Al-Farouk journal of sciences
Volume (2), Issue (4) (Spt, 2026)
ISSN: 3135-2359

مجلة الفاروق للعلوم
المجلد (2) العدد 4 سبتمبر 2026
ردمد: 3135-2359

الخدمات المصرفية الإلكترونية والتحول الرقمي في المصارف الليبية

دراسة في الواقع، المؤشرات الرقمية، جودة وكفاءة الأداء، التحديات وآفاق التطوير

د. سالمة الطيب خليفة

استاد مساعد قسم التمويل –كلية الاقتصاد– جامعة طرابلس– ليبيا

The Impact of Electronic Banking Services on Improving the Quality of Institutional Performance in Libyan Banks

Dr. Salma Al-Tayeb Khalifa Salem

Faculty of Economics, Planning Institute University of Tripoli – Tripoli – Libya

Saalma_altib@yahoo.com

تاريخ الاستلام:2026/9/16 تاريخ المراجعة 2026 /9/17 تاريخ القبول:2026/10/13- تاريخ النشر2026/11/16

Abstract

This study primarily aims to examine the impact of electronic banking services on improving the quality of institutional performance in Libyan commercial banks, in light of the increasing trend towards digital transformation and the development of financial services. Using a descriptive-analytical approach, a questionnaire was distributed to a sample of employees at the main branch of the Republic Bank. Thirty questionnaires were distributed to bank employees, based on economic theories and published scientific studies.

The study relied on the SPSS statistical software for data analysis and employed a set of appropriate descriptive statistical methods to achieve the study **objectives. These methods included:**

*Frequencies and percentages to describe the demographic characteristics of the study sample and analyze the responses of its members.

*Arithmetic means (means) to determine the respondents' attitudes towards the questionnaire items and measure their level of agreement.

*Standard deviations (standard deviations) to measure the dispersion of respondents' answers around the arithmetic mean.

*Cronbach's Alpha coefficient to verify the degree of internal consistency and reliability of the study instrument before conducting the statistical analysis. The

results of the analysis showed the following:

-A relatively high level of application of electronic banking services in Libyan commercial banks.
-A positive correlation between electronic banking services and institutional excellence.
-A positive impact of electronic banking services on enhancing operational efficiency.
-The contribution of electronic services to improving the quality of services provided to customers.
-Promoting digital transformation, which positively impacts institutional excellence indicators.

In light of these findings, the study recommends:

-Developing the digital infrastructure of commercial banks.
-Expanding the provision of modern electronic banking services.
-Enhancing information security and protecting customer data.
-Training employees in the use of digital technologies.
-Adopting global institutional excellence standards such as the EFQM model.

- Conduct periodic assessments of the level of electronic services and link them to institutional excellence indicators.

Keywords: Institutional Excellence – Digital Transformation – Banking Services – Customer Satisfaction

المقدمة:

يتناول هذا البحث موضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية في ليبيا ودورها في تحسين جودة وكفاءة الأداء المصرفي، ثم ينتقل إلى التحول الرقمي في المصارف الليبية من خلال مؤشرات الاستخدام الحديثة، والتحديات، وسبل قياس تكلفة التحول وعائده.. تشـــهد المؤســـســـات المالية في الســـنوات الأخيرة تطورًا متســـارعًا نتيجة الثورة الرقمية والتقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصـالات، الأمر الذي أدى إلى ظهور الخدمات المصـرفية الإلكترونية بوصـفها أحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها المصـارف لتحســين جودة خدماتها وتعزيز قدرتها التنافســية. ولم يعد دور الخدمات الإلكترونية يقتصــر على تســهيل إنجاز المعاملات المصرفية، بل أصبح وسيلة استراتيجية لتحقيق التميز المؤسسي من خلال تحسين كفاءة العمليات، ورفع مستوى رضا العملاء، وتقليل التكاليف التشغيلية، وتعزيز الابتكار المؤسسي. وفي ظل توجه المؤسسات المالية نحو تطبيق معايير التميز المؤسسي، أصبحت المصارف مطالبة بتطوير خدماتها الإلكترونية بما ينسجم مع متطلبات التحول الرقمي، وبما يحقق قيمة مضافة للعملاء ويعزز الأداء المؤسسي وسنحاول من خلال هذا البحث الاشارة إلى أن التحول الرقمي المصرفي في ليبيا يتجاوز مجرد التوسع في الأجهزة والقنوات الإلكترونية، ليصبح تحولًا في نموذج تقديم الخدمة وإدارة العمليات .وتكمن الأولوية في بناء قاعدة بيانات وطنية موحدة، وقياس الاستخدام والقيمة والتكلفة والعائد، وربط الاستثمار التقني بمؤشرات الكفاءة وجودة الخدمة، إلى جانب تعزيز الأمن السيبراني والتوعية المالية الرقمية والتكامل بين المصارف وشركات الدفع.

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في الحاجة إلى الانتقال من النظر إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية باعتبارها مجرد قنوات بديلة للخدمة التقليدية، إلى تقييمها باعتبارها جزءًا من التحول الرقمي المصرفي، وقياس أثر استخدامها في جودة الخدمة والكفاءة التشغيلية والربحية، مع التمييز بين حجم المعاملات الإلكترونية وبين تكلفة الاستثمار الفعلي في التحول الرقمي.

أهداف البحث

1- التعريف بالخدمات المصرفية الإلكترونية وأهم قنواتها في ليبيا.
2- عرض مؤشرات استخدام الخدمات والدفع الإلكتروني.
3- توضيح العلاقة بين الرقمنة وجودة وكفاءة الأداء المصرفي.
4- تحديد أهم المؤشرات الكمية المناسبة لقياس الكفاءة.
5- عرض أبرز التحديات التي تواجه التحول الرقمي المصرفي.
6- اقتراح إطار لقياس تكلفة التحول الرقمي والعائد منه.

أهمية البحث

تنبع أهمية البحث من تزايد استخدام القنوات المصرفية الرقمية في ليبيا، والحاجة إلى مؤشرات قابلة للقياس تساعد المصارف والجهات التنظيمية والباحثين على تقييم الانتقال من النمو في الاستخدام إلى تحسين الكفاءة وجودة الخدمة، مع بناء قاعدة بيانات أكثر انتظامًا.

فرضيات الدراسة

1-هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وكفاءة الأداء المصرفي؟

2- ما طبيعة العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وكفاءة الأداء المصرفي
3- ما مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين كفاءة العمليات المصرفية وجودة الخدمات المقدمة

منهجية البحث ومصادر البيانات

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي للبيانات المتحصل عليها من البيانات الصادرة عن تحاد البنوك العالمية والمؤشرات الرقمية الحديثة إلى بيان مصـرف ليبيا المركزي المؤرخ 3 مارس2026 ، للفترة من 1 يناير إلى 28 فبراير2026 ، كما ورد في مادة التحول الرقمي .ولا تُعد قيم المعاملات الإلكترونية الواردة في البيان إنفاقًا اســتثماريًا على التحول الرقمي. وكذلك البيانات التي تم الحصـــول عليها من الاســـتبيان الذي تم توزيعه على (50موظف) من موظفي المصـــارف التجارية في مدينة طرابلس ليبيا.

حدود البحث

يقتصر البحث على الخدمات المصرفية الإلكترونية والتحول الرقمي في المصارف الليبية، مع التركيز على مؤشرات ATM و POSوالبطاقات والتطبيقات المصرفية والدفع الفوري والمحافظ الإلكترونية، إضافة إلى مؤشرات الكفاءة والتحديات والتوصيات.

الفصل الأول :الخدمات المصرفية الإلكترونية في ليبيا ودورها في تحسين جودة وكفاءة الأداء المصرفي

ما المقصود بالخدمات المصرفية الإلكترونية؟

- هي الخدمات المصرفية التي يتم تقديمها باستخدام التقنيات الحديثة دون الحاجة إلى زيارة فروع المصرف، مثل:
- الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- الإنترنت المصرفي.
- البطاقات الإلكترونية.
- نقاط البيع.
- المحافظ الإلكترونية.
- الدفع والتحويل الإلكتروني.
- أجهزة الصراف الآلي.ATM
- نقاط البيع POS والدفع بالبطاقات.
- المصرفية عبر الهاتف المحمول والتطبيقات.
- التحويلات والمدفوعات الإلكترونية.
- لماذا تتجه المصارف إلى الخدمات الإلكترونية؟
- تسريع إنجاز المعاملات.
- تقليل التكلفة التشغيلية.
- تحسين تجربة العميل.
- زيادة القدرة التنافسية.
- توفير خدمات على مدار الساعة.
- دعم الشفافية والرقابة.

مفهوم جودة الأداء المؤسسي في المصارف

- تعني قدرة المصرف على تحقيق أهدافه بكفاءة من خلال:
- جودة الخدمات المقدمة.
- سرعة الاستجابة للعملاء.
- كفاءة الموظفين والعمليات.
- الاستخدام الأمثل للموارد.

العلاقة بين الخدمات الإلكترونية والأداء المؤسسي

- الخدمات المالية الإلكترونية ⬇
- سهولة الوصول للخدمة
- سرعة إنجاز المعاملات
- تقليل الأخطاء والتكاليف
- تحسين رضا العملاء⬇
- رفع جودة الأداء المؤسسي

أثر الخدمات الإلكترونية على المصارف الليبية

- **جوانب إيجابية:**
- تحسين مستوى الخدمات المصرفية.
- زيادة استخدام الدفع الإلكتروني.
- تقليل الضغط على الفروع.
- تطوير العلاقة مع العملاء.
- **تحديات:**
- ضعف البنية التحتية التقنية.
- مخاطر الأمن السيبراني.
- الحاجة إلى تدريب الموظفين.
- محدودية الثقافة الرقمية.

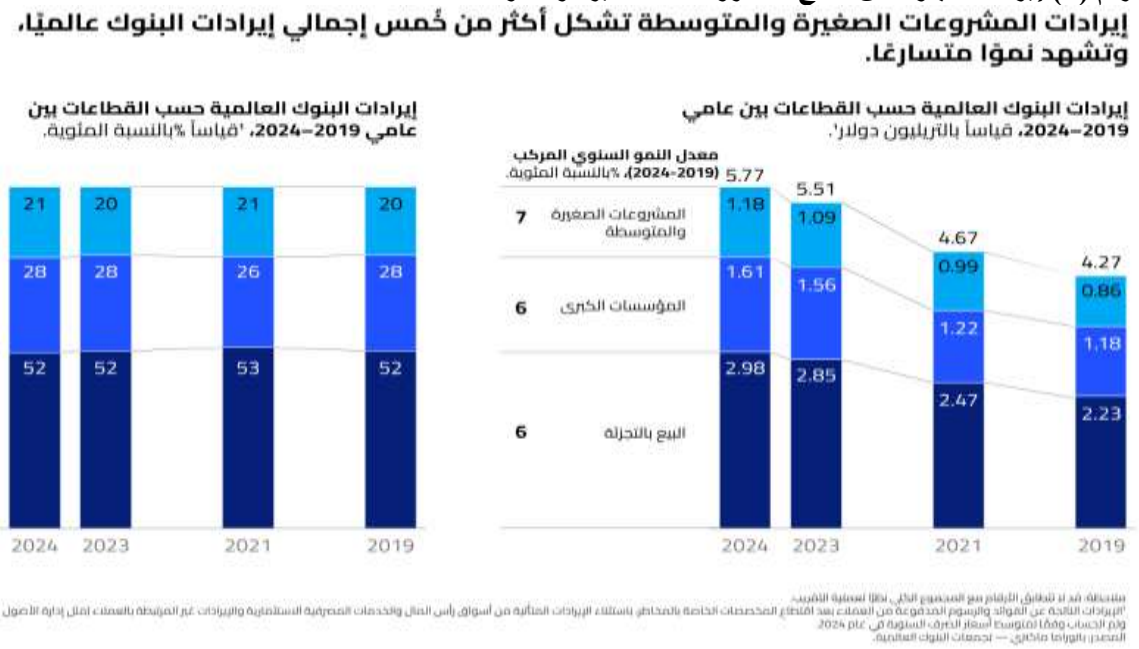
الأمن السيبراني والثقة الإلكترونية

- نجاح الخدمات المالية الإلكترونية يعتمد على:
- حماية بيانات العملاء.
- أنظمة الحماية الإلكترونية.
- التوعية بمخاطر الاحتيال الإلكتروني.
- تعزيز ثقة المستخدمين.

دور الموظفين في التحول الرقمي

- اكتساب المهارات التقنية.
- سرعة التعامل مع الأنظمة الحديثة.
- تقديم الدعم للعملاء.
- نشر ثقافة الابتكار داخل المصرف.

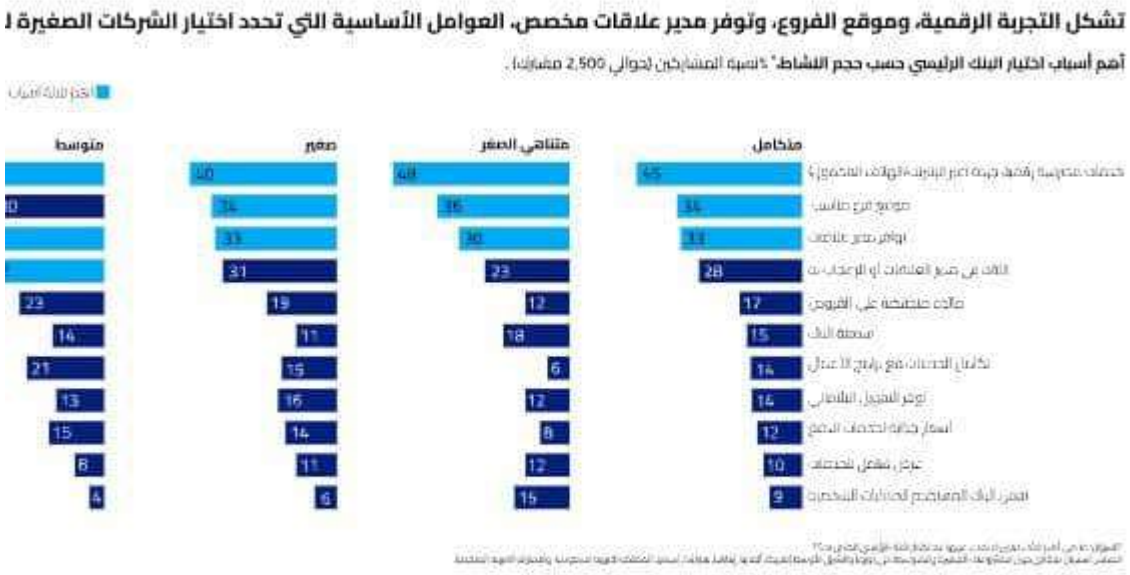
شكل رقم (1) إيرادات البنوك من قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة



المصدر: منشورات اتحاد البنوك العالمية2026

يوضح الشكل رقم (1) مقارنة توزيع إيرادات البنوك بين ثلاثة قطاعات: البيع بالتجزئة ((Retail Bankingيمثل حوالي 52–53% من إجمالي الإيرادات، وهو أكبر مصـدر للدخل. المؤسـسـات الكبرى ((Corporate Banking يمثل حوالي 26–28%. المشـروعات الصـغيرة والمتوسـطة (SMEsتمثل حوالي 20–21% من إجمالي الإيرادات. يبين الإيرادات الفعلية بالتريليون دولار. ارتفعت إيرادات المشروعات الصغيرة والمتوسطة من 0.86 تريليون دولار عام 2019 إلى 1.18 تريليون دولار عام 2024. كما حقق القطاع أعلى معدل نمو سنوي مركب بلغ 7% تقريبًا مقارنة ببقية القطاعات. أصبحت المشروعات الصغيرة والمتوسطة من أسرع القطاعات نموًا وربحية بالنسبة للبنوك، ولذلك تتجه البنوك إلى تطوير خدمات رقمية متخصصة لها.

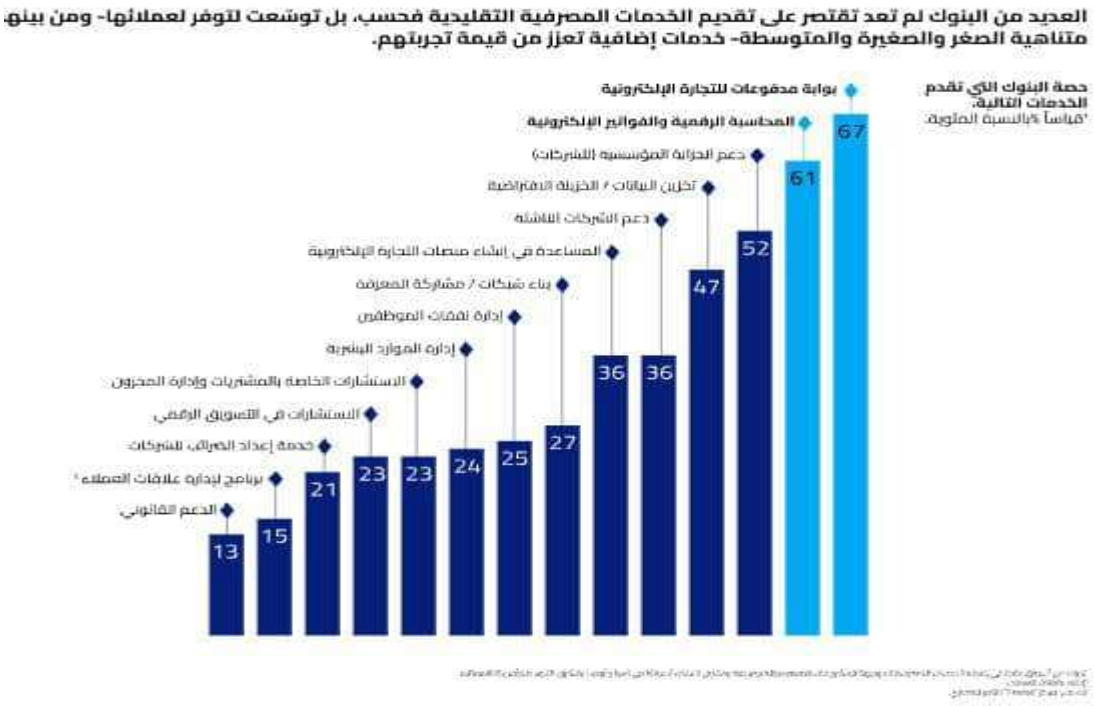
شكل رقم (2) الخدمات غير التقليدية التي تقدمها البنوك للمشروعات الصغيرة والمتوسطة



المصدر: منشورات اتحاد البنوك العالمية 2026

يوضـح الشـكل رقم (2) أن البنوك لم تعد تقتصـر على تقديم التمويل، بل أصـبحت تقدم خدمات إلكترونية ورقمية متنوعة لدعم الشـركات. من أكثر الخدمات انتشـارًا بوابات الدفع الإلكتروني للتجارة الإلكترونية (67%).المحاسـبة الرقمية والفواتير الإلكترونية (61%).دعم الخزانة المؤسـسـية للشـركات (52%).تخزين البيانات والخدمات السـحابية (47%).دعم الشـركات الناشـئة (36%).المسـاعدة في إنشـاء متاجر إلكترونية (36%).أما الخدمات الأقل انتشـارًا فهي: الدعم القانوني (13%).برامج إدارة علاقات العملاء (15%).خدمات إعداد الرواتب (21%).

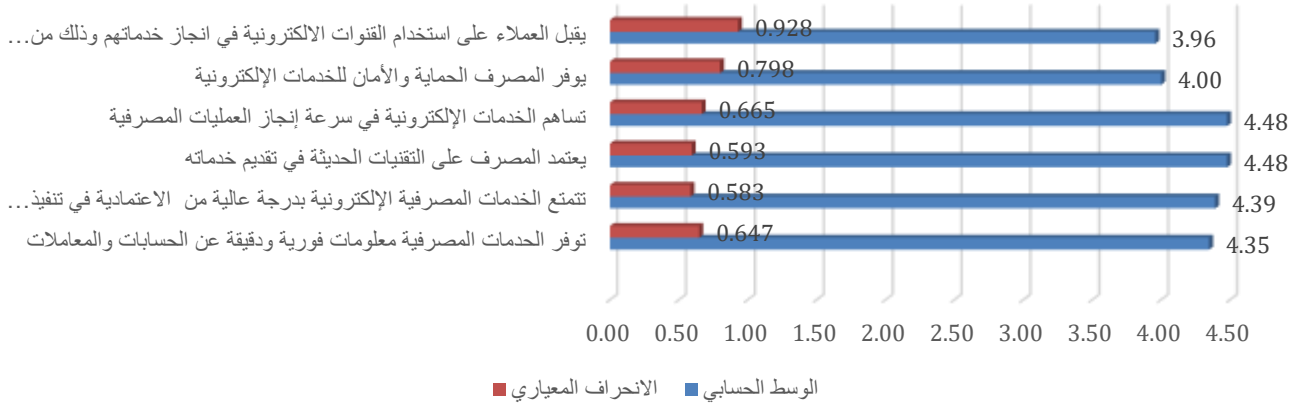
شكل رقم (2) العوامل التي تحدد اختيار الشركات الصغيرة لبنكها الرئيسي



المصدر: منشورات اتحاد البنوك العالمية2026

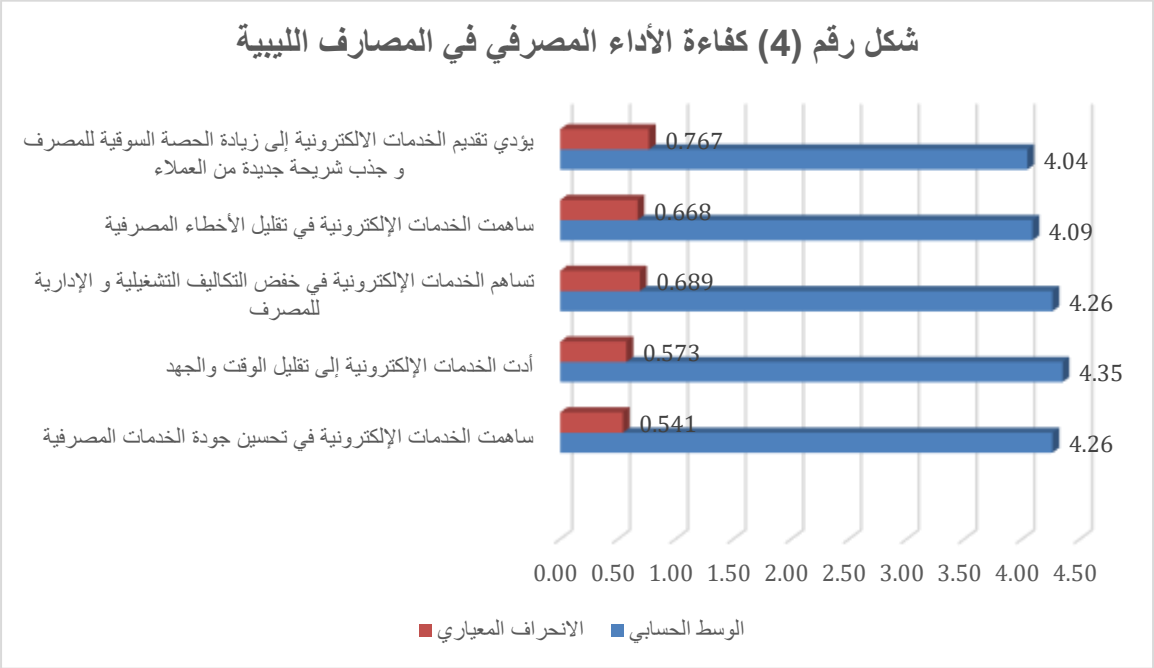
يوضح الشكل رقم (3) العوامل التي تساعد الشركات في اختيار مصارفها الخاصة سهولة استخدام الخدمات الرقمية والتطبيقات البنكية. وجود فروع قريبة وسهولة الوصول إليها. مدير علاقات متخصص لخدمة الشركات. جودة خدمة العملاء. سهولة الحصول على التمويل. الأسعار والرسوم. أما العوامل الأقل تأثيرًا فهي: شهرة البنك. الإعلانات. الخدمات الشخصية التقليدية.

شكل رقم (4)الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف الليبية



المصدر: اعداد الباحثة بناء على الاستبيان الموزعة

تشـــير نتائج الشـــكل رقم (4) إلى أن أفراد العينة لديهم مســـتوى موافقة مرتفع تجاه واقع الخدمات المصـــرفية الإلكترونية في المصـارف التجارية الليبية، حيث تراوحت الأوسـاط الحسـابية بين (4.48 – 3.96) وهي قيم تعكس إدراكًا إيجابيًا لتوافر وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية



المصدر: اعداد الباحثة بناء على الاستبيان الموزعة

تشـير نتائج الشـكل رقم (5) إلى ارتفاع مسـتوى موافقة أفراد العينة على دور الخدمات المصـرفية الإلكترونية في تحسـين كفاءة الأداء المصـرفي، حيث تراوحت الأوسـاط الحسـابية بين (4.35–4.04)، وجميعها ضـمن مسـتوى الموافقة المرتفع، وتدل هذه النتائج على إدراك أفراد العينة لأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في رفع كفاءة الأداء وتحسين جودة الخدمات المصرفية.

أبرز التحديات في ليبيا

- الاعتماد المرتفع على النقد في بعض شرائح المجتمع.
- تفاوت جودة الاتصالات والكهرباء بين المناطق.
- الحاجة إلى رفع الثقة والأمان في المعاملات الرقمية.
- مخاطر الاحتيال والهجمات السيبرانية وحماية بيانات العملاء.
- الحاجة إلى توحيد وتحسين التكامل بين الأنظمة والمنصات.

ماذا نحتاج من المصارف؟

- نشر مؤشرات سنوية واضحة عن حجم الاستثمار في التقنية.
- الإفصاح عن عدد المستخدمين النشطين للخدمات الرقمية.
- قياس رضا العملاء وجودة الخدمة بصورة دورية.
- ربط الإنفاق على التقنية بمؤشرات الكفاءة والربحية، وليس بعدد الأجهزة فقط.
- تطوير الأمن السيبراني واستمرارية الأعمال.

ماذا نحتاج من مصرف ليبيا المركزي؟

- توفير سلسلة زمنية موحدة لمؤشرات الدفع والخدمات المصرفية الإلكترونية.
- نشر البيانات في جداول قابلة للتحليل للباحثين.

- تطوير معايير موحدة لقياس جودة وكفاءة الخدمات الرقمية.
- تعزيز التكامل بين منظومات الدفع والمصارف.
- دعم الشمول المالي والتحول إلى اقتصاد أقل اعتمادًا على النقد.

الفصل الثاني :التحول الرقمي في المصارف الليبية – حجم الاستخدام، مؤشرات النمو وآفاق تعزيز الكفاءة المصرفية

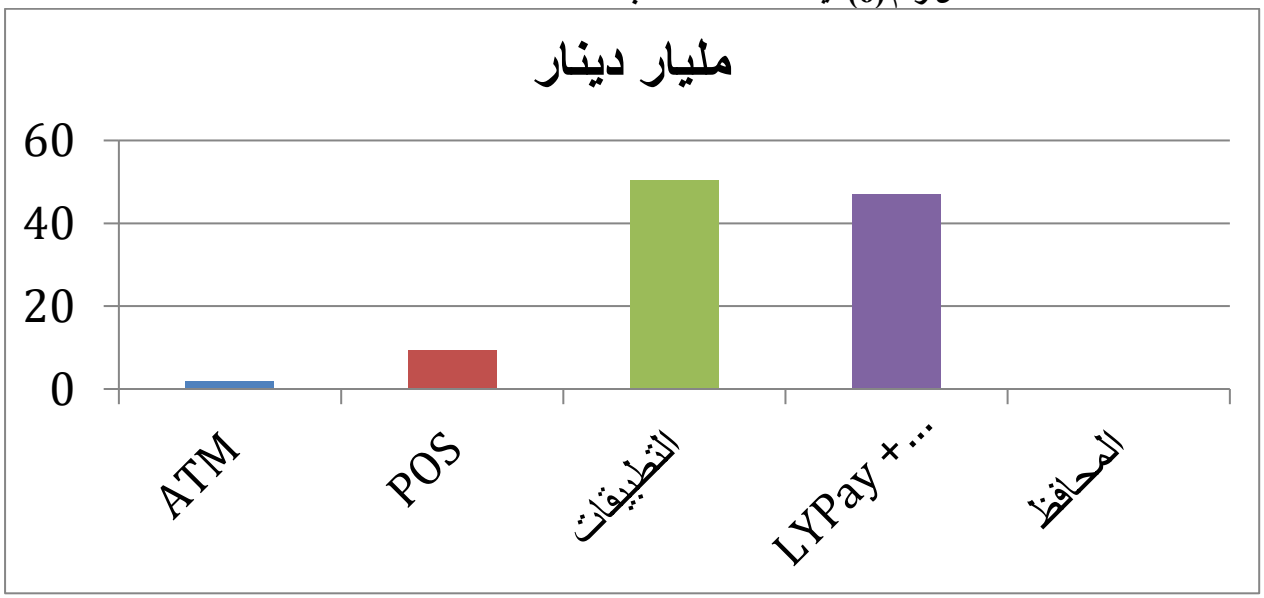
مصدر البيانات ونطاقها

المصدر :بيان مصرف ليبيا المركزي بتاريخ 3 مارس.2026
الفترة الإحصائية 1 :يناير إلى 28 فبراير.2026
الأرقام الواردة تقيس النشاط المالي الإلكتروني، ولا تمثل تلقائيًا الإنفاق على التحول الرقمي.

أبرز المؤشرات التي تم استخدامها بالبحث:

170,149نقطة بيع.POS
5,531,507بطاقة مفعلة.
4,294,930مشتركًا في التطبيقات المصرفية.
36,526,767عملية عبر التطبيقات.
187,335محفظة إلكترونية و 6,096نقطة قبول.

شكل رقم (6) قيمة المعاملات حسب القناة



اعداد الباحثة بناء على بيانات مصرف ليبيا المركزي 2026

أولا: أجهزة الصراف الآليATM
4,047,780عملية خلال شهرين.
قيمة العمليات 1,891,455,304 :دينار.
متوسط العملية 467 ≈ دينار.
استمرار أهمية النقد مع توسع القنوات الرقمية.

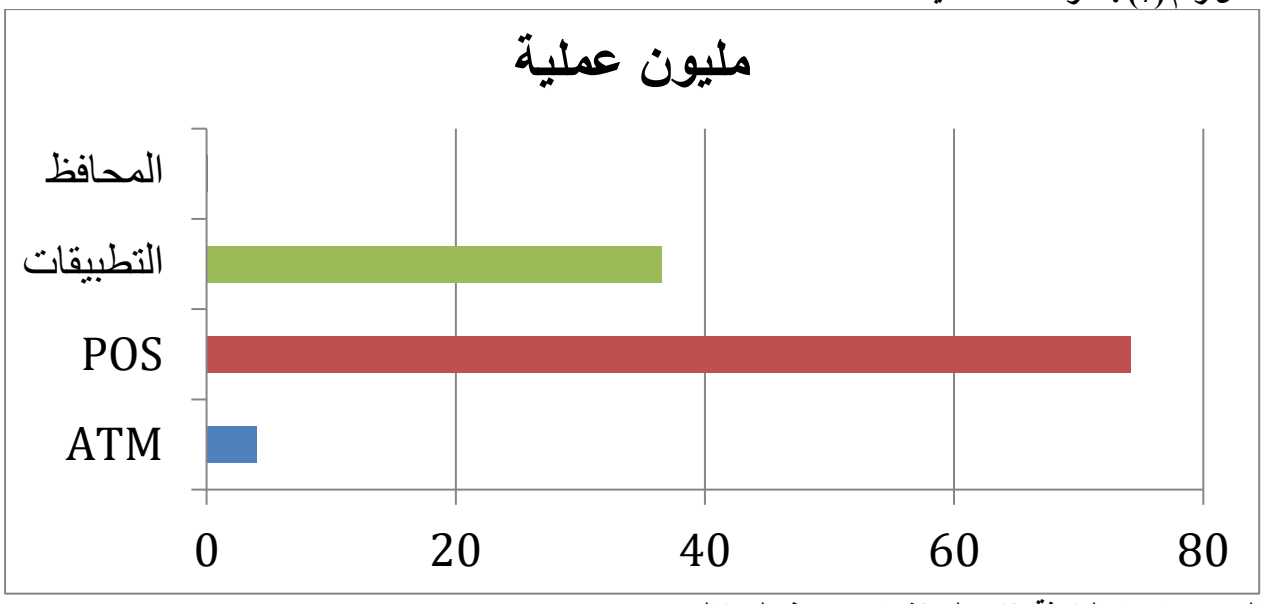
ثانيا: نقاط البيعPOS
170,149نقطة بيع.
74,169,676عملية.
قيمة العمليات 9,407,482,934 :دينار.
متوسط العملية 126.9 ≈ دينار.

ثالثا: التطبيقات المصرفية
4,294,930مشتركًا.
36,526,767عملية.
قيمة التعاملات 50,295,499,266 :دينار.
متوسط العملية 1,376.9 ≈ دينار.

رابعا: الدفع الفوري LYPay وOnePay
قيمة التعاملات 47,038,334,549.501 :دينار.
التوسع في الدفع الفوري يقلل زمن التسوية ويرفع كفاءة حركة الأموال.
يمثل أحد أهم مسارات التحول نحو المدفوعات الرقمية.

خامسا: المحافظ الإلكترونية
187,335محفظة.
6,096نقطة قبول.
89,808عملية.
قيمة التداول 8,211,379 :دينار.
يشير الاستخدام إلى مجال كبير للنمو والتوسع.

شكل رقم (7) .مقارنة عدد العمليات



المصدر: اعداد الباحثة بناء على نشرات مصرف ليبيا المركزي 2026

بناء على البيانات الوراد في الشكل رقم (7) نجد أن التوسع الرقمي أصبح ملموسًا في حجم الاستخدام وليس فقط في توفير الخدمات. POSيحمل أكبر عدد من العمليات، بينما التطبيقات والدفع الفوري يحملان قيمًا مالية مرتفعة. تنوع القنوات يسمح بتلبية احتياجات الأفراد والشركات وتحسين سرعة الخدمة. السؤال المطروح هنا هل 108 مليارات دينار تعني تكلفة التحول الرقمي؟ لا .هذا غير صحيح. القيمة تعبر عن حجم المعاملات المالية الإلكترونية، وليس قيمة الإنفاق الاستثماري. إجمالي القيم الواردة في البيان يتجاوز 108 مليارات دينار خلال الفترة. قياس تكلفة التحول يتطلب بيانات الإنفاق الفعلي على التقنية والأنظمة والبنية التحتية.

كيف نقيس تكلفة التحول الرقمي في ليبيا:-

يمكن قياس تكلفة التحول الرقمي في المصارف الليبية من خلال احتساب: -

- تكلفة أنظمة Core Banking ومراكز البيانات والشبكات.
- أجهزة ATM و POSوتحديثها وصيانتها.
- تطوير التطبيقات والمنصات الرقمية.
- تراخيص البرمجيات والأمن السيبراني والتدريب.
- مؤشر مقترح :الإنفاق الرقمي ÷ إجمالي المصروفات التشغيلية.

الأثر على الكفاءة المصرفية في ليبيا: -

يؤدي استخدام التحول الرقمي في المصارف الليبية الى: -

- خفض تكلفة وزمن المعاملة.
- تقليل الإجراءات الورقية والاعتماد على النقد.
- توسيع الوصول للخدمات.
- تحسين متابعة العمليات ومكافحة الاحتيال.
- رفع جودة الخدمة ورضا العملاء.

التحديات التي تواجه المصارف الليبية في استخدام التحول الرقمي:-

- الأمن السيبراني وحماية بيانات العملاء.
- جاهزية الاتصالات والطاقة.
- الثقة والوعي الرقمي.
- تكلفة التحديث والصيانة.
- التكامل بين المصارف وشركات الدفع.
- الحاجة إلى مؤشرات موحدة لقياس العائد على الاستثمار.

مناقشة النتائج

أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تمثل أحد المكونات الأساسية للتحول الرقمي المصرفي، وأن تقييم نجاحها لا ينبغي أن يعتمد على عدد أجهزة الصراف الآلي أو نقاط البيع وحده، بل على الاستخدام الفعلي، وقيمة المعاملات، وجودة الخدمة، وأثر الرقمنة في الكفاءة والربحية ورضا العملاء.

وتشير بيانات الفترة من 1 يناير إلى 28 فبراير 2026 إلى توسع ملموس في الاستخدام الإلكتروني، شمل 170,149 نقطة بيع، و 5,531,507بطاقات مفعلة، و 4,294,930مشتركًا في التطبيقات المصرفية، و 36,526,767عملية عبر التطبيقات، إضافة إلى 187,335 محفظة إلكترونية و 6,096نقطة قبول.

كما ينبغي التمييز منهجيًا بين حجم المعاملات الإلكترونية وبين تكلفة الاستثمار في التحول الرقمي .فحجم المعاملات لا يمثل تلقائيًا قيمة الإنفاق على التقنية؛ وقياس تكلفة التحول يتطلب بيانات فعلية عن أنظمةCore Banking ، ومراكز البيانات والشبكات، وأجهزة ATM وPOS، والتطبيقات والمنصات الرقمية، وتراخيص البرمجيات، والأمن السيبراني والتدريب.

ومن منظور قياس الأثر، يمكن استخدام مؤشر للخدمات المصرفية الإلكترونية E-Banking Index وربطه بمؤشرات الكفاءة مثل ROA و ROEونسبة التكلفة إلى الدخل وإنتاجية الموظف وزمن الخدمة. كم يمكن استخدام الدفع عبرQR من خلال مصرف ليبيا المركزي يمكن أن توسع الخدمة قبول المدفوعات الإلكترونية، خصوصًا للأنشطة الصغيرة. نجاحها يتطلب سهولة الاستخدام والحماية والتوعية.

النتائج

1- الخدمات المصرفية الإلكترونية تسهم في تقليل زمن وتكلفة المعاملة، وتوسيع الوصول إلى الخدمة، ودعم الشمول المالي وتقليل الاعتماد على النقد.
2- تقييم التحول الرقمي لا ينبغي أن يعتمد على عدد الأجهزة فقط، بل على الاستخدام الفعلي وعدد العمليات وقيمتها وجودة الخدمة وأثرها على الكفاءة.
3- بيانات مطلع 2026 تعكس توسعًا ملموسًا في استخدام القنوات الرقمية، مع ارتفاع أعداد نقاط البيع والبطاقات المفعلة والمشتركين في التطبيقات المصرفية.
4- قيمة المعاملات الإلكترونية لا تعادل تكلفة التحول الرقمي؛ إذ يتطلب قياس التكلفة بيانات فعلية عن الأنظمة والبنية التحتية والتطبيقات والتراخيص والأمن السيبراني والتدريب.
5- تظل تحديات الأمن السيبراني والاتصالات والطاقة والثقة والوعي الرقمي والتكامل بين الأنظمة من القضايا الأساسية أمام التوسع.

التوصيات

1- إنشاء قاعدة بيانات وطنية موحدة لمؤشرات الخدمات المصرفية الإلكترونية والتحول الرقمي.
2- اعتماد مؤشر وطني لقياس التحول الرقمي المصرفي وربطه بمؤشرات الأداء والكفاء
3- نشر مؤشرات الاستخدام والقيمة والتكلفة والعائد بصورة دورية
4- توسيع الدفع الفوري و QRوالمحافظ الإلكترونية وقبول الدفع الإلكتروني لدى التجار والخدمات العامة.
5- تعزيز الأمن السيبراني وحماية بيانات العملاء والتوعية المالية الرقمية.
6- إجراء مسوح دورية لقياس رضا العملاء وجودة الخدمات الإلكترونية.
7- ربط الإنفاق على التقنية بمؤشرات الكفاءة والربحية بدل الاكتفاء بقياس عدد الأجهزة.

المراجع والمصادر

1) مصرف ليبيا المركزي – التقارير السنوية وتقارير منظومات الدفع.
2) المصارف التجارية الليبية – التقارير السنوية والقوائم المالية.
3) مصرف ليبيا المركزي، بيان اجتماع المحافظ السيد ناجي محمد عيسى مع مديري المصارف وشركات الدفع الإلكتروني، 3 مارس2026 ، للفترة الإحصائية 1 يناير 28 – فبراير.2026
4) البيانات الخاصة بمنظومات الدفع الإلكتروني والبطاقات ونقاط البيع والصرفات الآلية، فبراير 2026
5) ها زيمة، أحمد محمد. (2023) ذكاء الأعمال وأثره في اتخاذ القرارات: الدور الوسيط لأمن المعلومات في البنوك التجارية الأردنية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن.
6)Acharya, V. V., & Richardson, M. P. (Eds.). (2009). Restoring financial stability: how to repair a failed system. John Wiley & Sons.
7)Bresnahan, T. F., Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (2002). Information technology, workplace organization, and the demand for skilled labor: Firm-level evidence. The quarterly journal of economics, 117(1), 339-376.
8)Chaudhuri, S., Dayal, U., & Narasayya, V. (2011). An overview of business intelligence technology. Communications of the ACM, 54(8), 88-97.
9)Chen, H., Chiang, R. H. L., & Storey, V. C. (2012). Business intelligence and analytics: From big data to big impact. MIS Quarterly, 36(4), 1165-1188 .
10)Chen, H., Chiang, R. H., & Storey, V. C. (2012). Business intelligence and analytics: From big data to big impact. MIS quarterly, 1165-1188.