

دور وأهمية التجارة الإلكترونية في زيادة معدل النمو الاقتصادي في ليبيا دراسة تطبيقية على المؤسسات التجارية الصغيرة والمتوسطة في ليبيا

محمد فتحي محمد عبد الله *

تاريخ النشر: 2026/06/30

تاريخ القبول: 2026/05/17

تاريخ التقديم: 2026/05/08

المستخلص:

تهدف الدراسة الحالية إلى تحليل تأثير التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي الليبي، وتحديد العلاقة بينها وبين الميزة التنافسية للشركات، وتقييم دور البنوك والمؤسسات المالية في دعم المشاريع الرقمية، مع دراسة العوامل القانونية والتنظيمية المؤثرة، حيث اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي والتطبيقي، واستخدم الاستبانات والمقابلات لجمع البيانات من الشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في طرابلس، مع تحليل إحصائي باستخدام **SPSS**، أظهرت النتائج أن جميع عناصر التجارة الإلكترونية، خاصة البنية التحتية، جودة الإنترنت، وأنظمة الدفع الإلكتروني، تسهم بشكل إيجابي في تعزيز النمو الاقتصادي ورفع تنافسية الاقتصاد الليبي محلياً ودولياً، مع ضرورة تطوير التشريعات الرقمية والتدريب المستمر للكوادر البشرية، وتوصي الدراسة بتحسين البنية التحتية الرقمية، دعم رأس المال البشري، صياغة قوانين واضحة، وتشجيع الابتكار وريادة الأعمال الرقمية لتعظيم أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي المستدام.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية - الاقتصاد - معدل النمو.

Abstract:

The current study aims to analyze the impact of e-commerce on Libyan economic growth, determine the relationship between it and the competitive advantage of companies, and evaluate the role of banks and financial institutions in supporting digital projects, while studying the influential legal and regulatory factors. The research adopted the descriptive analytical and applied approach, and used questionnaires and interviews to collect data from companies and small and medium enterprises in Tripoli, with statistical analysis using SPSS.

*طالب دكتوراه، قسم العلاقات الاقتصادية الدولية مدرسة الدراسات الإستراتيجية والدولية، الأكاديمية الليبية، جنزور،

The results showed that all elements of e-commerce, especially infrastructure, Internet quality, and electronic payment systems, contribute positively to enhancing economic growth and raising the competitiveness of the Libyan economy locally and internationally, with the need to develop digital legislation and continuous training for human resources. The study recommends improving the digital infrastructure, supporting human capital, formulating clear laws, and encouraging innovation and digital entrepreneurship to maximize the impact of e-commerce on sustainable economic growth.

Keywords: e-commerce – economy_ growth rate.

المقدمة:

يشهد الاقتصاد العالمي في العقدين الأخيرين تحولات جذرية بفعل التطور المتسارع في التقنيات الرقمية وانتشار تطبيقاتها في مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية، مما أسهم في إعادة تشكيل أنماط التجارة والاستثمار والعمل، وقد دفعت هذه التحولات معظم الدول إلى تبني نهج التحول الرقمي باعتباره خيارًا استراتيجيًا لتعزيز القدرة التنافسية وتحقيق النمو المستدام وفي هذا السياق، أصبحت التجارة الإلكترونية إحدى أهم ركائز الاقتصاد العالمي الحديث، لما توفره من فرص لتوسيع نطاق الأسواق، وتقليل التكاليف التشغيلية، وتحسين كفاءة سلاسل التوريد والإنتاج، وترتبط التجارة الإلكترونية ارتباطًا وثيقًا بالاقتصاد الوطني، إذ تمثل قناة فعالة لتحفيز النشاط الاقتصادي ورفع معدلات النمو من خلال زيادة الإنتاجية وتسهيل التبادل التجاري الداخلي والخارجي، كما تسهم في تحسين بيئة الأعمال، وجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية، وتنوع مصادر الدخل، فضلًا عن دورها في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتمكينها من الوصول إلى الأسواق العالمية وبالتالي فإن نمو التجارة الإلكترونية ينعكس إيجابًا على مؤشرات الاقتصاد الكلي، لاسيما الناتج المحلي الإجمالي، والاستهلاك، وحجم الصادرات، وجاءت هذه الدراسة لدراسة العلاقة بين التجارة الإلكترونية والنمو الاقتصادي أهمية خاصة في ظل التحديات الاقتصادية الراهنة، التي تتمثل في تقلبات أسعار النفط، وضعف التنوع الاقتصادي، والحاجة الملحة إلى تطوير البنية التحتية الرقمية والتشريعات المنظمة للأنشطة الإلكترونية، وتمثل التجارة الإلكترونية فرصة استراتيجية أمام ليبيا لتحقيق التحول نحو اقتصاد رقمي متنوع ومستدام، يحد من الاعتماد على العوائد النفطية، ويفتح آفاقًا جديدة للاستثمار والتشغيل، ويسهم في إدماج الاقتصاد الليبي ضمن المنظومة الاقتصادية العالمية.

الدراسات السابقة:

دراسة (الطبيبي، ٢٠٢١)، بعنوان: واقع التجارة الإلكترونية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات العاملة بقطاعي الصناعة والاستثمار المدرجة في بورصة فلسطين: هدفت الدراسة إلى تحليل واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين وبيان أثرها في تحقيق الميزة التنافسية لدى الشركات العاملة في قطاعي الصناعة والاستثمار المدرجة في بورصة فلسطين و اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للكشف عن العلاقة بين أبعاد التجارة الإلكترونية والميزة التنافسية، كما استخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات من العاملين في المستويات الإدارية العليا داخل (٢٣) شركة، حيث تم توزيع (١٢٢) استبانة واسترد (٦٦) منها بنسبة استجابة بلغت (٥٣.٨٪)، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التجارة الإلكترونية وتحقيق الميزة التنافسية، خاصة في بعدي البنية التحتية الإلكترونية والكوادر البشرية، في حين لم يُثبت وجود تأثير معنوي لبعد التشريعات والقوانين، كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات الباحثين تُعزى للمتغيرات الديموغرافية مثل النوع والعمر والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة، وأوصت الدراسة بضرورة إقرار تشريعات وقوانين واضحة ومنظمة للتجارة الإلكترونية بما يتلاءم مع خصوصية البيئة الفلسطينية، ونشرها في الجريدة الرسمية لتصبح مرجعاً ملزماً لجميع الأطراف.

دراسة (ذهب، ٢٠٢٣)، بعنوان: دور التجارة الإلكترونية في تعزيز التجارة العربية البينية: تهدف هذه الدراسة للكشف عن الدور الذي قد تلعبه التجارة الإلكترونية في تطوير وتنمية التجارة العربية البينية وذلك من خلال تسليط الضوء عن واقع التجارة العربية البينية والمشاريع العربية المشتركة التي تسعى إلى تحرير المبادلات التجارية البينية هذا من ناحية ، كما استعرضنا من خلال هذه الدراسة واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية ومؤهلات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إقامة هذا النوع من التجارة والجهود والمبادرات العربية الرامية إلى تحسينها وتطويرها لتكون البديل الاستراتيجي امام الشركات والمؤسسات العربية لدخول الأسواق العربية والدولية.

دراسة (بوبكر، ٢٠٢٤)، بعنوان: أثر التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية في ليبيا: دور البنوك التجارية في تعزيز النمو الاقتصادي والتجاري: هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية في ليبيا، مع التركيز على دور البنوك التجارية في تعزيز النمو الاقتصادي والتجاري. يُقدم البحث تحليلاً شاملاً لتأثير التجارة الإلكترونية حيث يركز البحث على كيفية تقديم البنوك التجارية خدماتها الرقمية والإلكترونية لدعم التجارة الإلكترونية في ليبيا، ويتناول التأثير المباشر لهذا الدعم على نمو الاقتصاد، يتم تحليل كيف يمكن لهذه البنوك أن تُسهم في تمكين المشاريع الصغيرة والمتوسطة ودعمها للمشاركة في السوق الرقمي، مما يُعزز من دورها في تحفيز النمو الاقتصادي وخلق فرص جديدة،

بالإضافة إلى ذلك يتناول البحث العوامل المؤثرة في هذه العملية، مثل التشريعات المحلية والعالمية التي تنظم التجارة الإلكترونية والأنظمة المالية، مع التركيز على كيفية تأثير هذه العوامل على عمل البنوك ودورها في هذا السياق، تهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على التطورات الحديثة في مجال التجارة الإلكترونية وكيف يمكن للبنوك الليبية تعزيز التكنولوجيا المالية لدعم النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة.

دراسة (بدي، ٢٠٢٥)، بعنوان: أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي: دراسة حالة الدول الأوروبية: تهدف هذه الورقة البحثية إلى قياس دور التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي في الدول الأوروبية خلال الفترة (٢٠١٣-٢٠٢٣)، استخدمنا متغيرين لتمثيل التجارة الإلكترونية: مبيعات التجارة الإلكترونية كنسبة مئوية من إجمالي مبيعات الشركات، ونسبة الشركات التي تتلقى طلبات عبر الإنترنت، كما استخدمنا متغيرات التحكم في النموذج: مساهمة التجارة في الناتج المحلي الإجمالي، ومعدل التضخم، وصافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر (FDI) كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي، والنمو السكاني، لتقدير النموذج، استخدمنا نماذج لوحات تعتمد على مقدرات المربعات الصغرى العادية المجموعة (OLS)، ونموذج التأثيرات الثابتة (FEM)، ونموذج التأثيرات العشوائية (REM)، أكدت الاختبارات المعيارية تفوق نموذج التأثيرات الثابتة، وتؤكد النتائج التي تم الحصول عليها عند تقدير النموذج باستخدام مُقدّر نموذج التأثيرات الثابتة الدور الفعال للتجارة الإلكترونية في تعزيز النمو الاقتصادي في الدول الأوروبية، كما وجدنا تأثيرًا إيجابيًا ملحوظًا لمساهمة التجارة في الناتج المحلي الإجمالي وصافي تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي ومع ذلك كان تأثير ارتفاع معدلات النمو السكاني ومعدلات التضخم سلبياً، ولم يكن معدل التضخم ذا دلالة إحصائية.

مشكلة الدراسة:

تواجه ليبيا تحديات اقتصادية متعددة تتمثل في ضعف تنوع مصادر الدخل، واعتماد الاقتصاد بشكل كبير على قطاع النفط، إضافة إلى محدودية البنية التحتية الرقمية وضعف انتشار الخدمات الإلكترونية الحديثة. ومع التطور العالمي المتسارع في مجال التجارة الإلكترونية، أصبحت هذه التجارة من العوامل المهمة في تحفيز النمو الاقتصادي، وزيادة فرص الاستثمار، وخلق فرص العمل، وتحسين كفاءة الأسواق. ورغم ذلك، لا يزال تطبيق التجارة الإلكترونية في ليبيا محدودًا مقارنة بالعديد من الدول، بسبب معوقات تتعلق بالبنية التحتية التقنية، والتشريعات القانونية، والثقة في وسائل الدفع الإلكتروني، وضعف الثقافة الرقمية لدى الأفراد والمؤسسات. ومن هنا تظهر الحاجة إلى دراسة دور وأهمية التجارة الإلكترونية في دعم النمو الاقتصادي في ليبيا، وبيان مدى مساهمتها في تحسين الأداء الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية.

وينبثق عن المشكلة البحثية السؤال الرئيسي التالي:

ما دور وأهمية التجارة الإلكترونية في دعم النمو الاقتصادي في ليبيا؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

١. تحليل تأثير التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي، من خلال دراسة مساهمتها في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وتعزيز فرص الاستثمار.
٢. تحديد العلاقة بين التجارة الإلكترونية والميزة التنافسية للشركات، مع التركيز على دور البنية التحتية الرقمية والكوادر البشرية في تعزيز هذه الميزة.
٣. تقييم دور المؤسسات المالية والبنوك التجارية في دعم التجارة الإلكترونية، وبيان كيفية تمكينها للمشاريع الصغيرة والمتوسطة للمشاركة الفاعلة في الأسواق الرقمية.
٤. دراسة العوامل التنظيمية والقانونية المؤثرة على التجارة الإلكترونية، وتوضيح أهميتها في خلق بيئة محفزة للنمو الاقتصادي.

فرضيات الدراسة:

يعتمد البحث على الفرضية التالية:

- فرضية البحث
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطور التجارة الإلكترونية ودعم النمو الاقتصادي في ليبيا، بحيث يؤدي التوسع في استخدام التجارة الإلكترونية إلى زيادة النشاط الاقتصادي وتحسين كفاءة الأسواق وتعزيز فرص الاستثمار والتنمية الاقتصادية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة فيما يلي:

- الأهمية العلمية للدراسة: تتمثل الأهمية العلمية للدراسة في مساهمتها في إثراء المعرفة حول العلاقة بين التجارة الإلكترونية والنمو الاقتصادي، من خلال تحليل دورها في تعزيز الإنتاجية وتوسيع الأسواق وتحفيز الابتكار، كما تسهم في توضيح أثر التحول الرقمي على المؤشرات الاقتصادية الكلية، مما يضيف بُعدًا علميًا جديدًا لأدبيات الاقتصاد الرقمي، خاصة في الدول النامية مثل ليبيا.
- الأهمية التطبيقية (بالنسبة للدولة): تتجلى الأهمية التطبيقية للدراسة في تقديمها تصورًا عمليًا لصناع القرار حول توظيف التجارة الإلكترونية كوسيلة فعالة لتحقيق النمو الاقتصادي وتنويع مصادر الدخل، كما تُبرز أهمية تطوير البنية التحتية الرقمية والتشريعات الداعمة للمعاملات الإلكترونية في ليبيا، بما يعزز قدرتها على الاندماج في الاقتصاد العالمي ودعم تنافسيتها الإقليمية والدولية.

- **الاهمية للباحث:** زيادة المعرفة العلمية للباحث من خلال الاطلاع على ما كتب عن هذا الموضوع في الكتب والرسائل العلمية والدوريات ذات العلاقة بموضوع البحث.

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** يركز البحث على دور وأهمية التجارة الإلكترونية في تعزيز معدل النمو الاقتصادي في ليبيا، مع دراسة تأثيرها على الشركات التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- **الحدود المكانية:** تقتصر الدراسة على دولة ليبيا، مع التركيز على مدينة طرابلس كموقع رئيسي لجمع البيانات وتحليل تأثير التجارة الإلكترونية.
- **الحدود الزمانية:** تم أجرى الدراسة خلال العام ٢٠٢٥، بحيث تعكس النتائج الوضع الحالي للتجارة الإلكترونية وتأثيرها على النمو الاقتصادي في تلك الفترة.

مجتمع وعينة الدراسة:

"يتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في مدينة طرابلس والتي تعتمد على التجارة الإلكترونية في تنفيذ عملياتها التجارية، سواء من خلال البيع عبر الإنترنت، أو تقديم الخدمات الرقمية، أو استخدام منصات الدفع الإلكتروني، أو التسويق الإلكتروني، أما م اختيار عينة الدراسة من الشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في طرابلس التي تعتمد على التجارة الإلكترونية، مثل المتاجر الإلكترونية، شركات الشحن، ومحلات الخدمات الرقمية، لتمثيل مختلف القطاعات الاقتصادية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية."

أدوات وأساليب جمع البيانات:

- **الجانب النظري:** اعتمد البحث على مصادر ومراجع عربية وأجنبية، إضافة إلى رسائل جامعية ودوريات علمية متخصصة تناولت موضوع التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز النمو الاقتصادي.
- **الجانب العملي:** تم استخدام استبانة مكونة من ١٥ سؤالاً صُممت بما يخدم أهداف البحث، ووزعت على عينة من العاملين في الشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما أجريت مقابلات شخصية مع عدد من المختصين، وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، بما في ذلك معامل الارتباط وغيرها من الأدوات التحليلية.

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال تحليل المفاهيم النظرية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية ودورها في الاقتصاد الوطني، إلى جانب المنهج التطبيقي الذي استند إلى دراسة حالة ليبيا، باستخدام استبانة على عدد من المؤسسات الاقتصادية المحلية، حيث تم دعم الجانب العملي باستبانة

ميدانية شملت مجموعة من المؤسسات التجارية الصغيرة والمتوسطة لقياس مدى استفادتها من آليات التجارة الإلكترونية في تطوير أعمالها وتحقيق النمو.

الجانب النظري للدراسة:

مفهوم التجارة الإلكترونية:

تُعرّف التجارة الإلكترونية بأنها أسلوب حديث في ممارسة الأعمال يعتمد على استخدام تقنيات الاتصالات الحديثة، ولا سيما شبكة الإنترنت، لتسويق السلع والخدمات بسرعة وكفاءة عالية، من خلال تبادل البيانات والمعلومات إلكترونياً لدعم قرارات الأفراد والمنظمات (الخالدي، ٢٠١٧، ص ٢٣؛ عبيدة، ٢٠٢٢، ص ٣).

وعرفت أيضاً بأنها: تمازج كل من التكنولوجيا والبنية التحتية والمقايضة والسلع وتعبير عن عملية يتم من خلالها توظيف الصناعة لاستنباط تطبيقات عملية ومنتجات ومستخدمين وتبادل معلومات ونشاطات اقتصادية وتوظيفها من خلال عملية تكاملية في سوق عمالي يسمى الشبكة العنكبوتية أو سوق الانترنت (النصر، ٢٠١٩، ص ٢٨).

نشأة وتطور التجارة الإلكترونية:

ظهرت التجارة الإلكترونية في سبعينيات القرن العشرين ومرت بثلاث مراحل رئيسية (حسن، ٢٠٢١، ص ٨-٩):

١. مرحلة التحويل الإلكتروني للأموال: بداية استخدام التحويلات المالية بين الحسابات إلكترونياً بدلاً من الوسائل الورقية.

٢. مرحلة تبادل البيانات الرقمية: انتقال المؤسسات إلى تبادل المستندات والبيانات إلكترونياً مثل أوامر الشراء والفواتير.

٣. مرحلة التجارة الإلكترونية الحديثة: منذ عام ١٩٩٥، ومع انتشار الإنترنت، توسعت أنشطة التجارة الإلكترونية وأصبحت الشركات تمتلك مواقع إلكترونية لعرض منتجاتها وخدماتها عالمياً.

أهمية التجارة الإلكترونية: تُعد التجارة الإلكترونية من أبرز إنجازات العصر الحديث لما توفره من مزايا، منها: خفض تكاليف التسويق مقارنة بالطرق التقليدية، تجاوز الحدود الجغرافية، والتحرر من القيود القانونية والتنظيمية المرتبطة بإنشاء الفروع الخارجية (القشي، ٢٠٠٣، ص ٦٤).

خصائص التجارة الإلكترونية: تتميز التجارة الإلكترونية بعدة خصائص أساسية، منها:

١. إتمام المعاملات عن بُعد دون تواصل مباشر بين الأطراف.
٢. الاعتماد الكامل على الوسائل الإلكترونية في تنفيذ العمليات.
٣. إمكانية التفاعل المتزامن بين عدد كبير من الأطراف.
٤. إنجاز العمليات التجارية كافة إلكترونياً بما في ذلك تسليم السلع غير المادية (الخلافي، ٢٠٠٥، ص ٣١).

- فوائد التجارة الإلكترونية: تتنوع فوائد التجارة الإلكترونية على عدة مستويات (العبيدي، ٢٠١١، ص ١٩):
١. مستوى الشركات: توسع نطاق الأسواق عالمياً، تخفيض التكاليف التشغيلية، رفع الإنتاجية، خفض المخزون، وزيادة المبيعات.
 ٢. مستوى المستهلكين: توفير خيارات تسوق أوسع، تعزيز المنافسة، خفض الأسعار، تسهيل الشراء عبر المزايدات الإلكترونية، وتبادل الخبرات والمعلومات.
 ٣. مستوى المجتمع: دعم التعليم والصحة والخدمات العامة إلكترونياً، تمكين الأفراد من العمل عن بُعد، المساهمة في تقليل التلوث المروري، ورفع مستوى المعيشة عبر إتاحة السلع بأسعار مناسبة.
- العلاقة بين التجارة الإلكترونية وزيادة معدل الاقتصاد:**

تشير الدراسات إلى أن التجارة الإلكترونية بين المؤسسات (B2B) تسهم في تعزيز الكفاءة الاقتصادية وتقليل التكاليف المتعلقة بالبحث والعمليات التجارية، حيث تؤثر على الإنتاجية والاستثمار في البحث والتطوير (Lucking-Reiley & Spulber, 2001, ص. ٥٥-٦٨؛ Liu et al., 2013, ص. ٢٧٢-٢٨٣). كما تقلل المنصات الإلكترونية من تكاليف البحث للمشتري وتوسع الوصول إلى الأسواق العالمية، مما يعزز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (Bakos, 1997, ص. ١٦٧٦-١٦٩٢؛ UNCTAD, 2017)، وقد أظهرت الأدلة الحديثة أن التجارة الإلكترونية تؤثر على سلوك المستهلك من خلال تحليل البيانات الضخمة وتخصيص العروض باستخدام الذكاء الاصطناعي، ما يحسن تجربة العميل ويزيد المبيعات (Lv, 2023, ص. ٦٥١-٦٦١؛ Raji et al., 2024, ص. ٠٦٦-٠٧٧). كما تؤدي إلى خفض تكاليف المعاملات وزيادة كفاءة العمليات الداخلية للشركات (Garicano & Kaplan, 2001, ص. ٤٦٣-٤٨٥؛ Porter, 2001, ص. ٦٨)، بالإضافة إلى ذلك ساعدت التجارة الإلكترونية على خلق فرص عمل جديدة وتحفيز الابتكار الرقمي، مع ضرورة معالجة الفجوة الرقمية لضمان شمولية الفوائد الاقتصادية (Brynjolfsson & Hitt, 2003, ص. ٧٩٥؛ World Economic Forum, 2020, ص. ١٨؛ Fang et al., 2019, ص. e1-e15). وتبرز أهمية الاستثمار في البنية التحتية الرقمية وتطوير استراتيجيات رقمية مرنة لضمان استفادة المؤسسات من التحولات التكنولوجية وتحقيق نمو مستدام (Meltzer, 2014؛ UNCTAD, 2019, ص. ٣٥؛ Martínez Galán & Fontoura, 2019, ص. ١٧٥-١٩٦).

الجانب العملي للدراسة: يستعرض هذا الفصل نبذة عن المصارف التجارية بمدينة ترهونة، ومنهج الدراسة وأفراد مجتمعها، وعينتها، بالإضافة إلى الأداة المستخدمة في جمع البيانات، وطرق إعدادها، وتقنياتها، واختبار صدقها وثباتها، كما يتضمن عرضاً للإجراءات المتبعة في تحليل البيانات والمعالجات الإحصائية التي اعتمدها الباحثان.

نبذة عن الشركات:

تشكل الشركات التجارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ليبيا ركيزة أساسية للنشاط الاقتصادي، حيث تعتمد على التجارة الإلكترونية لتطوير أعمالها، وتشمل المتاجر الإلكترونية مثل ليببيان ستور والمول

الليبي، والشركات على وسائل التواصل الاجتماعي مثل محلات الملابس والعطور والإلكترونيات، بالإضافة إلى شركات الشحن مثل ساعي وبرزنت، وشركات الخدمات الرقمية والتسويق الإلكتروني مثل "Libya Tech و Smart Web Libya".

أولاً: منهج البحث:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على دور الأجهزة الرقابية في مكافحة الفساد الإداري والمالي، مع تطبيقه على فروع المصارف التجارية بمدينة ترهونة، واستندت الدراسة إلى: المصادر الأولية: استبيان مكوّن من ثلاثة أجزاء: مقدمة تعريفية بالدراسة، معلومات عامة عن أفراد العينة، وأسئلة مرتبطة بمحاور الدراسة لاختبار الفرضيات.

المصادر الثانوية: مراجعة الأدبيات العلمية والدراسات السابقة، بالإضافة إلى الكتب والدوريات والتقارير الرسمية والمصادر الإلكترونية.

تحليل البيانات: استخدام برنامج SPSS لتطبيق أدوات إحصائية مثل المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبارات (T) و (F)، وتحليل الفروق، ومعامل الارتباط والتحديد.

أولاً: صدق أداة الدراسة الاستبانة:

تم استخدام ٦٠ استبانة للتحقق من صدق وثبات أداة الدراسة، صدق الاستبانة يقصد به مدى قدرة الأسئلة على قياس المفاهيم المخصصة لها، وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين لضمان موثوقية أداة الدراسة قبل استخدامها، وثبات أداة الدراسة يعني دقة واتساق أداة جمع البيانات، بحيث تعطي نفس النتائج إذا تم استخدامها مرة أخرى تحت ظروف مماثلة، ولتحليل ثبات الاستبانة تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) عبر برنامج SPSS للعلوم الاجتماعية، وهو اختبار مهم لقياس مدى اتساق العبارات الداخلية لأداة جمع البيانات (البياتي، ٢٠٠٥، ص ٤٩).

جدول رقم (١) نتائج اختبار كرونباخ ألفا

المحور	عدد الاستبانات	معامل ألفا كرونباخ	الجزر التربيعي لمعامل ألفا (%)
لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للتجارة الإلكترونية في زيادة معدل النمو الاقتصادي في ليبيا عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).	60	0.827	90.94

توضح النتائج أن معامل ألفا كرونباخ بلغ **0.827**، ما يدل على اتساق داخلي قوي بين فقرات المحور، أما مؤشر الصدق الظاهري، فبلغ **90.94%**، مما يعكس درجة عالية من الدقة والقدرة على قياس المفاهيم المستهدفة، وبذلك تم التأكد من **صدق وثبات أداة الدراسة**، مما يجعل الباحث على ثقة بصلاحياتها لتحليل النتائج والإجابة على فرضيات الدراسة

تحليل البيانات الشخصية

الجنس:

الجدول رقم (٢) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة الجنس

النسبة %	العدد	الجنس
83.3	50	ذكر
16.7	10	أنثى
100	60	المجموع



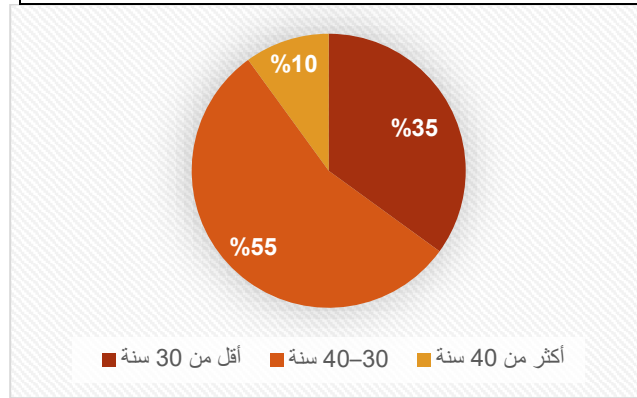
شكل رقم (٢) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة الجنس

يبين الجدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس، حيث يشكل الذكور غالبية العينة بنسبة **83.3%**، بينما تشكل الإناث **16.7%** من إجمالي **٦٠** فردًا.

العمر:

الجدول رقم (٣) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة العمر

العمر	العدد	النسبة %
أقل من ٣٠ سنة	21	35.0
30-40 سنة	33	55.0
أكثر من ٤٠ سنة	6	10.0
المجموع	60	100



شكل رقم (٣) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة العمر

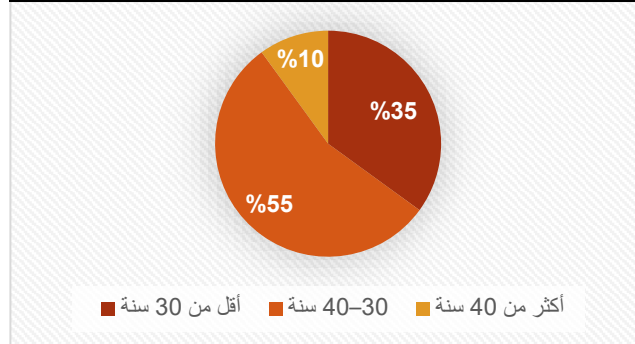
يوضح الجدول توزيع العينة حسب الفئة العمرية، حيث تمثل الفئة ٣٠-٤٠ سنة النسبة الأكبر بـ ٥٥٪، تليها الفئة أقل من ٣٠ سنة بنسبة ٣٥٪، بينما تشكل الفئة أكثر من ٤٠ سنة النسبة الأقل بـ ١٠٪ من إجمالي ٦٠ فردًا.

المؤهل العلمي:

الجدول رقم (٤) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة %
دبلوم عالي	16	26.7
بكالوريوس	24	40.0
دراسات عليا	20	33.3

النسبة %	العدد	المؤهل العلمي
100	60	المجموع



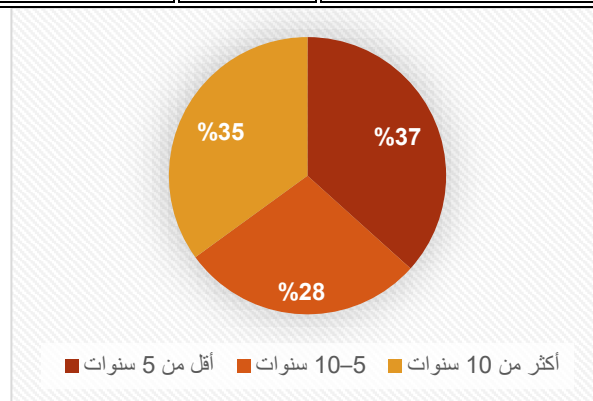
شكل رقم (٤) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة المؤهل العلمي

"يوضح الجدول توزيع العينة حسب المؤهل العلمي، حيث يشكل حاملو البكالوريوس النسبة الأكبر بـ ٤٠٪، تليهم حملة الدراسات العليا بنسبة ٣٣.٣٪، فيما يمثل حملة الدبلوم العالي النسبة الأقل بـ ٢٦.٧٪ من إجمالي ٦٠ فردًا.

سنوات الخبرة:

الجدول رقم (٥) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة سنوات الخبرة

النسبة %	العدد	سنوات الخبرة
36.7	22	أقل من ٥ سنوات
28.3	17	5-10 سنوات
35.0	21	أكثر من ١٠ سنوات
100	60	المجموع



مرتفع جدا	مرتفع	متوسط	منخفض	منخفض جدا	المتوسط المرجح
من ٤.٢٠ إلى ٥	من ٣.٤٠ إلى أقل من ٤.٢٠	من ٢.٦٠ إلى أقل من ٣.٤٠	من ١.٨٠ إلى أقل من ٢.٦٠	من ١ إلى أقل ١.٨٠	

الجدول رقم (٥) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة سنوات الخبرة

يبين الجدول توزيع العينة حسب سنوات الخبرة، حيث تشكل الفئة الأقل من ٥ سنوات النسبة الأكبر ٣٦.٧٪، تليها الفئة الأكثر من ١٠ سنوات بنسبة ٣٥٪، بينما تمثل الفئة من ٥-١٠ سنوات النسبة الأقل بـ ٢٨.٣٪ من إجمالي ٦٠ فردًا.

إجابات تساؤلات الدراسة:

تصحيح المقياس:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم جمعها، فقد تم استخدام الباحث الطريقة الرقمية في ترميز الإجابات المتعلقة بمقياس ليكرت الخماسي كما بالجدول (٧):

الجدول رقم (٧) توزيع الدرجات على الإجابات المتعلقة بعبارة المقياس

الإجابة	لا	لا	محايد	أوافق	أوافق
الدرجة	١	٢	٣	٤	٥

يتم بعد ذلك حساب المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح) لتحديد أوزان العبارات حسب قيم المتوسط المرجح المتحصل عليها نتيجة لتحليل الإجابات كما في الجدول رقم (٨) و ذلك بعد أن تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، تم تقسيمه على عدد خلايا المقياس للحصول على طول حساب المدى (٥-١=٤) و بعد ذلك تم تقسيم المدى على خمس مستويات $٥ \div ٤ = ١.٢٥$ (وهذا الرقم يعتبر طول الفئة الواحدة أو المستوى الواحد، وهكذا الأوزان كما هو موضح في جدول المتوسط المرجح التالي:

الجدول رقم (٨) المتوسط المرجح المتحصل عليه من تحليل الاجابات

ولتحليل العبارات الرئيسية من حيث درجة الموافقة سنوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة وأهميتها نحو كل فقرة ولفقرات وترتيبها تنازلياً حسب متوسطات الموافقة في الجدول التالي:

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
توجد بنية تحتية إلكترونية متطورة تدعم نمو التجارة الإلكترونية في ليبيا.	4.48	0.61	89.67	1	مرتفعة جداً
جودة الإنترنت وخدمات الاتصالات تؤثر على فاعلية التجارة الإلكترونية.	4.45	0.85	89.33	2	مرتفعة جداً
توفر أنظمة الدفع الإلكتروني يساهم في تعزيز التجارة الإلكترونية.	4.42	0.50	88.33	3	مرتفعة جداً
توافر منصات إلكترونية للتسويق والبيع يزيد من مساهمة التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي	4.38	0.77	87.00	4	مرتفعة جداً
توجد بنية تحتية إلكترونية متطورة تدعم نمو التجارة الإلكترونية في ليبيا.	4.05	0.89	80.83	5	مرتفعة
توافر الكوادر البشرية المدربة يرفع من فاعلية التجارة الإلكترونية.	3.90	0.82	77.00	6	مرتفعة
التدريب المستمر للموظفين على استخدام التقنيات الحديثة يعزز مساهمة التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي.	3.85	0.76	76.67	7	مرتفعة
مستوى معرفة المستخدمين بالتجارة الإلكترونية يؤثر على زيادة معدل النمو الاقتصادي.	3.78	0.79	75.60	8	مرتفعة
دعم ريادة الأعمال الرقمية يساهم في تعزيز دور التجارة الإلكترونية اقتصادياً.	3.72	0.84	74.40	9	مرتفعة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	درجة الموافقة
توافر الكوادر البشرية المدربة يرفع من فاعلية التجارة الإلكترونية.	3.68	0.81	73.60	10	مرتفعة
التجارة الإلكترونية تسهم في زيادة حجم المبيعات والأرباح للشركات المحلية.	3.45	0.80	69.00	15	مرتفعة
التجارة الإلكترونية تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة في السوق الليبي.	3.65	0.83	73.00	11	مرتفعة
التجارة الإلكترونية تقلل من التكاليف التشغيلية للشركات وتزيد من الكفاءة الاقتصادية.	3.60	0.87	72.00	12	مرتفعة
التجارة الإلكترونية تساهم في تحسين تنافسية الاقتصاد الليبي محليًا ودوليًا.	3.55	0.85	71.00	13	مرتفعة
وجود تشريعات واضحة لتنظيم التجارة الإلكترونية يسهم في زيادة مساهمتها بالنمو الاقتصادي.	3.50	0.88	70.00	14	مرتفعة
مستوى معرفة المستخدمين بالتجارة الإلكترونية يؤثر على زيادة معدل النمو الاقتصادي.	3.78	0.79	75.60	8	مرتفعة
دعم ريادة الأعمال الرقمية يساهم في تعزيز دور التجارة الإلكترونية اقتصاديًا.	3.72	0.84	74.40	9	مرتفعة

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن:

- توجد بنية تحتية إلكترونية متطورة تدعم نمو التجارة الإلكترونية في ليبيا (٤.٤٨، ٠.٦١، ٨٩.٦٧٪):
تعكس الدرجة العالية جدًا والموافقة القوية إدراك العينة أن البنية التحتية الإلكترونية المتطورة تمثل عاملاً أساسياً وحاسماً في تعزيز نمو التجارة الإلكترونية في ليبيا.

٢. جودة الإنترنت وخدمات الاتصالات تؤثر على فاعلية التجارة الإلكترونية (٤.٤٥، ٠.٨٥، ٨٩.٣٣٪): تشير النتائج إلى أن العينة تدرك الأهمية البالغة لجودة الإنترنت والبنية التحتية للاتصالات في تحسين كفاءة وفعالية العمليات التجارية الإلكترونية.
٣. توفر أنظمة الدفع الإلكتروني يساهم في تعزيز التجارة الإلكترونية (٤.٤٢، ٠.٥٠، ٨٨.٣٣٪): تدل الدرجة المرتفعة جداً على اعتراف العينة بالدور الحيوي لأنظمة الدفع الإلكتروني في تسهيل المعاملات وبناء ثقة المستهلك في التجارة الإلكترونية.
٤. توافر منصات إلكترونية للتسويق والبيع يزيد من مساهمة التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي (٤.٣٨، ٠.٧٧، ٨٧.٠٠٪): توضح النتائج أن العينة ترى أن المنصات الإلكترونية تعمل على توسيع نطاق السوق وزيادة المبيعات، وبالتالي تعزيز مساهمة التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي.
٥. توجد بنية تحتية إلكترونية متطورة تدعم نمو التجارة الإلكترونية في ليبيا (٤.٠٥، ٠.٨٩، ٨٠.٨٣٪): يشير هذا المتوسط المرتفع إلى موافقة العينة على أهمية البنية التحتية، وإن بدرجة أقل مقارنة بالبنود الأعلى ترتيباً، مما يعكس تفاوت الأهمية النسبية لبعض العناصر المرتبطة بالبنية التحتية.
٦. توافر الكوادر البشرية المدربة يرفع من فاعلية التجارة الإلكترونية (٣.٩٠، ٠.٨٢، ٧٧.٠٠٪): تدل النتائج على أن العينة تعترف بالدور الحيوي للكوادر البشرية المؤهلة والمدربة في تعزيز فاعلية التجارة الإلكترونية، باعتبارها عنصراً داعماً رئيسياً.
٧. التدريب المستمر للموظفين على استخدام التقنيات الحديثة يعزز مساهمة التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي (٣.٨٥، ٠.٧٦، ٧٦.٦٧٪): توضح النتائج أن التدريب المستمر يمثل آلية مهمة لرفع كفاءة الموظفين وتعزيز مساهمة التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي، وفق تقييم العينة.
٨. مستوى معرفة المستخدمين بالتجارة الإلكترونية يؤثر على زيادة معدل النمو الاقتصادي (٣.٧٨، ٠.٧٩، ٧٥.٦٠٪): تشير الدرجة إلى أن مستوى معرفة المستخدمين يعد عاملاً مؤثراً على فاعلية التجارة الإلكترونية وقدرتها على دعم النمو الاقتصادي، بحسب إدراك العينة.
٩. دعم ريادة الأعمال الرقمية يساهم في تعزيز دور التجارة الإلكترونية اقتصادياً (٣.٧٢، ٠.٨٤، ٧٤.٤٠٪): توضح النتائج أن العينة ترى أن دعم ريادة الأعمال الرقمية يساهم بشكل ملموس في تعزيز مساهمة التجارة الإلكترونية في الاقتصاد، رغم أن تأثيره أقل نسبياً من البنية التحتية والخدمات التقنية.
١٠. توافر الكوادر البشرية المدربة يرفع من فاعلية التجارة الإلكترونية (٣.٦٨، ٠.٨١، ٧٣.٦٠٪): تعكس الدرجة موافقة العينة على أن الكوادر البشرية المدربة عنصر مهم، مع الإشارة إلى أن الأثر النسبي لهذا البند أقل مقارنة بالبنود الأعلى ترتيباً.

١١. التجارة الإلكترونية تسهم في زيادة حجم المبيعات والأرباح للشركات المحلية (٣.٦٥، ٠.٨٣، ٠.٧٣.٠٠٪): تشير النتائج إلى إدراك العينة بأن التجارة الإلكترونية تمثل وسيلة فعالة لزيادة المبيعات والأرباح، وهو تأثير اقتصادي مباشر.

١٢. التجارة الإلكترونية تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة في السوق الليبي (٣.٦٠، ٠.٨٧، ٠.٧٢.٠٠٪): توضح الدرجة أن العينة تعترف بالدور الاجتماعي والاقتصادي للتجارة الإلكترونية في توليد فرص العمل، وإن كان التأثير أقل مقارنة بالبنية التحتية والخدمات التقنية.

١٣. التجارة الإلكترونية تقلل من التكاليف التشغيلية للشركات وتزيد من الكفاءة الاقتصادية (٣.٥٥، ٠.٨٥، ٠.٧١.٠٠٪): تشير النتائج إلى اعتراف العينة بأهمية التجارة الإلكترونية في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف، مع درجة موافقة مرتفعة.

١٤. التجارة الإلكترونية تساهم في تحسين تنافسية الاقتصاد الليبي محليًا ودوليًا (٣.٥٠، ٠.٨٨، ٠.٧٠.٠٠٪): توضح الدرجة أن العينة تدرك دور التجارة الإلكترونية في تعزيز القدرة التنافسية للاقتصاد، سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

١٥. وجود تشريعات واضحة لتنظيم التجارة الإلكترونية يسهم في زيادة مساهمتها بالنمو الاقتصادي (٣.٤٥، ٠.٨٠، ٠.٦٩.٠٠٪): تشير النتائج إلى موافقة العينة على أهمية التشريعات والتنظيم القانوني لدعم التجارة الإلكترونية، رغم أن تقييمه كان الأدنى بين البنود، مما قد يشير إلى الحاجة لتعزيز الإطار التشريعي.

أولاً: النتائج:

١. أظهرت نتائج الدراسة أن جميع عناصر التجارة الإلكترونية، بما في ذلك البنية التحتية، الكوادر البشرية، التدريب، التشريعات، والمنصات الرقمية، حظيت بدرجات موافقة مرتفعة تتراوح بين ٣.٤٥ و ٤.٤٨ على مقياس ليكرت الخماسي، مع وزن نسبي يتراوح بين ٦٩٪ و ٨٩.٦٧٪.
٢. تصدرت البنود المتعلقة ب البنية التحتية الإلكترونية، جودة الإنترنت وخدمات الاتصالات، وأنظمة الدفع الإلكتروني أعلى المتوسطات الحسابية والوزن النسبي، مما يشير إلى إدراك العينة بقوة تأثير هذه العناصر على فعالية التجارة الإلكترونية.
٣. البنود المرتبطة ب الكفاءات البشرية، التدريب المستمر، ومعرفة المستخدمين جاءت بمستوى موافقة مرتفع أيضاً، مما يعكس أهمية رأس المال البشري في تحقيق الفاعلية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية.
٤. البنود المتعلقة ب التشريعات، دعم ريادة الأعمال الرقمية، والتأثيرات الاقتصادية المباشرة حصلت على متوسطات مرتفعة ولكن أقل نسبياً، ما يشير إلى الاعتراف بأثرها الإيجابي، وإن بدرجة أقل مقارنة بالبنية التحتية والخدمات التقنية.

ثالثاً: التوصيات: استناداً إلى نتائج الدراسة، يمكن تقديم التوصيات التالية:

١. ضرورة تحسين جودة الإنترنت، شبكات الاتصالات، وتوسيع انتشار منصات الدفع الإلكتروني لضمان فاعلية التجارة الإلكترونية.
٢. تقديم برامج تدريبية مستمرة للموظفين وأصحاب المشاريع على استخدام الأدوات الرقمية والتقنيات الحديثة، ورفع مستوى معرفة المستهلكين بالتجارة الإلكترونية.
٣. صياغة قوانين واضحة لتنظيم التجارة الإلكترونية، حماية البيانات، وحماية حقوق المستهلكين والشركات لضمان بيئة استثمارية آمنة ومستقرة.
٤. توفير حوافز للشركات الناشئة الرقمية وتشجيع الابتكار، بما يساهم في تعزيز مساهمة التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي وخلق فرص عمل جديدة.
٥. تسليط الضوء على الأثر الاقتصادي للتجارة الإلكترونية:
٦. تشجيع الشركات والمؤسسات على استخدام التجارة الإلكترونية لتحسين الكفاءة التشغيلية وزيادة القدرة التنافسية في السوق المحلي والدولي.

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب:

١. حسن، علي عبد الله. (٢٠٢١). تاريخ وتطور التجارة الإلكترونية. المجلة العربية للتقنيات الرقمية، المجلد ٤، العدد ٢.
٢. الخالدي، سمير محمود. (٢٠١٧). التجارة الإلكترونية: مفاهيم وأساليب. دار الفكر العربي، عمان، الأردن.
٣. الخلافي، محمد سامي. (٢٠٠٥). خصائص التجارة الإلكترونية وأنواعها. مجلة الاقتصاد الرقمي، المجلد ٢.
٤. عبدة، فادي محمد. (٢٠٢٢). التحول الرقمي وأثره في تطوير الأعمال التجارية. دار المعرفة، القاهرة، مصر.
٥. العبيدي، رضا حسن. (٢٠١١). فوائد التجارة الإلكترونية على الشركات والمجتمع. مجلة إدارة الأعمال، المجلد ٥.
٦. القشي، ياسر سامي. (٢٠٠٣). التجارة الإلكترونية وإدارة الأعمال الحديثة. دار الجامعات، عمان، الأردن.
٧. النصر، مصطفى أحمد. (٢٠١٩). الاقتصاد الرقمي وتكنولوجيا المعلومات: تطبيقات عملية. دار النهضة العلمية، بيروت، لبنان.

ثانياً: الرسائل العلمية:

١. بدي، رامي يوسف. (٢٠٢٥). أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي: دراسة حالة الدول الأوروبية (٢٠١٣-٢٠٢٣). مجلة الاقتصاد الرقمي والتنمية المستدامة، المجلد ٧، العدد ١، ص. ٥٥-٧٨.

٢. بوبكر، علي صالح. (٢٠٢٤). أثر التجارة الإلكترونية على التنمية الاقتصادية في ليبيا: دور البنوك التجارية في تعزيز النمو الاقتصادي والتجاري. مجلة البحوث المصرفية والتنمية، المجلد ٥، العدد ٢، ص. ١٠١-١٢٥.
٣. ذهب، محمد علي. (٢٠٢٣). دور التجارة الإلكترونية في تعزيز التجارة العربية البينية. مجلة الدراسات الاقتصادية العربية، المجلد ١٢، العدد ٣، ص. ٤٥-٦٨.
٤. الطيبي، أحمد محمد. (٢٠٢١). واقع التجارة الإلكترونية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات العاملة بقطاعي الصناعة والاستثمار المدرجة في بورصة فلسطين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة فلسطين، فلسطين.

ثالثاً: المراجع الأجنبية:

1. Bakos, Yannis. (1997). Reducing buyer search costs: Implications for electronic marketplaces. *Management Science*, 43(12), 1676-1692.
2. Brynjolfsson, Erik, & Hitt, Lorin M. (2003). Computing productivity: Firm-level evidence. *Review of Economics and Statistics*, 85(4), 793-808.
3. Fang, Eric, Li, Wei, & Zhang, Jun. (2019). Digital innovation and SMEs growth. *Journal of Business Research*, 98, e1-e15.
4. Garicano, Luis, & Kaplan, Steven N. (2001). The impact of information technology on organizational structure. *Quarterly Journal of Economics*, 116(2), 463-485.
5. Liu, Xiaoming, Huang, Yifan, & Zhang, Wei. (2013). E-commerce and productivity growth. *International Journal of Information Management*, 33(2), 272-283.
6. Lucking-Reiley, David, & Spulber, Daniel F. (2001). Business-to-business electronic commerce. *Journal of Economic Perspectives*, 15(1), 55-68.
7. Lv, Jing. (2023). Big data analytics in e-commerce: Enhancing consumer experience. *Journal of Digital Commerce*, 12(3), 651-661.
8. Martínez-Galán, José, & Fontoura, Miguel. (2019). Digital transformation strategies for SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 175-196.
9. Meltzer, Joshua P. (2014). *The Internet, cross-border data flows, and international trade*. Brookings Institution.

10. Porter, Michael E. (2001). Strategy and the Internet. Harvard Business Review, 79(3), 62–78.
11. Raji, Hassan, Al-Khatib, Nabil, & Tan, Wei. (2024). AI-driven personalization in online marketplaces. International Journal of E-Business Research, 20(1), 66–77.
12. UNCTAD. (2017). Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development. United Nations Conference on Trade and Development.
13. UNCTAD. (2019). Digital Economy Report 2019. United Nations Conference on Trade and Development.
14. World Economic Forum. (2020). Digital Transformation Initiative: E-commerce and Industry 4.0. Geneva: WEF.