

• معلومات الباحث:

عنوان المداخلة: تداعيات جائحة كورونا على الخدمات المصرفية في الجزائر
اسم الباحث والدرجة العلمية، مؤسسة الانتماء: - د.ريم عمري، أستاذ محاضر قسم ب، جامعة الشهيد العربي التبسي تبسة - د. حسام الدين عبد الحفيظ، أستاذ محاضر قسم ب، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

• معلومات النشاط العلمي:

عنوان النشاط، تاريخ النشاط، الجهة المنظمة: - ملتقى دولي حضوري وافتراضي حول: اقتصاديات الأزمة بين التحديات والحلول - يوم 13 نوفمبر 2024 - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد العربي التبسي - تبسة
---

## الملخص:

تهدف الدراسة إلى تحديد أثر جائحة كورونا بما فرضته من إجراءات وتغييرات على تطور الخدمات المصرفية في الجزائر.

توصلت الدراسة إلى أن جائحة كورونا أثرت بشكل كبير على تطور الخدمات المصرفية واللجوء إلى الصيرفة الإلكترونية، وذلك بسبب إجراءات الإغلاق المفروض من قبل السلطات الحكومية

وبالرغم من الجهود والمسعى المبذولة لتطوير المجال المصرفي الإلكتروني إلا أنها ما زالت لم ترقى إلى المستوى المطلوب.

الكلمات المفتاحية: كورونا، الخدمات المصرفية، الصيرفة الإلكترونية، الجزائر.

\*\*\*

## Abstract:

The study aims to determine the impact of the Corona pandemic, including the procedures and changes it imposed on the development of banking services in Algeria.

The study found that the Corona pandemic greatly affected the development of banking services and the use of electronic banking, due to the closure measures imposed by government authorities.

Despite the efforts and endeavors made to develop the field of electronic banking, they still have not reached the required level.

**key words:** Corona, Banking services, Electronic banking, Algeria.

## مقدمة:

تعرض العالم بأسره إلى أخطر وباء عرفه المجتمع، ألا وهو وباء كورونا الذي أثر على جميع المجالات بحيث أرغم كورونا العالم بأسره على مواجهة الصعوبات والتحديات باتخاذ تدابير وقائية وإجبارية فعالة للحد من انتشار هذه الأزمة، فقد مست مجمل القطاعات الصحية والاجتماعية وكذلك القطاعات الاقتصادية، كالقطاع المصرفي الذي يعتبر الواجهة الاقتصادية لأي دولة في العالم حيث تأثر بفعل تداعيات كورونا باعتباره قطاعا حساسا، مما فرض على الدولة الجزائرية السعي لمواكبة التغيرات في هذا القطاع من خلال التحول الرقمي للمؤسسات باعتباره إحدى طرق مجابهة كورونا، وإحدى ركائز النهوض بالاقتصاد الوطني، وكذلك إنشاء خدمات مصرفية رقمية كطرق اتصال جديدة معتمدة مما سهل النشاطات في عدة قطاعات.

### 1- مشكلة البحث

في ضوء ما سبق، يمكن حصر إشكالية البحث في السؤال الرئيسي التالي:

كيف أثرت جائحة كورونا على تطور الخدمات المصرفية في الجزائر؟.

### 2- التساؤلات الأساسية

يندرج تحت التساؤل الرئيسي التساؤلات الجزئية التالية:

- هل شكل فيروس كورونا المستجد أزمة صحية عالمية؟

- ما حدود تأثير جائحة كورونا على الخدمات المصرفية في الجزائر؟

### 3- فرضيات البحث

من أجل حصر الموضوع، ويهدف تناول مختلف التساؤلات المطروحة، تم وضع مجموعة من الفرضيات، التي سوف يتم إما تدعيمها أو رفضها، والمتكونة من:

- فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 شكل أزمة صحية عالمية أثرت على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية على المستوى العالمي.

- لجائحة كورونا دور محوري في تطوير الخدمات التي تقدمها البنوك مما سهل للأفراد التعامل بها.

### 4- أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهم الأزمات الراهنة وهي فيروس كورونا المستجد، بالإضافة إلى التطرق لأهم التطورات في الخدمات المصرفية في الجزائر في ظل الظروف الحالية.

## أولاً- جائحة كورونا

شهد العالم بأسره جائحة كبرى مع بداية سنة 2020، وقد عرفت علمياً بجائحة فيروس كورونا (Covid-19). حيث وقف النظام الاقتصادي والمالي عالمياً أمام تحدي كبير يضاهي في قوته الأزمات الكبرى السابقة على غرار أزمة الكساد الأعظم 1929، والأزمة المالية العالمية 2008، حيث دفعت هذه الجائحة الاقتصاد إلى الركود بسبب ظروف الإغلاق التي فرضها الحجر الصحي.

### 1- تعريف جائحة كورونا

تعرف الأزمة بأنها حالة طارئة وغير متوقعة تحدث بشكل مفاجئ في العديد من المجالات، والأزمة الصحية العالمية هي الحالة الصعبة أو النظام الصحي المعقد الذي يؤثر على البشر في منطقة ما أو عدة مناطق جغرافية، لها آثار كبيرة على صحة المجتمع والخسائر في الأرواح والاقتصاد.

يعرف فيروس كورونا Corona Virus على أنه سلالة جديدة من الفيروسات التي تسبب مرض كوفيد 19 والإسم الانجليزي للمرض مشتق كالتالي: « Co » وهما أول حرفين من كلمة كورونا Corona و « Vi »

وهما أول حرفين كلمة فيروس Virus و « D » وهو أول حرف من كلمة مرض Disease، يعد فيروس كورونا من الفيروسات المعدية التي تكن هنالك علم بوجودها قبل تفشيها في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019 (كاسجي ودربال، 2021، ص899).

كان لانتشار هذا المرض آثار سلبية على الحياة البشرية والنشاطات الاقتصادية في جميع أنحاء العالم، فالإجراءات الوقائية والقيود الاحترازية المطبقة على الأفراد والسلع كان لها تأثير كبير على الاقتصاد العالمي مثل: توقيف النقل الجوي، تعليق التجارة الدولية، حظر التجول... وغيرها، وقد أشارت التوقعات والأبحاث الاقتصادية بأنه في حالة بقاء الوباء فترة طويلة سوف يؤدي هذا إلى حدوث ركود اقتصادي ومن ثم أزمة اقتصادية تفوق الأزمة المالية العالمية سنة 2008، والجزائر على غرار دول العالم أصابها هذه الجائحة وكان لها تأثير كبير على الصحة والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في البلاد مما دفع الحكومة إلى اتخاذ مجموعة من التدابير الوقائية والسياسات الاقتصادية للتخفيف من آثارها الحادة.

الجزائر على غرار الدول التي لها علاقات كبيرة مع الصين، ستتأثر بفيروس كورونا المستجد في المدى القصير والمتوسط خاصة وأن الصين هي الممون الأكبر للجزائر بالسلع، فتوقف النشاط الاقتصادي والمؤسسات الإنتاجية في الصين أدى إلى نقص في الطلب على المنتجات البترولية وتراجع الصادرات الصينية للجزائر في ظل توقف الطيران والشحن والنقل البحري الأمر الذي أدى إلى انخفاض أسعار النفط في السوق الدولية. ففي ظل انتشار وباء كورونا فقدت الجزائر نصف مداخيلها من العملة الصعبة بسبب تهاوي أسعار النفط في الأسواق العالمية الأمر الذي يؤثر على الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية.

منذ تفشي الوباء سعت الحكومة الجزائرية إلى اتخاذ مجموعة من التدابير والإجراءات السريعة بغرض التخفيف من الآثار الناجمة عن جائحة كورونا كوفيد 19 على القطاعات الاقتصادية والمالية والاجتماعية، حيث تم التنسيق بين السياسة المالية والنقدية بهدف التخفيف من حجم العجز المتوقع في الميزانية العامة جراء تراجع أسعار النفط، وشهدت سنة 2020 انخفاض كبير في السيولة بسبب الوباء، كما نتج عن نقص السيولة حدوث أزمة لدى المراكز البريدية التي اضطرت إلى تسقيف عمليات السحب بسبب كثرة السحوبات من المودعين، أما عن سعر الصرف فقد تراجع بشكل كبير بنسبة 24٪ حسب تقديرات البنك الجزائري (كاسي ودريال، 2021، ص899)، ومن أجل مواجهة آثار الوباء اتخذت الجزائر سلسلة من الإجراءات للحد من آثار جائحة كورونا على الاقتصاد الوطني، بداية بتخصيص مبالغ مالية معتبرة لتوفير الأجهزة الضرورية للوقاية من هذا الوباء، مثل الأقنعة والكمادات وأجهزة التنفس، وبالموازاة مع ذلك اتخذت جملة من الإجراءات من بينها إجلاء المواطنين وتطبيق الحجر الصحي المنزلي، تعليق الرحلات الجوية، تقييد ممارسة الأنشطة التجارية...إلخ.

## ثانيا- الخدمات المصرفية

### 1- مفهوم الخدمة

- تعريف كوتلر وكيلر " الخدمة هي فعل وأداء يمكن أن يقدمه طرف ما ( منتجها) إلى طرف آخر (الزبون)، يكون جوهره غير ملموس، وإنتاجه قد يكون وقد لا يكون مرتبط بمنتج مادي" (kotler , 2006, p 402).

- " الخدمة هي الأنشطة والمنافع التي يحققها البائع للمشتري من خلال الأشياء المقدمة له وبما يحقق رضاه" (cook et al, 1999, p 319).

- " الخدمة هي كافة الأنشطة والعمليات التي يبرز فيها الجانب غير الملموس بشكل أوضح من الجانب الملموس والتي يتولد عنها منافع يمكن بيعها" (lovelock et al, 1999, p 06).

إذن وكمحصلة لما تم ذكره، يتبين أن الخدمة هي نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس، والتي يكون الهدف منها هو تحقيق رضا الزبون، وقد ترتبط عملية إنتاجها بمنتج مادي وقد لا ترتبط، حيث لا توجد فيها انتقال للملكية.

تنفرد الخدمة بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من السلع المادية، هذه الخصائص تتمثل في ما يلي: (steyer et al, 2005, p 102)

### أ- الخدمة غير ملموسة

تعتبر الخدمة غير ملموسة أي لا يمكن رؤيتها أو تذوقها أو لمسها أو سماعها أو حتى الإحساس بها قبل شرائها، وهذا يعني أن المستهلك غير قادر على التنبؤ بما سيحصل عليه إلا عندما تقدم له الخدمة، ويقوم بدفع ثمنها، مما يجعله يواجه صعوبة كبيرة في تقييمها، وحتى يستطيع الزبون التعرف على مدى جودة الخدمة المقدمة، فهو يبحث عن

علامات ملموسة يستطيع من خلالها تكوين تصور عن مدى جودة الخدمة، ولذلك فإن من أهم مهام مقدمي الخدمة هو إبراز هذه العناصر الملموسة في الخدمة المقدمة، كاستخدام الأجهزة والوسائل المتطورة، تحسين مظهرها، كما يلجأ الزبون أثناء قيامه بتقييم نوعية الخدمة ومدى جودتها إلى سمعة مقدمها.

#### ب- التلازم

تفيد هذه الخاصية أن الخدمة يتم إنتاجها واستهلاكها في آن واحد، إذ يشارك كل من مقدمها ومستهلكها، وعلى عكس ذلك فإن السلعة لا تستلزم توفر هذه الخاصية ذلك أنه في كثير من الأحيان تتطلب سلسلة من الوسطاء بين منتجها الأصلي وبين مستهلكها النهائي.

#### ج- عدم التجانس

تتميز الخدمات بعدم تماثلها، حيث تختلف الخدمات من شخص لآخر داخل نفس المؤسسة وحتى لدى الشخص الواحد بسبب تغير المزاج، المواقف، الحاجات والرغبات الشخصية وغيرها من العوامل التي تؤثر على نوعية وجودة الخدمة المقدمة للزبون.

#### د- تلاشي الخدمة

نظرا لطبيعة الخدمات غير الملموسة فإنه لا يمكن تخزينها أو إعادة استخدامها مما يجعل سرعة قابليتها للتلف كبيرة إن لم تستهلك في وقت تنفيذها، خاصة وأن أسواق الخدمات تتميز بتقلباتها المستمرة في الطلب عليها سواء كانت موسمية (كالسياحة)، أو يومية (كالخطوط الجوية)، أو لفترة زمنية معينة من اليوم، مما ينشئ مشاكل كبيرة لشركات الخدمات.

#### هـ- عدم تملك الخدمة

وتعني أن مستخدم الخدمة له حق الانتفاع بها دون تملكها، فعلى سبيل المثال يتمتع الزبون بخدمة الضيافة والنوم في الفندق دون أن يكون له حق تملك غرفة النوم التابعة لهذا الفندق، وتنطبق هذه الخاصية على كثير من الخدمات مثل الإطعام على الحساب المصرفي دون تملك ذلك الحساب في الواقع.

#### 2- مفهوم الخدمة المصرفية

- " الخدمة المصرفية هي مجموعة الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس، يقوم بتقديمها البنك لزيونه بغية إشباع حاجاته ورغباته، قد يكون إنتاجها مرتبطا بمنتج مادي وقد لا يكون، ولا يترتب عنها انتقال للملكية" (ennew & waite, 2007, p 53).

- " الخدمات المصرفية الالكترونية هي كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل البنوك والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الالكترونية مثل: الهاتف الجوال، الحاسوب، الصراف الآلي...إلخ".

- " الخدمات المصرفية الالكترونية هي خدمات تفاعلية تقدم للعملاء دون أي اتصال مباشر، تتم بواسطة تكنولوجيا المعلومات بما في ذلك شبكة الإنترنت، والأجهزة المحمولة".

أثر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في طريقة الإعلان عن المنتجات الخدمية، حيث أصبحت أجهزة الهاتف والحاسوب...إلخ من المكونات الأساسية لأداء العمليات الخاصة بالتسويق المصرفي الإلكتروني والذي يمتاز بالمميزات التالية:

- انخفاض التكاليف، إن أداء المؤسسات المصرفية لأعمالها من خلال الوسائل التكنولوجية أدى إلى تخفيض التكاليف لعدم الحاجة إلى البنى التحتية للاستثمار.

- سرعة خدمة الزبائن، فالمؤسسات المصرفية التي تقدم خدماتها عبر شبكة الإنترنت والوسائل التكنولوجية الأخرى تمتاز عن غيرها من المؤسسات المنافسة.

- مساعدة الزبون في إمكانية المقارنة بين كم هائل من البدائل المتاحة واتخاذ قرار الاختيار النهائي.

ومن هذا المنطلق، يمكن القول أن هناك صعوبة في تحديد وقياس جودة الخدمة عكس السلع المادية، وذلك بسبب الخصائص المميزة للخدمة.

وقد أصبح الاهتمام بالجودة ظاهرة عالمية والوظيفة الأولى لأية منظمة وفلسفة إدارية للحصول على ميزة تنافسية تمكّنها من البقاء والاستمرار في ظل المتغيرات المتلاحقة، لذا أضحت الجودة سلاحاً استراتيجياً للمنظمات.

### ثالثاً- أثر جائحة كورونا في زيادة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

يعتبر فيروس كورونا جائحة عالمية ووباء عالمي حسب إعلان منظمة الصحة العالمية، مما نتج عنه مشاكل وأزمات اقتصادية وبسبب إجراءات الغلق والتباعد الجماعي ضعفت معه عدة قطاعات، وشكلت ضغوطاً على نشاط البنوك.

في الواقع ومنذ بداية الأزمة الصحية كورونا زاد إقبال العملاء واستخدامهم للخدمات الإلكترونية كبديل عن الخدمات التقليدية، حيث دفعت جائحة كورونا الأفراد إلى استخدام البدائل المصرفية عبر الإنترنت أو عبر الهاتف المحمول عوض مواجهة طوابير الموزعات الآلية للنقود أو الوكالات البنكية، وأظهرت الأبحاث الجديدة أن المستفيد الأكبر من هذا التحول السلوكي هو البنوك والمؤسسات المالية التي التزمت فعلاً بتقديم الخدمات الإلكترونية. حيث توفر المنصات الإلكترونية العديد من المزايا بالنسبة للعملاء وكذا البنوك، كما تبين أن جائحة كورونا ساهمت في تسريع التحول إلى المنصات الإلكترونية وتوجيه العملاء نحو التعامل بهذه المنصات الإلكترونية، حيث أظهرت التقارير أن 57٪ من العملاء أصبحوا يفضلون الخدمات عبر الإنترنت مقابل 49٪ قبل هذه الجائحة، كما أن 55٪ من العملاء أصبحوا يفضلون تطبيقات الهاتف المحمول للخدمات المصرفية مقارنة بـ 47٪ سابقاً.

ويمكن القول أن جائحة كورونا ساهمت في زيادة الخدمات الإلكترونية للبنوك بطريقة غير مباشرة، ذلك لأن الإجراءات التقييدية التي فرضتها الدول للحد من انتشار الفيروس لاسيما الحجر الصحي فرضت على الأفراد البقاء في المنزل نتيجة الخوف من العدوى وساهمت في توجيههم نحو الخدمات البنكية الإلكترونية.

وأشارت الدراسات إلى أن الزيادة في اعتماد التعامل المصرفي الإلكتروني لاسيما الدفع عبر الأنترنت في ظل هذه الجائحة والقيود الصحية المفروضة في ظلها، قد يؤدي إما إلى إحداث تغيير إيجابي على المتوسط والطويل مما يشكل نقطة تحول في مجال التعامل الإلكتروني، لأن التجربة تؤدي إلى إدراك المزايا ومن ثم الاستخدام المستمر، أو قد يكون لجوء الأفراد إلى التعامل الإلكتروني في ظل هذه الجائحة اتجاها عابرا بسبب إجراءات الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي فقط.

خلال جائحة كورونا شهدت الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر زيادة في الطلب، حيث فضل الناس التعامل عبر الأنترنت لتجنب الاتصال المباشر. اضطرت المؤسسات المالية لتطوير بنية تحتية رقمية وتعزيز التطبيقات الإلكترونية لتلبية الطلب المتزايد. اتخذت الحكومة إجراءات لتشجيع الدفع الإلكتروني وتسهيل العمليات المصرفية عبر الأنترنت، مما زاد من اعتماد الجزائريين على الخدمات المصرفية الإلكترونية.

بادرت بعض المؤسسات المصرفية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها تتوقف على أداء خدماتها، بسبب اعتماد المؤسسة على حلول وأنظمة مستوردة وغير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية، وكذا عدم وجود الطلب المتزايد على هذه الخدمات مثل التسديد والدفع ببطاقة الائتمان التي تشجع بعض المؤسسات على مواصلة تقديمها.

أدت جائحة كورونا إلى اكتشاف العديد من الثغرات في الاقتصاد الوطني الجزائري، حيث كانت هذه الجائحة نعمة على الخدمات المصرفية في الجزائر، حيث أدى الانتشار الكبير للمرض عبر البلاد إلى فرض الحجر الصحي وأصبح المجتمع بحاجة إلى مختلف الخدمات الإلكترونية ليقضي كل احتياجاته عن طريق الأنترنت وباستخدام وسائل وخدمات إلكترونية، ومن بين وسائل الدفع الأكثر فعالية خلال جائحة كورونا ما يلي:

➤ البطاقات البنكية الإلكترونية في الجزائر: تم تعميم استخدام البطاقات على مستوى القطر الوطني، والجدول التالي يوضح تطور عدد البطاقات المتداولة والعمليات المصرفية الإلكترونية المنجزة خلال فترة الجائحة.

الجدول رقم 01 عدد البطاقات المتداولة والعمليات المنجزة خلال الجائحة

السنوات	2019	2020	2021
عدد البطاقات المتداولة	9287330	9444226	10712133
عدد العمليات المنجزة بالبطاقات المصرفية	11893133	59166254	85806600

**المصدر:** بوزيان وسام ووافي ميلود، " دور التقنيات المالية الرقمية في تحسين الخدمات المصرفية في الجزائر خلال جائحة كورونا"، ملتقى وطني حول: رقمنة القطاع الخدماتي ودوره في المساهمة في عملية الانطلاق الاقتصادي في الدول النامية، 16 مارس 2023، ص: 11.

من خلال معطيات الجدول أعلاه، يتضح أن عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة قد عرفت تزايد ملحوظا خلال فترة الجائحة، حيث ارتفع عددها حوالي 15٪ من سنة 2019 وسنة 2021، وهذا ما يعكس الجهود المبذولة في مجال تعميم البطاقات البنكية في الجزائر وتوفيرها لجميع العملاء، إلا أن هذا العدد لا يزال يعتبر ضعيفا بالمقارنة مع المعدلات المحققة في هذا المجال من طرف الدول المتطورة، كما عرف عدد العمليات المصرفية الإلكترونية المنجزة بالبطاقات المصرفية نموا متزايدا خلال نفس الفترة، حيث ارتفع عددها بأكثر من سبعة أضعاف سنة 2021.

➤ **الموزعات الآلية للأوراق النقدية في الجزائر:** لقد عرفت شبكة الموزعات الآلية للأوراق النقدية المتواجدة على مستوى مؤسسة بريد الجزائر ومختلف الأوراق الناشطة في النظام المالي والمصرفي الجزائري تزايدا واسعا خلال فترة الجائحة، وهذا ما تظهره معطيات الجدول التالي:

الجدول رقم 02 تطور الموزعات الآلية في الجزائر خلال فترة الجائحة

السنوات	2019	2020	2021
عدد الموزعات الآلية للأوراق النقدية	1621	3030	3053
عدد إجمالي عمليات السحب	9929652	58428933	87722789

**المصدر:** بوزيان وسام ووافي ميلود، " دور التقنيات المالية الرقمية في تحسين الخدمات المصرفية في الجزائر خلال جائحة كورونا"، ملتقى وطني حول: رقمنة القطاع الخدماتي ودوره في المساهمة في عملية الانطلاق الاقتصادي في الدول النامية، 16 مارس 2023، ص: 11.

من خلال معطيات الجدول أعلاه يتبين أن عدد الموزعات الآلية للأوراق النقدية في الجزائر في زيادة ملموسة تقدر بـ 90 ٪ نهاية سنة 2021، وهذا ما يفسر الجهود المبذولة في سبيل تسهيل سحب وتحويل أموال العملاء. كما عرف عدد العمليات الإجمالية للسحب من الموزعات الآلية تزايداً ملحوظاً خلال نفس الفترة، حيث ارتفع حوالي 10 أضعاف خلال الجائحة.

➤ نشاط الدفع عبر الانترنت: يبين الجدول التالي تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال فترة الجائحة.

#### الجدول رقم 03 تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر

السنوات	2019	2020	2021
الهاتف والاتصالات	141552	4210284	1353969
التأمين	8342	4845	8372
الكهرباء والماء	38806	85676	120841
خدمات إدارية	2432	68395	155640
بيع البضائع	0	235	13468
خدمات أخرى	5056	213175	457726

**المصدر:** بوزيان وسام ووافي ميلود، " دور التقنيات المالية الرقمية في تحسين الخدمات المصرفية في الجزائر خلال جائحة كورونا"، ملتقى وطني حول: رقمنة القطاع الخدماتي ودوره في المساهمة في عملية الانطلاق الاقتصادي في الدول النامية، 16 مارس 2023، ص: 12. من خلال معطيات الجدول أعلاه يلاحظ أن نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر سجل تطوراً متزايداً في مختلف الخدمات المتاحة خلال فترة الجائحة، حيث لجأ العديد من العملاء خلال هذه الفترة إلى إتمام معاملاتهم المالية عن طريق الانترنت لاسيما تسديد الفواتير.

#### الخاتمة:

أدت جائحة كورونا إلى حدوث أزمة صحية واقتصادية غير مسبوقة في العالم، فقد أدت الإجراءات الضرورية لاحتواء الجائحة إلى ركود اقتصادي عالمي حاد خاصة خلال النصف الأول من سنة 2020، نتيجة توقيف معظم الأنشطة الاقتصادية والتجارية، وفي ظل هذه الظروف الاستثنائية شهد العالم تزايد كبير في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية خاصة مع فرض إجراءات الحجر الصحي، وذلك تخفيفاً لاستعمال السيولة النقدية والحد من انتشار العدوى، حيث تستخدم هذه الخدمات في سحب الأموال وتسديد المشتريات والفواتير دون الحاجة للتنقل.

والبنوك الجزائرية كغيرها من بنوك دول العالم سعت جاهدة لتوفير جميع الخدمات التي يستخدمها العميل بكل راحة في ظل الأزمة.

بناء على ما سبق يمكن استخلاص النتائج التالية:

- فيروس كورونا المستجد شكل أزمة صحية عالمية حيث ظهرت تداعياتها على مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والصحية في الجزائر.

- أثرت جائحة كورونا على القطاع البنكي بما فرضته من تغيرات عديدة على كل الأنشطة المصرفية.

- تطورت الخدمات البنكية الإلكترونية في الجزائر بشكل ملحوظ بعد الجائحة.

- نقص الوعي وثقافة استخدام البطاقات المصرفية الإلكترونية لدى شريحة واسعة من المجتمع الجزائري، لذا يجب على البنوك التعريف والإشهار أكثر بمنتجاتها لكي يدرك العميل مدى أمان المنتجات.

- بالرغم من الجهود المبذولة يبقى تقبل الزبائن ضعيفا للتعاملات الإلكترونية رغم تطوره الملحوظ في الفترة بعد جائحة كورونا، وهذا لغياب الثقافة البنكية الإلكترونية في المجتمع والضعف في البنية التحتية.

**قائمة المراجع:**

- موسى كاسحي ودربال رقية، أزمة فيروس كورونا وآثارها على الاقتصاد الجزائري، مجلة أبحاث، المجلد 6، العدد1، 2021.

–Philip Kotler & Kevin Lane Keller, Marketing Management, (New jersey, USA: Pearson, 2006).

–Cook, David, P. Goh, Chon-Hunt, and Chung, Chen, H, Service Typologies: a State of the Art Survey, Production and Operations Management, Vol.8, N°.3, 1999.

–Lovelock, C.H., and Wright, K. Lauren, Principles of Service Marketing and Management, (USA: Prentice Hill, 1999).

–Alexandre Steyer & Amélie Clauzel & Pascale Quester, Le Marketing : une approche quantitative, (France :Pearson Education, 2005).

–Christine Ennew & Nigel Waite, Financial Services Marketing : an international guide to principles and practice, (Boston, Butterworth-Heinemann, 2007).