

أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية

د. محمد علي العفيف

أستاذ مساعد

صدام الزعي

طالب ماجستير

قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الأعمال

جامعة آل البيت - المفرق

المملكة الأردنية الهاشمية

الملخص

يهدف البحث إلى بيان أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية من وجهة نظر الموظفين. ويتكون مجتمع الدراسة من (13879) موظفًا وإداريًا في ستة بنوك رئيسية في الأردن. ولتحقيق أهداف هذا البحث تم أخذ عينة عشوائية بسيطة من خلال الاعتماد في تحديد حجم العينة المسحوب على حجم المجتمع الكلي. وبلغ حجم العينة (351)، تم استخدام المنهج وصفي يعتمد على التنبؤ لتلائمه مع البحث، ولتحقيق أهداف البحث طور الباحث استبانة قياس أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية من وجهة نظر الموظفين، وتم التحقق من الخصائص السيكمترية لها. تم توزيع أداة البحث (الاستبانة) على أفراد العينة، وتم استرداد الاستبانات، حيث إنها كانت صالحة للترميز والتحليل والتي شكلت العينة الفعلية، وأشارت النتائج إلى أن قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة التقدير لاستجابات الأفراد على فقرات الخدمات المصرفية الإلكترونية ككل جاءت بدرجة مُرتفعة. كما أشارت النتائج لوجود علاقة ارتباطية (قوية) بين الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها وربحية البنوك التجارية (معدل العائد على الأصول) في الأردن من وجهة نظر الموظفين، وأشارت النتائج لوجود علاقة ارتباطية قوية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية البنوك التجارية من وجهة نظر الموظفين (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن. وأوصى الباحث بعدد من التوصيات، منها زيادة الوعي بالخدمات الإلكترونية المصرفية لدى البنوك التجارية الأردنية، وغيرها من البنوك.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الإلكترونية، ربحية البنوك التجارية، البنوك التجارية الأردنية، معدل العائد على الأصول، معدل العائد على حقوق الملكية.

المقدمة

للخدمات المالية أدوارًا مهمة ومميزة في ازدهار اقتصاد الدول وتقدمها، مما يتطلب من البنوك السعي لتحقيق أفضل الخدمات المالية، وبسبب التزام التكنولوجيا الذي يشهده العالم، زاد الاهتمام بالخدمات المصرفية، بالنسبة للبنوك وكذلك للعملاء باعتبارها من الأدوات الفعالة في تحسين مستويات الخدمات المقدمة.

ومع ما شهدته القطاعات المصرفية في الفترات الأخيرة من التطورات التكنولوجية والرقمية والمعرفية المتنوعة في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، إذ تسعى البنوك في كل الأوقات جاهدة نحو إيجاد واقتراح وابتكار الخدمات المصرفية الإبداعية الجديدة، من أجل الحصول على رضا الزبائن، وكسب ثقتهم، وتشجيعهم على زيادة عدد معاملاتهم، والوصول إلى مزيدًا من العملاء الجدد، ومع تزامن تلك الأهداف مع الصعود التكنولوجي الفائق وابتكار أنظمة إلكترونية حديثة، سعت البنوك لإيلاء تقديم الخدمات المصرفية بطريقة إلكترونية اهتمامًا كبيرًا (بخيت وآسر، 2016).

وقد تجلت أهمية الخدمة المصرفية الإلكترونية من خلال مجموعة من المصادر كالبنك الإلكتروني، والبنوك على الإنترنت، وسهولة وصول الرسائل الإلكترونية إلى العملاء، وانتشار أجهزة الصراف الآلية، مما زاد من التسهيلات للعملاء



في إمكانية الوصول إلى معاملاتهم، وعملت البنوك على تقريب الخدمات من العملاء عن طريق إدخال مزيداً من القنوات الاتصالية التي مكنت بيئات الأعمال في القطاعات المصرفية أن تتماشى مع المزيد من التغيرات المואكبة للمستحدثات التكنولوجية، والتوافق مع الاقتصاد الرقمي (Aduaka & Awolusi, 2020).

الإطار النظري والدراسات السابقة

نظراً لدورها المهم والفعال في تنظيم العمل وتسهيل الحياة الشخصية، فقد حظيت الخدمات باهتمام كبير من الخبراء والباحثين، مما أدى إلى تعدد مفاهيم الخدمة والعديد من الدراسات، قمنا بمراجعة بعضها، مثل مفهوم للخدمات المصرفية الإلكترونية.

عرفها ياسين والقيوم (Yaseen & El Qirem, 2018) إنها الخدمات بالأصل أنشطة أو فعاليات غير ملموسة ونسبياً سريعة الزوال، وهي تمثل نشاطاً أو أداء يحدث من خلال عملية تفاعل هادفة إلى تلبية توقعات العملاء وإرضائهم، إلا أنها عند عملية الاستهلاك الفعلي ليس بالضرورة أن ينتج عنها نقل للملكية.

أما (العدوان، 2015) فقد عرفها بأنها طريقة مبتكرة لمزاولة الأعمال المصرفية سواء كانت تقليدية أو جديدة، من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية، وبحسب هذا النموذج، لا يتعين على العميل الحضور إلى البنك، والوصول إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية وفق شروط التصديق. التي يحددها البنك، وتقتصر الخدمات على المشتركين فيها.

وقد عرفت الخدمة المصرفية بأنها: نشاطات متميزة وغير ملموسة بطبيعتها وتقوم بإشباع حاجات ورغبات العملاء وليس من الضروري أن ترتبط ببيع سلعة أو خدمة أخرى، وأن تسويق الخدمات المصرفية هو عبارة عن نشاط أو أداء غير ملموس يقدمه طرف إلى طرف آخر، لإشباع حاجات ورغبات العملاء من خلال عمليات التبادل (خنفر وآخرون، 2015).

لذلك يتم تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية على أنها: سواء كان بإمكانك القيام بالعمل الذي تريده مع البنك الذي تتعامل معه في أي وقت ومن أي مكان، أو ما إذا كان البنك يقدم خدمات مصرفية أو مبتكرة، أو ما هو معروف من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية، والوصول إليها بالمشاركة. يقتصر على الأشخاص تحدد شروط العضوية من قبل البنك من خلال أحد منافذ البيع الخاصة به على شبكته كوسيلة للتواصل مع عملائه.

أبعاد الخدمات المصرفية الإلكترونية

1- تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية

تخضع الخدمات المصرفية للتطورات المستمرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أصبحت الخدمات المصرفية الإلكترونية من الأساسيات المقدمة للأفراد لأنها تعكس توقعات العملاء ورضاهم، يعمل على تقديم خدمات مصرفية تقليدية أو مبتكرة من خلال شبكة إلكترونية، مع وصول محدود للمشاركين وفق شروط محددة يحددها البنك.

2- تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية

على الرغم من إدراك البنوك أن رضا العملاء يعد مطلب أساسي لتحقيق الربحية في الأجل الطويل إلا أنها لا تهدف إلى تحسين إرضاء العملاء والعاملين عند أي تكلفة، ولكنها تهدف إلى إدارة هذه العلاقات وكذلك مسببات الربحية من أجل تحسين الأداء ومن ثم الربحية ولتحقيق ذلك على البنوك تحديد الخدمات الأكثر والأقل ربحية لقاعدة العملاء مع إدارة هذه العلاقات، ويمكن تحقيق أهداف البنوك باستخدام نظام التكلفة للخدمات (Ahamid, Zade & Karimi, 2015).

3- سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تشهد البنوك انتشاراً واسعاً لعروض الخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث أصبحت جودة وسرعة وكمية الخدمات الإلكترونية من العوامل الأساسية في ساحة المنافسة بين البنوك التجارية لجذب العملاء. ومع ذلك، فإن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لا يزال أقل من المستوى اللازم.

لا يعتمد نجاح أي خدمة مصرفية إلكترونية أو خدمة إلكترونية أخرى على مزود الخدمة وطبيعة هذه الخدمة فقط. تلعب العديد من العوامل دوراً مهماً في تحفيز الأفراد على تبني التكنولوجيا لتنفيذ هذه الخدمات إلكترونياً. أحد العوامل هو قدرة الفرد على فهم هذه الخدمات وفوائدها، والتي يجب أن تكون متاحة داخلها، وإذا كانت هذه الخدمة

تعمل على توفير مزايا تفوق الأساليب التقليدية، فهذا يشجع الأفراد على استخدام الخدمات الإلكترونية، فالمزايا المادية مثل انخفاض تكلفة الخدمة يعتبر عامل آخر لتبني الخدمات الإلكترونية، فتكلفة الخدمة الإلكترونية تمثل جزء بسيط من تكلفة الخدمات التقليدية، فموقع مزود الخدمة لا يعتبر عائق أمام تبني الأفراد للخدمة الإلكترونية على اعتبار أنه يمكن الوصول إلى مزود الخدمة من خلال الإنترنت من أي مكان وفي أي وقت، كان لحجم المخاطر ودرجة أمان الخدمات الإلكترونية والمركز المالي لمزود الخدمة وحجمه دور كبير في تبني العملاء لهذه الخدمات (حامد، 2016).

ربحية البنوك التجارية

يتمحور مفهوم الربحية حول العلاقة بين الأرباح التي تحققها المنشأة وبين الاستثمارات التي ساهمت في تحقيق هذه الأرباح، فهي تعد هدفاً ومؤشراً للحكم على كفاءة الأعمال والجهود المبذولة من طرف المستثمرين، والمالكين، والإدارة، أي كفاءة الوحدة الكلية والوحدات الجزئية على حدة.

يعتبر مؤشر الربحية من أهم المؤشرات المستخدمة في تقييم أداء البنك. هذا لأنه يمكن أن يقيس قدرة البنك على تحقيق صافي عائد نهائي على أمواله المستثمرة. هذا يعني أن الربحية تركز على الربح. نظراً لأن معدل العائد هو أفضل مقياس للحكم على الأداء العام للبنك وهو أهم مؤشر للفائدة بالنسبة للبنك، فإن نجاح إدارة البنك في إدارة أصوله بكفاءة وفعالية لمعرفة ذلك. المحللون الماليون والإدارة لأنهم يعكسون نتائج تحليلات النسبة المالية الأخرى.

وفي هذه الدراسة سيتم تناول معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية كمتغيرات تابعة للدراسة:

1- معدل العائد على الأصول الموجودات

يتم استخدام هذه النسبة لتحديد مدى كفاية الضوابط في استخدام أصول البنك، حيث توجد علاقة مباشرة بين معدل العائد على إجمالي الأصول ودرجة أمان البنك، وتقاس هذه النسبة كالآتي.

معدل العائد على الأصول الموجودات = صافي الربح / إجمالي الأصول الموجودات

تعتمد هذه النسبة في قياس الربحية على العلاقة بين الدخل التشغيلي والأصول التي ساهمت في تحقيقها وتصف «قدرة استثمار معين على تحقيق عائد نتيجة لاستخدامه، أي قدرته» يعرف بأنه هو ربح الشركة لتحقيق الربح نتيجة استخدام أصولها لأنشطتها الأساسية، أي نسبة الأرباح من العمليات إلى الأصول.

يعد معدل العائد على الأصول مقياساً لكفاءة الأداء التشغيلي للمنشأة، فيجب لاحتسابه الاقتصار على الأصول المشاركة فعلياً في العمليات العادية للمنشأة، كما يجب استخدام صافي ربح العمليات، بالاقتران على الأرباح التي تتولد نتيجة تشغيل هذه الأصول قبل الضرائب والمصروفات والإيرادات الأخرى، حيث يمكن تبرير استعمال الربح قبل الضرائب والإيرادات والمصاريف، كون الضرائب لا سيطرة للمنشأة عليها، وان المصروفات والإيرادات الأخرى لا تنتج عادة من النشاط الأساسي للمنشأة.

2- معدل العائد على حقوق الملكية

تعتمد البنوك، بطبيعتها الخاصة، على الرافعة المالية من الودائع ومصادر التمويل الخارجية لتمويل أنشطتها الاستثمارية وتوليد الدخل من الصناديق المتاحة من غير الأسهم. تزداد الصناديق غير الأسهم مع زيادة قدرة الإدارة وكفاءتها في تشغيل مصادر التمويل. يتم قياس العائد على حقوق الملكية بقسمة نتيجة صافي الدخل على متوسط حقوق الملكية.

يمثل العائد على حقوق الملكية الربح الذي حققه المالك مقابل استثمار الأموال في البنك. يحدد ما إذا كان سيتم تحويل الأموال إلى استثمارات أخرى لتحقيق هذا المقياس، وقد استخدم هذا المقياس من قبل ديفيد كول في الولايات المتحدة في أوائل السبعينيات كأداة للتقييم أداء البنوك، حيث يعد هذا المؤشر مقياساً بديلاً عن معدل العائد على إجمالي الأصول، حيث يتأثر بعناصر قائمة الدخل نفسها التي تؤثر في معدل العائد على إجمالي الأصول، إضافة إلى تأثره بدرجة الرفع المالي في البنوك، كما يستخدم معدل العائد على حقوق الملكية كنموذج لقياس الأداء المصرفي، وكمؤشر لوصف وقياس العلاقة بين العائد والمخاطرة (المعاينة، 2018).

وبطريقة أخرى يحتسب العائد على حقوق الملكية كما يلي:

العائد على حقوق الملكية = العائد على الأصول × إجمالي الأصول / إجمالي حقوق الملكية.

الدِّراسات السابقة

تم تناول في هذا الجزء مجموعة من الدِّراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدِّراسة الحالية، وذلك باللغتين العربية والأجنبية، في تسلسل زمني من الأحدث إلى الأقدم، وذلك كما يلي:

الدِّراسات باللغة العربية

دِّراسة محلوس وبقاط ويزيد (2021)، بعنوان: «مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك-وكالة الوادي». هدفت الدِّراسة إلى معرفة مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية وتم التركيز على نموذج خاص لدراسة العلاقة السابقة من خلال الأبعاد التالية: الاعتمادية، والاستجابة، الموقع، الأمان. وطبقت الدِّراسة على الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط -بنك، وكالة الوادي، حيث وزعت 120 استمارة على زبائن البنك - 90 فقط صالحة للتحليل-تم تحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال الأبعاد التالية: الاعتمادية، الاستجابة، الموقع. لم تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الأمان .

دِّراسة رقية الطيب، أحمد (2021)، بعنوان: أثر استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة ربحية البنوك بالتطبيق على عينة من البنوك السودانية». هدفت الدِّراسة إلى معرفة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على زيادة ربحية البنوك من خلال دراسة العلاقة الارتباطية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والربحية وتقليل المخاطر المتعلقة بالخدمات المصرفية وانعكاس ذلك على الربحية، وقامت الباحثة ب الاعتماد على أسلوب الاستبانة على العاملين في عينة من البنوك السودانية، وقد توصلت الدِّراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وزيادة الربحية كذلك وجود علاقة إيجابية بين تقليل المخاطر المرتبطة بالخدمات المصرفية الإلكترونية وزيادة الربحية، وأن التميز في الخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى زيادة القدرة التنافسية والحصة السوقية من خلال جذب العملاء وكسب ولاهم، كما أوصت الدِّراسة بضرورة وجود إدارة للتسويق المصرفي تهدف إلى التميز وجذب العملاء وضرورة السعي إلى تطوير الخدمات المصرفية بناء على رغبات العملاء

دِّراسة بخيت (2018)، بعنوان: «أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الليبية خلال الفترة من 2008 - 2016». هدفت الدِّراسة لمعرفة أثر العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والربحية وتمثلت مشكلة البحث في دراسة أثر تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية على مؤشرات الربحية بالمصارف التجارية في ليبيا من العام 2008-2016، على ربحية المصارف التجارية في ليبيا، واتبع البحث المنهج الوصفي والمنهج الاستقرائي، بالاعتماد على طرح استبانة الآراء وتحليل القوائم المالية باستخدام الأساليب الإحصائية، فقد تم الاعتماد على البيانات الفعلية للقوائم المالية للمصارف التجارية في ليبيا خلال الفترة من 2008-2016، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقديم وتكلفة وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية المصارف التجارية في ليبيا.

دِّراسة رضا (2018)، بعنوان: «تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية-دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB خلال الفترة 2011-2016». تهدف الدِّراسة إلى محاولة الوقوف على حالة الخدمات المصرفية الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري، كما هدفت إلى معرفة مدى تأثير هذه الخدمات على ربحية البنوك التجارية الجزائرية وقد تم اختيار بنك الخليج الجزائر، مستعملين في ذلك المنهج الوصفي للجانب النظري والمنهج التجريبي في الجانب التطبيقي وتم الاعتماد على أدوات التحليل الإحصائي منها تحليل الانحدار البسيط كما تم استخدام برنامج (Excel) وبرنامج (Eviews) وقد خلصت الدِّراسة إلى وجود علاقة عكسية بين حجم استخدام أجهزة الصراف الآلي والعائد على المبيعات وبين قيمة التحويلات المالية الإلكترونية والعائد على الأصول وبين خدمة الرسائل القصيرة SMS والعائد على حقوق الملكية.

دِّراسة أمال الجندي (2015)، بعنوان: «العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية البنوك بالتطبيق على البنك الأهلي وبنك مصر» هدفت الدِّراسة للكشف عن العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وربي

ة البنوك بالتطبيق على البنك الأهلي وبنك مصر تم اختبار الفرض الأول عن طريق التحليل المالي واختبار الفرض الثاني عن طريق قائمة استبيان من عينة من عملاء كل من البنك الأهلي المصري وبنك مصر، تم إدخال نتائج الاستبيان لتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج SPSS. أثبتت الدراسة أن الخدمات المصرفية الإلكترونية أحد الركائز الأساسية لأرباح البنوك. كما انه توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الضوابط الرقابية للعمليات المصرفية الإلكترونية والخدمات الإلكترونية وتحسين ربحية البنوك العامة التجارية.

دِراسة صيام وأبو النادي (2014)، بعنوان: «تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية»، هدف هذه الدراسة إلى تحديد أثر كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية من خلال إجراء دراسة ميدانية تطبيقية لفحص الأداء المالي لتحسين كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة لعينة من المديرين الماليين في الأردن. البنوك التجارية وتحليل الردود تم الحصول على العديد من النتائج من الاستبيانات، منها: يتأثر الأداء المالي للبنوك التجارية بكفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية، بشرط توفير العمالة ومقدار العمل الروتيني اليومي خلال هذا الوقت، وبالتالي تقل المصاريف وتكاليف الموظفين. وأظهرت نتائج التحليل أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية الأردنية من حيث تأثير فاعلية الخدمات المصرفية الإلكترونية على نتائجها المالية. ع ذلك إلى توجه بعض العملاء إلى الأساليب التقليدية للسحب والودائع والخدمات المصرفية، والتي تنعكس بشكل أو بآخر على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية.

الدِّراسات باللغة الانجليزية

دِراسة (Aduka & Awolusi, 2020)، بعنوان: "Electronic Banking & Profitability in the Nigerian Banking Industry" كان الهدف الأساسي من هذه الدِّراسة هو تقييم تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الربحية في الصناعة المصرفية في نيجيريا. تم اعتماد تصميم بحث مسح استنتاجي. تم جمع البيانات الأولية من خلال استبيانات من كل من موظفي وعملاء البنك الذي شملهم الاستطلاع. تم استكمالها ببيانات ثانوية تم الحصول عليها من البيانات المالية المراجعة للشركة للفترة من 2010 إلى 2017. تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام كل من الإحصائيات الوصفية والاستنتاجية أثناء اختبار الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار المتعدد. وكشفت الدِّراسة أن البطاقات تلعب دورًا مهمًا أكثر من القنوات الأخرى وتلها مباشرة أجهزة الصراف الآلي. كما لوحظ أن قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت في ربحية البنك، وأن الخدمات المصرفية الإلكترونية (EBS) كان لها تأثير على الاحتفاظ بعملاء البنك وولائهم، وأن جودة الخدمة والأمن والموثوقية والكفاءة لها تأثير واضح. على استخدام خدمات البنوك الإلكترونية. تمت التوصية بأن الصناعة المصرفية النيجيرية يجب أن تستثمر أكثر في منتجات البطاقات، تلها أجهزة الصراف الآلي من بين القنوات الإلكترونية الأخرى؛ لأنها تولد المزيد من الإيرادات للبنك. كما أوصت الدراسة بمزيد من التطوير للقنوات الأخرى (الهاتف المحمول ومدفوعات الشركات ونقاط البيع والخدمات المصرفية عبر الإنترنت) لتعزيز مساهمتها في ربحية البنك. يجب على البنوك النيجيرية أيضاً إنشاء استراتيجية عمل تتمحور حول العملاء من خلال الابتكار المستمر في تحديد احتياجات عملائها وتحسين عروض منتجاتهم أثناء تطوير منتجات جديدة، للاحتفاظ بولاء عملائهم الحاليين والحفاظ عليه أثناء جذب عملاء جدد.

دِراسة (Olaiya & Adeleke, 2019)، بعنوان: "Electronic Banking & Profitability of Deposit Money Banks in Nigeria" هدفت الدِّراسة المصرفية الإلكترونية من أجل التأكد من تأثيرها على ربحية بنوك الودائع المالية (DMB) في نيجيريا بين عامي 2010 و2018. اعتمدت الدراسة على المصدر الثانوي لجمع البيانات. البيانات تم الحصول على هذه الدراسة من البنك المركزي النيجيري (CBN) النشرة الإحصائية وتقارير الاستقرار المالي CBN. كانت البيانات تم تحليلها عن طريق إجراء اختبار جذر الوحدة واختبار تكامل مشترك. تم التقدير عن طريق استخدام الانحدار الذاتي الموزع باستخدام التأخيرات الإصدار 9.0 من E-view. في النموذج المحدد لهذه الدِّراسة أربعة متغيرات، وهي قيمة معاملة ماكينة الصراف الآلي (AT-MTV)، نقطة قيمة معاملة البيع (POSTV)، قيمة المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول (MBTV) وقيمة المعاملات المصرفية عبر الإنترنت (IBTV) بينما تكون تجارية كان أداء البنوك مقتبساً من العائد على الأصول (ROA). الدراسة كشفت عن متغيرين مستقلين هما ATMTV وPOSTV بشكل فردي علاقة ROA إيجابية، في حين أن كل من MBTV وIBTV تحدد توقعات apriori لأن لديهم علاقة سلبية بشكل فردي مع ROA. ومع ذلك، أظهر الاختبار المشترك لجميع المتغيرات الأربعة

ألا توجد علاقة مهمة مع ROA. لذلك، خلصت الدراسة إلى أن ليس للقبوات المصرفية الرقمية تأثير كبير على أداء البنوك في نيجيريا على المدى القصير للفترة التي تغطيها الدراسة. لذلك أوصت الدراسة يجب على البنوك التجارية توعية عملائها بالمزايا وأهمية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والإنترنت كما يبدو احتضنت استخدام نقاط البيع وأجهزة الصراف الآلي أجهزة الصراف الآلي لمعاملاتهم.

دراسة (Ogutu et al., 2019)، "Effect of E-banking on Financial Performance of Listed Commercial Banks in Kenya"، كان الهدف من هذه الدراسة هو فحص تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية المدرجة في كينيا. استرشدت هذه الدراسة بأربعة أهداف، وهي تحديد تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والوكالة المصرفية وخدمات الصراف الآلي والخدمات المصرفية عبر الإنترنت على الأداء المالي للبنوك التجارية المدرجة في كينيا. استخدمت الدراسة تصميم البحث الكمي باستخدام تحليل بيانات اللوحة. كان المجتمع المستهدف من الدراسة هو 11 بنكاً تجارياً مدرجاً في كينيا. تم استخراج البيانات الثانوية من تقارير الرقابة المصرفية لبنك الكويت المركزي والتقارير السنوية المنشورة للبنوك. تم تسجيل البيانات على أوراق جمع البيانات. تم استخدام كل من الإحصاء الوصفي والاستنتاجي. تم عرض النتائج باستخدام جداول مع التفسيرات المرتبطة بها. ووجدت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية قوية بين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والوكالات المصرفية وخدمات الصراف الآلي والخدمات المصرفية عبر الإنترنت والأداء المالي للبنوك التجارية المدرجة في كينيا. ارتبط الأداء المالي للبنوك التجارية والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بقوة وإيجابية. كان هناك ارتباط إيجابي قوي بين الأداء المالي للبنك التجاري الفردي والوكالة المصرفية. كان هناك ارتباط إيجابي قوي بين الأداء المالي للبنك التجاري الفردي والوكالة المصرفية. كان هناك ارتباط إيجابي ضعيف بين الأداء المالي للبنك التجاري الفردي والخدمات المصرفية عبر الإنترنت».

دراسة (Aghdam & Sadrabadi, 2015)، بعنوان: "Effect of Internet Banking on Profitability of Banks"، هدفت الدراسة التعرف إلى تأثير تقديم الخدمات الإلكترونية التي تقدمها البنوك التجارية في إيران على معدلات الربحية المصرفية، كما ركزت الدراسة على دور الخدمات المصرفية الحديثة في شكل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وتقديم خدمات تساعد على سرعة إنجاز العمليات، في المقابل فإن المتغيرات التابعة تمثلت في معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية، حيث اشتملت الدراسة على عينة مكونة من (9) بنوك تجارية، وتوصلت الدراسة إلى أن الخدمات الإلكترونية أثرت بالسلب على معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية.

دراسة (Valahzaghari & Bilandi, 2014)، "The Impact of Electronic Banking on Profitability & Market Share: Evidence from Banking Industry"، هدفت الدراسة إلى تحديد آثار الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية في كينيا. تم جمع هذه البيانات من البنك المركزي الكيني والبنوك التجارية. تم إجراء تحليل الانحدار للفترة لتحديد آثار الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية في كينيا. غطت الدراسة فترة 5 سنوات من عام 2009 إلى 2013. النتائج المتعلقة بمعامل التحديد، وجدت الدراسة أن التغيرات الرئيسية في الأداء المالي للبنوك التجارية في كينيا يمكن أن تُعزى إلى التغيرات في الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، ونقاط البيع، جهاز الصراف الآلي، والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وحجم البنك بفواصل ثقة 95%، ووجدت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية قوية بين الأداء المالي للبنوك التجارية والخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث وجد أن هناك علاقة قوية بين الأداء المالي للبنوك التجارية والخدمات المصرفية الإلكترونية. كما وجد أن حجم البنك يؤثر بشكل إيجابي على الأداء المالي للبنوك التجارية في كينيا. ساعدت الخدمات المصرفية الإلكترونية البنوك التجارية على خفض تكلفة الخدمات المصرفية، من خلال التكنولوجيا التي أوجدت فرصاً أكبر للبنوك لتقديم مرونة كبيرة للعملاء، وهذا مكن البنوك التجارية من أن تكون سريعة جداً في اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية مما مكن البنوك التجارية أن تكون في كل مكان من حيث التغطية والمرونة والتفاعل وإمكانية الوصول بشكل أكبر مقارنة بالقبوات المصرفية التقليدية مثل ماكينة الصراف الآلي (ATM) ونقاط البيع المصرفية عبر الهاتف المحمول والخدمات المصرفية عبر الإنترنت التي تؤثر على الشؤون المالية؛ أداء البنك. توفر الخدمة المصرفية الإلكترونية الراحة والسرعة للعملاء جنباً إلى جنب مع توفير التكاليف، كما تهتم البنوك بتوسيع أسواقها من خلال خدمات الإنترنت، وكشفت الدراسة أيضاً أن القيمة الاحتمالية كانت أقل من 0.05 في جميع المتغيرات، مما يدل على أن جميع المستقلين متغير كانت ذات دلالة إحصائية.

دراسة (Sumra & Manzoor, 2011)، Impact of E-Banking on the Profitability of Banks: A Study of Pakistani Banks وتناولت أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك في باكستان، وشملت العينة التي قام الباحثان بدراستها قياس أداء 12 بنك من حيث الربحية، كما تم مناقشة تأثير تطبيق الخدمات الإلكترونية على العملاء من منظور البنوك واعتمدت الدراسة على متغيرات مستقلة تمثلت في تطبيق الخدمات الإلكترونية المصرفية وتنوع الخدمات الإلكترونية وتكاليف الخدمة، وتمثلت المتغيرات التابعة في معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية وتوصلت الدراسة إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية أسهمت بشكل إيجابي في زيادة أرباح البنوك.

دراسة (Meihami, Varmaghani & Meihami, 2013)، "The Effect of Using Electronic Banking on Profitability of Bank". أشار ميامي وآخرون (Meihami et al., 2013) إلى تأثير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية في كردستان. وقد تم الاعتماد على أسلوب المنهج الوصفي التحليلي من خلال طرح استبانة آراء عينة من العاملين في البنوك التجارية عددهم 147 مصرفي، ويحتوي الاستبيان على 42 سؤالاً، تم الحصول على إجاباتهم من خلال مقابلات مع عينة الدراسة. حيث تظهر نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية وقوية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية بمكوناتها الخمسة (أي أجهزة الصراف الآلي، والبطاقات المصرفية، ومصارف الإنترنت، والبنوك الهاتفية، ونقاط البيع) مع ربحية البنوك، وفقاً لنتائج البحث، فإن نتائج التحليل الإحصائي لآراء عينة الدراسة أظهرت وجود ارتباط بين المتغيرات المستقلة (خمسة مكونات من الخدمات المصرفية الإلكترونية) والمتغير التابع ربحية البنوك ممثلة في معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

يلاحظ من خلال استعراض الدراسات السابقة؛ بوجود قلة في الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت مضمون هذا الموضوع ولا سيما في المملكة الأردنية الهاشمية، وعليه فقد جاءت الدراسة الحالية؛ لسد الثغرات بين الدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في توضيح أسباب عدم انتشار استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن والعلاقة بين الخصائص الشخصية للموظفين واستخدام الخدمات الإلكترونية، وكذلك التعرف على الإجراءات والتدابير التي تقوم بها البنوك التجارية. يجب أن تعمل في الأردن على تحفيز استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية ودور الوعي المصرفي في هذا الصدد.

تتضح الأهمية النظرية للدراسة من خلال محاولتها لتعميق المفاهيم النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة في موضوعها أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية في الأردن من وجهة نظر الموظفين، وذلك لأن القطاع المصرفي يمثل شريان الحياة في الاقتصاد الأردني.

وتتضح الأهمية التطبيقية للدراسة الحالية من أهمية القطاع المصرفي والدور الحيوي الذي يلعبه، كما وتعتبر الدراسة الحالية ذات مدلول على الاقتصاد الأردني، وكذلك الاستفادة من النتائج والتوصيات التي سيتم التوصل إليها وتطبيقها على أرض الواقع.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- 1- معرفة مستوى الخدمات المصرفية الإلكترونية والمتمثلة بمستوى تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، ومستوى تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام في البنوك التجارية في الأردن.
- 2- معرفة مستوى تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بمعدل العائد على الأصول، ومعدل العائد على حقوق الملكية في الأردن.

3- معرفة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية والمتمثلة بـ (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) في تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ: (معدل العائد على الأصول، ومعدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن.

فرضيات الدراسة

استناداً إلى أهداف الدراسة وتساؤلاتها فقد تم بناء الفرضيات الرئيسية الآتية:

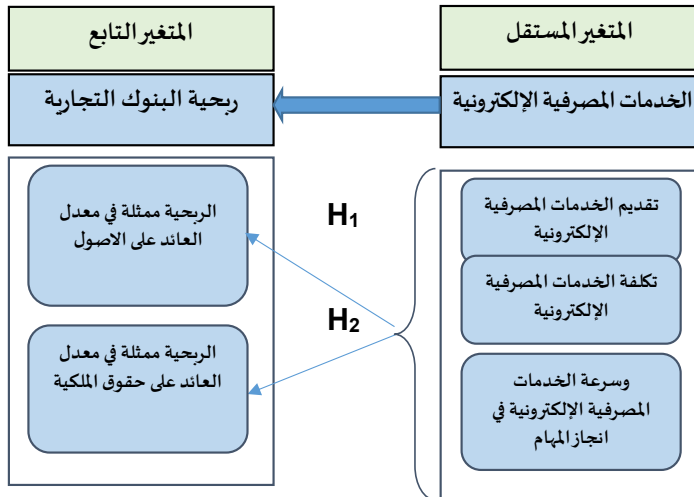
الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية .

ويشتق من هذه الفرضية، الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المصرفية الإلكترونية على تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ: (معدل العائد على الأصول) في الأردن.
- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المصرفية الإلكترونية على تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ: (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن.

من أجل تحقيق «الغرض البحثي وتحقيق الهدف المحدد المتمثل في تحديد تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع والإجابة على تساؤلاته ، طور الباحث نموذجاً خاصاً للدراسة، وحدد الباحث ثلاثة أبعاد للمتغير المستقل (الخدمات المصرفية الإلكترونية): (تم تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، والسرعة التي تكمل بها الخدمات المصرفية الإلكترونية مهامها)، بعد الرجوع إلى العديد من الدراسات، وحدد الباحثون أن المتغير التابع (ربحية البنوك التجارية) بُعدين هما: (معدل عائد الأصول، ومعدل العائد على حقوق الملكية)، وبعد الرجوع إلى العديد من الدراسات، يوضح الشكل (1) نموذج البحث وأبعاده، مثل دراسة (محلوس وبقاط ويزيد، 2021)،

ودراسة (الصادق وهشام، 2020)، ودراسة (بخيت، 2018)، ودراسة (رضا، 2018)، ودراسة (Aduaka & Awolusi, 2020)، ودراسة (Olaiya & Adeleke, 2019)، كما وحدد الباحث المتغير التابع (ربحية البنوك التجارية) ببُعدين وهما: (معدل العائد على الأصول، ومعدل العائد على حقوق الملكية)، وتم اعتمادهم بعد الرجوع إلى العديد من الدراسات، مثل دراسة (بخيت، 2018)، ودراسة (رضا، 2018)، ودراسة (Aduaka & Awolusi, 2020)، ودراسة (Olaiya & Adeleke, 2019). و يوضح الشكل رقم (1) أنموذج الدراسة وأبعاده.



شكل (1) أنموذج الدراسة وأبعاده

تصميم الدراسة

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التنبؤي الذي يهدف إلى دراسة الظاهرة في الواقع، كما يهتم بتقديم وصف دقيق عنها والتعبير بشكل وصفي وكمي، ولا يكتفي المنهج عند جمع المعلومات المتعلقة بالظاهرة من أجل استقصاء مظاهرها وعلاقتها المختلفة، بل تعدها إلى التحليل والربط والتفسير والتحقق من العلاقات التي تربط مجموعة من المتغيرات مع بعضها.

تكوّن مجتمع الدراسة من ثلاث عشر بنك وقد تم اختيار ستة من البنوك أردنية مدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية في الأردن، التي تقدم الخدمات الإلكترونية والبالغ عدد الموظفين لديهم (13879) إداري وموظف، وذلك حسب

الإحصائيات المقدمة من التقارير السنوية للبنوك التجارية الأردنية للعام 2021-2022. ويُبيّن الجدول (1) ذلك:

الجدول (1)

توزيع أفراد مجتمع الدراسة
البنوك التجارية الأردنية

#	البنك	عدد العاملين في البنك
1	البنك العربي	3381
2	بنك الإسكان	2859
3	بنك الأهلي	1048
4	بنك الأردن	2025
5	بنك القاهرة عمان	3307
6	بنك الاتحاد	1259
	المجموع الكلي	13879

لتحقيق أهداف الدراسة تم تطبيق أداة الدراسة على عينة عشوائية مُكونة من (351) إداري وموظف من البنوك التجارية الأردنية من مُجتمع الدراسة خلال العام الدراسي 2021/2022. وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة من البنوك لإجراء المسح الميداني، وذلك بعد الرجوع إلى جداول كريجسي ومورجان (Krejcie & Morgan, 1970) لتحديد حجم العينة. كما تمّ توزيع الاستبانات عليهم بشكل إلكتروني بسبب تدايحات جائحة كورونا وعدم القدرة على الوصول إلى جميع أفراد المُجتمع. وتم استرداد جميع الاستبانات حيث كانت جميعها صالحة للترميز والتحليل والتي شكلت العينة الفعلية، ومثلت ما نسبته (2.53%) من المُجتمع. وجدول (2) يوضح توزيع عينة الدراسة بحسب المتغيرات الديموغرافية، وتم الحصول على البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة بالاعتماد على مصدرين لجمع البيانات:

جدول (2)

توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب متغيراتها الديموغرافية

متغيرات الدراسة	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	197	56.1
	أنثى	154	43.9
	المجموع	351	100.0%
العمر	أقل من 30 سنة	92	26.2
	من 30 سنة - 40 سنة	164	46.7
	40 سنة فأكثر	95	27.1
	المجموع	351	100.0%
المؤهل الأكاديمي	دبلوم	33	9.4
	بكالوريوس	227	64.7
	ماجستير	64	18.2
	دكتوراه	27	7.7
المسمى الوظيفي	إداري	114	32.5
	موظف	237	67.5
	المجموع	351	100.0%
مستوى الدخل	أقل من 300	31	8.8
	من 301 إلى 600	184	52.4
	أعلى من 600	136	38.7
	المجموع	351	100.0%

- 1- مصادر ثانوية: عند تناول الإطار النظري، يستخدم الباحثون مواقع الإنترنت والكتب والمراجع العربية والأجنبية، بالإضافة إلى مراجعات الأدبيات السابقة والدراسات المنشورة والدوريات والبحث في مصادر البيانات المشار إليها في المقال. موضوع البحث.
- 2- مصادر أولية: من خلال تطوير الاستبيانات التي تم توزيعها على المبحوثين لأغراض جمع البيانات، وتأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية، وأجريت كدراسة تطبيقية للتعرف على البنوك التجارية الأردنية.

أداة الدراسة

للتحقيق أهداف الدراسة، تمّ تطوير أداة الدراسة على شكل استبانة لقياس أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية من وجهة نظر الموظفين، بالاعتماد على ما تم الاطلاع عليه من الدراسات السابقة والأدب النظري ذات الصلة بموضوع الدراسة كدراسة (أحمد، 2021) ودراسة (المومني، 2014)، واستكمال الجانب التطبيقي للدراسة من حيث معالجتها واختبار فرضياتها، وقد تضمنت الاستبانة جزأين، هما:

- 1- الجزء الأول: المتعلق بالمتغيرات الديموغرافية الشخصية والوظيفية. ويشتمل على: (الجنس، العمر، المؤهل الأكاديمي، مستوى الدخل، المسمى الوظيفي).

- 2- الجزء الثاني: المتعلق بدراسة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية،

وقد تكون الجزء الثاني لأداة الدراسة من ثلاث محاور على شكل فقرات والمُكونة من (22) فقرة تقيس المتغيرات المستقلة للدراسة، وجاء التقسيم كما يأتي:

- المحور الأول: وأشتمل على العلاقة بين تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية البنوك التجارية والمُكون من (7) فقرات.
- المحور الثاني: وأشتمل على العلاقة بين تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية البنوك التجارية والمُكون من (8) فقرات.
- المحور الثالث: وأشتمل على العلاقة بين سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام وربحية البنوك التجارية والمُكون من (7) فقرات.

صدق أداة الدراسة:

للتحقق من صدق أداة الدراسة، تمّ ذلك من خلال كل من مؤشرات الصدق الظاهري والصدق البنائي، كما يلي:

1- الصدق الظاهري (Face Validity):

للتحقق من الفعالية الظاهرة لأداة المسح (الاستبيان) ، تمّ تقديمها في شكلها الأول إلى مجموعة من الوسطاء الأكاديميين المتخصصين في مجالات التمويل والمصارف والإدارة والأعمال من أساتذة الجامعات الأردنية والبالغ عددهم (5) مُحكمين. وللتحقق من صحة البناء ، تمّ تطبيق أداة البحث على عينة مسح مكونة من 30 مديراً وموظفاً من البنوك التجارية الأردنية خارج مجتمع البحث والعينة المستهدفة. الصلاحية الداخلية للأداة ومساهمة الفقرات المكونة لها من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson)؛ يلاحظ بأنّ قيم معاملات ارتباط فقرات محور العلاقة بين تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية البنوك التجارية قد تراوحت ما بين (0.677-0.810) مع الدرجة الكلية للمحور، وبأنّ قيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للأداة قد تراوحت ما بين (0.599-0.777)، وكانت جميع هذه القيم ذات دلالة على علاقة إحصائية أفضل إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$). وبين تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية البنوك التجارية قد تراوحت ما بين (0.789-0.679) مع الدرجة الكلية للمحور، وبأنّ قيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للأداة قد تراوحت ما بين (0.614-0.751)، وكانت جميع هذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$).

كما يُبين بأنّ قيم معاملات ارتباط فقرات محور العلاقة بين تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية البنوك التجارية قد تراوحت ما بين (0.811-0.687) مع الدرجة الكلية للمحور، وبأنّ قيم معاملات ارتباط الفقرات مع الدرجة الكلية للأداة قد تراوحت ما بين (0.558-0.704)، وكانت جميع هذه القيم دالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$).

كما تمّ استخراج معاملات ارتباط بيرسون (Pearson) بين محاور أداة الخدمات المصرفية الإلكترونية والدرجة الكلية للأداة، ويلاحظ وجود قيم معاملات ارتباط مُرتفعة ودالة إحصائياً عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$) بين كل من محاور أداة الخدمات المصرفية الإلكترونية والدرجة الكلية للأداة، إذ تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.732 – 0.902)، مما يُشير لوجود درجة من الصدق الداخلي في فقرات الأداة.

ثبات أداة الدراسة

للتحقق من استقرار أدوات البحث المستخدمة، تمّ تطبيق تسعير عامل الاستقرار الداخلي لعينة بحث مكونة من مديري وموظفين (30) من البنوك التجارية الأردنية خارج مجتمع البحث والعينة المستهدفة. تمّ حساب القطرات باستخدام (Cronbach-Alpha) صيغة لقياس درجة الاتساق. يوضح الجدول (3) قيم معامل الثبات (كرونباخ ألفا) في استجابات المحوئين على عناصر الاستبيان. عناصر المحور والأدوات الكاملة.

متغيرات الدراسة

اشتملت الدراسة على المتغيرات الآتية:

- 1- المتغير المستقل، وهو: الخدمات المصرفية الإلكترونية، وله ثلاثة محاور (تقديم الخدمات وربحية البنوك التجارية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام).
- 2- المتغير التابع، وهو: ربحية البنوك التجارية ويتمثل بـ (معدل العائد على الأصول، ومعدل العائد على حقوق الملكية).

الأساليب الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، تمّ الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS-22) وكانت على النحو الآتي:

المحور	كرونباخ عدد ألفا	الفقرات
تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية	0.830	8
تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية	0.843	8
سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام	0.817	7
الأداة ككل	0.869	23

1- أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistics:

- وذلك لغايات وصف خصائص عينة أفراد الدراسة الديموغرافية والوظيفية والتي تشمل:
- التكرارات والنسب المئوية: يصف خصائص عينة المسح وتوزيعات الترددات النسبية لها.
- المتوسطات الحسابية: قياس متوسط إجابات الدراسة على بنود الاستبيان.
- الانحراف المعياري: يقيس درجة التباين في استجابات المسح من المتوسط الحسابي.

2- الإحصاء التحليلي Analytical Statistics:

- معامل الارتباط بيرسون للتحقق من صدق البناء لفقرات متغيرات الدراسة، وللتحقق من عدم وجود الارتباط التام بين متغيرات الدراسة.
- معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للتحقق على مدى ثبات أداة الدراسة.
- اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov, K-S) للتحقق من أن البيانات التي تم استخدامها لأغراض التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات تتبع التوزيع الطبيعي.
- معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor, VIF) والتباين المسموح به (Tolerance) للتحقق من مستوى التداخل الخطي بين محاور المتغير المستقل.
- تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) لمعرفة تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

مناقشة نتائج الدراسة

نتائج الإحصاء الوصفية للمتغير المستقل (الخدمات المصرفية الإلكترونية):

جدول رقم (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب والدرجة لاستجابات أفراد العينة على محاور الخدمات المصرفية الإلكترونية مرتبة تنازلياً وفقاً للمتوسطات الحسابية

الرقم	المحاور	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	الرتبة الدرجة
1.	تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية	3.97	0.73	2 مُرتفعة
2.	تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية	4.01	0.73	1 مُرتفعة
3.	سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام	3.88	0.78	3 مُرتفعة
	المتوسط الحسابي الكلي	3.95	0.69	مُرتفعة

تم استخراج قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والرتب ودرجة التقدير لاستجابات الأفراد على فقرات المتغير المستقل (الخدمات المصرفية الإلكترونية) بشكل عام، ولكل محور من المحاور، مع مراعاة ترتيب المحاور تنازلياً وفقاً للمتوسطات الحسابية. ويبيّن ذلك الجدول (4).

كما تم استخراج قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والرتب ودرجة التقييم، على الفقرات الخاصة بكل

محور من محاور الخدمات المصرفية الإلكترونية، وذلك وفقاً لما يأتي:

1- محور تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية:

جدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة التقييم لفقرات محور تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية مرتبة تنازلياً

#	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة الدرجة
1	تقديم البنوك لخدمات التحويل البنكي عبر الإنترنت للعملاء يساعد على زيادة معدل العائد على حقوق الملكية	4.30	0.93	1 مُرتفعة
7	تقديم خدمات الاطلاع على الحسابات وحركة تعاملات العملاء عبر الإنترنت يساعد على زيادة معدل العائد على حقوق الملكية	4.13	1.09	2 مُرتفعة
6	تقديم خدمات الاطلاع على الحسابات وحركة تعاملات العملاء عبر الإنترنت يساعد على زيادة معدل العائد على الأصول	4.01	1.03	3 مُرتفعة
3	استخدام خدمات البطاقات الإلكترونية يساعد على زيادة معدل العائد على الأصول	3.93	0.89	4 مُرتفعة
2	توثر إيجاباً مسألة تقديم الخدمات الإلكترونية على مستوى الربحية في البنوك التجارية الأردنية	3.87	0.99	5 مُرتفعة
4	استخدام خدمات البطاقات الإلكترونية يساعد على زيادة معدل العائد على حقوق الملكية	3.81	0.91	6 مُرتفعة
5	تقديم البنوك لخدمات التحويلات البنكية عبر الإنترنت للعملاء يساعد على زيادة معدل العائد على الأصول	3.75	0.87	7 مُرتفعة
	المتوسط الحسابي الكلي	3.97	0.73	مُرتفعة

تمّ حساب نتائج المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة التقييم لفقرات محور تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، بمُراعاة ترتيب الفقرات تنازلياً وفقاً للمُتوسّطات الحسابية، وكانت النتائج كما هو مُبيّن في الجدول رقم (5).

2- محور تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تمّ حساب نتائج المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة التقييم لفقرات محور تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، بمُراعاة ترتيب الفقرات تنازلياً وفقاً للمُتوسّطات الحسابية، وجاءت النتائج كما في الجدول (6).

جدول رقم (6)

المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة التقييم لفقرات محور تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية مرتبة تنازلياً

#	الفقرة	المُتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة الدرجة
8	انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية يحقق زيادة في ربحية البنوك التجارية	4.28	0.97	1 مُرتفعة
12	تقليل المعاملات الورقية والمستندية والمراسلات الداخلية والخارجية في الخدمات الإلكترونية يساعد على تخفيض المصروفات والنفقات الاستهلاكية	4.16	0.94	2 مُرتفعة
11	عدم الاعتماد على عدد كبير من العمالة والموظفين في تقديم الخدمات الإلكترونية المصرفية ويساعد على تخفيض المصاريف التشغيلية	4.09	0.99	3 مُرتفعة
13	التنوع في الخدمات الإلكترونية الأقل تكلفة يساعد على زياد معدل ربحية البنك	4.01	0.90	4 مُرتفعة
9	انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية يحقق زيادة في مستويات زيادة معدل العائد على الأصول	3.95	0.89	5 مُرتفعة
10	انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية يحقق زيادة في مستويات معدل العائد على حقوق الملكية	3.89	0.96	6 مُرتفعة
14	التنوع في الخدمات المصرفية الإلكترونية الأقل تكلفة يساعد على زيادة معدل العائد على حقوق الملكية	3.89	0.88	7 مُرتفعة
15	تكلفة تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية يساعد البنوك على الانتشار بفروع الصراف الآلي بدلا من فتح فروع جديدة	3.78	0.91	8 مُرتفعة
	المتوسط الحسابي الكلي	4.01	0.73	مُرتفعة

3- محور سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام

تمّ حساب نتائج المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة التقييم لفقرات محور سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام، بمُراعاة ترتيب الفقرات تنازلياً وفقاً للمُتوسّطات الحسابية، وكانت النتائج يُبيّن الجدول (7).

جدول رقم (7)

المُتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة ودرجة التقييم لفقرات محور سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام مرتبة تنازلياً

#	الفقرة	المُتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة الدرجة
19	سهولة قيام العميل بإجراء تحويلات بنكية من خلال شبكة المعلومات الدولية	4.09	1.04	1 مُرتفعة
20	التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والنظام المصرفي بشكل عام يجبر العديد من المصارف الأردنية على تطوير الخدمات لتحقيق منفعة السرعة في إنجاز المهام للعملاء	3.96	0.90	2 مُرتفعة
18	عدم ارتباط العملاء بالمصرف من خلال فروع البنوك والتوجه نحو استخدام البطاقات الإلكترونية يساعد على زيادة معدلات الربحية	3.95	1.02	3 مُرتفعة
17	سرعة قيام العميل بإجراء تحويلات بنكية من خلال شبكة المعلومات الدولية أدى إلى جذب عملاء جدد	3.87	0.94	4 مُرتفعة
21	استيعاب البنوك للمعاملات الإلكترونية ساهم في زيادة عدد العمليات وبالتالي ساعد على زيادة معدل العائد على الأصول	3.83	1.15	5 مُرتفعة
16	يتم الاعتماد على الخدمات الإلكترونية المصرفية لإنجاز المهام بشكل أسرع من الخدمات التقليدية	3.78	0.92	6 مُرتفعة
22	استيعاب البنوك للمعاملات الإلكترونية ساهم في زيادة عدد العمليات وبالتالي ساعد على زيادة معدل العائد على حقوق الملكية	3.68	1.18	7 مُرتفعة
	المتوسط الحسابي الكلي	3.88	0.78	مُرتفعة

نتائج اختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها

اختبار التداخل الخطي

جدول رقم (8)

نتائج اختبار التداخل الخطي بين محاور الخدمات المصرفية الإلكترونية

Collinearity Statistics		محاور المتغير المستقل
معامل تضخم التباين المسموح به Tolerance	التباين VIF	
.380	2.629	تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية
.216	4.627	تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية
.295	3.395	سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام

للتحقق من مستوى التداخل الخطي بين أبعاد المتغير المستقل (الخدمات المصرفية الإلكترونية) وعدم وجود مشكلة في الارتباطات الداخلية للمتغيرات، تم ذلك من خلال استخدام اختبار معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor (VIF))، والتباين المسموح به (Tolerance) والجدول (8) يوضح نتائج ذلك:

يبين الجدول (8) بأن معامل تضخم التباين (VIF) لمحاور الخدمات المصرفية الإلكترونية (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) قد تراوحت ما بين (2.629 – 4.627)، وقد كانت جميع القيم أكبر من (1) وأقل من (10)، وكما يبين بأن قيم التباين المسموح (Tolerance)، قد تراوحت قيمه ما بين (0.380 – 0.216)، وكانت جميع هذه القيم أكبر من ($\alpha \leq 0.05$) مما يشير إلى عدم وجود علاقة ارتباطية وبالتالي عدم وجود مشكلة بالارتباط الخطي لمحاور المتغير المستقل في الدراسة الحالية.

اختبار التوزيع الطبيعي

جدول رقم (9)

اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات كولمنوجروف - سميرنوف

مستوى الدلالة	قيمة اختبار كولمنوجروف - سميرنوف	محاور المتغير المستقل
0.200	0.029	تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية
0.137	0.059	تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية
0.200	0.033	سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام

للتحقق من افتراض التوزيع الطبيعي للبيانات المتعلقة بالمتغيرات، تم حساب قيم اختبار كولمنوجروف - سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov (KS))، والجدول (9) يوضح نتائج ذلك:

يبين الجدول رقم (9) النتائج الخاصة باختبار التوزيع الطبيعي لبيانات محاور متغير الخدمات المصرفية الإلكترونية (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) إذ تتراوح النسب ما بين (0.029 – 0.059)، وجاءت جميع القيم بمستوى دلالة إحصائية أكبر من ($\alpha \leq 0.05$) مما يُشير إلى تحقق افتراض التوزيع الطبيعي للبيانات.

النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى التي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المصرفية الإلكترونية على تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة ب: (معدل العائد على الأصول) في الأردن

للإجابة عن الفرضية الأولى، تم حساب قيم معاملات الارتباط للعلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) وتحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة ب (معدل العائد على الأصول) في الأردن، والجدول (10) يُبين ذلك:

جدول رقم (10)

معاملات الارتباط بين الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها وتحقيق ربحية البنوك (معدل العائد على الأصول)

المتغيرات +	معدل العائد على الأصول	تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية	تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية	سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام
معدل العائد على الأصول	-	**0.729	**0.792	*0.799
تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية		-	**0.785	*0.690
تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية			-	*0.838
سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام				-

يُلاحظ الجدول (10) وجود علاقة ارتباطية قوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) وتحقيق ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على الأصول) في الأردن، إذ تراوحت القيم بين (0.729 – 0.799).

** دالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

جدول رقم (11)

معاملات الانحدار الخطي المتعدد لأثر الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها على تحقيق ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على الأصول) في الأردن

R	R ²	R ² المعدل	الخطأ المعياري		إحصائيات التغير	
			تغير في التقدير	تغير في R ²	درجة حرية البسط	درجة حرية الدلالة الإحصائية
.843 ^a	.711	.709	.427	.711	284.62	1
						347
						.000

a المتنبات: الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها المتغير التابع: ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على الأصول)

ولاختبار الفرضية تم استخدام معامل الانحدار المتعدد بأسلوب إدخال المتغيرات المتنبئة (Enter) وذلك للكشف عن وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها على تحقيق ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على الأصول) في الأردن.

وبناءً عليه تم استخراج قيم معاملات الانحدار الخطية المتعدد ومربعاتها ومقدار تفسير التغير في تلك المعاملات، والجدول رقم (11) يبين ذلك:

يُبين الجدول (11) نتائج مُلخص النموذج لاختبار الفرضية الأولى بوجود علاقة ارتباط طردية وذات دلالة

إحصائية عند ($\alpha \leq 0.05$) بين كل من المتغير المُستقل (الخدمات المصرفية الإلكترونية) بمحاوره والمتغير التابع ربحية البنوك التجارية المُتمثلة بـ (معدل العائد على الأصول)، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ($R=0.843$). كما بلغت قيمة مُعامل التحديد ($R^2=0.711$)، أي أن الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) قد فسرت ما نسبته (71.1%) من التباين المُفسر في ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ (معدل العائد على الأصول) أما الباقي يُعزى إلى عوامل أخرى. ومما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة الاختبار (F) لأنموذج التأثير والتي بلغت (284.62) وبمستوى دلالة إحصائية (0.000) إذ تُشير هذه القيمة إلى مدى ملاءمة النموذج لاختبار الانحدار، وبأن العلاقة بين المتغيرات (المُستقلة والتابعة) تتبع النموذج الخطي وتعتبر هذه القيمة دالة عند مُستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول رقم (12)

قيم معاملات الانحدار المعيارية واللامعيارية

الدلالة الإحصائية	قيمة t	معاملات المعيارية		معاملات اللامعيارية	
		Beta	B	الخطأ المعياري	B
.110	1.602	.135	.216	(Constant)	
.000	5.221	.244	.051	.266	تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية
.000	3.899	.242	.068	.263	تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية
.000	8.035	.427	.054	.434	سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام

كما تم استخراج قيم معاملات الانحدار المعيارية واللامعيارية للمتغيرات المتنبئة، إضافة لقيم الاختبار (t)، والدلالة الإحصائية والجدول (12) يوضح ذلك:

يظهر الجدول رقم (12) نتائج المعاملات (Coefficients) لأثر الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها الفرعية على تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ (معدل العائد على الأصول) في الأردن، حيث بلغت قيم

اختبار t المحسوبة لكل من (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام)، بالتتابع (5.221، 3.889، 8.035)، وبمستوى دلالة بلغت (0.000، 0.000، 0.000) على التوالي. واستناداً إلى قاعدة القرار المتعلقة بقيم اختبار (t) والتي تنص على رفض الفرضية الصفرية إذا كانت قيمة الدلالة المعنوية لاختبار (t) أقل من (0.05).

وبناءً على ذلك يتم رفض الفرضية الصفرية، بمعنى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) على تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ: (معدل العائد على الأصول) في الأردن.

النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية التي تنص على: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المصرفية الإلكترونية على تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ: (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن.

للإجابة عن الفرضية الأولى، تم حساب قيم معاملات الارتباط للعلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في

جدول رقم (13)

معاملات الارتباط الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها وتحقيق ربحية البنوك (معدل العائد على حقوق الملكية)

المتغيرات	معدل العائد على حقوق الملكية	تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية	تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية	سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام
معدل العائد على حقوق الملكية	-	**0.732	**0.754	**0.771
تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية		-	**0.785	**0.658
تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية			-	**0.738
سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام				-

** دالة إحصائياً عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

جدول رقم (14)

معاملات الانحدار الخطي المتعدد لأثر الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها على تحقيق ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن

إحصائيات التغير	الخطأ المعياري في R ²	R ²	R
درجة حرية التباين	تغير في R ² في F	تغير في R ² في F	درجة حرية التباين
347	239.147	674	0.000

a المتنبئات: الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها
المتغير التابع: ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على حقوق الملكية)

المتعدد ومربعاتها ومقدار تفسير التغير في تلك المعاملات، والجدول رقم (14) يبين ذلك.

يُبين الجدول (14) نتائج مُلخص النموذج لاختبار الفرضية الثانية بوجود علاقة ارتباط طردية وذات دلالة إحصائية عند $(\alpha \leq 0.05)$ بين كل من المتغير المُستقل (الخدمات المصرفية الإلكترونية) بمحاوره والمتغير التابع (ربحية البنوك التجارية) المُتمثلة بـ (معدل العائد على حقوق الملكية)، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد $(R=0.821)$. كما بلغت قيمة مُعامل التحديد $(R^2=0.674)$ ، أي أن الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) قد فسرت ما نسبته (67.4%) من التباين المُفسر في ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ (معدل العائد على حقوق الملكية) أما الباقي يُعزى إلى عوامل أخرى. ومما يؤكد معنوية هذا التأثير قيمة الاختبار (F) لأنموذج التأثير والتي بلغت (239.147) وبمستوى دلالة إحصائية (0.000) إذ تُشير هذه القيمة إلى مدى ملاءمة النموذج لاختبار الانحدار، وبأن العلاقة بين المتغيرات (المُستقلة والتابعة) تتبع النموذج الخطي وتعتبر هذه القيمة دالة عند مُستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

جدول رقم (15)

قيم معاملات الانحدار المعيارية واللامعيارية

معاملات اللامعيارية	معاملات المعيارية	قيمة الدلالة الإحصائية
B	Beta	t
(Constant)	.480	.134
تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية	.333	.051
تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية	.138	.067
سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام	.408	.054
	.430	7.614
	.328	6.597
	-	3.586

إنجاز المهام) وتحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن، والجدول (13) يُبين ذلك:

يُلاحظ الجدول (13) وجود علاقة ارتباطية قوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ بين الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) وتحقيق ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن، إذ تراوحت القيم بين (0.658 – 0.785).

ولاختبار الفرضية تم استخدام معامل الانحدار المتعدد بأسلوب إدخال المتغيرات المُتنبئة (Enter) وذلك للكشف عن وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاورها على تحقيق ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن، تم استخراج قيم معاملات الانحدار الخطية

كما تم استخراج قيم معاملات الانحدار المعيارية واللامعيارية للمتغيرات المُتنبئة، إضافة لقيم الاختبار (t)، والدلالة الإحصائية والجدول (15) يوضح ذلك:

يظهر الجدول (15) نتائج المعاملات (Coefficients) لأثر الخدمات المصرفية الإلكترونية بمحاوره الفرعية على تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن، حيث بلغت قيم اختبار t المحسوبة لكل من المحاور

تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام)، بالتتابع (3.586، 2.068، 7.614)، وبمستوى دلالة بلغت (0.000، 0.039، 0.000) على التوالي. واستناداً إلى قاعدة القرار المتعلقة بقيم اختبار (t) والتي تنص على رفض الفرضية الصفرية إذا كانت قيمة الدلالة المعنوية لاختبار (t) أقل من (0.05).

وبناء على ذلك يتم رفض الفرضية الصفرية، بمعنى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للخدمات المصرفية الإلكترونية ومحاورها (تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية، سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام) على تحقيق ربحية البنوك التجارية والمتمثلة بـ (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن.

النتائج

بعد العرض السابق لنتائج الدراسة توصلت الدراسة إلى:

أظهرت النتائج أن قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ودرجة التقدير لاستجابات الأفراد على فقرات المتغير المستقل (الخدمات المصرفية الإلكترونية) ككل جاءت بدرجة (مُرتفعة)، ويفسر الباحث ذلك إلى أن عملية تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بكفاءة عالية يزيد من ربحية البنوك ويتيح الفرصة لتوسعتها وتقليل تكاليف الأعمال الروتينية. وتخفيض عدد العاملين بالمهام الروتينية وتحويلهم إلى أعمال أخرى، وتخفيض تكاليف إنتاج الخدمة المصرفية، والاستفادة من الموارد البشرية بالشكل الأمثل وتوفير التكاليف في فتح فروع جديدة للبنوك، مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي.

بالإضافة إلى ذلك، سيؤدي خفض التكاليف وتسريع الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى زيادة القدرة التنافسية من خلال جذب العملاء واكتساب ولائهم، ولا يمكن للبنوك التوقف بتقديم الخدمات الإلكترونية في مجال معين فعملية تقديم خدمات إلكترونية متعددة ينعكس على زيادة الربحية والتي تؤدي إلى تعزيز الأداء العام إلى البنوك، كما إن تنوع الخدمات الإلكترونية المصرفية يرفع من الحصة السوقية للبنوك، وتعمل هذه الخدمات على رفع جودة الخدمات مما يعني زيادة توظيف موارد البنوك بشكل أمثل.

وتعزى نتيجة سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام إلى أن البنوك تسعى للتطور التكنولوجي وتعمل على التطوير من مستوى الخدمات بإنجاز المعاملات المصرفية الإلكترونية بالسرعة الممكنة، ليتيح ذلك وقت أفضل للعميل باختيار الخدمة المصرفية التي تسهل العمل عليه، وهو ما يتفق مع دراسة (Ogutu et al., 2019) ودراسة (Aduka & Awolusi, 2020) واختلفت مع دراسة (البخيت، 2018) حيث أظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين تقديم وتكلفة وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية المصارف التجارية.

كما بينت النتائج أن هناك علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 \geq \alpha$) بين الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن ومحورها وربحية البنوك التجارية (العائد على الأصول). تسعى البنوك في الأردن إلى تقديم خدمات مريحة، وقد اتخذت الخطوات اللازمة لتحقيق ذلك، بما في ذلك البحث والتطوير، والتطوير الهادف إلى تحسين العائد على الأصول، وعملية التنمية عدوانية، وهو ما ينعكس. تقديم خدمات تتميز بجودة عالية تشجع العملاء على البقاء أو استخدام الخدمات الإلكترونية الأخرى.

كما ندرك أهمية المعاملات المصرفية الإلكترونية لما كسبت التطورات التكنولوجية وتلبية الاحتياجات المتنوعة للعملاء، كما ندرك أهمية تعزيز تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بكفاءة وفعالية.

كما تلعب الخدمات المصرفية الإلكترونية دوراً في توسيع الأعمال المصرفية واعتمادها السريع، دون الحاجة إلى مبانٍ إضافية، وزيادة التكاليف، وسرعة استكمال الخدمات المصرفية لتلبية احتياجات العملاء. تؤثر كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية تأثيراً إيجابياً على الأداء المالي، وهو ما يتفق مع دراسة (Olaiya & Adeleke, 2019) ودراسة (أحمد، 2021).

كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية قوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) بين الخدمات المصرفية الإلكترونية ومحاورها وتحقيق ربحية البنوك التجارية (معدل العائد على حقوق الملكية) في الأردن، كما إن زيادة الخدمات المصرفية الإلكترونية وزيادة الوعي بالعمل المصرفي الإلكتروني يزيد من إقبال العملاء على تلك الخدمات نتيجة السرعة في إنجاز الخدمة المصرفية، واختصار الزمان والمكان على حد سواء، مما يزيد تنافسية البنوك، وتعظيم الربحية، مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي، وزيادة معدل العائد على حقوق الملكية، وهذا ما اختلفت فيه النتيجة مع دراسة (رضاء، 2018) بوجود علاقة عكسية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والعائد على الأصول.

التوصيات:

- 1- زيادة الوعي بالخدمات الإلكترونية المصرفية، من خلال زيادة الوعي بالآليات وميكانزمات التعامل المصرفي، في ظل الحاجة الماسة بالتعريف بأنواع الخدمات المصرفية وبالنظر إلى أن بعض التجار يصرون على الأنماط التقليدية للخدمات المصرفية.
- 2- على البنوك التجارية في الأردن السعي لزيادة الخدمات الإلكترونية المصرفية للتسهيل في العمليات ع من قبل العملاء.
- 3- مساعدة العملاء الذين ليس لديهم مهارات في استخدام الخدمات الإلكترونية من خلال حملات التوعية، أو توزيع بروشورات.
- 4- العمل على تدريب وتطوير مهارات الموظفين، خصوصاً الموظفين الذين يتعاملون بالخدمات الإلكترونية، من خلال إشراكهم في مختلف الدورات التدريبية

محددات الدراسة

يتحدد تعميم نتائج هذه الدراسة على دلالات صدق وثبات أداة الدراسة التي اعدّها الباحث وعلى عينة الدراسة والمجتمع المسحوبة منه.

تم إعداد استبانة لقياس أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية من وجهة نظر الموظفين، وهذا قد لا يعكس بصوره دقيقه جدا هذا الأثر لأنه من وجهة نظر الموظفين فقط، بالإضافة إلى بعض القصور وعدم توفر البيانات الخاصة بالخدمات الإلكترونية لدى البنوك التجارية. وهذا يظهر أهمية أن تقوم البنوك بإجراء دراسات من اجل تقييم واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المراجع

أولاً - مراجع باللغة العربية:

- الشمري، صادق. (2016). *استراتيجية إدارة المخاطر*. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- العدوان، عبود صالح أحمد. (2015). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الأداء: دراسة على المصارف التجارية الأردنية، *أطروحة دكتوراه*، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
- المعاينة، أحمد محمد سالم. (2017). «أثر تغير سعر الفائدة على ربحية البنوك التجارية الأردنية»، *رسالة ماجستير*: جامعة عمان العربية.
- المغربي، محمد. (2020). *إدارة التمويل المصرفي*. البحرين: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي.
- باهي، صلاح الدين. (2016). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان، الأردن. *رسالة ماجستير غير منشورة*، إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- بخيت، محمد. (2018). أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الليبية خلال الفترة من 2008 – 2016. *مجلة البحوث المحاسبية*، جامعة طنطا، 2 (3) 166-216.
- بخيت، محمد بهاء الدين وأسر، حسن يوسف. (2016). *الأصول العلمية في نظم المعلومات المحاسبية*. دار الجامعيين للطباعة، الإسكندرية.
- حامد، مصطفى سميث. (2016). «أثر تطبيق الخدمات المصرفية على الأداء المالي: دراسة ميدانية على المصارف الأردنية»، *رسالة دكتوراه غير منشورة*، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن.
- خنفر، إياد، والعساف، خالد، والعزام، عبدالفتاح. (2015). *التسويق المصرفي: مدخل معاصر*. ط 4، عمان: دار وائل.
- دبيك، هاني. (2015). «العلاقة بين تطبيق معيار كفاية رأس المال وفق مقررات لجنة بازل و ربحية البنوك التجارية المحلية في فلسطين»، *رسالة ماجستير غير منشورة*، الجامعة الإسلامية، غزة.
- رضا، طواهرير. (2018). «تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية-دراسة حالة بنك الخليج الجزائر AGB خلال الفترة 2011-2016»، *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.
- محمود، خالد. (2019). *الخدمات المصرفية في البنوك*. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.

ثانياً - مراجع باللغة الأجنبية:

- Aduaka, U. & Awolusi, O. (2020). "Electronic banking and profitability in the nigerian banking industry", *Information Management and Business Review*, 2 (12): 450-472.
- Ahamid, L.; Zade, H. & Karimi, O. (2015), "Review the influence of ebanking service quality on cosomer's commitment (Case study: Persian bank, Tehran branches)", *Aula Orientalis*, (1), 360-369.
- Dehghan, M. & Ghafoorifard, M. (2015), "The effect of online banking services on profitability: Case study", All branches of a private bank in mashhad studies and scientific researches. *economics edition*, 21 (5), 253-276.
- Hanafizadeh, P. & Zare Ravasan, A. (2018). "An empirical analysis on outsourcing decision: The case of e-banking services", *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 31, No. 1, pp. 146-172.
- Mansour Lham H. F.; Eljelly Abuzar M. A. & Abdullah A. M. A. (2016). Consumers attitude towards e-banking services in islamic banks: The case of Sudan", *Review of International Business and Strategy*, Vol. 26, No. 2, pp. 244-260.
- Ogutu, M.; Fatoki, O.; Isola & Kenya, N. (2019). "Effect of e-banking on financial performance of listed commercial banks in kenya", *Global Scientific Journals*, 1 (7): 722- 750.
- Olaiya, A. & Adeleke, K. (2019). "Electronic banking and profitability of deposit money banks in Nigeria", *Journal of Association of Professional Bankers in Education*, 5 (1): 129-152.
- Yaseen, S. G. & El Qirem, I. A. (2018). "Intention to use e-banking services in the jordanian commercial banks", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 36, No. 3, pp. 557-571.

The Impact of Electronic Banking Services on the Profitability of Commercial Banks: An Applied Study on Jordanian Commercial Banks

Saddam Alzoubi

School of Business, Finance and Banking Department,
Al-Bayt University, Jordan
naderalzoubi@gmail.com

Dr. Mohammad Ali Alafeef

School of Business, Finance and Banking Department,
Al-Bayt University, Jordan
alafeef@aabu.edu.jo

ABSTRACT

The current study aimed to demonstrate the impact of electronic banking services on the profitability of commercial banks "from the perspective of employees. The study population consisted of (13879) employees and administrators in six major banks in Jordan. To achieve the objectives of this study, a simple random sample was taken by relying on determining the size of the sample. drawn on the size of the total community, and the sample size was (351), administrators and employees from Jordanian commercial banks that provide banking services for the year 2021 -2022 , the predictive descriptive approach was used to suit the study, and to achieve the objectives of the study, the researcher developed a questionnaire to measure the impact of electronic banking services on the profitability of commercial banks from the perspective of employees , and its psychometric characteristics were verified .The study tool (questionnaire) was distributed to the sample .

All questionnaires were retrieved, as they were all valid for coding and analysis, which constituted the actual sample. The results indicated that the values of the arithmetic mean, standard deviations, and the degree of Estimation of the responses of individuals on the items of electronic banking services as a whole came with a (high) degree, and the results indicated that there is a strong correlation between electronic banking services and its axes and achieving the profitability of commercial banks (rate of return on assets) in Jordan from the perspective of employees, and the results indicated the existence of a strong correlation Between electronic banking services and the profitability of commercial banks from the perspective of employees (rate of return on equity) in Jordan.

The study recommended several recommendations, including increasing awareness of electronic banking services in Jordanian commercial banks and other banks.

Keywords: *Electronic Banking Services, Profitability of Commercial Banks, Jordanian Commercial Banks.*



