية والمؤتمرات :
- 1 - إحسان ، باسمه على ، (2012) ، التجارة الإلكترونية مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منها ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، العدد الثاني والثلاثون .

- 2- علام ، رشيد ، (2010) ، عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ، رسالة ماجستير غير منشورة ، وهران ، الجزائر .
- 3 - أبومهارة ، محمد عثمان ، (2013) ، معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات الليبية ، مجلة البحوث التجارية المعاصرة ، كلية التجارة جامعة سوهاج ، المجلد السابع والعشرون، العدد الثاني .
- 4 - علي ، زايدي بالقاسم ، (2002) ، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية ، كلية الاقتصاد جامعة الزيتونة .
- 5 - البناء ، أبوبكر عبدالعزيز ، (2004) ، المعاملة الجمركية والضريبية والصفقات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية المحلية والدولية ، المجلة العلمية لكلية التجارة ، جامعة الأزهر ، العدد الثاني والعشرون .
- 6 - كامل ، مروة مصطفى ، (2002) الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية العربية ، مجلة الملك سعود للعلوم الإدارية ، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني .
- 7 - مصطفى ، عماد ، (2008) ، التجارة الإلكترونية ، المؤتمر الإقليمي الرابع للجان الوطنية العربية لدى غرفة التجارة الدولية ، دمشق .
- ثانيا : المراجع الأجنبية :

- 1 - Efraim, Turban, et al,(2006), **Electronic Commerce a managerial Perspective Pearson Prentice**, Hali new, Jersey, USA.
- 2 - A, Kotier Philip and Armstrong, (2001), **Gary Principles of Marketing Prentice**, hali, Inc, New, Jersey .

3 – Kuo, lane, Chen, Huei, And Bradley, Mayer, (2001),
**The Impact of Security on Business to consumer E
Commerce**, Humen systems management20 .

4 – Bomil, Suh and Ingoo, Han, (2003), **The Impact of
customer of Trust and Perception of Security control
on the Acceptance of Electronic**, international Journal of
Electronic commerce