دراسة أولية حول واقع التجارة الالكترونية في النشاط الاقتصادي الليبي

علي محمود فارس* رزق الله مصباح العوامي*

DOI: https://doi.org/10.54172/mjsc.v16i1.876

الملخـــــص

ترتبط التجارة الإلكترونية e-commerce ارتباطاً مباشراً بفكرة تنمية الصادرات ، وذلك نظراً للدور الذي تلعبه في إيجاد فرص كبيرة للدخول إلى الأسواق . وتعتبر التجارة الإلكترونية إحدى مفـــاهيم الاقتصاد الرقمي للإنترنت وقاعدة المعلومات والشبكات . وقد بدأت في النصف الثاني من القرن العشرين ببضعة ملايين من الدولارات حتى وصلت نهاية عام 2004 إلى 7 تريليون دولار . وقـــد أجمـــع خـــبراء الاقتصاد على أن زيادة الصادرات باتت ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتجارة الإلكترونية . كما أن تقارير البنـــك الدولي تشير إلى أن بعض المنظمات لن تقبل أي موردين جدد إلا إذا كانت لديهم القدرة علـــى ممارســـة التبادل الإلكتروني للبيانات كشرط أساسي ... فإذا أصبحت التجارة الإلكترونية الآن حقيقة و لم تعد من الأحلام ، كما أنها أصبحت طريق مستقبل الاقتصاد العالمي وهي آتية باندفاع لا محالة ، وســـوف تـــؤثر بشكل جذري على كيفية أداء الأعمال بين الشركات ... فما هي المسافة التي تفصل النشاط الاقتصـــادي الليبي عنها ؟ وكم تبعد نقطة التماس بينهما ؟ وما هي السرعة المطلوبة من التابع لكي يلحق بالمتبوع ؟

تحاول الدراسة إلقاء الضوء على واقعة التجارة الإلكترونية في النشاط الاقتصادي الليبي معتمدة على البيانات الميدانية إضافة إلى بعض المراجع والدراسات ذات العلاقة ، وقد توصل إلى بعـــض النتـــائج والاقتراحات .

* كلية الاقتصاد ، جامعة عمر المختار ، البيضاء – ليبيا ، ص.ب. 919 .

© للمؤلف (المؤلفون)، يخضع هذا المقال لسياسة الوصول المفتوح ويتم توزيعه بموجب شروط ترخيص إسناد المشاع الإبداعي CC BY-NC 4.0

المقدمـــــة

يتم تداول مصطلح التجارة الالكترونية E-commerce مع مصطلحات أخرى مرادفة كالأعمال الالكترونية E-business ، والإدارة الالكترونية E-management ، والسوق الالكترونية E-market ، وغيرها من المفاهيم التي أنتجها الاقتصاد الرقمي للانترنت وقاعدة المعلومات والشبكات . والتجارة الالكترونية هي استخدام وسائل الكترونية لتمكين عمليات التبادل بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات التي تتطلب النقل بصورة رقمية أو مادية من مكان إلى آخر (ياسين والعلاق ، 2004 : 13-14) .

لقد بدأت التجارة الالكترونية ببضعة ملايين من الدولارات خلال النصف الثاني من القرن العشرين، وتجاوزت حاجز المليارات خلال العقد الأخير منه، ثم زادت عن 7 تريليون دولار نهاية عام 2004. وتشير الدراسات الاقتصادية إلى أنها سوف تتجاوز ضعف هذا الرقم نهاية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين . ولاشك أن أي دولة أو شركة ستجد نفسها مجمدة في إطار المعاملات الورقية النمطية إذا لم تملك آليات التجارة الالكترونية ، كما أنها لن تستطيع النفاذ إلى الأسواق العالمية. لقد اجمع خبراء الاقتصاد على أن زيادة الصادرات باتت ترتبط ارتباطا وثيقا بالتجارة الالكترونية ، ولعل الأخطر من ذلك أن تقرير البنك الدولي أشار إلى أن المنظمات لن تقبل أي موردين جدد إلا إذا كانت لديهم القدرة الخاصة على ممارسة التبادل الالكتروني للبيانات كشرط أساسي (حنفي 2002: 17) .

وحقيقة ستتغير التسويق وتتغير التجارة والأعمال ولن يعود الزبون بحاجة إلى أن يذهب إلى المجمعات التسويقية ، أو ستقل حاجته لذلك. إن مميزات التجارة الالكترونية هي التي جعلت الكثير من الشركات تبدأ بدخول عالم الانترنت واختيار مواقع لها تعرض فيها سلعتها أو تتلقى طلبات الزبائن من خلالها، بل بدأت كثير من الشركات في خلق إدارات كفوءة ومتخصصة ومتفرغة في عملها ، وإنفاق الأموال في تجهيز البرامج اللازمة وتقديم الخدمات اللوجستية المطلوبة وهكذا. إن التجارة الالكترونية هي نتاج ثورة الاتصالات التي تربط الهاتف مع التلفاز مع الحاسوب ، والانترنت خير مثال لربط هذه الأجهزة ، والآن تتنافس الدول والشكات لأخذ حصة منها (أحمد ، 2005 : 430). إن التجارة الالكترونية هي ذلك النشاط الذي يصف عملية بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الانترنت (سالم وعواد ، 2005: 3). في حين أن الشركة الالكترونية هي شركة تكاد أن تكون تصورية، بمعنى اختفاء المباني الضخمة والمكاتب المكتظة بالموظفين وآلاف الملفات وسيل لا ينقطع من المعاملات الورقية، وهي تتعامل بأنواع لا نهائية من السبع والخدمات،

ويعمل بها عدد محدود من البشر، وتكاد تختفي منها المخازن والمخزون ، حيث يمكن توجيه طلبات الزبائن واستيفاؤها مباشرة من مراكز الإنتاج والموردين.كما إن الشركة كاملة الآلية تعتمد على الحاسبات الالكترونية وشبكات الانترنت في جميع معاملاتها (حنفي ، 2002 : 34) . إن التجارة الالكترونية لم تعد من الأحلام المستقبلية كما كانت في القرن الماضي ، فهي تتم الآن بصورة ناجحة ، وخاصة في الدول المتقدمة تكنولوجيا، حيث تعتبر الولايات المتحدة واليابان وأوربا هي القاعدة لهذه التجارة ، في مفهومها وتحقيقها ، فهي تتطور بصورة سريعة وخاصة مع ازدياد الاستثمارات المباشرة في تكنولوجيا الاتصالات وتقنية المعلومات. ولاشك أن التجارة الالكترونية أصبحت تمثل الطريق للمستقبل مع أنها لحد الآن لم تؤثر في جميع الشركات، فهي آتية باندفاع لا محالة ، وسوف تؤثر بشكل جذري على كيفية أداء الأعمال بين الشركات (مركز البحوث المالية والمصرفية ، 2000 : 12) .

المواد وطرق البحث

تتجسد مشكلة الدراسة في معرفة واقع التجارة الالكترونية في مجمل الأنشطة الاقتصادية الليبية سواء أكانت تابعة للقطاع العام أو للقطاع الخاص أو للقطاع ألتشاركي. وجدير بالذكر ، إن الاعتماد على لتجارة الالكترونية لم يعد ترفا أو خيارا اقتصاديا، بقدر ما أصبح ضرورة لابد منها ، وأن التأخر في تطبيق استراتيجيات متكاملة للتجارة الالكترونية لا يحمل فقط خطر التهميش الاقتصادي ، في ظل اقتصاد عالمي يتزايد فيه حجم المعاملات التجارية الالكترونية، وإنما أيضا المزيد من التدهور الاقتصادي بسبب احتمالات تراجع نصيب اقتصاد الدول المتخلفة الكترونيا عن الصادرات العالمية ، وبالتالي تفاقم العجز في ميزانها التجاري.

أهمية الدراسة

مما لاشك فيه أن الظروف الحالية والمستقبلية تحتم على كل دولة في هذا العالم الاندماج في مواجهة الثورة التكنولوجية الجديدة، لكي تتواءم مع عصر الاقتصاد الشبكي الذي يتم به كل شيء في اللاوقت واللامكان تقريبا. ولن يوجد به موطئ قدم واحد لشخص أو هيئة أو دولة لا تمتلك من آليات تكنولوجيا المعلومات ما يمكنها من الانخراط بثبات في النمط القادم للاقتصاد العالمي . فالمستقبل للتجارة الالكترونية التي يمكن أن تحقق طفرة في صادرات الدول وانفتاحا للمجتمع والقاعدة الصناعية والإنتاجية والخدمية واندماجها في الاقتصاد العالمي ، والدخول والمشاركة في صناعات وخدمات المعلومات وصناعات القيمة المضافة الاقتصادية العالمية . وتعتبر التجارة الالكترونية أحد الخيارات

الملحة أمام اقتصاديات الدول للتغلب على العقبات التي تواجه التجارة التقليدية ، فهي تتيح إجراء الصفقات استيرادا وتصديرا بجميع خطواتها عبر شبكة الانترنت ، وبذلك توفر كثيرا من الوقت والمال، كما أن التجارة الالكترونية تعد بحق مفتاح التصدير خلال الفترة القادمة ، مما يفرض على الدول تهيئة وتطوير نفسها للاستفادة من القدرات التنافسية التي يوفرها استخدام شبكة الانترنت .

هدف الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع التجارة الالكترونية في النشاط الاقتصادي الليبي بمختلف قطاعاته ومحاولة تحديد المجالات التي نشطت أكثر من غيرها في استخدام التجارة الالكترونية ، وذلك لغاية نهاية نصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين .

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي وذلك بما يتلاءم مع طبيعة المشكلة والهدف . وقد تم جمع البيانات الأولية من خلال المقابلات المباشرة مع المعنيين والمتخصصين بالتجارة الالكترونية ومن يزاولها في الأنشطة الاقتصادية الليبية المختلفة . أما البيانات فقد جمعت من الدراسات السابقة والمراجع والدوريات العلمية والتي كان لها كبير الأثر في إثراء الدراسة وبنائها العلمي .

النتائج والمناقشة

ترتبط التجارة الالكترونية ارتباطا مباشرا بفكرة تنمية الصادرات، وذلك نظرا للدور الذي تلعبه في إيجاد فرص كبيرة للدخول إلى الأسواق ، والانفتاح على سوق واسعة من المستهلكين، في ضوء النمو المتسارع لنسبة مستخدمي الانترنت في العالم، فضلا عن أن التجارة الالكترونية توفر فرصا ميسرة أمام المنتجين لتسويق منتجاتهم في سوق تتراجع فيها الحواجز الجغرافية، وحواجز النقل والاتصالات، وحصر عناصر المنافسة بين المنتجين فيما يتعلق بالدعاية والتسويق في مدى امتلاك هؤلاء المنتجين لمواقع تسويق الكترونية جيدة ، تتسم بتوافر عناصر الجاذبية وسهولة التعامل معها ، ونجاحها في تسويق المنتج الذي تقدمه.

مفهوم التجارة الالكترونية

تعتبر القنوات الالكترونية أحد القنوات التي يمكن من خلالها إتمام عمليات التبادل للسلع والخدمات، ويعبر مصطلح التجارة الالكترونية Electronic Commerce عن مدى واسع من البدائل الالكترونية المستخدمة في أداء الأعمال في فضاء السوق Market space كبديل عن المفهوم المكاني والمادي للسوق Marketplace . ومن أمثلة هذه البدائل إرسال أوامر الشراء للموردين من خلال التبادل الالكتروني للبيانات EDI ، واستخدام الفاكس والبريد الالكتروني لإتمام المعاملات، واستخدام ماكينات الصراف الآلي

ATM's ، والتحويل الالكتروني للأموال في نقاط البيع EFTPOS والبطاقات الذكية لتسهيل الدفع والمعاملات والحصول على النقود ، وأخيرا استخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) والخدمات الفورية Online serves (الحناوي والصحن ، 2003 : 389). وتمثل التجارة الالكترونية نتيجة مباشرة لاستثمار الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية للعنصر البشري، حيث يتم إعداد صفحات على شبكة الانترنت تعرض فيها المؤسسات والشركات المختلفة منتجاتها من سلع وخدمات. وتستخدم كل فنون وأدوات العرض الحركي التي تتيحها تقنيات الحاسوب الآلي والوسائط المتعددة بحيث توضح خصائص المنتجات ومزاياها. وتتيح للمشتركين فرص استعراض مزايا واستخدامات السلعة، ثم يتم الاتصال بين البائع والمشتري عبر شبكة الانترنت وباستخدام البريد الالكتروني. وتعتبر التجارة الالكترونية احد الأساليب والنظم الحديثة في إتمام وتنفيذ المعاملات والصفقات التجارية ، مما يغير من طبيعة العلاقات التنفيذية بين أطراف الصفقة، وذلك في كل من السلع والخدمات المرتبطة بالمبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت التي تعد ثمرة المعلومات والتطور المذهل في تكنولوجيا شبكات الاتصال وتعدد المعرفة(حنفي، 21:2002). وعموما فان التجارة الالكترونية تعني استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات وإجراء الصفقات مع جميع الأطراف ذوي المصالح مع الشركة مثل العملاء والموردين، المؤسسات الرسمية، المؤسسات المالية، المديرين، الموظفين، والجمهور(سالم وعواد، 3:2005).

أهمية التجارة الالكترونية

قد يتساءل البعض عن كل هذه الضجة المثارة حول السوق الآلي الذي يمثل 1% فقط من حجم السوق العالمي. إن هذه الإجابة على هذا التساؤل تتلخص في أن المهم هو ليس الحجم ، وإنما سرعة النمو. لقد اعتبر الاختصاصيون عام 1998 نقطة الانطلاق للتجارة الالكترونية حينما أنفق المستهلكون حوالي 4 بليون دولار من خلال الانترنت في عطلة عيد الميلاد المسيحي ، بينما بلغ حجم الإنفاق في العام الذي قبله 102 بليون دولار فقط. لذا استنتج المتخصصون أن التجارة الالكترونية سوف تسود في المستقبل (مركز البحوث المالية والمصرفية، 2000 : 12). وتشير التوقعات إلى أن التجارة الالكترونية ستؤثر تأثيرا كبيرا وسريعا على الشكل التنافسي للسلع وعلى شكل الأسواق وشكل حركة الأفراد في الأسواق التقليدية للسلع، من ذلك تظهر أهمية التجارة الالكترونية والتي يمكن تجسيدها كأهمية كبرى بالنقاط التالية (حنفي، 2002 : 33) :

1- تعتبر التجارة الالكترونية وسيلة متميزة وغير مسبوقة للوصول إلى أسواق العالم جميعها في وقت واحد وبأقل النفقات. حيث تساعد

البائعين على تخطي حواجز المسافات والوصول إلى أسواق بعيدة ومتنوعة ومتعددة، كما تساعد المشترين على التمتع بنفس الخواص بالوسيلة ذاتها وفي الوقت نفسه. كما أنها تساعد أيضا على تخطي حواجز الزمن والتعامل مع الزبائن على مدار الساعة. وهي بذلك تعتبر تطبيقا حقيقيا لفكرة العولمة.

2- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بينهم، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزم من نفقات. كما أنها توفر النفقات العامة والإدارية ومصاريف الاتصال وغيرها حيث تبلغ نسبة التوفير في ذلك ما لا يقل عن 80% .

3- تؤدي إلى تبادل المنافع ما بين المتعاملين من بائعين ومشترين، كما تعمل على ترشيد القرارات التي يتخذها كل منهم بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة متسقة ودقيقة.

4- تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية، ومنع الأخطاء، وتخفيض التكاليف، والمحافظة على حقوق أصحاب المشروع، وزيادة الربحية.

5- تساعد الشركات على إتباع نظم التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسب الالكتروني من حيث تحديد تعاقب عمليات التشغيل وأسلوبه على أجزاء المنتج، وعمليات التحكم والرقابة، وتخطيط الاحتياجات من المواد وموارد التصنيع والتوقيت المحدد وإدارة الجودة الشاملة، وغيرها.

6- تغيير صور الشركات وتحويلها من شركات ضخمة مذهلة تعاني من تعقد الهياكل التنظيمية وكبر أعداد العاملين بها، إلى شركات رشيقة صغيرة الحجم يعمل بها عدد قليل من العاملين ، كما أن هذا العدد القليل من العاملين سيكونون على مستويات معرفية ومهارية عالية في عصر التجارة الالكترونية.

7- إن التجارة الالكترونية تحدث تغييرا شاملا في قطاع الأعمال، حيث ينتقل من اقتصاد صناعي يحكمه الإنتاج الميكانيكي إلى اقتصاد معلوماتي بدون حدود سياسية أو جغرافية يكون فيها العنصر الثقافي هو المصدر الأساسي للقيمة المضافة ، حيث يتم استخدام التقنية الحديثة في الصناعة والتجارة والخدمات، وسيكون ذلك هو المدخل الرئيسي لتحقيق الرفاهية الاقتصادية والاجتماعية، والتعامل مع متطلبات القرن الحادي والعشرين.

8- تعتبر التجارة الالكترونية بوابة للتصدير، حيث أنها تجتاز كل الحواجز التي تحد من انطلاق التجارة بين الدول، كما أنها ترتبط ارتباطا مباشرا بفكرة تنمية الصادرات وذلك نظرا للدور الذي تلعبه في إيجاد فرص واسعة للدخول إلى الأسواق والانفتاح على سوق واسعة من المستهلكين،في ضوء النمو المتسارع لنسبة مستخدمي الانترنت في العالم، بالإضافة إلى ما توفره التجارة الالكترونية من فرص ميسرة أمام المنتجين لتسويق منتجاتهم في سوق تتراجع فيه الحواجز الجغرافية وحواجز النقل والمواصلات.

9- تقدم التجارة الالكترونية العديد من المزايا لكل من الشركات والمستهلكين والمجتمع، فبالنسبة للشركات فإنها تقدم ما يأتي :

أ- توسيع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي.

ب-تخفيض تكاليف الشركات.

ج- تواصل مستمر وفعال مع الشركاء والزبائن.

د- تخفيض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية.

ه- خفض المخزون عن طريق نظام إدارة سلسلة التجهيز والتوزيع.

و- إن عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقا لمتطلبات المشتري ، مما يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها.

ز- تخفيض الفترة الزمنية الواقعة بين دفع الأموال والحصول على المنتجات أو الخدمات.

ح- إعادة هندسة العمليات التجارية، وبالتالي فإن إنتاجية البائعين والموظفين والإداريين تقفز إلى مستويات عالية .

وبالنسبة للمستهلكين فإن التجارة الالكترونية تقدم ما يأتي :

أ- توفير الوقت والجهد .

ب- حرية الاختيار من سوق ليس لها حدود.

ج- خفض الأسعار .

د- إشباع رضا المستخدم .

كذلك بالنسبة للمجتمع فإن التجارة الالكترونية تقدم الأتي :

أ- تسمح للفرد بأن يعمل في مترله وتقلل الوقت المطلوب للتسويق مما يعني ازدحاما مروريا أقل في الشوارع ، وخفض نسبة التلوث.

ب- تسمح لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة مما يعني رفعا في مستوى المعيشة للمجتمع ككل.

ج- تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالم النامي والفقير أن يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية ويستطيعون أيضا الحصول على الشهادات الجامعية عبر الانترنت.

د- تيسير توزيع الخدمات مثل التعليم والصحة والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.

سمات ومزايا التجارة الالكترونية

تتجسد قوة التجارة الالكترونية في ثلاث مزايا هي : تنوع المعروض، السرعة، وانخفاض السعر، أما بالنسبة للمتاجر فهنالك الانخفاض في حجم المخزون الذي سيحمله والتخلص من الوسطاء، وشخصنه العملية مما سيربط الزبون لان التاجر سيكاد يعرفه ويعرف عنه شخصيا وسيفصل له الصفقة لتلائمه شخصيا (احمد، 2001 : 430) . إن أبرز سمات ومزايا التجارة الالكترونية هي ما يأتي (حنفي ، 2002 : 35) :

1- عدم وجود علاقة مباشرة بين أطراف العملية التجارية.

2- عدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة عند إجراء وتنفيذ المعاملات إذ تتم كافة عمليات التفاعل بين طرفي المعاملة الكترونيا.

3- التفاعل الجماعي أو المتوازي. بمعنى إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت ذاته.

4- إمكانية تنفيذ كل مكونات العلمية التجارية عبر شبكة الانترنت.

مجالات تطبيق التجارة الالكترونية

إن مجالات التطبيق التي دخلتها التجارة الالكترونية واسعة وعديد فهي تمثل المهام المختلفة والأنشطة التي تمارسها الشركات من خلال وسائل شبكات الاتصالات الالكترونية مثل الإعلان، استخدام نظام الدفع الالكتروني، تبادل المعلومات، البحث والتطوير، بيع السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت، وتقديم الدعم للزبائن، وغيرها . ويرى بعض المتخصصين أن التجارة الالكترونية تمثل النشاطات التجارية التي يتم إنجازها من خلال شبكة الانترنت ففي أدنى مستوياتها يمكن أن تمارس الشركة التجارة الالكترونية بالاتصال من خلال شبكة (البريد الالكتروني) ، وفي أعلى مستوياتها يمكن أن تستخدم الشركة شبكة الانترنت لإدارة المعلومات (بما في ذلك قواعد البيانات) ، الطلب المباشر من خلال الشبكة Online ، مراقبة المخزون،إصدار الفواتير الالكترونية ، الوصول إلى الزبائن الحاليين والزبائن المحتملين والموردين وأطراف أخرى مثل المؤسسات المالية ووسائل الإعلام وغيرها (سالم وعواد 2005 : 4). إن

مجالات تطبيق التجارة الالكترونية يمكن إيرادها بالنقاط التالية (حنفي، 2002 : 26) :

1- تجارة التجزئة كتجارة الكتب.
2- المصارف والتمويل كبيع وشراء الأسهم .
3- عملية التوزيع ،كتوزيع المنتجات الالكترونية.
4- التعاملات التجارية كالتبادل التجاري بين الشركات من خلال الكتالوجات الكترونيا.
5- التصميمات الهندسية والخرائط.
6- خدمات متخصصة ، كالاستشارات الفنية والقانونية والإدارية والهندسية والطبية.
7- التجارة الدولية.

واقع التجارة الالكترونية في ليبيا

لازالت تطبيقات الأعمال الالكترونية في السوق الليبية في مراحلها الأولية،لان الأعمال غير مستقلة بالشكل الواسع والمطلوب في النشاط الاقتصادي الليبي، فهي ليست مستخدمة في جميع القطاعات وتكاد أن تكون محصورة في القطاع المصرفي فقط، حيث أن مصرف التجارة والتنمية هو المصرف الرائد والوحيد في الجماهيرية العظمى الذي يمارس إنجاز الأعمال التجارية الكترونيا، ويقوم هذا المصرف بتقديم الخدمات الالكترونية للمحلات التجارية والفنادق ومكاتب الاستيراد والتصدير وغيرها من المؤسسات التجارية. إلا أن هذا المصرف لا يقوم بتشغيل البيانات مباشرة ، بل إنه أعطى عملية تشغيل البيانات إلى طرف ثالث Outsourcing يقوم بتشغيل البيانات لاستخراج المعلومات المناسبة، وبالتالي يقوم مصرف التجارة والتنمية بتجميع المعاملات التي تخصه والتي تخص الزبائن المستفيدة من هذه الخدمات ومن ثم إرسالها الكترونيا إلى الطرف الثالث (شركة في بريطانيا) والتي تقوم بعملية تشغيل البيانات، أما فيما يتعلق بنظام المدفوعات الالكترونية أو أنظمة الدفع الالكتروني ، فإن الوسائل الآتية هي المتوفرة لدى مصرف التجارة والتنمية :

1- إصدار بطاقات الدفع Issuer وهي

أ- بطاقات محلية يتم منحها لجميع الزبائن بمجرد فتح حساب لدى المصرف.
ب- بطاقات دولية Visa Card وهي على عدة أنواع منها :

(1) البطاقة الذهبية.
(2) البطاقة الالكترونية.
(3) البطاقة السياحية.
(4) بطاقة الحج والعمرة.
(5) بطاقة التسويق عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت). وتجدر الإشارة إلى أن المصرف يقوم بإصدار هذه البطاقة بحد أقصى مقداره 500 دولار أمريكي ، وذلك لعدم توفر تقنيات الأمان الكافية في التعامل مع هذه الوسيلة .

2- البطاقات المكتسبة Acquire

وهي البطاقات التي يتم إصدارها خارج الجماهيرية حيث يقدم المصرف بموجبها الخدمات التالية :

أ- قبول البطاقات من خلال السحب الذاتي التابع للمصرف ATM .

ب- قبول البطاقات من خلال الآلات في نقاط البيع Point of sale.

ج- الحوالات السريعة، حيث يقوم المصرف بتحويل الحوالات السريعة وذلك عن طريق شركة Western Union من خلال برنامج تطبيقي يسمح بتحديث المعلومات فوريا بين المصرف والشركة.

د- موقع المصرف على الشبكة الدولية (الويب) : وهناك عدة استخدامات للويب منها استخدامه كوسيلة أساسية لعرض المعلومات الخاصة بالمصرف ، بالإضافة إلى خدمات اشتراك الزبائن حيث الاشتراك من موقع المصرف يخول المشتركين للاطلاع على المعلومات التي قام بها في الماضي، ويطمح المصرف بتطوير الموقع ليتمكن الزبون من تحويل أو إيداع المبالغ وغيرها من المعاملات المصرفية.

ه- المصرف النقال Mobile banking : وتقوم هذه التقنية بتوفير خدمات عديدة منها معرفة الرصيد للاطلاع على آخر المعاملات ، معرفة أسعار الصرف، الإيداع، وغيرها.

وجدير بالذكر هنا أنه لا توجد في الجماهيرية الآن تسهيلات للعمليات المصرفية التمويلية عبر الانترنت، كذلك لا يوجد تداول للنقود الرقمية أو اعتماد التوقيع الالكتروني ، إلا من خلال مصرف التجارة والتنمية والطرف الثالث .

مخاطر ومشاكل الأعمال الالكترونية في ليبيا

بحكم حداثة التجربة وبدايتها، فإن الأعمال الالكترونية تواجه العديد من المشاكل والمخاطر في السوق الليبية ، منها على سبيل المثال وليس الحصر ما يأتي :

1. العنصر البشري، حيث أن العنصر البشري لا يملك الوعي الكافي ليواجه تحديات الأعمال الالكترونية ، وأساليب استخدامها وكشف ألاعيبها المحتملة .
2. مشكلة رقابة وامن البيانات، حيث لا تتوفر التقنيات الكافية لضمان امن البيانات وعدم تسربها واستغلالها .
3. عدم وجود نظم معلومات متكاملة على مستوى جميع الفروع المصرفية .
4. مشاكل الاتصالات، حيث أن البريد لا يقدم الخدمات الكافية لتفعيل الأعمال الالكترونية .

5. عدم وجود الاهتمام والدعم الكافي من قبل الجهات ذات العلاقة حتى تتمكن ليبيا من الانخراط في الاقتصاد الشبكي.
6. مخاطر البنية التحتية لتقنية المعلومات وما يتمخض عنها من مشاكل وتعقيدات فنية وبيئية .
7. مخاطر عملية تشغيل البيانات باستخدام تقنية المعلومات .
8. عدم توفر التشريعات القانونية اللازمة ، لتنظيم مثل هذه الأعمال داخل بيئة آمنة بعيدة عن التلاعب والاحتيال بسبب الفراغ القانوني .
9. عدم توفر خدمات الأعمال الالكترونية ، أو البنى التحتية لها في مواقع الجذب الاستثماري (كالمواقع السياحية والمواقع الأثرية ومواقع الأنشطة الصناعية والخدمية البعيدة) واقتصار بعض الخدمات على العاصمة والمدن الكبيرة دون غيرها .
10. مخاطر تطبيقات تقنية المعلومات ومعالجتها كاستخدام الهاتف المصرفي ، أوامر الدفع المصرفية الالكترونية وخدمات المقاصة الالكترونية، الانترنت المصرفي، النقود الرقمية الالكترونية، الشبكات الالكترونية، التوقيع الالكتروني المصرفي، وغيرها.

الخطوات الإستراتيجية لقيام التجارة الالكترونية

تلعب شبكة الانترنت دورا بارزا ورئيسيا في التجارة الالكترونية كأكبر شبكة معلومات عالمية ، تدور خلالها جميع العمليات الاقتصادية من مفاوضات وتخطيط وصفقات بيع وشراء وتسويق وبحوث وتبادل للأموال، لدرجة أنها ستصبح القوة الأساسية التي تقود النمو الاقتصادي في كافة بلدان العالم في القرن الحادي والعشرين. ولغرض ولوج عالم التجارة الالكترونية وإيجاد موطئ قدم بين أطراف التعامل التجاري الالكتروني لابد من اعتماد مقومات إستراتيجية تتمثل فيما يأتي(حنفي، 2002: 38) :

1. توفير البنى التحتية للتجارة الالكترونية والتي تتطلب ما يأتي

أ- بناء شبكات استثمارات متينة من حيث التغطية والتردد يتم من خلالها التبادل الالكتروني للبيانات طبقا لمبادئ ونظم وتصميمات ورموز متفق عليها، مع توفر الثقة الكاملة في هذا التبادل بين كل المتعاملين.

ب- تعاملات تجارية الكترونية آمنة وفق معايير مقبولة عالميا .

ج- إجراء تعديلات تشريعية لضمان إتمام العمليات بدرجة عالية من الأمان سواء بالنسبة للمتعاملين أو للاقتصاد الليبي .

د- إنشاء موقع كبير تابع للدولة على شبكة الانترنت لترويج التجارة الالكترونية بحيث يتضمن كافة القوانين والتشريعات المنظمة للتجارة الالكترونية بالإضافة إلى أسماء ووصلات تشعبيه لجميع الشركات التي تمارس التجارة الالكترونية.

ه- تنظيم سوق افتراضية على شبكة الانترنت تمكن الشركات المحلية الصغيرة التي لا تستطيع تحمل تكاليف إنشاء مواقع مستقلة للتجارة الالكترونية من عرض وبيع منتجاتها لقاء ثمن مقبول لهذه الخدمات.

و- تشر ثقافة استخدام الانترنت بواسطة الأفراد والشبكات، حيث أنها الوسيلة الأساسية المستخدمة لنجاح التجارة الالكترونية، مع إطلاق حملة إعلانية واسعة، وتنظيم ندوات ومؤتمرات لشرح أهمية التجارة الالكترونية والفوائد التي تعود بها على الشركات والاقتصاد القومي.

2. استحداث جهاز إداري ينسق ويرقب عملية المدفوعات النقدية الالكترونية التي تعتبر أحد العناصر الأساسية للتجارة الالكترونية، سواء تمت بواسطة بطاقات الائتمان أو غيرها (الفيزا كارد) أو الحسابات التي تخصص لدى المصارف بأرقام سرية أو أرقام نقدية للتصرف فيها عبر شبكة الانترنت.

3. توفير وسائل آمنة من التقنيات التي تحافظ على سرية التعاملات وحصول المتعاملين في التجارة الالكترونية على حقوقهم كبطاقات الائتمان ذات الخدمة المتصلة الكترونيا ، وكذلك الفيزا كارد المشفرة.

4. تسهيل عملية تأسيس وإطلاق المواقع التجارية الكترونيا ، وذلك من خلال توفير المتخصصين القادرين على القيام بذلك بعناية تامة وتخطيط مفصل ومدروس ليكون موقع العمل ناجحا ومريحا، إن إطلاق الموقع التجاري للأعمال كولادة طفل يتطلب بعد ذلك متابعة وعناية وتطوير وتقوية حتى يكبر ويصل لمراحل النضوج بسرعة ويعطي الفوائد المأمولة منه، ويبقى أن نقول أن الموقع التجاري الالكتروني مشروع عمل دائم ولا ينتهي.

5. وجود إستراتيجية قومية للتعامل الالكتروني من خلال قيام الدولة بتقديم الخدمات المختلفة عبر الوسائل الالكترونية E-government . وكذلك ضرورة وجود إستراتيجية للتعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتنشيط الصادرات من خلال تفعيل وسائل التجارة الالكترونية.إن هذه الاستراتيجيات يجب أن تتضمن ما يأتي :

أ- مقاييس موحدة للبنية الأساسية للاتصالات السلكية واللاسلكية .

ب- ب. الاستثمار الكافي في البنية الأساسية لضمان وصول الانترنت إلى كافة شرائح المجتمع.

ج- إيجاد بيئة قانونية منظمة للتعاملات المالية من خلال الانترنت، الأمر الذي يتطلب الوضوح القانوني لآلية التعويض الملائم مع وجود مصداقية تتعلق بتطبيق القانون السائد في أي بلد على تعاملات التجارة الالكترونية عن طريق إصدار قانون تجاري دولي موحد.

د- أمن وخصوصية الصفقات.

ه- القواعد الخاصة بالتعامل مع مكونات المحتوى غير المقبول أو المقبول بشروط للتأكد من عدم استخدامها لإبراز مواد منافية للآداب العامة والأخلاق.

و- إطار عمل يساعد على فرض الضرائب على مبيعات الانترنت.

ز- المساواة في الحصول على الفرص.

ح- الأموال الالكترونية المتداولة، وقد حدد مصرف التسويات الدولي بعض الجوانب الهامة المتعلقة بإدخال الأموال الالكترونية والتي تستحق العناية ، كالشفافية والأمانة المالية والزمن الفني.

6. تشر العلوم التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية والتعميق في تدريسها وتحديث طرق التدريس المستخدمة فيها. ومن هذه العلوم علم الاقتصاد، الحاسوب، الإدارة، التسويق، سلوك المستهلك ونفسيته، الموارد المالية، إدارة نظم المعلومات، المحاسبة والتدقيق الرسمي للحسابات الجارية، القوانين التجارية والأخلاق، وغيرها.

7. يستلزم قيام التجارة الالكترونية التعاقد بين أطراف من جنسيات مختلفة، لذلك فإن التنظيم الدولي لها أمر واجب وارد لتحقيق الاستقرار والطمأنينة في التعامل لضمان وصول الحقوق إلى أصحابها.

ويمكن أن تتم أعمال هذا التنظيم الدولي بأسلوب مشروعات القوانين النموذجية الموحدة أو بأسلوب المعاهدات الدولية.

المقترحات والتوصيات

1- إن قيام التجارة الالكترونية في النشاط الاقتصادي الليبي يحتاج إلى فترة زمنية تطول أو تقصر وفقا لتوفر المتطلبات اللازمة لقيام هذا النوع من الأعمال الالكترونية. وأهمها الكادر البشري المتخصص والمتدرب على هذه الأعمال، فتطور البناء الحضاري يبدأ من الإنسان ويستمر بجهوده وعمله لخدمته وتحقيق رغباته.

2- التشجيع على توسيع مجـــالات اســـتخدام الأعمال الالكترونية سواء في القطاع العام أو القطاع الخاص وصولا إلى تحقيـــق مفهـــوم الدولة الالكترونية التي تقوم بانجاز أعمالهـــا اليومية بأحدث الوسائل وأضمنها.

3- إصدار التشريعات والقوانين اللازمة لانجـــاز الأعمال الكترونيـــا وتنظيمهـــا في إطـــار ومضمون قانوني بعيد عن كل الأشكال غير القانونية في انجاز الأعمال.

4- ضرورة تقديم الدعم اللازم من قبل الدولـــة لتوفير البنى التحتية اللازمة لقيـــام الأعمـــال الالكترونية بشكل عام والتجارة الالكترونية بشكل خاص واعتبار ذلك هدفا استراتيجيا لتطور المجتمع وتقدمه ، وتقليص الفجوة بينه وبين المجتمعات المتقدمة.

5- وضع آلية مناسبة للحفاظ على امن وسلامة البيانات ومراقبتـــها باســـتمرار، وتفـــادي عمليات القرصنة والتسرب والاستغلال.

6- تشجيع البحوث والدراسات المتعلقة بتوسيع وتطوير منظومة الاعمال الالكترونية والعمل على عقد المؤتمرات والندوات والـــدورات التطويرية والتدريبية المســـتمرة لتحـــديث اساليب العمل وآلياته.

7- معالجة مخاطر اسلوب الاعمال الالكترونيـــة بكافة انواعها وتطويقها وحصرها.

8- تشجيع البحث العلمي في مجـــال الاعمـــال الالكترونية بانواعها ومســـاعدة البـــاحثين والمتخصصين في تكوين قاعدة بيانات بحثية خاصة بذلك.

Premineriliy Study About Electronic Commerce In the Libyan Economic

Ali Mahmoud Faris* **Rezgalla Musbah Al-Awami***

Abstract

E-commerce considered to be one of the most important policies in developing exports of a countries, due to that it plays a crucial role in penetrating new markets. Furthermore, E-Commerce is one of the terminology of the digital economy of the internet, database, and networks. It has started in the middle of the twentieth century

* Omar Al-Mukhtar university, El-Beida, Libya, P.O. Box 919.

with some millions of dollars, however, reports showed that in the end of the year 2004 the activities of E-commerce worldwide reached to seven trillion USD.

The aim of the study is to highlight the importance and the reality of the status of the E-commerce in the Libyan economic activities. The data of the study collected from the professionals and academics as well as the relevant literature.

The study reached to some results, conclusion and recommendations.

المراجـــــع

أحمد، احمد عبد الرحمن (2001) . مـــدخل إلى إدارة الأعمال الدوليـــة ، الريـــاض : دار المريخ .

الحناوي ، محمد صالح ومحمـــد فريـــد الصـــحن (2003) . مقدمة في الأعمـــال والمـــال ، الإسكندرية : الدار الجامعية .

حنفي ، جلال (2002) . التجـــارة الالكترونيـــة والضرائب ، مجلة البحوث التجارية ، كلية التجارة – جامعة الزقازيق ، 2(24) 12– 15 .

سالم ، فؤاد الشيخ ومحمد سليمان عواد (2005) . المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجـــارة الالكترونيـــة في الشـــركات الأردنيـــة ، المجلة الأردنية في إدارة الأعمـــال ، 1 (1) 1– 19 .

مركز العلوم المالية والمصرفية (2000) . التجـــارة الالكترونية – طريق للمستقبل مازال قيد التطور ، مجلة العلوم المالية والمصـــرفية ، 3 (8) 12 – 15 .

ياسين ، سعد غالب وبشير عباس العلاق (2004) التجارة الالكترونية ، عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع .