

O.OYOD

تقرير إنفاق المستهلكين في السعودية



في الفترة بين (2019 - 2025)

دراسة تحليلية للإنفاق في السعودية من حيث
طريقة الدفع، والقطاعات التجارية، والتوزيع
الجغرافي على المدن والمحافظات

يناير 2026

جميع الحقوق محفوظة © شركة قيود



فهرس المحتويات

مصدر التقرير	02
معايير البحث	03
لمن نوجه هذا التقرير؟	04
نقاط البيع في السعودية	05
القفزة في عدد العمليات وتوسع البنية التحتية	06
زيادة في العمليات وتراجع في متوسط القيمة	07
نقاط البيع في عام	09
التجارة الإلكترونية في السعودية	11
التسلسل الزمني للتحويل إلى التجارة الإلكترونية	13
التجارة الإلكترونية في عام	15
السحوبات النقدية في السعودية	17
تراجع عدد المصارف	19
أجهزة الصرف الآلي	21
البطاقات البنكية المصدرة	15
الصعود السريع لعدد البطاقات البنكية خلال 12 شهرا	17
التحول نحو المدفوعات غير النقدية	19
المدفوعات النقدية والرقمية خلال 12 شهرا	21
الإنفاق حسب القطاعات التجارية	21
تحليل هيكل الإنفاق الاستهلاكي في المدن	21
ملخص التحول في إنفاق المستهلكين في السعودية	21



مصدر التقرير

تعتمد البيانات والتحليلات الواردة في هذا التقرير على الإحصائيات الرسمية الشهرية والسنوية الصادرة عن البنك المركزي السعودي "ساما".

هذه البيانات تبحث قيمة وعدد المعاملات المنفذة عبر نقاط البيع أو السحوبات النقدية والتجارة الإلكترونية، كما تعرض حصة القطاعات التجارية من الإنفاق، في المدن والمحافظات.

يشكل هذا المصدر موثوقية عالية باعتباره المرجع الوطني للبيانات النقدية والمصرفية، مما يضمن دقة ومصداقية الاستنتاجات التحليلية للتقرير.

معايير البحث

في 60 مدينة ومحافظه سعودية، بدلا من الطريقة السابقة التي تقيس 13 منطقة إدارية. يستهدف هذه التقرير تحليل شامل لأنماط الإنفاق والنشاط التجاري في المملكة، ولا يقتصر التحليل على قياس قيمة المعاملات الإجمالية فحسب، بل يمتد ليشمل تقييم التوزيع الجغرافي لهذه الأنشطة عبر مختلف المدن لتحديد المراكز الاقتصادية الأكثر والأقل إنفاقا. كما يتناول توضيح أشكال الإنفاق المتنوعة، سواء كانت عبر نقاط البيع، أو التجارة الإلكترونية، أو حجم السحوبات النقدية. ويهدف هذا التنوع في المعايير إلى تقديم رؤية متكاملة لتدفقات الأموال على المستوي المحلي، ما يسهل فهم تركيز النشاط التجاري وتأثيره على المدن والقطاعات الاقتصادية المختلفة.

اعتمدت منهجية البحث في هذا التقرير على تحليل متعمق للبيانات الكمية الصادرة عن البنك المركزي السعودي، مع تسيط المقارنات، والرجوع لبيانات تاريخية تصل لـ 20 عاما في بعض الأحيان خاصة عند قياس تطور نقاط البيع والسحوبات النقدية. أو الرجوع لعام 2019 ما قبل الجائحة بوصفه عاما استثنائيا تغيّر بعده طبيعة نشاط التجارة والأعمال في العالم أجمع، ونما استخدام التجارة الإلكترونية وتنفيذ العمليات عبر نقاط البيع. قمنا - أحيانا- بدراسة الـ 12 شهرا الماضية خاصة لأنها شهدت تغيرات متسارعة مهمة، لكننا عندما درسنا الإنفاق بحسب المدن والمحافظات السعودية استخدمنا معيارا يمتد لـ 4 أشهر فقط لإن البنك المركزي بدأ اعتبارا من يونيو 2025 بتوضيح الإنفاق



لمن نوجه هذا التقرير

صممنا هذا التقرير في "قيود" خصيصا لخدم عملاءنا الكرام، من الشركات الناشئة، والمنشآت الصغيرة والمتوسطة، ورواد الأعمال، إذ أن فهم أنماط الإنفاق على المستوي الجغرافي - على سبيل المثال- خطوة مهمة في صياغة استراتيجيات النمو.

بصفتكم شركات تسعون للانتشار أو التوسع في أسواق جديدة، فإن هذه البيانات تمثل ميزة تنافسية، تساعد على اتخاذ قرارات مستنيرة حول تحديد الأسواق ذات الكثافة الإنفاقية الأعلى، وتقييم جدوى التوسع الجغرافي، وتوجيه جهود التسويق والمبيعات نحو المدن ذات النشاط الاقتصادي الأكبر والأسرع نموا.

هذا التقرير يقدم نظرة متعمقة ليس فقط على التوزيع الجغرافي للإنفاق، بل يحل أيضا تفاعلات المستهلكين مع مختلف قنوات الدفع: نمو التجارة الإلكترونية، كثافة استخدام نقاط البيع، وحجم السحوبات النقدية، هذه المعلومات المتعددة القنوات ضرورية لتصميم نماذج أعمال مرنة، سواء للتوسع في البيع بالتجزئة، أو تعزيز التجارة الرقمية.

Q.

نقاط البيع في السعودية

نما الدفع باستخدام نقاط البيع خلال عام 2020، حيث سجل زيادة 24% في قيمة الإنفاق و 76% في عدد العمليات مقارنة بعام 2019. بنهاية عام 2024 بلغت الزيادة السنوية في قيمة المبيعات 9% لتصل إلى 668 مليار ريال مقارنة بـ 614 في العام السابق، ومقارنة بـ 288 مليار فقط قبل الجائحة أي بزيادة 132%. يعد عام 2021 بداية القفزة الحقيقية في التوجه نحو نقاط البيع، ما يظهر بداية الاعتماد المكثف على الدفع الإلكتروني والابتعاد التدريجي عن النقد.

• نما الإنفاق عبر نقاط البيع

132%

في 2024 مقارنة بـ 2019

• عام 2021 شهدا طفرة التحول نحو الدفع الإلكتروني والتراجع في استخدام النقد

جراف: نمو قيمة الإنفاق عبر نقاط البيع منذ 2019 وحتى نهاية 2024

الزيادة المئوية	قيمة نقاط البيع (مليار ريال)	العام
-	288	2019
24.1%	357	2020
32.4%	473	2021
18%	559	2022
10%	614	2023
9%	668	2024

Q

القفزة في عدد العمليات وتوسع البنية التحتية

سجلت مؤشرات نقاط البيع نموا كبيرا في الأداء في تأكيد لهيمنتها على المدفوعات، حيث قفز عدد العمليات من 1.62 مليار عملية في عام 2019 إلى أكثر من 10 مليارات عملية في عام 2024، بالتزامن مع توسع مماثل في البنية التحتية للأجهزة، حيث تضاعف عدد أجهزة نقاط البيع من 409 آلاف جهاز إلى أكثر من 1.9 مليون جهاز في نفس الفترة. هذا التوسع في العمليات والأجهزة يشير إلى أن جميع الأنشطة التجارية، الكبيرة والصغيرة، أصبحت مجهزة للدفع الإلكتروني، ويؤكد التحول الجذري نحو الاقتصاد غير النقدي.



جراف: تطور عدد أجهزة نقاط البيع في السعودية

العام	عدد أجهزة نقاط البيع (مليون جهاز)	الزيادة المئوية
2019	0.4	-
2020	0.7	76%
2021	1	40%
2022	1.5	47%
2023	1.7	17%
2024	1.9	9%

جراف: نمو عدد عمليات الشراء باستخدام نقاط البيع في السعودية

العام	عدد عمليات الشراء (مليار عملية)	الزيادة المئوية
2019	1.6	-
2020	3.3	107%
2021	5.1	54%
2022	7.2	40%
2023	8.9	24%
2024	10.3	16%

زيادة في العمليات وتراجع في متوسط القيمة

تراجع متوسط قيمة العملية الواحدة عبر نقاط البيع، من 177 ريالاً في عام 2019 إلى 64 ريالاً في عام 2024.

هذا التراجع في المتوسط يفسر التحول الشامل في السلوك الاستهلاكي، حيث أصبح الدفع عبر البطاقات ونقاط البيع يغطي جميع أشكال المبيعات والخدمات، ابتداءً من المعاملات ذات القيمة العالية وصولاً إلى أصغر المشتريات اليومية، وأدى الانتشار الواسع لأجهزة نقاط البيع إلى تعميم استخدامها لتشمل القطاعات التي كانت تعتمد حصرياً على النقد سابقاً، مثل محطات الوقود، والمفاسل، والمخابز، وسيارات الأجرة، والبقالات الصغيرة.



- 64 ريالاً متوسط عملية الشراء الواحدة في 2024 انخفاضا من 177 ريالاً في 2019
- انخفاض المتوسط يتزامن مع الزيادة في عدد العمليات التي تجاوزت الـ 10 مليارات عملية في 2024

جراف: متوسط قيمة العملية الواحدة عبر نقاط البيع

الفترة	المبيعات (مليار ريال)	عدد العمليات (مليار عملية)	متوسط العملية (بالريال)
2019	288	1.6	177
2020	357	3.3	106
2021	473	5.1	92
2022	559	7.2	77
2023	614	8.9	68
2024	668	10.3	64



نقاط البيع في عام

كان النمو الإيجابي السنوي المستمر - باستثناء أبريل - هو السمة السائدة، حيث حافظت مبيعات نقاط البيع على معدل نمو طوال معظم الفترة.

أعلى نمو سنوي: سُجل أعلى نمو سنوي في شهر ديسمبر 2024 بنسبة 10%.

أشهر النمو القوي: كانت أشهر ديسمبر 2024 ومارس 2025 ويناير 2025 هي الأقوى من حيث معدلات النمو السنوي، حيث تجاوزت جميعها 8%.

الاستثناء الوحيد: كان شهر أبريل 2025 هو الشهر الوحيد الذي شهد انخفاضا سنويا طفيفا بنسبة 1% مقارنة بأبريل 2024، وهذا الانخفاض ناتج عن تقدم موسمي عيد الفطر ورمضان الذي وافق مطلع شهر مارس خلال العام الجاري.





جراف: قيمة عمليات نقاط البيع خلال الأشهر الـ 12 الماضية (مقارنة على أساس شهري)

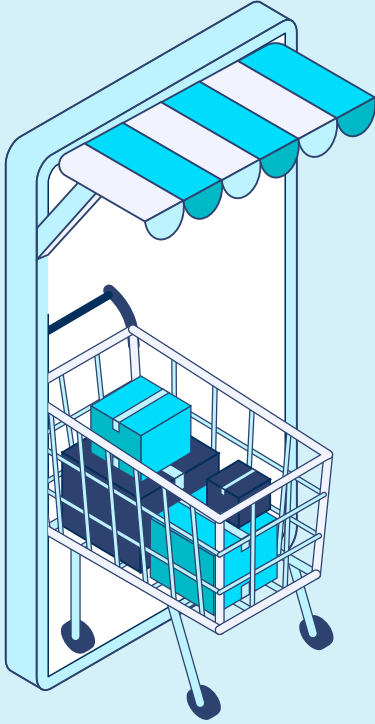
الشهر	المبيعات (مليار ريال)	التغير الشهري (%)
أكتوبر 2024	55.7	-
نوفمبر 2024	56.4	+1.28%
ديسمبر 2024	59.7	+5.74%
يناير 2025	58.2	-2.37%
فبراير 2025	57.8	-0.70%
مارس 2025	65	+12.42%
أبريل 2025	52	-19.73%
مايو 2025	59.5	+13.94%
يونيو 2025	54	-9.34%
يوليو 2025	58.8	+8.92%
أغسطس 2025	62.5	+6.40%
سبتمبر 2025	58	-6.92%

جراف: قيمة عمليات نقاط البيع خلال الأشهر الـ 12 الماضية (مقارنة على أساس سنوي)

الشهر	مبيعات الفترة الحالية (مليار ريال) (2024-2025)	مبيعات العام الماضي (مليار ريال) (2023-2024)	التغير الشهري (%)
أكتوبر	55.7 (2024)	51.8 (2023)	+7.60%
نوفمبر	56.4 (2024)	52.3 (2023)	+7.80%
ديسمبر	59.7 (2024)	54.2 (2023)	+10.08%
يناير	58.2 (2025)	53.8 (2024)	+8.33%
فبراير	57.8 (2025)	53.2 (2024)	+8.75%
مارس	65 (2025)	59.6 (2024)	+8.99%
أبريل	52.2 (2025)	53 (2024)	-1.38%
مايو	59.5 (2025)	56.4 (2024)	+5.33%
يونيو	54 (2025)	52.7 (2024)	+2.33%
يوليو	58.8 (2025)	54.8 (2024)	+7.26%
أغسطس	62.5 (2025)	58.5 (2024)	+6.71%
سبتمبر	58.2 (2025)	55 (2024)	+5.98%

O.

التجارة الإلكترونية في السعودية



تفوق قطاع التجارة الإلكترونية في وتيرة النمو ففي عام 2020، سجلت قيمة المبيعات ارتفاعاً بنسبة 271% مقارنة بعام 2019، مترافقة مع قفزة في عدد العمليات بلغت 346%، وهي مؤشرات تكشف بوضوح التأثير الكبير لتفشي جائحة كوفيد-19 والتحول الجماعي نحو التسوق عبر الإنترنت.

ورغم التوقعات بتراجعها، واصل القطاع نموه القوي في عام 2021، حيث تضاعفت قيمة المبيعات بنسبة 93%، وارتفع عدد العمليات بنسبة 101%. في عام 2024، استمر النمو وارتفعت قيمة المبيعات بنسبة 28% لتصل إلى 197 مليار ريال أي أنها تضاعفت 19 مرة خلال 6 أعوام.

تضاعفت المبيعات عبر التجارة الإلكترونية باستخدام بطاقات مدى أكثر من 19 مرة بين عامي 2019 و 2024.

جراف: مبيعات التجارة الإلكترونية عبر بطاقات مدى خلال 6 أعوام

العام	مبيعات التجارة الإلكترونية (مليار ريال)	الزيادة المئوية
2019	10.2	-
2020	39	279%
2021	74	91%
2022	123	65%
2023	157	28%
2024	197	26%



التسلسل الزمني للتحول إلى التجارة الإلكترونية

تحول مدفوع بعامل خارجي في 2020

ارتفعت قيمة المبيعات من 10.2 مليار ريال في 2019 إلى 39 مليار ريال في 2020، محققة أعلى نسبة نمو بلغت 279% هذه القفزة كانت نتيجة مباشرة للتحول القسري الناتج عن جائحة كوفيد-19، حيث أجبرت قيود الحركة المستهلكين على الاعتماد بشكل كامل على الشراء عبر الإنترنت، مما أرسى قاعدة واسعة لتبني التجارة الإلكترونية. وشهد عدد عمليات التجارة الإلكترونية قفزة غير مسبوقة، حيث انتقل من 38 مليون عملية في 2019 إلى 170 مليون عملية في 2020 مسجلاً أعلى نسبة نمو بلغت 346%.

عادة استهلاكية دائمة في 2021

رغم بدء التعافي وانفتاح الأسواق، استمرت المبيعات في النمو بوتيرة قوية بلغت 91% لتصل قيمتها إلى 74 مليار ريال، وهذا النمو يظهر أن السلوك المكتسب في 2020 لم يكن مؤقتاً، بل تحول إلى عادة استهلاكية دائمة لدى المستهلك السعودي، مع زيادة الثقة في المنصات الإلكترونية وخيارات الدفع الآمنة. استمر النمو القوي في عدد العمليات عام 2021 محققاً نسبة 104%، ليرتفع العدد إلى 348 مليون عملية، ما يشير إلى أن المستهلكين بدأوا يستخدمون التجارة الإلكترونية لإجراء عمليات شراء متكررة وذات قيمة أقل، مما يعزز فكرة دمج الشراء الإلكتروني في الحياة اليومية.

تجاوز حاجز 100 مليار ريال في 2022

استمر الاتجاه التصاعدي، حيث ارتفعت المبيعات إلى 123 مليار ريال بنسبة نمو بلغت 65% لترسخ وجودها كقناة بيع أساسية في الاقتصاد، تنافس المبيعات التقليدية بقوة.

أعوام الاستقرار في 2023 و 2024 والوصول لمليار عملية

استمرت المبيعات في النمو لتصل إلى 157 مليار ريال في 2023 و 197 مليار ريال في 2024، بنسب نمو تقترب من 25% سنوياً، واستمر عدد العمليات في التسارع ليقترّب من المليار عملية في 2023، ويتجاوزها في 2024 بوصوله إلى 1.13 مليار عملية. تشير هذه الأرقام إلى أن مرحلة الانفجار الأولي قد انتهت، وبدأت مرحلة النمو المستقر والمستخدم، ما يتماشى تماماً مع التراجع الملحوظ في البنية التحتية المادية كأجهزة الصراف الآلي وفروع البنوك.



جراف: النمو في عمليات التجارة الإلكترونية عبر بطاقات مدى

العام	عدد عمليات التجارة الإلكترونية (مليون عملية)	الزيادة المئوية
2019	38	-
2020	170	346%
2021	348	104%
2022	610	76%
2023	874	43%
2024	1135	30%

جراف: متوسط قيمة العملية الواحدة في التجارة الإلكترونية

العام	متوسط العملية (ريال)
2019	269
2020	228
2021	214
2022	201
2023	180
2024	174

التجارة الإلكترونية في عام 2025



جميع الأشهر الـ 12 الماضية - بين أكتوبر 2024 وسبتمبر 2025 - شهدت نموا سنويا إيجابيا ومزدوج الرقم (بين 29% و 75%).

يوليو 2025 سجل أعلى نمو سنوي بنسبة 75%، حيث ارتفعت المبيعات من 16.6 مليار ريال في يوليو 2024 إلى 29 مليار ريال في يوليو 2025، في حين جاء مارس 2025 ثانيا بنمو قدره 73%.

أدنى معدل نمو

سُجل أدنى معدل نمو في شهر نوفمبر 2024 بنسبة 29%، وهو يظل معدلا قويا جدا للنمو السنوي.

تسارع النمو في 2025

كانت معدلات النمو السنوية في عام 2025 أعلى بكثير من نهاية عام 2024، فبينما كانت تتراوح بين 29% و 42% في الفترة (أكتوبر - ديسمبر 2024)، قفزت لتبقى فوق 55% في كل شهر من (أبريل إلى سبتمبر 2025).

جراف: قيمة عمليات التجارة الإلكترونية خلال الأشهر الـ 12 الماضية (على أساس شهري)

العام	المبيعات (مليار ريال)	الزيادة المئوية
أكتوبر 2024	18.2	-
نوفمبر 2024	17.4	-4.38%
ديسمبر 2024	19.3	+11.05%
يناير 2025	20.1	+3.71%
فبراير 2025	20.9	+3.98%
مارس 2025	27.5	+32.85%
أبريل 2025	23.2	-15.52%
مايو 2025	27.2	+17.15%
يونيو 2025	25.3	-6.93%
يوليو 2025	29.1	+14.53%
أغسطس 2025	29.3	+0.89%
سبتمبر 2025	29.1	-0.68%



جراف: قيمة عمليات التجارة الإلكترونية خلال الأشهر الـ 12 الماضية (على أساس سنوي)

النمو السنوي (%)	مبيعات الفترة الحالية (2024-2025) (مليار ريال)	مبيعات الفترة الحالية (2024-2025) (مليار ريال)	الشهر
36%	(2023) 13.4	(2024) 18.2	أكتوبر
29%	(2023) 13.4	(2024) 17.4	نوفمبر
42%	(2023) 13.6	(2024) 19.3	ديسمبر
39%	(2024) 14.4	(2025) 20.1	يناير
48%	(2024) 14.1	(2025) 20.8	فبراير
73%	(2024) 15.9	(2025) 27.5	مارس
56%	(2024) 15	(2025) 23.2	أبريل
68%	(2024) 16.2	(2025) 27.2	مايو
68%	(2024) 15.1	(2025) 25.3	يونيو
75%	(2024) 16.6	(2025) 29	يوليو
67%	(2024) 17.5	(2025) 29.3	أغسطس
67%	(2024) 17.4	(2025) 29.1	سبتمبر

السحوبات النقدية في السعودية



في 2019 كانت قيمة السحوبات النقدية 740 مليار ريال لكنها تراجعت سنويا لتصل إلى 552 مليار ريال في عام 2024، أي بانخفاض 25%. خلال الأعوام بين 2014 و 2018 تراوحت قيمة السحوبات النقدية بين 728 مليار ريال و 772 مليار ريال المسجلة في 2015 والتي تمثل أعلى قمة في تاريخ السحب النقدي.

تأثير جائحة كوفيد وتسارع الرقمنة

شهد عام 2020 أكبر تراجع سنوي في السحوبات النقدية بنسبة 15%، وهذا التراجع القوي يعكس تسارع التحول نحو المدفوعات غير النقدية (مثل نقاط البيع والتجارة الإلكترونية) بتأثير من جائحة كورونا التي عززت التباعد الاجتماعي والدفع الإلكتروني.

استمرار التباطؤ (2021-2023)

استمر التراجع في الأعوام التالية، ولكنه بدأ يتباطأ، انخفض معدل التراجع من 7% في 2021 إلى 1% في 2023.

في 2024 لأول مرة في الفترة الموضحة، سجل عام 2024 نموا طفيفا جدا في قيمة السحوبات النقدية بنسبة لا تتجاوز 1%، وهذه الزيادة الطفيفة قد لا تشير إلى عودة لاستخدام النقد، بل قد تعكس ثبات قاعدة السحب النقدي الضرورية بعد سنوات من التراجع الحاد.

التراجع البسيط بنحو 1% في استخدام النقد

عام 2023

يظهر أن قاعدة استخدام النقد قد تقلصت فعلا، وأن معظم المعاملات اليومية انتقلت إلى القنوات الرقمية.

Q.

القمة والقاع في 2025

سُجلت أعلى قيمة للسحوبات النقدية في مارس 2025 إذ وصلت إلى 55 مليار ريال، ويعد هذا الشهر هو الأعلى إنفاقاً في تاريخ بيانات البنك المركزي إذ صادف موسمين مهمين هما شهر رمضان وعيد الفطر مع استمرار الموسم الدراسي.

تلا هذا الصعود انخفاض حاد بنسبة 30% في أبريل 2025 لتصل السحوبات إلى أدنى مستوى لها وهو 38 مليار ريال، هذا الانخفاض القوي يأتي مباشرة بعد ذروة مارس، ويُعزى غالباً إلى موسمية المدفوعات



جراف: تراجع السحب النقدي في السعودية خلال الأعوام الماضية

العام	إجمالي السحوبات النقدية (مليار ريال)	الزيادة المئوية
2019	741	-
2020	629	15-%
2021	582	7-%
2022	555	5-%
2023	549	1.07-%
2024	553	0.72+%



جراف: السحب النقدي في السعودية خلال الأشهر الـ 12 الماضية (مقارنة على أساس شهري)

الشهر	السحوبات النقدية (مليار ريال)	الزيادة المتوية
أكتوبر 2024	47.4	-
نوفمبر 2024	42.8	% 10
ديسمبر 2024	47.1	% 10
يناير 2025	47.8	% 1.5
فبراير 2025	44.3	% 7.3
مارس 2025	54.7	% 23.5
أبريل 2025	38.4	% 30
مايو 2025	47.2	% 23
يونيو 2025	42.6	% 10
يوليو 2025	45.7	% 7
أغسطس 2025	41.6	% 9
سبتمبر 2025	41.8	% 0.5

تراجع عدد المصارف

عدد المصارف	العام
1173	2003
1181	2004
1221	2005
1277	2006
1353	2007
1410	2008
1519	2009
1591	2010
1630	2011
1677	2012
1749	2013
1909	2014
1976	2015
2029	2016
2069	2017
2064	2018
2076	2019
2014	2020
1945	2021
1927	2022
1901	2023
1905	2024

على مدار نحو عقدين من الزمن، شهدت شبكة الفروع المصرفية في السعودية رحلة نمو متصاعدة، عكست التوسع الاقتصادي والاعتماد الكبير على التعاملات النقدية. فبعد أن كان إجمالي عدد الفروع 1173 فرعاً فقط في عام 2003، ارتفع العدد باستمرار، متجاوزاً حاجز الألفي فرع لأول مرة في عام 2016.

استمر هذا النمو ليبلغ ذروته التاريخية في عام 2019، عندما وصل العدد الإجمالي لفروع المصارف في جميع المناطق الإدارية إلى 2076 فرعاً.

إلا أن هذا التوسع المادي بدأ ينحسر تدريجياً وبشكل منهجي بعد عام 2019، حيث تراجع العدد الإجمالي إلى 2014 فرعاً في عام 2020، واستمر في التناقص ليصل إلى 1905 فروع في عام 2024. هذا التحول ليس تراجعاً في القطاع، بل هو انعكاس لثورة رقمية غيرت من طبيعة التعامل المصرفي.

الانتشار الواسع لخدمات الدفع الإلكتروني، مثل تطبيقات نقاط البيع والمدفوعات الفورية، إلى جانب تقلص الاعتماد على النقد، قلل حاجة العملاء لزيارة الفروع.

وبفضل التطور المتسارع للخدمات الإلكترونية عبر تطبيقات المصارف، التي تتيح للعميل إنجاز معظم معاملاته المعقدة والبسيطة من هاتفه، بدأت المصارف في إعادة تقييم جدوى التواجد المادي، مما دفع بها نحو التناقص التدريجي في عدد الفروع.

O.



أجهزة الصراف الآلي

عدد أجهزة الصراف الآلي	العام
3676	2003
4104	2004
4588	2005
6079	2006
7543	2007
8893	2008
9950	2009
10885	2010
11766	2011
12712	2012
13883	2013
15516	2014
17223	2015
17887	2016
18333	2017
18685	2018
18682	2019
18299	2020
16544	2021
16251	2022
15954	2023
15075	2024

مر التطور في عدد أجهزة الصراف الآلي في السعودية من عام 2003 حتى عام 2024، حيث مرت هذه الأرقام بثلاث مراحل رئيسية: الصعود القوي، الوصول إلى الذروة، ثم مرحلة التراجع.

بدأت مرحلة الصعود في 2003 مع بدايات انتشار ثقافة استخدام البطاقات المصرفية حين كان عدد الأجهزة 3676 صرافاً آلياً استمر العدد في الزيادة سنوياً.

على سبيل المثال، تضاعف العدد تقريباً كل 3-4 سنوات في المراحل المبكرة، وبلغ الانتشار أقصاه في عام 2019، حيث سجل أعلى رقم في تاريخ انتشار أجهزة الصراف الآلي وهو 18682 جهازاً.

مرحلة التراجع بين عامي 2020 و 2024 حيث انخفض العدد من 18299 جهازاً في 2020 إلى 16544 جهازاً في 2021، استمر العدد في التناقص تدريجياً ليصل إلى 15075 جهازاً بنهاية 2024، وهو ما يمثل انخفاضاً يقارب 20% عن رقم الذروة في 2019.

تراجع عدد أجهزة الصرف الآلي في السعودية بنهاية
2024 بنحو 20% من ذروة 2019

O.

البطاقات البنكية المصدرة

تشير بيانات البنك المركزي إلى نمو مستمر في عدد البطاقات البنكية المصدرة، حيث تسارع النمو من 6 ملايين بطاقة في عام 2003، ليتضاعف العدد تقريبا كل خمس سنوات، ويصل إلى أكثر من 20 مليون بطاقة في عام 2014.

وهذا يتسق تماما مع التوجه نحو التجارة الإلكترونية ونقاط البيع والابتعاد عن المدفوعات النقدية.

العوامل الحاسمة في هذه الزيادة هي التوسع في الخدمات المصرفية، وارتفاع معدلات الشمول المالي، واعتماد صرف الرواتب الشهرية عبر الحسابات البنكية.

الأعوام الأخيرة شهدت قفزات سريعة، ففي الفترة بين عام 2020 بلغ 34 مليون بطاقة ليبلغ 50 مليون بطاقة في 2024، ما يمثل زيادة بأكثر من 50% خلال أربع سنوات فقط.



عدد المطارف	العام	عدد المطارف	العام
20.5	2014	6	2003
22.4	2015	6.4	2004
26.5	2016	8	2005
28.4	2017	9.9	2006
28.5	2018	11.1	2007
31.5	2019	12.3	2008
34.3	2020	13.7	2009
39.3	2021	12.1	2010
42.5	2022	14.2	2011
47.7	2023	16.4	2012
50.2	2024	17.8	2013

Q.

الصعود السريع لعدد البطاقات البنكية خلال 12 شهرا

حقق عدد البطاقات البنكية المصدرة في السعودية صعودا سريعا بنسبة

22%

خلال فترة الـ 12 شهرا

تسارع النمو خلال العام الماضي ليتحول إلى صعود سريع خلال الـ 12 شهرا الماضية، من أكتوبر 2024 حتى سبتمبر 2025.

ارتفع إجمالي عدد البطاقات المصدرة، مسجلا قفزات كبيرة في فترة زمنية قصيرة جدا، ففي حين بلغ عددها في أكتوبر 2024 نحو 50 مليون بطاقة، وصل في سبتمبر 2025 إلى 61 مليون بطاقة.

جراف عدد البطاقات البنكية المصدرة في السعودية خلال 12 شهرا

عدد البطاقات البنكية المصدرة (مليون)	الفترة
50.1	Oct-2024
50.3	Nov-2024
50.2	Dec-2024
52.8	Jan-2025
53.8	Feb-2025
55.1	Mar-2025
56	Apr-2025
56.9	May-2025
57.8	Jun-2025
59.1	Jul-2025
59.9	Aug-2025
61	Sep-2025

Q.

التحول نحو المدفوعات غير النقدية



تراجعت السحوبات النقدية من إجمالي الإنفاق في 2019 إلى 39% في 2024.

النقد:

حدث تحول جذري في هيكل الإنفاق خلال السنوات الماضية

القنوات الإلكترونية (نقاط البيع + التجارة الإلكترونية):

ارتفعت حصتها مجتمعة من حوالي 29% في 2019 إلى أكثر من 61% في 2024. لا تزال مبيعات نقاط البيع هي القناة الأكبر ضمن المدفوعات غير النقدية، حيث ارتفعت حصتها من 28% إلى 47%، وهي تمثل الآن تقريبا نصف إجمالي الإنفاق في 2024. تُظهر مبيعات التجارة الإلكترونية أسرع نمو نسبي، حيث قفزت حصتها من أقل من 1% في 2019 إلى قرابة 14% بنهاية 2024، وسنلاحظ إنها خلال الأشهر التسعة الأولى من 2025 قفزت مرة أخرى لتصل إلى 22.5% من إجمالي الإنفاق.



جراف: قيمة الإنفاق في السعودية بحسب طريقة الدفع

إجمالي الإنفاق (مليار ريال)	السحب النقدي (مليار ريال)	التجارة الإلكترونية (مليار ريال)	نقاط البيع (مليار ريال)	العام
1,038	741	10	288	2019
1,025	629	39	357	2020
1,129	581	74	473	2021
1,236	555	123	559	2022
1,313	549	151	614	2023
1,418	553	197	668	2024

جراف: حصة نقاط البيع والتجارة الإلكترونية والنقد من الإنفاق في السعودية

الإجمالي	السحب النقدي (%)	التجارة الإلكترونية (%)	نقاط البيع (%)	العام
100%	71%	1%	28%	2019
100%	61%	4%	35%	2020
100%	51%	7%	42%	2021
100%	45%	10%	45%	2022
100%	42%	11%	47%	2023
100%	39%	14%	47%	2024



المدفوعات النقدية

استمرار هيمنة المدفوعات غير النقدية: في جميع الأشهر الـ 12، حافظت المدفوعات غير النقدية (نقاط البيع + التجارة الإلكترونية) على حصة الأغلبية، وتجاوزت باستمرار 60% من إجمالي الإنفاق الشهري.

والرقمية خلال

12

شهرًا

تراجع مستمر لحصة النقد:

بدأت حصة السحب النقدي عند حوالي 39% في أكتوبر 2024 لكنها تراجعت بشكل ملحوظ لتصل إلى أدنى مستوى لها في أغسطس 2025 عند 31%، وهذا يؤكد استمرار التحول بعيدا عن النقد.

نمو حصة التجارة الإلكترونية:

زادت حصة التجارة الإلكترونية بثبات تقريبا، حيث ارتفعت من 15% في أكتوبر 2024 لتصل إلى ذروتها في سبتمبر 2025 عند 22.5%، لتصبح هذه القناة محركا متزايدا الأهمية في هيكل الإنفاق.





جراف: قيمة الإنفاق عبر قنوات الدفع المختلفة في السعودية خلال الأشهر الـ 12 الماضية (على أساس شهري)

الشهر	نقاط البيع (مليار ريال)	التجارة الإلكترونية (مليار ريال)	السحب النقدي (مليار ريال)	إجمالي الإنفاق (مليار ريال)
أكتوبر 2024	55.741	18.242	47.465	121.448
نوفمبر 2024	56.454	17.442	42.814	116.710
ديسمبر 2024	59.694	19.369	47.107	126.170
يناير 2025	58.281	20.087	47.842	126.210
فبراير 2025	57.872	20.886	44.333	123.091
مارس 2025	65.058	27.546	54.780	147.384
أبريل 2025	52.222	23.270	38.450	113.942
مايو 2025	59.499	27.261	47.211	133.971
يونيو 2025	53.990	25.372	42.666	122.028
يوليو 2025	58.805	29.058	45.770	133.633
أغسطس 2025	62.571	29.316	41.647	133.534
سبتمبر 2025	58.243	29.117	41.876	129.236

جراف: حصة الإنفاق عبر قنوات الدفع المختلفة في السعودية خلال الأشهر الـ 12 الماضية (على أساس سنوي)

الشهر	نقاط البيع (%)	التجارة الإلكترونية (%)	السحب النقدي (%)	الإجمالي
أكتوبر 2024	46%	15%	39%	100%
نوفمبر 2024	48%	15%	37%	100%
ديسمبر 2024	47%	15%	38%	100%
يناير 2025	46%	16%	38%	100%
فبراير 2025	47%	17%	36%	100%
مارس 2025	44%	19%	37%	100%
أبريل 2025	46%	20%	34%	100%
مايو 2025	44%	20%	35%	100%
يونيو 2025	44%	21%	35%	100%
يوليو 2025	44%	22%	34%	100%
أغسطس 2025	47%	22%	31%	100%
سبتمبر 2025	45%	23%	32%	100%



الإنفاق حسب القطاعات التجارية

أعلى القطاعات (سبتمبر 2025 نموذجاً)

قطاع الأطعمة والمشروبات (التموينات ومحلات الغذاء) هو أكبر قطاع منفرد حيث استحوذ على 15% من إجمالي مبيعات نقاط البيع، يليه مباشرة قطاع المطاعم والمقاهي بنسبة 11.60%، هذان القطاعان معا يشكلان تقريبا ربع الإنفاق عبر نقاط البيع نحو 27%. قطاع النقل (يشمل المركبات، الصيانة، الوقود، إلخ.) كان من بين الأبرز بحصة بلغت 7%، كما أن قطاع الملابس والإكسسوارات يمثل جزءا كبيرا من الإنفاق الترفيهي والاستهلاكي غير الأساسي بحصة 7%.

أقل القطاعات

قطاعا المنافذ والخدمات العامة وخدمات غسيل الملابس هما الأصغر، حيث بالكاد تتجاوز حصة كل منهما ثلث النقطة المئوية، وبالتحديد 0.37% و 0.38% على التوالي. قطاعا العناية الشخصية والكتب والأدوات المكتبية تقع أيضا في نهاية القائمة بنسب أقل من 1.1%. شهد شهر سبتمبر 2025 نهاية موسم السفر الصيفي وعودة المقيمين والطلاب إلى المدن الرئيسية، مما أدى إلى تراجع حاد في القطاعات المرتبطة بالسفر والخدمات اللوجستية مقارنة بأشهر الذروة السابقة (يوليو وأغسطس).

تراجع إنفاق قطاعات السفر يكرس مفهوم موسمية الإنفاق

تظهر الأنشطة المرتبطة بالحركة والسفر تراجعا واضحا في سبتمبر 2025، وهو دليل موسمي على انتهاء الإجازات الكبرى، وسجل قطاع الطيران انخفاضا شهريا بنحو 20% في المبيعات، متراجعا من 218 مليون ريال في أغسطس إلى 174 مليون ريال في سبتمبر. خدمات الشحن والتوصيل ونقل الطرود: تراجع هذا القطاع بشكل حاد بنسبة 32%، وهو ما يعكس انخفاض حركة الشحن الداخلي والخارجي المرتبطة بالإجازات ونشاط السفر. الفنادق: سجل قطاع الإقامة والفنادق تراجعا بنسبة 19%، حيث انخفض من 1.3 مليار ريال في أغسطس إلى 1.1 مليار ريال في سبتمبر، مع عودة المسافرين إلى منازلهم. استقرار قطاعات التنقل الأساسية

محطات الوقود: سجلت تراجعا طفيفا بنسبة 2%، حيث بقيت قريبة من ذروتها، كما انخفض قطاع النقل عموما بـ 6% وهو انخفاض معتدل مقارنة بقطاعي الطيران والشحن، مما يشير إلى أن النشاط اليومي المحلي (مثل تأجير السيارات وصيانة المركبات) بدأ بالاستقرار بعد انتهاء الإجازة.



جراف: قيمة الإنفاق على كل الأنشطة التجارية خلال 4 أشهر

النشاط	يونيو 2025 (مليون ريال)	يوليو 2025	أغسطس 2025	سبتمبر 2025
النقل	3,789	4,595	4,591	4,297
الطيران	207	303	218	174
تأجير السيارات والمعدات	259	341	333	301
تجارة المركبات وقطع الغيار	1,933	2,382	2,461	2,395
صيانة وإصلاح المركبات	891	1,043	1,019	969
خدمات الشحن والتوصيل ونقل الطرود	234	209	240	163
أخرى (النقل)	264	317	319	295
الصحة	3,866	4,190	3,837	3,857
الخدمات الطبية	1,775	2,110	2,044	2,310
الصيدليات والمستلزمات الطبية	1,495	1,503	1,238	1,060
العناية الشخصية	595	578	555	487
المطاعم والمقاهي	6,737	7,425	7,453	6,758
المخبوزات والحلويات	1,078	975	999	1,120
الفنادق	828	1,306	1,330	1,081
الأطعمة والمشروبات	8,027	8,523	8,827	8,755
الملابس والإكسسوارات	3,870	3,859	4,644	4,106
الثقافة والترفيه	1,402	1,494	1,669	1,683
الكتب والأدوات المكتبية	487	504	700	608
الترفيه	915	989	969	1,075
الخدمات المهنية والتجارية	4,667	4,724	4,517	3,947
الأجهزة الإلكترونية والكهربائية	761	802	763	872
الأثاث والمستلزمات المنزلية	1,921	2,157	2,137	2,558
مواد البناء والتعمير	1,523	1,823	1,770	1,801
المجوهرات	1,467	1,430	1,305	1,440
الاتصالات	609	692	651	705
التعليم	607	592	3,057	1,185
المنافذ والخدمات العامة	198	215	207	216
محطات الوقود	3,826	4,248	4,456	4,366
خدمات غسيل الملابس	223	230	238	218
أخرى (الكل)	8,581	9,605	10,121	9,277
الإجمالي	53,981	58,805	62,571	58,243



جراف: حصة الأنشطة التجارية من الإنفاق في السعودية خلال 4 أشهر

النشاط	يونيو (%) 2025	يوليو (%) 2025	أغسطس (%) 2025	سبتمبر (%) 2025
النقل	7.02%	7.81%	7.34%	7.38%
الصحة	7.16%	7.13%	6.13%	6.62%
الخدمات الطبية	3.29%	3.59%	3.27%	3.97%
الصيدليات والمستلزمات الطبية	2.77%	2.56%	1.98%	1.82%
العناية الشخصية	1.10%	0.98%	0.89%	0.84%
المطاعم والمقاهي	12.48%	12.63%	11.91%	11.60%
المخبوزات والحلويات	2.00%	1.66%	1.60%	1.92%
الفنادق	1.53%	2.22%	2.13%	1.86%
الأطعمة والمشروبات	14.87%	14.49%	14.11%	15.03%
الملابس والإكسسوارات	7.17%	6.56%	7.42%	7.05%
الثقافة والترفيه	2.60%	2.54%	2.67%	2.89%
الكتب والأدوات المكتبية	0.90%	0.86%	1.12%	1.04%
الترفيه	1.70%	1.68%	1.55%	1.84%
الخدمات المهنية والتجارية	8.65%	8.03%	7.22%	6.78%
الأجهزة الإلكترونية والكهربائية	1.41%	1.36%	1.22%	1.50%
الأثاث والمستلزمات المنزلية	3.56%	3.67%	3.41%	4.39%
مواد البناء والتعمير	2.82%	3.10%	2.83%	3.09%
المجوهرات	2.72%	2.43%	2.09%	2.47%
الاتصالات	1.13%	1.18%	1.04%	1.21%
التعليم	1.12%	1.01%	4.89%	2.03%
المنافذ والخدمات العامة	0.37%	0.37%	0.33%	0.37%
محطات الوقود	7.09%	7.22%	7.12%	7.50%
خدمات غسيل الملابس	0.41%	0.39%	0.38%	0.38%



تحليل هيكل الإنفاق الاستهلاكي في المدن

سيطرة الأقطاب الاقتصادية (أعلى 10 مدن) حيث يظهر التحليل أن الإنفاق يتركز بشكل ساحق في العشرة مدن الأكبر:

التركز المطلق: بلغ إجمالي إنفاق المدن العشرة الأوائل 39 مليار هذا يعني أن 77% من إجمالي الإنفاق في جميع المدن الـ 59 يتركز في هذه المراكز العشرة فقط.

السيطرة الثنائية: تسيطر مدينتا الرياض وجدة على المشهد حيث تستحوذ الرياض على 18.87 مليار ريال، وجدة على 7.53 مليار ريال معا على نحو 50% من إجمالي إنفاق جميع المدن.

المراكز الإقليمية والدينية: تتبع المدن الخمس الأخرى في قائمة العشرة الأوائل (الدمام، مكة المكرمة، المدينة المنورة، الخبر، بريدة) بشكل كبير، لتشكل مراكز ثقل إقليمية (في الشرقية والقصيم) ووجهات دينية رئيسية.

الفئة الوسطى والمناطق الإقليمية (المدن من 11 إلى 20)

تضم هذه الفئة المدن التي يتراوح إنفاقها حول النصف مليار إلى مليار ريال، وتمثل مراكز تجارية إقليمية مهمة:

- نطاق الإنفاق: تنخفض قيمة الإنفاق بشكل حاد بعد العشرة الأوائل. فمدينة تبوك (الترتيب 10) تبلغ 975 مليون ريال، بينما مدينة حائل (الترتيب 11) تبلغ 813 مليون ريال.
- مراكز النمو الإقليمي: تندرج في هذه الفئة مدن مثل حائل، أبها، جازان، والجبيل، والتي تشير إلى أهميتها كمراكز للنشاط في مناطقها الجغرافية (الشمال، الجنوب، والشرق).
- التوزيع الإقليمي: المدن العشر الأولى تشمل تقريبا جميع المناطق الإدارية الرئيسية في المملكة.

المدن الأصغر والحدودية (المدن من 50 إلى 59)

في الطرف المقابل من الجدول، يظهر تجمعات صغيرة ذات إنفاق منخفض جدا:

- انخفاض القيمة: تتركز هذه المدن في نطاق إنفاق يقل عن 70 مليون ريال للأربعة أسابيع. فمدينة صفوى (الترتيب 57) تبلغ 49 مليون ريال، بينما الدرب (الترتيب 59 والأقل) يبلغ 42 مليون ريال.
- الطبيعة الجغرافية: العديد من هذه المدن (مثل طريف، أحد المسارحة، الليث) هي مدن حدودية أو ساحلية أو تجمعات سكنية صغيرة، حيث يكون حجم السوق محليا ومحدودا جدا.
- التأثير: يمثل الإنفاق الكلي لهذه المدن الأصغر جزءا ضئيلا من الإنفاق في المدن الكبرى، مما يؤكد أن الاستثمار التجاري لا يزال يتركز في المراكز الحضرية الرئيسية.



جراف: المدن السعودية الأعلى من حيث الإنفاق خلال
فترة 4 أسابيع (31 أغسطس - 27 سبتمبر)

الترتيب	المدينة	الإجمالي (مليون ريال)
1	الرياض	18,868
2	جدة	7,530
3	الدمام	2,675
4	مكة المكرمة	2,037
5	المدينة المنورة	2,003
6	الخبر	1,564
7	بريدة	1,302
8	الطائف	1,164
9	خميس مشيط	1,104
10	تبوك	974

جراف: المدن السعودية الأقل من حيث الإنفاق خلال
فترة 4 أسابيع (31 أغسطس - 27 سبتمبر)

الترتيب	المدينة	الإجمالي (مليون ريال)
1	الدرب	41
2	الليث	42
3	صفوى	47
4	أحد المسارحة	48
5	البدائع	49
6	طريف	49
7	أمالج	56
8	شقراء	60
9	العلا	63
10	النعيرية	63



ملخص التحول في إنفاق المستهلكين في السعودية

يظهر هذا التقرير التحليلي تحولا جذريا ومستداما في أنماط الإنفاق الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية بين عامي 2019 و 2025، مدفوعا بشكل أساسي بالتسارع الرقمي.

- هيمنة المدفوعات الإلكترونية: تراجعت حصة السحوبات النقدية من 71% في 2019 إلى 39% في 2024، في حين ارتفعت المدفوعات غير النقدية (نقاط البيع والتجارة الإلكترونية) لتشكّل أكثر من 61% من إجمالي الإنفاق.
- نمو نقاط البيع والتجارة الإلكترونية: زادت قيمة الإنفاق عبر نقاط البيع بنسبة 132% بين 2019 و 2024، وتضاعفت مبيعات التجارة الإلكترونية عبر بطاقات مدى أكثر من 19 مرة خلال نفس الفترة. كما شهدت التجارة الإلكترونية قفزة في حصتها لتصل إلى 22.5% بنهاية الأشهر التسعة الأولى من عام 2025.
- انحسار البنية التحتية المادية: تزامن هذا التحول مع تراجع في التواجد المادي للخدمات المصرفية، حيث انخفض عدد فروع المصارف بنحو 8% وعدد أجهزة الصراف الآلي بنحو 20% بحلول نهاية عام 2024 مقارنة بذروة 2019.
- تمركز الإنفاق: لا يزال الإنفاق يتركز بشكل كبير في المراكز الاقتصادية، حيث تستحوذ المدن العشرة الأوائل على 77% من إجمالي إنفاق جميع المدن، مع سيطرة واضحة للرياض وجدة على ما يقارب 50% من الإنفاق الكلي.
- أهمية القطاعات: يظل قطاع الأطعمة والمشروبات هو الأكبر، مستحوذا على 15% من مبيعات نقاط البيع، يليه قطاع المطاعم والمقاهي بنسبة 12%، مما يؤكد أهمية الإنفاق على الأساسيات والترفيه اليومي.