

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

ماجستير تقنية مالية



أثر تطبيق التقنيات المالية (FinTech) على تطوير تجربة العملاء في البنوك التجارية السعودية – دراسة تطبيقية على البنك الأهلي السعودي.

إعداد الطالب/

محمد بن عبدالله بن محمد المطيران

252000557

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید محمد حسن

د.فايز جراد

العام الدراسي: 2025

جدول المحتويات

3	مقدمة:
4	مشكلة الدراسة
4	أهمية الدراسة:
7	أهداف الدراسة:
8	تساؤلات الدراسة
8	فروض الدراسة:
8	الدراسات السابقة:
17	الفجوة البحثية:
18	المنطلقات النظرية للدراسة:
18	المنهجية وطرق البحث:
24	سابعاً: حدود الدراسة

مقدمة:

شهد العالم خلال العقدین الأخيرین تحولاً جذرياً في طبيعة التعاملات المالية والخدمات المصرفية نتيجة التطور التقني المتسارع وانتشار الابتكار في القطاع المالي، وقد ساهم هذا التحول في ظهور ما يعرف بالتقنيات المالية (FinTech) ، وهي منظومة من الحلول الرقمية المبتكرة التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم خدمات مالية أكثر مرونة وسرعة وكفاءة، وقد أصبحت هذه التقنيات أحد أبرز ملامح الاقتصاد الرقمي عالمياً، كونها تدعم نماذج جديدة للتعاملات المالية، وتُعيد تشكيل أساليب تقديم الخدمات المصرفية، بما يتوافق مع متطلبات الاقتصاد الحديث والاعتماد المتزايد على البيانات والتحول الرقمي في مختلف القطاعات (Ye, 2025) .

ومع التوسع في استخدام التقنيات المالية، أصبح العملاء أكثر ارتباطاً بالمنصات المصرفية الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية، حيث لم تعد الخدمات المصرفية تقتصر على الفروع التقليدية، بل أصبحت متاحة على مدار الساعة وبشكل فوري، وقد أدى ذلك إلى تغير واضح في سلوك المستهلكين وطريقة إدارتهم للتعاملات المالية اليومية، إذ بات العميل المعاصر يتوقع خدمات تتسم بالسهولة والسرعة والموثوقية دون الحاجة إلى التفاعل المباشر أو الحضور الشخصي، وهذا التحول في طبيعة التفاعل بين العميل والمؤسسة المالية يجعل من تجربة العميل عنصراً جوهرياً في نجاح أي خدمة مالية رقمية . (Singh, 2024)

وفي السياق المصرفي، أصبحت المؤسسات المالية تسعى إلى تبني نماذج عمل رقمية متقدمة تعتمد على البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي وتقنيات الدفع الحديثة، من أجل تقديم خدمات مصممة وفق احتياجات العملاء، وتحقيق درجة أعلى من التخصيص في التفاعل المصرفي، وقد أسهم ذلك في تعزيز التنافسية داخل القطاع، حيث تسعى البنوك إلى تطوير قدراتها الرقمية للحفاظ على حصتها السوقية وتنمية قاعدة عملائها في ظل تعدد البدائل المالية المتاحة. ويبرز ذلك الدور المتنامي للتقنيات المالية كمكون أساسي في استراتيجية التطوير المصرفي (Shodiev, 2024) .

و أدى انتشار القنوات المصرفية الرقمية إلى إعادة تعريف مفهوم تجربة العميل داخل القطاع المصرفي، إذ لم يعد تقييم العميل للخدمة قائماً فقط على جودة المنتج المالي أو الأسعار، بل امتد ليشمل سهولة الاستخدام، وإنسيابية الإجراءات، ووضوح المعلومات، وتكامل القنوات الرقمية، وإحساس العميل بالأمان

أثناء استخدام التطبيقات المصرفية. وقد أكدت الأدبيات المصرفية أن تجربة العميل أصبحت بنية متعددة الأبعاد تشمل الجوانب الإدراكية والسلوكية والعاطفية أثناء تفاعل العميل مع البنك عبر مسارات الخدمة المختلفة (Handro, 2018) .

وتزامن ذلك مع تطور تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية وسلاسل الكتل (Blockchain)، حيث بدأ القطاع المصرفي بالاستفادة منها في تحسين إدارة العمليات الداخلية وتقديم خدمات أكثر تفاعلاً وتوافقاً مع سلوك العملاء، وقد أدى دمج هذه التقنيات إلى توسيع نطاق الخدمات المصرفية الرقمية في العالم العربي، بما في ذلك دول الخليج التي تبنت استراتيجيات وطنية لتعزيز الاقتصاد الرقمي والتحول المالي، وتُعد المملكة العربية السعودية من الدول الرائدة إقليمياً في هذا المجال، إذ شهدت تحولاً مالياً واسعاً ضمن رؤية 2030 الهادفة إلى دعم الشمول المالي وتطوير قطاع الخدمات المصرفية (Ali, 2025) .

يُعد البنك الأهلي السعودي أحد أبرز البنوك التي تبنت التقنيات المالية المتقدمة، حيث اتجه إلى تطوير قنواته الرقمية وتقديم خدمات إلكترونية تفاعلية تشمل المدفوعات الرقمية، والخدمات المصرفية عبر الهاتف، والدعم الذكي عبر الأنظمة المؤتمتة، إضافةً إلى تعزيز البنية الأمنية لحماية بيانات العملاء وضمان موثوقية التعاملات الإلكترونية، وأصبحت تجربة العميل محوراً رئيسياً في تقييم فعالية هذه التقنيات وأثرها على جودة العلاقة بين العميل والبنك (Waghamare, 2025) .

ومن هنا تبرز الحاجة إلى دراسة أثر تطبيق التقنيات المالية على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي، من خلال تحليل الأبعاد التي تمثل أساس التحول الرقمي المصرفي، وفهم مدى انعكاسها على تفاعل العملاء مع الخدمات، وتقدير مستوى الكفاءة والراحة والسهولة التي يشعر بها العميل أثناء استخدام القنوات الرقمية.

مشكلة الدراسة

شهد القطاع المصرفي العالمي خلال السنوات الأخيرة تحولاً جوهرياً في نماذج تقديم الخدمات نتيجة التوسع في تطبيق التقنيات المالية (FinTech) ، التي أسهمت في تطوير قنوات التفاعل الرقمي، وتقليل الزمن والتكلفة، وتحسين جودة المعاملات، وقد أكدت دراسة Ye (2025) أن التكنولوجيا المالية أعادت

تشكيل البنية التشغيلية للبنوك من خلال رفع الكفاءة التشغيلية وتعزيز قدرات إدارة المخاطر، غير أنها في الوقت ذاته فرضت تحديات تتعلق بتراجع الحصة السوقية للبنوك التقليدية وضعف قدرتها على الابتكار، وهذا يشير إلى أن التحول الرقمي لا يقتصر على تبني التكنولوجيا، بل يتطلب إعادة صياغة استراتيجية تجربة العميل.

كما أوضحت دراسة (Shodiev (2024 أن تطبيق التقنيات المالية أدى إلى تحسين جودة الخدمة وتسريع العمليات المصرفية وزيادة الشمول المالي، إلا أنها أظهرت أن زيادة المنافسة بين البنوك وشركات التقنيات المالية قد تدفع العملاء إلى تفضيل الخدمات الأكثر سرعة وشفافية وقابلية للتخصيص، ما يجعل تجربة العميل عاملاً حاسماً في بقاء البنوك داخل السوق، فإن العديد من البنوك ما تزال تركز على تطوير الأنظمة الرقمية أكثر من تركيزها على تحسين تجربة الاستخدام الفعلي للعميل.

و بيّنت دراسة (Singh (2024 أن رضا المستخدم وحده لا يكفي لضمان استمرارية استخدام الخدمات المالية الرقمية، وإنما تُعد الثقة والمصداقية والأمان من أهم العوامل المحددة لتجربة العميل، كما أشارت دراسة (Ali (2025 إلى أن تطبيق التقنيات المالية في البنوك لا يؤدي بالضرورة إلى تحسين التجربة إذا لم يكن مصحوباً بقدرات تفاعلية مرنة وبنية معلوماتية آمنة.

و أكدت دراسة (Handro (2018 أن التكنولوجيا المالية غيرت توقعات العملاء، وأصبح العميل اليوم يتوقع خدمات فورية، دقيقة، مرنة، وشخصية، وأوضحت أن تجربة العميل أصبحت عنصراً مركزياً في تحقيق رضاه وولائه، وأن أي قصور في هذه التجربة ينعكس مباشرة على صورة البنك وعلاقته بعملائه. وهذا يعني أن التحول الرقمي ينبغي ألا يكون هدفاً تقنياً بحتاً، بل إدارياً وتجريبياً أيضاً.

وبناءً على ما سبق، تتحدد مشكلة الدراسة في وجود فجوة بين تسارع تبني البنك الأهلي السعودي للتقنيات المالية وبين مدى انعكاس ذلك فعلياً على تطوير تجربة العملاء. أي أن السؤال المحوري يتمثل في:

هل يسهم تطبيق التقنيات المالية بأبعادها المختلفة في تطوير تجربة العملاء لدى البنك الأهلي السعودي، وإلى أي مدى يظهر هذا الأثر في الواقع؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من الاهتمام المتزايد بقطاع التقنيات المالية (FinTech) كأحد أهم محركات التحول الرقمي في القطاع المصرفي، ولاسيما في المملكة العربية السعودية التي تشهد توجهاً وطنياً واضحاً نحو تعزيز الابتكار المالي وفق مستهدفات رؤية السعودية 2030.

وتأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور تبني التقنيات المالية في تطوير تجربة العملاء داخل البنوك التجارية، مع التركيز على البنك الأهلي السعودي باعتباره أحد أكبر المؤسسات المصرفية وأكثرها اعتماداً على التحول الرقمي، وتبرز أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

1. أهمية نظرية :

- ☞ تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالعلاقة بين التقنيات المالية وتجربة العملاء في البيئة المصرفية العربية والخليجية.
- ☞ تقدم نموذجاً بحثياً يمكن الاعتماد عليه مستقبلاً في دراسات مماثلة تتناول أثر التكنولوجيا على جودة الخدمات البنكية.
- ☞ تفتح المجال أمام الباحثين والمهتمين لتطوير أدوات قياس جديدة تتناسب مع الخصوصية المصرفية في السوق السعودي.

2. أهمية عملية:

- ☞ تساعد الدراسة البنك الأهلي السعودي في تقييم كفاءة التقنيات المالية المطبقة وتحديد جوانب القوة والقصور في تجربة العملاء الحالية.
- ☞ تقدم نتائج يمكن أن تساهم في تعزيز رضا العملاء ورفع مستوى ولائهم عبر تحسين جودة الخدمات الرقمية.

👉 تدعم صناع القرار في البنك في صياغة استراتيجيات تحول رقمي أكثر فعالية مبنية على بيانات وتجارب فعلية.

👉 يمكن أن يستفيد منها البنوك الأخرى والجهات الرقابية في وضع سياسات تعزز الابتكار المالي الآمن الذي يحافظ على ثقة العملاء..

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وقياس أثر تطبيق التقنيات المالية (FinTech) بأبعادها المتمثلة في (المدفوعات الرقمية، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، الذكاء الاصطناعي الموجه لخدمة العملاء، الأمن السيبراني وحماية البيانات) على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي، وذلك بغرض فهم مدى إسهام هذه التقنيات في تحسين جودة الخدمات وسلسلة التفاعل المصرفي.

وتتفرع منه عدة أهداف فرعية للدراسة:

- 👉 التعرف على أثر المدفوعات الرقمية في تعزيز سرعة إنجاز المعاملات وتقليل الوقت والجهد المبذول من جانب العملاء، وانعكاس ذلك على تجربتهم المصرفية.
- 👉 دراسة أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تسهيل الوصول إلى الخدمات وتوفير تجربة مصرفية مرنة تتسم بالراحة والملاءمة الزمنية والمكانية للعملاء.
- 👉 تقييم دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء في تحسين جودة الاستجابة، والدقة في حل المشكلات، وتخصيص الخدمات بما يعزز مستوى رضا العملاء.
- 👉 تحليل أثر مستوى الأمن السيبراني وحماية البيانات في تعزيز ثقة العملاء في التعاملات الإلكترونية، ودوره في تقليل المخاطر المدركة التي قد تؤثر على تجربة العميل.
- 👉 تقديم مقترحات استراتيجية تساهم في رفع كفاءة استثمار البنك الأهلي السعودي للتقنيات المالية بما يعزز تجربة العملاء ويرفع مستوى رضاهم واستدامتهم.

تساؤلات الدراسة

أسئلة الدراسة الرئيس:

ما أثر تطبيق التقنيات المالية (FinTech) على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي؟
وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية:

- ☞ ما أثر المدفوعات الرقمية على سرعة وجودة إنجاز المعاملات المصرفية، وانعكاس ذلك على تجربة العملاء؟
- ☞ كيف تسهم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تسهيل وصول العملاء للخدمات وتعزيز راحتهم أثناء التعامل المصرفي؟
- ☞ ما دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء في تحسين جودة الاستجابة وحل مشكلات العملاء ودعم رضاهم؟
- ☞ إلى أي مدى يسهم الأمن السيبراني وحماية البيانات في تعزيز ثقة العملاء بالمعاملات الرقمية وتحسين تجربتهم المصرفية؟
- ☞ ما أبرز التحديات التي قد تحد من فاعلية التقنيات المالية في تطوير تجربة العملاء داخل البنك الأهلي السعودي؟

فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها يمكن صياغة الفرضيات التالية:

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق التقنيات المالية (FinTech) بأبعادها المختلفة على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي.

وتتفرع منه عدة فرضيات فرعية :

☞ **H1.1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمدفوعات الرقمية على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي.

👉 **H1.2:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي.

👉 **H1.3:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي.

👉 **H1.4:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمن السيبراني وحماية البيانات على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي.

الدراسات السابقة:

دراسة (Ye, 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التكنولوجيا المالية (FinTech) بأبعادها المتمثلة في تطبيقاتها في الدفع، والائتمان، وإدارة الثروات، والتقنيات الرقابية على قطاع البنوك التقليدية، وذلك من حيث كفاءة العمليات، وتحسين هيكل التكاليف، وتعزيز قدرات إدارة المخاطر، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة محليًا ودوليًا، وتكوّنت عينة الدراسة من مجموعة من المقالات العلمية والتقارير البحثية التي تناولت العلاقة بين التكنولوجيا المالية والقطاع المصرفي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا المالية أسهمت في إعادة تشكيل البنية الهيكلية للعمل المصرفي، من خلال رفع جودة الخدمات المالية، وتسريع العمليات، وتقليل التكاليف التشغيلية، وتعزيز قدرة البنوك على تحليل وإدارة المخاطر.

كما أبرزت النتائج وجود تحديات تواجه البنوك التقليدية، تمثلت في تراجع الحصة السوقية، وضعف القدرات الابتكارية، وتراجع قوة العلاقة مع العملاء.

وأوصت الدراسة بضرورة تسريع التحول الرقمي داخل البنوك، وتعزيز نماذج المصرفية المفتوحة، وتقوية الشراكة بين المؤسسات المصرفية وشركات التكنولوجيا المالية، إلى جانب رفع كفاءة الاستثمار في الابتكار والتقنيات الحديثة.

دراسة (Singh, 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التكنولوجيا المالية (FinTech) بأبعادها المتمثلة في العوامل الديموغرافية، ورضا المستخدم، والثقة، ونية استخدام منصات التكنولوجيا المالية على تجربة العملاء في مدينتي حيدر آباد وسيكوندر آباد خلال الفترة من مارس إلى مايو 2024.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل البيانات الميدانية المتعلقة بخصائص المستخدمين، ومستوى الثقة، ودرجة الرضا، ورغبتهم في الاستمرار باستخدام هذه المنصات.

وتكوّنت عينة الدراسة من مجموعة من المستخدمين لخدمات التكنولوجيا المالية من مختلف الفئات العمرية، والمستويات التعليمية، وشرائح الدخل، والحالات الوظيفية في المجتمع المحلي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن العمر، والجنس، والمستوى التعليمي لا تُعد عوامل مؤثرة بشكل كبير في تبني خدمات التكنولوجيا المالية، بينما يُعد كل من الحالة الوظيفية ومستوى الدخل من العوامل الأكثر تأثيراً في اعتماد هذه الخدمات؛ حيث ظهر أن الأفراد العاملين وذوي الدخل المنخفض هم الأكثر ميلاً لاستخدام هذه المنصات. كما أظهرت النتائج أن رضا المستخدم يلعب دوراً مهماً في تعزيز الثقة، وأن الثقة تُعد عاملاً حاسماً في تشكيل نية الاستمرار في استخدام خدمات التكنولوجيا المالية، في حين أن رضا المستخدم وحده لا يكفي دون وجود الثقة.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الشفافية، وتحسين الأمان، وتطوير بيئة رقمية موثوقة تلبي احتياجات المستخدمين المتنوعة، بما يساهم في رفع مستوى الثقة وتحفيز الاستخدام المستمر لمنصات التكنولوجيا المالية..

دراسة (Shodiev, 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التكنولوجيا المالية (FinTech) بأبعادها المتمثلة في تعزيز المنافسة، وتحسين تجربة العملاء، ورفع كفاءة العمليات، وتطوير نماذج الأعمال، على القطاع المصرفي التقليدي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بتأثير التكنولوجيا المالية على البنوك، وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من الأبحاث والتقارير الدولية والمحلية التي تناولت تطور التكنولوجيا المالية وآثارها على النظام المصرفي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا المالية ساعدت في تحسين جودة الخدمات المالية، وتسريع العمليات المصرفية، وتقليل التكاليف التشغيلية، وتوسيع الشمول المالي، وتعزيز قدرات إدارة المخاطر.

كما أدت إلى زيادة المنافسة داخل القطاع المصرفي ودفع البنوك التقليدية إلى تبني نماذج أعمال جديدة تعتمد على التقنيات الحديثة مثل سلاسل الكتل (Blockchain) والواجهات البرمجية المفتوحة (APIs) ، أظهرت النتائج أن هذا التطور يفرض تحديات تنظيمية ورقابية على البنوك تتطلب التكيف المستمر مع بيئة مالية متغيرة.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التحول الرقمي في البنوك، وتطوير شراكات مع شركات التكنولوجيا المالية، وتحسين الأطر التنظيمية بما يضمن الابتكار دون الإضرار بالاستقرار المالي...

دراسة (Waghamare, 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تبني خدمات التكنولوجيا المالية (FinTech) بأبعادها المتمثلة في سهولة الاستخدام، والتطور التكنولوجي، وإمكانية الوصول، والأمان، والتعليم الرقمي على رضا العملاء وتجربتهم في بعض بنوك مدينة كالبورغي (Kalaburagi)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل العوامل المؤثرة في تبني الخدمات الرقمية المصرفية، وقياس أثرها على رضا العملاء وتجربتهم، وتكونت عينة الدراسة من عملاء عدد من البنوك التي تعتمد خدمات التكنولوجيا المالية في معاملاتها اليومية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تبني التكنولوجيا المالية أسهم في تحسين تجربة العملاء من خلال توفير المعاملات السريعة، وزيادة مستويات الراحة، وتقديم خدمات أكثر تخصيصاً ، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز بروتوكولات الأمن الإلكتروني، وتطوير واجهات استخدام سهلة وواضحة، وتنفيذ برامج توعية وتدريب للعملاء لرفع مستوى الثقافة الرقمية.

دراسة (Handro, 2018)

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم تجربة العميل في القطاع المصرفي بأبعاده المتمثلة في رضا العملاء وجودة الخدمة، وذلك من خلال مراجعة الأدبيات العلمية والممارسات التطبيقية، وبيان دورهما كمدخلين أساسيين لتكوين تجربة العميل داخل البنوك في ظل انتشار خدمات التكنولوجيا المالية (FinTech)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ، وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من الأدبيات والبحوث المتعلقة بتجربة العميل ورضا العملاء وجودة الخدمة في القطاع المصرفي، مع التركيز على البيئات المصرفية المتأثرة بالتكنولوجيا المالية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا المالية أحدثت تحولاً جذرياً في توقعات وسلوكيات العملاء، مما أدى إلى إعادة تشكيل طريقة تفاعلهم مع البنوك، كما أكدت النتائج أن رضا العميل وجودة الخدمة يمثلان أساساً مهماً لتكوين تجربة عميل إيجابية، وأن أي قصور في أحدهما ينعكس مباشرة على مستوى ولاء العميل وثقته. وأشارت الدراسة إلى ضرورة تحقيق توازن بين التقدم التقني وتلبية توقعات العملاء لتجنب اتساع الفجوة بين ما يريده العميل وما تقدمه المؤسسات المالية.

وأوصت الدراسة بضرورة أن تعتمد البنوك سياسات مرنة وأكثر رشاقة في التعامل مع التطورات التكنولوجية، وتعزيز الابتكار في تصميم الخدمات المصرفية الرقمية.

دراسة (Arora et al., 2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تجربة العملاء تجاه خدمات التكنولوجيا المالية المدعومة بالذكاء الاصطناعي (AI-Based FinTech)، وذلك من خلال تصنيف وترتيب أهم العوامل الفرعية والرئيسية التي تشكل تصورات العملاء لهذه الخدمات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ذي الطابع الكمي، و عينة مكونة من 970 مستجيباً من أربع مدن هندية: مومباي، دلهي، كولكاتا، وتشيناى؛ وتوصلت الدراسة إلى أن أعلى ثلاثة عوامل تأثيراً على تجربة العملاء، كما بينت نتائج المعايير الفرعية أن أهم المؤثرات كانت: إدراك العميل بأن استخدام التكنولوجيا المالية المدعومة بالذكاء الاصطناعي يعزز فعاليته في إدارة المحافظ المالية.

وأشارت الدراسة إلى أن الثقة، الالتزام بالعلاقة، التخصيص، التوجهات الاجتماعية، والضعف الإدراكي تشكل أبعاداً مكملية في تكوين تجربة العميل، لكنها بدرجات تأثير متفاوتة مقارنة بالعوامل الثلاثة الرئيسية. وأوصت الدراسة بضرورة أن تركز الشركات والمؤسسات المالية على تعزيز جودة الخدمات المقدمة عبر الذكاء الاصطناعي.

دراسة (Adke et al., 2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التقنيات الرقمية الحديثة والمتمثلة في الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي والقنوات الرقمية على إدارة تجربة العملاء في البنوك التجارية في دول رابطة دول جنوب شرق آسيا (ASEAN)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من

مجموعة من الأبحاث والتقارير الدولية الرسمية الصادرة عن الهيئات التنظيمية في دول مثل سنغافورة والفلبين وإندونيسيا.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التقنيات السحابية تسهم في رفع كفاءة البنية التكنولوجية للبنوك وتسهيل تقديم خدمات أسرع وأكثر مرونة، بينما يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين التخصيص والتفاعل الذكي مع العملاء عبر تحليل البيانات، كما أوضحت النتائج أن القنوات الرقمية أصبحت منصة مركزية لبناء علاقات مستدامة مع العملاء، خاصة مع ارتفاع وعي العملاء الرقمي وتعدد علاقاتهم بجهات مصرفية مختلفة.

دراسة (Kumar & Kumar, 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التكنولوجيا المالية (FinTech) بأبعادها (تعزيز الشمول المالي، تحسين كفاءة الخدمات المصرفية، وتسهيل الوصول للخدمات المالية) على تطوير الخدمات المصرفية في الهند، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة، وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من المؤسسات المصرفية والمستخدمين لخدمات المحافظ الرقمية والإقراض الإلكتروني والتطبيقات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا المالية أسهمت في تحسين تجربة العملاء، وتبسيط الإجراءات المصرفية، وخفض التكلفة والوقت، وتعزيز الشمول المالي خاصة في المناطق الريفية والنائية، إلى جانب دفع البنوك نحو التحول الرقمي والشراكة مع شركات التكنولوجيا المالية. كما أشارت إلى وجود تحديات مثل المخاطر السيبرانية ومتطلبات الامتثال التنظيمي وضعف الثقافة الرقمية لدى بعض الفئات.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الأمن السيبراني، وتطوير البنية التحتية الرقمية، ودعم برامج التثقيف المالي، وتوسيع الشراكات بين البنوك وشركات التكنولوجيا المالية لضمان نظام مصرفي رقمي شامل ومستدام.

دراسة (Ali, 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التكنولوجيا المالية (FinTech) والخدمات المصرفية الرقمية بأبعادها (المدفوعات الرقمية، والخدمات المصرفية عبر الهاتف، وتقنيات البلوك تشين، والذكاء الاصطناعي) على البنوك التجارية في سلطنة عُمان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع الاعتماد على

بيانات كمية ونوعية لقياس أثر هذه التقنيات على كفاءة العمليات وتجربة العملاء والشمول المالي. وتكونت عينة الدراسة من عملاء وموظفي عدد من البنوك التجارية التي تبنت الأنظمة المصرفية الرقمية في سلطنة عُمان.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا المالية ساهمت في تحسين الكفاءة التشغيلية، وتسهيل الوصول للخدمات، وتعزيز القدرة التنافسية للبنوك، ورفع مستوى تجربة العملاء والشمول المالي. كما بينت الدراسة وجود تحديات تمثلت في مخاطر الأمن السيبراني، والامتثال التنظيمي، والحاجة المستمرة لتطوير البنية التحتية الرقمية.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز برامج الأمن السيبراني، وتطوير الأطر التنظيمية الداعمة للابتكار، وتوسيع الاستثمار في التحول الرقمي، وتوفير برامج تدريبية لرفع الوعي الرقمي لدى المستخدمين والعاملين في القطاع المصرفي لضمان تحول رقمي مستدام.

دراسة (المغربى والشهرى، 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تقنية سلاسل الكتل (Blockchain) بأبعادها (الأمان، الخصوصية، الشفافية، وتخفيض تكلفة المعاملات) على تطوير صناعة التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال تصميم استبانة إلكترونية لقياس اتجاهات المستخدمين نحو استخدام تقنية سلاسل الكتل في عمليات الشراء والدفع عبر الإنترنت.

وتكوّنت عينة الدراسة من (264) فردًا من العملاء الإلكترونيين ممن لديهم خبرة في استخدام خدمات التجارة الإلكترونية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن تقنية سلاسل الكتل تعد تطورًا تقنيًا فعالًا يساهم في تحسين عمليات الدفع الإلكتروني، وزيادة مستوى الأمان والخصوصية، وتقليل تكلفة المعاملات، وتسريع الإجراءات، وتعزيز الشفافية والثقة بين المتعاملين، مما يدعم نمو التجارة الإلكترونية في المملكة.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز تبني تقنية سلاسل الكتل في المؤسسات التجارية الإلكترونية، وتطوير البنية التحتية الرقمية الداعمة لها، وزيادة الوعي والتدريب للمستخدمين والشركات حول فوائد التقنية، بما يساهم في دعم الاقتصاد الرقمي وتحسين تجربة المستخدم في المملكة العربية السعودية..

دراسة (عبدالخالق وآخرون، 2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تجربة العميل بأبعادها (الحسية، العاطفية، الإدراكية، السلوكية، وتجربة الارتباط) على شخصية العلامة التجارية في شركات الطيران في مصر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة باستخدام برنامج SPSS. وتكونت عينة الدراسة من مجموعة من ركاب شركات الطيران في مصر ممن لديهم تجارب سابقة مع الخدمات المقدمة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير ذو دلالة معنوية بين أبعاد تجربة العميل وشخصية العلامة التجارية، مما يشير إلى أن تحسين التجربة الإدراكية والعاطفية والسلوكية والارتباطية للعميل يساهم بشكل مباشر في تعزيز صورة وشخصية العلامة لدى العملاء.

وأوصت الدراسة بضرورة أن تقوم شركات الطيران بوضع استراتيجيات فعّالة لتحسين تجربة العملاء من خلال الاهتمام بالتفاصيل الحسية والعاطفية أثناء تقديم الخدمة، وتفعيل أساليب تعزز الارتباط المستمر بين العميل والعلامة التجارية، بما يعزز ولاء العملاء ويدعم القدرة التنافسية..

دراسة (العرفي، 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر خدمات ما قبل البيع بأبعادها (الاستجابة الأولية لمتطلبات العميل، إنجاز التصاميم والتسعير، جدولة الإنتاج والشحن، التواصل مع العميل ما قبل البيع) على تحسين تجربة العميل في شركات التغليف بقطاع الكرتون المضلع في المملكة العربية السعودية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم قياس متغيرات الدراسة من خلال أداة الاستبانة. وتكونت عينة الدراسة من (384) فردًا من عملاء شركات التغليف بقطاع الكرتون المضلع في السعودية، وذلك باستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر طردي ذو دلالة إحصائية لخدمات ما قبل البيع بأبعادها المذكورة على تحسين تجربة العميل، مما يؤكد أن جودة التعامل مع العميل قبل عملية البيع تُعد عاملاً رئيسياً في تعزيز تجربته ورضاه.

وأوصت الدراسة بضرورة تقديم برامج تدريبية للعاملين بهدف رفع قدرتهم على فهم احتياجات العملاء وتعزيز مهارات التواصل معهم قبل البيع، إضافة إلى تحديث عمليات تصميم المنتجات وسياسات التسعير بشكل مستمر لضمان توافقها مع توقعات العملاء ومتطلبات السوق المتغيرة.

دراسة (كنده والعقار، 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام وتطبيق التقنيات المالية التكنولوجية بأبعادها (مكونات التكنولوجيا، أنواع التكنولوجيا المستخدمة، ومعوقات تطبيقها) على أداء المصارف السودانية في مدينة الخرطوم، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في تناول البيانات وتحليل واقع تطبيق التقنيات المالية، وتكوّنت عينة الدراسة من عدد من المصارف العاملة بمدينة الخرطوم التي تعتمد على التقنيات المالية في أنشطتها المختلفة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المصارف السودانية تستخدم التقنيات المالية التكنولوجية في عدد من عملياتها المصرفية بهدف تحسين الأداء وتحقيق أهدافها، إلا أن هناك معوقات وصعوبات تحول دون التطبيق الكامل لهذه التقنيات، من أبرزها ضعف البنية التحتية التقنية، ومشكلات شبكات الإنترنت، والتحديات الأمنية المتعلقة بحماية المعلومات.

وأوصت الدراسة بضرورة وضع سياسات وتشريعات تنظيمية توازن بين الابتكار وحماية العملاء، إلى جانب تحسين شبكات الإنترنت وتعزيز أمن المعلومات داخل الأنظمة المصرفية، بما يساهم في دعم تطبيق فعال ومستدام للتقنيات المالية في المصارف السودانية.

الفجوة البحثية:

اتفقت الدراسات السابقة بمجملها، سواء التي تناولت التكنولوجيا المالية على المستوى المصرفي (Ye, 2025؛ Shodiev, 2024؛ Kumar & Kumar, 2025؛ Ali, 2025)، أو التي ركزت على تجربة العميل (Handro, 2018)؛ (Adke et al., 2022)، على أن التقنيات المالية أصبحت أحد أهم محفزات التحول في القطاع المصرفي، وأنها تسهم في تحسين جودة الخدمات وتقليل الوقت والتكلفة وتعزيز التفاعل الرقمي مع العملاء. وهذا يتقاطع مع توجه الدراسة الحالية التي تهدف إلى قياس أثر هذه التقنيات على تطوير تجربة العملاء.

إلا أن العديد من الدراسات السابقة اعتمدت على تحليل الأدبيات والمصادر الثانوية دون تطبيق ميداني مباشر على بيانات مصرفية محددة (مثل دراسات Ye, 2025؛ Shodiev, 2024؛ Kumar & Kumar, 2025)، بينما تركز الدراسة الحالية على بيئة ميدانية محددة وهي البنك الأهلي السعودي، بما يمثل إطارًا تطبيقيًا واقعيًا يعكس خصوصية القطاع المصرفي السعودي في ظل التحول الرقمي ورؤية 2030.

توجهت بعض الدراسات إلى دراسة رضا العملاء أو نية الاستخدام أو الثقة (مثل Singh, 2024؛ Arora et al., 2023؛ Waghamare, 2025)، لكنها لم تدرس تجربة العميل كمتغير أحادي متكامل يعكس تفاعل العميل مع الخدمة عبر مراحلها المختلفة. أما الدراسة الحالية فتتميز باعتبار تجربة العميل متغيرًا تابعًا رئيسيًا يُقاس بصورة شاملة، وليس مجرد مؤشرات جزئية (مثل الرضا أو الولاء أو الثقة).

كما ركزت دراسات أخرى على تأثير التكنولوجيا المالية من منظور اقتصادي أو تشغيلي (مثل Ye, 2025؛ Shodiev, 2024؛ العريفي, 2024؛ كنده والعقار, 2025)، في حين لم تتناول بصورة مباشرة البعد التجريبي التفاعلي للعميل داخل الخدمات المصرفية اليومية. أما الدراسة الحالية، فإنها تتجه إلى قياس كيف ينعكس تطبيق التكنولوجيا المالية فعليًا على شعور العميل، وسهولة تعاملاته، وثقته، ورضاه، وتفاعله مع البنك.

وبناءً على ذلك، تظهر الفجوة البحثية في أن الدراسات السابقة لم تقم بربط أبعاد التكنولوجيا المالية المحددة (المدفوعات الرقمية، الخدمات المصرفية عبر الهاتف، الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء، الأمن السيبراني) بتطوير تجربة العميل داخل سياق مصرفي سعودي محدد. ولذلك تأتي الدراسة الحالية

لتقديم إطار بحثي تطبيقي قائم على قياس هذه العلاقة داخل البنك الأهلي السعودي، وبذلك فهي تسد فجوة معرفية على مستوى المجال، والسياق، وعناصر القياس، وأسلوب التحليل.

المنطلقات النظرية للدراسة:

أولاً: مفهوم التقنيات المالية (FinTech)

يشير مفهوم التقنيات المالية (Financial Technology – FinTech) إلى استخدام التكنولوجيا الرقمية في تصميم وتطوير وتقديم الخدمات المالية والمصرفية بطرق مبتكرة تتسم بالكفاءة والسرعة والمرونة. وقد ظهر هذا المفهوم نتيجة للتطور المتسارع في تقنيات المعلومات والاتصالات، والاعتماد المتزايد على البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي والمنصات السحابية، مما أسهم في توفير حلول مالية تفاعلية تلئم احتياجات العملاء وتحسن من جودة الخدمات المقدمة إليهم، وتعد التقنيات المالية اليوم جزءاً مركزياً في بنية الاقتصاد الرقمي، كونها تشكل نقطة لقاء بين القطاعين المالي والتقني بهدف تعزيز الشمول المالي، وتطوير المنتجات المصرفية، وإعادة هيكلة نماذج الأعمال التقليدية نحو نماذج أكثر حداثة وفاعلية (Ye, 2025).

وتتميز التقنيات المالية بأنها لا تعتمد فقط على استبدال الخدمات التقليدية بأخرى إلكترونية، بل تسعى إلى إعادة تشكيل التجربة المصرفية كاملة، بما في ذلك آليات التفاعل مع العميل، وأساليب معالجة البيانات المالية، وطرق تقديم الحلول المصرفية بما يتناسب مع سلوك العميل الرقمي المعاصر، كما أصبحت التقنيات المالية عاملاً محورياً في زيادة التنافس بين المصارف المحلية والدولية، وبين المؤسسات المالية وشركات التكنولوجيا التي بدأت في تقديم خدمات مالية متقدمة، الأمر الذي دفع البنوك إلى الاستثمار بشكل أكبر في تحديث أنظمتها وتطوير قنواتها الرقمية.

ثانياً: أبعاد التقنيات المالية في السياق المصرفي

تتعدد الأبعاد التي تتجلى من خلالها التقنيات المالية في القطاع المصرفي، وقد ركزت الدراسة الحالية على أربعة أبعاد محورية تتوافق مع أحدث التطبيقات المستخدمة في البنوك التجارية:

المدفوعات الرقمية

تشمل جميع أنظمة الدفع الإلكتروني التي تتيح للعملاء تحويل الأموال، دفع الفواتير، والشراء عبر الإنترنت أو من خلال نقاط البيع دون الحاجة للتعامل المباشر مع النقود الورقية، وقد أسهمت هذه الوسائل في تحسين انسيابية المعاملات وتقليل الوقت والجهد المبذول من العملاء، إضافة إلى تحسين الأمن والموثوقية في تنفيذ العمليات المالية (Waghamare, 2025) .

الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

تُعد تطبيقات الهواتف الذكية أحد أهم مظاهر التحول الرقمي المصرفي، حيث تتيح للعملاء الوصول إلى الحسابات وإجراء التحويلات، وتمويل المنتجات، وطلب الخدمات المصرفية بسهولة وفي أي وقت، وقد أثبتت التجارب العملية أن هذه التطبيقات تسهم بشكل مباشر في تعزيز رضا العملاء من خلال توفير الراحة وسهولة الاستخدام (Singh, 2024) .

الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء

يُستخدم الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك العملاء وتقديم توصيات شخصية، ومعالجة الاستفسارات عبر الروبوتات التفاعلية (Chatbots) ، والتنبؤ بالاحتياجات المصرفية المستقبلية للعميل، ويسهم ذلك في تحسين جودة الخدمة، وزيادة كفاءة التفاعل، وتقديم حلول أكثر سرعة ومرونة (Arora et al., 2023) .

الأمن السيبراني وحماية البيانات

يمثل الأمن السيبراني الدعامة الأساسية لضمان استمرار الخدمات الرقمية بثقة؛ إذ تتطلب المعاملات المصرفية الإلكترونية حماية البيانات الشخصية والمالية من الاختراق أو إساءة الاستخدام، وتؤكد الأدبيات المصرفية أن ثقة العميل بالخدمات الرقمية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى قوة الأنظمة الأمنية المعتمدة . (Ali, 2025)

ثالثاً: مفهوم تجربة العميل

تُعرّف تجربة العميل على أنها الانطباع الإدراكي والتفاعلي الذي يتكون لدى العميل نتيجة جميع نقاط الاتصال التي يمر بها أثناء التعامل مع البنك، وتشمل هذه التجربة الجوانب الإدراكية والسلوكية والعاطفية

التي يشعر بها العميل أثناء استخدامه للخدمات، بدءًا من سهولة الحصول على المعلومات، مرورًا بجودة الخدمة وسلاسة الإجراءات، وصولًا إلى مستوى الثقة والراحة أثناء التعامل (Handro, 2018) .

وتعد تجربة العميل مفهومًا مركزيًا في تقييم نجاح الخدمات المصرفية الرقمية، إذ لم يعد رضا العميل يُقاس بجودة المنتج فقط، بل يُقاس بمدى سلاسة العملية بأكملها، من بداية التفاعل إلى إتمام الخدمة، ومدى شعور العميل بأنه يحصل على خدمة متكاملة ومرنة تتناسب مع احتياجاته وتوقعاته.

رابعًا: أهمية تطوير تجربة العميل في البنوك التجارية

ترتبط تجربة العميل بقدرة البنك على الحفاظ على قاعدة عملائه وتعزيز ولائهم، خاصة في ظل البيئة الرقمية التي أصبح فيها الانتقال من بنك لآخر سهلاً وسريعاً، كما أن تجربة العميل أصبحت عاملاً تنافسياً رئيسياً في تمييز البنوك عن بعضها البعض، خصوصاً مع وجود منصات مالية رقمية تقدم خدمات مشابهة أو بديلة، وقد أكدت الأبحاث الحديثة أن تطوير تجربة العميل يؤدي إلى تعزيز الثقة بالعمليات الرقمية، وإلى تقليل مستوى الغموض والمخاطر الإدراكية لدى المستهلك، وإلى زيادة الاستخدام المستدام للخدمات المصرفية (Adke et al., 2022) .

خامسًا: العلاقة بين التقنيات المالية وتجربة العميل

تؤثر التقنيات المالية على تجربة العميل من خلال مجموعة من المسارات التي تشمل:

- تبسيط المعاملات وتسريع الإجراءات عبر القنوات الرقمية.
- تقديم خدمات مخصصة تعتمد على تحليل سلوك العميل.
- رفع مستوى الأمان والمصادقية داخل البيئة الرقمية.
- تعزيز التفاعل المباشر مع العملاء دون قيود زمانية أو مكانية.

وقد أشارت عدة دراسات إلى أن نجاح البنوك في الاستفادة من التقنيات المالية يرتبط بقدرتها على مواكبة التقنية مع احتياجات العملاء وليس فقط تبنيها على المستوى التقني (Kumar & Kumar, 2025) .

المنهجية وطرق البحث:

أولاً: منهج الدراسة

نظراً لطبيعة موضوع الدراسة وأهدافها التي تسعى إلى تحليل أثر تطبيق التقنيات المالية (FinTech) بأبعادها المختلفة على تطوير تجربة العملاء في البنك الأهلي السعودي، فقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الأكثر ملاءمة لدراسة الظواهر كما هي في واقعها الفعلي، وتحليل العلاقات بين المتغيرات موضوع البحث.

يتيح المنهج الوصفي التحليلي وصف المتغيرات المدروسة وصفاً كمياً وموضوعياً، ومن ثم تحليل العلاقات والروابط الإحصائية بينها؛ وذلك للكشف عن أثر المتغير المستقل (التقنيات المالية بأبعاده) على المتغير التابع (تطوير تجربة العملاء).

وقد تم تنفيذ ذلك من خلال:

1. جمع البيانات الثانوية من الأدبيات العلمية، والبحوث السابقة، والتقارير الرسمية ذات الصلة بالتقنيات المالية والتحول الرقمي المصرفي.

2. جمع البيانات الأولية الميدانية باستخدام أداة الاستبانة الإلكترونية المصممة وفق أبعاد الدراسة، والموجهة إلى عينة من عملاء البنك الأهلي السعودي ممن سبق لهم استخدام الخدمات المصرفية الرقمية.

ثانياً: مجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة جميع عملاء البنك الأهلي السعودي المستخدمين للخدمات المصرفية الرقمية. ويُعد البنك الأهلي السعودي من أكبر البنوك التجارية في المملكة من حيث حجم العملاء؛ حيث بلغ عدد عملائه أكثر من (9.8) مليون عميل وفق التقرير السنوي للبنك لعام (2024)، ونظراً لأن الدراسة تتناول أثر التقنيات المالية على تجربة العملاء الرقمية، فإن المجتمع المستهدف يُقصد به العملاء الذين يقومون باستخدام الخدمات الإلكترونية للبنك مثل تطبيق الهاتف المحمول، والإنترنت المصرفي، والمدفوعات الرقمية، والخدمات الذكية المدعومة بالذكاء الاصطناعي..

ثالثاً: عينة الدراسة

نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة وتعذر دراسة جميع العملاء بشكل كامل، فقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار عينة ممثلة من العملاء المستخدمين للخدمات الرقمية للبنك الأهلي السعودي. وتم حساب الحد الأدنى لحجم العينة باستخدام معادلة كوتشران (Cochran, 1977) عند مستوى ثقة (95%) وهامش خطأ (5%)، مما أسفر عن حجم عينة لا يقل عن (384) مستجيباً.

وبناءً على ذلك، فقد تم توزيع الاستبانة إلكترونياً على عملاء البنك الأهلي السعودي ممن لديهم تعاملات رقمية نشطة، وتم استرداد عدد من الاستجابات قابل للتحليل الإحصائي بما يلبي متطلبات اختبار فرضيات الدراسة واستخلاص النتائج.

رابعاً: أداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات الأولية على أداة الاستبانة الإلكترونية؛ وذلك نظراً لملاءمتها لطبيعة مجتمع الدراسة المتمثل في العملاء المستخدمين للخدمات المصرفية الرقمية للبنك الأهلي السعودي، إضافةً إلى سهولة توزيعها والوصول إلى أفراد العينة بطريقة مناسبة وفعّالة، وقد تم تصميم الاستبانة استناداً إلى الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة ذات الصلة، بحيث تغطي جميع أبعاد المتغير المستقل (التقنيات المالية) والمتغير التابع (تطوير تجربة العميل).

وتكونت الاستبانة من ثلاثة أجزاء رئيسية على النحو الآتي:

1. الجزء الأول: البيانات الديموغرافية

ويتضمن مجموعة من الأسئلة التعريفية المتعلقة بخصائص أفراد العينة مثل: (العمر، المستوى التعليمي، الحالة الوظيفية، مدة استخدام الخدمات المصرفية الرقمية)، وذلك بهدف تحليل النتائج وفق خصائص المستجيبين.

2. الجزء الثاني: أبعاد التقنيات المالية (المتغير المستقل)

وشمل أربعة محاور رئيسية:

○ المدفوعات الرقمية

- الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول
 - تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء
 - الأمن السبراني وحماية البيانات
- وقد تم قياس كل محور من خلال مجموعة من العبارات التي تعبر عن مستوى إدراك العميل لهذه التقنيات وطبيعة تجربته معها.

3. الجزء الثالث: تطوير تجربة العميل (المتغير التابع)

ويتضمن مجموعة من العبارات التي تقيس تجربة العميل بصورة مباشرة من حيث: سهولة الوصول، الراحة، الانسيابية، الثقة، وسلاسة التفاعل مع البنك.

وقد استخدمت الدراسة مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المشاركين، حيث تم تحديد قيم الإجابة على النحو التالي: (1 = أعارض بشدة، 2 = أعارض، 3 = محايد، 4 = أوافق، 5 = أوافق بشدة)، وذلك لقياس درجة اتفاق المستجيبين مع عبارات الاستبانة بشكل كمي قابل للتحليل الإحصائي..

خامساً: أساليب التحليل الإحصائي

بعد الانتهاء من جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، تم إدخالها ومعالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) نظراً لقدرته على تحليل البيانات الكمية واختبار الفرضيات البحثية بدقة. وقد تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة متغيرات الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

1. الإحصاءات الوصفية: (Descriptive Statistics)

وذلك بهدف وصف خصائص العينة وتلخيص البيانات من خلال:

- الوسط الحسابي
 - الانحراف المعياري
 - التكرارات
 - النسب المئوية
- وذلك لتحديد مستوى إدراك أفراد العينة لأبعاد التقنيات المالية ومستوى تطوير تجربة العميل.

2. اختبار الثبات الداخلي لأداة الدراسة: (Reliability Analysis)

تم استخدام معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للتحقق من مدى ثبات وموثوقية فقرات الاستبانة، والتأكد من صلاحيتها للاستخدام في التحليل الإحصائي.

3. تحليل الارتباط: (Correlation Analysis)

تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغير المستقل (التقنيات المالية) والمتغير التابع (تطوير تجربة العميل).

4. تحليل الانحدار الخطي المتعدد: (Multiple Linear Regression)

وذلك لقياس أثر أبعاد التقنيات المالية مجتمعة على تطوير تجربة العميل، والتحقق من الفرضية الرئيسية للدراسة.

5. اختبارات الفرضيات الفرعية:

تم استخدام الانحدار البسيط (Simple Linear Regression) لتحليل أثر كل بُعد من أبعاد التقنيات المالية بشكل منفصل على تطوير تجربة العميل، وذلك بهدف التحقق من الفرضيات الفرعية للدراسة.

سابعاً: حدود الدراسة

👉 الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة على البنك الأهلي السعودي باعتباره أحد أكبر البنوك التجارية في المملكة العربية السعودية.

👉 الحدود الزمنية: سيتم تنفيذ الدراسة وجمع بياناتها خلال العام 2025م.

👉 الحدود الموضوعية: تتناول الدراسة أثر تطبيق التقنيات المالية (FinTech) بأبعادها المحددة (المدفوعات الرقمية، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء، الأمن السيبراني وحماية البيانات) على تطوير تجربة العميل.

👉 الحدود البشرية: اقتصر عينة الدراسة على عملاء البنك الأهلي السعودي المستخدمين للخدمات المصرفية الرقمية.

المراجع

- ✍ عبد الخالق، شيماء محمد محمود، عبد الحميد، طلعت أسعد، و السطوحى، أحمد محمد السيد أحمد. (2023). أثر تجربة العميل على شخصية العلامة التجارية: دراسة ميدانية بالتطبيق على ركاب شركات الطيران في مصر. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج14، ع4، 430 - 453. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1505315>
- ✍ العريفي، خالد أحمد علي، و جادو، أميرة محمد شوقي عبد النبي. (2024). أثر خدمات ما قبل البيع في تحسين تجربة عميل شركات التغليف: قطاع الكرتون المضلع في السعودية. المجلة العربية للنشر العلمي، ع67، 58 - 85. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1547484>
- ✍ كندة، رضوان النيل، و العقار، ناهد إبراهيم محمد. (2025). واقع تطبيق التقنيات المالية التكنولوجية في المصارف السودانية 2022 م. مجلة القلزم للدراسات الأمنية والاستراتيجية، ع16، 123 - 150. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1550070>
- ✍ المغربي، فاطمة بنت سمير، و الشهري، شذى بنت معدي بن مغرم. (2024). أثر تقنية سلاسل الكتل "Blockchain" في التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. المجلة العربية للإدارة، مج44، ع5، 55 - 75. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1551598>

- ✍ Adke, V., Bakhshi, P., & Askari, M. (2022). Impact of Disruptive Technologies on Customer Experience Management In ASEAN: A Review. 364-368. <https://doi.org/10.1109/ICOCO56118.2022.10031882>

- Ali, M. E. (2025). The Role of Fintech and Digital Banking Systems in Commercial Banks in Oman. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, IX(IIIS), 926–935. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.903sedu0066>
- Arora, A., Gupta, S., Devi, C., & Walia, N. (2023). Customer experiences in theeraofartificial intelligence (AI) in context to FinTech: a fuzzy AHP approach. *Benchmarking*. <https://doi.org/10.1108/bij-10-2021-0621>
- Handro, P. O. (2018). The Role Of Customer Experience In Retail Banking And The Rise Of Fintechs. *Annals – Economy Series*, 1, 175–185. <https://ideas.repec.org/a/cbu/jrnlec/y2018v1p175-185.html>
- Kumar, S., & Kumar, A. (2025). A Study on Impact of Fintech on Banking Services. *International Journal Of Recent Trends In Multidisciplinary Research*, 70–73. <https://doi.org/10.59256/ijrtmr.20250502011>
- Shodiev, O. (2024). Fintech and its impact on traditional banks. *European International Journal of Multidisciplinary Research and Management Studies*, 4(4), 158–166. <https://doi.org/10.55640/eijmrms-04-04-25>
- Singh, M. (2024). A study on the impact of fintech on customer experience. *Indian Scientific Journal Of Research In Engineering And Management*, 08(06), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijrsrem35438>
- Waghamare, S. (2025). Fintech Adoption and Its Effect on Customer Satisfaction and Experience: A Study of Select Banks in kalaburagi. *IOSR Journal of Business and Management*, 14th(15th), 74–81. <https://doi.org/10.9790/487x-conf7481>

☞ Ye, X. (2025). Research On the Impact of Financial Technology Development on The Banking Industry. Highlights in Business, Economics and Management, 50, 112–118.
<https://doi.org/10.54097/wdd0v082>

Mid Ocean University

College of Management

Master of Financial Technology



**The impact of applying financial technologies
(FinTech) on developing customer experience in
Saudi commercial banks - an applied study on the
Saudi National Bank**

Prepared by:

Mohammed Abdullah Mohammed Almutairan

252000557

Supervision:

Dr. Al-Faisal Abdelhamid Mohamed Hassan

Dr. Fayez Jarad

1447-2025