

كلية الإدارة

قسم / تخصص ماجستير إدارة الأعمال

النسخة العربية



عنوان البحث :

أثر جودة الخدمة الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الرقمية في
السعودية

الطالبة :

مشاعل سعد القحطاني

إشراف:

د. فايز الجراد

العام الدراسي /

٢٠٢٦

المقدمة:

يشهد القطاع المصرفي في المملكة العربية السعودية طفرة غير مسبقة، حيث انتقل التركيز من "عدد الفروع" إلى "كفاءة التطبيقات". ومع تسارع التحول الرقمي المدعوم برؤية 2030، لم يعد التنافس بين البنوك قائمًا على الانتشار الجغرافي، بل على جودة التجربة الرقمية المقدمة عبر الهواتف الذكية. ومع ظهور البنوك الرقمية بالكامل مثل: بنك دال ٣٦٠ وبنك أس تي سي، أصبح العميل السعودي أكثر وعيًا وتطلبًا؛ فهو لا يبحث فقط عن خدمة بنكية تقليدية، بل يسعى إلى تجربة رقمية متكاملة تتسم بالسرعة، والأمان، وسهولة الاستخدام، والابتكار المستمر.

وقد أسهم الانتشار الواسع للهواتف الذكية وارتفاع مستوى الثقافة التقنية لدى أفراد المجتمع في تعزيز هذا التحول، مما جعل الخدمات المصرفية الإلكترونية جزءًا أساسيًا من الحياة اليومية، سواء في عمليات التحويل، أو الادخار، أو الاستثمار، أو حتى إدارة المصروفات الشخصية. كما أن شريحة الشباب - التي تمثل نسبة كبيرة من المجتمع - تميل بطبيعتها إلى الحلول الرقمية السريعة التي توفر الوقت والجهد، وهو ما زاد من حدة المنافسة بين البنوك الرقمية لتقديم أفضل تجربة ممكنة.

تكمن أهمية جودة الخدمة الإلكترونية في كونها المحرك الأساسي لرضا العميل واستمراريته؛ ففي عالم لا يوجد فيه موظف استقبال أو مدير فرع ملموس، يصبح "التطبيق" هو وجه البنك وصورته الذهنية لدى العميل. جودة التصميم، وسهولة التنقل بين الصفحات، وسرعة تنفيذ العمليات، ومستوى الحماية والأمان، كلها عناصر تشكل الانطباع العام عن البنك. فإذا نجح التطبيق في تحقيق معايير الجودة العالمية، فإنه يبني جسراً من الثقة والولاء طويل الأمد مع العميل، أما إذا أخفق، فإن تكلفة الاستغناء عن البنك لا تتعدى "نقرة زر" واحدة، لينتقل العميل إلى منافس آخر يقدم تجربة أفضل.

مشكله الدراسة :

المشكلة في البنوك الرقمية السعودية اليوم لا تكمن في توافر التقنية؛ فمعظم البنوك تمتلك تطبيقات وخدمات رقمية متقدمة. وإنما تتمثل المشكلة في جودة التجربة المقدمة للعميل. فقد أصبح العميل السعودي أكثر وعياً وارتفاعاً في مستوى التوقعات، نتيجة اعتياده على خدمات حكومية رقمية سريعة وفعالة مثل تطبيق أبشر وتطبيق توكلنا، كما أصبح يقارن بين تجربة بنكه الرقمي وأي تطبيق عالمي يستخدمه في حياته اليومية.

وتسعى هذه الدراسة إلى معالجة الفجوة القائمة من خلال الإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. إشكالية الثقة:

كيف يستطيع البنك الرقمي إقناع العميل السعودي بإيداع أمواله وإدارة شؤونه المالية بالكامل عبر شاشة إلكترونية فقط، دون وجود فرع تقليدي يمكن الرجوع إليه عند حدوث خلل تقني؟

2. اختبار الاستمرارية والكفاءة:

هل تُعد جودة النظام وقدرته على العمل على مدار الساعة دون انقطاع العامل الرئيس في تحقيق رضا العميل؟ أم أن تصميم واجهة الاستخدام وسهولة التنقل بين الخصائص والخدمات تمثل العنصر الحاسم في تكوين تجربة إيجابية؟

3. خدمة العملاء الرقمية:

هل يسهم الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي وأنظمة الدردشة الآلية في رفع مستوى رضا العملاء وتسريع حل المشكلات؟ أم أن غياب التفاعل البشري المباشر قد يؤدي إلى شعور بالإحباط يدفع العميل إلى ترك البنك؟

وتتمثل جوهر المشكلة في أن بعض البنوك الرقمية قد تركز على المظهر التقني والتصميم الجذاب، على حساب جودة الخدمة الفعلية وكفاءتها التشغيلية، مما يؤدي إلى فقدان العملاء عند أول تجربة سلبية أو عطل تقني. ومن هنا تنطلق هذه الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس:

ما المعايير الجوهرية في جودة الخدمة المصرفية الرقمية التي تجعل العميل السعودي يشعر بالرضا الحقيقي ويستمر في التعامل مع البنك؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تأتي في ظل مرحلة التحول الوطني الكبرى التي تشهدها المملكة العربية السعودية، ويمكن إبراز هذه الأهمية في النقاط الآتية:

أولاً: دعم مستهدفات رؤية 2030

تسعى المملكة، في إطار رؤية السعودية 2030، إلى تعزيز التحول الرقمي والوصول إلى مجتمع أقل اعتماداً على النقد. ولا يمكن تحقيق هذا الهدف إلا من خلال بنوك رقمية تتمتع بدرجة عالية من الكفاءة والموثوقية، بحيث يشعر العميل بالأمان والثقة الكاملة عند إجراء تعاملاته المالية إلكترونياً دون تردد.

ثانياً: تعزيز القدرة التنافسية التقنية

أصبحت المنافسة في القطاع المصرفي السعودي لا تقوم على حداثة البنك أو قدمه، بل على جودة التطبيق الرقمي وسرعة أدائه وكفاءته. فالتفوق اليوم يُقاس بمدى استقرار الأنظمة، وسرعة تنفيذ العمليات، وسهولة الاستخدام. ومن ثمّ، تمثل جودة الخدمة الرقمية العامل الحاسم في بقاء البنك واستمراره في سوق يتسم بتنافسية عالية.

ثالثاً: فهم سلوك العميل السعودي الرقمي

أصبح العميل السعودي أكثر وعياً ودقة في تقييم الخدمات الرقمية، كما بات سريع الانتقال بين التطبيقات عند عدم رضاه عن مستوى الأداء أو الخدمة. ومن هنا تبرز أهمية هذه الدراسة في تحليل العوامل التي تؤثر في قرارات العميل، وتحديد العناصر التي تعزز ولائه واستمراره في التعامل مع البنك.

رابعاً: الإسهام في دعم الاقتصاد الوطني

إن تطوير جودة الخدمات المصرفية الرقمية يساهم في خفض التكاليف التشغيلية، وتحسين كفاءة العمليات المالية، وتسريع حركة الأموال داخل الاقتصاد ويدعم النمو

الاقتصادي، ويحفز الاستثمار، ويسهم في تمويل المشاريع بمختلف أحجامها ، ويعزز من استقرار النظام المالي.

اهداف الدراسة :

1. تحديد أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية الأكثر تأثيرًا:
التعرف على أهم العوامل التي يهتم بها العميل السعودي في البنوك الرقمية، مثل مستوى الأمان الإلكتروني، وسرعة الاستجابة، وسهولة استخدام التطبيق، وجودة تصميم واجهة المستخدم.
2. قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية:
تحليل مدى رضا العملاء عن جودة التطبيقات والخدمات الإلكترونية المقدمة حاليًا، ومدى توافقها مع توقعاتهم واحتياجاتهم المصرفية اليومية.
3. تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية ورضا العملاء:
دراسة تأثير عناصر جودة الخدمة الإلكترونية على مستوى رضا العملاء واستمرارهم في استخدام البنوك الرقمية.
4. الكشف عن نقاط الضعف والتحديات:
تحديد المشكلات أو العوائق التي قد تؤثر سلبًا على تجربة المستخدم، مثل الأعطال التقنية، أو بطء تنفيذ العمليات، أو ضعف الدعم الفني.
5. التعرف على مستوى ثقة العملاء في البنوك الرقمية:
قياس مدى شعور العملاء بالأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، وأثر ذلك في اعتمادهم على البنك الرقمي كبندك أساسي.

6. تقديم توصيات عملية لتطوير الخدمات المصرفية الرقمية:

الخروج بمجموعة من المقترحات التطبيقية التي تساعد البنوك الرقمية في المملكة على تحسين جودة خدماتها الإلكترونية ورفع مستوى رضا العملاء

تساولات الدراسة :

السؤال المحوري (الرئيسي):

ما مدى تأثير جودة الخدمات المقدمة من قبل البنوك الرقمية في المملكة العربية السعودية على تعزيز مستويات رضا العملاء، وما دورها في تحفيزهم للاستغناء التدريجي أو الكلي عن الخدمات المصرفية التقليدية؟

الأسئلة الفرعية:

سؤال "الأمان والثقة" (بُعد الموثوقية): هل تُعد "الموثوقية والأمان الرقمي" (لحماية البيانات والأصول المالية) العامل الحاسم الأبرز في تشكيل رضا العميل السعودي، أم تتداخل معها أبعاد جودة أخرى ذات أولوية أعلى؟

سؤال "السهولة والسرعة" (بُعد الملموسية وسهولة الاستخدام): إلى أي درجة تُسهم جودة تصميم واجهة المستخدم وسلاسة التنقل داخل التطبيقات المصرفية في الارتقاء بتجربة العميل والحد من التعقيدات التقنية التي قد تعيق الاستخدام؟

سؤال "الفزعة الرقمية" (بُعد الاستجابة والتعاطف): كيف ينعكس مستوى التجاوب والفعالية في أنظمة الدعم الفني الرقمي (سواءً عبر المساعدات الذكية أو التواصل المباشر) على رضا العميل الفعلي عند مواجهته لعقبات تشغيلية أثناء تنفيذ العمليات المالية؟

سؤال "التميز السعودي" (بُعد التوقعات والتحول الرقمي): هل توجد فجوة ملموسة بين مستوى جودة الخدمات المصرفية الرقمية الحالية وبين تطلعات العميل السعودي، في ضوء مستهدفات التحول الرقمي المالي المنبثقة عن رؤية المملكة 2030؟

فرضيات الدراسة:

من أجل الوصول إلى نتائج علمية دقيقة، تم صياغة مجموعة من الفرضيات التي سيتم اختبارها ميدانيًا على عينة من عملاء البنوك الرقمية في المملكة العربية السعودية، وذلك لقياس العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية ومستوى رضا العملاء.

الفرضية الرئيسية

توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة الإلكترونية في البنوك الرقمية ومستوى رضا العملاء في المملكة العربية السعودية؛ بحيث يؤدي ارتفاع جودة التطبيقات والخدمات الإلكترونية إلى زيادة رضا العملاء وارتفاع درجة ولائهم للبنك الرقمي.

الفرضيات الفرعية

1. فرضية الأمان والخصوصية: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الأمان والخصوصية في التطبيقات المصرفية الرقمية ومستوى رضا العملاء، حيث يُتوقع أن يكون تعزيز حماية البيانات والمعاملات المالية من أكثر العوامل تأثيرًا في رضا العميل.
2. فرضية سهولة الاستخدام وسرعة الأداء: توجد علاقة إيجابية بين سهولة استخدام التطبيق المصرفي وسرعة تنفيذ العمليات الإلكترونية وبين مستوى رضا العملاء، بحيث يسهم التصميم البسيط والإنجاز السريع للمعاملات في تحسين تجربة المستخدم.
3. فرضية جودة الدعم الفني الرقمي: توجد علاقة إيجابية بين سرعة استجابة خدمات الدعم الفني الرقمي وكفاءتها وبين مستوى رضا العملاء، خاصة عند حدوث مشكلات تقنية أو استفسارات متعلقة بالخدمات الإلكترونية.

الدراسات السابقة :

الدراسة 1:

العربية:

- المؤلف: Leonard Berry و Valarie Zeithaml و Parasuraman
- العنوان: تطوير مقياس جودة الخدمة الإلكترونية (E-S-QUAL).
- النتائج: أظهرت الدراسة أن جودة الخدمة الإلكترونية تعتمد على الكفاءة وسهولة الاستخدام والموثوقية وسرعة الاستجابة، وأن هذه العوامل تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء واستمرار استخدام الخدمات الرقمية.

الدراسة 2:

العربية:

- المؤلف: Ali Abdallah Alalwan
- العنوان: العوامل المؤثرة على تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العملاء في الدول العربية.
- النتائج: توصلت الدراسة إلى أن سهولة استخدام التطبيقات المصرفية والأمان الإلكتروني وجودة المعلومات من أهم العوامل التي تؤثر على رضا العملاء في الخدمات البنكية الرقمية.

الدراسة 3 العربية:

- الجهة: البنك المركزي السعودي
- العنوان: تقرير التحول الرقمي في القطاع المصرفي السعودي
- النتائج: أشار التقرير إلى أن التوسع في البنوك الرقمية في المملكة ساهم في رفع مستوى رضا العملاء نتيجة سرعة الخدمات الإلكترونية وتحسين تجربة المستخدم، مع التأكيد على أهمية تعزيز الأمن السيبراني وجودة التطبيقات المصرفية.

الإطار النظري للدراسة :

نظرية قبول التكنولوجيا:

توضح هذه النظرية التي قدمها Fred Davis أن استخدام العملاء للتطبيقات الرقمية يعتمد على عاملين رئيسيين: سهولة الاستخدام والفائدة المتوقعة. فكلما كان التطبيق المصرفي أسهل وأسرع ويوفر الوقت والجهد، زاد رضا العملاء واستمرارهم في استخدام البنك الرقمي.

نظرية تأكيد التوقعات:

تشير نظرية Richard Oliver إلى أن رضا العميل يتحدد من خلال مقارنة توقعاته قبل استخدام الخدمة بالأداء الفعلي بعد الاستخدام؛ فإذا كان الأداء أفضل من المتوقع ارتفع مستوى الرضا، وإذا كان أقل انخفض.

ربط النظريات بواقع الدراسة:

تُستخدم هاتان النظريتان لتفسير رضا عملاء البنوك الرقمية في المملكة العربية السعودية في ظل التحول الرقمي المتسارع المرتبط برؤية السعودية 2030، وارتفاع توقعات العملاء تجاه جودة الخدمات الإلكترونية.

المنهجية وطرق البحث:

لتحقيق نتائج دقيقة تعكس واقع جودة الخدمات الإلكترونية في البنوك الرقمية، تم اعتماد منهجية علمية تتناسب مع طبيعة الخدمات المصرفية الرقمية المعتمدة على البيانات والتقنية.

1. المنهج المستخدم (المنهج الوصفي التحليلي)

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث لا يقتصر البحث على وصف جودة الخدمات الإلكترونية فحسب، بل يتضمن تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة ومستوى رضا العملاء، من خلال ربط النتائج الإحصائية بالسلوك الفعلي للمستخدمين.

2. مجتمع وعينة الدراسة

• مجتمع الدراسة:

جميع مستخدمي البنوك الرقمية في المملكة العربية السعودية، بما يشمل مستخدمي تطبيقات مثل Stc bank و D360 Bank وبنك ميم وغيرها من المنصات المصرفية الرقمية.

• عينة الدراسة:

سيتم اختيار عينة عشوائية من المستخدمين من فئات مختلفة مثل الموظفين والشباب ورواد الأعمال، ممن يعتمدون على التطبيقات المصرفية في تعاملاتهم اليومية، ويستهدف البحث جمع ما بين (300-500) استجابة لضمان قوة النتائج.

3. أداة الدراسة (الاستبيان الإلكتروني)

تم اعتماد الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات، نظرًا لملاءمته لطبيعة الدراسة الرقمية. وسيتم نشره عبر منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى المستخدمين الفعليين للخدمات المصرفية الرقمية.

ويتضمن الاستبيان أربعة محاور رئيسية:

- سهولة استخدام التطبيق
- مستوى الأمان والخصوصية
- سرعة الاستجابة والدعم الفني
- مستوى الرضا العام عن الخدمة

4. الأساليب الإحصائية

- النسب المئوية لقياس اتجاهات آراء العملاء
- معامل الارتباط لقياس العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية ورضا العملاء

أدوات الدراسة :

تُعد الاستبانة الإلكترونية (E-Questionnaire) الأداة الرئيسة لجمع بيانات هذه الدراسة، نظرًا لملاءمتها لطبيعة مجتمع البحث الذي يعتمد على استخدام التطبيقات المصرفية الرقمية في المملكة العربية السعودية.

أولاً: تصميم الاستبانة

تم تصميم الاستبانة لتتكون من ثلاثة أجزاء رئيسية:

1. البيانات العامة:

تتضمن مجموعة من الأسئلة التعريفية مثل العمر، والمنطقة، والبنك الرقمي الأكثر استخدامًا، مثل Stc bank وD360 Bank وبنك ميم، وذلك للتعرف على خصائص عينة الدراسة.

2. محاور جودة الخدمة الإلكترونية:

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المشاركين، ويشمل أربعة أبعاد رئيسية:

- سهولة استخدام التطبيق
- الأمان والخصوصية
- كفاءة النظام وسرعة الأداء
- جودة الدعم الفني الرقمي

3. مستوى الرضا والولاء:

يتضمن هذا الجزء أسئلة تقيس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية، ومدى استعدادهم للاستمرار في استخدام البنك أو التوصية به للآخرين.

ثانيًا: صدق وثبات الأداة

لضمان دقة الاستبانة وموثوقية نتائجها، تم اعتماد الإجراءات الآتية:

- الصدق الظاهري:

عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المختصين في الإدارة ونظم المعلومات للتأكد من وضوح الأسئلة وارتباطها بموضوع الدراسة.

- الثبات:

إجراء اختبار مبدئي على عينة استطلاعية صغيرة، ثم حساب معامل الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) للتأكد من استقرار الأداة.

ثالثًا: طريقة توزيع الاستبانة

سيتم نشر رابط الاستبانة إلكترونياً عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل واتساب وX مع استهداف المستخدمين المهتمين بالتقنية والخدمات المالية الرقمية لضمان الحصول على استجابات من عملاء فعليين للتطبيقات المصرفية.

مبررات اختيار الاستبانة الإلكترونية

تم اختيار الاستبانة الإلكترونية لما توفره من سرعة في الوصول إلى المشاركين، وسهولة في جمع البيانات وتحليلها بدقة، إضافة إلى توافقها مع طبيعة الدراسة المرتبطة بالخدمات المصرفية الرقمية المعتمدة على التقنيات الحديثة

التحديات:

1. الأمن السيبراني والهجمات الإلكترونية:

يُعد تأمين الأنظمة المصرفية الرقمية من أهم التحديات، نظرًا لتزايد أساليب الاحتيال الإلكتروني وتطورها، حيث إن أي خلل أمني قد يؤثر بشكل مباشر على ثقة العملاء وسمعة البنك.

2. كسب ثقة الفئات العمرية الأكبر:

على الرغم من انتشار استخدام الخدمات الرقمية بين الشباب، إلا أن إقناع كبار السن بالاعتماد الكامل على التطبيقات المصرفية بدلاً من زيارة الفروع التقليدية ما يزال يمثل تحديًا يتطلب تعزيز التوعية وسهولة الاستخدام.

3. المنافسة المتزايدة في قطاع التقنية المالية:

يشهد السوق السعودي توسعًا كبيرًا في عدد البنوك الرقمية ومنصات التقنية المالية، مما يفرض على البنوك تقديم خدمات مبتكرة وتجربة مستخدم متميزة للحفاظ على عملائها وجذب عملاء جدد.

4. الالتزام بالتشريعات والأنظمة المصرفية:

تلتزم البنوك الرقمية بالأنظمة الصادرة عن البنك المركزي السعودي، والتي تهدف إلى حماية العملاء وتعزيز الاستقرار المالي، ويكمن التحدي في تحقيق التوازن بين الابتكار السريع في الخدمات الرقمية والامتثال للمتطلبات التنظيمية.

تُعد مواجهة هذه التحديات عنصرًا أساسيًا في نجاح البنوك الرقمية واستمرارها في تقديم خدمات إلكترونية عالية الجودة تلبي توقعات العملاء.

مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة في هذا البحث من كافة الأفراد المتعاملين مع البنوك الرقمية المرخصة في المملكة العربية السعودية، ويشمل ذلك العملاء الذين يعتمدون على التطبيقات المصرفية الرقمية في تنفيذ معاملاتهم المالية اليومية مع تقليل أو الاستغناء عن زيارة الفروع التقليدية.

خصائص مجتمع الدراسة

تم اختيار هذا المجتمع نظرًا لعدة خصائص تتوافق مع طبيعة موضوع البحث، ومن أهمها:

- الاهتمام بالتقنية والتحول الرقمي:
- يضم مجتمع الدراسة نسبة كبيرة من فئة الشباب المستخدمين للتقنيات الحديثة والتطبيقات المالية الرقمية.
- البحث عن السرعة والكفاءة:
- يعتمد أفراد هذا المجتمع على الخدمات الرقمية لإنجاز معاملاتهم المالية مثل التحويل والسداد والاستثمار بسرعة ومن أي مكان.
- مستخدمو البنوك الرقمية بشكل أساسي:
- تركز الدراسة على عملاء البنوك التي تقدم خدماتها عبر التطبيقات الرقمية مثل Stc bank وD360 Bank وبنك ميم إضافة إلى مستخدمي المحافظ الرقمية المتقدمة.

نطاق مجتمع الدراسة

- النطاق الجغرافي:

يشمل جميع مناطق المملكة، نظرًا لأن الخدمات المصرفية الرقمية لا ترتبط بموقع جغرافي محدد.

- النطاق النوعي:

يشمل الموظفين والطلاب ورواد الأعمال الذين يعتمدون على التقنية المالية في إدارة معاملاتهم اليومية.

حدود الدراسة

1. الحدود الموضوعية

تقتصر الدراسة على قياس أثر جودة الخدمة الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، الأمان، سرعة الاستجابة، كفاءة النظام) على مستوى رضا العملاء، دون التطرق إلى الجوانب المصرفية الأخرى مثل السياسات المالية أو المنتجات الائتمانية.

2. الحدود البشرية

تستهدف الدراسة عملاء البنوك الرقمية في المملكة العربية السعودية من المواطنين والمقيمين الذين يمتلكون حسابات نشطة ويستخدمون التطبيقات المصرفية بصورة منتظمة.

3. الحدود المكانية

تقتصر الدراسة على البيئة المصرفية الرقمية داخل المملكة، في ظل الأنظمة والتعليمات الصادرة عن البنك المركزي السعودي.

4. الحدود الزمنية

تعكس الدراسة واقع جودة الخدمات المصرفية الرقمية خلال عام 2026، نظرًا للتطور السريع في التقنيات المالية والتطبيقات المصرفية.

المراجع العربية :

1. القحطاني، ن. ب. س. (2024). أثر جودة الخدمات المصرفية الرقمية على الولاء المستدام للعملاء: دراسة تطبيقية على البنوك الرقمية الناشئة في المملكة العربية السعودية. المجلة السعودية للإدارة والاقتصاد.
2. الشمري، ف. م. (2023). دور الثقة الإلكترونية والأمن السيبراني في تعزيز رضا مستخدمي التطبيقات المالية في ضوء رؤية المملكة 2030. مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد والإدارة.
3. البنك المركزي السعودي. (2025). واقع ومستقبل التقنية المالية في المملكة: التحديات والفرص لعام 2026. تقرير فينتك السعودية. الرياض: البنك المركزي السعودي (SAMA).
4. العتيبي، م. (2023). أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية (E-ServQual) وأثرها على رضا العميل: دراسة مقارنة بين البنوك التقليدية والرقمية في السعودية. المجلة العربية للعلوم الإدارية.
5. الزهراني، أ. (2024). سلوك المستهلك السعودي تجاه التحول الرقمي الكامل في القطاع المصرفي: دراسة تحليلية. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة

المراجع الأجنبية :

1. **Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005).** "E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality". *Journal of Service Research* (المرجع الأساسي لنظرية جودة الخدمة الإلكترونية).
2. **Al-Sharif, M. & Al-Haidari, S. (2024).** "Digital Banking Adoption in Saudi Arabia: The Role of Service Quality and Perceived Risk". *International Journal of Bank Marketing*.
3. **Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000).** "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies". *Management Science* (TAM). (مرجع نظرية قبول التكنولوجيا).
4. **Khan, M. S., & Al-Saeed, R. (2025).** "Customer Satisfaction in Saudi Digital-Only Banks: An Empirical Study on 360° and STC Bank Users". *Journal of Financial Services Marketing*.