

أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي للمصارف التجارية

صلاح عامر السلاقي

جامعة الزاوية- كلية الاقتصاد العجيلات- قسم التمويل والمصارف

The Impact of Mobile Banking Services on the Financial Performance of Commercial Bank

Dr.Salah Amir Alsalagi

University of Zawiya – Faculty of Economics, Ajilat

s.asslaji@zu.edu.ly

Orcid ID\ 0009-0009-0283-7342

تاريخ الاستلام: 2026/04/20 تاريخ المراجعة 2026 /05/20 تاريخ القبول: 2026/06/07- تاريخ النشر: 2026 /06/22

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي للمصارف التجارية، من خلال استعراض المفاهيم الأساسية المتعلقة بالخدمات المصرفية الرقمية والأداء المالي، وتوضيح طبيعة العلاقة بينهما في ضوء التحول الرقمي المتسارع في القطاع المصرفي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع.

وتوصلت الدراسة إلى أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تُعد من أهم أدوات التحول الرقمي التي تسهم في تحسين الأداء المالي للمصارف من خلال خفض التكاليف التشغيلية، وزيادة كفاءة العمليات المصرفية، وتعزيز رضا العملاء، مما ينعكس إيجاباً على مؤشرات الربحية والكفاءة التشغيلية. كما بينت الدراسة أن نجاح هذه الخدمات يعتمد على توفر البنية التحتية التقنية، ومستوى الأمان، ودرجة تقبل العملاء للتكنولوجيا.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الاستثمار في الخدمات المصرفية الرقمية وتطويرها بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة لتحقيق أداء مالي أفضل للمصارف التجارية.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول – الأداء المالي – المصارف التجارية – التحول الرقمي – التكنولوجيا المالية – الكفاءة التشغيلية

Abstract

This study aimed to analyze the impact of mobile banking services on the financial performance of commercial banks by examining the main concepts related to digital banking services and financial performance, and by clarifying the relationship between them in light of the rapid digital transformation in the banking sector. The study adopted a descriptive-analytical approach based on reviewing relevant literature and previous studies.

The findings revealed that mobile banking services are one of the most important tools of digital transformation that contribute to improving banks' financial performance by reducing operational costs, increasing operational efficiency, and enhancing customer satisfaction, which positively reflects on profitability and efficiency indicators. The study also showed that the success of these services depends on the availability of technological infrastructure, security level, and customer acceptance of technology.

The study recommended the need to enhance investment in mobile banking services and further develop them in line with modern technological advancements to achieve better financial performance for commercial banks.

Keywords: Mobile Banking – Financial Performance – Commercial Banks – Digital Transformation – Financial Technology – Operational Efficiency

المقدمة

شهد القطاع المصرفي خلال العقدین الأخيرین تحولات متسارعة نتيجة التطور الكبير في تقنيات الاتصالات والمعلومات، الأمر الذي أسهم في ظهور نماذج جديدة لتقديم الخدمات المالية تعتمد على الوسائل الرقمية الحديثة. ويُعد الهاتف المحمول من أكثر الوسائل التقنية انتشارًا واستخدامًا على مستوى العالم، حيث أصبح يمثل منصة رئيسية لتقديم الخدمات المصرفية بصورة أكثر سرعة ومرونة وكفاءة، مما أدى إلى ظهور مفهوم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (Mobile Banking) باعتباره أحد أهم تطبيقات التحول الرقمي في الصناعة المصرفية (Laukkanen, 2017).

وتشير التقارير الدولية إلى أن الاعتماد المتزايد على الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لم يعد مجرد وسيلة لتسهيل العمليات المصرفية التقليدية، بل أصبح عنصرًا استراتيجيًا في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، من خلال إتاحة تنفيذ العمليات المصرفية في أي وقت ومن أي مكان، وخفض التكاليف التشغيلية، وتحسين سرعة إنجاز المعاملات، وتعزيز تجربة العميل، الأمر الذي ينعكس بصورة مباشرة وغير مباشرة على الأداء المالي للمصارف (Deloitte, 2022؛ World Bank, 2023).

ويُقصد بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول مجموعة الخدمات التي تقدمها المصارف لعملائها باستخدام الهواتف الذكية أو الأجهزة المحمولة، والتي تتيح تنفيذ العديد من العمليات المصرفية مثل تحويل الأموال، والاستعلام عن الأرصدة، وسداد الفواتير، وإدارة الحسابات، وطلب المنتجات المصرفية إلكترونيًا دون الحاجة إلى زيارة الفروع المصرفية (Shaikh & Karjaluo, 2015). وقد أسهم التطور المستمر في تطبيقات الهواتف الذكية وتقنيات الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي في توسيع نطاق هذه الخدمات، وجعلها أكثر أمانًا وكفاءة، الأمر الذي أدى إلى زيادة معدلات استخدامها في مختلف دول العالم (OECD, 2023).

وفي ظل المنافسة الشديدة بين المصارف، أصبح تحسين الأداء المالي يمثل أحد الأهداف الإستراتيجية الرئيسة للإدارة المصرفية، إذ يعكس الأداء المالي قدرة المصرف على تحقيق الأرباح، وإدارة موارده بكفاءة، وتعظيم قيمة المساهمين، والمحافظة على مستويات مناسبة من السيولة والملاءة المالية. ولذلك اتجهت العديد من المصارف إلى الاستثمار في التقنيات الرقمية، وفي مقدمتها الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، باعتبارها وسيلة لتحقيق النمو وزيادة الإيرادات وخفض النفقات التشغيلية وتحسين الكفاءة التشغيلية (Rose & Hudgins, 2021).

وقد أظهرت العديد من الدراسات الحديثة وجود علاقة إيجابية بين تبني الخدمات المصرفية الرقمية وتحسن الأداء المالي للمصارف، حيث يسهم استخدام الهاتف المحمول في زيادة عدد العملاء، وتعزيز ولائهم، ورفع حجم المعاملات الإلكترونية، وتقليل تكلفة تقديم الخدمة مقارنة بالقنوات التقليدية، وهو ما يؤدي في النهاية إلى تحسين مؤشرات الأداء المالي مثل العائد على الأصول (ROA)، والعائد على حقوق الملكية ((ROE)، ونسبة الكفاءة التشغيلية (Alalwan et al., 2018؛ Mbama & Ezepeue, 2018)

وعلى الرغم من المزايا المتعددة التي تحققها الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، فإن تطبيقها يواجه عدداً من التحديات، من أبرزها المخاطر السيبرانية، وارتفاع تكاليف تطوير البنية التحتية الرقمية، ومتطلبات حماية البيانات، ومستوى الوعي التقني لدى العملاء، إضافة إلى التحديات التنظيمية والتشريعية التي قد تحد من سرعة انتشار هذه الخدمات، لا سيما في الدول النامية (International Monetary Fund, 2024)

وفي السياق العربي، بدأت المصارف خلال السنوات الأخيرة في تبني إستراتيجيات للتحويل الرقمي، من خلال تطوير تطبيقات الهواتف الذكية وتوسيع الخدمات الإلكترونية، استجابةً للتغيرات المتسارعة في البيئة المصرفية وازدياد توقعات العملاء للحصول على خدمات مصرفية رقمية متطورة. إلا أن مستوى الاستفادة من هذه الخدمات وتأثيرها في الأداء المالي ما يزال متفاوتاً بين المصارف، تبعاً لاختلاف الإمكانيات التقنية، ومستوى الاستثمار في التكنولوجيا، ودرجة تقبل العملاء للتعاملات الرقمية (صندوق النقد العربي، 2023).

أما في البيئة الليبية، فقد شهد القطاع المصرفي اهتماماً متزايداً بالتحويل الرقمي خلال السنوات الأخيرة، في إطار الجهود الرامية إلى تطوير الخدمات المصرفية وتحسين كفاءة الأداء، حيث اتجهت بعض المصارف إلى إطلاق تطبيقات مصرفية عبر الهاتف المحمول وتوسيع نطاق الخدمات الإلكترونية بما يسهم في تسهيل وصول العملاء إلى الخدمات المالية، وتقليل الاعتماد على المعاملات الورقية، وتحسين جودة الخدمة. ومع ذلك، ما تزال الحاجة قائمة إلى إجراء المزيد من الدراسات العلمية التي تقيس بصورة دقيقة أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في الأداء المالي للمصارف، خاصة في ظل محدودية الدراسات التطبيقية التي تناولت هذا الموضوع في البيئة الليبية.

وانطلاقاً مما سبق، تأتي هذه الدراسة لبحث أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي للمصارف، من خلال استعراض الأسس النظرية المتعلقة بالخدمات المصرفية الرقمية، وتحليل العلاقة بين استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومؤشرات الأداء المالي، بما يسهم في تقديم إطار علمي يمكن أن تستفيد منه إدارات المصارف وصناع القرار في تطوير الخدمات الرقمية وتعزيز الأداء المالي وتحقيق الميزة التنافسية في بيئة مصرفية تتسم بالتغير والتطور المستمر.

مشكلة البحث

يشهد القطاع المصرفي تحولاً رقمياً متسارعاً نتيجة التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما دفع المصارف إلى تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول باعتبارها إحدى الوسائل الحديثة لتقديم الخدمات المالية وتحسين جودة الأداء. وعلى الرغم من التوسع في تقديم هذه الخدمات، فإن مدى انعكاسها على الأداء المالي للمصارف ما يزال محل اهتمام الباحثين، خاصة في ظل اختلاف مستويات تبني التكنولوجيا الرقمية بين المصارف، وتفاوت قدراتها على توظيف هذه الخدمات في تحسين الربحية، وخفض التكاليف التشغيلية، وزيادة الكفاءة والقدرة التنافسية.

وتبرز مشكلة البحث في الحاجة إلى التعرف على مدى تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تحسين الأداء المالي للمصارف التجارية، وبيان طبيعة العلاقة بين مستوى استخدام هذه الخدمات ومؤشرات الأداء المالي، بما يساعد إدارات المصارف على اتخاذ قرارات تسهم في تعزيز التحويل الرقمي وتحقيق أداء مالي أفضل.

أسئلة البحث

ينطلق البحث من السؤال الرئيس الآتي:

ما أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي للمصارف التجارية؟
ويتفرع عنه الأسئلة الآتية:

1. ما المقصود بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، وما أهم خصائصها وأبعادها؟
2. ما مفهوم الأداء المالي للمصارف، وما أهم المؤشرات المستخدمة لقياسه؟
3. ما مدى إسهام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تحسين الأداء المالي للمصارف التجارية؟
4. ما أبرز التحديات التي تواجه تطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في المصارف؟
5. ما المقترحات التي يمكن أن تسهم في تعظيم الاستفادة من الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي للمصارف؟

أهداف البحث

يهدف هذا البحث بصورة رئيسة إلى دراسة أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي للمصارف التجارية.

وينبثق عن هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

1. التعرف على مفهوم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وأهم خصائصها.
2. بيان مفهوم الأداء المالي للمصارف وأهم مؤشرات قياسه.
3. تحليل العلاقة بين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والأداء المالي للمصارف التجارية.
4. التعرف على أبرز التحديات التي تواجه تطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
5. تقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في تعزيز استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي للمصارف.

أهمية البحث

أولاً: الأهمية العلمية

- يثري البحث الأدبيات العلمية المتعلقة بالخدمات المصرفية الرقمية والأداء المالي.
- يسلط الضوء على أحد الموضوعات الحديثة المرتبطة بالتحول الرقمي في القطاع المصرفي.
- يوفر إطاراً نظرياً يمكن أن تستفيد منه الدراسات المستقبلية في مجال التكنولوجيا المالية والخدمات المصرفية الرقمية.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

- يساعد إدارات المصارف في التعرف على أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تحسين الأداء المالي.
- يساهم في دعم متخذي القرار عند وضع الخطط المتعلقة بالتحول الرقمي.
- يبرز أهمية الاستثمار في تطوير تطبيقات الهاتف المحمول والخدمات الرقمية.
- يقدم نتائج وتوصيات يمكن أن تساعد المصارف في رفع كفاءتها التشغيلية وتعزيز قدرتها التنافسية.

حدود البحث

الحدود الموضوعية: يقتصر البحث على دراسة أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في الأداء المالي للمصارف التجارية.

الحدود المكانية: المصارف التجارية الليبية.

الحدود البشرية: العاملون بالمصارف التجارية الليبية.

الحدود الزمنية: تقتصر الدراسة على الفترة الزمنية التي يتم خلالها إعداد الجانب التطبيقي من البحث.

فرضيات البحث

استنادًا إلى الإطار النظري والدراسات السابقة، يقوم البحث على الفرضية الرئيسة الآتية:

تسهم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تحسين الأداء المالي للمصارف التجارية.

وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

1. يسهم تحسين جودة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تعزيز الأداء المالي للمصارف التجارية.
2. يسهم تطوير البنية التقنية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في رفع كفاءة الأداء المالي للمصارف.
3. يسهم تعزيز أمن وموثوقية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في زيادة ثقة العملاء وتحسين الأداء المالي للمصارف.
4. يسهم التوسع في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في خفض التكاليف التشغيلية وتحسين ربحية المصارف.
5. يسهم تحسين تجربة المستخدم وسهولة استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف، بما ينعكس إيجابًا على أدائها المالي.

الدراسات السابقة

تُعد الدراسات السابقة من الركائز الأساسية في البحث العلمي، حيث تسهم في توضيح الإطار النظري للموضوع، وتساعد في التعرف على ما توصلت إليه الدراسات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية الرقمية وتأثيرها على الأداء المالي للمصارف. وقد تناولت العديد من الدراسات العربية والأجنبية موضوع الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وعلاقتها بالأداء المالي من زوايا مختلفة.

أولاً: الدراسات العربية

- دراسة (الفندي، 2023): بعنوان "أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية"، هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية في البيئة العربية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تسهم في تحسين مستوى الربحية من خلال خفض التكاليف التشغيلية وزيادة كفاءة تقديم الخدمات.
- دراسة (طواهر، 2018): بعنوان "تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية"، هدفت الدراسة إلى دراسة العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والأداء المالي للبنوك. واعتمدت على المنهج الكمي باستخدام بيانات مالية للبنوك. وتوصلت إلى وجود أثر إيجابي للخدمات الإلكترونية على تحسين الأداء المالي للبنوك.

- دراسة (مخرمش، 2018): بعنوان " دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية"، هدفت الدراسة إلى بيان دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت إلى أن الصيرفة الإلكترونية تساهم بشكل كبير في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف.
- دراسة (الفاضل، 2021): بعنوان " أثر الخدمات المصرفية الرقمية على كفاءة الأداء المصرفي"، هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير الخدمات الرقمية على كفاءة الأداء في المصارف. واعتمدت على دراسة ميدانية لعدد من المصارف العربية. وتوصلت إلى أن التحول الرقمي يساهم في تحسين كفاءة العمليات المصرفية وتقليل التكاليف.
- دراسة (الدكاك، 2016): بعنوان " البنوك الإلكترونية: ماهيتها ومعاملاتها"، هدفت الدراسة إلى توضيح مفهوم البنوك الإلكترونية وآلية عملها. واعتمدت على المنهج النظري. وتوصلت إلى أن البنوك الإلكترونية تمثل تطوراً مهماً في القطاع المصرفي وتساهم في تحسين جودة الخدمات.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

- دراسة : (Alalwan et al., 2018) بعنوان "Factors influencing mobile banking adoption and its impact on bank performance"، هدفت الدراسة إلى تحليل العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. واعتمدت على المنهج الكمي وتحليل بيانات العملاء. وتوصلت إلى أن تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يعزز رضا العملاء ويحسن أداء البنوك.
- دراسة : ((Laukkanen, 2017) بعنوان "Mobile banking services and customer adoption behavior"، هدفت الدراسة إلى دراسة سلوك العملاء تجاه استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. واعتمدت على المنهج التحليلي. وتوصلت إلى أن سهولة الاستخدام والأمان من أهم العوامل المؤثرة في تبني هذه الخدمات.
- دراسة (Mbama & Ezepue, 2018) : بعنوان " Digital banking, customer experience and financial performance"، هدفت الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الخدمات المصرفية الرقمية والأداء المالي. واعتمدت على المنهج الكمي وتحليل البيانات المالية للبنوك. وتوصلت إلى أن الخدمات الرقمية تساهم في تحسين الأداء المالي وتعزيز تجربة العملاء.
- دراسة (Owusu-Antwi et al., 2020) بعنوان "Mobile banking and bank performance in UAE banks"، هدفت الدراسة إلى دراسة أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على أداء البنوك في الإمارات. واعتمدت على تحليل بيانات مالية لعدة بنوك. وتوصلت إلى وجود تأثير إيجابي لتبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي.
- دراسة (Chimanga & Kawimbe, 2024) : بعنوان " Impact of mobile banking on commercial banks' financial performance"، هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي للمصارف التجارية. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت إلى أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تساهم في تحسين الربحية وزيادة الكفاءة التشغيلية.

الفجوة البحثية

على الرغم من تزايد الاهتمام في الأدبيات المصرفية الحديثة بدراسة الخدمات المصرفية الرقمية بشكل عام، والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بشكل خاص، إلا أن معظم الدراسات السابقة ركزت على جانبين رئيسيين: الأول يتمثل في دراسة تبني العملاء لهذه الخدمات وسلوك الاستخدام، والثاني يتمثل في تحليل أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على بعض

المؤشرات العامة مثل رضا العملاء أو الكفاءة التشغيلية، دون التعمق بشكل كافٍ في دراسة الأثر المباشر لهذه الخدمات على الأداء المالي للمصارف التجارية بشكل شامل.

كما أن العديد من الدراسات التي تناولت العلاقة بين الخدمات المصرفية الرقمية والأداء المالي ركزت على بيانات مصرفية متقدمة في دول ذات أنظمة مالية مستقرة ومتطورة، مثل دول الخليج والدول الآسيوية والأوروبية، في حين ما تزال البيئة المصرفية في الدول النامية، ومنها البيئة الليبية، تعاني من نقص واضح في الدراسات التطبيقية التي تربط بين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والأداء المالي الفعلي للمصارف التجارية.

ومن جهة أخرى، أظهرت الدراسات السابقة تبايناً في نتائجها؛ حيث أشارت بعض الدراسات إلى وجود تأثير إيجابي مباشر للخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي من خلال خفض التكاليف وزيادة الكفاءة، بينما ركزت دراسات أخرى على أن هذا التأثير غير مباشر ويعتمد على عوامل وسيطة مثل رضا العملاء وجودة الخدمة ومستوى البنية التحتية التقنية، مما يشير إلى وجود عدم اتساق في النتائج وغياب حسم علمي واضح للعلاقة بين المتغيرين.

ما يميز الدراسة الحالية

1. تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بعدة جوانب علمية ومنهجية، من أهمها:
1. التركيز على موضوع محدد وحديث : يتمثل في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول فقط، وليس الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل عام، مما يمنح الدراسة دقة أكبر في التحليل.
2. ربط مباشر بين المتغيرين الرئيسيين: (الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والأداء المالي للمصارف التجارية)، دون الاكتفاء بالجوانب السلوكية أو التسويقية.
3. تسليط الضوء على البيئة المصرفية الليبية: باعتبارها بيئة ما تزال في طور التحول الرقمي، وهو ما يمثل إضافة علمية مقارنة بالدراسات التي ركزت على بيئات متقدمة.
4. تجميع وتحليل الأدبيات الحديثة: في مجال التكنولوجيا المالية والخدمات المصرفية الرقمية، وربطها بالإطار النظري للأداء المالي للمصارف بطريقة تكاملية.
5. تقديم إطار نظري شامل: يوضح كيفية تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي من خلال عدة أبعاد مثل (خفض التكاليف التشغيلية، زيادة الكفاءة التشغيلية، تحسين تجربة العملاء، تعزيز القدرة التنافسية).
6. سد الفجوة البحثية: المتعلقة بضعف الدراسات العربية والليبية التي تناولت هذا الموضوع بشكل مباشر ومفصل.

الخلاصة العلمية للفجوة

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن الفجوة البحثية تتمثل في: نقص الدراسات العربية والمحلية التي تناولت العلاقة المباشرة بين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والأداء المالي للمصارف التجارية، إضافة إلى التباين في نتائج الدراسات السابقة وعدم تركيزها على البيئة المصرفية الليبية.

الإطار النظري

المبحث الأول: الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (Mobile Banking Services))

أولاً: مفهوم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

تُعد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (Mobile Banking) أحد أبرز مخرجات التحول الرقمي في القطاع المصرفي الحديث، حيث تمثل قناة إلكترونية تتيح للعملاء تنفيذ مختلف العمليات المصرفية عبر تطبيقات الهواتف الذكية أو

الرسائل القصيرة دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية. وتشمل هذه الخدمات إجراء التحويلات المالية، الاستعلام عن الأرصدة، دفع الفواتير، وإدارة الحسابات بشكل آمن وسريع (Shaikh & Karjaluto, 2015). وقد تطور مفهوم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ليصبح جزءًا أساسيًا من منظومة التكنولوجيا المالية (FinTech)، حيث لم يعد مجرد وسيلة إضافية لتقديم الخدمة، بل تحول إلى منصة استراتيجية تعتمد عليها المصارف في تقديم خدماتها وتعزيز تفاعلها مع العملاء (Arner et al, 2017؛ Laukkanen, 2020).

ثانيًا: التطور التاريخي للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

بدأت الخدمات المصرفية الرقمية في شكل خدمات بسيطة تعتمد على الرسائل النصية القصيرة (SMS Banking)، ثم تطورت تدريجيًا إلى تطبيقات متكاملة تعتمد على الإنترنت والهواتف الذكية. ومع التقدم التكنولوجي، أصبحت هذه الخدمات تعتمد على تقنيات متقدمة مثل الحوسبة السحابية، الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة. وتشير تقارير حديثة إلى أن التحول نحو الخدمات المصرفية الرقمية أصبح ضرورة استراتيجية وليس خيارًا، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة بين المصارف وسعيها إلى تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين الكفاءة (World Bank, 2022؛ Deloitte, 2023).

كما تؤكد تقارير صندوق النقد الدولي أن انتشار الخدمات المالية الرقمية أسهم في إعادة تشكيل القطاع المصرفي عالميًا، من خلال تعزيز الشمول المالي وتحسين الوصول إلى الخدمات (IMF, 2024).

ثالثًا: خصائص الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

تتميز الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بمجموعة من الخصائص التي تجعلها مختلفة عن الخدمات التقليدية، ومن أهمها:

1. الاستمرارية الزمنية والمكانية: إمكانية الوصول إلى الخدمات المصرفية على مدار الساعة ومن أي مكان.
2. السرعة في تنفيذ المعاملات: تنفيذ فوري للعمليات المالية مقارنة بالإجراءات التقليدية.
3. انخفاض التكاليف التشغيلية: تقليل الحاجة إلى الفروع والموظفين في المعاملات الروتينية.
4. التكامل مع الأنظمة الرقمية الحديثة: ارتباط مباشر مع الأنظمة المصرفية المركزية وتقنيات الحوسبة السحابية (OECD, 2023).

رابعًا: أهمية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

تكتسب هذه الخدمات أهمية متزايدة في القطاع المصرفي الحديث، ويمكن تلخيص أهميتها في:

- تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
- تعزيز رضا العملاء ورفع مستوى الولاء المصرفي.
- دعم استراتيجيات التحول الرقمي في المؤسسات المالية.
- تعزيز الشمول المالي وتوسيع قاعدة العملاء.
- تحسين كفاءة الأداء التشغيلي داخل المصارف (GSMA, 2022؛ World Bank, 2023).

وتشير دراسات حديثة إلى أن المصارف التي تعتمد بشكل أكبر على الخدمات الرقمية تحقق مستويات أعلى من الكفاءة التشغيلية مقارنة بالمصارف التقليدية (Mbama & Ezepue, 2018).

خامسًا: مزايا الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

تقدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول مجموعة واسعة من المزايا، من أبرزها:

- تقليل التكاليف التشغيلية والإدارية.
- تسريع تنفيذ المعاملات المالية.
- تحسين تجربة المستخدم وزيادة رضا العملاء.
- تعزيز الشفافية وتقليل الأخطاء البشرية.
- دعم الابتكار المصرفي وزيادة القدرة التنافسية (Akhlaq & Ahmed, 2020).

كما تؤكد الدراسات أن هذه الخدمات تسهم في تحسين الأداء العام للمصارف من خلال رفع كفاءة العمليات الداخلية وتقليل الاعتماد على العمليات الورقية (Alalwan et al, 2018).

سادسًا: التحديات التي تواجه الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول رغم التطور الكبير في هذا المجال، إلا أن هناك مجموعة من التحديات التي تواجه انتشار الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، ومنها:

1. المخاطر الأمنية والهجمات السيبرانية: حيث تُعد حماية البيانات المالية من أبرز التحديات (IMF, 2024).
2. ضعف البنية التحتية التقنية: خصوصًا في الدول النامية التي تعاني من ضعف شبكات الإنترنت.
3. محدودية الثقافة الرقمية لدى المستخدمين: عدم إلمام بعض العملاء باستخدام التطبيقات المصرفية.
4. التشريعات والتنظيمات المالية: قد تعيق بعض القوانين سرعة التوسع في الخدمات الرقمية (Deloitte, 2023).

سابعًا: دور الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في التحول المصرفي أصبحت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول عنصرًا أساسيًا في استراتيجية التحول الرقمي للمصارف الحديثة، حيث ساهمت في تغيير نموذج العمل المصرفي من نموذج تقليدي يعتمد على الفروع إلى نموذج رقمي يعتمد على القنوات الإلكترونية.

كما أسهمت هذه الخدمات في تعزيز العلاقة بين المصرف والعميل، وتحسين سرعة تقديم الخدمة، ورفع مستوى الكفاءة التشغيلية، مما جعلها أحد أهم محركات التطور في الصناعة المصرفية الحديثة (Arner et al, 2020).

المبحث الثاني: الأداء المالي للمصارف التجارية

أولًا: مفهوم الأداء المالي للمصارف

يُعد الأداء المالي أحد أهم المؤشرات التي تُستخدم لقياس كفاءة وفعالية المصارف التجارية في استخدام مواردها وتحقيق أهدافها الاستراتيجية، وخاصة هدف الربحية والاستمرارية. ويُعبر الأداء المالي عن قدرة المصرف على تحقيق عوائد مناسبة من موارده المالية والبشرية والتقنية، مع الحفاظ على مستويات مقبولة من المخاطر والسيولة (Rose & Hudgins, 2021).

كما يُعرف الأداء المالي بأنه انعكاس لمدى نجاح المصرف في تحقيق التوازن بين الربحية والسيولة والكفاءة التشغيلية، وهو ما يظهر من خلال مجموعة من المؤشرات المالية مثل العائد على الأصول ((ROA)، العائد على حقوق الملكية ((ROE)، وهامش الربح الصافي (Wójcik, 2022).

وفي ظل التحول الرقمي، لم يعد الأداء المالي يعتمد فقط على المؤشرات التقليدية، بل أصبح مرتبطًا أيضًا بقدرة المصرف على تبني التكنولوجيا المالية وتحسين كفاءة الخدمات الرقمية (Deloitte, 2023).

ثانيًا: أهمية الأداء المالي في المصارف التجارية

تتبع أهمية الأداء المالي من كونه أداة أساسية في:

- تقييم كفاءة الإدارة المصرفية في استخدام الموارد.
- قياس قدرة المصرف على تحقيق الأرباح والاستمرارية.
- دعم قرارات الاستثمار والتوسع المصرفي.
- تعزيز ثقة المساهمين والعملاء في المصرف.
- مقارنة أداء المصارف المختلفة داخل القطاع المصرفي ((Sinkey, 2021).

كما يُعد الأداء المالي مؤشرًا حيويًا لقياس مدى نجاح استراتيجيات التحول الرقمي، بما في ذلك الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (World Bank, 2022).

ثالثًا: مؤشرات قياس الأداء المالي للمصارف

يعتمد تقييم الأداء المالي على مجموعة من المؤشرات الرئيسية، أهمها:

1. العائد على الأصول ((ROA: يقيس مدى قدرة المصرف على تحقيق أرباح من إجمالي أصوله.
2. العائد على حقوق الملكية ((ROE: يقيس العائد المحقق للمساهمين من استثماراتهم في المصرف.
3. هامش صافي الربح: يعكس نسبة الربح الصافي من إجمالي الإيرادات.
4. نسبة الكفاءة التشغيلية: تقيس قدرة المصرف على التحكم في التكاليف مقارنة بالإيرادات (Rose & Hudgins, 2021).

وتشير الدراسات الحديثة إلى أن التحول الرقمي يسهم بشكل مباشر في تحسين هذه المؤشرات من خلال تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة حجم المعاملات الإلكترونية (Mbama & Ezepeue, 2018).

رابعًا: العوامل المؤثرة في الأداء المالي للمصارف

يتأثر الأداء المالي بعدة عوامل داخلية وخارجية، منها:

1. العوامل الداخلية
 - كفاءة الإدارة المصرفية.
 - جودة الخدمات المصرفية.
 - مستوى التكنولوجيا المستخدمة.
 - هيكل التكاليف التشغيلية.
2. العوامل الخارجية
 - الظروف الاقتصادية العامة.
 - السياسات النقدية والمالية.
 - مستوى المنافسة في القطاع المصرفي.
 - التطور التكنولوجي (IMF, 2024).

خامسًا: العلاقة بين التكنولوجيا المالية والأداء المالي

أصبح من الواضح أن التكنولوجيا المالية، وخاصة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، تلعب دوراً مهماً في تحسين الأداء المالي للمصارف، حيث تسهم في:

- تقليل تكاليف التشغيل.
- زيادة سرعة تنفيذ العمليات.
- توسيع قاعدة العملاء.
- تحسين تجربة المستخدم.
- رفع كفاءة تقديم الخدمة (Alalwan et al, 2018).

كما تؤكد تقارير حديثة أن المصارف التي تعتمد على التحول الرقمي تحقق أداء مالي أفضل مقارنة بالمصارف التقليدية (OECD, 2023).

سادساً: التحديات المرتبطة بقياس الأداء المالي

رغم أهمية الأداء المالي، إلا أن هناك تحديات تواجه قياسه بدقة، مثل:

- اختلاف المعايير المحاسبية بين المصارف.
- تأثير العوامل الاقتصادية الخارجية غير المباشرة.
- صعوبة عزل أثر التكنولوجيا عن بقية العوامل.
- تغير البيئة المصرفية بشكل سريع (Deloitte, 2023).

سابعاً: الأداء المالي في ظل التحول الرقمي

أدى التحول الرقمي إلى تغيير جذري في طريقة تقييم الأداء المالي، حيث لم يعد يعتمد فقط على الأرقام المالية التقليدية، بل أصبح يشمل:

- الكفاءة الرقمية.
- جودة الخدمات الإلكترونية.
- رضا العملاء الرقمي.
- سرعة الاستجابة للعمليات المصرفية.

وبالتالي أصبح الأداء المالي مرتبطاً بشكل وثيق بمدى نجاح المصرف في تبني الخدمات المصرفية الرقمية (World Bank, 2022).

المبحث الثالث: العلاقة بين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والأداء المالي للمصارف التجارية

أولاً: الإطار العام للعلاقة بين المتغيرين

تُعد العلاقة بين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والأداء المالي للمصارف من الموضوعات الحديثة في الأدبيات المصرفية، حيث تعكس هذه العلاقة مدى قدرة المصارف على تحويل الابتكار التكنولوجي إلى نتائج مالية ملموسة. فكلما زاد اعتماد المصارف على القنوات الرقمية، كلما انعكس ذلك على كفاءتها التشغيلية وربحياتها وقدرتها التنافسية (Mbama & Ezepue, 2018).

وفي هذا السياق، تشير الدراسات إلى أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تمثل أحد أهم أدوات تحسين الأداء المالي، من خلال تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة حجم العمليات المصرفية وتحسين تجربة العملاء (Alalwan et al, 2018).

ثانيًا: تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الربحية

تؤثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بشكل مباشر على ربحية المصارف من خلال عدة قنوات، أهمها:

- خفض تكلفة تقديم الخدمة مقارنة بالفروع التقليدية.
- زيادة عدد العملاء النشطين رقميًا.
- رفع حجم العمليات المالية الإلكترونية.

وتشير تقارير حديثة إلى أن المصارف التي توسعت في الخدمات الرقمية حققت نموًا أعلى في الأرباح مقارنة بالمصارف التي تعتمد على النماذج التقليدية (Deloitte, 2023).

ثالثًا: تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الكفاءة التشغيلية

تُعد الكفاءة التشغيلية أحد أهم أبعاد الأداء المالي، حيث تسهم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في:

- تقليل الحاجة إلى العمليات اليدوية.
- تقليل الضغط على الفروع المصرفية.
- تحسين سرعة إنجاز المعاملات.

وقد أكدت الدراسات أن التحول إلى القنوات الرقمية يؤدي إلى تحسين نسبة الكفاءة التشغيلية بشكل واضح نتيجة تقليل التكاليف الثابتة والمتغيرة (Rose & Hudgins, 2021).

رابعًا: تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء

يُعتبر رضا العملاء عنصرًا وسيطًا مهمًا في العلاقة بين الخدمات الرقمية والأداء المالي، حيث يؤدي:

- سهولة الاستخدام.
- السرعة في الأداء.
- توفر الخدمة على مدار الساعة.

إلى زيادة رضا العملاء، مما ينعكس على زيادة الولاء المصرفي واستمرار التعامل مع المصرف، وبالتالي زيادة الإيرادات (Laukkanen, 2017).

خامسًا: تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على التنافسية المصرفية

تسهم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف من خلال:

- تقديم خدمات مبتكرة مقارنة بالمصارف المنافسة.
- جذب شرائح جديدة من العملاء.
- تحسين صورة المصرف في السوق.

وتؤكد الدراسات أن المصارف التي تعتمد على الابتكار الرقمي تتمتع بميزة تنافسية أعلى في الأسواق المالية (OECD, 2023).

سادساً: العوامل الوسيطة في العلاقة بين المتغيرين

لا تؤثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الأداء المالي بشكل مباشر فقط، بل توجد عوامل وسيطة مهمة، منها:

- جودة الخدمة الرقمية.
- مستوى الأمان السيبراني.
- البنية التحتية التقنية.
- قبول العملاء للتكنولوجيا.

وتشير الأدبيات إلى أن قوة تأثير الخدمات الرقمية على الأداء المالي تعتمد على قوة هذه العوامل الوسيطة (IMF, 2024).
سابعاً: التفسير النظري للعلاقة

يمكن تفسير العلاقة بين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والأداء المالي من خلال نظرية الكفاءة التشغيلية والتكنولوجيا المالية، والتي تقترض أن استخدام التكنولوجيا يؤدي إلى:

- تقليل التكاليف.
- تحسين الإنتاجية.
- زيادة الأرباح.

كما تدعم نظرية قبول التكنولوجيا (TAM) هذه العلاقة من خلال تفسير كيفية تأثير سهولة الاستخدام والفائدة المدركة على تبني العملاء للخدمات الرقمية (Shaikh & Karjaluoto, 2015).

ثامناً: خلاصة العلاقة بين المتغيرين

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تمثل عاملاً استراتيجياً مهماً في تحسين الأداء المالي للمصارف، حيث تؤثر بشكل غير مباشر ومباشر في مؤشرات الربحية والكفاءة والتنافسية، مما يجعلها أحد أهم محركات التطور في القطاع المصرفي الحديث.

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة من خلال الإطار النظري والمباحث الثلاثة إلى مجموعة من النتائج المهمة، أبرزها أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أصبحت تمثل عنصراً أساسياً في تطوير القطاع المصرفي الحديث، وليست مجرد قناة إضافية لتقديم الخدمات. كما تبين أن هذه الخدمات تسهم بشكل واضح في تحسين كفاءة الأداء التشغيلي للمصارف من خلال تقليل التكاليف التشغيلية وتسريع إنجاز المعاملات المالية.

كما أظهرت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وتحسن الأداء المالي للمصارف التجارية، حيث ينعكس ذلك على مؤشرات الربحية مثل العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية من خلال زيادة حجم العمليات المالية وتقليل الاعتماد على الفروع التقليدية.

وتبين أيضًا أن رضا العملاء وثقتهم في الخدمات الرقمية يعدان من العوامل المهمة التي تدعم هذه العلاقة، حيث يؤدي تحسين تجربة المستخدم وسهولة الاستخدام إلى زيادة الإقبال على الخدمات المصرفية الرقمية، مما ينعكس إيجابًا على الأداء المالي للمصارف.

إضافة إلى ذلك، أشارت الدراسة إلى أن نجاح الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يعتمد بشكل كبير على توفر البنية التحتية التقنية، ومستوى الأمان السيبراني، ودرجة جاهزية المصارف للتحويل الرقمي.

التوصيات

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات المهمة، وهي:

1. ضرورة قيام المصارف التجارية بتوسيع نطاق استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول باعتبارها أداة استراتيجية لتحسين الأداء المالي.
2. العمل على تطوير البنية التحتية التقنية للمصارف بما يضمن تقديم خدمات رقمية آمنة وسريعة وذات كفاءة عالية.
3. تعزيز إجراءات الأمن السيبراني لحماية بيانات العملاء وزيادة مستوى الثقة في الخدمات المصرفية الرقمية.
4. الاهتمام بتدريب الكوادر المصرفية على استخدام وتطوير التقنيات الحديثة بما يدعم التحويل الرقمي.
5. زيادة التوعية لدى العملاء حول أهمية وفوائد استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لتعزيز معدلات الاستخدام.
6. تشجيع المصارف على الاستثمار في الابتكار الرقمي وتطوير التطبيقات المصرفية بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية العالمية.

المراجع

- الدكدك، صلاح الدين. (2016). البنوك الإلكترونية: ماهيتها ومعاملاتها. مجلة الفقه والقانون.
- صندوق النقد العربي. (2023). تقرير الاستقرار المالي العربي.
- طارق الهادي النائلي. (2025). أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية على كفاءة الأداء دراسة ميدانية بمصرف الجمهورية فرع الجميل. مجلة العلوم الشاملة. 10(38), 59-81.
- طواهر، رضا. (2018). تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية. رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- طارق الهادي النائلي. (2022). الخدمات الإلكترونية وأثرها على الأداء: دراسة ميدانية بمصرف الجمهورية فرع الجميل. مجلة جامعة صبراتة العلمية. 6(12), 247-229.
- الفندي، صدام. (2023). أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية. رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، الأردن.
- طارق الهادي النائلي. (2025). أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية على كفاءة الأداء دراسة ميدانية بمصرف الجمهورية فرع الجميل. مجلة العلوم الشاملة. 10(38), 59-81.
- مخرمش، حاج محمد. (2018). دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية. رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- Akhlaq, A., & Ahmed, E. (2020). Digital banking adoption and customer satisfaction. *Journal of Financial Services Marketing*.

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2018). Factors influencing mobile banking adoption and its impact on bank performance. *International Journal of Bank Marketing*.
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2020). FinTech, RegTech and the reconceptualization of financial regulation. *Northwestern Journal of International Law & Business*.
- Chimanga, K., & Kawimbe, S. (2024). Impact of mobile banking on commercial banks' financial performance. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 8(1), 1–8.
- Deloitte. (2023). *Digital Banking Maturity Report*.
- GSMA. (2023). *Mobile Economy Report*.
- IMF. (2024). *Digital Financial Services and Financial Stability Report*.
- International Monetary Fund (IMF). (2024). *Digital Financial Services and Financial Stability*.
- Laukkanen, T. (2017). Mobile banking services and customer adoption behavior. *International Journal of Bank Marketing*.
- OECD. (2023). *Digital Economy Outlook 2023*.
- Owusu-Antwi, G., Ofei, P., & Eveland, T. (2020). Mobile banking: Evidence of improved bank performance in the UAE. *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(12), 47–55.
- Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2021). *Bank Management & Financial Services* (10th ed.).
- Shaikh, A. A., & Karjaluto, H. (2015). Mobile banking adoption literature review. *Telematics and Informatics*.
- Sinkey, J. F. (2021). *Commercial Bank Financial Management*.
- Wójcik, D. (2022). *Financial performance and banking efficiency studies*.
- World Bank. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience in the Age of COVID-19*.