

الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية

الواقع وإمكانيات التوسع في ظل ازمة كورونا

د. أحمد سعد أحمد مسعود

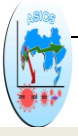
كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة الزيتونة

s.ahmad63@yahoo.com

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع الصيرفة الالكترونية في مصارف الليبية في مواجهة الازمات المصرفية في ظل ازمة كوفيد 19، وتمثلت مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما هو واقع الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية في ظل ازمة كوفيد19؟، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم الاعتماد على أداة الاستبانة في جمع البيانات الأولية، والتي تم اختيارها من خلال عينة عريضة، استخدم برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار الثاني والعشرين للوصول إلى نتائج الدراسة، وذلك من خلال عدة اختبارات قام بها الباحث، حيث تم التوصل إلى جملة من النتائج من أهمها يوجد إقبال من قبل العملاء على خدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19، كما ان المصرف المركزي يسعى إلى التوسع في تطبيق خدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19، وأوصت الدراسة ضرورة توفير البنية الأساسية للاتصالات لضمان نجاح العمل الالكتروني في القطاع المصرفي ككل.

الكلمات الدالة: المصارف التجارية، المصرفية الالكترونية، ازمة كورونا.



1. الاطار العام للدراسة:

1.1 المقدمة:

أصبح تأثير التكنولوجيا على حياتنا اليوم امراً حيوياً وبصورة لا يمكن الاستغناء عنها في أي حال من الأحوال، وبظهور الصيرفة الالكترونية زاد هذا التغيير من سرعة الحياة حولنا لتصبح أكثر ديناميكية عن قبل، حيث أصبحت التكنولوجيا جزء هام في حياتنا اليومية، وأصبحت تستخدم في كل المجالات اليومية سواء كانت التجارية أو الطبية أو التعليمية من أجل معالجة الازمات الإدارية والمصرفية والرقمي بمستوي الخدمات إلى أعلى المستويات من الجودة والدقة والسرعة. إن القطاع المصرفي مثله مثل القطاعات الأخرى يحاكي ويتناغم مع طبيعة العصر أيضاً من خلال الاستفادة من التكنولوجيا واستخدام التقنيات الرقمية في معالجة الازمات المصرفية وتسهيل كل الخدمات للعملاء وخصوصاً في ظل ظهور أزمة جديدته عالمية وهي أزمة كوفيد 19 لتضاف إلى الازمات المصرفية الموجودة أصلاً حيث أصبح هذا الوباء الفتاك المرعب يوتر بشكل غير مسبوق على كل القطاعات في العالم وقطاع الاعمال خاصة وسبب الكثير من الخسائر في المال والارواح وشل كل مظاهر الحياة في العالم وليبيا ليست استثناء عن بقية العالم.

2.1 مشكلة الدراسة:

إن التطورات السريعة التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتوسع في أدوات الصيرفة الإلكترونية لتسويق المنتجات المصرفية انعكس بدوره إيجاباً على تحسين نوعية وكمية الخدمات المصرفية، مما أدى كذلك إلى زيادة حدة المنافسة بين المصارف. غير أن القطاع المصرفي الليبي لا يزال يشهد بعض النمو البطي في هذا الخصوص، وما ترتب عليه عدم استخدام واسع للأدوات والقنوات الصيرفة الإلكترونية وخاصة في ظل أزمة هذا الفيروس القاتل كوفيد 19. لذا فان هذه الدراسة تسعى للإجابة عن الأسئلة التالية:

1- ما هو واقع الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية في ظل أزمة كوفيد19؟.

2- ماهي المعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية في ظل أزمة كوفيد19؟.

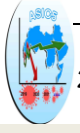
3.1 فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: يوجد اقبال من قبل العملاء على الخدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل أزمة كوفيد19.

الفرضية الثانية: تحد سياسات المصرف المركزي من التوسع في تطبيق خدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل أزمة كوفيد19.

الفرضية الثالثة: توجد معوقات تنظيمية تحول دون توسع الإدارة في استخدام الصيرفة الإلكترونية في ظل أزمة كوفيد19.





الفرضية الرابعة: يعتبر ارتفاع التكلفة المالية من معوقات التوسع في خدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف التجارية في ظل أزمة كوفيد 19.

4.1 أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة للتعرف على خدمات الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية في ظل أزمة كوفيد19، وكذلك معرفة الأسباب والمعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية في المصارف الليبية.

5.1 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تمكين القائمين على عمل الصيرفة الإلكترونية المصرفية (المصرف المركزي الليبي والمصارف التجارية الليبية)، من معرفة الأسباب والمعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية في المصارف الليبية خاصة في ظل أزمة كورونا حتى يتسنى لهم معالجتها، خاصة في الظروف التي تمر بها البلاد حالياً.

6.1 حدود الدراسة:

16.1 الحدود البشرية: تتمثل في موظفين المصارف التجارية داخل مدينة طرابلس.

2.6.1 الحدود المكانية: اقتصرت الحدود المكانية لهذه الدراسة في مدينة طرابلس وبالتحديد على (مصرف الصحاري - مصرف الجمهورية - مصرف الوحدة - مصرف شمال أفريقيا - مصرف الواحة) الذين يستخدمون خدمات الصيرفة الإلكترونية.

3.6.1 الحدود الزمنية: امتدت الحدود الزمنية في فترة اعداد الدراسة، سنة 2021 م.

7.1 مجتمع وعينة الدراسة:

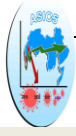
يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين داخل المصارف التجارية، اما بالنسبة للعينة تم اختيار عينة قصدية شملت 50 موظف في المصارف التجارية قيد الدراسة.

8.1 اداة الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة واثبات فرضيتها، تم استخدام الاستبيان الذي تم تصميمه لقياس محاور الدراسة وذلك على النحو المبين:

القسم الأول: يتضمن معلومات عامة تتعلق بخصائص أفراد عينة الدراسة الديموغرافية.

القسم الثاني: ويشتمل على أسئلة استبيان تقيس واقع الصيرفة الإلكترونية بالمصارف التجارية الليبية، في مدينة طرابلس.



9.1 مصطلحات الدراسة:

1.91 الصيرفة الإلكترونية: هي القيام بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة عن طريق استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، حيث أنه لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك إذ يمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من بنكه في أي مكان وفي أي زمان (محمد، 2002، ص9).

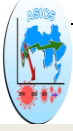
وعرفت أيضاً أنها قيام البنوك بتقديم الخدمات والأعمال المصرفية من خلال شبكات اتصال الكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء (بودي، 2011، ص7-8).

2.9.1 كوفيد19: فيروس فتاك ظهر بمدينة ووهان الصينية عام 2020 ينتقل بواسطه الهواء (منظمة الصحة العالمية 2020)

10.1 الدراسات السابقة:

1.10.1 دراسة الشمري، العبدلات، (2007)، بعنوان الصيرفة الاليكترونية في الأردن - الواقع وإمكانيات التوسع، هدفت الدراسة إلى معرفة الأسباب والمعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية (Electronic Banking) في الأردن، وتم جمع بيانات الدراسة العملية باستخدام الاستبانة، وتم الاستعانة في التحليل بواسطة الرزمة الإحصائية الجاهزة في العلوم الإنسانية الاجتماعية (SPSS)، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: القيام بحملة تسويقية تهدف إلى زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء بالقنوات الإلكترونية والخدمات التي تقدم من خلالها، كذلك لا بد من الاهتمام ومعرفة وتفهم المعوقات التي تحول دون توسع العملاء في الصيرفة الإلكترونية، وكذلك دراسة احتياجات العملاء الحالية والمستقبلية، قيام إدارات البنوك التجارية بتشجيع عملائها على استخدام أكثر للقنوات الإلكترونية، من خلال حصولهم على العديد من الخدمات المتاحة وغير المفعلة.

2.10.1 دراسة فاطنة، (2020)، بعنوان واقع تطبيق الصيرفة الالكترونية وآليات تفعيلها في البنوك الجزائرية، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة أهم مستلزمات ومتطلبات العمل المصرفي الإلكتروني وإبراز أهم آليات الصيرفة الإلكترونية المستخدمة في البنوك الجزائرية، وكذلك معرفة واقع تطبيق عمليات الصيرفة الإلكترونية في المنظومة البنكية الجزائرية، حيث على دراسة تحليلية لواقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أن البنوك الجزائرية تعاني من نقص الخدمات المصرفية الالكترونية بحيث ينحصر نطاق تعاملها على البطاقات الائتمانية، كذلك عدم توفر البنية التقنية الحديثة التي توفر تقنيات متطورة و شبكة اتصال كاملة تربط بين البنوك الجزائرية، وبالتالي عدم قدرة الجزائر على مسايرة التطورات الحديثة يؤثر على قدرة البنوك على الاستمرار في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها القطاع البنكي العربي والعالمي، ولكن رغم ذلك تسعى الدولة الجزائرية على استخدام وتطوير هذه التقنيات لعصرنة نشاطها المصرفي.



3.10.1 دراسة اسليم، (2020)، بعنوان اثر انشطة برامج التسويق الالكتروني البنكي على زيادة

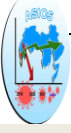
الودائع في بنك فلسطين في ظل ازمة كورونا، هدفت هذه الدراسة على تحديد اثر أنشطة برامج التسويق الالكتروني البنكي على زيادة الودائع في بنك فلسطين في ظل ازمة كورونا، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية، وقد تم جمع البيانات من خلال الاستبانة وتم تحليلها من خلال برنامج SPSS، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: وجود اثر ذو دلالة احصائية لإبعاد التسويقي البنكي الالكتروني (التوزيع البنكي الالكتروني، الخدمات البنكية الالكترونية، والترويج البنكي الالكتروني، في زيادة الودائع في بنك فلسطين في ظل ازمة كورونا)، بينما باقي الابعاد (التشغيل الالكتروني البنكي، سعر الخدمة البنكية الالكترونية، الدليل البنكي الالكتروني) غير مؤثرة إحصائياً، واوصت الدراسة ضرورة التركيز على العملاء ومعرفة الوسائل التي تعزز من الوصول إليهم وما يساعده على تحقيق متطلباتهم ورغباتهم، وتمكين إقبالهم على استخدام الطرق الالكترونية للانتفاع من خدمات البنك الالكترونية، والعمل على استحداث اليات جديدة للتسويق الالكتروني وزيادة مزاياها، واستخدام أحدث الوسائل التكنولوجية لممارسة العمل البنكي.

4.10.1 دراسة ذكر الله (2021)، بعنوان التحديات التي تواجه البنوك المركزية واستقلاليتها في

أعقاب ازمة كورونا، هدفت الدراسة بشكل عام إلى محاولة الوقوف علي مستقبل البنوك المركزية في أعقاب جائحة كورونا، وتم الاعتماد علي مناهج التالية: المنهج التاريخي: وهذا لأن البحث ناقش بالتحليل بعض تدخلات البنوك المركزية في أزمت سابقة، المنهج الاستقرائي: وذلك لمعرفة الجوانب المتعلقة بأهم نتائج تدخلات البنوك المركزية علي الواقع الاقتصادي. المنهج الوصفي: وذلك من خلال وصف الظاهرة محل البحث وهي التحديات التي تواجه البنوك المركزية عقب جائحة كورونا. المنهج الاستنباطي: وذلك من خلال استنباط بعض التوجهات المستقبلية للبنوك المركزية عقب الجائحة، وتوصلت الدراسة الى نتائج من أهمها: لا بد من التوسع الكبير في خلق النقود، والتوسع المحموم في المضاربة علي العملات، وأسواق المشتقات تهديداً ليس فقط للاقتصاد الحقيقي الذي استمر في التضائل لحساب الاقتصاد المالي، وإنما أيضاً للبنوك المركزية ومستهدفاتها واستقلاليتها، وهو الأمر الذي سيخفض إمكاناتها في السيطرة علي أسعار الصرف ومعدلات التضخم، وربما يؤدي إلى حروب العملات.

5.10.1 دراسة آلاء (2021)، بعنوان أثر تطبيق إجراءات الرقابة المالية الخارجية على جودة

إجراءات الرقابة الداخلية في المصارف العاملة في الاردن خلال فترة جائحة كورونا من وجهة العاملين، هدفت الدراسة إلى تقييم إجراءات الرقابة المالية في المصارف العاملة في الاردن خلال فترة جائحة كورونا من وجهة نظر العاملين في البنوك الاردنية، حيث توصلت الدراسة نتائج أهمها: يتم تطبيق إجراءات الرقابة المالية الكلية وكل من الاطار العام للرقابة والرقابة الخارجية والرقابة الداخلية بشكل جيد في المصارف العاملة في الاردنية خلال فترة جائحة كورونا، وكما زادت الرتبة الوظيفي للعاملين في المصارف الاردنية زاد تقييمهم الايجابي لإجراءات الرقابة المالية فيها خلال فترة جائحة كورونا، وان



إجراءات الرقابة الخارجية خلال فترة الجائحة واضحة لجميع العاملين في المصارف الاردنية باختلاف مؤهلاتهم العلمية، وقد يعود ذلك إلى كون إجراءات الرقابة الخارجية واضحة للجميع العاملين ويقوم على تنفيذها جهات خارج نطاق البنك، كما ان الخبرة الوظيفية وسنوات العمل ضمن قطاع المصارف دوراً في الرؤية الموضوعية للعاملين في البنوك لآليات تطبيق الرقابة المالية الداخلية منها والخارجية، ومن المنطقي ان زيادة سنوات الخبرة يترافق مع ترفق وظيفي وشغل مناصب ادارية اعلى وهذا يعني تحمل لمسؤوليات أكبر مما يجعلهم أقدر على تقييم ما يجري في فترات الأزمات الحرجة بشكل أوضح.

2. الاطار النظري للدراسة:

1.2 تطور الصيرفة الالكترونية في ليبيا:

1.1.2 الموزع الوطني:

أنشأت ليبيا نظاماً للموزع الوطني، وتدير هذا النظام شركة معاملات، وهي شركة شبه عامة أنشأها مصرف ليبيا المركزي ومملوكة للمصارف، ومن بين المصارف المُرخصة الثمانية عشر، جرى ربط معظم مصارف بهذا النظام من بينها جميع المصارف الحكومية، لقد حازت شركة معاملات للخدمات المالية ثقة المصرف الليبي المركزي وتم إسناد كل مهام إدارة وتشغيل نظام الموزع الوطني للشركة لما تتمتع به الشركة من إدارة متميزة وخبرات تقنية عالية، ومنذ شهر سبتمبر سنة 2009، تؤمن إدارة هذه الشركة الدعم الفني لعملائها من خلال كادرها وفريقها القوي من المهندسين مما ساهم ذلك في تحسين أداء عمل النظام بشكل كبير وبالتالي انعكس على حجم إقبال الناس على البطاقة، وازدادت ثقتهم في خدمات الدفع الإلكتروني المقدمة له، حيث يقدم الموزع الوطني الخدمات الالكترونية التالية:

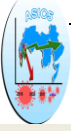
1. تمكين البطاقات الصادرة عن أي مصرف عضو بالموزع الوطني من العمل على الشبكة الوطنية وتمكين عملاء المصرف من السحب النقدي من الصرافات الآلية التابعة للمصارف التجارية الأخرى المشاركة بالموزع الوطني مما يساعد في تعدد الخيارات وتوفير شبكة صرافات أوسع لعملائك.
2. تمكين عملاء المصارف المشاركة بالموزع الوطني من استخدام شبكة نقاط البيع المنتشرة بالمحلات التجارية. مما يساعد في تحقيق الشمول المالي لأكثر شريحة من المجتمع.
3. تسوية مالية مركزية لكل المصارف الأعضاء بالموزع الوطني من خلال حسابات التسوية المركزية وخلال 24 ساعة.(شركة معاملات moamal.net)

2.1.2 الخدمات والأنشطة التجارية والمالية الالكترونية:

تتمثل الخدمات والأنشطة التجارية والمالية الالكترونية في التالي:

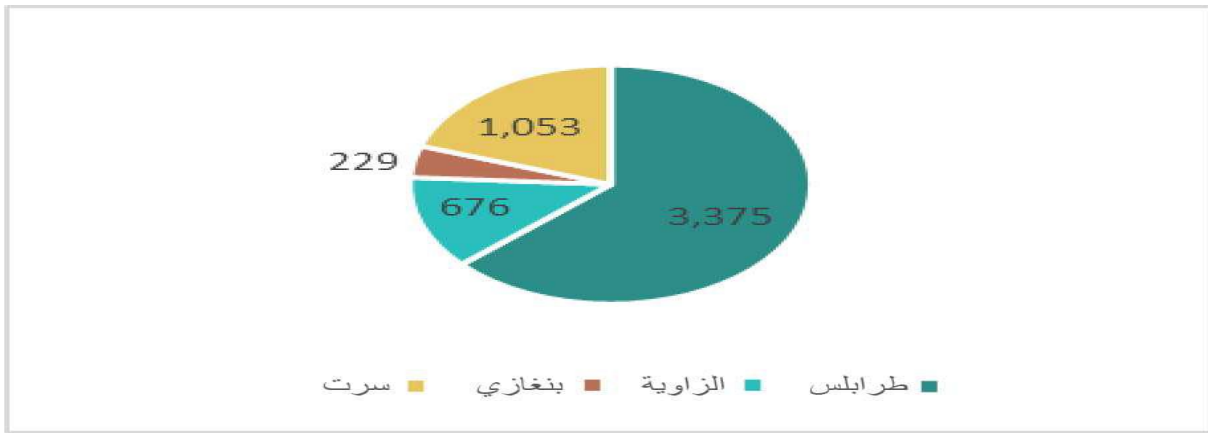
أولاً: البنية التحتية (نقاط البيع، ماكينات الصراف الآلي)

بطاقات الائتمان قليلة، لكن يشيع استخدام بطاقات الخصم. ورغم أن حاملي البطاقات يمثلون أقل من ربع السكان، فإن استخدامها ينمو بوتيرة سريعة، ونظراً لغياب ائتمان التجزئة شبه الكامل، فإن الغالبية العظمى من البطاقات هي بطاقات خصم مربوطة بحسابات مصرفية نقدية.



منظومة نقاط البيع في ليبيا كبيرة إلى حد ما لكنها دون المستوى الأمثل. يُقدَّر عدد وحدات نقاط البيع في ليبيا بأكثر من 11 ألفاً، أي أكثر مما هو موجود في تونس المجاورة، مع استخدام بطاقات أكثر تطوراً بكثير. ومن بين هذه الوحدات، هناك ما يزيد على 7000 وحدة تم ربطها بنظام المورِّع الوطني مما يُمكن أكثر من 500 ألف من حاملي بطاقات الخصم النشطة من إجراء المعاملات من خلال هذا النظام. وهذه الوحدات مُركَّزة جغرافياً بشكل كبير: أكثر من 63% من ماكينات نقاط البيع موجودة في منطقة طرابلس الكبرى؛ ويضم القطاع الشمالي الغربي، مع مدينة الزاوية المجاورة، حوالي 80% من مجموع أجهزة نقاط البيع. والشكل التالي يوضح التوزيع الجغرافي لنقاط البيع.

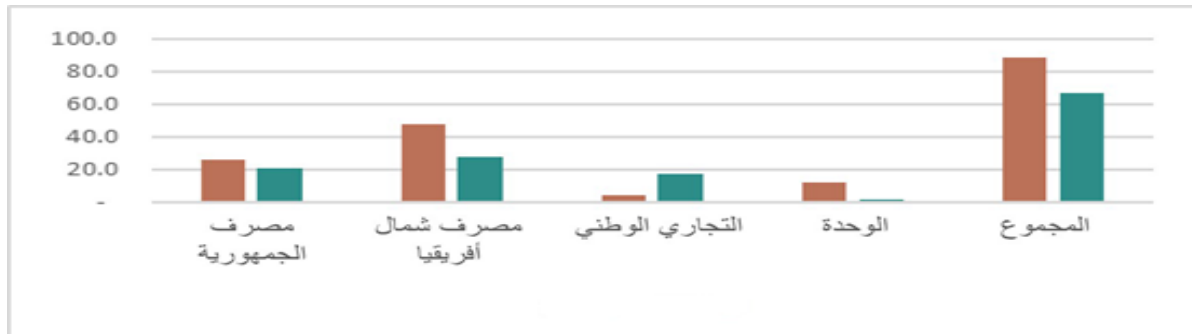
الشكل رقم (1) يوضح التوزيع الجغرافي لنقاط البيع



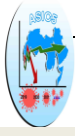
تقرير البنك الدولي فبراير 2020

انتشرت ماكينات الصراف الآلي بشكل كبير في المدن الليبية، لكن الإقبال عليها أخذ في التراجع. وتواجه ماكينات الصراف الآلي معوقات تتمثل في تدني قدرات الاتصال، بل وازداد الأمر سوءاً مع نقص السيولة، وهو ما يعزز بدوره توقُّف عمل هذه الماكينات وقلة صيانتها. وفي كثير من النواحي، بدأت بطاقات الخصم تحل محل الأموال النقدية. وقد انخفض حجم المبالغ النقدية في هذه الماكينات، والشكل التالي يوضح التوزيع النسبة المئوية للتغير في حجم النقدية بماكينات الصراف الآلي.

الشكل رقم (2) يوضح النسبة المئوية للتغير في حجم النقدية بماكينات الصراف الآلي



تقرير البنك الدولي فبراير 2020



تهيمن المصارف الكبيرة على شبكة ماكينات الصراف الآلي . ويسيطر مصرف الجمهورية وحده على

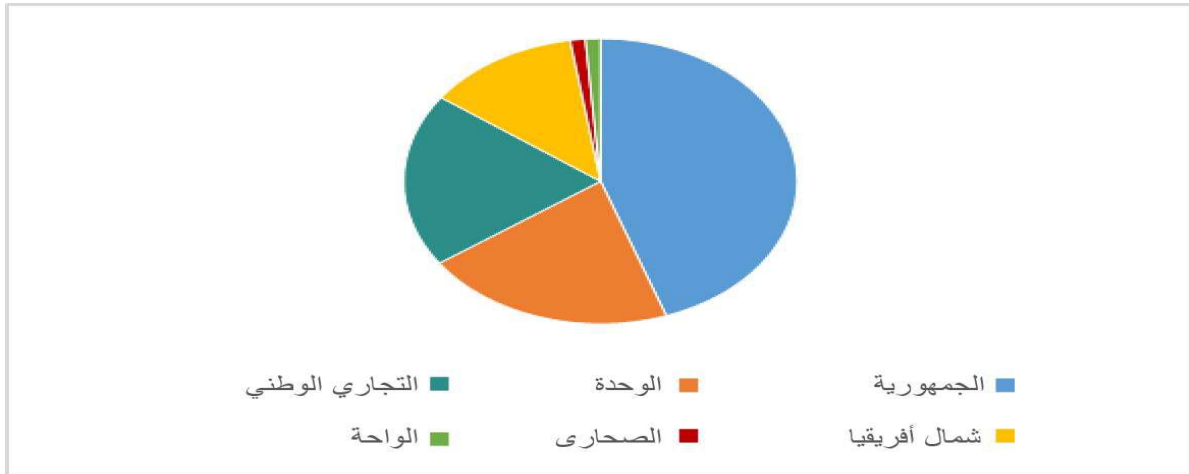
نحو نصف مجموع هذه الماكينات، أي 45 % ويميل توزيع هذه الماكينات بشكل غير متناسب نحو

طرابلس حيث توجد أكثر من ثلاثة آلاف ماكينة، وهي الأغلبية في هذه المنظومة. وتمثل شبابيك

الصرافين المنفذ الرئيسي للنقد في بقية أنحاء البلاد، الشكل التالي يوضح توزيع ماكينات الصراف الآلي

المربوطة بموَرع وطني.

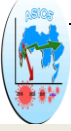
الشكل رقم (3) توزيع ماكينات الصراف الآلي المربوطة بموَرع وطني



تقرير البنك الدولي فبراير 2020

ثانياً: الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:

تُعد نسبة الليبيين، الذين يستخدمون هواتفهم المحمولة في الوصول إلى حساباتهم، منخفضة نسبياً. وحتى عام 2017، لم يكن هناك سوى 8% من الليبيين يستخدمون هواتفهم في الحصول على الخدمات المصرفية، وهي نسبة تقل عن المتوسط السائد في المنطقة وهو 12%. ويُعزى بطء وتيرة التحول إلى العقبات التنظيمية والمتعلقة بإصدار التراخيص. ويتعيّن على المصارف وشركات الاتصالات ومقدمي خدمات التكنولوجيا المالية الآخرين الحصول على ترخيص من مصرف ليبيا المركزي للعمل في مجال خدمات الدفع الإلكتروني في سياق لا تساير فيه اللوائح التنظيمية وتيرة التوسع في هذه الخدمات. وأصدر المصرف المركزي بعض اللوائح المتعلقة بالبطاقات والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والمدفوعات الإلكترونية، وذلك في شكل تعميمات من خلال إدارة المدفوعات والتسويات بالمصرف. ومع ذلك، لا يوجد قانون للمعاملات الإلكترونية، كما لا توجد أي لائحة تنظيمية توضّح كيف ستقوم شركات الاتصالات بتبادل المعلومات مع المصرف المركزي، أو ما إذا كان سيجب عليها ذلك أم لا. وفي الوقت الحالي، لا يراقب المصرف المركزي التحويلات عبر الهاتف التي تتم داخل المصارف، مما يثير المخاوف بشأن جهود مكافحة غسل الأموال.



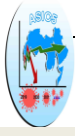
على الرغم من التحديات التي تواجه استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والمدفوعات الإلكترونية، حيث أصبح يتزايد بشكل سريع خاصة في ظل الجائحة. ويعد هذا التزايد حفزته أيضا أزمة السيولة حيث بدأت الأموال الافتراضية تحل محل النقدية. وكان اللاعب الأبرز في هذا المجال هو "وثبة"، وهي خدمة ذات حلقة مغلقة تتيح لعملاء مصرف التجارة والتنمية إرسال الأموال إلى بعضهم البعض من خلال استخدام تطبيق إلكتروني. ويزيد حجم معاملات هذه الخدمة عن 10 مليارات دينار ليبي، وهو أكبر بخمس مرات من حجم المعاملات التي تتم معالجتها من خلال نظام المؤرّع الوطني. وهناك خدمة أخرى مماثلة وهي "سداد" والتي توفر إمكانية التحويل الفوري بناءً على نظام المحفظة الإلكترونية المرتبطة برقم هاتف العميل. ومن السهل تشغيل هذه الخدمة، لكن عدم وجود قطاع مصرفي متكامل تكاملاً تاماً حال دون أن تصبح لاعباً رئيسياً. وبدأت أنظمة دفع الفواتير الإلكترونية تُستخدم في الشركات والمرافق التي تتمتع بقدر من الكفاءة يكفي لتحقيق الربط البيئي. وتقوم المصارف الأكثر تقدماً بتطوير خدمات المحافظ المتنقلة وأدوات لدفع الفواتير وغيرها من الحلول المالية.

تتوفر مقومات كثيرة لانتشار الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في ليبيا. فنسبة انتشار الهواتف المحمولة والذكية مرتفعة، لاسيما بين الشباب. كما تنتشر خطوط الاتصال بدرجة عالية للغاية نظراً لشدة تركّز السكان في عدد قليل من المدن الرئيسية على طول الساحل، وبالإضافة إلى ارتفاع نسبة مالكي الحسابات المصرفية في ليبيا، ترتفع كذلك نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بين الليبيين حيث تكون أعلى بكثير مقارنةً ببلدان المنطقة الأخرى. (تقرير البنك الدولي فبراير 2020).

ثالثاً: تداعيات جائحة كورونا على القطاع المصرفي الليبي.

في ديسمبر 2019م، وفي مدينة ووهان الصينية كشفت منظمة الصحة العالمية ان فيروسا جديدا من عائلة كورونا هو المسبب للحالات الالتهاب الرئوي المجهول، حيث كان في البداية الأمر وكأنه وباء يقتصر على الصين فقط، لكنّه سرعان ما تحول إلى وباء عالمي أدخل العالم في أزمة اقتصادية مازالت إلى يومنا هذا. ويعتبر فيروس كورونا أحد أسوأ الأوبئة العالمية التي عرفتها البشرية، بسبب ارتفاع معدل الوفيات وسهولة وسرعة انتشاره.

أن تأثير تفشي مرض فيروس كورونا لم يقتصر على الأرواح البشرية فقط، بل ان معظم الدول تكبدت خسائر فادحة في كل القطاعات الاقتصادية بسبب هذه الجائحة، فقد تسبب تفشي فيروس كورونا (كوفيد 19) في صعوبات اقتصادية واسعة النطاق بالنسبة للمستهلكين والأسر والمؤسسات، إذ أدت إجراءات الحجر الصحي وإغلاق المؤسسات، وقيود السفر إلى عرقلة الأعمال التجارية ومعاملات التجارة والتمويل والسيولة، وولّد هذا الوضع غير المتوقع، مشكلات وضغوط على العمل المالي والمصرفي، ويُمكن تبسيط أهم جهود استجابة القطاع المصرفي الليبي لحد من انتشار فيروس كورونا في التالي:



- 1- العمل على تعقيم مقرات المصارف وأجهزة الصراف الآلي بشكل دوري ومستمر.
 - 2- توفير الادوات الوقائية للعاملين بالمصارف والمتعاملين مباشرة مع العملاء.
 - 3- اتخاذ الاجراءات الوقائية عند التعامل مع الاوراق المالية والشيكات والعملات الورقية وأجهزة الصراف الآلي.
 - 4- العمل على تفعيل اجهزة الصراف الآلي وحث العملاء على استخدام الخدمات الالكترونية.
- بالرغم من هذه الاجراءات الا انه تعتبر ناقصة مقارنة بالدول العربية الأخرى.

رابعاً: بعض مؤشرات استخدام المصارف العاملة بليبيا للخدمات المصرفية الالكترونية من 2017 - 2021.

في هذه الجزئية تقدم الدراسة بعض الإحصائيات المتعلقة ببعض جوانب تطبيق الصيرفة الالكترونية في ليبيا والتي يمكن أن تعطي بعض المؤشرات عن انتشار واستخدام تلك الخدمات، حيث تظهر تلك الإحصائيات تزايد الاستخدام من عام لآخر في عدد من المجالات مما يفيد بوجود إقبال متزايد من قبل العملاء وخاصة في ظل أزمة كورونا.

1- البطاقات المصرفية المصدرة

جدول رقم (1) يبين البطاقات المصرفية المصدرة للمصارف التجارية الليبية من 2017 - 2021

المصرف	2017	2018	2019	2020	من 1-1-2021م الى 10-6-2021م
الجمهورية	139589	170136	169406	90184	109281
الوحدة	63876	68776	87359	48714	51199
شمال أفريقيا	62204	49558	46324	40050	29810
الصحاري	36842	20422	745	38	1
الواحة	4991	3450	6836	3515	3389

المصدر: شركة معاملات للخدمات المالية.

2- أجهزة نقاط البيع الموزعة:

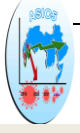
جدول رقم (2) يبين أجهزة نقاط البيع الموزعة للمصارف التجارية الليبية من 2016 - 2021

المصرف	2016	2017	من 1-1-2021م الى 10-6-2021م
الجمهورية	100	1300	400
الوحدة	25	75	0
شمال أفريقيا	70	700	170
الصحاري	0	0	0
الواحة	0	0	300

المصدر: شركة معاملات للخدمات المالية.

لتوضيح ان السنوات الماضية من 2018 إلى نهاية 2020 كان الوضع الأمني التي مرت علي البلاد تأثره على سير العمل للمؤسسة الخدمية.





3- الآلات السحب الآلي (ATM)

جدول رقم (3) يبين الآلات السحب الآلي (ATM) للمصارف التجارية الليبية من 2018 - 2021

المصرف	2018	2019	2020	من 1-1-2021 إلى 31-6-2021
الجمهورية	181	181	181	340
الوحدة	80	80	80	80
شمال افريقيا	49	49	49	19
الصحاري	0	0	1	1
الواحة	0	0	0	0

المصدر: شركة معاملات للخدمات المالية.

3. الإطار العملي للدراسة:

1.3 تحليل بيانات الدراسة واختبار الفرضيات

يتضمن هذا الجانب وصفا للإجراءات التي تمت في تقنين أدوات الدراسة وتطبيقها، وأخيراً المعالجات الإحصائية التي تمت في تحليل الدراسة بهدف الوصول للنتائج والتوصيات المستهدفة من هذه الدراسة.

2.3 مقياس الصدق والثبات للاستبيان:

1.2.3 صدق المحكمين:

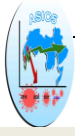
لقد تم الاعتماد في تقرير صدق الأداة على ما يعرف بالصدق الظاهري أو صدق المحكمين، حيث تم عرض الأداة في صورتها الأولية على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة طرابلس وجامعة الزيتونة، حيث قاموا بإبداء آراءهم ومقترحاتهم وملاحظاتهم حول صياغة بعض العبارات، وتم إجراء جميع التعديلات في ضوء آراءهم المقدمة وصياغتها في صورتها النهائية.

2.2.3 الثبات:

للتأكد من ثبات أسئلة الاستبيان ومدى مصداقية الأسئلة الموجهة لعينة الدراسة تم استخدام معادلة الفا كرونباخ، والجدول رقم (4) يوضح ثبات أو فقرات المقياس باستخدام معامل ألفا كرونباخ.

جدول رقم (4) يوضح قيمة معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبيان

ت	محاور الدراسة	مؤشر الثبات
1	اقبال العملاء	0.732
2	سياسات المصرف المركزي	0.843
3	معوقات تنظيمية	0.712
4	معوقات مالية	0.876



نلاحظ من الجدول رقم (4) أن جميع قيم معامل (ألفا كرونباخ) لمحاور البحث تتراوح بين (-0.712-0.876)، وتعتبر النسبة عالية وهي أكبر من (0.5) وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة من الثبات.

3.3 اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف - سمرنوف (1-Sample K-S))

يعرض اختبار كولمجروف - سمرنوف ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لان معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً، ويوضح الجدول رقم (5) نتائج الاختبار حيث أن قيمة مستوى الدلالة لكل قسم اكبر من 0.05 وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعلمية.

جدول رقم (5) يوضح اختبار التوزيع الطبيعي (1-Sample Kolmogorov-Smirnov)

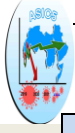
ت	الفقرة	عدد الفقرات	Z	قيمة مستوي دلالة
1	اقبال العملاء	7	0.227	0.000 ^c
2	سياسات المصرف المركزي	7	0.262	0.000 ^c
3	معوقات تنظيمية	5	0.228	0.000 ^c
4	معوقات مالية	3	0.289	0.000 ^c

4.3 مقاييس النزعة المركزية والتمثلة في (المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري):

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد تركيز الإجابات حول القيمة المتوسطة لمتغير الدراسة والأبعاد التابعة له، بالإضافة للمتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة، كذلك تحديد انحراف الإجابات عن القيمة المتوسطة لنفس المتغيرات، تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert)، حيث كانت إجابات الاستبيان (موافق بشدة 5 درجات، موافق 4 درجات، محايد 3 درجات، غير موافق درجتان، وغير موافق بشدة درجة واحدة فقط)، ولحساب طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي تم حساب المدى (4=1-5)، ثم تقسيمه على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي (5/4=0.80)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي الواحد الصحيح، وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية واستخراج المتوسط المرجح لكل إجابة من الإجابات المتحصل عليها من عينة الدراسة (جبريل، 2017، ص 28).

5.3 المتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة:

قام الباحث بإدخال البيانات التي تم الحصول عليها من خلال توزيع الاستبيان على عينة الدراسة في البرنامج الإحصائي SPSS لاستخراج التوزيع التكراري والنسب المئوية لبعض البيانات الشخصية لأفراد العينة والتمثلة في: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المصرف، ومن بين النتائج التي تم التوصل إليها فيما يتعلق بالتوزيع التكراري والنسبي لنوع العينة قيد الدراسة فهي كما هو مبين بالجدول التالي:



جدول رقم (6) يوضح المتغيرات الديمغرافية لعينة الدراسة

المتغير	البند	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	35	70%
	انثي	15	30%
	المجموع	50	100%
العمر	اقل من 30 سنة	12	24%
	من 30 الى اقل من 40 سنة	33	66%
	من 40 الى اقل من 50 سنة	5	1%
	المجموع	50	100%
المؤهل العلمي	دبلوم عالي	5	10%
	بكالوريوس	28	56%
	ماجستير	25	50%
	دكتوراه	3	6%
	المجموع	50	100%
المصرف	الجمهورية	10	20%
	شمال افريقيا	10	20%
	الصحاري	10	20%
	الواحة	10	20%
	المجموع	50	100%

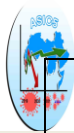
من خلال الجدول رقم (6) تبين ان عدد الذكور من عينة الدراسة (35) مشارك في حين كان عدد الاناث (15)، بلغ عدد المشاركين في الدراسة ممن تتراوح اعمارهم (من 30 الى اقل من 40 سنة) 33 مشارك وهو اعلى عدد من المشاركين من ناحية اخرى أقل عدد من المشاركين بالدراسة ممن كانت اعمارهم أقل من (من 40 الى اقل من 50 سنة). وكان عدد (28) من المشاركين بالدراسة الذين كانت مؤهلهم العلمي البكالوريوس، في حين (25) منهم متحصلين على شهادة الماجستير.

6.3 تحليل إجابات عينة الدراسة

للتحقق من إجابات المبحوثين ومعرفة آرائهم تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كذلك اختبار t، والجدول التالي يوضح إجابات عينة الدراسة:

جدول رقم (7) يوضح إجابات عينة الدراسة

المحاور	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار T-test		درجة الممارسة
				قيمة t	Sig	
اقبال العملاء	تقديم خدمة الصيرفة الالكترونية تساهم في زيادة رضا العميل وخاصة في ازمة كورونا.	4.0000	.81650	15.317	.000	مرتفعة
	يتزايد الاقبال على الصيرفة الالكترونية من العملاء وخاصة في ازمة كورونا.	3.5200	.71414	17.229	.000	مرتفعة
	تساعد الصيرفة الالكترونية في توسيع قاعدة المتعاملين في كافة الخدمات المقدمة.	3.7200	.79162	15.637	.000	مرتفعة
	تعمل الصيرفة الالكترونية على تخفيف الازدحام على المصرف.	3.5600	.91652	17.576	.000	مرتفعة
	هناك قلة وعي وعدم إدراك من العملاء بمفهوم الصيرفة الالكترونية.	3.5600	.91652	15.343	.000	مرتفعة
	تقديم خدمة الصيرفة الالكترونية تساهم في زيادة رضا العميل وخاصة في ازمة كورونا.	3.9200	.90921	20.224	.000	مرتفعة
	يتزايد الاقبال على الصيرفة الالكترونية من العملاء وخاصة في ازمة كورونا.	3.8800	.78102	19.358	.000	مرتفعة
	تبني سياسات تسمح بسرعة التداول للمدفوعات الالكترونية خاصة في وقت الازمات.	3.5200	1.08474	20.824	.000	مرتفعة
سياسات المصرف المركزي	وضع الضوابط والأسس والمعايير اللازمة لاطلاق وتشجيع التداول الإلكتروني ،	3.2800	1.06145	20.988	.000	متوسطة
	عدم وجود قوانين تشجع المصارف على تبني الصيرفة الإلكترونية.	3.2400	1.05198	20.338	.000	متوسطة
	عدم وجود تفضيل أو تمييز من قبل المصرف المركزي للمصارف التي تتوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية على غيرها.	3.1600	1.14310	16.977	.000	متوسطة
	عدم وجود تشريعات حكومية لتنظيم هذه الأعمال وحمايتها وضمان سريتها.	3.6800	1.02956	15.566	.000	مرتفعة
	انخفاض دور المصرف المركزي في زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء من خلال الجهود الترويجية (مثل: الندوات، النشرات وغيرها).	3.0400	1.39881	20.642	.000	متوسطة
	تشجيع التعامل بالنقود الإلكترونية وتوفير الأدوات التي تتيح ذلك التعامل،	3.8000	.64550	16.223	.000	مرتفعة
	وجود مقاومة للتغيير من قبل العاملين بالمصارف نتيجة التغير في أداء العمل والخوف من فقدان الوظيفة مثلاً.	3.2000	1.04083	19.777	.000	متوسطة
	عدم وجود عدد كافي من الموظفين للتعامل مع هذه التطبيقات.	3.5200	.87178	18.679	.000	مرتفعة
معوقات تنظيمية	عدم وجود قوانين تشجع المصارف على تبني الصيرفة الإلكترونية.	3.5200	1.12250	16.253	.000	مرتفعة
	عدم توفر بنية تكنولوجية تحتية خارجية.	3.2000	1.11803	17.320	.000	متوسطة
	عدم المعرفة بالتطورات التكنولوجية المصرفية الجديدة.	3.3200	.80208	16.027	.000	متوسطة



مرتفعة	دال احصائيا	.000	19.147	1.03602	3.3600	ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل ارتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها.	معلومات مالية
مرتفعة	دال احصائيا	.000	16.207	1.11355	3.3600	ارتفاع التكاليف الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارية متخصصة.	
مرتفعة	دال احصائيا	.000	18.123	.87178	3.5200	تخصيص المصرف مبلغ دوري لتجديد وتطوير الصيرفة الإلكترونية.	

من خلال مقاييس النزعة المركزية (المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري) واختبار T-test، لجميع محاور الدراسة تبين ان المتوسط المرجح كان مرتفع بنسبة (4.0000)، بانحراف معياري قدره (0.81650)، مما يعني ان يوجد اقبال من قبل العملاء للخدمات الصيرفة الالكترونية كان ايجابي في ظل ازمة كوفيد19، وفق لإجابات عينة الدراسة.

7.3 تحليل فرضيات الدراسة:

للتحقق من فرضيات الدراسة قام الباحث باختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج أفراد العينة، كما تم استخدام اختبار T لعينة الواحدة (one sample t – test) للدلالة الإحصائية عند مستوي معنوية (0.05).

الفرضية الاولى: يوجد إقبال من قبل العملاء على الخدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج أفراد العينة، كما تم استخدام (T) لدلالة الإحصائية عند مستوي معنوية (0.05) لفرض الأول، كما فالجدول رقم (9):

جدول رقم (8) يوضح نتائج اختبار T للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرضية الأولى

عدد الأفراد N	الوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري Std. Deviation	قيمة T	درجة الحرية Df	القيمة الاحتمالية Asymp. Sig	مستوي الدلالة Level
50	3.6138	0.58206	1.908	49	0.000	0.05

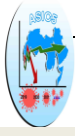
نلاحظ من الجدول رقم (8) أن قيمة الوسط الحسابي (3.6138)، كما بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.58206)، وأن قيمة (T) بلغت (1.908) وأن القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة أصغر من مستوي الدالة (0.05) هذا يعني وجود دلالة إحصائية، وبناءً على نتائج الجدول أعلاه فأنتنا نقبل الفرضية التي تنص على أن يوجد اقبال من قبل العملاء على الخدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.

الفرضية الثانية: تحد سياسات المصرف المركزي من التوسع في تطبيق خدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج أفراد العينة، كما تم استخدام (T) لدلالة الإحصائية عند مستوي معنوية (0.05) لفرض الأول، كما فالجدول رقم (9):

جدول رقم (9) يوضح نتائج اختبار T للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرضية الثانية

عدد الأفراد N	الوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري Std. Deviation	قيمة T	درجة الحرية Df	القيمة الاحتمالية Asymp. Sig	مستوي الدلالة Level
50	3.5494	0.63180	1.229	49	0.178	0.05



نلاحظ من الجدول رقم (9) أن قيمة الوسط الحسابي (3.5494)، كما بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.63180)، وأن قيمة (T) بلغت (1.229) وأن القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة أكبر من مستوي الدالة (0.05) هذا يعني لا يوجد دلالة إحصائية، وبناءً على نتائج الجدول أعلاه فأنا نرفض الفرضية التي تنص على إن تحد سياسات المصرف المركزي من التوسع في تطبيق خدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.

الفرضية الثالثة: توجد معوقات تنظيمية تحول دون توسع الإدارة في استخدام الصيرفة الإلكترونية في ظل ازمة كوفيد19.

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج أفراد العينة، كما تم استخدام (T) لدلالة الإحصائية عند مستوي معنوية (0.05) للفرض الأول، كما فالجدول رقم (10):

جدول رقم (10) يوضح نتائج اختبار T للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرضية الثالثة

عدد الأفراد N	الوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري Std. Deviation	قيمة T	درجة الحرية Df	القيمة الاحتمالية Asymp. Sig	مستوي الدلالة Level
50	3.6481	0.53576	2.407	49	0.000	0.05

نلاحظ من الجدول رقم (10) أن قيمة الوسط الحسابي (3.6138)، كما بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.58206)، وأن قيمة (T) بلغت (1.908) وأن القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة أصغر من مستوي الدالة (0.05) هذا يعني يوجد دلالة إحصائية، وبناءً على نتائج الجدول أعلاه فأنا نقبل الفرضية التي تنص على إن توجد معوقات تنظيمية تحول دون توسع الإدارة في استخدام الصيرفة الإلكترونية في ظل ازمة كوفيد19.

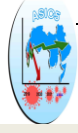
الفرضية الرابعة: يعتبر ارتفاع التكلفة المالية من معوقات التوسع في خدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية لنتائج أفراد العينة، كما تم استخدام (T) لدلالة الإحصائية عند مستوي معنوية (0.05) لفرض الأول، كما فالجدول رقم (11):

جدول رقم (11) يوضح نتائج اختبار T للتعرف على دلالة الفروق للإجابات على فقرات الفرضية الرابعة

عدد الأفراد N	الوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري Std. Deviation	قيمة T	درجة الحرية Df	القيمة الاحتمالية Asymp. Sig	مستوي الدلالة Level
50	3.6481	0.53576	2.407	49	0.000	0.05

نلاحظ من الجدول رقم (11) أن قيمة الوسط الحسابي (3.6138)، كما بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.58206)، وأن قيمة (T) بلغت (1.908) وأن القيمة الاحتمالية لها (0.000) وهذه القيمة أصغر من مستوي الدالة (0.05) هذا يعني يوجد دلالة إحصائية، وبناءً على نتائج الجدول أعلاه فأنا نقبل الفرضية التي تنص على إن يعتبر ارتفاع التكلفة المالية من معوقات التوسع في خدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.



4. النتائج والتوصيات:

1.4 النتائج:

من خلال التحليلات النظرية والعملية تم التوصل الى النتائج التالية:

- 1- ان استخدام الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية وزيادة المنافسة بينهم له اثر إيجابي علي رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من المصرف وهذا امر مرغوب فيه وهم من الناحية العملية.
- 2- اثبتت الدراسة أنه يوجد اقبال من قبل العملاء على الخدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.
- 3- اثبتت الدراسة ان المصرف المركزي يسعى إلى التوسع في تطبيق خدمات الصيرفة الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.
- 4- وجدت الدراسة ان ارتفاع التكلفة المالية من معوقات التوسع في خدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف التجارية في ظل ازمة كوفيد19.
- 5- وجدت الدراسة ان توجد معوقات تنظيمية تحول دون توسع الإدارة في استخدام الصيرفة الإلكترونية في ظل ازمة كوفيد19.

2.4 التوصيات:

من خلال النتائج الدراسة نوصي بالتالي:

1. يجب على المصارف القيام بنشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية، وبيان أهميتها ومزاياها؟، وإزالة المخاوف فيما بين الموظفين بخصوص تصورهم بان تطبيق هذه التكنولوجيا المتقدمة يترتب عليه الاستغناء عن خدماتهم.
2. توفير أحدث الأجهزة والبرمجيات المتقدمة المتاحة والتي لا بد من الحصول عليها للتوسع في الصيرفة الإلكترونية، وزيادة حجم الانتشار الصرافات الآلية وباقي القنوات الإلكترونية، مع تسهيل إجراءات استخدام تلك القنوات للحصول على الخدمات المختلفة.
3. لا بد من قيام المصارف بمواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية الحديثة من حيث إضافة قنوات جديدة أو تطوير قناة موجودة أصلاً، من خلال زيادة عدد الخدمات المقدمة بوساطة هذه القنوات.
4. عقد دورات تدريبية داخلية وخارجية بشكل دوري لكافة الموظفين ذوي العلاقة بهدف توعيتهم بأهمية التوسع في الصيرفة الإلكترونية، فضلاً عن إلمامهم بما هو مطبق حالياً لدى المصرف، وأيضاً توعيتهم بما هو جديد في مجال الصيرفة الإلكترونية، وذلك بهدف توفير كادر بشري مدرب ومؤهل خدماتها.
5. توفير البنية الأساسية للاتصالات لضمان نجاح العمل الالكتروني في القطاع المصرفي ككل.

5. المراجع:

1.5 الكتب:

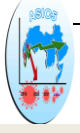
- 1- سعيد محمد، 2002، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية - الإسكندرية.
- 2- عبد القادر بودي، 2011، تكنولوجيا الانترنت كأداة لتمييز الخدمات المصرفية، الجزائر.

2.5 الدوريات:

- 1- اسليم، ندى عطية عطا الله ، 2020 ، أثر أنشطة برامج التسويق الإلكتروني البنكي على زيادة الودائع في بنك فلسطين في ظل أزمة كورونا، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية.
- 2- آلاء هاشم طرييه، 2021، أثر تطبيق إجراءات الرقابة المالية الخارجية على جودة إجراءات الرقابة الداخلية في المصارف العاملة في الاردن خلال فترة جائحة كورونا من وجهة العاملين" المجلة العربية للنشر العلمي، العدد السابع والعشرين، 2/ كانون الثاني/ 2021م، ISSN: 2663-5798
- 3- جبريل، وائل محمد (2017)، "واقع رأس المال البشري في المصرف التجاري الوطني من وجهة نظر الموظفين بالإدارة العامة في مدينة البيضاء"، ورقة علمية مقدمة بالمؤتمر الدولي الأول، بعنوان السياسات الاقتصادية ومستقبل التنمية المستدامة في ليبيا، الخمس، جامعة المرقب، كلية الاقتصاد والتجارة، خلال الفترة 11- 13 ديسمبر.
- 4- ذكر الله، احمد، 2021، التحديات التي تواجه البنوك المركزية واستقلالياتها في أعقاب أزمة كورونا. المعهد المصري للدراسات.
- 5- فاطنة، بوخاري، 2020، واقع تطبيق الصيرفة الالكترونية واليات تفعيلها في البنوك الجزائرية، دراسة حالة الجزائر (2002- 2017)، مجلة العلوم الادارية والمالية، المجلد 04، العدد: 02 (خاص)، ص130-153. DOI: 10.37644/1939-004-002-008
- 6- الطيب، محمد شرف الدين، المهل، عبدالعظيم سليمان، محمود، محمد حمد، 2016، تقويم تجربة تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية بواسطة المصارف التجارية العاملة في السودان باستخدام النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية. مجلة العلوم الاقتصادية، عمادة البحث العلمي، السودان العدد 17.

3.5 مصادر ومرجع الإنترنت

- 1- شركة معاملات للخدمات (moamal.net)
- 2- تقرير البنك الدولي، مراجعة القطاع المالي في ليبيا فبراير 2020.



Online Banking in Libyan Commercial Banks: Reality and Possibilities for Expansion in light of the Corona Pandemic

Dr. Ahmed Saad Massoud.

.Faculty of Economics and Political Science - Al-Zaytoonah University

s.ahmad63@yahoo.com

Abstract

This study aims to highlight the status of online banking in Libyan banks in the face of banking crises during the pandemic of Covid 19. The study discussed the effectiveness of online banking in Libyan commercial banks during the Covid 19 crisis. The study used the quantitative research approach where a questionnaire was used to generate the research primary data. Data was analysed using SPSS program. The researcher found that there is a demand by customers for online banking services in commercial banks in light of the Covid 19 crisis. In addition, the study found that the central bank encourages expanding in the application of online banking services in commercial banks during the Covid 19 pandemic. The study suggested the need to provide effective communications infrastructure to ensure the success in the application of online banking in the sector as a whole.

Keywords: commercial banks, online banking, Covid 19 crisis