

الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على
الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالبة: حنان يحيى التركي

241001939

إشراف:

د. أسماء أبوعنزه

د. إنجي حسن نشأت

العام الدراسي:

٢٠٢٤

شكر وتقدير

الحمد لله ذي المن والفضل والإحسان، حمداً يليق بجلاله وعظمته،
وصلّى اللهم على خاتم الرسل، من لا نبي بعده.

أتقدم بعظيم الشكر والتقدير للدكتورة أسماء أبو عنزة لتفضلها
بالإشراف على الرسالة وعلى حسن تعاونها إذ قامت خلال رحلة إعداد هذا
البحث بتقديم كل الدعم والتوضيح والمساعدة لكل من احتاج إليها من زملائي
طلبة ماجستير إدارة الأعمال وكانت توجيهاتنا ومحاضراتها ومعلوماتها التي
تقدمها خير معين بعد الله سبحانه وتعالى لي لإتمام هذا البحث.

وختاماً، فأرجو من الله أن أكون قد وفقت في إخراج هذا العمل بهذه
الصورة، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين وصلى الله وسلم على نبينا
محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

الباحثة:

حنان يحيى التركي

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك، وبلغ حجم عينة البحث (٣٨٢) مفردة من العاملين بالبنوك السعودية بمدينة الرياض، وتوصلت الدراسة الى نتائج تفيد وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية، وفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية.

الكلمات المفتاحية: الشمول المالي- التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية – الميزة التنافسية – القطاع المصرفي السعودي.

Abstract

The study aimed to identify the mediating role of financial inclusion in the relationship between mobile banking applications and the competitive advantage of banks. The research sample consisted of 382 participants from employees of Saudi banks in Riyadh. The study concluded that there are statistically significant differences at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) between the responses of the study sample regarding the impact of mobile banking applications on competitive advantage, according to the opinions of bank employees, and the hypothesis was accepted. There were also statistically significant differences at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) between the responses of the study sample regarding the impact of mobile banking applications on financial inclusion, according to the opinions of bank employees, and the hypothesis was accepted. Furthermore, statistically significant differences were found at the significance level ($\alpha \leq 0.05$) between the responses of the study sample regarding the impact of financial inclusion on competitive advantage, according to the opinions of bank employees, and the hypothesis was accepted.

Keywords: Financial Inclusion - Mobile Banking Applications - Competitive Advantage - Saudi Banking Sector.

فهرس الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
الشكر والتقدير	ب
مستخلص الدراسة	ج
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
مقدمة	١
مشكلة الدراسة	٢
أهداف الدراسة	٣
أهمية الدراسة	٤
تساؤلات الدراسة	٤
فرضيات الدراسة	٥
النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث	٥
الفصل الثاني: الدراسات السابقة والاطار النظري	
مقدمة	٨
المحور الأول: دراسات تناولت التطبيقات المالية الرقمية للبنوك	٨
المحور الثاني: دراسات تناولت الشمول المالي	١١
المحور الثالث: دراسات تناولت الميزة التنافسية للبنوك	١١
المحور الرابع: دراسات تناولت العلاقة بين متغيرات الدراسة	١٤
التعقيب على الدراسات السابقة	١٦
المحور الخامس: الإطار النظري	١٧
المبحث الأول: الشمول المالي	١٧
المبحث الثاني: التطبيقات البنكية	٣١
المبحث الثالث: الميزة التنافسية للبنوك	٣٨
الفصل الثالث: منهجية الدراسة	
تمهيد	٥٢
أولاً: تصميم الدراسة	٥٢
ثانياً: مجتمع الدراسة	٥٢
ثالثاً: خصائص العينة	٥٢
رابعاً: متغيرات البحث وأساليب القياس	٥٤
خامساً: البيانات المطلوبة ومصادرها	٥٤
سادساً: أداة البحث وطريقة جمع البيانات	٥٥
الفصل الرابع: نتائج الدراسة	
مقدمة	٥٧
أولاً: الاعتمادية والصلاحية	٥٨
ثانياً: الحكم على كفاية حجم العينة	٦٤
ثالثاً: خصائص عينة الدراسة	٦٥
رابعاً: اختبار فروض الدراسة	٦٦
خامساً: ملخص الفصل الرابع	٧٥

الفصل الخامس: ملخص النتائج والتوصيات	
٧٨	- تمهيد
٧٨	أولاً - مناقشة نتائج الدراسة
٨٣	ثانياً- التوصيات
٨٥	ثالثاً- مقترحات لبحوث مستقبلية
٨٦	المراجع
١٠٠	الملاحق
١٠٧	الملخص العربي للدراسة
١١٤	Abstract

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
٥٣	مجتمع الدراسة	(١-٣)
٥٨	قياس درجة الثبات في المقياس الخاص بتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لأراء العاملين بالبنوك	(١-٤)
٥٩	قياس درجة الثبات في المقياس الخاص بتأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي	(٢-٤)
٦٠	قياس درجة الثبات في المقياس الخاص بتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية	(٣-٤)
٦٢	نتائج الصدق الذاتي لمقاييس الدراسة	(٤-٤)
٦٣	نتائج معاملات الارتباط بين درجة كل مجال والدرجة الكلية للاستقصاء (N=382))	(٥-٤)
٦٤	الحكم علي كفاية حجم العينة باستخدام KMO and Bartlett's Test	(٦-٤)
٦٥	التكرارات والنسب المئوية لتوزيع عينة الدراسة وفقاً للخصائص الديموغرافية	(٧-٤)
٦٨	نتائج تحليل (T) One-Sample Test	(٨-٤)
٧٠	نتائج تحليل (T) One-Sample Test	(٩-٤)
٧٣	نتائج تحليل (T) One-Sample Test	(١٠-٤)
٨٣	توصيات الدراسة	(١-٥)

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة

مشكلة الدراسة

أهداف الدراسة

أهمية الدراسة

تساؤلات الدراسة

فرضيات الدراسة

النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

المقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تقدماً كبيراً في مجال الاتصالات وتقنية المعلومات، مما أسفر عن تغييرات جوهرية وسريعة في مختلف مجالات الحياة، ولم تقتصر هذه التطورات على الجانب التقني فحسب، بل امتد تأثيرها ليشمل الأعمال التجارية والممارسات التنظيمية للمؤسسات العامة والمصارف بشكل خاص، وفي هذا السياق، لعبت تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول دوراً محورياً في تعزيز الشمول المالي، حيث قدّمت وسائل مبتكرة لتسهيل الوصول إلى الخدمات المالية. توفر هذه التطبيقات للعملاء سهولة ومرونة في إدارة حساباتهم وتنفيذ العمليات المصرفية بكفاءة وسرعة، دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية (آدم، ٢٠٢٢).

أدى انتشار التقنية الرقمية إلى إحداث تغييرات كبيرة في المجتمعات البشرية، شملت الجوانب الاجتماعية، والاقتصادية والمدنية وغيرها. لم تعد الهواتف الذكية مجرد وسيلة للتواصل، بل تحولت إلى أداة محورية للوصول إلى المعلومات وتنفيذ المعاملات المالية والمصرفية. ولم يقتصر هذا التحول على الأفراد فقط، بل ساهم أيضاً في دمج الفئات المهمشة ضمن النظام المالي الرسمي، وتقليل الاعتماد على الأساليب غير الرسمية التي تنسم بتكاليفها المرتفعة وعدم استقرارها (الزيني، ٢٠٢١).

وبفضل التطبيقات المصرفية عبر الهواتف المحمولة أصبح بإمكان الأفراد في القطاع غير الرسمي الوصول بسهولة إلى الخدمات المالية، دون الحاجة إلى الاعتماد على القنوات غير الرسمية التي قد تكون مكلفة وغير موثوقة على المدى الطويل. هذا التطور يُعزز الشمول المالي في الدول النامية ويعد خطوة مهمة نحو تحقيق التنمية المستدامة لجميع الفئات الاجتماعية والاقتصادية (Agyemang-Badu, 2018).

ولقد بدأ الاهتمام بالشمول المالي يتوسع ليشمل تصميم منتجات وخدمات مالية ومصرفية تلبي احتياجات الفئات المهمشة وذوي الدخل المحدود، عبر قنوات رسمية تقدمها المؤسسات المالية. يسعى هذا التوجه إلى تطوير حلول مالية ملائمة بتكاليف منافسة وعدالة، مما جعل الشمول المالي دعامة أساسية لتحسين السياسات والهياكل التنظيمية، وتعزيز دور وكالات التنمية على مستوى العالم (اتحاد المصارف العربية، ٢٠١٥).

ويعمل الشمول المالي على تقديم الخدمات المالية لكافة فئات المجتمع، بما في ذلك الأفراد والأسر والمؤسسات، دون تمييز بناءً على مستوى الدخل، بهدف رفع مستوى جودة الحياة. الأفراد العاملون في القطاع غير الرسمي يعتمدون غالباً على وسائل غير رسمية لإدارة أموالهم، مما يجعل فتح حسابات مصرفية خطوة أولى نحو الاندماج في النظام المالي الرسمي. يتيح الشمول المالي إدارة أفضل للتدفقات المالية، حماية المدخرات، تسهيل الاستثمار في الأصول، ودعم نمو وتوسيع المشاريع والشركات الصغيرة، ويُعد تحقيق الشمول المالي بفعالية أمراً يتطلب التثقيف المالي، الذي يلعب دوراً جوهرياً في زيادة وعي المستهلكين. المستهلك الواعي يكون أكثر قدرة على اختيار المنتجات المالية الأنسب، والاستفادة من الفرص المتاحة، مما يعزز من مهاراته في اتخاذ قرارات مالية دقيقة ومدروسة (DANISMAN, 2020)

يتطلب الشمول المالي أيضاً تقديم مجموعة متكاملة من الخدمات المالية التي تشمل فتح الحسابات المصرفية، وإتاحة الادخار، وتوفير القروض بأنواعها المختلفة سواء القصيرة أو الطويلة الأجل، إلى جانب التأمين، والتمويل، وخدمات الرهون العقارية، والتأجير، والمدفوعات، والتحويلات المالية. تساهم هذه الخدمات في تمكين الأفراد من تحسين وضعهم المالي، وحمايتهم من المخاطر المالية، مع مراعاة المعايير الوطنية والدولية. (محمود، ٢٠٢٠)

بناءً على ذلك، نشأت فكرة الدراسة بهدف استكشاف الدور الوسيط للشمول المالي في تحسين التطبيقات المصرفية عبر الهواتف الذكية، ودعم التنافسية في القطاع البنكي داخل المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

أدى تفاقم الأزمة المالية العالمية في أواخر عام ٢٠٠٨ إلى زيادة التركيز على تحقيق الشمول المالي، الذي يهدف إلى تسهيل الوصول لجميع أفراد المجتمع إلى خدمات مالية متنوعة وملائمة. يُعد الشمول المالي عنصراً رئيسياً في تحقيق التنمية الاقتصادية والمالية، مما دفع المؤسسات الدولية إلى تعزيز الجهود من خلال تبني معايير دولية. (فيصل، ٢٠٢٣)

تُظهر البيانات وجود تفاوت كبير في مستويات الشمول المالي بين الدول العربية والمعايير العالمية، حيث تشير الإحصائيات إلى أن ٧١٪ من البالغين في تلك الدول لا يعتمدون على الخدمات المالية الرسمية، مما يؤدي إلى استمرار الاعتماد على النقد في التعاملات المصرفية ويزيد من مخاطر الأنشطة المالية غير المشروعة مثل تمويل الإرهاب، التهريب الضريبي، وغسل الأموال (غانم، ٢٠٢٣)

تركز مشكلة البحث على دراسة أحد العوامل الأساسية لنجاح القطاع المالي المتطور، وهي قدرته على تقديم خدماته لمجموعة واسعة من الأطراف الاقتصادية الفاعلة، على سبيل المثال في عام ٢٠١٦، بلغت نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات مصرفية في المملكة العربية السعودية ٧٤٪، في حين أن الأسواق المتقدمة سجلت نسب شمول مالى تتجاوز ٩٠٪. أما في المناطق النائية، فقد كانت نسبة الشمول المالي أقل، حيث وصلت إلى ٦١٪ و ٧٢٪ على التوالي في نفس العام (مؤسسة النقد العربي السعودي، ٢٠١٦).

هناك اختلاف في الآراء حول مدى تأثير الشمول المالي على تعزيز الميزة التنافسية. يرى بوت وثاكور (٢٠٠٠) أن تخفيض تكاليف التمويل وزيادة توافر الخدمات المالية يساهمان في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات المصرفية. بينما يشير بيرجر وآخرون (Berger, Klapper, & Turk-Ariss, 2009) إلى أن توفير خدمات الائتمان للفئات ذات الدخل المنخفض تزيد من مخاطر عدم السداد، مما يقلل من قدرة المؤسسات المصرفية على التمتع بالميزة التنافسية.

لذا أظهرت المؤسسات اهتماماً متزايداً بالشمول المالي من خلال استدعاء خبراء في هذا المجال ومن خلال مبادرات من خمس هيئات دولية معتمدة على وضع المعايير الدولية، للعمل على تعزيز التطبيقات العملية للشمول المالي (صندوق النقد العربي، ٢٠١٥). فتحديث وتطوير القطاع المصرفي في كل دولة ليكون أكثر شمولاً يعد جزءاً أساسياً من الاستراتيجيات لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات المالية. (غلاب، ٢٠٢١)

لذا، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور الشمول المالي كوسيلة لتعزيز تطبيقات البنوك عبر الهواتف الذكية ودعم التنافسية، خاصة في المملكة العربية السعودية.

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة الحالية هو التحقق من الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية. وينبثق عن الهدف الرئيسي عدد من الأهداف الفرعية على النحو الآتي:

١. التعرف على مستوى استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في البنوك في المملكة العربية السعودية.

٢. التعرف على دور التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

٣. التعرف على الأثر الوسيط للشمول المالي على العلاقة بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من الأهمية الكبيرة لموضوع الشمول المالي، الذي يحظى باهتمام واسع سواء في الدول المتقدمة أو النامية. تسعى المملكة العربية السعودية إلى تطوير قطاعها المالي عبر تحقيق أهداف تنموية، بالإضافة إلى تعزيز الميزة التنافسية من خلال تحسين أداء المؤسسات المصرفية.

وتتجلى أهمية الدراسة في محورين رئيسيين:

الأهمية العملية:

- يستمد البحث الحالي قيمته التطبيقية من خلال تقديم توصيات ومقترحات لتعزيز أداء البنوك في المملكة العربية السعودية وتطوير القطاع المصرفي.
- تسليط الضوء على استراتيجيات تطوير القطاع المصرفي وتحسين هيكله البنوك، مما يساهم في رفع جودة الأداء المصرفي لتحقيق ميزة تنافسية.

الأهمية النظرية:

- يستمد البحث أهميته النظرية من دراسة الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة بين تطبيقات الهواتف الذكية المصرفية وتعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة.
- الإسهام في تعزيز المعرفة العلمية من خلال تقديم إطار نظري متكامل حول الشمول المالي.
- تسليط الضوء على الأثر المحلي والإقليمي للدراسة من خلال التركيز على قضايا محورية تؤثر بشكل مباشر على الصناعة والاقتصاد.

تساؤلات الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى الإجابة على السؤال الرئيسي: كيف يؤثر الشمول المالي كعامل وسيط في العلاقة بين استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية وتحقيق الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟ ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي كما يلي:

١. ما مدى انتشار واستخدام التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية في البنوك السعودية؟

٢. ما تأثير التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية على تعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟

٣. كيف يؤثر الشمول المالي كعامل وسيط على العلاقة بين استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟

فرضيات الدراسة:

انسجاماً مع أهداف الدراسة، تم صياغة الفرضيات التالية:

- تأثير التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية على تعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية:

- تلعب التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية دوراً كبيراً في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

- يُعزز الشمول المالي العلاقة بين التطبيقات البنكية والميزة التنافسية للبنوك بدرجة متوسطة في المملكة العربية السعودية.

النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث:

يهدف هذا البحث إلى دراسة الدور الوسيط للشمول المالي في تعزيز العلاقة بين استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية وتحقيق الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية. مع التقدم السريع في التقنية المالية وانتشار الهواتف الذكية، أصبحت التطبيقات المصرفية وسيلة أساسية للوصول إلى الخدمات المالية، مما يساهم في توسيع قاعدة العملاء وتعزيز الكفاءة المصرفية، لذلك يقوم البحث على النظريات التالية:

١- النظرية المؤسسية (Institutional Theory)

تعتمد الدراسة على النظرية المؤسسية، التي تشير إلى أن المؤسسات المالية تتأثر بالبيئة الاجتماعية والاقتصادية التي تعمل فيها. وفقاً لهذه النظرية، يمكن للتطبيقات البنكية على الهواتف الذكية أن تلعب دوراً أساسياً في تعزيز الشمول المالي من خلال تبني الممارسات والابتكارات التي تستجيب للاحتياجات المؤسسية والمجتمعية، من خلال تعزيز الشمول المالي، تتمكن البنوك من تحسين قدرتها التنافسية، حيث تساعد التطبيقات المصرفية على الهواتف الذكية في الوصول إلى شرائح أكبر من العملاء وتعزيز الثقة في النظام المصرفي، مما يؤدي إلى تعزيز الميزة التنافسية للبنوك. (عياش، ٢٠٢١)

٢- نظرية الانتشار التقني (Diffusion of Innovation Theory)

تستند الدراسة أيضاً إلى نظرية الانتشار التقني، التي تفسر كيفية انتشار الابتكارات التقنية مثل التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية في المجتمع. وفقاً لهذه النظرية، فإن تبني التقنية المالية الجديدة يمر بمراحل مختلفة من التبني، مما يؤدي إلى تحسين الشمول المالي وتوسيع قاعدة العملاء المستفيدين من الخدمات البنكية. كلما زاد تبني هذه التطبيقات البنكية وزادت قدرة المستخدمين على الوصول إلى الخدمات المالية بسهولة، زادت الميزة التنافسية للبنوك في السوق. (غالي، ٢٠٢٠)

٣- نظرية الموارد والمعرفة (Resource-Based View - RBV)

تعد نظرية الموارد والمعرفة إطاراً مهماً لفهم كيفية استغلال البنوك لمواردها التقنية والبشرية لتحقيق ميزة تنافسية. وفقاً لهذه النظرية، فإن التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية تمثل أحد الموارد الرئيسية التي يمكن للبنوك استثمارها لتعزيز قدرتها التنافسية. ومن خلال تعزيز الشمول المالي كعامل وسيط، تصبح البنوك أكثر قدرة على استغلال هذه الموارد بفعالية للوصول إلى شرائح جديدة من العملاء وتحسين جودة خدماتها. (كامل، ٢٠٢٣)

٤- نظرية الاقتصاد القائم على المعرفة (Knowledge Economy Theory)

تعتمد الدراسة كذلك على نظرية الاقتصاد القائم على المعرفة، التي تركز على الدور الأساسي للمعلومات والتقنية في تعزيز النمو الاقتصادي وتحقيق ميزة تنافسية. التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية تمثل جزءاً من الاقتصاد القائم على المعرفة، حيث تساهم في توفير المعلومات المالية والخدمات البنكية بشكل أسرع وأكثر سهولة. من خلال تعزيز الشمول المالي، تصبح البنوك قادرة على استخدام هذه التطبيقات بشكل أكثر فعالية، مما يساهم في زيادة الكفاءة وتحقيق ميزة تنافسية في السوق السعودي. (محمود، ٢٠٢٢)

٥- نظرية الاستدامة (Sustainability Theory)

تعتمد هذه النظرية على مبدأ تحقيق النمو المستدام من خلال توسيع نطاق الشمول المالي. وفقاً لهذه النظرية، يُعتبر الشمول المالي جزءاً مهماً من عملية الاستدامة الاقتصادية لأنه يساهم في تحقيق توزيع عادل للخدمات المالية وتقليل الفجوات الاجتماعية والاقتصادية. البنوك التي تعتمد على تطبيقات الهواتف الذكية لتعزيز الشمول المالي تُصبح قادرة على دعم التنمية المستدامة على المدى الطويل، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية أكبر مقارنة بالبنوك التي لا تتبنى هذه المبادرات.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة والإطار النظري

مقدمة

المحور الأول: دراسات تناولت التطبيقات المالية الرقمية للبنوك

المحور الثاني: دراسات تناولت الشمول المالي

المحور الثالث : دراسات تناولت الميزة التنافسية للبنوك

المحور الرابع: دراسات تناولت العلاقة بين متغيرات الدراسة

التعقيب على الدراسات السابقة

المحور الخامس: الإطار النظري

المبحث الأول: الشمول المالي

المبحث الثاني: التطبيقات البنكية

المبحث الثالث: الميزة التنافسية للبنوك

الفصل الثاني

الدراسات السابقة والإطار النظري

مقدمة:

تلعب الدراسات السابقة دوراً أساسياً في إثراء البحث العلمي وتقديم الخلفية المعرفية اللازمة لفهم وتحليل موضوعات البحث الحالية، وفي هذا السياق تناول العديد من الباحثين موضوع الشمول المالي باعتباره عاملاً وسيطاً يساهم في تعزيز العلاقة بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية وتحقيق الميزة التنافسية للبنوك. تهدف هذه الدراسات إلى تسليط الضوء على كيفية تأثير استخدام التقنية الحديثة في القطاع المصرفي، وخاصة تطبيقات الهواتف الذكية، على تحسين جودة الخدمات المقدمة وتعزيز وصول الأفراد إلى الخدمات المالية.

استعرضت الدراسات السابقة تجارب مختلفة في عدد من الدول، بما في ذلك المملكة العربية السعودية، حيث ركزت على أهمية الشمول المالي كأداة استراتيجية في دعم البنوك لزيادة تنافسيتها، كما تناولت هذه الأبحاث كيفية استغلال التطبيقات البنكية لتحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم، وهوما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي للبنوك، ولقد أظهرت العديد من الدراسات وجود تأثير إيجابي واضح للتطبيقات البنكية على تحقيق الميزة التنافسية من خلال تبني الشمول المالي كعامل وسيط يعزز من قدرة البنوك على الوصول إلى شرائح جديدة من العملاء، وزيادة كفاءة العمليات المالية.

وبالتالي فإن هذا العرض يستند إلى مجموعة من الأبحاث والدراسات التي ناقشت هذا الموضوع، وذلك لتقديم تحليل شامل للدراسات السابقة وتحديد الفجوات البحثية التي يمكن تناولها في الدراسة الحالية، بما يساهم في تطوير الفهم الشامل لدور الشمول المالي في دعم التطبيقات البنكية وتعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

المحور الأول: دراسات تناولت التطبيقات المالية الرقمية للبنوك

١-دراسة (Kendrick Nathanael Rolin , 2024)

وهدف إلى معرفة ما إذا كانت جودة الخدمة يمكن أن تزيد من رضا العملاء، كما يحلل اختلاف التوقعات وأداء الخدمات المصرفية الرئيسية عبر الهاتف المحمول باستخدام نموذج نية الاستخدام

المعدل وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات على عينة قوامها ٣٠ عميلاً من عملاء البنوك في الفلبين، وتظهر نتائج البحث أن الخدمات المصرفية تحتاج إلى تحسين مظهر التطبيقات المصرفية عبر الهاتف المحمول بشكل كبير وتوفير ميزات لتبسيط المعاملات التي تسهل تعلمها. وفقاً للبحث، لا يزال الابتكار مطلوباً لتطبيقات الخدمات المصرفية بإدخال ميزات صغيرة يتم تكييف العملاء عليها. على المدى الطويل، ستصبح هذه الميزات نقطة بيع للعملاء المحتملين المعدل وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات على عينة قوامها ٣٠ عميلاً من عملاء البنوك في الفلبين، وتظهر نتائج البحث أن الخدمات المصرفية تحتاج إلى تحسين مظهر التطبيقات المصرفية عبر الهاتف المحمول بشكل كبير وتوفير ميزات لتبسيط المعاملات التي تسهل تعلمها. وفقاً للبحث، لا يزال الابتكار مطلوباً لتطبيقات الخدمات المصرفية بإدخال ميزات صغيرة يتم تكييف العملاء عليها. على المدى الطويل، ستصبح هذه الميزات نقطة بيع للعملاء المحتملين.

٢-دراسة (Adel M. Qatawneh et.al, 2023)

سعت إلى دراسة تأثير الخدمات المصرفية الذكية عبر الهاتف المحمول (SMBS) على نسبة كبار العملاء في استخدام التطبيقات المصرفية من خلال الدور المتعلق بالمسائل الرقابية لضمان مستوى عالٍ من الاستقرار والمساعدة للاستخدام من خلال الأمان وسهولة الوصول، والتحديث المستمر والعرض الصالح لمحتويات التطبيق. من أجل ذلك، تم اعتماد ميزات للشركات الصغيرة والمتوسطة وإبراز (الراحة والأمان والثقة وسهولة الاستخدام). واعتمدت الدراسة على العملاء الذين تتراوح أعمارهم بين ٣٠ إلى ٦٠ عاماً، واعتمدت أن قبول التقنية عاملٌ نظري وأشارت نتائج الدراسة إلى أن الشركات الصغيرة والمتوسطة تؤثر على نية كبار العملاء في استخدام هذه التطبيقات، وكانت أهم الميزات بشكل أساسي سهولة الاستخدام والأمان، وأوصت الدراسة بأن يركز مدبرو البنوك على توفير الموثوقية والخصوصية. من خلال إدخال ممارسات المحاسبة الرقمية بطريقة أعمق لضمان الكفاءة والموثوقية والتوافق في الخدمات المصرفية المقدمة.

٣-دراسة (Juan-Gabriel, 2023)

والتي سعت إلى الإجابة على تساؤل رئيسي: هل تؤثر الخصوصية وسهولة الاستخدام على ثقة المستخدمين للتطبيقات المصرفية في إسبانيا والبرتغال؟ حيث شهدت التقنية في السنوات الأخيرة زيادة في استخدام المنصات الرقمية بالإضافة إلى ذلك، فإنه يدرس إذا كان هذا التأثير له علاقة بجنسية المستخدمين. أجريت الدراسة من خلال مراجعة الأدبيات ونشر استبانة عبر الإنترنت طُبقت على ١١٧١ من الذكور والإناث المستخدمين للتطبيقات المصرفية، وتوصلت الدراسة إلى

أن الخصوصية وسهولة الاستخدام تؤديان إلى إيجاد ثقة إيجابية لمهولة الاستخدام المنصوصة من قبل المستخدمين. علاوة على ذلك، فإن النتائج تؤكد أنه كلما زادت سهولة الاستخدام المنصوصة، زادت ثقة المستهلك. ومن ذلك، لا يظهر البحث نتائج مهمة لدعم أن الاختلاف يؤثر الشعور بالجنسية بشكل إيجابي ومباشر على الشعور بالثقة والخصوصية.

٤-دراسة (Michael , 2023)

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد آثار التطبيقات المصرفية الرقمية في Rukma على تعطيل الصناعة المصرفية التقليدية باستخدام اختبار الفرضيات وتحليل الانحدار. واستخدم تحليل البيانات لعينة قوامها ٣٦٥ شخصًا تتراوح أعمارهم بين ١٨ عامًا ويستخدمون تطبيقًا مصرفيًا واحدًا على الأقل. تظهر نتائج تحليل البيانات أن التطبيق المصرفي الرقمي قد عطل بشكل كبير الصناعة المصرفية التقليدية، ويرجع ذلك أساسًا إلى سهولة الاستخدام المنصوصة، ورضا العملاء، والنية السلوكية لاستخدام التطبيقات المصرفية الرقمية.

٥-دراسة (الشعبي، ٢٠٢٣)

هدفت إلى فهم تأثير خصائص التطبيقات الذكية على جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية بدولة قطر. أظهرت الدراسة أبعاد خصائص التطبيقات المصرفية مثل الأمان، السرعة، والخصوصية، بالإضافة إلى إيجاد جودة الخدمات المصرفية على سرعة الاستجابة، الاعتمادية، والأمان. باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها وجود تأثير لإحصائيات خصائص التطبيقات الذكية على جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية في قطر. كما أوضحت الدراسة بأهمية أن تقوم إدارة البنوك التجارية في قطر بالاهتمام خصيصاً بسرعة الاستجابة، الأمان، والخصوصية، بالإضافة إلى تحديث هذه التطبيقات بانتظام لضمان خصوصية وسرية البيانات أثناء استخدامها.

٦-دراسة (عزيز، ٢٠٢٣)

جاءت لاستكشاف تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على ولاء عملاء البنوك التجارية العامة في مصر، مركزة على بنك مصر والبنك الأهلي، وذلك بالقاهرة في محافظات الدلتا الكبرى. تم جمع عينة قدرها ٣٨٤ فرداً يستخدمون الخدمات المصرفية الإلكترونية. أظهرت النتائج أن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تؤثر بشكل إيجابي على ولاء العملاء، حيث كانت كفاءة الموقع، الأمان، والخصوصية من العوامل المؤثرة. وأشارت الدراسة إلى أهمية أن تهتم البنوك التجارية في مصر بتحديث وتحسين مواقعها الإلكترونية لضمان ثقة العملاء وولائهم. كما أشارت الدراسة إلى

أن العوامل المؤثرة بشكل أساسي هي كفاءة الموقع، الموثوقية، كفاءة الموقع، الأمان والخصوصية، تصميم الموقع، الوفاء بالتزامات، وخدمة العملاء والدعم.

المحور الثاني: دراسات تناولت الشمول المالي

١- قدمت دراسة (Al-Chahadah, Refae, & Qasim, 2020) استكشافاً لتأثير الشمول المالي على الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في بورصة عمان، باستخدام تحليل الانحدار البسيط تم دراسة تأثير عدد من مؤشرات رئيسية للشمول المالي على أداء البنوك، وأظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي لمؤشرات الشمول المالي، وهما الوصول إلى الخدمات المالية وتمويل المؤسسات، على أداء البنوك الأردنية من حيث ربحيتها. وتضمنت الدراسة المؤسسات المالية في الأردن بزيادة الاستثمار في الوصول المبكر إلى الخدمات المالية، وتعزيز البنية التحتية التقنية لتقنية المعلومات، وتطوير الخدمات المالية الرقمية لتحسين مستوى الخدمات المصرفية، خاصة أن الأردن حالياً تعتبر منخفضة نسبياً مقارنة بالدول ذات الدخل المتوسط.

٢- تمحورت دراسة (Ahamed & Mallick, 2019) حول أهمية الشمول المالي كأولوية في السياسات العامة في الأزمات المالية العالمية، موضحة أن هناك فئة في الفهم الكامل لتأثير هذا الشمول على سلامة مقدمي الخدمات المالية. استندت الدراسة على بيانات مالية دولية لـ ٢٦٣٥ بنكاً في ٨٦ دولة خلال الفترة من ٢٠٠٤ إلى ٢٠١٢. تضمنت النتائج زيادة مميزة في البنوك التي تمتلك حصة مالية من شمول العملاء مع تكاليف أقل لعرض الخدمات المصرفية، وفي البلدان التي تتمتع بجودة مؤسسية جيدة. توصلت الدراسة إلى ضرورة استخدام تحليل المتغيرات الآلية، والتحكم في التأثيرات المصرفية الداخلية، ومقارنة بديلة للشمول المالي، كان من الأهم أن الحفاظ على تلك الحصة المالية ليس مجرد هدف بحد ذاته، بل يمثل قضية أساسية. يجب على صانعي السياسات بالبنوك، أن يتوجهوا نحو الشمول المالي بما يسهم في استقرارها.

المحور الثالث: دراسات تناولت الميزة التنافسية للبنوك

١- دراسة (والى، ٢٠٢٣)

هدفت الدراسة الى التعرف على دور مؤشرات الحيلة الكلية المؤسسة محاسبياً في دعم الميزة التنافسية ، وذلك بالتطبيق على أربعة عشر بنكاً من البنوك المقيدة بالبورصة المصرية ، وذلك خلال الفترة ٢٠٠٦-٢٠٢٠م ، وفي إطار منهجية تحليلية تجمع بين الأسلوب الاستقرائي والأسلوب الاستنباطي، تتحدد النتيجة الرئيسية لهذا البحث في تواجد علاقة تأثير إحصائية ذات دلالة معنوية لمؤشرات الحيلة الكلية المؤسسة محاسبياً على الميزة التنافسية ، وذلك من خلال إطار مقارنة

للمفاضلة بين ثلاثة نماذج إحصائية تتبع تحليل البيانات الزمنية التقاطعية Panel Data ، والتي تشمل على نموذج التأثيرات التجميعية ، ونموذج التأثيرات الثابتة ، ونموذج التأثيرات العشوائية ، وقد ظهر النموذج التجميعي بوصفه النموذج ذات الريادة، وتمثلت النتيجة الأساسية لهذا البحث في أفضلية نموذج التأثيرات التجميعية ، وقد تم تفسير ذلك بعدم تواجد تفاوت في السمات المالية بين البنوك محل الدراسة والتحليل ، ويرجع ذلك بصورة أساسية إلى السياسات والقواعد المتحفظة المتبعة من خلال البنك المركزي المصري ، والتي تؤدي إلى تحييد دور المخاطر المنتظمة والتي قد تصيب القطاع على نحو عام ، كما ظهر متغير المصروفات التشغيلية بوصفه المتغير الأكثر جوهرية في التأثير على الميزة التنافسية.

٢-دراسة (عبد العال، ٢٠٢٣)

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر الذكاء الاستراتيجي على تدعيم الميزة التنافسية المستدامة من وجهة نظر العاملين في قطاع البنوك بمحافظتي القاهرة والجيزة، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحث بتطوير استبانة مكونة من (٦٠) فقرة ، وتم سحب عينة عشوائية بسيطة بتوزيع (٣٨٤) استمارة استقصاء على العاملين بالبنوك وبلغ عدد الاستثمارات التي تم استلامها (٣٥٧) وتم استبعاد (٢٧) استمارة غير صالحة للتحليل وهويتمثل (٩٣٪) من عينة الدراسة ، حيث تم جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة وتحليلها بواسطة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية.(SPSS) وأظهرت النتائج أنّ كلاً من مجالي الذكاء الاستراتيجي والميزة التنافسية المستدامة في البنوك بمحافظتي القاهرة والجيزة جاءت بمستوى تقييم مرتفعة، كما أظهرت النتائج وجود أثر ذودلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للذكاء الاستراتيجي ككل، وللأبعاد: (الاستشراف - تفكير النظم - الرؤية المستقبلية - الشراكة) منفردة على الميزة التنافسية المستدامة. وقد أوصت الدراسة بضرورة وضع برنامج عمل سنوي يركز على تعزيز الذكاء الاستراتيجي وبيان أبعاده المختلفة للعاملين فيه.

٣-دراسة (السعيد، ٢٠٢٢)

هدفت الدراسة إلى تحديد دور إعادة الهندسة التسويقية في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية، من خلال دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري. تم جمع البيانات من ١٠٠ موظف في البنك الخارجي الجزائري، وتم استخدام النموذج الإحصائي لتحليل البيانات. وتوصلت الدراسة إلى أن إعادة الهندسة التسويقية يمكن أن تساهم في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية، حيث أن المؤسسات المصرفية التي تقوم بإعادة هندسة استراتيجيات التسويق تحقق أداءً مالياً أفضل وتستطيع المنافسة بشكل أكبر في السوق. وأوضحت الدراسة أن إعادة الهندسة التسويقية يمكن أن

تتمثل في تحسين عملية التسويق والإعلان للخدمات المصرفية، وتطوير خدمات مصرفية متميزة ومبتكرة، وتوفير حلول مصرفية متنوعة، وتشير الدراسة إلى أنه يمكن للبنك الخارجي الجزائري تحقيق الميزة التنافسية عن طريق إعادة هندسة استراتيجيات التسويق المصرفي.

٤- دراسة (Al-Azzam, A, H. M, 2021)

هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير إدارة علاقات العملاء على الميزة التنافسية في البنوك الأردنية، وقد تم جمع البيانات من ٢٢٠ موظفًا في البنوك في الأردن، وتم استخدام نموذج الانحدار الخطي لتحليل البيانات، أظهرت النتائج أن إدارة علاقات العملاء لها تأثير إيجابي ومعنوي على الميزة التنافسية في البنوك الأردنية. وعلاوة على ذلك، كشفت النتائج أيضًا أن هناك علاقة إيجابية ومعنوية بين إدارة علاقات العملاء ومؤشرات الميزة التنافسية، وتحديدًا فيما يتعلق بجودة الخدمة، والابتكار، والكفاءة، بشكل عام، فإن الدراسة تشير إلى أن إدارة علاقات العملاء تعتبر عاملاً أساسيًا في تحسين الميزة التنافسية للبنوك في الأردن، ويمكن للبنوك تحسين إدارة علاقات العملاء لتحسين أدائها وتحقيق الميزة التنافسية.

٥-دراسة (Alrubaiee, L, 2021)

هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير الابتكار التقني على الميزة التنافسية في صناعة البنوك في الأردن. وتم جمع البيانات من ٢٠٥ موظفين في البنوك في الأردن، وتم استخدام النموذج الإحصائي لتحليل البيانات، أظهرت النتائج أن الابتكار التقني له تأثير إيجابي ومعنوي على الميزة التنافسية في صناعة البنوك في الأردن. وعلاوة على ذلك، كشفت النتائج أيضًا أن هناك علاقة إيجابية ومعنوية بين الابتكار التقني ومؤشرات الميزة التنافسية، وتحديدًا فيما يتعلق بجودة الخدمة، ورضا العملاء، والكفاءة، بشكل عام، تشير النتائج إلى أن الابتكار التقني يعتبر عاملاً أساسيًا في تحسين الميزة التنافسية لصناعة البنوك في الأردن، ويمكن للبنوك تحسين الابتكار التقني لتحسين أدائها وتحقيق الميزة التنافسية.

٦-دراسة.(Hameed, I., 2021)

هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير رأس المال العامل على الميزة التنافسية في قطاع البنوك في المملكة العربية السعودية. وتم جمع البيانات من ٣٥٠ عميلًا في البنوك في المملكة العربية السعودية، وتم استخدام النموذج الإحصائي لتحليل البيانات، أظهرت النتائج أن رأس المال العامل للبنوك له تأثير إيجابي ومعنوي على الميزة التنافسية في قطاع البنوك في المملكة العربية السعودية. وعلاوة على ذلك، كشفت النتائج أيضًا أن هناك علاقة إيجابية ومعنوية بين رأس المال العامل

ومؤشرات الميزة التنافسية، وتحديدًا فيما يتعلق بجودة الخدمة، ورضا العملاء، بشكل عام، تشير النتائج إلى أن رأس المال العامل يعتبر عاملاً أساسياً في تحسين الميزة التنافسية لصناعة البنوك في المملكة العربية السعودية، ويمكن للبنوك تحسين رأس المال العامل لتحسين أدائها وتحقيق الميزة التنافسية.

المحور الرابع: دراسات تناولت العلاقة بين متغيرات الدراسة

١- جاءت دراسة حسين (٢٠٢٢) بهدف استكشاف دور الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك، من خلال تحليل عينة من البنوك في المملكة العربية السعودية. باستخدام برنامج EViews 12 لتقييم العلاقة بين أبعاد الشمول المالي والمؤشرات الفاعلة في الميزة التنافسية مثل عائد الأصول وحصة السوق. حيث أن قطاعات الخدمات المصرفية تتأثر بشدة بالتطورات العالمية، مما يؤدي إلى تغييرات في كيفية استخدام الخدمات المالية من قبل العملاء، وهوجانب أساسي في تحقيق الشمول المالي. اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الاستقرائي والتحليلي، وتم تطبيق الدراسة على عينة من البنوك في المملكة العربية السعودية. أظهرت نتائج الدراسة أن مؤشرات الشمول المالي مثل عدد المواطنين والفروع وأجهزة الصراف الآلي، بالإضافة إلى حجم التحويلات والإيداع كانت لها تأثيرات على ميزة تنافسية وتوضح بتأثير إيجابي أن إحصائياً يعتبر معنوياً عند مستوى (٠,٠٥)، خاصة فيما يتعلق بنسبة السيولة ونسبة المركز، مما يبرز أهمية تعزيز الشمول المالي كاستراتيجية لتعزيز الأداء المصرفي.

٢- هدفت دراسة ياسين (٢٠٢٢) إلى استكشاف العلاقة التفاعلية بين التقنية المصرفية ومؤشرات الشمول المالي والأداء المالي في القطاع المصرفي العراقي. تأتي أهمية الدراسة من الأدبيات التي تحاول فهم هذه العلاقات، بالإضافة إلى محاولة إيجاد مكانة فعالة تؤثر بشكل إيجابي وغير مباشر على أداء المصارف. تم تصميم نموذج يتضمن ثلاث متغيرات رئيسية، ويستند لثلاثة فرضيات رئيسية لدراسة هذه العلاقة. باستخدام المنهج التحليلي الوصفي، استهدفت الدراسة القطاع المصرفي بشكل خاص، حيث جمع البيانات من النشرات الإحصائية والتقارير السنوية الصادرة عن البنك المركزي العراقي، إضافة إلى إجراء عدد من المقابلات الشخصية مع موظفي البنك المركزي للتحقق من الوضع الميداني للمشكلة المطروحة. أظهرت الدراسة أن الشمول المالي يساهم في تحسين أداء المصارف عندما يكون هناك تأثير إيجابي من هذا الشمول. كما أشارت الدراسة من خلال عدة توصيات، على رأسها الحاجة إلى العمل المستمر على تطوير أنظمة الدفع والتسوية لمواكبة التطورات العالمية، بهدف تحقيق نظام دفع كفؤ يواكب المعايير الدولية.

٣- دراسة الشرفاوي (٢٠٢١) لتسليط الضوء على أهمية التحول الرقمي كوسيلة لتطوير وتحسين تشكيلة المنتجات المصرفية التي تقدمها المؤسسات المصرفية في السوق، من منظور العميل المصرفي، بهدف دعم تطوير أعمالها وتعزيز الميزة التنافسية، وكشفت الدراسة عن مدى جهود المؤسسات المصرفية في تبني مفهوم رضا العملاء، الذي ينعكس بشكل مباشر على قدرتها التنافسية. توصلت الدراسة إلى أن العملاء المصريين يفضلون مصداقية أكبر للبنوك المصرية مقارنة بالبنوك العربية والأجنبية في تعاملاتهم داخل السوق المصري. وركزت كذلك إلى عدة أسباب يمكن الاستفادة منها في تخطيط سياسات الحملات التسويقية للبنوك والمصارف. وبلغت نسبة العملاء المتعاملين مع البنوك المصرية ٦٨٪ مقابل ٣٢٪ نسبة العملاء المتعاملين مع البنوك العربية والأجنبية. كما أظهرت الدراسة مدى قوة العلامة التجارية في السوق المصري والعربي والأجنبي. وبيّنت أن تفضيل العملاء في التعامل يعتمد بشكل كبير على الابتكار والتجديد في المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء، بالإضافة إلى وجود دعم من قبل البنوك الفرع في عدة قطاعات الاهتمام بتقنية البنية التحتية، التي ترفع ثقل العملاء من حيث تفضيلاتهم. يجب أيضاً على المسؤولين في المؤسسات المصرفية مواكبة التطورات التقنية وزيادة فوائد العملاء واستخدام وسائل التمكين المختلفة لتحقيق هذه الأهداف، مثل استخدام التقنية والمرونة في المعاملات البنكية، وتعزيز الثقة والتنمية للعملاء.

٤- دراسة (Amnas, Selvam 2024) إلى استكشاف كيفية استخدام التقنية المالية (FinTech) لتعزيز الشمول المالي، وتمحورت الدراسة حول تحليل سبب استخدام الأفراد للتقنية المالية وكيفية تأثيرها على وصولهم إلى الخدمات المالية، من خلال دراسة الأدوار المحتملة للأمان، وجودة الخدمة، والأمان المرتبط بتصورهم كعوامل أساسية في تعزيز استخدام خدمات التقنية المالية. تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية بالبرمجة الصغرى الجزئية (PLS-SEM) لاختبار النموذج المقترح، وتم جمع البيانات من ٦٠٨ مستخدمين FinTech في الهند. أظهرت النتائج أن التقنية المالية تسهم في الشمول المالي، حيث تسهل على الأفراد الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية، وتعزز الثقة والأمان المرتبطين بتلك الخدمات. كما أشارت النتائج إلى أن الأمان المرتبط باستخدام التقنية المالية يعد عاملاً حاسماً في تحقيق الشمول المالي، كما كشفت النتائج أن الدعم الحكومي والتشريعي يلعبان دوراً أساسياً في نجاح هذه التقنية، مما يعزز أهمية السياسات التنظيمية في تعزيز استخدام التقنية المالية لتحقيق الشمول المالي. قدمت هذه الدراسة إسهامات نظرية وتطبيقية مهمة لصانعي السياسات وشركات التقنية المالية لجعل الخدمات المالية أكثر شمولاً وتحسين الوصول إلى الخدمات المالية على المستوى العالمي.

٥-هدفت دراسة (Isabwa, 2021) إلى تقييم دور الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كعنصر حيوي لتعزيز الشمول المالي بين البنوك التجارية في كينيا. تم التركيز في الدراسة على تأثير هذه الخدمات على الشمول المالي، واعتمدت فلسفة البحث الوصفي، مستخدمة تصميم بحوث نوعي واستندت إلى بيانات ثانوية من عينة تتضمن ١٠ بنوك تجارية في كينيا تتمتع بأفضل التطبيقات المصرفية عبر الهاتف المحمول. أظهرت الدراسة أن تحويلات الأموال عبر الهواتف المحمولة وحسابات السحب النقدي تؤثر بشكل كبير وإيجابي على الشمول المالي في البنوك التجارية في كينيا. كما أظهرت الدراسة أن منصات الدفع عبر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كانت أساسية لتعزيز الشمول المالي، ما يُبين أهمية تطوير استراتيجيات مناسبة لتعزيز استخدام هذه التقنية في سعيها لتحقيق أهداف الشمول المالي.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تُظهر الدراسات السابقة المذكورة أعلاه في مجال الشمول المالي والتقنية المصرفية والميزة التنافسية، أنه يمكن استنباط بعض الملاحظات الآتية:

- اختلفت الدراسة الحالية عن بعض الدراسات السابقة في اختيار الحدود الزمنية للدراسة.

من حيث الهدف:

- اتفقت دراسة كل من (Zameer, Tara, Kausar, & Mohsin, 2015) و(الشعبي، ٢٠٢٣) (عزيز، ٢٠٢٣) في هدفها بتناول تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية على ولاء العملاء.

بينما قام كل من حسين (٢٠٢٢)، (Al-Chahadah, Refae, & Qasim, 2020)، و(Ahamed & Mallick, 2019) بتناول متغير الشمول المالي وتأثيره على الأداء المالي ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للقطاع المصرفي.

أما الشرفاوي (٢٠٢١)، و(Amnas, Selvam, & Parayitam, 2024)، و(Isabwa, 2021) فقد تطرقوا إلى دور التقنية الرقمية والمالية والتحول الرقمي في تعزيز الشمول المالي.

من حيث العينة:

- تتشابه الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة كدراسة (الشعبي، ٢٠٢٣)، (عزيز، ٢٠٢٣)، حسين (٢٠٢٢)، ياس (٢٠٢٢)، (الشرفاوي ٢٠٢١)، (Zameer, Tara, sabwa, 2021)

(Kausar, & Mohsin, 2015)، و(Ahamed & Mallick, 2019) في اختيار القطاع المصرفي والبنوك كعينة للبحث.

- بينما اختلفت دراسة (Amnas, Selvam, & Parayitam, 2024) في تطبيق دراستها على عينة من مستخدمي FinTech في الهند.

من حيث المنهجية:

- تتشابه الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة كدراسة (الشعبي، ٢٠٢٣) وياس (٢٠٢٢) في استخدام المنهج الوصفي التحليلي لدراسة خصائص التطبيقات الذكية، بينما اختلفت الدراسة الحالية عن حسين (٢٠٢٢) التي اعتمدت على التحليل المالي والإحصائي والاستنتاجي.

من حيث الأداة:

اتفقت العديد من الدراسات مع الدراسة الحالية في استخدام الاستبانة كأداة للقياس.

المحور الخامس: الإطار النظري

المبحث الأول: الشمول المالي

تسعى المملكة العربية السعودية لتكون في طليعة الدول الرائدة في مجال المدفوعات الرقمية، وذلك من خلال التوسع في تحقيق الشمول المالي للمواطنين السعوديين باعتباره أحد الركائز الأساسية للنمو والتحول نحو الاقتصاد الرقمي وتعزيز الإصلاح الاقتصادي. يتم تحقيق ذلك عبر دمج الاقتصاد الرسمي مع الاقتصاد غير الرسمي، مما يضمن تطور الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية وتعزز التنافسية بينها، كما يساهم هذا في تحسين مستوى المعيشة داخل المملكة وتقليل معدلات الفقر من خلال إدماج شرائح جديدة من المجتمع، مثل الفقراء وذوي الدخل المحدود وأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومتناهية الصغر. (حسين، ٢٠٢٢)

وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠، التي أطلقت في عام ٢٠١٦، تشمل الاستراتيجية العديد من المحاور التي تضمن التدفق النقدي عبر أنظمة الدفع لتحقيق الاستقرار المالي، ومن أبرز هذه المحاور: (World Bank, 2018).

- التحول من الاقتصاد النقدي إلى الاقتصاد غير النقدي: تمثل هذه الخطوة جزءاً أساسياً من رؤية المملكة ٢٠٣٠، وقد بدأت المملكة بالفعل بتطبيق أنظمة الدفع والتحويل الإلكتروني. يتم دفع رواتب الموظفين الحكوميين وكافة المستحقات الأخرى عبر بطاقات تصدرها البنوك، وكذلك دفع

أو تحصيل الخدمات الحكومية من خلال الربط الإلكتروني بين وزارة المالية والبنوك السعودية. يساعد هذا النظام على تحقيق تحول إلى اقتصاد غير نقدي، ويتيح للأفراد الذين يحملون هذه البطاقات الاستفادة من خدمات أخرى مثل الشراء والدفع الإلكتروني. (الحنفي، ٢٠٢٣).

- **الدفع عبر الهاتف المحمول:** بالتعاون بين شركات الاتصالات والشركات التقنية والبنوك السعودية، تم إطلاق أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، التي تشكل خطوة هامة في مجال الشمول المالي وتعزيز الإنفاق بطريقة آمنة وسهلة.

- **الدفع الإلكتروني عبر نقاط البيع:** توفر المملكة خدمات الدفع الإلكتروني من خلال أكثر من مليون نقطة بيع لتسهيل دفع الفواتير والمشتريات. كما تقدم شركات مثل "جيديا" التي تتعاون مع غالبية البنوك والمصارف السعودية في تقديم تجربة متميزة لقبول المدفوعات الإلكترونية لمختلف القطاعات التجارية والحكومية.

يمثل الشمول المالي أحد المحاور الرئيسية التي برزت بقوة على الساحة الاقتصادية في المملكة، خاصة بعد الأزمة المالية العالمية في عام ٢٠٠٨. أدت هذه الأزمة إلى تأكيد أهمية تبني الحكومات لسياسات تهدف إلى تحقيق الشمول المالي من خلال توفير كافة الخدمات المالية والمصرفية لكافة شرائح المجتمع، وتمكينهم من استخدامها بفعالية. كما يحث الشمول المالي مزودي الخدمات المالية على تقديم خدمات متنوعة وابتكارية بتكلفة منخفضة. (عبد الرحمن، ٢٠٢٠).

هذا الاهتمام يعكس الإدراك المتزايد بأن التنمية الاقتصادية تأتي من نمو دور القطاع المصرفي بشكل تصاعدي، حيث تسهم الخدمات المالية والمصرفية المتطورة في تعزيز النمو الاقتصادي. تقدم المؤسسات المالية السعودية خدماتها بسرعة أكبر وجودة أفضل من خلال تنظيم وتدريب العاملين في القطاع المالي، مما يؤدي إلى تقديم منتجات مالية مبتكرة وفتح قنوات المشاركة الاقتصادية لتمكين أصحاب الموارد والدخول المنخفضة من الاستفادة من فرص التمويل والاستثمار والتشغيل. لهذا أصبح مؤشر الشمول المالي من المؤشرات الهامة لقياس التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية وفي العالم.

اولاً- مفهوم الشمول المالي

يُعرّف الشمول المالي بأنه توفير الخدمات المالية، مثل الائتمان، والتأمين، والمدخرات، والخدمات المصرفية الأخرى، بطريقة ميسورة لجميع فئات المجتمع، بما في ذلك الفئات الأقل دخلاً. يساهم الشمول المالي في تخفيف حدة الفقر وتحسين مستوى معيشة الأفراد ذوي الدخل المنخفض. كما أصبح الإدماج المالي هدفاً عالمياً، إذ تسعى العديد من الدول، بما فيها المملكة

العربية السعودية، لتحقيق الشمول المالي الشامل كجزء من استراتيجياتها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. وقد تم تحديد الشمول المالي كعامل أساسي لتحقيق سبعة من أهداف التنمية المستدامة السبعة عشر التي وضعتها الأمم المتحدة. التزمت مجموعة العشرين بتعزيز الشمول المالي على مستوى العالم، وأكدت التزامها بتنفيذ مبادئ الإدماج المالي الرقمي. (سالم، ٢٠٢١)

ويشير البنك الدولي إلى أن الشمول المالي يعني أن الأفراد والشركات يمكنهم الوصول إلى المنتجات والخدمات المالية التي تلبي احتياجاتهم - مثل المدفوعات، الادخار، الائتمان، والتأمين بطريقة مسؤولة ومستدامة. ويعرف صندوق النقد العربي الشمول المالي بأنه تمتع الأفراد بما فيهم أصحاب الدخل المنخفض والشركات، بما في ذلك الشركات الصغيرة، بإمكانية الوصول الفعال إلى مجموعة واسعة من الخدمات المالية الرسمية ذات الجودة العالية وبأسعار معقولة، بما في ذلك المدفوعات، التحويلات، الادخار، الائتمان، والتأمين. (OZILI, 2021)

كما يُعرّف الشمول المالي في المملكة بأنه عملية تتيح للفئات الضعيفة، مثل أصحاب الدخل المحدود والقطاعات المهمشة، الحصول على المنتجات والخدمات المالية بتكلفة ميسورة وبطريقة عادلة وشفافة من قبل المؤسسات المالية الرسمية، يشمل ذلك خدمات الادخار، التأمين، المدفوعات، الائتمان، والتحويلات المالي: (شعلان، ٢٠٢٣)

ويهدف الشمول المالي إلى توفير هذه الخدمات لجميع الأفراد والمؤسسات من خلال القنوات الرسمية، وبأسعار منخفضة تتناسب مع دخولهم، لتجنب لجوء هذه الفئات إلى القنوات غير الرسمية ذات التكلفة العالية والتي لا تخضع لرقابة الجهات الرسمية المعنية.

ثانياً: المبادئ الأساسية لتطبيق الشمول المالي في المملكة العربية السعودية

وضعت مجموعة العمل المعنية ببيانات الشمول المالي التابعة للتحالف الدولي للشمول المالي، عدة مبادئ أساسية للشمول المالي بهدف وضع إطار موحد لتعريف الشمول المالي على المستوى الدولي. تتضمن هذه المبادئ:

١. **الفائدة والأهمية:** يتم اختيار مجموعة المؤشرات الأساسية بناءً على فائدة هذه المؤشرات وأهميتها لدى واضعي السياسات المحلية.
٢. **الاتساق:** يتم تقديم تعريفات موحدة لضمان الاتساق في القياس والقابلية للمقارنة عبر الزمن وبين الدول، بما يتماشى مع استقصاءات الوصول المالي والمشاريع الدولية ذات الصلة.

٣. **التوازن:** يجب أن تكون مجموعة البيانات الأساسية متوازنة، بحيث تعالج بُعدين مهمين للشمول المالي: الوصول إلى الخدمات المالية واستخدامها. يتم تعزيز البيانات المتعلقة بالعرض والطلب لضمان الشمول المالي.

٤. **المرونة:** يرتبط تحقيق الشمول المالي بالظروف الاقتصادية والجغرافية والاجتماعية والثقافية لكل دولة. وبالتالي، تتيح المؤشرات الأساسية للدول مرونة في اختيار التعريفات واستخدام المؤشرات التي تتناسب مع ظروفها.

٥. **الطموح:** يتطلب قياس الشمول المالي بدقة بذل جهود إضافية لتحقيق الأهداف المحددة. يتم تحسين المؤشرات بمرور الوقت لضمان تحقيق تقدم مستمر.

٦. **المنهجية والقابلية للتقييم:** يجب أن تكون البيانات المتعلقة بالشمول المالي متاحة ومتكاملة لتقليل التكلفة والجهد، وذلك ضمن فترة زمنية معقولة. (VAN, Loan ٢٠٢١)

ثالثاً: الصعوبات التي تواجه الأفراد في تطبيق الشمول المالي الكامل

تواجه المملكة العربية السعودية، مثل باقي الدول، بعض التحديات في تطبيق الشمول المالي الكامل، ومنها:

١. الفقر:

الفقر يشكل عائقاً أمام الوصول إلى الخدمات المالية الأساسية مثل الحسابات المصرفية والقروض. الأفراد ذوو الدخل المحدود يرون عدم وجود أي جدوى من اقتناء أوفتح حسابات بنكية (العيسوي، ٢٠٢١)

- ضعف الدخل يمنع الأفراد من الاستفادة من الخدمات المالية المتاحة.
- نقص الفروع المصرفية في المناطق النائية يؤدي إلى صعوبة الوصول للخدمات.
- ضعف الثقة في المؤسسات المالية قد يمنع الأفراد الفقراء من الاستفادة الكاملة من الخدمات المتاحة.

٢. نقص التعليم المالي:

نقص المعرفة المالية يشكل تحدياً، حيث يجد الأفراد صعوبة في فهم الخدمات المالية واستخدامها بشكل صحيح. من الضروري توفير برامج تعليمية تساعد في تعزيز الفهم المالي بين المواطنين. (عبد الغني، ٢٠٢٢)

٣. البنية التحتية المالية:

في بعض المناطق، قد تكون البنية التحتية المالية غير متاحة أو ضعيفة. غياب فروع البنوك وضعف البنية التحتية الرقمية يعوقان القدرة على الوصول إلى الخدمات المالية. فمن الضروري تعزيز وتطوير البنية التحتية لتشمل كافة مناطق المملكة (AZIZ, Abdul; 2020).

٤. القيود القانونية والتنظيمية:

بعض القيود القانونية والتنظيمية مثل متطلبات التحقق من الهوية أو القيود على بعض الخدمات المالية تعوق تحقيق الشمول المالي الكامل. تحتاج المملكة إلى تبسيط الإجراءات القانونية لتعزيز الوصول للخدمات المالية. (عبد الرحمن، ٢٠٢١)

٥. الثقة والثقافة:

عدم الثقة في التقنية المالية أو النظام المالي التقليدي، بالإضافة إلى تأثير العادات الثقافية والاجتماعية، قد يشكل عائقاً أمام اعتماد الخدمات المالية الرقمية. يجب تعزيز الثقة من خلال توفير ضمانات أمان وتعزيز التوعية المالية (OMAR, 2017).

ويتطلب التغلب على هذه التحديات تبني سياسات شاملة تستهدف تحسين الدخل، تعزيز التعليم المالي، وتوفير بنية تحتية مالية قوية.

١- التغلب على المخاوف وزيادة الثقة في التقنية المالية

لتعزيز الثقة في التقنية المالية وتشجيع الأفراد في المملكة على استخدامها، يمكن اتخاذ مجموعة من الإجراءات:

- تعزيز السلامة والأمان: يجب على مقدمي الخدمات المالية في السعودية تطبيق إجراءات صارمة لحماية بيانات المستخدمين، مثل استخدام تقنيات التشفير. توفير معلومات واضحة عن الأمان المتبع في المنصات الإلكترونية يعزز ثقة المستخدمين. (الزيني، ٢٠٢١)

- **التثقيف والتوعية:** من المهم توفير برامج تثقيفية توعوية حول كيفية استخدام التطبيقات المالية وفوائد الدفع الإلكتروني بطرق آمنة. يجب أيضًا توضيح كيفية حماية البيانات والحد من عمليات الاحتيال.

- **تجربة المستخدم المحسنة:** تسهيل استخدام التطبيقات المالية من خلال واجهات سهلة وواضحة مع تقديم إرشادات مفصلة للمستخدمين ودعم فني لحل أي مشاكل تقنية يواجهها المستخدمون.

الاعتماد على النقد والتحديات المرتبطة به في بعض المجتمعات السعودية، يعتمد الأفراد بشكل كبير على النقد التقليدي، مما يحد من استخدام الخدمات المالية الرقمية، حيث يعتبر بعض الأفراد أن التعامل بالنقد أكثر أمانًا وسهولة مقارنةً بالتقنيات المالية الحديثة مثل الدفع الإلكتروني. (DANISMAN, 2020)

قد تعاني بعض المناطق في السعودية من نقص في البنية التحتية الرقمية، مما يحد من قدرة الأفراد على الوصول إلى الخدمات المالية الإلكترونية.

-**التحفظ والقلق:** يشعر بعض الأفراد بالقلق بشأن أمان المعلومات المالية عند استخدام التقنية الحديثة، مما يدفعهم إلى تفضيل النقد. (جعفر، ٢٠٢٠)

لتشجيع الأفراد على التحول من التعاملات النقدية إلى الرقمية، من الضروري تعزيز الثقة في التقنية المالية وتوفير بنية تحتية قوية، خاصة في المناطق النائية.

٢- القيود الشخصية والتغلب عليها

بعض الأفراد في المملكة قد يواجهون قيودًا شخصية تعيق وصولهم إلى الخدمات المالية، مثل:

- عدم وجود وثائق هوية رسمية: قد يواجه بعض الأفراد صعوبة في فتح حسابات مصرفية أو الحصول على خدمات مالية أخرى بسبب نقص الوثائق الرسمية. (العجمي، ٢٠٢١)

- ضعف القدرة المالية: قد تتطلب بعض الحسابات المصرفية رسومًا أو حدًا أدنى من الرصيد، مما يصعب الوصول إليها للأفراد ذوي الدخل المحدود.

- العوائق الجغرافية: يعيش بعض الأفراد في مناطق نائية تعاني من نقص في الخدمات المصرفية والبنية التحتية الرقمية، مما يعوق وصولهم إلى الخدمات المالية. (GERALDES, 2022)

لحل هذه المشاكل، يمكن توفير خيارات بديلة للخدمات المالية التقليدية، مثل تقديم خدمات مالية رقمية مبسطة لا تتطلب تاريخ انتماني أو وثائق معقدة.

٣-العوامل العمرية والثقافية

تؤثر العوامل العمرية والثقافية على استخدام التقنية المالية في السعودية. على سبيل المثال:

- الأفراد المسنون: قد يجد الأفراد المسنون صعوبة في التكيف مع التقنية المالية الحديثة نظرًا لعدم الخبرة في استخدام التطبيقات الرقمية. (عياش، ٢٠٢١)

- الشباب: قد يفتقر الشباب إلى الخبرة المالية اللازمة لاتخاذ قرارات مالية ذكية أو إلى وعي كافٍ بأهمية الشمول المالي. (غلاب، ٢٠٢١)

لتجاوز هذه التحديات، يجب التركيز على التوعية المالية من خلال برامج تعليمية مخصصة للفئات العمرية المختلفة، بالإضافة إلى تحسين التجربة الرقمية لتكون أكثر سهولة للمستخدمين الأقل دراية بالتقنيات الحديثة.

رابعاً: المخاطر المترتبة على تطبيق الشمول المالي في المملكة العربية السعودية:

١. مخاطر عدم الاستدامة المالية:

تعدّ الاستدامة المالية أحد أهم التحديات في تطبيق الشمول المالي. هناك عوامل متعددة قد تؤدي إلى عدم الاستدامة المالية للأفراد في المملكة، مثل:

- عدم التخطيط المالي الجيد: قد يعاني بعض الأفراد من نقص في المعرفة والمهارات اللازمة لتخطيط وإدارة أموالهم بشكل فعال، مما يؤدي إلى الإنفاق غير المدروس وصعوبة توفير الأموال للطوارئ أو للاستثمار.

- تراكم الديون: قد يقوم الأفراد بالاقتراض دون دراسة قدرتهم الحقيقية على السداد، مما يؤدي إلى تراكم الديون وزيادة الضغوط المالية عليهم. (XUN, Zhang, et al. 2020)

- التعرض للمخاطر المالية: قد تواجه الأسر مخاطر مالية نتيجة للكوارث الطبيعية أو الأزمات الاقتصادية التي قد تؤثر على استقرار دخلهم.

- الاعتماد على دخل غير مستدام: بعض الأفراد يعتمدون على وظائف أو مصادر دخل غير مستقرة، ما يؤدي إلى صعوبة تحقيق الاستقرار المالي على المدى الطويل. (خالد، ٢٠٢١)

٢- إجراءات للتغلب على مخاطر عدم الاستدامة المالية:

- التثقيف المالي: تعزيز الوعي المالي من خلال تقديم برامج تعليمية حول إدارة المال والتخطيط المالي.

- التوعية بالديون: توعية الأفراد بالمخاطر المرتبطة بالديون وتقديم المشورة المالية لتجنب الأزمات المالية.

- استراتيجيات الاستدامة المالية: تشجيع الأفراد على الادخار والاستثمار لتحقيق الاستدامة المالية على المدى البعيد.

- التأمين: تقديم توصيات للأفراد بالحصول على التأمين المناسب لحمايتهم من المخاطر المالية غير المتوقعة. (غلاب، ٢٠٢١)

٣. مخاطر عدم الوصول إلى الخدمات المالية الملائمة:

على الرغم من توفر بعض الخدمات المالية في السعودية، إلا أن هناك احتمالاً لعدم توافق تلك الخدمات مع احتياجات الأفراد في بعض المناطق، وذلك بسبب:

- نقص الخدمات المصرفية: بعض المناطق قد تعاني من قلة الفروع المصرفية، مما يؤدي إلى صعوبة الوصول إلى الخدمات المالية الأساسية.

- نقص الخدمات المالية الرقمية: في بعض المناطق التي قد تواجه تحديات في توفير البنية التحتية الرقمية اللازمة للوصول إلى الخدمات المالية الرقمية.

- الخدمات المالية غير الملائمة: قد تكون الرسوم المرتفعة والشروط الصارمة حاجزاً أمام الأفراد ذوي الدخل المحدود في الوصول إلى هذه الخدمات.

- اللجوء إلى الخدمات المالية غير الرسمية: يمكن أن يدفع نقص الخيارات الملائمة بعض الأفراد إلى الاعتماد على الخدمات المالية غير الرسمية، مثل التمويل غير الشرعي أو القروض غير المنظمة، مما يعرضهم لمخاطر مالية كبيرة. (SCHUETZ, 2020)

٤. مخاطر التلاعب والاحتيال:

تعد الجرائم المالية والتلاعب من المخاطر الكبيرة التي قد ترافق توسع الشمول المالي في المملكة، ومن أمثلتها:

- عمليات الاحتيال عبر الإنترنت: استغلال المحتالين للبيانات الشخصية للأفراد من خلال رسائل بريد إلكتروني مزيفة أو مواقع إلكترونية مزورة بهدف سرقة المعلومات المالية.

- العروض الاستثمارية الوهمية: قد يتم إغراء الأفراد بالاستثمار في مشاريع غير شرعية تعد بعوائد خيالية.

- تزوير الهوية: يمكن للمحتالين فتح حسابات مصرفية أو الحصول على قروض بأسماء مزيفة، مما يؤدي إلى خسائر مالية للأفراد. (حسين، ٢٠٢٢)

إجراءات للحد من مخاطر التلاعب والاحتيال:

- الوعي والحذر: توعية الأفراد حول أنواع الاحتيال المالي وتشجيعهم على التعامل بحذر عند مشاركة المعلومات الشخصية.

- التحقق والمراقبة: يجب على الأفراد التحقق من مصداقية المؤسسات المالية قبل التعامل معها.

- التدريب والتوعية: تقديم برامج توعوية حول كيفية التعرف على الاحتيال والتعامل معه.

- استخدام القنوات الآمنة: يفضل استخدام القنوات المالية الآمنة وتجنب مشاركة المعلومات الحساسة عبر وسائل غير محمية. (علي، ٢٠٢٣)

٥. مخاطر التبعية الكبيرة للتقنية في المملكة العربية السعودية:

تطبيق الشمول المالي الكامل في المملكة يتطلب الاعتماد بشكل كبير على التقنية والوصول إلى الإنترنت. ومن ثم، فإن الأفراد الذين يفتقرون إلى التقنية أو القدرة على استخدامها قد يتم استبعادهم

من الاستفادة من الخدمات المالية. فيما يلي أبرز المخاطر المحتملة المرتبطة بالتبعية الكبيرة للتقنية في هذا المجال:

الاستبعاد المالي: الأفراد الذين لا يمتلكون التقنية أو القدرة على استخدامها قد لا يتمكنون من فتح حسابات بنكية أو الوصول إلى القروض والخدمات المالية الأخرى المتاحة عبر الإنترنت.

- نقص المعرفة والتعليم: العديد من الأفراد قد يواجهون صعوبات في فهم أو استخدام التطبيقات المصرفية والخدمات المالية الرقمية بسبب نقص التعليم أو التوعية حول هذه التقنية.

- الأمان والخصوصية: الأفراد الذين لا يعتمدون على التقنية قد يتعرضون لمخاطر الاحتيال أو التلاعب المالي بشكل أكبر، خصوصاً إذا كانوا يعتمدون على وسائل تقليدية مثل الدفع النقدي.

زيادة الفجوة المالية: التبعية للتقنية قد تؤدي إلى زيادة الفجوة بين الأفراد القادرين على الوصول إلى التقنية والأفراد الذين لا يستطيعون ذلك، خاصة في الفئات ذات الدخل المحدود والتي تعاني من الفقر. (حسنين، ٢٠٢٣)

٦- إجراءات للتغلب على مخاطر التبعية الكبيرة للتقنية:

- تعزيز الوصول إلى التقنية: يجب العمل على توفير فرص متساوية للوصول إلى التقنية المالية، مع تقديم التدريب والدعم للأفراد الذين يفتقرون إلى المهارات التقنية. بالإضافة إلى توفير بنية تحتية تقنية قوية في المناطق الريفية.

- تعزيز التعليم المالي: تقديم برامج تعليمية حول كيفية استخدام التقنية المالية والتطبيقات المصرفية الرقمية بشكل آمن وفعال.

- توفير بدائل: تقديم بدائل مالية مبتكرة للأفراد الذين لا يمتلكون تقنية مثل الهواتف المحمولة أو الرسائل النصية أو خدمات الدفع النقدية المسبقة التي لا تعتمد على التقنية المتقدمة.

- التركيز على الأمان والخصوصية: تعزيز إجراءات الأمان في التطبيقات والخدمات المالية الرقمية، وتوعية الأفراد حول حماية حساباتهم والتعامل بأمان عبر الإنترنت. (الحداد، ٢٠٢٢)

٧. مخاطر انعدام الشمول المالي الجغرافي في المملكة العربية السعودية:

قد تختلف مستويات الوصول إلى الخدمات المالية بين المناطق الحضرية والريفية في السعودية. فبينما قد تكون الخدمات المالية متوفرة بكثرة في المدن الكبرى، تعاني المناطق الريفية أو النائية من نقص في تلك الخدمات، مما يؤدي إلى عدد من التحديات:

- الحق في المساواة المالية: انعدام الشمول المالي الجغرافي يؤدي إلى تفاوت في فرص الوصول إلى الخدمات المالية بين سكان المناطق الحضرية والمناطق الريفية أو المحرومة. هؤلاء الأفراد قد يفتقرون إلى الوصول إلى حسابات مصرفية أو قروض أو تأمين.

- قيود التنمية الاقتصادية: الأفراد في المناطق النائية قد يفقدون فرص النمو الاقتصادي أو تأسيس الأعمال التجارية بسبب قلة الخدمات المالية، مما يقلل من قدرتهم على تحقيق الاستقلال المالي أو الاستفادة من الفرص الاستثمارية.

- الفقر والتهميش المالي: عدم توفر الخدمات المالية في المناطق الريفية يمكن أن يؤدي إلى تعزيز الفقر والتهميش المالي، حيث يجد الأفراد صعوبة في تلبية احتياجاتهم المالية الأساسية وتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة.

- نقص الفرص والابتكار: تركيز الخدمات المالية في المناطق الحضرية دون المناطق الريفية يعرقل الابتكار وتطوير حلول مالية ملائمة لهذه الفئات، مما يؤدي إلى تجاهل احتياجاتهم وتطلعاتهم. (حماد، ٢٠٢٢)

خامساً: إجراءات لتعزيز الشمول المالي الجغرافي:

١- توسيع البنية التحتية المالية: يجب العمل على توفير الخدمات المالية في جميع أنحاء المملكة، بما في ذلك المناطق الريفية. يمكن تحقيق ذلك من خلال إنشاء فروع مصرفية متنقلة أو توفير حلول مصرفية عبر الهاتف المحمول.

٢- تعزيز التعليم المالي في المناطق الريفية: تقديم برامج توعية وتنقيف مالى تستهدف سكان المناطق المحرومة لزيادة الوعي حول الخدمات المالية المتاحة وكيفية الاستفادة منها.

٣- استخدام التقنية المالية: تعزيز الابتكار المالي من خلال استخدام التقنية المالية مثل المحافظ الرقمية والدفع الإلكتروني، خاصة في المناطق التي تفتقر إلى البنية التحتية التقليدية.

٤- تعزيز التعاون بين القطاعات: تشجيع التعاون بين الحكومة، القطاع الخاص، والمؤسسات المالية لتوفير حلول تمويلية وخدمات مالية. (عبد العزيز، ٢٠٢٤)

بتطبيق هذه الإجراءات، يمكن تقليل مخاطر التبعية الكبيرة للتقنية وانعدام الشمول المالي الجغرافي في المملكة العربية السعودية، مما يساهم في تحقيق شمول مالي متكامل يضمن وصول الخدمات المالية للجميع.

سادساً: مؤشرات قياس الشمول المالي في المملكة العربية السعودية

تُستخدم مجموعة متنوعة من المؤشرات لقياس مستوى الشمول المالي في المملكة العربية السعودية وتحديد مدى توفر الخدمات المالية للسكان. فيما يلي أبرز هذه المؤشرات:

١. نسبة الحسابات المصرفية:

هذا المؤشر يعكس النسبة المئوية للأفراد الذين يمتلكون حساباً مصرفياً في البنوك السعودية. يعتبر ارتفاع هذه النسبة علامة إيجابية على تحسين الشمول المالي وتعزيز الوصول إلى الخدمات المالية.

٢. نسبة الوصول إلى الخدمات المالية:

يقيس هذا المؤشر مدى قدرة الأفراد على الوصول إلى مجموعة متنوعة من الخدمات المالية، مثل الحسابات المصرفية، القروض، التأمين، ووسائل الدفع الإلكتروني. زيادة هذه النسبة تعكس تحسناً في توفر الخدمات المالية للمواطنين السعوديين. (فيصل، ٢٠٢٣)

٣. الاستخدام الفعال للخدمات المالية:

يقيس هذا المؤشر النسبة المئوية للأفراد الذين يستخدمون بشكل فعال الخدمات المالية المتاحة لهم، مثل إجراء المعاملات المصرفية، التحويلات المالية، والدفع الإلكتروني. زيادة هذا المؤشر تعكس زيادة في تبني التقنية المالية.

٤. التأمين المالي:

يشير هذا المؤشر إلى نسبة الأفراد الذين يمتلكون وثيقة تأمين سواء تأمين صحي، تأمين على الحياة، أو تأمين على الممتلكات. ارتفاع هذا المؤشر يدل على تحسن في مستوى الشمول المالي وتوفير حماية مالية أكبر للسكان.

هذه المؤشرات تُستخدم لتقييم الشمول المالي في المملكة، وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تركيز إضافي وتطوير لتعزيز الوصول إلى الخدمات المالية وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة. يجب أن تتم مراقبة هذه المؤشرات وتحليلها بشكل مستمر للتمكن من تحسين مستوى الشمول المالي في البلاد. (السيد، ٢٠٢٢)

سابعاً: معوقات تطبيق الشمول المالي في المملكة العربية السعودية وطرق التغلب عليها

تواجه المملكة العربية السعودية بعض التحديات التي تعيق تطبيق الشمول المالي بشكل كامل. إنك أبرز هذه المعوقات:

١. نقص الوعي المالي:

يُعد الوعي المالي المحدود بين بعض الفئات السكانية عائقاً أمام تحقيق الشمول المالي. من أجل تحسين الوعي المالي في المملكة، يمكن اتخاذ الخطوات التالية:

- برامج التثقيف المالي في المدارس: يجب تضمين مفاهيم الثقافة المالية في المناهج الدراسية لتعريف الطلاب بمفاهيم مثل التوفير، الاستثمار، وإدارة الميزانية الشخصية.

- حملات توعية عامة: يمكن تنظيم حملات توعية عبر وسائل الإعلام والمجتمعات المحلية لتعريف الجمهور بأهمية التوعية المالية والخدمات المالية المتاحة.

- التعاون مع المؤسسات المالية: يمكن للمؤسسات المالية أن تلعب دوراً رئيسياً في تعزيز الوعي المالي من خلال تقديم برامج تدريبية وورش عمل. (محمد، ٢٠٢٣)

٢. ضعف الوصول إلى الخدمات المالية:

بعض المناطق الريفية في المملكة قد تعاني من ضعف في الوصول إلى الخدمات المالية. لحل هذه المشكلة يمكن اتباع ما يلي:

- توسيع شبكة الفروع المصرفية: زيادة عدد الفروع المصرفية في المناطق النائية لتسهيل الوصول إلى الخدمات المالية.

- تعزيز التقنية المالية: توفير الخدمات المالية الرقمية مثل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ونقاط البيع الإلكترونية في تلك المناطق.

- حملات توعية وتثقيف: يجب تنظيم حملات توعية لتثقيف السكان حول كيفية استخدام الخدمات المالية الرقمية بفعالية. (كامل، ٢٠٢٣)

٣. النقص في التمويل الصغير:

تواجه الشركات الصغيرة والمتوسطة في المملكة صعوبات في الحصول على تمويل مناسب. لمعالجة هذا التحدي، يمكن اتخاذ الخطوات التالية:

- إنشاء صناديق تمويل خاصة: تقديم حلول تمويلية للشركات الصغيرة والمتوسطة بتسهيلات وضمانات منخفضة.

- تعزيز الشراكات المصرفية: يجب تعزيز التعاون بين المصارف ورواد الأعمال الصغار لتسهيل الحصول على القروض.

- تطوير حلول ابتكارية في التمويل: الاستفادة من الابتكار المالي، مثل التمويل الجماعي عبر الإنترنت لتعزيز فرص التمويل لرواد الأعمال الصغار. (هاشم، ٢٠٢٢)

بتطبيق هذه الحلول، يمكن تجاوز التحديات التي تواجه الشمول المالي في المملكة، مما يساهم في توفير فرص متكافئة لجميع الفئات السكانية للوصول إلى الخدمات المالية وتحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة.

المبحث الثاني: التطبيقات البنكية

غَيَّرَت ثورة الاتصالات وتقنية المعلومات بشكل جذري التعامل مع القطاع المصرفي، من حيث تنوع الخدمات المالية وكيفية تقديمها، أصبحت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول مقبولة كجزء من الحياة اليومية، وقد أدى توفر الأجهزة الرقمية مثل (أجهزة الحاسوب – الهواتف المحمولة – الأجهزة اللوحية – أجهزة iPad) واتصالها بالإنترنت إلى قيام العملاء بالبحث عن خدمات مالية بدلاً من تصفح الويب وإجراء المكالمات، وإرسال البريد الإلكتروني فقط. وأدى ظهور التقنيات الرقمية إلى تحول البنوك نحو الخدمات المصرفية الرقمية مما أدى إلى إمكانية الوصول إلى الخدمة عن بعد. (متولي، ٢٠٢٣)

ومنذ بداية ٢٠١٨، بدأت البنوك في تنفيذ استراتيجية جديدة مدتها خمس سنوات تسمى رحلة التحول الرقمي، وتهدف إلى تحويل الخدمات المصرفية التقليدية إلى خدمات إلكترونية من خلال التطبيقات المختلفة لتحسين خبرة العملاء. وبالتالي أصبحت الخدمات المصرفية الرقمية المقدمة من خلال التطبيقات عبر الإنترنت والهاتف والمواقع الإلكترونية وسيلة رئيسية لتوصيل خدمات متعددة للكثير من العملاء، ليس لما لهذه الخدمات المصرفية الرقمية أن تؤثر على رضا العملاء، حيث تركز على تحسين الخدمات الرقمية المقدمة لهم، وتكلفة هذه الخدمات مما يزيد من رضاهم. (حجازي، ٢٠٢٤)

وظهرت فكرة التطبيقات في الخدمات المصرفية بشكل تدريجي حيث سمح في البداية بالاطلاع على الرصيد أو الحسابات، ولكن إلوم يسمح للعميل بالاستفادة من جميع الخدمات الفعلية التي يمتلكها البنك، حتى تلك الخدمات البسيطة مثل إرسال وتلقي الأموال بين الحسابات، طلب فتح حسابات إضافية، أوحى دفع الفواتير وغير ذلك الكثير. وحاليًا هناك منافسة بين البنوك في التطبيقات التي تقدمها من حيث الراحة وسهولة استخدام العميل، وأكثر قدرة على تقديم خدمات متكاملة للأفراد دون الحاجة للذهاب إلى الفرع والتعامل مع موظفي البنك. (عبد الواحد، ٢٠٢٤)

التطبيقات البنكية الرقمية على الهاتف المحمول تمثل أحد أهم الابتكارات التقنية في مجال الخدمات المالية، حيث لعبت دورًا جوهريًا في تحويل نمط العمليات المصرفية التقليدية إلى عمليات أكثر سهولة ومرونة. يُقصد بالتطبيقات البنكية الرقمية، التطبيقات التي توفرها البنوك لعملائها على الهواتف الذكية لتمكينهم من إدارة حساباتهم والقيام بالعمليات المالية مثل التحويلات، ودفع الفواتير، وفتح الحسابات، والاستثمار، وغيرها من الخدمات التي كانت تتطلب في السابق زيارة الفرع البنكي. (سعيد، ٢٠٢٢)

أولاً: مفهوم التطبيقات البنكية الرقمية:

التطبيقات البنكية الرقمية هي أنظمة برمجية مصممة خصيصاً لتشغيل على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، وتُمكن العملاء من الوصول إلى خدمات البنك وإجراء المعاملات المالية بأمان وسهولة من أي مكان وفي أي وقت. تتميز هذه التطبيقات بتقديم تجربة مصرفية متكاملة باستخدام الإنترنت، مما يساهم في توفير الوقت والجهد على العملاء. (محمد، ٢٠٢٣)

ثانياً: مزايا التطبيقات البنكية الرقمية:

١. الوصول السريع للخدمات:

توفر التطبيقات البنكية الرقمية للعملاء القدرة على الوصول إلى حساباتهم والقيام بالعديد من العمليات البنكية في غضون ثوانٍ. يمكن للمستخدمين التحقق من رصيد حساباتهم، متابعة حركة الحساب، تحميل كشوف الحساب، والقيام بعمليات التحويل بين الحسابات بشكل فوري. إضافةً إلى ذلك، توفر التطبيقات إمكانية سداد الفواتير المختلفة مثل فواتير المرافق (الكهرباء، الماء، والإنترنت) بكل سهولة وراحة. هذه السرعة والسهولة تقلل من حاجة العملاء لزيارة الفروع البنكية بشكل متكرر أو الاعتماد على القنوات التقليدية، مما يرفع من كفاءة العمليات المصرفية ويساهم في تعزيز تجربة العميل. (حميد، ٢٠٢٢)

٢. الراحة والمرونة:

التطبيقات البنكية توفر تجربة بنكية متكاملة يمكن الوصول إليها في أي وقت، مما يلغي القيود المتعلقة بساعات عمل البنوك التقليدية. سواء كان العميل في المنزل أو في العمل أو حتى أثناء السفر، يمكنه القيام بأي عملية بنكية عبر هاتفه المحمول، مثل التحويلات بين الحسابات، دفع الفواتير، أو طلب الحصول على قرض. هذه المرونة تتيح للعملاء التعامل مع شؤونهم المالية دون ضغط أو تعقيد، كما تعزز من قدرتهم على التخطيط المالي بشكل أفضل. بالإضافة إلى ذلك، تسمح هذه التطبيقات بتخصيص تجربة المستخدم، مثل تغيير لغة التطبيق، ترتيب الحسابات بشكل يناسب العميل، وضبط الإشعارات لتوفير متابعة دقيقة لكل التغيرات. (محمد، ٢٠٢٢)

٣. التكلفة المنخفضة:

بالنسبة للبنوك، تطوير تطبيقات رقمية أقل تكلفة بكثير مقارنة بفتح فروع جديدة أو توظيف المزيد من الموظفين لخدمة العملاء. التطبيقات البنكية تقلل من التكاليف التشغيلية مثل الإيجارات، الصيانة، والطاقة. من ناحية أخرى، يحصل العملاء أيضًا على ميزة انخفاض التكاليف؛ فبدلاً من دفع رسوم مرتفعة للتحويلات من خلال الفروع، يمكنهم إجراء نفس التحويلات برسوم أقل عبر التطبيق. بالإضافة إلى ذلك، تتبنى بعض البنوك سياسات تشجيعية لزيادة استخدام التطبيقات الرقمية من خلال تقديم خدمات مجانية أو تخفيض الرسوم على المعاملات الرقمية، مما يحفز العملاء للتحول نحو هذه الخدمات. (الجنابي، ٢٠٢٠)

٤. تعزيز الأمان:

الأمان هو من أبرز المزايا التي تقدمها التطبيقات البنكية الرقمية، حيث تعتمد على أحدث التقنيات المتقدمة لحماية البيانات والمعاملات. تشمل هذه التقنيات التشفير المتقدم (Advanced Encryption) الذي يضمن عدم تعرض البيانات للاختراق أثناء انتقالها عبر الإنترنت، والمصادقة الثنائية (Two-Factor Authentication) التي تتطلب من المستخدم تأكيد هويته من خلال خطوة إضافية مثل إرسال رمز تحقق إلى هاتفه المحمول. بالإضافة إلى ذلك، تعتمد التطبيقات الحديثة على التحقق البيومتري (Biometric Authentication) مثل بصمة الإصبع أو التعرف على الوجه، مما يزيد من مستوى الأمان ويقلل من مخاطر الاحتيال. تقدم البنوك أيضًا تنبيهات فورية للعملاء في حالة حدوث أي نشاط مشبوه، مما يساعدهم على تتبع حساباتهم بشكل فوري وحماية أموالهم. (تامر، ٢٠٢٣)

٥. تحسين تجربة المستخدم:

تعتمد التطبيقات البنكية الرقمية على واجهات تفاعلية سهلة الاستخدام تجعل تجربة العميل أكثر سلاسة ومرونة. غالبًا ما تتيح هذه التطبيقات للمستخدم تخصيص واجهة الاستخدام حسب احتياجاته، مثل اختيار طريقة عرض الحسابات، وإعداد تفضيلات التنبيهات، والقدرة على إدارة الخدمات الإضافية بسهولة. علاوة على ذلك، تقوم بعض التطبيقات بتحليل أنماط الإنفاق والادخار للمستخدم، وتقديم نصائح مالية شخصية لتحسين إدارته لأمواله. كما توفر تجربة بنكية متكاملة تتضمن إرشادات تفصيلية لعمليات مثل التقدم للحصول على القروض أو فتح حسابات جديدة، مما يقلل من الحاجة إلى التواصل المباشر مع البنك. (طايح، ٢٠٢٤)

ثالثًا: تأثير التطبيقات البنكية الرقمية على القطاع المصرفي:

تُعد التطبيقات البنكية الرقمية من أهم الابتكارات التي ساهمت في تحويل القطاع المصرفي من نموذج تقليدي يعتمد على الفروع والإجراءات الورقية إلى نموذج رقمي ديناميكي يتسم بالسرعة والكفاءة. لقد أحدثت هذه التطبيقات نقلة نوعية في أسلوب تقديم الخدمات البنكية، ليس فقط من خلال تمكين العملاء من الوصول إلى خدماتهم بسهولة، ولكن أيضًا من خلال إحداث تغيير جوهري في طريقة عمل البنوك وتعاملها مع العملاء. في هذا السياق، يمكن تلخيص التأثيرات الأساسية لهذه التطبيقات في النقاط التالية:

١. تحقيق ميزة تنافسية:

تعتبر التطبيقات البنكية الرقمية اليوم أحد أهم العوامل التي تساعد البنوك على التميز في سوق يتسم بالتنافسية العالية. من خلال تبني هذه التقنية، تستطيع البنوك تقديم خدمات مبتكرة تلبي تطلعات العملاء المتزايدة نحو السرعة والراحة. على سبيل المثال، توفر هذه التطبيقات مجموعة متنوعة من الخدمات، بدءًا من التحويلات الفورية والاطلاع على أرصدة الحسابات في الوقت الحقيقي، وصولاً إلى طلب القروض وإدارة الاستثمارات الشخصية، بالإضافة إلى ذلك، تتيح هذه التطبيقات للبنوك التفاعل مع العملاء بطرق لم تكن ممكنة سابقًا، مثل استخدام الدردشة التفاعلية (Chatbots) التي تقدم استشارات مالية سريعة، أو تقنية الذكاء الاصطناعي التي تقوم بتحليل أنماط الإنفاق لتقديم نصائح مخصصة، هذه القدرات التقنية تساعد البنوك على تقديم حلول جديدة بشكل أسرع وأكثر فاعلية مقارنةً بالمنافسين الذين لا يزالون يعتمدون على الأساليب التقليدية، نتيجة لذلك، تتمكن البنوك التي تتبنى هذه التقنيات من جذب شرائح أوسع من العملاء، وتعزيز ولائهم، وتوسيع حصتها السوقية، مما يجعل الابتكار الرقمي عنصرًا أساسيًا في استراتيجياتها لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. (خميس، ٢٠٢٣)

٢. زيادة الشمول المالي:

الشمول المالي يعني توفير الوصول إلى الخدمات المالية لجميع شرائح المجتمع، بما في ذلك الأفراد الذين يفتقرون إلى حسابات مصرفية أو يعيشون في مناطق نائية. في هذا السياق، تلعب التطبيقات البنكية الرقمية دورًا رئيسيًا في تعزيز الشمول المالي من خلال إزالة الحواجز التقليدية مثل بُعد الفروع البنكية أو تعقيد العمليات المصرفية. فمن خلال هاتف ذكي واتصال بالإنترنت، يمكن لأي شخص فتح حساب بنكي، إجراء معاملات، والتمتع بخدمات مصرفية متكاملة. هذه الإمكانية تفتح الباب لدمج فئات جديدة في النظام المصرفي، مثل أصحاب المشاريع الصغيرة الذين لم يكن لديهم

من قبل القدرة على الوصول إلى التمويل، أو الأفراد العاملين في القطاع غير الرسمي الذين يفتقرون إلى حسابات بنكية تقليدية. علاوة على ذلك، توفر هذه التطبيقات وسيلة ميسرة للنساء والأقليات في بعض المجتمعات، حيث يمكنهم الوصول إلى الخدمات المصرفية دون الحاجة إلى التنقل أو التعرض للعقبات الثقافية والاجتماعية التي قد تعيقهم في حال التعامل المباشر مع الفروع. بهذا الشكل، تصبح التطبيقات الرقمية أداة فعالة لتعزيز التنمية الاقتصادية الشاملة وتقليل الفجوة بين الفئات المختلفة في المجتمع. (السيد، ٢٠٢٢)

٣. تحسين تجربة العملاء:

في عصر يتسم بالتقدم التقني السريع، لم تعد جودة الخدمة البنكية تُقاس فقط بمدى توافرها، بل أيضًا بتجربة العميل مع هذه الخدمة. التطبيقات البنكية الرقمية تساعد البنوك على تحسين تجربة العملاء بشكل كبير من خلال تقديم واجهات تفاعلية، سهولة الاستخدام، ومخصصة لتلبية احتياجات كل عميل على حدة. تتميز هذه التطبيقات بالقدرة على فهم سلوكيات العملاء واهتماماتهم من خلال تحليل بياناتهم بشكل آني، مما يتيح للبنوك تقديم عروض وخدمات مصممة خصيصًا لهم. على سبيل المثال، يمكن للتطبيق البنكي أن يقدم للعميل عروضًا على القروض بناءً على سجله الائتماني واحتياجاته المالية، أو أن يقترح عليه خطط ادخار تتناسب مع نمط إنفاقه الشخصي. بالإضافة إلى ذلك، تقدم هذه التطبيقات إمكانيات مريحة مثل الحصول على دعم فني فوري عبر الدردشة المباشرة، أو إرسال إشعارات لحظية عند إجراء أي عملية مالية، مما يعزز من شعور العميل بالأمان والتحكم الكامل في حساباته. مثل هذه الميزات تجعل التعامل مع البنك تجربة فريدة وممتعة، وتساهم في بناء علاقة قوية وثقة متبادلة بين البنك والعميل، مما يزيد من ولاء العملاء للبنك ويقلل من احتمالية انتقالهم إلى منافسين آخرين. (الحداد، ٢٠٢٢)

يتضح مما سبق أن التطبيقات البنكية الرقمية أثرت بشكل إيجابي على القطاع المصرفي من خلال تعزيز الكفاءة التشغيلية، توسيع قاعدة العملاء، وتحسين مستوى الخدمات المقدمة. هذه التحولات ليست مجرد تحسينات طفيفة، بل هي تغييرات جذرية تعيد تشكيل طبيعة العمل المصرفي، وتحدد معايير جديدة لمستقبل الخدمات البنكية في عالم رقمي متسارع. بناءً على ذلك، أصبح تبني التقنية الرقمية أمرًا حتميًا للبنوك التي تسعى للبقاء في صدارة المنافسة وتحقيق تطلعات عملائها.

رابعاً: مستقبل التطبيقات البنكية الرقمية:

مع التقدم المستمر في التقنية الرقمية والاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي، من المتوقع أن تشهد التطبيقات البنكية الرقمية نقلة نوعية خلال السنوات المقبلة، مما سيحدث تحولاً جذرياً في طريقة تعامل العملاء مع البنوك. يتجه هذا التطور إلى تعزيز تجربة العميل، تحسين كفاءة العمليات، وتوفير خدمات أكثر تخصيصاً وأماناً. فيما يلي عرض مفصل لبعض التطورات الرئيسية التي ستؤثر على مستقبل التطبيقات البنكية الرقمية:

١. الخدمات المصرفية المدمجة مع الذكاء الاصطناعي:

من المتوقع أن تلعب تقنيات الذكاء الاصطناعي دوراً بارزاً في تعزيز التطبيقات البنكية الرقمية، حيث سيتم دمج أنظمة ذكية تستطيع فهم احتياجات العملاء والتفاعل معهم بطرق غير مسبقة. ستعتمد هذه الأنظمة على تحليل البيانات المالية للعملاء لتحديد أنماط الإنفاق، مثل تتبع المصروفات المتكررة وتوقع الأنشطة المالية المستقبلية. من خلال هذه القدرة التحليلية، يمكن للذكاء الاصطناعي تقديم توصيات شخصية لكل عميل، مثل وضع خطط للادخار، اقتراح حلول للاستثمار، أو تنبيه العملاء حول احتمالية تجاوز الميزانية الشهرية. علاوة على ذلك، سيتم تعزيز الأمان المالي من خلال التعلم الآلي (Machine Learning) الذي يُستخدم لاكتشاف الأنماط الشاذة في سلوك العملاء، مما يساعد على تحديد الأنشطة الاحتيالية. (الفاروق، ٢٠٢٣)

ستشمل هذه الخدمات المصرفية المدمجة تقديم مساعدات ذكية مثل الدردشة الآلية (Chatbots) التي توفر إجابات فورية لاستفسارات العملاء وثرشدهم في عمليات معقدة مثل التقدم للحصول على قروض أو إدارة المحافظ الاستثمارية. هذا التفاعل الذكي يرفع من مستوى الخدمة ويقلل الحاجة للتواصل مع ممثلي خدمة العملاء، مما يوفر تجربة سلسة ومريحة. أيضاً يمكن للذكاء الاصطناعي تطوير لوحات تحكم تفاعلية تقوم بتحليل الحالة المالية للعميل بشكل مباشر، وتقديم اقتراحات لتحسين التدفقات النقدية الشخصية. (محمود، ٢٠٢٤)

٢. دعم التعاملات المصرفية من خلال الواقع الافتراضي والمعزز:

الواقع الافتراضي (VR) والواقع المعزز (AR) هما من التقنيات التي من المتوقع أن تغير مفهوم العمليات المصرفية الرقمية بشكل جذري، من خلال تقديم تجربة أكثر تفاعلية وواقعية للعملاء. في المستقبل، قد يتمكن العملاء من الدخول إلى الفروع الافتراضية للبنوك عبر تطبيقاتهم

المصرفية واستخدام أجهزة VR للتفاعل مع ممثلي البنك، مما يتيح لهم إجراء اجتماعات افتراضية ومناقشة احتياجاتهم المالية وكأنهم في الفرع الفعلي. يمكن للعملاء أيضًا استكشاف المنتجات المصرفية مثل القروض أو حسابات الادخار عبر منصات الواقع الافتراضي، مما يوفر تجربة شبيهة بالتسوق الافتراضي. (سنان، ٢٠٢٤)

أما بالنسبة لتطبيقات الواقع المعزز (AR)، فيمكن أن تُستخدم لتقديم إرشادات مباشرة للعملاء من خلال هواتفهم الذكية، مثل تقديم تحليلات مرئية لبياناتهم المالية أو استعراض تفاصيل المعاملات بتقنية ثلاثية الأبعاد. على سبيل المثال، إذا أراد العميل معرفة تفاصيل قرض معين، يمكن لتقنية AR عرض هيكل سداد القرض والفوائد المترتبة عليه بشكل مرئي ثلاثي الأبعاد. هذه التطبيقات يمكنها أيضًا تقديم تجربة تفاعلية لتعزيز الفهم المالي، مما يساعد العملاء على اتخاذ قرارات مالية أكثر وعيًا ودراية.

٣. زيادة الاعتماد على تقنيات البلوك تشين (Blockchain):

تقنية البلوك تشين تُعد واحدة من أهم التقنيات الناشئة التي ستغير قواعد الأمان والشفافية في المعاملات البنكية الرقمية. تعتمد تقنية البلوك تشين على نظام دفتر الأستاذ الموزع (Distributed Ledger)، والذي يسمح بتسجيل المعاملات والتحقق منها بشكل غير مركزي، مما يقلل من احتمالية التلاعب أو الاحتيال. من خلال استخدام هذه التقنية، يمكن للبنوك توفير عمليات تحويل أموال أكثر سرعة وبتكلفة أقل، حيث يتم الاستغناء عن الوسطاء التقليديين الذين غالبًا ما يكونون السبب في إبطاء العملية وزيادة تكلفتها. (بهلول، ٢٠٢٤)

إضافةً إلى ذلك، يمكن للبلوك تشين تحسين مستوى الشفافية في العمليات البنكية من خلال إتاحة سجل عام لكل المعاملات، مما يمكن العملاء من متابعة وتتبع العمليات بسهولة وموثوقية. هذا يعزز من الثقة بين العملاء والمؤسسات المالية. علاوةً على ذلك، يمكن للبلوك تشين دعم تطوير العقود الذكية (Smart Contracts)، وهي عقود رقمية تُنفذ تلقائيًا عند تحقق شروط معينة، مما يسمح بتبسيط عمليات مثل القروض، التأمين، وإدارة الأصول. في المستقبل، قد تتبنى البنوك هذه العقود لتقليل الوقت والجهد اللازمين لإتمام المعاملات المعقدة، مما يوفر تجربة مصرفية أسرع وأكثر فعالية. (حراز، ٢٠٢٣)

٤. دمج إنترنت الأشياء (IoT) في التطبيقات البنكية:

إنترنت الأشياء (IOT) هوتقنية ناشئة أخرى من المتوقع أن تُحدث نقلة نوعية في قطاع الخدمات المصرفية الرقمية. ستتيح هذه التقنية ربط الأجهزة اليومية، مثل الهواتف الذكية، الأجهزة القابلة للارتداء (Wearables)، وأجهزة المنزل الذكي، بالتطبيقات البنكية. على سبيل المثال، يمكن للعميل تلقي إشعار من ساعته الذكية حول وجود دفعة فاتورة مستحقة أو الحصول على تنبيه في حالة إنفاق غير طبيعي في حسابه. علاوةً على ذلك، يمكن استخدام تقنيات إنترنت الأشياء لتوفير تجارب مخصصة مثل خدمات الدفع التلقائي التي تعمل عند دخول العميل إلى متجر معين، مما يقلل من الحاجة لاستخدام البطاقات المصرفية أو حتى الهاتف. (سنان، ٢٠٢٤)

هذه التطبيقات تساعد البنوك على جمع وتحليل بيانات العملاء بشكل أعمق، مما يمكنها من تقديم خدمات شخصية بشكل أكبر. على سبيل المثال، إذا قام العميل بشراء منتج معين بشكل متكرر، يمكن للبنك تقديم عروض وخصومات على هذا المنتج من خلال شركاء استراتيجيين، مما يُعزز من رضا العميل ويخلق فرصًا جديدة لتقديم خدمات مالية مبتكرة.

يتضح مما سبق أن هذه التقنيات المتقدمة في تطوير التطبيقات البنكية الرقمية لتصبح أكثر من مجرد منصات لإدارة الحسابات، بل أدوات شاملة تقدم استشارات مالية ذكية، وتجارب تفاعلية، وحلولاً مبتكرة تتماشى مع احتياجات العصر الحديث. مع استمرار التقدم التقني، ستظل التطبيقات البنكية على الهاتف المحمول ركيزة أساسية في مستقبل العمل المصرفي، مما يعزز من دور البنوك في تقديم خدمات رقمية متكاملة وفعالة بشكل غير مسبوق. من خلال ما سبق يتضح أن التطبيقات البنكية الرقمية على الهاتف المحمول أصبحت جزء لا يتجزأ من منظومة العمل المصرفي الحديث، ويمثل استخدامها خطوة مهمة نحو التحول الرقمي في القطاع المصرفي، من خلال الاستفادة من هذه التطبيقات، تستطيع البنوك تحسين خدماتها، وزيادة قاعدة عملائها، وتحقيق التميز في سوق يتسم بالتنافسية العالية.

المبحث الثالث: الميزة التنافسية للبنوك

تعتبر الميزة التنافسية في قطاع البنوك القدرة على تحقيق تفوق على المنافسين في السوق المصرفية. وتعتبر الميزة التنافسية أمرًا حاسمًا للبنوك للبقاء والازدهار في بيئة الأعمال التنافسية اليوم، وتتوفر للبنوك العديد من الميزات التنافسية المحتملة التي يمكن أن تساعد على التفوق في السوق، وسوف نتناول فيما يلي مفهوم الميزة التنافسية، وأهمية الميزة التنافسية للبنوك، وعوامل

تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، وعلاقة التسويق المصرفي بالميزة التنافسية للبنوك، وأبعاد الميزة التنافسية.

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية

تُعتبر الميزة التنافسية بمثابة العنصر الذي يمنح البنوك والمؤسسات المالية تفوقاً على منافسيهم في سوق الخدمات المصرفية، وهي تتمثل في القدرة على تقديم خدمات مصرفية مميزة وفريدة من نوعها بطريقة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل من منافسيهم، وتعرف الميزة التنافسية للبنوك بعدة تعريفات، نذكر منها:

- **الميزة التنافسية** هي القدرة على تقديم منتجات أو خدمات مميزة وفريدة من نوعها بطريقة تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل من منافسي الشركة.
 - **الميزة التنافسية** هي القدرة على تحقيق تفوق على المنافسين في سوق العملاء أو السوق العالمي من خلال تقديم منتجات أو خدمات مميزة.
 - **الميزة التنافسية** هي القدرة على الحفاظ على مكانة الشركة في سوق العملاء من خلال تقديم منتجات أو خدمات تتميز بجودة عالية وأسعار تنافسية.
 - **الميزة التنافسية** هي القدرة على تقديم الخدمات أو المنتجات بأسعار تنافسية وبجودة عالية وفي وقت قصير. (عطا، ٢٠٢١)
 - **الميزة التنافسية** هي القدرة على تقديم خدمات مصرفية مبتكرة وتقنية متطورة لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل من منافسي الشركة.
- كما يعرف آخرون الميزة التنافسية على أنها تمثل قدرة المصرف على اكتساح السوق المصرفية من خلال التحكم في التكاليف وأسعار عرض الخدمات. مع المحافظة على جودة الخدمات المقدمة.
- ومن خلال التعريفات السابقة يمكن للباحث تعرف الميزة التنافسية للبنوك بأنها: "القدرة على توفير خدمات مصرفية بجودة عالية وأسعار تنافسية وبطريقة تلبي احتياجات العملاء بشكل فعال".

ثانياً: أهمية الميزة التنافسية للبنوك

تعتبر الميزة التنافسية أمراً بالغ الأهمية للبنوك التجارية، فهي تمثل العنصر الأساسي الذي يمنح البنك تفوقاً على منافسيه في سوق الخدمات المصرفية، وتأتي أهمية الميزة التنافسية للبنوك على النحو التالي:

١. تحقيق الربحية:

تُساعد الميزة التنافسية البنوك على تحقيق الربحية والاستمرارية في العمل، حيث تمكّن البنوك من تقديم خدمات مميزة وفريدة من نوعها، وبالتالي تجذب عملاء جدد وتحتفظ بعملائها الحاليين، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحسين الأداء المالي للبنك. (Othman, B., Khatab, 2020)

٢. جذب العملاء:

تساعد الميزة التنافسية البنوك على جذب العملاء بشكل أكبر وتحتفظ بهم، حيث يبحث العملاء عن الخدمات المصرفية المميزة والفريدة، والتي يتم تقديمها بشكل جيد من خلال الميزة التنافسية.

٣. تحقيق التميز في السوق:

تساعد الميزة التنافسية البنك على تحقيق التميز في السوق، حيث يمكن للبنك التفوق على منافسيه وتحقيق مكانة متميزة في سوق الخدمات المصرفية. (Nahar, S., Meero, 2021)

٤. تحسين الصورة الذهنية للبنك:

تساعد الميزة التنافسية البنوك على تحسين الصورة الذهنية للبنك في أذهان العملاء، حيث يعتبر الاستثمار في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتوفير خدمات مميزة وفريدة هو عامل رئيسي في تحسين الصورة الذهنية للبنك وبالتالي جذب المزيد من العملاء.

٥. تطوير العمليات والعمليات التقنية:

تحفز الميزة التنافسية البنوك على تطوير العمليات والعمليات التقنية، حيث تتيح البنوك المتميزة في الميزة التنافسية فرصة للتحسين المستمر والتطوير، والذي يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية وتقديم خدمات مبتكرة ومتطورة للعملاء. (السيد، ٢٠٢٠)

ثالثاً: عوامل تحقيق الميزة التنافسية للبنوك

يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال عدة عوامل، منها:

١. تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية:

يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال تقديم خدمات مصرفية يتميز بها البنك بالجودة العالية والموثوقية، والتي تلبي احتياجات العملاء بشكل فعال، ويمكن تحقيق جودة الخدمات المصرفية عن طريق:

- **توفير التدريب المناسب للموظفين:** يجب توفير التدريب المناسب للموظفين، وتطوير مهاراتهم وتحسين أدائهم، وذلك لتوفير خدمة عالية الجودة للعملاء، وتحقيق رضا العملاء والحفاظ عليهم. (آل خليفة، ٢٠٢٤)
 - **توفير بيئة عمل مناسبة:** يجب توفير بيئة عمل مناسبة وملائمة للموظفين، وذلك لتحفيزهم على تقديم خدمة عالية الجودة للعملاء.
 - **استخدام التقنية المتقدمة:** يجب استخدام التقنية المتقدمة في تقديم الخدمات المصرفية، وذلك لتحسين تجربة العملاء وتسريع عمليات الخدمة، وبالتالي توفير خدمة عالية الجودة.
 - **توفير خدمة العملاء المميزة:** يجب توفير خدمة العملاء المميزة والتي تلبي احتياجات العملاء بشكل فعال، وذلك لتحقيق رضا العملاء والحفاظ عليهم.
 - **الالتزام بالمعايير القياسية:** يجب الالتزام بالمعايير القياسية في تقديم الخدمات المصرفية، وذلك لتحقيق الجودة العالية والموثوقية (عليوة، ٢٠٢١)
- ومما سبق يتضح أنه يمكن تحقيق الميزة التنافسية للبنك من خلال تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية وموثوقية، وذلك من خلال توفير التدريب المناسب للموظفين وتوفير بيئة عمل مناسبة واستخدام التقنية المتقدمة وتوفير خدمة العملاء المميزة والالتزام بالمعايير القياسية.

٢. تقديم خدمات مصرفية مبتكرة ومتطورة:

يُعد تقديم خدمات مصرفية مبتكرة ومتطورة أحد العوامل الرئيسية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، فتقديم خدمات مصرفية تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل من منافسي البنك يمكن أن يساعد البنك في جذب عملاء جدد والحفاظ على العملاء الحاليين، ويمكن تحقيق الميزة التنافسية للبنك من خلال تقديم خدمات مصرفية مبتكرة ومتطورة، وذلك من خلال التطوير التقني والتعاون مع الشركات الناشئة والاستجابة للاحتياجات المتغيرة للعملاء، وتوفير خدمات مصرفية متكاملة، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق:

- **التطوير التقني:** يجب الاستثمار في التطوير التقني واستخدام التقنية الحديثة، وذلك لتطوير خدمات مصرفية جديدة ومبتكرة، وتحسين تجربة العملاء وتسهيل عمليات الخدمة.
- **التعاون مع الشركات الناشئة:** يمكن للبنوك التعاون مع الشركات الناشئة والمبتكرة لتطوير خدمات مصرفية جديدة ومبتكرة، وذلك لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وتحقيق الميزة التنافسية. (آدم، ٢٠٢٢)

- الاستجابة للاحتياجات المتغيرة للعملاء: يجب تحليل احتياجات العملاء بشكل دوري والاستجابة للاحتياجات المتغيرة للعملاء، وذلك لتقديم خدمات مصرفية جديدة ومبتكرة تلبي احتياجات العملاء.
 - تحسين التجربة الرقمية: يجب تحسين التجربة الرقمية للعملاء، وذلك من خلال تحسين تصميم المواقع الإلكترونية والتطبيقات المصرفية وتوفير خدمات مصرفية عبر الإنترنت.
 - توفير خدمات مصرفية متكاملة: يجب توفير خدمات مصرفية متكاملة وشاملة تلبي احتياجات العملاء بشكل كامل، وذلك من خلال توفير خدمات البنك الإلكترونية، والخدمات الاستشارية، والخدمات المالية، والاستثمارية. (ابراهيم، ٢٠٢٢)
٣. التركيز على تجربة العملاء:

يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال التركيز على تحسين تجربة العملاء، فتوفير خدمات مصرفية بأسعار تنافسية والاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء وتقديم الدعم والمساعدة لهم بشكل فعال يمكن أن يساعد البنك في جذب عملاء جدد والحفاظ على العملاء الحاليين، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق:

- تحديد احتياجات العملاء: يجب تحليل احتياجات العملاء بشكل دوري، وذلك لتحديد الخدمات والمنتجات التي يحتاجها العملاء وتلبية احتياجاتهم.
 - توفير خدمات مصرفية بأسعار تنافسية: يجب توفير خدمات مصرفية بأسعار تنافسية لجذب العملاء والمنافسة مع البنوك الأخرى.
 - الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء: يجب الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء وتوفير الدعم والمساعدة لهم بشكل فعال، وذلك لتحسين تجربة العملاء.
 - تحسين التجربة الرقمية: يجب تحسين التجربة الرقمية للعملاء، وذلك من خلال تحسين تصميم المواقع الإلكترونية والتطبيقات المصرفية وتوفير خدمات مصرفية عبر الإنترنت.
 - توفير خدمات مصرفية متكاملة: يجب توفير خدمات مصرفية متكاملة وشاملة تلبي احتياجات العملاء بشكل كامل، وذلك من خلال توفير خدمات البنك الإلكترونية، والخدمات الاستشارية والخدمات المالية والاستثمارية. (SHAH, Syed , 2020)
٤. الاستثمار في التقنية:

يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال الاستثمار في التقنية واستخدامها لتحسين الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. فالتقنية الحديثة، مثل تطبيقات الهاتف المحمول والحوسبة السحابية

والذكاء الاصطناعي وغيرها، يمكن استخدامها لتحسين تجربة العملاء وتطوير خدمات مصرفية جديدة ومبتكرة، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق:

- **تطوير تطبيقات الهاتف المحمول:** يمكن تطوير تطبيقات الهاتف المحمول لتوفير خدمات مصرفية مريحة وسهلة الاستخدام للعملاء، مثل تطبيقات التحويلات المالية والدفع الإلكتروني وإدارة الحسابات.
 - **استخدام الحوسبة السحابية:** يمكن استخدام الحوسبة السحابية لتخزين البيانات وتوفير الوصول إلى البيانات من أي مكان وزمان وتقليل التكاليف التشغيلية.
 - **استخدام الذكاء الاصطناعي:** يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وتحسين التفاعل مع العملاء وتوفير خدمات مصرفية شخصية وفعالة.
 - **توفير الخدمات المصرفية عبر الإنترنت:** يمكن توفير خدمات مصرفية عبر الإنترنت للعملاء، وذلك لتحسين تجربة العملاء وتسهيل عمليات الخدمة.
 - **تطوير الأمن الإلكتروني:** يجب تطوير الأمن الإلكتروني لحماية البيانات المصرفية الحساسة وتقليل خطر الاختراق والاحتيال. (AMOAKO,2020)
٥. تحقيق التكلفة التنافسية:

يمكن تحقيق الميزة التنافسية من خلال تحقيق التكلفة التنافسية، فتحقيق التكلفة التنافسية يتطلب تحسين الكفاءة والإنتاجية وتقليل التكاليف العامة للبنك، وهذا يمكن أن يترجم إلى تقديم خدمات مصرفية بأسعار تنافسية أكبر وبجودة عالية، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق:

- **تحليل العمليات:** يجب تحليل العمليات الداخلية للبنك وتحديد العمليات غير الفعالة أو المكلفة وتحسينها لتحقيق الكفاءة والإنتاجية.
- **استخدام التقنية:** يجب استخدام التقنية لتحسين العمليات وتحقيق الكفاءة والإنتاجية، مثل استخدام الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي والتحليلات البيانية.
- **التحكم في التكاليف:** يجب التحكم في التكاليف العامة للبنك وتقليلها، مثل تقليل التكاليف الإدارية وتحسين إدارة المخزون وتحسين الإدارة المالية.
- **تحسين إدارة الموارد البشرية:** يجب تحسين إدارة الموارد البشرية لتحقيق الكفاءة والإنتاجية، مثل تدريب الموظفين وتحسين العمليات الداخلية لتحقيق الكفاءة.
- **تحسين العمليات التشغيلية:** يجب تحسين العمليات التشغيلية لتحقيق الكفاءة والإنتاجية، مثل تحسين إدارة المخزون وتحسين إدارة العمليات (ابراهيم، ٢٠٢٢)

رابعاً: علاقة العمل المصرفي بالميزة التنافسية للبنوك

يُساهم التسويق المصرفي بشكل فعال في دعم الميزة التنافسية للبنوك، وذلك من خلال ما يلي :

١. دراسة السوق:

يقوم التسويق المصرفي بدراسة السوق وتحليل الأسواق المختلفة واحتياجات العملاء، وذلك لتحديد الفرص الجديدة وتحديد العوامل التي تؤثر على اختيار العملاء للبنوك، ويهدف ذلك إلى تحديد المزايا التنافسية التي يمكن للبنك تقديمها لجذب والحفاظ على العملاء، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق:

- **تحليل السوق:** يجب على إدارات التسويق المصرفي تحليل السوق ودراسة المنافسين والعملاء المحتملين، وتحديد احتياجاتهم ومتطلباتهم وتوقعاتهم.
- **تطوير العروض:** يجب تطوير العروض التي يمكن للبنك تقديمها للعملاء، مثل المنتجات والخدمات والعروض الخاصة، وذلك لتلبية احتياجاتهم وتحسين تجربتهم.
- **التسويق الرقمي:** يجب استخدام التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع العملاء وتحسين تجربتهم، وتسويق المنتجات والخدمات لهم.
- **تحسين تجربة العملاء:** يجب تحسين تجربة العملاء في التعامل مع البنك، وذلك من خلال تحسين التواصل وتسهيل العمليات وتقديم خدمات شخصية وفعالة.
- **بناء العلاقات:** يجب بناء علاقات جيدة مع العملاء وتوفير خدمة عملاء ممتازة لتحسين الرضا عن الخدمات المصرفية المقدمة. (القرنى، ٢٠٢٢)

٢. تطوير المنتجات والخدمات:

يقوم التسويق المصرفي بتطوير المنتجات والخدمات المصرفية وتحديد الاحتياجات الجديدة للعملاء، وذلك لتحسين الخدمات القائمة وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل من المنافسين، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق:

- **تحليل الاحتياجات:** يجب على التسويق المصرفي تحليل الاحتياجات الحالية والمستقبلية للعملاء، وذلك لتحديد المنتجات والخدمات المصرفية التي يحتاجون إليها.
- **تطوير المنتجات والخدمات:** يجب تطوير المنتجات والخدمات المصرفية وتحسينها، وذلك لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل من المنافسين. (حسين، ٢٠٢٢)
- **التسويق الرقمي:** يجب استخدام التسويق الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي للتفاعل مع العملاء وتحسين تجربتهم، وتسويق المنتجات والخدمات المصرفية لهم.

- **التدريب والتوعية:** يجب تدريب وتوعية الموظفين المصرفيين حول المنتجات والخدمات الجديدة والتحسينات القائمة، وذلك لتقديم الخدمات بشكل فعال وتحسين تجربة العملاء.
- **تحسين تجربة العملاء:** يجب تحسين تجربة العملاء في التعامل مع المنتجات والخدمات المصرفية، وذلك من خلال تسهيل العمليات (منصور، ٢٠٢٠)

٣. الترويج والإعلان:

التسويق المصرفي هو العملية التي يقوم فيها البنك بتصميم وترويج وإعلان المنتجات والخدمات المصرفية التي يقدمها للعملاء، ويهدف هذا النشاط إلى جذب العملاء الجدد والحفاظ على العملاء الحاليين من خلال تعزيز العلامة للبنك وتوفير المعلومات عن المزايا التنافسية للبنك والخدمات المصرفية المميزة التي يقدمها، وذلك لزيادة الإيرادات والأرباح وتحسين العلاقة بين البنك والعملاء. وتشمل استراتيجيات التسويق المصرفي عدة أدوات مثل الإعلانات التلفزيونية والإعلانات الإلكترونية والعروض الترويجية والعلاقات العامة والتسويق الاجتماعي والتسويق العصبي والتسويق المباشر والتسويق عبر البريد الإلكتروني والرسائل النصية والاتصالات الهاتفية وغيرها. (العامري، ٢٠٢٠)

٤. تحسين تجربة العملاء:

يعتبر تحسين تجربة العملاء من الأهداف الرئيسية للتسويق المصرفي. فعندما يقدم البنك خدمات مصرفية سهلة وبسيطة، فإن ذلك يساعد العملاء على إدارة أموالهم بشكل أسهل ويتيح لهم الوصول إلى المعلومات المصرفية بسرعة وسهولة، وتوفر خدمات الدعم الفني وخدمة العملاء المميزة تساعد على تعزيز ثقة العملاء في البنك.

ومن خلال تحسين تجربة العملاء، يمكن للتسويق المصرفي أن يحفز العملاء الحاليين على البقاء مع البنك وزيادة الاستخدام والتفاعل مع الخدمات المصرفية الجديدة، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتعزيز النمو المستدام للبنك. وبالإضافة إلى ذلك، يساعد تحسين تجربة العملاء على جذب العملاء الجدد وتحسين سمعة البنك وتعزيز مكانته في السوق. (عبد الرحمن، ٢٠٢٢)

٥. التحليل والقياس:

يقوم التسويق المصرفي بتحليل وقياس فعالية الحملات التسويقية وتقييم نتائجها، وذلك لتحديد النقاط القوية والضعف في الحملات التسويقية. ويمكن أن يتضمن ذلك استخدام مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات لقياس الأداء مثل تحليل البيانات واستطلاعات الرأي والاستماع لملاحظات العملاء وتحليل السوق. (عبد الرحمن، ٢٠٢٢)

ومن خلال تحليل وقياس فعالية الحملات التسويقية، يمكن للتسويق المصرفي تحديد العوامل التي تساهم في نجاح الحملات التسويقية والعوامل التي تحتاج إلى تحسين. ويمكن أن يستخدم هذا التحليل لتحسين الخدمات المصرفية وتحسين المزايا التنافسية للبنك، وبالتالي جذب المزيد من العملاء والحفاظ على العملاء الحاليين. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يساعد تحليل وقياس فعالية الحملات.

خامساً: أبعاد الميزة التنافسية

البعد الأول: التكلفة

تعتبر التكلفة إحدى أبعاد الميزة التنافسية الهامة في قطاع البنوك التجارية، حيث تشير إلى قدرة البنك على تقديم خدماته بتكلفة مناسبة وتحقيق ربحية مرتفعة. وتشمل التكلفة جميع التكاليف المرتبطة بتشغيل البنك، بما في ذلك تكاليف العمالة والإدارة والمرافق والتسويق والتقنية والتعامل مع المخاطر.

تحقيق تكلفة منخفضة يتيح للبنك تقديم خدماته بأسعار تنافسية، مما يزيد من جاذبية عملائه ويزيد من قدرته على تحقيق مزيد من الأرباح. وبالتالي، يمكن للبنك الذي يتمتع بتكلفة منخفضة أن يتفوق على منافسيه في السوق ويحقق ميزة تنافسية على المدى الطويل. (العامري، ٢٠٢٠)

ومن الجوانب التي يمكن للبنوك العمل عليها لتقليل التكلفة هي تحسين كفاءة العمليات والأنشطة المختلفة داخل البنك، وتحسين استخدام التقنية لتحسين الأداء وتحسين التفاعل مع العملاء، واستخدام البيانات والتحليلات لتحسين عمليات صنع القرارات، وتحسين إدارة المخاطر وتخفيض التكاليف الناتجة عنها. (منصور، ٢٠٢٠)

بالإضافة إلى ذلك يمكن للبنوك أن تعمل على تنويع إيراداتها من خلال تقديم خدمات جديدة ومبتكرة، والعمل على توسيع قاعدة العملاء وتحسين خدماتها لتحقيق مزيد من الأرباح. وبهذه الطريقة، يمكن للبنك التجاري تحقيق تكلفة منخفضة وزيادة إيراداته، مما يساعده على تحقيق الميزة التنافسية في سوق البنوك ، وتتكون عناصر التكلفة كأحد أبعاد الميزة التنافسية في البنوك من العديد من العوامل المختلفة، وتتضمن:

١- **تكاليف العمالة:** تشمل الأجور والرواتب والمزايا الأخرى الممنوحة للموظفين، وتعتبر هذه التكاليف عاملاً هاماً لتحديد تكلفة تشغيل البنك.

٢- **تكاليف الإدارة:** تشمل تكاليف الإدارة العامة والإدارة التنفيذية والمالية والإدارة القانونية والمراجعة والمراقبة وغيرها، وتتأثر هذه التكاليف بحجم ونطاق عمل البنك.

٣- **تكاليف المرافق:** تشمل تكاليف الكهرباء والمياه والصيانة والنظافة والتأمينات وغيرها. وتؤثر هذه التكاليف على تكلفة تشغيل البنك ويمكن للبنوك العمل على تحسين كفاءة استخدام المرافق لتقليل هذه التكاليف. (الزعبي، ٢٠٢٢)

٤- **تكاليف التسويق:** تشمل تكاليف الإعلان والترويج والتسويق والعلاقات العامة وغيرها. وتؤثر هذه التكاليف على جذب والاحتفاظ بالعملاء وتحقيق المزيد من الأرباح.

٥- **تكاليف التقنية:** تشمل تكاليف شراء وصيانة وتحديث الأجهزة والبرامج والتطبيقات والأنظمة الخاصة بالبنك، وتؤثر هذه التكاليف على تحسين كفاءة العمليات وتقليل التكاليف الإجمالية للبنك.

٦- **تكاليف التعامل مع المخاطر:** تشمل تكاليف التأمين والاحتياطات اللازمة للتعامل مع المخاطر المالية والقانونية والإدارية، وتؤثر هذه التكاليف على تكلفة تشغيل البنك وتحقيق الأرباح.

البعد الثاني: جودة الخدمات المصرفية

تعتبر جودة الخدمات المصرفية أحد أبعاد الميزة التنافسية الرئيسية للبنوك التجارية، حيث تعكس مدى قدرة البنك على تلبية احتياجات وتوقعات العملاء وتقديم خدمات عالية الجودة. وتشمل جودة الخدمات المصرفية العديد من العوامل المختلفة، ومنها:

١- **سهولة الوصول إلى الخدمات:** تشمل هذه العامل سهولة التسجيل والحصول على الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، وتوفير فروع البنك وصرافات آلية في أماكن مريحة ومتاحة.

٢- **الاستجابة لاحتياجات العملاء:** يجب على البنك أن يتمكن من تلبية احتياجات العملاء بسرعة وكفاءة، سواء كان ذلك من خلال تقديم الخدمات عبر الإنترنت أو عن طريق الاتصال الهاتفي أو في الفروع. (ابراهيم، ٢٠٢٤)

٣- **توفير خدمات مصرفية متنوعة:** يجب على البنك أن يتمكن من توفير مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية، بما في ذلك الحسابات الجارية والتوفيرية والقروض والبطاقات الائتمانية وخدمات الصراف الآلي والخدمات الإلكترونية الأخرى.

٤- **الأمان والحماية:** يجب على البنك أن يتمكن من توفير الأمان والحماية للعملاء، من خلال توفير خدمات الحماية والتأمين على الأموال والبيانات.

٥- **الكفاءة والدقة:** يجب على البنك أن يتمكن من توفير خدمات عالية الكفاءة والدقة، مما يتيح للعملاء تلقي الخدمة بسرعة وجودة عالية. (علي، ٢٠٢٣)

٦- **الاحترافية والتعامل الجيد مع العملاء:** يجب على البنك أن يتمكن من توفير خدمات عالية المستوى والتعامل بشكل احترافي مع العملاء، مما يزيد من رضا العملاء ويساعد على تحقيق المزيد من الأعمال والأرباح.

بشكل عام تعتبر جودة الخدمات المصرفية أحد العوامل الحاسمة في جذب واحتفاظ العملاء، وتحقيق المزيد من الأعمال والأرباح. ولتحقيق هذه الميزة التنافسية، يجب على البنوك العمل على تحسين جودة الخدمات المصرفية وتلبية احتياجات العملاء بشكل جيد، من خلال توفير خدمات مصرفية عالية الجودة والتعامل الجيد مع العملاء، وتوفير الأمان والحماية والكفاءة والدقة في تقديم الخدمات المصرفية. كما يمكن للبنوك العمل على تحسين العلاقة مع العملاء وتعزيز التواصل معهم لفهم متطلباتهم واحتياجاتهم وتلبيتها بشكل فعال. ويمكن أيضاً للبنوك توظيف التقنية والابتكار في تقديم الخدمات المصرفية لتحسين جودتها وتوفير تجربة عملاء مريحة وسهلة.

البعد الثالث: الابتكار

يعتبر الابتكار أحد أبعاد الميزة التنافسية الرئيسية للبنوك ، حيث يمكن للبنوك تحقيق مزيد من النجاح والنمو بفضل الابتكار في الخدمات والمنتجات المصرفية التي تقدمها، تشمل أنواع الابتكار التي يمكن تطبيقها في البنوك:

١- **الابتكار في تقنيات التقنية المالية:** يمكن للبنوك تطوير تقنيات مالية جديدة وابتكارية، مثل تطبيقات الهاتف الذكي والخدمات الرقمية الأخرى، والتي تسهل عمليات الدفع والتحويل وتوفير العملات المشفرة. (ابراهيم، ٢٠٢٤)

- **الابتكار في المنتجات المصرفية:** يمكن للبنوك تطوير منتجات جديدة ومبتكرة، مثل الحسابات الجارية والتوفيرية والبطاقات الائتمانية والقروض، والتي تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.

٣- **الابتكار في العمليات والإدارة:** يمكن للبنوك تحسين عملياتها الداخلية وتطبيق تقنيات جديدة لتحقيق أكبر كفاءة وتوفير التكاليف.

٤- **الابتكار في التسويق والعلاقات العامة:** يمكن للبنوك تطوير الأساليب الجديدة للتسويق والترويج والعلاقات العامة، والتي تساعد على جذب والمحافظة على العملاء بشكل أفضل.

٥- الابتكار في خدمة العملاء: يمكن للبنوك تحسين خدمة العملاء وتطوير أساليب جديدة للتواصل مع العملاء وتحليل احتياجاتهم وتقديم الخدمات بشكل أفضل.

يمكن للبنوك الاستفادة من الابتكار لتحقيق ميزة تنافسية في السوق، والتفوق على المنافسين، ويمكن تحقيق ذلك عن طريق تطوير خدمات مبتكرة ومتطورة، وتوفير تجربة عملاء فريدة ومميزة، وتحسين الكفاءة الداخلية وتطبيق أفضل الممارسات في إدارة الأعمال. ويمكن الاستفادة من التقنية والابتكار في تحقيق هذه الأهداف بشكل أفضل، والتأكيد على تحسين الخدمات والمنتجات المصرفية بشكل مستمر لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وزيادة رضاهم وولائهم إلى البنك. (علام، ٢٠٢٢)

البعد الرابع: المرونة

تعتبر المرونة أحد الأبعاد الحاسمة للميزة التنافسية للبنوك ، حيث تتيح للبنوك القدرة على التكيف مع التحولات الاقتصادية والتقنية والاجتماعية والبيئية التي تحدث بشكل مستمر في السوق، تشمل أهم أشكال المرونة التي يمكن تطبيقها في البنوك:

١- المرونة في الخدمات المصرفية: تتيح للبنوك القدرة على توفير خدمات مصرفية مختلفة ومتنوعة، والتي تتناسب مع احتياجات العملاء وتتكيف مع التغيرات في السوق.

٢- المرونة في العمليات الداخلية: تتيح للبنوك القدرة على تطوير العمليات وتحسينها بشكل مستمر، والتي تتكيف مع تحولات السوق والتقنية والتشريعات والمتطلبات البيئية والاجتماعية.

٣- المرونة في السياسات والإجراءات: تتيح للبنوك القدرة على تعديل السياسات والإجراءات بشكل سريع ومرن، والتي تتكيف مع التغيرات في السوق وتلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.

٤- المرونة في الاتصالات والتواصل: تتيح للبنوك القدرة على التواصل بشكل مستمر مع العملاء والموظفين والمساهمين والشركاء، والتي تتكيف مع التغيرات في السوق وتحسين العلاقات وتعزيز الثقة. (عزيز، ٢٠٢٤)

٥- المرونة في الابتكار والتطوير: تتيح للبنوك القدرة على تطوير منتجات وخدمات جديدة بشكل مستمر، والتي تتكيف مع التحولات في السوق وتلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل.

وتعتبر المرونة أحد الأبعاد الحاسمة في جذب واحتفاظ العملاء، وتحقيق المزيد من الأعمال والأرباح، ويمكن للبنوك تحقيق المرونة بتحسين العمليات الداخلية وتحسين الكفاءة وتوظيف التقنية والابتكار في تقديم الخدمات المصرفية بشكل أفضل، وتحسين العلاقات مع العملاء وتحليل

احتياجاتهم وتلبيتها بشكل فعال. كما يمكن للبنوك تحسين المرونة بتطوير السياسات والإجراءات الداخلية بشكل مستمر، وتحسين الاتصالات والتواصل مع العملاء والشركاء، والتوسع في الخدمات والمنتجات المصرفية وتحسينها بشكل مستمر، بالإضافة إلى ذلك يمكن للبنوك تحقيق المرونة من خلال التحول إلى نموذج أعمال أكثر مرونة، مثل استخدام التقنية السحابية والتعاون مع شركاء ومزودي خدمات مختلفين، وتحويل العمليات. (السيد، ٢٠٢٤)

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

مقدمة

اولا: تصميم الدراسة

ثانيا: مجتمع الدراسة

ثالثا: خصائص العينة:

رابعا: متغيرات الدراسة وأساليب القياس

خامسا: البيانات المطلوبة ومصادرها

تمهيد

إن التصميم الجيد لأداة البحث يحدد الإطار العام لمجال البحث ومحتوياته، ومتغيراته وحدوده، كما أنها ترشد الباحث إلى تحديد مجتمع وعينة البحث، وطرق جمع البيانات (إدريس، ٢٠١٢، ص ١٣٦)، ونظراً لأن البحث الحالي يتعلق بدراسة الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية، فإنه تقرر استخدام المدخل الوصفي في هذا البحث، وذلك من أجل وصف الخصائص والمتغيرات الخاصة بمشكلة البحث، وكذلك العلاقات والاختلافات بين هذه المتغيرات.

أولاً: تصميم الدراسة:

تتبنى الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وهو منهج بحثي يستخدم لدراسة ظاهرة ما بصورة كمية من خلال جمع بيانات تفصيلية ذات طبيعة إحصائية عن مشكلة البحث ومن ثم تحليلها، والقيام بمقارنات تبعاً للمتغيرات الديمغرافية وتأثيرها على متغيرات الدراسة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة:

يتناول هذا الجزء من المبحث الأول (مجتمع البحث – أسلوب وحجم العينة - وحدة المعاينة) وذلك على النحو التالي:

نظراً لأن هذا البحث يهتم بدراسة الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية، لذا فإن مجتمع البحث يشمل جميع العاملين بالبنوك السعودية، ويوجد أكثر من ٣٠ بنكاً مرخصاً تعمل في المملكة العربية السعودية، بما في ذلك البنوك المحلية والدولية.

ثالثاً: خصائص العينة:

اعتمد البحث على عينة قصدية بالمسح الشامل لمدبري الاقسام بالبنوك المختارة بالقطاع المصرفي السعودي، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (٣ - ١) مجتمع الدراسة

م	اسم البنك	عدد العاملين
١	بنك الرياض	7,887
٢	مصرف الراجحي	13,000
٣	البنك الوطني السعودي	13,000
٤	البنك السعودي البريطاني	5,000
٥	بنك الجزيرة	2,800
٦	بنك البلاد	3,500
٧	البنك السعودي الفرنسي	3,500
٨	البنك العربي الوطني	4,000
٩	البنك السعودي للاستثمار	2,000
١٠	بنك الإنماء	2,500
	الإجمالي	57,187

طريقة سحب مفردات العينة:

تم استخدام أسلوب سحب العينات من مجتمع العاملين بالبنوك بمدينة الرياض، حيث تم اختيار عينة عشوائية ، وقد بلغ حجم العينة (٣٨٢) مفردة، تم توزيعها باستخدام معادلة ستيفن ثامبسون

$$n = \frac{N \times P(1-P)}{(N-1) \times (d^2/z^2) + P(1-P)}$$

Steven K. Thompson, 2012 Sampling, Third Edition, p: 59-60.

حيث يشير

N حجم مجتمع الدراسة

n حجم العينة

Z الخطأ المعياري وتم حسابه عن طريق قسمة حدود الخطأ ٥٪ على

١,٩٦ (الدرجة المعيارية عند معامل الثقة الشائع في البحوث التجارية ٩٥٪)

نسبة عدد المفردات في المجتمع التي تتوافر فيها الخاصية المطلوبة

للدراسة (والتي افترضها الباحث أكبر احتمال لنسبة توافر الخصائص المطلوب

دراستها وهي ٥٠٪) p

d خطأ العينة المسموح به في تقدير النسبة وهو ٠,٠٥

$$n = \frac{57187 \times 0.5(1 - 0.50)}{(57187 - 1) \times \left(\frac{0.05^2}{1.96^2}\right) + 0.5(1 - 0.50)} = 382$$

وبالتالي فإن إجمالي حجم عينة البحث = ٣٨٢ مفردة.

وحدة المعاينة:

وهي تلك المفردة التي سيتم توجيه قائمة الاستقصاء إليها نظراً لتوافر الإجابات لديها وتتمثل وحدة المعاينة بالعاملين بالبنوك محل البحث.

رابعاً: متغيرات البحث وأساليب القياس:

فيما يلي يعرض الباحث المتغيرات، والمقاييس المستخدمة في البحث وذلك على النحو التالي:

المتغير المستقل: ويتمثل في التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية.

المتغير التابع: الميزة التنافسية.

- أما الخصائص الشخصية للعاملين محل البحث، تضم خمس متغيرات (النوع - العمر - المؤهل الدراسي - المسمى الوظيفي - مدة الخدمة).

المتغير الوسيط: الوسيط للشمول المالي

خامساً: البيانات المطلوبة ومصادرها:

اعتمد البحث على نوعين من البيانات لتحقيق أهداف البحث وهما البيانات الثانوية والبيانات الأولية، وفيما يلي عرض لهذه البيانات:

البيانات الثانوية: هي البيانات التي اعتمد عليها البحث في تحديد المشكلة وتكوين الفروض، وقياس المتغيرات وتحديد مجتمع البحث وتوزيع مفرداته، وتم جمع البيانات من خلال الاعتماد على الكتب والرسائل العلمية والدوريات والأدبيات التي تناولت متغيرات البحث وأبعاده.

البيانات الأولية: بالإضافة إلى البيانات الثانوية تم الاعتماد على البيانات الأولية اللازمة لتحقيق أهداف البحث، وتم الحصول على هذه البيانات من مفردات عينة البحث، عن طريق قائمة الاستقصاء التي تم توزيعها على العاملين بالبنوك السعودية، وقد اعتمد هذا الجانب على المقابلة الشخصية والمناقشة ومتابعة الحصول عليها، توخياً للدقة ولضمان مشاركة أكبر عدد من عينة

البحث، وقد تم تصميم أداة البحث وطريقة جمع البيانات في ضوء الإطار النظري والمقاييس التي تم الاعتماد عليها عن طريق الدراسات السابقة.

سادساً: أداة البحث وطريقة جمع البيانات:

اعتمد البحث في جمع البيانات على قائمة الاستقصاء المكونة من (٤٥) بند، على عينة مكونة من (٣٨٢) مفردة، من العاملين بالبنوك السعودية.

هذا وتجدر الإشارة إلى أنه تم جمع البيانات الخاصة بالاستقصاء، باستخدام طريقة الزيارة القصيرة، وتقديم الأسئلة شفهيًا وشرح طبيعة الاستقصاء وأهدافه، ثم تزويد العينة برابط استبيان من خلال نماذج جوجل الالكترونية ليتم الإجابة عنها في الوقت والمكان المناسبين للمستقصى منهم، أو جمعها عن طريق المقابلة الشخصية القصيرة مرة أخرى يدويًا لمن يرغب. وتعد هذه الطريقة هي أكثر الطرق استخداماً في جمع البيانات الأولية، وهي ملائمة لمثل هذا النوع من الاستقصاء.

حدود البحث:

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على بحث الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في مدينة الرياض.
- **الحدود البشرية:** تقتصر الدراسة على العاملين في البنوك السعودية المحلية والأجنبية وفروعها.
- **الحدود المكانية:** تتحدد الدراسة في النطاق الجغرافي الخاص بالبنوك السعودية المحلية والأجنبية الموجودة في مدينة الرياض.
- **الحدود الزمنية:** سيتم إجراء الدراسة خلال مجريات العام ١٤٤٦ هـ / ٢٠٢٤ م.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

مقدمة

أولاً: الاعتمادية والصلاحية

ثانياً: الحكم علي كفاية حجم العينة

ثالثاً: خصائص عينة الدراسة

رابعاً: اختبار فروض الدراسة:

اختبار الفرض الأول

اختبار الفرض الثاني

اختبار الفرض الثالث

المقدمة:

تناول الباحث في الفصول السابقة من شرح لمنهجية الدراسة والاطار النظري لمتغيرات الدراسة، واستكمالاً لما تم تناوله فان هذا الفصل يتناول الدراسة الميدانية وذلك لتحقيق هدف الدراسة المتمثل في " الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك" وكذلك التعرف على طبيعة ودرجة العلاقة بين متغيرات الدراسة، لذا تناول الباحث في هذا الفصل عرض لتوصيف وتحليل البيانات التي تم جمعها كجزء من الدراسة الميدانية، وذلك باستخدام أساليب التحليل الإحصائي، ويشتمل هذا الفصل على:

اولاً: الاعتمادية والصلاحية

ثانياً: الحكم علي كفاية حجم العينة

ثالثاً: خصائص عينة الدراسة

رابعاً: اختبار فروض الدراسة

خامساً: ملخص الفصل الرابع

أولاً: الاعتمادية والصلاحية:

استخدم الباحث مقاييس إحصائية تستخدم للتحقق من درجة الثبات والصدق في المقاييس المستخدمة في الدراسة وهي كالآتي:

التحقق من درجة الثبات في مقاييس الدراسة:

يشير الثبات إلى مدى اتساق نتائج المقياس، فإذا حصلنا على درجات متقاربة عند تطبيق نفس المقياس على نفس مجموعة الأفراد مرتين مختلفتين فإننا نستدل من ذلك على أن المقياس يتسم بدرجة عالية من الثبات، ويتم اختبار ثبات الاستقصاء بعدة طرق أهمها معامل "ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha" وهو يأخذ قيم تتراوح ما بين الصفر والواحد الصحيح، وعندما تكون قيمته قريبة من الواحد فإن ذلك يدل على ثبات الاستقصاء، وتعتبر نسبة ٦٠٪ مقبولة للحكم على ثبات الاستقصاء مع مراعاة أنه يتم استبعاد أي متغير له معامل ارتباط إجمالي-Item-Total correlation أقل من ٣٠٪ بينه وبين باقي المتغيرات في المقياس نفسه ويمكن قياس درجة الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة كالآتي:

(١) قياس مستوى الثبات في المقياس الخاص بتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك، يتم قياس مستوى الثبات باستخدام معامل الثبات الفا وذلك كما يلي:

جدول (١-٤)

قياس درجة الثبات في المقياس الخاص بتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك

عبارات المقاييس	معامل الارتباط الإجمالي	معامل الفاكرونباخ (مقياس الثبات)	عدد العبارات المحذوفة	معامل الفاكرونباخ بعد الحذف
X1	٠.٧٤٧	٠.٩٥٢	-	٠.٩٥٢
X2	٠.٨٣٢			
X3	٠.٧٧٦			

			٠.٧٣٣	X4
			٠.٧٩٦	X5
			٠.٧٨٦	X6
			٠.٨٠٩	X7
			٠.٧٢٨	X8
			٠.٨٠٥	X9
			٠.٧٤١	X10
			٠.٧٨٠	X11
			٠.٨١٤	X12
			٠.٧٦١	X13
			٠.٧٦٣	X14
			٠.٧٧٠	X15

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

من جدول (٤-١) السابق نجد أن جميع العبارات ذات معامل ارتباط إجمالي أكبر من

٣٠% كما نجد أن معامل الثبات للعبارات في المقياس قد بلغ (0,952)، وهي معاملات ثبات

مرتفعة وبالتالي نجد أن هذا المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

قياس مستوى الثبات في المقياس الخاص بتأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي

وفقاً لآراء العاملين بالبنوك يتم قياس مستوى الثبات باستخدام معامل الثبات الفا وذلك كما يلي:

جدول (٤-٢)

قياس درجة الثبات في المقياس الخاص بتأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي

عبارات المقياس	معامل الارتباط الإجمالي	معامل الفاكرونباخ (مقياس الثبات)	عدد العبارات المحذوفة	معامل الفاكرونباخ بعد الحذف
Y1	**٠,٦٨٧	٠.٩٢٨	—	٠.٩٢٨
Y2	**٠,٦٨١			
Y3	**٠,٧٠٧			
Y4	**٠,٦٨٢			
Y5	**٠,٧١٥			

			**٠,٧٦٥	Y6
			**٠,٧٧٤	Y7
			**٠,٧٧١	Y8
			**٠,٧٢٢	Y9
			**٠,٧٧٥	Y10
			**٠,٧٥٧	Y11
			**٠,٧٣٢	Y12
			**٠,٧٠٥	Y13
			**٠,٦٩٩	Y14
			**٠,٥٠٤	Y15

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

من جدول (٤-٢) السابق نجد أن جميع العبارات ذات معامل ارتباط إجمالي أكبر من ٣٠٪ كما نجد أن معامل الثبات في المقياس قد بلغ (0.928) وهو معامل ثبات مرتفع وبالتالي نجد أن هذا المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

قياس مستوى الثبات في المقياس الخاص بتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية
يتم قياس مستوى الثبات باستخدام معامل الثبات الفا وذلك كما يلي:

جدول (٤-٣)

قياس درجة الثبات في المقياس الخاص بتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية

عبارات المقياس	معامل الارتباط الإجمالي	معامل الفاكرونباخ (مقياس الثبات)	عدد العبارات المحذوفة	معامل الفاكرونباخ بعد الحذف
Z1	٠.٧٥٩	٠.٩٤١	—	٠.٩٤١
Z2	٠.٨١٧			
Z3	٠.٧٧٩			
Z4	٠.٧٤٥			
Z5	٠.٧٧٨			
Z6	٠.٧٥١			
Z7	٠.٧٧٩			

			٠.٧٣٠	Z8
			٠.٦٧٦	Z9
			٠.٦٨٧	Z10
			٠.٧٣٢	Z11
			٠.٧٤٧	Z12
			٠.٦٤٨	Z13
			٠.٧٤٢	Z14
			٠.٧٦٩	Z15

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

من جدول (٤-٣) السابق نجد أن جميع العبارات ذات معامل ارتباط إجمالي أكبر من ٣٠٪، كما نجد أن معامل الثبات في المقياس قد بلغ (٠.٩٤١) وهو معامل ثبات مرتفع وبالتالي نجد أن هذا المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

قياس درجة صدق الاستقصاء:

يقصد بالصدق مدى قدرة أداة القياس على تحقيق أهدافها وذلك بقياس ما وضعت لقياسه، وقد استعانت الباحثة للتأكد من صدق الاستبانة بثلاث أنواع من الصدق وهم: صدق المحتوى، والصدق الذاتي، وصدق الاتساق الداخلي وذلك كما هو موضح في الآتي:

أ- صدق المحتوى (الظاهري):

يعتمد الصدق الظاهري أو صدق المحتوى على منطقية محتويات الاختبار ومدى ارتباطها بالظاهرة المقاسة، كما أنه يعتمد وبصورة أساسية على مدى إمكانية تمثيل الاختبار لمحتويات السمة المقاسة تمثيلاً صادقاً ومتجانساً وذا معنوية عالية، وذلك لتحقيق الهدف الذي وضع من أجله الاختبار، وفي العادة لكي يتم تقدير صدق المحتوى فإن الباحثة قامت بعرض الأداة على

الخبراء في مجال التخصص وطلبت منهم الحكم على مدى صلاحية مفرداتها وفقراتها في قياس ما وضعت لقياسه، ومن ثم إيجاد نسبة الاتفاق بين الخبراء والابقاء على الفقرات التي نالت نسبة اتفاق عالية، وقد قام الباحث بعرض أداة الدراسة على عدد من المحكمين والمتخصصين في مجال الدراسة وذلك للتأكد من قدرة الاستبيان على قياس ما وضعت لقياسه.

ب- الصدق الذاتي:

تم حساب الصدق الذاتي للمتغيرات وذلك عن طريق إيجاد الجذر التربيعي لمعامل الثبات كما يلي:

جدول (٤-٤)

نتائج الصدق الذاتي لمقاييس الدراسة

المحور	معامل الفاكرونباخ (مقياس الثبات)	الصدق الذاتي
تأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية	٠.٩٥٢	٠.٩٧٥
تأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي	٠.٩٢٨	٠.٩٦٣
تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية	٠.٩٤١	٠.٩٧٠

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

من جدول (٤-٤) السابق نجد أن جميع الأبعاد تتمتع بدرجة صدق مرتفعة وهذا

يؤكد على أن الاستقصاء يتمتع بدرجة عالية من الصدق.

ج- صدق الاتساق الداخلي:

يمكن قياس صدق الاتساق الداخلي للاستقصاء والذي يدل على قوة الارتباط بين درجة كل

مجال ودرجات الاستقصاء الكلية وذلك كما يلي:

جدول (٤-٥)

نتائج معاملات الارتباط بين درجة كل مجال والدرجة الكلية للاستقصاء (N=382)

المتوسط العام للاستقصاء	تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية	تأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي	تأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية		
.892	.669	.687	1	Pearson Correlation	تأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية
.000	.000	.000		Sig. (2-tailed)	
.891	.709	1	.687	Pearson Correlation	تأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي
.000	.000		.000	Sig. (2-tailed)	
.887	1	.709	.669	Pearson Correlation	تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية
.000		.000	.000	Sig. (2-tailed)	
1	.887	.891	.892	Pearson Correlation	المتوسط العام للاستقصاء
	.000	.000	.000	Sig. (2-tailed)	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

من الجدول السابق نجد أن معاملات الارتباط السابقة مقبولة ودالة احصائياً وبذلك يكون

الباحث قد تأكد من ثبات وصدق الاستبانة وبذلك أصبحت الاستبانة صالحة للتطبيق على عينة

الدراسة.

ثانياً: الحكم على مدى كفاية حجم العينة:

يمكن استخدام اختبار KMO and Bartlett وذلك للحكم على مدى كفاية حجم العينة وبصفة عامة تتراوح احصائيات اختبار KMO بين الواحد الصحيح والصفر وكلما اقتربت قيمته من الواحد الصحيح دل ذلك على زيادة الاعتمادية وكفاية حجم العينة أيضاً ونجد أن الحد الأدنى المقبول هو (٠.٥) حتى يمكن الحكم بكفاية العينة أما إذا كانت قيمة الاختبار أقل من ذلك فيجب زيادة حجم العينة وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٤-٦)

الحكم على كفاية حجم العينة باستخدام KMO and Bartlett's Test

المقياس	اختبار KMO	اختبار Bartlett	
		قيمة مربع كاي	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig)
تأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية	0.944	٤٣٤٥.٨٨٦	٠.٠٠٠
تأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي	0.919	٤١٢٣.٧٨٩	٠.٠٠٠
تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية	0.935	٣٩٥٤.٩٨٠	٠.٠٠٠

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

من الجدول السابق نجد أن قيمة اختبار KMO لمتغيرات الدراسة تساوي على الترتيب (0.944, 0.919, 0.935) وهي قيم مرتفعة وأكبر من (٠.٥) ومن ناحية أخرى نجد أن مستوى الدلالة الاحصائية لاختبار Bartlett (Sig=0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) وبالتالي نجد أن حجم البيانات كافي لإجراء التحليل الاحصائي.

ثالثاً: خصائص عينة الدراسة:

قام الباحث بوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة وذلك من خلال إيجاد

التكرارات والنسب المئوية كالآتي:

جدول (٧-٤)

التكرارات والنسب المئوية لتوزيع عينة الدراسة وفقاً للخصائص الديموغرافية

المتغير	التصنيف	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	150	39.3%
	انثى	232	60.7%
	الإجمالي	382	100%
المؤهل العلمي	مؤهل جامعي	141	36.9%
	ماجستير	161	42.1%
	دكتوراه	80	20.9%
	الإجمالي	382	100%
مدة الخدمة	من ٥ الى ١٠ سنوات	133	34.8%
	من ١١ - ١٥ سنة	94	24.6%
	أكثر من ١٦ سنة	155	40.6%
	الإجمالي	382	100%

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

أ- من حيث النوع:

من جدول (٧-٤) السابق نجد أن (150) مفردة بنسبة (39.3%) من حجم عينة الدراسة

من الذكور في حين نجد أن (232) مفردة بنسبة (60.7%) من حجم عينة الدراسة من الإناث

وهذا يدل على أن الإناث أكثر استجابة من الذكور في الرد على الاستقصاء.

ب- المؤهل العلمي:

من حيث المؤهل العلمي نجد أن (141) مفردة بنسبة (36.9%) من حجم العينة حاصلين على مؤهل جامعي، في حين نجد أن (161) مفردة بنسبة (42.1%) من حجم عينة الدراسة حاصلين على درجة الماجستير، وأخيراً نجد أن (80) مفردة بنسبة (20.9%) من حجم عينة الدراسة حاصلين على الدكتوراه، وهذا يدل على أن أغلب العينة حاصلة على الماجستير.

ج- مدة الخدمة:

من حيث مدة الخدمة نجد أن (133) مفردة بنسبة (34.8%) من حجم العينة مدة خدمتهم من ٥ الى ١٠ سنوات، كما نجد أن (٩٤) مفردة بنسبة (24.6%) من حجم عينة الدراسة مدة خدمتهم من ١١ سنوات إلى ١٥ سنة، وأخيراً نجد أن (١٥٥) مفردة بنسبة (40.6%) من حجم عينة الدراسة مدة خدمتهم من ١٦ سنة فأكثر، وهذا ينعكس بدوره على قدرة أفراد عينة الدراسة على فهم أسئلة الاستقصاء والإجابة عليها بدقة.

رابعاً: اختبار فروض الدراسة:

فيما يلي يتناول الباحث نتائج التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية واختبار صحة الفروض على النحو التالي:

الفرض الرئيسي الأول:

يمكن صياغة الفرض الرئيسي الأول كالاتي:

"توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد

عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك."

الفرض الرئيسي الثاني:

يمكن صياغة الفرض الرئيسي الثاني كالآتي:

"توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد

عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي وفقاً لآراء العاملين بالبنوك".

الفرض الرئيسي الثالث:

يمكن صياغة الفرض الرئيسي الثالث كالآتي:

"توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد

عينة الدراسة لتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك".

ويتم اختبار صحة هذه الفروض كالآتي:

اختبار الفرض الرئيسي الأول:

يمكن اختبار مدى صحة الفرض الرئيسي الأول وذلك كما يلي:

ينص الفرض الرئيسي الأول علي أنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الميزة

التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك".

ويتم اختبار صحة هذا الفرض باستخدام One-Sample Test (T) لمعرفة ما إذا

كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي (٣) أو لا لدى أفراد العينة،

والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول (٨-٤)

نتائج تحليل (T) One-Sample Test

م	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	القيمة (sig)	الترتيب
١	يعزز استخدام التطبيقات البنكية سرعة تنفيذ العمليات المالية وتسهيل تقديم الخدمات	3.95	1.096	16.939	.000	11
٢	يسهم توظيف التقنية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم	3.97	1.073	17.597	.000	10
٣	تساهم التطبيقات البنكية في تحسين إدارة الموارد المالية للبنك	4.04	1.077	18.948	.000	7
٤	تعزز الابتكارات التقنية البنكية من القدرة التنافسية من خلال تقديم خدمات مبتكرة	4.09	1.041	20.444	.000	5
٥	يسهم الاعتماد على التقنية الحديثة في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك	4.01	1.035	19.086	.000	8
٦	تسهل التطبيقات البنكية تقديم خدمات مالية متقدمة دون الحاجة إلى التواجد الفعلي للعميل في الفروع	4.12	.989	22.031	.000	4
٧	تساهم التقنية البنكية في تحسين قدرة البنك على الاستجابة لمتطلبات السوق المتغيرة بسرعة	4.04	1.020	20.018	.000	7
٨	تسهم التطبيقات البنكية في زيادة الأمان الإلكتروني وتقليل مخاطر الاحتيال	3.85	1.222	13.563	.000	12
٩	تعمل التقنية على تعزيز الشفافية في المعاملات المالية داخل البنك	4.24	.913	26.552	.000	1
١٠	تساهم الخدمات الرقمية في استقطاب العملاء الجدد وزيادة حجم الحصة السوقية للبنك	4.18	1.038	22.230	.000	2
١١	تعزز التطبيقات البنكية من سرعة وسهولة الوصول إلى المعلومات المالية والتقارير	4.13	1.022	21.671	.000	3
١٢	تسهم التقنية في تقليص الفجوة الزمنية بين العميل والبنك	4.05	1.062	19.412	.000	6

١٣	تسهم ال تقنية البنكية في تحسين عمليات التحليل المالي واتخاذ القرارات	3.99	1.111	17.414	.000	9
١٤	تساعد ال تقنية في تقديم حلول مخصصة تناسب احتياجات العملاء المختلفة	3.99	1.125	17.196	.000	9
١٥	يعزز التحول الرقمي من القدرة التنافسية للبنك مقارنة بالبنوك التقليدية	3.97	1.121	16.846	.000	10
	الإجمالي	4.0415	.82406	24.703	.000	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

نتيجة الموافقة على المجال الأول حيث إن متوسط الإجابات في الفقرات الخاصة بالفرضية

يتراوح بين (٣.٨٥) إلى (٤.٢٤).

إن الفقرة رقم (9) التي تنص على " تعمل التقنية على تعزيز الشفافية في المعاملات المالية داخل البنك " قد حصلت على أعلى متوسط حسابي بلغ (٤.٢٤) في حين أن الفقرة رقم (8) التي تنص على " تسهم التطبيقات البنكية في زيادة الأمان التقني وتقليل مخاطر الاحتيال " قد حصلت على أدنى متوسط حسابي بلغ (٣.٨٥).

- جاء المتوسط الحسابي لجميع فقرات الفرضية (٤.٠٤١٥).

نتيجة اختبار الفرضية مما سبق يمكن استخلاص أن (T) الجدولية أقل من (T)

المحسوبة، مما يعني قبول الفرضية التي تنص على " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الميزة

التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك".

اختبار الفرض الرئيسي الثاني:

يمكن اختبار مدى صحة الفرض الرئيسي الثاني وذلك كما يلي:

ينص الفرض الرئيسي الثاني على أنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الشمول

المالي وفقاً لآراء العاملين بالبنوك".

ويتم اختبار صحة هذا الفرض باستخدام **One-Sample Test (T)** لمعرفة ما إذا

كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي (٣) أو لا لدى أفراد العينة،

والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول (٩-٤)

نتائج تحليل **One-Sample Test (T)**

م	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	القيمة (sig)	الترتيب
١	يسهم استخدام التطبيقات البنكية في تعزيز الوصول إلى الخدمات المالية للفئات غير المشمولة م.إ.إ.	3.94	1.148	15.950	.000	1
٢	يساعد اعتماد التطبيقات البنكية على تسهيل العمليات المصرفية وتقليل الاعتماد على الفروع التقليدية.	3.80	1.257	12.493	.000	4
٣	تساهم التطبيقات البنكية في تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات سريعة وسهلة الاستخدام.	3.90	1.160	15.124	.000	2
٤	يعزز التحول الرقمي عبر التطبيقات البنكية من توسيع قاعدة العملاء المستفيدين من الخدمات المالية.	3.88	1.142	15.060	.000	3
٥	تساهم التطبيقات البنكية في تعزيز الثقة في النظام المالي من خلال توفير مستويات عالية من الأمان للمعلومات.	3.46	.963	9.409	.000	10

٦	تساعد التطبيقات البنكية في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك وزيادة الكفاءة في تقديم الخدمات.	3.51	.955	10.394	.000	10
٧	تسهم التطبيقات البنكية في نشر الثقافة المالية بين فئات المجتمع المختلفة.	3.57	.944	11.758	.000	6
٨	تتيح التطبيقات البنكية للبنوك تلبية احتياجات الأجيال الشابة التي تفضل التعاملات الرقمية.	3.54	.965	10.920	.000	7
٩	تعزز التطبيقات البنكية من قدرة البنك على الابتكار في تقديم منتجات وخدمات مالية جديدة.	3.45	.981	9.023	.000	11
١٠	تساهم التطبيقات البنكية في تعزيز الشفافية في المعاملات المالية بين البنك والعملاء.	3.53	.963	10.843	.000	8
١١	تسهل التطبيقات البنكية على الأفراد الوصول إلى الخدمات المصرفية في المناطق النائية أو الريفية.	3.52	.968	10.567	.000	9
١٢	يسهم استخدام التطبيقات البنكية في دعم الشمول المالي من خلال تمكين الجميع من فتح حسابات مصرفية وإدارتها بسهولة.	3.57	.947	11.780	.000	6
١٣	تساعد التطبيقات البنكية في تعزيز الاقتصاد الرقمي عبر تمكين العملاء من القيام بالتعاملات المالية عبر الإنترنت.	3.60	.936	12.578	.000	5
١٤	تساهم التطبيقات البنكية في دمج الاقتصاد غير الرسمي في النظام المالي من خلال تسهيل التعاملات المالية الرقمية.	3.57	.939	11.828	.000	6
١٥	يساعد اعتماد التطبيقات البنكية في تعزيز القدرة التنافسية للبنك من خلال تحسين كفاءة الخدمات المقدمة للعملاء	3.43	.993	8.451	.000	12
	الإجمالي	3.6185	.72229	16.736	.000	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

نتيجة الموافقة على المجال الثاني حيث إن متوسط الإجابات في الفقرات الخاصة

بالفرضية يتراوح بين (٣.٤٣) إلى (٣.٩٤).

إن الفقرة رقم (1) التي تنص على "يسهم استخدام التطبيقات البنكية في تعزيز الوصول

إلى الخدمات المالية للفئات غير المشمولة ماليًا." قد حصلت على أعلى متوسط حسابي بلغ

(٣.٩٤) في حين أن الفقرة رقم (15) التي تنص على "يساعد اعتماد التطبيقات البنكية في تعزيز

القدرة التنافسية للبنك من خلال تحسين كفاءة الخدمات المقدمة للعملاء" قد حصلت على أدنى

متوسط حسابي بلغ (٣.٤٣).

جاء المتوسط الحسابي لجميع فقرات الفرضية (٣.٦١٨٥).

نتيجة اختبار الفرضية مما سبق يمكن استخلاص أن (T) الجدولية أقل من (T)

المحسوبة، مما يعني قبول الفرضية التي تنص على "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الشمول

المالي وفقاً لآراء العاملين بالبنوك".

اختبار الفرض الرئيسي الثالث:

يمكن اختبار مدى صحة الفرض الرئيسي الثالث وذلك كما يلي:

ينص الفرض الرئيسي الثالث على أنه: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية

وفقاً لآراء العاملين بالبنوك".

ويتم اختبار صحة هذا الفرض باستخدام One-Sample Test (T) لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي (٣) أو لا لدى أفراد العينة، والنتائج موضحة في الجدول التالي:

جدول (٤-١٠)

نتائج تحليل One-Sample Test (T)

م	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	القيمة (sig)	الترتيب
١	يسهم الشمول المالي في توسيع قاعدة العملاء المحتملين وزيادة حصة البنك في السوق.	3.52	.995	10.179	.000	10
٢	يعزز الشمول المالي من قدرة البنك على تقديم منتجات مالية مبتكرة تستهدف فئات جديدة.	3.55	.997	10.885	.000	9
٣	يساهم الشمول المالي في تحسين سمعة البنك بصفته داعماً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.	3.57	.990	11.264	.000	7
٤	يدعم الشمول المالي تحقيق النمو المستدام للبنك من خلال جذب شرائح غير مشمولة ماليًا سابقاً.	3.51	.949	10.454	.000	11
٥	يساعد الشمول المالي البنك على تحسين التفاعل مع العملاء وزيادة ولائهم.	3.52	.974	10.402	.000	10
٦	يسهم الشمول المالي في تعزيز دور البنك في تحقيق الأهداف الوطنية المتعلقة بالاستدامة الاقتصادية.	3.55	.934	11.614	.000	9
٧	يعزز الشمول المالي من القدرة التنافسية للبنك في مواجهة التحديات المصرفية المتزايدة.	3.61	.912	13.072	.000	5
٨	يدعم الشمول المالي توفير حلول مصرفية ملائمة تلبي احتياجات الفئات المهمشة، مما يعزز صورة البنك في المجتمع.	3.56	.950	11.521	.000	8
٩	يساعد الشمول المالي البنك على تحقيق أهداف الشمول الاجتماعي والمساهمة في تحسين مستوى الرفاهية الاقتصادية.	3.51	.958	10.418	.000	11
١٠	يسهم الشمول المالي في زيادة فرص النمو للبنك من خلال الوصول إلى أسواق جديدة.	3.57	1.050	10.578	.000	7

١١	يساعد الشمول المالي في تعزيز الابتكار داخل البنك لتطوير منتجات مصرفية تلبي احتياجات مختلف الفئات.	3.62	1.040	11.714	.000	4
١٢	يعزز الشمول المالي من دور البنك في تحقيق التكامل الاقتصادي بين الشرائح المختلفة في المجتمع.	3.64	1.072	11.693	.000	3
١٣	يسهم الشمول المالي في تقوية العلاقات مع المؤسسات المالية الدولية وزيادة فرص التعاون.	3.80	1.119	13.994	.000	1
١٤	يدعم الشمول المالي توفير حلول تمويلية تنافسية تساعد البنك على تحقيق ميزة تنافسية في السوق.	3.59	1.065	10.856	.000	6
١٥	يساهم الشمول المالي في تعزيز القدرة التنافسية للبنك من خلال تحسين إدارة المخاطر.	3.75	1.044	14.063	.000	2
	الإجمالي	3.5921	.74398	15.556	.000	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- نتيجة الموافقة على المجال الثالث حيث إن متوسط الإجابات في الفقرات الخاصة بالفرضية

يتراوح بين (٣.٥١) إلى (٣.٨٠).

- إن الفقرة رقم (١٣) التي تنص على "يسهم الشمول المالي في تقوية العلاقات مع المؤسسات

المالية الدولية وزيادة فرص التعاون" قد حصلت على أعلى متوسط حسابي بلغ (٣.٨٠) في

حين أن الفقرة رقم (٤) ، (٩) التي تنص على "يدعم الشمول المالي تحقيق النمو المستدام للبنك

من خلال جذب شرائح غير مشمولة م إلى سابقاً"، "يساعد الشمول المالي البنك على تحقيق

أهداف الشمول الاجتماعي والمساهمة في تحسين مستوى الرفاهية الاقتصادية"، قد حصلت على

أدنى متوسط حسابي بلغ (٣.٥١).

- جاء المتوسط الحسابي لجميع فقرات الفرضية (٣.٥٩٢١).

➤ **نتيجة اختبار الفرضية** مما سبق يمكن استخلاص أن (T) الجدولية أقل من (T) المحسوبة، مما يعني رفض الفرضية التي تنص على " توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة. ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك ."

خامساً: ملخص الفصل الرابع:

تناول الباحث في هذا الفصل الدراسة الميدانية وذلك لتحقيق هدف الدراسة المتمثل في قياس الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك .

وقد استخدم الباحث مجموعة من الأساليب الإحصائية باستخدام حزمة البرامج الإحصائية (SPSS) وهذه الأساليب هي:

- اختبار معامل ارتباط بيرسون وذلك لتحديد قوة واتجاه ودلالة العلاقة بين المتغيرات.

- استخدام اختبار One-Sample Test

وقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية.

الفصل الخامس

ملخص النتائج والتوصيات

- تمهيد

أولاً - ملخص نتائج الدراسة

ثانياً - التوصيات

ثالثاً - المقترحات البحثية المستقبلية

الفصل الخامس

ملخص النتائج والتوصيات

تمهيد:

استهدفت هذه الدراسة التحقق من الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك، وتم تجميع البيانات الأولية، وتحليلها، وإعداد الدراسة الميدانية وذلك بعد ترميز البيانات وتفرغها كما هو مبين في الفصل السابق، ويهدف هذا الفصل إلى عرض ملخص النتائج والتوصيات التي تم التوصل إليها.

أولاً: مناقشة نتائج الدراسة

يُعد الشمول المالي عنصراً محورياً يسهم في توسيع نطاق الخدمات البنكية ليشمل شرائح أكبر من المجتمع، مما يعزز من كفاءة النظام المالي. في هذا السياق، يلعب الشمول المالي دوراً وسيطاً في العلاقة بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك، حيث تساعد هذه التطبيقات في تحسين الوصول إلى الخدمات المالية وزيادة التفاعل مع العملاء. من خلال تمكين الأفراد الذين يفتقرون إلى الوصول التقليدي إلى الخدمات البنكية من استخدام التطبيقات الرقمية، يتم تعزيز مستويات الشمول المالي، مما يؤدي إلى زيادة قاعدة العملاء المحتملين وتحقيق فوائد مباشرة وغير مباشرة للبنوك.

وتعمل التطبيقات البنكية على تسهيل إجراء المعاملات والوصول إلى الحسابات بشكل سريع ومريح، مما يجعل العملاء أكثر ارتباطاً بالبنك ويوفر لهم تجربة مصرفية متطورة. عند تحقيق مستويات أعلى من الشمول المالي، تتمكن البنوك من تحقيق ميزة تنافسية واضحة من خلال تقديم خدمات متنوعة تلبي احتياجات العملاء بمختلف فئاتهم، بما في ذلك الفئات التي كانت غير مشمولة ماليًا سابقاً.

في هذا الإطار، يتوسط الشمول المالي العلاقة بين تبني التطبيقات البنكية الرقمية والميزة التنافسية من خلال إتاحة فرص جديدة للنمو وزيادة الإيرادات، إضافةً إلى تحسين سمعة البنك في تقديم خدمات متكاملة ومستدامة. لذلك، يشير الدور الوسيط للشمول المالي إلى أنه لا يسهم فقط في زيادة

الكفاءة التشغيلية للبنوك، بل يساعد أيضاً في تحقيق التكامل بين التقنية والابتكار في تقديم الخدمات، مما يعزز من قدرتها على المنافسة في بيئة مالية متسارعة النمو.

وبناءً على ذلك، فإن تعزيز الشمول المالي من خلال التطبيقات البنكية لا يُحسن فقط الأداء التنافسي للبنوك، بل يساهم أيضاً في خلق بيئة مالية شاملة ومستدامة، تعزز من العلاقات مع العملاء وتدعم النمو الاستراتيجي طويل الأمد، وفيما يلي مناقشة لنتائج الدراسة:

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد

عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم

قبول الفرضية

أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك، مما يدل على أن هناك اختلافاً في تقييم العاملين لتأثير هذه التطبيقات على تحقيق التميز التنافسي بين البنوك، ويعكس هذا الاختلاف تباين مستوى استفادة البنوك من تطبيقات الهواتف الذكية، والذي يعتمد على مدى تبنيها للتقنية واستثمارها في تقديم خدمات رقمية مبتكرة.

وتؤكد هذه النتيجة على أن التطبيقات البنكية تُعد من العوامل الرئيسية التي تُحدث تأثيراً ملموساً على الميزة التنافسية للمؤسسات المالية، حيث أن إدخال التقنية الحديثة في العمليات المصرفية يُسهم بشكل كبير في تعزيز القدرات التنافسية للبنك من خلال عدة محاور. أولاً، تُحسن هذه التطبيقات من جودة الخدمات المصرفية المقدمة، لأنها توفر للعملاء إمكانية الوصول إلى حساباتهم وإجراء المعاملات في أي وقت ومن أي مكان، مما يرفع من مستوى الرضا والولاء لدى العملاء، ثانياً، تتيح هذه التطبيقات للبنوك تقديم خدمات مخصصة تتوافق مع احتياجات العملاء الفردية، مثل توصيات الاستثمار أو إدارة الميزانية، الأمر الذي يعزز من تجربة العملاء ويزيد من تفضيلهم للبنك مقارنةً بالبنوك المنافسة.

ويُعزى ذلك أيضًا إلى قدرة التطبيقات البنكية على تبسيط العمليات المعقدة وجعلها أكثر كفاءة وسهولة، مما يُقلل من الوقت اللازم لإتمام المعاملات المصرفية التقليدية. على سبيل المثال، بدلاً من انتظار العملاء في فروع البنك لتقديم طلبات القروض أو تحويل الأموال، يمكنهم الآن إتمام هذه المعاملات من خلال التطبيق، مما يرفع من مستوى الخدمة ويوفر تجربة سلسلة تُلبّي توقعات العملاء العصريين الذين يبحثون عن السرعة والمرونة، هذا التحول لا يقتصر على تحسين الخدمات للعملاء فحسب، بل يساهم أيضًا في تحسين كفاءة البنك التشغيلية، حيث أن تقليل الاعتماد على الفروع والعمليات اليدوية يُخفّض من التكاليف التشغيلية ويُمكن البنوك من توجيه المزيد من الموارد نحو تطوير المنتجات والخدمات الجديدة.

الفرض الثاني: تأثير التقنية التنظيمية (RegTech) على إدارة المخاطر في القطاع المصرفي. أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التقنية التنظيمية (RegTech) على إدارة المخاطر، مما يدل على أن اعتماد هذه التقنية في القطاع المصرفي له تأثير إيجابي وملحوظ على كفاءة إدارة المخاطر. وتؤكد هذه النتيجة على أن استخدام RegTech يساهم بشكل فعال في تحسين قدرة البنوك على تحديد المخاطر المحتملة والتعامل معها بطرق أكثر دقة وشفافية.

ويرجع ذلك إلى قدرة RegTech على تحليل البيانات الضخمة بسرعة ودقة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، مما يمكّن المؤسسات المصرفية من رصد الأنشطة غير الاعتيادية والتنبؤ بالمخاطر المحتملة قبل وقوعها. بالإضافة إلى ذلك، تتيح التقنية التنظيمية للبنوك أتمتة العمليات الرقابية وتبسيط الإجراءات، مما يقلل من الأخطاء البشرية ويعزز من

الاستجابة السريعة للمتغيرات التنظيمية، الأمر الذي يدعم البنوك في التكيف مع بيئة أعمال دائمة التغير والامتثال للمتطلبات التنظيمية بكفاءة أعلى.

الفرض الثالث: تأثير التقنية التنظيمية (RegTech) على الامتثال في القطاع المصرفي

أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات عينة الدراسة لتأثير توظيف RegTech على الامتثال في القطاع المصرفي، وتؤكد هذه النتيجة على الدور الفعّال الذي تلعبه التقنية التنظيمية في تعزيز مستوى الامتثال داخل البنوك، وزيادة قدرتها على الالتزام بالمعايير والتشريعات المحلية والدولية.

ويرجع ذلك إلى قدرة RegTech على أتمتة العمليات المعقدة المتعلقة بمراقبة الامتثال، وتحليل البيانات بشكل دقيق، وتوفير تقارير آنية عن حالة الامتثال، مما يساهم في تقليل الأخطاء البشرية وتبسيط الإجراءات، وبالتالي تحسين الشفافية والمساءلة في النظام المصرفي بشكل عام.

وتؤكد هذه النتائج على الدور المحوري الذي تلعبه التقنية التنظيمية (RegTech) والتطبيقات البنكية الرقمية في تعزيز الأداء المؤسسي للبنوك من خلال تحسين الامتثال، إدارة المخاطر، وتحقيق الشمول المالي. يُظهر التأثير الواضح لهذه التقنيات أن تبني الابتكارات التقنية لا يُعتبر مجرد خيار، بل ضرورة استراتيجية للبنوك في مواجهة التحديات التنظيمية والضغط التنافسية. فالتقنية التنظيمية قادرة على تحقيق التكامل بين الحوكمة وإدارة المخاطر والامتثال (GRC)، مما يساهم في بناء بيئة مصرفية أكثر شفافية وفعالية. هذا التكامل يدعم البنوك في تحقيق توازن مثالي بين تلبية المتطلبات القانونية وتقديم خدمات عالية الجودة، مما ينعكس إيجابياً على قدرتها في الحفاظ على ميزة تنافسية مستدامة.

كما توضح النتائج أن توظيف التقنية في العمليات المصرفية، سواء من خلال RegTech أو التطبيقات البنكية، يؤدي إلى تعزيز مستويات الشفافية والمساءلة داخل المؤسسات المالية. إذ تسمح هذه التقنيات للبنوك بمراقبة الأنشطة المالية بشكل أكثر دقة، وتحليل البيانات بشكل فوري لتحديد أي أنشطة مشبوهة أو مخالفات تنظيمية. هذا يعزز من قدرتها على التعامل مع المخاطر بشكل استباقي، والالتزام بالمعايير المحلية والدولية دون التعرض لمخاطر الامتثال المكلفة. من خلال هذه الشفافية، تصبح البنوك أكثر قدرة على كسب ثقة العملاء والجهات التنظيمية، مما يحسن سمعتها ويعزز من قدرتها على المنافسة في السوق.

وبذلك تؤكد النتائج على أهمية الشمول المالي كعنصر وسيط يُعزز من العلاقة بين استخدام التطبيقات البنكية الرقمية والميزة التنافسية للبنوك، ومن خلال الوصول إلى شرائح جديدة من العملاء الذين كانوا يعانون من نقص في الخدمات المالية، تساعد هذه التقنيات البنوك على توسيع قاعدة عملائها وزيادة فرص النمو المستدام. يتضح أن الشمول المالي لا يُعتبر فقط وسيلة لزيادة الإيرادات، بل يساهم أيضًا في بناء نظام مالي أكثر شمولاً وعدالة، مما يدعم الاستقرار المالي للمجتمع ككل. وبالتالي، فإن تعزيز الشمول المالي من خلال الابتكار الرقمي يُحقق للبنوك مزايا متعددة، تشمل تحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز الولاء، وتحقيق النمو طويل الأمد في سوق يتسم بتزايد التنافسية.

ثانياً: توصيات الدراسة

في ضوء النتائج السابقة يقدم الباحث مجموعة من التوصيات كالتالي:

جدول (١/٥)

توصيات الدراسة

التوصية	آليات التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	مدة التنفيذ
تطوير التطبيقات البنكية على الهاتف وتحديثها لتلبية احتياجات العملاء	١. توصيات لتطوير التطبيقات البنكية: ٢. تحسين واجهة المستخدم لتكون سهلة الاستخدام وسلسة في التنقل. ٣. تعزيز الأمان باستخدام التحقق البيومتري والمصادقة متعددة العوامل. ٤. تقديم خدمات مخصصة باستخدام الذكاء الاصطناعي وتحليل سلوك العملاء. ٥. توفير دعم فوري عبر الدردشة الآلية (Chatbots) والمساعدة الذكية. ٦. إضافة تنبيهات مالية مخصصة لمتابعة الحسابات والإنفاق. ٧. دمج خدمات الدفع الرقمي والمحافظ الإلكترونية. ٨. تقديم أدوات لإدارة الأموال الشخصية وتحليل المصروفات. ٩. دعم تعدد اللغات وإمكانية تخصيص تجربة الاستخدام. ١٠. إتاحة ميزات محدودة يمكن استخدامها دون الاتصال بالإنترنت. ١١. تقديم خدمات متكاملة تشمل القروض، والاستثمار، والتأمين.	مجلس إدارة البنك قسم تقنية المعلومات (IT Department) قسم دعم العملاء (Customer Support Department)	عام
توصيات لاستخدام التطبيقات البنكية الرقمية لدعم الشؤون المالية	١. توصيات لاستخدام التطبيقات البنكية الرقمية لدعم الشؤون المالية: ٢. استخدام ميزة التحليل المالي لتتبع المصروفات الشهرية. ٣. تفعيل التنبيهات الفورية للمدفوعات المستحقة لتجنب التأخير. ٤. الاستفادة من أدوات إعداد الميزانية للتحكم في الإنفاق. ٥. استخدام تقارير التدفق النقدي لتحليل الإيرادات والنفقات. ٦. تفعيل الأوامر الدائمة لسداد الفواتير بانتظام. ٧. الاعتماد على الحفظ الآمن للوثائق المصرفية والإيصالات. ٨. استخدام أدوات الادخار التلقائي لتحقيق الأهداف المالية.	قسم تقنية المعلومات (IT Department) قسم الأمن السيبراني (Cybersecurity Department)	٦ شهور

		٩. تحليل الاستثمارات الشخصية لمتابعة أداء المحافظ الاستثمارية. ١٠. إدارة خطط الادخار والتقاعد بشكل رقمي متكامل. ١١. استخدام خدمات الدفع الرقمي لتحويل الأموال بسهولة وأمان.	
٦ شهور		١. تقديم حسابات بنكية منخفضة التكلفة للأفراد من الفئات ذات الدخل المحدود. ٢. توفير قروض صغيرة لرواد الأعمال والشركات الصغيرة لدعم نموهم. إطلاق خدمات بنكية رقمية مخصصة للمناطق الريفية والنائية. ٣. تطوير برامج توعية مالية لزيادة معرفة العملاء بالخدمات المصرفية. توفير حلول دفع رقمية سهلة وأمنة بدون رسوم إضافية. ٤. دمج خدمات التمويل الإسلامي لتلبية احتياجات مختلف العملاء. ٥. إطلاق تطبيقات بنكية تدعم لغات محلية وتخصص حسب احتياجات السوق. ٦. تقديم حوافز وبرامج مكافآت للعملاء الجدد من الفئات غير المشمولة مالياً. ٧. تيسير إجراءات فتح الحسابات عبر الإنترنت لتقليل الحواجز أمام العملاء. ٨. التعاون مع الهيئات الحكومية لتطوير حلول مبتكرة للشمول المالي	تعزيز الشمول المالي لتحقيق الميزة التنافسية للبنوك

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الدراسة

ثالثاً: مقترحات لبحوث مستقبلية:

١. دراسة أثر الشمول المالي على تعزيز الثقة والولاء بين عملاء البنوك الرقمية في المملكة العربية السعودية.
٢. تحليل دور التطبيقات البنكية في تقليص الفجوة المالية بين المناطق الحضرية والريفية داخل المملكة.
٣. تقييم تأثير الشمول المالي الرقمي على تمكين المرأة اقتصادياً في المملكة من خلال الخدمات البنكية الذكية.
٤. بحث تأثير تحسين الشمول المالي عبر التطبيقات البنكية على جذب العملاء الجدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين.
٥. دراسة العلاقة بين الشمول المالي الرقمي ونمو المشاريع الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية.
٦. استكشاف أثر الشمول المالي الرقمي على تحقيق الاستدامة المالية في البنوك السعودية.
٧. تحليل دور التطبيقات البنكية في دعم الفئات غير المشمولة مالياً (مثل العمالة الوافدة) وتأثير ذلك على الأداء التنافسي للبنوك.
٨. تقييم تأثير إدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التطبيقات البنكية على تعزيز الشمول المالي والميزة التنافسية.
٩. بحث دور حملات التوعية المالية في تحسين استخدام التطبيقات البنكية وزيادة مستويات الشمول المالي.

المراجع

المراجع العربية

إبراهيم، محمد زيدان، سعادة، طارق إبراهيم صالح، والعففي، أحمد محمد نصر. (٢٠٢٤). دور مؤشرات الحيلة الكلية المؤسسة محاسبيا في دعم الميزة التنافسية بالتطبيق على البنوك المقيدة بالبورصة المصرية: دراسة تجريبية. المجلة العلمية للبحوث التجارية، ١١، ١٤، 439 – 534.

إبراهيم، محمد شمس حسني. (٢٠٢٢). أثر تطبيق البراعة التنظيمية في استدامة الميزة التنافسية للمنظمات العامة: دراسة ميدانية على البنوك التجارية الحكومية في مصر. مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مج ٢٣، ٢٤، ٦١ – ٩٣.

ابوغريب، عثمان هاني (٢٠٢٢) اثر خدمات المحافظ الالكترونية في الميزة التنافسية في البنوك التجارية الاردنية، رسالة ماجستير، جامعة العلوم الاسلامية – الاردن، كلية الدراسات العليا. آدم، عبد السلام عوض خير السيد، ومحمد، عاصم حسن. (٢٠٢٢). دور الشمول المالي في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف السودانية: دراسة ميدانية على بنك الخرطوم للعام ٢٠٢٢ م. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، مج ٦، ٢٢٤، ٣٧ – ٥٦

آل خليفة، ناصر حمد عبد الله حمد، والمحاسنة، محمد عبد الرحيم عبد الرحمن. (٢٠٢٤). أثر التوجه الريادي على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في البنوك التجارية البحرينية. مجلة جامعة عمان العربية للبحوث – سلسلة البحوث الإدارية، مج ٩، ١٤، ٢٨٦ – ٣٠٤.

الأمين، تساييح عبد الشكور محمد، والحاكم، علي عبد الله محمد. (٢٠٢٣). أثر خدمات الدفع الإلكتروني على الشمول المالي: دراسة على عينة من عملاء البنوك التجارية السودانية بولاية الخرطوم. مجلة القلم العلمية، ٣١٤، ٥٧ – ٧٦.

الجمال، هشام مصطفى محمد سالم. (٢٠٢٢). الشمول المالي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة مع الإشارة لحالة الشمول المالي في مصر. مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا، ٣٧٤، ج ٣، ٣٩٦ – ٥٠٣.

الجنابي، السيد إبراهيم آل حمد. (٢٠٢٠). قاعدة "جمع المصلحتين أولى من إبطال إحدهما" وتطبيقاتها في النوازل المعاصرة. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والدراسات الإسلامية، ١٧ (١)، ٣٣-٧٥.

الحداد، رشا محمد حمدي. (٢٠٢٢). أثر تطبيق التحول الرقمي على المراجعة الداخلية وتحقيق الشمول المالي: دراسة ميدانية في البنوك المصرية. مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، مج ٦، ٣٤، 702 – 653 محمد، ماجدة محمد علي، وفانوس، نادر ألبير. (٢٠٢٣). تأثير الشمول المالي على عوائد البنوك المدرجة في البورصة المصرية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ٤٤، 349 – 376.

الحسين، عمر محبوب محمد. (٢٠٢٢). واقع الشمول المالي في المصارف السودانية: دراسة تحليلية. مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية، ١٢٠، ٧٦ – ٩٤.

الحنفي، عبد الرؤف أحمد. (٢٠٢٣). الشمول المالي: بين الواقع والمأمول في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠ م. مجلة البحوث الفقهية والقانونية، ج ٤٢، ١٠٣ – ١٧٠.

- الزعبي، مريم محمد، وأوبريك، جميل جمال. (٢٠٢٢). مدى تأثير الأبداع الإداري في البنوك الأردنية ودوره في تحقيق الميزة التنافسية. مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، ٨١ع، ٨٩ - ١٠٥.
- الزيني، أحمد فاروق محمد. (٢٠٢١). دور الشمول المالي في تنمية الاقتصاد المصري: الواقع - آفاق المستقبل. المجلة القانونية، مج ٩، ع ١٤، ١٦٣ - ٢٠٢.
- السبتي، وسيلة، رحمون، رزيفة، وزعرور، نعيمة. (٢٠١٩). دور تقنية المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية لخدمات المصارف الإسلامية: دراسة حالة بنك البركة الجزائر. مجلة الاقتصاد الصناعي - خزارتك، مج ٩، ع ١٤، ٢٢٨ - ٢٤٠.
- السعيد، فتني، وبرهوم، هاجر. (٢٠٢٢). دور إعادة الهندسة التسويقية في خلق الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية: دراسة البنك الخارجي الجزائري. مجلة العلوم الإنسانية، مج ٩، ع ٢٤، ١٥٧٨ - ١٥٩٦.
- السيد محمد. (٢٠٢٢). الثورة الرقمية ودورها في تطور التصميم الداخلي والاثاث لصالات المعاملات المصرفية. المجلة العربية الدولية للفن والتصميم الرقمي، ١(٤)، ١٥-٤٢.
- السيد، أحمد محمد صبري، وعصفور، أمل حسين. (٢٠٢٤). أثر استراتيجية المحيط الأزرق على تحقيق الميزة التنافسية بشركة الاتصالات We. مجلة البحوث التجارية المعاصرة، مج ٣٨، ع ١، ١٤ - ١٤.
- السيد، محمد صابر حمودة، الجندي، خالد محمد محمد، وعلام، مي عادل السيد. (٢٠٢٢). أثر فعالية نظام الرقابة الداخلية على الشمول المالي بالمؤسسات المالية: دراسة تطبيقية على البنوك المقيدة بالبورصة المصرية. مجلة التجارة والتمويل، ع ٤٤، 171 - 208.
- السيد، محمود محمد عبد السلام، عبد الفتاح، إيمان صالح، وهريدي، فتحة حسن عبد الوهاب. (٢٠٢٠). تحليل العلاقة بين التسويق الابتكاري والميزة التنافسية: دراسة ميدانية على البنوك التجارية ببورسعيد. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع ١٤، ٣٤٩ - ٣٧٥.
- الشريف، طارق، ومحمد السيد إبراهيم. "تحليل الشمول المالي في مصر: الوضع الحالي والتحديات المستقبلية". مجلة الدراسات المصرفية والمالية، العدد ٤٤، ٢٠١٧، ص ٢٥-٤٤.
- الشريف، مدور محمد. (٢٠٢٤). دور وأهمية الشمول المالي للتخفيف من حدة الفقر. مجلة اقتصاد المال والأعمال، مج ٨، ع ٢٤، 75 - 84.
- الشفقيري، عبد العظيم عماد الدين مصطفى. (٢٠٢١). أثر الشمول المالي على مخاطر التشغيل: دراسة ميدانية. المجلة العلمية للبحوث التجارية: جامعة المنوفية - كلية التجارة، س ٨، ع ٢٤، ٨٥ - ١١١.
- العامري، عبد ه أحمد علي، والهيح، درة علي أحمد. (٢٠٢٠). أثر تقنية المعلومات والاتصالات على تحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية بالعاصمة صنعاء. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، مج ٢١، ع ٢٤، ٢٤٩ - ٢٧٠.
- العجمي، أحمد عبد العليم. (٢٠٢١). دور جائحة كورونا في تعزيز الشمول المالي في مصر. مجلة مصر المعاصرة، مج ١١٢، ع ٥٤٢٤، ٩ - ٦٤.
- العدواني، عجيل جابر جنديل، وباسيلي، مكرم عبد المسيح. (٢٠١٧). أثر تحديد وترشيد تكاليف الجودة للخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات المصرفية: دراسة تطبيقية في بنك الكويت الوطني. مجلة الدراسات والبحوث التجارية، س ٣٧، ع ١٤، ٣٩٩ - ٤٢٣.

العمرى، ماسة، والعدي، إبراهيم. (٢٠٢٣). واقع الشمول المالي: مراجعة أدبية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والسياسية، مج ٣٩، ع ٣٤، ١١٩ - ١٣٤.

العيسوي، أحمد سعيد محمود محمد. (٢٠٢١). أثر الشمول المالي في تحقيق السعادة الاقتصادية: حالة الدول العربية. مجلة مصر المعاصرة، مج ١١٢، ع ٥٤١٤، ٢٦٣ - ٢٩٨.

الفاروق، طارق عمر؛ طارق عمر. دور إستراتيجية التحول الرقمي في تطوير منظومة وظائف إدارة الموارد البشرية (بالتطبيق على البنوك الحكومية المصرية). المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية 15.1: 1-47, 2023, .

القاضي، الأ. (٢٠١٨). الشمول المالي والأداء الاقتصادي بالتطبيق على مصر. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية حلوان، ٣٢ (٤) ٢٥-٨٢ صندوق النقد العربي (٢٠١٢) فرص وتحديات النفاذ الى الخدمات المالية والمصرفية والتمويل في الدول العربية، ورقة عمل اجتماع الدورة السادسة والثلاثون لمجلس محافظي البنوك المركزية ومؤسسات النقد العربي، الكويت، ص

القرني، ظافر، وفاضل، هشام بن قاسم. (٢٠٢٢). دور التسويق الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك المحلية: دراسة تطبيقية على البنوك المحلية بمنطقة عسير في المملكة العربية السعودية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج ١٣، ع ٢٤، ١٦٤ - ٢٢٢.

المهدى، شيماء عادل محمد. (٢٠٢٣). تقييم واقع الشمول المالي في مصر باستخدام مؤشر مركب لأبعاد الشمول المالي. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع ٢٤، ٢٨٣ - ٣٢٢.

النقيرة، أحمد محمود محمد، ونور الدين، أحمد محمد عبد الحي أمين. (٢٠١٩). دور الشمول المالي في تعزيز مستوى ثقة العملاء في الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على العملاء بمنطقة وسط الدلتا. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة: جامعة عين شمس - كلية التجارة، ع ٢٤، ٤٢٩ - ٥٠٢.

أنور، إيمان إسماعيل. (٢٠٢١). دور الشمول المالي في تعزيز الادخار. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، مج ٧، ع ١٤، ١ - ٥٢.

بدوي، نسرين فايز أحمد. (٢٠١٧). أثر الشمول المالي على الفقر في الدول النامية. مجلة الدراسات والبحوث التجارية: جامعة بنها - كلية التجارة، س ٣٧، ع ٣٤، ٦٢٣ - ٦٥٨.

بلقاسم، حمادي، بن الوليد، نهار خالد، وبكوش، كريمة. (٢٠١٨). أثر إدارة المعرفة على الميزة التنافسية في البنوك التجارية: دراسة حالة بنك التنمية المحلية وكالة الجلفة ووكالة عين وسارة ووكالة الإغواط. مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، ع ١٤٤، ١٣٨ - ١٤٨.

بهلول، سماء محمد محمد؛ سماء محمد محمد. أثر تطبيق الرقمنة المصرفية المحاسبية على تحسين جودة التقارير المالية للبنوك المصرية: دراسة تطبيقية. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، ٢٠٢٤، ٣٨، ٢: ٤٩١-٥٣٦.

تامر، محمد محمد موسى خميس: تأثير تبني تقنية بلوكشين على جودة الخدمات المصرفية الرقمية دراسة تطبيقية على البنوك التجارية في مصر. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، ٢٠٢٣، ٣٧، ٤: ٤٣٧-٥٢٠.

جعفر، حنان علاء الدين عبد الصادق. (٢٠٢٠). آلية لتعزيز الشمول المالي في مصر في ظل التحديات والمعوقات. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع ١٤، ٤٨٧ - ٥٢٠.

حجازي، رشا. دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم: دراسة مقارنة على البنوك المصرية الحكومة والخاصة. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ٢٠٢٤، ٢٩، ٢٩: ٢٢٨-٢٢٩.

حراز، السيد يوسف السيد: إطار مقترح لتطوير الجدارات الرقمية اللازمة للتحويل الرقمي في القطاع المصرفي. مجلة البحوث المالية والتجارية، ٢٠٢٣، ٢٤، ٣: ٤٧٤-٥١٣. يوسف، حوري. (٢٠٢٣). الشمول المالي الرقمي في ضوء COVID-19. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج ١٦، ٢٤، ٢٧٤ - ٢٨٨.

حسن، عماد الدين محمد محمود، وتبيدي، محمد حنفي محمد نور. (٢٠١٩). الدور المعدل للخدمات المصرفية الإلكترونية في العلاقة بين الشمول المالي والميزة التنافسية في المصارف السودانية: بالتطبيق على بنك النيل للتجارة والتنمية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم.

حسنين، صلاح حامد محمد. (٢٠٢٣). الشمول المالي ودوره في تعزيز النمو والاستقرار الاقتصادي: دراسة تحليلية. مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، مج ٦٥، ٢٤، 261 - 361.

حسين رشدي اسماعيل حسين، س.، & شعيب مصطفى محمد، ف. (٢٠٢٢). مساهمة الخدمات المصرفية في تعزيز الشمول المالي في ظل جائحة كورونا (بالتطبيق على المملكة العربية السعودية). المجلة العلمية للدراسات المحاسبية، ٤ (٣)، ٤٠-٤١.

حسين، إيناس فهمي. (٢٠٢٣). أثر الشمول المالي على التفاوت في توزيع الدخل في مصر. مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مج ٢٤، ١٤، 7 - 42.

حسين، سلوى حسين رشدي إسماعيل. (٢٠٢٢). دور الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية المصرفية: دراسة تطبيقية على بعض البنوك المدرجة في سوق المال السعودي من عام ٢٠١٦-٢٠٢٠. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج ١٣، ٢٤، 110 - 147.

حماد، خالد سمير عبد الستار، صبح، محمود محمد عبد الهادي، وأبوزيد، سميرة محمود علام محمد. (٢٠٢٢). تأثير استراتيجيات الخدمات المصرفية الرقمية على الشمول المالي. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ٣٤، 183 - 198.

حميد، سماح علي عبد العزيز. (٢٠٢٢). العوامل المؤثرة في تبني عملاء بنك التسليف التعاوني الزراعي للخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال: الباحثة: مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ٩ (٦٠).

خالد، وليد الطيب عمر. (٢٠٢١). أثر تقلبات العوامل الاقتصادية والرقمنة المصرفية على الشمول المالي: دراسة حالة السودان. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، مج ٢٢، ٢٤، 1 - 18.

خليل، أحمد فؤاد (٢٠١٥) إليات الشمل المالي نحو الوصول للخدمات المالية، بحث منشور بمجلة الدراسات المالية المصرفية ج (٣٣) ع (٣)، ص ٧.

خميس، تامر محمد محمد موسى خميس; تامر محمد محمد موسى خميس. تأثير تبني تقنية بلوكشين على جودة الخدمات المصرفية الرقمية دراسة تطبيقية على البنوك التجارية في مصر. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، ٢٠٢٣، ٤، ٣٧، ٤: ٤٣٧-٥٢٠.

سالم، ياسمينه إبراهيم، ويحيى، هاجر. (٢٠٢١). متطلبات تعزيز الشمول المالي: دراسة حالة بعض الدول العربية. دراسات اقتصادية، مج ٢١، ١٤، ١٢٣ - ١٤٧.

- سعيد عبد الفتاح. "رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها الاجتماعية دراسة ميدانية." حوليات آداب عين شمس ٥٠، ٨ (٢٠٢٢): ٢٣١-٢٨٣.
- سعيد، هويدا محرز محمد علي. (٢٠٢٣). فجوة الشمول المالي في إفريقيا: غانا نموذجاً. مجلة الدراسات الإفريقية، مج ٤٥، ع ١٤، ٢٩٥ - ٣١٩.
- سنان، رحيم جاسم. (٢٠٢٤). تحليل تكاليف الجودة في البنوك الرقمية وتأثيرها على رضا العملاء. A1 Kut Journal of Economics and Administrative Sciences, 16(54), 586-609.
- شعلان، محمد عبد الله سيد أحمد، نديم، إيهاب عز الدين إبراهيم، وحجازي، محمد عباس. (٢٠٢٣). واقع الشمول المالي في مصر. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع ٢٤، ١٢٩٧ - ١٣٢٢.
- شليبي، محمد سعد محمد علي. (٢٠١٨). أثر المعرفة المالية للأفراد على الشمول المالي: دراسة مقارنة. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية: جامعة قناة السويس - كلية التجارة بالإسماعيلية، مج ٩، ع ٣٤، ١٣٦ - ١٦٠.
- صالح، مروة محمد. "تحليل العوامل المؤثرة على الشمول المالي في مصر". مجلة الدراسات المصرفية والمالية، العدد ٤٤، ٢٠١٧، ص ١-٢٤.
- صباغ، رقيقة، وعرزى، سليمة. (٢٠٢٠). الشمول المالي في الدول العربية: واقع وآفاق. مجلة أبعاد اقتصادية: جامعة أمحمد بوقرة بومرداس - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ع ١٠٤، ٥١٠ - ٥٢٧.
- طابع، عبد الناصر مجدي حسن محمد، محمد، محمد عطية السيد، عفيفي، عبد الحميد عبد الخالق & خالد سيد. (٢٠٢٤). دور التحول الرقمي في تحقيق فاعلية إدارة الموارد البشرية الإلكترونية بالتطبيق على قطاع البنوك المصرية. المجلة العلمية للبحوث التجارية (جامعة المنوفية).
- طلاعة، محمد، بوقرة، كريمة، وبخوش، حسينة ساعد. (٢٠٢٠). واقع الشمول المالي وتحدياته: الأردن والجزائر نموذجاً. مجلة اقتصاديات المال والأعمال: المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة - معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مج ٤، ع ٢٤، ١٤٣ - ١٥٨.
- عاشور، سهام عقل عبد الله علي. (٢٠٢٣). الشمول المالي وفعالية السياسة النقدية في مصر. المجلة العلمية للبحوث التجارية، س ١٠، ع ٣٤، ٦٨٣ - ٧٢٩.
- عباس، منى مهدي محمد، وهدان، محمد أحمد لطفي محمد، وجاد الرب، أميرة سيد محمد. (٢٠٢١). تأثير الشمول المالي على كفاية رأس المال للبنوك المصرية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج ١٢، ع ٤٤، 297 - 321.
- عبد الرحمن، أحمد عاطف. (٢٠٢٠). الشمول المالي والرقمنة. مجلة المال والتجارة، ع ٦١٩، ٢.
- عبد الرحمن، يسعد، بوعبد الله، ودان، وقيراط، فريال. (٢٠٢١). دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي: تجارب دولية. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، مج ٥، ع ١٤، ٣٩٩ - ٤١٣.
- عبد الواحد، السعيد عبد الوهاب، السيد، حامد السادات، & نسمة. (٢٠٢٤). اتجاهات الجمهور نحو فاعلية التطبيقات الرقمية في إدارة علاقات العملاء بالبنوك العاملة في مصر. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية، ٣٥ (٤، ١٣٧)، ٣-٢١.

عبد الحق، بن شريف، كريمة. (٢٠٢٣). أثر استخدام الابتكار التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك: دراسة حالة بنك الخليج الجزائر – وكالة بكرة. مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، مج ٦، ١٤، ٢٧٢ – ٢٩٠.

عبد الرحمن، عمرو أبو العز سعودي، البناء، طلعت أسعد عبد الحميد، والسماديسي، أحمد موسى. (٢٠٢٢). تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي على الميزة التنافسية للبنك "بالتطبيق على قطاع البنوك التجارية في مصر". المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج ١٣، ٢٤، ٢٤٧ – ٢٦٤.

عبد العال، عبد العال عبد الله عبد العال عبد الله; عبد العال عبد الله عبد العال عبد الله. قياس أثر الذكاء الإستراتيجي على تدعيم الميزة التنافسية المستدامة بالبنوك التجارية في مصر: دراسة ميدانية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، ٢٠٢٣، ٤، ١: ٦٨١-٧٢٨.

عبد العال، عبد العال عبد الله عبد العال عبد الله; عبد العال عبد الله عبد العال عبد الله. قياس أثر الذكاء الإستراتيجي على تدعيم الميزة التنافسية المستدامة بالبنوك التجارية في مصر: دراسة ميدانية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، ٢٠٢٣، ٤، ١: ٦٨١-٧٢٨.

عبد العزيز، أحمد سيد طوخى، وصبح، محمود محمد عبد الهادي. (٢٠٢٤). تأثير الشمول المالي على مؤشرات كفاية رأس المال: بحث تطبيقي على القطاع المصرفي المصري. المجلة العلمية للبحوث التجارية، س ١١، ١٤، 386 – 369.

عبد الغني، سناء محمد. (٢٠٢٢). دور الشمول المالي في الحد من الفقر. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج ١٣، ٢٤، ٣٥ – ٦٨.

عبد القادر، فاطمة سيد. (٢٠٢٢). الشمول المالي وتأثيره في الحد من الفقر. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ٤٤، ٤٥٧ – ٥٠١.

عزيز، غولدران عبد الرحمن، ومحمد، محمد شكري. (٢٠٢٤). The Role of Banking Merger in Achieving Competitive Advantage: A Survey of a Sample of Bank Managers' Opinions in Erbil. مج ١٨، ١٤، ٥٩٤،

عطا، ألفت إبراهيم جاد الرب، صبح، نوال محمود النادي، وصقر، شيماء مصطفى عبد العزيز. (٢٠٢١). أثر البراعة التنظيمية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المصرية. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، ١١٤، ٢٥٥ – ٢٩٦.

علام، وليد كامل محمد بن كامل. (٢٠٢٢). التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ١٤، ١٥٩ – ٢٢٠.

على، خالد محمد عبد الستار. (٢٠٢٣). دور رأس المال الفكري في تعزيز الميزة التنافسية بالتطبيق على البنوك التجارية في محافظة الفيوم. مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، مج ٣، ٨٤، ١٣٦١ – ١٤٣٧.

علي، إيناس أحمد إسماعيل إبراهيم، ولويس، رفيق وجدي. (٢٠٢٣). تحليل العلاقة بين الشمول المالي والتنمية المجتمعية المستدامة: دراسة ميدانية على بنك ناصر الاجتماعي بمدينة القاهرة. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج ١٤، ١٤، 214 – 282.

عليوة، رواء نافذ، العشي، محمد مروان، وماضي، هشام كامل. (٢٠٢١). أثر الشمول المالي على الميزة التنافسية المصرفية: دراسة تطبيقية على البنوك المدرجة في بورصة فلسطين ٢٠١٤-٢٠١٨. مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، مج ١٣، ع ٢٤، ٢٢٧ - ٢٤٩.

عماني، لمياء، وحمدوش، وفاء. (٢٠١٧). نموذج الأعمال وخلق القيمة في شركات التقنية المالية. مجلة العلوم الإدارية والمالية، مج ١، ع ١٤، ٣٩١ - ٤٠٨.

عوض، آية عادل محمود، محمود، منصور حامد، وفراج، ثناء عطية. (٢٠٢١). أثر تطبيق الشمول المالي على الأداء المالي بالبنوك. مجلة الدراسات المالية والتجارية، ع ٣، ٣٧٠ - ٣٩٤.

عوض، إيمان أحمد أحمد. (٢٠٢١). أثر الشمول المالي على تمكين المرأة في مصر. مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، ع ١٢، 861 - 825.

عياش، زبير، وبن يوسف، خلف الله. (٢٠٢١). مساهمة تقنية المالية في تعزيز الشمول المالي بالمؤسسات البنكية: دراسة ميدانية على عينة من متعاملي بنك البركة الجزائري. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، مج ٨، ع ٢٤، ٣٦٢ - ٣٨٤.

غالي، شرين بشرى. (٢٠٢٠). دور الشمول المالي في تحقيق الاستقرار الاقتصادي. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع ١٤، ٢٠٩ - ٢٥٠.

غانم، محمد حسين حفني. (٢٠٢٣). دور الشمول المالي في الحد من الفقر في مصر. المجلة العلمية للبحوث التجارية، س ١٠، ع ٢٤، 254 - 199.

غلاب، ياسر محمود أحمد عبد الرحمن، وهاشم، محمد رجب صديق. (٢٠٢١). مبادرة الشمول المالي ودورها في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة جمهورية مصر العربية. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، مج ١٧، ع ٢٧، 210 - 191.

فيصل، سمغوني توفيق، وشارف، وهيبه. (٢٠٢٣). الشمول المالي في دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: "MENA" الأهمية والواقع. المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، مج ١٤، 115 - 101 شاهين، إسلام محمد محمد. (٢٠٢٠). دور السياسات الاقتصادية المستدامة في تعزيز الشمول المالي لمصر: الواقع والتحديات. مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، س ٣٢، ع ١٤، 386 - 347.

كامل، يزن سعد، ومحمود، فائزة إبراهيم. (٢٠٢٣). فاعلية أنظمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي: دراسة تحليلية لعينة من المصارف العراقية. مجلة الدراسات المستدامة، مج ٥، ع ٤٤، 24 - 1 حسن، محمد كمال، قدرى، منى، والجارحي، فريد محرم فريد إبراهيم. (٢٠٢٣).

تأثير التحول الرقمي على تطبيق سياسة الشمول المالي في المنظمات: دراسة تطبيقية على قطاع البترول. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج ١٤، ع ١٤، 481 - 455 متولي. (٢٠٢٣). أثر الإبداع التقني في الخدمات البنكية على التحول السلوكي للعملاء نحو اعتماد تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. المجلة الأكاديمية للعلوم الاجتماعية، (٢) ١، ٦٦-٨١.

محفوظ، فاطمة. (٢٠٢٣). الخدمات المالية الرقمية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر. مجلة دفاتر البحوث العلمية، مج ١٠، ع ٢٤، 264 - 249.

محمد محمود عبد العال، محمد عوض العربى/ محمد عوض العربى/. إعادة بناء جدارات المورد البشري الحكومي بالمحليات من منظور سياسات التحول الرقمي: دراسة مقارنة بين

جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية. مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ٢٠٢٣، ١، ٢٤: ٢٦٣-٣٠٤.

محمد، أماني شريف عبد السلام: تصور مقترح لتنمية الوعي الأمني لدى طلاب جامعة أسيوط في ضوء خبرات بعض الدول. مجلة كلية التربية، أسيوط ٢٠٢٢، ١٢، ٣٨: ١-٦٠.

محمد، دلال محمد إبراهيم. (٢٠١٩). أثر الاستقرار المالي كمتغير وسيط على العلاقة بين الشمول المالي والاستثمارات: دراسة اختبارية على البنوك المصرية. المجلة المصرية للدراسات التجارية: جامعة المنصورة - كلية التجارة، مج ٤٣، ع ١٤، ٢٤٤ - ٢٨٨

محمد، محمد جاسم. (٢٠٢٠). دور التقنية المالية في تحقيق الشمول المالي: دراسة في مجموعة من الدول العربية للمدة (٢٠١٤-٢٠١٨). مجلة الأقتصادي الخليجي، ع ٤٤، ١٧٥ - ٢٤٢.

محمود، حسن أمين محمد. (٢٠٢٠). أثر الشمول المالي على النمو الاقتصادي في مصر. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية: جامعة قناة السويس - كلية التجارة بالاسماعيلية، مج ١١، ع ٢٤، ٢٩٧ - ٣٤٢

محمود، عبد الجيد صقر، (٢٠٢٤). دور الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمات الرقمية. مجلة راية الدولية للعلوم التجارية، ٣(١٠)، ١٤٣٤-١٣٥٩.

محمود، عبد العظيم عبد الله، & رحاب. (٢٠٢٢). أثر تعليم الابتكار على اقتصاد المعرفة. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، ٧(٣٢)، ٦٦١-٦٨٠.

مصباح، أحمد زياد، وهدان، محمد محمد، وطلعت، طمان عرفات إبراهيم. (٢٠٢١). أثر تكلفة الشمول المالي على الربحية في البنوك الفلسطينية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع ١٤، ٥٤ - ٢٧ منصور، مجيد مصطفى، والنمر، عصام. (٢٠٢٠). أثر تطبيق أخلاقيات العمل الإسلامي على تحقيق الميزة التنافسية في البنوك الإسلامية في فلسطين. مجلة ريادة الأعمال الإسلامية، مج ٥، ع ٣٤، ٥٨ - ٩٠.

هاشم، أحمد حمدي عبد الدايم عبد الحليم. (٢٠٢٠). أثر تطبيق الشمول المالي على ترشيد الدعم في الاقتصاد المصري. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، مج ١١، ع ٢٤، ٣٨٤ - ٤٢٢.

هاشم، دينا مختار صابر، متولي، سعاد السيد محمد، عبد الصمد، وفاء محمد، وفارس، زين العابدين سعيد حسن. (٢٠٢٢). أثر الشمول المالي علي جودة التقارير المالية: دراسة تطبيقية. مجلة البحوث المالية والتجارية، ع ١٤، ١٣٤ - ١٥٤.

واصل، علياء عبد الحميد محمد. (٢٠١٩). دور تطبيقات تقنية المعلومات محاسبيا ومهنيًا في تفعيل متطلبات الشمول المالي لتحقيق استراتيجية مصر ٢٠٣٠: دراسة ميدانية. مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية: جامعة الإسكندرية - كلية التجارة - قسم المحاسبة والمراجعة، مج ٣، ع ٢٤، ١٠٦ - ١٥٧.

والي، محمد زيدان إبراهيم، سعادة، طارق إبراهيم صالح، العفيفي، & أحمد محمد نصر. (٢٠٢٣). دور مؤشرات الحيطة الكلية المؤسسة محاسبياً في دعم الميزة التنافسية بالتطبيق على البنوك المقيدة بالبورصة المصرية: دراسة تجريبية. المجلة العلمية للبحوث التجارية (جامعة المنوفية)

يونس، رشا فؤاد عبد الرحمن محمد. (٢٠١٩). Determinants of Financial Inclusion-in Arab World. مجلة مصر المعاصرة: الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء

والتشريع، مج ١١٠، ع ٥٣٣، ٣٣ - ٥٩

- Adel M. Qatawneh, Amman, Jordan Mohammed Hassan Makhoulf. 2023. Influence of smart mobile banking services on senior banks' client's intention to use: moderating role of digital accounting. Emerald. d 2514-9342 Publishing Limited. DOI <https://www.emerald.com/insight/2514-9342.htm> 10.1108/GKMC-01-2023.
- Agyemang-Badu, AA, Agyei. K. and Duah, EK (2018) Financial Inclusion, Poverty and Income Inequality: Evidence from Africa, Spiritan International Journal of Poverty Studies, 2(2).
- AHMAD, Ahmad Hassan; GREEN, Christopher; JIANG, Fei. Mobile money, financial inclusion and development: A review with reference to African experience. Journal of economic surveys, 2020, 34.4: 753-792.
- Al-Azzam, A. M., & Al-Mahasneh, H. M. (2021). The effect of customer relationship management on competitive advantage in the Jordanian commercial banks. Journal of Business Research, 134, 333-343.
- Al-Azzam, A. M., & Al-Mahasneh, H. M. (2021). The effect of customer relationship management on competitive advantage in the Jordanian commercial banks. Journal of Business Research, 134, 333-343.

- Alrubaiee, L., & Al-Nazer, S. (2021). The impact of technology innovation on competitive advantage in the banking industry in Jordan. *Journal of Business Research*, 134, 342–352.
- Alrubaiee, L., & Al-Nazer, S. (2021). The impact of technology innovation on competitive advantage in the banking industry in Jordan. *Journal of Business Research*, 134, 342–352.
- AMOAKO, George Kofi; DARTEY-BAAH, Kwasi. Corporate social responsibility: Strategy for boosting brand perception and competitive advantage. In: *CSR and Socially Responsible Investing Strategies in Transitioning and Emerging Economies*. IGI Global, 2020. p. 65–78.
- AZIZ, Abdul; NAIMA, Umma. Rethinking digital financial inclusion: Evidence from Bangladesh. *Technology in Society*, 2021, 64: 101509.
- Boulenfad ،A. و، Hacini ،I. L. (2021). The Relationship between Financial Inclusion and Financial Stability: Empirical Evidence from the North African Countries. *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي - مخبر المالية، المحاسبة، الجباية والتأمين، مج ٨، ع ١، ٧٣٣ - ٧٥١*.
- DANISMAN, Gamze Ozturk; TARAIZI, Amine. Financial inclusion and bank stability: Evidence from Europe. *The European Journal of Finance*, 2020, 26.18: 1842–1855.
- DEMIRGÜÇ-KUNT, Asli, et al. The Global Findex Database 2017: Measuring financial inclusion and opportunities to expand access to and use of financial services. *The World Bank Economic Review*, 2020, 34.Supplement_1: S2–S8.

- ERLANDO, Angga; RIYANTO, Feri Dwi; MASAKAZU, Someya. Financial inclusion, economic growth, and poverty alleviation: evidence from eastern Indonesia. *Heliyon*, 2020, 6.10.
- GERALDES, Helena Susana Amaral; GAMA, Ana Paula Matias; AUGUSTO, Mário. Reaching financial inclusion: necessary and sufficient conditions. *Social Indicators Research*, 2022, 162.2: 599–617.
- Hameed, I., & Almohaimmeed, B. (2021). The impact of brand equity on competitive advantage in the banking sector: Evidence from Saudi Arabia. *Journal of Business Research*, 134, 353–364
- Hameed, I., & Almohaimmeed, B. (2021). The impact of brand equity on competitive advantage in the banking sector: Evidence from Saudi Arabia. *Journal of Business Research*, 134, 353–364
- HUSSEIN, Hossam. The impact of financial technology on financial inclusion: The case of Egypt. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 2020, 11.6: 35–51.
- Javed, M., & Raza, S. A. (2021). The impact of customer experience on competitive advantage in the banking sector: Evidence from Pakistan. *Journal of Business Research*, 134, 365–375.
- Juan–Gabriel Martínez–Navalón, María Fernández–Fernández, Fernanda Pedrosa, Alberto, 2023. Does privacy and ease of use influence user trust in digital banking applications in Spain and Portugal? **International Entrepreneurship and Management Journal** 19:781–803. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00839>.

- Kendrick Nathanael Rolin. 2024. Service Quality Analysis to Increase Customer Satisfaction on the M BCA Application, JCRIM (Journal of Current Research in Multidisciplinary) Vol. 2, No. 1 March e-ISSN: 3021-8039; p-ISSN: 2988-6600, pp. 159-156.
- KOOMSON, Isaac; VILLANO, Renato A.; HADLEY, David. Effect of financial inclusion on poverty and vulnerability to poverty: Evidence using a multidimensional measure of financial inclusion. *Social Indicators Research*, 2020, 149.2: 613-639.
- LIU, Yang, et al. Can digital financial inclusion promote China's economic growth?. *International Review of Financial Analysis*, 2021, 78: 101889.
- Michael Siek; Luin Yatnalaksita Parasdyayatma Rukma, 2022. Impact Analysis of Digital Banking Applications on Disrupting Traditional Banking Industry. *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)
- Nahar, S., Meero, A., Rahman, A. A. A., Hasan, K. R., Islam, K. A., Zayed, N. M., & Faisal-E-Alam, M. (2021). Analysis on the marketing strategy and competitive advantage of banking industry in Bangladesh: an entrepreneurial case study of HSBC bank. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(4), 1-7.
- Neaime, S., & Gaysset, I. (2018). Financial inclusion and stability in MENA: Evidence from poverty and inequality. *Finance Research Letters*, 24, 230-237.
- OMAR, Md Abdullah; INABA, Kazuo. Does financial inclusion reduce poverty and income inequality in developing countries? A panel data analysis. *Journal of economic structures*, 2020, 9.1: 37.
- Othman, B., Khatab, J. J., Esmaeel, E. S., Mustafa, H. A., & Sadq, Z. M. (2020). The influence of total quality management on competitive advantage towards bank organizations: Evidence from

- Erbil/Iraq. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(5), 3427–3439.
- OZILI, Peterson K. Financial inclusion research around the world: A review. In: *Forum for social economics*. Routledge, 2021. p. 457–479.
- OZILI, Peterson K. Social inclusion and financial inclusion: international evidence. *International Journal of Development Issues*, 2020, 19.2: 169–186.
- OZTURK, Ilhan; ULLAH, Sana. Does digital financial inclusion matter for economic growth and environmental sustainability in OBRI economies? An empirical analysis. *Resources, Conservation and Recycling*, 2022, 185: 106489.
- PARK, Cyn-Young; MERCADO, Rogelio V. Financial inclusion: New measurement and cross-country impact assessment 1. In: *Financial Inclusion in Asia and beyond*. Routledge, 2021. p. 98–128.
- SCHUETZ, Sebastian; VENKATESH, Viswanath. Blockchain, adoption, and financial inclusion in India: Research opportunities. *International journal of information management*, 2020, 52: 101936.
- SHAH, Syed Shujaat Ali; KHAN, Zia. Corporate social responsibility: a pathway to sustainable competitive advantage?. *International Journal of Bank Marketing*, 2020, 38.1: 159–174.
- VAN, Loan Thi-Hong, et al. Financial inclusion and economic growth: An international evidence. *Emerging Markets Finance and Trade*, 2021, 57.1: 239–263.
- XUN, Zhang, et al. Digital economy, financial inclusion and inclusive growth. *China Economist*, 2020, 15.3: 92–105.
-

الملاحق

استبيان بحث الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك

الباحثة:
حنان يحيى التركي

إشراف:
د. أسماء أبو عنزة
د. إنجي حسن نشأت

العام الدراسي
٢٠٢٤

استبيان رأي

السيد/ السيدة:

تحية طيبة وبعد،،،

أحيط سيادتكم علماً بأننا نقوم بدراسة الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك، ويأمل الباحث في التعرف على آراءكم الصادقة باستيفاء هذه القائمة ويتعهد بأن إجاباتكم ستظل سرية ولن تستخدم إلا في أغراض البحث، وتأخذ إجاباتكم الدرجات التالية: غير موافق تماماً (١) غير موافق (٢)، محايد (٣)، موافق (٤)، موافق تماماً (٥) وتتم الإجابة بوضع علامة (٧) أمام الإجابة المناسبة لكم.

علماً أن إجاباتكم سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكراً لكم حسن تعاونكم

حنان يحيى التركي

أولاً: فيما يلي بعض البيانات الشخصية والعامة والمطلوب وضع علامة (√) أمام الاستجابة التي تناسبك:

النوع:	ذكر ☐	أنثى ☐
المؤهل	جامعي ☐	ماجستير ☐
	دكتوراه ☐	
مدة الخدمة	من ٥ الى ١٠ سنوات ☐	من ١١ – 15 سنة ☐
	اكثر من 16 سنة ☐	

ثانياً: إلى أي مدى تتفق مع العبارات التالية والتي تعكس مستوى تأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك

م	العبارات	موافق تماماً (٥)	موافق (٤)	محايد (٣)	غير موافق (٢)	غير موافق تماماً (١)
١.	يعزز استخدام التطبيقات البنكية سرعة تنفيذ العمليات المالية وتسهيل تقديم الخدمات					
٢.	يسهم توظيف التقنية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم					
٣.	تساهم التطبيقات البنكية في تحسين إدارة الموارد المالية للبنك					
٤.	تعزز الابتكارات التقنية البنكية من القدرة التنافسية من خلال تقديم خدمات مبتكرة					
٥.	يسهم الاعتماد على التقنية الحديثة في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك					
٦.	تسهل التطبيقات البنكية تقديم خدمات مالية متقدمة دون الحاجة إلى التواجد الفعلي للعميل في الفروع					
٧.	تساهم التقنية البنكية في تحسين قدرة البنك على الاستجابة لمتطلبات السوق المتغيرة بسرعة					
٨.	تسهم التطبيقات البنكية في زيادة الأمان الإلكتروني وتقليل مخاطر الاحتيال					
٩.	تعمل التقنية على تعزيز الشفافية في المعاملات المالية داخل البنك					
١٠.	تساهم الخدمات الرقمية في استقطاب العملاء الجدد وزيادة حجم الحصة السوقية للبنك					
١١.	تعزز التطبيقات البنكية من سرعة وسهولة الوصول إلى المعلومات المالية والتقارير					

١٢.	تسهم التقنية في تقليص الفجوة الزمنية بين العميل والبنك				
١٣.	تسهم التقنية البنكية في تحسين عمليات التحليل المالي واتخاذ القرارات				
١٤.	تساعد التقنية في تقديم حلول مخصصة تناسب احتياجات العملاء المختلفة				
١٥.	يعزز التحول الرقمي من القدرة التنافسية للبنك مقارنة بالبنوك التقليدية				
ثالثاً: إلى أي مدى تتفق مع العبارات التالية والتي تعكس مستوى تأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي وفقاً لآراء العاملين بالبنوك					
١٦.	يسهم استخدام التطبيقات البنكية في تعزيز الوصول إلى الخدمات المالية للفئات غير المشمولة مالياً.				
١٧.	يساعد اعتماد التطبيقات البنكية على تسهيل العمليات المصرفية وتقليل الاعتماد على الفروع التقليدية.				
١٨.	تساهم التطبيقات البنكية في تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمات سريعة وسهلة الاستخدام.				
١٩.	يعزز التحول الرقمي عبر التطبيقات البنكية من توسيع قاعدة العملاء المستفيدين من الخدمات المالية.				
٢٠.	تساهم التطبيقات البنكية في تعزيز الثقة في النظام المالي من خلال توفير مستويات عالية من الأمان للمعلومات.				
٢١.	تساعد التطبيقات البنكية في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك وزيادة الكفاءة في تقديم الخدمات.				
٢٢.	تسهم التطبيقات البنكية في نشر الثقافة المالية بين فئات المجتمع المختلفة.				
٢٣.	تتيح التطبيقات البنكية للبنوك تلبية احتياجات الأجيال الشابة التي تفضل التعاملات الرقمية.				
٢٤.	تعزز التطبيقات البنكية من قدرة البنك على الابتكار في تقديم منتجات وخدمات مالية جديدة.				
٢٥.	تساهم التطبيقات البنكية في تعزيز الشفافية في المعاملات المالية بين البنك والعملاء.				

					٢٦. تسهل التطبيقات البنكية على الأفراد الوصول إلى الخدمات المصرفية في المناطق النائية أو الريفية.
					٢٧. يسهم استخدام التطبيقات البنكية في دعم الشمول المالي من خلال تمكين الجميع من فتح حسابات مصرفية وإدارتها بسهولة.
					٢٨. تساعد التطبيقات البنكية في تعزيز الاقتصاد الرقمي عبر تمكين العملاء من القيام بالتعاملات المالية عبر الإنترنت.
					٢٩. تساهم التطبيقات البنكية في دمج الاقتصاد غير الرسمي في النظام المالي من خلال تسهيل التعاملات المالية الرقمية.
					٣٠. يساعد اعتماد التطبيقات البنكية في تعزيز القدرة التنافسية للبنك من خلال تحسين كفاءة الخدمات المقدمة للعملاء
رابعاً: إلى أي مدى تتفق مع العبارات التالية والتي تعكس مستوى تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك					
					٣١. يسهم الشمول المالي في توسيع قاعدة العملاء المحتملين وزيادة حصة البنك في السوق.
					٣٢. يعزز الشمول المالي من قدرة البنك على تقديم منتجات مالية مبتكرة تستهدف فئات جديدة.
					٣٣. يساهم الشمول المالي في تحسين سمعة البنك بصفته داعماً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
					٣٤. يدعم الشمول المالي تحقيق النمو المستدام للبنك من خلال جذب شرائح غير مشمولة مالياً سابقاً.
					٣٥. يساعد الشمول المالي البنك على تحسين التفاعل مع العملاء وزيادة ولائهم.
					٣٦. يسهم الشمول المالي في تعزيز دور البنك في تحقيق الأهداف الوطنية المتعلقة بالاستدامة الاقتصادية.
					٣٧. يعزز الشمول المالي من القدرة التنافسية للبنك في مواجهة التحديات المصرفية المتزايدة.
					٣٨. يدعم الشمول المالي توفير حلول مصرفية ملائمة تلبي احتياجات الفئات المهمشة، مما يعزز صورة البنك في المجتمع.
					٣٩. يساعد الشمول المالي البنك على تحقيق أهداف الشمول الاجتماعي والمساهمة في تحسين مستوى الرفاهية الاقتصادية.

					يسهم الشمول المالي في زيادة فرص النمو للبنك من خلال الوصول إلى أسواق جديدة.	٤٠.
					يساعد الشمول المالي في تعزيز الابتكار داخل البنك لتطوير منتجات مصرفية تلبي احتياجات مختلف الفئات.	٤١.
					يعزز الشمول المالي من دور البنك في تحقيق التكامل الاقتصادي بين الشرائح المختلفة في المجتمع.	٤٢.
					يسهم الشمول المالي في تقوية العلاقات مع المؤسسات المالية الدولية وزيادة فرص التعاون.	٤٣.
					يدعم الشمول المالي توفير حلول تمويلية تنافسية تساعد البنك على تحقيق ميزة تنافسية في السوق.	٤٤.
					يساهم الشمول المالي في تعزيز القدرة التنافسية للبنك من خلال تحسين إدارة المخاطر.	٤٥.

أقدم لكم بخالص الشكر لتعاونكم المثمر

حنان يحيى التركي

الملخص العربي للدراسة

المقدمة

شهدت السنوات الأخيرة تقدماً كبيراً في مجال الاتصالات وتقنية المعلومات، مما أسفر عن تغييرات جوهرية وسريعة في مختلف مجالات الحياة. ولم تقتصر هذه التطورات على الجانب التقني فحسب، بل امتد تأثيرها ليشمل الأعمال التجارية والممارسات التنظيمية للمؤسسات العامة والمصارف بشكل خاص، وفي هذا السياق، لعبت تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول دوراً محورياً في تعزيز الشمول المالي، حيث قدّمت وسائل مبتكرة لتسهيل الوصول إلى الخدمات المالية. توفر هذه التطبيقات للعملاء سهولة ومرونة في إدارة حساباتهم وتنفيذ العمليات المصرفية بكفاءة وسرعة، دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية (أبوعجوة، ٢٠٢٠).

أدى انتشار التقنية الرقمية إلى إحداث تغييرات كبيرة في المجتمعات البشرية، شملت الجوانب الاجتماعية، والاقتصادية، والمدنية، وغيرها. لم تعد الهواتف الذكية مجرد وسيلة للتواصل، بل تحولت إلى أداة محورية للوصول إلى المعلومات وتنفيذ المعاملات المالية والمصرفية. ولم يقتصر هذا التحول على الأفراد فقط، بل ساهم أيضاً في دمج الفئات المهمشة ضمن النظام المالي الرسمي، وتقليل الاعتماد على الأساليب غير الرسمية التي تتسم بتكاليفها المرتفعة وعدم استقرارها (أبوالنور، ٢٠٢٢).

بفضل تطبيقات المصرفية عبر الهواتف المحمولة، أصبح بإمكان الأفراد في القطاع غير الرسمي الوصول بسهولة إلى الخدمات المالية، دون الحاجة إلى الاعتماد على القنوات غير الرسمية التي قد تكون مكلفة وغير موثوقة على المدى الطويل. هذا التطور يُعزز الشمول المالي في الدول النامية ويعد خطوة مهمة نحو تحقيق التنمية المستدامة لجميع الفئات الاجتماعية والاقتصادية (أبوعجوة، ٢٠٢٠).

بدأ الاهتمام بالشمول المالي يتوسع ليشمل تصميم منتجات وخدمات مالية ومصرفية تلبي احتياجات الفئات المهمشة وذوي الدخل المحدود، عبر قنوات رسمية تقدمها المؤسسات المالية. يسعى هذا التوجه إلى تطوير حلول مالية ملائمة بتكاليف منافسة وعدالة، مما جعل الشمول المالي دعامة أساسية لتحسين السياسات والهيكل التنظيمية، وتعزيز دور وكالات التنمية على مستوى العالم (اتحاد المصارف العربية، ٢٠١٥).

يعمل الشمول المالي على تقديم الخدمات المالية لكافة فئات المجتمع، بما في ذلك الأفراد والأسر والمؤسسات، دون تمييز بناءً على مستوى الدخل، بهدف رفع مستوى جودة الحياة. الأفراد العاملون في القطاع غير الرسمي يعتمدون غالباً على وسائل غير رسمية لإدارة أموالهم، مما يجعل فتح حسابات مصرفية خطوة أولى نحو الاندماج في النظام المالي الرسمي. يتيح الشمول المالي إدارة أفضل للتدفقات

المالية، حماية المدخرات، تسهيل الاستثمار في الأصول، ودعم نمو وتوسيع المشاريع والشركات الصغيرة.

يُعد تحقيق الشمول المالي بفعالية أمرًا يتطلب التنقيف المالي، الذي يلعب دورًا جوهريًا في زيادة وعي المستهلكين. المستهلك الواعي يكون أكثر قدرة على اختيار المنتجات المالية الأنسب، والاستفادة من الفرص المتاحة، مما يعزز من مهاراته في اتخاذ قرارات مالية دقيقة ومدرسة (السن، ٢٠١٩).

يتطلب الشمول المالي أيضاً تقديم مجموعة متكاملة من الخدمات المالية التي تشمل فتح الحسابات المصرفية، وإتاحة الادخار، وتوفير القروض بأنواعها المختلفة سواء القصيرة أو الطويلة الأجل، إلى جانب التأمين، والتمويل، وخدمات الرهون العقارية، والتأجير، والمدفوعات، والتحويلات المالية. تساهم هذه الخدمات في تمكين الأفراد من تحسين وضعهم المالي، وحمايتهم من المخاطر المالية، مع مراعاة المعايير الوطنية والدولية.

بناءً على ذلك، نشأت فكرة الدراسة بهدف استكشاف الدور الوسيط للشمول المالي في تحسين التطبيقات المصرفية عبر الهواتف الذكية، ودعم التنافسية في القطاع البنكي داخل المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة

أدى تفاقم الأزمة المالية العالمية في أواخر عام ٢٠٠٨ إلى زيادة التركيز على تحقيق الشمول المالي، الذي يهدف إلى تسهيل الوصول لجميع أفراد المجتمع إلى خدمات مالية متنوعة وملائمة. يُعد الشمول المالي عنصراً رئيسياً في تحقيق التنمية الاقتصادية والمالية، مما دفع المؤسسات الدولية إلى تعزيز الجهود من خلال تبني معايير دولية تساهم في تحقيق هذا الهدف (Yoshino & Moragan, 2018).

تُظهر البيانات وجود تفاوت كبير في مستويات الشمول المالي بين الدول العربية والمعايير العالمية، حيث تشير الإحصائيات إلى أن ٧١٪ من البالغين في تلك الدول لا يعتمدون على الخدمات المالية الرسمية، مما يؤدي إلى استمرار الاعتماد على النقد في التعاملات المصرفية ويزيد من مخاطر الأنشطة المالية غير المشروعة مثل تمويل الإرهاب، والتهرب الضريبي، وغسل الأموال (السن، ٢٠١٩).

تركز مشكلة البحث على دراسة أحد العوامل الأساسية لنجاح القطاع المالي المتطور، وهي قدرته على تقديم خدماته لمجموعة واسعة من الأطراف الاقتصادية الفاعلة، على سبيل المثال، في عام ٢٠١٦، بلغت نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات مصرفية في المملكة العربية السعودية ٧٤٪، في

حين أن الأسواق المتقدمة سجلت نسب شمول مالى تتجاوز ٩٠٪. أما في المناطق النائية، فقد كانت نسبة الشمول المالى أقل، حيث وصلت إلى ٦١٪ و ٧٢٪ على التوالى في نفس العام (مؤسسة النقد العربى السعودى، ٢٠١٦).

هناك اختلاف في الآراء حول مدى تأثير الشمول المالى على تعزيز الميزة التنافسية. يرى بوت وثاكور (٢٠٠٠) أن تخفيض تكاليف التمويل وزيادة توافر الخدمات المالية يساهمان في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات المصرفية. بينما يشير بيرجر وآخرون (Berger, Klapper, & Turk-Ariss, 2009) إلى أن توفير خدمات الانتماء للفئات ذات الدخل المنخفض تزيد من مخاطر عدم السداد، مما يقلل من قدرة المؤسسات المصرفية على التمتع بالميزة التنافسية.

لذا أظهرت المؤسسات اهتماماً متزايداً بالشمول المالى من خلال استدعاء خبراء في هذا المجال ومن خلال مبادرات من خمس هيئات دولية معتمدة على وضع المعايير الدولية، للعمل على تعزيز التطبيقات العملية للشمول المالى (صندوق النقد العربى، ٢٠١٥). فتحديث وتطوير القطاع المصرفى في كل دولة ليكون أكثر شمولاً يعد جزءاً أساسياً من الاستراتيجيات لتعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات المالية.

لذا، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور الشمول المالى كوسيلة لتعزيز تطبيقات البنوك عبر الهواتف الذكية ودعم التنافسية، خاصة في المملكة العربية السعودية.

أهداف الدراسة

الهدف الرئيسى للدراسة الحالية هو التحقق من الدور الوسيط للشمول المالى في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية. وينبثق عن الهدف الرئيسى عدد من الأهداف الفرعية على النحو الآتى:

١. التعرف على مستوى استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في البنوك في المملكة العربية السعودية.

٢. التعرف على دور التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

٣. التعرف على الأثر الوسيط للشمول المالى على العلاقة بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من الأهمية الكبيرة لموضوع الشمول المالي، الذي يحظى باهتمام واسع سواء في الدول المتقدمة أو النامية. تسعى المملكة العربية السعودية إلى تطوير قطاعها المالي عبر تحقيق أهداف تنموية، بالإضافة إلى تعزيز الميزة التنافسية من خلال تحسين أداء المؤسسات المصرفية.

وتتجلى أهمية الدراسة في محورين رئيسيين:

الأهمية العملية:

- يستمد البحث الحالي قيمته التطبيقية من خلال تقديم توصيات ومقترحات لتعزيز أداء البنوك في المملكة العربية السعودية وتطوير القطاع المصرفي.
- تسليط الضوء على استراتيجيات تطوير القطاع المصرفي وتحسين هيكله البنوك، مما يساهم في رفع جودة الأداء المصرفي لتحقيق ميزة تنافسية.

الأهمية النظرية:

- يستمد البحث أهميته النظرية من دراسة الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة بين تطبيقات الهواتف الذكية المصرفية وتعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة.
- الإسهام في تعزيز المعرفة العلمية من خلال تقديم إطار نظري متكامل حول الشمول المالي.
- تسليط الضوء على الأثر المحلي والإقليمي للدراسة من خلال التركيز على قضايا محورية تؤثر بشكل مباشر على الصناعة والاقتصاد.

تساؤلات الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى الإجابة على السؤال الرئيسي: كيف يؤثر الشمول المالي كعامل وسيط في العلاقة بين استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية وتحقيق الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟ ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي كما يلي:

١. ما مدى انتشار واستخدام التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية في البنوك السعودية؟

٢. ما تأثير التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية على تعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟

٣. كيف يؤثر الشمول المالي كعامل وسيط على العلاقة بين استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟

فرضيات الدراسة

انسجاماً مع أهداف الدراسة، تم صياغة الفرضيات التالية:

- تأثير التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية على تعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية:

- تلعب التطبيقات البنكية عبر الهواتف الذكية دوراً كبيراً في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

- يُعزز الشمول المالي العلاقة بين التطبيقات البنكية والميزة التنافسية للبنوك بدرجة متوسطة في المملكة العربية السعودية.

تم استخدام أسلوب سحب العينات من مجتمع العاملين بالبنوك بمدينة الرياض، حيث تم اختيار عينة عشوائية، وقد بلغ حجم العينة (٣٨٢) مفردة.

حدود البحث

- **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على بحث الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في مدينة الرياض.

- **الحدود البشرية:** تقتصر الدراسة على العاملين في البنوك السعودية المحلية والأجنبية وفروعها.

- **الحدود المكانية:** تتحدد الدراسة في النطاق الجغرافي الخاص بالبنوك السعودية المحلية والأجنبية الموجودة في مدينة الرياض.

- **الحدود الزمنية:** سيتم إجراء الدراسة خلال مجريات العام ١٤٤٦ هـ / ٢٠٢٤ م.

نتائج الدراسة

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير التطبيقات البنكية على الشمول المالي وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين استجابات أفراد عينة الدراسة لتأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية وفقاً لآراء العاملين بالبنوك وتم قبول الفرضية.

توصيات الدراسة

- تحسين واجهة المستخدم وتجربة الاستخدام لتوفير سهولة في التنقل والوصول إلى الخدمات.
- تعزيز الأمان من خلال استخدام تقنيات التحقق البيومتري والمصادقة متعددة العوامل.
- تقديم خدمات مخصصة باستخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك العملاء وتلبية احتياجاتهم.
- توسيع الشمول المالي من خلال إطلاق منتجات وخدمات تلبي احتياجات الفئات غير المشمولة مالياً.
- دمج خدمات الدفع الرقمي والمحافظ الإلكترونية لتوفير حلول دفع متكاملة وسهلة.

ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

English Abstract

Introduction

Recent years have seen significant advances in the field of ICT, resulting in fundamental and rapid changes in various areas of life. These developments were not limited to the technical side only, but their impact extended to business and regulatory practices of public institutions and banks in particular, and in this context, mobile banking applications played a pivotal role in promoting financial inclusion, as they provided innovative means to facilitate access to financial services. These applications provide customers with ease and flexibility in managing their accounts and carrying out banking operations efficiently and quickly, without the need to visit traditional branches (Abu Ajwa, 2020).

The spread of digital technology has brought about significant changes in human societies, encompassing social, economic, civic and other aspects. Smartphones are no longer just a means of communication but have become a pivotal tool for accessing information and carrying out financial and banking transactions. This transformation was not limited to individuals, but also contributed to the integration of marginalized groups within the formal financial system, and reduced reliance on informal methods that are characterized by high costs and instability (Abu Al-Nour, 2022).

Thanks to mobile banking applications, individuals in the informal sector can easily access financial services, without having to rely on informal channels that may be expensive and unreliable in the long run. This development promotes financial inclusion in developing countries and is an important step towards achieving sustainable development for all socio-economic groups (Abu Ajwa, 2020).

Interest in financial inclusion has begun to expand to include the design of financial and banking products and services that meet the needs of marginalized and low-income groups, through formal channels provided by

financial institutions. This approach seeks to develop appropriate financial solutions with competitive costs and fairness, making financial inclusion a key pillar for improving policies and organizational structures, and enhancing the role of development agencies globally (Union of Arab Banks, 2015).

Financial inclusion works to provide financial services to all groups of society, including individuals, families and institutions, without discrimination based on income level, with the aim of raising the quality of life. Individuals working in the informal sector often rely on informal means to manage their money, making opening bank accounts a first step towards integration into the formal financial system. Financial inclusion enables better management of financial flows, protects savings, facilitates asset investment, and supports the growth and expansion of small businesses.

Achieving financial inclusion effectively requires financial education, which plays an essential role in raising consumer awareness. An informed consumer is better able to choose the most appropriate financial products, and take advantage of the opportunities available, which enhances their skills in making accurate and informed financial decisions (Al-Asan, 2019).

Financial inclusion also requires the provision of an integrated set of financial services that include opening bank accounts, making savings available, and providing loans of various types, whether short or long term, in addition to insurance, financing, mortgage services, leasing, payments, and remittances. These services contribute to enabling individuals to improve their financial situation, and protect them from financial risks, considering national and international standards.

Based on this, the idea of the study arose with the aim of exploring the mediating role of financial inclusion in improving mobile banking

applications and supporting competitiveness in the banking sector within the Kingdom of Saudi Arabia.

Study Problem Problem Statement

The worsening of the global financial crisis in late 2008 led to an increased focus on achieving financial inclusion, which aims to facilitate access for all members of society to diverse and appropriate financial services. Financial inclusion is a key element in achieving economic and financial development, prompting international institutions to strengthen efforts by adopting international standards that contribute to achieving this goal (Yoshino & Moragan, 2018).

The data show that there is a significant disparity in levels of financial inclusion between Arab countries and global standards, as statistics indicate that 71% of adults in those countries do not rely on formal financial services, which leads to continued dependence on cash in banking transactions and increases the risks of illicit financial activities such as terrorist financing, tax evasion, and money laundering (Al-Sen, 2019).

The research problem focuses on studying one of the key factors for the success of the evolving financial sector, which is its ability to provide its services to a wide range of economic actors. For example, in 2016, 74% of adults in Saudi Arabia owned bank accounts, while developed markets recorded financial inclusion rates exceeding 90%. In remote areas, financial inclusion was lower, at 61% and 72% respectively in the same year (SAMA, 2016).

There are differing opinions on the extent to which financial inclusion will enhance competitive advantage. Bott and Thakur (2000) argue that reducing financing costs and increasing the availability of financial services contribute to enhancing the competitiveness of banking institutions. Berger, Klapper, &

Turk-Ariss, 2009) suggest that providing credit services to low-income groups increases the risk of non-payment, reducing the ability of banking institutions to enjoy a competitive advantage.

Therefore, institutions have shown a growing interest in financial inclusion by calling on experts in this field and through initiatives from five international bodies based on the development of international standards, to work to enhance the practical applications of financial inclusion (Arab Monetary Fund, 2015). Modernizing and developing the banking sector in each country to be more inclusive is an essential part of strategies to enhance the competitive advantage of financial institutions.

Therefore, this study comes to highlight the role of financial inclusion to enhance banks' applications via smartphones and support competitiveness, especially in the Kingdom of Saudi Arabia.

Study Objectives Study Purposes

The main objective of the current study is to investigate the mediating role of financial inclusion in the relationship between banking applications on smartphones and the competitive advantage of banks in the Kingdom of Saudi Arabia. Several sub-objectives emerge from the main objective as follows:

1. Identify the level of use of banking applications on smartphones in banks in the Kingdom of Saudi Arabia.
2. Identify the role of banking applications on smartphones in achieving the competitive advantage of banks in the Kingdom of Saudi Arabia.
3. Identify the intermediate impact of financial inclusion on the relationship between banking applications on smartphones and the competitive advantage of banks in the Kingdom of Saudi Arabia.

Importance of Study Importance

The importance of this study stems from the great importance of the topic of financial inclusion, which is of wide interest both in developed and developing countries. The Kingdom of Saudi Arabia seeks to develop its financial sector by achieving development goals, in addition to enhancing competitive advantage by improving the performance of banking institutions.

The importance of the study is reflected in two main axes:

Practical Importance:

- The current research derives its applied value by providing recommendations and proposals to enhance the performance of banks in the Kingdom of Saudi Arabia and develop the banking sector.
- Highlighting the strategies for developing the banking sector and improving the structure of banks, which contributes to raising the quality of banking performance to achieve a competitive advantage.

Theoretical importance:

- The research derives its theoretical importance from studying the mediating role of financial inclusion in the relationship between banking smart phone applications and enhancing the competitive advantage of banks in the Kingdom.
- Contributing to enhancing scientific knowledge by providing an integrated theoretical framework on financial inclusion.
- Highlighting the local and regional impact of the study by focusing on pivotal issues that directly affect industry and the economy.

Study Questions

The current study aims to answer the key question: How does financial inclusion as an intermediary factor affect the relationship between the use of banking applications on smartphones and the achievement of the competitive advantage of banks in the Kingdom of Saudi Arabia? This key question is subdivided into a set of sub-questions:

1. What is the prevalence and use of mobile banking applications in Saudi banks?
2. What is the impact of mobile banking applications on enhancing the competitive advantage of banks in Saudi Arabia?
3. How does financial inclusion as an intermediary factor affect the relationship between the use of banking applications on smartphones and the competitive advantage of banks in Saudi Arabia?

Research Hypotheses

In line with the objectives of the study, the following hypotheses were formulated:

- The impact of mobile banking applications on enhancing the competitive advantage of banks in the Kingdom of Saudi Arabia:
- Smart phone banking applications play a major role in enhancing the competitive advantage of banks in the Kingdom of Saudi Arabia.
- Financial inclusion enhances the relationship between banking applications and the competitive advantage of banks to a moderate degree in the Kingdom of Saudi Arabia.

The sampling method was used from the community of bank employees in Riyadh, where a random sample was selected, and the sample size was (382) individuals.

Research Boundaries

- Objective limits: The study is limited to examining the mediating role of financial inclusion in the relationship between banking applications on smartphones and the competitive advantage of banks in the city of Riyadh.
- Human Limits: The study is limited to employees of local and foreign Saudi banks and their branches.
- Spatial limits: The study is determined within the geographical scope of local and foreign Saudi banks located in the city of Riyadh.
- Time limits: The study will be conducted during the course of the year 1446AH / 2024AD.

Study Findings

- There are statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) between the responses of the study sample to the impact of banking applications on the competitive advantage according to the opinions of bank employees and the hypothesis was accepted.
- There are statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) between the responses of the study sample to the impact of banking applications on financial inclusion according to the opinions of bank employees and the hypothesis was accepted.
- There are statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) between the responses of the study sample to the impact of financial inclusion on the competitive advantage according to the opinions of bank employees and the hypothesis was accepted.

Recommendations of the study:

- Improved user interface and user experience to provide ease of navigation and access to services.
- Enhance security through the use of biometric verification and multi-factor authentication techniques.
- Providing customized services using artificial intelligence to analyze customer behavior and meet their needs.
- Expanding financial inclusion by launching products and services that meet the needs of non-financially covered groups.
- Integrate digital payment services and e-wallets to provide integrated and easy payment solutions.

Midocean University
College of Management
Business Administration
Master Program



**The Mediating Role of Financial Inclusion in the
Relationship Between Mobile Banking Applications and
the Competitive Advantage of Banks in the Kingdom of
Saudi Arabia**

Prepared by:
Hanan Yahya Alturki

Supervised by:
Dr. Asma Abu Anza
Dr. Enji Hassan Nashaat

Year
2024