مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية

اسم المقال: العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء –دراسة ميدانية إقليم الجنوب– الأردن
اسم الكاتب: محمد علي خليل السميرات، رائد محمد العضايلة
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/8929
تاريخ الاسترداد: 2026/11/01 22:08 +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 الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

جامعة الشارقة
ملتقى الحضارات

مجلة جامعة الشارقة

دورية علمية محكمة

للعلوم الإنسانية والاجتماعية



المجلد 14 ، العدد 1
رمضان 1438 هـ / يونيو 2017 م

الترقيم الدولي المعياري للدوريات 1996-2339

العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء: دراسة ميدانية إقليم الجنوب – الأردن

محمد علي خليل السميرات

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة العلوم التطبيقية الخاصة
عمان - الأردن

رائد محمّد العضايلة

كلية إدارة الأعمال - جامعة مؤتة
الكرك - الأردن

تاريخ الاستلام: 16-03-2016 **تاريخ القبول: 11-01-2017**

ملخص البحث:

سعت الدراسة إلى محاولة تحديد العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول وذلك من خلال التعرف على وجهات نظر العملاء في إقليم الجنوب وقد تضمنت عوامل الدراسة (الثقة، مستوى المهارة التقنية، الفائدة المدركة، توافر المعلومات، تصميم الخدمة). حيث احتوى مجتمع الدراسة على عملاء البنوك العاملة في إقليم الجنوب-الأردن، وذلك من خلال استبانة تم توزيعها وجمع البيانات من خلالها، في حين استخدمت الدراسة حزمة التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة والمساعدة في معرفة العوامل المؤثرة وقياس فرضيات الدراسة. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن العوامل (المهارة التقنية، الثقة) كان لها أثر واضح في تبني العملاء للخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول، كما أظهرت النتائج أن مستوى تبني العملاء للخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول لا يزال منخفضا. في حين أوصت الدراسة بضرورة اهتمام القائمين على البنوك بتوعية العملاء حول الخدمات الإلكترونية وأهميتها وكيفية استخدامها من خلال عقد ندوات وعمل نشرات تعريفية بكيفة التعامل معها واستخدامها، بالإضافة إلى التركيز على عامل الثقة وتوفير حماية كافية لتطبيقات الهاتف المحمول لما لهما من دور كبير في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية.

الكلمات الدالة: الخدمات البنكية الإلكترونية، الخدمات البنكية، العوامل المؤثرة في الخدمات البنكية، بنوك الهاتف.

المقدمة:

أضفت الثورة التكنولوجية وما يشهده العالم من تطورٍ هائلٍ في تكنولوجيا المعلومات والشبكات حداثة نوعية في استخدام شبكات الإنترنت والاتصالات في مجالات الأعمال في كافة المجالات الصناعية الخدمية ولا سيما في مجال الخدمات المصرفية.

وقد أحدث هذا التطور تغييرات جذرية على البنوك وأعمالها وخدماتها بشكل عام، كما ساهم انتشار شبكة الإنترنت باستخدام وسائل إلكترونية لتمكين عمليات التبادل، بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات، التي تتطلب النقل في صورة رقمية أو مادية من مكان إلى أخر. (أبا زيد، 2005).

وعلى الرغم من ظهور العديد من الخدمات البنكية المتنوعة كالخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول والخدمات البنكية عبر الإنترنت، إلا أنه ما زال هناك ضعف في تبني هذه الخدمات منقبل عملاء البنوك الأردنية ولا سيما في إقليم الجنوب.

لذا ومن هذا المنطلق تسعى الدراسة إلى تسليط الضوْء على العوامل المؤثرة في استخدام وتبني هذه الخدمات من قبل العملاء وذلك للعمل على الوقوف على الاسباب وراء ذلك وتقديم توصيات للبنوك يؤمل بأن تكون مفيدة في معالجة ضعف الاستخدام الملحوظ، حيث إنّ إقليم الجنوب في الأردن ما زال يُعاني من ضعف في تطبيق بعض هذه الخدمات من قبل البنوك كما أنّ هناك عزوفاً من العملاء لتبني مثل هذه الخدمات.

مشكلة الدراسة:

أدى التطور التكنولوجي إلى تطورٍ ملموسٍ في طبيعة الخدمات البنكية بشكل عام والإلكترونية على وجه الخصوص، وذلك منْ خلال تمكين العملاء من استخدام الإنترنت والهواتف المحمولة في إجراء العمليات المصرفية المختلفة دون الحاجة إلى زيارة البنك أو التعامل مع موظفيه.

إلا أنه رغم وجود هذه الخدمات المتطورة وتوافرها على مدار اليوم والأسبوع لا يزال هنالك ضعف ملحوظ في تبني هذه الخدمات من قبل العملاء في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن، لذا تسعى الدراسة إلى إجابة التساؤل الرئيس الآتي:

- ما هي العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن؟

أهمية الدراسة:

تظهر أهمية الدراسة بشكل عمليّ في الوقوف على أهم العوامل التي تؤثر في استخدام وتبني عملاء البنوك الأردنيّة في إقليم الجنوب للخدمات البنكيّة الإلكترونيّة عبر الهاتف المحمول، حيثُ تمتاز هذه التقنيات الحديثة والتكنولوجيا المتطورة في الخدمات البنكيّة بالعديد من المزايا كتوفير الوقت والجهد بالإضافة إلى تنوّع الخدمات في وتوفرها في أي وقت، ولذلك تأتي أهميّة الدراسة من التعرّف على ما يقف دون تبني العملاء لمثل هذه الخدمات ولا سيما في إقليم الجنوب.

كما تكمن أهميّة الدراسة في بناء نموذج يؤمل بأن يكون مفيدا لمزيد من الدراسات حول هذا الموضوع في الواقع الأردني والعربي.

أهداف الدراسة:

وتسعى الدراسة بشكل أساس إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن، وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

1. تقديم إطار نظري ملائم حول متغيرات الدراسة متضمناً الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع ومدى مساهمتها في تطوير العناصر الأساسية والمتغيرات المهمة لهذه الدراسة.
2. التعرف على الخدمات الإلكترونية التي تقدمها البنوك عبر الهاتف المحمول.
3. التعرف على مستوى تبني الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول التي تقدمها البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن من وجهة نظر العملاء.

الخدمات البنكيّة الإلكترونيّة:

تؤدي الخدمات دورا رئيسا في القطاع البنكي حيث يترتب عليها نجاح البنك في البقاء في المنافسة أو خروجه منها، كما يترتب عليها المحافظة على العملاء وجذبهم والتأثير فيهم، حيث أشار (العجارمة، 2005) أن الخدمات البنكية عبارة عن مجموع المنافع المشتركة الموجودة في عقول المشترين المحتملين ومن المؤمل شراؤهم الخدمة، حيث تمتاز الخدمات البنكية بانخفاض التكاليف وجودة الأداء، كما تتميز الخدمات البنكية الإلكترونية بسهولة إعادة هيكلة الأعمال البنكية نظرا لأن نشاط البنوك الإلكترونية يتطلب عددا أقل من الأيدي العاملة وبالتالي أقل كلفة (ثويني وخلف، 2005).

وقد ظهر العديد من الخدمات البنكية الإلكترونية والتي توفرها البنوك للعملاء كالبنوك الإلكترونية والتي تعمل كوسيلة للاتصال بين العميل وبين البنك عبر الإنترنت وبوجود نظم أخرى تسمح للعميل من إجراء الحركات البنكية والاستفادة من جميع الخدمات البنكية عبر الإنترنت دون الحاجة إلى التواصل مع موظف البنك أو زيارة البنك (قاحوش، 2001).

كما ظهرت الخدمات البنكية عبر الصرافات الآلية والتي تسمح للعميل بالقيام بالحركات المالية من سحب وإيداع وغيرها (Olatokun and joyee,2009)، وهي الخدمات الأكثر انتشارا واستخداما من قبل العملاء لما تتميز به من سهولة الاستخدام وتوفيرها للوقت والجهد وتوافرها قرب أماكن التسوق.

الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول:

أدى انتشار الهواتف المحمولة وتطور تطبيقاتها المختلفة إلى ظهور تطبيقات وبرامج تسمح بتوفير خدمات بنكية يستطيع العميل إجراء الحركات والخدمات البنكية من خلالهاعبر الهاتف المحمول ، حيث ظهر ما يسمى بالبنوك الخلوية أو ما يسمى بمركز خدمة العملاء، والتي تقوم على تزويد الخدمات البنكية للزبائن في أي مكان وفي أي وقت، ويتم إجراء العمليات من خلال تشغيل مراكز الاتصالات وخدمة العملاء بواسطة التليفون باستخدام اسم مستخدم وكلمة مرور حيث يمكنه إجراء الحركات المالية كالاستفسار عن الرصيد والتحويل المالي وغيرها من الخدمات التي يقدمها البنك عبر الهاتف المحمول. (Andam, 2003).

ويمكن القول أن الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول تتمثل في أداء العمليات البنكية المختلفة سواء الاستفسار عن الحساب والحصول على كشف حساب وإجراء الحركات المالية والدفع الإلكتروني وتسدسد الفواتير ومعرفة تاريخ استحقاق الدفعات، وتغيير الرمز السري وحجز التذاكر الإلكترونية، وغيرها من الخدمات التي يقدمها البنك عبر الهاتف المحمول.

ويؤكد (batdorff, 1996) أن الطريق إلى التوسع في تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية يمر من خلال الصراف الآلي والبنك الناطق، وقد بلغ نسبة القروض المقدمة من خلال الهاتف (10%) من إجمالي القروض الممنوحة من قبل بنك Cleveland ohio 1996 وركز على أهمية التوسع في استخدام هذه القناة، لتعزيز القدرة التنافسية للبنوك وتحقيق المزيد من رغبات العملاء بشكل سريع ومقنع.

مزايا الخدمات البنكية الإلكترونية:

تكمن مزايا الخدمات البنكية الإلكترونية المختلفة في المحافظة الموقع التنافسي والحصة السوقية للبنك والقدرة على تطبيق التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات البنكية الإلكترونية المختلفة ولا سيما عبر الهاتف المحمول.

كما تظهر أهمية الخدمات البنكية الإلكترونية من خلال أهمية المحافظة على العميل وتقديم الخدمات الملائمة له دون الحاجة إلى التعامل معه وجها لوجه، كما يبين (Jayawardhena & Foley, 2000) و(Aladwani, 2001) أن مزايا الخدمات البنكية الإلكترونية للبنك تكمن في: تحقيق مزية تنافسية، وزيادة الحصة السوقية، وزيادة الأرباح كما توفر هذه الخدمات الكثير من الوقت، كما تؤدي إلى تحسين سمعة البنك لدى المجتمع والعملاء، وإرضاء جميع العملاء وتلبية احتياجاتهم بسرعة أكبر، كما يستطيع البنك من خلال الخدمات البنكية الإلكترونية من توفير الكثير من التكاليف والموارد، إضافة إلى توفير هذه الخدمات وإمكانية استخدامها على مدار اليوم والأسبوع.

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية

دراسة (أرتيمة والطالب 2011)، بعنوان: « تحسين الخدمات الإلكترونية البنكية ودورها في تطوير الميزة التنافسية للبنوك الاسلامية، -دراسة تطبيقية في إقليم الشمال-الأردن» هدفت هذه الدراسة إلى قياس الخدمات الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية ودورها في تبني مزية تنافسية من خلال التركيز على الخدمات الإلكترونية المرافقة لها، وتم إجراء هذه الدراسة على البنوك العاملة في إقليم الشمال، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة بين استخدام الأنظمة الإلكترونية وبين مستوى الأداء في البنوك الإسلامية بدرجة عالية، كما بينت الدراسة أن هناك مشكلات بين استخدام الأنظمة الإلكترونية وبين مستوى الأداء في البنوك الإسلامية بدرجة عالية.

دراسة: (العلوان،2007) بعنوان: العوامل المؤثرة في تبني الزبون الأردني لتكنولوجيا الخدمة الذاتية (الصراف الآلي) ركزت الدراسة على المخاطرة المدركة والخصائص الديموغرافية إضافة لخصائص الخدمة الآلية باعتبارها منتج جديد على السوق الأردني. توصلت الدراسة بثبوت كافة العوامل المؤثرة في عملية التبني ما عدا بعض الخصائص الديموغرافية كالجنس، العمر، حيث لم يتأكد وجود اختلافات في حالة التبني تعزى إلى الجنس أو عمر الزبون.

دراسة (قدومي، 2007)، بعنوان: «Factors Affecting the Spread of Electronic Banking an Empirical Study on the Jordanian Commercial Banks» قام الباحث بدراسة العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية والمعوقات والمخاطر التي قد تحد من انتشارها وتحليل هذه المعوقات ومزاياها ومقومات نجاحها من خلال دراسة ميدانية قام بها الباحث، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الخدمات البنكية الإلكترونية تتميز بعدة مزايا أهمها السهولة والسرعة وانخفاض تكاليف تقديم الخدمة، كما بينت الدراسة وجود معوقات لانتشار الخدمات الإلكترونية أهمها غياب التشريعات القانونية التي تحمي المتعاملين بالخدمات الإلكترونية ونقص الوعي لدى العملاء بهذه الخدمات.

دراسة (أبوعكر،2005)، بعنوان: «أثر تقديم الخدمات البنكية عبر الإنترنت على العمل البنكي»: هدفت الدراسة إلى استطلاع آراء مديري البنوك الأردنية لمعرفة مدى مواكبة البنوك التكنولوجيا في العمل البنكي والاطلاع على نوعية الخدمات البنكية المقدمة عبر الإنترنت وقامت الباحثة بدراسة 16 بنكاً في الأردن، توصلت الدراسة إلى أن 68% من البنوك الأردنية تقدم خدماتها عبر الإنترنت وتتراوح الخدمات المقدمة عبر الإنترنت بين كشف الحساب والاستفسار عن الرصيد وطلب دفتر الشيكات، وأن عامل المنافسة سبب رئيس لتقديم الخدمات البنكية عبر الإنترنت بالإضافة إلى تخفيض المصاريف التشغيلية وتوسيع قاعدة العملاء كما توصلت إلى وجود إجراءات رقابية كافية على الخدمات البنكية المقدمة عبر الإنترنت.

دراسة (عميش، 2006)، بعنوان: «البنوك الإلكترونية في الأردن: تطورها وتحدياتها (دراسة استطلاعية)» هدفت الدراسة لمعرفة المستوى الذي وصلت اليه البنوك الأردنية في تقديم الخدمات البنكية من خلال شبكة الإنترنت ومعرفة أهم الخدمات التي تقدمها من خلال شبكة الإنترنت ومعرفة أهم الصعوبات والتحديات التي تواجهها البنوك في تقديم الخدمات البنكية الإلكترونية. وصلت الدراسة إلى تقديم البنوك الأردنية نسبة 61% من خدماتها عبر الإنترنت وإن كافة البنوك تشترك في خدمات الاستعلام عن الرصيد وكشف الحساب وطلب دفتر الشيكات وتوصلت أيضا إلى أن أهم الصعوبات التي تواجه الخدمات المقدمة عبر الإنترنت هي ثقافة العميل وأن مستوى الأمان في شبكة الإنترنت من أهم العوامل التي تساعد على نجاح البنوك الإلكترونية في الأردن.

دراسة (شقير 2003)،بعنوان: « العمل البنكي الممارس بوسائل إلكترونية من قبل البنوك الأردنية »: سعت الدراسة إلى التعرف على حجم ونوع المنتجات والخدمات التي تقدمها البنوك الأردنية من خلال الوسائل الإلكترونية ومدى تجاوب البنوك مع هذا النوع من الخدمات وهدفت أيضا إلى التعرف على مخاطر العمل البنكي الإلكتروني في الأردن.

توصلت الدراسة إلى أن البنوك الأردنية قطعت شوطا كبيرا في تقديم الخدمات البنكية بوسائل إلكترونية وأن المخاطر التي تواجهها المؤسسات البنكية عند تقديم خدماتها الإلكترونية ليست حديثة كما توصلت الدراسة إلى أن التشريعات الصادرة عن البنك المركزي والسلطات التشريعية الأخرى المتعلقة بالعمل البنكي الإلكتروني وضعت قواعد تنظيمية لهذه الأعمال الإلكترونية، وتوصلت إلى ارتفاع تكاليف تقديم خدمات بنكية إلكترونية على المدى القصير نظرا إلى احتياجاتها إلى كفاءات بشرية متخصصة.

الدراسات الأجنبية

دراسة (AL-Maaitah & others, 2015)، بعنوان: « Factors Influencing the Adoption of Electronic Banking in Jordan» هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر في تبني العملاء للخدمات البنكية الإلكترونية من خلال قياس عدة عوامل شملت (سهولة الوصول، الأمن ، الخصوصية ، الثقة ، المحتوى، التصميم ، الفائدة المدركة) حيث توصلت الدراسة إلى أن عوامل (الثقة ، التصميم ، الأمن والخصوصية) لها أثر ذو دلالة كبيرة على تبني الخدمات الإلكترونية من وجهة نظر العملاء في البنوك الأردنية.

دراسة (Yan, 2012)، بعنوان: «Management of Internet-Based Service Quality» هدفت الدراسة إلى دراسة كيفية إدارة الجودة للخدمات المعتمدة على الإنترنت بطريقة فعالة واستباقية من وجهة نظر مقدم الخدمة والمستفيد منها خاصة في ظل ازدياد حجم وضخامة المستخدمين للإنترنت وفي ظل التغير السريع في البرامج والتكنولوجيا وتوصلت الدراسة إلى الاهتمام بتوفير بنية تحتية وإدارة الخدمات المقدمة عبر الإنترنت من وجهة نظر الطرفين طريقة فعالة لإدارة جودة الخدمات المستندة إلى الإنترنت.

دراسة (AL-Ghamdi ,2009) بعنوان «Investigating Factors Affecting Customers of Using Internet Banking: A Comparison study between Saudi Arabia and the UK ».؟ تبحث هذه الدراسة العوامل المؤثرة على استخدامات الخدمات البنكية عبر الإنترنت وكيفية تأثيرها على العملاء وثقتهم وولائهم بالمملكة العربية السعودية ومقارنتها بالمملكة المتحدة، توصلت الدراسة عبر تحليل الإجابات أن أكثر الخدمات البنكية عبر الإنترنت استخداما هي نقل الحسابات والدفع من حساب لآخر وإعادة شحن الهواتف الخلوية وغيرها.

دراسة (Leelapongprasut, Paopoun, 2005)، بعنوان: «A quality study of internet banking in Thailand». هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المقدمة عبر بنوك الإنترنت في تايلند ومقارنتها بمعايير الجودة (لدايفيد غارفن) والتي

تتمثل في الأداء والمزايا والخصائص والموثوقية والمطابقة وقوة الخدمة ومدى الانتفاع والفهم والإدراك وركزت الدراسة على ثلاث خدمات وهي معرفة الوضع المالي (حركة الحساب) وتحويل الأموال بين الحسابات وتحويل الدفعات للخدمات العامة، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك اختلافاً بين درجة جودة تقديم الخدمة بين البنوك التايلندية، وأن من أهم المعايير المستخدمة في تقييم خدمات بنوك الإنترنت هو الموثوقية ومدى الانتفاع من الخدمات المتاحة، وكانت المعايير الأقل أهمية هي درجة الفهم والإدراك للخدمات المقدمة.

دراسة (Chi.et. al 2007) بعنوان: « Factors affecting the adoption of. Internet Banking in Hong Kong–implication for the banking sector » هدفت الدراسة إلى دراسة مدى تبني العملاء لبنوك الإنترنت في مدينة هونغ كونغ من خلال ثلاثة عوامل هي المعدل الحالي لاستخدام بنوك الإنترنت ومدى إدراك مخاطر تكنلوجيا المعلومات ومدى تأثيرها في النشاط الإستراتيجي للمؤسسات البنكية، ووصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية في تبني الأشخاص لبنوك الإنترنت وأنه يجب العمل على تشجيع هذه الخدمات البنكية عبر الإنترنت كونها ما زالت حديثة وجديدة.

دراسة (Walker and Johnson,2005) بعنوان: «Towards understanding attitudes of consumers who use internet banking services». هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أسباب استخدام الخدمات البنكية عبر الإنترنت، وتحديد ما إذا كان الاستخدام المنتظم لهذه الخدمات يعني بالضرورة ولاء ورعاية العملاء وتنمية العلاقة مع مزود الخدمة، وصلت الدراسة إلى أن الاستخدام المنتظم لهذه الخدمات عبر الإنترنت لا يعني بالضرورة وجود رضى، أو أن العميل لديه علاقة مع مزود الخدمة وأوصت الدراسة بضرورة قيام مزودي الخدمة بالاهتمام بمشاكل العملاء بشكل أكبر وتسهيل عملية الحوار بينهم.

العوامل المؤثرة في الخدمات البنكية الإلكترونية:

هنالك العديد من الدراسات التي ركزت على بعض العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول كعامل الثقة في التكنولوجيا الحديثة وإدراك مخاطر التقنيات الحديثة من قبل العملاء، كما تطرقت دراسات أخرى إلى عوامل التصميم وسهولة الاستخدام للخدمات البنكية الإلكترونية ونموذج قبول التكنولوجيا وتطبيقه على البنوك، في حين أن ركزت هذه الدراسة على خمس عوامل مجتمعة هي (مستوى الثقة ومستوى المهارة التقنية لدى المستخدمين وتصميم الخدمة وتوافر المعلومات إضافة إلى الفائدة المدركة للخدمات البنكية الإلكترونية)، كما أن هذه الدراسة تطبيقية على البنوك العاملة في الأردن في إقليم الجنوب تحديدا وهي من الدراسات القليلة على حد علم الباحث التي تخص إقليم الجنوب.

والجـدول التالـي رقـم (1) يُظهـر مجموعـة مـن الدراسـات السـابقة التـي تناولـت العوامـل المؤثـرة علـى الخدمـات البنكيـة الالكترونيـة مـن وجهـات نظـر مختلفـة، حيـث تباينـت الدرسـات فـي تحديـد العوامـل التـي قـد تؤثـر علـى الخدمـات البنكيـة الالكترونيـة كمـا يلـي:

الجدول رقم (1): العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية.

الباحث	عنوان الدراسة	العوامل التي تناولتها
Hossein Abadi & Fateme Nematizadeh 2012	An Empirical Investigation of the Level of User's Acceptance of E-Banking among Some Customers of Banks in Iran	الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام، الاستمتاع بالخدمات، المصداقية، نية الاستخدام
Adesina Aderonke A 2010	An Empirical Investigation of the Level of Users' Acceptance of E-Banking in Nigeria	المصداقية، سهولة الاستخدام، كفاءة الحاسوب، الفائدة المدركة
Dalia El-Kasheir& Ahmed S 2009.	Factors Affecting Continued Usage of Internet Banking Among Egyptian Customers	الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام، العادات الاجتماعية، النية والسلوك، المخاطرة المتصورة
Padachi K. & Rojid S. & Seetanah B. 2008	Investigating into the factors that influence the adoption of internet Banking in Mauritius	سهولة الاستخدام، الثقة، الأمان، الرغبة في التغيير، إمكانية الوصول
Margaret Tan & Thompson Teo 2000	Factors Influencing the Adoption of Internet Banking	المخاطر، القيمة المدركة، خبرة العميل على الإنترنت، التقنية المستخدمة.

المصدر: إعداد الباحث.

فرضيات وأنموذج الدراسة:

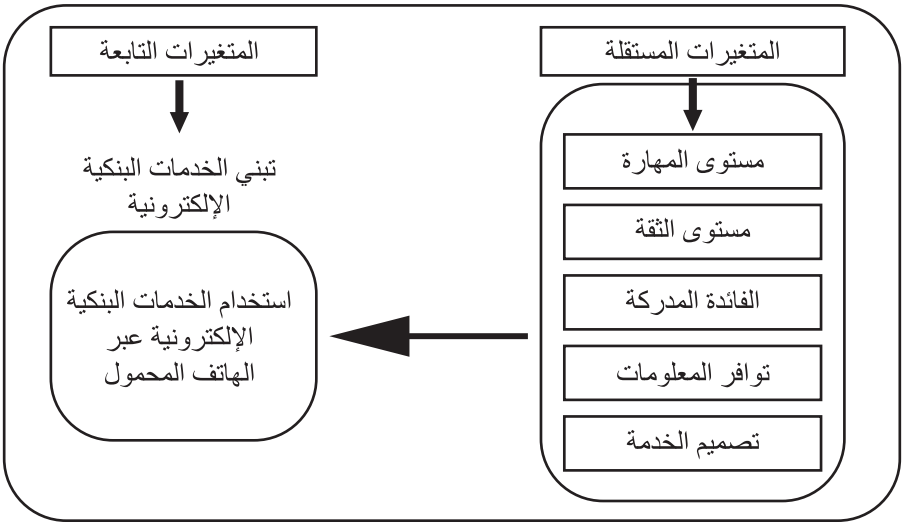
بناء على ما تقدّم، يسعى الباحث بشكل أساس في هذه الدراسة إلى اختبار الفرضيّات الآتية:

الفرضية الرئيسة الأولى: لا يوجد أثر هام ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية مجتمعة ومنفردة (مستوى المهارة التقنية، الفائدة المدركة، الثقة، توافر المعلومات، تصميم الخدمة) على تبني الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن من وجهة نظر العملاء.

الفرضية الرئيسة الثانية: إن مستوى استخدام الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن من وجهة نظر العملاء هو مستوى منخفض.

ومن أجل اختبار الفرضيات أعلاه فقد تم تطوير النموذج المبين في الشكل رقم (1).

الشكل (1) نموذج الدراسة



بناء على ما سبق ذكره في الإطار النظري والدراسات السابقة، قام الباحث باختيار عوامل الدراسة التي تمّ تناولها في نموذج الدراسة في الشكل السابق وذلك للعديد من الأسباب منها أن الباحث قام بتحديد هذه العوامل بناء على عدّة زيارات لعدد من البنوك في إقليم الجنوب ولاحظ وجود بعض هذه العوامل لدى العملاء كمستوى المهارة التقنية ومستوى الثقة لدى العملاء، كما قام الباحث باختيار هذه العوامل بناء على قراءات في الدراسات السابقة والنتائج التي توصّلت إليها.

مجتمع وعينة الدراسة:

اشتمل مجتمع الدراسة على عملاء البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن حيث تمّ اختيار عينة عشوائية منهم بهدف جمع بيانات الدراسة وذلك من خلال توزيع (350) استبانة، تم استرجاع (339) استبانة منها.

جدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة

المتغير	فئة المتغير	العدد	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	157	46.3
	أنثى	182	53.7
العمر	أقل من 30	114	33.6
	40 - 31	150	44.2
	50 - 41	75	22.1
المستوى التعليمي	ثانوية عامه فاقل	21	6.2
	دبلوم	75	22.1
	بكالوريوس	237	69.9
	دراسات عليا	6	1.8
	المجموع	339	100.0

وقد قام الباحث باختيار عينة الدراسة من عملاء البنوك الأردني في إقليم الجنوب لعدد من الأسباب أهمّها ملاحظة الباحث لقصور في تبني الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول نت قبل العملاء في تلك المنطقة، كما أن مجتمع الدراسة الذي اختاره الباحث لم يدرس من قبل على حد علم واطلاع الباحث.

تحليل ثبات أداة القياس:

تم احتساب معامل ثبات الاستبانة (الاعتمادية) من خلال تطبيق معادلة Cornbachs Alpha للتأكد من مدى اعتمادية الاستبانة، وفيما يلي جدول (3) يبين معاملات ثبات كرونباخ ألفا.

جدول (3): معاملات ثبات كرونباخ ألفا لأداة الدراسة

المتغير	البعد	معامل الثبات
المستقل	المهارة التقنية	0.81
	الفائدة المدركة	0.84
	الثقة	0.82
	توافر المعلومات	0.88
	تصميم الخدمة	0.87
	الكلي	0.94
التابع	عبر الهاتف المحمول	0.84
	الكلي	0.87

اختبار الفرضيات:

قبل البدء في تطبيق تحليل الانحدار لاختبار فرضيات الدراسة تم التأكد من عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة (Multi collinearity) باستخدام اختبار معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factory) (VIF) واختبار التباين المسموح (Tolerance) لكل متغير من متغيرات الدراسة، مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين (VIF) للقيمة (10) وقيمة اختبار التباين المسموح (Tolerance) أكبر من (0.05) وتم أيضاً التأكد من اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution) باحتساب معامل الالتواء (Skewness) مراعين أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة معامل الالتواء تقل عن (1) كما يبين الجدول (4) الآتي:

جدول (4): اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح ومعامل الالتواء

العوامل	VIF	Tolerance	Skewness
مستوى المهارة التقنية	2.264	.442	- 0.630
الفائدة المدركة	2.635	.380	-0.535
الثقة	2.634	.380	-0.549
توافر المعلومات	3.054	.327	-0.586
تصميم الخدمة	2.585	.387	-0.746

جدول (5): نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis Of variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة.

المتغير التابع	درجات الحرية	معامل التحديد R2	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
عبر الهاتف	(333.5)	0.326	*32.239	0.000

يوضح الجدول (5) صلاحية نموذج اختبار فرضيات الدراسة، ونظراً لارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية على مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) ودرجات حرية(5، 333)، حيث إن العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية تفسر (32.6%) من التباين في متغير(استخدام الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول).

وبناء على ذلك نستطيع اختبار فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

الفرضية الرئيسة الأولى: لا يوجد أثر هام ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية مجتمعة ومنفردة (مستوى المهارة التقنية، الفائدة المدركة، الثقة، توافر المعلومات، تصميم الخدمة) على استخدام الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن من وجهة نظر العملاء .

لاختبار الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) والجدول (6) يبين ذلك:

جدول (6): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية في استخدام الخدمات الإلكترونية عبر الإنترنت

المتغير المستقل	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة t المحسوبة	مستوى دلالة t
ثابت الانحدار	.629	.206		3.055	.002
مستوى المهارة التقنية	.327	.076	.290	4.284	.000
الفائدة المدركة	.076	.076	.073	1.005	.316
الثقة	.196	.080	.178	2.437	.015
توافر المعلومات	.083	.082	.079	1.005	.316
تصميم الخدمة	.060	.082	.053	.733	.464

وعند إجراء تحليل الانحدار المتعدد التدريجيStepwise Multiple Regression لتحديد أهمية كل متغير مستقل على حدة في المساهمة في النموذج الرياضي، كما في الجدول (6): يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (6)، ومن متابعة قيم اختبار(t) أن العوامل التالية (مستوى المهارة التقنية، والثقة) لها تأثير في مستوى استخدام الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف، بدلالة معاملات(Beta) لهذه المتغيرات كما تظهر في الجدول وبدلالة ارتفاع قيم(t) المحسوبة عن قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغت قيم (t) المحسوبة والبالغة (4.284، 2.437) على التوالي، وهي قيم معنوية عند مستوى دلالة (a= 0.01). ومما سبق يقتضي ما يلي: رفض الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا يوجد أثر هام ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للعوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية مجتمعة ومنفردة (مستوى المهارة التقنية، الافئدة المدركة، الثقة، توافر المعلومات، تصميم الخدمة) في استخدام الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف في البنوك العاملة في الأردن من وجهة نظر العملاء في إقليم الجنوب، والقول بوجود أثر للعاملين (مستوى المهارة التقنية، والثقة).

جدول (7): نتائج تحليل الانحدار المتعدد التدريجي «Stepwise Multiple Regression» للتنبؤ باستخدام الإنترنت من خلال العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية كمتغيرات مستقلة

ترتيب دخول العناصر المستقلة في معادلة التنبؤ	قيمة R^2 معامل التحديد	قيمة t المحسوبة	مستوى دلالة t*
مستوى المهارة التقنية	0.266	*6.89	0.000
الثقة	0.050	*4.954	0.000

يلاحظ من الجدول (7) والذي يبين ترتيب دخول المتغيرات المستقلة في معادلة الانحدار، فإن عامل مستوى المهارة التقنية قد احتل المرتبة الأولى وفسر ما مقداره(26.6%) من التباين الكلي في المتغير التابع (استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف)، ثم جاء عامل الثقة وفسر مع متغير مستوى المهارة التقنية ما مقداره (31.6%) من التباين الكلي في المتغير التابع، في حين فسر وحده ما مقداره (5%).

الفرضية الرئيسة الثانية: ان مستوى استخدام الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن من وجهة نظر العملاء هو مستوى منخفض.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة التي تقيس مستوى تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول، وكانت النتائج كما في الجدول الآتي:

جدول (8): قياس مستوى تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول

	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول	3.07	1.02

كما يشير الجدول (8) فقد بلغ المتوسط الحسابي لمستوى تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول (3.07) كما يبين الجدول أن قيمة الانحراف المعياري بلغت (1.02) ، ومن خلال انخفاض قيمة المتوسط الحسابي وارتفاع قيمة الانحراف المعياري يتبين أن مستوى تبني الخدمات الإلكترونية عبر الهاتف المحمول لا زال منخفض من وجهة نظر العملاء في إقليم الجنوب.

النتائج:

أظهرت نتائج اختبار الانحدار المتعدد للعوامل(مستوى المهارة التقنية، الفائدة المدركة، توافر المعلومات، تصميم الخدمة، الثقة) وجود أثر ذي دلالة إحصائية للعوامل (مستوى المهارة التقنية، الثقة) على تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول، وهذا يعزى إلى أن عامل المهارة التقنية عامل مهم تعتمد عليه الخدمات الإلكترونية؛ إذ لابد من أن يمتلك المستخدم أو العميل مهارات التعامل مع الخدمات الإلكترونية وكيفية التعامل معها واستخدامها وهذه يتوافق مع دراسة (عميش،2006) و (Al-Smadi, 2012) ، كما أن ثقة العملاء في الخدمات البنكية الإلكترونية والتعامل معها عامل مهم، يلعب دورا كبيرا؛ إذ يتوقف استخدامهم للخدمات البنكية الإلكترونية على مدى ثقتهم بها، وهذا يتوافق مع دراسة كل من (Al-Smadi 2012) و(Leelapongprasut, Paopoun, 2005).

كما أظهرت نتائج اختبار الانحدار التدريجي أهمية عامل مستوى المهارة التقنية والذي يلعب دوراً أساسياً في معرفة أو امتلاك العميل القدرة على استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية كما بينت ذلك الدراسات السابقة التي سبق ذكرها، وقد فسر ما مقداره(26.6%) من التباين الكلي في المتغير التابع (تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف)، ثم جاء عامل الثقة وفسر مع متغير مستوى المهارة التقنية ما مقداره (31.6%) من التباين الكلي في المتغير التابع، في حين فسر وحده ما مقداره (5%)، وذلك دليل على أهمية هذين العاملين وتأثيرهما في استخدام وتبني العملاء للخدمات البنكية الإلكترونية.

إضافة إلى ما سبق، بينت النتائج أن مستوى تبني العملاء للخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن لا يزال منخفضاً، كما أن عوامل (مستوى المهارة التقنية، الثقة) كان لها أثر واضح في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول، مما يعني أنه كلما زادت المهارة التي يمتلكها العميل زاد تبنيه للخدمات البنكية الإلكترونية، أما عامل الثقة فإنه كلما زادت ثقة العملاء بالخدمات البنكية الإلكترونية زاد استخدامهم لهذه الخدمات.

التوصيات:

1. في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بأهمية التنوع في تثقيف وتوعية العملاء حول تبني واستخدام الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول بالإضافة إلى توفير ما يلزمهم من معلومات وخدمات لتحقيق ذلك.
2. يوصي الباحث بضرورة اهتمام البنوك بعامل الثقة كونه أحد العوامل التي تسهم في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول ، بالإضافة إلى توفير حماية

كافية لتطبيقات الهاتف المحمول مما يساعد على زيادة مستوى استخدامها.

3. يوصي الباحث بأن تهتم البنوك بطريقة تقديم الخدمة وتصميمها، مع أن تكون الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر البنك سهلة الاستخدام وليست ذات إجراءات معقدة، فليس جميع العملاء بمستوى واحد من المهارة التقنية، كما يوصي بأن تهتم البنوك بتطوير الخدمات الإلكترونية التي يقدمها ومواكبة كل ما هو جديد في هذا المجال.

4. يوصي الباحث العملاء باستخدام الخدمات البنكية الإلكترونية المختلفة لما توفره من وقت وجهد على الجميع، والاهتمام بالحصول على تلك الخدمات.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً:المراجع العربية:

1. شقير، عمر. (2003). العمل البنكي الممارس بوسائل إلكترونية من قبل البنوك الأردنية. مؤتمر الأعمال الإلكترونية في العالم العربي. جامعة الزيتونة ، عمان ، الأردن.
2. العجارمة، بشير. (2005). التسويق البنكي. عمان - الأردن: دار الجامعة للنشر والتوزيع.
3. العلون، علي عبد الله. (2007). العوامل المؤثرة على تبني المستهلك الأردني لتكنولوجيا الخدمة الذاتية - تكنولوجيا الصراف الآلي. عمان - الأردن: رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية.
4. عميش، اياد واصف. (2006). البنوك الإلكترونية في الأردن: تطورها وتحدياتها (دراسة استطلاعية). رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد، الاردن.
5. قاحوش، نادر. (2001). العمل البنكي عبر الإنترنت (الإصدار ط1). عمّان: مكتبة الرائد العلمية.
6. قدومي، ثائر عدنان. (2008). العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية دراسة تطبيقية على البنوك الأردنية. المجلة الأردنية للعلوم الطبيقية، المجلد 11(2)، ص56 - 82.
7. أبازيد، ثناء. (2005). واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً». مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، 27(4)، ص 15 - 35.
8. أبو عكر، اناس فخري. (2005). اثر تقديم الخدمات البنكية عبر الإنترنت على العمل البنكي وتقييم الرقابة الأمنية على أنظمة المعلومات المحاسبية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة اليرموك (دراسة استطلاعية على البنوك الأردنية).
9. أرتيمة، هاني؛ و الطالب، غسان. (2011). تحسين الخدمات الإلكترونية البنكية ودورها في تطوير الميزة التنافسية للبنوك الاسلامية -دراسة تطبيقية في إقليم الشمال. مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإسلامية، المجلد 11(2)، ص125 - 150.

ثانياً:المراجع الأجنبية

Abadi, H. R. D., & Nematizadeh, F. (2012). An empirical investigation of the level of user's acceptance of e-banking among some customers of banks in iran. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2(6), 418.

Abdullah, A. G. (2009). Investigating factors affecting customers of using internet banking: A comparison study between Saudi Arabia and the UK. In Brunel Business School, Doctoral Symposium.

Aderonke, A. A. (2010). An empirical investigation of the level of users' acceptance of e-banking in Nigeria. Journal of Internet Banking and Commerce, 15(1), 1.

AL-Maaitah, T.O & Abdullahm, S. (2015), Factors Influencing the Adoption of Electronic Banking in Jordan. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 9(12) Special 2015, Pages: 104-108.

Al-Smadi, M. O. (2012). Factors affecting adoption of electronic banking: An analysis of the perspectives of banks' customers. International Journal of Business and Social Science, 3(17).

Andam, Z. R. (2014). e-Commerce and e-Business.

El-Kasheir, D., Ashour, A. S., & Yacout, O. M. (2009). Factors affecting continued usage of internet banking among Egyptian customers. Communications of the IBIMA, 9, 252-263.

Jayawardhena, C., & Foley, P. (2000). Changes in the banking sector–the case of Internet banking in the UK. Internet Research, 10(1), 19-31.

Leelapongprasut, P., Praneetpolgrang, P., & Paopun, N. (2005, November). A quality study of internet banking in Thailand. In Proceedings of the Fourth International Conference on eBusiness(pp. 61-65).

Olatokun, W. M., & Igbinedion, L. J. (2009). The adoption of automatic teller machines in Nigeria: An application of the theory of diffusion of innovation. Issues in Informing Science & Information Technology, 6.

Padachi, K., Rojid, S., & Seetanah, B. (2008). Investigating into the factors that influence the adoption of internet banking in Mauritius. Journal of Internet business, (5).

Padachi, K., Rojid, S., & Seetanah, B. (2008). Investigating into the factors that influence the adoption of internet banking in Mauritius. Journal of Internet business, (5).

Singhal, D., & Padhmanabhan, V. (2009). A study on customer perception towards internet banking: Identifying major contributing factors. Journal of Nepalese business studies, 5(1), 101-111.

Tan, M., & Teo, T. S. (2000). Factors influencing the adoption of Internet banking. Journal of the AIS, 1(1es), 5.

Walker, R. H., & Johnson, L. W. (2005). Towards understanding attitudes of consumers who use internet banking services. Journal of Financial Services Marketing, 10(1), 84-94.

Yiu, C. S., Grant, K., & Edgar, D. (2007). Factors affecting the adoption of Internet Banking in Hong Kong—implications for the banking sector. International journal of information management, 27(5), 336-351.

Translated Romanized Arabic References: **ترجمة مصادر ومراجع اللغة العربية:**

1. Chaqir, Omar. (2003). E-Banking transactions in Jordanian banks. E-Business Conference in the Arab World. Al-Zaytouna University, Amman, Jordan.
2. Ai-Ajrama, Bashir. (2005). Bank Marketing. Amman-Jordan: Dar Al-Jami'a for Publishing and Distribution.
3. Al'alun, Ali Abdullah. (2007). Factors affecting jordanian consumer adoption of self-service technology - ATM Technology (Unpublished MA Thesis). University of Jordan, Amman, Jordan.
4. Amish, Iyad Wasef. (2006). E-banks in Jordan: Their evolution and challenges: a survey study (Unpublished MA Thesis), Yarmouk University, Irbid, Jordan.
5. Fehouch, Nadir. (2001). Online Banking (1st Ed.). Amman: Al-Ra'id Scientific Press.
6. Kaddoumi, Tha'ir Adnan. (2008). Factors affecting the outspread of electronic banking: an applied study on Jordanian banks. Jordanian Journal of Applied Sciences, 11 (2), 56-82.
7. Abazid, Thana'. (2005). The reality of e-commerce and the challenges it faces locally and in the Arab World.Tishreen University Journal of Studies and Scientific Research, 27 (4), 15-35.
8. Abu Aker, Anas Fakhri. (2005). The impact of offering online banking services on banking work and the assessment of security control of accounting information systems: a Survey study on Jordanian banks (Unpublished Master Thesis). Yarmouk University, Jordan.
9. Artima, Hani and Al-Taleb, Ghassan. (2011). Improving e-banking services and their role in developing the competitive advantage of Islamic banks. Al-Zarqa Journal for Research and Islamic Studies, 11 (2), 125-150.

The Factors that Affect Using E-banking Services Via the Internet from the Customers' Point of View: a Field Study in the Southern Region

Mohammad Ali khalil Alsmairat

Faculty of Economics & Administrative Scienes - Applied Science Private University

Amman - Jordan

Raed Mohammad Aladaileh

College of Business Administration - Mutah University

Al-Karak - Jordan

Abstract:
This study aimed at identifying the factors that affect electronic banking services via mobile phones from the customers' point of view in the southern region. The study variables included: trust, level of technical skill, perceived advantage, the availability of data and the service design. The study sample consisted of the customers of working banks in Jordan. The study questionnaire was distributed to customers for the collection of data. The data was analyzed using the SPSS program in order to identify the factors affecting the variables and to test the study hypotheses. The study results suggested that the factors of data availability and perceived advantage have a prominent effect on using electronic banking services via the Internet. Finally, the study recommended the necessity of paying more attention to the provision of sufficient data that customers need when using electronic banking services through mobile phones, in addition to facilitating the procedures related to getting these services from the customer's bank. The researcher also recommended that the banks pay attention to the factor of trust as it is one of the most important factors that contribute to increasing the use of electronic banking services. It is also receommended that banks give more importance to developing their electronic services and providing adequate protection for mobile phone applications.

Keywords: mobile banking, e-mobile banking, e-banking.