مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية

اسم المقال: تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية
اسم الكاتب: د. أحمد زكريا صيام أ. محمود عادل أبو النادي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/1607
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 22:44 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية *

د. أحمد زكريا صيام **

أ. محمود عادل أبو النادي ***

* تاريخ التسليم: ١٤/ ١/ ٢٠١٤م، تاريخ القبول: ٢٦/ ٣/ ٢٠١٤م.

** أستاذ مشارك/ قسم العلوم المالية والمصرفية/ كلية عمان الجامعية للعلوم المالية والادارية/ جامعة البلقاء التطبيقية/ الأردن.

*** ماجستير إدارة أعمال/ كلية عمان الجامعية للعلوم المالية والادارية/ جامعة البلقاء التطبيقية/ الأردن.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، وذلك بإجراء دراسة ميدانية تطبيقية لمعرفة الأداء المالي الذي يتحقق جراء تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة للعملاء.

ولتحقيق أهداف الدراسة صمّم الباحثان استبانة تنسجم وأهداف الدراسة وفرضياتها، وقد وزّعت على عينة الدراسة من المدرين الماليين في البنوك التجارية الأردنية.

وبتحليل إجابات الاستبانات تم التوصل إلى العديد من النتائج، منها: أن الأداء المالي للبنوك التجارية يتأثر بكفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية، شريطة توفير الوقت والجهد وحجم الأعمال الروتينية اليومية، وبالتالي خفض النفقات وتكاليف العاملين.

كما أظهرت نتائج التحليل أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية الأردنية من حيث تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على أدائها المالي.

وأوصت الدراسة بأهمية التغلب على المعوقات التي مازالت تحول دون التطبيق الفاعل والفهم الدقيق لماهية الخدمات المصرفية الالكترونية، وبالتالي ضرورة التعريف بتلك الخدمات ومزاياها، في ظل ميل بعض العملاء للأسلوب التقليدي في السحب والإيداع والخدمات المصرفية، مما ينعكس بشكل أو بآخر على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

الكلمات الدالة: الأداء المالي، البنوك الالكترونية، الخدمات المصرفية الالكترونية، البنوك التجارية الأردنية.

The Impact of the Efficiency of Electronic Banking Services to the Financial Performance of the Commercial Banks of Jordan

Abstract:

This study aims to investigate the impact of electronic banking services competency on Jordanian commercial banks financial performance. A field survey was applied to reveal the financial performance that can be achieved as a result of enhancing electronic banking services competency provided to customers.

In order to achieve the objectives of this study, a questionnaire has been designed according to the objectives and hypotheses. Questionnaire was distributed over a sample study that consists of financial managers at Jordanian commercial banks.

The study concluded a set of results such as: commercial banks performance is affected by electronic banking service competency, provided that enough time, effort and volume of daily routine are available. Consequently, expenditures and employees costs are reduced.

Analysis results revealed that there is no statistically significant difference between Jordanian commercial banks in terms of electronic service competency impact on their financial performance.

The study recommends that there is a bad need to overcome barriers that are still hindering effective application and accurate understanding of electronic banking services concept. Thus, it is important to illustrate these services and their advantages because some clients prefer to use traditional means in withdrawing, depositing, and other services, which may affect Jordanian commercial banks financial performance.

Key Words: *Financial performance, electronic banks, electronic banking services, Jordanian Commercial banks.*

مقدمة:

آما وقد شاع العمل المصرفي الالكتروني، وتنامت أشكال الخدمات المصرفية الالكترونية، بتراجع الأنماط التقليدية، نظراً للتسارع الكبير في عالم المال والأعمال، فقد كان الأداء المالي للبنوك التجارية الأوفر حظاً بالتأثر الجلي لكفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية وما أنتجته العولمة والعالم الرقمي من انتشار سريع للهاتف الخلوي والانترنت وبالتالي تفعيل خدمات تحويل الأرصدة المالية والتحقق من الرصيد وتسديد الفواتير وإجراء بعض المعاملات المصرفية عبر شبكة الانترنت، مما انعكس بشكل أو بآخر على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

فالطريق إلى تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية وتطويرها محفوف بالمخاطر، وهو ما أشارت إليه لجنة بازل للرقابة المصرفية، بأن تضع البنوك في مجملها سياسات وإجراءات تقوم من خلالها المخاطر وتعمل على إدارتها، فأصدرت اللجنة مبادئ لإدارة هذه المخاطر شملت مخاطر التشغيل ومخاطر السمعة والمخاطر القانونية والمخاطر الأخرى (أباظة، ٢٠١٠، ٢٦٣) ، ومع ذلك فإن تجويد الأداء وتعظيم ربحية البنوك التجارية تتطلب قدر الإمكان خفض النفقات التشغيلية، فكلما زاد توسع البنك في حجم العمليات، كلما زادت المصاريف التشغيلية كنتيجة طبيعية لمواكبة تطور الأنشطة والخدمات المصرفية، فينعكس ذلك بشكل أو بآخر على العائد، وبالتالي ربحية البنوك، ولذلك يجب البحث عن نقطة التعادل التي يكون عندها الربح قبل الفوائد والضرائب مساوياً للصفر (حداد، ٢٠١٠، ٢٦٤) .

ومما تجدر الإشارة إليه أن تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية يوفر على العميل الوقت والجهد في أثناء ساعات العمل القصوى، ويغني العميل عن حمل النقود بكميات كبيرة، ناهيك عما توفره على البنك من حيث القرطاسية والمطبوعات إلى حد ما، لعدم استخدام دفاتر الشيكات والنماذج الورقية أحياناً وكذلك القاعات والأثاث، وهنا تكمن أهمية تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية، إذ يصل عدد الشبكات المتصلة بشبكة الانترنت إلى ما يزيد عن ستين ألف شبكة موزعة في جميع أنحاء العالم (عبد الله، ٢٠١١، ٢٢٠) .

هذا الواقع فرض على البنوك التجارية تغيير آليات عملها السابقة من خلال تلبية احتياجات العملاء بالاصطفاف خلف (الكاونتر) وتقديم الخدمات وجهاً لوجه، لتنتقل إلى تعزيز خدماتها وتوسيع نطاقها بالتدرج في تقليل الاعتماد على العنصر البشري إلى حد

ما، بتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف والانترنت، وهو ما يعكس تزايد أعداد من يستخدمون الانترنت لإدارة حساباتهم بسبب التطور الكبير في عالم تكنولوجيا الاتصالات، وما يحصل عليه العملاء من ميزة انسيابية وحرية إتمام صفقاتهم بأسعار منافسة، فمعدل تكلفة الخدمة المصرفية الالكترونية أقل بكثير من معدل الخدمات الورقية، وهذا ما دفع بالبنوك التجارية الأردنية لتعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية لتوسيع هامش الاستفادة من الفروقات وبما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي.

مشكلة الدراسة:

التعرف إلى تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، والبالغ عددها ثلاثة عشر بنكاً، هو ما تسعى الدراسة إلى تحقيقه، **وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية، والتي تعكس مشكلة الدراسة:**

١. ما أهم الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة ومدى قابلية تطبيقها في البنوك التجارية الأردنية؟.

٢. هل هناك أثر لكفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي؟.

٣. ما تأثير التزام البنوك التجارية الأردنية بتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية، وتنويعها بكل كفاءة واقتدار، لإقناع المتعاملين، وزيادة جذب جمهور العملاء لرفع سوية الأداء المالي؟.

٤. ما أهم المعوقات التي تحول دون كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الأردنية، وبالتالي معوقات تحفيز الأداء المالي؟.

أهمية الدراسة وأهدافها:

تأتي أهمية الدراسة من كونها دراسة ميدانية تطبيقية تبحث في الأداء المالي لمجتمع البنوك التجارية الأردنية، وهي تسعى لتعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة للعملاء، فقد بلغ عدد البنوك التجارية الأردنية حتى نهاية عام ٢٠١٢م ثلاثة عشر بنكاً توزعت على (٥٤٦) فرعاً داخل المملكة الأردنية الهاشمية بما فيها المركز الرئيس، وما مجموعة (٦٣) مكتباً، في حين بلغ عدد الفروع خارج المملكة الأردنية الهاشمية (١٦٣) فرعاً، وهو ما يعني حاجة البنوك التجارية الأردنية لمواكبة احتياجات العملاء، وتعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية بهدف تحسين الأداء المالي وتجويده.

وتهدف الدراسة إلى التعرف إلى تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، **وذلك من خلال تحقيق الأهداف الآتية:**

١. التعرف إلى أهم الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها البنوك التجارية الأردنية لتعزيز الأداء المالي.

٢. التعرف إلى إيجابيات تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية.

٣. التعرف إلى أهم المعوقات (الصعوبات) التي تحول دون الإقبال التام من العملاء على الخدمات المصرفية الالكترونية.

٤. التعرف إلى آلية حماية وتأطير العملية المصرفية الالكترونية للحد من المخاطر.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

تؤدي البنوك التجارية دوراً بالغ الأهمية في الحياة الاقتصادية، فهي مرآة تعكس الاقتصاد ومدى تطوره وازدهاره، وهي التي تعتمد في عملها على ودائع الأفراد والهيئات والمؤسسات والشركات للعمل على إعادة استثمارها وتوظيفها في أشكال التسهيلات الائتمانية، وبما يحقق الغاية من تمويل المبادلات والمعاملات.

إلا أن التطور الطبيعي في عالم المال والأعمال، لم يُبق نشاط البنوك التجارية محصوراً في إطار القروض والسلف وخصم الأوراق التجارية وفتح الاعتمادات المستندية وتعزيز الحسابات الجارية وحسابات التوفير تحقيقاً لتوظيفات البنك لموارده المالية، وإنما أخذت البنوك تنمو وتترعرع لتتنوع في تقديم المنتجات المصرفية وصولاً إلى تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية ليكون تأثيرها واضحاً وجلياً، بل إيجابياً على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

وفي ضوء ذلك يكون الأداء المالي للبنوك نتيجة حتمية لتقديم الخدمات المصرفية التي تُلبي احتياجات العملاء وتحقق التفاعل الإيجابي بين العوائد والمخاطرة، بحيث تسعى البنوك لتعظيم عوائدها مقابل خفض المخاطرة إلى حدودها الدنيا ما أُمكن ذلك، وهذا يعني زيادة العوائد من خلال انتقاء الخدمات المصرفية المطلوبة والسعي حثيثاً لتوظيف حقوق الملكية، وبالمقابل متدنية تقلب العوائد والأرباح جراء التعرض للمخاطر بأنواعها الائتمانية والسيولة وسعر الفائدة وكذلك مخاطر سعر الصرف لتحسين الأداء المالي للبنوك في ظل مخاطر يمكن السيطرة عليها ومخاطر غير قابلة للسيطرة.

وبذلك الانتقال من الوظائف التقليدية للبنوك إلى تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية، يتضح اعتماد البنوك الالكترونية على الانترنت في تقديم خدماتها البنكية، في الوقت الذي يعدّ فيه الانترنت أنه تلك الشبكة العالمية التي تربط الحواسيب والشبكات الصغيرة بعضها ببعض من خلال الأقمار الصناعية والألياف الضوئية وخطوط الهاتف لتأمين شتى أنواع الخدمات بشكل متواصل على مدار الساعة (عمري، ٢٠٠٠، ١٢) ، وهذا ما يفسر تعريف العمل البنكي عبر الانترنت، بأنه ذلك العمل البنكي الذي تكون لغة الاتصال ووسيلة التواصل فيه بين البنك والعمل هو الانترنت بشكل أساسي.

ولذلك اهتمت البنوك على الصعيد العالمي بالعمل البنكي عبر الانترنت لتماشيه وتطورات التجارة الالكترونية ووسائل الاتصال (طربية، ٢٠٠٤) ، من هنا كان البنك الالكتروني نظاماً يسمح للعملاء بالوصول إلى المعلومات والحسابات التي يرغب في الحصول عليها من مختلف المنتجات والخدمات المصرفية من خلال جهاز الحاسوب مثلاً (عرب، ٢٠٠١، ٤١٦) ، وقد عرفه (Lustisk, 2002) البنك الالكتروني على أنه وسيلة الاتصال الالكتروني بين البنك والعملاء لمتابعة وإدارة ومراقبة مختلف المعاملات المالية. فلقد أدى الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات دفعة قوية لتحفيز البنوك التجارية للعمل على تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية، فانعكست التطورات بشكل مباشر على تهيئة البيئة المواتية للبنوك للتوجه نحو الاستفادة من التقدم التكنولوجي بتقديم العديد من الخدمات المستحدثة، ذلك أن جميع البنوك الأمريكية يكاد يكون لها مواقع على شبكة الانترنت (أباظة، ٢٠١٠، ٤١١) .

فمنذ القرن السادس عشر الذي شهد مولد فكرة البنوك على يد الصيارفة باعتبارهم كبار التجار المشهود لهم بالسمعة الطيبة والأمانة الكبيرة (باسيلي، ٢٠٠٨، ٣) ، والتطور المنطقي للأحداث يوجه العمل المصرفي لمواكبة مستجدات الساحة المصرفية فتعددت البنوك واندمج الصغير منها بهدف رفع كفاءة الجهاز المصرفي وتقديم الخدمات المصرفية بالدقة والسرعة والأمانة، وهكذا أخذ العمل المصرفي بالتطور لتحقيق نجاعة الأداء المالي للبنوك، بالتركيز على التحليل المالي للقوائم المالية، وتفعيل تحليل الربحية والسيولة والضمان كمداخل رئيسة لتقويم الأداء المالي للبنوك التجارية على أثر تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية.

وهنا تظهر أهمية التسويق المصرفي للخدمات المصرفية، فكل اللذين لديهم سلعة أو خدمة أو فكرة يريدون بيعها، يحتاجون بالدرجة الأولى إلى معرفة الدوافع الحقيقية للشراء أو التعامل (جلدة، ٢٠٠٩، ١٩٠) ، ولذلك كان اهتمام البنوك بتطوير منتجاتها وخدماتها للعملاء وهي تعيش جواً من التنافس وروح الإبداع والابتكار، ومواكبة الجديد بكل فاعلية

وكفاءة، وبما أن تعزيز الأداء المالي يعتمد على كفاءة الخدمات المصرفية المقدمة فإنه أساساً على مجتمع العملاء الذين يتعاملون مع البنك منتجاً وخدمة، ذلك أن التميز سيكون ثمن النجاح، وطابع الاستمرارية والبقاء هو الكفاءة والتميز في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية في العصر الحديث.

ولما كان عنوان المرحلة القادمة مفردات الحوكمة بما تعنيه من مساءلة وشفافية وإفصاح، فقد كان لزاماً على البنوك تحسس المخاطر وتحديث السياسات والإجراءات والعمليات ذات القيمة المضافة، لأن التحول نحو الخدمات المصرفية الالكترونية سيعمل بشكل أو بآخر على إحداث تغير ملموس في بنية المخاطر وعمل البنوك بحكم التحديات التي تفرضها روح المنافسة بتنوع قنوات توزيع الخدمات والحفاظ على سرية وتكامل المعلومات، فقد أشار (حسن، ٢٠١١، ٣٧) إلى أن اعتماد بعض المنتجات والخدمات على الانترنت، يضاعف الحاجة إلى عملية إدارة متواصلة ودقيقة للمخاطر المترتبة على الصيرفة الالكترونية، فقد بينت الدراسات تطور بنوك الانترنت وأهمية خفض الأجور وتقليص الوقت والتحرر من قيد المكان والمساحة كمكونات رئيسة لبنوك الانترنت في تقديم خدماتها المصرفية الالكترونية، في حين تعدّ التكلفة المرتفعة ومخاطر الأمان والسرية من معوقات تقديم تلك الخدمات.

يعدّ الأداء المالي أداة الحكم الموضوعي على كفاءة البنوك ومستوى أنشطتها وبالتالي الجدية في تحقيق الأهداف المرسومة بشكل موضوعي يعتمد القياس والرقم الصحيح المستند أساساً إلى المعايير والنسب المالية، وهذا يعني انه كلما زادت ربحية البنوك دل ذلك على حسن الأداء المالي، ولكن مما تجدر الإشارة إليه دور البنوك التجارية كوسيط في السوق المالي من حيث شراء الأوراق المالية وبيعها وجنيها للأرباح كسبيل آخر لتعزيز الأداء المالي وزيادة الربحية (صيام، ٢٠٠٣، ٤٨) وهو ما يعني تعدد أوجه النشاط المصرفي ضمن المجالات المتاحة.

ويشير الاداء المالي إلى العملية التي تُشتق من خلالها مجموعة من المعايير أو المؤشرات الكمية والنوعية حول نشاط أي مشروع اقتصادي يسهم في تحديد اهمية الانشطة التشغيلية والمالية للمشروع، وذلك من خلال معلومات تستخرج من القوائم المالية ومصادر اخرى لكي يتم استخدام هذه المؤشرات في تقويم الأداء المالي للمنشآت (مطر، ٢٠٠٦) ، وعموما فالأداء المالي يعتمد التحليل المالي لدراسة الماضي والتنبؤ بإمكانية تحقيق الأهداف المرغوبة مستقبلا.

ويتم قياس الاداء المالي باستخدام النسب المالية والتي تعد من أهم الأدوات التي تعتمد عليها الإدارات في تحليل القوائم المالية للوقوف على سلامة المركز المالي، ولذلك

يعد استخدام النسب المالية في التحليل الماليمن أهم الوسائل التي تساعد الإدارة على معرفة وضع سيولة المصرف (هندي، ٢٠٠٤) ، وبذلك يُعد الأداء المالي وصفاً لوضع البنوك الحالي وخطوة باتجاه تحديد المتغيرات المالية، من خلال دراسة الهيكل المالي ونسب التحليل المالي من حيث السيولة والربحية والنشاط والمديونية.

وبالمقابل فقد دخلت تقنيات حديثة إلى مفاهيم توزيع الخدمة المصرفية الالكترونية وتقديمها، وبالتالي تعزيز كفاءة العملية المصرفية، وهنا تجدر الإشارة إلى انه يجب الاهتمام بالقنوات التوزيعية للخدمات المصرفية لزيادة ملاءمتها ويسرها، فهي ركن أساسي في عناصر المزيج التسويقي للخدمة المصرفية (العجارمة، ٢٠٠٥، ١٩٨) ، لاسيما وقد ازدادت مستويات الأتمتة والتكنولوجيا وبالتالي التوسع في الخدمات المصرفية الالكترونية التي أخذت تحل بشكل أو بآخر مكان الفروع والمكاتب إلى حد ما، وتحديداً في حالات السحب والإيداع وطلب كشف حساب مختصر أو تحويل الأموال، وهذا ما يعكس التوجه العام لدى إدارة البنوك التجارية في الحد من عدد الفروع لتقليل التكاليف وأجور الكادر الوظيفي، وبالتالي تجويد الأداء المالي وتعزيزه.

ويرى (Snel, 2000) أن من خصائص وميزات البنوك الالكترونية توفير الوقت والنقد على حد سواء، كما يؤكد (Ong & Chang, 2003) أن تعداد الفروع البنكية والتوسع الكمي ما عاد هو المطلوب حالياً لتلبية حاجات العملاء بقدر ما تقدمه البنوك الالكترونية من أساليب مبتكرة في تقديم الخدمات المصرفية عبر الهاتف والحاسوب الشخصي والصراف الآلي.

وقد تعددت الدراسات التي تؤكد تأثير الخدمات الالكترونية على جذب العملاء ورضاهم، وكذلك خفض التكاليف وتحسين الأداء المالي وتعزيز هامش الربحية، في ظل التقارب الأكبر بين البنك والعميل دون الحاجة للالتقاء وجهاً لوجه، فكان لإشراك التكنولوجيا والاتصالات في الخدمات المقدمة اختصار للجهد والوقت والكلفة وفق معايير محددة ومقاييس دقيقة لإنجاح العمل (Bauer et al. , 2005) ، وبالتالي تهيئة البيئة المناسبة لتحقيق الكفاءة وتحسين الأداء المالي.

وفي ضوء ما سبق، فقد ازدادت أهمية تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية لتحسين الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، لما لذلك من أثر على تنافسية البنوك، وهو ما ذهبت إليه دراسة (Omari & Bataineh, 2012) من تأكيد وجود تأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α = ٠,٠٥) للخدمات المصرفية الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، وهو ما أكدته دراسة (Josiah & Nancy, 2012) بشأن العلاقة

بين العمل المصرفي الالكتروني والأداء المصرفي في كينيا، فوصلت الدراسة إلى حتمية تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية علىأداء البنوك..

وتشير الدراسات إلى أهمية نوعية المتعاملين وإقناعهم بضرورة التعامل بالخدمات المصرفية الالكترونية كونها الأسهل والأدق في تجويدأداء الصناعة المصرفية، وهو ما أشارت إليه دراسة (Himani, 2011) من وجود قناعة لدى المصرفيين بأهمية الخدمات المصرفية الالكترونية في تعزيز العلاقة بين المصرفيين والعملاء، وبالتالي تحسين الأداء العام للبنك، كما أشارت دراسة (باقية والعريض، ٢٠٠٥) إلى العلاقة القوية بين نظم المعلومات المالية والخدمات البنكية الحديثة وأداء البنوك، وبالتالي جذب المزيد من المتعاملين من خلال واقع تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسات البنكية وبالتالي جودة الأداء وجذب العملاء الجدد.

وفي ظل ذلك يسهل الحصول على البيانات المالية وتزداد القدرات التنافسية للبنوك، وهو ما أشارت إليه دراسة (شعبان، ٢٠٠٤) حين بينت أنه يمكن تصنيف الخدمات التي تقدمها البنوك عبر الانترنت إلى فئات ثلاث هي: خدمات معلوماتية، وخدمات اتصالية، وخدمات تنفيذية، وتوصلت الدراسة إلى أن العمل المصرفي الالكتروني يتميز – بشكل عام– بزيادة كفاءة أداء البنوك، وتحسين مستوى الخدمات المقدمة، وبالتالي توفير الوقت والجهد على العملاء والموظفين على حد سواء، وهو ما يتفق أيضا مع ما جاء في دراستنا.

فرضيات الدراسة:

استناداً إلى ما توصلت إليه الدراسات السابقة، واستنتاجاً من الإطار النظري للدراسة، **يمكن صياغة الفرضيات على النحو الآتي:**

Ho1: لا تؤثر كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

Ho2: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية الأردنية في تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على أداءها المالي.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المديرين العاملين والمديرين الماليين في البنوك التجارية الأردنية في حدود العاصمة الأردنية – عمان – فتم اختيار عينة ملائمة من العاملين في البنوك التجارية الأردنية ليتم توزيع (٢٥٣) استبانة، استعيدت (٢٣٣) منها، فكانت نسبة الاسترداد ٩٢,١٪ تقريباً.

أساليب جمع البيانات:

إلى جانب الأبحاث والدراسات المنشورة في المجلات العلمية والمؤتمرات ذات الصلة بموضوع الدراسة، فقد صُممت استبانة خاصة تفي بأغراض الدراسة إلى جانب الإطار النظري ونتائج الدراسات السابقة، فقد وزّعت الاستبانة على عينة الدراسة وأُعيد استلامها.

تكونت الاستبانة من قسمين، تناول الأول المعلومات الديموغرافية للمجيبين عن أسئلة الاستبانة لمجتمع الدراسة، من حيث: (العمر، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات الخبرة في البنك) .

أما القسم الثاني، فقد كان الهدف منه قياس تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، فاشتمل على (١٦) فقرة، بحيث تم تدريج مستوى الإجابة لكل فقرة وفق مقياس ليكرت، فتنوعت البدائل بين: (موافق بشدة، وموافق، ومحايد، وغير موافق، وغير موافق بشدة) ، وقد وزّعت درجات الإجابة كما يأتي: (موافق بشدة = ٥ درجات، موافق = ٤ درجات، محايد = ٣ درجات، غير موافق = ٢ درجة، غير موافق بشدة = ١ درجة واحدة) .

صدق أداة الدراسة:

للتأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، فقد عُرضت بشكلها الأولي على عدد من أعضاء هيئة التدريس بقسم العلوم المالية والمصرفية في بعض الجامعات الأردنية بهدف التعرف إلى آرائهم في أسئلة استبانة الدراسة، ومدى انسجامها وملاءمتها للأهداف التي تسعى إلى تحقيقها من حيث تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، وآخذاً بالملاحظات فقد أُجريت بعض التعديلات على فقرات الاستبانة فتم حذف بعض منها، وإضافة فقرات جديدة، وإعادة صياغة بعضها الآخر، عملاً بملاحظات المحكمين من أعضاء هيئة التدريس من ذوي الاختصاص، وصولاً إلى الشكل النهائي للاستبانة على النحو الذي استقرت عليه بوضعها النهائي.

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات استبانة الدراسة، وذلك من خلال استخدام معامل الاتساق الداخلي (α) وفقاً لمعادلة (كرونباخ ألفا) ، وذلك لجميع الاستبانات، حيث كانت قيمة (α) للاستبانة (٩٥,٦٪) وهي نسبة ممتازة لأنها أعلى من (٦٠٪) .

المعالجة الإحصائية:

حلِّلت البيانات وفق أساليب التحليل الإحصائي المتعارف عليها، فقد اُستخدم الإحصاء الوصفي والتحليلي للإجابة عن أسئلة الدراسة باستخدام برنامج SPSS إضافة إلى الأساليب الإحصائية التي ستستخدم كالتوزيعات التكرارية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واستخدام اختبار (T) واختبار (F) للتعرف إلى الدلالة الإحصائية.

تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

خصائص عينة الدراسة:

لغايات التعرف إلى تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، فقد دُرست خصائص عينة الدراسة من خلال بعض المتغيرات المتمثلة في العمر والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة في البنك، إضافة لمدى توافر شبكة الانترنت في البنك واستخدام الانترنت في الخدمة المصرفية الالكترونية، وفيما يلي توضيح كيفية توزيع تلك الخصائص.

بلغت نسبة ذوي الفئة العمرية (من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة) ٥٤,٩٪ في حين بلغت نسبة حملة درجة البكالوريوس ٩١٪، ونسبة اللذين تتراوح خبرتهم بين (٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات) ٤٠,٣٪، في حين أن نسبة اللذين تتراوح خبرتهم من (١٠ إلى أقل من ١٥ سنة) كانت ١٨,٩٪، ونسبة من تتراوح خبرتهم بين (١٥ سنة فأكثر) ٩٪، وهذا بمجمله يوضح أن غالبية أفراد عينة الدراسة من ذوي الخبرات الطويلة، وتستخدم البنوك التجارية الأردنية مختلف الخدمات المصرفية الالكترونية التي تتراوح بين البنك الناطق والبنك المنزلي والصراف الآلي، إضافة إلى خدمات أخرى تعمل البنوك على تقديمها.

تحليل البيانات:

الجدول (١)

المتوسطات الانحرافية المعيارية لإجابات عينة الدراسة من العاملين على فقرات الاستبانة مرتبة تنازلياً.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
٣	قدرة الخدمات المصرفية الالكترونية على توفير الوقت تزيد من ربحية البنك وتحسن الأداء المالي	٤,٦٨	٠,٦٢٦	١

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
١٦	تقلل البنوك الالكترونية من تكاليف الأعمال الروتينية وتعزز الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية	٤,٦١	٠,٦٦١	٢
٩	اتساع ثقافة العملاء باستخدام الخدمات الالكترونية يعتمد على كفاءة الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة	٤,٥٩	٠,٦٩٦	٣
١٣	توفر البنوك الالكترونية تكاليف الكثير من العاملين	٤,٥١	٠,٦٥١	٤
١	سرعة إنجاز الخدمات المصرفية من خلال الخدمات الالكترونية تعمل على تخفيض تكاليف إنتاج الخدمة المصرفية	٤,٤٥	٠,٦٥٥	٥
٨	اتساع قاعدة الخدمة المصرفية الالكترونية يؤدي إلى استثمار الطاقة البشرية بالبنك بشكل أفضل فتحسن الأداء المالي	٤,٤٥	٠,٧١٣	٦
١٠	كفاءة الخدمات الالكترونية تتيح الفرصة في انتشار البنك	٤,٤٥	٠,٧٤٧	٧
١٤	توفر البنوك الالكترونية وقت وجهد العاملين في إنتاج الخدمة المصرفية فيتعزز الأداء المالي للبنك	٤,٣٩	٠,٦٦٢	٨
٢	كفاءة وتنويع الخدمات الالكترونية يؤديان إلى زيادة بحية البنك	٤,٢٩	٠,٦٩٥	٩
١٢	اتساع استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية يؤدي إلى خفض تكاليف بيع تلك الخدمات	٤,٢٧	٠,٧٦١	١٠
٤	كفاءة الخدمات الالكترونية في تقديم خدمات مصرفية على مدار الساعة يرفع من الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية	٤,٢٣	٠,٨١٢	١١
١٥	تعمل البنوك الالكترونية على تفادي الاستثمار في فتح الفروع الجديدة	٤,١٢	٠,٧٧١	١٢
٥	دقة الخدمات المصرفية الالكترونية يساعد على زيادة الإقبال عليها	٤,١١	٠,٨٨٤	١٣
٦	زيادة إقبال العملاء على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية يعتمد على كفاءتها	٤,٠٩	٠,٨٥٦	١٤
٧	تخفيض العمل الروتيني المصرفي يعتمد بصورة مباشرة على زيادة الخدمات المصرفية الالكترونية	٤,٠٢	٠,٧٨٥	١٥
١١	كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية تساعد على خفض كلفة افتتاح فروع إضافية	٣,٦٩	٠,٩٠١	١٦
	المتوسط الكلي	٤,٣١	٠,٣٩٩	

يتضح من الجدول أن المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة جميعها، قد تراوحت ما بين (٣,٦٩ – ٤,٦٨)، وهي في مجملها أكبر من المتوسط الافتراضي (٣) ، علماً بأن المتوسط الافتراضي = [(٥ + ٤ + ٣ + ٢ + ١) / ٥ = ٣]، وهذا يشير إلى أن اتجاهات عينة

الدراسة إيجابية نحو الفقرات جميعها، كما يتضح من الجدول أن أعلى متوسط حسابي جاء للفقرة (٣) التي تشير إلى: قدرة الخدمات المصرفية الالكترونية على توفير الوقت يزيد من ربحية البنك فقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (٤,٦٨) ، في حين كانت الفقرة (١٦) التي تشير إلى أن البنوك الالكترونية تقلل من تكاليف الأعمال الروتينية المرتبة الثانية إذ بلغ متوسطها الحسابي (٤,٦١) ، على حين بلغ المتوسط الكلي (٤,٣١) ، مما يشير إلى اتفاق وجهات نظر عينة الدراسة حول الفقرات التي تقيس علاقة كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الأردنية بالأداء المالي لهذه البنوك، إذ إن عينة الدراسة ترى أن تعزيز كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية يزيد من ربحية البنك ويتيح الفرصة لانتشار البنك وتقليل تكاليف الأعمال الروتينية، وتخفيض عدد العاملين، وتخفض تكاليف إنتاج الخدمة المصرفية، والاستفادة من الموارد البشرية بالشكل الأمثل، وتوفير تكاليف فتح فروع جديدة للبنك، مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي.

اختبار فرضيات الدراسة:

لاختبار فرضيات الدراسة استخدمت مجموعة من الاختبارات الإحصائية، **وفيما يأتي النتائج التي تم التوصل إليها:**

◄ اختبار الفرضية الأولى

Ho1: لا تؤثر كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

الجدول (٢)

نتائج اختبار الفرضية الأولى

T المحسوبة	Chi الجدولية	Sig T	النتيجة
٥٠,١٩٥	١,٩٦	٠,٠٠	نفي

استخدم اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية، ويبين الجدول أن قيمة (T المحسوبة = ٥٠,١٩٥) ، بينما بلغت قيمة (T الجدولية = ١,٩٦) ، وبلغت قيمة (T) المعنوية = ٠,٠٠٠ ، وبناء على النتائج الواردة في الجدول أعلاه ترفض الفرضية العدمية (HO) ، وتقبل الفرضية البديلة، وهذا يعني أن كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الأردنية تؤثر على أدائها المالي.

◄ **اختبار الفرضية الثانية:**

Ho2: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية الأردنية في تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على أداءها المالي.

لاختبار هذه الفرضية استخدم اختبار كاي تربيع والجدول التالي يبين النتيجة

الجدول (٣)

نتائج اختبار الفرضية الثانية

T المحسوبة	Chi الجدولية	Sig T	النتيجة
٩٦,٢١٥	٣٨,٨٨٥	٠,٠٠	نفي

يتبين من الجدول أن قيمة (كاي المحسوبة = ٩٦,٢١٥) بينما بلغت قيمة (كاي الجدولية = ٣٨,٨٨٥) ، وبلغت قيمة (كاي المعنوية = ٠,٠٠٠) ، وبناء على النتائج الواردة في الجدول ترفض الفرضية العدمية، (HO) وتقبل الفرضية البديلة، وهذا يعني أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية الأردنية في تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على أدائها المالي.

نتائج الدراسة:

في ضوء الإطار النظري للدراسة والاستبانة الموزعة على ذوي الاختصاص، ومن واقع تحليل البيانات واختبار الفرضيات، **تم التوصل إلى النتائج الآتية:**

١. هناك وعي كبير بأهمية التعامل المصرفي عبر الانترنت، لمواكبة التطورات التكنولوجية، وتلبية احتياجات العملاء المتعددة، وبالتالي جدية تعزيز تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية بكل كفاءة واقتدار.

٢. من واقع هذه الدراسة التطبيقية التي أجريت على البنوك التجارية الأردنية، ومن تحليل الإجابات الواردة في الاستبانة الموزعة، تبين ما للخدمات المصرفية الالكترونية من تأثير على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، من حيث توفير الوقت وتقليل الأعمال الروتينية وبالتالي تخفيض كلفة العاملين، وهذا ما يتفق مع دراسة (شعبان، ٢٠٠٤) ودراسة (Bauer et al., 2005) .

٣. كما بينت النتائج دور الخدمات المصرفية الالكترونية في اتساع رقعة العمل المصرفي وسرعة انتشاره، دون الحاجة لمزيد من الفروع والمكاتب والمباني التي تزيد من الكلفة، وبالتالي سرعة إنجاز الخدمة المصرفية التي تلبي حاجة العملاء، الأمر الذي يؤكد

تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على الأداء المالي إيجاباً، وهو ما يتفق مع دراسة (Josiah & Nancy, 2012) بشأن العلاقة بين العمل المصرفي الالكتروني والأداء، وبالتالي تأكيد تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية علىأداء البنوك.

٤. إضافة لذلك، فقد أظهرت النتائج أن إتقان الخدمة المصرفية الالكترونية وزيادة الوعي بالعمل المصرفي الالكتروني يزيد من إقبال العملاء على تلك الخدمات نتيجة السرعة في إنجاز الخدمة المصرفية، واختصار الزمكانية على حد سواء، مما يزيد تنافسية البنوك، وتعظيم ربحية البنوك التجارية، مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي، وهذا ما يتفق كذلك مع دراسة (Omari & Bataineh, 2012) .

٥. وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي، أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية الأردنية في تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية على أدائها المالي، فالبنوك جميعاً باتت تتسابق لترويج موقعها الالكتروني وتقديم أفضل الخدمات لتحقيق ميزتها النسبية.

٦. كما بينت النتائج أن لكفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية تأثير على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

توصيات الدراسة:

في ظل النتائج التي تم التوصل إليها من واقع الإطار النظري وتحليل البيانات واختبار الفرضيات، **يمكن صياغة التوصيات على النحو الآتي**:

١. نتيجة الاهتمام بالعمل الالكتروني عبر الانترنت، وما للخدمات المصرفية الالكترونية من تأثير واضح على الأداء المالي، ينبغي زيادة الوعي بآليات وميكانزمات التعامل المصرفي، في ظل الحاجة الماسة بتعريف عملاء البنوك بأنواع الخدمات المصرفية ومزاياها في ظل إصرار بعض المتعاملين على الأنماط التقليدية في المعاملات البنكية.

٢. مازالت مشكلة الأمان والسرية والتخوف من التعامل الالكتروني، تحد من استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية، لاسيما عند تعاملهم بالإيداع النقدي لدى الصراف الآلي، لذا فإن البنوك مطالبة بإقناع العملاء بجدوى هذه الخدمات وتوفير الأجهزة الحديثة لضمان حماية أموال العملاء وأمانها، وخصوصيتهم وضمان سرية البيانات والمعلومات.

٣. تعزيز سلامة تشغيل وأمان الخدمات المصرفية الالكترونية وتأكيدها، كي تقدّم بكل يُسر ودقة بهدف توفير الوقت والجهد والكلفة لتحقيق تجويد الأداء المالي بالشكل المطلوب الذي يحقق أهداف البنك.

المصادر والمراجع:

أولاً- المراجع العربية:

١. أباظة، عصام الدين أحمد، (٢٠١٠) . العولمة المصرفية، دار النهضة العربية بالقاهرة، ص٢٦٣.

٢. باسيلي، مكرم عبد المسيح، (٢٠٠٨) . المعاملات المصرفية، المكتبة العصرية بالمنصورة، ص٣.

٣. باقية، إنعام عبد المنعم، ونادية عبد الله العريض، (٢٠٠٥) . التقنيات المؤتمتة الحديثة المستخدمة في تطوير الخدمات البنكية أثرها على المتعاملين مع البنوك، المجلة الوطنية للعلوم التطبيقية، العدد الثامن، عمان، ص ص ١٢١– ١٣٨.

٤. جلدة، سامر، (٢٠٠٩) . البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص١٩٠.

٥. حسن، صلاح، (٢٠١١) . تحليل وإدارة وحوكمة المخاطر المصرفية الالكترونية، القاهرة: دار الكتاب الحديث.

٦. شعبان، إياد عبد الله، (٢٠٠٤) . دور البنوك في التجارة الالكترونية، مجلة البنوك في الأردن، العدد ٥، المجلد ٢٣.

٧. صيام، أحمد زكريا، (٢٠٠٣) . مبادئ الاستثمار، دار المناهج للنشر والتوزيع، ص٤٨.

٨. طربية، جوزيف (٢٠٠٤) . الصيرفة الالكترونية: تطبيق التكنولوجيا للصمود والنجاح في الاقتصاد الوطني، اتحاد البنوك العربية.

٩. عبد الله، خالد أمين، الطراد، إسماعيل، (٢٠١١) . إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، ص٢٢١.

١٠. العجارمة، تيسير، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ص١٩٨.

١١. عرب، يونس، (٢٠٠١) . البنوك الإلكترونية الفكرة وخيارات القبول والرفض (الجزء الأول) ، مجلة البنوك في الأردن، العدد ٣، المجلد ١٩.

١٢. عمري، معتصم شفا، (٢٠٠٠) . تعرف إلى الانترنت، دمشق: دار الرضا.

١٣. مطر، محمد (٢٠٠٦) الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي الائتماني، دار وائل، عمان

١٤. هندي، منير ابراهيم (٢٠٠٤) الإدارة المالية: مدخل تحليل مالي معاصر، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية

ثانياً- المراجع الأجنبية:

1. *Bauer, H. H. , Hammerschmidt, M. and Falk, T. (2005) , "Measuring the quality of e- banking portals", International Journal of Bank Marketing, Vol. 23 No. 2, pp. 153- 75.*
2. *Himani Sharma (2011) , Bankers's Perspective on E- Banking, NJRIM VOL. 1, NO. 1,*
3. *Josiah Aduda and Nancy Kingoo (2012) The Relationship between Electronic Banking and Financial Performance among Commercial Banks in Kenya, Journal of Finance and Investment Analysis, vol. 1, no. 3, pp, 99- 118.*
4. *Lustsik Olga (2002) , Can e- banking service be profitable. PhD. thesis. university of Taru Estonia*
5. *Omari. Hasan Talal Bataineh (2012) The Impact of e- Banking on Achieving Competitive Advantage for Banks in Jordan, Institute of Interdisciplinary Business Research,Vol 4, no. 7*
6. *Ong Hway Boon- Chang, Ming Yu (2003) Success Factors in E- channels: The Malaysian Banking Scenario, Journal of Bank Marketing , 21, 6/ 7, pp 369- 377*
7. *Snel, R. (2000) , "On- line bill payment is falling short of promise", American Banker, Vol. 65 No. 47, p. 4.*