تأثير ذكاء الأعمال على الابتكار في الخدمات الرقمية الدور الوسيط للتحول نحو الاقتصاد الرقمى

دراسة تطبيقية على العاملين بالبنك التجاري الدولي (CIB) فى مصر

إعداد

د. تامر محمد موسى أبوالمكارم

مدرس إدارة الأعمال

بمعهدراية العالي للإدار والتجارة الخارجية

بدمياط الجديدة

tamermousa101@gmail.com

ا.د. مصطفى أحمد حامد رضوان

أستاذ الاقتصاد والمالية العامة معهد مصر

العالى للتجارة والحاسبات بالمنصورة

Mostafa01068866344@gmail.com

د. محمد يوسف محمد يوسف إسماعيل

مدرس ادارة الاعمال - المعهد العالي للعلوم الادارية بالمؤلة- جمهورية مصر العربية

أستاذ مساعد إدارة الاعمال بقسم ادارة الاعمال

كلية العلوم الإدارية والإنسانية -كليات بريده الأهلية - المملكة العربية السعودية

2020myousuf313@gmail.com

المجلة الدولية للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية

دورية علمية محكمة

المجلد (٣) ـ العدد (١١) ـ أكتوبر ٢٠٢٤

https:// ijaefss.ekb.eg

الناشر

جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون

المشهرة برقم ٢٧١١ لسنة ٢٠٢٠، بجمهورية مصر العربية

https://srtaeg.org/

"The Impact of Business Intelligence on Innovation in Digital Services: The Mediating Role of Digital Economy Transformation"

An Applied Study on Employees of the Commercial International Bank (CIB) in Egypt

submitted by

DR.Tamer Mohamed Mousa Abuelmakarem
Lecturer of Business Administration at Raya Higher Institute of Management and Foreign Trade in New Damietta
tamermousa101@gmail.com

DR. Mostafa Ahmed Hamed Radwan
Professor Dr. of Development Economics at the Higher Institute of Commerce and Computers in Mansoura
Mostafa01068866344@gmail.com

DR . Mohamed youssef Mohamed youssef Ismail
Lecturer of Business Administration - Higher Institute of Administrative Sciences in El-Menzala - Arab Republic of Egypt
Assistant Professor of Business Administration, Department of Business Administration - College of Administrative and Human Sciences - Buraidah Private Colleges - Kingdom of Saudi Arabia
2020myousuf313@gmail.com

International Journal of Administrative, Economic and Financial Sciences

volume (3), issue (11), july 2024

P-ISSN: 2812-6394 E-ISSN: 2812-6408
https://ijaefs.journals.ekb.eg/

الملخص

في ظل التطورات المتسارعة في المجال الرقمي والتحول نحو الاقتصاد الرقمي، تبرز أهمية أدوات ذكاء الأعمال كوسيلة لتعزيز الابتكار وتحسين الخدمات الرقمية في المؤسسات المالية.

يعد البنك التجاري الدولي (CIB) من المؤسسات الرائدة التي تتبنى استراتيجيات التحول الرقمي لمواكبة التغيرات التكنولوجية واحتياجات السوق. ويهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين أبعاد ذكاء الأعمال واستراتيجيات التحول الرقمي، مع تحليل تأثير ذكاء الأعمال على قدرة العاملين في البنك على تقديم خدمات مبتكرة.

تم إجراء الدراسة باستخدام استبيان موجه إلى عينة عشوائية بسيطة من ٢٩٢ من العاملين بالبنك، لتحقيق تمثيل شامل وموثوق. وتركز الدراسة على تأثير أبعاد ذكاء الأعمال، مثل تحليل البيانات واستخلاص المعلومات ودعم اتخاذ القرارات، على الأداء الوظيفي ودور العاملين في تنفيذ استراتيجيات التحول الرقمي.

أظهرت النتائج علاقة ارتباط طردي معنوي بين أبعاد ذكاء الأعمال واستراتيجيات التحول الرقمي، وأثبتت الدراسة أن كافة أبعاد ذكاء الأعمال تسهم إيجابيًا في تحسين كفاءة العاملين وتعزيز قدرتهم على تحقيق الابتكار في تقديم الخدمات الرقمية. وتوصي الدراسة بالاستثمار في تدريب العاملين على أدوات ذكاء الأعمال وتطوير استراتيجيات تعتمد على تحليل البيانات لدعم التحول الرقمي وتعزيز تنافسية البنك في الاقتصاد الرقمي.

الكلمات المفتاحية :(ذكاء الأعمال، الابتكار الرقمي، الخدمات الرقمية، الاقتصاد الرقمي، الخدمات المصرفية الرقمية) .

Abstract

In light of the rapid advancements in the digital field and the transition to a digital economy, business intelligence tools have become crucial for fostering innovation and enhancing digital services in financial institutions.

The Commercial International Bank (CIB) is a leading institution adopting digital transformation strategies to meet technological changes and market demands. This study examines the relationship between business intelligence dimensions and digital transformation strategies, focusing on the impact of business intelligence on employees' ability to deliver innovative services.

The study used a questionnaire distributed to a random sample of 292 employees to ensure reliable representation. It analyzes the impact of business intelligence dimensions, including data analysis, information extraction, and decision-making support, on employees' performance and role in digital transformation.

The results revealed a significant positive correlation between business intelligence dimensions and digital transformation strategies. All dimensions of business intelligence positively contribute to improving employee efficiency and their ability to innovate in digital service delivery. The study recommends investing in employee training on business intelligence tools and developing data-driven strategies to support digital transformation and improve the bank's competitiveness in the digital economy.

Keywords: (Business Intelligence, Digital Innovation, Digital Services, Digital Economy, Digital Banking Services)

تمهيد:

نعيش اليوم في بيئة أعمال متغيرة فيها تغيرات سريعة ومستمرة، مما جعل ضرورة حتمية على المنظمات إدراك تلك المتطلبات المستمرة، ومع مرور الوقت تزداد حاجة كل من القطاع الحكومي وحتى الخاص إلى تبني تقنيات جديدة كذكاء الأعمال الملاحقة التغيرات المستمرة في الوقت الحاضر، تطبق العديد من المنظمات المعاصرة أنظمة ذكاء الأعمال في معظم نشاطاتها، حيث يجلب تطبيق أنظمة ذكاء الأعمال مزايا مثل تحسين عملية اتخاذ القرار وهو ما يعني في المقام الأول زيادة فعالية وكفاءة تحسين وظائف المنظمة.(منصوري وعبد المالك،٢٠٢٤)

ويكتسب ذكاء الأعمال أهمية خاصة نتيجة ما تشهده بيئة العمل من تغير سريع في البيانات التي يتم تخزينها وإنتاجها وشدة المنافسة على المستويات المحلية والدولية المختلفة وعلى النحو الذي يستدعي توظيف برامج ذكية تساعد في مراقبة أداء العمل وتحديد التغيرات التي ينبغي إجرائها لمعرفة موقع المنظمة من الأهداف والاستراتيجيات التي وضعتها لنفسها، واتخاذ قرارات حاسمة وسريعة استجابة لهذه التغيرات والتي ينبغي احتوائها بشكل سريع (Marić, et al., 2024). ومن هنا ظهرت الحاجة إلى ضرورة اعتماد المنظمات على ذكاء الاعمال من أجل الاستمرار وتطوير استراتيجيات قادرة على التنبؤ بالظروف المستقبلية وتحديد رؤيتها وأهدافها(Al-Mawali et al., 2021)

بينما يشير الاقتصاد الرقمي إلى الاقتصاد الذي يعتمد بشكل أساسي على التقنيات الرقمية مثل الإنترنت، وأنظمة الحوسبة السحابية، والتجارة الإلكترونية، والذكاء الاصطناعي، وتكنولوجيا المعلومات. يمثل هذا التحول في أساليب العمل والإنتاج نقلة نوعية في الأنماط الاقتصادية التقليدية، حيث تعتمد المؤسسات على أدوات وتطبيقات رقمية لزيادة الإنتاجية وتحقيق الكفاءة. ومع التطور المستمر للتكنولوجيا، أصبح الاقتصاد الرقمي محركًا رئيسيًا للنمو الاقتصادي، من خلال تمكين الأعمال من الوصول إلى أسواق جديدة، وتحسين تجربة العملاء،

وتعزيز التكامل بين مختلف الصناعات في بيئات متعددة القنوات (Kowalkowski et al., 2024; Vargo et al., 2024).

كما يعتبر الاقتصاد الرقمي من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها الاقتصادات الحديثة لتحقيق التنمية المستدامة والابتكار. على الرغم من الفرص الكبيرة التي يوفرها الاقتصاد الرقمي في تسريع العمليات التجارية وتحقيق التفوق التنافسي، فإنه يواجه تحديات مثل الفجوة الرقمية، وأمن البيانات، وقضايا الخصوصية. من خلال هذه التحولات، أضحت الشركات بحاجة إلى الاستفادة من الذكاء التجاري وأدوات التحليل المتقدمة لتوظيف بياناتها بشكل استراتيجي، مما يعزز قدرتها على التكيف مع التغيرات السريعة في الأسواق (Opazo-Basáez et al., 2022).

وتلعب الخدمات الرقمية دورًا متزايد الأهمية في مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، حيث تساهم بشكل كبير في تحسين جودة الحياة وتعزيز الكفاءة التشغيلية في الأعمال. من خلال استخدام الابتكار الرقمي، يمكن تحويل الخدمات التقليدية إلى خدمات ذكية تتيح للمستهلكين التفاعل المباشر والمستمر مع الشركات باستخدام منصات رقمية مبتكرة. إن توفير خدمات رقمية مبتكرة لا يعزز فقط تجربة المستخدم، بل يفتح أيضًا آفاقًا جديدة لتحسين العمليات التجارية وتوسيع نطاق الخدمات المقدمة (Kowalkowski et al., 2024).

ومن خلال الابتكار في الخدمات الرقمية، يمكن للشركات توفير حلول مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بشكل أكثر فاعلية، مما يساهم في تعزيز رضا العملاء وولائهم. يساهم الابتكار في هذه الخدمات في تقليل التكاليف، وزيادة الكفاءة، وتوسيع نطاق الوصول إلى الخدمات على مستوى عالمي. ومع ذلك، فإن تطبيق الابتكار في الخدمات الرقمية يتطلب التزامًا مستمرًا بتطوير الأنظمة الرقمية وتكاملها مع احتياجات السوق، مما يساهم في خلق بيئة تنافسية تسهم في التنمية الاقتصادية وتعزيز قدرة المؤسسات على الاستجابة للتحديات التكنولوجية المعقدة (Rabetino et al., 2024; Helmer et al., 2021).

في ضوء هذه التحديات والفرص، برزت الحاجة إلى دمج ذكاء الأعمال في استراتيجيات التحول الرقمي، حيث أصبح استخدامها ضروريًا لدعم المؤسسات في تطوير خدمات رقمية مبتكرة وتعزيز أداء العاملين. ومن هذا المنطلق، يعتمد البنك التجاري الدولي (CIB) على استراتيجيات متقدمة قائمة على ذكاء الأعمال لتحسين كفاءة العاملين وتطوير قدراتهم في تنفيذ استراتيجيات التحول الرقمي، مما يساهم في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الرقمية وزيادة تنافسية البنك.

يهدف هذا البحث إلى استكشاف العلاقة بين ذكاء الأعمال والتحول نحو الاقتصاد الرقمي، مع التركيز على دور هذه الأدوات في تعزيز الابتكار في بيئة العمل داخل البنك التجاري الدولي .(CIB) ويركز البحث على دراسة تأثير أبعاد ذكاء الأعمال على أداء العاملين في البنك، وكيفية تسخير هذه الأدوات لتحسين كفاءتهم وزيادة قدرتهم على تحقيق أهداف التحول الرقمي.

وبناء على ما تقدم ، يتناول البحث العناصر التالية: مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة، مشكلة وتساؤلات الدراسة، أهداف الدراسة، فروض الدراسة، أهمية الدراسة، منهجية الدراسة، الإطار النظري، تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفروض، نتائج البحث، والتوصيات.

أولاً: مفاهيم الدراسة

١. **ذكاء الأعمال (Business Intelligence)**

يعرف ذكاء الأعمال بأنه يشمل مجموعة من الأدوات والتقنيات التي تهدف إلى جمع وتحليل البيانات من مصادر مختلفة لتحويلها إلى معلومات استراتيجية تسهم في دعم اتخاذ القرارات داخل المنظمات، ويعد هذا الذكاء أساس لتحسين الأداء ورفع الكفاءة التنافسية في الأسواق المتغيرة باستمرار(Egerson et al.,2024) .

٢. **الاقتصاد الرقمي (Digital Economy)**

يُعرف الاقتصاد الرقمي على أنه النظام الاقتصادي الذي يعتمد على التقنيات الرقمية مثل الإنترنت والبيانات الضخمة لخلق قيمة اقتصادية. كما يشمل استخدام التكنولوجيا في

مختلف القطاعات مثل التجارة الإلكترونية، والخدمات الرقمية، وهو يؤدي إلى تحسين الكفاءة وزيادة الابتكار داخل المؤسسات(Faj'ri et al.,2024) .

٣. **التحول الرقمي (Digital Transformation)**

يشير التحول الرقمي إلى استخدام التقنيات الرقمية لتطوير وتحسين العمليات التجارية التقليدية وتحويلها إلى أنظمة أكثر مرونة وكفاءة. يهدف التحول الرقمي إلى تعزيز قدرة الشركات على التكيف السريع مع التغيرات في الأسواق وتعزيز قدرتها التنافسية (رجائى ، ٢٠٢٤)

٤. **العملاء الرقميون (Digital Customers)**

يُشير العملاء الرقميون إلى الأفراد الذين يستخدمون التقنيات الرقمية مثل الإنترنت والتطبيقات الذكية للحصول على المنتجات والخدمات عبر منصات رقمية. يمتاز هؤلاء اء بتوقعات عالية فيما يتعلق بالسرعة، وسهولة الوصول، والشفافية في الخدمات (Pan etal ,2022) .

٥. **الخدمات الرقمية (Digital Services)**

تُعتبر الخدمات الرقمية بمثابة الخدمات التي يتم تقديمها باستخدام التكنولوجيا الرقمية مثل الإنترنت، والتطبيقات، وأنظمة المعلومات. تشمل هذه الخدمات خدمات بنكية إلكترونية، التعليم الإلكتروني، والتجارة الإلكترونية (Narvaiza et al .,2023) .

تعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية (Enhancing Innovation in Digital Services)

يشير تعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية إلى تطبيق تقنيات وأفكار جديدة لتحسين وتطوير الخدمات المقدمة عبر القنوات الرقمية. يشمل ذلك تطوير حلول مبتكرة في مجالات مثل تجربة المستخدم، الأتمتة، التحليلات المتقدمة، والتفاعل الرقمي، بهدف تحسين جودة الخدمات وتلبية احتياجات العملاء بشكل أسرع وأكثر كفاءة. يعتبر الابتكار في الخدمات

الرقمية أحد المحركات الأساسية للتحول الرقمي في المؤسسات ويسهم بشكل مباشر في زيادة التنافسية وتعزيز القيمة الاقتصادية للمؤسسة (Opazo-Basáez et al.,2024) .

ثانيا: الدراسات السابقة:

فيما يلي عرض لبعض الدراسات السابقة التي تعرضت لمتغيرات الدراسة بهدف التأصيل النظري لمفهوم وأبعاد متغيرات الدراسة.

١- الدراسات التى تناولت المتغير المستقل (ذكاء الاعمال)

هدفت دراسة (Udeh et al., 2024) إلى استعراض الدور التحويلي لتحليلات البيانات الضخمة في مجال ذكاء الأعمال الحديث. تطرقت الدراسة إلى أهمية تحليلات البيانات الضخمة في التخطيط الاستراتيجي وإدارة المخاطر وتحسين العمليات والمبادرات الموجهة للعملاء، توصلت الدراسة إلى أن تحليلات البيانات الضخمة تمكن المنظمات من التنبؤ بالاتجاهات السوقية وتحسين الكفاءة التشغيلية وتقديم تجارب مخصصة للعملاء، مما يعزز الولاء والرضا.

بينما هدفت دراسة (Tsiu et al. , 2024) إلى استعراض الأدبيات حول تأثير أدوات ذكاء الأعمال وتقنيات التنقيب عن البيانات على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. شملت الدراسة تحليل ٩٣ مقالة علمية منشورة بين ٢٠١٤ و٢٠٢٤، توصلت الدراسة إلى أن استخدام أدوات مثل اللوحات المعلوماتية وتقنيات التجميع يعزز الكفاءة التشغيلية والقدرة التنافسية، إلا أن العوائق مثل التعقيد التكنولوجي وارتفاع التكاليف ونقص المهارات تعوق التنفيذ الفعّال. أوصت الدراسة بتطوير برامج تعليمية مستهدفة وشراكات استراتيجية لنقل المعرفة وتعزيز التمكين التكنولوجي.

أما دراسة (Adewusi et al. , 2024) فقد هدفت إلى استكشاف الدور المتطور لذكاء الأعمال في التعامل مع البيانات الضخمة لتحقيق ميزة تنافسية. تناولت الدراسة الأدوات التحليلية الحديثة مثل النمذجة التنبؤية والتعلم الآلي،توصلت الدراسة إلى أن تكامل ذكاء الأعمال مع تحليلات

البيانات الضخمة يعزز القدرة على اتخاذ قرارات مستنيرة وسريعة، مما يزيد من مرونة المؤسسات وقدرتها على الاستجابة للتغيرات السوقية.

وفيما يخص دراسة (Egerson et al. , 2024) فقد أهتمت بدراسة تأثير استراتيجيات الأمن السيبراني على الكفاءة التشغيلية وربحية البنوك في نيجيريا. شملت الدراسة بيانات ٣٧٢ موظفًا باستخدام استبيانات إلكترونية، توصلت الدراسة إلى أن الأمن السيبراني يعزز الكفاءة التشغيلية والربحية من خلال تقليل المخاطر. أوصت الدراسة بالاستثمار المستمر في تقنيات الأمن السيبراني المتقدمة وتعزيز استراتيجيات الكشف والاستجابة.

كذلك هدفت دراسة (Wang et al., 2022) إلى تقييم تأثير ذكاء الأعمال على تحسين الأداء التنظيمي باستخدام أنظمة التنقيب عن البيانات. شملت الدراسة الشركات الخاصة التي تعتمد على ذكاء الأعمال،توصلت الدراسة إلى أن البنية التحتية لذكاء الأعمال تعزز الموثوقية وتؤثر بشكل إيجابي على الأداء التنظيمي، مما يؤدي إلى تحسين القدرات التنافسية.

بينما هدفت دراسة (Niu et al., 2021) إلى تقديم إطار عمل لإدارة البيانات باستخدام تحليلات البيانات الضخمة لتحسين كفاءة اتخاذ القرارات في المنظمات،توصلت الدراسة إلى أن استخدام استراتيجيات محسنة مثل أسلوب التراجع يعزز القدرة على اتخاذ قرارات فعّالة وتقليل الأخطاء، مما يدعم كفاءة الأداء التنظيمي.

أما دراسة (Cheng et al., 2020) فقد أهتمت إلى استكشاف كيفية تأثير ذكاء الأعمال على سرعة التدويل للمؤسسات الصينية. شملت الدراسة ٢٥٨ شركة في منطقة دلتا نهر اليانغتسى ، توصلت الدراسة إلى أن ذكاء الأعمال يعزز سرعة التدويل من خلال تحسين المرونة التنظيمية، وأوصت بتقليل تأثير المسافة الثقافية لتعظيم الاستفادة من المرونة التنظيمية.

فى حين ركزت دراسة (Ain et al., 2019) على مراجعة شاملة حول تبني واستخدام ونجاح أنظمة ذكاء الأعمال. استعرضت الدراسة ١١١ دراسة منشورة بين ٢٠٠٠ و٢٠١٩ ، توصلت الدراسة إلى وجود تحديات في تبني الأنظمة والاستفادة منها بشكل كامل. وأوصت بمزيد من الدراسات حول العوامل المؤثرة لتحسين قيمة أنظمة ذكاء الأعمال.

وقد هدفت دراسة (Bharadiya, 2023) إلى مقارنة ذكاء الأعمال (Business Intelligence) والذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence) في سياق تحليل البيانات الضخمة، مع التركيز على دور ذكاء الأعمال في دعم صناع القرار من خلال دمج البيانات التشغيلية والتاريخية باستخدام أدوات تحليلية لتحسين جودة البيانات وسرعتها. توصلت الدراسة إلى أن دمج ذكاء الأعمال والذكاء الاصطناعي يعزز كفاءة تحليل البيانات الضخمة ويدعم الأداء التشغيلي للشركات، كما أن التطورات التقنية، مثل مستودعات البيانات وتنقية البيانات، ساهمت في تحسين بيئة ذكاء الأعمال وزيادة فعاليتها.

٢- الدراسات التى تناولت المتغير الوسيط (الاقتصاد الرقمى)

هدفت دراسة (Raihan, 2024) إلى استكشاف العلاقة بين الاقتصاد الرقمي والاستدامة، حيث عزت شعبيتهما المتزايدة إلى الاعتراف المتزايد بتغير المناخ وتطور الابتكارات التكنولوجية. استخدمت الدراسة مراجعة منهجية للأدبيات لتحديد الفرص والتحديات التي تواجه الاقتصاد الرقمي فيما يتعلق بالاستدامة. توصلت الدراسة إلى وجود فرص للتكامل بين الطاقة المتجددة والحلول التكنولوجية المستدامة، واستخدام تحليلات البيانات الضخمة لتعزيز الاستدامة، وتمكين المستهلكين، وتطبيق مبادئ الاقتصاد الدائري، وتعزيز الاستهلاك المستدام، واعتماد نماذج أعمال مسؤولة اجتماعيًا. ومع ذلك، حددت الدراسة تحديات تشمل زيادة النفايات الإلكترونية، واستهلاك الطاقة المرتفع، والفجوة الرقمية، وانعدام الأمن الوظيفي، ونمو الاحتكارات، ومخاوف حماية البيانات. وأوصت الدراسة بضرورة معالجة هذه التحديات لتعزيز الاستدامة من خلال الاقتصاد الرقمي.

وقد هدفت دراسة (Faj'ri et al., 2024) إلى استكشاف تأثير الاقتصاد الرقمي على قطاعات رئيسية مثل التجارة الإلكترونية والخدمات المالية الرقمية، وتحديد التحديات التي تواجه الشركات في تبني التقنيات الرقمية. اعتمدت الدراسة على مراجعة الأدبيات وتحليل بيانات تقارير سنوية لوكالات حكومية ومنظمات دولية. توصلت الدراسة إلى أن الرقمنة توفر فرصًا للتوسع في السوق والابتكار وزيادة الشمول المالي، لكنها تواجه تحديات مثل ضعف البنية التحتية، ونقص المهارات الرقمية، والغموض التنظيمي. وأوصت الدراسة بتطوير استراتيجيات شاملة للبنية التحتية، وبرامج تدريبية، وسياسات تنظيمية مرنة لسد الفجوات وتحقيق الفوائد الاقتصادية.

أما دراسة (Young, 2024) فقد هدفت إلى فحص الفروقات في النهج التنظيمي للاقتصاد الرقمي بين الولايات المتحدة والصين والاتحاد الأوروبي. أوضحت الدراسة أن التوجهات التنظيمية لهذه القوى الثلاث تختلف بين السوق المفتوح، وهيمنة الحكومة، وحماية الأفراد. توصلت الدراسة إلى أن الخلافات بين النهج التنظيمية عبر الأطلسي كانت مدفوعة بالسياسة أكثر من المبادئ، وأن هذه الاختلافات نادرًا ما أدت إلى صراع، حيث كان التعاون هو الخيار المفضل.

بينما هدفت دراسة (Sun et al., 2024) إلى تقييم تأثير تكامل الاقتصاد الرقمي مع الاقتصاد الحقيقي على الابتكار الأخضر في المؤسسات الصينية. باستخدام بيانات من الشركات المدرجة في البورصة الصينية بين ٢٠١١ و٢٠٢٢، وجدت الدراسة أن هذا التكامل يعزز الابتكار الأخضر من خلال تقليل قيود التمويل، ودفع التحول الرقمي، وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات. توصلت الدراسة إلى أن تأثير التكامل كان أكبر على الشركات المملوكة للدولة والشركات الصغيرة مقارنة بالشركات الكبيرة.

كذلك هدفت دراسة (Xia et al., 2023) إلى تحليل تأثير الاقتصاد الرقمي على الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. أوضحت الدراسة أن الرقمنة عززت كفاءة الإنتاج وزادت من

الاتصال العالمي، وأثرت بشكل كبير على قطاعات التعليم والصحة والترفيه. وأوصت الدراسة بالاستفادة من الابتكارات الرقمية لتعزيز التحول الرقمي العالمي.

بينما هدفت دراسة (Pan et al., 2022) إلى دراسة تأثير الاقتصاد الرقمي على إنتاجية العامل الإجمالية في الصين. باستخدام مؤشر الاقتصاد الرقمي ونهج الانحدار المشترك، أظهرت الدراسة أن الاقتصاد الرقمي يعمل كمحرك للابتكار والتنمية المستدامة، مع تأثيرات غير متساوية بين المناطق الشرقية والغربية. وأوصت الدراسة بإنشاء بنية تحتية لا مركزية وبرامج تعاونية لتجاوز الحواجز الإقليمية.

أما دراسة (Chen, 2020) فقد إلى تحليل التحديات التي يواجهها الاقتصاد الرقمي في تحسين أداء الأسواق. تناولت الدراسة دور الابتكار والمنصات الرقمية وخصوصية البيانات في تحقيق التوازن بين احتياجات الشركات وحماية المستهلكين. أوصت الدراسة بتصميم سياسات تنافسية وتنظيمية فعالة لتحسين أداء الأسواق.

ودراسة (Chen et al., 2019) التي هدفت إلى مناقشة تحديات التسويق في اقتصاد المشاركة، وأوضحت أن البيانات أصبحت العنصر الرئيسي لتنظيم الأسواق. توصلت الدراسة إلى أن غياب البنية المؤسسية في الأسواق الناشئة يخلق تحديات فريدة، وأوصت بإعادة النظر في استراتيجيات التسويق لتحسين الأداء.

٣- الدراسات التى تناولت المتغير التابع (الابتكار فى الخدمات الرقمية)

هدفت دراسة (Opazo-Basáez et al., 2024) إلى دراسة الابتكار في الخدمات الرقمية وكيفية تأثيره على قطاعات الصناعة المعاصرة. وتمت الإشارة إلى كيفية دمج التقنيات الرقمية لتطوير وتحسين خدمات الشركات. على الرغم من قدرة التقنيات الرقمية على ابتكار وتشكيل الخدمات، تبرز هذه الدراسة التحديات التي يواجهها القطاع الصناعي نتيجة التصنيف التقليدي للخدمات الذي لا يعكس الابتكارات التكنولوجية اللازمة لتوفير خدمات مبتكرة ، خلصت الدراسة إلى

ضرورة إعادة النظر في تصنيفات الابتكار التقليدية مثل تصنيف "دليل أوسلو" الذي لا يأخذ في اعتباره ضرورة دمج البنية التحتية الرقمية مع الخدمات في القطاعات الصناعية الحديثة.

بينما هدفت دراسة (Kowalkowski et al., 2024) إلى تحديد وتوضيح الطرق التي تؤثر بها التقنيات الرقمية على الابتكار في خدمات الأعمال بين الشركات (B2B). تم التركيز على ثلاث تقنيات رقمية رئيسية هي الإنترنت للأشياء (IoT)، والأتمتة الذكية (IA)، والمنصات الرقمية. تبين الدراسة أن هذه التقنيات الرقمية يمكن أن تحول الموارد المادية إلى خدمات قابلة لإعادة التشكيل، وتساعد في أتمتة العمليات، بالإضافة إلى تعزيز تكامل الموارد بين أصحاب المصلحة في الأنظمة البيئية الخدمية.

أما دراسة (Rabetino et al., 2024) فقد هدفت إلى استكشاف كيف يمكن للدراسات السابقة في مجال الابتكار الرقمي في الخدمات أن تساهم في تطوير وتحليل مفهوم الابتكار الرقمي في الخدمات (DSI). تم تحليل ١٢٣ مقالة ذات صلة واستخدام طرق تحليل متكاملة مثل تحليل النصوص وتحليل المحتوى النوعي، خلصت الدراسة إلى تحديد مجالات المعرفة والحدود الفكرية للابتكار الرقمي في الخدمات، مع التركيز على أبعاد الابتكار المختلفة مثل المنهجيات السابقة والعمليات والنتائج المترتبة عليه.

ودراسة (Vargo et al., 2024) التي ركزت على معرفة طبيعة الابتكار الرقمي في الخدمات من خلال إطار نظري شامل يأخذ بعين الاعتبار الابتكار في الخدمات في العصر الرقمي. وقد قدمت الدراسة نموذجًا موحدًا لفهم الابتكار الرقمي في الخدمات بناءً على النظرية الأساسية للابتكار في الخدمات، أشارت الدراسة إلى أن الابتكار الرقمي في الخدمات يميز نفسه من خلال "تحويل المعلومات" حيث يتم فصل المعلومات عن التقنيات التي تديرها، مع التركيز على تطوير نتائج جديدة ضمن بيئات خدمية متعددة.

أما دراسة (Narvaiza et al., 2023) فقد هدفت إلى معرفة طبيعة الابتكار الرقمي في الخدمات عبر المنصات الرقمية وتحديد الأطراف المعنية في هذه العملية من خلال تحديد وظائفها والتفاعلات بينها، خلصت الدراسة إلى أن الابتكار الرقمي في الخدمات يمر بعدة مراحل تشمل الابتكار، التبني، والتأسيس ضمن المنصات الرقمية، حيث تتشابك هذه العمليات مع الأطراف المختلفة في النظام البيئي الخدمي.

بينما هدفت دراسة (Opazo-Basáez et al., 2022) إلى استكشاف الابتكار الرقمي في السياقات الصناعية ودمجه مع الابتكار التقليدي في المنتجات والعمليات. وقد ركزت الدراسة على صناعات مثل التصنيع وصناعات الحوسبة.و أظهرت الدراسة أن الابتكار الرقمي في الخدمات يكمل الابتكار التقليدي في المنتجات والعمليات، مما يعزز أرباح الشركات في الصناعات التي تشمل الأعمال بين الشركات (B2B) وصناعات الكمبيوتر.

وقد هدفت دراسة (Helmer et al., 2021) إلى تحليل الأدبيات حول الابتكار الرقمي في الخدمات، وتقديم نموذج جديد لعملية الابتكار الرقمي في الخدمات الذي يجمع بين الابتكار في الخدمات والابتكار الرقمي ، وخلصت الدراسة إلى أن الابتكار الرقمي في الخدمات يجب أن يُفهم كعملية شاملة تضم عدة مراحل وتتطلب تكاملًا بين الأدوات والأساليب المختلفة لتحقيق التقدم في الابتكار.

في حيت تطرقت دراسة (El-Haddadeh, 2020) إلى دراسة العوامل المؤثرة في ديناميكيات الابتكار الرقمي في سياق الحوسبة السحابية وتأثير هذه الديناميكيات على تبني الابتكار من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأظهرت الدراسة أن الديناميكيات المتعلقة بالابتكار الرقمي لها تأثير كبير في تبني التكنولوجيا، وأنه من الضروري أن تأخذ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في اعتبارها العوامل مثل قدرة الابتكار في تكنولوجيا المعلومات، المخاطر والعوائق المرتبطة بالابتكار لتحقيق النجاح.

ما يميز الدراسة الحالية :

من خلال استعراض الدراسات السابقة اتضح للباحثين ما يلي:

١. ركّزت الدراسات السابقة بشكل كبير على تأثير التحول الرقمي في القطاع المصرفي فقط، مما أدى إلى تجاهل التفاعل بين مختلف القطاعات الاقتصادية، بينما جاءت الدراسة الحالية لتسد هذه الفجوة من خلال تقديم منظور شامل يبرز كيفية إعادة تشكيل استراتيجيات المؤسسات المالية بدمج القطاعات المختلفة ضمن إطار الاقتصاد الرقمي.

٢. اقتصرت الدراسات السابقة على دراسة تأثير ذكاء الأعمال في تحسين الأداء المؤسسي دون ربطها مباشرة ببناء اقتصاد رقمي مستدام. بينما ركزت الدراسة الحالية على استكشاف كيفية توجيه ذكاء الأعمال لدعم استراتيجيات التحول الرقمي وتحقيق اقتصاد رقمي مستدام.

٣. ركّزت الدراسات السابقة على استخدام ذكاء الأعمال لتحسين كفاءة سلسلة التوريد فقط، مما ضيق نطاق تطبيقاتها، بينما وسّعت الدراسة الحالية هذا المفهوم ليشمل الكفاءة في إدارة الموارد البشرية، يات المؤسسية، واتخاذ القرارات الاستراتيجية.

٤. معظم الدراسات السابقة ركزت على استخدام ذكاء الأعمال لتحسين كفاءة سلسلة التوريد، مما أدى إلى تقليص نطاق تطبيقاتها وحصرها في وظائف محددة، بينما وسّعت الدراسة الحالية هذا المفهوم ليشمل مجالات أوسع، مثل تعزيز الكفاءة في إدارة الموارد البشرية، تحسين يات المؤسسية، ودعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية، مما يعزز من دور ذكاء الأعمال في التحول نحو الاقتصاد الرقمي".

٥. اقتصرت الدراسات السابقة على تحسين يات العامة دون التطرق إلى كيفية توجيه الاقتصاد الرقمي لاستراتيجيات التحول الرقمي، بينما أضافت الدراسة الحالية بُعدًا استراتيجيًا يوضح كيف يمكن للاقتصاد الرقمي دعم استراتيجيات التحول الرقمي بشكل أكثر فعالية.

٦. ركزت بعض الدراسات السابقة على الجوانب النظرية لذكاء الأعمال والتحول الرقمي دون تقديم حلول عملية قابلة للتطبيق، بينما تميزت الدراسة الحالية بتسليط الضوء على كيفية تحويل هذه المفاهيم النظرية إلى استراتيجيات عملية تُطبَّق بفعالية في الواقع.

ثالثا: مشكلة وتساؤلات الدراسة:

في ظل التغيرات السريعة والمتلاحقة التي يشهدها الاقتصاد العالمي نتيجة للتطور التكنولوجي المستمر، تواجه المؤسسات المالية تحديات كبيرة في التكيف مع متطلبات التحول نحو الاقتصاد الرقمي وتعزيز الابتكار في أدائها وخدماتها. يُعد التحول الرقمي عاملاً حيويًا في تعزيز تنافسية المؤسسات المالية وتحقيق استدامتها، إلا أن نجاحه يعتمد بشكل أساسي على قدرة هذه المؤسسات على استغلال البيانات والمعلومات المتاحة بشكل فعّال لتحسين أداء العاملين وتنفيذ استراتيجيات فعّالة.

يعتبر ذكاء الأعمال أداة استراتيجية تمكّن المؤسسات من تجميع وتحليل البيانات لدعم عملية اتخاذ القرارات المستنيرة، مما يساعد في تطوير استراتيجيات التحول الرقمي وتعزيز الابتكار في بيئة العمل. علاوةً على ذلك، يمكن أن تساهم ذكاء الأعمال بشكل كبير في تحسين أداء العاملين من خلال توفير رؤى دقيقة حول متطلبات العمل وآليات تطوير الأداء، ما يدعم تقديم خدمات رقمية مبتكرة تلبي تطلعات السوق المتغيرة.

ومع ذلك، لا يزال هناك نقص في الفهم الدقيق للعلاقة بين أبعاد ذكاء الأعمال وقدرته على دعم التحول نحو الاقتصاد الرقمي وتعزيز الابتكار في الأداء والخدمات الرقمية التي يقدمها العاملون. وفي هذا السياق، تواجه المؤسسات المالية مثل البنك التجاري الدولي (CIB) تحديات متزايدة في تسخير أدوات ذكاء الأعمال لتحسين أداء العاملين وتوجيه استراتيجياتها نحو تحقيق التحول الرقمي.

وعلى ما تقدم ، تبرز الحاجة إلى دراسة متعمقة تسعى إلى استكشاف دور ذكاء الأعمال في تحسين أداء العاملين لدعم التحول الرقمي وتعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية، مع تقديم حلول عملية تسهم في تمكين البنك التجاري الدولي (CIB) من الاستفادة المثلى من إمكانات الاقتصاد الرقمي.

وفي سبيل تحديد مشكلة الدراسة وصياغتها بدقة، قام الباحثون بإجراء دراسة استطلاعية من خلال إعداد قائمة استقصاء مبدئية لعينة ميسرة قوامها ٣٠ مفردة من العاملين في البنك التجاري الدولي(CIB) ، بهدف استطلاع آرائهم حول متغيرات الدراسة الثلاثة: ذكاء الأعمال، التحول نحو الاقتصاد الرقمي، وتعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية.

تم تحليل البيانات بناءً على الوسط الحسابي والنسب المئوية، وقُسمت العينة إلى ثلاث مجموعات: مجموعة أعلى من الوسط الحسابي، مجموعة تمثل الوسط الحسابي، ومجموعة أقل من الوسط الحسابي، كما هو موضح في الجدول رقم (١).

الجدول رقم (١)

نتائج تحليل بيانات العينة الاستطلاعية لمتغيرات الدراسة

علي أساس الوسط الحسابي والنسبة المئوية

المتغيرات	أعلى من الوسط الحسابي	المحايد	أقل من الوسط الحسابي
ذكاء الاعمال	٥٢,٧	٩,١	٣٨,٢
التحول نحو الاقتصاد الرقمي	٤٩,٢	١٤,٦	٣٦,٢
الابتكار في الخدمات الرقمية	٥,٧	٤,٨	٣,٦

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

من الجدول (١) يتضح أن :

- ٨,١% من العاملين أشاروا إلى أن مستوى استخدام ذكاء الأعمال في البنك التجاري الدولي أعلى من المتوسط، مما يعكس وعيًا إيجابيًا بفاعلية هذه الأدوات في تحسين الأداء.

- 2.4% من العاملين كانوا محايدين، مما يعني عدم ملاحظتهم تأثيرًا كبيرًا لاستخدام ذكاء الأعمال في عملهم.
- 2.5% من العاملين يرون أن مستوى استخدام ذكاء الأعمال أقل من المتوسط، مما يشير إلى الحاجة لتعزيز تطبيق هذه الأدوات بشكل أكبر لدعم أدائهم الوظيفي.
- 6.3% من العاملين أشاروا إلى أن جهود التحول الرقمي في البنك التجاري الدولي أعلى من المتوسط، مما يعكس نجاحًا نسبيًا في رقمنة العمليات وتحسين بيئة العمل.
- 7.5% من العاملين كانوا محايدين، مما يعكس عدم تأثير التحول الرقمي بشكل كبير على أدائهم.
- 3.2% من العاملين يعتقدون أن جهود التحول الرقمي أقل من المتوسط، مما يشير إلى وجود تحديات تعوق تحقيق الرقمنة الكاملة في بيئة العمل.
- 5.7% من العاملين أشادوا بمستوى الابتكار في الخدمات الرقمية المقدمة من البنك، مما يعكس رضاهم عن دور الابتكار في دعم الأداء.
- 4.8% من العاملين كانوا محايدين، مما يعني غياب تأثير الابتكار بشكل واضح على عملهم.
- 3.6% من العاملين يرون أن الابتكار في الخدمات أقل من المتوقع، مما يشير إلى الحاجة إلى تعزيز الجهود الابتكارية لدعم بيئة العمل وتحسين الأداء.

الفجوة البحثية

من خلال الدراسة الاستطلاعية ومراجعة الدراسات السابقة، تبين وجود فجوة تتمثل في:

١. قلة الدراسات (على حد علم الباحثين) التي تناولت العلاقة التكاملية بين المتغيرات الثلاثة (ذكاء الأعمال، التحول نحو الاقتصاد الرقمي، وتعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية) وتأثيرها على الأداء الوظيفي للعاملين في القطاع المصرفي المصري.

٢. معظم الدراسات السابقة ركزت على تأثير كل متغير على حدة، دون تقديم رؤية شاملة لكيفية التفاعل بين هذه المتغيرات لتحسين أداء العاملين ودورهم في تحقيق استراتيجيات مؤسسية ناجحة.

تؤكد هذه الفجوة أهمية الدراسة الحالية في تقديم إطار علمي متكامل يدعم المؤسسات المصرفية في تمكين العاملين من استغلال ذكاء الأعمال لدعم التحول نحو الاقتصاد الرقمي وتعزيز الابتكار في أداء مهامهم الوظيفية وتقديم الخدمات الرقمية.

وفي ضوء هذه النتائج، تم صياغة تساؤل الدراسة الرئيسي على النحو التالي: "ما الدور الوسيط للتحول نحو الاقتصاد الرقمى في العلاقة بين ذكاء الاعمال و تعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية في البنك التجاري الدولي (CIB)؟"

وعليه، يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

١. ماتأثير ذكاء الأعمال على أبعاد الابتكار في الخدمات الرقمية (على التصميم المبتكر للخدمات- التكامل التقني في العمليات الداخلية – التميز في تجربة العاملين الرقمية) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر ؟

٢. ماتأثير ذكاء الأعمال على أبعاد التحول نحو الإقتصاد الرقمى (البنية التحتية الرقمية - تجربة العاملين الرقمية – الابتكار التكنولوجى) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر ؟

٣. ما تأثير التحول نحو الإقتصاد الرقمى على أبعاد الابتكار في الخدمات الرقمية (على التصميم المبتكر للخدمات- التكامل التقني في العمليات الداخلية – التميز في تجربة العاملين الرقمية) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر ؟

٤. ما التأثير الغير مباشر للتحول نحو الاقتصاد الرقمى في العلاقة بين ذكاء الأعمال والابتكار الرقمى لخدمات البنك التجارى الدولى (cib)في مصر ؟

رابعاً: أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. تحديد تأثير ذكاء الأعمال على أبعاد الابتكار في الخدمات الرقمية (على التصميم المبتكر للخدمات- التكامل التقني في العمليات الداخلية – التميز في تجربة العاملين الرقمية) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر .

٢. قياس تأثير ذكاء الأعمال على أبعاد التحول نحو الإقتصاد الرقمى (البنية التحتية الرقمية - تجربة العاملين الرقمية – الابتكار التكنولوجى) في البنك التجارى الدولى (cib)في مصر .

٣. فحص تأثير التحول نحو الإقتصاد الرقمى على أبعاد الابتكار في الخدمات الرقمية (على التصميم المبتكر للخدمات- التكامل التقني في العمليات الداخلية – التميز في تجربة العاملين الرقمية) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر .

٤. قياس التأثير الغير مباشر للتحول نحو الاقتصاد الرقمى في العلاقة بين ذكاء الأعمال والابتكار الرقمى لخدمات البنك التجارى الدولى (cib)في مصر .

خامساً: فروض الدراسة

لتحقيق الأهداف السابقة قام الباحثون بصياغة الفروض التالية :

الفرض الرئيسي الأول:

يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على أبعاد تعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية (التصميم المبتكر للخدمات، التكامل التقني في العمليات الداخلية، التميز في تجربة العاملين الرقمية) بالبنك التجاري الدولي (CIB)، ويتفرع من هذا الفرض للفروض الفرعية التالية:

الفرض الفرعي ١-١:

يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار)

الفرض الفرعي ١-٢:

يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على.

الفرض الفرعي ١-٣:

يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على التميز في تجربة العاملين الرقمية.

الفرض الرئيسي الثاني:

يوجد تأثير معنوي يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) في البنك التجاري الدولي (CIB) محل الدراسة، ويتفرع من هذا الفرض للفروض الفرعية التالية:

الفرض الفرعي ٢-١:

يوجد تأثير معنوي يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على البنية التحتية الرقمية في البنك التجاري الدولي (CIB) محل الدراسة.

الفرض الفرعي ٢-٢:

يوجد تأثير معنوي يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على تجربة العاملين الرقمية في البنك التجاري الدولي (CIB) محل الدراسة.

الفرض الفرعي ٢-٣:

يوجد تأثير معنوي يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على الابتكار التكنولوجي في البنك التجاري الدولي (CIB) محل الدراسة.

الفرض الرئيسي الثالث:

يوجد تأثير معنوي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) على أبعاد تعزيز الابتكار الرقمي (التصميم المبتكر للخدمات، التكامل التقني في العمليات الداخلية، التميز في تجربة العاملين الرقمية) بالبنك التجاري الدولي (CIB)، ويتفرع من هذا الفرض للفروض الفرعية التالية:

الفرض الفرعي ٣-١:

يوجد تأثير معنوي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) على التصميم المبتكر للخدمات بالبنك التجاري الدولي (CIB).

الفرض الفرعي ٣-٢:

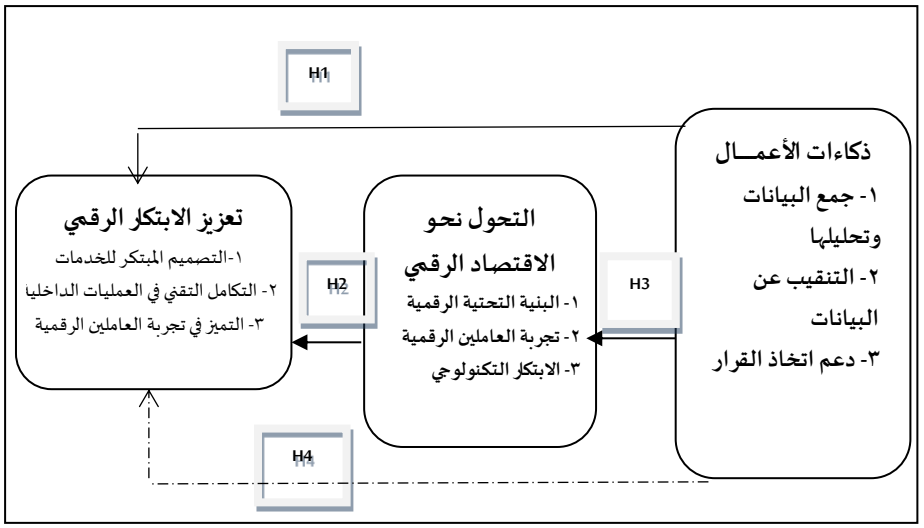
يوجد تأثير معنوي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) على التكامل التقني في العمليات الداخلية بالبنك التجاري الدولي (CIB)

الفرض الفرعي ٣-٣:

يوجد تأثير معنوي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) على التميز في تجربة العاملين الرقمية بالبنك التجاري الدولي (CIB).

الفرض الرئيسي الرابع:

يوجد تأثير معنوى غير مباشر للتحول نحو الاقتصاد الرقمي في العلاقة بين ذكاء الأعمال و الابتكار الرقمي لخدمات لبنك التجاري الدولي (CIB) في مصر ،



شكل رقم (١) الإطار المفاهيمى للعلاقة بين متغيرات الدراسة .

المصدر: من إعداد الباحثين في ضوء الدراسات السابقة

سادساً: أهمية الدراسة

أولاً: الأهمية العلمية:

١. تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بذكاء الأعمال من خلال تقديم تحليل متعمق للعلاقة بين أبعاد ذكاء الأعمال وأداء العاملين في تحقيق التحول نحو الاقتصاد الرقمي، وهو مجال لا يزال بحاجة إلى المزيد من البحث، خاصة في القطاع المالي المصري.
٢. تُعد هذه الدراسة خطوة نحو توسيع الفهم الأكاديمي للتحول الرقمي من خلال استكشاف كيفية دمج استراتيجيات ذكاء الأعمال في تمكين العاملين من المساهمة في عمليات التحول الرقمي وتعزيز قدراتهم على الابتكار في تقديم الخدمات الرقمية، مما يعزز قدرتهم على التكيف مع التحولات التقنية.
٣. تقدم الدراسة إطارًا أكاديميًا لفهم العلاقة بين أبعاد ذكاء الأعمال، الاقتصاد الرقمي، وأداء العاملين في السياق المصرفي، مما يوفر قاعدة معرفية أساسية لبحوث مستقبلية تهدف إلى تحسين الأداء المؤسسي عبر تطوير كفاءات العاملين وتعزيز إسهامهم في تحقيق الأهداف المؤسسية.
٤. تُسهم هذه الدراسة في زيادة الوعي الأكاديمي بأهمية تعزيز الابتكار بين العاملين في المؤسسات المالية، وتقديم الأدلة التي تدعم توظيف ذكاء الأعمال لتحليل البيانات الضخمة وتطوير مهارات العاملين بما ينعكس إيجابيًا على الخدمات الرقمية المقدمة.

ثانياً: الأهمية العملية:

١. تسهم النتائج في توجيه المؤسسات المالية، مثل البنك التجاري الدولي(CIB) ، نحو تعزيز استخدام ذكاء الأعمال في استراتيجيات التحول الرقمي، مما يؤدي إلى تحسين أداء العاملين وزيادة كفاءتهم.

٢. تساعد الدراسة في تحديد كيفية استخدام ذكاء الأعمال لدعم العاملين وتحفيزهم على الابتكار في تطوير وتنفيذ الخدمات الرقمية داخل المؤسسات المالية، مما يعزز من قدرتهم على تلبية متطلبات العمل الديناميكية.

٣. تساهم الدراسة في تحسين بيئة العمل من خلال تقديم استراتيجيات رقمية مبتكرة وفعّالة، تدعم العاملين في أداء مهامهم وتطوير مهاراتهم، بما ينعكس إيجابياً على جودة الخدمات المصرفية الرقمية.

٤. تقدم الدراسة توصيات عملية لصانعي القرار في المؤسسات المالية حول كيفية تمكين العاملين باستخدام البيانات والتحليلات المتقدمة، مما يعزز من قدرتهم على اتخاذ قرارات فعّالة تسهم في تحسين الأداء المؤسسي.

٥. تسهم الدراسة في تعزيز قدرة العاملين في المؤسسات المالية على مواكبة التطورات الرقمية السريعة، من خلال تقديم حلول مبتكرة تدعم الكفاءة التنظيمية وتعزز العمل الجماعي للتفاعل بفعالية مع تحديات السوق الرقمي.

سادسا: منهجية الدراسة:

التصميم البحثي:

سيتم استخدام التصميم الوصفي التحليلي في هذا البحث، حيث يهدف إلى دراسة العلاقة بين المتغيرات بشكل دقيق وتحليل تأثير أبعاد ذكاء الأعمال على استراتيجيات التحول الرقمي داخل البنك التجاري الدولي (CIB) من منظور العاملين.

مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في البنك التجاري الدولي (CIB) في جمهورية مصر العربية، مع التركيز على العاملين الذين لديهم تجارب سابقة مع الخدمات الرقمية المعتمدة على ذكاء الأعمال. سيتم التركيز على العاملين في فرع البنك التجاري الدولي (CIB) بمدينة طنطا بمحافظة الغربية والبالغ عددهم ١٢٠٧ أفراد، حيث تشمل الدراسة العاملين في هذا الفرع فقط دون باقي فروع وسط الدلتا.

تم تحديد حجم عينة البحث عند مستوى الثقة الشائع في البحوث الإدارية بنسبة ٩٥٪ وضمن حدود خطأ معيارى ٥٪ باستخدام المعادلة الإحصائية لتحديد حجم العينة. استناداً إلى الجداول الإحصائية، يكون حجم العينة ٢٩٢ فردًا. سيتم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة لضمان تمثيل شامل لمجتمع الدراسة وتقليل التحيز وزيادة موثوقية النتائج.

أداة جمع البيانات:

سيتم استخدام استبيان كأداة لجمع البيانات. يتضمن الاستبيان أسئلة مغلقة ومفتوحة تقيس أبعاد ذكاء الأعمال وأبعاد استراتيجيات التحول نحو الاقتصاد الرقمي. سيتم تقسيم الاستبيان إلى ثلاث أقسام رئيسية:

- **القسم الأول:** يتضمن أسئلة تتعلق بأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار)
- **القسم الثاني:** يتضمن أسئلة تتعلق باستراتيجيات التحول نحو الاقتصاد الرقمي.
- **القسم الثالث :** يتضمن أسئلة تتعلق باستراتيجيات تعزيز الابتكار.

- كما تم الاعتماد على إسلوب (ليكرت الخماسي) كما هو موضح بجدول (٢)

جدول (٢)

مقياس ليكرت الخماسي

الدرجة	مو افق تماما	مو افق	غير متأكد	غيرمو افق	غير مو افق تماما
الوزن	٥	٤	٣	٢	١

محددات الدراسة

قام الباحثون باختيار البنك التجاري الدولي (CIB) كنموذج لدراسة تأثير ذكاء الأعمال على التحول نحو الاقتصاد الرقمي وتعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية لعدة أسباب استراتيجية.

أولاً، يُعتبر CIB من البنوك الرائدة في مصر في تبني وتطبيق تقنيات ذكاء الأعمال، مما يجعله مثالًا مناسبًا لدراسة العلاقة بين هذه التقنيات والتحول الرقمي داخل القطاع المصرفي.

ثانيًا، يشتهر البنك بتقديم خدمات مصرفية مبتكرة تعتمد بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات، مما يعزز من قدرة العاملين في البنك على التكيف مع التغيرات الرقمية والمساهمة في تقديم حلول مبتكرة.

وأخيرًا، يتصدر البنك التجاري الدولي (CIB) تطبيقات ذكاء الأعمال مقارنة بالبنوك الأخرى في السوق المصري، ما يجعله اختيارًا مثاليًا لدراسة تأثير هذه الأدوات على استراتيجيات التحول الرقمي والابتكار في الخدمات الرقمية.

لذلك، كان من المنطقي اختيار CIB في حدود مدينة طنطا كمجتمع دراسة معتمد على الأساليب الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية التي تعتمد على ذكاء الأعمال، حيث يتم تطبيق هذه التقنيات من قبل العاملين في البنك.

رابعا: الإطار النظري

فيما يلي سنتناول متغيرات البحث من حيث المفهوم والتطور التاريخي والأبعاد والمقاييس كما يلي:

أولاً: ذكاء الأعمال

١. مفاهيم ذكاء الأعمال

ذكاء الأعمال هو نظام يربط بين جمع البيانات، تخزينها، وتحليلها لاستخلاص معلومات دقيقة تُسهم في اتخاذ القرارات. يعتمد هذا النظام على أدوات مثل قواعد البيانات الضخمة والحوسبة السحابية، مما يتيح سهولة الوصول إلى البيانات وتحليلها بسرعة لتحقيق كفاءة إدارية وتشغيلية (الدبيان ، ٢٠٢٤).

ويرى (Helmer et al., 2021) ذكاء الأعمال بانه الإطار الذي يساعد المؤسسات على تنظيم البيانات وتحليلها وتحويلها إلى معلومات ذات قيمة. تشمل التقنيات المستخدمة في ذكاء الأعمال تقنيات التحليل المتقدم وتصور البيانات لدعم اتخاذ القرار الفعال.

ويعرف (معروكة وبلطرش، ٢٠٢٣)ذكاء الأعمال بأنه عملية التنقيب عن البيانات تُستخدم للكشف عن العلاقات المخفية بين البيانات الضخمة. على سبيل المثال، قد يتمكن ذكاء الأعمال من تحديد العلاقة بين تفضيلات العملاء الموسمية وزيادة الطلب على منتج معين، مما يُساعد في وضع خطط إنتاج فعالة

ويرى (Bharadiya, 2023) أن ذكاء الأعمال يُوفّر أدوات مرئية ومعلومات منظمة تساعد المديرين على تحليل السيناريوهات واختيار البدائل المثلى. مثال على ذلك: استخدام تحليلات ذكاء الأعمال لتحديد الأسواق التي يمكن أن تتوسع فيها الشركة بشكل مربح .

ويعتبر ذكاء الأعمال أداة لتحويل البيانات إلى معرفة يمكن تبادلها داخل المؤسسة. يمكن استخدام هذه المعرفة لتحسين المنتجات والخدمات وتطوير استراتيجيات جديدة بناءً على الأداء السابق والتوجهات الحالية (Rabetino et al., 2024).

كما تشير ذكاء الأعمال (Business Intelligence) إلى مجموعة من التقنيات والأدوات التي تساعد المؤسسات على جمع وتحليل البيانات وتحويلها إلى معلومات قابلة للاستخدام في اتخاذ القرارات الاستراتيجية. ويتمثل الهدف الرئيسي من ذكاء الأعمال في تحسين الأداء المؤسسي من خلال تحليل البيانات التاريخية والحالية (Pan et al., 2022).

ويعرفها (Niu et al., 2021) على أنها مجموعة من الأدوات والتطبيقات التي تهدف إلى تحسين اتخاذ القرار من خلال توفير البيانات التاريخية والحالية، مما يساعد المؤسسات على التكيف مع المتغيرات السريعة في بيئة الأعمال."

ويرى (علي وآخرون، ٢٠٢٤). بأن ذكاء الأعمال يعتمد على دمج أنظمة تخطيط الموارد (ERP) وأنظمة إدارة العملاء (CRM) لتوفير بيانات موحدة تساعد على اتخاذ قرارات شاملة

وعرفه (Vargo et al., 2024) بأنها "مجموعة من التقنيات التي تمكن المؤسسات من جمع البيانات، تحليلها، وتقديم تقارير تساعد في تحسين الأداء وزيادة الكفاءة."

ويرى (منصورى ، ٢٠٢٤) بأنه عباره عن استخدام التحليلات، والتقنيات، وأدوات البيانات لتحويل المعلومات إلى رؤى استراتيجية تدعم الابتكار والنمو في المؤسسات."

٢. التطور التاريخي لذكاء الأعمال:

المرحلة الأولى (١٩٠٠ - ١٩٥٠):

كانت الشركات تعتمد على البيانات المالية الأساسية مثل الإيرادات والتكاليف لتوجيه قراراتها. لم تكن هناك أدوات تحليل متقدمة، وكان جمع البيانات وتحليلها عملية يدوية بطيئة (Bharadiya, 2023).

المرحلة الثانية (الستينيات والسبعينيات):

مع ظهور نظم دعم القرار (DSS)، بدأت الشركات تستخدم الحوسبة في تحليل البيانات. كانت هذه النظم تُركز على تقديم تقارير تساعد على التخطيط واتخاذ القرارات المدروسة (الفار ومبارز ، ٢٠٢٣).

المرحلة الثالثة (الثمانينيات والتسعينيات):

شهدت هذه الفترة تطوير أدوات ذكاء الأعمال التجارية التي أصبحت متاحة بشكل واسع. تضمنت هذه الأدوات لوحات القيادة، التقارير التحليلية، وبرامج الإحصاء، مما أدى إلى تحسين تحليل الأداء وتقديم رؤى استراتيجية (Pan et al., 2022).

المرحلة الحديثة (٢٠٠٠ إلى اليوم):

مع التقدم في تقنيات الحوسبة السحابية، البيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي، أصبح ذكاء الأعمال أكثر قوة وسهولة في الاستخدام. يمكن الآن للشركات تحليل بيانات ضخمة في الوقت الفعلي، مما يُسهم في تحقيق التميز التنافسي (Niu et al., 2021؛ Rabetino et al., 2024).

٣. أنواع ذكاء الأعمال:

أ. ذكاء الأعمال التشغيلي:

يركز على العمليات اليومية وتحسين كفاءتها. مثال: استخدام ذكاء الأعمال لتتبع مستويات المخزون وضمان توافر المنتجات في جميع الفروع (معروكة وبلطرش، ٢٠٢٣).

ب. ذكاء الأعمال الاستر اتيجي:

يهدف إلى تحسين القرارات طويلة المدى. مثال: تحليل الأسواق المستهدفة لتحديد أفضل مواقع التوسع الجغرافي للشركة (صالح ، ٢٠٢٤).

ج. ذكاء الأعمال التنبئي:

يُركز على استخدام البيانات التاريخية والتقنيات التحليلية للتنبؤ بالسلوك المستقبلي. مثال: توقع المبيعات خلال موسم معين بناءً على بيانات السنوات السابقة (Bharadiya, 2023).

د. ذكاء الأعمال التشخيصي:

يُستخدم لفهم أسباب المشاكل التنظيمية. مثال: تحليل انخفاض الإيرادات لفهم العوامل المسؤولة مثل تغير سلوك العملاء أو قلة الحملات التسويقية (منصورى ، ٢٠٢٤).

٤. الأبعاد الرئيسية لذكاء الأعمال:

أ. جمع البيانات وتحليلها:

تُعد عملية جمع البيانات أساس ذكاء الأعمال. تشمل هذه العملية تجميع البيانات من مصادر متعددة مثل قواعد البيانات، التقارير المالية، ومواقع التواصل الاجتماعي. بعد ذلك يتم تحليل

هذه البيانات باستخدام أدوات مثل Power BI أو Tableau لاكتشاف الأنماط وتقديم رؤى تساعد في اتخاذ قرارات دقيقة (Pan et al., 2022).

ب. التنقيب عن البيانات:

التنقيب عن البيانات هو عملية الكشف عن العلاقات والاتجاهات داخل مجموعات البيانات الكبيرة. مثال: تحديد الساعات التي يزيد فيها الإقبال على شراء منتج معين في متجر إلكتروني، مما يُتيح للشركة تحسين استراتيجيات التسويق (العقيلى والسلمى ، ٢٠٢٤).

ج. دعم اتخاذ القرار:

ذكاء الأعمال يوفر لوحات معلومات شاملة تُقدم صورة كاملة عن الأداء في الوقت الفعلي، مما يساعد صناع القرار على اتخاذ قرارات قائمة على بيانات موثوقة. مثال: استخدام ذكاء الأعمال لتحليل نتائج حملة تسويقية وتحديد استراتيجيات تحسين الأداء (Bharadiya, 2023).

٥. مقومات ذكاء الأعمال:

أ. البنية التحتية التكنولوجية:

البنية التحتية التقنية تُعتبر العمود الفقري لذكاء الأعمال، وتشمل الخوادم، التخزين السحابي، والأنظمة البرمجية لتحليل البيانات. الشركات التي تستثمر في بنية تحتية قوية تتمتع بقدرة أكبر على الاستفادة من ذكاء الأعمال (البطريق ، ٢٠٢٣).

ب. إدارة البيانات:

تتطلب ذكاء الأعمال قواعد بيانات منظمة تسمح بتجميع البيانات من مصادر مختلفة مثل العملاء، الأسواق، والعمليات الداخلية. توفر هذه القواعد بيانات محدثة يمكن تحليلها بسرعة للحصول على رؤى دقيقة (عبد الرازق، ٢٠٢٢).

ج. الكفاءات التحليلية:

الخبراء القادرون على التعامل مع أدوات ذكاء الأعمال وتحليل البيانات هم جزء حيوي من نجاح أي نظام ذكاء أعمال. هؤلاء الأشخاص يُحولون البيانات إلى معلومات قابلة للتنفيذ (Rabetino et al., 2024).

د. التكامل بين الأنظمة:

تكامل الأنظمة مثل ERP (أنظمة تخطيط الموارد) وCRM (إدارة علاقات العملاء) يضمن توافر معلومات موحدة ودقيقة تُسهم في تحسين كفاءة العمليات والتحليل (Niu et al., 2021).

ثانيًا: التحول نحو الاقتصاد الرقمي

١. مفهوم التحول نحو الاقتصاد الرقمي

يشير التحول نحو الاقتصاد الرقمي إلى عملية انتقال الأنشطة الاقتصادية من النماذج التقليدية المعتمدة على الوسائل المادية إلى نماذج معتمدة على التكنولوجيا الرقمية. يتضمن هذا التحول تبني الأدوات والتقنيات الرقمية لتطوير وتحسين جميع الأنشطة الاقتصادية، بما في ذلك الإنتاج، التوزيع، الاستهلاك، وإدارة الموارد والخدمات. (دريد ، ٢٠٢٤).

ويعرف (صالح ، ٢٠٢٤) الاقتصاد الرقمى على أنه النظام الاقتصادي الذي يعتمد على التقنيات الرقمية مثل الإنترنت، البيانات الضخمة، الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية لتعزيز كفاءة الإنتاج، تقديم الخدمات، وابتكار نماذج الأعمال الجديدة في مختلف الصناعات.

ويرى (عبد السميع وعبد الحليم، ٢٠٢٣) بأن الاقتصاد الرقمى هو الاقتصاد الذي يعتمد على دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب الأنشطة الاقتصادية، بما في ذلك الإنتاج، الاستهلاك،

التجارة، والتعليم، بهدف تحسين الفعالية والكفاءة في العمليات الاقتصادية وتعزيز القدرة التنافسية.

ويشير الإقتصاد الرقمى إلى التفاعل الاقتصادي الذي يتم بواسطة التقنيات الرقمية مثل الإنترنت وتطبيقات البرمجيات التي تتيح للأفراد والشركات إجراء المعاملات، وتبادل البيانات، وتطوير نماذج عمل مبتكرة من خلال استخدام هذه الأدوات الرقمية.(يوسف ، ٢٠٢٤)

ويرى (القحطانى ، ٢٠٢٤) بأنه الاقتصاد الذي يعتمد على تبادل البيانات والمعلومات من خلال البنية التحتية الرقمية مثل الإنترنت والأنظمة السحابية، حيث يساهم في تحسين الأعمال التجارية من خلال تقنيات مبتكرة وتوفير الخدمات الرقمية للأفراد والشركات.

ويعرفه (Raihan, 2024) بأنه تحول الأنشطة الاقتصادية إلى منصات رقمية تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) بهدف زيادة الإنتاجية، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز الوصول إلى الأسواق العالمية من خلال الخدمات الرقمية المتقدمة.

٢. العناصر الأساسية للاقتصاد الرقمي

أ. البنية التحتية الرقمية:

تشمل البنية التحتية الرقمية إنشاء شبكات إنترنت قوية تدعم الاتصال السريع والمستدام. مثال: شبكات الجيل الخامس (5G) التي تُعزز سرعة الاتصال، مما يُتيح تجربة أفضل للمستخدمين في تطبيقات مثل الواقع الافتراضي والتعليم عبر الإنترنت (Pan et al., 2022).

ب. رأس المال البشري الرقمي:

يشير إلى قوة العمل المؤهلة لاستخدام التكنولوجيا الحديثة. في الاقتصاد الرقمي، يعتمد نجاح المؤسسات على تدريب العاملين على استخدام أدوات مثل برامج تحليل البيانات. مثال: مبادرات Google التي تُقدم دورات تدريبية مجانية لتمكين الأفراد من المهارات الرقمية (عبدالله وأخرون ، ٢٠٢٤).

ج. الابتكار التكنولوجي:

يعتمد الاقتصاد الرقمي على تطوير حلول تقنية مبتكرة تُغير قواعد اللعبة. مثال: تطوير تطبيقات البنوك الرقمية التي تسمح للعملاء بإجراء جميع معاملاتهم المالية عبر هواتفهم المحمولة دون الحاجة إلى زيارة الفروع (Bharadiya, 2023).

د. السياسات والتشريعات الرقمية:

تلعب القوانين دورًا حاسمًا في تعزيز الأمان والابتكار. مثال: قوانين حماية البيانات (GDPR) في الاتحاد الأوروبي، التي تضمن خصوصية بيانات المستخدمين وتحفز الشركات على تحسين أنظمتها الرقمية (القحطاني، ٢٠٢٤).

هـ. التطبيقات الرقمية:

تتضمن التطبيقات الرقمية أنظمة مثل Zoom التي مكّنت التواصل عن بُعد، مما غيّر طريقة عمل المؤسسات التعليمية والشركات خلال فترة الجائحة (عبد الرازق، ٢٠٢٢).

٣. فوائد التحول نحو الاقتصاد الرقمي

أ. زيادة الإنتاجية:

تقلل الأدوات الرقمية مثل الأتمتة والذكاء الاصطناعي من الأخطاء البشرية وتزيد من كفاءة العمليات. مثال: استخدام الروبوتات البرمجية لمعالجة آلاف المعاملات المصرفية يوميًا بسرعة ودقة (Rabetino et al., 2024).

ب. تحسين تجربة العملاء:

تُساعد التقنيات الرقمية الشركات على تقديم خدمات مخصصة. مثال: Netflix يستخدم تحليل البيانات لتقديم توصيات تتناسب مع تفضيلات كل مستخدم، مما يزيد من ولاء العملاء (Niu et al., 2021).

ج. تعزيز الابتكار:

تُحفز البيئة الرقمية الابتكار في تقديم الخدمات. مثال: تطبيقات الرعاية الصحية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي لتشخيص الأمراض من الصور الطبية تُظهر كيف يُمكن للتكنولوجيا تحسين حياة الناس (Chen,2020).

د. الوصول إلى الأسواق العالمية:

يمكن للشركات الوصول إلى العملاء في جميع أنحاء العالم بسهولة وذلك من خلال التجارة الإلكترونية،. فهناك منصات مثل Etsy تُوفر للبائعين المحليين فرص لعرض منتجاتهم عالميًا، مما يُعزز فرص النمو (Xia et al.,2023).

هـ. تحسين الكفاءة التشغيلية:

تُتيح التكنولوجيا الرقمية للشركات تحسين عملياتها وتقليل الهدر. مثال: أنظمة إدارة المخزون الآنية التي تُساعد في تجنب نفاد المنتجات أو التخزين الزائد (المنشاوى ، ٢٠٢٤).

٤. العلاقة بين ذكاء الأعمال والتحول نحو الاقتصاد الرقمي

أ. تكامل البيانات وتحليلها:

يُعتبر ذكاء الأعمال أساسًا للتحول الرقمي، حيث يُساعد في تحليل البيانات لاتخاذ قرارات مدروسة. مثال: يمكن لشركات الطيران استخدام ذكاء الأعمال لتحديد المسارات الأكثر ربحية وتحسين أوقات الرحلات (Young,2024).

ب. التنبؤ بسلوك الأسواق:

يمكن التنبؤ بتغيرات السوق بناءً على اتجاهات البيانات وذلك من خلال استخدام تقنيات ذكاء الأعمال، والتي تتيح من خلالها توقع ارتفاع الطلب على منتجات معينة خلال المواسم (Pan et al., 2022).

ج. تعزيز القرارات الاستراتيجية:

يُمكن للمؤسسات اتخاذ قرارات تعتمد على البيانات من خلال تقنيات ذكاء الأعمال. ويظهرذلك من خلال تحديد الأسواق الناشئة التي يجب استهدافها باستخدام التحليلات الجغرافية (Chen et al., 2021).

د. تحسين الابتكار الرقمي:

يُتيح ذكاء الأعمال فهم عميق لاحتياجات العملاء، مما يُساعد على تطوير منتجات رقمية مبتكرة مثل تطبيقات الخدمات المصرفية الرقمية (القحطاني، ٢٠٢٤).

ثالثاً: الابتكار في الخدمات الرقمية

١. مفهوم الابتكار في الخدمات الرقمية:

الابتكار في الخدمات الرقمية هو تطوير حلول رقمية لتحسين تجربة المستخدم وتعزيز الكفاءة. تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تُساعد على تقديم الدعم الفني التلقائي مثل روبوتات المحادثة (Chatbots) هي أمثلة واضحة على ذلك (Opazo-Basáez, Vendrell-Herrero, & Bustinza, 2022). تعتبر هذه التطبيقات جزءًا من التحول التكنولوجي الذي يعيد تعريف مفهوم الابتكار في تقديم الخدمات، مما يعزز من القيمة المقدمة للمستخدمين.

يشير تعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية إلى يات والاستراتيجيات التي تساهم في تطوير وتحسين الخدمات الرقمية عبر استخدام تكنولوجيا المعلومات والتقنيات الحديثة. يشمل هذا الابتكار تحسين يات، خلق منتجات وخدمات جديدة، وتقديم تجارب متقدمة للعملاء، مما يساعد المؤسسات على التكيف مع التغيرات السريعة في البيئة الرقمية وزيادة قدرتها التنافسية. يتمثل الهدف في تمكين الشركات من تقديم حلول رقمية مبتكرة تساهم في التكامل التقني في العمليات الداخلية وتعزيز كفاءة الأداء المؤسسي(Eckert & Hüsig, 2022)

٢. أهمية تعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية:

- تحسين الكفاءة:

يُحسن الابتكار الرقمي العمليات الداخلية للشركات، مما يُقلل التكاليف ويزيد الإنتاجية. ومن أمثلة ذلك استخدام الأتمتة في معالجة الطلبات بدلاً من التدخل اليدوي (Eckert & Hüsig, 2022). يُسهم هذا النوع من الابتكار في تسريع العمليات وتقليل الأخطاء البشرية.

- توفير خدمات مخصصة:

الابتكار الرقمي يسمح بفهم أفضل للعملاء من خلال تحليل بياناتهم. البنوك الرقمية التي تُقدم خدمات مخصصة مثل خطط الادخار المبنية على دخل العميل وسلوكه المالي هي إحدى الأمثلة التي تبرز كيف أن الابتكار الرقمي يُحسن من تجربة العميل ويوفر حلولًا مخصصة تتناسب مع احتياجاته الفردية (Rabetino et al., 2024).

- تعزيز التنافسية:

الشركات التي تعتمد الابتكار الرقمي تكون أكثر قدرة على المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية. على سبيل المثال، منصات مثل Uber وAirbnb تعتبر من نماذج الابتكار الرقمي التي قدمت حلولًا جديدة وجذبت عملاء جدد عبر تقديم خدمات مرنة ومتوافقة مع احتياجاتهم في وقت قياسي (Soto Setzke, et al., 2023).

٣. أبعاد تعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية

- أ. التصميم المبتكر للخدمات:

تطوير خدمات جديدة تُركز على تلبية احتياجات العملاء، مثل تطبيقات حجز المواعيد في المستشفيات التي تُقلل من فترات الانتظار، مما يوفر تجربة سلسة للعملاء (Marić, et al., 2024).

ويعتبر هذا التصميم المبتكر جزءًا من الاتجاه العام نحو تسريع التحول الرقمي في مختلف القطاعات.

- ب. التكامل التقني في العمليات الداخلية:

دمج الأدوات الرقمية في العمليات الداخلية يُحسن من الكفاءة التشغيلية. مثال على ذلك هو استخدام أنظمة إدارة الموارد المؤسسية (ERP) لتوحيد العمليات بين الإدارات المختلفة، مما يُحسن من التنسيق ويُقلل من الازدواجية في العمل (Opazo-Basáez, Vendrell-Herrero, & Bustinza, 2022).

- ج. التميز في تجربة العاملين الرقميين:

تزويد العاملين بأدوات تقنية تُسهل عليهم أداء مهامهم وتُعزز من إنتاجيتهم. على سبيل المثال، توفير لوحات تحكم رقمية تساعد المدراء على متابعة أداء فرق العمل بشكل فوري يُعزز من الكفاءة داخل بيئة العمل ويُحسن الأداء العام للمؤسسات (Eckert & Hüsig, 2022).

مما سبق يرى الباحثون أن ذكاء الأعمال تعتبر أداة استراتيجية لتمكين التحول نحو الاقتصاد الرقمي من خلال تقديم رؤى قائمة على البيانات تساعد في تحسين الكفاءة التشغيلية، الابتكار في المنتجات والخدمات، والتكامل التقني في العمليات الداخلية. كما أنها تسهم في تحقيق التكامل الرقمي والاستجابة السريعة لتغيرات السوق، مما يعزز من قدرة المؤسسات على المنافسة في الاقتصاد الرقمي، كما أن هذه العلاقة الوثيقة تجعل من ذكاء الأعمال ركيزة أساسية في استراتيجيات التحول نحو الاقتصاد الرقمي، مما يمكن المؤسسات من التكيف مع التغيرات الرقمية المتسارعة وتعظيم الاستفادة من التكنولوجيا لتحسين أدائها.

خامساً : حدود البحث

الحدود المكانية: البنك التجاري الدولي (CIB)

الحدود الزمانية: فتره تجميع الدراسة التطبيقية وقدرها ثلاث شهور

الحدود البشرية: العاملين بالبنك التجاري الدولي(CIB)

سادساً : أسلوب البحث

يشمل أسلوب البحث المتغيرات التي يحتويها البحث الحالي علاوة على أساليب قياسها، والأساليب الإحصائية اللازمة لتحليل البيانات واختبار الفروض، وذلك على النحو التالي:

١. متغيرات البحث وأساليب قياسها:

١,١. ذكاء الأعمال (المتغير المستقل): وتم قياسه باستخدام مقياس (عبد الرازق ، ٢٠٢٢) حيث اشتمل على ثلاثة أبعاد أساسية وهم (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار)، وتم قياس المتغير من خلال (١٨) عبارة.

٢,١. التحول نحو الاقتصاد الرقمي (المتغير الوسيط): وتم قياسه باستخدام مقياس (رجائى ، ٢٠٢٤)، حيث اشتمل المتغير على ثلاثة أبعاد رئيسية وهم (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي)، وقد تم قياسه من خلال (١٥) عبارة.

٣,١. تعزيز الابتكار الرقمي (المتغير التابع): وتم قياسه بواسطة مقياس (Soto Setzkeetal.,2023) وقد تم قياسه من خلال (١٢) عبارة.

٢- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الاحصائية المتمثلة في:

- **الأساليب الإحصائية الوصفية:** حيث تم الاعتماد على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس مدى تشتت وتنوع الإجابات بين أفراد العينة فيما يتعلق بالمتغيرات المدروسة.
- **الأساليب الإحصائية الاستدلالية :** حيث اعتمد الباحثون في اختبار الفروض على الأساليب التالية:
  - **مقاييس الصدق والثبات :** تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس صدق وثبات الاستبيان، بهدف التأكد من مدى اتساق العبارات المطروحة مع العينة المستهدفة.
  - **معاملات الارتباط :** تم تطبيق تحليل الارتباط لتحديد وجود علاقات بين المتغيرات المختلفة في الدراسة.
  - **معاملات الانحدار :** تم استخدام تحليل الانحدار لفحص مدى تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة.
  - **تحليل المسار :** تم استخدام تحليل المسار لدراسة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع والمتغير الوسيط

وقد استخدم الباحثون تلك الأساليب في تقديم تحليل شامل ودقيق للعلاقات بين المتغيرات المدروسة ودعم تفسير نتائج الدراسة.

سابعاً : نتائج البحث

١. اختبار صدق وثبات المقياس:

استخدم الباحثون اختبار ألفا كرونباخ لاختبار ثبات مقاييس المتغيرات، وتوضح بيانات الجدول (٣) قيم معاملات الثبات والصدق الذاتي للاستبيان وذلك كما يلي:

جدول (٣): قيم معاملات الثبات والصدق الذاتي للاستبيان

أبعاد المتغير المستقل	معامل الثبات	معامل الصدق الذاتي	أبعاد المتغير الوسيط	معامل الثبات	معامل الصدق الذاتي	أبعاد المتغير التابع	معامل الثبات	معامل الصدق الذاتي
جمع البيانات وتحليلها	٠,٧٨٤	٠,٨٨٥	البنية التحتية الرقمية	٠,٧٤٢	٠,٨٦١	التصميم المبتكر للخدمات	٠,٧٣١	٠,٨٥٥
التنقيب عن البيانات	٠,٨١١	٠,٩٠٠	تجربة العاملين الرقمية	٠,٧٧٤	٠,٨٨٠	التكامل التقني في العمليات الداخلية	٠,٨٠٦	٠,٨٩٧
دعم اتخاذ القرار	٠,٨٢٤	٠,٩٠٧	الابتكار التكنولوجي	٠,٨٣٧	٠,٩١٤	التميز في تجربة العاملين الرقمية	٠,٧٢٧	٠,٨٥٢

المصدر: من إعداد الباحثين من نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

ويتضح من الجدول (٣) ما يلي:

- بالنسبة لمقياس ذكاء الأعمال والذي يمثل المتغير المستقل اتضح أن قيم معامل ألفا كرونباخ لجميع الأبعاد قد تجاوزت ٠,٧٠ وهي الحد الأدنى لقبول واعتماد ثبات المقياس، حيث تراوحت قيم معامل الثبات لجميع الأبعاد من ٠,٧٨٤: ٠,٨٢٤ وهو ما يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقياس.
- وفيما يخص مقياس المتغير الوسيط (التحول نحو الاقتصاد الرقمي) فقد تخطت قيم معامل ألفا كرونباخ لجميع أبعاد المتغير ٠,٧٠ وهي القيمة الأدنى لقبول واعتماد ثبات المقياس، حيث تراوحت قيم معامل الثبات لجميع الأبعاد ما بين (٠,٧٤٢: ٠,٨٣٧) وهو ما يوضح وجود درجة مرتفعة من الاعتمادية على المقياس.

- أما بالنسبة لمقياس تعزيز الابتكار الرقمي والذي يمثل المتغير التابع، اتضح أن قيم معامل ألفا كرونباخ لجميع الأبعاد قد تجاوزت ٠,٧٠ وتراوحت ما بين (٠,٧٢٧: ٠,٨٠٦) وهي وهذا ما يشير إلى وجود درجة عالية من الاعتمادية على المقياس.
- وفى ضوء ذلك، يتضح أن جميع المقاييس المستخدمة لقياس متغيرات البحث تحظى بصدق وثبات مرتفع.

٢. التحليل الوصفي لمتغيرات و أبعاد البحث:

يحتوي البحث على ثلاث متغيرات أساسية وهم ذكاء الأعمال والذي يتضمن ثلاثة أبعاد (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار)، إلى جانب التحول نحو الاقتصاد الرقمي والذي يمثل المتغير الوسيط والذي يتضمن ثلاثة أبعاد (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي)، وأخيراً تعزيز الابتكار الرقمي والذي يمثل المتغير التابع بأبعاده الثلاثة (التصميم المبتكر للخدمات، التكامل التقني في العمليات الداخلية، التميز في تجربة العاملين الرقمية)، ويمكن عرض نتائج التحليل الوصفي لهذه المتغيرات كما في الجدول (٤) وذلك كما يلي:

جدول (٤): التحليل الوصفي لمتغيرات وأبعاد البحث (ن= ٣٢١)

المتغيرات	الأبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ذكاء الأعمال	جمع البيانات وتحليلها	٠,٣٤١	٠,٨٢٧
	التنقيب عن البيانات	٠,٣٣٢	٠,٧٤٢
	دعم اتخاذ القرار	٠,٣٧٤	٠,٩٢٦
التحول نحو الاقتصاد الرقمي	البنية التحتية الرقمية	٠,٣٨٢	٠,٦٢٨
	تجربة العاملين الرقمية	٠,٤١٤	١,٠٥٧
	الابتكار التكنولوجي	٠,٤٢٧	٠,٩٤٧

المتغيرات	الأبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تعزيز الابتكار الرقمي	التصميم المبتكر للخدمات	٠,٣١٣	٠,٧٧٢
	التكامل التقني في العمليات الداخلية	٠,٣٣٨	١,١٢٤
	التميز في تجربة العاملين الرقمية	٠,٣٢٧	٠,٨٨٧

المصدر: من نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS

ويتضح من الجدول (٤) ما يلي:

- تراوحت قيم الوسط الحسابي لأبعاد ذكاء الأعمال ما بين (٠,٣٣٢: ٠,٣٧٤)، حيث حصل التنقيب عن البيانات على القيمة الأدنى للوسط الحسابي بين جميع الأبعاد والتي بلغت ٠,٣٣٢ ، بينما حصل دعم اتخاذ القرار على أعلى قيمة للوسط الحسابي بين جميع الأبعاد حيث بلغت قيمته ٠,٣٧٤ ، وهو ما يشير إلى توافر أبعاد ذكاء الأعمال بين العاملين بفروع البنك التجاري الدولي (CIB) بمحافظة الغربية بدرجة متوسطة.
- حصلت أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي على متوسطات تراوحت ما بين (٠,٣٨٢: ٠,٤٢٧)، حيث حصل البنية التحتية الرقمية على القيمة الأدنى للوسط الحسابي بلغت ٠,٣٨٢ , فيما حصل الابتكار التكنولوجي على القيمة الأعلى للوسط الحسابي وقد بلغت ٠,٤٢٧ ، وهو ما يشير إلى توافر أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي بين العاملين بفروع البنك التجاري الدولي (CIB) بمحافظة الغربية بدرجة متوسطة.
- سجلت أبعاد تعزيز الابتكار الرقمي وسط حسابي تراوح ما بين (٠,٣١٣: ٠,٣٣٨)، حيث حصل التصميم المبتكر للخدمات على القيمة الأدنى للوسط الحسابي والتي بلغت ٠,٣١٣ ، في حين حصل التكامل التقني في العمليات الداخلية على القيمة الأعلى

للوسط الحسابي بلغت قيمته ٠,٣٣٨, وهو ما يشير إلى العاملين بفروع البنك التجاري الدولي (CIB) بمحافظة الغربية بدرجة متوسطة.

٣. اختبار فروض البحث:

١,٣. اختبار الفرض الأول: قام الباحثون باختبار هذا الفرض باستخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لمعرفة تأثير أبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على أبعاد تعزيز الابتكار الرقمي، وذلك كما في الجدول (٥) كما يلي:

جدول (٥): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد ذكاء الأعمال على أبعاد تعزيز الابتكار الرقمي

الفرض	المتغيرات التابعة	المتغيرات المستقلة	B	Beta	T	Sig	معامل دعم اتخاذ القرار R^2	F (Sig)
ف١/١	التصميم المبتكر للخدمات	جمع البيانات وتحليلها	١,٢٤٢	٠,٦٢٤	٢,٤٥٧	٠,٠٠	٠,٥١٣	١٨,٢١٤** (٠,٠٠)
		التنقيب عن البيانات	٠,٠٨٢٤	٠,٤٢٢	١,٨٢٤	٠,٠٢		
		دعم اتخاذ القرار	٠,٠٩٤٧	٠,٨٥١	٣,١٢٦	٠,٠٠		
ف٢/١	التكامل التقني في	جمع البيانات وتحليلها	٠,٠٧٧٤	٠,٥٢٤	١,٠٢٤	٠,٠٧٢١	٠,٤٧١	٢٧,٥٤٣*** (٠,٠٠٠)

الفرض	المتغيرات التابعة	المتغيرات المستقلة	B	Beta	T	Sig	معامل دعم اتخاذ القرار R^2	F (Sig)
	العمليات الداخلية	التنقيب عن البيانات	٠,٠٨٢٦	٠,٤٢٤	١,٥٢٢	٠,٠٠٠		
		دعم اتخاذ القرار	١,١٠٥	٠,٧٦١	٢,١١٦	٠,٠٠٠		
ف٣/١	التميز في تجربة العاملين الرقمية	جمع البيانات وتحليلها	٠,٠٣٥٢	٠,٣٢٧	١,٠٢١	٠,٠٨٣	٠,٢٠١	٦,٨٢١
		التنقيب عن البيانات	٠,٠٦٢١	٠,١٤٨	١,١٢٨	٠,١٢٥		
		دعم اتخاذ القرار	٠,٠٢١٦	٠,٢٧٧	١,٠٤٨	٠,٠٩١		

المصدر: من إعداد الباحثين من نتائج التحليل الإحصائي.

** = مستوى معنوية = ٠,٠٠١, *** مستوى معنوية = ٠,٠٠٠

ويتضح من الجدول (٥) ما يلي:

- يوجد تأثير معنوي إيجابي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة على التصميم المبتكر للخدمات، حيث بلغت قيمة F ١٨,٢١٤, **وهو ما يعني قبول الفرض الفرعي الأول.**
- يوجد تأثير معنوي إيجابي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة على التكامل التقني في العمليات الداخلية، حيث بلغت قيمة F ٢٧,٥٤٣.

- لا يوجد تأثير معنوي إيجابي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة على التميز في تجربة العاملين الرقمية، **وهو ما يشير إلى رفض الفرض الفرعي الثالث.**
- تفسر أبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة حوالي ٥١٪ من التغير الحادث في التصميم المبتكر للخدمات، حيث أن قيمة معامل دعم اتخاذ القرار R^2 تساوى ٠,٥١٣، وهو ما يعنى أن النسبة المتبقية من التغير الحادث في المتغير التابع حوالي ٤٩٪ تفسرها متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الانحدارالحالي وبعض الأخطاء العشوائية الناتجة عن عدم دقة النتائج.
- تفسر أبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة حوالي ٤٧٪ من التغير الحادث في التكامل التقني في العمليات الداخلية، حيث أن قيمة معامل دعم اتخاذ القرار R^2 تساوى ٠,٤٧١، وهو ما يعنى أن النسبة المتبقية من التغير الحادث في المتغير التابع حوالي ٥٣٪ تفسرها متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الانحدار الحالي وبعض الأخطاء العشوائية الناتجة عن عدم دقة النتائج.
- يوجد تأثير معنوي إيجابي لكلٍ من (التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على التكامل التقني في العمليات الداخلية.
- لا يوجد تأثير معنوي لجمع البيانات وتحليلها على التكامل التقني في العمليات الداخلية، **مما يعنى قبول الفرض الفرعي الثاني جزئياً.**
- مما سبق يتضح أنه: يوجد تأثير معنوي لبعض أبعاد ذكاء الأعمال على تعزيز الابتكار الرقمي، **مما يشير إلى قبول الفرض الأول جزئياً.**

٢,٣. اختبار الفرض الثاني: قام الباحثون باستخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لقياس تأثير أبعاد ذكاء الأعمال على أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي وذلك كما يلي:

جدول (٦): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لذكاء الأعمال على التحول نحو الاقتصاد الرقمي

الفرض	المتغيرات التابعة	المتغيرات المستقلة	B	Beta	T	Sig	معامل دعم اتخاذ القرار R^2	F (Sig)
ف١/٢	البنية التحتية الرقمية	جمع البيانات وتحليلها	٠,٠٦٢	-٠,٥٥٢	٢,٠١٤	٠,٠٧٢	٠,٥٢١	*٦,٢١٧
		التنقيب عن البيانات	٠,١٠٣	-٠,٤٢٤	١,١٢٢	٠,٠٨٨		
		دعم اتخاذ القرار	٠,٠٨٤	-٠,٦٦٢	٢,٣٢٣	٠,٠٣٢		
ف٢/٢	تجربة العاملين الرقمية	جمع البيانات وتحليلها	٠,٩٢١	-٠,٧٢٢	٣,٠٢٤	٠,٠٢٧	٠,٤٤٨	*١١,٥٢٨
		التنقيب عن البيانات	١,٠٢٢	-٠,٥٢١	٢,١١٤	٠,١٢٤		
		دعم اتخاذ القرار	١,٠٥١	-٠,٣٢١	٢,٠٢٧	٠,٠٩٢٧		
ف٣/٢	الابتكار التكنولوجي	جمع البيانات وتحليلها	٠,٠٧٧	-٠,٤٥٤	١,٠٢٨	٠,٠٨٢	٠,٤٢٢	*٩,٢٢٦
		التنقيب عن البيانات	١,٠٢٧	-٠,٦٢٦	٢,٢١٣	٠,٢٠١		
		دعم اتخاذ القرار	١,٠٦٦	-٠,٥٢١	١,٥٢١	٠,٠٤١		

المصدر: من إعداد الباحثين من نتائج التحليل الإحصائي.

* = مستوى معنوية < ٠,٠٥

ويتضح من الجدول (٦) ما يلي:

- يوجد تأثير معنوي سلبي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة على البنية التحتية الرقمية، حيث بلغت قيمة F ٦,٢١٧.
- يوجد تأثير معنوي سلبي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة على تجربة العاملين الرقمية، حيث بلغت قيمة F ١١,٥٢٨.
- يوجد تأثير معنوي سلبي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة على الابتكار التكنولوجي، حيث بلغت قيمة F ٩,٢٢٦.
- تفسر أبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة حوالي ٥٢٪ من التغير الحادث في البنية التحتية الرقمية، حيث إن قيمة معامل دعم اتخاذ القرار R^2 تساوى ٠,٥٢١، وهو ما يعنى أن النسبة المتبقية من التغير الحادث في المتغير التابع حوالي ٤٨٪ تفسرها متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الانحدار الحالي وبعض الأخطاء العشوائية الناتجة عن عدم دقة النتائج.
- تفسر أبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة حوالي ٤٥٪ من التغير الحادث في تجربة العاملين الرقمية، حيث إن قيمة معامل دعم اتخاذ القرار R^2 تساوى ٠,٤٤٨، وهو ما يعنى أن النسبة المتبقية

من التغير الحادث في المتغير التابع حوالي ٥٥٪ تفسرها متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الانحدار الحالي وبعض الأخطاء العشوائية الناتجة عن عدم دقة النتائج.

- تفسر أبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) مجتمعة حوالي ٤٢٪ من التغير الحادث في الابتكار التكنولوجي، حيث إن قيمة معامل دعم اتخاذ القرار R^2 تساوى ٠,٤٢٢، وهو ما يعنى أن النسبة المتبقية من التغير الحادث في المتغير التابع حوالي ٥٨٪ تفسرها متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الانحدار الحالي وبعض الأخطاء العشوائية الناتجة عن عدم دقة النتائج.
- يوجد تأثير معنوي سلبي للتحدي على البنية التحتية الرقمية، وكذلك يوجد تأثير معنوي سلبي لجمع البيانات وتحليلها على تجربة العاملين الرقمية، كما يوجد تأثير معنوي سلبي للتحدي على الابتكار التكنولوجي.
- لا يوجد تأثير معنوي للأبعاد (جمع البيانات وتحليلها والتنقيب عن البيانات) على البنية التحتية الرقمية، كما لا يوجد تأثير معنوي للأبعاد (التنقيب عن البيانات ودعم اتخاذ القرار) على تجربة العاملين الرقمية، كذلك لا يوجد تأثير معنوي للأبعاد (جمع البيانات وتحليلها والتنقيب عن البيانات) على الابتكار التكنولوجي. **وهو ما يشير إلى قبول الفروض الفرعية الثلاثة جزئياً.**
- مما سبق يتضح أنه: يوجد تأثير معنوي سلبي لبعض أبعاد ذكاء الأعمال على بعض أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي، **مما يعنى قبول الفرض الثاني جزئياً.**

٣,٣. **اختبار الفرض الثالث**: استخدم الباحثون تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لقياس تأثير أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي على أبعاد تعزيز الابتكار الرقمي، وذلك كما هو موضح بالجدول (٧) التالي:

جدول (٧): نتائج تحليل الانحدار المتعدد للتحول نحو الاقتصاد الرقمي على تعزيز الابتكار الرقمي

الفرض	المتغيرات التابعة	المتغيرات المستقلة	B	Beta	T	Sig	معامل دعم اتخاذ القرار R^2	F (Sig)
ف١/٣	التصميم المبتكر للخدمات	البنية التحتية الرقمية	١,١٥٠	-٠,٤٢٤	٢,٠١٤	٠,٠٠٠	٠,٥٧٨	٢٤,٢٢٨*** (٠,٠٠٠)
		تجربة العاملين الرقمية	٠,٠٨٢٧	-٠,٣٢٢	٣,١٢١	٠,٠٠		
		الابتكار التكنولوجي	١,٠٢٣	-٠,٥٢٢	١,٢٤٤	٠,٠٠٠		
ف٢/٣	التكامل التقني في العمليات الداخلية	البنية التحتية الرقمية	٠,٠٧٤٨	-٠,٢١١	٢,١٢٦	٠,٠٠٠	٠,٦٣٨	٣٢,٥٨١*** (٠,٠٠٠)
		تجربة العاملين الرقمية	١,١٤٤	-٠,٣٢٤	٢,٠٤٥	٠,٠٠٠		
		الابتكار التكنولوجي	١,٠٣٧	-٠,٤٤٧	١,٣٢٨	٠,٠٠		
ف٣/٣	التميز في تجربة العاملين الرقمية	البنية التحتية الرقمية	١,١١٨	-٠,٥٢٧	٣,١٤٢	٠,٠٠	٠,٠٦٨٨	٢٧,٦٦٢*** (٠,٠٠٠)
		تجربة العاملين الرقمية	٠,٠٦٢١	-٠,٤٧٣	٢,٤٢٠	٠,٠٠٠		
		الابتكار التكنولوجي	١,٠٥٥	-٠,٥١٧	٢,٠٤١	٠,٠٠٠		

المصدر: من إعداد الباحثين من نتائج التحليل الإحصائي.

*** = مستوى معنوية = ٠,٠٠٠١

ويتضح من الجدول (٧) ما يلي:

- يوجد تأثير معنوي سلبي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) مجتمعة على التصميم المبتكر للخدمات، حيث بلغت قيمة F ٢٤,٢٢٨، **وهو ما يعنى قبول الفرض الفرعي الأول.**
- يوجد تأثير معنوي سلبي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) مجتمعة على التكامل التقني في العمليات الداخلية، حيث بلغت قيمة F ٣٢,٥٨١، **وهو ما يعنى قبول الفرض الفرعي الثاني.**
- يوجد تأثير معنوي سلبي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) مجتمعة على التميز في تجربة العاملين الرقمية، حيث بلغت قيمة F ٢٧,٦٦٢، **وهو ما يشير إلى قبول الفرض الفرعي الثالث.**
- تفسر أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) مجتمعة حوالي ٥٨٪ من التغير الحادث في التصميم المبتكر للخدمات، حيث أن قيمة معامل دعم اتخاذ القرار R^2 تساوى ٠,٥٧٨، وهو ما يعنى أن النسبة المتبقية من التغير الحادث في المتغير التابع حوالي ٤٢٪ تفسرها متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الانحدار الحالي وبعض الأخطاء العشوائية الناتجة عن عدم دقة النتائج.

- تفسر أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) مجتمعة حوالي ٦٤٪ من التغير الحادث في التكامل التقني في العمليات الداخلية، حيث أن قيمة معامل دعم اتخاذ القرار R^2 تساوى ٠,٦٣٨، وهو ما يعنى أن النسبة المتبقية من التغير الحادث في المتغير التابع حوالي ٣٦٪ تفسرها متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الانحدار الحالي وبعض الأخطاء العشوائية الناتجة عن عدم دقة النتائج.
- تفسر أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) مجتمعة حوالي ٦٩٪ من التغير الحادث في التميز في تجربة العاملين الرقمية، حيث أن قيمة معامل دعم اتخاذ القرار R^2 تساوى ٠,٦٨٨، وهو ما يعنى أن النسبة المتبقية من التغير الحادث في المتغير التابع حوالي ٣١٪ تفسرها متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الانحدار الحالي وبعض الأخطاء العشوائية الناتجة عن عدم دقة النتائج.
- مما سبق يتضح أنه: يوجد تأثير معنوي سلبي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي على جميع أبعاد تعزيز الابتكار الرقمي، **مما يعنى قبول الفرض الثالث.**

٤,٣. **اختبار الفرض الرابع**: قام الباحثون باستخدام أسلوب تحليل المسار لاختبار التأثير غير المباشر لأبعاد ذكاء الأعمال على تعزيز الابتكار الرقمي من خلال توسيط التحول نحو الاقتصاد الرقمي، ويمكن توضيح ذلك كما في الجدول (٨) على النحو التالي:

جدول (٨): نتائج اختبار التأثير غير المباشر بين المتغيرات

الفرض	المتغيرات			التأثير غير المباشر	
	المستقل	الوسيط	التابع	قيمة معامل المسار	P-Value
ف١/٤	جمع البيانات وتحليلها		تعزيز الابتكار الرقمي	٠,٢٤٧**	٠,٠٠
ف٢/٤	التنقيب عن البيانات			٠,٠٦٨	٠,٠٩١

ف٣/٤	دعم اتخاذ القرار	التحول نحو الاقتصاد الرقمي		**٠,١٩٢	٠,٠٣١

المصدر: من إعداد الباحثين من نتائج التحليل الإحصائي باستخدام AMOS

** = مستوى معنوية = ٠,٠٠١ *مستوى معنوية < ٠,٠٥

ويتضح من الجدول (٨) ما يلي:

- يتوسط التحول نحو الاقتصاد الرقمي العلاقة بين جمع البيانات وتحليلها وتعزيز الابتكار الرقمي عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١ **وهو ما يعنى قبول الفرض الفرعي الأول.**
- يتوسط التحول نحو الاقتصاد الرقمي العلاقة بين تحمل دعم اتخاذ القرار وتعزيز الابتكار الرقمي عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ **وهو ما يعنى رفض الفرض الفرعي الثاني.**
- لا يتوسط التحول نحو الاقتصاد الرقمي العلاقة بين التنقيب عن البيانات وتعزيز الابتكار الرقمي وذلك لأن مستوى المعنوية تجاوز ٠,٠٥ **وهو ما يعنى قبول الفرض الفرعي الثالث.**
- مما سبق يتضح أنه: يتوسط التحول نحو الاقتصاد الرقمي العلاقة بين بعض أبعاد ذكاء الأعمال وتعزيز الابتكار الرقمي، **ولذلك تم قبول الفرض الرابع جزئياً.**

ثامناً : مناقشة النتائج

بعد مراجعة نتائج الدراسات السابقة ومقارنتها بنتائج البحث الحالي، توصل الباحثون إلى ما يلي:

مناقشة النتائج:

١. تأثير ذكاء الأعمال على تعزيز الابتكار الرقمي (الفرض الأول):

تم قبول الفرض جزئيًا، مما يعكس أن بعض أبعاد ذكاء الأعمال تلعب دورًا مهمًا في تعزيز الابتكار الرقمي. يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الدراسات الحديثة مثل دراسة Udeh et al. (2024) التي أكدت على أهمية تحليلات البيانات الضخمة في التنبؤ بالاتجاهات السوقية وتحسين الكفاءة

التشغيلية، مما يساهم في تقديم خدمات مبتكرة. علاوة على ذلك، تطرقت دراسة Bharadiya (2023) إلى دور ذكاء الأعمال في دعم صناع القرار من خلال تعزيز جودة البيانات وسرعتها، وهو ما يمكن أن يكون دافعًا للابتكار الرقمي.لكن القبول الجزئي يشير إلى أن بعض أبعاد ذكاء الأعمال ربما لم تكن مؤثرة كما هو متوقع. قد يكون السبب في ذلك عدم توافر الأدوات التحليلية المتقدمة أو نقص المهارات لدى العاملين، وهي تحديات أشار إليها Tsiu et al. (2024).

٢. تأثير ذكاء الأعمال على التحول نحو الاقتصاد الرقمي (الفرض الثاني):

قبول الفرض جزئيًا يعكس وجود تأثيرات متباينة؛ فبعض أبعاد ذكاء الأعمال أظهرت تأثيرًا سلبيًا على التحول نحو الاقتصاد الرقمي. هذه النتيجة تتماشى مع التحديات التي أظهرتها دراسة Ain et al. (2019)، مثل التحديات التقنية والهيكلية المرتبطة بتبني أنظمة ذكاء الأعمال. وقد تكون العوائق مثل التكلفة المرتفعة لنظم ذكاء الأعمال أو نقص الكفاءات التكنولوجية سببًا في التأثير السلبي. كما أن دراسة (Raihan, 2024) أوضحت أن نقص البنية التحتية والمهارات الرقمية قد يعيق التحول الرقمي، وهو ما يمكن أن يفسر النتائج السلبية لبعض الأبعاد.

٣. تأثير التحول نحو الاقتصاد الرقمي على تعزيز الابتكار الرقمي (الفرض الثالث):

تم قبول الفرض مع التأكيد على وجود تأثير سلبي لجميع أبعاد التحول الرقمي على الابتكار الرقمي. يمكن النظر إلى هذه النتيجة من زاوية أن التحول نحو الاقتصاد الرقمي يتطلب بيئة مواتية وتكنولوجيا متقدمة، كما أشارت دراسة (Faj'ri et al. ,2024) التي أوضحت أن نقص البنية التحتية والمهارات يشكل تحديًا. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون غياب الاستراتيجيات الفعالة لتكامل البنية الرقمية سببًا في التأثير السلبي. دراسة (Pan et al. ,2022) أوضحت أهمية إنشاء بنية تحتية لا مركزية لدعم التحول الرقمي، مما يشير إلى ضرورة معالجة هذه الجوانب لتحسين تأثير التحول الرقمي على الابتكار.

٤. الوساطة بين ذكاء الأعمال والابتكار الرقمي عبر التحول نحو الاقتصاد الرقمي (الفرض الرابع):

تم قبول الفرض جزئيًا، مما يشير إلى أن التحول نحو الاقتصاد الرقمي يلعب دورًا وسيطًا في بعض الأبعاد فقط. هذا يعكس أن التحول الرقمي قد يُمكّن الابتكار في بعض الحالات إذا تم تنفيذ الاستراتيجيات المناسبة.

على سبيل المثال، دراسة (Sun et al. ,2024) أكدت أن تكامل الاقتصاد الرقمي مع الاقتصاد الحقيقي يعزز الابتكار الأخضر، مما يُبرز أهمية وجود استراتيجيات واضحة لدعم هذا التحول. كذلك، دراسة (Basáez et al. , 2024)-Opazo أشارت إلى أهمية إعادة النظر في تصنيفات الابتكار التقليدية لتتكيف مع السياقات الرقمية.

جدول ٩ ملخص للتساؤلات والفروض والأهداف والنتائج

التساؤلات	الأهداف	الفروض	الأسلوب الإحصائي	النتيجة
ماتأثير ذكاء الأعمال على أبعاد الابتكار في الخدمات الرقمية (على التصميم المبتكر للخدمات- التكامل التقني في العمليات الداخلية – التميز في تجربة العاملين الرقمية) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر ؟	تحديد تأثير ذكاء الأعمال على أبعاد الابتكار في الخدمات الرقمية (على التصميم المبتكر للخدمات- التكامل التقني في العمليات الداخلية – التميز في تجربة العاملين الرقمية) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر .	يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على أبعاد تعزيز الابتكار في الخدمات الرقمية (التصميم المبتكر للخدمات، التكامل التقني في العمليات الداخلية، التميز في تجربة العاملين الرقمية) بالبنك التجاري الدولي (CIB)،	**أسلوب تحليل الانحدار**	**قبول الفرض الاول**

التساؤلات	الأهداف	الفروض	الأسلوب الإحصائي	النتيجة
ماتأثير ذكاء الأعمال على أبعاد التحول نحو الإقتصاد الرقمى (البنية التحتية الرقمية - تجربة العاملين الرقمية – الابتكار التكنولوجى) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر ؟	قياس تأثير ذكاء الأعمال على أبعاد التحول نحو الإقتصاد الرقمى (البنية التحتية الرقمية - تجربة العاملين الرقمية – الابتكار التكنولوجى) في البنك التجارى الدولى (cib)في مصر .	يوجد تأثير معنوي يوجد تأثير معنوي لأبعاد ذكاء الأعمال (جمع البيانات وتحليلها، التنقيب عن البيانات، دعم اتخاذ القرار) على أبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) في البنك التجاري الدولي (CIB) محل الدراسة،	**أسلوب تحليل الانحدار**	**قبول الفرض الثانى**
التساؤلات	**الأهداف**	**الفروض**	**الأسلوب الإحصائي**	**النتيجة**
ما تأثير التحول نحو الإقتصاد الرقمى على أبعاد الابتكار في الخدمات الرقمية (على التصميم المبتكر للخدمات- التكامل التقني في العمليات الداخلية – التميز في تجربة العاملين الرقمية) في البنك التجارى الدولى (cib)في مصر ؟	فحص تأثير التحول نحو الإقتصاد الرقمى على أبعاد الابتكار في الخدمات الرقمية (على التصميم المبتكر للخدمات- التكامل التقني في العمليات الداخلية – التميز في تجربة العاملين الرقمية) في البنك التجارى الدولى (cib) في مصر .	يوجد تأثير معنوي لأبعاد التحول نحو الاقتصاد الرقمي (البنية التحتية الرقمية، تجربة العاملين الرقمية، الابتكار التكنولوجي) على أبعاد تعزيز الابتكار الرقمي (التصميم المبتكر للخدمات، التكامل التقني في العمليات الداخلية، التميز في تجربة العاملين الرقمية) بالبنك التجاري الدولي (CIB)،	**أسلوب تحليل الانحدار**	**قبول الفرض الثالث**

التساؤلات	الأهداف	الفروض	الأسلوب الإحصائي	النتيجة
ما التأثير الغير مباشر للتحول نحو الاقتصاد الرقمى في العلاقة بين ذكاء الأعمال والابتكار الرقمى لخدمات البنك التجارى الدولى (cib)في مصر ؟	قياس التأثير الغير مباشر للتحول نحو الاقتصاد الرقمى في العلاقة بين ذكاء الأعمال والابتكار الرقمى لخدمات البنك التجارى الدولى (cib)في مصر .	يوجد تأثير معنوى غير مباشر للتحول نحو الاقتصاد الرقمي في العلاقة بين ذكاء الأعمال و الابتكار الرقمي لخدمات لبنك التجاري الدولي (CIB) في مصر ،	**أسلوب تحليل الانحدار**	**قبول الفرض الرابع**

المصدر من إعداد الباحثين بناء على الدراسات السابقة ونتائج التحليل الاحصائى

حادي عشر: توصيات البحث

في ضوء النتائج التي تم استخراجها من البحث الحالي استطاع الباحثون من القيام بوضع عدد من التوصيات والتي من شأنها أن تساهم في زيادة مستويات تعزيز الابتكار الرقمي وتخفيف حدة التحول نحو الاقتصاد الرقمي بدلالة ذكاء الأعمال، وذلك على النحو التالي:

أ) توصيات لإدارات البنوك:

١. تعزيز الابتكار الرقمي:

- التوصية: على البنوك أن تستثمر بشكل أكبر في الابتكار الرقمي، خاصة في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية والتطبيقات الذكية التي تتيح للعملاء إجراء المعاملات عن بُعد لتحسين تجربة العميل، وتوسيع قاعدة العملاء من خلال تقديم خدمات مرنة ومواكبة للتطورات التكنولوجية.

٢. الاستثمار في الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات:

- التوصية: يجب على البنوك توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة ودعم اتخاذ القرارات، مثل تحسين عمليات التنبؤ بالطلب على المنتجات المصرفية وتحليل سلوك العملاء لتعزيز الكفاءة التشغيلية، ودعم الابتكار في الخدمات المقدمة للعملاء.

٣. تعزيز الأمن السيبراني:

- التوصية: يجب على البنوك الاستثمار في تقنيات الأمان السيبراني المتقدمة لحماية بيانات العملاء والمعاملات المالية من التهديدات المتزايدة في العصر الرقمي. لبناء ثقة العملاء وضمان أمان العمليات المالية.

٤. تطوير تجربة العملاء الرقمية:

- التوصية: العمل على تحسين تجربة العملاء عبر القنوات الرقمية من خلال تطوير واجهات مستخدم سهلة ومرنة، وتوفير خدمات دعم فني مخصصة لتلبية احتياجات العملاء في أي وقت ومن أي مكان، مما يعزز رضا العملاء ويزيد من ولائهم.

٥. توسيع الخدمات المالية الرقمية:

- التوصية: تعزيز نطاق الخدمات المصرفية الرقمية مثل الدفع عبر الهواتف المحمولة، والتطبيقات البنكية، والخدمات المالية المستندة إلى السحابة للوصول إلى شرائح جديدة من العملاء وزيادة الانتشار في الأسواق النامية.

٦. تحقيق التكامل بين الأنظمة:

- التوصية: العمل على تكامل الأنظمة البنكية الداخلية (مثل نظم إدارة علاقات العملاء ERP وCRM) لتوفير بيانات موحدة تساعد في تحسين اتخاذ القرارات لتعزيز التعاون بين الأقسام المختلفة، وزيادة الكفاءة التشغيلية.

٧. التركيز على التطوير المستمر للموارد البشرية:

- التوصية: تدريب وتطوير الموظفين على استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات. لتحسين أداء الفرق، وتمكينهم من العمل بكفاءة أكبر باستخدام الأدوات الرقمية.

٨. تبني استراتيجيات للتحول الرقمي طويل الأمد:

- التوصية: تطوير استراتيجيات طويلة المدى للتحول الرقمي تأخذ في الاعتبار التطورات المستقبلية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لضمان قدرة البنك على التكيف مع التغيرات التكنولوجية المستمرة.

٩. تعزيز الشراكات مع الشركات التكنولوجية:

- التوصية: على البنوك أن تواصل بناء شراكات مع شركات التكنولوجيا الرائدة لتسريع الابتكار ودمج الحلول التكنولوجية المتقدمة في الخدمات المصرفية لتحسين قدرتها على تقديم حلول مبتكرة وذات قيمة للعملاء.

١٠. الاهتمام بالاستدامة المالية والخدمات الخضراء:

- التوصية: تطوير منتجات وخدمات مصرفية تدعم الاستدامة المالية مثل القروض الخضراء، والاستثمارات في المشاريع البيئية لتعزيز الصورة المؤسسية للبنك والمساهمة في الاستدامة البيئية، مما يُزيد من جاذبية البنك للعملاء الذين يهتمون بالقضايا البيئية.

ب) توصيات للعاملين بالبنوك:

جدول (١٠) توصيات الدراسة

التوصية	آلية التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	المدة الزمنية للتنفيذ
١. تعزيز الوعي بدور ذكاء الأعمال في اتخاذ القرارات	تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية للموظفين لتعريفهم بأهمية وأدوات ذكاء الأعمال في تحسين اتخاذ القرارات وتقديم الحلول المالية المبتكرة.	قسم التدريب، قسم تكنولوجيا المعلومات	٣ أشهر
٢. توفير أدوات ذكاء الأعمال للموظفين في كل الأقسام	توفير برامج وأدوات ذكاء الأعمال مثل Power BIو Tableauللموظفين في مختلف الأقسام، وتوفير التدريب اللازم لاستخدامها بفعالية.	قسم تكنولوجيا المعلومات، قسم التدريب	٦ أشهر

التوصية	آلية التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	المدة الزمنية للتنفيذ
٣. تدريب الموظفين على تحليل البيانات الضخمة والتعامل معها	تنظيم برامج تدريبية على أدوات تحليل البيانات الضخمة مثل Hadoopو Spark لتحسين مهارات الموظفين في التعامل مع البيانات الضخمة وتحليلها.	قسم تكنولوجيا المعلومات، قسم التدريب	٦ أشهر
٤. تعزيز الثقافة الرقمية في العمل البنكي	إطلاق حملات توعية تهدف إلى تحفيز الموظفين على استخدام التكنولوجيا الرقمية في عملهم اليومي وتحسين الكفاءة التشغيلية من خلال الأدوات الرقمية المتاحة.	قسم الموارد البشرية، قسم التدريب	٤ أشهر
٥. تطبيق أنظمة ذكاء الأعمال لتحليل الأداء واحتياجات السوق	تطوير أنظمة داخلية باستخدام أدوات ذكاء الأعمال لتحليل الأداء المالي والسوقي، وتدريب الموظفين على كيفية استخدام هذه الأنظمة لتقديم رؤى استراتيجية.	قسم تكنولوجيا المعلومات، قسم التخطيط الاستراتيجي	٥ أشهر
٦. تعزيز الابتكار في تقديم الخدمات الرقمية للعملاء	إنشاء فرق مخصصة من الموظفين للعمل على مشاريع ابتكارية لتطوير الخدمات الرقمية، وتقديم الأفكار المبدعة لتحسين تجربة العملاء من خلال التكنولوجيا.	قسم الابتكار، قسم تكنولوجيا المعلومات	٦ أشهر
٧. تدريب الموظفين على استخدام أنظمة الدفع الرقمية وتقنيات Blockchain	توفير تدريبات متخصصة للموظفين حول أنظمة الدفع الرقمية وتقنيات Blockchainلضمان أمان وفاعلية المعاملات الرقمية في البنك.	قسم تكنولوجيا المعلومات، قسم التدريب	٣ أشهر
٨. تحسين التواصل بين الأقسام باستخدام أدوات ذكاء الأعمال	إنشاء منصات داخلية لدمج البيانات والتواصل بين الأقسام باستخدام لوحات تحكم ذكية تعرض مؤشرات الأداء الرئيسية بشكل متكامل.	قسم تكنولوجيا المعلومات، قسم العمليات الداخلية	٤ أشهر

التوصية	آلية التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ	المدة الزمنية للتنفيذ
٩. تبني استراتيجيات لتسريع التحول الرقمي داخل البنك	تطوير خطة استراتيجية للتحول الرقمي تشمل تحسين استخدام التكنولوجيا في جميع الأقسام، بدءًا من العمليات اليومية وصولاً إلى تقديم الخدمات للعملاء.	الإدارة العليا، قسم التحول الرقمي	١٢ شهرًا
١٠. تنفيذ نظام تحليلات البيانات لتحسين الأداء الوظيفي	توفير منصة متكاملة لتحليل الأداء الوظيفي استنادًا إلى البيانات المتاحة عبر أنظمة ذكاء الأعمال، مع توفير تدريب للمشرفين على كيفية استخدام هذه البيانات.	قسم الموارد البشرية، قسم تكنولوجيا المعلومات	٦ أشهر
١١. توفير تطبيقات مبتكرة لتحسين تجربة الموظفين	تطوير تطبيقات مخصصة لتحسين تفاعل الموظفين مع الأنظمة الرقمية في البنك، مثل تطبيقات التواصل الداخلي أو أدوات التتبع الذكي للمهام.	قسم تكنولوجيا المعلومات، قسم الابتكار	٥ أشهر
١٢. تعزيز مهارات التفكير التحليلي والابتكاري لدى الموظفين	إقامة ورش عمل ودورات تدريبية لتمكين الموظفين من تطوير مهارات التفكير التحليلي والابتكاري، مما يساعد في تحسين حلول مشاكل العمل وتحقيق النمو الرقمي.	قسم التدريب، قسم الابتكار	٤ أشهر

المصدر : من اعداد الباحثين في ضوء الدراسات السابقة ونتائج التحليل الإحصائي

ج) مقترحات لبحوث مستقبلية

يوصى الباحثون بإجراء المزيد من الدراسات المتعمقة والتي من شأنها أن ترثى المكتبات العربية فيما يخص متغيرات البحث باعتبارها متغيرات لها أهمية بالنسبة لمجال التطبيق الخاصة بالبنوك وكذلك لأي مجال تطبيقي آخر، ويمكن للباحثين اقتراح مجموعة من العناوين والتي يمكن أن تفيد الباحثين المهمتين بالبحث في هذا المجال:

١. تأثير الذكاء الاصطناعي على كفاءة تطبيقات ذكاء الأعمال في البنوك.
٢. التحول الرقمي في القطاع المصرفي: تحديات وفرص تطبيق استراتيجيات الذكاء الرقمي.
٣. تقييم فعالية الذكاء الرقمي في تحسين تجربة العميل في البنوك.
٤. دور التحول الرقمي في تطوير الابتكار في الخدمات المصرفية الرقمية.
٥. قياس تأثير الذكاء الاصطناعي في تقنيات التنبؤ المالية في البنوك.
٦. دراسة مقارنة بين البنوك التقليدية والبنوك الرقمية في استخدام تقنيات ذكاء الأعمال.
٧. تأثير التفاعل بين الذكاء الاصطناعي وذكاء الأعمال على الابتكار في الخدمات الرقمية.
٨. تحليل تبني تقنيات الذكاء الرقمي في المؤسسات المالية: عوامل النجاح والفشل.
٩. تحليل تأثير استراتيجيات الابتكار الرقمي على الأداء المالي للبنوك التجارية.
١٠. استخدام تحليل البيانات الضخمة لتحسين استراتيجيات التسويق في البنوك.

قائمة المراجع

قائمة المراجع العربية

البطريق، محمد على . (٢٠٢٣). الدور المعدل للكفاءات الوظيفية في العلاقة بين ممارسات ذكاء الأعمال والبراعة التنظيمية (دراسة تطبيقية على البنوك التجارية بجمهورية مصر العربية). ***التجارة والتمويل***، ٤٣(٣)، ٤١٢-٤٧٠.

الدبيان، فوزيه. (٢٠٢٤). العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة تطبيقية على شركات القطاع الخاص في السعودية. ***المجلة العربية للإدارة***، ١-٢٠.

دريد، بوراس. (٢٠٢٤). تحديات التحول الى الاقتصاد الرقمي دراسة حالة الجزائر .***(رسالة دكتوراه ، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة).***

رجائى ، محمد. (٢٠٢٤). أهمية الذكاء الاصطناعى لتعزيز الاقتصاد الرقمى المصرى. ***الأمن القومى والاستراتيجية***، ٢(٣)، ١١٢-١٢٣.

صالح ، عهود عبدالعزيز. (٢٠٢٣). ذكاء الأعمال.. ما هو؟ ولماذا؟ وكيف؟. ***المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات***، ٤(١٠) ،١-٣٠.

صالح، اسلام احمد المصيلحي. (٢٠٢٤). فعالية الاقتصاد الرقمى فى الرقابة على الاستثمار. ***مجلة البحوث القانونية والاقتصادية-المنوفية***، ٦٠(١)، ٣٦٧-٣٩٨.

عبد الرازق، سحر مصطفى. (٢٠٢٢). التكامل بين آليات ذكاء الأعمال والمراجعة الداخلية لدعم إستشراف المستقبل وإنعكاسه على قيمة الشركة. ***مجلة البحوث الإدارية***، ٤٠(٤).

عبد السميع ، محمد صابر ؛ عبدالحليم ، محمد يونس. (٢٠٢٣). دور الاقتصاد الرقمي في تحقيق التنمية الاقتصادية في الهند. ***مجلة الزقازيق لعلوم الزراعة***، ٥٠(٦)، ٩٦٩-٩٧٧.

عبدالله، المختار أبوالقاسم المحمودي ؛ الميساوى ، محمد محفوظ محمد و خلف الله ، الهادي رحومةخليفة . (٢٠٢٤). متطلبات الاقتصاد الرقمي ودوره في تنمية الموارد البشرية: دراسة ميدانية على شركة الزويتينة لإنتاج النفط. ***مجلة جامعة صبراتة العلمية***، ٨(١٥).

العقيلي ، عثمان و السلمي ، اسعد. (٢٠٢٤). أثر نظم ذكاء الأعمال على إدارة الأزمات بجامعة الملك عبدالعزيز من وجهة نظر القيادات الأكاديمية والإدارية. ***المجلة العربية الدولية لتكنولوجيا المعلومات والبيانات***،٤(٣)، ٧-٥٦.

على، حسين احمد ال قدرة؛ عبدالسلام، على عشماوي و محمد ، حسين على . (٢٠٢٤). دور تطبيقات نظم ذكاء الأعمال في تحقيق التميز المؤسسي في القطاع الصحي دراسة حالة. ***المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية***، ١٥(٣)، ١٧٨٥-١٨٢٥.

الفار ، محمد حامد حامد ؛ مبارز ، أسامة محمد مهدى. (٢٠٢٣). إطار مقترح لتحسين اتخاذ القرار في البنوك المصرية باستخدام تقنيات ذكاء الأعمال. ***المجلة الأكاديمية للعلوم الإجتماعية***، ١(٢)، ١-١٧.

القحطاني، فهد علي. (٢٠٢٤). الاقتصاد الرقمي في المملكة العربية السعودية: تحديات التطبيق ومتطلبات التطوير. ***المجلة الأكاديمية للبحوث التجارية المعاصرة***، ٤(٣)، ١٥٣-١٧١.

معروكة ، جمال وبلطرش ، خالد. (٢٠٢٣). أثر أنظمة ذكاء الأعمال على تنافسية المؤسسات الاقتصادية .***(رسالة دكتوراه ، تبسة: جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي).***

المنشاوى ، شرين . (٢٠٢٤). دور الاقتصاد الرقمى فى تعزيز التنمية المستدامة فى العالم العربى. ***آفاق عربية وإقليمية*** ، ٩(١٥) ،٢٠٥-٢٣٣.

منصوري، صلاح الدين عزيزي، وعبد المالك، مهري عبد المالك . (٢٠٢٤). دور ذكاء الأعمال في إتخاذ القرارات الإستراتيجية. ***(رسالة دكتوراه ، تبسة: جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي)***.

يوسف، آمال ضيف بسيونى. (٢٠٢٤). انعكاسات التحول نحو الاقتصاد الرقمى على تحقيق أهداف التنمية المستدامة فى البلاد العربية. ***التجارة والتمويل***، ٤٤(٢)، ٥٠٧-٥٥٧.

قائمة المراجع الإنجليزية

Adewusi, A. O., Okoli, U. I., Adaga, E., Olorunsogo, T., Asuzu, O. F., & Daraojimba, D. O. (2024). Business intelligence in the era of big data: a review of analytical

tools and competitive advantage. Computer Science & IT Research Journal, 5(2), 415-431.

Ain, N., Vaia, G., DeLone, W. H., & Waheed, M. (2019). Two decades of research on business intelligence system adoption, utilization and success–A systematic literature review. Decision Support Systems, 125, 113113 .

Al-Mawali, Nasser; Moosa, Anis; Ananda S; (2021), "Fourth Industrial Revolution and Business Dynamics: Issues and Implications", Nature Singapore Pte Ltd, London.

Bharadiya, J. P. (2023). A comparative study of business intelligence and artificial intelligence with big data analytics. American Journal of Artificial Intelligence, 7(1), 24.

Chen, Y. (2020). Improving market performance in the digital economy. China Economic Review, 62, 101482 .

Chen, Y., & Wang, L. (2019). Commentary: Marketing and the sharing economy: Digital economy and emerging market challenges. Journal of Marketing, 83(5), 28-31 .

Cheng, C., Zhong, H., & Cao, L. (2020). Facilitating speed of internationalization: The roles of business intelligence and organizational agility. Journal of Business Research, 110, 95-103 .

Eckert, T., & Hüsig, S. (2022). Innovation portfolio management: A systematic review and research agenda in regards to digital service innovations. Management Review Quarterly, 72(1), 187-230 .

Egerson, J. I., Williams, M., Aribigbola, A., Okafor, M., & Olaleye, A. (2024). Cybersecurity strategies for protecting big data in business intelligence systems: Implication for operational efficiency and profitability. World J. Adv. Res. Rev, 23, 916-924 .

El-Haddadeh, R. (2020). Digital innovation dynamics influence on organisational adoption: the case of cloud computing services. Information Systems Frontiers, 22(4), 985-999.

Faj'ri, F. A., Sahban, M. A., Saragih, H., & Kojongian, P. J. C. (2024). Digital economy and business transformation in Indonesia: An exploration of opportunities and challenges. Nomico, 1(6), 108-117.

Helmer, J., Łobacz, K., Kör, B., & Wakkee, I. (2021). Innovating digitally for services: A review of innovation process literature focused on digital innovation and service innovation. Procedia Computer Science, 192, 2797-2806.

Kowalkowski, C., Wirtz, J., & Ehret, M. (2024). Digital service innovation in B2B markets. Journal of Service Management, 35(2), 280-305.

Marić, J., Pejić Bach, M., & Gupta, S. (2024). The origins of digital service innovation (DSI): systematic review of ontology and future research agenda. Journal of Service Management, 35(2), 141-175.

Narvaiza, L., Campos, J. A., Martín-Peña, M. L., & Díaz-Garrido, E. (2023). Characterizing digital service innovation: phases, actors, functions and

interactions in the context of a digital service platform. Journal of Service Management, (ahead-of-print).

Niu, Y., Ying, L., Yang, J., Bao, M., & Sivaparthipan, C. B. (2021). Organizational business intelligence and decision making using big data analytics. Information Processing & Management, 58(6), 102725 .

Opazo-Basáez, M., Vendrell-Herrero, F., & Bustinza, O. F. (2022). Digital service innovation: a paradigm shift in technological innovation. Journal of Service Management, 33(1), 97-120.

Opazo-Basáez, M., Vendrell-Herrero, F., Bustinza, O. F., & Raddats, C. (2024). Guest editorial: Digital service innovation: ontology, context and theory. Journal of Service Management, 35(2), 129-140.

Pan, W., Xie, T., Wang, Z., & Ma, L. (2022). Digital economy: An innovation driver for total factor productivity. Journal of Business Research, 139, 303-311 .

Rabetino, R., Kohtamäki, M., & Huikkola, T. (2024). Digital service innovation (DSI): a multidisciplinary (re) view of its origins and progress using bibliometric and text mining methods. Journal of Service Management, 35(2), 176-201.

Raihan, A. (2024). A review of the potential opportunities and challenges of the digital economy for sustainability. Innovation and Green Development, 3(4), 100174 .

Soto Setzke, D., Riasanow, T., Böhm, M., & Krcmar, H. (2023). Pathways to digital service innovation: The role of digital transformation strategies in established organizations. Information Systems Frontiers, 25(3), 1017-1037 .

Sun, G., Fang, J., Li, J., & Wang, X. (2024). Research on the impact of the integration of digital economy and real economy on enterprise green innovation. Technological Forecasting and Social Change, 200, 123097 .

Tsiu, S. V., Mathabela, L., & Ngobeni, M. (2024). Applications and Competitive Advantages of Data Mining and Business Intelligence in SMEs Performance: A Systematic Review. Available at SSRN 4958874 .

Udeh, C. A., Orieno, O. H., Daraojimba, O. D., Ndubuisi, N. L., & Oriekhoe, O. I. (2024). Big data analytics: a review of its transformative role in modern business intelligence. Computer Science & IT Research Journal, 5(1), 219-236 .

Vargo, S. L., Fehrer, J. A., Wieland, H., & Nariswari, A. (2024). The nature and fundamental elements of digital service innovation. Journal of Service Management, 35(2), 227-252.

Wang, J., Omar, A. H., Alotaibi, F. M., Daradkeh, Y. I., & Althubiti, S. A. (2022). Business intelligence ability to enhance organizational performance and performance evaluation capabilities by improving data mining systems for competitive advantage. Information Processing & Management, 59(6), 103075 .

Xia, L., Baghaie, S., & Sajadi, S. M. (2023). The digital economy: Challenges and opportunities in the new era of technology and electronic communications. Ain Shams Engineering Journal, 102411 .

Young, A. R. (2024). Governing the digital economy: Transatlantic accommodation and cooperation. Journal of European Integration, 46(7), 973-992.