

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص تقنية مالية



تأثير الذكاء الاصطناعي في تخصيص الخدمات المالية وتحليل سلوك العملاء: دراسة ميدانية على
مستخدمي تطبيقات (FinTech) في السعودية

إعداد الطالبة/عبير عثمان أحمد

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٥

مقدمة:

شهد العالم في السنوات الأخيرة قفزة هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات، حتى أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية وأساساً لا يمكن الاستغناء عنه في مختلف القطاعات، ومع التسارع الكبير في التحول الرقمي، أصبحت التقنية عاملاً محورياً يعيد تشكيل طريقة عمل العديد من المجالات والخدمات، ويُعد القطاع المالي من أبرز هذه القطاعات، كونه دعامة رئيسية للاقتصاد الحديث، إذ يسهم بشكل كبير في دعم الأنشطة التجارية والاستثمارية من خلال ما يقدمه من حلول مصرفية وخدمات تمويلية متعددة.

وفي ظل هذا التطور السريع واعتماد الأفراد بشكل متزايد على القنوات الرقمية في تعاملاتهم المالية، أصبح من الضروري أن تطور المؤسسات المالية قدرتها على فهم سلوك العملاء وتحليل تفضيلاتهم، وهنا يبرز الذكاء الاصطناعي كأداة قوية تساعد على تحليل البيانات وفهم الأنماط السلوكية للمستخدمين، مما يتيح تقديم توصيات مالية مخصصة لكل شخص، ويعزز من تجربته مع المؤسسة ويزيد من فاعلية اتخاذ القرار داخلها.

فالذكاء الاصطناعي يُعد اليوم من أبرز الأدوات التقنية التي تعتمد على تحليل البيانات الضخمة بهدف تحسين جودة وكفاءة الخدمات المالية بما يتماشى مع احتياجات كل عميل، مع مراعاة حماية الخصوصية.

وتلعب الأنظمة الذكية دوراً مهماً في مجالات مثل تقييم الجدارة الائتمانية، تقديم توصيات مالية مخصصة، تحسين الحملات التسويقية، تقليل التكاليف التشغيلية، والكشف المبكر عن عمليات الاحتيال المالي (المجلة العراقية للبحوث المالية والمصرفية، 2024).

وفي هذا السياق، برزت تطبيقات التقنية المالية (Fintech) كحلول مبتكرة تجمع بين التكنولوجيا والخدمات المالية، مثل المحافظ الإلكترونية، وخدمات الدفع الآجل، والمدفوعات الرقمية، تعتمد هذه التطبيقات على تحليل سلوك المستخدمين وتفاعلاتهم اليومية لتقديم خدمات مصممة خصيصاً لهم، وقد أصبح هذا التوجه واضحاً في مختلف دول العالم، لا سيما في المملكة العربية السعودية، التي يشهد قطاع التقنية المالية فيها نمواً متسارعاً بفضل رؤية المملكة 2030.

حيث تدعم الرؤية بقوة التحول الرقمي في القطاع المالي. وقد لعبت شركات مثل "STC Pay ، Tabby ، Tamara ، و Apple Pay" دوراً رائداً في هذا المجال، من خلال اعتماد تقنيات متقدمة لتقديم خدمات مالية متميزة، مما جعل السوق السعودي من بين الأسواق المتقدمة في هذا القطاع على مستوى المنطقة.

وتشير الدراسات إلى أن هذه التطبيقات في السعودية نجحت في استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوكيات الدفع وتقديم عروض مخصصة بدقة بناءً على احتياجات كل مستخدم (حدادة &عرايبي، 2024)

وفي ظل التحول الرقمي في المملكة تم إطلاق مبادرة "فنتك السعودية" كجزء من استراتيجية Fintech الوطنية، بهدف دعم الابتكار المالي وتعزيز تقديم خدمات مالية أكثر تخصيصاً وملاءمة لاحتياجات الأفراد والمؤسسات، وقد ساهمت هذه المبادرة في تمكين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن القطاع المالي، مما أدى إلى تحسين تجربة العملاء وتطوير حلول مالية تعتمد على تحليل السلوك وتوقع الاحتياجات المستقبلية.

ويُعد تخصيص الخدمات المالية باستخدام الذكاء الاصطناعي أحد الاتجاهات الحديثة في عالم Fintech، حيث تعتمد هذه التطبيقات على خوارزميات تعلم الآلة وتحليل البيانات لفهم سلوك الأفراد، وتقديم توصيات مالية ذكية تساعد في اتخاذ قرارات شراء وتمويل أكثر دقة (دياب، 2022) وقد أظهرت الدراسات أن هذه التقنيات لا تكتفي برفع جودة الخدمات، بل تسهم أيضاً في تعزيز رضا العملاء وولائهم، وتقليل المخاطر التشغيلية، من خلال تقديم خدمات تتماشى مع عادات المستخدمين وميولهم الشخصية (حدادة &عرايبي، 2024).

بناءً على هذا، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور التقنيات الذكية في تخصيص الخدمات المالية وفهم سلوك العملاء في تطبيقات التقنية المالية في السعودية، من خلال إجراء دراسة ميدانية لرصد سلوك المستخدمين وقياس أثر استخدام هذه الأدوات على تجربتهم ورضاهم، كما تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات تساعد القطاع المالي في تحسين جودة الخدمات وتعزيز العلاقة مع العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل فعال.

مشكلة الدراسة:

رغم التوسع المتسارع في تطبيقات التقنية المالية (Fintech)، وتبنيها لتقنيات متقدمة مثل التحليلات الضخمة (Big Data) والذكاء الاصطناعي، لا يزال هناك تساؤل قائم حول مدى فاعلية هذه الأدوات في تحسين تجربة المستخدم وفهم سلوكه المالي، إذ تعتمد هذه التقنيات على جمع وتحليل كميات كبيرة من البيانات لتقديم توصيات دقيقة، واستراتيجيات مخصصة تهدف إلى تعزيز العلاقة بين المستخدم ومزودي الخدمة.

ورغم ما تحققه هذه الأدوات من وعود في تخصيص الخدمات وتوقع احتياجات العملاء، إلا أن الأثر الفعلي لها على رضا المستخدمين واستجابتهم للعروض الترويجية لا يزال غير واضح، خاصة في السوق السعودي الذي يشهد نمواً ملحوظاً في استخدام تطبيقات Fintech.

حيث يشهد قطاع التقنية المالية في المملكة العربية السعودية نمواً متسارعاً مدفوعاً برؤية المملكة 2030 ودعم الجهات التنظيمية مثل البنك المركزي وهيئة السوق المالية، وهو ما انعكس في تضاعف عدد شركات Fintech النشطة إلى ٢١٦ شركة بنهاية عام 2023، مقارنة بـ ٩٠ شركة في عام 2021 (Fintech Saudi، 2023).

وتبرز هنا إشكالية تتمثل في قلة الدراسات الميدانية التي تقيس بشكل مباشر أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء وتجربتهم، مما يثير تساؤلات حول مدى كفاءة هذه الأدوات في بناء علاقة فعالة مع العملاء وتلبية احتياجاتهم الفردية. ومن هنا تنطلق هذه الدراسة لتسليط الضوء على هذه الإشكالية، من خلال تحليل ميداني لتجربة المستخدمين مع تطبيقات Fintech السعودية، بهدف فهم مدى تأثير الذكاء الاصطناعي في تخصيص الخدمات وتعزيز رضا العملاء.

أهمية الدراسة:

أولا الأهمية النظرية:

تكتسب هذه الدراسة أهمية نظرية واضحة، كونها تتناول أحد الموضوعات الحديثة والحيوية في مجال التقنية المالية، وتبرز أهميتها بشكل خاص في السياق السعودي، حيث تسعى المؤسسات المالية إلى مواكبة التحول الرقمي المتسارع، مع التوسع في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بهدف تعزيز كفاءة الأداء وتحسين تجربة المستخدم.

كما تسهم الدراسة في إثراء المحتوى العربي المتخصص، من خلال تناول العلاقة بين الذكاء الاصطناعي

وسلوك العملاء، ودوره في تخصيص الخدمات المالية بما يتماشى مع احتياجاتهم الفردية، وتُعد هذه الدراسة من المحاولات القليلة التي تجمع بين التحليل النظري والتطبيقي في هذا المجال، مما يعزز من قيمتها الأكاديمية.

كما تندرج أهدافها مع توجهات رؤية المملكة 2030 نحو تطوير قطاع مالي رقمي ومبتكر.

ثانيا الأهمية العملية:

لا تقتصر أهمية هذه الدراسة على إطارها النظري، بل تمتد لتشمل الجوانب العملية والتطبيقية بشكل مباشر، فهي تتيح فرصة للاستفادة من نتائجها وتوصياتها في تطوير أداء المؤسسات المالية، من خلال تحليل ميداني لتجربة العملاء، يهدف إلى تحسين تخصيص الخدمات المالية بناءً على فهم دقيق للسلوك الفعلي للمستخدمين. كما تُساهم الدراسة في دعم جهود التحول الرقمي في المملكة، عبر تقديم حلول عملية قابلة للتنفيذ تُعزز من كفاءة الخدمات المالية الذكية، وتزيد من اعتماد المستخدمين عليها، مما يساهم في تحقيق أهداف القطاع المالي ضمن رؤية المملكة 2030.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل دور التقنيات الحديثة، ولا سيما الذكاء الاصطناعي، في تطوير القطاع المالي من خلال تقديم تجربة مالية ذكية ومخصصة، وقياس مدى تأثير هذه التقنيات على رضا العملاء وتفاعلهم مع تطبيقات التقنية المالية (Fintech).

ويتفرع من الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية التي تتمثل في:

١/ تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تخصيص الخدمات المالية داخل تطبيقات Fintech المستخدمة في المملكة العربية السعودية.

٢/ فهم آليات تحليل سلوك العملاء التي تعتمد عليها تطبيقات Fintech، وتقييم مدى دقة هذه التحليلات في تلبية احتياجات المستخدمين.

٣/ تقديم توصيات عملية تساهم في تعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل فعال، وتحقيق أقصى استفادة ممكنة للعملاء والمؤسسات المالية.

٤ / قياس مدى رضا المستخدمين عن الخدمات المخصصة التي يتم تقديمها من خلال أدوات الذكاء الاصطناعي.

٥/ رصد الفروق في تجربة المستخدمين بناء على خصائصهم الديموغرافية مثل (العمر، الجنس، عدد مرات الاستخدام)

٦/ تحليل سلوك العملاء داخل تطبيقات فنتك وفهم الأنماط المتكررة التي يمكن استثمارها في تحسين تجربة المستخدم.

تساؤلات الدراسة

ما تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على تطبيقات التقنية المالية (Fintech)، ومدى انعكاس ذلك على تخصيص الخدمات المالية ورضا العملاء في المملكة العربية السعودية؟
ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي عدد من الأسئلة الفرعية، تشمل:

السؤال الفرعي الأول: ما مدى إسهام الذكاء الاصطناعي في تحسين تخصيص الخدمات المالية داخل تطبيقات Fintech في المملكة؟

السؤال الفرعي الثاني: كيف يمكن تعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في تطبيقات Fintech بما يحقق كفاءة أعلى للخدمات ورضا أكبر للعملاء؟

السؤال الفرعي الثالث: ما الفروق في تقييم تجربة المستخدمين لتلك الخدمات بناءً على خصائصهم الشخصية (مثل العمر، الجنس، عدد مرات الاستخدام، ونوع الجهاز المستخدم)؟
السؤال الفرعي الرابع: ما الأساليب والخوارزميات التي تعتمد عليها تطبيقات Fintech في تحليل سلوك العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟

فروض الدراسة:

لتحليل موضوع الدراسة "تأثير الذكاء الاصطناعي في تخصيص الخدمات المالية وتحليل سلوك العملاء: دراسة ميدانية على مستخدمي تطبيقات (FinTech) في السعودية" يمكن تحديد المتغيرات الأساسية على النحو التالي:

أولاً: المتغير المستقل: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تخصيص الخدمات المالية.

ثانياً: المتغير التابع: سلوك العملاء وتجربتهم داخل تطبيقات Fintech.

الفرض الرئيسي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتخصيص الخدمات المالية في تطبيقات Fintech السعودية.

الفروض الفرعية:

الفرضية الاولى

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحليل سلوك العملاء باستخدام الذكاء الاصطناعي وجودة الخدمات المقدمة عبر تطبيقات Fintech.

الفرضية الثانية

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكاء الاصطناعي في تقديم التوصيات المالية وبين رضا العملاء.

الفرضية الثالثة

استخدام الذكاء الاصطناعي بطريقة فعالة يسهم في تحسين تجربة المستخدم وبناء علاقة مستدامة بين العميل ومزودي الخدمة.

الفرضية الرابعة

قد تختلف استجابة العملاء تجاه الخدمات المقدمة بناء على خصائصهم الشخصية واستخدامهم الفعلي للتطبيقات.

الفرضية الخامسة

الاستخدام الذكي للبيانات يدعم تطوير خدمات مالية أكثر توافقاً مع تفضيلات العملاء.

الفرضية السادسة

تتفاوت استجابة العملاء لتقنيات تخصيص الخدمات باختلاف مستوى استخدامهم للتطبيقات المالية.

الدراسات السابقة:

العنوان: تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء.

أجرى البنا وغنيم وإبراهيم (2024) دراسة تطبيقية على عملاء المتاجر الإلكترونية تناولت تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على مدى رضا العملاء وأظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي يعزز من تجربة العميل ويرفع من مستوى الرضا بشكل ملحوظ كما تناولت الدراسة الاهتمام بزيادة كفاءة تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطويرها وتحسين جودتها بشكل مستمر لتوظيف البيانات والمعلومات بشكل الأمثل باعتبارها ذات قيمة عالية وأشارت إلى أهمية القيام بحملات توعية لشريحة العملاء الذين لديهم مقاومة ورفض لكل ما هو له علاقة بالتكنولوجيا الرقمية والذكاء الاصطناعي .

النتائج: أكدت على أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في تخصيص الخدمات المالية وتحليل سلوك العملاء.

العنوان: دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين القطاع المالي.

تناولت دراسة بن عائشة وآخرين (2024) دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في تطوير القطاع المالي بشكل عام، حيث ركزت على تحسين الكفاءة ودقة اتخاذ القرار ومكافحة الاحتيال، وعلى الرغم من أن الدراسة لم تتناول تخصيص الخدمات أو سلوك العملاء بشكل مباشر، إلا أن نتائجها تدعم أهمية الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات المالية بشكل أوسع.

النتائج: ابرزت هذه الدراسة كيف تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في بناء قطاع مالي أكثر ذكاء ومرونة.

العنوان: تحديات تطبيق الذكاء الاصطناعي في تحسين أمان المدفوعات وتجارب العملاء.

تناولت دراسة الورد ونعمة (2025) التحديات الأمنية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في المدفوعات الرقمية حيث ركزت على مفاهيم تخصيص التجربة وكشف الاحتيال وحوكمة الأنظمة الذكية، والمسؤولية الأخلاقية لضمان الاستخدام الآمن والتزام معايير واضحة مما يعزز من الثقة لدى العملاء ورغم تركيز الدراسة على الأمان الرقمي، إلا أن نتائجها تدعم جانباً من دراسة الحالية وهو تأثير الذكاء الاصطناعي على ثقة المستخدم.

النتائج: دعت مقدمي الخدمات المالية الى زيادة التفاعل مع العملاء لفهم مخاوفهم وآرائهم حول الذكاء الاصطناعي كما أكدت على ضرورة تحسين استراتيجيات جمع وتحليل البيانات لضمان تقديم تجارب مخصصة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.

العنوان: دور الذكاء الاصطناعي في تطوير قطاع التكنولوجيا المالية في المملكة العربية السعودية.

استعرضت دراسة حدادة والعرايبي (2024) أثر دمج الذكاء الاصطناعي في قطاع التكنولوجيا المالية في المملكة العربية السعودية ومخرجات هذا الدمج من تحسين كفاءة العمليات، خفض التكاليف، تسريع اتخاذ القرار، ورفع مستوى التخصيص، حيث تناولت التغييرات التي شهدتها القطاع خلال السنوات الأخيرة وذكرت حجم التأثير المتوقع لهذه التطورات على مستقبل Fintech في المملكة.

النتائج: ذكرت أن الذكاء الاصطناعي قد يساهم بما يقارب ١٧٪ من القيمة المضافة للقطاع المالي، مما يعكس تحوُّله من أداة مساندة إلى عنصر أساسي في تطوير Fintech محليًا وتكمن أهمية هذه التوقعات في تأكيدها على أن المؤسسات المالية مطالبة باعتماد استراتيجيات رقمية متقدمة، قادرة على فهم سلوك العملاء وتخصيص الخدمات بناءً على أنماط الاستخدام، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى تحليله وقياسه ميدانيًا في البيئة السعودية.

العنوان: دور أدوات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بسلوك المستهلك الرقمي.

ناقشت دراسة أبو الجبين (2024) كيف ساعد الذكاء الاصطناعي في ظهور العديد من التطبيقات والأدوات التي تتنبأ بسلوك المستهلكين داخل البيئات الرقمية، حيث ركزت هذه التقنيات مثل تحليل البيانات وتعلم الآلة في فهم تفضيلات المستخدمين وتتكيف مع سلوكهم في الوقت الفعلي وتوجيه الخدمات الرقمية وفقًا لذلك.

النتائج: ذكرت الدراسة أهم أدوات الذكاء الاصطناعي التنبؤية التي تستخدم في التنبؤ بسلوك المستهلك الرقمي، وكيف تساهم في تحسين تخصيص الخدمات الرقمية، وتعزز هذه النتائج الإطار النظري للدراسة الحالية من خلا تأكيد التكيف الذكي مع سلوك العملاء في تطبيقات Fintech.

العنوان: دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي - تجربة المملكة العربية السعودية.

تناولت دراسة زايف ويونسي (2022) دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي، حيث ركزت على التجربة السعودية كنموذج تطبيقي، حيث أظهرت النتائج أن تبني أدوات رقمية مثل المحافظ الإلكترونية والذكاء الاصطناعي قد أسهم في توسيع قاعدة المستفيدين من الخدمات المالية كما أشارت إلى أن الاستثمار في البنية التحتية الرقمية، وتوظيف التقنيات الحديثة كانا من العوامل الأساسية التي حسنت تجربة العملاء داخل النظام المالي السعودي.

النتائج: بينت الدراسة أن هذه التطورات تساعد في تقليل التكاليف التشغيلية للنظام المالي، مما يجعل الخدمات أكثر استدامة وانتشاراً، وتُعد هذه النتائج مهمة لدعم بحثنا الذي يركز على تحليل سلوك العملاء وتخصيص الخدمات المالية باستخدام الذكاء الاصطناعي في تطبيقات Fintech بالسعودية، حيث توفر أساساً قوياً لفهم كيف يمكن للتكنولوجيا المالية أن تلبى احتياجات العملاء بشكل أفضل وتساهم في تطوير النظام المالي.

العنوان: التكنولوجيا المالية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي من أجل تعزيز الشمول المالي وتمكين الجميع من استخدام النظام المالي الرسمي.

أشارت دراسة صاري على (2024) على أن التكنولوجيا المالية المدعومة بالذكاء الاصطناعي تعد من العوامل الرئيسية التي تعزز الشمول المالي، من خلال تيسير الوصول إلى الخدمات وتكييفها لتناسب احتياجات المستخدم خصيصاً.

النتائج: أكدت الدراسة أن التكنولوجيا المالية تقدم حلول وفرص لجميع شرائح المجتمع بمختلف فئاته بأسهل وأسرع الطرق، كما تعمل على تنوع الخدمات المقدمة من حسابات مصرفية ودفع وتحويل وإقراض وخدمات مالية أخرى مبتكرة حيث يعد هذا التنوع من أهم المحركات الأساسية لتعزيز تجربة المستخدم وهذا ما نتناوله في دراستنا الحالية.

العنوان: أثر الذكاء الاصطناعي على تطوير التكنولوجيا المالية.

تهدف دراسة بالبيض وبالعباس (2024) إلى أثر الذكاء الاصطناعي على تطوير التكنولوجيا المالية على البنوك الجزائر وتوصلت الدراسة إلى دور الهام الذي يلعبه كل من الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا

المالية في تطوير والرفع من كفاءة القطاع المالي والمصرفي وجعلها أكثر شمولاً وخفض التكاليف وخلق منتجات وخدمات جديدة.

النتائج: تدعم هذه الدراسة توجه البحث الحالي نحو توظيف الذكاء الاصطناعي يسهم في ابتكار منتجات وخدمات مصرفية رقمية مخصصة جديدة لتلبية حاجات العملاء المتغيرة وتحسن من تجربتهم مع المؤسسات المالية.

العنوان: دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الشمول المالي وجذب العملاء، قراءة في مؤشرات الشمول المالي العالمية.

ناقشت دراسة سعدة ومزيان (2023) العلاقة بين التكنولوجيا المالية وتحقيق الشمول المالي، من خلال تحليل مؤشرات عالمية ودولية تُعنى بانتشار الخدمات المالية الرقمية ومقارنتها بالسياق الجزائري. وقد أوضحت الدراسة أن أدوات Fintech، خصوصًا خدمات الدفع والتحويلات الرقمية، لعبت دورًا مهمًا في توسيع قاعدة المستخدمين وتسهيل الوصول إلى الخدمات المالية وتوسيع قاعدة العملاء.

النتائج: وتُعد نتائج الدراسة منطلقًا مهمًا للدراسة الحالية، حيث ركزت على دور التكنولوجيا المالية في توسيع قاعدة الشمول المالي، بينما تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعمّق هذا الأثر من خلال تخصيص الخدمات المالية وفقًا لسلوك المستخدمين، بما يرفع من جودة التجربة وكفاءة التفاعل مع التطبيقات المالية الرقمية.

ما يميز هذه الدراسة:

تتميز هذه الدراسة بتركيزها الميداني على تحليل سلوك العملاء في تطبيقات Fintech داخل المملكة العربية السعودية، من خلال الربط المباشر بين استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتخصيص الخدمات المالية. وتسعى إلى تقديم منظور تطبيقي يعتمد على بيانات فعلية تُجمع من مستخدمين نشطين لهذه التطبيقات، مما يمنحها بُعدًا واقعيًا يعكس تجربة العميل بدقة. كما تبرز أهمية هذه الدراسة في تناولها لموضوع حديث ومرتببط بشكل وثيق بمسار التحول الرقمي الذي تشهده المملكة في قطاعها المالي.

المنطلقات النظرية للدراسة:

إن دراسة أثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على تخصيص الخدمات المالية وتحليل سلوك العملاء في تطبيقات Fintech تتطلب استنادًا إلى أطر نظرية واضحة ومن هذا المنطلق، تستند الدراسة إلى عدد من النماذج والنظريات ذات الصلة، التي تقدم تفسيرات علمية لكيفية تفاعل الأفراد مع الأنظمة التقنية، والآليات التي تؤثر في قراراتهم وسلوكهم داخل البيئة الرقمية وتشمل هذه المنطلقات:

نظرية التبني التكنولوجي (Technology Adoption Models)

تهدف هذه النظرية إلى فهم كيفية قبول الأفراد للتكنولوجيا الجديدة واستخدامها، وقد طوّرها فرد ديفيس، ويوفّر هذا النموذج تفسيرًا واضحًا للعوامل المؤثرة في تبني المستخدمين، سواء كانت عوامل فردية، اجتماعية، تنظيمية أو تكنولوجية.

ويشير النموذج إلى أنه كلما شعر المستخدم بأن التقنية مفيدة وسهلة الاستخدام، زادت احتمالية تبنيها، وفي سياق الدراسة الحالية، يسهم هذا النموذج في فهم سلوك العملاء تجاه تطبيقات Fintech في السعودية، وتحليل مدى تقبلهم لتقنيات الذكاء الاصطناعي، وتأثيرها على تجربتهم ورضاهم.

نظرية سلوك المستهلك (Consumer Behavior Theory)

تشير نظرية سلوك المستهلك إلى أن قرارات الأفراد في التفاعل مع الخدمات والمنتجات تتأثر بعدة عوامل شخصية وسلوكية وتقنية، وتحاول هذه النظرية التنبؤ بكيفية إنفاق الأفراد لأموالهم من خلال دراسة قيودهم المالية وتفضيلاتهم الفردية وفي سياق الدراسة الحالية التي تتناول سلوك مستخدمي تطبيقات Fintech في السعودية، يعد فهم التفضيلات الفردية وتكييف الخدمات وفقًا لها عنصرًا جوهريًا في تعزيز رضا العملاء وثقتهم، خصوصًا عند دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في تصميم الخدمات المالية.

نظرية القيمة المتصورة (Perceived Value Theory)

تُعد نظرية القيمة المتصورة من النظريات الأساسية في مجالات التسويق وسلوك المستهلك، وتركّز على إدراك العميل للقيمة الإجمالية التي يحصل عليها مقابل ما يقدمه من تكلفة أو جهد، فكلما أدرك العميل أن التطبيق يقدم له خدمة مخصصة، سهلة، وأمنة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، زادت القيمة التي يشعر بها، مما يعزز من احتمالية رضاه واستمراره في استخدام التطبيق، وبناء عليه، تُعد هذه النظرية ملائمة لدعم فرضيات الدراسة المتعلقة بتأثير التخصيص والتحليل السلوكي على تجربة العميل.

نظرية جودة الخدمة (SERVQUAL Model)

يعد نموذج الخدمة من النماذج الرائدة في تقييم جودة الخدمات، حيث يعتمد على قياس الفجوة بين توقعات العملاء لما ينبغي أن تكون عليه الخدمة، وإدراكهم الفعلي لما تلقاه العميل من خلال خمسة أبعاد رئيسية: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة الأمان، والتعاطف، ويُعد هذا النموذج من أكثر النماذج استخدامًا في الدراسات المتعلقة برضا العملاء، نظرًا لشموليته وقدرته على تغطية الجوانب الملموسة وغير الملموسة للخدمة.

وفي سياق الدراسة الحالية، يساعد هذا النموذج في تفسير العلاقة بين جودة الخدمات المقدمة عبر تطبيقات Fintech، ومدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تخصيص هذه الخدمات بطريقة تعزز رضا العملاء وثقتهم، خاصة في بيئة مالية رقمية متطورة كالمملكة العربية السعودية.

نظرية التفاعل البشري – الآلي (Human–Machine Interaction)

تُعد نظرية التفاعل البشري مع الأنظمة التقنية من النظريات المكملة التي تساهم في تفسير كيف تؤثر تصميمات واجهات تطبيقات Fintech على المستخدم، من خلال عدة عوامل مثل سهولة الاستخدام، ووضوح المعلومات، وجودة التصميم. وتساعد هذه العوامل مجتمعة في تحسين تقبل المستخدم للتوصيات المالية المقدمة، وتعزيز تجربته مع التطبيق.

نظرية الاستخدام والإشباع (Uses and Gratifications Theory – UGT)

تُعد نظرية الاستخدام والإشباع (UGT) من النظريات الأساسية في دراسة سلوك المستهلك في البيئات التقنية، حيث تركز على دوافع الأفراد لاستخدام وسائل أو تقنيات معينة بهدف إشباع حاجات شخصية أو وظيفية.

وتُركز النظرية على الفجوة بين الحاجة المدركة والإشباع الفعلي، مما يجعلها ذات صلة وثيقة بتحليل تجربة العملاء في تطبيقات التقنية المالية (Fintech) فكلما حققت هذه التطبيقات إشباعات وظيفية وشخصية للمستخدمين مثل تقديم خدمات مالية ذكية وسهلة ومخصصة زادت احتمالية رضاهم وولائهم.

نظرية تبني الابتكار التكنولوجي (Technology Innovation Adoption Theory)

تُركز نظرية تبني الابتكار التكنولوجي على تحليل مدى قبول المستخدمين للتقنيات الجديدة بناءً على إدراكهم لفوائدها وتوافقها مع احتياجاتهم.

وتفترض هذه النظرية على أن التبني لا يتم بشكل عشوائي، بل يمر بمجموعة مراحل وتشمل: الوعي، ثم الاقتناع، فالقرار، فالتنفيذ، وأخيرا التأكيد.

وتبرز النظرية عدة عوامل رئيسية تؤثر في قرار التبني، مثل الفائدة النسبية، وسهولة الاستخدام، والتوافق مع القيم والسلوكيات القائمة، وبالتالي، تُستخدم هذه النظرية لتفسير اختلاف سلوك المستخدمين في تبني أو رفض الخدمات المالية الذكية، وتحليل الفجوة بين الإمكانيات التقنية المتاحة وسلوك التبني الفعلي لدى العملاء.

المنهجية وطرق البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل سلوك العملاء في تطبيقات التقنية المالية، ومدى تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تخصيص الخدمات المالية.

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لكونه الأنسب في دراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية كما هي في الواقع، وتحليل العلاقة بين متغيراتها دون التدخل فيها، حيث تسعى لقياس أثر الذكاء الاصطناعي (المتغير المستقل) في تخصيص الخدمات المالية على سلوك العملاء وتجربتهم (المتغير التابع) وقد تم اختيار هذا المنهج لتحليل ظاهرة استخدام الذكاء الاصطناعي في تخصيص الخدمات المالية، وقياس أثره على تجربة العملاء ضمن تطبيقات Fintech.

وسيتم استخدام الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية توزع على عينة من الأفراد بهدف جمع بيانات رقمية قابلة للتحليل الإحصائي، وتم اختيار الاستبانة نظراً لكفاءتها في الوصول إلى فئة واسعة من المستخدمين لتطبيقات فنتك في المملكة العربية السعودية، بهدف الوصول إلى مؤشرات كمية دقيقة تساعد في الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

ويتكون مجتمع الدراسة من مستخدمي التطبيقات الذكية المالية مثل: Apple Pay، STC Pay، Tamara، Tabby وغيرها، ممن لديهم خبرة فعلية في التعامل مع الخدمات المالية الرقمية. ومن المخطط اختيار عينة عشوائية بسيطة من هذا المجتمع يتراوح حجمها التقريبي بين (100-150) مشاركا بهدف ضمان تمثيل شريحة متنوعة من المستخدمين الرقميين. وسيتم التعامل مع البيانات وتحليلها باستخدام أدوات تحليل مناسبة، بهدف الوصول إلى مؤشرات إحصائية تساهم في تفسير نتائج الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

أدوات الدراسة:

سيتم استخدام الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع بيانات الدراسة، لما تتميز به من سهولة الوصول إلى المشاركين، وسرعة في التوزيع وجمع الاستجابات، إضافةً إلى قدرتها على تغطية شريحة واسعة من مستخدمي تطبيقات Fintech خلال فترة زمنية قصيرة وقد تم تصميم الاستبانة لتشمل مجموعة من المحاور التي تتوافق مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وتُغطّي الجوانب المتعلقة بسلوك العملاء، وتخصيص الخدمات، ودور الذكاء الاصطناعي في تجربة المستخدم وتشمل هذه المحاور التالي:

١ / المحور الأول: البيانات الديموغرافية وتشمل (العمر، الجنس، المؤهل العلمي، نوع التطبيق المستخدم، عدد مرات الاستخدام).

يساعد في تفسير الاختلافات السلوكية بين المستخدمين.

٢ / المحور الثاني: استخدام التطبيقات المالية: ويغطي طبيعة سلوك استخدام تطبيقات Fintech، وأوقات الاستخدام، ونوعية العمليات المنفّذة (مدفوعات، تحويلات، تقسيط، إلخ).

يتضمن أسئلة حول دوافع استخدام التطبيقات وفهم عوامل اختيار تطبيق معين.

٣ / المحور الثالث: تجربة المستخدم مع تخصيص الخدمات: وقيس مدى شعور العميل بأن الخدمات المقدّمة مصممة حسب احتياجاته، ومدى تفاعل النظام مع تفضيلاته الشخصية. يتضمن مدى إدراك العميل لفعالية التوصيات التي يقدمها التطبيق ومدى توافقها.

٤ / المحور الرابع: مدى إدراك الذكاء الاصطناعي: ويشمل تقييم العميل لأثر الذكاء الاصطناعي على سهولة الاستخدام، سرعة الاستجابة، التوصيات الذكية، والتحليل السلوكي.

يقيس وعي المستخدم بأن التطبيق يستند إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي وليس مجرد أداة تنفيذية.

٥ / المحور الخامس: رضا العميل وولائه: وقيس مستوى الرضا العام عن الخدمات المالية الرقمية، والثقة في التطبيقات، واستمرارية الاستخدام، والاستعداد للتوصية بها للآخرين.

يقيس رغبة العميل باستمرار استخدام التطبيق في حال توفر مزايا ذكية إضافية.

٦ / المحور السادس: الثقة في النظام الذكي: يرتبط هذا المحور بإحساس المستخدم بالأمان والثقة تجاه الخدمات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي.

يتناول هذا المحور مستوى ثقة العميل في قدرة التطبيق على حماية بياناته الشخصية والمالية.

حدود الدراسة:

تعد حدود الدراسة من العناصر الأساسية التي تبين نطاق تطبيق البحث وتوضح الإطار الذي أجريت ضمنه الدراسة، ويجب أخذها بعين الاعتبار:

١/ الحدود الموضوعية:

تنحصر الدراسة في تحليل سلوك العملاء ومدى رضاهم عن تخصيص الخدمات المالية، وذلك باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ضمن تطبيقات Fintech، دون التطرق إلى النواحي التقنية التفصيلية الخاصة ببرمجة أو تطوير هذه التطبيقات، وإنما تركز على الأثر السلوكي والتجريبي من وجهة نظر المستخدم.

٢/ الحدود المكانية:

تقتصر الدراسة على المملكة العربية السعودية، وتشمل مستخدمي تطبيقات فنتك المنتشرة محلياً مثل STC Pay، Tamara، Tabby، Apple Pay " وذلك لارتباط هذه التطبيقات بشكل مباشر بسلوك العملاء في البيئة السعودية، وتوافقها مع أهداف الدراسة في تحليل تجربة المستخدم داخل المنصات المالية الذكية.

٣/ الحدود الزمانية:

تم تنفيذ هذه الدراسة خلال فترة زمنية محددة وهي خلال عام "2025" وبالتالي، فإن نتائج هذه الدراسة تعكس الوضع القائم خلال هذه الفترة والتوقعات المستقبلية.

٤/ الحدود البشرية:

اقتصرت عينة الدراسة على مستخدمي تطبيقات Fintech من الأفراد داخل المملكة العربية السعودية، دون التطرق إلى العاملين في الشركات المزودة بالخدمة، أو الإدارات الفنية فيها.

المراجع:

- حدادة، فريد، مداح عرايبي، & الحاج. (٢٠٢٤). دور الذكاء الاصطناعي في تطوير قطاع التكنولوجيا المالية-المملكة العربية السعودية أنموذجا. دراسات اقتصادية (3) 18، 463-480.
- دياب، & ربهام محمود. (٢٠٢٢). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين أداء الخدمات المصرفية. المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، ٣ (٩)، ٦٧-٩٦.
- المجلة العراقية للبحوث المالية والمصرفية. (٢٠٢٤). الذكاء الاصطناعي وكشف الاحتيال المالي: دراسة تحليلية.
- Fintech Saudi. (2024). التقرير السنوي 2023: نمو أعداد شركات Fintech والوظائف والاستثمارات في السعودية.
- أسعد عبد الحميد البنا، طلعت، محمد السيد غنيم، أحمد، مجدي محمد إبراهيم، & ميان. (٢٠٢٤). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء. المجلة المصرية للدراسات التجارية، ٤٨ (٣)، ٨٠-١٠٩.
- بن عائشة، سليمة، بن عبد الرحمان، ذهيبة، طويطي، & مصطفى. (٢٠٢٤). دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين القطاع المالي. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، ١٣ (٢)، ٤٥-٦٩.
- نغم نعمة. (٢٠٢٥). تحديات تطبيق الذكاء الاصطناعي في تحسين أمان المدفوعات وتجارب العملاء: دراسة مقارنة بين ماستركارد في أستراليا وفيزا في سنغافورة. *Entrepreneurship Journal for Finance and Business*, ١٦-٢٤.
- أبو الجبين، أحمد. (٢٠٢٤). دور أدوات الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بسلوك المستهلك الرقمي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية - ١٠ (2)، ١٤٥.
- زاخ، محمد أمين، & يونس. (٢٠٢٢). دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي-تجربة المملكة العربية السعودية. دفاتر البحوث العلمية، ١٠ (١)، ٧٤٧-٧٦٩.

- صاري، & علي. (٢٠٢٤). التكنولوجيا المالية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي من أجل تعزيز الشمول المالي وتمكين الجميع من استخدام النظام المالي الرسمي. مجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية، ٧(١)، ٤١-٥٦.
- بالبيض، أسماء، بلعباس، عائشة، بن ميمون، & إيمان. (٢٠٢٤). أثر الذكاء الاصطناعي على تطوير التكنولوجيا المالية لدى المؤسسات المالية (Doctoral dissertation, University of Ain Temouchent).
- قلام، سعدة، مزيان، & محمد توفيق. (٢٠٢٣). دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الشمول المالي وجذب العملاء، قراءة في مؤشرات الشمول المالي العالمية. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، ١٠ (٢)، ٣٨٠-٣٥٦.