



الابتكار في التكنولوجيا المالية كآلية لترقية التجارة الإلكترونية  
*Innovation In Financial Technology As A Mechanism  
 For Promoting E-Commerce*

يحيوي عبد القادر

جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر  
 abd.yahyaoui@univ-  
 adrar.edu.dz

تاريخ النشر: 2022/04/22

مولودي عبد الغاني

جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر  
 mouloudiabdelghani@univ-  
 adrar.edu.dz

تاريخ القبول: 2022/02/21

هداجي عبد الجليل\*

جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر  
 aze2008r@univ-  
 adrar.edu.dz

تاريخ الإرسال: 2022/01/02

**ملخص:** نحاول من خلال هذه الدراسة البحث عن مدى مساهمة الابتكار في التكنولوجيا المالية في ترقية التجارة الإلكترونية و من أجل معالجة التساؤلات المطروحة حول مدى مساهمة الابتكار في التكنولوجيا المالية في ترقية التجارة الإلكترونية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام استمارة إلكترونية من أجل جمع البيانات من أفراد العينة التي بلغ عددها 400 مفردة من المتعاملين الإلكترونيين، وقد تم استخدام برنامج (SPSS) للتحليل الإحصائي بغرض تحليل البيانات، حيث تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة أثر ذا دلالة إحصائية للابتكار في التكنولوجيا المالية على ترقية التجارة الإلكترونية لدى المواطن الجزائري المتمثل في المتعاملين الإلكترونيين من المجتمع محل الدراسة عند مستوى معنوية 5%.

**الكلمات المفتاحية:** ابتكار؛ تكنولوجيا مالية؛ اقتصاد رقمي؛ تجارة إلكترونية؛ متعامل إلكتروني.

**Abstract :**

This study Through this study, we try to find out how innovation in financial technology contributes to the promotion of e-commerce and to address questions about the extent to which innovation in financial technology contributes to the promotion of e-commerce, and to achieve the objectives of the study an electronic form was adopted in order to collect data from the 400 individual sample members of electronic customers, and the SPSS program was used for statistical analysis for the purpose of data analysis, where a set of results was reached, the most important of which was the presence of the spss program for statistical analysis for the purpose of data analysis, where a set of results was reached, the most important of which was the presence of A statistically significant impact of innovation in financial technology on the promotion of e-commerce among Algerian citizens, represented by electronic customers from the society studied at a moral level of 5%.

**Key Words :** Innovation; Financial Technology; Digital Economy; E-Commerce; Electronic customers.

**JEL Classification :** L81, O32.

\*مرسل المقال : هدايجي عبد الجليل(aze2008r@univ-adrar.edu.dz)

**المقدمة**

في الزمن الذي أضحت فيه شبكة الانترنت تنتشر انتشارا واسعا في العالم، وفي ظل الأزمة الصحية العالمية لانتشار فيروس كورونا المستجد أضحي لزاما على المؤسسات إيجاد حلول لترويج منتجاتها ومحاولة الصمود و الاستمرار في السوق وأن تحول بينها و بين الإفلاس في محيط اقتصادي عالمي مغلق، ولعل ذلك ما ساهم في توجه



نحو الاقتصاد الرقمي والذي يعتمد على الابتكار في التكنولوجيا المالية وصناعة المعلومات، وتم تبني خطط مستقبلية لأسس التكنولوجيا المالية العالمية، مما فرض على جميع المؤسسات الاستعداد لمواجهة المنافسة المحلية والعالمية، وأدى هذا الاهتمام إلى توسع نطاق التجارة من التجارة التقليدية نحو التجارة الإلكترونية وشمولية نطاقها ليشمل عمليات البيع والشراء، مما فتح أبعاد إستراتيجية كبيرة أمام الشركات الصغيرة والمتوسطة.

**الإشكالية الرئيسية:** بفضل الابتكار في التكنولوجيا المالية والمعلوماتية دخل الاقتصاد العالمي في عصر الرقمنة أو ما يدعى بالاقتصاد الرقمي، والذي شمل جميع الأعوان الاقتصاديين ( الحكومة، المؤسسات، الأسر...) مما يسمح لجميع الأنشطة التجارية أن تجرى بصفة إلكترونية. من هذا المنظور تظهر لنا معالم الإشكالية التالية:

**ما مدى مساهمة الابتكار في التكنولوجيا المالية في ترقية التجارة الالكترونية من وجهة نظر المتعاملين الالكترونيين في إقليم ولاية أدرار الجزائرية؟**

**الأسئلة الفرعية:** لإجراء هذه الدراسة ومعالجة إشكالية ورقتنا البحثية تم طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما المقصود بالابتكار في التكنولوجيا المالية؟ و فيما تكمن أهميتها و متطلباتها؟
- ما المقصود بالتجارة الالكترونية؟ و ما مؤثراتها و أشكالها؟

**فرضية الدراسة:** لإثراء موضوع الدراسة ومن اجل الإجابة عن إشكالياتها تم صياغة الفرضية التالية:

- يوجد علاقة أثر ذا دلالة إحصائية للابتكار في التكنولوجيا المالية على ترقية التجارة الالكترونية لدى المتعاملين الالكترونيين عند مستوى معنوية 5%.

**أهداف الدراسة:** لدراسة الابتكار في التكنولوجيا المالية ومدى استحداث و ترقية التجارة الالكترونية أهداف يستفيد منها كل من الباحث بالدرجة الأولى و كذلك المواطن إضافة إلى الأطراف المرتبطة بهما المتمثلة فيما يلي:

- تمكنت مجموعة البحث من فهم العوامل أو المؤثرات الشخصية للابتكار في التكنولوجيا المالية ومدى ترقية التجارة الالكترونية.

- تمكن المواطن من فهم ما يتخذه يوميا من قرارات عقلانية تساهم في ترقية التجارة الالكترونية.

**أهمية الدراسة:** تعتبر دراسة الابتكار في التكنولوجيا المالية و ترقية التجارة الالكترونية من أهم المواضيع التي تتيح الفرصة للتعرف على العوامل التي تساهم في ترقية سلوك المواطن، وتدفعه لاتخاذ قرارات عقلانية تساهم في ترقية التجارة الالكترونية.

**حدود الدراسة:** يمكن توضيح مختلف حدود هذه الدراسة على النحو التالي:

- عينة الدراسة: اقتصرت الدراسة على عينة من المتعاملين الالكترونيين في إقليم ولاية أدرار (الجنوب الغربي للجزائر).

- المجال الزمني: أجريت الدراسة خلال الفترة الصيفية 2020/06/20 حتى تاريخ 2020/08/10.

- المجال المكاني: أجريت الدراسة إلكترونيا اقتصارا على إقليم ولاية أدرار الواقعة في الجنوب الغربي لدولة الجزائر.

- المجال الموضوعي: التركيز على معرفة مساهمة الابتكار في التكنولوجيا المالية في ترقية التجارة الالكترونية.



**المنهج المتبع:** تم الاعتماد على المنهج الوصفي حيث اعتمد على الكتب و البحوث و كذا الدراسات السابقة التي لها علاقة بالموضوع بغرض تكوين الإطار النظري للدراسة. أما بالنسبة للإطار الميداني التحليلي فقد تم الاعتماد على دراسة حالة باستخدام إستبانة إلكترونية لتحليل كافة البيانات و كذلك الطرق الإحصائية المناسبة لذلك.

الدراسات السابقة: لعل أبرزها ما يلي :

### التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها

حاولت الدراسة التعرف على أهم المؤشرات التي توضح واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية المعوقات التي تحد من تطويرها ، وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن التجارة الالكترونية في البلدان العربية في نمو مستمر وقد تطورت بنسب هائلة مقارنة ببدايات ظهور التجارة الالكترونية، لكنها ما تزال بعيدة عما وصلت إليه الدول المتقدمة من تحقيق للأرباح ومعدلات نمو مرتفعة، وهذا يرجع إلى توفيرها للعوامل المشجعة على تطور التجارة الالكترونية وأهمها عامل وسائل الدفع الالكتروني الحديثة، و التي تعتبر في نفس الوقت أهم عائق يحد من تطور وازدهار التجارة الالكترونية في البلدان العربية. (جميع، 2018، الصفحات 273-292)

### مستقبل الصناعة المصرفية الإسلامية في ظل تطورات التكنولوجيا المالية

هدفت الدراسة إلى تحديد فرص وتحديات الصناعة المصرفية الإسلامية في ظل تطور ابتكارات التكنولوجيا المالية، وانعكاساتها على مستقبل الخدمات المالية الإسلامية، انطلاقاً من تسليط الضوء على أحدث التطورات في القطاع، واستكشاف نماذج الأعمال والمنتجات والخدمات الخاصة بالتكنولوجيا المالية، وكذا الإضاءة على العلاقات المتداخلة بين شركات التكنولوجيا المالية والمصارف الإسلامية. حيث توصلت الدراسة إلى أن التكنولوجيا المالية تفتح آفاق جديدة لمستقبل الصناعة المصرفية الإسلامية، بحيث يمكن لتقنية البلوكتشين (block chain) على سبيل المثال، مساعدة المصارف الإسلامية في مزاولة عملياتها بطريقة أكثر أماناً، كما أن تطورات التكنولوجيا المالية تفرض على المصارف الإسلامية، خلق نوع من التوازن بين تجنب المخاطر والتوجه العالمي نحو ابتكارات التكنولوجيا (نور الدين، اسماء، و زهرة، 2020، صفحة 111)

### دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية

حاولت الدراسة إبراز و إعطاء نظرة عامة حول تداول النقود لالكترونية و التعامل في التجارة الإلكترونية حيث يلعب التطور التكنولوجي دورا حيويًا في حياة البشر وتمتد آثار هذا التطور إلى كافة قطاعات الحياة الاقتصادية والاجتماعية. ولقد أفرز التطور التكنولوجي في الآونة الأخيرة، وخاصة في نهاية القرن العشرين، العديد من الظواهر مثل التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وأخيرا النقود الالكترونية. وتعد النقود الالكترونية ( النقود الرقمية) من أبرز مظاهر التطور في وسائل الدفع الالكترونية، والتي تم اختراعها خصيصا لتسوية معاملات التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت. وتمثل النقود الالكترونية في أنها وحدات رقمية الكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى حساب شخص آخر، وتقوم النقود الالكترونية بالوظائف التي تقوم بها النقود



القانونية، الأمر الذي يرشحها لان تحل محل النقود. كما أنه لا يمكن اعتماد وتطوير التجارة الالكترونية إلا قي ظل استعمال وتطوير وسائل الدفع الالكترونية خاصة النقود الالكترونية.(بوعافية، 2014، صفحة 111).

### واقع التجارة الإلكترونية و الإمداد في الجزائر

جاءت الدراسة لتسليط الضوء على واقع التجارة الالكترونية والخدمات اللوجستية في الجزائر بهدف النهوض بقطاع التجارة الالكترونية في الجزائر، ولقد توصلت الدراسة إلى أن تأخر الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا تطبيق التجارة الالكترونية سببه الرئيسي هو فشل مشروع الجزائر الالكترونية وعدم وجود رؤى واضحة في هذا المجال، إضافة إلى عدم وجود تنسيق وتضافر الجهود ما بين الوزارات المعنية، وان سوقي البريد والنقل في الجزائر برغم من الإمكانيات والامتيازات التي يحظيان بها كأرضية للتجارة الالكترونية إلا إنهما يعنيان من وجود الفوضى التي تسببها السوق الموازية، لاسيما قطاع النقل الذي يفتقر إلى سلطة ضبط. ولقد أوصت هذه الدراسة إلى الإسراع في تنفيذ مشروع الجزائر الالكترونية والعمل على اقتحام جميع الوزارات في تنفيذ هذا المشروع وسن قانون مستقل خاص بالتجارة الإلكترونية وتشجيع المؤسسات على الاستثمار في مجال النقل والبريد والعمل على القضاء على السوق الموازية، وخلق سلطة ضبط خاصة بالنقل. (خالد و حمزة، 2017، الصفحات 208-226)

## I. الأدبيات النظرية حول الابتكار في التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية

### 1- مدخل إلى الابتكار في التكنولوجيا المالية

يتوجه الاقتصاد من اقتصاد تقليدي أكثر فأكثر نحو اقتصاد مبني على المعرفة وتعتبر تكنولوجيا المعلومات كأداة جديدة للاقتصاد، وبفضل تطورات قطاع الاتصالات والمعلومات دخل الاقتصاد في تسيره وإدارته عصر الرقمنة أو ما يسمى بالاقتصاد الرقمي والذي يشمل جميع الأعوان الاقتصاديين (الحكومة، المؤسسات، الأسرة . .).

### 1-1 مفهوم الابتكار في التكنولوجيا والاقتصاد الرقمي

لقد أثر تطور قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال على كل جوانب الحياة، لا سيما الجانب الاقتصادي وبرز ظاهرة الابتكار والرقمنة أدت إلى ظهور اقتصاد حديث ذا بعد ابتكاري تكنولوجي أو ما يدعى بالاقتصاد الرقمي.

أ- الابتكار في التكنولوجيا المالية: أشارت إليه كل من الباحثين عبد الرحيم وهيبه وأشواق بن قدور على أنه: الاعتماد على الابتكار والتحديث في أساليب ونوع الخدمات المالية التقليدية، وتسهيل إدارة العمليات المالية في المؤسسات والهيئات المالية، بالإضافة إلى إدارة الأموال للأشخاص واستخدام الهواتف الذكية في الخدمات المصرفية، والخدمات الاستثمارية عبر الهاتف، لتسهيل وصول هذه الخدمات للعملاء في أي وقت وفي أي مكان. (عبد الرحيم وهيبه، بن قدور وأشواق، . (2018)،، صفحة 13). وكذلك حسب استقراءهم لمفهوم الابتكار في التكنولوجيا المالية لمعهد البحوث الرقمية في العاصمة البولندية دبلن فإن التكنولوجيا المالية هي عبارة عن الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية، وتشمل هذه الاختراعات مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم في العمليات المالية للبنوك، والتي من ضمنها المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية مثل تحويل الأموال



وتبديل العملات وحسابات نسب الفائدة والأرباح، ومعرفة الأرباح المتوقعة للاستثمارات وغير ذلك من العمليات المصرفية. (عبد الرحيم وهيبة، بن قدور أشواق، . (2018)،، صفحة 14)

**ب- مفهوم الاقتصاد الرقمي:** يقصد بالاقتصاد الرقمي التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية والفورية والإتاحة لجميع المؤشرات المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما(النجار، (2004)،، صفحة 11)، ويرتكز الاقتصاد الرقمي على ركيزتين أساسيتين هما : التجارة الالكترونية وتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات، فصناعة المعلومات هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الالكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية، والتجارة الالكترونية هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات من خلال تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو المعلومات التقنية الشبيهة(الديب، (2001)،، صفحة 4). فقد أدت ثورة المعلومات والاتصالات إلى توفير أسس المعرفة لمكونات هذا الاقتصاد الجديد والذي يستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تشتمل على عدة عناصر منها: درجة الارتباط بشبكة المعلومات العالمية ( الانترنت ) ، توفر طرق المعلومات السريعة، الهواتف النقالة، خدمات التبادل الرقمي وهي الأسس التي أصبحت تحكم كافة مناحي الحياة وأسلوب الأعمال، وقد انعكس ذلك على التجارة الالكترونية عبر الانترنت وزيادة حجم الشركات التي تمارس أعمالها اعتماداً على هذه التقنيات، واستخدامها حكومياً وللاقتصاد الرقمي عدة تسميات كالتكنولوجيا الرقمية، الاقتصاد الالكتروني... الخ.

### 1-2 خصائص الابتكار في التكنولوجيا والرقمنة:

ما يميز الابتكار في التكنولوجيا والرقمنة هو نشر مجتمع المعلومات والمعرفة بناء الحكومة الالكترونية والتجارة الالكترونية والمصارف الالكترونية (المؤسسة العربية لتأمين الاستثمار، (2000)،، صفحة 12)، ويحتاج ذلك إلى مجتمع واعٍ والذي يعرف بمجتمع المتطور والمواكب للتكنولوجيا وإلى زيادة إعداد الحواسيب الالكترونية واستخدامها في المعاملات والوظائف وزيادة عدد المشتركين في الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) وتطوير استخدام البرمجيات الجاهزة وإدارة الموارد البشرية والأنشطة التعليمية والتدريبية، وفيه يلي أهم خصائص الاقتصاد الرقمي:

- سهولة الوصول إلى مصادر المعلومات.
- مرونة المنافسة وهيكل السوق في ظل الاقتصاد الرقمي.
- تسهيل آليات الاقتصاد الرقمي.

### 1-3 متطلبات تطبيق التكنولوجيا المالية في الرقمنة الاقتصادية

لتفعيل الابتكار في التكنولوجيا المالية في الرقمنة الاقتصادية لا بد من توفر متطلبات لذلك ويمكن إبرازها في العناصر الأساسية التالية (النجار، (2004)،، صفحة 21):

○ تنمية تكنولوجيا المعلومات الاقتصادية.



- تنمية و تطوير المنظومة المالية الابتكارية الرقمية في المؤسسات المالية.
- الابتكار الرقمي التكنولوجي العالمي والمعلومات الاستثمارية المتطورة.

## 2- ماهية التجارة الالكترونية وأساسياتها

### 1-2 مفهوم التجارة الالكترونية:

التجارة الالكترونية من بين المصطلحات الاقتصادية المدججة حيث أن إعطاء مفهوم لها يدفعنا للوقوف على مفهوم التجارة ثم الإلكترونية وصولاً إلى التجارة الإلكترونية.

التجارة: هي مصطلح يعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد في إطار نظم وقواعد متفق عليها.

الإلكترونية: هي مجال أداء النشاط المحدد في المقطع الأول أي التجارة ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية والتي تدخل كواحدة من أهم هذه الوسائط. (رضوان، (1999)، صفحة 13).

لقد تطور مفهوم التجارة الالكترونية مع تطور وسائل الاتصال الالكترونية، وازدادت تطورا مع ظهور شبكات الإتصال الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية هناك عدة تعريفات للتجارة الإلكترونية نذكر منها:

التجارة الالكترونية: هي تنفيذ البيع والشراء والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت، والشبكات التجارية الأخرى، سواء تعلق الأمر بالإعلان أو عقد الصفقة أو سداد المالية. وهي عبارة عن بنية أساسية تكنولوجية تحدف إلى ضغط سلسلة الوسطاء، استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب. (بلغرسة، (يومي 11/10 ماي 2004)، صفحة 241)

التجارة الالكترونية: هي عملية بيع وشراء السلع، من خلال الشبكات الإلكترونية المفتوحة كالانترنت. (العياش، (4 الى 7 أكتوبر، 1999)، صفحة 97)

التجارة الالكترونية: هي إجراء العمليات التجارية بمختلف أشكالها بين المتعاملين الاقتصاديين عن طريق تقنية الاتصال الحديثة المتمثلة في الانترنت بما يتضمنه الفعالية والسرعة في الأداء. (مسدور و رزيق، (2004)، صفحة 154). كما أنها مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة. (رمضان، (2001)، صفحة 12).

مفهوم شامل للتجارة الالكترونية: هي التجارة التي تتم بين المتعاملين فيما بينهم من خلال استخدام أجهزة إلكترونية مثل الإنترنت وغيرها أو الالكترونية الخاصة. والتي تشتمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات، هي تقديم خدمات الانترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الانترنت كقناة لتوزيع الخدمات وعن طريقها يتم شراء سلع عبر الشبكة، لكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني. فهي شكل متطور للتجارة تتميز باستخدام تكنولوجيات الاتصال والإعلام ( شبكات وسائل الالكترونية ..).



## 2-2 أشكال التجارة الإلكترونية

تأخذ التجارة الإلكترونية عدة أشكال قطاعية اختلف الباحثون والمفكرون في تحديدها وقد يعود هذا الاختلاف إلى اختلاف المتعاملين في التجارة الإلكترونية وأهم أشكالها:

أ- **التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال (Business to Business):** تشير إلى العمليات البيع والشراء التي تجري بين المنظمات ووحدات الأعمال عبر شبكة الانترنت أو عبر الشبكات الاتصال الأخرى، من خلال عمليات التحويل بالإضافة إلى التكنولوجيا الإلكترونية للمعلومات وإجراء الصفقات الإلكترونية وإجراء مختلف التحويلات المالية إلكترونياً، فتتيح التجارة الإلكترونية التحكم في عمليات التسويق وتفتح أسواق جديدة .

ب- **التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك (Business to Customer):** وذلك من خلال العروض المختلفة التي تقدمها و توفرها وحدات الأعمال للمستهلكين من ما يسمى بمراكز التسويق على الانترنت حيث تعرض كل أنواع السلع والخدمات ويتم أيضا الدفع من خلال الشبكة أما الاستلام فحسب طبيعة السلعة وصيغة الاتفاق.

ت- **التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية (Business to Administration):** بتوسع النشاط التجاري لوحدة الأعمال أصبحت لا تستطيع أن تغطي كل معاملاتها الإدارية في وقتها ولهذا فإنه جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية (الحكومية).

ث- **التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة المحلية (Administration to Customer):** هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير موسع وهو ينظم العديد من الأنشطة من بينها دفع الضرائب إلكترونياً و فواتير الكهرباء و غيرها من الإجراءات المحلية.

## 2-3 مجالات التجارة الإلكترونية:

تستخدم التجارة الإلكترونية في معظم القطاعات الخاصة والعامة المتنوعة، الكبيرة والصغيرة منها ويمكن حصر كل ذلك في القطاعات التالية:

- قطاع المنشآت الصغيرة: من خلال البيع بالتجزئة في تجارة الكتب والمجلات، ويتم الدفع بطريقة إلكترونية، أما الاستلام فيكون في مؤسسات النشر. (الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، (2004)، صفحة 6)
- قطاع المصارف والهيئات المالية: من خلال تقديم الخدمات المصرفية والمالية الإلكترونية والتي أدت إلى ظهور المصارف الإلكترونية، والأسواق الإلكترونية المالية، ومتابعة أسعار البورصة، والاستثمار عن بعد.
- قطاع الهندسة : من خلال الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه بالإضافة إلى الحكومة والقطاعات الأخرى.





## 2-4 مزايا وعيوب التجارة الالكترونية:

تطرح التجارة الالكترونية عدة مزايا وعيوب، وذلك على كل المستويات، سنحاول التطرق إلى مزايا التجارة الالكترونية بالإضافة إلى العيوب التي تفرزها من خلال الآتي:

أ- مزايا التجارة الالكترونية: للتجارة الالكترونية العديد من المزايا التي تدفع المتعاملين إلى اعتمادها و التي نورد من بينها (itouzet & B, (1999), p. 96):

- توفير الوقت والمجهود كونها تتيح لعشاق التسوق الاستمتاع بمواقع التسوق على الإنترنت.
- الدفع ببطاقات الائتمان حيث أن العديد من مواقع التسوق الإلكتروني توفر وسيلة دفع إلكترونية.
- الحرية المتوفرة كون أن عملية الشراء والبيع في المواقع الإلكترونية حرة وغير مقيدة.
- لن تحتاج لتعيين حراس أمان حيث أن الموقع التجاري الإلكتروني لن يتطلب ذلك.
- الوصول لعميلك بسهولة مع نمو التسويق الرقمي تكتشف العديد من الأدوات والطرق للوصول إلى عميلك المستهدف بسهولة وفي أي وقت، يمكن أن يظهر إعلان ما عن منتج بموقعك ويكون العميل بحاجة إليه في الوقت الحالي، فيقوم بطلبه وشراؤه.
- التجارة الالكترونية تعتبر أداة فعالة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة، تعتبر محورا أساسيا للتنمية والاقتصادية.

ب- عيوب التجارة الالكترونية: يجب أن تكون العناصر التي تريدها التجارة الإلكترونية في مختلف المستويات لها عيوب وانعكاسات هامة، يمكن الإشارة إليها من خلال التالية :

- مخاطر القرصنة فدخل القرصنة إلى مواقع الشركات سواء يتم تخريبها أو إصاق الفيروسات بهذه المواقع قد يشكل خطر على التعاملات الالكترونية، فضلا عن مخاطر السمعة.
- زيادة تكاليف المؤسسة من خلال عمليات الصيانة والتجديد وتكوين الإطارات المتخصصة.
- هدر الوقت والإصابة بالإدمان والذي يؤدي بدوره إلى فقدان علاقات اجتماعية جوهرية.
- المنافسة التي تواجهها المؤسسات حيث أضحت المؤسسة من خلال تواجدها على شبكة الانترنت العالمية معرضة للبدلاء والداخلون الجدد للسوق.
- النصب من أحد الأشخاص أو المواقع الأخرى، فقد يقوم شخص ما بالسيطرة على حساب المواقع الخاص بالمتعامل واختراقه ومعرفة جميع أرقام الحسابات والبطاقات الائتمانية وسرقتها.
- عدم القدرة على حماية خصوصية عملاء الموقع.



## II. الدراسة الميدانية والمجال التطبيقي للدراسة

### 1- الإسقاط المنهجي و إجراءات الدراسة:

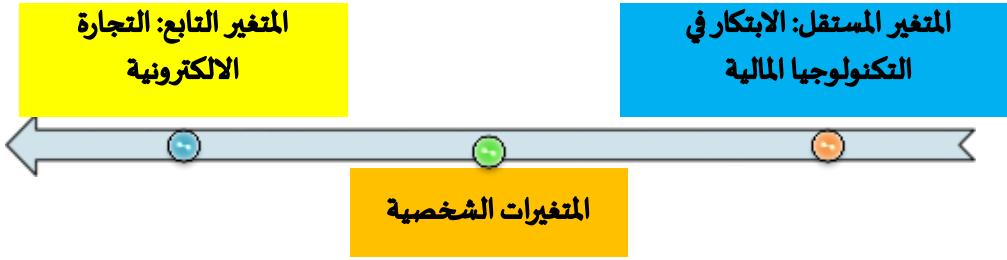
يندرج ضمن هذه النقطة النموذج الافتراضي للدراسة و الأساليب والطرائق التي تم اعتمادها في الدراسة التطبيقية لهذه الدراسة، وهي تتضمن مجتمع البحث و العينة المدروسة، وأداة الدراسة المستخدمة، وطرائق جمع البيانات والإجراءات اللازمة لذلك.

**1-1 مجتمع الدراسة :** "المتعاملين الالكترونيين في إقليم ولاية أدرار": ولاية أدرار هي ولاية حدودية تقع في الجنوب الغربي للجزائر. هي الولاية رقم 01 في تصنيف الولايات حسب التنظيم الإداري الجزائري. لها حدود مع كل من مالي وموريتانيا، والصحراء الغربية ويسود في الولاية المناخ الصحراوي، وحجم السكان فيها صغير نسبيا مقارنة بمساحتها حيث يبلغ 399714 نسمة.

**2-1 عينة الدراسة:** تمثلت عينة الدراسة في عدد المشاهدات التي تم استردادها إلكترونيا لمعاملتي ومستخدمي الالكترونيات خلال فترة الدراسة كون أنه تم الاقتصار على استبانة إلكترونية و التي بلغ عددها 400 مشاهدة .

**3-1 نموذج الدراسة:** في ضوء مراجعة الدراسات السابقة تم إعداد النموذج التالي لاعتماده في الدراسة.

الشكل رقم 01 : نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين

**4-1 تصميم أداة الدراسة:** من خلال طبيعة البيانات التي يراد جمعها، والمنهج المتبع في الدراسة والإمكانيات المادية المتاحة، وجدنا أن الأداة المناسبة لتحقيق أهداف الدراسة هي الإستبانة الالكترونية.

وعليه قمنا بتصميم استبانة الدراسة اعتمادا على الدراسات السابقة في نفس المجال. حيث شملت الإستبانة من ثلاث أجزاء: الجزء الأول يتعلق بالمتغيرات الشخصية و الخصائص الوظيفية لعينة الدراسة ( النوع أو الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الصفة التعاملية في التجارة الالكترونية ). أما الجزء الثاني فتمثل في محاور الإستبانة التي تضمنت محورين الأول منهما يعالج المتغير المستقل الابتكار في التكنولوجيا المالية ويتكون من (26) عبارة. أما المحو الثاني فيعالج المتغير التابع المتمثل في التجارة الالكترونية ويتكون من (12) عبارة حيث استخدم التقسيم الخماسي الليكاري في تحديد درجة الموافقة.

**5-1 أساليب المعالجة الإحصائية لاستبيان الدراسة:** بعد الاستقرار على رأي استخدام الاستبانة الإلكترونية، تم نشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي و البريد الإلكتروني لمدة تتراوح إلى 50 يوم وتم جمع ردود تفاعلية قدرت بـ



(400) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي. وقد تم اعتماد برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة والذي يرمز له اختصاراً بالرمز (SPSS)، حيث يحتوي البرنامج على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تندرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، المتوسطات و الانحرافات المعيارية... إلخ، وكذلك ضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معامل الارتباط، الانحدار... إلخ (فتيحة، 2020، صفحة 20). وسنعرض في ما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في هذه الدراسة.

• **المدى:** الفرق بين أكبر قيمة وأصغر قيمة في مجموعة القيم، ولتحديد طول خلايا مقياس ليكارت الخماسي المستخدم في الاستبيان تم حساب المدى بين أكبر وأصغر قيمة لدرجات مقياس ليكارت (5-1=4)، ثم تقسيمه على درجات المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (4/5=0.8)، وبعدها تضاف هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس والتي هي (1) وذلك من أجل تحديد الحد الأعلى للفتحة (1.8=1+0.8).

• **التكرارات و النسب المئوية:** اعتمدت التكرارات و النسب المئوية لمعرفة الخصائص الشخصية و الوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وكذا لتحديد استجابات أفراد العينة اتجاه عبارات محاور الإستبانة.

• **اختبار ألفا كرونباخ:** تم استخدامه لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.

• **معامل ارتباط سيرمان:** استعمل هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط متغيرات الدراسة.

• **معامل الانحدار الخطي:** استعمل هذا الاختبار للتنبؤ باستخدام الابتكار في التكنولوجيا المالية كآلية لترقية التجارة الالكترونية

**1-6** ثبات أداة الدراسة: يقصد بالثبات أنه في حالة إعادة توزيع هذا الاستبيان على عينة أخرى من نفس المجتمع و بنفس حجم العينة فإن النتائج ستكون مقاربة للنتائج المحصل عليها من العينة الأولى. معامل ألفا كرونباخ من أشهر مقاييس ثبات الاستبيان، وهو يعتمد على حساب الارتباط الداخلي بين إجابات الأسئلة وبحسب وفق المعادلة التالية (بلانت، 2007، صفحة 206) :

$$\alpha = \frac{K}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_{yi}^2}{\sigma_x^2} \right)$$

حيث:  $K$  عدد الأسئلة، و  $\sigma_{yi}^2$  الإنحراف المعياري لإجابات السؤال  $i$

أما  $\sigma_x^2$  تمثل الانحراف المعياري لكل الإجابات (الإجابات جميع الأسئلة).

من خلال إجراء خطوات الثبات على العينة بطريقة " ألفا - كرونباخ " لقياس ثبات الإستبانة تم احتساب معامل الثبات الكلي للإستبانة إضافة إلى الثبات حسب كل بعد و محور من الإستبانة .

**الجدول رقم 01 : معامل " ألفا - كرونباخ " للثبات بالنسبة لمحاور و أبعاد الإستبانة**

البيان	عدد الفقرات	معامل " ألفا - كرونباخ " للثبات
الثبات الكلي لمحور الابتكار في التكنولوجيا المالية	26	0.932
الثبات الكلي للمحور التجارة الالكترونية	12	0.965
الثبات الكلي للإستبانة	38	0.965

**المصدر:** من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج (SPSS \* 23) الموضحة في الملحق 01.



## 2- عرض و تحليل البيانات

سيتم التطرق إلى وصف متغيرات الشخصية، وعرض مستويات تواجد أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع في المجتمع المدروس، وصولاً إلى اختبار فرضيات الدراسة.

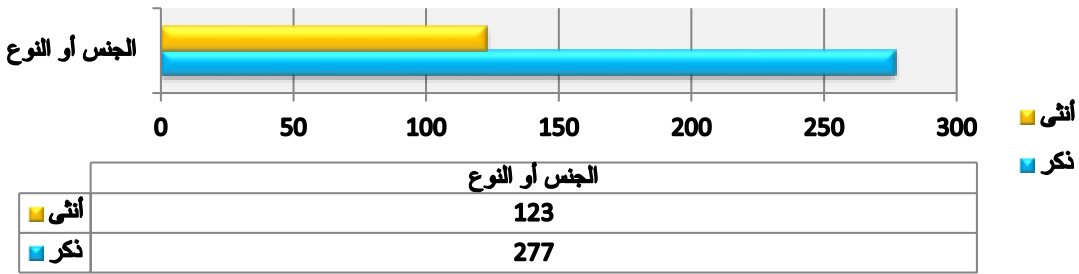
### 1-2 توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس أو النوع:

الجدول رقم 02 : توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس

العامل	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس أو النوع	ذكر	277	69.3 %
	أنثى	123	30.8 %
المجموع		400	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

### الشكل رقم 02: توزيع عينة الدراسة وفق متغير الجنس أو النوع



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يظهر لنا من خلال الجدول رقم (02) أن توزيع الذكور في العينة يبلغ (277) فرد بنسبة 69.3 % من المجموع الكلي للعينة، وهذا ما يشير إلى أن ما يزيد عن نصف أفراد الدراسة ذو جنس ذكري، بينما بلغ عدد الإناث (123) بنسبة 30.8 % من المجموع الكلي للعينة.

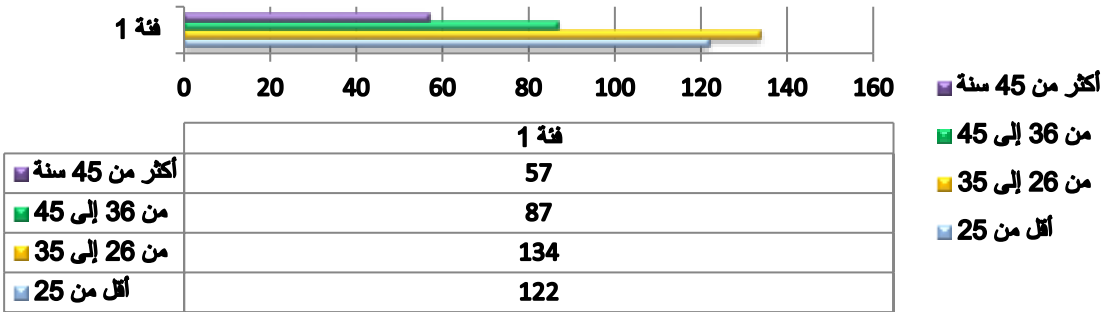
### 2-2 توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر:

الجدول رقم 03 : توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر

العامل	الفئة	العدد	النسبة المئوية
العمر	أقل من 25	122	30.5 %
	من 26 إلى 35	134	33.5 %
	من 36 إلى 45	87	21.8 %
	أكثر من 45 سنة	57	14.2 %
المجموع		400	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

## الشكل رقم 03 : توزيع عينة الدراسة وفق متغير العمر



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج (SPSS \* 23).

من خلال الجدول رقم (03) نجد أن الفئة العظمى من الأفراد هي للفئة من 26 إلى 35 سنة حيث بلغت (134) فرد بنسبة 33.5%، بينما نلاحظ أن (122) فرد أعمارهم من أقل من 25 سنة بنسبة 30.5%، أما فئة 36 إلى 45 سنة فبلغ عدد هم (87) فرد من إجمالي عينة الدراسة بنسبة 21.8%، لتحل أخيرا الفئة العمرية أكبر من 45 سنة حيث بلغت (57) فرد وهذا يعزى إلى استخدام الفئة الفتية لأحدث التكنولوجيا في تعاملاتهم اليومية.

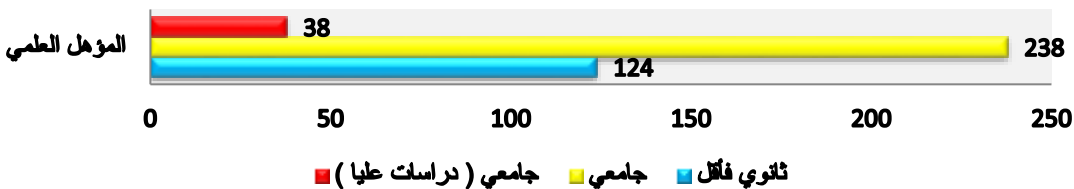
## 2-3 توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي:

## الجدول رقم 04: توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي:

العامل	الفئة	العدد	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	ثانوي فأقل	124	31 %
	جامعي	238	59.5 %
	جامعي (دراسات عليا)	38	9.5 %
المجموع		400	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج (SPSS \* 23).

## الشكل رقم 04 : توزيع عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي:



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج (SPSS \* 23).

يُظهر الجدول رقم (04) أن فئة الأفراد ذوي المؤهل الجامعي هم الفئة الغالبة بمقدار (238) فرد، ما يشكل نسبة 59.5% بينما تليها فئة الأفراد ذوي المؤهل ثانوي فأقل بـ (124) فرد وهو ما يشكل نسبة 30%. بينما



فئة الأفراد ذوي المؤهل الجامعي في الدراسات العليا بلغت (38) أفراد ما يشكل نسبة 9.5 % من إجمالي العينة المدروسة.

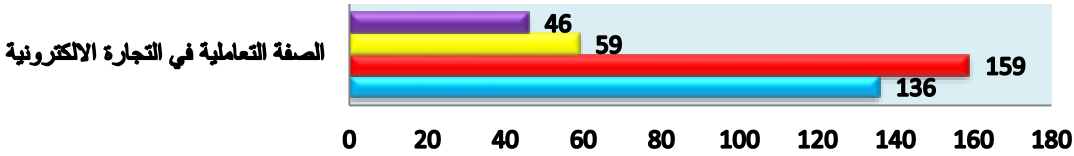
## 2-4 توزيع عينة الدراسة وفق متغير الصفة التعاملية في التجارة الالكترونية:

الجدول رقم 05: توزيع عينة الدراسة وفق متغير الصفة التعاملية في التجارة الالكترونية

العامل	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الصفة التعاملية في التجارة الالكترونية	مستهلك أو زبون	136	34 %
	تاجر حر	159	39.8 %
	مؤسسة تجارية	59	14.8 %
	مستثمر	46	11.5 %
المجموع		400	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

الشكل رقم 05 : توزيع عينة الدراسة وفق متغير الصفة التعاملية في التجارة الالكترونية



الصفة التعاملية في التجارة الالكترونية	
مستهلك أو زبون	136
تاجر حر	159
مؤسسة تجارية	59
مستثمر	46

مستهلك أو زبون ■ تاجر حر ■ مؤسسة تجارية ■ مستثمر

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ).

يتضح من الجدول رقم (05) أن (159) فرد من أفراد الدراسة ما يمثل نسبة 39.8% هم من فئة التجارة الحرة، بينما الزبائن والمستهلكين فقد بلغ عددهم (136) فرد، في حين أن (59) منهم عبارة عن مؤسسات تجارية حيث يمثلون ما نسبته 14.8 %، أما فئة المقاولين و المستثمرين فقد بلغت مقدار (46) مستثمر من إجمالي عينة الدراسة.

## 2-5 اختبار الفرضيات:

لاختبار الفرضيات تم إجراء التحليل الإحصائية التالية:



## الجدول رقم 06 : نتائج ارتباط سبيرمان لمتغيرات الدراسة

مستوى الدلالة (Sig)	درجة الارتباط (Corrélation)	الابتكار في التكنولوجيا المالية والتجارة الالكترونية
0.000	0.873	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ) الموضحة في الملحق 02.

## الجدول رقم 07 : نتائج تحليل الانحدار الخطي لأثر الابتكار في التكنولوجيا المالية على التجارة الالكترونية

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	0.859 <sup>a</sup>	0.738	0.738	0.56908

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ) الموضحة في الملحق 03.

## جدول رقم 08 : نتائج تحليل معادلة الانحدار الخطي لأثر الابتكار في التكنولوجيا المالية على تحسين الصورة

## الذهبية للمؤسسة (مؤسسة البريد و المواصلات)

اختبار (f)		اختبار (T)		معادلة الانحدار		المتغيرات
مستوى الدلالة	قيمة (f)	مستوى الدلالة	قيمة (T)	الخطأ المعياري	المعاملات (B)	
0.000	1123.160	0.000	-5.468	0.107	-0.584	الثابت ( باقي العوامل الأخرى )
		0.000	33.514	0.037	1.235	الابتكار في التكنولوجيا المالية

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على مخرجات برنامج ( SPSS \* 23 ) الموضحة في الملحق 03.

## 2-6 تحليل النتائج:

يتضح من الجداول رقم (06 - 07) ما يلي:

- تحليل معامل الارتباط بين الابتكار في التكنولوجيا المالية وبين التجارة الالكترونية قد بلغ 0.873 وهو ما يثبت مستوى العلاقة الارتباطية بعلاقة طردية موجبة قوية شبه تامة.
- تفسر معنوية الارتباط ( Sig = 0.000 > 0.05 ) بين الابتكار في التكنولوجيا المالية وبين التجارة الالكترونية وجود علاقة طردية موجبة قوية شبه تامة بينما.
- نجد أن معامل التحديد ( R-deux ) قد بلغ 0.738 و معامل التحديد المعدل ( R-deux ajusté ) قد بلغ 0.738 ، في حين أن الخطأ المعياري التقديري بلغ 0.56908 و تفسر قيمة معامل التحديد 73 % من تغير قيمة التجارة الالكترونية ( المتغير التابع ) يمكن أن يفسر العلاقة الخطية بين الابتكار في التكنولوجيا المالية و بين التجارة الالكترونية و النسبة المتبقية 27 % ترجع إلى عوامل أخرى تؤثر على التجارة الالكترونية.

يتضح من الجدول رقم (08) ما يلي:

- كلا من الثابت والمتغير المستقل لهما معنوية إحصائية، على اعتبار ان مستوى الدلالة لاختبار (t) اقل من 0,05 عند كلا منهما.



- نموذج الانحدار له معنوية إحصائية وصالح لتمثيل العلاقة بين متغيري الدراسة، على اعتبار ان مستوى الدلالة لاختبار (f) اقل من 0,05.
- قيمة معامل الانحدار بلغت 1,235 وهذا يعني ان التغير في الابتكار في التكنولوجيا المالية يؤدي الى التغير في التجارة الالكترونية بقيمة 1,235.
- معادلة نموذج انحدار التجارة الالكترونية على الابتكار في التكنولوجيا المالية تتمثل في الصيغة الآتية:
- التجارة الالكترونية =  $1.235 \times X$  الابتكار في التكنولوجيا المالية - 0.584
- على هذا الأساس إذن نرفض الفرضية الصفرية  $H_0$  ونقبل الفرضية البديلة  $H_1$  التي تفترض بأنه يوجد علاقة أثر ذا دلالة إحصائية للابتكار في التكنولوجيا المالية على التجارة الالكترونية لدى المواطن الجزائري المتمثل في مجتمع أدرار عند مستوى معنوية 5 %.

#### خاتمة:

في ظل التطور الذي يشهده العالم في مختلف الميادين و المجالات التي تسعى لتحقيق الرفاهية للمواطنين و تسهيل و تيسير معاملاته الخاصة به، تم اعتماد العديد من الابتكارات التكنولوجية المالية كبديل لاستخدام وإجراء تعاملاته التجارية التي لا يُستشعر بها في أقرب الآجال ضمن أسلوب جديد ممنهج، ومما سبق عرضه من معلومات وتفاصيل تتعلق بالتجارة الإلكترونية فإن ما تمكنت من تحقيقه من نجاح لم يتوقف أثره فقط على البائع أو المشتري أو كليهما، ولكنه امتد لأن يصبح الاقتصاد الدولي والعالمي بشكل عام في حال أفضل، لذلك أصبح الكثير من التجار أو المبتدئين بدلاً من إنشاء وتأسيس متجر والقيام بالدعاية والتسويق له وللمنتجات يتجهون إلى التجارة والبيع عن طريق الإنترنت. وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج أبرزها:

- مواكبة التطور وعصر الرقمنة من ضمن العوامل التي يجب أن يوليها البشر الاهتمام الأكبر في حياتهم اليومية.
- الابتكار في التكنولوجيا المالية يساهم في ترقية التجارة الالكترونية وانتشارها.
- ان تزامن الدراسة مع انتشار وباء كورونا ابرز حاجة البشر اكثر من أي وقت مضى الى الابتكار في التكنولوجيا بمختلف اشكالها، خاصة ما تعلق منها بالحاجات اليومية للإنسان، ولعل ابرزها الحاجيات المالية التي تعتبر المحرك الرئيسي لاي نشاط يقوم به الانسان.

**التوصيات:** من خلال ما تم التطرق إليه نوصي بما يلي:

- ضرورة إعداد منظومة تجارية إلكترونية واضحة المعالم و التوجيهات.
- إجراء توافق بين التكنولوجيا و آفاق التجارة.
- توحيد الأعمال التجارية و فتح و توسيع التجارة الإلكترونية.





## قائمة المراجع:

- الأمم المتحدة للتجارة والتنمية. (2004). تقرير التجارة الالكترونية . مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، تقرير التجارة الالكترونية لعام 2004. نيويورك: منشورات الأمم المتحدة.
- الديب، ه. (2001). توجهات إلى مستقبل التجارة الالكترونية ، دراسة عن تأثير التجارة الالكترونية على الملكية الفكرية والأمن الالكتروني. القاهرة: أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا.
- العياش، ن (4 ) . الى 7 أكتوبر، 1999. (التجارة الكترونيا : أداة للمقارنة في الأسواق العالمية. القدرة التنافسية للاقتصادات العربية في الأسواق العالمية .p.صفحة 97. (سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العمل: صندوق النقد العربي.
- المؤسسة العربية لتأمين الاستثمار. (2000). ظاهرة الاقتصاد الجديد في الولايات المتحدة الامركية. الكويت: سلسلة الخلاصة.
- النجار، ف.ر. (2004). الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي، الاسكندرية:مؤسسة شباب الجامعة.
- بلغرس، ع. يومي 11/10 ماي 2004. تحديات العولمة الاقتصادية وانعكاسها على الجباية في إطار التجارة الالكترونية. الملتقى الوطني حول السياسة الجباية للجزائر في الألفية الثالثة .p.صفحة 241. (البلدية: جامعة البلدية.
- بوعافية، ا. (2014). دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية . المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية.111
- رضوان، ر. (1999). عالم التجارة الإلكترونية. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- رمضان، م. (2001). الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية – دراسة مقارنة . القاهرة: دار النهضة العربية.
- عبد الرحيم وهيب، بن قدور أشواق. (2018). توجهات التكنولوجيا المالية على ضوء تجارب شركات ناجحة . مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية.13 ,
- فتيحة، م. ع. (2020). الابتكار في التكنولوجيا المالية كالية للرقمنة ومساهمتها في الحد من استخدام الورق والمحافظة على البيئة .مجلة الاقتصاد والبيئة Retrieved from 03, 20. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/124966>
- مسدور، ف&، .رزيق، ك. (2004). التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر. الملتقى الوطني حول السياسة الجبائية للجزائر في الألفية الثالثة .p.صفحة 154. (البلدية: جامعة البلدية.
- نور الدين، ك.، اسماء، ب&، .زهرة، س. (2020). مستقبل الصناعة المصرفية الإسلامية في ظل تطورات التكنولوجيا المالية .مجلة الدراسات المحاسبية والمالية المتقدمة. 111 ,
- Itouzet, & B, C. ((1999)). le commerce électronique. Paris: hermesscience.