

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

العام الدراسي

٢٠٢٤

جدول المحتويات

4	مقدمة:
5	مشكلة الدراسة:
6	أهمية الدراسة:
6	الأهمية العملية
6	الأهمية النظرية
7	أهداف الدراسة:
7	تساؤلات الدراسة:
7	فروض الدراسة:
8	الدراسات السابقة:
8	الدراسات العربية:
10	الدراسات الأجنبية:
11	التعقيب على الدراسات السابقة:
12	المنطلقات النظرية للدراسة:
12	الشمول المالي:
13	مفهوم الشمول المالي:
14	أهداف الشمول المالي:
14	أهمية الشمول المالي:
15	الميزة التنافسية المصرفية:
15	مفهوم الميزة التنافسية:

16.....	مفهوم التنافسية البنكية:
16.....	معايير الميزة التنافسية للبنوك:
16.....	أهمية الميزة التنافسية:
17.....	خصائص الميزة التنافسية:
17.....	التطبيقات البنكية:
18.....	السمات الأساسية للتطبيق البنكي:
19.....	المنهجية وطرق البحث:
19.....	أدوات الدراسة :
19.....	حدود الدراسة:
20.....	المراجع:

مقدمة:

في العقد الماضي، شهد العالم تقدمات هائلة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، مما أدى إلى تغيرات جذرية وسريعة في مختلف جوانب الحياة. هذه التطورات لم تكن مقتصرة فقط على الجوانب التكنولوجية، بل أثرت أيضاً على الأعمال والممارسات والتوجهات الفلسفية للمؤسسات العامة والبنوك بشكل خاص.

تطبيقات الموبايل البنكي لعبت دوراً كبيراً في هذا السياق، حيث ساهمت في تعزيز الشمول المالي عبر توفير وسائل مبتكرة للوصول إلى الخدمات المالية. هذه التطبيقات توفر للعملاء مرونة وسهولة في إدارة حساباتهم وتنفيذ المعاملات المصرفية بسرعة وفاعلية، دون الحاجة لزيارة الفروع البنكية (أبو عجوة، 2020).

ومع انتشار التكنولوجيا الرقمية، شهدت المجتمعات البشرية تغيرات عميقة في الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والدينية وغيرها. الهواتف الذكية أصبحت ليس فقط وسيلة للتواصل بل أداة رئيسية للوصول إلى المعلومات وتنفيذ العمليات المالية والمصرفية. هذا التحول ساهم في تمكين الأفراد، بما في ذلك الفئات المهمشة، من الاندماج في النظام المالي الرسمي، والحد من الاعتماد على القنوات غير الرسمية التي تتميز بتكاليف مرتفعة وعدم الاستقرار (أبو النور، 2022).

بفضل تطبيقات الموبايل البنكي، يمكن للأفراد في القطاع غير الرسمي الآن الوصول إلى الخدمات المالية بسهولة وبدون حاجة للجوء إلى القنوات غير الرسمية التي قد تكون مكلفة وغير مراقبة بشكل كافٍ. هذا يعكس الالتزام العالمي بتعزيز الشمول المالي على مستوى العالم وتحقيق التنمية المستدامة لجميع الفئات الاجتماعية والاقتصادية (أبو عجوة، 2020).

بدأ الاهتمام بالشمول المالي يتمثل في تعميم المنتجات والخدمات المالية والمصرفية على نطاق أوسع للأفراد، بما في ذلك الفئات المهمشة من ذوي الدخل المحدود، من خلال القنوات الرسمية والمؤسسات المالية. يهدف ذلك إلى ابتكار خدمات مالية مناسبة وتكاليف تنافسية وعادلة. فالشمول المالي أصبح أولوية بالنسبة لصانعي السياسات والهيئات التنظيمية، ووكالات التنمية في جميع أنحاء العالم (اتحاد المصارف العربية، 2015).

حيث يهدف الشمول المالي إلى توفير الخدمات المالية لجميع شرائح المجتمع بما في ذلك الأفراد، الأسر، والمؤسسات، بغض النظر عن مستوى الدخل، بهدف تحسين جودة حياتهم. الأشخاص في القطاع غير الرسمي غالباً ما يعتمدون على الطرق غير الرسمية لإدارة أموالهم، ويحتاجون إلى فتح حسابات مصرفية كخطوة أولى نحو الاندماج في النظام المالي الرسمي. الشمول المالي يُمكن من إدارة التدفقات المالية، وتوفير حماية للمدخرات، وتيسير الاستثمار في الأصول وتمكين الشركات الصغيرة والمشاريع من النمو والتوسع

لتحقيق الشمول المالي بشكل فعال، يعتبر التثقيف المالي أمراً حاسماً، حيث يساعد على رفع مستوى الوعي المالي لدى المستهلكين. المستهلك الواعي يتفهم بشكل أفضل المنتجات المالية المتاحة والمكاسب المحتملة المرتبطة بها، مما يزيد من قدرتهم على اتخاذ قرارات مالية مدروسة ومناسبة (السن، 2019).

بالإضافة إلى ذلك، يتطلب الشمول المالي توفير مجموعة شاملة من الخدمات المالية التي تشمل الحسابات المصرفية، والمدخرات، والقروض القصيرة والطويلة الأجل، والتأجير التمويلي، والرهون العقارية، والتأمين، والرواتب، والمدفوعات، والتحويلات المالية. توفير هذه الخدمات ليس فقط يساهم في تمكين الأفراد اقتصادياً، بل يساهم أيضاً في حمايتهم المالية من المخاطر المحتملة بما يتوافق مع المعايير الوطنية والدولية.

لذلك تبلورت فكرة الدراسة لاستكشاف الدور الوسيط للشمول المالي في تعزيز التطبيقات المصرفية عبر الهواتف الذكية والمساهمة في التنافسية للبنوك، تحديداً في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

في أواخر الأزمة المالية العالمية عام 2008، أثار الاهتمام بتحقيق الشمول المالي الذي يهدف إلى تسهيل وصول جميع شرائح المجتمع إلى خدمات مالية متنوعة ومناسبة اهتماماً كبيراً. يعتبر الشمول المالي محورياً للتنمية المالية والاقتصادية، مما دفع المؤسسات والهيئات الدولية إلى دعم استخدام المعايير الدولية لتعزيز الجهود نحو تحقيق هذا الهدف (Yoshino & Moragan , 2018).

إذ تكمن المشكلة في تفاوت مستويات الشمول المالي بين الدول العربية والمعايير العالمية. إذ تُظهر الإحصاءات أن 71% من البالغين في تلك الدول يفتقرون إلى الوصول إلى الخدمات المالية والتمويلية الرسمية، مما يعزز من استخدام النقد في المعاملات المصرفية ويزيد من مخاطر التمويل الإرهابي، والتهرب الضريبي، وغسل الأموال (السن، 2019).

وتتمحور مشكلة البحث حول أحد العوامل الرئيسية لنجاح القطاع المالي المتقدم، وهي قدرته على خدمة مجموعة واسعة من الجهات الاقتصادية النشطة. على سبيل المثال، في عام 2016، كانت نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات مصرفية في المملكة العربية السعودية تبلغ 74%، بينما سجلت الأسواق المتقدمة نسبة شمول تجاوزت 90%. وفيما يتعلق بالنساء البالغات في المناطق النائية، كانت نسبة الشمول المالي متدنية، حيث بلغت 61% و 72% على التوالي في عام 2016 (مؤسسة النقد العربي والسعودي، 2016).

إذ توجد آراء متباينة حول تأثير الشمول المالي على الميزة التنافسية. يعتقد بوت وثاكور (Boot & Thakor, 2000) أن تخفيض تكاليف التمويل وزيادة توفر الخدمات المالية يعزز القدرة التنافسية للمؤسسات المصرفية. بينما يرى بيرجر وآخرون (Berger, Klapper, & Turk-Ariss, 2009) أن توفير

خدمات الائتمان للفئات ذات الدخل المنخفض يزيد من مخاطر عدم السداد، مما يقلل من قدرة المؤسسات المصرفية على التمتع بالميزة التنافسية.

لذا أظهرت المؤسسات اهتمامًا متزايدًا 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، 2015). فتحديث وتطوير القطاع المصرفي 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 المالي كوسيلة لتعزيز تطبيقات البنوك عبر الهواتف الذكية ودعم التنافسية، خاصة في المملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية موضوع الشمول المالي، حيث يجذب انتباه الدول المتقدمة والنامية على حد سواء. فالمملكة العربية السعودية تسعى إلى تحسين قطاعها المالي من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف الإنمائية وتعزيز الميزة التنافسية بتطوير الخدمات المصرفية.

حيث تظهر أهمية الدراسة الحالية في محورين وهما:

الأهمية العملية

- يكتسب البحث الحالي الأهمية التطبيقية له من خلال تقديم توصيات ومقترحات فيما يخص البنوك في المملكة العربية السعودية لتعزيز وتطوير القطاع المصرفي في المملكة.
- تسليط الضوء على ضرورة تحفيز وتطوير القطاع المصرفي وتهيئة البنوك وتعزيز جودة الأداء لتحقيق ميزة تنافسية.

الأهمية النظرية

- يكتسب البحث الحالي أهميته من أهمية الموضوع المتناول وهو الدور الوسيط للشمول المالي على العلاقة بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.
- تعزيز الإضافة المعرفية من خلال تقديم إطار نظري شامل لها.
- إثراء المكتبة العربية والمحلية بمثل هذا النوع من الدراسات التي تسلط الضوء على قضايا مهمة وحيوية تؤثر في الصناعة والاقتصاد.

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:

1. التعرف على مستوى استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في البنوك في المملكة العربية السعودية.
2. التعرف على دور التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.
3. التعرف على الأثر الوسيط للشمول المالي على العلاقة بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة الحالية إلى الإجابة عن السؤال الرئيسي الآتي ما الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟ وينبثق عن التساؤل الرئيسي عدد من الأسئلة الفرعية وهي كما يأتي:

1. ما مستوى استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في البنوك في المملكة العربية السعودية؟
2. ما دور التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟
3. ما الدور الوسيط للشمول المالي على العلاقة بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية؟

فروض الدراسة:

تماشياً مع أهداف البحث، تم وضع مجموعة من الفرضيات على النحو التالي:

- دور التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية جاء بدرجة متوسطة.
- مستوى استخدام التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية في البنوك في المملكة العربية السعودية جاء بدرجة متوسطة

الدراسات السابقة:

في هذا الجزء، سنلقي نظرة موجزة على مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة التي تمثل الإطار الفكري للبحث الحالي. تم استعراض عدد من المصادر والمراجع العلمية التي تناولت المتغيرات ذات الصلة بالدراسة الحالية. يُلاحظ أن الباحث، خلال مراجعته الأدبية، لم يعثر على دراسة سابقة تناولت المتغيرات الثلاثة بنفس التفاصيل التي يتناولها في الدراسة الحالية في إطار واحد. إذ تكمن أهمية الدراسات السابقة في قدرة الباحث على الاستفادة من بيانات ومعرفة سابقة موثوقة، مما يعزز من صحة نتائجه وتفسيراته، وفيما يلي عرض لتلك الدراسات.

الدراسات العربية:

هدفت دراسة (النعمي، 2023) الى فهم تأثير خصائص التطبيقات الذكية على جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية في دولة قطر. أظهرت الدراسة أبعاد خصائص التطبيقات الذكية مثل سهولة الاستخدام، التوفر، والخصوصية، بالإضافة إلى أبعاد جودة الخدمات المصرفية مثل سرعة الاستجابة، الاعتمادية، والأمان، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها وجود تأثير إحصائي لخصائص التطبيقات الذكية على جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية في قطر. كما أوصت الدراسة بأهمية أن تولي إدارة البنوك التجارية في قطر اهتماماً خاصاً بتقديم تطبيقات ذكية سهلة الاستخدام وسلسة، بالإضافة إلى تحديث هذه التطبيقات بانتظام لضمان خصوصية وسرية البيانات أثناء استخدامها.

جاءت دراسة (عزيزه ، 2023) لاستكشاف تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على ولاء عملاء البنوك التجارية العامة في مصر، مركزة على بنك مصر، البنك الأهلي، وبنك القاهرة في محافظات القاهرة الكبرى. تم جمع عينة قدرها 384 فرداً، شرطاً لاستخدام العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية. أظهرت الدراسة أن أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية، بما في ذلك الموثوقية، تصميم الموقع، كفاءة الموقع، الأمان والخصوصية، الوفاء بالمتطلبات، وخدمة العملاء والدعم، لها تأثير إيجابي على ولاء عملاء البنوك التجارية العامة في مصر. كما أشارت الدراسة إلى أن هذه الأبعاد يمكن ترتيبها وفق قوة تأثيرها كالتالي: الموثوقية، كفاءة الموقع، الأمان والخصوصية، تصميم الموقع، الوفاء بالمتطلبات، وخدمة العملاء والدعم.

جاءت دراسة حسين (2022) 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 تغيرات في آلية

استخدام الخدمات المالية من قبل العملاء، وهو جانب أساسي في تحقيق الشمول المالي. اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الاستقرائي والتطبيقي، وتم تطبيق الدراسة على عينة من البنوك في المملكة العربية السعودية. أظهرت نتائج الدراسة أن مؤشرات الشمول المالي مثل عدد الموظفين والفروع وأجهزة الصراف الآلي، بالإضافة إلى حجم التسهيلات والودائع كقنوات لتحقيق ميزة تنافسية بوضوح، بتأثير إيجابي دال إحصائياً يعتبر معنوياً عند مستوى (0.05)، خاصة فيما يتعلق بنسبة الربحية ونسبة التركيز مما يبرز أهمية تعزيز الشمول المالي كاستراتيجية لتعزيز الأداء المصرفي.

هدفت دراسة ياس (2022) إلى استكشاف العلاقة التفاعلية بين التكنولوجيا المصرفية ومؤشرات الشمول المالي والأداء المالي في القطاع المصرفي العراقي. تأتي أهمية الدراسة من ندرة الأبحاث التي تحاول تحديد هذه العلاقات، بالإضافة إلى معالجة مشكلة واقعية تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على أداء المصارف. تم تصميم نموذج يتضمن ثلاثة متغيرات رئيسية، واستنباط ثلاثة فرضيات رئيسية مدعومة بفرضيات فرعية. باستخدام المنهج التحليلي الوصفي، استهدفت الدراسة القطاع المصرفي كعينة، حيث تم 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 المدروسة. أظهرت الدراسة أن الشمول المالي يسهم في تحسين أداء المصارف عندما يكون هناك تكنولوجيا تعزز من هذا الشمول. كما أسفرت الدراسة عن عدة توصيات، بما في ذلك الحاجة إلى العمل المستمر على تطوير أنظمة الدفع والتسوية لمواكبة التطورات العالمية، بهدف تحقيق نظام دفع كفؤ يواكب المعايير الدولية.

جاءت دراسة الشرقاوي (2021) لتسليط الضوء على أهمية التحول الرقمي كوسيلة لتطوير وتحسين تشكيلة المنتجات المصرفية التي تقدمها المؤسسات المصرفية في السوق، من منظور العميل المصري، بهدف دعم تطوير أعمالها وتعزيز الميزة التنافسية. كشفت الدراسة عن مدى جهود المؤسسات المصرفية في تبني مفهوم تمكين العملاء، الذي ينعكس بشكل مباشر على قدرتها التنافسية. توصلت الدراسة إلى أن العملاء المصريين يمنحون مصداقية أكبر للبنوك المصرية مقارنة بالبنوك العربية والأجنبية في تعاملاتهم داخل السوق المصري، ويعزى ذلك إلى عدة أسباب يمكن الاستفادة منها في تخطيط واستهداف الحملات التسويقية للبنوك والمصارف. وبلغت نسبة العملاء المفضلين التعامل مع البنوك المصرية 68% مقابل 32% يفضلون التعامل مع البنوك العربية والأجنبية. من بين أسباب هذا التفضيل: قوة العلامة التجارية في السوق المصري والمصداقية في التعامل مع العملاء، بالإضافة إلى وجود نسبة من العملاء يفضلون التعامل مع البنوك العربية والأجنبية. أوصت الدراسة بعدة توصيات، أبرزها أنه ينبغي على اتخاذ القرار في هذه القطاعات الاهتمام بتحديث البنية التحتية، لدعم تفاعل العملاء مع حساباتهم وزيادة فوائد التنافسية. يجب أيضاً على المسؤولين في المؤسسات المصرفية مواكبة التطورات التكنولوجية

واستخدام وسائل التمكين المختلفة لتحقيق هذه الأهداف، مثل استخدام التكنولوجيا والمرونة في المعاملات البنكية، وتعزيز الثقة والتنمية للعملاء.

الدراسات الأجنبية:

هدفت دراسة (Amnas, Selvam, & Parayitam, 2024) إلى استكشاف كيفية استخدام التكنولوجيا المالية (FinTech) لتعزيز الشمول المالي. تمحورت الدراسة حول تحليل سبب استخدام الأفراد للتكنولوجيا المالية وكيفية تأثيرها على وصولهم إلى الخدمات المالية، من خلال دراسة الأدوار المحتملة للثقة، وجودة الخدمة، والأمان المتصور كعوامل أساسية في تعزيز استخدام خدمات التكنولوجيا المالية. تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية بالمربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) لاختبار النموذج المقترح، وتم جمع البيانات من 608 مستخدم FinTech في الهند. أظهرت النتائج أن التكنولوجيا المالية تؤثر إيجابياً على الشمول المالي، حيث تسهل على الأفراد الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية. كما برزت الثقافة المالية الرقمية كوسيط مهم يعزز هذه العلاقة بين استخدام التكنولوجيا المالية والشمول المالي. كما كشفت الدراسة أن الدعم التنظيمي المتصور له تأثير معتدل كبير على هذه العلاقة، مما يعزز أهمية التدخلات التنظيمية في تعزيز استخدام التكنولوجيا المالية لتحقيق الشمول المالي. تقدم هذه الدراسة إسهامات نظرية وتطبيقية تساعد واضعي السياسات وشركات التكنولوجيا المالية على جعل الخدمات المالية أكثر شمولاً وتحسين الوصول إلى الخدمات المالية على المستوى العالمي.

هدفت دراسة (Isabwa, 2021) إلى تقديم دور الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كمقدم حيوي لتعزيز الشمول المالي بين البنوك التجارية في كينيا. تم التركيز في الدراسة على تأثير هذه الخدمات على الشمول المالي، واعتمدت فلسفة البحث الوضعي، مستخدمة تصميم بحث واقعي واستندت إلى بيانات ثانوية من عينة تضم 10 بنوك تجارية في كينيا تتمتع بأفضل التطبيقات المصرفية عبر الهاتف المحمول. أساليب الإحصاء الاستدلالي المستخدمة كانت ارتباط بيرسون وتحليل الانحدار. أظهرت نتائج الدراسة أن تحويلات الأموال عبر الهاتف المحمول وعمليات السحب النقدي تؤثر بشكل كبير وإيجابي على الشمول المالي بين البنوك التجارية في كينيا. كما أظهرت الودائع عبر منصات الهاتف المحمول تأثيراً إيجابياً كبيراً أيضاً على الشمول المالي. توصي الدراسة بأن يعتمد القطاع المصرفي جميعاً على الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كأداة أساسية لتعزيز الشمول المالي، وأن يتبنى استراتيجيات مناسبة لتعزيز استخدام هذه التقنية في سبيل تحقيق الهدف الشامل للشمول المالي.

قدمت دراسة (Al-Chahadah, Refae, & Qasim, 2020) استكشاف لتأثير الشمول المالي على الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في بورصة عمان. باستخدام تحليل الانحدار البسيط، تم اختبار تأثير خمسة مؤشرات رئيسية للشمول المالي على أداء البنوك، وأظهرت النتائج وجود تأثير إحصائي لمؤشرين من مؤشرات الشمول المالي، وهما الوصول إلى الخدمات المالية وتمويل المؤسسات،

على أداء البنوك الأردنية من حيث ربحيتها. ونصحت الدراسة المؤسسات المالية في الأردن بزيادة الاستثمار في الوصول المبتكر إلى الخدمات المالية، وتعزيز البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، وتطوير الخدمات المالية الرقمية لتحسين مستوى الخدمات المصرفية، خاصة أنها تعتبر حالياً منخفضة نسبياً مقارنة بالدول ذات الدخل المتوسط.

تمحورت دراسة (Ahamed & Mallick, 2019) حول أهمية الشمول المالي كأولوية في السياسات العامة بعد الأزمة المالية العالمية، موضحة أن هناك قلة في الفهم الكامل لتأثير هذا الشمول على سلامة مقدمي الخدمات المالية. باستخدام عينة دولية تضم 2635 بنكاً في 86 دولة خلال الفترة من 2004 إلى 2012، كشفت الدراسة أن زيادة مستوى الشمول المالي تسهم في استقرار البنوك. يتبين أن العلاقة الإيجابية تظهر بشكل أكبر في البنوك التي تمتلك حصة عالية من تمويل ودائع العملاء وتكاليف هامشية أقل في تقديم الخدمات المصرفية، وفي البلدان التي تتمتع بجودة مؤسسية قوية. توصلت الدراسة إلى نتائج قوية باستخدام تحليل المتغيرات الآلية، والتحكم في التأثيرات المصرفية الثابتة، ومقاييس بديلة للشمول المالي. تلقي نتائج الدراسة الضوء على أن الحفاظ على نظام مالي شامل ليس مجرد هدف إنمائي، بل يمثل قضية أساسية يجب مناقشتها بأولوية بواسطة البنوك، لأن التوجه نحو الشمول المالي يساهم في استقرارها.

قدمت دراسة (Zameer, Tara, Kausar, & Mohsin, 2015) تحليلاً لتأثير جودة الخدمات المصرفية، رضا العملاء، وصورة الشركة على القيمة المتصورة للعملاء في قطاع البنوك في باكستان. أظهرت النتائج أن جودة الخدمات المصرفية، رضا العملاء، وصورة الشركة تؤثر بشكل إيجابي على القيمة المتصورة للعملاء. كما كشفت الدراسة عن وجود علاقة إيجابية قوية بين جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء، مما يؤكد أهمية تحسين جودة الخدمات كأداة لزيادة رضا العملاء وبالتالي القيمة المتصورة للعملاء في السوق المصرفي الباكستاني.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد الخوض وتفحص الدراسات السابقة المذكورة آنفاً في مجال الشمول المالي والتكنولوجيا المصرفية والميزة التنافسية للبنوك، تمكن الباحث من تثبيت 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) (النعمي، 2023) و (عزيزه ، 2023) في هدفها بتناول تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية على ولاء العملاء.

بينما قام كل من حسين (2022)، (Ahamed ، (Al-Chahadah, Refae, & Qasim, 2020) و (Ahamed & Mallick, 2019) بتناول متغير الشمول المالي وتأثيره على الأدراء المالي ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للقطاع المصرفي.

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

• من حيث العينة:

تتشابه الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة كدراسة (النعمي، 2023)، (عزيزه ، 2023) حسين (2022) ، ياس (2022) ، الشرقاوي (2021)، (Isabwa, 2021)، (Al-Chahadah, (Zameer, Tara, Kausar, (Ahamed & Mallick, 2019) ، Refae, & Qasim, 2020) (Mohsin, 2015) ، 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 (النعمي، 2023) وياس (2022) في اختيار المنهج الوصفي التحليلي لفهم خصائص متغيرات الدراسات. بينما اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة حسين (2022) التي اعتمدت المنهج الاستقرائي والاستنباطي.

• من حيث الأداة:

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

المنطلقات النظرية للدراسة:

الشمول المالي:

بعد الأزمة الاقتصادية العالمية في 2008، بدأت قضية الشمول المالي تلفت الانتباه الدولي، حيث بدأت المؤسسات المالية الدولية والبنوك المركزية والمؤسسات النقدية في التركيز على هذا الموضوع بشكل واضح.

يمثل الشمول المالي مفهومًا رائجًا في السنوات الأخيرة، حيث اتخذت معظم الدول المتقدمة سياسات لتحقيقه، مما يعني ضمان توفير الخدمات المالية الملائمة للأفراد والشركات (ALshurafa & AjouR, 2019).

مفهوم الشمول المالي:

أوضح البنك الدولي (2016) أن الشمول المالي يعني توفير وصول الشركات والأفراد إلى مجموعة شاملة من المنتجات والخدمات المالية المتاحة، مثل المعاملات والمدفوعات والإيداع والائتمان والادخار، وتقديمها بطريقة مسؤولة ومستدامة للمستفيدين

كما يعرف (Trabelsi & Cherif, 2017) الشمول المالي على أنه عملية تتضمن إدخال وتوحيد مجموعات مثل المهمشين ماليًا أو أولئك ذوي الدخل المالي المنخفض، الذين لا يستطيعون المشاركة في عمليات النظام المصرفي.

بحسب (العنابي، 2018)، يُعرف الشمول المالي بأنه يضمن لكل فرد في المجتمع الحصول على خدمات ومنتجات مالية عالية الجودة بالوسيلة والزمان المناسبين، وبشفافية تامة وتكلفة مناسبة، مع بناء قدراتهم وثقافتهم المالية، متجاوزًا الاعتبارات الاجتماعية والاقتصادية، مع التركيز الخاص على الفئات ذات الدخل المنخفض.

وفقًا لرؤية الخزرجي (2020)، يُعرف الشمول المالي على أنه الحصول على الخدمات المالية بشكل مناسب وكاف عند الحاجة، بتكلفة معقولة، خاصة للفئات ذات الدخل المنخفض.

من جهة أخرى، ووفقًا لدراسة (Reyes, Allain, & Mazer, 2011)، تُعرف الشمول المالي بأنه العملية التي تهدف إلى توسيع نطاق استفادة الأفراد من الخدمات المالية ذات الجودة العالية، مثل القروض، والإيداعات، ونظم الدفع، والمعاشات، والتعليم المالي، بالإضافة إلى آليات حماية العملاء.

يعبر الشمول المالي عن جهود تعميم المنتجات والخدمات المالية والمصرفية على نطاق واسع، بما في ذلك للفئات المهمشة اجتماعيًا وذوي الدخل المحدود، عبر القنوات الرسمية والمؤسسات. يهدف ذلك إلى توفير خدمات مالية ملائمة وبتكاليف تنافسية وعادلة، بهدف منع هذه الفئات من اللجوء إلى وسائل غير رسمية ذات تكاليف مرتفعة وخارجة عن نطاق الرقابة والإشراف. فالشمول المالي أصبح يشكل أولوية لصانعي السياسات والهيئات التنظيمية، ووكالات التنمية على المستوى العالمي (اتحاد المصارف العربية، 2015).

إذ أن الغاية من الشمول المالي هي ضمان أن جميع فئات المجتمع، سواء كانوا أفرادًا، أسرًا أو مؤسسات، بغض النظر عن مستوى دخلهم، يحصلون على الخدمات المالية التي تحسن حياتهم. الأشخاص الذين يعيشون في ظروف الفقر، وفي الاقتصاد غير الرسمي، غالبًا ما لا يملكون حسابات ادخار أو بطاقات

خصم أو ائتمان رسمية، ويعتمدون على وسائل غير رسمية لإدارة أموالهم. بالتالي، فتح حساب مصرفي يعد الخطوة الأولى نحو تحقيق الشمول المالي الشامل، حيث يسمح للأفراد بحفظ أموالهم وإرسال واستقبال المدفوعات، ويمكن أن يكون بوابة للوصول إلى خدمات مالية أخرى، خاصة تلك الخدمات الرقمية .

تكمّن فوائد إدماج الأفراد في النظام المالي الرسمي في تسهيل إجراء المعاملات اليومية مثل تحويل الأموال واستقبالها، وحماية الادخار لمساعدتهم في إدارة التدفقات المالية والاستهلاك المستدام، بالإضافة إلى بناء رأس المال العامل. يسهم الشمول المالي أيضًا في التخطيط للنفقات الدورية مثل الرسوم الدراسية، ويدعم إدارة النفقات غير المتوقعة مثل حالات الطوارئ الطبية أو الوفاة أو الكوارث الطبيعية. بالإضافة إلى ذلك، يساهم في تمويل الشركات الصغيرة والمشاريع، ويدعم أصحاب الأعمال في استثمار أصولهم وتوسيع أعمالهم (السن، 2019).

لذا فإن توسيع نطاق الخدمات المالية وزيادة المشاركة في النظام المالي الرسمي يلعب دورًا حاسمًا في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، من خلال تعزيز مستوى المعيشة، وتمكين الأفراد، وتعزيز مبدأ تكافؤ الفرص، ودعم تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والحد من الفقر والتفاوتات الاجتماعية، وتوفير فرص العمل، وتعزيز النمو الاقتصادي، بالإضافة إلى دمج الاقتصاد غير الرسمي في الاقتصاد الرسمي.

أهداف الشمول المالي:

نظراً للاهتمام العالمي المتزايد بتعزيز الشمول المالي وتعزيز التعاون بين المؤسسات المالية الدولية، يتمثل هدف الشمول المالي في عدة جوانب منه (حسين، 2022):

- 1) ضمان وصول الخدمات المالية والمنتجات إلى جميع الأفراد والمواطنين.
- 2) تعزيز الوعي بأهمية هذه الخدمات وتعليم الناس كيفية الاستفادة منها لتحسين أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية (عجوز، 2017).
- 3) وضع سياسات وتعليمات لحماية وتعزيز حقوق مستهلكي الخدمات المالية (صباغ و غرزي، 2020).
- 4) دعم توسع المشاريع الصغيرة واستثماراتها.
- 5) تسهيل الوصول إلى مصادر التمويل لتحقيق الرفاهية الاجتماعية وتقليل معدلات الفقر.
- 6) نشر الوعي والتثقيف المالي باستخدام الأساليب الفعالة.

أهمية الشمول المالي:

بناءً على قاعدة البيانات المالية العالمية للبنك الدولي، يُظهر الاحتياطي أن حوالي 2.7 مليار شخص بالغ في جميع أنحاء العالم، أي نحو نصف السكان البالغين العالميين، يفتقرون إلى الوصول إلى الخدمات المالية التي تقدمها المؤسسات المالية الرسمية. بينما تمتلك نسبة تصل إلى 89% من البالغين في الدول

ذات الدخل العالي حسابات في هذه المؤسسات، إلا أن هذه النسبة تتخفف إلى حوالي 41% فقط في الاقتصادات النامية (مؤسسة التمويل الدولية، التقرير السنوي، 2013).

من هذا المنظور، يبرز أهمية توعية الأفراد بأهمية الوصول إلى الخدمات والمنتجات المالية، وكيفية استفادتهم منها لتعزيز خياراتهم المالية بشكل أفضل.

بمثابة محور أساسي في نظام دعم ريادة الأعمال والمشاريع الناشئة، يسهم الشمول المالي في تمكين هذه المبادرات بتوفير التمويل والدعم الضروريين، مما يساهم في نموها وتطورها لتكون مشاريع صغيرة ومتوسطة تخلق فرص عمل وتعزز النمو الاقتصادي (حسين ن.، 2018)

الميزة التنافسية المصرفية:

تعد التحديات التي تواجه النظام المصرفي من بيئة مصرفية فريدة وتعكس مفهوم الميزة التنافسية القدرة على إنشاء وتنفيذ سياسات تميز البنك وتضعه في موقع متقدم بالنسبة لمنافسيه في نفس القطاع. يتم تحقيق الميزة التنافسية عبر جانبين أساسيين: فهم القيمة المدركة للعميل وقدرة المؤسسة على تحقيق التميز.

ومن بين الأبعاد الرئيسية للميزة التنافسية تشمل المنتجات أو الخدمات المبتكرة، وتكاليف العمليات المنخفضة، والقدرة على تحقيق أرباح من حصة سوقية مستحوذة (Munizu, 2013).

مفهوم الميزة التنافسية:

الميزة التنافسية هي القدرة الفريدة التي تمتلكها المنظمة على إنشاء نظام يتفوق على منافسيها، ويوفر فوائد كبيرة للعملاء ويزيد من ربحية المنظمة من خلال تقليل التكاليف، زيادة حصة السوق، وتطوير أسواق جديدة حسب تعريف (Render و Heizer، 2008).

من جهة أخرى، عرف (Porter & KARMER, 2019)، الميزة التنافسية تكون نتيجة لتطبيق مفاهيم الجودة مثل استراتيجيات التنافس في تكاليف القيادة، التميز، والتنوع.

بالإضافة إلى ذلك، وفقاً للسرحان (2011)، الميزة التنافسية هي عنصر أو ميزة تفوق تحققها المؤسسة من خلال اتباع استراتيجية محددة للتنافس، بينما طایل (2013) يشير إلى أنها تعني أن تكون المنظمة من بين الأفضل في مؤشرات مثل التكلفة، الجودة، الاعتمادية، المرونة، والابتكار.

كما أشار العتيبي وعبد الرحيم (2014) على أنها قدرة المنظمة على ابتكار شيء فريد ومميز يميز منتجاتها وخدماتها بشكل إيجابي أمام الزبائن، مما يؤدي إلى تفوقها على المنافسين. هذا التفوق يتم تحقيقه عن طريق تحسين أداء الأنشطة التي تقوم بها المنظمة بطريقة أكثر كفاءة وفعالية، مما يسمح لها بتلبية احتياجات السوق بشكل أفضل وبتكلفة مناسبة.

في ضوء ما سبق، يمكن تعريف الميزة التنافسية للبنك على أنها الاستراتيجية التي يتبعها لتفوقه في التعامل مع كافة الأسواق وتفاعله بشكل أكثر فاعلية مع عوامل البيئة المحيطة من منافسيه.

مفهوم التنافسية البنكية:

مفهوم التنافسية البنكية يشير إلى الطريقة التي يستطيع بها البنك التميز عن منافسيه وتحقيق التفوق والتميز في السوق المصرفية. حيث أن تحقيق الميزة التنافسية يعتمد على عدة عوامل متكاملة تتضمن تخفيض التكاليف وتحسين الجودة. لذلك، تتطلب المصارف اختيار استراتيجية مدروسة تعتمد على تحليل نقاط القوة والضعف وتركيزها على عوامل مهمة مثل السوق الجغرافية، واحتياجات العملاء، وجودة الخدمات المقدمة (بشير، 2012).

كما يعبر عن التنافسية البنكية بقدرة البنك على تقديم أداء فائق بطريقة لا يمكن لمنافسيه المنافسة بها بنفس الفعالية (حامدي و حرزاوي، 2019).

معايير الميزة التنافسية للبنوك:

في ضوء التقدم التكنولوجي في الاتصالات وتبادل المعلومات، زادت رغبة المصارف في الابتكار المالي عبر جميع جوانب الصناعة المالية، مما أدى إلى زيادة الضغط على إدارتها لتحقيق خفض في التكاليف وتحسينات ملموسة في جودة خدماتها المصرفية، بهدف تعزيز الميزة التنافسية. تتعرض المصارف لثلاث قوى رئيسية هي العميل، التنافس، والتغيير، وتشمل معايير الميزة التنافسية بين البنوك (حسين س.، 2022):

1. تحقيق رضا العميل.
2. الحاجة إلى تقديم الخدمات بأساليب متقدمة.
3. الاستجابة السريعة لتلبية الاحتياجات.
4. اعتماد مفهوم وأسلوب إدارة الجودة الشاملة.
5. توفر العمالة المصرفية المؤهلة.

أهمية الميزة التنافسية:

البنوك بمختلف أنواعها تعمل في سوق تنافسي حيث تسعى جاهدة للحصول على حصة كبيرة من السوق من خلال تحقيق الربحية وضمان استدامة الأداء في نشاطها. تُضاف إلى ذلك مستويات مرتفعة من الجودة والتميز في تقديم الخدمات البنكية. يعمل كل بنك بواسطة استراتيجيات ومهارات مهنية متعددة على تحقيق مركز تنافسي بارز بالنسبة للبنوك الأخرى، من خلال تركيزه على العميل، وجذبه، وكسب ثقته، والحفاظ عليه بواسطة تحسين أساليب الأداء والتميز فيها، و تطوير جودة الخدمات البنكية وزيادة الوعي بها (حامدي و حرزاوي، 2019). تظهر أهمية الميزة التنافسية كما يلي:

- تعزز المنظمة نحو استحواذ موقع قوي في السوق وتحقيق حصة سوقية أكبر من منافسيها، مما يعزز رضا وولاء عملائها.
- تمثل الميزة التنافسية الأساسية لمواجهة تحديات السوق، حيث تمتلك القدرة على تلبية احتياجات العملاء المستقبلية من خلال تقديم تقنيات متطورة ومواكبة للتطورات.

خصائص الميزة التنافسية:

تعتبر الميزة التنافسية عنصراً أساسياً في عالم الأعمال اليوم، حيث تمثل السبيل الرئيسي للمنظمات للحصول على موقع قوي في السوق وتحقيق تفوق استراتيجي على منافسيها، حيث تمتلك الميزة التنافسية عدة خصائص تتمثل من خلال ما يلي (الدريس و الغالبي، 2011):

- الاستمرارية: تعني القدرة على الحفاظ على التفوق والريادة على المدى الطويل في سوق التنافس.
- المقارنة مع المنافسين: تشير إلى القدرة على تفوق المنظمة على منافسيها من حيث الأداء والخدمات المقدمة.
- المرونة: تعبر عن القدرة على استبدال ميزات تنافسية حالية بأخرى جديدة، استجابةً للتحديات والتغيرات في البيئة الخارجية أو البيئة الداخلية للمنظمة.
- أن تكون الميزة التنافسية تتجدد باستمرار بناءً على تقديرات البيئة الخارجية واستخدام قدرات وموارد المؤسسة الداخلية.
- يجب أن يكون استخدام هذه الميزات متناسباً مع الأهداف والنتائج المرجوة من المؤسسة في الأجل القريب والبعيد.

التطبيقات البنكية:

إحدى أحدث تطبيقات التكنولوجيا في مجال الخدمات المصرفية هو التطبيق البنكي عبر الهاتف المحمول. يجمع هذا التطبيق بين كافة الخدمات المصرفية الإلكترونية والخدمات اليومية للبنوك. تسعى المؤسسات المصرفية باستمرار إلى تحديث خدماتها الإلكترونية من خلال هذا التطبيق، لمواكبة التطورات في مجال العمل المصرفي. إذ يتضمن هذا التطبيق خدمات متنوعة مثل طلب القروض ومتابعة إجراءاتها، وطلب دفاتر الشيكات، وتنفيذ التحويلات المالية بين الحسابات بسهولة، وسداد الفواتير المالية، والاستعلام عن الحسابات وأسعار الصرف، وغيرها من الخدمات، متاحة على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع. (أديب إبراهيم، 2020)

يمكن تعريف الموبايل البنكي حسب (Shareef, Baabdullah, Dutta, Kumar, & wivedi, 2018) بأنه يشمل استخدام الهواتف المحمولة وتقنيات الاتصالات المتنقلة لتوفير خدمات مصرفية مثل الإيداع والسحب والاستعلام عن الرصيد وغيرها.

أما (Hampshire, 2017) فقد عبر عنه بكونه نظاماً مالياً يسمح للمستخدم بالوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات البنكية عبر الأجهزة المحمولة، بما في ذلك المدخرات الحسابية والمنتجات المالية التي تقدمها البنوك. بالإضافة إلى ذلك، أورد (أبو عجوة، 2020) بأن هذا التطبيق الإلكتروني يتفاعل مع العميل، مما يتيح له إجراء جميع العمليات والخدمات المصرفية وتنفيذها عن بعد، في أي مكان وزمان.

السمات الأساسية للتطبيق البنكي:

يتفق الباحثون على مجموعة من الصفات الأساسية للتطبيقات البنكية كما يلي:

- 1) الفائدة المتوقعة: يركز عملاء المؤسسات المصرفية على الفوائد المتوقعة من استخدام الموبايل البنكي في عملياتهم المالية، مثل توفير الوقت والمال وتقليل التكاليف وغيرها من الفوائد الإيجابية للعمل المصرفي (Wamai & Kandiri, 2015).
- 2) سهولة الاستخدام: تعني سهولة استخدام الخدمات المصرفية من قبل عملاء البنوك باستخدام تطبيق الموبايل البنكي، مما يؤثر إيجاباً على رضا العملاء عن هذه الخدمة (Asfour & Haddad, 2014).
- 3) التوافق: يشير إلى مدى توافق الخدمات التي يقدمها التطبيق البنكي مع تطلعات وتصورات العملاء (Sohail & AL-Jabri, 2012).
- 4) درجة التعقيد: تشير إلى التحدي في فهم واستخدام خدمة التطبيقات المصرفية، مما يدفع المؤسسات المالية نحو تبسيط عملياتها لتحقيق سهولة وفعالية أكبر وتجنب التعقيدات المحتملة (Marriott & Williams, 2018).
- 5) الثقة: تعتبر الثقة في خدمات الموبايل البنكي علامة على الكفاءة، والنزاهة، وحسن المعاملة، مما يسهم في تعزيز الثقة لدى العملاء ويدعم استخدامهم المستمر واستمرارية الخدمة (Asfour & Haddad, 2014).
- 6) أمن المعلومات: يعتبر من العوامل المهمة التي تؤثر على قرار العملاء في بدء أو مواصلة معاملاتهم المصرفية عبر التطبيق البنكي، لذا تحرص المؤسسات المصرفية على توفير تطبيق آمن يحافظ على خصوصية العملاء وسرية معاملاتهم الشخصية (Khan, Akter, & Akter, 2017).

المنهجية وطرق البحث:

- **منهجية البحث:** نظراً لطبيعة الدراسة وأهدافها، سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كمنهجية للدراسة، وهو منهج قائم على وصف الظاهرة المبحوثة بدقة وبصورة أعمق من خلال تحليل الأسباب والعوامل.
- **مجتمع البحث وعينه:** يتكون مجتمع البحث من العاملين والعملاء التابعين للبنوك في المملكة العربية السعودية.

أدوات الدراسة :

- **أداة البحث:** لتحقيق نتائج البحث، سيتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجميع البيانات من عينة الدراسة.
- **تحليل أداة البحث:** سيتم تحليل الاستبانات بالاعتماد على أسلوب برنامج SPSS.

حدود الدراسة:

- **الحد الزمني:** سيتم تطبيق الدراسة بعد الانتهاء من بناء الإطار النظري وتطوير أداة الدراسة وتحكيمها.
- **الحد المكاني:** بنوك المملكة العربية السعودية.
- **الحد البشري:** سيتم تطبيق الدراسة على العاملين والعملاء التابعين للبنوك في المملكة العربية السعودية.
- **الحد الموضوعي:** ستقتصر الدراسة الحالية على الدور الوسيط للشمول المالي في العلاقة ما بين التطبيقات البنكية على الهواتف الذكية والميزة التنافسية للبنوك في المملكة العربية السعودية.

المراجع: المراجع العربية:

- تاغي زيدان محمد ناصر العتبي، و سناء عبد الرحيم . (2014). تأثير العناصر الحرجة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة بحث ميداني ألراء عينة من المدراء في شركة المعتمد العامة للمقاولات الإنشائية. بغداد: كلية الادارة والاقتصاد ، قسم إدارة الأعمال ، جامعة بغداد.
- عادل عبد العزيز السن. (2019). دور الشمول المالي في تحقيق الاستقرار والنمو الاقتصادي. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، 5(2)، 1-103.
- فؤاد محمد عبد الله الخزرجي. (2020). مدى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية و أثرها في الشمول المالي : دراسة ميدانية. . كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، ص ص. 257-271.
- مصطفى كمال السيد طایل. (2013). معايير الجودة الشاملة. عمان - الأردن: دار أسامة للنشر.
- احمد حامدي، و بلال حرزاوي. (2019). الميزة التنافسية للبنوك وانعكاساتها على جودة الخدمات البنكية. الجزائر: جامعة احمد دراية-ادرار.
- حسام أبو عجوة. (2020). أثر تطبيق الموبايل البنكي على إدارة علاقات عملاء بنك فلسطين بقطاع غزة (The Impact of Applying Mobile Banking on the Management of Bank of Palestine's Customers Relations in the Gaza Strip). In The 1st International Conference الأول في تكنولوجيا المعلومات والأعمال - جامعة غزة.

حسام محمد رياض عبد الخالق عزيزه . (2023). تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على ولاء العملاء 'دراسة

تطبيقية على البنوك التجارية المصرية. مجلة البحوث الإدارية، ع، 41 مج، 4.

حنين محمد بدر عجوز. (2017). دور الاشتغال المالي ادى المصارف الوطنية في تحقيق المسؤولية الاجتماعية

تجاه العملاء (دراسة حالة) . غزة: كلية التجارة- الجامعة الاسلامية .

رفيقة صباغ، و سليمة غزوي. (2020). الشمول المالي في الدول العربية: واقع وآفاق. مجلة أبعاد الاقتصادية، العدد

10 مجلد 2 (510-527).

سلوى حسين رشدي اسماعيل حسين. (2022). دور الشمول المالي في تعزيز الميزة التنافسية المصرفية (دراسة

تطبيقية على بعض البنوك المدرجة في سوق المال السعودي من عام 2016-2020). المجلة العلمية للدراسات

التجارية والبيئية، 13(2)، 110-147.

سهل العنابي. (2018). اثر التكنولوجيا على الصناعة المالية والتنمية. المنامة - البحرين: المؤتمر السادس لمستقبل

مهنة المحاسبة في ظل ثورة المعرفة.

عامر بشير. (2012). دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك، دراسة حالة. الجزائر: جامعة الجزائر.

عبدالله فهد راشد النعيمي. (2023). أثر خصائص التطبيقات الذكية على جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية

في دولة قطر. الاردن-عمان: كلية الأعمال، جامعة الإسراء.

مطفى نزار ياس. (2022). مؤشرات الشمول المالي وأثرها في الأداء المالي: التكنولوجيا المصرفية متغيرا تفاعليا }

دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي العراقي 2015-2020}. البصرة: كلية الادارة والاقتصاد- جامعة البصرة.

مؤسسة النقد العربي والسعودي. (2016). تمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة ورجال الأعمال . منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

نسرین السعيد منصور الشرقاوي. (2021). أثر تمكين العميل من إدارة حساباته الرقمية كمدخل لتحقيق مزايا تنافسية في بنوك الأعمال من وجهة نظر العميل المصري- دراسة على بعض البنوك المصرية والعربية والأجنبية بالسوق المصري. مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 22 العدد 4 (360-415).

نسرین محمد صادق أبو النور. (2022). الآثار السلبية لاستخدام الهواتف المحمولة الذكية على العلاقات الاجتماعية والدينية- دراسة ميدانية. مجلة كلية الآداب جامعة بورسعيد ، العدد 19 (793-857).

نغم حسين النعمة، و احمد نوري حسن. (2019). دور الشمول المالي في تقديم الدعم المالي للمرأة في العراق: دور الشمول المالي في تقديم الدعم المالي للمرأة في العراق. Iraqi Journal of Market Research and Consumer Protection، 11(2)، 17-31.

نيفين حسين. (2018). دراسة الشمول المالي وثورة التكنولوجيا المالية . الامارات العربية المتحدة: وزارة الاقتصاد، الربع الثالث.

هشام سمير زقوت. (2016). استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية -دراسة ميدانية. غزة: الجامعة الإسلامية، كلية الآداب.

وائل محمد ادريس، و طاهر محسن الغالبي. (2011). الادارة الاستراتيجية، المفاهيم والعمليات. عمان - الاردن: دار وائل للنشر.

(مؤسسة التمويل الدولية، التقرير السنوي، 2013)

اتحاد المصارف العربية. (2015). الأمانة العامة – إدارة الدراسات والبحوث. دراسة اتحاد المصارف العربية حول الشمول المالي.

صندوق النقد العربي. (2015).

المراجع الأجنبية:

Berger, A., Klapper, L., & Turk-Ariss, R. (2009). **Bank competition and financial stability.** *Journal of financial services research*, 75(2).

Ahamed, M., & Mallick, S. (2019). **Is financial inclusion good for bank stability?** International evidence.. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 157, 403-427.

Al-Chahadah, A., Refae, G., & Qasim, A. (2020). **The impact of financial inclusion on bank performance: the case of Jordan.** *International Journal of Economics and Business Research*, 20(4), 483-496.

ALshurafa, Y., & AjouR, H. (2019). **The Role of Financial Inclusion from National Banks in the Achievement of Social Responsibility Towards Clients (Case Study– the Islamic Banks Working in Gaza Strip).** *Global Journal of Economics and Business*, Vol. 6, NO 1 PP:1-18.

Amnas, M., Selvam, M., & Parayitam, S. (2024). **FinTech and Financial Inclusion: Exploring the Mediating Role of Digital Financial Literacy and the Moderating Influence of Perceived Regulatory Support.** *Journal of Risk and Financial Management*, 17(3), 108.

Asfour, H., & Haddad, S. (2014). **The impact of Mobile Banking on enhancing customers' E-satisfaction: An empirical study on commercial banks in Jordan..** *International Business Research*, 7(10), 145.

Boot, A., & Thakor, A. (2000). **can relationship banking survive competition?** . *The journal of finance*, 55(2) ,679-713.

Hampshire, C. (2017). **A mixed methods empirical exploration of UK consumerperceptions of trust, risk and usefulness of mobile payments.** *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 116-1.

Heizer, J., & Render, B. (2008). **operation Management. Inc,**New jerry.: 8th prenticeHall .

Isabwa, H. (2021). **Effect of mobile banking on financial inclusion among commercial banks in Kenya..** *International Journal of Business, Management and Economics*, 2(3), 184-197.

Khan, S., Akter, M., & Akter, R. (2017). **Factors influencing adoption and usage of mobile banking: Bangladesh experience..** *International Journal of Finance and Banking Research*, 3(1), 1-12.

Marriott, H., & Williams, M. (2018). **Exploring consumers perceived risk and trust for mobile shopping: A theoretical framework and empirical study.** *Journal of retailing and consumer services*, 42, 133-146.

Munizu, M. (2013). **The impact of total Quality Management Practices towards competitive advantage and organizational performance: case study.** *Pakistan Journal of commerce and social sciences*, 7(1),184-197.

Porter, M., & KARMER, M. (2019). ***Creating Shared Value***. In: *Lenssen, G., Smith, N. (eds) Managing Sustainable Business*. Dordrecht: Springer.

Reyes, G., Allain, R., & Mazer. (2011). ***Financial Inclusion Indicators for Developing Countries: The Peruvian Case***. Washington, DC: CGAP.

Shareef, M., Baabdullah, A., Dutta, S., Kumar, V., & wivedi, Y. (2018). **Consumer adoption of mobile banking services: An empirical examination of factors according to adoption stages..** *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 54-67.

Sohail , M., & AL-Jabri, I. (2012). **Mobile banking adoption : application of diffusion of innovation theory.** *Journal of electronic commerce research*, 13(4), 379-391.

Trabelsi, M., & Cherif, M. (2017). **Capital account liberalization and financial deepening: Does the private sector matter?.** *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 64, 141-151.

Wamai, J., & Kandiri, J. (2015). **Determinants of mobile banking adoption by customers of microfinance institutions in Nairobi County in Kenya.** *international journal of science and research*, 6(6), 2279-2286.

Yoshino, N., & Moragan , p. (2018). ***Financial inclusion, Financial stability income inequality: introduction.*** world scientific.

Zameer, H., Tara, A., Kausar, U., & Mohsin, A. (2015). **Impact of Service Quality, Corporate Image and Customer Satisfaction Towards Customers' Perceived Value in the Banking Sector in Pakistan.** *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 442-456.

MIDOCEAN UNIVERSITY

COLLEGE OF MANAGEMENT

Master of Business Administration



**The intermediary role of financial inclusion in the relationship
between banking applications on smartphones and the
competitive advantage of banks in the Kingdom of Saudi Arabia**

Prepared by:

Hanan Yahya AL Turki

241001939

Supervised by: Dr. Asma Abuanzeh

Year 2024