

عنوان البحث

أثر التحول الرقمي على أداء الشركات في المملكة العربية السعودية

دراسة تطبيقية على قطاعات متعددة

إعداد الطالب/

محمد أحمد العمري

251003312

إشراف/

د. الفيصّل عبد الحميد

د. فايز جرّاد

العام الدراسي:

2025

مقدمة:

التحول الرقمي في الآونة الأخيرة يشكل نقطة تحول جوهريّة في طريقة رئيسية من خلال إدارة الأعمال و تقديم الخدمات، في ظل التطور في تقنيات المعلومات والاتصالات، قد أصبح التحول الرقمي ضرورة لمواكبة المنافسة في سوق العمل، وتحقيق الكفاءة وتعزيز الابتكار. تسعى المملكة العربية السعودية بجدية وفعالية ضمن جهودها لتحقيق رؤية 2030 التي أطلقتها المملكة العربية السعودية لتمكين الاقتصاد الرقمي وتعزيز فاعلية مختلف القطاعات الحكومية والخاصة.

شهدت عدة شركات سعودية قفزات في مبادرات تطبيق رقمية بطرق مختلفة، على سبيل المثال: إنترنت الأشياء، الذكاء الصناعي، والبيانات الضخمة. ومن هذه الشركات المختلفة: البنوك، شركات الاتصالات، وشركات التجزئة، تفاوتت النتائج المحققة من حيث تحسين الأداء، وزيادة الكفاءة، ومدى رضا العملاء، وذلك من خلال تنوع هذه المبادرات من قبل فئات الشركات.

وفي ظل هذه التحولات المتسارعة، بات من الضروري دراسة مدى تأثير التحول الرقمي على أداء الشركات السعودية، ومدى انعكاسه على جودة الخدمات المقدمة، وفاعلية العمليات التشغيلية، إضافة إلى تقييم مدى جاهزية هذه الشركات من حيث البنية التحتية الرقمية، والمهارات البشرية، والقدرات التكنولوجية، لمواكبة هذا التحول.

من خلال هذا البحث سيتم دراسة أثر التحول الرقمي في مختلف الشركات السعودية، و التركيز على تحليل الفروقات بين القطاعات، و التوصل إلى تحديد التحديات المشتركة والفرص في رحلة التحول الرقمي، بما يساهم في تقديم توصيات عملية لدعم صناع القرار في تطوير استراتيجيات رقمية فعالة ومستدامة

مشكلة الدراسة:

نلاحظ ان هناك اختلاف واضح في المخرجات بين القطاعات بالرغم من التقدم الملحوظ في تطبيق التحول الرقمي داخل العديد من الشركات السعودية. فقد حقق بعض الشركات نتائج واضحة في التحسين و رفع الكفاءة وتقليل التكاليف، إلا ان بعض بعض الشركات الاخرى تعاني من حيث عدم توافق التحول الرقمي مع بيئتها و ثقافتها التنظيمية او ضعف في تبني التكنولوجيا. ومن هنا تظهر لنا إشكالة الدراسة من خلال محاولة فهم العلاقة بين التحول الرقمي و تحسين أداء الشركات في مختلف القطاعات بالسوق السعودي.

أهمية الدراسة:

هذه الدراسة لها عدة جوانب من حيث الأهمية. فمن الجانب الأكاديمي، تسهم في إثراء الأدبيات المتعلقة بالتحول الرقمي في بيئة الأعمال العربية، التي لا تزال بحاجة إلى المزيد من الدراسات التطبيقية التي تتناول واقع التحول الرقمي في القطاعات السعودية، لا سيما في ظل محدودية البحوث التي تدرس هذا الموضوع من منظور الشركات السعودية على وجه التحديد. كما أنها تتيح فرصاً للباحثين والمهتمين لفهم أعمق للتحديات التي تواجه الشركات أثناء تطبيق التحول الرقمي، ومدى التأثير في نجاح أو فشل التحول الرقمي.

ومن الجانب العملي، فإن هذه الدراسة تُمكن أصحاب القرار و المدراء من الحصول على رؤى واضحة وموثوقة تدعمهم في اتخاذ قرارات إستراتيجية فيما يخص تطوير وتنفيذ المبادرات الرقمية داخل شركاتهم. كما تساعد النتائج المتوقعة للدراسة في تحديد أفضل الممارسات التي يمكن تبنيها، واستنتاج الدروس المستفادة من التجارب الناجحة وغير الناجحة في هذا المجال، بما يعزز القدرة التنافسية للمؤسسات ويزيد من فعاليتها وكفاءتها التشغيلية.

هذه الدراسة تساهم في رؤية الفروقات القطاعية في مدى تبني واستخدام التقنيات الرقمية، والتي قد تساعد في توجيه الجهود الحكومية والخاصة لدعم وتخصيص المبادرات التحولية وفقاً لاحتياجات كل قطاع. كما قد تكون مرجعاً مهماً لتطوير السياسات والاستراتيجيات الوطنية التي تهدف إلى زيادة سرعة وتيرة التحول الرقمي بما يتماشى مع مستهدفات رؤية المملكة 2030 وتعزيز مكانة المملكة العربية السعودية كمركز رقمي إقليمي رائد في المنطقة.

أهداف الدراسة:

أهمية هذه الدراسة تكمن في تحقيق عدة أهداف التي قد تساهم في فهم وتحليل أثار التحول الرقمي في الشركات السعودية، وذلك من خلال البنود التالية:

- 1- تحليل تطبيق التحول الرقمي في الشركات السعودية في مختلف القطاعات و ذلك من خلال معرفة المبادرات الرقمية المعتمدة و الى أي مدى جهازيتها و مدى جهازية البنية التحتية والموارد البشرية والتقنية.
- 2- قياس اثر التحول الرقمي على الأداء التشغيلي من خلال مؤشرات الأداء الرئيسي كالكفاءة التشغيلية، و مدى سرعة تقديم الخدمات، جودة العمليات، ومدى رضا العملاء، ومنها لتقييم الأثر الفعلي للتحول الرقمي على نتائج الأعمال.
- 3- مقارنة مستوى مدى فعالية التحول الرقمي بين الشركات، الاتصالات، البنوك، و التجزئة، وذلك لهدف تحديد مدى تبني التحول الرقمي و العوامل المؤثرة في اختلاف الأداء الرقمي بين القطاعات الشركات.
- 4- طرح توصيات عملية لتعزيز التحول الرقمي كي يتوافق مع خصوصية البيئة في الملكية العربية السعودية، و أخذ بعين الاعتبار التحديات و الفرص المتاحة، وذلك لدعم أصحاب القرار في بناء استراتيجية رقمية مستدامة و فعالة.

تساؤلات الدراسة:

الى اي مدى التحول الرقمي منتشر في الشركات السعودية؟

- نسبة الشركات التي في طور التحول الرقمي وتنفيذ المبادرات.
- التطرق الى نوع التطبيقات المستخدمة مثل الخدمات السحابية، الذكاء الصناعي، إنترنت الأشياء.
- مقارنة انتشار التحول الرقمي بين الشركات الصغيرة، المتوسطة، و الكبيرة.
- عرض مبادرات الحكومية التي ساهمت في مدى الانتشار كروئية 2030، و التحول الوطني.

ماهي عوامل تأثير التحول الرقمي على مؤشرات الأداء التشغيلي والمالي؟

- كيفية تأثير التحول الرقمي على تقليل التكاليف التشغيلية و زيادة الكفاءة.
- زيادة الارباح او الايرادات من خلال التحول الرقمي والعلاقة في تطبيقها.
- أمثلة على تحسين التجربة العميل ومدى رضاهم، مما يساهم في تعزيز التحسين.
- سرعة اتخاذ القرارات و تقليل الهدر من خلال تأثير التحول الرقمي.

ماهي فروقات تطبيق التحول الرقمي بين قطاعات الاتصالات، البنوك، و التجارية؟

- مدى اختلاف مستوى جاهزية التحول الرقمي بين القطاعات.
- التحديات التي تواجهها من خلال التقنية، الثقافية، او التنظيمية لكل قطاع.
- مدى فرصة النمو الرقمي التي تتميز بها هذي القطاعات.

فروض الدراسة:

هذي الدراسة تقوم على فروض تعكس مدى مستوى التحول الرقمي و أداء الشركات السعودية. لذلك تفرض بان هنالك علاقة طردية بين مستوى التحول الرقمي و تحسين اداء، وذلك لان التكنولوجيا الرقمية تسهم في رفع كفاءة التشغيل و تسريع الاجراءات و تحسين الخدمات و جودتها. التحول الرقمي في الشركات السعودية يختلف حسب مدى تطبيقه بحسب القطاع. وبحسب طبيعة الشركة يختلف مدى التقدم مثل الاتصالات والتقدم في الحلول الرقمية عن باقي القطاعات كالصناعي و الخدمية، ويرجع ذلك لمدى اختلاف التحديات و الفرص المتاحة. الشركات السعودية تواجه تحديات من حيث التنظيم و الثقافة مما قد تؤدي الى إعاقة التحول الرقمي وفعاليتها، كالخوف للتغيير، خبرة الموظفين و مهاراتهم الرقمية، و عدم وجود تحفيز من القيادة العليا.

ولكي الدراسة تقدم توصيات فعالة لدعم نجاح التحول الرقمي في المملكة العربية السعودية، يجب اختبار والتحقق من مدى صحة هذي الفروض و ادوات البحث المناسبة.

الدراسات السابقة:

تناولت دراسة العتيبي (2020) تحول البنوك في السعودية الى رقمية ومما حسن جودة الخدمات المقدمة في القطاع، من خلال تركيزهم على الخدمات الإلكترونية، و بالتالي ادت الى خفض التكلفة التشغيلية و زيادة رضا العملاء.

ودراسه الجهني واخرون (2021) لتبني شركة الاتصالات السعودية STC من خلال تبني الذكاء الاصطناعي في تطوير خدمة العملاء، و أكدت النتائج ان التحول الرقمي قد ساهم في تحسين تجربة المستخدم و رفع الكفاءة الداخلية.

ركزت دراسة العبدالله (2022) على قطاع التجزئة، من حيث التحديات كمقاومة التغيير، ضعف التكامل بين الانظمة ونقص الكفاءات الفنية تأثر على الشركة في التحول الرقمي.

الدراسات تبين ان التحول الرقمي يحمل امكانيات كبيرة، ولكن يحتاج الى موازنة مع البنية التنظيمية و الثقافية في كل قطاع على حده. كما تهدف الدراسة الى مقارنة تحليلية بين الثلاث قطاعات، وتحديد الخصائص المشتركة والفروقات في النتائج والتحديات.

المنطلقات النظرية للدراسة:

في هذه الدراسة نعتمد على عدة نظريات للتفسير، ومنها:

1- نظرية الموارد و القدرات: تفترض ان القدرات الرقمية تعزز موارد استراتيجية و كما تعزز ميزة التنافس.

2- نموذج الابتكار التكنولوجي: يفسر كيفية التحول من الطرق التقليدية في الشركة الى الرقمية خلال مراحل تسلسلية.

3- نظرية التغيير التنظيمي: تؤكد على ان الثقافة، القيادة، و ادارة التغيير مهمة في نجاح التحول الرقمي.

4- إطار النضج الرقمي: يستخدم لقياس مستوى تطور الشركات في استخدام التقنية الرقمية في عملياتها.

المنهجية وطرق البحث:

سيتم استخدام منهجية التحليل الوصفي لرصد و تحليل أثر التحول الرقمي في أداء الشركات في المملكة العربية السعودية. سوف تكون على القطاعات الثلاث وهي الاتصالات، البنوك، و التجزئة خاضعة للمقارنة من خلال استخدام ادوات كيفية وكمية.

1- الاستبيان حيث سيتم جمعها من الموظفين في ادارات و مستويات مختلفة داخل الشركات.

2- تحليل التقارير و الوثائق كتنقرير الاداء السنوي و تقارير التحول الرقمي.

سيكون تحليل هذه البيانات عن طريق برامج احصائية كـ (Exell, SPSS) و بشكل نوعي للمقابلات.

أدوات الدراسة :

الاستبيان هو المحور الرئيسي الذي سيكون معتمد في هذي الدراسة الكمية، و سوف تتألف من أربعة اقسام لتكون شاملة لموضوع التحول الرقمي وتأثيره في الشركات السعودية، الأربعة الاقسام مقسمة كما يلي:

1- بيانات عامة عن المشاركين في الاستبيان، حيث يشمل اسئلة لمعرفة المشارك وجمع معلومات ديموغرافية عنهم، مثل:

- الجنس
- العمر
- المؤهل العلمي
- سنوات الخبرة
- المسمى الوظيفي
- قطاع الشركة (الاتصالات، البنوك، او التجزئة)
- حجم الشركة (صغيرة، متوسطة، او كبيرة)

2- مدى تبني التحول الرقمي في الشركة وذلك لمعرفة مدى تطبيقها في الشركة.

- استخدام الانظمة الرقمية و التقنية كالذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، البيانات الضخمة.
- مدى أتمتة العمليات التشغيلية.
- تحويل الخدمات للعملاء الى قنوات رقمية.
- توافر البنية الرقمية التحتية.
- توافر استراتيجية للتحول الرقمي داخل الشركة.

حيث ان هذي الدراسة ستكون مقيمة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي يبدأ بـ أوافق بشدة وينتهي بـ لا أوافق بشدة.

3- مدى تأثير التحول الرقمي على الأداء حيث سيكون التركيز على قياس الأثر الناتج من التحول من خلال:

- مدى تحسين الانتاجية و زيادة مخرجات العمل.

- رفع جودة الخدمات و رضا العملاء عبر القنوات الرقمية.
 - مدى تقليل التكاليف و زيادة سرعة تنفيذ المهام.
 - مدى قدرة الشركة على التكيف مع التغيرات.
 - تقديم قنوات رقمية للخدمات و المنتجات الجديدة.
- يساعدنا هذا القسم في ربط مستوى التبني للتحويل الرقمي مع النتائج التي تحقّقها الشركة في الواقع.

حدود الدراسة :

- 1- الحدود الموضوعية: هذي الدراسة في نطاق تحليل أثر التحول الرقمي في الشركات، حيث تشمل الكفاءة التشغيلية، مدى رضا العملاء، تحسين الانتاجية، وكذلك مدى سرعة اتخاذ القرارات. كما ان هذي الدراسة لن تشمل حدود و جوانب السياسات الامنية، و القوانين والانظمة لحماية البيانات التي بدورها قد تؤثر على تنفيذ التحول الرقمي.
- 2- الحدود المكانية: هذي الدراسة سوف تكون فقط داخل الشركات الواقعه في المملكة العربية السعودية وسوف تكون جوهرية لثلاث قطاعات وهي البنوك، الاتصالات، و التجزئة. حيث ان الدراسه تمثل نماذج حول اهميه التحول الرقمي ومستواه في القطاعات.
- 3- الحدود الزمنية: هذي الدراسه سوف تكون محدود الفترة حيث ستغطي بين عام 2020 الى 2025، لان في هذي الفترة شهدت المملكة تحولات رقمية سريعه بسبب جائحة كوفيد-19، والتي كان لها دور كبير في اجبار الشركات على تبني التحول الرقمي لضمان تواجدهم في السوق. وهذه الفترة تمثل الفترة الذهبية لما فيها من مرحله غنية بالبيانات و التغيرات التنظيمية، لذلك هذا يجعلها فترة مناسبة لتحليل أثر التحول الرقمي و مدى تأثيره على ارض الواقع.
- 4- الحدود المنهجية: يعتمد هذا البحث على منهجية مختلطة وذلك لفهم الابعاد النوعية لعملية التحول الرقمي. ولا تتضمن هذي الدراسه الزيارات الميدانية او استخدام مباشر لعمليات المالية، نظرا لصعوبة الحصول عليها و مدى سريتها في الشركات.

المراجع:

العتيبي، ن. (2020). أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية في السعودية. مجلة البحوث الإدارية، 15(2)، 45-60.

الجهني، أ.، و الشمراني، م. (2021). استخدام الذكاء الاصطناعي في شركات الاتصالات: دراسة حالة STC. المجلة العربية للتقنية، 10(3)، 88-105.

العبدالله، س. (2022). التحول الرقمي في قطاع التجزئة السعودي: التحديات والفرص. مجلة الاقتصاد الرقمي، 5(1)، 22-39.

Porter, M. & Heppelmann, J. (2015). How Smart, Connected Products Are Transforming Companies. Harvard Business Review.

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Press.

The Impact of Digital Transformation on Corporate Performance in the
Kingdom of Saudi Arabia

An Applied Study on Multiple Sectors