

## محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن من وجهة نظر العملاء

حسن نجيب الرواش<sup>١</sup>، رعد مشعل محمد التل<sup>٢</sup>، صالح ابراهيم العمر<sup>٣</sup>

<sup>٢٠١</sup> أستاذ مساعد- قسم نظم المعلومات الإدارية- جامعة جدارا- الأردن

<sup>٢</sup> أستاذ مشارك - قسم نظم المعلومات الإدارية- جامعة جدارا- الأردن

<sup>1</sup> Hassan\_raw@jadara.edu.jo , <sup>2</sup> raadt@jadara.edu.jo , <sup>3</sup> saleh.o@jadara.edu.jo

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2020.8.3.3>

تاريخ قبول البحث: ٢٠٢٠/٥/٩

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢٠/٣/٢٢

### الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى الأسباب التي تحد من استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في الأردن، ومعرفة أثر الخصائص الديموغرافية في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن. قامت هذه الدراسة بعرض محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن، من خلال تحليل ٥ متغيرات وهي: الفائدة المتوقعة، والخصوصية والأمن، وسهولة الاستخدام والثقة، والاحتياجات البنكية، وتم جمع البيانات الأولية عبر الاستبيان واستعراض الدراسات السابقة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية على جميع مجالات الدراسة تبعاً لمتغير الجنس، ووجود فروقات ذات دلالة إحصائية لمجال الاحتياجات البنكية والمرحلة العمرية ل ٥٠ سنة فأكثر، ووجود فروقات ذات دلالة إحصائية لمجال الفائدة المتوقعة و التحصيل العلمي دراسات عليا. وفي ضوء النتائج السابقة فإن الدراسة توصي: بالقيام بحملة تسويقية تهدف إلى زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء بالخدمات المصرفية الإلكترونية لتعريف العملاء على مزايا وفوائد الخدمات المصرفية الإلكترونية، وإعادة تقييم واجهات الاستخدام للخدمات المصرفية الإلكترونية بما يكفل سهولة استخدامها.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الإلكترونية؛ محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية قطاع البنوك.

### المقدمة:

ساهم انتشار التكنولوجيا المعتمدة على الإنترنت إلى تغييرات كبيرة في كيفية تعامل الشركات مع عملائها. ويعتبر قطاع البنوك في مقدمة القطاعات التي تعتمد على الإنترنت في التعامل مع العملاء لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية. ويشير مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى عملية التسليم الإلكتروني للمنتجات والخدمات المصرفية للعملاء من خلال قنوات الاتصال الإلكترونية. وقد عرف (Mehmoed, Shah, & Azhar, 2014) الخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها عبارة عن مجموعة من الإجراءات التي يقوم بها العميل والتي من خلالها يقوم بإكمال المعاملات المصرفية إلكترونياً دون الحاجة إلى زيارة المصرف.

لقد رحب القطاع المصرفي والمالي الأردني أيضاً بهذا التغيير. حيث أن العديد من البنوك الأردنية تحاول تمييز نفسها في قطاع شديد المنافسة من أجل موائمة خدماتهم لاحتياجات العملاء المتغيرة باستمرار، ولتغيير بعض وظائف البنك التقليدية، وبالتالي التقليل من النفقات العامة المتعلقة بفروع البنك. كما أن هناك عدداً متزايداً من البنوك الأردنية تبحث في طرق مبتكرة لتقديم خدماتها، مثل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، وذلك لجعل هذه الخدمات أكثر ملاءمة وكفاءة للعملاء، حيث أصبح من المهم للبنوك التأكد من تصور العملاء لجودة الخدمة العامة والخاصة والرضا عن الخدمات المصرفية عبر الإنترنت. وتواجه البنوك العديد من التحديات التي تحد من تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، كالتوافق الإلكتروني، وإثبات الشخصية، وسرية المعلومات وأمنها، وخصوصية العميل، والتعاقدات المصرفية الإلكترونية وغيرها (شندي، ٢٠١١). وتقوم هذه الدراسة بعرض محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن. حيث قامت هذه الدراسة بتحليل ٥ متغيرات وهي الفائدة المتوقعة، والخصوصية والأمن، وسهولة الاستخدام والثقة، والاحتياجات البنكية. وقد أجريت هذه الدراسة من خلال البيانات الأولية التي تم جمعها من الاستبيان ومن خلال استعراض دراسات سابقة واسعة النطاق، وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى الأسباب التي تحد من استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، ومعرفة أثر الخصائص الديموغرافية في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن.

## مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة هذه الدراسة في تحديد العوامل التي تؤثر على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن، حيث ان استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية أصبح من المعالم الحضارية لقطاع البنوك سواء في الأردن أو غيرها من البلدان. وذلك لحاجة القطاع المصرفي إلى مواكبة التطورات والارتقاء بمعايير الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي تنعكس على جودتها وتعظيم استخدامها من قبل العملاء. وذلك لأن زيادة استخدام هذه الخدمات من قبل العملاء يعزز نجاحها وتأثيرها إيجابياً على أداء البنوك. وحاولت الدراسة الاجابة عن أهم محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية؟ وأثر الخصائص الديموغرافية على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الاردن؟

## فرضيات الدراسة:

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0,05) لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن تعزى للمتغيرات الديموغرافية وهي (الجنس، العمر، التحصيل العلمي، الدخل والخبرة).

## منهجية الدراسة:

هذه الدراسة وصفية كونها تقوم بدراسة العوامل التي تؤثر على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن. حيث تظهر هذه الدراسة العلاقة السببية بين المتغيرات. وقد تم جمع البيانات المتعلقة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. وقد اعتمدت هذه الدراسة على المسح الميداني بالعينة لمجتمع الدراسة باستخدام الاستبانة. وقد كانت وحدة التحليل في هذه الدراسة عملاء البنوك للعاملين في الجامعات الخاصة إقليم الشمال في الأردن.

## مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء البنوك العاملين في الجامعات الخاصة إقليم الشمال في الأردن والبالغ عددهم ٢٥٠٠ موظف، علماً أن من متطلبات التوظيف في الجامعات ان يكون لكل موظف حساباً بنكياً. حيث تم سحب عينة احتمالية عشوائية بسيطة من مجتمع الدراسة وقد تم تحديد حجم العينة بالاعتماد على جدول كريجيسي ومورجان (Sekaran, 2010) بحيث تكون جميع مفردات الدراسة لها نفس الفرصة في الاختيار والظهور. حيث بلغ حجم عينة الدراسة (٣٠٢) موظف من مجتمع الدراسة. وقد تم توزيع (٣٠٠) استبانة على جميع أفراد العينة.

## مصادر جمع البيانات:

المصادر الثانوية: وتتمثل في الكتب والمقالات والأبحاث والدراسات والنشرات المنشورة وغير المنشورة وكذلك شبكة الإنترنت، حيث يتم بالاعتماد على المصادر الثانوية، بناء المادة العلمية الخاصة بالإطار النظري، بما يخدم توضيح المفاهيم الأساسية لموضوع الدراسة وتحليل نتائجها. المصادر الأولية: اعتمد الباحث على الاستبانة في جمع البيانات الأولية، حيث تم تطوير استبانة محكمة لقياس متغيرات الدراسة. وفيما يلي توضيح لأجزاء أداة الدراسة:

الجزء الأول: يشتمل على المتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، والمتمثلة في: الجنس، العمر، التحصيل العلمي، الدخل والخبرة. الجزء الثاني: ويتألف من (٢٨) فقرة، الفقرات من (١-٤) تقيس الخدمات المصرفية الإلكترونية، وباقي الفقرات تتعلق بمحددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وهي الفائدة المتوقعة، الخصوصية والأمن، سهولة الاستخدام، الثقة، الاحتياجات البنكية. تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص أفراد عينة الدراسة، كما تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة وهي: ما هي محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمحددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، تعزى للمتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة. وقد تم التعليق على نتائج المتوسط الحسابي بالاعتماد على المعيار الآتي: ٤,٥ فأكثر (عال جداً)، ٣,٥ - أقل من ٤,٥ (عال)، ٢,٥ - أقل من ٣,٥ (متوسط)، ١,٥ - أقل من ٢,٥ (منخفض)، و من ١ - أقل من ١,٥ (منخفض جداً). ومن أجل اختبار الفرضية الرئيسية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستويات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن تبعاً للمتغيرات الديموغرافية، كما تم استخدام اختبارات واختبار ف لاختبار دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية.

## اختبار ثبات أداة الدراسة:

تم استخدام اختبار كرونباخ ألفا لمستويات الدراسة بهدف التحقق من مقدار الاتساق الداخلي لأداة القياس، كواحد من المؤشرات على ثبوتها، حيث تم احتساب معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ - الفا) لقياس درجة الاعتمادية على بنود الاستبانة. كما يعني استقرار النتائج التي تم الحصول عليها باستخدام أداة القياس (الإستبانة) عدة مرات، أي إلى عدم تعرض النتائج للتغيير مع تغير ظروف القياس (Zikmund, 2000).

جدول (1): قيم اختبار كرونباخ ألفا لمستويات الدراسة

مستويات الدراسة	قيمة ألفا
الخدمات المصرفية الإلكترونية	٠,٦٠
الفائدة المنتظرة (المتوقعة)	٠,٦٢
الخصوصية والأمن	٠,٦٣
سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الإلكتروني	٠,٦٥
الثقة	٠,٧٦
الاحتياجات البنكية	٠,٦١
الاستبانة ككل	٠,٩٠

يتضح من الجدول (١) أن معاملات الثبات هذه تدل على تمتع الأداة بصورة عامة بمعامل ثبات عال وقيمتها (٠,٩٠) وهذا يدل على قدرة الأداة على تحقيق أغراض الدراسة حيث بلغ أعلى معامل ثبات للاستبانة حققه مستوى الثقة وهو (٠,٩٠)، وفيما يلاحظ أن أدنى معامل ثبات هو (٠,٦١) حققه مستوى الاحتياجات البنكية. وهو ما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها الاستبانة نتيجة تطبيقها.

### الإطار النظري:

هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك الحديثة مثل البنوك الإلكترونية "Electronic Banking" أو بنوك الإنترنت "Internet Banking" أو البنوك الإلكترونية عن بعد "Remote Electronic Banking" أو البنك المنزلي "Home Banking" أو البنوك الخدمية الذاتية "Self Service Banking" أو بنوك الويب "Web Banking". وتشير جميع هذه المصطلحات إلى قيام العميل بانجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الإنترنت سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان ووقت يرغبه. والمقصود بالبنوك الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني، وبذلك فهي بنوك تنشئ لها مواقع إلكترونية على الإنترنت لتقديم خدمات على غرار خدمات موقع البنك التقليدي من سحب ودفع وتحويل دون زيارة العميل إليها وبشكل إلكتروني.

يمكن تعريف البنوك الإلكترونية ورسم حدودها بعدة طرق. فقد عرفها (Daniel, 1999) بأنها عبارة عن عملية إيصال المعلومات والتسهيلات الخاصة بالبنوك من خلال بوابات مختلفة مثل أجهزة الكمبيوتر الشخصية، والهواتف النقالة، الخ. والتي يتم من خلالها إرسال هذه المعلومات من قبل البنوك للعملاء. وقد عرفها (الغندور، ٢٠٠٣) بأنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تعتمد بشكل إلكتروني على توظيف كافة التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات من أجل تقديم الخدمات المصرفية بشكل آمن. وأكد ذلك (الشمري و العبدلات، ٢٠٠٧) حيث عرف الصيرفة الإلكترونية بأنها جميع العمليات والنشاطات التي يتم إجرائها أو الترويج لها من قبل البنوك والمؤسسات المالية باستخدام الوسائل الإلكترونية المختلفة مثل: الهاتف، والحاسب، والصراف الآلي، والإنترنت، والتلفزيون وغيرها، إضافة إلى القيام بالتحويلات النقدية إلكترونياً.

والخدمات المصرفية الإلكترونية هي مصطلح لمجموعة من الإجراءات التي يقوم بها العميل والتي من خلالها يقوم بإكمال المعاملات المصرفية إلكترونياً دون الحاجة إلى زيارة المصرف، ومن المصطلحات الشائعة للخدمات المصرفية الإلكترونية الهاتف المصرفي، الخدمات المصرفية المنزلية، الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، الخدمات المصرفية الإلكترونية عن بعد، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتي تعتبر جميعها عبارة عن شكل واحد أو آخر من الخدمات المصرفية الإلكترونية. (Mehmood, Shah, & Azhar, 2014).

إن استخدام الكمبيوتر الشخصي (Personal Computer) في العمليات المصرفية يدل على أن الأعمال المصرفية يتم انجازها من خلال جهاز الكمبيوتر الخاص بعملاء المصرف، وهذا يمكن أن يكتمل من خلال الخدمات المصرفية عبر الإنترنت حيث يتم توجيه المعاملات المصرفية داخل شبكة مغلقة أو من خلال الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتي بدورها تتيح للعملاء إتمام المعاملات من أي محطة اتصال في الإنترنت (Hazell & Raphael, 2001). أما في الوقت الحالي تعتبر خدمات الإنترنت جزء من السمات الإضافية في القطاع المصرفي حيث أن الخدمات المصرفية عبر الإنترنت تسمح للعملاء بتنفيذ المعاملات النقدية من خلال بوابة إلكترونية محمية، كما تسمح للعملاء أيضاً باستكمال جميع الأنشطة المصرفية مثل الاستعلام عن المعاملات الماضية، ونقل الأموال، وسحب النقد والودائع إلى آخره وذلك من خلال كبسة زر واحدة فقط من خلال الموقع الإلكتروني للبنك. وبهذا، فإن هذه الخدمات توفر للعملاء فائدة الزمان والمكان. (Nauman, Zahid; Mujtaba, Asif; Riaz, Adnan, 2010)

### ١. قطاع البنوك:

النظام المصرفي يسهل المعاملات الشخصية مثل الودائع والحالات المالية، حيث أنه يسهل عمليات الاقتراض والإقراض والأنشطة ذات الصلة والتي تساعد في عملية الإنتاج والتوزيع، وتبادل واستهلاك الثروة. كما أنه يساعد على تسريع وتيرة التنمية الاقتصادية وتعبئة وتخصيص الموارد للبلاد بالإضافة إلى أنه أيضاً يساعد في عمليات الاستثمار و توفير فائدة جذابة على المدخرات والودائع الثابتة حيث يتم تشجيع الناس على حفظ أشياء أكثر من ذلك.

إن تكوين رأس المال أمر بالغ الأهمية لتحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد، حيث تقوم البنوك بجمع المال الراكد من الناس والذي يعتبر توجيه للأفراد والشركات والحكومة للاستثمارات الإنتاجية، والتي بدورها ترفع من مستوى العمالة والدخل ومستويات المعيشة (Kathryn). وبشكل عام تنقسم الأنشطة المصرفية إلى عدة أنواع وهي البنوك المركزية، والخدمات المصرفية للأفراد، والخدمات المصرفية التجارية والبنوك الاستثمارية (Risksandrewards backgrounds, 2012).

#### ٢. استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية:

في العالم الحديث يمكن اعتبار كفاءة النظام المصرفي أحد أبرز مقومات النهوض لأي بلد، وأن صحة الاقتصاد تعتمد على سلامة النظام المصرفي، وأن النظام الاقتصادي لا يمكن أن يعمل دون الأعمال المصرفية (Mehmood, Shah, & Azhar, 2014). وأن زيادة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يعتبر مؤشر من مؤشرات النجاح الحرجة لهذه الخدمات علما ان الخدمات المصرفية الإلكترونية هي نتاج انظمة مصرفية الكترونية، وعالمياً يعد أبرز مقومات نجاح الانظمة هو زيادة الاستخدام لهذه الانظمة (Abu-Samaha & Mansi, 2007).

#### ٣. تطور استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية:

شهد قطاع البنوك تغيرات كثيرة خلال السنوات القليلة الماضية، حيث ساهم التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت بادخال تغيرات جوهرية على هذا القطاع، حيث أن الإنترنت يعتبر الأساس للقيام بالأعمال المصرفية بشكل جديد (Kaleem, 2008). وبسبب التطورات السريعة في وسائل الاتصال قامت العديد من البنوك باستخدام وسائل جديدة لتوصيل الخدمات للعملاء، وذلك لأن التكنولوجيا تساعد في تخفيض التكاليف وتحسين العلاقة بين المستخدم ومزودي الخدمة وتحفز العملاء على استخدام الخدمات الإلكترونية المختلفة (Eun, Kyoung, & David, 2005) لقد توسع مفهوم البنوك الإلكترونية حيث أصبح يشمل التحويل الإلكتروني، البنك الناطق، خدمات الرسائل القصيرة، وتقديم الطلبات المختلفة الكترونياً. ونتيجة للتطورات التكنولوجية في قطاع البنوك تم إدخال خدمات مصرفية جديدة مثل: تداول الاوراق المالية، بطاقات الائتمان الإلكترونية، الصراف الآلي والعديد من الخدمات الإلكترونية الأخرى (القدومي، ٢٠٠٨). وترجع نشأة البنوك الإلكترونية إلى بداية الثمانينات عندما ظهرت النقود الإلكترونية، أما بالنسبة لاستخدام البطاقات كان في بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستخدم في البريد في الولايات المتحدة الأمريكية. وقد بدأت البطاقات بالانتشار بشكل كبير عندما أصدرت أمريكا اكسبرس American Express أول بطاقة بلاستيكية في عام ١٩٥٨، بعد ذلك قامت ثمانية بنوك في عام ١٩٦٨ بإصدار بطاقة تدعى "Bank Americard" حيث تحولت لاحقاً إلى شبكة ال فيزا Visa العالمية. وقد ظهر أول مصرف يقدم خدمات مصرفية إلكترونية في الولايات المتحدة في منتصف التسعينات حيث كان يميز بين نوعين من المصارف التي تقدم الخدمات الإلكترونية وهي البنوك الافتراضية (بنوك الإنترنت) والبنوك الأرضية وهي تلك البنوك التي تقدم الخدمات التقليدية وخدمات البنوك الإلكترونية (صالح و فريدة، ٢٠٠٩). وقد بدأت البنوك بمنح عملائها فرصة الوصول إلى حساباتهم عن طريق الإنترنت وذلك من خلال الاستفادة من الأنظمة المختلفة، حيث أصبح العميل قادر على الوصول إلى حساباته بطريقة آمنة باستخدام أنظمة الأمان المتاحة ويقوم بتنفيذ كل العمليات المطلوبة بنفسه في بيئة الإنترنت الآمنة التي تم أنشائها بينه وبين البنك، وقد أصبحت البنوك توفر أيضاً بعض المزايا للعملاء بحيث يصبح لكل عميل جهاز كمبيوتر واتصال بالإنترنت ويقوم بتنفيذ جميع العمليات له ٧ أيام في الأسبوع و ٢٤ ساعة في اليوم باستثناء سحب وإيداع النقد (KÖSE, 2009). وقد انبثق هذا التطور عن التطور الهائل لشبكات الاتصالات محلياً وعالمياً وهذا ما أوصى (bani saeed & mansi, 2015) بضرورة تشجيع المنظمات على التزود بأنظمة مرنة للشبكات والاتصالات والتي تعمل على تطوير جودة الخدمات المستخدمة من قبل العملاء.

أما في الأردن فقد ظهرت الخدمات المصرفية عبر الإنترنت عام ٢٠٠٠، حيث قام البنك الأردني الكويتي بتقديم أول الخدمات المصرفية عبر الإنترنت (نت بانكر). وبعد ذلك أصبحت جميع البنوك الأردنية الأخرى تقدم خدماتها المصرفية عبر الإنترنت (Al-Rfou, 2013). وهذا يدل على ان الأردن قام بمواكبة التغيرات التكنولوجية في قطاع البنوك في اوقات مبكرة من ظهورها.

#### ٤. محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية:

الخدمات المصرفية الإلكترونية تعمل على تغيير طريقة قيام عملاء البنوك بإجراء المعاملات المصرفية، وهذا أدى إلى عدم الحاجة لزيارة البنك لأداء الأنشطة المصرفية، حيث أصبح من الممكن لعملاء البنوك القيام بهذه الأنشطة في كل مكان تقريباً طالما لديهم أجهزة متصلة بالإنترنت. اما بالنسبة للبنوك أدى هذا الابتكار الجديد إلى ظهور حاجة لتقييم العوامل التي تؤثر على قبول واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بحيث تساعدهم في تطوير واستحداث استراتيجيات مناسبة لتعزيز استخدامها. هناك العديد من العوامل التي وجدت للتأثير على الأفراد لتقبل التكنولوجيا. ويمكن تصنيف هذه العوامل إلى ثلاث فئات، الفئة الأولى هي عوامل تتعلق بخصائص التكنولوجيا ومن أمثلة هذه العوامل سهولة الاستخدام، والفائدة.. أما الفئة الثانية فهي العوامل التي ترتبط بالخصائص الفردية ومن أمثلة هذه العوامل الموقف، الكفاءة الذاتية، والثقة. وأخيراً، العوامل التي تؤثر على تقبل التكنولوجيا وهي

تلك التي تربط البيئة الخارجية أو الاجتماعية ومن أمثلة هذه العوامل المعايير الشخصية، والمعتقدات والظروف الخارجية (Mihaela و Md Nor. Moga)، و (٢٠١٢).

هناك العديد من الدراسات التي قامت بدراسة العوامل المحددة لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية منها محلية ومنها عالمية والجدول التالي (٢) يبين أهم هذه الدراسات.

جدول (٢): ملخص لمحددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الدراسات السابقة

سهولة الاستخدام	الاحتياجات البنكية	الثقة	الخصوصية	الفائدة	المؤلف	تاريخها	عنوان الدراسة	
√				√	Regaieg Essafi Raida, Bouslama Néji	٢٠١٣	The Adoption of the E-Banking: Validation of the Technology Acceptance Model	١
√		√		√	Muneer M. Abbad	٢٠١٠	E-banking in Jordan	٢
		√	√	√	other&Natasha	٢٠١٤	The Factors Effecting E-banking Usage in Pakistan	٣
	√			√	Shah Ankit	٢٠١١	Factors Influencing Online Banking Customer Satisfaction and Their Importance in Improving Overall Retention Levels: An Indian Banking Perspective	٤
	√	√	√		ثائر قدومي	٢٠٠٨	الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الأردنية (دراسة تطبيقية) لدور الخصائص الشخصية - المعوقات ومقومات النجاح	٥
		√	√		نورالدين جليل، امينة بركان	٢٠١١	الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية	٦
√				√	Perkins, Ed-Zilla Daniel. Annan, Jonathan	٢٠١٣	Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers	٧
			√		Ali KÖSE	٢٠٠٩	Determination of Reasons Affecting the Use of Internet Banking Through Logistic Regression Analysis	٨
				√	نبيل ذنون جاسم، مثال مرهون مبارك	٢٠١٠	معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي العراقي	٩
		√	√		& Liliana Mihaela Moga others	٢٠١٢	Trust and Security in E-banking Adoption in Romania	١٠

المصدر: من اعداد الباحثين

##### ٥. الخدمات المصرفية الإلكترونية في الاردن:

القطاع المصرفي الأردني هو قطاع ديناميكي جدا. وهو يتألف من ٢٧ بنكا، منها ٩ بنوك أجنبية و ٤ بنوك إسلامية. (البنك المركزي الأردني ٢٠١٧). دخل قانون البنوك الجديد حيز التنفيذ في الأردن عام ٢٠٠٠ والذي يهدف إلى تحسين كفاءة هذا القطاع، حيث يحمي هذا القانون مصالح المودعين ويقلل من مخاطر السوق المالي كما انه يتضمن مقالات عن الممارسات المصرفية الجديدة مثل (التجارة الإلكترونية، والخدمات المصرفية الإلكترونية) وغسيل الأموال، بعد ذلك بدأت البنوك الأردنية اعتماد الممارسات المصرفية الحديثة مثل المقاصة الآلية واستخدام معالجات الاختيار المغناطيسية و نماذج الإبلاغ الموحدة وشبكات لنقل البيانات الإلكترونية (Abbad, 2013). حيث يمكن ملاحظة التطورات في القطاع المصرفي الأردني من الجدول رقم ٣، الذي يلخص الخدمات المصرفية الإلكترونية الرئيسية التي تقدمها البنوك الأردنية. (Rawash، وأخرون، ٢٠١٩)

جدول (٣): الخدمات المصرفية الإلكترونية الرئيسية التي تقدمها البنوك الأردنية

اسم البنك	اسم الخدمات الإلكترونية
البنك العربي	عربي اونلاين، هلا عربي، اكسبريس اونلاين، عربي موبايل
بنك الاسكان للتجارة والتمويل	الإسكان أون لاين . إسكان موبايل، البنك الفوري . البنك الناطق
بنك الاستثمار العربي الأردني	الخدمات المصرفية عبر الإنترنت
HSBC	تم دمج البنك مع بنك الاستثمار العربي الأردني
بنك الأردن	بنك الإنترنت ، خدمات الرسائل القصيرة، خدمات الهاتف البنكية
البنك الاهلي الاردني	الاهلي أون لاين، بوابة الدفع الالكتروني، الرسائل القصيرة، الاهلي موبايل
بنك القاهرة عمان	القنوات الإلكترونية (حسابي الالكتروني، خدمة الرسائل القصيرة، تطبيقات الهواتف الذكية)، بصمة العين.
البنك الاردني الكويتي	نت بانكر، الرسائل القصيرة
البنك التجاري الاردني	تجاري فون، تجاري كونكت، الرسائل القصيرة، بصمة العين، كشف الحساب الالكتروني

المؤسسة العربية المصرفية (الأردن)	ABC اونلاين، الرسائل القصيرة
بنك الاستثمار	الخدمات المصرفية عبر الإنترنت
بنك الاتحاد	القنوات الإلكترونية (حسابي الإلكتروني، خدمة الرسائل القصيرة، تطبيقات الهواتف الذكية)، كشف الحساب الإلكتروني.
بنك سوسيته جنرال	الخدمات المصرفية عن بعد (خدمة eSGBJ، الرسائل المصرفية القصيرة)
كابيتال بنك	كابيتال اونلاين، الرسائل القصيرة
بنك HSBC الشرق الأوسط	الحلول الإلكترونية، HSBCnet، HSBCnet Mobile
البنك العقاري المصري العربي	القنوات الإلكترونية (عقاري اونلاين، عقاري موبايل، الرسائل القصيرة، امن المعلومات، كشف الحساب الإلكتروني)
مصرف الراجحي	لا يوجد معلومات
سي تي بنك	خدمة CitiDirect
ستاندرد تشارترد	دفع الفواتير عن طريق الإنترنت، الرسائل القصيرة، تحويل الاموال.
بنك الكويت الوطني	وطني اونلاين (دفع الفواتير)
بنك عودة	عودة اونلاين
لبنان والمهجر	BLOM eCash، E-BLOM، الصيرفة عبر الهاتف الجوال، الرسالة القصيرة المريحة
بنك أبوظبي الوطني	التحويلات الفورية، التحويلات الإلكترونية للأموال التحكم في الإشعارات عبر الرسائل النصية القصيرة أو البريد الإلكتروني. تفعيل بطاقة الخصم المباشر.
البنك الإسلامي الأردني	مشاهدة ملخص الحسابات (الأرصدة)، مشاهدة كشف حساب مختصر، طلب كشف حساب، تحويل بين حساباتك، طلب دفتر شيكات، تغيير الرقم السري للرسائل القصيرة.
البنك العربي الإسلامي الدولي	خدمة البنك الناطق
بنك الأردن دبي الإسلامي	الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، الرسائل القصيرة، كشف الحساب الإلكتروني
بنك الراجحي	خدمة "الراجحي مباشر"

المصدر: من اعداد الباحثين

## الدراسات السابقة:

## أولاً: الدراسات العربية:

- دراسة (Rawash، وأخرون، ٢٠١٩) بعنوان "Factors affecting Jordanian electronic banking services" هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة على الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك الأردنية. تم دراسة عوامل الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام والثقة والخصوصية والأمان والملاءمة. وقامت بدراسة عينته مكونة من ٣٠٠ عميل يعملون في مستشفى الملك عبد الله الجامعي الذين يملكون حسابات مصرفية نشطة تم إختيار بنوك محلية مختلفة في الأردن بشكل عشوائي. لجمع البيانات الأولية، استخدمت الدراسة تصميم الاستبيان على أساس مقياس ٥ نقاط. وقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام، والثقة والخصوصية تؤثر تأثيراً مباشراً وإيجابياً على استخدام المصارف الإلكترونية. واوصت الدراسة بأن يتم فهم العوامل التي تؤثر على المصارف الإلكترونية ضروري جداً للممارسين الذين يسعون إلى طرق جديدة للخدمات المصرفية في البيئة التنافسية الراهنة.
- دراسة (شندي، ٢٠١١) بعنوان "الصيرفة الإلكترونية أنماطها وخيارات القبول والرفض" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الصيرفة الإلكترونية في دول العالم المتقدم والاستفادة من اتجاهاتهم في هذا المجال بالنسبة للصيرفة العراقية، وهدفت أيضاً إلى التعرف على أنماط الصيرفة الإلكترونية في دول العالم المتقدم وما هي خيارات القبول بحيث يتم اخذ الايجابية منها ورفض السلبية. وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: ان البنوك الإلكترونية هي ليست مجرد فرع لبنك يقدم خدمات مالية فقط، ولكنه أيضاً موقعا يقدم الخدمات المالية والتجارية والادارية والاستشارية، ويستند على الركائز الإلكترونية ويقوم بتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان، وبأقل التكاليف وأسرع وقت وأقل جهد للعملاء. وتوصلت أيضاً إلى ان هناك العديد من التحديات التي تواجه الصيرفة الإلكترونية سواء اكانت القانونية أوغيرقانونية، كالتوافق الإلكتروني، اثبات الشخصية، انظمة الدفع النقدي، سرية المعلومات وامنها، خصوصية العميل، التعاقدات المصرفية الإلكترونية وغيرها. وأخيراً اشارت نتائج هذه الدراسة إلى ان الصيرفة الإلكترونية في العراق بمراحلها الاولى وتحتاج إلى التعاون بين جميع الاطراف على كل المستويات للتقدم وتطوير هذه الخدمات.

- دراسة (جاسم ومبارك، ٢٠١٠) بعنوان "معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المعوقات التي تحول دون التحول الشامل والمدرّس نحو الصيرفة الإلكترونية ومن أجل تحديد تلك المعوقات والتعرف عليها فقد تم إجراء هذه الدراسة على مصرف الرافدين، وتوصلت إلى العديد من النتائج أهمها: أن تطبيق العمل الإلكتروني في المصارف يتطلب تخصيص مبالغ مالية كبيرة تتمثل بإنشاء قواعد بيانات وتوفير أجهزة الحاسوب والشبكات، الجهل باستخدام الحاسوب، ضعف الوعي التقني ومقاومة التغيير من قبل الزبائن المتعاملين وموظفو القطاع المصرفي، وجود تخوف من عدم وجود تشريعات يمكن أن تحمي عملية التعامل بالصيرفة الإلكترونية في حالة تطبيقها.
- دراسة (الدباس، ٢٠١٠) بعنوان "أثر الخدمات الإلكترونية والشخصية المصرفية على تطبيق معايير الجودة الشاملة لتقييم أداء البنوك" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تطبيق معايير الجودة الشاملة من أجل تقييم أداء البنوك في قطاع البنوك الأردنية، حيث شملت هذه الخدمات نوعين هما: خدمات الاتصال الإلكترونية وخدمات الاتصال الشخصية. فقد أجريت هذه الدراسة على البنوك الأردنية العاملة في الأردن وتم استثناء البنوك الأجنبية. وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين وسائل الاتصال الإلكترونية ومعايير الجودة الشاملة، ويوجد أيضاً فروقات ذات دلالة إحصائية بين وسائل الاتصال الشخصية ومعايير الجودة الشاملة، وأخيراً توصلت إلى أنه لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين أداء المصارف ومعايير الجودة الشاملة.
- دراسة (القدومي، ٢٠٠٨) بعنوان "الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الأردنية (دراسة تطبيقية لدور الخصائص الشخصية - المعوقات ومقومات النجاح)" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الخصائص الشخصية في استخدام الصيرفة الإلكترونية وأهم مقومات وعناصر نجاحها من وجهة نظر عملاء البنوك والتعرف إلى أهم معوقات ومخاطر الصيرفة الإلكترونية في البنوك العاملة في الأردن. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: أن عدم الوعي المصرفي بالخدمات المصرفية الإلكترونية يُعتبر من أهم معوقات الصيرفة الإلكترونية وعدم قيام البنك التوعوية اللازمة لنشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية بالرغم من انخفاض مخاطر هذه الخدمات الإلكترونية، وعدم توفر الكفاءة الكافية وجاهل بعض العملاء بالصيرفة الإلكترونية وعدم إمكانية الاعتماد على المصارف الإلكترونية بشكل كامل بسبب تفضيل بعض العملاء التعامل مع الموظف بدلاً من الآلة. وتوصلت أيضاً إلى أن الخصائص الشخصية للعملاء تلعب دوراً في استخدام الصيرفة الإلكترونية حيث أن الذكور أكثر استخداماً من الإناث، وكانت الفئة العمرية أكبر من ٤٠ عام الأكثر استخداماً لخدمة الصراف الآلي وبطاقات الائتمان وبنك الإنترنت أما خدمة بنك الهاتف فكانت الفئة العمرية ٢٠-٢٥ الأكثر استخداماً. وبالنسبة للشهادة العلمية فكان حملة الدكتوراه الأكثر استخداماً للصراف الآلي وبطاقات الائتمان والبطاقة الذكية.

## ثانياً: الدراسات الأجنبية:

- دراسة (Alhaji, Rosmain, & Josu, 2013) بعنوان "Online Banking and Customer Service Delivery in Malaysia: Data Screening and Preliminary Findings" هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وتسليم الخدمة للعملاء في ماليزيا: قدمت هذه الورقة نموذجاً مكون من ٥ أبعاد وهي: التكلفة، الراحة، الأمن، الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وتقديم الخدمات للعملاء. الدراسة استخدمت بعض الفرضيات من أجل توجيه البحث إلى تحقيق الهدف العام من البحث وكذلك اختبار الفرضيات. كشفت النتائج التي توصلت إليها الدراسة عن أن الأمن والراحة هي الدوافع الرئيسية لتقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت للعملاء في ماليزيا. كما وجدت الدراسة وجود أدلة تجريبية قوية لقياس رضا العملاء عن خدمات البنوك الإلكترونية.
- دراسة (Bouslama & Regaieg, 2013) بعنوان "The Adoption of the E-Banking: Validation of the Technology Acceptance Model" هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل التي تفسر تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل شركات الأعمال. وبحثت أيضاً في محددات استخدام الإنترنت في العلاقة بين البنوك والشركات. وقد اختبرت هذه الدراسة عوامل الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام في تحديد الموقف من الاستخدام. وكنتيجه لهذه الدراسة أصبح تحديد العوامل التفسيرية لتبني استخدام الإنترنت في العلاقة بين البنوك والشركات أكثر أهمية من أجل تعزيز القدرة التنافسية.
- دراسة (Md Nor. Moga, و Mihaela, ٢٠١٢) بعنوان "banking Trust and Security in E- Adoption in Romania" هدفت هذه الدراسة إلى استعراض التدابير التي اتخذتها الحكومة في رومانيا والبنوك الكبرى في البلاد في معالجة مسألة الثقة والأمن على الخدمات المصرفية الإلكترونية. وركزت هذه الدراسة على مراجعة الأحكام القانونية لتأسيس وزارة ذات صلة بشأن الممارسات والاستراتيجيات المصرفية الإلكترونية التي اتخذتها البنوك لمواجهة المخاوف الأمنية من هذه الخدمات. وتبين من خلال الدراسة أن رومانيا لديها أطر قانونية في هذا المجال وقد اعتمدت البنوك أيضاً تدابير لمعالجة هذه المسألة. ومع ذلك، إذا كانت هذه التدابير فعالة في التخفيف من حدة المخاوف الأمنية لدى العملاء لكنها تحتاج إلى البحث فيها.

## التعقيب على الدراسات السابقة:

أفادت الدراسات السابقة الباحثين بأنها ساعدتهم في تحديد مشكلة الدراسة وتحديد أهدافها وتساؤلاتها وفرضياتها وكذلك ساعدتهم على إعداد الأستبانة. وقد تناولت الدراسات السابقة موضوع محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام كما وردت في دراسة كل من ( Regaieg و Bouslama, 2013) و (Alhaji, Rosmain, & Josu, 2013) ودراسة (القدومي، ٢٠٠٨) التي ركزت على التعرف على دور الخصائص الشخصية في استخدام الصيرفة الإلكترونية وأهم مقومات وعناصر نجاحها من وجهة نظر عملاء البنوك والتعرف إلى أهم معوقات ومخاطر الصيرفة الإلكترونية بينما ركزت دراسة (Md Nor, Moga, و Mihaela, ٢٠١٢) على التدابير التي اتخذتها الحكومة في رومانيا والبنوك الكبرى في البلاد في معالجة مسألة الثقة والأمن على الخدمات المصرفية الإلكترونية. وقد تم في هذه الدراسة الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد العوامل التي تحد من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنوك الأردنية.

## مناقشة وتحليل النتائج:

## ١. وصف الخصائص التعريفية لأفراد عينة الدراسة

توصلت الدراسة إلى مجموعة من الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وتضمنت هذه الخصائص: الجنس، والعمر، والتعليم، والعلمي، والدخل، والخبرة، وكانت النتائج كما هو مبين في الجدول (٤).

جدول (٤): التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية

النسبة %	التكرار		
٣٨,٧	١١٦	ذكر	الجنس
٦١,٣	١٨٤	أنثى	
١٠٠,٠	٣٠٠		المجموع
٥٥,٧	١٦٧	أقل من ٣٠ سنة	العمر
٣٨,٣	١١٥	٣٠ - ٤٠ سنة	
٣,٣	١٠	٤٠ - ٥٠ سنة	
٢,٧	٨	٥٠ سنة فأكثر	
١٠٠,٠	٣٠٠		المجموع
١١,٧	٣٥	دبلوم متوسط فما دون	التحصيل العلمي
٢٣,٧	٧١	بكالوريوس	
٦٤,٧	١٩٤	دراسات عليا	
١٠٠,٠	٣٠٠		المجموع
٥٥,٧	١٦٧	أقل من ٣٠٠ دينار	الدخل
٣٨,٣	١١٥	٣٠٠ - ٤٠٠ دينار	
٣,٣	١٠	٤٠٠ - ٥٠٠ دينار	
٢,٧	٨	أكثر من ٥٠٠ دينار	
١٠٠,٠	٣٠٠		المجموع
٢١,٣	٦٤	أقل من ٥ سنوات	الخبرة
١٤,٠	٤٢	٥ - ١٠ سنوات	
٦٤,٧	١٩٤	أكثر من ١٠ سنوات	
١٠٠,٠	٣٠٠		المجموع

## ٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستويات الدراسة

## الخدمات المصرفية الإلكترونية:

جدول (٥): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفرقات الخدمات المصرفية الإلكترونية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة الفقرة	أهمية الفقرة
١	تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تلبية احتياجات عملائها	٤,٥٨	١,٠٩٥	١	مرتفعة
٢	افضل القيام بالأعمال المصرفية الكترونيا بدلا من الذهاب إلى البنك نفسه	٤,٣١	٠,٨٧٣	٢	مرتفعة
٣	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يزيد من كفاءة العمليات	٤,١٦	٠,٨٧٩	٤	مرتفعة
٤	اقوم بتشجيع زملائي على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	٤,٢٥	٠,٨٨٥	٣	مرتفعة
	المتوسط الكلي	٤,٣١	٠,٦٤١		



يلاحظ من الجدول (٥) أن مستوى الخدمات المصرفية الإلكترونية كان مرتفع، إذ بلغ المتوسط الحسابي (٤,٣١) وانحراف معياري (٠,٦٤١)، وجاء مستوى فقرات المجال مرتفعة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (٤,١٦-٤,٥٨)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (١) والتي تنص على "تسأهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تلبية احتياجات عملائها". بمتوسط حسابي (٤,٥٨) و بانحراف معياري (١,٠٥٩)، وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة الفقرة (٣) والتي تنص على "استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يزيد من كفاءة العمليات". بمتوسط حسابي (٤,١٦) وانحراف معياري (٠,٨٧٩). تشير هذه النتائج إلى امتلاك عينة البحث، وبشكل عام، قناعة واضحة بخصوص مستوى استخدام متغير استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. الفائدة المنتظرة (المتوقعة):

جدول (٦): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الفائدة المنتظرة المتوقعة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة الفقرة	أهمية الفقرة
١	تسأهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في اعطاء منافع مختلفة للعملاء	٤,١٨	١,٢٠٢	٢	مرتفعة
٢	تساعد الخدمات المصرفية الإلكترونية في انجاز الاعمال المصرفية بشكل اسرع	٣,٩٦	١,٤٧٦	٤	مرتفعة
٣	يعتبر استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية افضل من استخدام الخدمات غير الإلكترونية	٤,٠٦	٠,٩٩٤	٣	مرتفعة
٤	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من وقت انجاز المعاملات	٤,٣٠	١,٠٣٩	١	مرتفعة
المتوسط الكلي		٤,١٠	٠,٨٣١		

يلاحظ من الجدول (٦) أن مستوى الفائدة المنتظرة كان مرتفع، إذ بلغ المتوسط الحسابي (٤,١٠) وانحراف معياري (٠,٨٣١)، وجاء مستوى فقرات المجال مرتفعة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (٣,٩٦-٤,٣٠)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (٤) والتي تنص على "استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يقلل من وقت انجاز المعاملات" بمتوسط حسابي (٤,٣٠) و بانحراف معياري (١,٠٣٩)، وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة الفقرة (٢) والتي تنص على "تساعد الخدمات المصرفية الإلكترونية في انجاز الاعمال المصرفية بشكل اسرع". بمتوسط حسابي (٣,٩٦) وانحراف معياري (١,٤٧٦). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كلا من (Abbad, 2013) و (Mehmood, Shah, & Azhar, 2014) و (Bouslama و Regaieg, 2013) و (جاسم و مبارك، ٢٠١٠). الخصوصية والأمن:

جدول (٧): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الخصوصية والأمن

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة الفقرة	أهمية الفقرة
١	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يحافظ على الخصوصية الشخصية	٤,٢٣	٠,٩٣٨	١	مرتفعة
٢	اشعر بالأمان عند اعطائي معلومات مهمة عند استخدامي للخدمات المصرفية الإلكترونية	٣,٣٥	١,٣٧٦	٤	متوسطة
٣	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يساعد في التقليل من عمليات الغش او فقدان النقد	٣,٦٢	١,١٤٠	٣	متوسطة
٤	الخدمات المصرفية الإلكترونية تجعلني اشعر بالأمان في تعاملاتي المصرفية	٣,٩٩	١,٠١٠	٢	مرتفعة
المتوسط الكلي		٣,٧٦	٠,٧٧٥		

يلاحظ من الجدول (٧) أن مستوى الخصوصية والأمن كان مرتفع، إذ بلغ المتوسط الحسابي (٣,٧٦) وانحراف معياري (٠,٧٧٥)، وجاء مستوى فقرات المجال بين متوسطة ومرتفعة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (٣,٣٥-٤,٢٣)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (١) والتي تنص على "استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يحافظ على الخصوصية الشخصية". بمتوسط حسابي (٤,٢٣) و بانحراف معياري (٠,٩٣٨)، وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة الفقرة (٢) والتي تنص على "اشعر بالأمان عند اعطائي معلومات مهمة عند استخدامي للخدمات المصرفية الإلكترونية". بمتوسط حسابي (٣,٣٥) وانحراف معياري (١,٣٧٦). وتتفق هذه النتائج مع دراسة كلا من (Mehmood, Shah, & Azhar, 2014) و (القدومي، ٢٠٠٨) والتي بينت في نتائجها ان من أهم الأسباب التي تحد من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية هي الخصوصية والأمن.

## سهولة الاستخدام:

جدول (٨): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات سهولة الاستخدام

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة الفقرة	أهمية الفقرة
١	انظمة الخدمات المصرفية الإلكترونية سهلة الاستخدام	٤,١١	٠,٩٨٤	٣	مرتفعة
٢	التعامل مع الموقع الإلكتروني للخدمات المصرفية الإلكترونية واضح	٣,٧٩	١,٢٩٨	٥	مرتفعة
٣	تتم جميع حركات الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل واضح	٣,٩٧	١,٣٨٥	٤	مرتفعة
٤	سهولة التنقل داخل الموقع الإلكتروني للبنك من قبل العميل	٤,١٥	٠,٩٩٦	٢	مرتفعة
٥	امكانية تقديم العميل تغذية راجعة حول الخدمة المقدمة من البنك الإلكتروني	٤,١٨	٠,٩٥٦	١	مرتفعة
المتوسط الكلي		٤,٠١	٠,٧٢٦		

يلاحظ من الجدول (٨) أن مستوى سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الإلكتروني كان مرتفع، إذ بلغ المتوسط الحسابي (٤,٠١) وانحراف معياري (٠,٧٢٦)، وجاء مستوى فقرات المجال مرتفعة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (٣,٧٩-٤,١٨)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (٥) والتي تنص على امكانية تقديم العميل تغذية راجعة حول الخدمة المقدمة من البنك الإلكتروني. "بمتوسط حسابي (٤,١٨) وانحراف معياري (٠,٩٦٥)، وجاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة الفقرة (٢) والتي تنص على "التعامل مع الموقع الإلكتروني للخدمات المصرفية الإلكترونية واضح". بمتوسط حسابي (٣,٧٩) وانحراف معياري (١,٢٩٨). وتعزى هذه النتائج إلى ان العميل في الكثير من الأحيان لا يستطيع تقديم تغذية راجعة حول الخدمة المقدمة من البنوك التي تقدم خدماتها إلكترونياً وأيضاً صعوبة التنقل داخل الموقع الإلكتروني للبنك.

الثقة:

جدول (٩): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الثقة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة الفقرة	أهمية الفقرة
١	يتم انجاز الخدمات المصرفية التي اقوم بها بدقة	٤,١٢	١,٠٤٢	٢	مرتفعة
٢	طبيعة الخدمات الإلكترونية تترك انطباع إيجابي لدى العميل بعد استخدامها	٤,٢٢	٠,٩٥٠	١	مرتفعة
٣	توجد سرعة لدى البنك في التعامل مع اخطاء الخدمات المصرفية الإلكترونية	٣,٨٥	١,٠٧٣	٣	مرتفعة
٤	يوجد لدي ثقة بالموقع الإلكتروني للبنك	٣,٨٠	١,٠٦١	٤	مرتفعة
المتوسط الكلي		٣,٩٧	٠,٨١٣		

يلاحظ من الجدول (٩) أن مستوى مجال الثقة كان مرتفع، إذ بلغ المتوسط الحسابي (٣,٩٧) وانحراف معياري (٠,٨١٣)، وجاء مستوى فقرات المجال مرتفعة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (٣,٨٠-٤,٢٢)، وجاءت في المرتبة الأولى الفقرة (٢) والتي تنص على "طبيعة الخدمات الإلكترونية تترك انطباع إيجابي لدى العميل بعد استخدامها". بمتوسط حسابي (٤,٢٢) وانحراف معياري (٠,٩٥٠)، وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة الفقرة (٤) والتي تنص على "يوجد لدي ثقة بالموقع الإلكتروني للبنك". بمتوسط حسابي (٣,٨٠) وانحراف معياري (١,٠٦١). وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت اليه دراسة (Md Nor. Moga، و Mihaela، و ٢٠١٢) فيما يتعلق بمعالجة مسألة الثقة والأمن على الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الاحتياجات البنكية

جدول (١٠): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاحتياجات البنكية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة الفقرة	أهمية الفقرة
١	تناسب الخدمات المصرفية الإلكترونية مع احتياجاتي اليومية	٣,٨١	١,٠٤٧	٢	مرتفعة
٢	تقلل الخدمات المصرفية الإلكترونية من الوقت والجهد والتكلفة	٣,٧٠	١,٢٤٤	٣	مرتفعة
٣	يوجد لدي انطباع إيجابي حول استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية	٤,٢٦	١,٠٢٤	١	مرتفعة
المتوسط الكلي		٣,٩٠	٠,٨٢٤		

يلاحظ من الجدول (١٠) أن مستوى مجال الاحتياجات البنكية كان مرتفع، إذ بلغ المتوسط الحسابي (٣,٩٠) وانحراف معياري (٠,٨٢٤)، وجاء مستوى فقرات المجال مرتفعة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (٣,٧٠-٤,٢٦)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (٣) والتي تنص على "يوجد لدي انطباع إيجابي حول استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية". بمتوسط حسابي (٤,٢٦) وانحراف معياري (١,٠٢٤)، وجاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة الفقرة (٢) والتي تنص على "تقلل الخدمات المصرفية الإلكترونية من الوقت والجهد والتكلفة". بمتوسط حسابي (٣,٧٠) وانحراف معياري (١,٢٤٤). وتتفق هذه النتائج مع دراسة كل من (القدومي، ٢٠٠٨) و (Ankit، 2011)

## ٣. اختبار الفرضية الرئيسية:

تنص الفرضية على: "توجد فروقات ذات دلالة إحصائية لاستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن تعزى للمتغيرات الديموغرافية وهي (الجنس، العمر، التحصيل العلمي، الدخل، الخبرة).

لاختبار هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستويات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في الأردن تبعاً للمتغيرات الديموغرافية، كما تم استخدام اختبارات واختبار ف لاختبار دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية. على النحو التالي:

## ● متغير الجنس

جدول (١١): اختبارات لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمستويات الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

المستوى	الجنس	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة الإحصائية
الخدمات المصرفية الإلكترونية	ذكر	٤,٣٣	٠,٦٣٨	٠,٤٣٣	٠,٦٦٥
	انثى	٤,٢٩	٠,٦٤٤		
الفائدة المنتظرة (المتوقعة)	ذكر	٤,١٥	٠,٧٣٥	٠,٨١٤	٠,٤١٧
	انثى	٤,٠٧	٠,٨٨٦		
الخصوصية والأمن	ذكر	٣,٨٥	٠,٨٣٩	١,٧٠٤	٠,٠٨٩
	انثى	٣,٧٠	٠,٧٢٧		
سهولة الاستخدام	ذكر	٤,٠٦	٠,٧٠٩	١,٠٥٨	٠,٢٩١
	انثى	٣,٩٧	٠,٧٣٧		
الثقة	ذكر	٤,٠٥	٠,٧٢٩	١,٣٠٠	٠,١٩٤
	انثى	٣,٩٣	٠,٨٦١		
الاحتياجات البنكية	ذكر	٣,٩٥	٠,٨٥٢	٠,٩٧٢	٠,٣٣٢
	انثى	٣,٨٦	٠,٨٠٦		

يوضح الجدول (١١) اختبارات لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمجالات الدراسة تبعاً لمتغير الجنس حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية على جميع مجالات الدراسة وذلك لان قيمة مستوى الدلالة لجميع المجالات أكبر من ٠,٠٥، وتعتبر غير دالة إحصائياً.

## ● متغير العمر

جدول (١٢): اختبارات لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمستويات الدراسة تبعاً لمتغير العمر

المستوى	العمر	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الخدمات المصرفية الإلكترونية	أقل من ٣٠ سنة	٤,٣٢	٠,٦١٨	٠,٢٠٠	٠,٨٩٦
	٣٠-٤٠ سنة	٤,٣١	٠,٦٧٣		
	٤٠-٥٠ سنة	٤,٢٥	٠,٥٨٩		
	٥٠ سنة فأكثر	٤,١٥	٠,٧٧٨		
الفائدة المنتظرة (المتوقعة)	أقل من ٣٠ سنة	٤,١٧	٠,٧٧٥	١,٠٩٠	٠,٣٥٣
	٣٠-٤٠ سنة	٤,٠٣	٠,٩٠٧		
	٤٠-٥٠ سنة	٣,٨٢	٠,٦٧٧		
	٥٠ سنة فأكثر	٣,٩٣	٠,٩٥١		
الخصوصية والأمن	أقل من ٣٠ سنة	٣,٨٥	٠,٧٥٧	١,٨٢٤	٠,١٤٣
	٣٠-٤٠ سنة	٣,٦٥	٠,٧٧٢		
	٤٠-٥٠ سنة	٣,٦٥	٠,٦٦٨		
	٥٠ سنة فأكثر	٣,٦٥	١,١٣١		
سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الإلكتروني	أقل من ٣٠ سنة	٤,٠٨	٠,٧١٦	١,٥٣٤	٠,٢٠٦
	٣٠-٤٠ سنة	٣,٩٠	٠,٧٤٧		
	٤٠-٥٠ سنة	٤,٠٨	٠,٥٨٢		
	٥٠ سنة فأكثر	٣,٩٥	٠,٦٩٨		
الثقة	أقل من ٣٠ سنة	٣,٩٩	٠,٨٣٥	٠,٥٥٣	٠,٦٤٧
	٣٠-٤٠ سنة	٣,٥	٠,٧٧٢		
	٤٠-٥٠ سنة	٣,٧٢	٠,٩٣٨		
	٥٠ سنة فأكثر	٤,١٨	٠,٨٤٢		
الاحتياجات البنكية	أقل من ٣٠ سنة	٤,٠٠	٠,٧٧٥	٣,٠٤٧	٠,٠٢٩*
	٣٠-٤٠ سنة	٣,٧٣	٠,٨٨١		

		٠,٨٠٤	٣,٨٦	٥٠-٤٠ سنة
		٠,٦٥٣	٤,٢٩	٥٠ سنة فأكثر
		٠,٦٨١	٤,٠٦	٤٠-٣٠ سنة
		٠,٦٧٩	٤,٣٥	٥٠-٤٠ سنة
		٠,٥٦٦	٤,٢٥	٥٠ سنة فأكثر

يوضح الجدول (١٢) اختبار ف لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمجالات الدراسة تبعاً لمتغير العمر حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية على جميع مجالات الدراسة باستثناء مجال الاحتياجات البنكية، وذلك لان قيمة مستوى الدلالة بلغت (٠,٠٢٩) وهي أقل من ٠,٠٥ وهي دالة إحصائية، وتعزى هذه الفروقات لصالح المرحلة العمرية ٥٠ سنة فأكثر.

• متغير التحصيل العلمي

جدول (١٣): اختبار ف لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمستويات الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل العلمي

الدالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التحصيل العلمي	المستوى
٠,٢٢	٠,٨٦٢	٠,٦١١	٤,٣٧	دبلوم متوسط فما دون	الخدمات المصرفية الإلكترونية
		٠,٥٣٨	٤,٣٣	بكالوريوس	
		٠,٦٧٩	٤,٢٤	دراسات عليا	
*,٣٦	٢,٣٥	٠,٩١٨	٤,١٢	دبلوم متوسط فما دون	الفائدة المنتظرة (المتوقعة)
		٠,٦٨٦	٤,٣٠	بكالوريوس	
		٠,٨٦٦	٤,٥٩	دراسات عليا	
٠,٤٢٧	١,٢٢٣	٠,٨٩٣	٣,٦٥	دبلوم متوسط فما دون	الخصوصية والأمن
		٠,٨٢٩	٣,٦٨	بكالوريوس	
		٠,٧٣٠	٣,٨١	دراسات عليا	
٠,٥٤١	٠,٦٦١	٠,٧٦١	٤,٠٥	دبلوم متوسط فما دون	سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الإلكتروني
		٠,٦٧٥	٤,٠٠	بكالوريوس	
		٠,٧٤١	٤,٠٠	دراسات عليا	
٠,٨١٨	٠,٢٠١	٠,٧٥٩	٤,٠٥	دبلوم متوسط فما دون	الثقة
		٠,٧٣٦	٣,٩٩	بكالوريوس	
		٠,٨٥٢	٣,٩٦	دراسات عليا	
٠,١٩٠	١,٦٧٠	٠,٧١٤	٣,٨٦	دبلوم متوسط فما دون	الاحتياجات البنكية
		٠,٧٧٤	٤,٠٥	بكالوريوس	
		٠,٨٥٧	٣,٨٤	دراسات عليا	
		٠,٦٨٤	٤,١٠	بكالوريوس	
		٠,٧٥١	٤,١٩	دراسات عليا	

يوضح الجدول (١٣) اختبار ف لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمجالات الدراسة تبعاً لمتغير التحصيل العلمي باستثناء مجال الفائدة المنتظرة، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة ٠,٣٦ وهي أقل من ٠,٠٥ وتعتبر دالة إحصائية، وتعزى هذه الفروقات لصالح التحصيل العلمي دراسات عليا.

• متغير الدخل

جدول (١٤): اختبار ف لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمستويات الدراسة تبعاً لمتغير الدخل

الدالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الدخل	المستوى
٠,٤٤	F=0.95	٠,٤٠١	٣,٦٨	أقل من ٣٠٠ دينار	الخدمات المصرفية الإلكترونية
		٠,٥٢٧	٣,٩٤	٣٠٠-٤٠٠ دينار	
		٠,٧٧٠	٣,٩٠	٤٠٠-٥٠٠ دينار	
		٠,٥٢٤	٣,٨٧	أكثر من ٥٠٠ دينار	
٠,٣٧	F=1.05	٠,٥٨١	٣,٩٦	أقل من ٣٠٠ دينار	الفائدة المنتظرة (المتوقعة)
		٠,٤٥٦	٣,٩٦	٣٠٠-٤٠٠ دينار	
		٠,٥٣٤	٣,٨٧	٤٠٠-٥٠٠ دينار	
		٠,٨٦٠	٣,٦٩	أكثر من ٥٠٠ دينار	
٠,١٢	F=1.91	٠,٥٨٤	٣,٧٦	أقل من ٣٠٠ دينار	الخصوصية والأمن
		٠,٥٣٨	٣,٩٥	٣٠٠-٤٠٠ دينار	
		٠,٧٤٦	٣,٩٨	٤٠٠-٥٠٠ دينار	

		٠,٣٨٥	٣,٨٨	أكثر من ٥٠٠ دينار	
*,٠٠٠	F=7.41	٠,٥٧٦	٣,٨٠	أقل من ٣٠٠ دينار	سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الإلكتروني
		٠,٤٥١	٣,٦٣	٣٠٠-٤٠٠ دينار	
		٠,٨٢٩	٤,١٠	٤٠٠-٥٠٠ دينار	
		٠,٥٩٦	٣,٩٧	أكثر من ٥٠٠ دينار	
٠,٦٢	F=0.58	٠,٦٠١	٣,٦٣	أقل من ٣٠٠ دينار	الثقة
		٠,٤١٢	٣,٦٦	٣٠٠-٤٠٠ دينار	
		٠,٥٥٤	٣,٦٢	٤٠٠-٥٠٠ دينار	
		٠,٧٠٧	٣,٥٢	أكثر من ٥٠٠ دينار	
*,٠٠٠٣	F=4.724	٠,٦٠٦	٣,٧١	أقل من ٣٠٠ دينار	الاحتياجات البنكية
		٠,٥٢٩	٣,٥٤	٣٠٠-٤٠٠ دينار	
		٠,٥٦٢	٣,٧٣	٤٠٠-٥٠٠ دينار	
		٠,٤٣٤	٣,٤١	أكثر من ٥٠٠ دينار	
		٠,٥٠٣	٣,٦٤	٣٠٠-٤٠٠ دينار	
		٠,٦١٨	٣,٦٠	٤٠٠-٥٠٠ دينار	
		٠,٥١٥	٣,٦٧٦	أكثر من ٥٠٠ دينار	

يوضح الجدول (١٤) اختبار ف لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمجالات الدراسة تبعاً لمتغير الدخل حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية على جميع مجالات الدراسة بإستثناء مجالات سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الإلكتروني والاحتياجات البنكية، وتعزى هذه الفروقات لصالح أصحاب الدخل من (٤٠٠ - ٥٠٠ دينار). وهذا يتفق مع اغلب الدراسات السابقة أهمها دراسة (جاسم و مبارك، ٢٠١٠).

#### • متغير الخبرة

جدول (١٥): اختبار ف لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمستويات الدراسة تبعاً لمتغير الخبرة

الدلالة الإحصائية	قيمة ف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الخبرة	المستوى
*,٠٠٣١	٣,٦٩	٠,٦٩٩	٣,٧٨	أقل من ٥ سنوات	الخدمات المصرفية الإلكترونية
		٠,٥١٤	٤,٤٠	٥-١٠ سنوات	
		٠,١٩٠	٤,٦٦	أكثر من ١٠ سنوات	
*,٠٠٠٦	٥,٥٩	٠,٧٧٥	٣,٣٩	أقل من ٥ سنوات	الفائدة المنتظرة (المتوقعة)
		١,٩٦	٢,٩٠	٥-١٠ سنوات	
		٠,٨٣٧	٤,٨٢	أكثر من ١٠ سنوات	
٠,٦٨٢	٠,٣٨٦	٠,٥٤٩	٤,٢٥	أقل من ٥ سنوات	الخصوصية والأمن
		٠,٥٨٤	٤,٥٠	٥-١٠ سنوات	
		٠,٣٢٠	٤,٢٩	أكثر من ١٠ سنوات	
٠,٥٢٧	٠,٦٤٨	٠,٧٤٠	٣,٩٦	أقل من ٥ سنوات	سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الإلكتروني
		٠,٩٥٧	٤,٢٥	٥-١٠ سنوات	
		٠,٥٤٤	٤,٣٧	أكثر من ١٠ سنوات	
٠,١٠٦	٢,٣٣	٠,٧٥٥	٣,٦٢	أقل من ٥ سنوات	الثقة
		٠,٦٢٤	٣,٩٧	٥-١٠ سنوات	
		٠,٧٤٦	٤,٠٩	أكثر من ١٠ سنوات	
٠,٨٩٨	٠,١٠٨	٠,٦٧٣	٣,٤٤	أقل من ٥ سنوات	الاحتياجات البنكية
		١,١٨	٣,٤٣	٥-١٠ سنوات	
		٠,٦٥٢	٣,٥٨	أكثر من ١٠ سنوات	
		٠,٥٨٥	٤,٣٦	٥-١٠ سنوات	
		٠,٣٦٤	٤,٥٧	أكثر من ١٠ سنوات	

يوضح الجدول (١٥) اختبار ف لمعرفة الفروقات بين الأوساط الحسابية لمجالات الدراسة تبعاً لمتغير الخبرة حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية على جميع مجالات الدراسة بإستثناء المجالات التالية (الخدمات المصرفية الإلكترونية، الفائدة المنتظرة، وتعزى هذه الفروقات لصالح أصحاب الخبرة العملية أكثر من ١٠ سنوات. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (القدمي، ٢٠٠٨) و (KÖSE, 2009).

## الاستنتاجات والتوصيات

## الاستنتاجات

- تشير النتائج إلى عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية على جميع مجالات الدراسة تبعاً لمتغير الجنس وذلك لأن قيمة مستوى الدلالة لجميع المجالات أكبر من ٠,٠٥، وتعتبر غير دالة إحصائياً.
- اشارت النتائج إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لمجال الاحتياجات البنكية والمرحلة العمرية ٥٠ سنة فأكثر .
- اشارت النتائج إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لمجال الفائدة المنتظرة و التحصيل العلمي دراسات عليا.
- اشارت النتائج إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية لمجالات سهولة الاستخدام وتصميم الموقع الإلكتروني والاحتياجات البنكية، وتعزى هذه الفروقات لصالح أصحاب الدخل من (٤٠٠ - ٥٠٠ دينار).
- أظهرت النتائج عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية على جميع مجالات الدراسة باستثناء المجالات التالية (الخدمات المصرفية الإلكترونية، الفائدة المنتظرة، وتعزى هذه الفروقات لصالح أصحاب الخبرة العملية أكثر من ١٠ سنوات.

## التوصيات

بناء على النتائج السابقة فإن الدراسة توصي بما يلي:

- القيام بحملة تسويقية تهدف إلى زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء بالخدمات المصرفية الإلكترونية يتم من خلالها تعريف العملاء على مزايا وفوائد الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- يجب على البنوك تأكيد توفر السرية والأمان للعملاء الذين يقومون باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- لا بد للبنوك من معرفة أهم المعوقات التي تحد من استخدام العملاء للصيرفة الإلكترونية، وكذلك احتياجاتهم الحالية والمستقبلية، وذلك عن طريق اجراء دراسات دورية حول هذا الموضوع .
- يجب على البنوك مواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية الحديثة، من خلال زيادة عدد الخدمات المقدمة للعملاء.
- اعادة تقييم واجهات الاستخدام للخدمات المصرفية الإلكترونية بما يكفل سهولة استخدامها من قبل العملاء.
- تفعيل خدمة الشكاوي الإلكترونية والتفاعل معها من قبل ادارة المواقع الإلكترونية للبنوك.

## المراجع:

## أولاً: المراجع العربية:

١. جاسم، نبيل ذنون، ومبارك، مثال مرهون، (٢٠١٠). "معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية". مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية.
٢. الديباس، م، (٢٠١٠). " أثر الخدمات الإلكترونية والشخصية المصرفية على تطبيق معايير الجودة الشاملة لتقييم أداء البنوك". جامعة البلقاء التطبيقية ٢٦-١.
٣. الشمري، ن.و العبدلات. ع.ا، (٢٠٠٧). " الصيرفة الإلكترونية في الأردن الواقع وامكانيات التوسع". المؤتمر العلمي الخامس في جامعة فيلادلفيا .
٤. شندي، أديب قاسم، (٢٠١١). "الصيرفة الإلكترونية انماطها وخيارات القبول والرفض". مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة .
٥. الغندور، ح.ك، (٢٠٠٣). محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة، بيروت: اتحاد المصارف العربية.
٦. القدومي، ثائر عدنان القدومي، (٢٠٠٨). " العوامل المؤثر في انتشار الصيرفة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الاردنية"، المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية: ٢٩٣-٣١٢.

## ثانياً: المراجع الأجنبية:

- [1] Abbad, M. M. (2013). " E-banking in Jordan", Behaviour & Information Technology. 681-694.
- [2] Abu-Samaha. A. M., & Mansi. I. N. (2007). " the use of gap analysis charts to judge IS omlplemntetion succes-failure ".ecite. 14-21.
- [3] Alhaji. A. A., Rosmain. T., & J. t. (2013). " Online Banking and Customer Service Delivery in Malaysia: Data Screening and Preliminary Findings", International Conference on Innovation, Management and Technology Research. Malaysia: ICIMTR.
- [4] Al-Rfou. A. N. (2013). "The Usage Of Internet Banking Evidence From Jordan". Asian Economic and Financial Review. 614-623.

- [5] Shah Ankit,(2015). " Factors Influencing Online Banking Customer Satisfaction and Their Importance in Improving Overall Retention Levels: An Indian Banking Perspectiv". Information and Knowledge Management. 45-54
- [6] Mansi. ibrahim & Bani saeed. Amani. (2015)" the impact of networking and communications resources to improve the quality of services provided to customesr in the jordanian insurance companies". journal of information engineering and applications. 1-7
- [7] Daniel. E. (1999)." Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland". International Journal of Bank 17(2): 72-82, <https://doi.org/10.1108/02652329910258934>
- [8] Eun. j. l., kyoung. N. K., & david. s. w.,(2005). "Segmenting the non-adopter category in the diffusion of internet banking". International Journal of Bank Marketing. 23(5): 414-437, <https://doi.org/10.1108/02652320510612483>
- [9] Hazell. P., & Raphael. Z. (2001). " INTERNET BANKING:DISRUPTIVE OR SUSTAINING?" Boston, MA : Harvard Business School .
- [10] Kaleem. A. (2008). "Bankers' Perceptions of Electronic Banking in Pakistan". Journal of Internet Banking and Commerce . 1-16.
- [11] KÖSE. A. (2009). "DETERMINATION OF REASONS AFFECTING THE USE OF INTERNET BANKING THROUGH LOGISTIC REGRESSION ANALYSIS". Journal of Global Strategic Management. 2(3):67-76.
- [12] Liliana Mihaela Moga .Khalil Md Nor & Nec Mihaela.(2012)." Trust and Security in E-banking Adoption in Romania ". Communications of the IBIMA,
- [13] Mehmood. N., Shah. M. F., & Azhar. M. (2014). "The Factors Effecting E-banking Usage in Pakistan". Journal of Management Information System and E-commerce. 57-94.
- [14] Nauman. Zahid, Mujtaba. Asif & Riaz. Adnan. (2010). "Consumer Acceptance of Online Banking". European Journal of Economics, Finance & Administrative Sciences. 44-52.
- [15] Regaieg. R., & Bouslama. N. (2013). "The Adoption of the E-Banking: Validation of the Technology Acceptance Model". Technology and Investment. 4(3): 197-203.
- [16] Rawash. H. N., Masa'd. F., Enaizan. O., Eanizan. B., Adaileh. M. J., Saleh. A. M., & Almestarihi. R. (2019). "Factors affecting Jordanian electronic banking services". Management Science Letters. 10(4): 915-922, doi: [10.5267/j.msl.2019.10.004](https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.004)
- [17] Sekaran. U., & Bougie. R. (2010). Research methods for business: A skill-building approach. (5th ed.). Haddington: John Wiley & Sons.
- [18] Zikmund. William G. (2000). Business Research Methods. 6th ed. The Dryden Press, Harcourt College Publishers



## Determinants of Using Electronic Banking Services in Jordan from the Viewpoint of Customers

<sup>1</sup> Hassan Najeeb Al-Rawash, <sup>2</sup> Raad Mashal Muhammad Al-Tal, <sup>3</sup> Saleh Ibrahim Al-Omar

<sup>1,2</sup> Assistant Professor, Department of Management Information Systems, Jadara University, Jordan

<sup>3</sup> Associate Professor - Department of Management Information Systems, Jadara University, Jordan

<sup>1</sup> Hassan\_raw@jadara.edu.jo, <sup>2</sup> raadt@jadara.edu.jo, <sup>3</sup> saleh.o@jadara.edu.jo

Received Date : 22/3/2020

Accepted Date : 9/5/2020

DOI : <https://doi.org/10.31559/GJEB2020.8.3.3>

**Abstract:** This study aimed to identify the determinants of the use of electronic banking services provided by the Jordanian banks, and to see the impact of demographic characteristics on the use of electronic banking services in Jordan. The following factors are investigated in this Study: Perceived usefulness, privacy and security, ease of use, trust, and banking needs. The primary data collected by using a questionnaire which designed based on a 5-point scale. The study Results found that there no statistically significant differences in all fields of study according to gender, and found banking needs, perceived usefulness, directly and positively influenced on e-banking usage. The study recommends: A marketing campaign aimed to increasing customer awareness of electronic banking services to inform customers about the benefits of electronic banking services and re-evaluate electronic banking interfaces for ease of use.

**Keywords:** *Jordanian banks; use of electronic banking electronic banking services.*

### References:

- [1] Abbad, M. M. (2013). " E-banking in Jordan", Behaviour & Information Technology. 681-694.
- [2] Al-Rfou. A. N. (2013). "The Usage Of Internet Banking Evidence From Jordan". Asian Economic and Financial Review. 614-623.
- [3] Daniel. E. (1999). " Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland". International Journal of Bank 17(2): 72-82, <https://doi.org/10.1108/02652329910258934>
- [4] Aldbas, M., (2010). " Athr Alkhdmal Alelkrwnyh Walshkhsyh Almsrfyh 'la Ttbyq M'ayyr Aljwdh Alshamlh Ltqyym Ada' Albnwk". Jam't Alblqa' Alttbyqyh 1-26.
- [5] Eun. j. l., kyoungh. N. K., & david. s. w.,(2005). "Segmenting the non-adopter category in the diffusion of internet banking". International Journal of Bank Marketing. 23(5): 414-437, <https://doi.org/10.1108/02652320510612483>
- [6] Alghndwr, H. K. (2003). Mhawr Althdyth Alf'eal Fy Almsarf Al'rbyh Fkr Ma B'ed Alhdathh, Byrwt: Athad Almsarf Al'rbyh.
- [7] Alhaji. A. A., Rosmain. T., & J. t. (2013). " Online Banking and Customer Service Delivery in Malaysia: Data Screening and Preliminary Findings", International Conference on Innovation, Management and Technology Research. Malaysia: ICIMTR.
- [8] Hazell. P., & Raphael. Z. (2001). " INTERNET BANKING:DISRUPTIVE OR SUSTAINING?" Boston, MA : Harvard Business School .
- [9] Jasm, Nbyl Dnwn, Wmbark, Mthal Mrhwn, (2010). "M'eyqat Ttbyq Alsyrfh Alelkrwnyh". Mjlt Klyt Bghdad Ll'elwm Alaqtadyh.
- [10] Kaleem. A. (2008). "Bankers' Perceptions of Electronic Banking in Pakistan". Journal of Internet Banking and Commerce . 1-16.
- [11] KÖSE. A. (2009). "DETERMINATION OF REASONS AFFECTING THE USE OF INTERNET BANKING THROUGH LOGISTIC REGRESSION ANALYSIS". Journal of Global Strategic Management. 2(3):67-76.



- [12] Liliana Mihaela Moga .Khalil Md Nor & Nec Mihaela.(2012).” Trust and Security in E-banking Adoption in Romania “. Communications of the IBIMA,
- [13] Mansi. ibrahim & Bani saeed. Amani. (2015)“ the impact of networking and communications resources to improve the quality of services provided to costumers in the jordanian insurance companies”. journal of information engineering and applications. 1-7
- [14] Mehmood. N., Shah. M. F., & Azhar. M. (2014). “The Factors Effecting E-banking Usage in Pakistan”. Journal of Management Information System and E-commerce. 57-94.
- [15] Nauman. Zahid, Mujtaba. Asif & Riaz. Adnan. (2010). “Consumer Acceptance of Online Banking”. European Journal of Economics, Finance & Administrative Sciences. 44-52.
- [16] Alqdwmy, Tha'r 'dnan Alqdwmy, (2008). " Al'ewaml Alm'ethr Fy Antshar Alsyrfh Alelkrwnyh: Drash Ttbyqyh 'la Albwnk Altjaryh Alardnyh", Almjlh Alardnyh Ll'lwm Alttbyqyh: 293-312.
- [17] Regaieg. R., & Bouslama. N. (2013). “The Adoption of the E-Banking: Validation of the Technology Acceptance Model”. Technology and Investment. 4(3): 197-203.
- [18] Rawash. H. N., Masa'd. F., Enaizan. O., Eanizan. B., Adaileh. M. J., Saleh. A. M., & Almestarihi. R. (2019). “Factors affecting Jordanian electronic banking services”. Management Science Letters. 10(4): 915–922, doi: [10.5267/j.msl.2019.10.004](https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.10.004)
- [19] Abu-Samaha. A. M., & Mansi. I. N. (2007). “ the use of gap analysis charts to judge IS omlentation succes-failure ”.ecite. 14-21.
- [20] Sekaran. U., & Bougie. R. (2010). Research methods for business: A skill-building approach. (5th ed.). Haddington: John Wiley & Sons.
- [21] Alshmry, N.W Al'bdlat.' A., (2007). " Alsyrfh Alelkrwnyh Fy Alardn Alwaq'e Wamkanyat Altws". Alm'etmr Al'lmy Alkhams Fy Jam't Fyladlfya.
- [22] Shndy, Adyb Qasm, (2011). "Alsyrfh Alelkrwnyh Anmatha Wkhyarat Alqbwl Walrfd". Mjlt Klyt Bghdad Ll'lwm Alaqtsadyh Aljam'h.
- [23] Shah Ankit,(2015). “ Factors Influencing Online Banking Customer Satisfaction and Their Importance in Improving Overall Retention Levels: An Indian Banking Perspectiv”. Information and Knowledge Management. 45-54
- [24] Zikmund. William G. (2000). Business Research Methods. 6th ed. The Dryden Press, Harcourt College Publishers