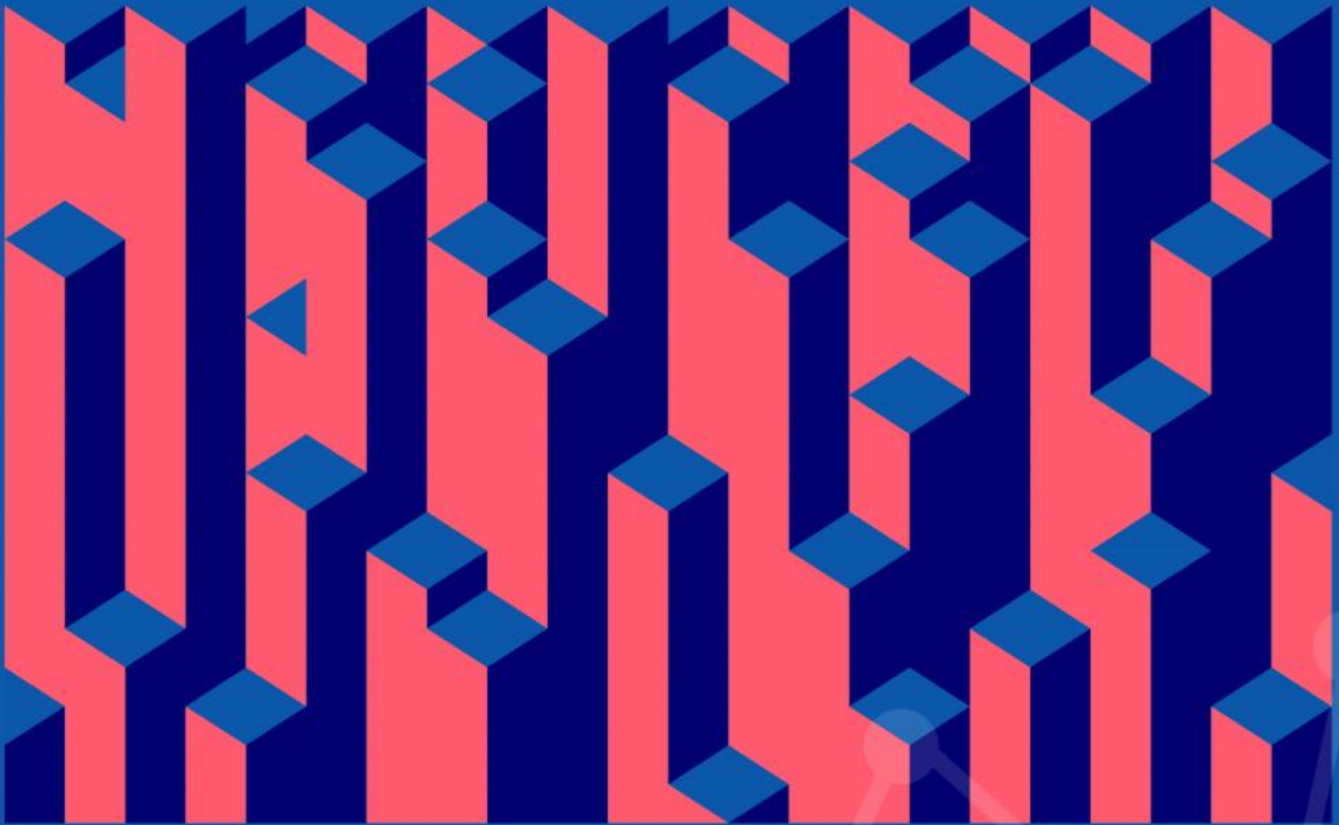


المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال

Global Journal of
Economics and
Business



المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال
المجلد السادس عشر- العدد الرابع، آب 2026

رئيس التحرير

الدكتور عمر يوسف عيابة

فريق التحرير

أ.د. نجيب خريس	جامعة اليرموك- الأردن
د. خالد السواعي	جامعة الزرقاء- الأردن
د. بدر حمدان	الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية- فلسطين
م. سوزان السليمه	رفاد للدراسات والأبحاث- الأردن
أ. تقى مقدادي	تدقيق لغوي، رفاد للدراسات والأبحاث- الأردن

الهيئة الاستشارية

الأستاذ الدكتور أحمد عارف عساف	جامعة تبوك- السعودية
الأستاذ الدكتور أحمد فاروق غنيم	جامعة القاهرة- مصر
الأستاذ الدكتور عبد السلام مخلوفي	جامعة طاهري محمد بشار- الجزائر
الأستاذ الدكتور عبدالحسين جليل الغالبي	جامعة الكوفة- العراق
الأستاذ الدكتور حمدي زعرب	الجامعة الإسلامية- فلسطين
الأستاذ الدكتور ابراهيم محمد خريس	جامعة الزرقاء الخاصة- الأردن
الأستاذ الدكتور محمد مفضي الكساسبة	جامعة العلوم الإسلامية- الأردن
الأستاذ الدكتور هاني جزاع ارتيمة	جامعة العلوم الإسلامية- الأردن
الأستاذ الدكتور علي درب كسار	جامعة الأنبار- العراق
الأستاذ الدكتور عماد أبو عجيلة	جامعة الزاوية- ليبيا
الأستاذ الدكتور محمد عزام خان	جامعة عبد الوالي خان- باكستان
الأستاذ الدكتور عمار أكيل	جامعة السلطان قابوس- عُمان
الأستاذ الدكتور زهران "محمد علي" دراغمة	الجامعة العربية الأمريكية- فلسطين

هيئة التحرير

الأستاذ الدكتور بوخاري عبد الحميد	جامعة غرداية- الجزائر
الأستاذ الدكتور يوسف داوود	جامعة بيرزيت- فلسطين
الأستاذ الدكتور رمضان لعلا	جامعة عمار ثليجي- الأغواط- الجزائر
الأستاذ الدكتور مصطفى الحشلوفي	جامعة محمد الخامس- المغرب
الأستاذ الدكتور عيسى حجاب	جامعة محمد بوضياف- المسيلة- الجزائر
الأستاذ الدكتور عبدالله مايو	جامعة قاصدي مرباح- الجزائر
الدكتور محمد كاشف	معهد شمال الهند للتكنولوجيا - الهند
الدكتور عبدالرحمن أحمد ميرو	جامعة المملكة- البحرين
الدكتورة ربا نمر أبو شهاب	جامعة طيبة- السعودية
الدكتور حمزه عبدالله عبدالرحمن يحيى	جامعة الجوف- السعودية
الدكتور أبو بكر خوالد	جامعة باجي مختار - عنابة - الجزائر
الدكتورة اسماء الشقير	جامعة سوسة- تونس
Mohammad Mushfiqul Haque Mukit	Jahangirnagar University, Bangladesh

التعريف بالمجلة

المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال هي مجلة علمية دولية مفهرسة ومحكمة، تصدر في ستة أعداد سنوياً عن مركز رفاذ للدراسات والأبحاث

أهداف المجلة:

تُعنى بالدراسات الاقتصادية والإدارية والمحاسبية والإحصائية والتمويل الإسلامي، وتهدف المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال إلى تشجيع وتنشيط حركة البحث العلمي، حيث توفر للباحثين فرصة مهمة لتقييم بحوثهم من خلال شروط التحكيم العلمي التي تخضع لها البحوث المنشورة، وعرض بحوثهم من أجل التواصل العلمي في إنتاجها وتوظيف النتائج في خدمة حركة البحث العلمي.

عنوان المراسلة:

المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال

Global Journal of Economics and Business (GJEB)

رفاد للدراسات والأبحاث- الأردن

Refaad for Studies and Research

Building Ali Altal-Floor 1, Abdalqader al Tal Street –21166 Irbid – Jordan

Tel: +962-27279055

Email: editorgjeb@refaad.com , info@refaad.com

Website: <https://www.refaad.com/Journal/Index/2>

جميع الآراء التي تتضمنها هذه المجلة تعبر عن وجهة نظر كاتبها
ولا تعبر عن رأي المجلة وبالتالي فهي ليست مسؤولة عنها

أولاً: تسليم الورقة البحثية:

- يتم إرسال الورقة البحثية ومرفقاتها إلى المجلة عن طريق نظام **التسليم الإلكتروني** بالمجلة. أو عن طريق البريد الإلكتروني الخاص بالمجلة (editorgjeb@refaad.com)
- يتم إعلام المؤلف باستلام الورقة البحثية.

ثانياً: المراجعة:

1. الفحص الأولي:

- تقوم هيئة التحرير بفحص الورقة البحثية للنظر فيما إذا كانت مطابقة لقواعد النشر الشكلية ومؤهلة للتحكيم.
- تُعتمد في الفحص الأولي شروط مثل: ملائمة الموضوع للمجلة، ونوع الورقة (ورقة بحثية أم غير بحثية)، وسلامة اللغة، ودقة التوثيق والإسناد بناء على نظام التوثيق المعتمد في المجلة، وعدم خرق أخلاقيات النشر العلمي.
- يتم إبلاغ المؤلف باستلام الورقة البحثية وبنتيجة الفحص الأولي.
- يمكن للمجلة أن تقوم بما يُعرف بمرحلة "استكمال وتحسين البحث"، وذلك إذا ما وجد. أن الورقة البحثية واعدة ولكنها بحاجة إلى تحسينات ما قبل التحكيم، وفي هذه المرحلة تقدم للمؤلف إرشادات أو توصيات ترشده إلى سبل تحسين ورقته بما يساعد على تأهيل الورقة البحثية لمرحلة التحكيم.

2. التحكيم:

- تخضع كل ورقة بحثية للمراجعة العمياء المزدوجة (إخفاء أسماء الباحثين والمحكمين).
- يُبلغ المؤلف بتقرير من هيئة التحرير يبين قرارها.
- دفع رسوم التحكيم والنشر كما هو موضح في موقع المجلة.
- تُرسل خلاصة ملاحظات هيئة التحرير والتعديلات المطلوبة إن وجدت، ويُرفق معه تقارير المراجعين أو خلاصات عنها.

3. إجراء التعديلات:

- يقوم المؤلف بإجراء التعديلات اللازمة على الورقة البحثية استناداً إلى نتائج التحكيم ويعيد إرسالها إلى المجلة، مع إظهار التعديلات، كما يُرفق في ملف مستقل مع الورقة البحثية المعدلة أجوبته عن جميع النقاط التي وردت في رسالة هيئة التحرير والتقارير التي وضعها المراجعون.

4. القبول والرفض:

- تحتفظ المجلة بحق القبول والرفض استناداً إلى التزام المؤلف بقواعد النشر وبتوجيهات هيئة تحرير المجلة والتعديلات المطلوبة من قبل المحكمين.
- إذا أفاد المحكم بأن الباحث لم يقم بالتعديلات المطلوبة، يُعطى الباحث فرصة أخيرة للقيام بها، وإلا يرفض بحثه ولا ينشر في المجلة ولا يتم استرجاع رسوم النشر.

ثالثاً: القواعد الشكلية:

1. **ملءمة الموضوع:** أن يقع موضوع الورقة البحثية ضمن نطاق اهتمام المجلة.
2. **عنوان الورقة البحثية:** يكون باللغتين العربية والإنجليزية، كما يجب أن يتعلق العنوان بهدف الورقة البحثية. مع تجنب الاختصارات والصيغ قدر الإمكان.
3. **الباحثين:** كتابة الأسم الكامل ومكان العمل وعنوان البريد الإلكتروني للمؤلف الرئيس ولجميع المؤلفين الموجودين في الورقة البحثية باللغتين العربية والإنجليزية.
4. **الملخص:** يجب أن تتضمن جميع الأبحاث على ملخصات باللغتين العربية والإنجليزية تكون معلوماتها متطابقة، عدد الكلمات في كل ملخص (150-250) كلمة. ويجب أن تحتوي على العناصر الآتية على شكل فقرات كل على حدة: **الأهداف والمنهجية، والنتائج، وخلصاءة الدراسة.** كما يجب إضافة 3-5 من الكلمات المفتاحية باللغتين العربية والإنجليزية.
5. **المقدمة:** يتضمن هذا القسم خلفية الدراسة وأهدافها وملخصاً للأدبيات الموجودة والدوافع ولماذا كانت هذه الدراسة ضرورية.
6. **الجدول والرسوم البيانية:** تُعرض الجداول والرسوم البيانية بطريقة واضحة ومناسبة كما هو موضح بقالب المجلة.
7. **النتائج:** يتضمن هذا القسم النتائج التي توصلت إليها الدراسة.
8. **المصادر والمراجع:** يلتزم المؤلف بقواعد التوثيق المقررة في المجلة لأصول الإسناد والعرض الببليوغرافي حسب نظام APA.
9. **الحجم:** يلتزم المؤلف بعدد الصفحات بحيث لا تزيد الورقة البحثية عن 30 صفحة بما فيها الملخص وصفحة العنوان وقائمة المراجع.

فهرس المحتويات

• الأبحاث العربية:

#	عنوان البحث	رقم الصفحة
1	تحليل العوامل المؤثرة على الإنفاق العام: دراسة حالة الموازنة العامة في فلسطين	386
2	أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية	400
3	دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية في البنوك العاملة في قطاع غزة	413
4	الحكومة الرقمية كإطار لتحسين الرقابة والشفافية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية	427
5	دور تطبيق الذكاء الاصطناعي في تعزيز جودة المعلومات المحاسبية لاستدامة الشركات المساهمة السعودية	443
6	جودة الإفصاح عن ESG ومرونة أسعار الأسهم خلال جائحة كوفيد-19: أدلة من دول مجلس التعاون الخليجي	459

• الأبحاث الإنجليزية:

#	Paper Title	Page#
7	Cultivating Green Consumers: The Impact of Digital Marketing on Sustainable Consumption in the Saudi Context	478
8	From Vision to Experience: Marketing Communication Innovation in Saudi Tourism	494
9	The Contribution of the Digital Economy to Job Creation and Sustainable Economic Development in Developing Countries	509

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على نبينا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد:

فإن المعرفة اليوم تعددت أبوابها وطرق الوصول إليها، لما أحدثته ثورة التكنولوجيا والمعلومات من تطور سريع على نطاق واسع في شتى الميادين؛ وفي المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال بإصدارها الإلكتروني نتطلع إلى أن نكون رافداً من روافد المعرفة، ومنصة بحثية بمعايير عالمية، ويأتي هذا العدد الرابع من المجلد السادس عشر من سلسلة أعداد المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال ليضم في ثناياه مجموعة من الأبحاث العلمية الرصينة والأصيلة التي تناقش عدداً من قضايا الأعمال والاقتصاد وتتناول موضوعات متنوعة.

واليوم نستمر بدعم مسيرة البحث العلمي المتخصص برعاية هذا المنبر العلمي الذي حظي بإقبال السادة الباحثين والمتخصصين، واهتمام الأكاديميين والمهنيين، وشرف بنخبة متميزة من الخبراء والأساتذة والمختصين ضمن هيئتيه الاستشارية والتحرير، وفي سبيل ذلك حرصت المجلة على تحقيق أعلى المعايير الدولية للنشر العلمي الرصين من خلال توفير منصة نشر علمي متميز ومفهرس في مجموعة من أهم قواعد البيانات العالمية المرموقة، فبالإضافة إلى اشتراكها في القواعد العربية كدار المنظومة والمنهل ومعرفة، فقد دخلت المجلة مجموعة مهمة من قواعد البيانات العالمية كـ (EBSCO, Web of Science, Crossref, Google Scholar, Research ID, J-Gate)، ولا زالت تسعى للانضمام إلى قواعد مهمة أخرى ضمن مسيرتها نحو هدفها المنشود. ونتطلع إلى مزيد من التطوير والمراجعة الدائمة للارتقاء بمستوى وجودة النشر العلمي وتوفير منصة علمية بأعلى المعايير العالمية لنسهم في هذا البناء الحضاري الكبير.

نسأل الله تعالى التوفيق والسداد والهداية والرشاد

هيئة تحرير المجلة

(الأبحاث)

Analysis of the Factors Influencing Public Spending: A Case Study of the Public Budget in Palestine²

Fadi Hassan Shihadeh^{1*}, Othman Ahmad Sawafta², Narmeen Abdul Karim Hussein³

¹ Assistant Professor, College of Business and Economics, Palestine Technical University, Kadoorie, Palestine.

² Associate Professor, College of Business and Economics, Palestine Technical University, Kadoorie, Palestine.

³ Palestine Technical University, Kadoorie, Palestine.

* Corresponding Author: Fadi Shihadeh (f.shihadeh@ptuk.edu.ps)

تحليل العوامل المؤثرة على الإنفاق العام: دراسة حالة الموازنة العامة في فلسطين¹

فادي حسان شحادة^{1*} عثمان أحمد صوافطة² نرمين عبد الكريم حسين³

¹ أستاذ مساعد- كلية الأعمال والاقتصاد- جامعة فلسطين التقنية- خضوري- فلسطين.

² أستاذ مشارك- كلية الأعمال والاقتصاد- جامعة فلسطين التقنية- خضوري- فلسطين.

³ جامعة فلسطين التقنية- خضوري- فلسطين.

* الباحث المراسل: فادي شحادة (f.shihadeh@ptuk.edu.ps)



This file is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/4/26

Revised

مراجعة البحث

2026/4/14

Received

استلام البحث

2026/4/4

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.1>

Abstract:

Objectives: The study analyzes the factors that affect public expenditure in Palestine. It covers the period from 2005 to 2024.

Methods: Appropriate statistical methods were employed in accordance with the nature of the data, which consisted of time-series data. The Augmented Dickey-Fuller (ADF) test and Autoregressive Distributed Lag (ARDL) regression analysis were used. The ARDL approach is a dynamic estimation technique well suited to the nature of the data and the sample size, as it captures both short-run and long-run effects.

Results: The results show that, in the short run, the independent variables generally do not significantly affect public expenditure, except for foreign aid and GDP, which have positive and statistically significant effects. In the long-run, most independent variables have positive and statistically significant effects on public expenditure, except population growth, which remains positive but not statistically significant. Foreign aid and grants also have a significant negative effect in the long run.

Conclusions: The study recommends further research that compares different periods and conducts comparative studies with developing countries.

Keywords: Population growth; public debt; crises; inflation; foreign aid and grants; GDP; public spending.

الملخص:

الأهداف: تهدف الدراسة إلى تحليل العوامل المؤثرة على الإنفاق العام في فلسطين، حيث غطت الدراسة الحالية الفترة الواقعة من 2005 لغاية 2024.

المنهجية: تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وهي بيانات السلاسل الزمنية، حيث تم استخدام اختبار ديكي-فولر المُعزَّز (ADF) وتحليل انحدار ARDL حيث يعتبر اختباراً ديناميكياً مناسباً لطبيعة البيانات وحجم العينة المستخدمة ويجمع بين التأثيرات قصيرة الأجل وطويلة الأجل.

النتائج: أظهرت نتائج التحليل أن التأثير على المدى القصير بشكل عام للمتغيرات المستقلة على الإنفاق العام هو تأثير غير معنوي باستثناء متغيرات المساعدات والمنح الخارجية والنتائج المحلي الإجمالي فقد كان تأثيرهما معنوياً وموجباً. أما على المدى البعيد، فقد كان تأثير جميع المتغيرات المستقلة معنوياً وموجباً على الإنفاق العام، باستثناء متغير النمو السكاني فقد كان تأثيره غير معنوي لكنه موجباً. بالإضافة إلى متغير المساعدات والمنح الخارجية فقد كان تأثيره معنوياً وسلبياً.

الخلاصة: توصي الدراسة بإجراء أبحاث علمية من خلال مقارنة عدة فترات بالإضافة إلى إجراء دراسات مقارنة مع الدول النامية، ويمكن اختيار عدة دول من المنطقة العربية والتي تتصف بخصائص مشابهة.

الكلمات المفتاحية: النمو السكاني؛ الدين العام؛ الأزمات؛ التضخم؛ المساعدات والمنح الخارجية؛ الناتج المحلي الإجمالي؛ الإنفاق العام.

الاستشهاد

Citation

شحادة، فادي، وآخرون. (2026). تحليل العوامل المؤثرة على الإنفاق العام: دراسة حالة الموازنة العامة في فلسطين. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*, 16 (4), 386-399.

Shihadeh, F. H., et al. (2026). Analysis of the Factors Influencing Public Spending: A Case Study of the Public Budget in Palestine. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 386-399. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.1> [In Arabic]

¹ جزء من هذا البحث مستل بتصريف من رسالة ماجستير بعنوان "تحليل العوامل المؤثرة على الإنفاق العام: دراسة حالة الموازنة العامة في فلسطين" للباحثة نرمين عبد الكريم حسين تخصص الإدارة العامة- جامعة فلسطين التقنية- خضوري؛ بإشراف الدكتور عثمان صوافطة والدكتور فادي شحادة. يتقدم الباحثون بالشكر والتقدير إلى جامعة فلسطين التقنية- خضوري على دعم وتمويل نشر هذا البحث. كما يتقدم الباحثون بجزيل الشكر إلى السادة المحكمين على الملاحظات القيمة بما ساهم في تحسين البحث بصورته النهائية.

² Part of this research is adapted from a Master's thesis entitled "Analysis of the Factors Influencing Public Expenditure: A Case Study of the General Budget in Palestine," by Nermin Abdulkarim Hussein, in Public Administration at Palestine Technical University-Kadoorie, under the supervision of Dr. Othman Sawafta and Dr. Fadi Shihadeh. The researchers would like to express their sincere appreciation and gratitude to Palestine Technical University-Kadoorie for its support and funding of the publication of this research. The researchers also extend their sincere thanks to the reviewers for their valuable comments and constructive feedback, which contributed significantly to improving the research in its final form.

المقدمة:

شهد الاقتصاد العالمي تطوراتٍ هامة أثّرت على دور ونطاق عمل الدولة، حيث قامت الدول بتوسيع نطاق أنشطتها وإعادة توجيه أولوياتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بهدف تحقيق الصالح العام (عصفور، 2014). كما أن تزايد التداخل بين التنمية الاقتصادية المستهدفة والأجندات الحكومية من أجل تعزيز النمو الاقتصادي كمؤشرٍ استراتيجي أصبح يلعب دورًا هامًا في تحديد السياسات المالية وتوجيه أهداف الحكومات في سعيها لتحقيق التنمية والرفاهية (زغاشو، دهان، 2017). ونتيجةً لذلك برزت أهمية دور الإنفاق العام كأداةٍ في سبيل تنفيذ الأجندة الحكومية في تشكيل قوة واستقرار الاقتصاد المحلي للدولة (Eltalla, 2017)، حيث يساهم في استغلال مصادر الدولة بالشكل الأمثل من خلال بنود الإنفاق والمخصصات في الموازنة العامة، والتي تعكس أهداف الأجندة الحكومية في تغطية الاحتياجات العامة لأفراد المجتمع من خلال تحقيق التوازن الاجتماعي، والعمل على تشجيع الاستثمار المحلي في القطاعين العام والخاص، وجذب الاستثمارات الأجنبية لتحقيق النمو والتنوع الاقتصادي. لذلك اتجهت العديد من الدراسات إلى تبسيط الضوء على دراسة الدور الفعال للسياسات الاقتصادية العامة بأوجهها المختلفة: الإنفاقية، والاستهلاكية، والاستثمارية (غازي وسمو، 2019). كما تتولى الحكومة في أي اقتصاد دورًا حاسمًا في تلبية احتياجات مواطنيها، من خلال الإنفاق العام، مثل توفير الأمن، وتحسين البنية التحتية، وتقديم المعاشات التقاعدية وما إلى ذلك، إذ يعتبر هذا النوع من الإنفاق وسيلة للحكومة للتحكم في الاقتصاد وضبط معدل التضخم، فالإنفاق العام وسيلة لإخراج الاقتصاد من الركود إلى الانتعاش ورافعة لزيادة الطلب الكلي (Asiagwu, et al 2023).

ويعد جميع ما تنفقه الحكومات على عمليات الشراء من سلع وسيارات وآلات ومعدات وصرف بنود الرواتب والأجور للموظفين العموميين في مختلف أقسام ودوائر الدولة، من ضمن بند الإنفاق العام (كراجة، العبادي، 2001). كما يتضمن الإنفاق العام المبالغ المالية التي تخرجها الدولة من الخزينة العامة عبر إقرار الموازنة العامة للإنفاق على احتياجات المجتمع العامة من خلال أشخاص اعتباريين من هيئات وأقسام ووزارات مختلفة حكومية بقصد تحقيق المنفعة العامة (طاهر، خالد، 2022). ومع تزايد إنفاق الدولة على مختلف مجالات الحياة وتطويرها، تصبح أهمية تأمين سبل الإيرادات العامة أمرًا بالغ الأهمية لتمويل النفقات العامة، سواء في القطاعات الصحية والتعليمية والاجتماعية والعسكرية وغيرها، فهنا تواجه معظم الدول مشكلة عجز الموازنة وهي الحالة التي يكون فيها جانب النفقات أعلى من جانب الإيرادات، وبذلك تضطر الحكومات إلى اللجوء للتمويل سواء من الاقتراض الداخلي أو الخارجي أو كليهما، أو التمويل من خلال أدوات السياسة النقدية والمالية لسد عجز الموازنة العامة (Wibowo, 2017)، ومن الأمور التي تؤدي إلى وجود عجز في الموازنة العامة والتي قد تؤثر على أوجه الإنفاق العام هو تعرض الدولة أو الاقتصاد لأزمات تؤثر في استقراره ومعدلات النمو المستهدفة بما ينعكس سلبًا على المجتمع ككل (مجلخ، حمادة، 2016).

عندما تتعرض دولة ما لأزمة معينة، فإنّ الحكومة تعمل على إدارة آثار تلك الأزمات بما يضمن الحد من تداعياتها على حياة الأفراد والمجتمع (مجلخ وحمادة، 2016). ولضمان قدرة الدولة على الوفاء بالالتزامات وتحقيق أهدافها العامة، تسعى الحكومات إلى تعزيز النمو الاقتصادي بوصفه مدخلًا أساسيًا لتحقيق المصلحة العامة (Abedin et al 2020). وإلى جانب ذلك، لا يمكن إغفال دور النمو السكاني في صياغة الأجندة الحكومية وبالتالي التأثير على الإنفاق العام والموازنة العامة، فهو لا يزال يمثل أحد التحديات التي تواجه الدول، فالمتغيرات الديموغرافية تعمل على تعديل هيكل وحجم الإيرادات والنفقات العامة، إذ تعتبر عملية فهم العلاقة بين المالية العامة والمتغيرات الديموغرافية، ضرورة لتمكين صناع السياسات العامة من التكيف وتحسين أطر الموازنة العامة بما يضمن تحقيق الصالح العام (Zokalj, 2016).

وعلى مستوى فلسطين، فغيرها من دول العالم، تعرضت لعدة أزمات مختلفة، وما زالت تتعرض لضغوطات خارجية وسياسية من قبل الاحتلال الإسرائيلي عبر تقيدها باتفاقيات ومعاهدات دولية تحد من نموها الاقتصادي (سلطة النقد الفلسطينية، 2022)، إذ تتأثر فلسطين بدرجة عالية بالأوضاع السياسية التي يخلقها الاحتلال الإسرائيلي عبر التحكم بإيرادات المقاصة. وتؤدي الأحداث السياسية في فلسطين إلى قيام الاحتلال بعدم توريد جزئي أو كلي لإيرادات المقاصة إلى السلطة الفلسطينية مما يؤثر على بند الإيرادات العامة في الموازنة الفلسطينية.

ونتيجة لاستمرار تضييق الاحتلال وعدم إجراء أي تعديل على اتفاقية باريس الاقتصادية، انعكس ذلك سلبًا على المشهد السياسي والاقتصادي في فلسطين. فقد استمر الجانب الإسرائيلي في التحكم بأموال المقاصة بشكل متكرر خلال العام، والتي بلغت نحو 1.36 مليار دولار من إجمالي الإيرادات في عام 2021 (سلطة النقد الفلسطينية، 2021)؛ الأمر الذي أسهم في إحداث اختلال واضح في بند الإيرادات ضمن الموازنة العامة، وما يترتب على ذلك من إعاقة قدرة الحكومة على تمويل نفقاتها وتنفيذ أجندتها الحكومية بصورة فاعلة.

بالإضافة إلى ذلك فقد تراجع بند المساعدات الخارجية والمنح المقدمة لدعم بنود الموازنة العامة حيث وصلت في عام 2024 إلى 809 مليون دولار مما أثر على بند الإيرادات في الموازنة العامة (سلطة النقد الفلسطينية، 2024). وهكذا فإنه نتيجة للاختلال في بند الإيرادات يحدث عجز في تمويل النفقات العامة و تراكم للمتأخرات المستحقة على الحكومة الفلسطينية حيث لجأت الحكومة الفلسطينية إلى مزيد من الاقتراض الداخلي والخارجي وأدى ذلك إلى ارتفاع الدين العام إلى مستويات قياسية في هذا العام إذ ارتفع من (120) مليون دولار عام 2000، إلى (1257) مليون دولار عام 2004، ووصل إلى 4.204 مليار دولار في عام 2024 (سلطة النقد الفلسطينية، 2024) وهذا خلق ضغط على الإنفاق العام من أجل خدمة الدين العام المتراكم على الحكومة الفلسطينية.

بالإضافة إلى ذلك، شهد الدين العام ارتفاعًا غير مسبوق، نتيجة اعتماد الحكومة بشكل كبير وواسع على الاقتراض المحلي والخارجي لسد هذا العجز المالي الذي نتج عن أزمة إيرادات المقاصة، وزيادة الخصومات والأستقطاعات الإسرائيلية، بالإضافة إلى الانخفاض الحاد في حجم المنح والمساعدات الخارجية وهذا بدوره أدى إلى ازدياد الوضع سوءًا (سلطة النقد الفلسطينية، 2022).

وهنا يتبين أن دور الدولة في إدارة الاقتصاد لم يعد مقتصرًا على توفير الخدمات الأساسية؛ بل أصبح يشمل مواجهة التحديات المتسارعة التي تفرضها التحولات العالمية والأزمات الداخلية والخارجية على حد سواء. وقد برزت أهمية الإنفاق العام كأداة مركزية في دعم الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي، خصوصًا في الدول التي تواجه اختلالات هيكلية وعوامل سياسية ضاغطة مثل فلسطين. كما أن التغيرات الديموغرافية وتراجع الإيرادات العامة وتذبذب مصادر التمويل تشكل ضغوطاً متزايدة على قدرة الحكومات في إدارة الموازنة بكفاءة. وفي الحالة الفلسطينية، أدى التحكم الإسرائيلي بإيرادات المقاصة وتراجع المساعدات الخارجية إلى تعميق فجوة العجز المالي وارتفاع مستويات الدين العام إلى مستويات غير مسبوقة. وبالتالي، تصبح دراسة محددات الإنفاق العام وتحليل أثرها على الاقتصاد الفلسطيني ضرورة علمية ومجتمعية لفهم مسار المالية العامة وتوجيه السياسات نحو تحقيق الاستدامة الاقتصادية.

مشكلة الدراسة:

يُعد الإنفاق العام من السياسات المالية التي تنتهجها الحكومات بهدف تعزيز النمو الاقتصادي للدولة من خلال تبني استراتيجية تنمية مستدامة، تحقق الازدهار على المدى الطويل، دون تهديد للموارد والبيئة وجودة الحياة للأجيال القادمة وهذا ما ينسجم مع أهداف التنمية المستدامة 2030 (Zainal et al., 2020)، حيث تسعى الحكومات في صياغة أجنداتها إلى تحقيق الصالح العام من خلال النهوض بالقطاعات الخدمية والصحية والتعليمية لسد احتياجات المجتمع وتحقيق الصالح العام (عصفور، 2014).

ومع ضرورة تحسين النمو الاقتصادي لتحقيق تأثير إيجابي على جميع القطاعات في الاقتصاد، اتجهت الحكومات نحو دعم البنود المالية في ميزانيتها العامة، وتعزيز التميز في تقديم الخدمات الأساسية، ومواجهة الأزمات بفعالية، في نفس السياق، سعت الحكومات الفلسطينية المتعاقبة في تحدي الأزمات العالمية مثل جائحة كورونا وتحدي الصعوبات الناتجة من جانب الاحتلال الإسرائيلي في التضيق على استقرار الاقتصاد الفلسطيني، حيث ارتفعت نسبة النفقات العامة لعام 2022 بمقدار 7.4%، وبلغت نسبة الدين العام 7.9%، وتمثلت العوامل التي ساهمت في زيادة الدين العام بما يلي: استمرار أزمة المقاصة، والاقتطاعات المالية من الجانب الإسرائيلي، وانخفاض نسبة المنح الخارجية والدعم الخارجي (سلطة النقد الفلسطينية، 2024). كما أن للنمو السكاني علاقة وطيدة بالتنمية الاقتصادية، حيث يمكن اعتبار السكان مصدر للإنتاج، في حالة العمالة، أو النظر إليهم كمستهلكين، يستنزفون جزء كبير من الموارد وذلك في ظل نسب البطالة المرتفعة والتي وصلت إلى 46% عام 2025، حيث تسعى الدول إلى ضمان نمو الاقتصاد بشكل أسرع من نمو السكان (الجهاز المركزي للأحصاء الفلسطيني، 2025).

يُعد الاقتصاد الفلسطيني من الاقتصاديات التي كانت ولا زالت تعاني من العديد من المشاكل والتحديات التي تعيق تقدمها، حيث أن فلسطين تُعد من البلدان النامية التي تعاني من مشكلة التضخم (العيد، 2021). ويضاف ذلك إلى تبعية الاقتصاد الفلسطيني للاقتصاد الإسرائيلي، الذي بدوره أثر سلبًا على مستويات الرفاهية الاجتماعية وأدى إلى إضعاف الاستثمار وزيادة هروب رؤوس الأموال إلى الخارج، مما أدى إلى دفع الوحدات الاقتصادية لإهدار الكثير من الوقت والموارد للتغلب على هذا التضخم (Alareeni, et al., 2018).

وبناءً على ما تقدم، تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل العوامل المؤثرة على الإنفاق العام في فلسطين من خلال الإجابة على سؤال الدراسة الرئيسي التالي: ماهي العوامل التي تؤثر على الإنفاق العام في فلسطين؟

ويمكن إعادة صياغة سؤال الدراسة الرئيسي إلى عدة أسئلة وفقاً للعوامل التي قد تؤثر على الإنفاق العام كما يلي:

- ما أثر الأزمات على الإنفاق العام في فلسطين؟
- ما أثر النمو السكاني على الإنفاق العام في فلسطين؟
- ما أثر النمو في الدين العام على الإنفاق العام في فلسطين؟
- ما أثر التضخم على الإنفاق العام في فلسطين؟
- ما أثر المساعدات والمنح الخارجية على الإنفاق العام في فلسطين؟
- ما أثر النمو في الناتج المحلي الإجمالي على الإنفاق العام في فلسطين؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ودراسة العوامل المؤثرة على الإنفاق العام في فلسطين بالإضافة إلى متغيرات مستقلة ومن هذا الهدف الرئيسي يمكن صياغة عدة أهداف طبقاً لمشكلة الدراسة وأسئلتها كما يلي:

- تحليل تأثير الأزمات على الإنفاق العام في فلسطين.
- تحليل تأثير النمو السكاني على الإنفاق العام في فلسطين.
- تحليل تأثير النمو في الدين العام على الإنفاق العام في فلسطين.
- تحليل تأثير التضخم على الإنفاق العام في فلسطين.
- تحليل تأثير المساعدات والمنح الخارجية على الإنفاق العام في فلسطين.

- تحليل تأثير النمو في الناتج المحلي الإجمالي على الإنفاق العام في فلسطين.

فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى H1:1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية إحصائية ($P \leq 0.05$) للآزمات على الإنفاق العام في فلسطين.
- الفرضية الثانية H1:2 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية إحصائية ($P \leq 0.05$) للنمو السكاني على الإنفاق العام في فلسطين.
- الفرضية الثالثة H1:3 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية إحصائية ($P \leq 0.05$) للدين العام على الإنفاق العام في فلسطين.
- الفرضية الرابعة H1:4 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية إحصائية ($P \leq 0.05$) للتضخم على الإنفاق العام في فلسطين.
- الفرضية الخامسة H1:5 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية إحصائية ($P \leq 0.05$) للمساعدات والمنح الخارجية على الإنفاق العام في فلسطين.
- الفرضية السادسة H1:6 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية إحصائية ($P \leq 0.05$) للنمو في الناتج المحلي الإجمالي على الإنفاق العام في فلسطين.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

الإطار النظري:

أولاً: مفهوم الإنفاق العام

الإنفاق العام هو المبالغ المالية التي تخرجها الدولة من الخزينة العامة عبر إقرار الموازنة العامة للإنفاق على احتياجات المجتمع العامة من خلال أشخاص اعتباريين من هيئات وأقسام ووزارات مختلفة حكومية بقصد تحقيق المنفعة العامة (طاهر، خالد، 2022). حيث أن الإنفاق الحكومي يعتبر من أهم أدوات السياسات المالية والذي يلعب دور كبير في التأثير على المتغيرات الاقتصادية، وكلما ازداد الإنفاق الحكومي ازدادت فرص التوظيف والإنتاج، حيث تلعب النفقات العامة للدولة دوراً بارزاً في تحقيق الاستقرار الاقتصادي، كونها أداة مالية فعالة في علاج مشاكل التضخم والانكماش (Eltalla, 2017).

ويعرف الإنفاق الحكومي أيضاً على أنه أحد أدوات السياسة المالية الذي يقوم بتوجيه النشاطات الاقتصادية من خلال تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية والعمل على تحقيق الأهداف الاقتصادية عن طريق معالجة العديد من الظواهر الاقتصادية للوصول إلى مستويات عالية من الدخل وزيادة الإنتاج، حيث أن الإنفاق العام يشكل المبلغ النقدي الذي خرج من خزينة الدولة لإشباع حاجات عامة ويعتبر الإنفاق الحكومي من الأدوات التي لها دور كبير في التأثير على العدالة الاجتماعية من خلال إعادة توزيع الدخل القومي، بالإضافة إلى أنه يشكل أداة مهمة يتم من خلالها تحريك معدلات النمو الاقتصادي ولاسيما معدلات التوظيف.

أهداف الإنفاق العام:

إن الهدف الأساسي والرئيسي من الإنفاق العام هو تحقيق أكبر قدر ممكن من الرفاهية الاجتماعية والعمل على تحسين المستوى المعيشي للسكان، حيث أنه كلما زاد الإنفاق على القطاعات التعليمية والصحية وغيرها من القطاعات هذا بدوره يؤدي إلى انتعاش الاقتصاد، وزيادة إنتاجية الأفراد، بالإضافة إلى أن الإنفاق على القطاع الصحي والمؤسسات الصحية يحد من المشاكل الصحية وينعكس إيجاباً على حياة الأفراد، حيث أن الخدمات الصحية تتعلق بشكل مباشر بصحة الإنسان وأنشطته المختلفة، وعند إتاحة فرص التعليم المجاني لجميع فئات المجتمع، هذا بدوره يساهم بشكل كبير في زيادة الاستثمار البشري مما ينعكس إيجاباً على زيادة إنتاجية الأفراد، لأن الفرد الذي يحصل على أكبر قدر ممكن من التعليم ستكون إنتاجيته أعلى من الفرد الذي لم يحصل على التعليم.

ولابد من تهيئة المؤسسات الصحية بشكل جيد، لأن القطاع الصحي له دور كبير في رقي الدولة وتحقيق التنمية المستدامة والإنفاق على الخدمات الاجتماعية سوف يحقق زيادة في التنمية الاقتصادية، وهذا بدوره سوف يسهل عملية التنمية المستدامة بأبعادها المختلفة (اجتماعية، اقتصادية، بيئية)، بالإضافة إلى أنه سوف يزيد من معدلات النمو والتشغيل والدخل القومي وعدالة توزيعه في ظل الموارد المتاحة. إنَّ النفقات والإيرادات العامة توضح لنا حالة الاقتصاد في الدولة، إذا تعرضت الدولة لحالات عدم الاستقرار في هذه الحالة يتوجب عليها أن تزيد من حجم الإنفاق وتقدم الإعانات الاجتماعية لأفرادها وبالإضافة إلى أنها تحاول جاهدة في تعزيز الإيرادات العامة لتقوم بتعويض الخسائر (عمارة، 2015).

وبالتالي، يعتبر الإنفاق العام وسيلة هامة لتلبية احتياجات السكان الأساسية مثل الصحة والتعليم ومواجهة الآزمات وتحقيق الاستقرار الاقتصادي، كما تسعى الدولة إلى تحقيق المصلحة العامة من خلال الإنفاق العام وهذا يعزز النمو الاقتصادي الفلسطيني ولاسيما زيادة فرص العمل، ولسياسات الإنفاق دور في تقليص التفاوت في توزيع الدخل والحد من انتشار الفقر (Asiagwu et al, 2023).

أسباب زيادة الإنفاق العام:

هناك أسباب عديدة لزيادة الإنفاق العام من قبل الدولة (الحكومة) حيث يمكن توضيح ذلك من خلال النقاط التالية:

- تزايد النمو السكاني والتحضر وعلى إثره تقوم الحكومات بالعمل على توفير الخدمات الوقائية والإدارية وهذا بدوره سوف يؤدي إلى زيادة الإنفاق الحكومي، ويزيد الطلب على الرعاية الاجتماعية والخدمات الاجتماعية عندما يصبح الاقتصاد أكثر تحضرًا هذا بدوره أيضًا يؤدي إلى زيادة الإنفاق الحكومي (Asiagwu, et al, 2023).
- هناك العديد من الأسباب الظاهرية وأبرزها التضخم وتأثيره على انخفاض القيمة الحقيقية للنقود، وأسباب حقيقية تشمل الجوانب الاجتماعية ودور الدولة في تقديم الخدمات، إضافة إلى العوامل الاقتصادية المرتبطة بتحقيق التوازن الاقتصادي والتوسع في المشاريع الحكومية (الحسن، عبد الحسين، 2019). كما تعد العوامل السياسية مثل التمثيل الخارجي، المشاركة في المنظمات الدولية، والسعي لترسيخ الديمقراطية من العوامل المؤدية لزيادة النفقات (بودخدخ، 2009) وإلى جانب ذلك تسهم الأسباب العسكرية بما في ذلك تكاليف الحروب والتعويضات ومعاشات المحاربين، إضافة إلى المصاريف الإدارية المتعلقة بالتطوير والتدريب، في رفع حجم الإنفاق العام.
- ارتفاع أعداد موظفي القطاع الحكومي يشكل عبئًا ماليًا كبيرًا على الموازنة، وتكمن أساس المشكلة في الرواتب المرتفعة لبعض الفئات الإدارية والتنفيذية في الدولة (أبو مدللة، 2016).
- ارتفاع نفقات وزارة الداخلية والأمن الوطني في الدولة بالمقارنة مع النفقات التطويرية والريادية (تلاحمة، 2018).
- ارتفاع نسبة المدفوعات التحويلية التي تتضمن تمويل الخدمات الاجتماعية والتحويلات النقدية لمحدودي الدخل والفقراء (تلاحمة، 2018).

أنواع الإنفاق العام:

الإنفاق العام له دور أساسي في تعزيز النشاط الاقتصادي للدولة، من خلال توجيهات وتدخل الدولة في طبيعة ومجال الإنفاق على القطاعات المختلفة، حيث أن الإنفاق في القطاعات الاقتصادية المهمة والمهمشة يساهم في تطور الاقتصاد وزيادة النمو الاقتصادي، فالإنفاق يعد من أدوات الدولة الاقتصادية التي تسعى من خلاله إلى تحقيق التوازن الاقتصادي وزيادة الإنتاج (حشيش، 2005).

حيث ينقسم الإنفاق العام إلى:

1. الإنفاق الاستثماري: هو الأموال التي تعمل على تنمية الثروات الوطنية والتي يتم من خلالها تكوين رأس المال العيني حيث أنها تحقق عائد اقتصادي، وتساهم في زيادة المشاريع الإنتاجية (قدوري، 2016).
2. الإنفاق الاستهلاكي: هو الأموال التي تضمن عمل الإدارة الحكومية (إدارة المرافق العامة للدولة) وهي ضرورية لتحقيق التوازن بين طبقات المجتمع، ومثل هذه الأموال ليس لها أي عائد اقتصادي لأنها تشمل المشتريات الحكومية للدوائر والأقسام كالسلع الاستهلاكية والخدمات.
3. النفقات الجارية: هي عبارة عن النفقات التي تعمل على تمكين الخدمات العامة وتقوم بتسهيل الأعمال الحكومية، فالنفقات الجارية هي كل ما تلتزم به المؤسسة أو الوزارات أو المديرية دوريًا من نفقات لاستمرار عملها وعدم توقفه (العلي، 1989). وتتكون النفقات الجارية من البنود التالية:
 - الرواتب والأجور: وهي عبارة عن التعويضات التي يتمكن العامل أو الموظف من الحصول عليها مقابلًا للجهد المبذول في عمله، ويتم الحصول على هذا التعويض على أساس يومي أو شهري أو سنوي (الأنسة، 2016).
 - النفقات الاجتماعية: مبالغ مخصصة لدعم قطاعات معينة أو برامج اجتماعية مثل المساعدات النقدية للأسر الفقيرة، وتُصرف ضمن موازنة الوزارات المعنية مثل وزارة التنمية الاجتماعية.
 - النفقات التحويلية: هذا النوع من النفقات يسمى (النفقات الناقلة)، وتقوم الدولة بهذا النوع من النفقات دون الحصول على مقابل. ويرصد مبلغ النفقات التحويلية في موازنة المؤسسة المسؤولة أو ذات العلاقة كوزارة التنمية الاجتماعية والتي بدورها تقوم بتقديمه على شكل مساعدات للأسر الفقيرة وأسر الشهداء والجرحى ومخصصات الأسرى.
 - النفقات التشغيلية: وهي النفقات التي تقوم الحكومة بدفعها باستمرار لتسييل و تسير أمور الإدارات الحكومية للاستمرار في عملها، وهذا النوع من النفقات ليس له أي علاقة بالأنشطة الرئيسية للإدارات الحكومية. ومن الأمثلة على هذا النوع من النفقات مصاريف المياه والكهرباء، القرطاسية والصيانة وغيرها (العلي، 2002).
 - النفقات الرأسمالية: حيث أن هذه النفقات تشمل تلك الأصول الرأسمالية مثل المباني، الأراضي، المعدات، المركبات والتحويلات الرأسمالية للمشاريع والأثاث التي يتم شراؤها وإضافتها إلى قيمة الموجودات الثابتة داخل المؤسسة (حسين، عفاف، 2004).
 - نفقات خدمة الدين العام: فالدين العام عبارة عن المبالغ التي تستقرضها الحكومة من مصادر مختلفة كدين داخلي (الالتزامات التي تترتب على الدولة للأفراد والشركات والمؤسسات المحلية) دين خارجي (الالتزامات المترتبة على الدولة للأفراد والشركات والمؤسسات والحكومات الأجنبية). أما المقصود بخدمة الدين العام هي عبارة عن الفوائد التي تم إضافتها إلى المبلغ الأصلي والمدفوعات التي يتم توفيرها للوفاء بالأقساط المستحقة مع فوائدها (كليون، 2018).
4. النفقات التطويرية: تتكون هذه النفقات من الإنفاق على قطاعات الصحة والتعليم بالإضافة إلى الإنفاق على شبكات المياه والصرف الصحي والبنى التحتية، وهذه النفقات جميعها تختلف عن باقي النفقات الأخرى بالعمر الافتراضي والعوائد الاقتصادية. كما يمكن أن تكون هذه النفقات عبارة

عن تكاليف التطوير التي تتكبدتها المؤسسة أو الدولة فيما يتعلق بالدراسات والأنشطة أو المشاريع التطويرية الممولة من المانحين (داخلي أو خارجي) (اشتية، 2018)

تحديات الإنفاق العام:

- هناك العديد من التحديات والمشاكل التي يواجهها الإنفاق العام في الدولة، حيث إن النظام الاقتصادي يعاني من عدم وجود فلسفة واضحة له بسبب وجود العديد من النظريات والمناهج الاقتصادية المختلفة التي يمكن استخدامها من قبل الدول، فمن هذه التحديات ما يلي:
- حالة عدم الاستقرار والمشاكل السياسية والأمنية انعكست سلبياً على الاقتصاد، حيث إن عدم الاستقرار بالإضافة إلى المشاكل السياسية تؤثر على النمو الاقتصادي في الدولة من خلال التأثير على معدلات وحجم الاستثمار المحلي والأجنبي ومعدلات الإنفاق العام من قبل الدولة، وتعطل برامج الدولة التنموية، فالتحديات الأمنية لها تأثير سلبي على عملية التنمية السياسية والاقتصادية (حالة عدم الاستقرار). فالحروب تعيق من حالات الانتعاش الاقتصادي في الدولة، ويجب على هذه الدول أن تخصص مبالغ كبيرة وضخمة للمؤسسات الأمنية مثل وزارات الدفاع والداخلية، حيث أن هذه التخصيصات المالية تؤدي إلى إثقال كاهل الموازنة العامة (هاشم، 2015).
- رسم السياسة المالية في الدول يعاني من ضعف عام بسبب عدة عوامل منها قلة الكفاءة و تفشي الفساد المالي والإداري، حيث إن للفساد المالي والإداري أثر كبير على تنظيم عمل المؤسسات الحكومية في الدولة، حيث أنه يشير إلى انحراف إداري أو وظيفي صادر عن الموظفين أثناء قيامهم بتأدية واجباتهم الوظيفية، وانتشار معدلات البطالة والتضخم المالي الأمر الذي ساهم في تعميق الأزمة الاقتصادية (هاشم، 2015).
- تعاني الدولة من زيادة في عبء الديون الخارجية وهذا أدى إلى عدم مقدرة تلك الدولة على أن تسيطر على مواردها المتاحة، وذلك بسبب التزاماتها بسداد الدون المتراكمة عليها والفوائد الناجمة عن تلك الديون (عبد النبي، 2012).
- الأزمات الصحية المعقدة التي واجهتها جميع دول العالم، ومثال ذلك أزمة كورونا (كوفيد-19) التي أثقلت كاهل الحكومات في مواجهتها، حيث استخدمت الدولة الجزء الأكبر من موازنتها (موازنة الطوارئ) للسيطرة على انتشار هذا الوباء (الساموك، محمد، 2022).

الدراسات السابقة:

- دراسة (Abdelrahman, 2023) والتي هدفت إلى تقييم الأهمية النسبية للإنفاق العام في فلسطين، حيث اعتمدت هذه الدراسة على استخدام نهج تجريبي، وتم تحليل البيانات الزمنية للفترة ما بين عامي 2005 و 2020 لفهم العلاقة بين الإنفاق العام ومتغيرات محددة، وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل التوضيحية التالية تُعتبر العوامل الرئيسية للإنفاق العام في فلسطين: الإيرادات الحكومية، المساعدات الخارجية، ومعدلات البطالة. وأوصت الدراسة بضرورة عمل السلطة الفلسطينية على تنوع مصادر الإيرادات الوطنية والعمل على تحسين الكفاءة في استخدام الإنفاق العام.
 - دراسة (Patil, et al, 2022) التي توصلت إلى أن هناك فروق واضحة في أنفاق الحكومة على التعليم في الولايات المختلفة في الهند، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام الحكومة بالتوزيع العادل للإنفاق بين الولايات المختلفة والعمل على تحسين جودة التعليم لزيادة الفرص التعليمية أمام الطلاب في جميع أنحاء العالم وتخصيص ميزانية لتحسين دور الموارد البشرية في البلاد.
 - دراسة (علي، 2020) هدفت الدراسة إلى فهم تأثير السياسة المالية وأدواتها المختلفة كمتمغيرات مستقلة (النفقات الجارية، النفقات التطويرية، الإيرادات الضريبية، الإيرادات غير الضريبية، المنح والمساعدات الخارجية وإيرادات المقاصة) على النمو الاقتصادي في فلسطين، وبيّنت الدراسة أن النفقات الجارية والنفقات التطويرية لها تأثير إيجابي على النمو الاقتصادي، بينما الإيرادات الضريبية والإيرادات غير الضريبية تؤثر سلباً على النمو الاقتصادي، أما المساعدات الخارجية وإيرادات المقاصة فلم تظهر لهما تأثير يُعتبر قابلاً للتوجيه على النمو الاقتصادي، كما توصلت الدراسة إلى أن السلطة الوطنية الفلسطينية تعتمد بشكل كبير على إيرادات المقاصة والمساعدات الدولية لتلبية التزاماتها بشكل عام والنفقات الجارية بشكل خاص، حيث توصي الدراسة بضرورة إعادة هيكلة النفقات العامة من خلال إعادة توزيع نسبها بين الجوانب الجارية والتطويرية، كما وأوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر في بنود اتفاقية "باريس" الاقتصادية، والتي تتعلق بآلية جباية الإيرادات المقاصية من قبل الجانب الإسرائيلي وتسليمها للسلطة الفلسطينية.
 - دراسة (Eissa, 2020) هدفت الدراسة إلى بيان ماهي الأسباب وراء تفاوت الدول في احتواء الأزمات مثل جائحة فيروس كورونا (COVID-19) عن طريق التحقيق في مقاييس بديلة لكفاءة الإنفاق الصحي على التأهب للوقاية من الأوبئة، و توصلت الدراسة إلى ضرورة تحقيق الأهداف المستدامة للتنمية من خلال إعادة هيكلة الإنفاق العام على الصحة.
 - دراسة (Zainal, et al, 2020) توصلت الدراسة إلى وجود علاقة سببية من اتجاه واحد بين الدين العام والنمو الاقتصادي وبين الإنفاق الحكومي والنمو الاقتصادي وبين الإنفاق الحكومي والدين العام.
 - دراسة (Eltalla, 2017) توصلت الدراسة إلى أن كل زيادة في الإنفاق الحكومي ستؤدي إلى زيادة في الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي وهذا بدوره يحسن النشاط الاقتصادي وحجم الانتاج، وأوصت الدراسة بضرورة مراقبة الحكومة للناتج الفعلية وتقييم تأثير زيادة الإنفاق الحكومي على الاقتصاد بشكل عام والعمل على تعزيز الاستثمارات مع الأخذ بعين الاعتبار الحفاظ على الأستدامة المالية وتحسين كفاءة الإنفاق الحكومي.
- وعطفاً على الدراسات السابقة التي تم عرضها في الدراسة الحالية، والتي قدمت إطاراً علمياً وعملياً حول المتغيرات التي تؤثر على الإنفاق العام من خلال علاقة الدين العام والتضخم والناتج المحلي الإجمالي بالنفقات العامة، وبناءً على المتغيرات التي تم استخدامها سابقاً، فإن الدراسة الحالية تقدم

إضافة جديدة من حيث إضافة متغير الأزمات (الاقتصادية، الصحية، السياسية) التي عصفت ولا زالت تعصف بفلسطين وما يتبعها من نتائج اقتصادية ومالية وأثرها على الإنفاق العام. بالإضافة إلى ذلك، فإن الدراسة الحالية تغطي فترة دراسية جيدة 20 عام، من الممكن أن تعكس واقع الإنفاق العام في فلسطين.

وبناءً على ذلك، فإن الدراسة الحالية تساهم في تقديم إطار عملي حول المتغيرات التي من الممكن أن تؤثر على الإنفاق العام في فلسطين، وتبين أوجه هذا التأثير على المدى الطويل والقصير، وبالتالي تساهم في تقديم نظرة كافية حول العوامل التي قد تؤثر في زيادة النفقات العامة، وهذا يساعد في رسم السياسات العامة حول العوامل المؤثرة على هذا الإنفاق.

منهجية الدراسة وإجراءاتها

البيانات وطرق جمعها:

تغطي الدراسة الفترة من 2005 إلى 2024 وحيث أن البيانات تم جمعها عن فلسطين لعدة سنوات من عدة مصادر وهي سلطة النقد الفلسطينية، وزارة المالية الفلسطينية، الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، والبنك الدولي. ومن أجل تحليل العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وبالاعتماد على أن البيانات عبارة عن سلاسل زمنية (Time Series Data)، بالتالي تم استخدام الاختبارات الخاصة بطبيعة البيانات من أجل الوصول إلى تفسير دقيق لتأثير المتغيرات المستقلة على التابعة.

المتغيرات المستقلة:

من أجل الإجابة على أسئلة الدراسة الرئيسية ومن خلال اختبار الفرضيات التي تم اشتقاقها من مشكلة الدراسة فإنه تم استخدام المنهج الكمي التحليلي بالاعتماد على البيانات المنشورة على سلطة النقد الفلسطينية، وزارة المالية الفلسطينية، الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، والبنك الدولي والتي تخص العوامل المؤثرة على الإنفاق العام التي سيتم تحليلها في الدراسة وهي الأزمات، نسبة النمو السكاني، التضخم، النمو في الناتج المحلي الإجمالي، النمو في الدين العام، بالإضافة إلى المساعدات والمنح الخارجية في فلسطين. وتم حصر الأزمات (الصحية، السياسية، الاقتصادية) التي تعرضت لها فلسطين والتي أثرت على الموازنة العامة من خلال التقارير السنوية لسلطة النقد الفلسطينية وسيتم دمجها في عامل واحد وهو "الأزمات" وسيكون متغير وهي ويأخذ القيمة (0، 1) أي أن السنة التي يشير لها التقرير بوجود أزمة ستأخذ الرمز (1) أما السنة التي لا يشير لها التقرير بوجود أزمة فستأخذ الرمز (0).

المتغيرات التابعة:

استنادًا لما ورد في مقدمة الدراسة وانطلاقًا من هدف الدولة في المجتمع وهو تحقيق الصالح العام من خلال الإنفاق العام والموازنة العامة، فإن الدراسة الحالية اعتمدت في التحليل على الإنفاق العام "مجموع النفقات العامة" باعتبارها متغير تابع.

نموذج الدراسة:

بناءً على مشكلة وهدف الدراسة وأسئلتها الرئيسية والفرعية، وبالتالي يمكن تمثيل العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع وفقًا للنموذج الرياضي التالي:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 PG_{it} + \beta_2 PR_{it} + \beta_3 PD_{it} + \beta_4 GDP_{it-1} + \beta_5 Inflation_{it} + \beta_6 AID_{it} + \epsilon_i$$

حيث أن Y تمثل الإنفاق العام وهو المتغير التابع، β_0 : المفسر الثابت، أما المتغيرات المستقلة فهي: PG: تمثل النمو السكاني، PR: الإيرادات العامة، PD: الدين العام، GDP: نسبة النمو في الناتج المحلي الإجمالي، Inflation: التضخم، AID: المساعدات والمنح الخارجية، ϵ_i : الخطأ العشوائي.

جدول (1): متغيرات الدراسة وطريقة القياس

المتغيرات	التعريف وطريقة القياس
المتغير التابع	
الإنفاق الحكومي	اجمالي الإنفاق العام / اجمالي الناتج المحلي الإجمالي، تم الحصول عليها من تقارير وزارة المالية
المتغيرات التابعة	
النمو السكاني	وهي نسبة الزيادة السنوية للسكان وتم الحصول عليها من الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني
الإيرادات العامة	اجمالي الإيرادات العامة / اجمالي الناتج المحلي الإجمالي، تم الحصول عليها من تقارير وزارة المالية
الدين العام	اجمالي الدين العام / اجمالي الناتج المحلي الإجمالي، تم الحصول عليها من تقارير وزارة المالية
التضخم	المعدل السنوي للتضخم، وتم استخدام مؤشر المستهلك، من البنك الدولي
المساعدات والمنح الخارجية	اجمالي مبلغ المساعدات والمنح الخارجية / اجمالي الناتج المحلي الإجمالي، وتم الحصول عليها من التقارير السنوية لسلطة النقد الفلسطينية
الناتج المحلي الإجمالي	معدل النمو في الناتج المحلي الإجمالي، وتم الحصول عليها من التقارير السنوية لسلطة النقد الفلسطينية

التحليل ومناقشة النتائج:

في القسم الحالي سيتم عرض نتائج تحليل بيانات الدراسة بهدف الوصول إلى إثبات أو نفي الفرضيات. وسيتم في البداية عرض ومناقشة وصف بيانات الدراسة و ثم تحليل ومناقشة مصفوفة الارتباط واختبار وجود مشكلة عدم تجانس التباين، وبعد ذلك مناقشة نتائج الانحدار ARDL واختبار ديكي-فولر المعرّز لجذر الوحدة.

الوصف الإحصائي:

في الجدول التالي، نعرض الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة التابعة والمستقلة والتي تظهر عدد المشاهدات والوسط الحسابي والانحراف المعياري وأدنى وأعلى قيمة لكل متغير من المتغيرات.

جدول (2): الوصف الإحصائي لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	المشاهدات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	أدنى قيمة	أعلى قيمة
الإنفاق الحكومي (المتغير التابع)	20	0.325	0.087	0.225	0.486
الأزمات	20	0.85	0.366	0	1
النمو السكاني	20	0.034	0.050	0.020	0.250
الدين العام	20	0.221	0.061	0.146	0.358
التضخم	20	0.025	0.027	-0.007	0.099
المساعدات والمنح الخارجية	20	0.112	0.087	0.018	0.317
النتائج المحلي الإجمالي	20	0.021	0.055	-0.113	0.096

يُظهر الجدول السابق الإحصاءات الوصفية الخاصة بمتغيرات الدراسة، حيث يوضح أن متوسط الإنفاق الحكومي بلغ نحو (0.325)، وهو معدل مرتفع نسبياً مقارنة مع باقي المتغيرات، وهذا بدوره يعكس الدور المحوري الذي تؤديه الحكومة في دعم و مساندة وتحريك الاقتصاد الفلسطيني، وهذا يوضح أن الدين العام (0.221) يشكل المصدر الرئيسي لتمويل هذا الإنفاق (عمارة، 2015)، بينما تُعتبر المساعدات الخارجية (0.112) عاملاً مكملًا، حيث أنها تتسم بتذبذب واضح من عام لآخر (كليبونة، 2018).

بينما معدل النمو السكاني فقد بلغ (3.4%) مع انحراف موجب مرتفع (5%)، وهذا يدل على أن هناك بعض القيم الشاذة أو السنوات غير الاعتيادية التي قد تستدعي مراجعة إضافية، بالرغم من ذلك فإن هذا النمو المتسارع يؤدي إلى فرض أعباء إضافية على الحكومة لتلبية الاحتياجات المتزايدة من الخدمات العامة (Asiagwu, et al, 2023)، أما بالنسبة لمعدل التضخم فقد بلغ (0.025)، وهذا يشير إلى أن ارتفاع الأسعار كان محدوداً في معظم السنوات، مع بروز فترات محددة شهدت زيادات أعلى، وهو ما ينعكس بطبيعة الحال على حجم الإنفاق الاسمي (Eltalla, 2017). ويُظهر الناتج المحلي الإجمالي معدل نمو ضعيف (0.021) مصحوباً بانحراف (5.5%)، وهذا يعكس تعرض الاقتصاد لسنوات من الانكماش، مما أثر تأثيراً سلبياً على الإيرادات الحكومية ودفع نحو زيادة الاعتماد على كِلَى من الدين العام والمساعدات الخارجية.

تحليل مصفوفة الارتباط:

يمثل الجدول أدناه تحليل مصفوفة الارتباط لمتغيرات الدراسة التابعة والمستقلة، حيث تعطي مصفوفة الارتباط مؤشر أولي عن طبيعة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، بالإضافة إلى ارتباط المتغيرات المستقلة ببعضها البعض.

جدول (3): تحليل مصفوفة الارتباط

المتغيرات	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
الإنفاق العام(1)	1.000						
الأزمات(2)	-0.312	1.000					
النمو السكاني(3)	-0.101	0.095	1.000				
الدين العام(4)	0.505	0.003	-0.277	1.000			
التضخم(5)	0.411	0.104	-0.249	0.453	1.000		
المساعدات والمنح الخارجية(6)	0.914	-0.168	-0.134	0.595	0.476	1.000	
النتائج المحلي الإجمالي(7)	0.502	-0.352	-0.070	0.023	0.081	0.446	1.000

تظهر نتائج مصفوفة الارتباط في جدول (3) أعلاه أن تأثير الأزمات سلبى على الإنفاق العام حيث بلغ معامل الارتباط 31.2% وهذا يشير إلى تعرض فلسطين للأزمات المتكررة التي قد تؤدي إلى تخفيض الإيرادات العامة والمنح، وهذا قد ينعكس سلباً على الإنفاق الحكومي. بالإضافة إلى ذلك، كان معامل الارتباط للنمو السكاني مع الإنفاق العام سلبياً بمقدار 10.1%، جدير بالذكر أن زيادة النمو السكاني يؤدي إلى زيادة الإنفاق الحكومي من خلال فرض ضغوطاً إضافية على الخدمات العامة (Zokali, 2016). أما متغير الدين العام فكان ارتباطه متوسطاً وموجباً مع الإنفاق العام بمقدار 50.5%، وهذا نتيجة لاعتماد الحكومات المتعاقبة على تمويل النفقات وتحديدًا الرواتب من خلال الاقتراض من الجهاز المصرفي. وكان تأثير التضخم كمُتغير مستقل موجباً ومتوسطاً بمقدار 41.1% على الإنفاق العام حيث أن ارتفاع الأسعار نتيجة الضغوط التضخمية يؤدي إلى زيادة إنفاق الدولة على مختلف القطاعات من مساعدات اجتماعية ونفقات تطويرية وتكاليف أخرى. أيضاً جاء معامل ارتباط عامل المساعدات والمنح الخارجية مرتفعاً وموجباً بمقدار

91.4% مع الإنفاق العام، وهذا انعكاس لأعتماد جزء لا بأس به من الموازنة العامة على المساعدات والمنح والتي بلغت في عام 2024، 823.7 مليون دولار (وزارة المالية والتخطيط، 2024). أما متغير الناتج المحلي الإجمالي كمتغير مستقل على مستوى الاقتصاد الكلي فقد جاء معامل ارتباطه مع الإنفاق العام متوسطاً وموجباً بمقدار 50.2%، حيث أن زيادة النمو في الناتج المحلي سينعكس على الإيرادات وجباية الضرائب وبالتالي انعكاس ذلك إيجابياً على الإنفاق العام (كليون، 2018).

بالإضافة إلى تحليل مصفوفة الارتباط، فقد تم إجراء اختبار Breusch-Pagan / Cook-Weisberg لفحص إمكانية وجود مشكلة heteroscedasticity وهي مشكلة عدم تجانس التباين، وكانت نتيجة الاختبار ($\chi^2 = 0.01$, $p = 0.9077$) وتشير هذه النتيجة إلى عدم وجود هذه المشكلة. جدول (4) يعرض نتيجة الاختبار المذكور.

جدول (4): اختبار Breusch-Pagan / Cook-Weisberg

chi2(1)	0.01
Prob > chi2	0.9077

تحليل الانحدار الديناميكي ARDL:

في هذه القسم سيتم عرض نتائج التحليل بناءً على المنهجية التي تم اتباعها في هذه الدراسة ووفقاً لطبيعة بيانات الدراسة وهي السلاسل الزمنية (Time Series Data). في بداية التحليل سيتم إجراء اختبار ديكي-فولر المُعزَّز لأختبار وجود جذر الوحدة، والمعروف باللغة الإنجليزية Augmented Dickey-Fuller test for unit root). وهذا الاختبار من أجل التحقق فيما إذا كانت السلسلة الزمنية مستقرة (Stationary) أم تحتوي على جذر وحدة (غير مستقرة)، حيث تم إجراء الاختبار للمتغيرات جميعها عند (First Difference). حيث يظهر جدول (5) أدناه أن البيانات مستقرة عبر السلسلة الزمنية التي تم دراستها.

جدول (5): إجراء اختبار ديكي-فولر المُعزَّز لجذر الوحدة (ADF)

المتغيرات	إحصائية الاختبار	القيمة الحرجة عند 10%	قيمة p التقريبية (MacKinnon)
الإنفاق العام (المتغير التابع)	-4.276	-2.630	0.0005
المتغيرات المستقلة			
الأزمات	-4.183	-2.630	0.0007
النمو السكاني	-4.613	-2.630	0.0001
المساعدات والمنح الخارجية	-3.290	-2.630	0.0153
الدين العام	-3.034	-2.630	0.0319
التضخم	-3.757	-2.630	0.0034
الناتج المحلي الإجمالي	-5.275	-2.630	0.0000

وبالنظر إلى نتائج الاختبار، نلاحظ أنه تم استخدام اختبار ديكي-فولر المُعزَّز (ADF) للتحقق من خصائص الاستقرار للسلاسل الزمنية. وتشير النتائج إلى عدم رفض فرضية العدم بوجود جذر وحدة عند المستوى لجميع المتغيرات، مما يدل على أنها غير مستقرة. ومع ذلك، عند أخذ الفرق الأول، يتم رفض فرضية العدم عند مستويات المعنوية التقليدية (10%)، مما يشير إلى أن جميع المتغيرات أصبحت مستقرة عند الفرق الأول، أي أنها متكاملة من الدرجة الأولى (1) I.

وبالاعتماد على اختبار (ADF) وبما أن جميع المتغيرات متكاملة من الدرجة الأولى، وحيث أن حجم البيانات المستخدمة صغيرة نوعاً ما، فهذا يقودنا إلى استخدام تحليل (ARDL, Autoregressive Distributed Lag) والذي يعرض طبيعة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع عبر الزمن، بالإضافة إلى أنه يظهر التأثيرات طويلة الأجل وقصيرة الأجل في النموذج. وبالتالي فإن جدول (6)، يعرض نتيجة اختبار (ARDL).

جدول (6): نتائج اختبار ARDL

D.y	معامل التأثير	الخطأ المعياري	t	P>t
ADJ	***-1.884	0.1855	-10.16	0.000
الإنفاق العام (1) I				
العلاقة قصيرة الأجل				
الأزمات	***-0.0712	0.0111	-6.38	0.001
النمو السكاني	0.0530	0.0762	0.70	0.512
الدين العام	0.0229	0.09125	0.25	0.810
التضخم	-0.2148	0.2187	-0.98	0.364
المساعدات والمنح الخارجية	***0.7931	0.048	16.51	0.000
الناتج المحلي الإجمالي	**0.1621	0.0621	2.61	0.040
العلاقة طويلة الأجل				
الأزمات (1) I	***0.0669	0.0147	4.54	0.004
النمو السكاني (1) I	0.1267	0.0936	1.35	0.225
الدين العام (1) I	***0.7619	0.1879	4.05	0.007

0.052	2.42	0.4911	**1.1872	التضخم(1)
0.066	-2.42	0.3302	**0.740	المساعدات والمنح الخارجية(1)
0.000	10.83	0.0487	***0.5277	الناتج المحلي الإجمالي(1)
			19	عدد المشاهدات
			0.9779	R-squared
			0.9338	Adj R-squared
			60.9125	Log likelihood
			0.0174	Root MSE
			2024-2006	العينة

* p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

توضح نتائج اختبار ARDL في جدول (6) أعلاه، أن تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع على المدى القصير، حيث كان تأثير الأزمات سلبياً ومعنوياً على الإنفاق العام وبمعامل تأثير منخفض نسبياً بقيمة 7.12%، وهذا يعني أن تعرض فلسطين للأزمات المتكررة يخفض من الإنفاق الحكومي، ويمكن أن يفسر ذلك، بأن الأزمات التي تتعرض لها البلاد تؤثر على الإيرادات العامة وبالتالي انخفاض الإنفاق الحكومي. بالإضافة إلى أن تأثير المساعدات والمنح الخارجية و الناتج المحلي الإجمالي معنوياً وموجباً على زيادة الإنفاق العام بمعامل تأثير 79% و 16% على التوالي، حيث أن زيادة المساعدات والمنح الخارجية المقدمة للحكومة الفلسطينية وتحسن الناتج المحلي الإجمالي يؤدي إلى زيادة الإنفاق الحكومي وهذا يتوافق مع دراسة الأعرج (2019). أما فيما يتعلق بمتغيرات النمو السكاني والدين العام فتأثيرهما غير معنوي لكنه موجباً وبمعامل تأثير منخفض حيث بلغ 5.3% و 2.2% على التوالي. وذلك على عكس تأثير عامل التضخم الذي كان سلبياً وغير معنوي وبمعامل تأثير متوسط بمقدار 21.48%.

أما على صعيد تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع على المدى الطويل، فكان تأثير الأزمات إيجابياً ومعنوياً بمعامل تأثير 6.69% على الإنفاق العام. وهذا قد يفسر على أن استمرار تعرض البلاد للأزمات يؤدي إلى زيادة الإنفاق العام على المدى الطويل من خلال المساعدات والدعم الحكومي المباشر وغير المباشر؛ حيث تتعرض البلاد لعدة أزمات اقتصادية، سياسية، صحية، بالإضافة إلى الأغلاقات وحصار المدن والقرى. أما متغير النمو السكاني فكان تأثيره موجباً ولكن غير معنوي وبمعامل تأثير 12.67%، وهذا قد يسفر على أن ثبات معدلات النمو السكاني والتي بلغت بالمتوسط 2.5% لا تؤثر بشكل معنوي على قرارات الحكومة فيما يخص الإنفاق العام على المدى الطويل. على الرغم من أن هذا لا يتوافق بشكل كامل مع النظرية الاقتصادية التي تبين بأن التوسع السكاني يفرض على الحكومة زيادة الإنفاق لتغطية الاحتياجات المتزايدة في قطاعات الصحة والتعليم والبنية التحتية والخدمات العامة، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الضغوط المالية، إضافة إلى ذلك إن ارتفاع الدين العام يعكس لجوء الحكومة إلى الاقتراض كوسيلة لتمويل نفقاتها، في حين يعكس تأثير عدد السكان الزيادة الطبيعية في الطلب على الخدمات العامة، وهذا بدوره يفرض على الحكومة التوسع في إنفاقها لتلبية الاحتياجات المتنامية للمجتمع.

وعلى صعيد متغير الدين العام، فقد كان تأثيره معنوياً وموجباً وبمعامل تأثير مرتفع بقيمة 76.19%، أي أن زيادة الإنفاق يتأثر بشكل كبير بالحصول على القروض من الجهاز المصرفي المحلي حيث أن اقتراض الحكومة الفلسطينية يتم من خلال البنوك العاملة في فلسطين (سلطة النقد الفلسطينية، 2019). بالإضافة إلى ذلك، فقد كان تأثير متغير التضخم معنوياً وموجباً على الإنفاق العام وبمعامل تأثير مرتفع 118.72%، أي أن ارتفاع التضخم في البلاد سيؤدي إلى زيادة الإنفاق العام على المدى الطويل. أما متغير المساعدات والمنح الخارجية فكان تأثيره سلبياً ومعنوياً بمقدار 74%، حيث أن تراجع بند المنح والمساعدات لصالح الموازنة العامة على مدى السنوات الماضية قد أثر على الإنفاق العام. وتعاني الموازنة العامة في فلسطين من خلل هيكلي بموضوع الإنفاق حيث أن 96% من إجمالي النفقات تذهب إلى بند النفقات الجارية، وهذا تأثر بشكل كبير بالانخفاض الكبير في تحصيل إيرادات المقاصة الناتج عن الحجوزات على هذه الإيرادات (سلطة النقد الفلسطينية، 2024). علاوة على ذلك، فقد كان تأثير الناتج المحلي الإجمالي معنوياً وموجباً على الإنفاق العام وبمعامل تأثير متوسط بقيمة 52.77%، وهذا نتيجة لأن تحسن المؤشرات الاقتصادية على المدى الطويل من الممكن أن ينعكس إيجابياً على زيادة النفقات العامة. أن تحسن الناتج المحلي الإجمالي مدفوعاً بتحسين القطاعات الاقتصادية المختلفة تؤدي إلى تحسن في جباية الضرائب وتحصيلها وبالتالي زيادة الإيرادات العامة التي تنعكس إيجاباً على الإنفاق العام.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيم (R-squared) و (Adj R-squared) مرتفعة وهي 97.79% و 93.38% على التوالي، حيث أن المتغيرات المستقلة التي تم اعتمادها في نموذج الدراسة تفسر تقريباً 93.38% من قيمة التغير في المتغير التابع، وهذا ناتج من أن اعتماد هذه المتغيرات جاء بناء على الدراسات والأدبيات السابقة التي استخلصت أن النفقات العامة وتحديداً في الدول النامية تعتمد على المتغيرات المستقلة التي تم استخدامها في الدراسة الحالية. وهذه النتائج تتوافق إلى حد كبير مع دراسة (Alareeni, et al, 2018). ويمكن تلخيص نتائج التحليل بالنسبة للمتغيرات المستقلة وتأثيرها على المتغير التابع (الإنفاق العام) على المدى الطويل وقصير الأجل كما في جدول (7) أدناه:

جدول (7): ملخص نتائج التحليل

المتغيرات المستقلة	التأثير على المدى القصير	اتجاه التأثير	التأثير على المدى الطويل	اتجاه التأثير
الأزمات	يوجد تأثير معنوي	سليبي	يوجد تأثير معنوي	ايجابي
النمو السكاني	تأثير غير معنوي	ايجابي	تأثير غير معنوي	ايجابي
الدين العام	تأثير غير معنوي	ايجابي	يوجد تأثير معنوي	ايجابي
التضخم	تأثير غير معنوي	سليبي	يوجد تأثير معنوي	ايجابي
المساعدات والمنح الخارجية	يوجد تأثير معنوي	ايجابي	يوجد تأثير معنوي	سليبي
النتائج المحلي الإجمالي	يوجد تأثير معنوي	ايجابي	يوجد تأثير معنوي	ايجابي

نلاحظ من الجدول أعلاه، أن التأثير على المدى القصير بشكل عام للمتغيرات المستقلة على الإنفاق العام هو تأثير غير معنوي باستثناء متغيرات المساعدات والمنح الخارجية والنتائج المحلي الإجمالي فقد كان تأثيرهما معنويًا وموجبًا. أما على المدى البعيد، فقد كان تأثير جميع المتغيرات المستقلة معنويًا وموجبًا على الإنفاق العام، باستثناء متغير النمو السكاني فقد كان تأثيره غير معنوي لكنه موجبًا. بالإضافة إلى متغير المساعدات والمنح الخارجية فقد كان تأثيره معنويًا وسليبيًا.

التوصيات العملية والعلمية:

التوصيات العملية لصناع القرار:

استنادًا إلى النتائج السابقة، توصي الدراسة بما يلي:

- تعزيز ضبط الدين العام وإعادة هيكلته، من خلال وضع سقف صارمة للاقتراض، وتحسين إدارة الالتزامات المالية؛ لضمان عدم تراكم الدين بمعدلات تفوق قدرة المالية العامة وخصيصًا في أزمات المقاصة والاقتطاعات الإسرائيلية المستمرة.
- توجيه المساعدات والمنح الخارجية نحو مشاريع إنتاجية، تخفض العبء على الموازنة مستقبلًا، بدل تمويل النفقات الجارية، مع تعزيز الاستقرار في تدفق هذه المساعدات.
- تبني سياسات سكانية فعالة لاستيعاب الضغوط الديموغرافية، وهذا يستدعي تطوير سياسات تستجيب للزيادة السكانية؛ عبر توسيع الاستثمارات في التعليم والصحة والبنية التحتية، مع تبني برامج تنمية اجتماعية تقلل من الضغط على النفقات العامة.
- تحسين القدرة المؤسسية على إدارة الأزمات المالية والصحية والسياسية، عن طريق إنشاء إطار مؤسسي شامل لإدارة الأزمات، وصندوق طوارئ وطني، وخطط إنفاق مرنة تستجيب للمتغيرات.
- رفع كفاءة الإنفاق العام من خلال الحكومة مما يحسن من إدارة الإنفاق.

التوصيات العلمية والدراسات المستقبلية:

بناء على توصيات الدراسة المنبثقة عن نتائج التحليل الإحصائي فإنه يمكن تقديم عدة توصيات حول إجراء أبحاث ودراسات مستقبلية. حيث توصي الدراسة بإجراء أبحاث علمية من خلال مقارنة عدة فترات بالإضافة إلى إجراء دراسات مقارنة مع الدول النامية، ويمكن اختيار عدة دول من المنطقة العربية والتي تتصف بخصائص مشابهة. بالإضافة إلى التوصية للدول النامية بضرورة خفض الاعتماد على المنح والمساعدات الخارجية، وخفض الاعتماد على الدين العام لتمويل عمليات الإنفاق على الخدمات العامة.

محددات الدراسة:

- تأثير الأزمات السياسية والاقتصادية المفاجئة، حيث أن الظروف غير المستقرة في فلسطين مثل الاقتطاعات الإسرائيلية أو الأحداث الأمنية، أدت إلى صعوبة تفسير بعض التغيرات في الإنفاق الحكومي بشكل كامل، لأنها خارج سيطرة الحكومة وهي أحداث غير متوقعة.
- ضعف البنية التحتية الاقتصادية، حيث أن الأحداث الاقتصادية مثل جائحة كورونا أو الأزمات المالية الدولية تؤثر على الاقتصاد الفلسطيني بشكل كبير وغير متوقع، مما يزيد صعوبة تفسير التغيرات في الإنفاق العام بدقة كاملة.
- عدم توفر بيانات كافية لأجراء تحليل إضافي للتأكد من نتائج الدراسة من خلال إجراء اختبارات إضافية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- أبو مدللة س.، & الخضري أ. (2016). الإيرادات العامة والنفقات العامة الفلسطينية: المشكلات والحلول (1995-2015). *مجلة البحوث الاقتصادية والمالية*، 3(2)، 219-235.
- اشتية، بكر (2018). الإنفاق الحكومي على القطاع الاجتماعي من منظور العدالة الاجتماعية. المبادرة الفلسطينية لتعميق الحوار العالمي (مفتاح)، رام الله.
- الأعرج، أحمد أكرم عبد المعطي. (2019). *أثر التجارة الخارجية على الإيرادات العامة في دولة فلسطين: دراسة قياسية (1996-2017 م)*. (أطروحة ماجستير). الجامعة الإسلامية، فلسطين (قطاع غزة).
- بودخدخ: كريم. (2009). أثر سياسة الإنفاق على النمو الاقتصادي: دراسة حالة الجزائر. 69-90. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.

- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2023). فلسطين في أرقام 2022. فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.
- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني. (2025). التنبؤات الاقتصادية 2024. رام الله، فلسطين: الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني.
- الحسن، إيهاب عبد السلام، زهراء، علي عبد الحسين. (2019). أثر الإنفاق العام على النشاط الاقتصادي في العراق للفترة 1998-2017. *مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية*، 11(4)، 150-172.
- حشيش، عادل أحمد، (2005). *أساسيات المالية العامة: مدخل لدراسة أصول الفن المالي للاقتصاد العام*. دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
- زغاشو، م.، ودهان، م. (2017). دور سياسة الإنفاق العام في تفعيل التنوع الاقتصادي: اقتصاد دولة الإمارات العربية المتحدة نموذجاً. *Revue des Sciences Humaines*، 28(3)، 69-86.
- الساموك، مصطفى سمير عبد الله & جاسم محمد، أسماء. (2022). تحديات الانفاق العام في العراق للمدة 2009-2020: (الاسباب والمعالجات). *مجلة الدراسات الاقتصادية والإدارية*، 2022(26)، 69-90.
- طاهر، ق. & خالد، م. (2022). أثر الإنفاق العام على التضخم والنمو الاقتصادي حالة الجزائر دراسة قياسية للفترة (1980-2020). رسالة ماجستير منشورة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.
- عصفور، محمد شاكر. (2014). *أصول الموازنة العامة*. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- علي، محمد (2020). *أثر السياسة المالية على النمو الاقتصادي في فلسطين*. رسالة ماجستير منشورة: جامعة النجاح الوطنية: نابلس-فلسطين
- عمارة، رانيا محمود. (2015). *المالية العامة: الإيرادات العامة* (الطبعة الأولى). مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع.
- العبد، جلال شيخ. (2021). العلاقة بين معدل التضخم ومعدل البطالة في مناطق السلطة الوطنية الفلسطينية. *مجلة جامعة فلسطين التقنية للأبحاث*، 9(1)، 88-106.
- غازي، كوفان تمر، و سمو، فاطمة رمضان. (2019). أثر الإنفاق العام على بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية في العراق: في المدة 2006-2017. (2)2، لصفحات <https://doi.org/10.14500/kujhss.v2n2y2019.165-152>
- قدوري، طارق، (2016). مساهمة ترشيد الإنفاق الحكومي في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر: دراسة تطبيقية للفترة (1990-2014). *مجلة رؤى الاقتصادية*، 11، ص: 95. <https://doi.org/10.12816/0036778>
- كلبونة، فاطمة. (2018). *أثر الدين العام على النمو الاقتصادي في فلسطين*. 1-86. (رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية). المستودع الرقمي لجامعة النجاح الوطنية- نابلس، فلسطين.
- مجلخ، سليم، حمادة، كمال. (2016). تفاقم عجز الموازنة العامة في الجزائر في ظل آثار الأزمة المالية والاقتصادية العالمية دراسة تحليلية للفترة (2004-2013). *مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية*، 1(40): 165-167. <https://doi.org/10.53671/pturj.v9i1.165>
- مقداد، محمد، والكحلوت، خالد. (2009). واقع الإيرادات والنفقات الجارية للسلطة الوطنية الفلسطينية في ظل المعوقات الاسرائيلية. *مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية)* 17(1)، 753-807.
- هاشم، حنان عبد الخضر، (2015). الشراكة بين القطاعين العام والخاص في الاقتصاد العراقي بين المتضمنات الأساسية والرؤية الاستراتيجية للتطبيق، *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة الكوفة*، 13(36)، العراق.
- الوادي، محمود حسين، خرسين، ابراهيم، الحوار، نضال، (2007). *الأساس في علم الاقتصاد*. ط1، دار البازور للنشر والتوزيع.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- Abedin, N., Amiruddin, R., & Ismail, I. (2020). *Public Debt, Government Expenditure and Economic Growth*, International Invention, Innovative & Creative (InIIC) Conference.
- Abdelrahman, O. A. (2023). Government Expenditures Determinants: An Empirical Study on Palestine. *International Journal of Academic Research in Economics and Management and Sciences*, 12(2), 67 – 74. [DOI]
- Alareeni, B., Qdeh, N., Lulu, S. (2018). Determinants of Inflation in Palestine. *International Journal Of Business Ethics And Governance (IJBEG)*. [DOI]
- Asiagwu, h., Ugherughe, j., & Ezeabasili, n. (2023). Disaggregated analysis of public expenditure and economic development on the Nigerian economy. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 5(1), 41-56. [DOI]
- Chu, K., & Hemming, R. (Eds.). (1991). "Public Expenditure, Stabilization, and Structural Adjustment". In *Public Expenditure Handbook*. USA: International Monetary Fund. [DOI]
- Eissa, N. (2020). Pandemic Preparedness and Public Health Expenditure. *Economies*, 8(3), 60. [DOI]
- Eltalla, H. (2017). The Impact of Government Expenditure on the Palestinian Economy: A CGE Analysis. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 8(22), 174-181.
- Patil, A., Hanagodimath, S., & S. C., J. (2022). Public Expenditure on the Education Sector in India. *Antrocom Journal of Anthropology*, 18(2), 151-157.

- Wibowo, M. (2017). Public Debt and Economic Growth in The SouthEast Asian Countries. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 177-188. [DOI]
- Zainal Abedin, N., Amiruddin, R., & Ismail, I. (2020). Public Debt, Government Expenditure and Economic Growth in Malaysia. International Invention, Innovative & Creative (InIIC) Conference, (pp. 105-111).
- Zokaj, M. (2016). The impact of population aging on public finance in the European Union. *Financial theory and practice*, 40(4), 383-412. [DOI]

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

<https://hdr.undp.org/data-center/human-development-index#/indicies/HDI>
https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/wpcontent/uploads/sites/2/2017/01/wim_dgs4.pdf
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
www.pma.ps
<https://www.pcbs.gov.ps/>
<https://mas.ps/>

رابعاً: ترجمة المراجع العربية

- Abu Madalla, S., & Al-Khudari, A. (2016). Palestinian public revenues and public expenditures: Problems and solutions (1995–2015). *Journal of Economic and Financial Research*, 3(2), 219–235.
- Alabi, M. (2020). *The impact of fiscal policy on economic growth in Palestine* [Published master's thesis, An-Najah National University, Nablus, Palestine].
- Al-Araj, A. A. A. M. (2019). *The impact of foreign trade on public revenues in the State of Palestine: An econometric study (1996–2017)* [Master's thesis, Islamic University, Palestine (Gaza Strip)].
- Al-Eid, J. S. (2021). The relationship between the inflation rate and the unemployment rate in the areas of the Palestinian National Authority. *Palestine Technical University Research Journal*, 9(1), 88–106. <https://doi.org/10.53671/pturj.v9i1.165>
- Al-Hassan, I. A. S., & Zahra, A. A. H. (2019). The impact of public expenditure on economic activity in Iraq for the period 1998–2017. *Journal of the College of Administration and Economics for Economic, Administrative and Financial Studies*, 11(4), 150–172.
- Al-Samouk, M. S. A., & Jasim Mohammed, A. (2022). Challenges of public expenditure in Iraq for the period 2009–2020: Causes and remedies. *Journal of Economic and Administrative Studies*, 2022(26), 69–90.
- Al-Wadi, M. H., Khursin, I., & Al-Hawari, N. (2007). *Fundamentals of economics* (1st ed.). Dar Al-Yazouri for Publishing and Distribution.
- Asfour, M. S. (2014). *Fundamentals of the public budget*. Dar Al-Masirah for Publishing, Distribution, and Printing.
- Boudkhodkh, K. (2009). The impact of expenditure policy on economic growth: A case study of Algeria. [Publication details unavailable], 69–90. Faculty of Economic Sciences and Management.
- Emara, R. M. (2015). *Public finance: Public revenues* (1st ed.). Arab Studies Center for Publishing and Distribution.
- Ghazi, K. T., & Samo, F. R. (2019). The impact of public expenditure on selected macroeconomic variables in Iraq during the period 2006–2017. *Kurdistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(2), 152–165. <https://doi.org/10.14500/kujhss.v2n2y2019>
- Hachich, A. A. (2005). *Fundamentals of public finance: An introduction to the principles of public finance*. Dar Al-Nahda Al-Arabiya for Printing and Publishing.
- Hashem, H. A. K. (2015). Public-private partnership in the Iraqi economy: Basic implications and a strategic vision for implementation. *Al-Ghary Journal of Economic and Administrative Sciences*, 13(36).
- Ishtayeh, B. (2018). *Government spending on the social sector from the perspective of social justice*. Palestinian Initiative for the Deepening of Global Dialogue (MIFTAH).
- Kadouri, T. (2016). The contribution of rationalizing government expenditure to achieving economic development in Algeria: An applied study for the period 1990–2014. *Roa'a Economic Journal*, 11, 95. <https://doi.org/10.12816/0036778>
- Kalbouna, F. (2018). *The impact of public debt on economic growth in Palestine* [Master's thesis, An-Najah National University]. An-Najah National University Digital Repository, Nablus, Palestine.
- Majlakh, S., & Hamana, K. (2016). The aggravation of the public budget deficit in Algeria under the effects of the global financial and economic crisis: An analytical study for the period 2004–2013. *Al-Quds Open University Journal for Humanitarian and Social Research*, 1(40). <https://doi.org/10.53671/pturj.v9i1.165>

- Miqdad, M., & Al-Kahlout, K. (2009). The reality of current revenues and expenditures of the Palestinian National Authority under Israeli constraints. *Islamic University Journal (Humanities Studies Series)*, 17(1), 753–807.
- Palestinian Central Bureau of Statistics. (2023). *Palestine in figures 2022*. Palestinian Central Bureau of Statistics.
- Palestinian Central Bureau of Statistics. (2025). *Economic forecasts 2024*. Palestinian Central Bureau of Statistics.
- Taher, Q., & Khaled, M. (2022). *The impact of public expenditure on inflation and economic growth: The case of Algeria — An econometric study for the period 1980–2020* [Published master's thesis, Mohamed Boudiaf University of M'Sila].
- Zaghashou, M., & Dahan, M. (2017). The role of public expenditure policy in promoting economic diversification: The economy of the United Arab Emirates as a model. *Revue des Sciences Humaines*, 28(3), 69–86.

The Impact of Modern Internal Audit Activities on Improving the Quality of Environmental, Social, and Governance (ESG) Sustainability Reports in Industrial Companies

أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية

Howida Ageeb Abbas^{1*}, Al-Sadat Abdel Fattah Youssef²

¹ Assistant Professor, College of Humanities and Administrative Studies, Accounting Department, Unaizah Private Colleges, Saudi Arabia.

² Associate Professor, Department of Accounting, Unaizah Private Colleges, Saudi Arabia.

* Corresponding Author: Howida Abbas (howidaageeb@gmail.com)

هويدا عجيب عباس^{1*}، السادات عبد الفراج يوسف²

¹ أستاذ مساعد- كلية الدراسات الإنسانية والإدارية- قسم المحاسبة- كليات عنيزة الأهلية- السعودية.

² أستاذ مشارك- قسم المحاسبة- كليات عنيزة الأهلية- السعودية.

* الباحث المراسل: هويدا عباس (howidaageeb@gmail.com)



This file is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/3/11

Revised

مراجعة البحث

2025/9/18

Received

استلام البحث

2025/4/27

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.2>

Abstract:

Objectives: The study aimed to examine the impact of modern internal audit activities—namely, the assurance role, the advisory role, and risk management—on the quality of environmental, social, and governance (ESG) sustainability reports in industrial companies.

Methods: The study adopted a descriptive-analytical approach, targeting internal auditors in the internal audit departments of Sudanese industrial companies operating in the cement sector, with a total population of (236). A sample of 137 internal auditors was selected, and a questionnaire was used as the primary data collection tool.

Results: The study reached several findings, including the existence of a statistically significant impact of modern internal audit activities on the quality of ESG sustainability reports in Sudanese industrial companies, with a determination coefficient (R^2) of 0.933. This indicates that modern internal audit activities explain 93.3% of the quality of sustainability reports. Furthermore, the assurance role was found to be the most influential modern internal audit activity in enhancing the quality of sustainability reports, with a coefficient of 0.935.

Conclusions: The study recommended the need to focus on modern internal audit activities to improve the quality of sustainability reports in Sudanese industrial companies and to enhance the effectiveness of the assurance role as a modern internal audit activity to ensure the reliability of sustainability reports in these companies.

Keywords: Modern Activities; Internal Audit; Sustainability Reports; Industrial Companies; Sudan.

المخلص:

الأهداف: هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر (الدور التوكيدي، الدور الاستشاري، إدارة المخاطر) كمنشآت حديث للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.

المنهجية: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وشمل مجتمع الدراسة المراجعين الداخليين بإدارات المراجعة الداخلية بالشركات الصناعية السودانية العاملة في قطاع الأسمنت البالغ عددهم (236). شملت العينة (137) من المراجعين الداخليين العاملين بقطاع الأسمنت بالسودان، وتم اختيارهم بأسلوب العينة القصدية لضمان الحصول على استجابات من ذوي الخبرة المباشرة بالموضوع.

النتائج: خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج منها أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة ESG في الشركات الصناعية السودانية، بمعامل التحديد (0.933) مما يشير إلى أن الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية تفسر 93.3% من جودة تقارير الاستدامة. وأن الدور التوكيدي كأحد الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية الأكثر تأثيراً في جودة تقارير الاستدامة بمعامل (0.935).

الخلاصة: أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بالأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية لتحسين جودة تقارير الاستدامة بالشركة الصناعية السودانية، وزيادة فاعلية الدور التوكيدي كمنشآت حديثة للمراجعة الداخلية لضمان موثوقية تقارير الاستدامة بالشركات الصناعية السودانية.

الكلمات المفتاحية: أنشطة حديثة؛ مراجع داخلية؛ تقارير استدامة؛ شركات صناعية؛ السودان.

الاستشهاد

Citation

عباس، هويدا، يوسف، السادات. (2026). أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*. 16(4)، 400-412.

Abbas, H. A., & Youssef, A. A. (2026). The Impact of Modern Internal Audit Activities on Improving the Quality of Environmental, Social, and Governance (ESG) Sustainability Reports in Industrial Companies. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 400-412. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.2> [In Arabic]

المقدمة:

شهد العصر الحاضر اهتمام متزايد بالقضايا البيئية والاجتماعية والحوكومية، حيث أعطت الشركات الصناعية أولوية خاصة لتقارير الاستدامة، لكونها تقديم معلومات حول مدى التزام الشركة بحماية البيئة والمسؤولية الاجتماعية وممارسات الحوكمة للمستثمرين والعملاء والجهات التنظيمية والجمهور، كما أنها تبين استراتيجيات الشركة للاستدامة في المدى البعيد وتأثيرها على المجتمع والبيئة، ففي ظل هذا الاهتمام المتزايد أصبح من الضروري تطوير أنشطة المراجعة التقليدية المتمثلة في المراجعة المالية، لتشمل تقييم العمليات المتعلقة بالاستدامة مما يضمن مصداقية وموثوقية وحيادية التقارير المقدمة.

تساعد المراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية بالشركات، وبما يضمن موثوقية البيانات والمعلومات المقدمة، كما يتيح دمج القضايا البيئية والاجتماعية والحوكومية في أنشطة المراجعة الداخلية بالشركة تقييم فعالية مبادرات الاستدامة الخاصة بها وتحديد مجالات التحسين المطلوبة، فبالتالي لا ينحصر دور المراجع الداخلي على مراجعة البيانات المالية فحسب، بل يضمن تقديم خدمات توكيدية واستشارية حول البيئة والمجتمع وممارسات الحوكمة، مما يجعل من المراجعة الداخلية أداة لتحسين إفصاحات الاستدامة.

تسعى الشركات الصناعية لتلبية الطلب المتزايد على تقارير الاستدامة، وتؤدي الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية إلى تحسين جودة هذه التقارير، فمن خلال تحديد الفجوات في الأداء البيئي والاجتماعي والحوكومي للشركة، يقوم المراجع الداخلي بتقديم توصيات، لضمان الإلتزام باللوائح الوطنية والدولية، فبالتالي يضمن الشفافية والدقة في تقارير الاستدامة. تسعى الدراسة الحالية إلى بيان أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية السودانية.

يواجه قطاع الأسمنت في السودان ضغوطاً متزايدة من الجهات التمويلية الدولية والمستثمرين لتبني ممارسات أكثر استدامة، إلا أن مستوى الإفصاح في تقارير ESG لا يزال في مراحله الأولى، مما يثير تساؤلات حول مدى قدرة وظائف المراجعة الداخلية الحالية على تقديم التوكيد اللازم لهذه التقارير.

مشكلة الدراسة:

تواجه الشركات الصناعية السودانية ضغوط متزايدة للإفصاح عن أدائها غير المالي، إلا أن مشكلة الدراسة تكمن في ضعف آليات التحقق من جودة هذه التقارير، مما يبرز دور المراجعة الداخلية بأنشطتها الحديثة كضمانة لهذه الجودة، وهو ما تفتقر إليه الممارسات الحالية في قطاع الإسمنت بالسودان.

على الرغم من أن الدراسات السابقة (آدم وآخرون، 2024) قد تناولت دور المراجعة في الحوكمة المصرفية، إلا أن هناك ندرة في الدراسات التي ركزت على السياق الصناعي السوداني، وتحديدًا في قطاع الأسمنت الذي يواجه تحديات استدامة فريدة.

من هنا، تنبع مشكلة الدراسة في محاولة سد هذه الفجوة عبر اختبار ما إذا كانت الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية (التوكيد، الاستشارة، إدارة المخاطر) تساهم فعلياً في تحسين جودة تقارير ESG في هذا القطاع الحيوي.

بناءً على ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية (التوكيدية، الاستشارية، وإدارة المخاطر) في تحسين جودة تقارير الاستدامة (ESG) وفقاً للمعايير الدولية في الشركات الصناعية السودانية (تحديدًا مصانع الأسمنت السودانية)؟ ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات، هي:

- إلى أي مدى يؤثر الدور التوكيدي كنشاط حديث للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية السودانية؟
- إلى أي مدى يؤثر الدور الاستشاري كنشاط حديث للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية السودانية؟
- إلى أي مدى تؤثر إدارة المخاطر كنشاط حديث للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية السودانية؟

أهمية الدراسة:

تحاول هذه الدراسة في توفير نموذج تطبيقي للمراجعين الداخليين في بيئة ناشئة كالسودان لكيفية التعامل مع معايير الاستدامة، مما يساهم في جذب الاستثمار الأجنبي الذي يشترط الشفافية في تقارير. وتكمن أصالة هذه الدراسة في كونها لا تختبر فقط وجود علاقة، بل تفصل هذه العلاقة عبر اختبار التأثير المستقل لكل دور من الأدوار الحديثة للمراجعة (التوكيدي، الاستشاري، وإدارة المخاطر)، مما يقدم فهماً أعمق للآليات التي يمكن للمراجعة من خلالها تحسين جودة تقارير ESG.

ويمكن تقسيم أهمية هذه الدراسة إلى:

- الأهمية العلمية: المساهمة الأكاديمية من خلال توفير المعرفة العلمية حول أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية.
- الأهمية العملية: تقديم توصيات يؤمل أن تساعد الشركات الصناعية السودانية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية من خلال الاستفادة من الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية.

أهداف الدراسة:

- هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية. من خلال الأهداف الفرعية التالية:
- التعرف على أثر الدور التوكيدي كنشاط حديث للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية.
 - التعرف على أثر الدور الاستشاري كنشاط حديث للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية.
 - التعرف على أثر إدارة المخاطر كنشاط حديث للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية.

فرضيات الدراسة:

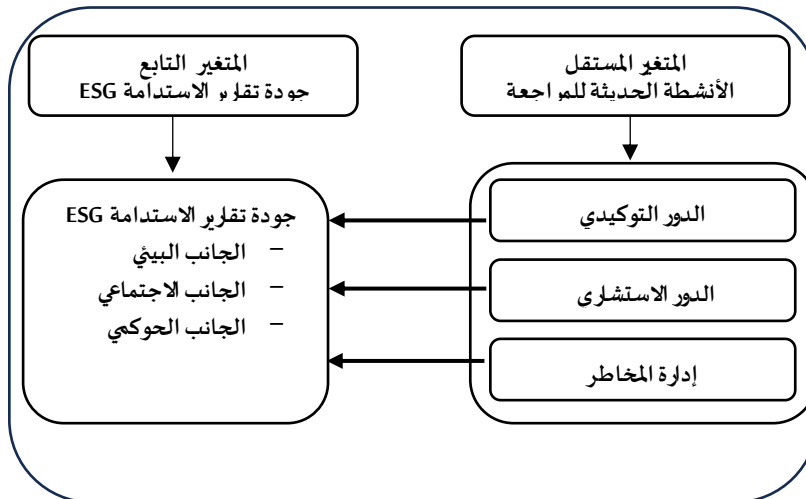
الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية.

يتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للدور التوكيدي للمراجعة الداخلية في تحسين جودة الإفصاح البيئي بالشركات الصناعية السودانية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للدور التوكيدي للمراجعة الداخلية في تحسين جودة الإفصاح الاجتماعي بالشركات الصناعية السودانية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للدور التوكيدي للمراجعة الداخلية في تحسين جودة الإفصاح الحوكمي بالشركات الصناعية السودانية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للدور الاستشاري للمراجعة الداخلية في تحسين جودة الإفصاح البيئي بالشركات الصناعية السودانية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للدور الاستشاري للمراجعة الداخلية في تحسين جودة الإفصاح الاجتماعي بالشركات الصناعية السودانية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ للدور الاستشاري للمراجعة الداخلية في تحسين جودة الإفصاح الحوكمي بالشركات الصناعية السودانية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لمدى مساهمة المراجعة الداخلية في إدارة المخاطر في تحسين جودة تقارير الإفصاح البيئي.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لمدى مساهمة المراجعة الداخلية في إدارة المخاطر في تحسين جودة تقارير الإفصاح الاجتماعي.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لمدى مساهمة المراجعة الداخلية في إدارة المخاطر في تحسين جودة تقارير الإفصاح الحوكمي.

نموذج الدراسة:

بناءً على متغيرات الدراسة تم إعداد النموذج التالي:



شكل (1): نموذج الدراسة

المصدر: إعداد الباحثة من خلال الدراسة النظرية

حدود الدراسة:

اقتصرت الدراسة على الحدود التالية:

- الحدود المكانية: الشركات الصناعية السودانية العاملة بقطاع الأسمت.
- الحدود البشريّة: عينة من المراجعين الداخلية بالشركات الصناعية السودانية العاملة بقطاع الأسمت.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

الإطار النظري:

أولاً: الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية

عرفها الخضر (2021) بأنها وظيفة استشارية مستقلة وموضوعية تعمل على إضافة قيمة للمنشأة من خلال التقييم المنهجي لعمليات إدارة المخاطر والرقابة والحوكمة وتحسينها، بما يدعم تحقيق أهدافها. يركز هذا التعريف على المراجعة الداخلية كوظيفة استشارية مستقلة وموضوعية، مؤكداً على دورها في إدارة المخاطر والرقابة والحوكمة. كما عرفها (Betti & Sarens, 2021) بأنها وظيفة إدارية مستقلة تُعنى بالتقييم النقدي المستمر لعمليات المنشأة، وتهدف إلى تحسين الكفاءة، وتطبيق الحوكمة، وتحسين إدارة المخاطر والرقابة الداخلية، لتحقيق التوجه الاستراتيجي للمنشأة. يركز هذا التعريف على دور المراجعة الداخلية في خلق القيمة للمنشأة من خلال التقييم المستمر والحوكمة، وإدارة المخاطر.

يشير (Turetken & et al, 2020) إلى أنها وظيفة مستقلة تقدم خدمات توكيدية واستشارية تهدف إلى إضافة قيمة للمنشأة وتحسين عملياتها لضمان الامتثال والتوافق الاستراتيجي مع أهدافها، وتدعم اتخاذ القرارات الرشيدة والمساءلة، وثقافة التحسين المستمر، والاستدامة. يركز هذا التعريف على دمج الخدمات التوكيدية والاستشارية والتوافق الاستراتيجي والاستدامة، فبالتالي هو أكثر شمولية. كما أوضح Hazaea & Al-Matari (2024) بأنها وظيفة تتضمن خدمات استشارية يتم تنفيذها بناءً على طلب الإدارة، وخدمات توكيدية تهدف إلى إبداء رأي مستقل، من خلال تقييم الدليل بطريقة منهجية يميز هذا التعريف بين الخدمات الاستشارية والتوكيدية من خلال تأثيرهما على المنشأة.

يرى الباحث أن الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية هي عملية منهجية مستقلة لتقديم الخدمات التوكيدية والاستشارية داخل المنشأة، وتضمن التقييم والتحسين المستمر لإدارة المخاطر واللوائح والحوكمة، بهدف تحقيق الكفاءة والامتثال والتوافق الاستراتيجي، وترشيد اتخاذ القرارات والأداء المستدام. كما أن الأنشطة الحديثة المميز لعمليات المراجعة الداخلية تتمثل في الآتي:

- الدور التوكيدي: أوضح فضل الله والعريبي (2024) أن الدور التوكيدي يتضمن تقديم رأي مستقل وموضوعي استناداً على فحص الأدلة التي يتحصل عليه المراجع الداخلي لتحسين عمليات إدارة المخاطر والرقابة والحوكمة، وضمان الالتزام بالضوابط الداخلية، والسياسات والمتطلبات التنظيمية، واللوائح الحكومية من خلال تقييم منهجي قائم على المخاطر، لتحقيق الشفافية والمساءلة والموثوقية في الأنشطة المالية والتشغيلية، بما يلبي احتياجات الإدارة وأصحاب المصالح لتحقيق أهداف المنشأة الاستراتيجية.
- الدور الاستشاري: يرى الشيخ وحسين (2021) أن الدور الاستشاري يتضمن تقديم توصيات لتحسين العمليات التشغيلية، وزيادة فاعلية الطاقات والموارد المتاحة، بناءً على طلب الإدارة أو العميل، بالإضافة إلى منع التجاوزات والالتزام باللوائح التنظيمية، وتحديد مواطن القوة والضعف، واقتراح أفضل الممارسات، وتدريب العاملين، وتقديم حلول استباقية للمخاطر، ومواءمة العمليات الداخلية مع أهداف المنشأة الاستراتيجية.
- إدارة المخاطر: ذكر صلاح (2023) بأنها مجموعة من الأنشطة لتحديد وتقييم المخاطر المحتملة والحد منها والتي قد تؤثر على أهداف المنشأة، فمن خلالها يمكن وضع خطة مراجعة على أساس المخاطر، لإدارة المخاطر المختلفة (مالية، تشغيلية، أمتثال)، فبالتالي تساعد عمليات الرقابة المستمرة، وتحليل البيانات والتنبؤات، أن تكون المنشأة في حالة استعداد دائم، مما يمكنها من تجاوز حالات الشك وعدم اليقين، وبالتالي المحافظة على الاستقرار والاستدامة.

ثانياً: جودة تقارير الاستدامة (ESG)

عرفها بأنها (Lagasio, 2024) بأنها تقرير توفر معلومات استدامة بيئية واجتماعية وحوكومية تتصف بالشفافية والموثوقية والقابلية للمقارنة تلي احتياجات أصحاب المصلحة. يركز هذا التعريف على ضرورة أن تتصف تقارير الاستدامة بالشفافية والموثوقية والقابلية للمقارنة لتلبية احتياجات أصحاب المصلحة. كما عرفها (Huang & et al., 2024) بأنه تقارير تتضمن الإفصاح عن الجوانب البيئية والاجتماعية والحوكومية ذات الأهمية المالية، والتي تهم المستثمرين وأصحاب المصلحة، من خلال معايير خاصة بالقطاع لتحسين عملية صنع القرار وخلق القيمة للمنشأة في الأجل الطويل. يركز هذا التعريف على مؤشرات الاستدامة لتلبية مصالح المستثمرين.

يرى إبراهيم (2024) بأنها إفصاحات شاملة وقابلة للتحقق حول أداء المنشأة في الجوانب البيئية والاجتماعية والحوكومية، مما يُظهر المساءلة والمسؤولية الأخلاقية والتوافق مع أهداف الاستدامة العالمية. ينظر هذا التعرف إلى تقارير الاستدامة بأنها إفصاحات شاملة تتصف بالقابلية للتحقق، ويتجاوز الجوانب المالية ليشمل الجوانب غير المالية مثل المساءلة الأخلاقية والاجتماعية. كما يرى إبراهيم وآخرون (2025) بأنه تقارير تظهر الالتزام والإجراءات والنتائج المتعلقة بالأداء البيئي والاجتماعي والحوكومي بطريقة سهلة الوصول ومتوازنة ومفيدة لاتخاذ القرارات لمختلف أصحاب المصلحة، بما فيهم المستثمرين والعملاء والموظفين والمجتمعات المحلية. ينظر هذا التعريف إلى تقارير الاستدامة كألية لإظهار مدى التزام المنشأة بالإجراءات والنتائج

الخاصة بالجوانب البيئية والاجتماعية والحوكومية.

مما سبق تعرف الباحثة تقارير الاستدامة (ESG) بأنها الإفصاحات المتعلقة بالأثر البيئي، والمسؤولية الاجتماعية، وحوكمة الشركات، والتي تتطلب نظام رقابة داخلية يضمن دقة البيانات غير المالية.

أوضح كلاً من فريد (2024) Sharaw و (2024) Siregar & et al (2024) إن جودة تقارير الاستدامة تتضمن مبادئ أساسية تتمثل في:

- التوازن: يجب أن يتضمن التقرير عرض شامل للجوانب السلبية والإيجابية لأداء مؤشرات الاستدامة وبطريقة متوازنة في مجال المسؤولية البيئية والاجتماعية والحوكومية، بالإضافة إلى معلومات قد تكون مؤثرة على قرارات أصحاب المصلحة.
- قابلية المقارنة: تعتبر القابلية للمقارنة يسمح لمستخدميها بإمكانية تقييم تقارير الاستدامة مقارنةً بالمنشآت الأخرى، وأن المعلومات المضمنة في التقارير تتيح إمكانية تحليل التغيرات في مجال مؤشرات الاستدامة المتمثلة في (المسؤولية البيئية والاجتماعية والحوكومية).
- الدقة: تعني أن تكون البيانات والمعلومات المبلغ عنها دقيقة وقابلة للتحقق وخالية من الأخطاء الجوهرية وفائدتها لأصحاب المصالح بما يسمح بتقييم أداء المنشأة في جوانب مؤشرات الاستدامة. كما أن على المنشأة أن تتبع أساليب وطرق واضحة للقياس بما يمكن من الوصول إلى نتائج واضحة فيما يتعلق بمؤشرات الاستدامة بالمنشأة.
- التوقيت: يجب أن تكون المعلومات متاحة في الوقت المناسب، فيما يتعلق بالجوانب البيئية والاجتماعية والحوكومية، لتحقيق الفائدة المرجوة منها في عملية اتخاذ القرار.
- الوضوح: يجب أن يكون عرض التقرير بطريقة سهلة وواضحة ويمكن الوصول إليها من قبل مستخدميها، كما أن الإفصاحات البيئية والاجتماعية والحوكومية التي يتم عرضها يجب أن تكون على مستوى المعلومات المطلوبة، وتجب التفاصيل الدائدة والمصطلحات الفنية والمختصات، بالإضافة إلى أي محتوى يمكن أن يحد من فهم مؤشرات الاستدامة.
- الموثوقية: تشير إلى جمع المعلومات والعمليات المتعلقة بالاعتبارات البيئية والاجتماعية والحوكومية بطريقة منهجية وتسجيلها وتصنيفها، لذا تعتمد المنشآت على آليات الرقابة الداخلية والتحقق منها من قبل المراجعين الخارجيين لضمان موثوقية تقاريرها المقدمة.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات التي تناولت دور المراجعة في الحوكمة

- دراسة آدم وأخرون (2024): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تفعيل الحوكمة المصرفية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات، تم أخذ عينة مكونة من (200) مفردة من العاملين بالمصارف السودانية. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: وجدت علاقة إيجابية بين الدور الاستشاري والتوكيدي للمراجعة الداخلية وتفعيل مبادئ الحوكمة في المصارف السودانية. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا أنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.
- دراسة عبدالله (2024): هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير (إدارة المخاطر والحوكمة والتأكدات والاستشارات) كأنشطة حديثة للمراجعة الداخلية على كفاءة الأداء المالي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة لجمع المعلومات، وتكونت عينة الدراسة (31) من مديري المعاهد والكليات التقنية في جميع مناطق ليبيا. خلصت الدراسة إلى أن (إدارة المخاطر والحوكمة والتأكد والاستشارات) كأنشطة حديثة للمراجعة الداخلية لها أثر إيجابي على كفاءة الأداء المالي في المعاهد والكليات التقنية العليا. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا أنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.
- دراسة عزام وسالم (2024): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور تفعيل أنشطة المراجعة الداخلية في الحد من مخاطر تغيرات أسعار صرف العملات الأجنبية. اعتمدت الدراسة الاستقرائي والاستنباطي. والاستبانة كأداة لجمع المعلومات تم توزيعها على عينة شملت (180) من مسؤولي الإدارة العليا والإدارة المالية وإدارة المراجعة الداخلية بوزارة الأوقاف والشئون الإسلامية. توصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة معنوية لتفعيل أنشطة المراجعة الداخلية على الحد من مخاطر تغيرات سعر الصرف الأجنبي. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا أنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.
- دراسة محمد وأخرون (2021): هدفت الدراسة إلى التعرف على (الدور الحوكمي، دور إدارة المخاطر والدور التوكيدي) كأحد الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في دعم الميزة التنافسية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والاستنباطي، والاستبانة كأداة لجمع المعلومات، من خلال عينة مكونة من (120) موظف بالمصارف السودانية. توصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في دعم الميزة التنافسية. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا أنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.
- دراسة عمر (2020): هدفت الدراسة إلى التعرف على تطور أنشطة المراجعة الداخلية ودورها في تقليل مخاطر الاستثمار المالي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات، تم أخذ عينة مكونة من (100) موظف بالمصارف السودانية، توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية ومخاطر الاستثمار، فكلما زاد تطبيق الأنشطة الحديثة للمراجعة

الداخلية كلما أدى ذلك إلى تقليل مخاطر الاستثمار المالي. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا إنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.

ثانيًا: الدراسات التي تناولت المراجعة وتقارير الاستدامة

- دراسة (Gherai & et al., 2024): هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير أنشطة المراجع الداخلي في رومانيا، من خلال أنشطته المحددة، على تقارير الحوكمة البيئية والاجتماعية والحوكمة وأهداف التنمية المستدامة (SDGs). البيئة والمجتمع والحوكمة (ESG). اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة لجمع المعلومات، تم اختيار عينة مكونة من (93) من المراجعين بجمعية المراجعين وغرفة المراجعين المالية برومانيا. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها وجود علاقة قوية ومباشرة بين المراجعة الداخلية وأهداف التنمية المستدامة، ووجود دور لعمليات المراجعة الداخلية في إعداد تقارير الحوكمة البيئية والاجتماعية والمؤسسية. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا إنها لم تكن في السياق السوداني.
- دراسة (Khan, 2023): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المراجعين الداخليين وتقارير الاستدامة: التأثيرات الوسيطة لأداء لجنة المراجعة. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة لجمع المعلومات، من خلال عينة مكونة من (325) من المراجعين بالمؤسسات المالية في بنغلاديش، توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها أن أدوار التأكيد والاستشارات للمراجعين الداخليين لها علاقة إيجابية دالة إحصائية في ممارسة إعداد تقارير الاستدامة. وأن أداء لجنة المراجعة أيضًا لها علاقة وسيطة في كل من دوري المراجعين الداخليين وإعداد تقارير الاستدامة. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا إنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.
- دراسة (Alhabow & et al., 2023): هدفت الدراسة إلى التعرف على أنشطة المراجعة الداخلية ودورها في تحقيق الاستدامة المالية في الوحدات ذاتية التمويل. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الوثائق الرسمية والملاحظة والتحفظات والاجتماعات التي أجراها الباحث، وأجريت الدراسة على بلدية محافظة نينوى العراقية. توصلت نتائج الدراسة إلى ضعف دور المراجعة الداخلية في تحقيق الاستدامة المالية، والحاجة إلى اعتماد أنشطة المراجعة الداخلية بشكل أكبر، من تفعيل خدمات التوكيد والاستشارات للمراجعة الداخلية حول الاستدامة المالية للوحدة. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا إنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.
- دراسة نويجي (2022): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المراجعة الداخلية الحديثة في استدامة الشركات المقيدة بالبورصة. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل المنشورات والإصدارات المهنية والدراسات السابقة في هذا المجال بالبورصة المصرية. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها إن المراجعة الداخلية الحديثة تؤدي دورًا مهمًا في الرقابة والحوكمة وإدارة المخاطر المتعلقة باستدامة الشركات، من خلال أدوارها الاستشارية والتوكيدية. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا إنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.
- دراسة (Alajeli & Wahhab, 2022): هدفت الدراسة المراجعة الداخلية في تقييم الأداء المستدام وأثره على جودة التقارير المالية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدم الباحثون بطاقة الأداء المتوازن لتقييم أداء الشركة العامة لصناعة السيارات والمعدات للأعوام 2017-2020. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها وجود ضعف في المراجعة الداخلية فيما يتعلق بمراجعة الأعمال والتقارير المعدة من قبل الجهات المسؤولة عن الجوانب البيئية والاجتماعية. كما أن الشركة لا تمتلك مراجعين داخليين متخصصين في الجوانب البيئية والاجتماعية، تعتمد الشركة على أساليب قديمة في قياس وتقييم أداء أنشطتها وعملياتها، والتي لا توفر معلومات كافية عن الأداء البيئي والاجتماعي للشركة. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا إنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.

ثالثًا: دراسات طبقت في السياق السوداني

- دراسة على وخلي (2024): هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الخدمات التوكيدية والاستشارية للمراجعة الداخلية في دعم المحتوى الإعلامي للتقارير المالية المنشورة بالمصارف السودانية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة لجمع المعلومات، تم أخذ عينة مكونة من (120) من الموظفين العاملين بالمصارف السودانية بولاية الخرطوم. توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط وأثر للخدمات التوكيدية والاستشارية في المحتوى الإعلامي للتقارير المالية المنشورة بالمصرف. رغم أهمية هذه الدراسة، إلا إنها لم تتناول تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية (ESG) بالشركات الصناعية.

الفجوة البحثية بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

يتضح من استعراض الدراسات السابقة مثل دراسة (عمر 2020) وجود تركيز على الأدوار التقليدية للمراجعة في تقليل المخاطر المالية، بينما تنفرد الدراسة الحالية بالتركيز على تقارير الاستدامة (ESG) كمغير تابع حديث، وهو ما يمثل الفجوة البحثية التي تسعى هذه الدراسة لسدها في البيئة السودانية. وعلى الرغم من تعدد الدراسات السابقة التي تناولت موضوع (الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية) من جوانب مختلفة، إلا أن هناك نقصًا في الأبحاث التي تربط بين (الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية وتقارير الاستدامة ESG). كما أن العديد من الدراسات السابقة ركزت على تطور أنشطة المراجعة الداخلية ودورها في تقليل مخاطر الاستثمار المالي مثل دراسة دراسة (عمر 2020)، ودراسة Alhabow & et al (2023) التي ركزت على أنشطة المراجعة الداخلية ودورها في تحقيق الاستدامة المالية في الوحدات ذاتية التمويل، دراسة آدم وآخرون (2024) التي ركزت على دور الأنشطة الحديثة

للمراجعة الداخلية في تفعيل الحوكمة المصرفية، دون التطرق على أثرها على تقارير الاستدامة ESG. وعليه، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم تحليل لأثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية السودانية.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وهو الأنسب لأغراض الدراسة التي تسعى للتعرف على درجة تطبيق الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية وأثرها في تحسين جودة تقارير الاستدامة ESG، حيث يهتم بوصف الظاهرة وصفاً تفصيلياً كما توجد على الواقع من خلال منهجية علمية سليمة، ويبين النتائج التي تم التوصل إليها بطريقة كمية يمكن تفسيرها، ويقترح الأساليب المثلى التي يجب أن تكون عليها.

مجتمع وعينة الدراسة:

تم حصر مجتمع الدراسة في شركات الأسمنت الأربع الكبرى والعاملة في السودان (بربر، السلام، النيل، الشمال)، وذلك لكونها تمثل غالبية الإنتاج في القطاع وتخضع لمتطلبات إفصاح متشابهة. وقد بلغ عدد المراجعين الداخليين العاملين في هذه الشركات 236 مراجعاً، وذلك حسب إحصاءات قسم الموارد البشرية بالشركات المذكورة.

تم اختيار عينة عشوائية، واشتملت على (137) من المراجعين بالشركات العاملة في قطاع الأسمنت بالسودان، تم توزيع الاستبانة عليهم، وكانت كل الاستبانات التي تم جمعها صالحة للتحليل. جدول (1) يبين وصف أفراد عينة الدراسة المبحوثة.

جدول (1): خصائص الأفراد المبحوثين عينة الدراسة

الفئات العمرية	العدد	النسبة
أقل من 30 سنة	8	5.8
30 وأقل من 40 سنة	54	39.4
40 وأقل من 50 سنة	50	36.5
50 سنة فأكثر	25	18.2
المستوى التعليمي	العدد	النسبة
بكالوريوس	68	49.6
ماجستير	43	31.4
دكتوراه	26	19.0
الخبرة العملية	العدد	النسبة
أقل من 5 سنوات	7	5.1
5 وأقل من 10 سنوات	36	26.3
10 وأقل من 15 سنة	46	33.6
15 سنة فأكثر	48	35.0

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية، 2025م.

يلاحظ من جدول (1) ما يلي: أن غالبية المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 30 وأقل من 40 سنة بنسبة 39.4%، تليها الفئة العمرية 40 وأقل من 50 سنة بنسبة 36.5%، بينما كانت الفئة الأقل تمثيلاً هي أقل من 30 سنة بنسبة 5.8%. أما المؤهل العلمي فقد كان حملة البكالوريوس يمثلون النسبة الأكبر حيث بلغت نسبتهم 49.6%، يليها حملة الماجستير بنسبة 31.4%، أما حملة الدكتوراه فقد كانوا بنسبة 19.0%. أما الخبرة العملية، فقد جاءت الفئة 15 سنة فأكثر بنسبة 35.0%، تليها الفئة 10 وأقل من 15 سنة بنسبة 33.6%، وأخير جاءت الفئة أقل من 5 سنوات بنسبة 5.1%. من أجمالي العينة المبحوثة.

أداة الدراسة:

بعد الإطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة والتي تطرقت إلى الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية وتقارير الاستدامة ESG مثل دراسة محمد وآدم (2021)، ودراسة Khan (2023)، ودراسة Gherai & et al (2024) ودراسة آدم وآخرون (2024) ودراسة عبدالله (2024)، دراسة عزام وسالم (2024)، و دراسة على و خليل (2024)، تم الاستفادة منها في بناء أداة الدراسة.

لتحقيق الهدف من الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، تم تطوير أداة الدراسة بناءً على الواقع الميداني، وتكون من جزأين: الجزء الأول: البيانات الديموغرافية: وتشتمل على (العمر، المؤهل العلمي، الخبرة العملية)، الجزء الثاني يشتمل على محوري الدراسة يتضمن المحور الأول الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية (18) عبارة، موزعة على أبعادها الثلاثة (الدور التوكيدي، الدور الاستشاري، دعم المخاطر)، ويتضمن المحور الثاني جودة تقارير الاستدامة ESG (8) عبارات. وقد تم تصميم الأداء وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي (مرتفع جداً، مرتفع، متوسط، ضعيف، ضعيف جداً)، لتحديد درجة أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية بالسودان.

ثبات أداة الدراسة:

تم استخدام معامل (ألفا كرونباخ) لقياس الثبات، وتلاحظ من جدول (2) أن معامل الثبات الكلي بلغ (0.917)، وأن قيم الثبات لمتغيرات الدراسة تراوحت ما بين (0.901-0.935)، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات تطمئن الباحث إلى تطبيقها على عينة الدراسة.

جدول (2): معاملات ثبات أداة الدراسة

المتغيرات	عدد الفقرات	الفكرونيباخ
الدور التوكيدي	6	0.901
الدور الاستشاري	6	0.928
إدارة المخاطر	6	0.903
جودة تقارير الاستدامة ESG	8	0.935
المجموع	26	0.917

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية، 2025م.

مقاييس متغيرات الدراسة:

لقياس المتغيرات المستقلة (أدوار المراجعة)، تم تطوير فقرات الاستبانة بالاستناد إلى الإطار الدولي للممارسة المهنية للمراجعة الداخلية (IPPF) الصادر عن معهد المراجعين الداخليين العالمي (IIA)، وتحديد المعايير المتعلقة بخدمات التوكيد (المعيار 2100) والخدمات الاستشارية (المعيار 1000) وإدارة المخاطر (المعيار 2120).

لقياس المتغير التابع (جودة التقارير) بأبعاده الثلاثة، تم الاستناد إلى إطار المبادرة العالمية للتقارير (GRI Standards) كمرجع أساسي لتطوير الفقرات، حيث تم اشتقاق عبارات تقيس جودة الإفصاح البيئي (من سلسلة GRI 300)، والاجتماعي (من سلسلة GRI 400)، والحوكومي (من سلسلة GRI 200).

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، استخدم الباحث الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (version.25) ولجأت إلى الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة المبحوثة.
- أدوات التحليل الإحصائي الوصفي الذي تستخدم فيه المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بما يفيد في وصف عينة الدراسة واتجاهاتها.
- اختبار (ألفا كرونباخ) (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- اختبار التوزيع الطبيعي، لأيجاد معامل الألتواء (Skewness) والتفلطح (Kurtosis).
- تحليل الانحدار: تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الدلالة الإحصائية لفروض الدراسة.

التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة:

لتحديد اعتدال البيانات وتحديد الأساليب الإحصائية الملائمة، وللتأكد من أن بيانات أداة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، تم استخدام معامل الألتواء (Skewness) ومعامل التفلطح (Kurtosis) لكل متغير من متغيرات الدراسة، كما مبين بجدول (3).

المتغير	معامل الألتواء Skewness	معامل التفلطح Kurtosis
الدور التوكيدي	-0.532	-0.538
الدور الاستشاري	-0.845	.429
إدارة المخاطر	-0.966	1.021
جودة تقارير الاستدامة ESG	-0.545	-0.935

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية، 2025م.

يلاحظ من جدول (3) أن بيانات أداة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي لأن قيمة معامل الألتواء وقيمة معامل التفلطح أقل من القيمة المطلقة (2) لكل متغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها:

يشتمل هذا الجزء على تحليل محاور الدراسة للتمكن من مناقشة فرضياتها من خلال استخراج المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية وترتيب مجالات الدراسة على النحو التالي:

المحور الأول: الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية

لمعرفة مستوى ممارسة الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية بالشركات موضع الدراسة، حسبت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والترتيب لمعرفة آراء أفراد عينة الدراسة حول أبعاد الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية، كما مبينة بجدول (4).

جدول (4): الإحصاء الوصفي لعبارات محور الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية

الترتيب	مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط	البعد
4	مرتفع	0.90	3.96	الدور التوكيدي
3	مرتفع	0.91	3.93	الدور الاستشاري
2	مرتفع	0.74	4.14	إدارة المخاطر
-	مرتفع	0.85	4.01	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية، 2025م.

يشير جدول (4) إلى الإحصاء الوصفي للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية، حيث حصل بُعد (دعم المخاطر) على أعلى متوسط استجابة بلغ (4.14) مع انحراف معياري (0.74)، مما يدل على تأييد قوي من المبحوثين على دعم المخاطر كنشاط حديث للمراجعة الداخلية. بينما جاء بُعد "الدور الاستشاري" في أدنى ترتيب بمتوسط استجابة (3.93) وانحراف معياري أعلى نسبياً (0.91)، مما يعكس تبايناً أكبر في الآراء، أما المتوسط العام لمحور الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية فبلغ (4.01) مع انحراف معياري إجمالي (0.85)، ما يعكس اتفاقاً واضحاً لدى المبحوثين على وجود اهتمام مرتفع بالأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية بالشركات.

المحور الثاني: جودة تقارير الاستدامة ESG

للتعرف على جودة تقارير الاستدامة ESG تم حساب المتوسط والانحراف المعياري للعبارات التي تقيس جودة تقارير الاستدامة وترتيبها وفقاً لإجابات المستقصى منهم. وذلك كما هو مبين بجدول (5) التالي:

جدول (5): الإحصاء الوصفي لجودة تقارير الاستدامة ESG

الترتيب	مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط	العبارة
2	مرتفع جداً	0.73	4.35	تقارير الاستدامة في الشركة تعرض معلومات دقيقة وشفافة عن الأداء البيئي والاجتماعي والحوكومي
6	مرتفع	0.84	3.95	توفر تقارير الاستدامة تفاصيل كافية حول التأثيرات البيئية لأنشطة الشركة وكيفية تقليلها.
4	مرتفع	1.07	4.21	تشمل التقارير معلومات واضحة حول مسؤولية الشركة الاجتماعية ودعمها للمجتمع المحلي.
1	مرتفع جداً	1.05	4.45	تقارير الاستدامة التي تصدرها الشركة تتوافق مع المعايير والممارسات الدولية المعتمدة.
3	مرتفع جداً	0.93	4.29	تقارير الاستدامة بالشركة قابلة للمقارنة مع الشركات الأخرى في مجال الاستدامة.
5	مرتفع	0.88	3.96	يمكن التحقق من البيانات الواردة في تقارير الاستدامة من قبل جهات مستقلة.
7	مرتفع	1.12	3.93	توفر تقارير الاستدامة معلومات كافية لدعم اتخاذ القرارات.
8	مرتفع	1.35	3.86	تساعد تقارير الاستدامة المستثمرين في تقييم أداء الشركة البيئي والاجتماعي والحوكومي
-	مرتفع	1.00	4.12	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية، 2025م.

يشير جدول (5) الإحصاء الوصفي لمحور جودة تقارير الاستدامة ESG، حيث سجلت العبارة "تقارير الاستدامة التي تصدرها الشركة تتوافق مع المعايير والممارسات الدولية المعتمدة" أعلى متوسط استجابة بلغ (4.45) مع انحراف معياري منخفض (0.51)، مما يعكس اتفاقاً قوياً لدى المبحوثين على أن تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية عينة الدراسة تتوافق مع المعايير الدولية المعتمدة. بينما جاءت العبارة "تساعد تقارير الاستدامة المستثمرين في تقييم أداء الشركة البيئي والاجتماعي والحوكومي" في أدنى ترتيب بمتوسط (3.86) وانحراف معياري أعلى نسبياً (1.35)، مما يشير إلى تباين أكبر في آراء المبحوثين حولها. أما المتوسط العام للمحور فقد بلغ (4.21) بانحراف معياري إجمالي (1.00)، ما يدل على اتفاق المبحوثين على وجود مستوى مرتفع لجودة تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية عينة الدراسة.

1. تحليل نتائج اختبار التعددية الخطية:

قبل الشروع في اختبار فرضيات الدراسة باستخدام تحليل الانحدار المتعدد، تم إجراء اختبار التعددية الخطية (Multicollinearity) للتأكد من عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة (الدور التوكيدي، الدور الاستشاري، إدارة المخاطر)، والذي قد يؤثر على استقرار وموثوقية نتائج النموذج. يوضح جدول (6) التالي نتائج هذا الاختبار.

جدول (6): نتائج اختبار التعددية الخطية للمتغيرات المستقلة

المتغير المستقل	إحصاءات التعددية الخطية
التسامح	
الدور التوكيدي	0.452
الدور الاستشاري	0.488
إدارة المخاطر	0.515

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية.

تم الاعتماد على مؤشرين رئيسيين: معامل تضخم التباين (VIF) وقيمة التسامح (Tolerance) تشير القاعدة العامة إلى أن وجود مشكلة تعددية خطية محتملة إذا تجاوزت قيمة VIF الحد الحرج (10)، أو إذا انخفضت قيمة التسامح عن (0.10).

أظهرت النتائج أن قيم معامل تضخم التباين (VIF) لجميع المتغيرات المستقلة جاءت منخفضة، حيث تراوحت بين 1.941 و 2.212. وبما أن جميع هذه القيم أقل بكثير من الحد الحرج (10)، وبالمثل كانت قيم التسامح أعلى بكثير من (0.10)، يمكن الاستنتاج بعدم وجود مشكلة تعددية خطية جوهرية بين المتغيرات المستقلة للدراسة. هذه النتيجة تضمن صلاحية استخدام هذه المتغيرات معاً في نموذج انحدار واحد، وتزيد من الثقة في تقديرات المعاملات التي سيتم التوصل إليها.

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في تحسين جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكومية ESG بالشركات الصناعية

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد للتعرف على أثر كل متغير في المتغير التابع (جودة تقارير الاستدامة ESG) وجدول (7) يبين نتائج التحليل:

جدول (7): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة ESG

المتغيرات	B Coefficients		قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة
	Standardized المعاملات النمطية (Beta)	Unstandardized المعاملات غير النمطية (B)		
(Constant)		1.247	8.060	.000
الدور التوكيدي	.935	.875	8.970	.000
الدور الاستشاري	.690	.639	6.683	.000
إدارة المخاطر	.662	.749	5.315	.000
R		.966 ^a		
R Square		.933		
Adjusted R Square		.932		
F		621.389		
Sig.		.000 ^b		

المصدر: إعداد الباحثة من نتائج الدراسة الميدانية، 2025م.

يتضح من جدول (7) وجود أثر ذو دلالة إحصائية للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية السودانية عينة الدراسة، إذ بلغت قيمة F المحسوبة للاختبار ككل (621.389) وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.000) وبلغ معامل التحديد (.933). مما يشير إلى أن الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية تفسر ما مقداره 93.3% من جودة تقارير الاستدامة ESG في الشركات الصناعية السودانية عينة الدراسة، ويتبين وجود أثر دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.000) للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية (الدور التوكيدي، الدور الاستشاري، دعم المخاطر) في جودة تقارير الاستدامة ESG في الشركات الصناعية السودانية عينة الدراسة، إذ كانت قيمة (T) لها على التوالي (8.970، 6.683، 5.315) بمستوى دلالة قدره (0.000)، وهذه القيمة أصغر من (0.05)، مما يشير أثر لها الأبعاد في جودة تقارير الاستدامة ESG في الشركات الصناعية السودانية عينة الدراسة. كما يتبين أن الدور التوكيدي كأحد الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية قد كان له الأثر الأكبر في تحسين جودة تقارير الاستدامة ESG حيث بلغت قيمة (Beta) لهذا البعد (.935) أي أن الدور التوكيدي يؤثر في جودة تقارير الاستدامة ESG بما نسبته (93.5%)، تلاه الدور الاستشاري حيث بلغت قيمة (Beta) لهذا البعد (.690) بمعنى أنه يسهم بما نسبته (69.0%) في جودة تقارير الاستدامة ESG، وأخيراً بعد إدارة المخاطر حيث بلغت قيمة (Beta) لهذا البعد (.662) في جودة تقارير الاستدامة ESG.

تتفق نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة كلاً من دراسة عمر (2020) التي أشارت إلى وجود علاقة عكسية بين الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية ومخاطر الاستثمار، دراسة محمد وآخرون (2021) التي أوضحت وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في دعم الميزة التنافسية، ودراسة نويجي (2022) التي بينت أن المراجعة الداخلية الحديثة تؤدي دوراً مهماً في الرقابة والحوكمة وإدارة المخاطر المتعلقة باستدامة الشركات، من خلال أدوارها الاستشارية والتأكيدية ودراسة Khan (2023) التي أكدت أن أدوار التأكد والاستشارات للمراجعين الداخليين لها علاقة إيجابية دالة إحصائية في ممارسة إعداد تقارير الاستدامة، ودراسة Alhabow & et al (2023) التي أشارت إلى الحاجة إلى اعتماد أنشطة المراجعة الداخلية بشكل أكبر، من تفعيل خدمات التوكيد والاستشارات للمراجعة الداخلية حول الاستدامة المالية للوحدة، ودراسة Gherai & et al (2024) التي أظهرت وجود دور لعمليات المراجعة الداخلية في إعداد تقارير الحوكمة البيئية والاجتماعية والمؤسسية، ودراسة آدم وآخرون (2024) التي بينت وجود علاقة إيجابية بين الدور الاستشاري والتوكيدي للمراجعة الداخلية وتفعيل مبادئ الحوكمة في المصارف السودانية، ودراسة عبدالله (2024) التي أوضحت أن (إدارة المخاطر والحوكمة والتأكد والاستشارات) كأنشطة حديثة للمراجعة الداخلية ولها أثر إيجابي على كفاءة الأداء المالي، دراسة عزام وسالم (2024) التي وجدت أثر ذو دلالة معنوية لتفعيل أنشطة المراجعة الداخلية على الحد من مخاطر تغيرات سعر الصرف الأجنبي، دراسة على وخليل (2024) التي أكدت وجود علاقة ارتباط وأثر للخدمات التوكيدية والاستشارية في المحتوى الإعلامي للتقارير المالية المنشورة.

النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج

يمكن تلخيص أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة بما يأتي:

- أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة ESG في الشركات الصناعية السودانية، بمعامل التحديد (0.933) مما يشير إلى أن الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية تفسر 93.3% من جودة تقارير الاستدامة ESG.
- بينت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للدور التوكيدي كأحد الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة ESG بمعامل (0.935)، مما يشير إلى أن الدور التوكيدي يسهم بنسبة 93.5% في جودة تقارير الاستدامة ESG.
- أكدت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للدور الاستشاري كأحد الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة ESG بمعامل (0.690)، مما يدل على أن الدور الاستشاري يسهم بنسبة 69.0% في جودة تقارير الاستدامة ESG.
- أوضحت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة المخاطر كأحد الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في جودة تقارير الاستدامة ESG بمعامل (0.662)، مما يعني أن إدارة المخاطر تسهم بنسبة 66.2% في جودة تقارير الاستدامة ESG.

ثانياً: التوصيات

بناء على النتائج الدراسة يوصي الباحث بالآتي:

- الاهتمام بالأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية لتحسين جودة تقارير الاستدامة ESG بالشركة الصناعية السودانية.
- زيادة فاعلية الدور التوكيدي كنشاط حديث للمراجعة الداخلية لضمان موثوقية تقارير الاستدامة ESG بالشركات الصناعية السودانية.
- الاهتمام بالدور الاستشاري كنشاط حديث للمراجعة من تدريب المراجعين ليتمكنوا من تقديم توصيات تدعم جودة تقارير الاستدامة بالشركات الصناعية السودانية.
- العمل على تطوير إستراتيجيات إدارة المخاطر ضمن المراجعة الداخلية، لضمان الحد من المخاطر وتحسين الاستدامة بالشركات الصناعية السودانية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- إبراهيم، محمود عبدالفتاح، علي، السيد محمد رمضان، حافظ، سماح طارق. (2025). أثر تأكيد المراجع الخارجي معلومات الاستدامة على جودة التقارير المالية: دراسة تجريبية. *مجلة راية الدولية للعلوم التجارية*. 4. (12).
- إبراهيم، مينااس الطاهر. (2024). تأثير القدرات الإبداعية للمراجع الداخلي على جودة تقارير الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكمة في الشركات الصناعية: دراسة ميدانية على عينة من شركات قطاع صناعة الأسمدة في السودان. وقائع مؤتمر جامعة سبها، 3. (2).
- ادم، الهادي، عوض، حسن وكوكو، علي. (2024). الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية ودورها في تفعيل الحوكمة المصرفية: دراسة ميدانية على عينة من المصارف السودانية. *المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي*. 2. (2).
- الخضر، عادل صلاح الدين محمد نور. (2021). الاتجاهات الحديثة للمراجعة الداخلية وأثرها على جودة التقارير المالية المنشورة: دراسة ميدانية على عينة من المصارف السودانية. *مجلة القلزم للدراسات الاقتصادية والاجتماعية*. (2).
- الشيخ، عمر الشيخ الطاهر وحسين، أسعد مبارك. (2021). الاتجاهات الحديثة للمراجعة الداخلية ودورها في ترشيد قرارات التمويل المصرفي: دراسة ميدانية على عينة من المصارف السودانية. *مجلة التنمية البشرية*. 9. (9).
- صلاح، طاهر عبدالقادر. (2023). قياس أثر الاتجاهات الحديثة للمراجعة الداخلية على مستوى إدارة المخاطر الرقمية في المصارف التجارية العاملة بمدينة مصراتة. *مجلة دراسات الاقتصاد والأعمال*. 10. (2).
- عبدالله، محمد منصور. (2024). أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في مؤسسات التعليم التقني والفني على كفاءة الأداء المالي: دراسة تطبيقية على الكليات والمعاهد التقنية العليا في ليبيا. *المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي*. 2. (5).
- عزام، محسن عبيد عبد الغفار وسالم، سامح سالم عوض، (2024). دور تفعيل أنشطة المراجعة الداخلية في الحد من مخاطر تغيرات أسعار صرف العملات الأجنبية: دراسة ميدانية بالبيئة الكويتية". *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، 16(خاص).
- علي، الريح حسن، خليل عبد الرحمن عادل. (2024). دور الخدمات التوكيدية والاستشارية للمراجعة الداخلية في دعم المحتوى الإعلامي للتقارير المالية المنشورة بالمصارف السودانية (دراسة ميدانية على عينة من المصارف السودانية). *مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية*. 5. (10).
- عمر، عاطف محمد زين. (2020). تطور أنشطة المراجعة الداخلية ودورها في تقليل مخاطر الاستثمار المالي: دراسة ميدانية على بنك فيصل الإسلامي السوداني. *مجلة كلية الدراسات العليا جامعة النيلين*. 15. (11).

فريد، حنان هارون. (2024). مدخل مقترح لمراجعة تقارير الإستدامة للمنظمات بهدف تعظيم محتواها الإخباري. *مجلة الاسكندرية للبحوث المحاسبية*، 14 (1).

فضل الله، عماد عبدالله، والعربي، نبيل امجيجيد الشريف. (2024). الاتجاهات الحديثة للمراجعة الداخلية ودورها في دعم الميزة التنافسية بالمصارف التجارية الليبية "دراسة استطلاعية على المصارف الليبية. *مجلة جامعة الزيتونة الدولية*، (19).

محمد، جمال، آدم، صالح، وأحمد زهير. (2021). أثر الأنشطة الحديثة للمراجعة الداخلية في دعم الميزة التنافسية للمصارف السودانية: دراسة ميدانية. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، 22 (1).

نويجي، حازم. (2022). دور المراجعة الداخلية الحديثة في استدامة الشركات المقيدة بالبورصة. *مجلة العلوم التجارية والبيئية*، (1).

ثانيًا: المراجع الأجنبية

Alajeli, E. & Wahhab, A. (2022). The Role of Internal Audit in Evaluating Sustainable Performance and its Impact on the Quality of Financial Reports. *Technium Social Sciences Journal*, 36, 1-17. [DOI]

Alhabow, A. H., Hamoudi, K. M. T., & Alshaikhli, S. A. A. (2023). Internal audit and its role in achieving financial sustainability in self-financing units /case study. *Revenue Journal: Management and Entrepreneurship*, 1(1). [DOI]

Betti, N., & Sarens, G. (2021). Understanding the internal audit function in a digitalised business environment. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 17(2). [DOI]

Gherai, D. S., Sabău Popa, D. C., Rus, L., Matica, D. E., & Mare, C. (2024). The Impact of Romanian Internal Auditors in ESG Reporting and Sustainable Development Goals. *Sustainability*, 16 (19). [DOI]

Hazaea, S., Al-Matari, E., Omer, A., Farhan, N., & Zhu, J. (2024). The impact of internal audit system on performance: evidence from emerging markets. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11. [DOI]

Huang, J., Wang, D., & Wang, Y. (2024). Textual Attributes of Corporate Sustainability Reports and ESG Ratings. *Sustainability*, 16(21). [DOI]

Khan, M. G. S. H. (2023). ROLE OF INTERNAL AUDITORS AND SUSTAINABILITY REPORTING: MEDIATING EFFECTS OF AUDIT COMMITTEE PERFORMANCE. *International Journal of Accounting & Finance Review*, 14(1). [DOI]

Lagasio, V. (2024). ESG-washing detection in corporate sustainability reports. *International Review of Financial Analysis*, 96(8). [DOI]

Sharawi, H. (2024). The Impact of ESG Disclosure on Financial Reporting Quality: Evidence From KSA. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 11(4). [DOI]

Siregar, I. F., Ismail, T., Taqi, M., & Soleha, N. (2024). Influence of ESG on Sustainability Reporting: Mediation Rule of Green Innovation and Investor Sentiment. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(1). [DOI]

Turetken, O., Jethefer, S., & Ozkan, B. (2020). Internal audit effectiveness: operationalization and influencing factors. *Managerial Auditing Journal*, 35(2). [DOI]

ثالثًا: ترجمة المراجع العربية

Abdullah, M. M. (2024). The impact of modern internal auditing activities in technical and vocational education institutions on financial performance efficiency: An applied study of higher technical colleges and institutes in Libya. *Afro-Asian Journal of Scientific Research*, 2(5).

Adam, A., Awad, H., & Koko, A. (2024). Modern internal auditing activities and their role in activating banking governance: A field study of a sample of Sudanese banks. *Afro-Asian Journal of Scientific Research*, 2(2).

Ali, A. H., & Khalil, A. A. (2024). The role of internal auditing assurance and consulting services in supporting the media content of published financial reports in Sudanese banks: A field study of a sample of Sudanese banks. *Journal of Humanities and Natural Sciences*, 5(10).

Al-Khidr, A. S. M. N. (2021). Modern trends in internal auditing and their impact on the quality of published financial reports: A field study of a sample of Sudanese banks. *Al-Qulzum Journal of Economic and Social Studies*, (2).

Al-Sheikh, O. S. T., & Hussein, A. M. (2021). Modern trends in internal auditing and their role in rationalizing banking financing decisions: A field study of a sample of Sudanese banks. *Journal of Human Development*, 9(9).

Azzam, M. O. A. G., & Salem, S. S. A. (2024). The role of activating internal auditing activities in reducing the risks of foreign exchange rate fluctuations: A field study in the Kuwaiti environment. *Scientific Journal of Financial and Administrative Studies and Research*, 16(Special Issue).

- Fadlallah, E. A., & Al-Aribi, N. A. S. (2024). Modern trends in internal auditing and their role in supporting competitive advantage in Libyan commercial banks: An exploratory study of Libyan banks. *Al-Zaytouna International University Journal*, (19).
- Farid, H. H. (2024). A proposed approach to auditing organizations' sustainability reports to maximize their information content. *Alexandria Journal of Accounting Research*, 14(1).
- Ibrahim, M. A. T. (2024). The impact of internal auditors' creative capabilities on the quality of environmental, social, and governance (ESG) sustainability reports in industrial companies: A field study of a sample of companies in the cement industry sector in Sudan. *Proceedings of Sebha University Conference*, 3(2).
- Ibrahim, M. A., Ali, S. M. R., & Hafez, S. T. (2025). The effect of external auditor assurance of sustainability information on the quality of financial reports: An empirical study. *Raya International Journal of Business Sciences*, 4(12).
- Mohammed, J., Adam, S., & Ahmed, Z. (2021). The impact of modern internal auditing activities on supporting the competitive advantage of Sudanese banks: A field study. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 22(1).
- Nweiji, H. (2022). The role of modern internal auditing in the sustainability of companies listed on the stock exchange. *Journal of Commercial and Environmental Sciences*, (1).
- Omar, A. M. Z. (2020). The development of internal auditing activities and their role in reducing financial investment risks: A field study of Faisal Islamic Bank of Sudan. *Journal of Graduate Studies, University of Khartoum*, 15(11).
- Salah, T. A. (2023). Measuring the impact of modern trends in internal auditing on the level of digital risk management in commercial banks operating in Misrata. *Journal of Economics and Business Studies*, 10(2).

The Role of Financial Technology in Bridging the Digital Divide in the Financial Reporting Environment of Banks Operating in Gaza

Abdelrahman Mohammad Rashwan^{1*}, Iskandar Mohammad Nashwan²

¹ Assistant Professor, Department of Administrative and Financial Sciences, University College of Science and Technology, Palestine.

² Associate Professor of Accounting and Auditing, Department of Accounting, Faculty of Management and Finance, Al-Aqsa University, Palestine.

* Corresponding Author: Abdelrahman Rashwan (abdrashwan@yahoo.com)

دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية في البنوك العاملة في قطاع غزة

عبد الرحمن محمد رشوان^{1*}، إسكندر محمود نشوان²

¹ أستاذ مساعد بقسم العلوم الإدارية والمالية - الكلية الجامعية للعلوم والتكنولوجيا - فلسطين.

² أستاذ مشارك في المحاسبة والمراجعة - قسم المحاسبة - كلية الإدارة والتمويل - جامعة الأقصى - فلسطين.

* الباحث المراسل: عبد الرحمن رشوان (abdrashwan@yahoo.com)



This file is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/3/4

Revised

مراجعة البحث

2026/2/15

Received

استلام البحث

2026/1/28

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.3>

Abstract:

Objectives: The study aimed mainly at scientific foundation by identifying the role of financial technology in reducing the digital gap in the financial reporting environment, to test the hypotheses of the study.

Methods: The study relied on the descriptive analytical approach to clarify the theoretical framework through the literature of studies, periodicals and scientific theses, and to analyze and test the hypotheses of the study field.

Results: The results of the field study also proved that there is a clear role for financial technology in reducing the digital gap in the electronic disclosure of the informational content of financial reports, as technology contributes to the disclosure of information on financial reports as well as events and financial facts with high accuracy.

Conclusions: The study also recommended the need for banks operating in Palestine to pay attention to the application of financial technology to enhance the acceptable quality of financial reports by maximizing disclosure, publication and electronic exchange of information that must be contained in financial reports.

Keywords: financial technology; digital divide; financial reports.

الملخص:

الأهداف: هدفت الدراسة بشكل رئيس إلى التأصيل العلمي من خلال التعرف على دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية. **المنهجية:** اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في تبيان الإطار النظري من خلال أدبيات الدراسات والدوريات والرسائل العلمية، وتحليل واختبار فرضيات الدراسة الميدانية.

النتائج: أثبتت نتائج الدراسة الميدانية أنه يوجد دور واضح للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني للمحتوى المعلوماتي للتقارير المالية، حيث تساهم التكنولوجيا في الإفصاح عن المعلومات الخاصة بالتقارير المالية وكذلك الأحداث والحقائق المالية بدقة عالية.

الخلاصة: أوصت الدراسة بضرورة اهتمام البنوك العاملة في فلسطين بتطبيق التكنولوجيا المالية لتعزيز الجودة المقبولة للتقارير المالية، وذلك من خلال تعظيم الإفصاح والنشر والتبادل الإلكتروني للمعلومات التي يجب أن تحتوي عليها التقارير المالية.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا المالية؛ الفجوة الرقمية؛ التقارير المالية.

الاستشهاد

Citation

رشوان، عبد الرحمن، نشوان، إسكندر. (2026). دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية في البنوك العاملة في قطاع غزة. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*, 16 (4)، 413-426. Rashwan, A. M., & Nashwan, I. A. (2026). The Role of Financial Technology in Bridging the Digital Divide in the Financial Reporting Environment of Banks Operating in Gaza. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 413-426. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.3> [In Arabic]

المقدمة:

لقد أدى ظهور وتطور تكنولوجيا نظم المعلومات إلى بروز ظاهرة الفجوة الرقمية، وقد أصبح الحديث عن الفجوة الرقمية عن الفارق في حيازة تقنيات ونظم التكنولوجيا بشكلها الحديث وحياسة المهارات التي يتطلبها التعامل معها بين الدول المتقدمة المنتجة لهذه التكنولوجيا ولبرامجها ومحتوياتها بين الدول النامية التي لا تقوم بالمساهمة في إنتاج هذه التكنولوجيا وفي صياغة محتوياتها. ويمكن القول إن للفجوة الرقمية أبعاد يمكن من خلالها اكتساب المعرفة من خلال (النفاذ إلى المعلومات، وتنظيم المعلومات، واستخلاص المعرفة، وتطبيق المعرفة الجديدة)، بالإضافة إلى العناصر الأساسية لإنتاج معلومات مفيدة وقابلة للتحقق، والتي تحتوي على المعلومات ومعالجتها وتوزيعها.

وبالتالي فإن اعتماد التكنولوجيا المالية قد أثر بشكل كبير على النظام المالي والمحاسبي وعملية الإفصاح، وظهرت مفاهيم عديدة ارتبطت بهذه التكنولوجيا التي تنظم طرق التعامل مع الأنظمة المالية والمحاسبية عند بيان محتوى التقارير المالية في ظل البيئة التكنولوجية المعاصرة، حيث أن جودة التقارير تتم بعد تنفيذ العمليات المالية، ومن هنا ظهرت فكرة ربط مفهوم التكنولوجيا بالفجوة الرقمية للتقارير المالية، حيث نجد أن الهدف الأساسي للتكنولوجيا المالية هو إعداد تقارير مالية لمقابلة احتياجات صانعي القرارات سواء من داخل أو خارج المنشأة، كما أن التقارير المالية تعد من مخرجات النظم المحاسبية النهائية سواء كانت تقارير خاصة أو عامة، حيث أن البيانات المالية التي يتم تجميعها ومن ثم إخراجها في شكل معلومات تدل على أهمية الأرقام التي تحتويها التقارير المالية باعتبارها الإبلاغ المالي بجميع الأحداث المالية التي تمت خلال فترة معينة، لذا نجد أن التكنولوجيا المالية تلعب دور فاعل في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح والنشر والتبادل الإلكتروني للمعلومات التي تحتوي عليها التقارير المالية.

مشكلة الدراسة:

تمثلت مشكلة الدراسة في أن البيئة الرقمية غيرت العديد من المفاهيم المالية كظهور التكنولوجيا المالية، حيث أدى ذلك إلى زيادة الفجوة الرقمية في نظام التقارير المالية لدى العديد من البنوك والشركات، وبروز الكثير من التحديات ومن بينها التحديات المتعلقة بتضيق الفجوة الرقمية في بيئة معلومات التقارير المالية، وتتمثل هذه الفجوة في الإفصاح والنشر والتبادل الإلكتروني للتقارير المالية، ومن هذا المنطلق تبلورت مشكلة الدراسة من خلال الأسئلة التالية:

- هل يوجد دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية؟
- هل يوجد دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية؟
- هل يوجد دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية؟

أهداف الدراسة:

تبحث الدراسة في تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.
- بيان دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.
- الكشف عن دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال:

الأهمية العلمية:

تتمثل الأهمية العلمية في التالي:

- محاولة سد الفجوة في الأدبيات السابقة بتناول متغيرات الدراسة المتمثلة في التكنولوجيا المالية والحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية والتي لم يتم تناولها في دراسة سابقة مجتمعة.
- حداثة الموضوع وعدم توفر القدر الكافي من الدراسات السابقة عن هذا الموضوع، باعتبار موضوع الدراسة الحالية من الموضوعات الحديثة في الفكر المحاسبي والمالي والذي يتطلب مزيداً من الدراسات حولها.
- تقديم المساهمة العلمية بدراسة دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية.

الأهمية العملية:

تكمن الأهمية العملية في التالي:

- المساهمة في زيادة الوعي لدى إدارات البنوك العاملة في قطاع غزة والمدرجة في بورصة فلسطين بضرورة استخدام التكنولوجيا المالية لما تقوم به من الحد من الفجوة الرقمية في التقارير المالية.
- تمكين إدارات البنوك المدرجة في بورصة فلسطين من فهم العديد من الأمور الخاصة بالتكنولوجيا المالية، والتي قد تساهم في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح والنشر والتبادل الإلكتروني لمعلومات تقارير المالية.
- تقديم توصيات تفيد أطراف عديدة منها إدارات البنوك في التعرف على أهمية واقع تطبيق التكنولوجيا المالية، ومدى الحاجة إلى تطبيقها في

الحد من الفجوة الرقمية للمحتوى المعلوماتي للتقارير المالية.

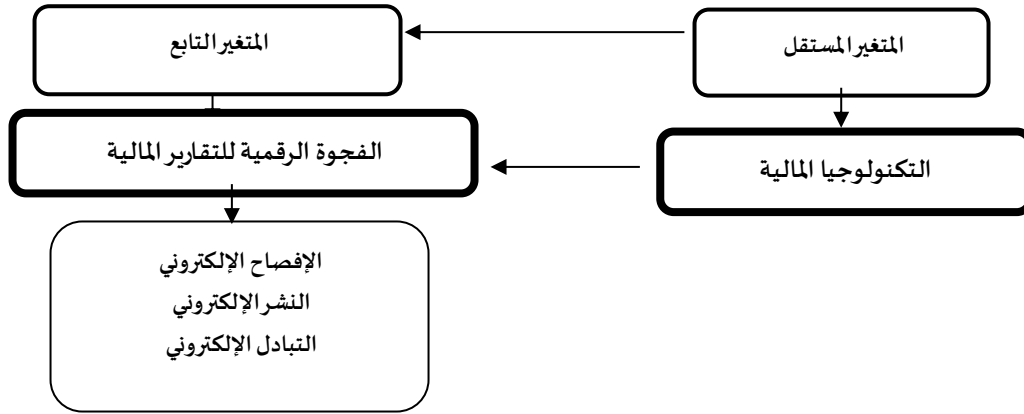
فرضيات الدراسة:

تقوم الدراسة على مجموعة من الفرضيات كما يلي:

- الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المالية والحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.
- الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المالية والحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.
- الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المالية والحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.

متغيرات الدراسة:

يمكن توضيح متغيرات الدراسة من خلال الشكل التالي:



الشكل (1): أنموذج الدراسة
المصدر: إعداد الباحثان

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

- الحد الزمني: تتمثل في الفترة التي يستغرقها إعداد هذه الدراسة خلال عام 2023.
- الحد المكاني: ستطبق هذه الدراسة على البنوك العاملة في قطاع غزة.
- الحد البشري: تتمثل في المدراء العامين ورؤساء الأقسام المالية، ومدراء الفروع، وموظفي قسم الخدمات الإلكترونية.
- الحد الموضوعي: دراسة دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

الإطار النظري:

أولاً: مفهوم التكنولوجيا المالية

عرف مجلس الاستقرار المالي التكنولوجيا المالية بأنها: "هي ابتكارات ذات طابع مالي يتم من خلال التكنولوجيا ويمكنها إنتاج تطبيقات أو نماذج أو عمليات، ويكون لها تأثير مادي وملاموس على البورصات والمنشآت والخدمات المالية" (سعد، وآخرون، 2022، 4). وعرفت بأنها: "تمكين المستفيدين من الوصول إلى التكنولوجيا الرقمية واستخدامها بفعالية، بغض النظر عن وضعهم الاقتصادي والاجتماعي، ويشمل ذلك توفير بنية تحتية رقمية متاحة للجميع، وتعزيز المهارات الرقمية، وضمان توفر المحتوى الرقمي بلغات مختلفة وبطريقة ميسرة للجميع" (المبيضين، 2025).

وعرفت أيضاً بأنها: "مجموع الوسائل والأدوات من أجهزة، ومنصات إلكترونية، وتطبيقات وبرامج معلوماتية، التي تقوم بتطوير وتسهيل الخدمات المالية والمصرفية على المستهلكين، والتغلب على فوارق الزمان والمكان، بإتاحة الأنشطة البنكية بأشكال متنوعة" (مقلاني، والزواوي، 2021، 35). كما عرفها معهد الأبحاث الرقمية البولندي بأنها: "هي الاختراعات التي تتميز بطابع تكنولوجي في المجال المالي، وتحتوي على برامج رقمية يتم استخدامها في الخدمات المصرفية والتي تشتمل على تبديل وصرف العملات، والتحويلات المالية، وتوقع الأرباح المستقبلية للاستثمارات وغير ذلك من الخدمات الأخرى التي تقدمها المصارف للمستفيدين" (وهيبة، 2018).

كما عرفت أيضًا بأنها: "التقنيات والأدوات التكنولوجية التي تقدم الخدمات المالية عبر شبكة الإنترنت باستخدام التطبيقات والوسائل التكنولوجية الحديثة لخلق بيئة رقمية تكفل التنافس التكنولوجي المنظم للمؤسسات المالية".

ثانيًا: مفهوم الفجوة الرقمية

عرفت وزارة التجارة الأمريكية الفجوة الرقمية بأنها: "هي الفجوة الفاصلة بين الدول المتقدمة والدول النامية في كيفية الاستفادة من مصادر المعرفة والمعلومات، والقدرة على استخدامها واستغلالها، ولهذه الفجوة أسباب علمية تكنولوجية وتنظيمية، فضلاً عن توفر البنية التحتية" (علي، وحجازي، 2005، 29).

وعرف الاتحاد الدولي للاتصالات الفجوة الرقمية بأنها: "هي الاختلاف بين من يملك ومن لا يملك فرص الحصول على المعلومات عبر تقنيات الاتصال (الهاتف الثابت والمحمول، والحاسوب، والإنترنت، وخدمة الحزمة) (ITU, 2010, 40).

كما عرفت الفجوة الرقمية بأنها: "هي الفجوة التي كونتها ثورة المعلومات بين الدول المتقدمة والنامية، وتقاس بدرجة توافر أسس المعرفة بمكونات النظام الرقعي الذي يستند إلى التكنولوجيا العالمية (الإنترنت)، وتوافر طرق المعلومات السريعة والهواتف النقالة وخدمات التبادل الرقعي للمعلومات، وهي الأسس التي انعكست على تنفيذ العمليات المالية والمصرفية لدى المؤسسات المالية والمصرفية" (كودية، 2019، 17).

ويعرف الباحثان الفجوة الرقمية بأنها: "هي الفجوة التي تنشأ بين من يملك ومن لا يملك إمكانية الاستفادة والوصول للخدمات التكنولوجية الرقمية عبر وسائل وتقنيات الاتصالات المختلفة بأسعار معقولة وفي الوقت المناسب".

كما يعرف الباحثان الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية بأنها: "هي وجود فجوة رقمية بين المنشآت المالية تناسب عكسيًا، ومستوى التباين بين التغطية الرقمية لمحتويات التقارير المالية لعدم وجود دافع تنافسي بين هذه المنشآت لتقديم تقاريرها المنشورة متضمنة المعلومات المالية وتحتوي على الخصائص النوعية للجودة ووفقًا لقواعد النشر الإلكتروني".

ثالثًا: مؤشرات الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية الإلكترونية

يوجد مؤشرات يمكن من خلالها قياس الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية ما يلي (النخيلي، 2016):

- حالة عدم وجود أي صفة أو تمثيل للبنوك أو الشركات في أسواق المال العالمية من خلال عدم عرض وتقديم تقاريرها المالية المنشورة.
- تقديم تقارير مالية منشورة وعدم اكتسابها لصفة القبول على المستوى لإعطاء الموثوقية والمصدقية في المعلومات التي تشتمل عليها هذه التقارير.
- القصور في مستوى كفاءة وتدريب موظفي البنوك، والمتمثل في الهياكل التنظيمية والإدارية بدءًا من المحاسبين والإداريين بمستويات الإدارة العليا، والمحاسبين والإداريين بالمستويات المختلفة، ومراجعي الأنظمة المالية، والهيكل الإداري والمالي للبنك أو الشركة سواء للمدقق الداخلي والخارجي، والمكلفين بفحص أنظمة الرقابة الداخلية.
- ضعف هيكل نظام الرقابة الداخلية للبنك لعدم اتباعه قواعد محاسبية مقبولة قبولًا عامًا.
- عدم اتفاق معايير المحاسبة المحلية المطبقة في إعداد التقارير المالية مع المعايير الدولية للتقارير المالية.
- عدم توحيد استخدام لغة ومبادئ محاسبية مقبولة قبولًا عامًا عند النشر الإلكتروني للتقارير المالية.
- تعتمد إدارات البنوك التحريف في التقارير بتقديم معلومات عديمة الثقة والمصدقية ولا تحقق الأهداف المرجوة منها بشكل يؤثر على مستوى التقارير المالية.

ويؤكد الباحثان على أن مؤشرات قياس الفجوة الرقمية تعتبر أداة يتم من خلالها تنظيم ما تحتوي عليه التقارير المالية من معلومات، وتحديد محتوياتها ومعالجتها ونشرها باستخدام وسائل وأساليب التكنولوجيا المالية.

رابعًا: دور تكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني للتقارير المالية

يمكن سد الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني عن معلومات التقارير المالية من خلال الآتي:

- الإفصاح عن سلامة الدفاتر والمستندات الإلكترونية المؤيدة لمعلومات التقارير المالية وتقديم تأكيدات دقيقة وموضوعية، والتأكد من عدم وجود مستندات وهمية.
- الإفصاح عن وسائل الرقابة على نظم التشغيل الإلكتروني التي تكون مصدر للتكنولوجيا المالية.
- التقييم المستمر للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية المنشورة على المواقع والمنصات الإلكترونية.
- الإفصاح عن الرقابة للحفاظ على الأصول الرقمية للتأكد من سلامة معلومات التقارير المالية الإلكترونية (CECGA, 2019).
- التحقق من نزاهة المعلومات التي تحتويها التقارير المالية المنشورة إلكترونيًا والتي يتم الإفصاح عنها.
- تقديم تأكيدات دقيقة وموضوعية لأصحاب المصالح بشأن المحتوى المعلوماتي للتقارير المالية الإلكترونية.
- توفير الوسائل التكنولوجية المالية الآمنة للإفصاح الإلكتروني وزيادة الثقة في معلومات التقارير (شنن، 2023).

ويرى الباحثين مما سبق أن التكنولوجيا المالية تساهم في الإفصاح الإلكتروني عن معلومات المالية بدرجة معقولة من الأمانة والمصدقية والموضوعية والحيادية، كما تساعد على توفير نظام رقابي فعال يعمل على حماية معلومات التقارير المالية، والتحقق من صحتها وعدم الاختراق

والتلاعب بها.

خامساً: دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني للتقارير المالية

تقوم التكنولوجيا المالية بدور هام في الحد من الفجوة الرقمية للتقارير المالية المنشورة إلكترونياً من خلال (رشيد، 2021):

- أن استخدام التكنولوجيا المالية عبر شبكة الإنترنت يمثل مطلباً هاماً، نظراً لأن استخدامها في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني للتقارير المالية، حيث يعتمد بدرجة كبيرة على تبادل المعلومات سواء في داخل البنك نفسها أو مع البنوك الأخرى.
 - إن النشر الإلكتروني يعني استخدامات وسائل تقنيات تكنولوجيا المالية لأغراض نشر التقارير المالية وتوصيلها لمستخدميها في التوقيت المناسب.
 - يمثل النشر الإلكتروني للتقارير المالية أحد أساليب الإفصاح المالي والمحاسبي بالاستفادة من وسائل التكنولوجيا المتاحة في توصيل نتائج التقارير المالية إلى المستفيدين.
 - يحقق الاستخدام الآمن للتكنولوجيا المالية نشر التقارير المالية لسد الفجوة الرقمية الناتجة من استخدام شبكات الإنترنت باعتبارها أحد الوسائل التي تستخدمها نظم الاتصالات والمعلومات.
 - سينتج عن استخدام التكنولوجيا المالية العديد من الفوائد، وأهمها الاتصال بعدد لانهائي من مستخدمي التقارير المالية التي تنشر على شبكات الإنترنت، وتخفيض تكاليف نشر معلومات هذه التقارير؛ فضلاً عن حفظ واسترجاع المعلومات وتخزينها وتحليلها بواسطة متخذي القرارات.
 - تتيح التكنولوجيا المالية نشر التقارير المالية إلكترونياً وتوفير معلومات ملائمة لمتخذي القرارات من خلال التحديث المستمر لمحتويات الموقع؛ فضلاً عن تحقيق خاصية التوقيت الملائم لها.
 - تسهل التكنولوجيا المالية من إجراء مقارنات لمعلومات التقارير المالية التي تنشر إلكترونياً، سواء المعلومات المتاحة عن سنوات سابقة أو لبنوك أخرى لنفس الفترة الزمنية.
- ويستنتج الباحثين أن التكنولوجيا المالية توفر البساطة والوضوح في عرض المعلومات المالية التي تحتوي عليها التقارير المنشورة إلكترونياً، مما تساعد العملاء والمستفيدين على تحميل التقارير المالية المنشورة إلكترونياً، كما تساهم التكنولوجيا المالية بتوفير مجموعة من الإجراءات المحددة للحفاظ على معلومات التقارير المالية المنشورة إلكترونياً من التعديلات غير المسموح بها من قبل الآخرين.

سادساً: دور تكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني للتقارير المالية

- إن كثير من البنوك تستخدم الإنترنت للاتصال مع العملاء وأصحاب المصالح الآخرين بطرق متنوعة، ويتم طلب تبادل التقارير لإتاحة المعلومات للمستثمرين والعملاء وغيرهم من المستخدمين.
- إن استخدام تقنيات ووسائل التكنولوجيا المالية تتخذ أشكال عديدة فالكثير من البنوك المحلية والعالمية لها مواقع على شبكة الإنترنت، بحيث تستخدم صفحاتها لعرض خدماتها للجمهور والعملاء، وتلجأ العديد من هذه البنوك إلى إنشاء واجهة إنترنت لتقديم خدمات أفضل للزبون وبتكلفة منخفضة، وتقبل معظم واجهات الإنترنت السداد من خلال بطاقات الائتمان وغيرها من سبل السداد والمعاملات المصرفية المستحدثة الأخرى (الجزراوي، 2009).
- حيث تستطيع البنوك القيام بالتغلب على التحديات والمخاطر التي تنتج على استخدام التكنولوجيا المالية لتبادل التقارير المالية إلكترونياً، كذلك تستخدم البنوك شبكات الإنترنت لتلقي الطلبات الإلكترونية للعملاء والرد على استفساراتهم، ويتم التحقق من شخصية العملاء والمستخدمين والحفاظ على أمن وسرية المعاملات، وهذا يزيد من تبادل بيانات ومعلومات هذه التقارير إلكترونياً عبر الإنترنت (توفيق، 2004، 30)، وهناك عدة منافع تنتج عن اعتماد التكنولوجيا المالية للحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني للتقارير المالية، ومن أهمها ما يأتي (قاسم، 2004، 368-369):
- تخفيض تكاليف تبادل ونشر التقارير المالية عن طريق التقليل من استعمال التقارير الورقية أثناء تنفيذ الأعمال.
 - تسمح التكنولوجيا المالية بتسهيل تنفيذ دورة العمليات عبر تخفيض الوقت اللازم لإنجاز العمليات وتبادل التقارير المالية داخلياً وخارجياً، وتجعل من البنوك أكثر قدرة على المنافسة.
 - تساعد التكنولوجيا المالية البنوك في الحصول على عملاء ومستثمرين جدد، حيث يمكن التبادل التقارير المالية المتداولة إلكترونياً من تبادل المعاملات بسرعة.
- ويتضح للباحثين أن التكنولوجيا المالية تساعد على إعداد وتوصيل وتبادل معلومات التقارير الإلكترونية بين الجهات التي تستفيد منها في الوقت المناسب، وبتكلفة منخفضة، وجود مرتفعة، كما أن التكنولوجيا المالية تساهم في إعداد ونشر التقارير المالية الإلكترونية بطريقة معيارية، ويمكن تبادلها وتحليلها بمنتهى الكفاءة المهنية والموثوقية العالية، وتكون متاحة لجميع مستخدميها.

الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على أدبيات الفكر المحاسبي حول موضوع الدراسة، نجد ندرة من الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، ويمكن عرض ما أمكن التوصل إليه من دراسات تحدثت في هذا الموضوع على النحو التالي:

أولاً: الدراسات المرتبطة بالتكنولوجيا المالية

- دراسة شكر (2022): قامت بقياس تأثير التحول إلى تطبيق التكنولوجيا المالية للبنوك المركزية على جودة التقارير الدولية في قطاع البنوك، قد كشفت النتائج إلى عدم وجود فروق إحصائية بين تبني تطبيق التكنولوجيا المالية، وخفض تكلفة الخدمات المصرفية وتعزيز الكفاءة التشغيلية بالبنوك المصرية، وأوصت الدراسة بضرورة معالجة قضايا العملات الرقمية ضمن أحد معايير المحاسبة المصرية والدولية بالبنوك المصرية، وقيام معايير إعداد التقارير المالية الدولية بإرشاد محاسبي يستوعب المعالجة المحاسبية لمختلف المعالجات المتعلقة بالتعامل مع التكنولوجيا المالية.
 - دراسة ضاهر وآخرون (2022): تحدثت عن دور الحكومة في دعم تطبيق التكنولوجيا الرقمية والتحول الرقمي في منشآت الأعمال من خلال التعرف على أهم الفرص التي تعزز تطبيق التكنولوجيا المالية والتحول الرقمي وكذلك التحديات التي تواجهها، وخلصت النتائج إلى أن المؤسسات الحكومية تقوم بجهود كبيرة في دعم التكنولوجيا المالية والتحول الرقمي في منظمات الأعمال، وتواجه البنوك مفاضلة بين الأهداف التقليدية والاستقرار المالي، والاعتماد على التكنولوجيا المالية يشجع الشمول المالي ويعمل على تطوير أسواق رأس المال، ويتطلب نجاح التحول الرقمي كأحد ابتكارات التكنولوجيا الحديثة، تغيير نظام التعليم لتوفير مهارات جديدة، وكوادر بشرية مستقبلية قادرة على تحقيق التميز في العمل الرقمي وتحقيق الرفاهية الاجتماعية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التعاون بين المؤسسات الحكومية وبين الجهات الأكاديمية عبر برامج مشتركة تهدف إلى دعم التكنولوجيا والتحول الرقمي.
 - دراسة مسعد وآخرون (2022): تناولت الدراسة الدور الذي يمكن أن تلعبه التكنولوجيا نظم المعلومات المالية في تعزيز الخدمات المالية، وكشفت النتائج أن أهمية التكنولوجيا المالية لا تقتصر على تحسين خدمة العملاء ورفع كفاءة تقديم خدمات مالية تتميز بتخفيض تكاليفها ووقت إنجازها فحسب، بل يمكن للتكنولوجيا المالية أن تساهم بشكل فعال في تحقيق أهداف أوسع، وتنويع النشاط الاقتصادي، وأن المقياس الحقيقي لنجاح هذه التكنولوجيا لا يكمن القيام بتطوير أداة أخرى لتأمين الراحة لعملاء المصارف ولكن في مدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي للفئات المستبعدة ماليًا، وتحسين فرص الانتماء خصوصًا للمؤسسات المتناهية الصغر، وأوصت الدراسة أنه ينبغي على البنوك والمصارف أن تعطي أولوية لتطبيق التكنولوجيا التي تعتمد على الجوانب المالية، فالمنافسة تقتضي ذلك.
 - دراسة (Attia, et al, 2022): تهدف هذه الدراسة إلى زيادة الوعي المالي بأهمية التكنولوجيا، وتشجيع المستثمرين على الاستثمار في الجوانب التكنولوجية الناشئة لزيادة عدد مزودي خدمات التكنولوجيا المالية في مصر لتحسين كفاءة البنوك، وفهم التحدي الذي يواجه استخدام هذه التكنولوجيا، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا لها أثر إيجابي على القطاع المصرفي في مصر، وأوصت الدراسة بضرورة قيام البنوك على زيادة الأرباح والأصول، والقيام بأنشطة اقتصادية مثل تسريع الاستثمارات، والتوسع في تقديم الخدمات المصرفية مثل التوسع في تقديم القروض.
 - دراسة (Wiralestari, et al, 2020): هدفت الدراسة إلى التحقق من استخدام تكنولوجيا نظم المعلومات في تعزيز جودة التقارير المالية للمشروعات صغيرة ومتوسطة الحجم، وخلصت نتائج الدراسة أن العديد من الشركات والصغيرة والمتوسطة قد استخدمت التكنولوجيا لتحسين جودة التقارير المالية، حيث استخدمت تكنولوجيا المعلومات كجزء من التحول الرقمي مثل تحويل المستندات المحاسبية اليدوية إلى المستندات الرقمية. بالإضافة إلى ذلك، استخدمت التطبيقات المعتمدة على الإنترنت لتحسين التقارير المالية، وأوصت الدراسة بضرورة تطبيق مزيداً من التكنولوجيا من أجل الاهتمام بزيادة جودة التقارير في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، حيث تمتاز بالسرعة في إعداد التقارير المالية، ودقة البيانات، وسهولة إجراء الأحداث المالية، والتقليل من التكاليف، وتحسين الأداء المالي.
- ثانياً: الدراسات المتعلقة بالفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية
- دراسة الشطناوي (2022): قامت الدراسة بدراسة أثر تحليل البيانات الضخمة في زيادة مصداقية التقارير المالية، والدور الوسيط لحكومة تكنولوجيا المعلومات (COBIT) في الأردن، وخلصت النتائج إلى وجود أثر لتحليل البيانات الضخمة على كل من التقارير المالية وحكومة تكنولوجيا المعلومات (COBIT) في الشركات المساهمة العامة الأردنية، وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام مزودي خدمات التكنولوجيا بتوفير تقنيات حديثة للتعامل مع البيانات الضخمة وتوفير وسائل الأمن فيها لحماية المعلومات بغرض تحقيق أقصى درجات الاستفادة منها في استغلال الفرص المتاحة، وتجنب الأحداث والتهديدات التي قد تؤثر على أنشطتها وعملياتها.
 - دراسة (Ademola, et al, 2022): قامت الدراسة بتناول تأثير التكنولوجيا المالية على المخاطر التي تتعرض لها التقارير المالية في نيجيريا، كما ناقشت الاتجاهات المتطورة في استخدام الحلول التكنولوجية لتحسين التقارير، وكشفت نتائج الدراسة أن التكنولوجيا المالية لها أثر واضح على التقارير المالية في نيجيريا، حيث أن التكنولوجيا المالية تعزز من أهمية ومصداقية التقارير، وتساعد على التخفيف من مخاطر التقارير المالية في نيجيريا، وأوصت الدراسة بضرورة أن تفكر الشركات في اعتماد التكنولوجيا المالية للمساعدة في عملية إعداد تقارير مالية تمتاز بالموثوقية، لما لها من فوائد في التقليل من مخاطر نشر المعلومات ذات الطبيعة المالية غير الدقيقة، وأيضاً تقلل من تكلفة الغرامات المدفوعة على الشركات بسبب التأخر في تقديم التقارير والإقرارات والتكاليف الأخرى المرتبطة بها.
 - دراسة (Kornchai, Khajit, 2021): وضحت الدراسة أهم الآثار المترتبة للمحاسبة الرقمية على جودة التقارير المالية، وفائدة المعلومات المحاسبية، وفعالية القرار الاستراتيجي للشركات المزاولة لنشاطها في سوق المال التايلندي من خلال التحول الرقمي كمتغير وسيط، وأظهرت نتائج الدراسة أن المحاسبة الرقمية لها أثر ملحوظ على التقارير المالية، وفعالية القرار الاستراتيجي، وأن المحاسبة الرقمية تؤثر على جودة التقارير المالية بشكل كبير، وعلى كل من فائدة المعلومات المحاسبية وفعالية القرار الاستراتيجي، في حين أن فائدة هذه المعلومات لها تأثير كبير على فعالية القرار

الاستراتيجي. بالإضافة إلى ذلك، يعمل التحول الرقمي على تنسيق علاقة جودة التقارير المالية والمحاسبة الرقمية وعلاقة فائدة معلومات المحاسبة والمحاسبة الرقمية. ووفقاً لذلك، تلعب المحاسبة الرقمية دوراً هاماً في تحديد وشرح تحقيق أهداف الشركات، وأوصت الدراسة بضرورة قيام المدراء بالاهتمام بنظم المحاسبة الرقمية في الشركات لضمان تحقيق جودة التقارير المالية وتعزيز الاستدامة التنظيمية.

- دراسة الشطناوي (2018): هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مفهوم الإفصاح الإلكتروني، وذلك من خلال توضيح طبيعته ومراحل تطوره ومقوماته، ودوره في زيادة جودة التقارير المالية، والحد من تباين المعلومات في بيئة شركات الأعمال في الأردن. بهدف تقديم التقارير المالية في موعدها المحدد لاتخاذ قرارات رشيدة، واستنتجت النتائج وجود دور للإفصاح الإلكتروني في تحسين عملية جودة التقارير المالية وتقليص تباين تماثل المعلومات في بيئة الأعمال الأردنية، وأوصت بضرورة الإفصاح عن كافة المعلومات المحاسبية الإلكترونية وإيصالها لمستخدميها في بالتوقيت المناسب والجودة والتكلفة المناسبة، وذلك للحد من تقليص فجوة ظاهرة عدم تماثل المعلومات.
- دراسة الشمري، الكواز (2017): هدفت هذه الدراسة إلى توضيح معيار الأهمية النسبية لقياس الفجوة الرقمية للمعلومات عند الدمج لتطوير محتوى التقارير المالية ليلتزم متطلبات النظام المحاسبي الموحد، وخلصت نتائج الدراسة إلى عدم وجود إفصاح كافٍ لبنود التقارير المالية المعدة بموجب احتياجات النظام المحاسبي الموحد والمطبق في المصارف العراقية، وهذا يترتب عليه وجود فجوة رقمية في المعلومات من وجهة نظر مستخدمي هذه التقارير، وأوصت الدراسة بضرورة وجود إفصاح كافٍ عن بنود التقارير المالية المعدة وفق النظم المحاسبية الموحدة للمصارف، وبالشكل الذي يعمل على تقليص الفجوة الرقمية للمعلومات الناجمة عن دمج بنود التقارير من وجهة نظر قارئها.
- دراسة النخيلي (2016): هدفت الدراسة إلى التعرف على مراجعة الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية بهدف الرقابة على المعلومات المحاسبية الإلكترونية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة واضحة بين مراجعة الفجوة الرقمية للتقارير المالية وجودة المعلومات المحاسبية الإلكترونية، وأوصت الدراسة بضرورة فحص نظام الرقابة الداخلية للشركات المسجلة في بورصة الأوراق المالية لتمكين المراجع من التعرف على السياسات والإجراءات والتشريعات التنظيمية المطبقة، وتحليل الأنظمة الرقابية المطبقة لمعرفة الفجوة الرقمية بين التقارير المالية للشركات.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال قراءة الباحثان للدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها في مجال وموضوع الدراسة، وجد أن الدراسات تتوزع على المحاور والاتجاهات التالية:

- التعرف على دور التكنولوجيا المالية في تقليل الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية، فضلاً عن إجراء اطلاع واسع لمراجعة الأدبيات الخاصة بالتكنولوجيا المالية وكيفية قيامها بسد الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية.
- بيان أهمية التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية لدى البنوك المدرجة في بورصة فلسطين.
- بيان دور التكنولوجيا المالية في الإفصاح والنشر والتبادل الإلكتروني للمعلومات المالية للحد من الفجوة الرقمية في التقارير المالية.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

لم تقم أي من الدراسات السابقة بالتطبيق العملي على البيئة الفلسطينية، وبعد ذلك نقطة اختلاف الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية، بينما اتفقت مع بعض الدراسات السابقة على أهمية التكنولوجيا المالية لتحسين جودة التقارير المالية. وعليه فإن ما يميز هذه الدراسة الحالية أنها:

- تكوين إطار نظري وفكري وتقديم المعلومات النظرية والميدانية حول دور التكنولوجيا المالية في والفجوة الرقمية للتقارير المالية.
- تعتبر هذه الدراسة حسب اطلاع الباحثين من الدراسات الأولى في فلسطين التي تقيس دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية.
- تميزت الدراسة الحالية بالتطرق إلى دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية من خلال (الإفصاح الإلكتروني، النشر الإلكتروني، التبادل الإلكتروني)، حيث استخدمت الدراسات السابقة أبعاد أخرى لقياسها حسب اطلاع الباحثين.
- اختلاف الفترة الزمنية للدراسات السابقة، وحجم العينة المختارة، حيث تناولت الدراسة آراء المدراء ورؤساء الأقسام المالية، ومدراء الفروع، وموظفي قسم الخدمات الإلكترونية العاملين في البنوك المدرجة في بورصة فلسطين.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

منهج الدراسة:

- تم استخدام المنهج الوصفي، التحليلي لكونه يناسب دراسة الظواهر الاجتماعية والإنسانية، ويتم الاعتماد في جمع البيانات على المصادر التالية:
- المصادر الثانوية: وتتكون من الكتب والأبحاث والرسائل العلمية والدوريات وشبكة الإنترنت.
- المصادر الأولية: وتتكون من استبانة أعدت خصيصاً لهذا الغرض، حيث تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل واختبار فرضيات الدراسة.

مجتمع الدراسة:

استهدفت هذه الدراسة مدراء الفروع، ورؤساء أقسام خدمات العملاء، والمحاسبين، وموظفي قسم خدمات إلكترونية العاملين في البنوك العاملة في محافظات غزة. حيث وزعت الاستبانة على عدد (80) موظف وموظفة مجتمع الدراسة، وقد تم استرداد (65) استبانة بنسبة (81.25%)، كما استخدم الحصر الشامل نظراً لصغر حجم المجتمع، ويمكن عرض خصائص عينة الدراسة كما يلي:

جدول (1): خصائص عينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
المؤهل الدراسي	دكتوراه	6	9.2
	ماجستير	30	46.2
	بكالوريوس	29	44.6
	الإجمالي	65	100%
المسعى الوظيفي	مدير الفرع	6	9.2
	رئيس قسم خدمات العملاء	20	30.8
	محاسب	32	49.2
	موظف خدمات إلكترونية	7	10.8
	الإجمالي	65	100%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	5	7.7
	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	42	64.6
	من 10 إلى أقل من 20 سنوات	13	20.0
	20 سنة فأكثر	5	7.7
	الإجمالي	65	100%

يتضح من جدول (1) أن ما نسبته (7.7%) من مفردات العينة كانت عدد سنوات الخبرة لديهم أقل من 5 سنوات، كما أن ما نسبته (92.3%) من عينة الدراسة تجاوزت خبرتهم 5 سنوات، مما يدل أن غالبية المستجيبين لديهم الخبرة الكافية للاستجابة الصادقة على موضوع الدراسة، كما أن ما نسبته (55.4%) من المستجيبين من حملة شهادات الماجستير والدكتوراه، كما أن في جلهم رؤساء أقسام ومحاسبين بنسبة (80.0%) إضافة إلى أن باقي المستجيبين مدراء فروع وموظفي خدمات إلكترونية، مما يطمئن الباحث على حسن اختيار العينة ودعمها لصدق الاستبانة.

أداة الدراسة:

تم إعداد استبانة حول "دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية"، حيث سيتم التأكد من صدق الاستبانة باستخدام الآتي:

أ. الاتساق الداخلي (Internal Validity):

تم احتساب الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (الاستبانة) من خلال حساب معامل الارتباط بين فقرات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه، وتظهر النتائج أن كافة الفقرات مرتبطة بمحورها، كما أن مستوى الدلالة لارتباط المحاور بالمتوسط الكلي للاستبانة أقل من (0.05)، ويعني هذا أن المحاور صادقة لقياس ما صممت لقياسه.

جدول (2): نتائج الاتساق الداخلي

البعد الأول			البعد الثاني			البعد الثالث		
م	القيمة الاحتمالية	م	القيمة الاحتمالية	م	القيمة الاحتمالية	م	القيمة الاحتمالية	م
1	0.827**	0.000	1	0.821**	0.000	1	0.687**	0.005
2	0.809**	0.000	2	0.643**	0.010	2	0.644**	0.010
3	0.854**	0.000	3	0.610*	0.016	3	0.851**	0.000
4	0.789**	0.000	4	0.856**	0.000	4	0.811**	0.000
5	0.786**	0.001	5	0.916**	0.000	5	0.678**	0.005
6	0.891**	0.000	6	0.943**	0.000	6	0.836**	0.000
7	0.827**	0.000	7	0.924**	0.000	7	0.714**	0.003
8	0.939**	0.000	8	0.942**	0.000	8	0.764**	0.001
9	0.882**	0.000	9	0.820**	0.000	9	0.836**	0.000
10	0.863**	0.000	10	0.814**	0.000	10	0.991**	0.000
المحور	0.951**	0.000	المحور	0.961**	0.000	المحور	0.900**	0.000

ثبات الاستبانة (Reliability):

تم التحقق من الثبات للاستبانة من خلال معامل (Cronbach's Alpha Coefficient)، وبطريقة (التجزئة النصفية)، وكانت نتائج القياس مبينة في

جدول (3).

جدول (3): قياس ثبات الاستبانة

المجال	ألفا كرونباخ			
	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الارتباط	التجزئة النصفية
دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية	10	0.955	0.854	0.921
دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية	10	0.950	0.827	0.905
دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية	10	0.920	0.782	0.877
المجاور معاً	30	0.975	0.865	0.927

ويتضح من جدول (3) أن قيمة ألفا كرونباخ مرتفعة لمجالات الاستبانة حيث تتراوح بين (0.920، 0.955)، بينما بلغت لجميع فقرات الاستبانة (0.975)، كما كانت قيمة معامل التجزئة النصفية أيضاً مرتفعة لكل المجال حيث تراوحت بين (0.877، 0.921) لكل مجال من مجالات الاستبانة، كذلك كانت القيمة المبينة في الجدول لمعامل ألفا لفقرات الاستبانة مجتمعة (0.927)، بذلك توفرت التقه التامة بصلاحية الاستبانة وصحة تحليلها واختبار الفرضيات.

تحليل واختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: يوجد دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.

يمكن من خلال النتائج الموضحة في جدول (4) قياس دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، فيما يلي:

جدول (4): التكنولوجيا المالية ودورها في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
1.	تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الإلكتروني عن معلومات التقارير المالية بدرجة عالية من الأمانة والمصداقية.	4.200	0.536	0.840	18.043	0.000
2.	تساعد التكنولوجيا المالية على الإفصاح الإلكتروني عن الأحداث والحقائق المالية بدقة عالية.	4.200	0.506	0.840	19.112	0.000
3.	تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الإلكتروني عن المعلومات التي تحتوي عليها التقارير المالية والتحقق من صحتها.	4.169	0.517	0.834	18.216	0.000
4.	تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الإلكتروني عن معلومات التقارير المالية وتنصف بالموضوعية.	3.831	0.601	0.766	11.139	0.000
5.	تساعد التكنولوجيا المالية على الإفصاح الإلكتروني عن معلومات التقارير المالية ومساعدة المستفيدين من التحقق من سلامة هذه التقارير.	4.123	0.650	0.825	13.936	0.000
6.	تساعد التكنولوجيا المالية على توفير نظام رقابي فعال يعمل على حماية معلومات التقارير المالية من الاختراق والتلاعب.	3.908	0.579	0.782	12.642	0.000
7.	تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الإلكتروني لتحقيق الحيادية بدرجة معقولة لمعلومات التقارير المالية.	3.985	0.545	0.797	14.575	0.000
8.	توفر التكنولوجيا المالية سياسات ثابتة عن الإفصاح الإلكتروني عن معلومات التقارير المالية.	3.908	0.551	0.782	13.276	0.000
9.	تساهم التكنولوجيا المالية في عملية الإفصاح الإلكتروني بدرجة عالية من الوضوح في عرض معلومات التقارير المالية.	4.031	0.432	0.806	19.241	0.000
10.	تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الإلكتروني لتحقيق ملائمة وموثوقية للمعلومات من خلال توفير المعلومات ضمن التوقيت المناسب وبدون أي تأخير.	4.077	0.478	0.815	18.169	0.000
	جميع فقرات المجال معاً	4.043	0.318	0.809	26.471	0.000

يوضح جدول (4) دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، ويظهر أن المتوسط الحسابي لكل من الفقرة الأولى "تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الإلكتروني عن معلومات التقارير المالية بدرجة عالية من الأمانة والمصداقية"، والفقرة الثانية "تساعد التكنولوجيا المالية على الإفصاح الإلكتروني عن الأحداث والحقائق المالية بدقة عالية" يساوي (4.200) بدرجة تأثير 84.0%، يليهما الفقرة الثالثة "تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الإلكتروني عن المعلومات التي تحتوي عليها التقارير المالية والتحقق من صحتها" بمتوسط

حسابي يساوي (4.169) بدرجة تأثير 83.4%، وهذا يعني أن هناك موافقة بشدة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرات. وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة الرابعة "تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الإلكتروني عن معلومات التقارير المالية وتتصف بالموضوعية" بمتوسط حسابي 3.831 بدرجة تأثير 76.6% وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على جميع فقرات المحور، وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية" يساوي 4.043 بدرجة تأثير 80.9%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال. مما يدل على وجود دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، ويعزى ذلك إلى ما توفره التكنولوجيا المالية من أساليب إفصاح إلكترونية دون تدخل من الأفراد مما يجعلها تتمتع بدرجة عالية من الحيادية وعدم التحيز، إضافة إلى أن العمل بأسلوب تكنولوجي رقي صرف من شأنه وضع أساليب رقابية تضبط عملية الإفصاح وسلامة التقارير المالية. كما أنها تمكن الشركات من تحويل البيانات المالية إلى صيغة رقمية وتحليلها بشكل تلقائي، من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، حيث يتم مما يساعد على تقليل الخطأ البشري وتحسين دقة البيانات المالية.

ومن خلال ما سبق لم تتفق نتائج أي دراسة من الدراسات السابقة مع نتائج هذه الفرضية، ويرجع السبب في ذلك أن الدراسات السابقة لم تتطرق إلى متغيرات البحث مجتمعة.

الفرضية الثانية: يوجد دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.

يمكن من خلال النتائج الموضحة في جدول (5) قياس دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، فيما يلي:

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
1.	تساعد التكنولوجيا المالية على نشر معلومات التقارير المالية إلكترونياً، مما يؤدي إلى زيادة ثقة مستخدميها.	4.154	0.565	0.831	16.452	0.000
2.	تساعد التكنولوجيا المالية على توفير برامج ترجمة تعمل على نشر التقارير المالية الإلكترونية بعدة لغات.	4.308	0.584	0.862	18.045	0.000
3.	تساعد التكنولوجيا المالية على توفير برامج تساعد العملاء والمستفيدين من تحميل التقارير المالية المنشورة إلكترونياً.	4.092	0.655	0.818	13.448	0.000
4.	توفر التكنولوجيا المالية مجموعة من الإجراءات المحددة لحماية معلومات التقارير المالية المنشورة إلكترونياً من الاستخدام غير المصرح به من قبل الغير.	3.969	0.612	0.794	12.777	0.000
5.	تساعد التكنولوجيا المالية على إتاحة معلومات التقارير المالية المنشورة إلكترونياً بشكل فوري أمام المستفيدين.	4.046	0.571	0.809	14.773	0.000
6.	تساهم التكنولوجيا المالية في جعل معلومات التقارير المالية المنشورة إلكترونياً قابلة للفهم.	4.000	0.500	0.800	16.125	0.000
7.	توفر التكنولوجيا المالية البساطة والوضوح في عرض معلومات التقارير المالية المنشورة إلكترونياً.	4.108	0.504	0.822	17.725	0.000
8.	تساهم التكنولوجيا المالية في النشر الإلكتروني للتقارير والقوائم المالية والتي يمثل أحد أساليب الإفصاح المحاسبي.	4.046	0.448	0.809	18.815	0.000
9.	تساهم التكنولوجيا المالية في تسهيل إجراء المقارنات للمعلومات المتوفرة التي تحتويها التقارير والقوائم المالية المنشورة لسنوات مختلفة.	4.015	0.414	0.803	19.760	0.000
10.	توفر التكنولوجيا المالية نشر وتوزيع التقارير والقوائم المالية وتوصيلها إلى مختلف الجهات التي تحتاجها في الوقت المحدد وبتكلفة منخفضة.	3.938	0.429	0.788	17.655	0.000
جميع فقرات المجال معاً		4.068	0.274	0.814	31.425	0.000

من جدول (5) دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني ويظهر أن المتوسط الحسابي للفقرة الثانية "تساعد التكنولوجيا المالية على توفير برامج ترجمة تعمل على نشر التقارير المالية الإلكترونية بعدة لغات" يساوي (4.308) بدرجة تأثير 86.2%، ويلها الفقرة الأولى "تساعد التكنولوجيا المالية على نشر معلومات التقارير المالية إلكترونياً، مما يؤدي إلى زيادة ثقة مستخدميها" المتوسط الحسابي يساوي (4.154) بدرجة تأثير 83.1%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرتين. وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة العاشرة "توفر التكنولوجيا المالية نشر وتوزيع التقارير والقوائم المالية وتوصيلها إلى مختلف الجهات التي تحتاجها في الوقت المحدد وبتكلفة منخفضة" المتوسط الحسابي يساوي 3.938 بدرجة تأثير 78.8%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال "دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني" يساوي 4.068 بدرجة تأثير 81.4%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال. هذا يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المحور قد زاد عن درجة الحياد وهي 3 وهذا يعني موافقة عينة الدراسة

على هذا المحور. مما يدل على وجود دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني، ويعزى ذلك إلى أن استخدام التكنولوجيا المالية، يمكن للشركات والمؤسسات الاستفادة من العديد من الأدوات والتطبيقات التي تتيح لهم نشر التقارير المالية بشكل أفضل وأسرع وأكثر دقة. ومن خلال ما سبق لم تتفق نتائج أي دراسة من الدراسات السابقة مع نتائج هذه الفرضية، ويرجع السبب في ذلك أن الدراسات السابقة لم تتطرق إلى متغيرات البحث مجتمعة.

الفرضية الثالثة: يوجد دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية.

يمكن من خلال النتائج الموضحة في جدول (6) قياس دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، فيما يلي:

جدول (6): دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة الاختبار	القيمة الاحتمالية
1.	تساهم التكنولوجيا المالية في تبادل معلومات التقارير المالية إلكترونياً بين الجهات المستفيدة من هذه التقارير.	4.015	0.484	0.803	16.918	0.000
2.	تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الكافي لمعلومات التقارير المالية إلكترونياً لتحقيق الفائدة القصوى في عملية اتخاذ القرارات.	4.169	0.517	0.834	18.216	0.000
3.	تساعد التكنولوجيا المالية على إعداد وتوصيل معلومات التقارير المالية إلى مستخدميها في الوقت المناسب.	3.969	0.529	0.794	14.760	0.000
4.	تساهم التكنولوجيا المالية في إعداد ونشر التقارير المالية إلكترونياً بطريقة معيارية ويمكن تبادلها وتحليلها بمنتهى الكفاءة المهنية.	4.077	0.594	0.815	14.606	0.000
5.	تساهم التكنولوجيا المالية كأداة لنقل وتوزيع التقارير المالية لمستخدميها حول العالم باستخدام تقنيات تكنولوجيا مختلفة.	3.954	0.672	0.791	11.452	0.000
6.	تساعد التكنولوجيا المالية على طرق عرض وتحليل معلومات التقارير المالية بتكلفة منخفضة.	4.108	0.437	0.822	20.416	0.000
7.	تساعد التكنولوجيا المالية الجهات المعنية على تبسيط عملية إعداد التقارير المالية إلكترونياً وإنتاجها بجودة عالية.	4.137	0.527	0.827	17.427	0.000
8.	تساهم التكنولوجيا المالية في وضع معايير لاستخدام وتبادل معلومات التقارير المالية على المستوى الدولي.	4.092	0.491	0.818	17.926	0.000
9.	تساهم التكنولوجيا المالية في التوصيل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية التي تحقق فوائد كبيرة لعمليات إعداد وتحليل هذه التقارير.	4.138	0.496	0.828	18.500	0.000
10.	تساهم التكنولوجيا المالية في زيادة مستوى الدقة والموثوقية لمعلومات التقارير المالية وتكون متاحة لجميع مستخدميها.	4.015	0.450	0.803	18.175	0.000
جميع فقرات المجال معاً		4.068	0.242	0.814	35.599	0.000

من جدول (6) دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، ويظهر أن المتوسط الحسابي للفقرة الثانية "تساهم التكنولوجيا المالية في الإفصاح الكافي لمعلومات التقارير المالية إلكترونياً لتحقيق الفائدة القصوى في عملية اتخاذ القرارات" يساوي (4.169) بدرجة تأثير 83.4%، ولها الفقرة التاسعة "تساهم التكنولوجيا المالية في التوصيل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية التي تحقق فوائد كبيرة لعمليات إعداد وتحليل هذه التقارير" المتوسط الحسابي يساوي (4.138) بدرجة تأثير 82.8%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرتين. بنما جاءت الفقرة الخامسة "تساهم التكنولوجيا المالية كأداة لنقل وتوزيع التقارير المالية لمستخدميها حول العالم باستخدام تقنيات تكنولوجيا مختلفة" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.954) بدرجة تأثير 79.1%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على هذه الفقرة. وبشكل عام يمكن القول بأن المتوسط الحسابي لمجال " دور التكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية" يساوي (4.068) بدرجة تأثير 81.4%، وهذا يعني أن هناك موافقة من قبل أفراد العينة على فقرات هذا المجال. مما يدل على وجود دور للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، ويعزى ذلك دور التكنولوجيا المالية في توفير خدمات مالية وتبادل الأموال والدفع الإلكتروني بطرق سهلة وأمنة وفعالة، الأمر الذي يضمن عدالة توصيل وتبادل المعلومات من خلال وضع معايير لاستخدام وتبادل معلومات التقارير المالية على المستوى الدولي، إضافة إلى السهولة التي تتيحها التكنولوجيا المالية في عملية توثيق وتوصيل المعلومات. ومن خلال ما سبق لم تتفق نتائج أي دراسة من الدراسات السابقة مع نتائج هذه الفرضية، ويرجع السبب في ذلك أن الدراسات السابقة لم تتطرق إلى متغيرات البحث مجتمعة.

النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- يوجد تأثير واضح للتكنولوجيا المالية في الحد من الفجوة الرقمية للإفصاح الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، حيث تساهم التكنولوجيا في الإفصاح الإلكتروني عن معلومات التقارير المالية وكذلك الأحداث والحقائق المالية بدقة عالية.
- أظهرت التكنولوجيا المالية دور فاعل في الحد من الفجوة الرقمية للنشر الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية، حيث تساعد في توفير برامج لنشر التقارير المالية الإلكترونية بعدة لغات، مما يؤدي إلى زيادة ثقة مستخدميها.
- يؤدي تطبيق التكنولوجيا المالية إلى الحد من الفجوة الرقمية للتبادل الإلكتروني لمعلومات التقارير المالية من خلال الإفصاح الكافي لمعلومات التقارير المالية إلكترونياً لتحقيق الفائدة القصوى في عملية اتخاذ القرارات إضافة إلى فوائد كبيرة لعمليات إعداد وتحليل هذه التقارير.
- يؤدي تطبيق التكنولوجيا المالية إلى تحقيق الخصائص الرئيسة لمعلومات التقارير المالية وهي التمثيل الصادق، ملائمة وموثوقية المعلومات، القابلية للفهم والتحقق والمقارنة، التوقيت المناسب، الاكتمال ووضوح المعلومات.

ثانياً: التوصيات

بناء على النتائج السابقة توصي الدراسة بالتوصيات التالية:

1. توصيات مرتبطة بموضوع الدراسة:

- ضرورة اهتمام البنوك العاملة في فلسطين بتطبيق التكنولوجيا المالية لتحسين جودة التقارير المالية من خلال تعظيم الإفصاح والنشر والتبادل الإلكتروني عن المعلومات التي تحتويها التقارير المالية.
- العمل على تطبيق التكنولوجيا المالية في البنوك العاملة في فلسطين لتوفير معلومات ملائمة ذات موثوقية عالية وخالية من الأخطاء والتضليل والوهمية، كما أنها تعزز قابلية المقارنة والفهم والوضوح لمعلومات التقارير المالية.
- ضرورة تطبيق التكنولوجيا المالية في البنوك العاملة في فلسطين لتمكين الإفصاح عن كافة المعلومات إلكترونياً وتوصيلها لمستخدميها في الوقت المناسب، وبالكمية وبالجودة والكلفة المناسبة، وذلك للحد من الفجوة الرقمية في التقارير المالية.

2. توصيات عامة:

- العمل على توفير البنية التحتية لاستخدام التكنولوجيا المالية بشكل موسع داخل بصفة عامة، والبنوك العاملة في فلسطين بصقة خاصة لما لها دور فاعل في الحد من الفجوة الرقمية لمعلومات التقارير المالية.
- الاهتمام بتدريب موظفي البنوك العاملة في فلسطين وإعداد كادر وظيفي على درجة عالية من المهارة والكفاءة والخبرة قادر على استخدام تقنيات التكنولوجيا المالية.

3. توصيات لأبحاث مستقبلية:

- مدى إمكانية توفير البنية التحتية لتطبيق التكنولوجيا المالية في الشركات المدرجة في بورصة فلسطين.
- دراسة العلاقة بين التقارير المالية المنشورة إلكترونياً والحوكمة الرقمية في ظل وجود الفجوة الرقمية.
- دور النظم الحاسوبية المعززة بتكنولوجيا المعلومات في الحد من الفجوة الرقمية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- توفيق، محمد شريف. (2004). *مدى الحاجة التنظيم للإلكتروني المعلومات تقارير الاعمال- بالتطبيق على القطاع المصرفي واساليب التنفيذ والمحاسبة عن عمليات التجارة الإلكترونية*.
- الجزراوي، إبراهيم محمد علي، سعيد، لقمان محمد. (2009). أدوات تكنولوجيا المعلومات ودورها في كفاءة وفاعلية المعلومات المحاسبية. *مجلة الإدارة والاقتصاد*، 1(75)، 37-1.
- رشيد، ناظم حسن. (2021). دور مراقب الحسابات في على المحاسبية المنشورة الانترنت في بيئة التجارة الإلكترونية. *مجلة تكرت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، 7(23)، 173-197.
- الشطناوي، حسن محمود. (2018). دور الإفصاح المحاسبي الإلكتروني في تحسين جودة التقارير المالية وتقليص فجوة عدم تماثل المعلومات في بيئة الأعمال الأردنية، *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*، 5(3)، 288-307.
- الشطناوي، حسن محمود. (2022). أثر تحليل البيانات الضخمة في تحسين جودة التقارير المالية: الدور الوسيط لحوكمة تكنولوجيا المعلومات (COBIT)- أدلة من الأردن. *مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية*، 3(7)، 186-262.
- شكر، إيناس جمعة فهي. (2022). *قياس أثر التحول إلى تطبيق التكنولوجيا المالية للبنوك المركزية على جودة التقارير المالية الدولية في قطاع البنوك*. المؤتمر العلمي السنوي لقسم التمويل والمحاسبة شعبة إدارة الأعمال والخدمات البنكية في ظل ابتكارات التكنولوجيا المصرفية (الفرص والتحديات)، المنعقد خلال الفترة 23/ مايو/ 2022، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، قسم التمويل والمحاسبة، شعبة إدارة الأعمال، مصر.

- الشمري، محمد وفي عباس، صلاح، مهدي الكواز. (2017). توظيف معيار الأهمية النسبية لقياس الفجوة الرقمية للمعلومات المحاسبية عند الدمج لتحسين المحتوى الإعلامي للتقارير المالية-دراسة تطبيقية. *مجلة الإدارة والاقتصاد*، 40(112)، 166 – 179.
- شنن، علي عباس علي. (2023). أثر التحول الرقمي على شفافية التقارير المالية في ضوء الإصدارات المهنية المعاصرة- دراسة ميدانية. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، 4(1)، الجزء الثاني، 200-230.
- ظاهر، سامح سعيد محمود، عليوة، رشا محمد، فراج، نجلاء احمد. (2022). دور الحكومة في دعم التكنولوجيا المالية والتحول الرقمي في منظمات الأعمال: الفرص والتحديات. المؤتمر العلمي السنوي لقسم التمويل والمحاسبة شعبة إدارة الأعمال الخدمات البنكية في ظل ابتكارات التكنولوجيا المصرفية (الفرص والتحديات)، المنعقد خلال الفترة 23/ مايو/ 2022، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، قسم التمويل والمحاسبة، شعبة إدارة الأعمال، مصر.
- علي، نبيل، حجازي، نادية. (2005). *الفجوة الرقمية "رؤية عربية لمجتمع المعرفة"*. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- قاسم، عبد الرزاق محمد. (2004). *تحليل وتصميم نظم المعلومات المحاسبية*. ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- كودية، يوسف. (2019). *الفجوة الرقمية واشكالية سيروية المنظمة العالمية للتجارة- دراسة تحليلية مع الاهتمام بحالة الجزائر*. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر.
- المبيضين، إبراهيم. (2005). *الشمول الرقمي.. هل يسهم في التنمية الاجتماعية وتعزيز الاقتصاد*. جريدة الغد. <https://alghad.com/Section-1957916>.
- مسعد، بهاء الدين مسعد، عبد الحفيظ، رغدة حسن، مهدي، أسامة محمد. (2022). دور التكنولوجيا المالية في تحسين جودة الخدمات المصرفية. المؤتمر العلمي السنوي لقسم التمويل والمحاسبة شعبة إدارة الأعمال الخدمات البنكية في ظل ابتكارات التكنولوجيا المصرفية (الفرص والتحديات)، المنعقد خلال الفترة 23/ مايو/ 2022، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، قسم التمويل والمحاسبة، شعبة إدارة الأعمال، مصر.
- مقلاتي، شعيب، الزواوي، بوبغل. (2021). *أثر التكنولوجيا المالية على أداء البنوك- الإمارات العربية المتحدة أنموذجاً*. رسالة ماجستير غير منشورة، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- النخيلي، أشرف سيد حسن علي. (2016). مراجعة الفجوة الرقمية في بيئة التقارير المالية بهدف الرقابة على جودة المعلومات المحاسبية الإلكترونية. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، 3(7)، 857-893.
- وهيبة، عبد الرحيم. (2018). عملة البيتكوين وتكنولوجيا سلسلة الكتل في ظل التكنولوجيا المالية. *مجلة حوليات جامعة الجزائر*، العدد 38، الجزء الثالث، 63-88.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Ademola, O. C., Olanrewaju M. A., & Ishola R. A. (2022). *Financial Technology as A Panacea for Financial Reporting Risks*. Proceedings of the 7th Annual International Academic Conference on Accounting and Finance Disruptive Technology: Accounting Practices, Financial and Sustainability Reporting, Financial and Sustainability Reporting, Rivers State University of Science and Technology University of Port Harcourt.
- Attia, R. S., Fathy, Sh. M., & Ramadan, R. M. (2022). *The Role of FinTech on Banking Sector "Case study of a group of Egyptian banks*. Conference of the Department of Finance and Accounting Business, May 23 2022, International Academy for Engineering & Media Science, Department of Finance and Accounting, Business Administration Division, Egypt.
- Centel European corporate governance association "CECGA". (2019). the future of corporate governance in digitalization and transparency, Available at <https://www.cecgac.com>.
- ITU, Measuring the Information Society. (2010). the ICT Development Index, Geneva.
- Kornchai, P. T., & Khajit N. K. (2021). Digital Accounting, Financial Reporting Quality and Digital Transformation: Evidence from Thai Listed Firms. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (8), 409-419.
- Wiralestari, R. F., & Riski, H. (2020). *The Use of Information Technology in Improving the Quality of Financial Report in Micro, Small and Medium Enterprises*. Proceedings of the 3rd Green Development International Conference, Faculty of Economics and Business, University of Jambi, Jambi, Indonesia, Advances in Engineering Research, vol. 205.

ثالثاً: ترجمة المراجع العربية

- Ali, N., & Hegazy, N. (2005). *The digital divide: An Arab vision for the knowledge society*. National Council for Culture, Arts and Letters.
- Al-Jazrawi, I. M. A., & Saeed, L. M. (2009). Information technology tools and their role in the efficiency and effectiveness of accounting information. *Journal of Administration and Economics*, 1(75), 1-37.

- Al-Mubaideen, I. (2005). Digital inclusion: Does it contribute to social development and economic enhancement? *Al-Ghad Newspaper*. <https://alghad.com/Section-1957916>
- Al-Nakhili, A. S. H. A. (2016). Reviewing the digital divide in the financial reporting environment for the purpose of controlling the quality of electronic accounting information. *Scientific Journal of Commercial and Environmental Studies*, 3(7), 857–893.
- Al-Shammari, M., Abbas, S., & Al-Kawaz, M. (2017). Employing the materiality standard to measure the digital gap in accounting information during integration to improve the informational content of financial reports: An applied study. *Journal of Administration and Economics*, 40(112), 166–179.
- Al-Shatnawi, H. M. (2018). The role of electronic accounting disclosure in improving the quality of financial reports and reducing the information asymmetry gap in the Jordanian business environment. *Global Journal of Economics and Business*, 5(3), 288–307.
- Al-Shatnawi, H. M. (2022). The impact of big data analytics on improving the quality of financial reports: The mediating role of information technology governance (COBIT): Evidence from Jordan. *Journal of Humanities and Natural Sciences*, 3(7), 186–262.
- Daher, S. S. M., Aliwa, R. M., & Farag, N. A. (2022). The role of government in supporting financial technology and digital transformation in business organizations: Opportunities and challenges. In *Annual Scientific Conference of the Department of Finance and Accounting, Business Administration Division: Banking Services in Light of Banking Technology Innovations (Opportunities and Challenges)*, May 23, 2022, International Academy for Engineering and Media Sciences, Department of Finance and Accounting, Business Administration Division, Egypt.
- Koudia, Y. (2019). *The digital divide and the problematic process of the World Trade Organization: An analytical study with particular reference to the case of Algeria* [Unpublished doctoral dissertation, Kasdi Merbah University of Ouargla, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Department of Economics, Algeria].
- Mekhlati, S., & Al-Zouaoui, B. (2021). *The impact of financial technology on bank performance: The United Arab Emirates as a model* [Unpublished master's thesis, Abdelhafid Boussouf University Center of Mila, Institute of Economic, Commercial and Management Sciences, Algeria].
- Messaad, B. E. M., Abdelhafiz, R. H., & Mahdi, O. M. (2022). The role of financial technology in improving the quality of banking services. In *Annual Scientific Conference of the Department of Finance and Accounting, Business Administration Division: Banking Services in Light of Banking Technology Innovations (Opportunities and Challenges)*, May 23, 2022, International Academy for Engineering and Media Sciences, Department of Finance and Accounting, Business Administration Division, Egypt.
- Qasim, A. R. M. (2004). *Analysis and design of accounting information systems* (1st ed.). Dar Al-Thaqafa for Publishing and Distribution.
- Rashid, N. H. (2021). The role of the auditor in accounting information published online in the e-commerce environment. *Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences*, 7(23), 173–197.
- Shannan, A. A. A. (2023). The impact of digital transformation on the transparency of financial reports in light of contemporary professional pronouncements: A field study. *Scientific Journal of Financial and Commercial Studies and Research*, 4(1, Part 2), 200–230.
- Shukr, I. J. F. (2022). Measuring the impact of the transition to financial technology applications by central banks on the quality of international financial reporting in the banking sector. In *Annual Scientific Conference of the Department of Finance and Accounting, Business Administration Division: Banking Services in Light of Banking Technology Innovations (Opportunities and Challenges)*, May 23, 2022, International Academy for Engineering and Media Sciences, Department of Finance and Accounting, Business Administration Division, Egypt.
- Tawfik, M. S. (2004). The need for electronic organization of business information reporting: An application to the banking sector, implementation methods, and accounting for e-commerce transactions.
- Wahiba, A. R. (2018). Bitcoin currency and blockchain technology in the context of financial technology. *Annals of the University of Algiers*, 38(Part 3), 63–88.

Digital Governance as a Framework for Enhancing Oversight and Transparency in Charitable Organizations in the Kingdom of Saudi Arabia

الحكومة الرقمية كإطار لتحسين الرقابة والشفافية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية

Abdullah Mohammed Al-Qahtani^{1*}

¹ Master's Degree in Executive Business Administration, Ministry of Justice, Saudi Arabia.

* Corresponding Author: Abdullah Al-Qahtani (a-s.com@live.com)

عبد الله محمد القحطاني^{1*}

¹ ماجستير في إدارة الأعمال التنفيذي - وزارة العدل - السعودية.

* الباحث المراسل: عبد الله القحطاني (a-s.com@live.com)



This file is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/4/5

Revised

مراجعة البحث

2026/3/27

Received

استلام البحث

2026/3/9

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.4>

Abstract:

Objectives: The study aimed to determine the level of implementing the dimensions of digital governance (transparency and control) in charitable organizations in the Kingdom of Saudi Arabia, in addition to exploring the challenges these organizations face in applying digital governance and how such challenges affect their effectiveness.

Methods: The study adopted the descriptive-analytical method and used a questionnaire as the primary tool for data collection from board members of charitable organizations in Saudi Arabia.

Results: The results revealed that the level of digital governance implementation was rated high for both transparency and control. The mean score for the digital transparency dimension reached 3.48, indicating a high level of agreement, while the digital control dimension scored even higher, with a mean of 4.01, also reflecting a high level of agreement. The findings further indicated that charitable organizations face significant challenges in implementing digital governance, with an overall mean score of 3.59, representing a high level of agreement.

Conclusions: The study recommends strengthening the digital infrastructure, developing mechanisms that enhance transparency, and supporting the capacity of board members to meet the requirements of digital transformation. It also suggests conducting future research that examines additional dimensions of digital governance or compares different types of nonprofit organizations.

Keywords: Digital Governance; Transparency; Oversight.

الملخص:

الأهداف: هدفت الدراسة إلى تحديد مستوى تطبيق أبعاد الحكومة الرقمية (الشفافية، الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، إضافة إلى استكشاف التحديات التي تواجه تلك الجمعيات في تطبيق الحكومة الرقمية وتأثيرها في فاعليتها.

المنهجية: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات من أعضاء مجالس الإدارة في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية.

النتائج: أظهرت النتائج أن مستوى تطبيق الحكومة الرقمية جاء بدرجة موافقة كبيرة على بُعدي الشفافية والرقابة. فقد بلغ المتوسط الحسابي لُبعد الشفافية الرقمية (3.48) بدرجة موافقة كبيرة، بينما جاء بُعد الرقابة الرقمية في مستوى أعلى، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.01) بدرجة موافقة كبيرة. كما بينت النتائج أن الجمعيات الخيرية تواجه مستوى كبيراً من التحديات في تطبيق الحكومة الرقمية، بمتوسط حسابي (3.59) بدرجة موافقة كبيرة.

الخلاصة: توصي الدراسة بضرورة تعزيز البنية الرقمية، وتطوير آليات الشفافية، ودعم قدرات مجالس الإدارة في التعامل مع متطلبات التحول الرقمي، إضافة إلى إجراء دراسات مستقبلية تتناول أبعاداً أخرى للحكومة الرقمية أو تقارن بين أنواع مختلفة من المنظمات غير الربحية.

الكلمات المفتاحية: الحكومة الرقمية؛ الشفافية؛ الرقابة.

الاستشهاد

Citation

القحطاني، عبد الله. (2026). الحكومة الرقمية كإطار لتحسين الرقابة والشفافية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*, 16 (4), 427-442.

Al-Qahtani, A. M. (2026). Digital Governance as a Framework for Enhancing Oversight and Transparency in Charitable Organizations in the Kingdom of Saudi Arabia. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 427-442. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.4> [In Arabic]

المقدمة:

تُعد الحوكمة الرقمية من الاتجاهات الحديثة التي تسعى إلى تعزيز كفاءة الأداء المؤسسي وتحقيق مبادئ الشفافية والمساءلة لدى المنظمات بمختلف أنواعها. وقد أثبتت العديد من الدراسات أن توظيف الأدوات الرقمية في آليات الرقابة والمساءلة يساهم في تحسين جودة المعلومات وتقليل مظاهر الفساد وسوء الإدارة.

كما يمكن للأنظمة الرقمية أن تعزز من الشفافية في التعاملات المؤسسية عبر عمليات ميكنة ومتابعة مباشرة للمعلومات والتقارير المالية والإجرائية، مما يحد من التثوّهات ويعزز الثقة بين الجمهور والمؤسسة (Matheus & Ismagilova, 2023, P.256).

تشير الحوكمة الرقمية إلى الارتباط الوثيق بين منظومات العمل الحكومي وتقنيات المعلومات والاتصالات، بما تمتلكه هذه التقنيات من قدرات واسعة في تعزيز جودة الخدمات، ودعم الانفتاح والشفافية، وتحسين جودة الحياة، وتحقيق النمو المستدام. وتُعد الحوكمة الرقمية رافعة أساسية لرفع كفاءة الأداء المؤسسي، إذ تساهم في زيادة الفاعلية التشغيلية، وتوسيع نطاق المشاركة بين المواطنين والمؤسسات، وتمكين مختلف الجهات الفاعلة من ابتكار حلول جديدة للتحديات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. كما تُعد الحوكمة الرقمية متغيراً محورياً في تطوير الخدمات العامة، نظراً لما تتيحه من آليات تقلل من مظاهر الفساد الإداري عبر تقديم الخدمات وإنجاز المعاملات من خلال منصات رقمية موثوقة، بما يحد من التدخل البشري ويعزز النزاهة والشفافية في الإجراءات الحكومية (منصور، 2024، ص 609).

كما أصبح إضفاء صفة "الرقمية" مرادفاً لمفاهيم التمكين، بما في ذلك قدرة التكنولوجيا على تمكين الفرد فيظهر "التمكين الذاتي" والذي يمثل الفكرة الأساسية للاستراتيجيات الرقمية لدوره الحاسم في تحديد المستقبل المرجو للمنظمة ورؤيتها وتطلعاتها، حيث أصبح محركاً أساسياً للوصول إلى فرص ومسارات نمو جديدة، ومن ثم تعزيز التنمية (Qiu & Duan, 2024).

وقد حظيت الجمعيات الأهلية باهتمام كبير على المستوى الدولي اعترافاً بدورها التنموي ودورها في مختلف المجالات ولكي تستطيع من تأدية دورها بكفاءة يفترض أن تتحلّى بدرجة كبيرة من النزاهة والشفافية في عملها، ويعزز ذلك دورها في تقديم خدماتها للمواطنين وفي تأدية رسالتها، حيث شهد العقد الأخير من القرن العشرين الكثير من المفاهيم التنموية منها مفهوم بناء القدرات والشفافية وقد زاد الاهتمام في الفترة الأخيرة من ضرورة تفعيل قيم الشفافية في المؤسسات والجمعيات الأهلية وخاصة بعد مرور نحو الخصخصة والتحول الديمقراطي وإطلاق الحرية لمنظمات المجتمع المدني للمشاركة في بناء المجتمع وتنمية المواطنين (علام، 2024، ص 236).

وبناءً على ذلك، تأتي هذه الدراسة لتناول دور الحوكمة الرقمية كإطار لتحسين الرقابة والشفافية في الجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

أدت التطورات الجارية المتسارعة في بيئة المؤسسات إلى ازدياد تبني التطور في تكنولوجيا المعلومات بوصفها وسيلة استراتيجية وحاسمة في بقاء المؤسسات المعاصرة واستمرارها، ولقد أسهم التطور التكنولوجي المتسارع إلى دفع المؤسسات إلى إعادة سياساتها الاستراتيجية لكي تستفيد من هذه التطورات وتغيير خططها كي تتلاءم مع حجم التغير الحالي.

حيث أشارت دراسة (Manoharan, 2022) أن الحوكمة الإلكترونية تمثل إطاراً مثالياً لتحسين التواصل بين الجمعيات الأهلية وأصحاب المصلحة، وذلك من خلال تحسين الإجراءات الإدارية، وتبسيط عمليات اتخاذ القرار، وزيادة مستويات الإفصاح والمساءلة.

وأوضحت دراسة (علي، 2025) أن هناك اهتمام متزايد بتعزيز الشفافية في العمل الأهلي الرقمي، خاصة بعد تطور الأطر التشريعية وتنظيم التبرعات، لكن تبقى الفجوات المؤسسية والتقنية عائقاً أمام تحقيق الرقابة الشاملة وفهم التدفقات المالية بشكل كامل.

ولعل من معيقات التحول الرقمي انعدام الثقة ليس بالمنتج الرقمي ذاته بل بالعملية التي يتم بها الحصول على المنتج الرقمي وما يرافقها من مسارات وسلسلة عمليات تتطلب الكشف عن بيانات شخصية ومالية في كثير من الأحيان بما يمكن أن تطلق عليه "الخوف من مخاطر أمن المعلومات" (منصور، 2024).

كما أشارت دراسة (الزيادي وشحاته، 2025) إلى أن العديد من المنظمات تواجه تحديات أثناء تبنيها التحولات الرقمية مثل ارتفاع تكاليف العمالة، ولتحقيق نمو عالي الجودة، وتسعى إلى تقليل تكاليف العمالة وتحسين جودة القوى العاملة من خلال التحول وتسريح الموظفين على نطاق متعدد المناطق، حيث إن هناك حاجة ماسة إلى موارد بشرية ذات كفاءة عالية.

وتأسيساً على ما سبق، وعلى الرغم من الأهمية المتزايدة للحوكمة الرقمية، تواجه الجمعيات الخيرية في كثير من البلدان نقصاً في آليات الرقابة الفعالة والشفافية في تقاريرها المالية والإدارية، مما يؤدي إلى مشكلات عدة مثل تشتت الموارد، ضعف الثقة المجتمعية، ومحدودية معرفة الجمهور بمصير التبرعات. ويبرز ذلك بوضوح في الجمعيات التي لم تعتمد بعد على نظم رقمية متكاملة للرصد والمساءلة، على عكس النظريات التي تؤكد أن التحول الرقمي يعزز الرقابة ويحد من الفساد وسوء الإدارة. وبناءً عليه، تبرز الحاجة إلى البحث في مدى فاعلية الحوكمة الرقمية كأداة لتحسين أنظمة الرقابة والشفافية في الجمعيات الخيرية.

وتتمحور مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيس التالي وهو: ما مدى فاعلية الحوكمة الرقمية كإطار لتحسين الرقابة والشفافية في

الجمعيات الخيرية؟

أسئلة الدراسة:

ومن خلال التساؤل الرئيسي للدراسة الحالية يُصاغ مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تعبر عن مشكلة الدراسة في النقاط التالية:

- ما مستوى تطبيق أبعاد الحوكمة الرقمية (الشفافية، الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية؟
- ما التحديات التي تواجه تطبيق الحوكمة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يأتي:

- تحديد مستوى تطبيق أبعاد الحوكمة الرقمية (الشفافية، الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية.
- استكشاف التحديات التي تواجه الجمعيات الخيرية في تطبيق الحوكمة الرقمية، وتحليل العوامل التي قد تعيق تبنيها أو تؤثر في فاعليتها.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول موضوعاً معاصراً وحيوياً يتمثل في التحول نحو الحوكمة الرقمية داخل الجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية، وهو توجه يتسق مع متطلبات التطوير المؤسسي ورؤية المملكة 2030. وتبرز أهمية الدراسة في عدة جوانب:

الأهمية النظرية:

- قد تعمل على إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بالحوكمة الرقمية في القطاع غير الربحي، من خلال تحليل مستوى تطبيق أبعاد الحوكمة الرقمية (الشفافية، الرقابة) وتحديد العوامل المؤثرة فيها.
- قد تُساعد الباحثين على فهم العلاقة بين التحول الرقمي والحوكمة في بيئة الجمعيات الخيرية من خلال تقديم إطاراً علمياً ونظرياً.

الأهمية التطبيقية:

- قد تقدم مؤشرات عملية لصنّاع القرار في الجمعيات الخيرية حول مستوى تطبيق الحوكمة الرقمية، ومدى جاهزية مجالس الإدارة لتبنيها إضافة إلى الكشف عن التحديات التي قد تعيق التطبيق الفعال.
- قد تساعد نتائج الدراسة الجمعيات على تحسين أنظمتها الإدارية والرقابية، وتعزيز الشفافية والمساءلة، مما يرفع من ثقة المانحين والمستفيدين.
- تتوافق مع توجهات وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية نحو تعزيز الحوكمة في القطاع غير الربحي، ودعم الجهود الوطنية الرامية إلى رفع كفاءة الجمعيات وتحقيق الاستدامة المالية والإدارية.

مصطلحات الدراسة:

• الحوكمة الرقمية

التعريف الإجرائي: يقصد بالحوكمة الرقمية في هذه الدراسة مجموعة من المبادئ والآليات التي تعتمد على التقنيات الرقمية لتنظيم العمل المؤسسي، وضبط الأداء، وتعزيز الشفافية والرقابة، بما يضمن كفاءة اتخاذ القرار وجودة الإدارة.

• الشفافية

التعريف الإجرائي: هي إتاحة المعلومات والبيانات المتعلقة بالعمليات الإدارية والمالية عبر الأنظمة الرقمية في الجمعيات الخيرية، بما يعزز الثقة ويحدّ من الفساد ويضمن وضوح الإجراءات.

• الرقابة

التعريف الإجرائي: هي عملية متابعة وتقييم الأنشطة والإجراءات داخل الجمعيات الخيرية للتأكد من الالتزام بالخطط والسياسات، والكشف المبكر عن الانحرافات أو المخالفات، واتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة.

حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: الحوكمة الرقمية كإطار لتحسين الرقابة والشفافية في الجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية
- الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على أعضاء مجالس الإدارة في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، بوصفهم الفئة الأكثر ارتباطاً بصنع القرار وتطبيق الحوكمة الرقمية.
- الحدود المكانية: تُجرى الدراسة ضمن الجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة في العام الدراسي 2026.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

الإطار النظري:

أولاً: الحكومة الرقمية

تُعدّ الحكومة الرقمية أحد أهم ركائز نجاح مبادرات التحول الرقمي في المؤسسات الحديثة، إذ توفر إطاراً تنظيمياً يوجه استخدام التكنولوجيا ويضبط قراراتها بما يضمن تحقيق قيمة مستدامة من الاستثمار الرقمي. ولا يقتصر التحول الرقمي على إدخال التقنيات، بل يشمل إعادة تصميم العمليات، وتطوير نماذج العمل، وتحسين تجربة المستخدمين بما يتوافق مع متطلبات البيئة الرقمية. كما يتطلب اعتماد حوكمة رقمية متكاملة تعظيم الاستفادة من التقنيات ورفع جاهزية المؤسسة للتكيف مع التغيرات المتسارعة في العالم الرقمي (Al-Khouri, 2021).

مفهوم الحكومة الرقمية:

تُعرف الحكومة الرقمية في الأدبيات الحديثة بوصفها الإطار الذي ينظم كيفية إدارة الموارد الرقمية داخل المؤسسة تُشير الحكومة الرقمية إلى منظومة متكاملة تُعنى بتحديد الأدوار والمسؤوليات، ووضع الخطط التنفيذية، وتنظيم آليات اتخاذ القرار الرقمي داخل المؤسسات. ويشمل هذا الإطار الإشراف على تصميم وتطوير الخدمات الرقمية في مختلف القطاعات، ومتابعة جودة أدائها، وضمان توافقها مع الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة. كما تتضمن الحكومة الرقمية مجموعة من العمليات التي تستند إلى الاستخدام الفعال والكفاء لتقنية المعلومات، بما يمكن المؤسسة من تحقيق رسالتها وتعزيز قدرتها على تقديم خدمات رقمية موثوقة وذات قيمة مضافة للمستخدمين (Jeronimo, 2018, 45).

ويُعرف طه وإبراهيم (2023) الحكومة الرقمية بأنها "عملية إدارة وتنظيم المعلومات الرقمية والتقنيات المستخدمة في المؤسسات المالية بهدف تحسين الخدمات وتسهيل الوصول إلى المعلومات وتحقيق الاستخدام الفعال للتكنولوجيا الرقمية" (869).

"والحكومة الرقمية مجموعة من الإجراءات التي تضمن استخدام التقنيات في المؤسسات يتم بطريقة فعالة وأمنة ويهدف إلى تعزيز الشفافية، وبالتالي تحجيم فرص الفساد وتبني للمؤسسات الاستفادة القصوى من التقنية مع الحفاظ على الأمان والشفافية" (الزبادي وشحاته، 2025، ص. 202).

أهداف الحكومة الرقمية:

تسعى الحكومة الرقمية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تدعم جودة العمل المؤسسي، من أبرزها (قطب، 2025):

- رفع مستوى الشفافية والمساءلة: من خلال وضوح الإجراءات وإتاحة المعلومات للمستخدمين والجهات الرقابية.
- تحسين جودة الخدمات: عبر توظيف التكنولوجيا في تبسيط الإجراءات وتسريع تقديم الخدمات.
- تعزيز الثقة المجتمعية: من خلال إدارة رشيدة للموارد الرقمية والمالية، وضمان الاستخدام السليم للبيانات.
- تقليل المخاطر الرقمية: عبر وضع سياسات واضحة لإدارة البيانات والأمن السيبراني.
- رفع كفاءة الأداء المؤسسي: من خلال تحسين العمليات الداخلية وتطوير آليات اتخاذ القرار.

أهمية الحكومة الرقمية:

أصبحت الحكومة الرقمية في السنوات الأخيرة أحد المحركات الرئيسة لتطوير الأداء الحكومي والمؤسسي، حيث أشار كل من (سهل للمحاماة، 2025؛ السبابة، 2022) إلى أهمية الحكومة الرقمية كآلاتي:

- تمثل إطاراً تنظيمياً يضبط كيفية توظيف التقنيات الحديثة في إدارة الموارد والعمليات، ويعزز قدرة المؤسسات على اتخاذ قرارات أكثر كفاءة وفعالية.
 - تعزيز الثقة بين الجهات الحكومية والمجتمع، من خلال تحسين جودة الخدمات، وضمان الامتثال للأنظمة، وتوفير بيئة أكثر أماناً لحماية البيانات والمعلومات.
 - قدرتها على رفع الكفاءة التشغيلية وتقليل الهدر، وتوحيد آليات العمل بين الجهات المختلفة، وتعزيز التنسيق المؤسسي.
 - إضافة إلى دورها في مكافحة الفساد والحد من الممارسات البيروقراطية عبر تطبيق مبادئ الشفافية والمساءلة.
 - إعادة هيكلة الأجهزة الحكومية لتصبح أكثر مرونة، وتدعم إعادة تصميم العمليات الإدارية بما يتناسب مع متطلبات العصر الرقمي.
- يتضح مما سبق؛ أن أهمية الحكومة الرقمية تنبع من دورها المحوري في تمكين المؤسسات من مواجهة تعقيدات البيئة الحديثة، حيث أصبحت البيانات والتقنيات الرقمية جزءاً أساسياً من عمليات التخطيط والتنفيذ والرقابة. فهي تُسهم في تعزيز الشفافية والمساءلة عبر إتاحة المعلومات وتوثيق الإجراءات بشكل يحدّ من فرص الفساد ويقوّي ثقة المستخدمين. كما تدعم تحسين جودة القرارات من خلال الاعتماد على البيانات والتحليلات الرقمية، بما يرفع كفاءة الأداء ويُسهم في الاستخدام الأمثل للموارد.

متطلبات الحكومة الرقمية في المؤسسات:

تستند الحكومة الرقمية إلى مجموعة من المبادئ التي تهدف إلى تنظيم العمل الرقمي داخل المؤسسات وضمان توافقه مع المعايير القانونية والأخلاقية. وتشمل هذه المتطلبات ما يأتي: (Idzi & Gomes, 2022, Fatima et al., 2020)

- الامتثال للتشريعات والتنظيمات: تلتزم المؤسسات بتطبيق القوانين واللوائح المنظمة للحكومة الرقمية، وضمان أن تكون جميع الأنشطة الرقمية منسجمة مع المعايير الأخلاقية والقانونية المعمول بها.

- **حماية الخصوصية:** تُعدّ حماية البيانات الشخصية للمستخدمين والعاملين والشركاء من الأولويات الأساسية، ويتم ذلك من خلال وضع ضوابط واضحة، بما يمنع أي استغلال غير مشروع أو غير مرغوب فيه.
- **توفير الأمان:** يجب حماية الأنظمة والتطبيقات والبيانات الرقمية من الهجمات السيبرانية والاختراقات والقرصنة والتشويش.
- **توفير الشفافية:** يجب على المؤسسات والشركات الالتزام بالشفافية في جميع العمليات الرقمية.

ويتضح مما سبق؛ أن الحكومة الرقمية تُعدّ ركيزة لتعزيز الجاهزية المؤسسية في مواجهة المخاطر المستقبلية، عبر بناء أنظمة مرنة وقابلة للتكيف مع التحولات التقنية المتسارعة. وإلى جانب ذلك، فإنها تفتح المجال أمام الابتكار وتطوير الخدمات، مما ينعكس إيجاباً على رضا المستفيدين وفعالية العمل المؤسسي. ومن ثمّ، فإن الحكومة الرقمية تمثل عنصراً استراتيجياً لا غنى عنه لتحقيق التميز المؤسسي وضمان استدامة التطوير في عصر التحول الرقمي.

مبادئ الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية:

- تتركز الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية على مجموعة من المبادئ التي تشكّل إطارها العام، وتضمن تحسين الأداء وتعزيز الثقة بين المجتمع والمستفيدين. في المملكة العربية السعودية، تساهم هذه المبادئ في بناء مؤسسات خيرية قوية ومستدامة. وتشمل (رضا، 2024؛ Hanisch et al., 2023):
- **الشفافية:** هي أحد الركائز الأساسية للحكومة، حيث تضمن توفير المعلومات المالية والإدارية للمستفيدين والجمهور. في الجمعيات الخيرية من خلال وضوح المعلومات والإجراءات وإتاحتها للمستفيدين.
 - **الرقابة:** ضرورة لضمان أن جميع الموارد تُدار بشكل مناسب وتوجه نحو تحقيق أهداف الجمعيات الخيرية في السعودية.
 - **المشاركة:** إشراك المستفيدين وأصحاب المصلحة في تطوير الخدمات والسياسات الرقمية.
 - **سيادة القانون:** الالتزام بالتشريعات المنظمة للعمل الرقمي.
 - **الاستدامة والكفاءة:** حيث تسعى الجمعيات إلى تنفيذ مشاريع تحقق قيمة مضافة طويلة الأمد للمجتمع.
 - **العدالة وعدم التمييز:** من خلال ضمان إتاحة الخدمات الرقمية لجميع المستفيدين على قدم المساواة. وفي السعودية تعمل الجمعيات على تعزيز هذا المبدأ عبر برامج تستهدف مختلف فئات المجتمع.

لماذا تنتج الجمعيات الخيرية إلى الحكومة الرقمية؟

تتجه الجمعيات الخيرية نحو الحكومة الرقمية بوصفها أداة محورية لتعزيز الشفافية والرقابة ورفع كفاءة العمل غير الربحي. فهي تتيح توثيق القرارات ونشر البيانات وتطبيق آليات رقابية رقمية تعزز ثقة المانحين والمستفيدين. كما تساهم في تحسين الكفاءة التشغيلية عبر إدارة البيانات وتحليلها ومراقبة الأداء وتسهيل التنسيق الداخلي، مما يدعم اتخاذ القرار المبني على الأدلة ويحد من الهدر. وتساعد الحكومة الذكية الجمعيات على الامتثال لمتطلبات حماية البيانات والأمن السيبراني والشفافية المالية، بما يتوافق مع اشتراطات الجهات الرقابية وتوجهات رؤية السعودية 2030. كما تُحدث الأنظمة الرقمية نقلة نوعية في إدارة البيانات والموارد من خلال رفع الدقة والشفافية، وتتبع حركة التبرعات والمخزون، وتقليل فرص التلاعب، وتوفير تقارير مالية وإدارية دقيقة تعزز المساءلة وجودة الإفصاح المؤسسي (بريدج، 2025؛ القشامي، 2026).

يتضح مما سبق؛ أن توجه الحكومات والجمعيات الخيرية نحو الحكومة الرقمية لم يعد خطوة تجميلية أو خياراً تنظيمياً، بل أصبح استجابة ضرورية لتحولات عميقة في بيئة العمل العام وغير الربحي. فمع تزايد حجم البيانات، وتعمّد احتياجات المستفيدين، وارتفاع توقعات المجتمع تجاه الشفافية والكفاءة، بات اعتماد النظم الرقمية في الحكومة وسيلة لضمان إدارة أكثر انضباطاً وفعالية.

دور الحكومة في الجمعيات الخيرية وأثرها على الأداء المؤسسي:

تُعتبر الحكومة إطاراً جوهرياً لتنظيم العمل داخل الجمعيات الخيرية، إذ تساهم في تعزيز الشفافية، وضبط الأداء الإداري والمالي، ورفع مستوى الكفاءة في إدارة الموارد. ويؤدي تطبيق مبادئ الحكومة إلى تحسين جودة القرارات، وترسيخ الممارسات السليمة في التخطيط والتنفيذ والمتابعة، بما يضمن قدرة الجمعية على تحقيق أهدافها الاجتماعية والإنسانية بصورة فعّالة (رضا، 2024).

وفي المملكة العربية السعودية، تزايد الاهتمام الرسمي بتفعيل الحكومة في القطاع غير الربحي، من خلال تطوير التشريعات والأنظمة الرقابية، وتوجيه الجمعيات نحو تبني ممارسات إدارية أكثر احترافية. ويهدف هذا التوجه إلى تعزيز العدالة والمساءلة أمام المجتمع والمستفيدين، ورفع مستوى الثقة في أداء الجمعيات، وضمان استدامة أثرها التنموي. كما ترتبط الحكومة ارتباطاً وثيقاً بتعزيز الشفافية، وهو ما تؤكد الأدبيات الحديثة التي تبرز دور الحكومة الإلكترونية في تحسين بيئة العمل داخل الجمعيات، وتطوير آليات المتابعة والتقييم، وترسيخ النزاهة في إدارة الموارد (خليفة، 2024، ص 244).

دور الحكومة في تعزيز كفاءة وشفافية الجمعيات الخيرية:

تُعدّ الحكومة أحد الأسس الرئيسة لضمان إدارة فعّالة وشفافة للجمعيات الخيرية، إذ تساهم في تنظيم العمل الإداري والمالي، وتعزيز قدرة الجمعية على تحقيق أهدافها بكفاءة. ويكتسب هذا الدور أهمية خاصة في المملكة العربية السعودية، حيث تعمل الجهات الحكومية والرقابية على ترسيخ مبادئ الحكومة داخل القطاع غير الربحي، بما يضمن تعزيز العدالة والمساءلة أمام المجتمع والمستفيدين، ورفع مستوى الثقة في أداء الجمعيات. ويساهم تطبيق

الحكومة في تحسين جودة القرارات، وترشيد استخدام الموارد، وتطوير آليات العمل بما ينعكس إيجاباً على استدامة الأثر الاجتماعي للجمعيات (قطب، 2024).

استراتيجيات تعزيز الشفافية من خلال الحكومة الرقمية:

أصبحت الحكومة الرقمية أحد أهم المداخل التي تعتمد عليها المؤسسات لتعزيز الشفافية ورفع مستوى الثقة مع أصحاب المصلحة، خصوصاً في ظل التحول المتسارع نحو الرقمنة. ولتحقيق هذا الهدف، تحتاج المؤسسات إلى تبني مجموعة من الاستراتيجيات المتكاملة التي تضمن الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية وتطبيق مبادئ الحكومة بفاعلية (عامر، 2025؛ حايك، 2025):

- وجود سياسات واضحة ومعلنة لإدارة البيانات: تعتمد الشفافية الرقمية في الجمعيات الأهلية على ، تُحدّد آليات جمعها ومعالجتها وحفظها بما يضمن وضوح الإجراءات أمام أصحاب المصلحة. كما تتطلب هذه السياسات إتاحة البيانات ذات الصلة بصورة منظمة وأمنة، وبما يعزز الثقة دون الإخلال بخصوصية المستفيدين أو سرية المعلومات.
- تعزيز الثقافة المؤسسية الرقمية الداعمة للتحويل الرقمي، من خلال تدريب الموظفين على الممارسات الرقمية الحديثة، وتطوير مهاراتهم في التعامل مع الأنظمة الإلكترونية.
- التكامل بين الأنظمة والمنصات الرقمية: لا يمكن تحقيق الشفافية دون حماية قوية للبيانات. لذلك، تحتاج المؤسسات إلى تطبيق أنظمة أمن سيبراني متطورة.
- تعزيز الأمن السيبراني: لا يمكن تحقيق الشفافية دون حماية قوية للبيانات. لذلك، تحتاج المؤسسات إلى تطبيق أنظمة أمن سيبراني متطورة. يتضح مما سبق؛ أن الحكومة الرقمية للحكومات والجمعيات تتيح تحسين جودة الخدمات، وتسريع الإجراءات، وتعزيز الرقابة، وتقليل الهدر المالي والإداري، إلى جانب رفع مستوى الثقة بين المؤسسة ومجتمعها. كما تمكّنها من مواجهة المخاطر المستقبلية عبر بناء أنظمة مرنة وقابلة للتطوير، قادرة على التكيف مع الابتكار التقني المتسارع. ومن ثمّ، فإن التحول نحو الحكومة الرقمية يمثل خطوة استراتيجية لتعزيز الاستدامة، وتحقيق قيمة مضافة، وضمان جاهزية المؤسسات لمتطلبات العصر الرقمي.

جهود المملكة العربية السعودية في حوكمة الجمعيات الخيرية:

برزت حوكمة الجمعيات الخيرية كمسار استراتيجي رئيس في المملكة العربية السعودية، انسجاماً مع رؤية 2030 التي تستهدف تمكين القطاع غير الربحي ورفع مستوى الشفافية والمساءلة. وقد دعمت المملكة هذا التوجه عبر حزمة من الأنظمة والمبادرات التنظيمية والرقابية (الراحلة، 2026)، من أبرزها:

- قواعد حوكمة الجمعيات الأهلية الصادرة عن وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية، والتي تنظّم الأداء الإداري والمالي، وتحدد مسؤوليات مجالس الإدارة وآليات الرقابة وإدارة المخاطر والإفصاح.
- تعزيز الشفافية من خلال إلزام الجمعيات بنشر تقاريرها المالية والإدارية وتطبيق معايير التدقيق الداخلي والخارجي.
- إطلاق منصات رقمية مثل إحسان وجمعية وتبرع، لتوحيد البيانات وضمان وصول التبرعات لمستحقيها وتعزيز الحوكمة الرقمية.
- تطوير الأطر التشريعية والتنظيمية الخاصة بتسجيل الجمعيات وإدارة مواردها وتقييم أدائها.
- رفع كفاءة العاملين عبر برامج تدريبية متخصصة في الحوكمة وإدارة المخاطر والشفافية المالية.

الخطوات الفعالة لتحقيق الحوكمة الرقمية:

- تتطلب الحوكمة الرقمية مجموعة من الإجراءات المنهجية التي تضمن نجاح مبادرات التحول الرقمي داخل المؤسسات، وتساعد على تحقيق الاستخدام الأمثل للتقنيات الحديثة. أن المؤسسات التي ترغب في تبني حوكمة رقمية فعالة تحتاج إلى المرور بعدد من الخطوات الأساسية التي تشكل إطاراً متكاملًا للعمل المؤسسي الرقمي، تبدأ هذه الخطوات بـ (Rmg team, 2025)
- تقييم الوضع الراهن: حيث تقوم المؤسسة بتحليل مستوى نضجها الرقمي، وتحديد نقاط القوة والضعف في بنيتها التقنية والإدارية، مما يساعد على بناء رؤية واضحة لما يجب تطويره.
- تحديد الأهداف الاستراتيجية: للتحويل الرقمي، بحيث تكون منسجمة مع رؤية المؤسسة وخططها المستقبلية، وتعبّر عن أولوياتها في مجالات الشفافية، والرقابة، وتحسين الخدمات.
- إعداد خطة عمل تنفيذية خطوة محورية: إذ تتضمن الإجراءات التفصيلية، والمسؤوليات، والجداول الزمنية اللازمة لتحقيق الأهداف.
- تعزيز الأمن السيبراني: يُعد جزءاً أساسياً من هذه العملية، من خلال وضع سياسات واضحة لحماية البيانات، وإنشاء هياكل حوكمة رقمية تشرف على مبادرات التحول الرقمي، وتضمن وضوح الأدوار والمسؤوليات، وفعالية اتخاذ القرار، ورفع مستوى المساءلة والشفافية.
- تأهيل الكوادر البشرية: عبر برامج تدريبية متخصصة ترفع من مهارات العاملين وقدرتهم على التعامل مع الأنظمة الرقمية الجديدة.
- متابعة الأداء بشكل مستمر، يتطلب نجاح الحوكمة الرقمية متابعة الأداء من خلال قياس التقدم، وإعداد تقارير دورية تساعد في تقييم مدى الالتزام بالخطة، واتخاذ الإجراءات التصحيحية عند الحاجة.

التحديات التي تواجه تطبيق الحوكمة الرقمية في الجمعيات الخيرية:

- يمثل تطبيق الحوكمة الرقمية داخل الجمعيات الخيرية خطوة محورية لضمان الاستخدام المسؤول والفعال للتقنيات الحديثة، إلا أن هذا التطبيق يصطدم بعدد من التحديات التي قد تعيق تحقيق أهدافه. ومن أبرز هذه التحديات (قطب، 2024؛ رضا، 2024، الرحالة، 2026، ص. 149):
- مقاومة التغيير: إذ يجد العديد من الموظفين صعوبة في التكيف مع السياسات والإجراءات الجديدة.
- ضعف مواعمة إطار الحوكمة الرقمية مع الأنظمة التقنية القديمة.
- نقص الكفاءات البشرية المتخصصة في مجال الحوكمة الرقمية.
- قلة الموارد المالية: هذا النقص في التمويل قد يعيق تطبيق معايير الحوكمة بشكل فعال.
- ضعف ثقافة الامتثال الرقمي: في بعض المؤسسات، قد يُنظر إلى الحوكمة على أنها عبء بيروقراطي، ما يعيق جهود الامتثال.
- ضعف البنية التحتية الرقمية وعدم وجود تكامل للبيانات بين المؤسسات الحكومية.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية

- تناولت دراسة الخديم والنجيبي (2025) أثر مبادئ الحوكمة الذكية في مكافحة الفساد الإداري، من خلال إجراء مقارنة بين تطبيق هذه المبادئ في كل من التشريعين الإماراتي والمصري. اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن، وذلك من خلال تحليل أوجه التشابه والاختلاف في تطبيق مبادئ الحوكمة الذكية بين كل من الإمارات ومصر، وربطها بجهود مكافحة الفساد الإداري في كل منهما. كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في عرض المفاهيم الأساسية للحوكمة الذكية والفساد الإداري وتحليلها وانطلقت الدراسة من أهمية الحوكمة الذكية بوصفها إطاراً حديثاً يساهم في تعزيز مبادئ الشفافية والمساءلة والعدالة، ويرفع من جودة الأداء الحكومي ويحد من الممارسات السلبية المرتبطة بالوظيفة العامة. وسعت الدراسة إلى توضيح مفهوم الحوكمة الذكية وأهميتها في ترسيخ قيم النزاهة، إلى جانب تحليل مفهوم الفساد الإداري وصوره المختلفة. كما ركزت على دور التحول الرقمي للخدمات الحكومية في الإمارات ومصر، ومدى إسهامه في تقليص فرص الفساد وتعزيز الرقابة على الإجراءات الحكومية. وأظهرت النتائج أن الحوكمة الذكية تمثل نظاماً معلوماتياً متكاملاً يهدف إلى تحقيق إدارة رشيدة قادرة على مكافحة الفساد الإداري والمالي، من خلال الاعتماد على معايير أساسية تشمل الشفافية، والنزاهة، والمحاسبة، والمساءلة. كما بينت الدراسة أن تطبيق هذه المبادئ يساهم في تحقيق العدالة في تنفيذ القوانين، ويوفر أدوات رقابية فعالة ترفع من جودة الأداء الحكومي. وأكدت كذلك أن مبادئ الحوكمة الرشيدة قابلة للتطبيق في مختلف المؤسسات، شريطة وجود تشريعات واضحة تتضمن نصوصاً رادعة للمخالفين، إلى جانب تعزيز الرقابة الإدارية والقضائية لضمان الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والحد من إساءة استغلال السلطة.
- وقام الزيايدي وشحاته (2025) بدراسة هدفت إلى تحليل الدور الذي تؤديه الحوكمة الرقمية في تطوير استراتيجية الرقابة الإدارية داخل المؤسسات، مع التركيز على الدور الوسيط الذي يمكن أن يلعبه التمكين الذي في تعزيز هذا الأثر. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة ميدانية تضم موظفين وإداريين في إحدى المؤسسات الحكومية، بهدف قياس مستوى تطبيق الحوكمة الرقمية، ومدى فاعلية الرقابة الإدارية، ومستوى التمكين الذي لدى العاملين. وأظهرت النتائج وجود أثر مباشر وإيجابي للحوكمة الرقمية على استراتيجية الرقابة الإدارية، حيث تبين أن المؤسسات التي تعتمد أنظمة رقمية واضحة تحقق مستويات أعلى من المتابعة، وضبط الأداء، وكفاءة الإجراءات الرقابية. كما كشفت النتائج أن التمكين الذي يلعب دوراً وسيطاً مهماً في تعزيز العلاقة بين الحوكمة الرقمية والرقابة الإدارية، إذ يساهم في رفع قدرات العاملين، وتحسين مهاراتهم التقنية، وتمكينهم من استخدام الأدوات الرقمية بكفاءة.
- هدفت دراسة خليفة (2024) إلى تحليل آليات بناء قدرات تطبيق الشفافية داخل الجمعيات الأهلية في ضوء متطلبات الحوكمة الإلكترونية، وذلك من خلال التركيز على مجموعة من الممارسات والآليات التي يمكن أن تساهم في رفع كفاءة هذه الجمعيات في تبني معايير الشفافية وتعزيزها. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة مكونة من العاملين في الجمعيات الأهلية بمستويات إدارية مختلفة، بهدف قياس مستوى وعيهم بالآليات الشفافية وقدرتهم على تطبيقها في إطار الحوكمة الإلكترونية. وأبرزت الدراسة الدور المتنامي للحوكمة الإلكترونية في دعم النزاهة والشفافية داخل المنظمات الحكومية والجمعيات الأهلية، ولا سيما في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تفرض ضرورة تبني إصلاحات مؤسسية شاملة. وأشارت الدراسة إلى أن الجمعيات الأهلية أصبحت مطالبة بتطوير بيئتها التنظيمية وتحديث أساليب إدارتها، بما يضمن ممارسة ديمقراطية فعالة ويعزز مبادئ الشفافية والمساءلة. وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين تطبيق الحوكمة الإلكترونية ومستوى الشفافية داخل الجمعيات الأهلية، مؤكدة أن التدريب، والتمكين المؤسسي، والتشبيك بين الجهات تُعد من أبرز العوامل الداعمة لتعزيز الشفافية. كما كشفت الدراسة أن ضعف البنية التقنية وقصور الوعي بأدوات الحوكمة الإلكترونية يمثلان من أهم التحديات التي تعيق الجمعيات عن تحقيق مستويات أعلى من الشفافية.
- أجرى منصور (2024) دراسة هدفت إلى تحديد مستوى أبعاد الحوكمة الرقمية والمتمثلة في المساءلة الرقمية الشفافية الرقمية - العدالة والأنصاف - المشاركة الرقمية - الكفاءة في تقديم الخدمات في إدارة المخاطر المستقبلية من خلال الأبعاد (تحديد المخاطر المستقبلية - تحليل المخاطر المستقبلية - تقييم المخاطر المستقبلية) بمنظمات الرعاية الاجتماعية، مع تحديد العلاقة بين الحوكمة الرقمية وإدارة المخاطر المستقبلية بمنظمات الرعاية

الاجتماعية، والتوصل إلى خطة عمل مقترحة لتفعيل استخدام الحكومة الرقمية في إدارة المخاطر المستقبلية بمنظمات الرعاية الاجتماعية، واعتمدت الدراسة على استخدام منهج المسح الاجتماعي الشامل للعاملين بالمؤسسات الإيوائية لرعاية الأيتام التابعة لإدارة شرق مدينة نصر الاجتماعية وذلك وفقاً لتوجيهات مديرية التضامن الاجتماعي بالقاهرة وعددهم (112) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أنبات صحة فروضها من خلال وجود علاقة طردية بين الحكومة الرقمية بأبعادها وإدارة المخاطر المستقبلية بمنظمات الرعاية الاجتماعية.

- أجرت بوسعدية (2022) دراسة هدفت إلى تحليل أثر الحكومة الرقمية في الحد من الفساد الإداري، وذلك من خلال فحص آليات تطبيق الإدارة الرشيدة عبر الأدوات الرقمية، ودورها في تعزيز مبادئ الشفافية والمساءلة داخل المؤسسات. وركزت الدراسة على توضيح مفهوم الحكومة الرقمية وأهميتها في دعم النزاهة الإدارية، سواء من خلال الحد المباشر من ممارسات الفساد، أو عبر إيجاد بيئة عمل تتسم بالوضوح وتتيح رقابة فعالة على الإجراءات والقرارات. كما تناولت الدراسة دور النظم الرقمية في تنظيم عمل المؤسسات وتوجيهها، بما يسهم في تحديد الأدوار والمسؤوليات بدقة، ويقلل من فرص إساءة استخدام السلطة. وأظهرت النتائج أن الحكومة الرقمية تُعدّ إطاراً تنظيمياً ورقابياً فعالاً يسهم في رفع مستوى الشفافية والنزاهة، من خلال دعم كفاءة الأداء المؤسسي وضمان الالتزام بالأنظمة والإجراءات. وبيّنت الدراسة كذلك أن تطوير البنية الرقمية للمؤسسات، إلى جانب تعزيز الوعي المجتمعي بمخاطر الفساد، يمثلان عاملين أساسيين في دعم جهود مكافحة الفساد الإداري على مختلف المستويات، بما يعزز قدرة المؤسسات على تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

- هدفت دراسة (Sharmin & Chowdhury, 2025) إلى تحليل تأثير الحكومة الإلكترونية على كفاءة الإدارة العامة ومستوى الشفافية، وذلك عبر معالجة ثلاثة محاور رئيسية: دور الحكومة الإلكترونية في تحسين الأداء الإداري، وإسهامها في تعزيز الشفافية، والتحديات التي تواجه تطبيقها في السياقات الحكومية المختلفة. اعتمد الباحثان منهجاً مختلطاً الأساليب يجمع بين التحليل النوعي لوثائق السياسات الحكومية، والمسوح الكمية الموجهة إلى صانعي السياسات والمسؤولين الحكوميين، كما تضمنت الدراسة تحليلاً مقارناً لتجارب دول رائدة في هذا المجال، مثل إستونيا والهند وكوريا الجنوبية، باعتبارها نماذج ناجحة في تطبيق أنظمة الحكومة الرقمية. أظهرت النتائج أن الحكومة الإلكترونية تسهم بوضوح في رفع كفاءة الإدارة العامة من خلال أتمتة الإجراءات، وتقليل التكاليف التشغيلية، وتسهيل مشاركة المواطنين في العمليات الحكومية. وأن مبادرات الشفافية الرقمية-مثل أنظمة المشتريات القائمة على تقنية البلوك تشين وسياسات البيانات المفتوحة- تؤدي دوراً مهماً في مكافحة الفساد وتعزيز ثقة الجمهور. وكشفت الدراسة عن مجموعة من التحديات التي تعيق التطبيق الكامل للحكومة الإلكترونية، أبرزها الفجوة الرقمية بين فئات المجتمع، ومخاطر الأمن السيبراني، إضافة إلى المقاومة البيروقراطية داخل بعض المؤسسات الحكومية.
- جاءت دراسة (Seiam & Salman, 2024) لتحلل تأثير الحكومة الإلكترونية على الفساد باستخدام مجموعة بيانات من (110) دولة من بينها الأردن وذلك خلال الفترة من 2003 إلى 2021. وتركز الدراسة بشكل خاص على العلاقة بين مؤشر تطوير الحكومة الإلكترونية (E-government Development Index (EGDI ومكوناته الأربعة، وهي مؤشر الخدمة عبر الإنترنت (OSI Online Service Index)، ومؤشر رأس المال البشري (Human Capital Index (HCI، ومؤشر البنية التحتية للاتصالات (Telecommunication Infrastructure Index (TII)، ومؤشر المشاركة الإلكترونية (E-participation Index)، وتؤثراتها على مؤشر مدركات الفساد (Corruption Perceptions Index (CPI. ولدراسة هذه العلاقات، استخدم البحث التحليل التجريبي لنموذج التأثير الثابت. وتوصلت نتائج الدراسة ارتباطات سلبية كبيرة بين EGDI و OSI و HCI و TII مع مستويات الفساد في جميع أنحاء العالم. وهذا يعني أن المستويات الأعلى من تطوير الحكومة الإلكترونية، وتوفير الخدمات عبر الإنترنت، ورأس المال البشري والبنية التحتية للاتصالات ترتبط بانخفاض مدركات الفساد. ومع ذلك، لا يُظهر مؤشر EPI علاقة ذات دلالة إحصائية مع مؤشر مدركات الفساد.

التعليق على الدراسات السابقة:

تكشف الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الحكومة الرقمية، والشفافية، والرقابة عن اتجاه متنامٍ نحو توظيف الأدوات الرقمية في تحسين الأداء المؤسسي وتعزيز النزاهة. فقد ركزت دراسات بوسعدية (2022) والخديم والنجيبي (2025) على دور الحكومة الرقمية والذكية في مكافحة الفساد الإداري، من خلال إبراز أثر الشفافية والمساءلة الرقمية في الحد من التجاوزات وتعزيز الرقابة. بينما اتجهت دراسة منصور (2024) إلى الربط بين الحكومة الرقمية وإدارة المخاطر المستقبلية، مؤكدة وجود علاقة طردية بين مستوى تطبيق الحكومة الرقمية وقدرة المؤسسات على التنبؤ بالمخاطر وتحليلها وتقييمها. أما دراسة خليفة (2024) فقد ركزت على آليات بناء قدرات الشفافية داخل الجمعيات الأهلية، وأظهرت أهمية التدريب والتمكين المؤسسي والبنية الرقمية في رفع مستوى الشفافية. كما أظهرت دراسة الزيايدي وشحاتة (2025) أثر الحكومة الرقمية في تطوير استراتيجية الرقابة الإدارية، مع إبراز الدور الوسيط للتمكين الذكي في تعزيز هذا الأثر.

وعلى المستوى الدولي، دعمت دراسة (Sharmin & Chowdhury, 2025) الاتجاه نفسه من خلال تحليل أثر الحكومة الإلكترونية في رفع كفاءة الإدارة العامة وتعزيز الشفافية، بينما قدمت دراسة (Seiam & Salman, 2024) أدلة كمية واسعة على العلاقة السلبية بين تطور الحكومة الإلكترونية ومستويات الفساد في 110 دولة.

تتفق هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في عدة جوانب، أبرزها: اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في تحليل أثر الحكومة الرقمية. والتركيز على مفاهيم الشفافية، المساواة، النزاهة، والرقابة. إبراز أهمية البنية الرقمية والتمكين المؤسسي في نجاح تطبيق الحكومة الرقمية.

أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

رغم ثراء الدراسات السابقة، إلا أنها ركزت غالباً على القطاع الحكومي العام، أو المؤسسات الاجتماعية، أو الجمعيات الأهلية، أو السياقات الدولية، ولم تتناول بشكل مباشر الرقابة والشفافية في الجمعيات الخيرية داخل المملكة العربية السعودية بوصفها قطاعاً غير ربحي يعتمد بدرجة كبيرة على الثقة المجتمعية والحكومة الرشيدة. كما أن معظم الدراسات تناولت الحوكمة الرقمية من منظور عام، دون تحليل معمق لكيفية توظيفها كإطار لتحسين الرقابة الداخلية والشفافية في الجمعيات الخيرية تحديداً.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للملاءمة لطبيعة أهداف البحث، حيث يقوم هذا المنهج على وصف واقع تطبيق الحوكمة الرقمية في الجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية، وتحليل مستوى الرقابة والشفافية فيها، والكشف عن العلاقات بين المتغيرات.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع أعضاء مجالس الإدارة في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، بينما اقتصرَت الدراسة على عينة قصدية من أعضاء المجالس في عدد من الجمعيات الخيرية، نظراً لاتساع المجتمع وصعوبة حصره بدقة، ولأن هذه الفئة تمثل الجهة المسؤولة مباشرة عن تطبيق الحوكمة الرقمية والرقابة والشفافية داخل الجمعيات.

عينة الدراسة:

نظراً لاتساع مجتمع الدراسة وتوزعه الجغرافي، فقد تم اختيار عينة قصدية من أعضاء مجالس الإدارة في عدد من الجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية، بلغ عددهم 30 عضواً.

أداة الدراسة:

بالرجوع إلى الدراسات السابقة تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة. وتكوّن الاستبانة من محورين رئيسيين: أبعاد الحوكمة الرقمية (الشفافية والرقابة)، ومحور التحديات التي تواجه الحوكمة الرقمية وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات أفراد العينة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

1. صدق المحكمين:

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإدارة العامة، والحوكمة، والقطاع غير الربحي، للتأكد من وضوح العبارات، وسلامة الصياغة، وملاءمتها لأهداف الدراسة. وقد أُجريت التعديلات اللازمة وفق ملاحظاتهم.

2. صدق الاتساق الداخلي:

بعد التأكد من الصدق الظاهري لعبارات الاستبانة، تم حساب معاملات ارتباط (بيرسون) بين درجة كل عبارة من عبارات المحاور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه، وبحساب معامل الارتباط بين مجموع درجات كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة وكذلك لمعرفة وضوح العبارات ودقتها لقياس ما صُممت لأجله، وجاءت نتائج ذلك وفق الآتي:

• صدق الاتساق الداخلي للمحور الأول: مستوى تطبيق أبعاد الحوكمة الرقمية (الشفافية والرقابة).

جدول (1): معاملات ارتباط عبارات المحور الأول بالدرجة الكلية للمحور

1. المحور الأول: مستوى تطبيق أبعاد الحوكمة الرقمية (الشفافية، الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية؟			
م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
1	0.862**	6	0.879**
2	0.879**	7	0.767**
3	0.781**	8	0.819**
4	0.876**	9	0.832**
5	0.867**		

(**) دالة إحصائية عند (0.01)

يتبين من جدول (1) أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائية عند مستوى (0.01) وقد تراوحت ما بين (0.767، 0.879)؛ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الأول والدرجة الكلية للمحور، وهذا يعطي دلالة على ارتفاع الاتساق الداخلي لعبارات هذا المحور، مما يعني وجود مصداقية لبناء المحور الأول، مما يعكس قدرتها على قياس البعد نفسه المتعلق بمستوى تطبيق أبعاد الحوكمة الرقمية (الشفافية والرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية وأن كل عبارة من عبارات هذا المحور تعتبر صادقة لما وضعت لقياسه وتحقق الهدف من الدراسة.

• صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني: التحديات التي تواجه تطبيق الحوكمة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية

جدول (2): معاملات ارتباط عبارات المحور الثالث بالدرجة الكلية للمحور = (30)

المحور الثاني: التحديات التي تواجه تطبيق الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية			
م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط
1	0.817**	6	0.900**
2	0.855**	7	0.877**
3	0.872**	8	0.870**
4	0.813**	9	0.634**
5	0.897**	10	0.649**

(**) دالة إحصائية عند (0.01).

يتبين من جدول (2) أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائية عند مستوى (0.01) وقد تراوحت ما بين (0.634، 0.900)؛ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني: المتعلق بـ التحديات التي تواجه تطبيق الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية. والدرجة الكلية للمحور، وهذا يعطي دلالة على ارتفاع الاتساق الداخلي لعبارات هذا المحور.

كذلك تم حساب معامل الارتباط بين مجموع درجات كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (3): قيم معاملات الارتباط محاور الاستبانة بالدرجة الكلية ن = (30)

م	المحاور	معامل الارتباط
1	مستوى تطبيق أبعاد الحكومة الرقمية (الشفافية، الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية	0.428**
3	التحديات التي تواجه تطبيق الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية	0.794**

(**) دالة إحصائية عند (0.01).

يتبين من جدول (3) أن جميع معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، وقد تراوحت ما بين (0.428، 0.794)؛ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة، وهذا يعطي دلالة على ارتفاع الاتساق الداخلي لمحاور الاستبانة، مما يعني ذلك أن كل محور من محاور هذه الاستبانة يعتبر صادق لما وضع لقياسه.

ثبات أداة الدراسة:

تم استخدام معامل (ألفا كرونباخ Cronbach Alpha)؛ للتأكد من ثبات أداة الدراسة (الاستبانة)، ولقياس مدى دقة نتائج الدراسة.

جدول (4): معاملات الثبات (ألفا كرونباخ) لمحاور الاستبانة

م	المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
1	مستوى تطبيق أبعاد الحكومة الرقمية (الشفافية، الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية	10	0.946
2	التحديات التي تواجه تطبيق الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية	10	0.940
	الإجمالي	20	0.866

يتبين من جدول (4) ارتفاع قيم معاملات الثبات (ألفا كرونباخ) لمحاور الاستبانة، حيث تراوحت ما بين (0.946، 0.946)، كما أظهرت الاستبانة معاملاً عالياً من الثبات للمحاور كلها، بلغ (0.866)، وهي نسبة مرتفعة؛ مما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج في دراستنا الحالية، وأن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات؛ لذلك يمكن الاعتماد على النتائج والوثوق بها.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً: مناقشة وتفسير النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والذي ينص على: "ما مستوى تطبيق أبعاد الحكومة الرقمية (الشفافية، الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية؟"

البُعد الأول: بُعد الشفافية

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبيان آراء أعضاء مجالس الإدارة في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية عينة الدراسة حول مستوى تطبيق أبعاد الحكومة الرقمية (الشفافية، الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، وذلك على النحو التالي كما يبينها جدول (5):

جدول (5): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لـ "مستوى تطبيق بُعد (الشفافية) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية

السعودية				
م	العبارات تقوم الجمعية بـ	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
5	نشر قراراتها الإدارية بانتظام عبر منصاتها الإلكترونية لضمان الشفافية.	3.75	0.801	كبيرة
1	إتاحة الوصول الآمن إلى التقارير المالية ذات الصلة عبر منصاتها الرقمية.	3.60	0.882	كبيرة
3	توفير محاضر اجتماعات المجالس الإدارية رقميًا بهدف صناعة القرار.	3.52	0.897	كبيرة
4	إتاحة معلومات واضحة عن أنشطتها وبرامجها عبر منصاتها الرقمية.	3.51	0.888	كبيرة
2	تتسم إجراءات العمل داخل الجمعية بالوضوح والشفافية، ويمكن الاطلاع عليها إلكترونياً.	3.36	0.862	متوسطة
المتوسط الكلي لبُعد الشفافية		3.48	0.764	كبيرة

تشير نتائج الجدول إلى أن مستوى تطبيق بُعد الشفافية الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية جاء بمتوسط كلي بلغ (3.48) وانحراف معياري (0.764)، ودرجة موافقة كبيرة مما يدل على وجود درجة جيدة من الشفافية، الرقمي. وهذا يؤكد مدى إدراك أعضاء مجالس الإدارة عينة الدراسة لأهمية تطبيق بُعد الحوكمة الرقمية (الشفافية) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، وهذا يعني أن مستوى تطبيق بُعد (الشفافية) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية جاء متحقق بدرجة عالية من وجهة عينة الدراسة.

- وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة بوسعدية (2022) والخديم والنجيفي (2025) من أن الحوكمة الرقمية/الذكية تسهم في تعزيز الشفافية والنزاهة ومكافحة الفساد من خلال إتاحة المعلومات وإخضاع القرارات والإجراءات لرقابة مجتمعية ورسمية أوسع، كما ينسجم مع نتائج خليفة (2024) التي أكدت أن الجمعيات الأهلية بدأت بالفعل في تبني ممارسات أكثر شفافية بدعم من التحول الرقمي، وإن كانت لا تزال في حاجة إلى تعميق هذه الممارسات وتوسيع نطاقها.
- جاءت العبارة رقم (5) نشر القرارات الإدارية بانتظام عبر المنصات الإلكترونية في المرتبة الأولى بدرجة (عالية)، وبمتوسط حسابي (3.75)، وانحراف معياري (0.801)، وهو ما يعكس اهتمام الجمعيات بإتاحة القرارات الإدارية للجمهور وتعزيز الوضوح في عملياتها. هو ما يشير إلى أن الجمعيات الخيرية باتت أكثر وعياً بأهمية الإفصاح عن القرارات والبيانات المالية، انسجاماً مع ما أكدته الدراسات الأجنبية مثل Sharmin & Chowdhury (2025) و Seiam & Salman (2024) من أن الشفافية الرقمية والإفصاح المالي عبر المنصات الإلكترونية يرتبطان بانخفاض مستويات الفساد وارتفاع كفاءة الإدارة العامة. هذا التوافق بين نتائج الدراسة الحالية والدراسات السابقة يعزز استنتاج الباحث بأن الحوكمة الرقمية في السياق السعودي الخيري بدأت تؤدي دوراً ملموساً في رفع مستوى الشفافية، خاصة في الجوانب التي يسهل رقمتها مثل التقارير والقرارات.
- جاءت العبارة رقم (1) التي تنص على "إتاحة الوصول الآمن إلى التقارير المالية عبر المنصات الرقمية" بدرجة عالية وبمتوسط حسابي (3.60)، وانحراف معياري (0.882) مما يشير إلى التزام ملحوظ بالإفصاح المالي الرقمي.
- وجاءت العبارة رقم (2) التي تنص على "تتسم إجراءات العمل داخل الجمعية بالوضوح والشفافية، ويمكن الاطلاع عليها إلكترونياً" في المرتبة الأخيرة بدرجة (موافق إلى حد ما) وبمتوسط حسابي (3.36)، وانحراف معياري (0.862)، وهو ما يدل على عدم وجود سياسات واضحة للشفافية الإجرائية، إذ تركز بعض الجمعيات على نشر التقارير المالية أو القرارات الإدارية، لكنها لا تعطي نفس الاهتمام لنشر إجراءات العمل. وهو ما يفسره الباحث بوجود فجوة بين مستوى الشفافية في الإفصاح عن النتائج والقرارات وبين مستوى الشفافية في الإجراءات والعمليات الداخلية. فالدراسات السابقة، مثل خليفة (2024) ومنصور (2024)، أشارت إلى أن كثيراً من المنظمات تعطي أولوية لنشر التقارير والبيانات النهائية، لكنها تتأخر في توثيق الإجراءات ونشرها، أو في تحويلها إلى مسارات رقمية واضحة يمكن تتبعها. وهذا ما يبدو أنه ينطبق على الجمعيات الخيرية في هذه الدراسة؛ إذ تركز على نشر القرارات والتقارير، لكنها لا تزال أقل وضوحاً في مجال الشفافية الإجرائية (توثيق الإجراءات، نشرها، إتاحتها رقمياً للمستفيدين والرقابة).

البُعد الثاني: بُعد الرقابة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبيان آراء عينة الدراسة حول مستوى تطبيق بُعد الحوكمة الرقمية (الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، وذلك على النحو التالي كما يبينها جدول (6):

جدول (6): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لـ "مستوى تطبيق بُعد (الرقابة) في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
3	تعتمد الجمعية على أنظمة رقمية لمتابعة سير العمل والتأكد من الالتزام بالإجراءات.	4.26	0.891	كبيرة	1
1	يتم تحديث أنظمة الرقابة الداخلية بشكل دوري لضمان فعاليتها.	4.25	0.909	كبيرة	2
5	توفر الجمعية سجلات إلكترونية دقيقة تُسهّل عملية التتبع والمراجعة.	4.17	0.955	كبيرة	3
2	تجرى عمليات تقييم دورية للأداء باستخدام تقارير إلكترونية.	4.15	0.934	كبيرة	4
4	تتيح الجمعية تقارير الرقابة الداخلية للجهات ذات العلاقة عبر منصاتها الرقمية.	4.12	0.918	كبيرة	5
المتوسط الكلي لبُعد الرقابة		4.01	0.813	كبيرة	

تشير نتائج جدول (6) أن مستوى تطبيق بُعد الرقابة الرقمية جاء عند درجة موافق بمتوسط كلي (4.01) وانحراف معياري (0.813)، وهو مستوى مرتفع نسبياً يدل على أن الجمعيات الخيرية قطعت شوطاً مهماً في تبني آليات رقابية رقمية تسهم في تحسين المتابعة، وضبط الأداء، وتعزيز الالتزام بالإجراءات. ويعكس هذا المتوسط المرتفع إدراك أعضاء مجالس الإدارة لأهمية الرقابة الرقمية كأحد أعمدة الحوكمة الحديثة.

تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الزيايدي وشحاتة (2025) التي أكدت أن الحوكمة الرقمية تسهم في رفع كفاءة الرقابة الإدارية، وأن الأنظمة الرقمية تعزز المتابعة المستمرة وضبط الأداء. كما تتسق مع نتائج Sharmin & Chowdhury (2025) التي أشارت إلى أن الرقابة الرقمية تُعد من أهم أدوات تحسين الأداء الحكومي والمؤسسي. وتتوافق مع دراسة منصور (2024) التي أكدت أن الرقابة الرقمية ترفع من قدرة المؤسسات على تقييم المخاطر وتحليل الأداء، ومع دراسة الخديم والنجيفي (2025) التي أشارت إلى أن الأنظمة الذكية تعزز الرقابة وتحد من الفساد الإداري.

- جاءت العبارة رقم (3) والتي تنص على "تعتمد الجمعية على أنظمة رقمية لمتابعة سير العمل والتأكد من الالتزام بالإجراءات" في المرتبة الأولى بدرجة موافق بشدة بمتوسط حسابي (4.26)، وانحراف معياري (0.891) وهو ما يشير إلى أن الجمعيات الخيرية أصبحت تعتمد بشكل واضح على الأنظمة الرقمية في متابعة الأعمال اليومية، مما يعزز الدقة والسرعة في اكتشاف الانحرافات وتصحيحها.
- وجاءت العبارة التي تنص على "يتم تحديث أنظمة الرقابة الداخلية بشكل دوري لضمان فعاليتها" في المرتبة الثانية بدرجة موافق بشدة بمتوسط حسابي (4.25)، وانحراف معياري (0.909) مما يدل على أن الجمعيات لا تكتفي بوجود أنظمة رقابية، بل تعمل على تطويرها وتحديثها، وهو مؤشر على نضج إداري ورقابي.
- أما في المرتبة الخامسة والأخيرة جاءت العبارة رقم (4) والتي تنص على "تتيح الجمعية تقارير الرقابة الداخلية للجهات ذات العلاقة عبر منصاتها الرقمية" بمتوسط (4.12)، وهو مستوى جيد، لكنه أقل من العبارات السابقة، مما يشير إلى أن الجمعيات تطبق الرقابة الرقمية داخلياً بشكل قوي، لكنها أقل انفتاحاً في نشر تقارير الرقابة للجهات الخارجية أو الجمهور. وهذا يتفق مع ما ذكرته دراسة خليفة (2024) التي أوضحت أن الجمعيات الأهلية غالباً ما تُظهر شفافية في الجوانب المالية، لكنها أقل شفافية في الجوانب الرقابية والإجرائية.

مناقشة وتفسير النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي ينص على: ما التحديات التي تواجه تطبيق الحوكمة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية؟

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبيان آراء عينة الدراسة حول التحديات التي تواجه تطبيق الحوكمة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، وذلك على النحو التالي كما بينها جدول (7):

جدول (7): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لـ "التحديات التي تواجه تطبيق الحوكمة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
3	الأنظمة واللوائح المتعلقة بالحوكمة الرقمية غير واضحة بما يكفي للجمعية.	3.75	0.881	كبيرة	1
7	ضعف برامج حماية البيانات والأمن السيبراني في الجمعيات الخيرية.	3.62	0.959	كبيرة	2
8	صعوبة ربط أنظمة الجمعيات الخيرية بمنصات الجهات الحكومية أو المانحة.	3.60	0.938	كبيرة	3
6	ضعف البنية التحتية التقنية في الجمعيات الخيرية التي تدعم تطبيق الحوكمة الرقمية.	3.58	0.928	كبيرة	4
2	نقص في الكفاءات المتخصصة في الحوكمة الرقمية داخل الجمعيات الخيرية.	3.57	1.02	كبيرة	5
5	قلة برامج التدريب المتعلقة بالحوكمة الرقمية داخل الجمعيات الخيرية.	3.55	0.993	كبيرة	6
4	صعوبة استخدام الموظفين في الجمعيات الخيرية للأنظمة الرقمية الجديدة.	3.54	1.07	كبيرة	7
1	ثقافة العمل التقليدية داخل الجمعية تعيق تبني الممارسات الرقمية.	3.53	1.1	كبيرة	8
10	محدودية الوعي بأهمية الحوكمة الرقمية بين العاملين في الجمعيات الخيرية.	3.49	1.13	كبيرة	9
9	ضعف التحفيز الداخلي لتبني التحول الرقمي.	3.30	1.19	كبيرة	10
المتوسط الكلي لمحور التحديات		3.59	0.813	كبيرة	

تشير نتائج جدول (7) أن المتوسط الكلي لمحور التحديات جاء بمتوسط حسابي (3.59) بدرجة موافقة كبيرة أن الجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية تواجه مستوى متوسطاً من التحديات التي تعيق تطبيق الحكومة الرقمية. وهذا يشير إلى أن الجمعيات قطعت خطوات مهمة في التحول الرقمي، لكنها لا تزال تواجه عقبات مؤثرة تحتاج إلى معالجة منهجية. يعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية لا تزال في مرحلة انتقالية بين الأساليب التقليدية في الإدارة وبين متطلبات الحكومة الرقمية الحديثة. وهذا الانتقال يخلق بطبيعته مجموعة من التحديات التنظيمية والتقنية والبشرية التي تنعكس على مستوى تطبيق الحكومة الرقمية. مثل عدم وضوح اللوائح والأنظمة الرقمية يجعل الجمعيات غير قادرة على تطبيق الحكومة الرقمية بثقة كاملة، مما يرفع مستوى الشعور بالتحديات. وضعف البنية التحتية التقنية والأمن السيبراني في بعض الجمعيات يحد من قدرتها على تبني أنظمة رقمية متقدمة، وهو ما ظهر بوضوح في ترتيب العبارات. تتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة خليفة (2024) التي أكدت أن غموض اللوائح الرقمية يمثل أحد أكبر معوقات تطبيق الحكومة الإلكترونية في القطاع غير الربحي. ودراسة منصور (2024) التي أشارت إلى أن ضعف البنية التحتية ونقص الكفاءات الرقمية يعيقان التحول الرقمي في المؤسسات الاجتماعية. ودراسة الزيايدي وشحاتة (2025) التي أوضحت أن ضعف التكامل بين الأنظمة الرقمية يحد من فعالية الرقابة والشفافية. دراسة بوسعدية (2022) التي بينت أن الثقافة التقليدية داخل المؤسسات غير الربحية تُعد من أبرز معوقات التحول الرقمي.

- جاءت العبارة رقم (3) التي تنص على "الأنظمة واللوائح المتعلقة بالحكومة الرقمية غير واضحة بما يكفي للجمعية" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.75)، وانحراف معياري (0.881) ودرجة موافقة كبيرة وهو ما يعكس أن الجمعيات الخيرية تعاني من غياب إطار تنظيمي واضح ومفسر للحكومة الرقمية، أو أن اللوائح المتاحة لا تزال عامة وغير مفصلة بما يكفي لتطبيقها على أرض الواقع. وهذه النتيجة تتسق مع ما أشارت إليه دراسة خليفة (2024) التي أكدت أن الجمعيات الأهلية تحتاج إلى لوائح أكثر وضوحاً وتحديداً لتطبيق الحكومة الإلكترونية بفاعلية، كما تتفق مع دراسة (Sharmin & Chowdhury (2025) التي أوضحت أن غموض التشريعات الرقمية يعد من أبرز معوقات التحول الرقمي في المنظمات غير الربحية.
- جاءت العبارة رقم (7) والتي تنص على "ضعف برامج حماية البيانات والأمن السيبراني في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.52)، وانحراف معياري (0.959)، ودرجة موافقة متوسطة، مما يشير إلى أن الجمعيات تواجه تحديات تقنية حقيقية تتعلق بحماية البيانات، وضمان أمن المعلومات، والتكامل الرقمي مع الجهات الحكومية. وهذه النتائج تتوافق مع دراسة منصور (2024) التي أكدت أن ضعف البنية التحتية والأمن السيبراني يمثلان عائقين رئيسيين أمام تطبيق الحكومة الرقمية، كما تتسق مع دراسة الزيايدي وشحاتة (2025) التي أشارت إلى أن ضعف التكامل بين الأنظمة الرقمية يحد من فعالية الرقابة والشفافية.
- جاءت العبارة رقم (9) والتي تنص على "ضعف التحفيز الداخلي لتبني التحول الرقمي في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.30)، وانحراف معياري (1.19)، وبدرجة موافقة متوسطة وهذه النتائج تشير إلى أن التحديات ليست تقنية فقط، بل ثقافية وسلوكية أيضاً، حيث لا يزال بعض العاملين يفضلون الأساليب التقليدية، ولا توجد حوافز كافية لتشجيعهم على تبني الأنظمة الرقمية. وهذا يتفق مع ما ذكرته دراسة بوسعدية (2022) التي أكدت أن الثقافة التنظيمية التقليدية تعد من أكبر معوقات التحول الرقمي في المؤسسات غير الربحية.

نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تعكس مستوى تطبيق الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، ويمكن تلخيص أبرزها فيما يأتي:

- أن مستوى تطبيق الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية جاء بدرجة موافقة كبيرة على بُعدي الشفافية والرقابة. حيث بلغ المتوسط الحسابي لُبعد الشفافية الرقمية (3.48) بدرجة موافقة كبيرة.
- جاء بُعد الرقابة الرقمية في مستوى أعلى من الشفافية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.01) بدرجة موافقة كبيرة.
- أن الجمعيات الخيرية تواجه مستوى كبيراً من التحديات، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.59) بدرجة موافقة كبيرة.

توصيات الدراسة:

- بناءً على النتائج التي خلصت إليها الدراسة توصي بما يلي:
- تطوير سياسات واضحة للشفافية الرقمية داخل الجمعيات الخيرية، تشمل نشر القرارات، والإفصاح المالي، وتوثيق الإجراءات الإدارية وإتاحتها إلكترونياً.
- تعزيز أنظمة الرقابة الداخلية الرقمية وتحديثها بشكل مستمر لضمان فعاليتها في متابعة سير العمل وضبط الأداء.
- تحسين البنية التحتية التقنية للجمعيات من خلال الاستثمار في أنظمة رقمية متقدمة، وتحديث الأجهزة والبرمجيات، وتوفير حلول أمن سيبراني فعالة.
- تنفيذ برامج تدريبية متخصصة للعاملين في مجالات الحكومة الرقمية، الأمن السيبراني، وإدارة البيانات.
- وضع برامج تحفيزية تشجع الموظفين على تبني الأنظمة الرقمية والتفاعل معها بفاعلية.

مقترحات الدراسة:

- في ضوء نتائج الدراسة وتوصياتها تقترح الدراسة بعض الدراسات المستقبلية المرتبطة بالبحث على النحو التالي:
- أثر تطبيق الحكومة الرقمية على جودة الخدمات، وكفاءة الأداء، ورضا المستفيدين، ومستوى الشفافية والمساءلة داخل الجمعيات الخيرية.
- فاعلية الحكومة الرقمية في تحسين الأداء المؤسسي للجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية.
- العلاقة بين الرقابة الرقمية والامتثال التنظيمي في القطاع غير الربحي.
- أثر الثقافة التنظيمية على تبني التحول الرقمي في القطاع غير الربحي.
- التحديات التقنية التي تواجه تطبيق الحكومة الرقمية في الجمعيات الخيرية وسبل معالجتها.
- دور الأمن السيبراني في حماية البيانات داخل الجمعيات الخيرية في ظل التحول الرقمي.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

- بريدج، هوب. (2026). *الحكومة في العمل الخيري والجمعيات في المملكة العربية السعودية*. استرجع من الموقع الإلكتروني <https://hopebridge.app/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D9%83%D9%85%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D9%8A%D8%B1%D9%8A-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D8%A7/> بوسعيدة، رؤوف. (2022). أثر الحكومة الرقمية في مكافحة الفساد الإداري. *مجلة طبية للدراسات العلمية الأكاديمية*، 5(1)، 52-74.
- تحديث معايير حوكمة الجمعيات الأهلية. (2025). *المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي*، استرجع من تحديث معايير حوكمة الجمعيات الأهلية لعام v3.pdf2022
- حاك، الهام. (2025). *آليات بناء قدرات تطبيق الشفافية للجمعيات الأهلية في ضوء الحكومة الإلكترونية*. استرجع من الموقع الإلكتروني <https://2u.pw/Aw7RBT>.
- حمي، حورية؛ وطوبال، ابتسام. (2020)، دور حوكمة تكنولوجيا المعلومات في إنجاح التحول الرقمي، *مجلة العلوم الانسانية لجامعة ام البواقي*، 7(3)، 245-279.
- الخدیم، إبراهيم؛ والنجيبي، مصطفى (2025). أثر مبادئ الحوكمة الذكية في مكافحة الفساد الإداري (دراسة مقارنة بين القانون الإماراتي والمصري). *مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية*، 22(3)، 224-251.
- خليفة، محمد الافي علام. (2024). آليات بناء قدرات تطبيق الشفافية للجمعيات الأهلية في ضوء الحكومة الإلكترونية. *مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية*، 18(4)، 231-280.
- الراحلة، أحمد محمد علي البديوي. (2026). دور الحكومة الرقمية في تعزيز النزاهة ومكافحة الفساد. *مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية*، 7(1)، 139-155.
- رضا، إباد. (2024). *الحكومة في الجمعيات الخيرية في السعودية: الشفافية، الكفاءة، والتحديات*. استرجع من الموقع الإلكتروني بتاريخ 2026/2/10 <https://erlf.com/ar/publications/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D9%83%D9%85%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D9%8A%D8%B1%D9%8A%D8%A9/>
- الزبادي، بسنت عادل، و شحاته، ياسر السيد. (2025). أثر الحكومة الرقمية على استراتيجية الرقابة الإدارية بتوسيط التمكين الذكي دراسة ميدانية. *مجلة جامعة الاسكندرية للعلوم الإدارية*، 62(3)، 197-230.
- سهل للمحاماة. (2025). *الحكومة الإلكترونية: المفهوم، الأهداف، والتأثير على أداء المؤسسات* استرجع من الموقع الإلكتروني <https://2u.pw/oYz4jq>
- السياببة، تركية. (2022). أثر الحكومة الإلكترونية والنضج الرقمي على أداء المؤسسات الحكومية بسلطنة عمان [رسالة ماجستير غير منشورة]، جامعة الشرقية.
- شركاء من أجل الشفافية. (2024). دور الحكومة الرقمية في تعزيز الشفافية ومكافحة الفساد: دراسة تحليلية <https://2u.pw/riuDVO>.
- ضاحي، إلهام عمر. (2024). دور الحكومة الإلكترونية في مكافحة الفساد الإداري بالمؤسسات التعليمية الأهلية. *مجلة الدراسات المستدامة*، 6(1)، 2428-2395.
- عامر، آية. (2025). آليات بناء قدرات تطبيق الشفافية للجمعيات الأهلية في ضوء الحكومة الإلكترونية. استرجع من الموقع الإلكتروني [كيف تطبيق حوكمة التحول الرقمي لتعزيز الشفافية](https://2u.pw/riuDVO)

- العتيبي، سامية بنت تراحيب؛ والمفيز، خولة بنت عبد الله، (2021) حوكمة التحول الرقمي في الإدارات التعليمية بالملكة العربية السعودية في ضوء الممارسات العالمية، *مجلة الفنون والادب وعلوم والانسانيات والاجتماع*، 66(66)، 192-216.
- علام، محمد الافي. (2024). آليات بناء قدرات تطبيق الشفافية للجمعيات الأهلية في ضوء الحوكمة الالكترونية. *مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية*، 18 (4)، 233-283.
- علي، إسراء. (2025). *من التشريع إلى الرقمنة: حوكمة التبرعات في مصر*. المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية. استرجع من الموقع الالكتروني بتاريخ 2025/12/12 <https://ecss.com.eg/54692/?utm=com>
- القشامي، سعد خلف. (2026). *الحكومة الذكية للجمعيات رحلة من التخطيط إلى التنفيذ*. استرجع من الموقع الالكتروني بتاريخ 2025/11/10 [/https://gethami.com/smart-governance-for-nonprofit-organizations](https://gethami.com/smart-governance-for-nonprofit-organizations)
- قطب، مصطفى. (2025). *إطار الحوكمة الرقمية: المفهوم، المكونات، وأفضل الممارسات*. استرجع من الموقع الالكتروني [إطار الحوكمة الرقمية: المفهوم، المكونات، وأفضل الممارسات - أكاديمية مهارات التخطيط الاستراتيجي](#)
- منصور، عمرو محمود عبد الحميد. (2024). الحوكمة الرقمية وإدارة المخاطر المستقبلية بمنظمات الرعاية. *مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات الاجتماعية*، جامعة الفيوم، 34، 606-649.
- وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية. (2024). *دليل قواعد حوكمة الجمعيات الخيرية*. استرجع من الموقع الالكتروني بتاريخ 2026/2/20 [booklet_V4_P3202007_MHRSD](#)

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- Al-Khouri, A. M. (2021). *Digital governance: Transforming government practice for the digital*. Retrieved from: [AI Agent Readiness Checklist | AvePoint](#)
- Fatima, S., Muhammad, I., & Adnan J. (2020). Impact of accounting information system on corporate governance: evidence from Pakistani textile sector. *International Journal of Law and Management*, 63 (4), 431-442. [DOI]
- Grigalashvili, V. (2023). Digital Government and Digital Governance: Grand Concept. *International Journal of Scientific and Management Research*, 60(2), 1-25. [DOI]
- Hanisch, H., Goldsby, M., Fabian, E. & Oehmichen, J. (2023). Digital Governance: A Conceptual Framework and Research Agenda. *Journal of Business Research* 162, Article 113777. [DOI]
- Hanisch, M., et al. (2023). Digital Governance: A Conceptual Framework and Research Agenda. *Journal of Business Research*, 162. [DOI]
- Idzi, F. M, & Gomes, R. C. (2022). Digital governance: government strategies that impact public services, *Global Public Policy and Governance*, 427–452. [DOI]
- Jerónimo, A. (2018). *IT Governance in Digital Transformation A COBIT 5 overview according IDC Maturity cape*. (Unpublished Master Thesis). Universidade Nova de Lisboa.
- Manoharan, A. (2022). Digital Governance: An Assessment of Performance and Best Practices. *Public Organization Review*. (23), 265-283. [DOI]
- Matheus, R., & Ismagilova, E. (2023). Digital transparency and the usefulness for open government. *International Journal of Information Management*, 102690, 73. [DOI]
- Qiu, L., & Duan, Y. (2024). Impact of Digital Empowerment on Labor Employment in Manufacturing Enterprises: Evidence from China". *Heliyon* 10, Elsevier Ltd, 1-15. [DOI]
- RMG Team. (2025). *Digital Transformation Standard: Foundation of Digital Transformation*. <https://2u.pw/q76jV9>
- Seiam, D. A., & Salman, D. (2024). Examining the Global Influence of E-Governance on Corruption: A Panel Data Analysis. *Future Business Journal*, 10(1), 29. [DOI]
- Sharmin, S., & Chowdhury, R. (2025). Digital Transformation in Governance: The Impact of E-Governance on Public Administration and Transparency. *Journal of Computer Science and Technology Studies*, 7, 362–379. [DOI]
- Silva, H., Silveira, D.; Domelas, J. & Ferreira, H. (2020). Information Technology Governance in Small and Medium Enterprises - A SYSTEMATIC MAPPING. *Journal of Information Systems and Technology Management*, (17), 1-16. [DOI]

ثالثًا: ترجمة المراجع العربية

- Ali, E. (2025). *From legislation to digitalization: Donation governance in Egypt*. Egyptian Center for Strategic Studies. Retrieved December 12, 2025, from Egyptian Center for Strategic Studies

- Al-Khadim, I., & Al-Najafi, M. (2025). The impact of smart governance principles on combating administrative corruption: A comparative study of UAE and Egyptian law. *University of Sharjah Journal of Legal Sciences*, 22(3), 224–251.
- Allam, M. A. (2024). Mechanisms for building capacities to implement transparency in civil associations in light of e-governance. *Journal of Future Social Sciences*, 18(4), 233–283.
- Al-Otaibi, S. T., & Al-Mufeez, K. A. (2021). Governance of digital transformation in educational administrations in the Kingdom of Saudi Arabia in light of global practices. *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, 66(66), 192–216.
- Al-Qathami, S. K. (2026). *Smart governance for associations: From planning to implementation*. Retrieved November 10, 2025, from [Source](#)
- Al-Rahahleh, A. M. A. B. (2026). The role of digital governance in promoting integrity and combating corruption. *Journal of Humanities and Natural Sciences*, 7(1), 139–155.
- Al-Siyabiyah, T. (2022). *The impact of e-governance and digital maturity on the performance of government institutions in the Sultanate of Oman* [Unpublished master's thesis, Al Sharqiyah University].
- Al-Ziyadi, B. A., & Shehata, Y. S. (2025). The impact of digital governance on administrative control strategy through the mediation of smart empowerment: A field study. *Alexandria University Journal of Administrative Sciences*, 62(3), 197–230.
- Amer, A. (2025). *Mechanisms for building capacities to implement transparency in civil associations in light of e-governance. How to implement digital transformation governance to enhance transparency*.
- Bousaadia, R. (2022). The impact of digital governance on combating administrative corruption. *Taibah Journal of Academic Scientific Studies*, 5(1), 52–74.
- Dahi, I. O. (2024). The role of e-governance in combating administrative corruption in private educational institutions. *Journal of Sustainable Studies*, 6(1), 2395–2428.
- Hamni, H., & Touball, I. (2020). The role of information technology governance in the success of digital transformation. *Journal of Human Sciences of Oum El Bouaghi University*, 7(3), 245–279.
- Hayek, I. (2025). *Mechanisms for building capacities to implement transparency in civil associations in light of e-governance*. [Source](#)
- Hope Bridge. (2026). *Governance in charitable work and associations in the Kingdom of Saudi Arabia*. [Hope Bridge](#)
- Khalifa, M. A. A. (2024). Mechanisms for building capacities to implement transparency in civil associations in light of e-governance. *Journal of Future Social Sciences*, 18(4), 231–280.
- Mansour, A. M. A. H. (2024). Digital governance and future risk management in care organizations. *Journal of Social Work Studies, Faculty of Social Work, Fayoum University*, 34, 606–649.
- Ministry of Human Resources and Social Development. (2024). *Guide to governance rules for charitable organizations*. Retrieved February 20, 2026.
- Partners for Transparency. (2024). *The role of digital governance in enhancing transparency and combating corruption: An analytical study*. [Source](#)
- Qutb, M. (2025). *Digital governance framework: Concept, components, and best practices*. Strategic Planning Skills Academy.
- Reda, E. (2024). *Governance in charitable organizations in Saudi Arabia: Transparency, efficiency, and challenges*. Retrieved February 10, 2026, from [the publication page](#)
- Sahl Law Firm. (2025). *E-governance: Concept, objectives, and impact on institutional performance*. [Source](#)
- Update of governance standards for civil associations. (2025). National Center for Non-Profit Sector Development.

The Role of Applying Artificial Intelligence (AI) in Enhancing the Quality of Accounting Information for the Sustainability of Saudi Corporations

دور تطبيق الذكاء الاصطناعي في تعزيز جودة المعلومات المحاسبية لاستدامة الشركات المساهمة السعودية

Mustafa Mohammed Abuamarah^{1*}

¹ Associated Professor, Accounting Department-College of Business and Economics (Alrass)-Qassim University- Saudi Arabia.

* Corresponding Author: Mustafa Abuamarah (maboamarh@gmail.com)

مصطفى محمد أبو عمارة^{1*}

¹ أستاذ مشارك- قسم المحاسبة- كلية الأعمال والاقتصاد (الرس)- جامعة القصيم- المملكة العربية السعودية.

*الباحث المراسل: مصطفى أبو عمارة (maboamarh@gmail.com)



This file is licensed under a
[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/3/27

Revised

مراجعة البحث

2026/2/24

Received

استلام البحث

2026/2/9

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.5>

Abstract:

Objectives: This study aims to analyze the role of artificial intelligence applications in enhancing the quality of accounting information for the sustainability of Saudi corporations.

Methods: The inductive deductive approach was used in this study. The latest studies in this field were addressed, while the applied part included 126 usable questionnaires that were distributed to a random sample of business managers, accountants, and some accounting professors in Saudi universities. The SPSS statistical analysis method was also used in processing the questionnaires.

Results: The study reached the following results: The application of artificial intelligence in accounting achieves advantages compared to traditional accounting systems, artificial intelligence in accounting has an impact on the quality of accounting information in Saudi corporations, the quality of accounting information has an impact on the sustainability of Saudi corporations, and artificial intelligence in accounting has no impact on the sustainability of Saudi corporations in the presence of the quality of accounting information as a mediator.

Conclusions: The following recommendations were proposed: Recommending the application of artificial intelligence in accounting in Saudi corporations due to its impact on the accuracy and quality of accounting information, conducting workshops and seminars by auditing offices and universities to demonstrate the advantages of artificial intelligence in accounting compared to traditional systems, and recommending software companies to develop artificial intelligence systems in accounting to serve Saudi corporations.

Keywords: Artificial intelligence; accounting information quality; corporate sustainability.

الملخص:

الأهداف: هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز جودة المعلومات المحاسبية لاستدامة الشركات المساهمة السعودية.

المنهجية: تم استخدام المنهج الاستقرائي الاستنباطي في هذه الدراسة. حيث تم تناول آخر الدراسات السابقة في هذا المجال، بينما تناول الجزء التطبيقي 126 استبانة صالحة للاستخدام تم توزيعها على عينة عشوائية من مدراء الأعمال والمحاسبين في الشركات المساهمة السعودية. كما تم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي SPSS في معالجة الاستبيانات.

النتائج: توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة يحقق مزايا مقارنة بالنظم التقليدية في المحاسبة، وأن الذكاء الاصطناعي في المحاسبة له أثر على جودة المعلومات المحاسبية بالشركات المساهمة السعودية، وأن جودة المعلومات المحاسبية لها أثر على استدامة الشركات المساهمة السعودية، وأن الذكاء الاصطناعي في المحاسبة ليس له أثر على استدامة الشركات المساهمة السعودية في ظل وجود جودة المعلومات المحاسبية كوسيط.

الخلاصة: تم اقتراح التوصيات التالية: التوصية بتطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركات المساهمة السعودية لما له أثر على دقة وجودة المعلومات المحاسبية، والقيام بورش عمل وندوات من قبل مكاتب المراجعة والجامعات لبيان مزايا الذكاء الاصطناعي في المحاسبة مقارنة بالنظم التقليدية، والتوصية لشركات البرمجيات بتطوير أنظمة الذكاء الاصطناعي في المحاسبة خدمة للشركات المساهمة السعودية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي؛ جودة المعلومات المحاسبية؛ استدامة الشركات.

الاستشهاد

Citation

أبو عمارة، مصطفى. (2026). دور تطبيق الذكاء الاصطناعي في تعزيز جودة المعلومات المحاسبية لاستدامة الشركات المساهمة السعودية. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*, 16 (4), 443-458.

Abuamarah, M. M. (2026). The Role of Applying Artificial Intelligence (AI) in Enhancing the Quality of Accounting Information for the Sustainability of Saudi Corporations. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 443-458. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.5> [In Arabic]

المقدمة:

يلعب الذكاء الاصطناعي دورًا مهمًا في تحسين وتطوير العديد من المجالات، في عالم الأعمال السريع والمتطور، بما في ذلك: المحاسبة، حيث يعزز تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة من دقة عمليات المحاسبة، ويساعد في تنبؤ الأداء المالي، وتحسين الكفاءة واكتشاف الاحتيال، وكذلك تحسين التخطيط المالي، واتخاذ القرارات الاستراتيجية المستنيرة، فضلاً عن الكشف عن الاحتيال.

ويشير الذكاء الاصطناعي إلى استخدام التقنيات والأنظمة الذكية لتحسين وتسهيل عمليات المحاسبة والمالية في المؤسسات والشركات، كما يهدف إلى تطوير حلول تكنولوجية قادرة على تنفيذ المهام المحاسبية بشكل ذكي وفعال، وتحليل البيانات المالية بطرق متقدمة.

تقدم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحاسبة فرصًا هائلة لتحسين وتطوير عمليات المحاسبة، وتطوير الأداء المالي للشركات، وتساهم تطبيقات المحاسبة الذكية في تعزيز الشفافية، والثقة في الأنظمة المالية. وبالذكاء الاصطناعي، يمكن للشركات أن تتحول إلى نظم محاسبية أكثر ذكاءً وفعالية؛ مما يساعدها في اتخاذ قرارات أفضل، وتحقيق نجاح مالي مستدام.

وتناقش هذه الورقة الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في بيئة المملكة العربية السعودية وأثره على كل من جودة الشركات واستدامة الشركات المساهمة السعودية، والدور الوسيط لجودة المعلومات المحاسبية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية.

مشكلة الدراسة:

تواجه الشركات المساهمة السعودية تحديًا كبيرًا في ظل العولمة والتحول الرقمي والتكنولوجية، في بيئة الأعمال المنافسة والحاجة إلى المعلومات الفورية. وفي ظل تزايد وتعقيد المعلومات المالية والمحاسبية، واحتياج الشركات إلى دقة وجودة وسرعة المعلومات المحاسبية لاتخاذ القرارات، ظهرت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المحاسبة كأهم الأدوات التي أحدثت نقلة نوعية في جودة المعلومات المحاسبية لاستدامة الشركات المساهمة السعودية، وتكمن المشكلة في وجود فجوة بحثية تتعلق بمدى قدرة تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تعزيز الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية (الملاءمة، الموثوقية، القابلية للمقارنة، والشفافية) للاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للشركات المساهمة السعودية. وبالتالي يمكن صياغة أسئلة الدراسة كما يلي:

أسئلة الدراسة:

- هل تطبق الشركات المساهمة السعودية تقنيات الذكاء الصناعي في عملياتها المحاسبية؟
- ما هي مزايا تطبيق الشركات المساهمة السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في عملياتها المحاسبية؟
- هل يؤثر تطبيق الشركات المساهمة السعودية تقنيات الذكاء الصناعي على جودة المعلومات المحاسبية؟
- هل يؤثر تطبيق الشركات المساهمة السعودية تقنيات الذكاء الصناعي على استدامة هذه الشركات؟
- هل تؤثر جودة المعلومات المحاسبية على استدامة الشركات المساهمة السعودية؟
- ما هو الدور الوسيط لجودة المعلومات المحاسبية بين الذكاء الاصطناعي واستدامة الشركات المساهمة السعودية؟

أهداف الدراسة:

- بيان ما هي أهمية الذكاء الاصطناعي في المحاسبة.
- بيان مزايا تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في المحاسبة.
- تحديد العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي واستدامة الشركات المساهمة السعودية.
- تحديد العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي وجودة المعلومات المحاسبية.
- تحديد العلاقة بين جودة المعلومات المحاسبية واستدامة الشركات المساهمة السعودية.
- تحديد الدور الوسيط لجودة المعلومات المحاسبية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية.

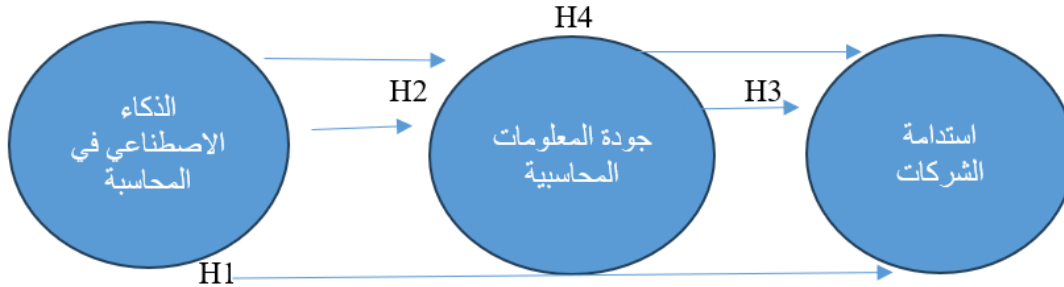
أهمية الدراسة:

- إجراء مقارنة بين النظم المحاسبية التقليدية والنظم التي تستند إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- بيان أهمية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في أعمال المحاسبة لمنشآت الأعمال.
- بيان أهمية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في أعمال المحاسبة لمكاتب التدقيق والمراجعة.
- بيان أهمية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في أعمال المحاسبة لمصلحة الزكاة والضريبة والجهات التشريعية.
- بيان أهمية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في أعمال المحاسبة للجامعات والمعاهد التي تدرس برامج المحاسبة لتضمين الذكاء الاصطناعي في برامجها المحاسبية.
- بيان أهمية تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في أعمال المحاسبة للمبرمجين وخبري نظم المعلومات المحاسبية.
- تطوير نظرية المحاسبة من خلال استحداث معيار محاسبي يخص الذكاء الاصطناعي في المحاسبة.

فرضيات الدراسة:

- H1: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية.
- H2: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة وجودة المعلومات المحاسبية.
- H3: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية واستدامة الشركات المساهمة السعودية.
- H4: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية كوسيط بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية.

نموذج الدراسة:



الشكل (1): نموذج الدراسة

الإطار النظري والدراسات السابقة:

الإطار النظري:

أولاً: ما هو الذكاء الاصطناعي في المحاسبة

ويعرف (Hubler, M., etl., 2024) الذكاء الاصطناعي بأنه ذلك النظام الذي يقوم بإعداد البيانات واستخراجها، وتطبيق نموذج للمعالجة، والتنبؤ بالنتيجة. ويتعلم نظام الذكاء الاصطناعي من خلال تكرار هذه الخطوات. ولا تقتصر هذه التقنية على معالجة البيانات فحسب، بل تشمل مراجعتها لفهمها، والتنبؤ بها، وتحسين نتائجها باستمرار. وتكمن قيمة الذكاء الاصطناعي للمحاسب في عمق معرفته بمبادئ المحاسبة واللوائح ذات الصلة، وكفاءته في تحليل البيانات.

كما يمكن تعريفه (Russell, S. etl., 2021) بأنه من أبرز التقنيات التحويلية في العصر الرقمي، ويشير إلى قدرة الأنظمة الحاسوبية على محاكاة القدرات الذهنية البشرية مثل التعلم، التحليل، الاستنتاج، واتخاذ القرار.

ويمثل استخدام البيانات الضخمة والتقنيات التحليلية المتقدمة (Vasarhelyi, M. A., etl., 2015) تحولاً جوهرياً في طبيعة العمل المحاسبي، حيث ينتقل الدور من مجرد التسجيل التاريخي إلى التحليل التنبؤي ودعم القرارات الاستراتيجية.

كما توضح (AICPA. 2019) أن دمج تحليلات البيانات والتقنيات الذكية في بيئة المحاسبة والمراجعة يعزز من دقة الإجراءات المهنية ويُحسن فعالية تقييم المخاطر.

ويؤدي تنفيذ الذكاء الاصطناعي في المحاسبة (Smoleń-Bojańczyk, M. 2024) إلى مكاسب الكفاءة للممارسات المحاسبية والمتخصصين فيها. وسيعمل الذكاء الاصطناعي على إصلاح نماذج الأعمال التقليدية في عالم المحاسبة. ومع ذلك، فإن تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة ينطوي أيضاً على بعض المخاطر. ومن المتوقع أن يؤدي دمج الذكاء الاصطناعي (AI) في عالم التمويل إلى تعزيز الكفاءة والفعالية بشكل كبير في مجال المحاسبة على الرغم من أنه من غير المحتمل أن يحل الذكاء الاصطناعي محل المحاسبين البشريين بالكامل. ومن الصعب استبدال خبراء المحاسبة بتقنيات جديدة في المرحلة الحالية على الأقل من تطورها. وهناك حاجة في المحاسبة إلى الحكم البشري والتفسير الاستراتيجي والقدرة على الاستفادة من الخبرة الشخصية في صنع القرار، وخاصة في المهام المحاسبية المعقدة الصعبة.

وبرأينا فإن الذكاء الاصطناعي في المحاسبة هو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لأتمتة وتحسين العمليات المحاسبية، وتحليل البيانات المالية، واتخاذ قرارات أكثر دقة وسرعة.

ثانياً: فوائد الذكاء الاصطناعي في المحاسبة

تبدو فوائد الذكاء الاصطناعي في المحاسبة (Hasan, A. R. 2021) كما يلي: من المتوقع أن يوفر تطبيق الذكاء الاصطناعي في مهنة المحاسبة والتدقيق فوائد تتمثل في زيادة الكفاءة وقيمة المنتج والدقة وتحسين دقة وكفاءة التقارير المالية، وأتمتة مهام التوجيه، والمساعدة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، وتبعية النفقات وترشيد الاستهلاك وبناء استراتيجية محاسبية للشركة وتسجيل البيانات بسهولة وتحسين أعمال الشركة ودعم الكفاءات ودعم الامتثال

والتحقق من مشروعية المعاملات والتنوع في مصادر رأس المال والرقابة على الشركة والحد من الاحتيال. وفي دراسة (Saral, etl. 2024) هدفت هذه الورقة إلى: (1) تحليل ودراسة أهمية الذكاء الاصطناعي في التمويل، (2) تحليل ودراسة أهمية الذكاء الاصطناعي في المحاسبة، (3) دراسة ظهور الذكاء الاصطناعي في المحاسبة الخضراء والتمويل الأخضر. أظهرت الورقة بوضوح الفوائد والمزايا التي توفرها التقنيات الحديثة اليوم في مجال المحاسبة والتمويل، مما يُحسن إنتاجية العمل بشكل ملحوظ.

ثالثاً: عيوب الذكاء الاصطناعي

يقدم الذكاء الاصطناعي في المحاسبة (Hubler, M., etl.; 2024) عدداً من العيوب المحتملة المهمة، والتي قد تشمل: المخاوف من تشريد الوظائف، والمخاوف الأخلاقية بشأن التحيز والخصوصية، ومخاطر الأمن من القرصنة، والافتقار إلى الإبداع والتعاطف الشبيه بالإنسان، والتنفيذ المكلف، وفقدان الوظائف البشرية المحتمل، والافتقار إلى العاطفة والإبداع، وعدم القدرة على التنبؤ والافتقار إلى السيطرة. كما أن الذكاء الاصطناعي أيضاً يفقر بشكل طبيعي إلى الإبداع الموجود بطبيعته في البشر. على الرغم من أن الذكاء الاصطناعي يمكنه تقليد الإبداع من خلال تقديم منتجات فنية، إلا أنه لا يستطيع خلق تفكير جديد حقاً. كما يقترح أن الذكاء الاصطناعي يفقر إلى الذكاء العاطفي، كما يمكن للذكاء الاصطناعي تعريف المشاعر (Purdy, M. etl.; 2019)، ولكنه لا يستطيع التعبير عن المشاعر الحقيقية. ويمكن برمجة الذكاء الاصطناعي للتعرف على بعض المظاهر العاطفية، لكنه لا يمكنه الاستجابة إلا بطريقة محددة مسبقاً وثابتة. فإن الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى تقاعس الإنسان عن العمل. فإذا استوعب الذكاء الاصطناعي مستوى متزايداً من الواجبات والمسؤوليات، فقد تضرر مهارات الموظفين ومعرفتهم بسبب الإفراط في الاعتماد على التكنولوجيا. والنتيجة الطبيعية هي قوة عاملة أقل كفاءة. كما يمثل الذكاء الاصطناعي خطراً كبيراً على تشغيل البشر. ومن المؤكد تقريباً أن الذكاء الاصطناعي سيحل محل البشر في الوظائف الروتينية.

بالإضافة إلى ذلك عدم التأكد من كفاءة مساعدة الذكاء الاصطناعي للأعمال. والقلق بشأن جودة الأدوات. والخوف من القضايا القانونية. والقلق بشأن التكلفة. وعدم المعرفة الكافية عن هذه الأدوات. والقلق بشأن تدريب أو توظيف الأشخاص لاستخدامه. كما أن هناك الكثير من أصحاب الشركات لديهم مخاوف بشأن الامتثال للوائح المقترحة المتعلقة بالذكاء الاصطناعي، وسيكون لديهم تحديات في الالتزام بها. حيث إن هذه القوانين قد تتطلب من الشركات الكشف للعملاء عن استخدام الذكاء الاصطناعي، وتنفيذ تقييم للمخاطر المتعلقة بأدوات الذكاء الاصطناعي، وشرح كيفية تأثير أدوات الذكاء الاصطناعي على تفاعلات العملاء، وتوفير إشراف بشري على أنظمة الذكاء الاصطناعي التي تتخذ قرارات مهمة للعملاء.

رابعاً: الذكاء الاصطناعي واستدامة الشركات

تعطي الشركات الأولوية بشكل متزايد للاستدامة البيئية والاجتماعية (Li, J., & Jin, X., 2024) مع التطور السريع للاقتصاد والمجتمع، إلى جانب الفوائد الاقتصادية كمحرك أساسي للابتكار التكنولوجي، وحظي التطبيق الفعال للذكاء الاصطناعي (AI) باهتمام كبير في الأوساط الأكاديمية والصناعية بهدف تعزيز استدامة الشركات. وتعتبر الشركات ذات القدرات الرقمية العالية والثقافات المبتكرة أكثر فعالية في الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتعزيز أداء الاستدامة. ويشير هذا إلى أنه عند الترويج لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، لا ينبغي للشركات التركيز فقط على تبني التكنولوجيا ولكن أيضاً التأكيد على التغيير التنظيمي الداخلي وتطوير القدرات الرقمية لتحقيق أهداف الاستدامة بشكل كامل. وأصبحت البيئة والمجتمع والحوكمة في الآونة الأخيرة عاملاً مهماً في التنمية المستدامة للشركات (Qing, C., & Jin, S. 2023)، ويعتبر الذكاء الاصطناعي تغيراً رقمياً الذي يخلق بيئة الاستدامة والابتكار. وترتبط مخاوف التصنيع الذكي (Feng, T. 2023) بشكل كبير وإيجابي باستدامة الشركات، أي أن تركيز الشركات على مخاوف التصنيع الذكي سيعزز استدامة الشركة؛ ويعزز تركيز الشركات على مخاوف التصنيع الذكي استدامة الشركات من خلال التأثير على الابتكار الأخضر.

خامساً: الذكاء الاصطناعي في المحاسبة وجودة المعلومات المحاسبية

تتعامل الشركات في الوقت المعاصر (Miranda, P. C. F. 2023) بتفاعل معقد بين الابتكار الرقمي والإدارة المالية، ويبرز اعتماد أدوات التشغيل الآلي للمحاسبة كجانب حاسم من استراتيجياتها. ويظهر الأثر الإيجابي لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المحاسبة على كل من المسؤولية الاجتماعية للشركات وجودة المعلومات المحاسبية. ويوجد تفاعل معقد (Liu, H. 025) بين المشاركة المالية المدعومة بالبيانات الضخمة والتي تستند إلى التشغيل الآلي وجودة المعلومات المحاسبية. وهي تقدم استراتيجيات قابلة للتنفيذ للمؤسسات لتعزيز نماذج المشاركة المالية الخاصة بها، مع التأكيد على أهمية البيانات الضخمة في الإدارة المالية الحديثة. مما يعزز التقدم في الممارسات المالية في العصر الرقمي. كما أن تكنولوجيا المعلومات (Fitrios, R., etl.; 2022) وكفاءة المستخدم لها تأثير على جودة المعلومات المحاسبية اللازمة لصانعي القرار. وتؤثر تكنولوجيا المعلومات (Assad, S. N., 2024) (IT) على الممارسات المحاسبية، مع التركيز بشكل خاص على كيفية تحسين تكنولوجيا المعلومات لجودة وأداء المعاملات المحاسبية بشفافية وأمان.

سادساً: جودة المعلومات المحاسبية والاستدامة

في دراسة (Neiroukh, N., & Çağlar, D. 2025) أظهرت النتائج إلى وجود ارتباط إيجابي بين جودة نظم المعلومات في المحاسبة الإدارية وكل من دقة إعداد التقارير المالية واستدامة الشركات، حيث تُساهم دقة إعداد التقارير المالية جزئياً في هذه العلاقة. علاوةً على ذلك، وُجد أن الذكاء الاصطناعي والحوكمة الخضراء للشركات يُعززان العلاقات بين جودة نظم المعلومات في المحاسبة الإدارية ودقة إعداد التقارير المالية، وبين جودة نظم المعلومات في المحاسبة الإدارية واستدامة الشركات، على التوالي.

كما أظهرت دراسة (Xu, R., etl., 2025) تشير النتائج التجريبية إلى أن جودة المعلومات المحاسبية تحسّن أداء الابتكار الأخضر للشركات؛ كما أن كفاءة الإدارة تُعَلّل العلاقة بين جودة المعلومات المحاسبية وإنجازات الابتكار الأخضر، حيث تُظهر الشركات المملوكة للدولة والشركات الخاصة أنماطاً مختلفة. علاوة على ذلك، يختلف تأثير جودة المعلومات المحاسبية على أداء الابتكار الأخضر بين هذين النوعين من الشركات؛ كما يُظهر تأثير جودة المعلومات المحاسبية على أداء الابتكار الأخضر تبايناً بين الشركات ذات التلوث العالي والشركات ذات التلوث المنخفض.

وبينت دراسة (Wang, X., & Zhu, W. 2025) في ظل دمج التنمية المستدامة ضمن الأهداف الاستراتيجية للمؤسسات، حظي تأثير أنظمة المعلومات المحاسبية على أداء استدامة الشركات باهتمام كبير. وتظهر نتائج الدراسة أن جودة المعلومات تؤثر إيجاباً في أداء استدامة الشركات.

الدراسات السابقة:

- في دراسة (Ben Ahmed, 2026) هدفت إلى تحديد تأثير الذكاء الاصطناعي على المعلومات المحاسبية، من ناحية، وإدارة الأرباح من ناحية أخرى. وظهرت الدراسة أن دمج الذكاء الاصطناعي في المحاسبة يمكن أن يحل مشكلة عدم تناسق المعلومات، ويزيد من شفافية المعلومات المالية، ويحد من ممارسات إدارة الأرباح.
- وفي دراسة (Roos, Schlegel, & Kraus, 2025) بحثت في دمج الذكاء الاصطناعي في المحاسبة من خلال معالجة سؤالين بحثيين رئيسيين: (1) ما هي المتطلبات الأساسية لدمج حلول الذكاء الاصطناعي في المحاسبة؟ (2) ما هي العمليات المحاسبية المناسبة لاعتماد الذكاء الاصطناعي، وظهرت النتائج أن التنفيذ الناجح للذكاء الاصطناعي في المحاسبة يعتمد على العديد من المتطلبات الأساسية، بما في ذلك البنية التحتية المناسبة لتكنولوجيا المعلومات، والوصول إلى البيانات عالية الجودة، والامتثال التنظيمي وتحسين مهارات القوى العاملة. علاوة على ذلك، تشمل العمليات المحاسبية الرئيسية التي تستفيد من تكامل الذكاء الاصطناعي معالجة الفواتير واكتشاف الأخطاء والتنبؤ المالي والامتثال الضريبي.
- وفي دراسة (Korga, 2025) أظهرت أهمية للذكاء الاصطناعي في مجال المحاسبة، كما هو الحال في جميع المجالات. نظراً للحفاظ على الأنشطة القائمة على التكنولوجيا في مجال المحاسبة باستخدام الذكاء الاصطناعي، فمن الممكن تنفيذ الأنشطة بكفاءة وفعالية من خلال تقليل الأخطاء من خلال الأتمتة للعمل الروتيني.
- وفي دراسة (Alhazmi, etl., 2025) أظهرت نتائج هذه الدراسة إلى ضرورة تبني شركات التدقيق غير المصنفة ضمن "الأربع الكبرى" لتقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يُحسّن عملية اتخاذ القرارات، ويُقلل رسوم التدقيق، ويرفع جودة التقارير المالية، ويزيد كفاءة ودقة عمليات التدقيق. علاوة على ذلك، توصي هذه الدراسة شركات التدقيق غير المصنفة ضمن "الأربع الكبرى" التي تتبنى الذكاء الاصطناعي بتعزيز ثقافة التغيير لضمان جودة عمليات التدقيق واتساقها، والتغلب على مقاومة التغيير، ودعم دمج تقنيات مثل أتمتة التدقيق المدعومة بالذكاء الاصطناعي.
- في دراسة (Saral, Martincevic, & Sesar, 2024) أظهرت أن التقنيات الرقمية والتحول الرقمي تعلمان على تغيير الصناعة المالية. ولا توجد صناعة تقريباً لا تتأثر بالتقنيات الحديثة الجديدة، وكل ذلك لتحسين أداء الأعمال. وتستخدم كل صناعة تقريباً، بما في ذلك الشركات اليوم، تقنية جديدة لخلق قيمة مضافة وتحقيق ميزة تنافسية. وتوضح الورقة بوضوح الفوائد والمزايا التي توفرها التقنيات المعالجة اليوم في مجال المحاسبة والتمويل، وبالتالي تحسين إنتاجية العمل بشكل كبير.
- وفي دراسة (Abdioğlu, & Daştan, 2024) هدفت هذه الدراسة إلى فحص تفاعل الذكاء الاصطناعي مع الكفاءات المهنية الأساسية للمهنيين، والتي تشكل الأساس لعرض المعلومات المالية المفيدة في نظام المعلومات المحاسبية. وتم النظر في الدراسة في محور العلاقة والتفاعل الذي ينتهي إلى متغيرات «الذكاء الاصطناعي» و «نظام المعلومات المحاسبية» و «الخصائص النوعية للمعرفة المالية المفيدة» و «الكفاءات المهنية»، مصحوبةً بالنماذج المختلفة التي تم إنشاؤها. وحصلت الدراسة على نتيجة هي أن نظام المعلومات المحاسبية التفاعلي بالذكاء الاصطناعي يوفر فرصاً مبتكرة مهمة في عرض معلومات مفيدة في قياس مكاسب الكفاءة للأعضاء المحترفين ويساهم في عملية خلق القيمة. ويمكن أن يساهم تنفيذ عملية إنتاج المعلومات المالية المفيدة في إطار الكفاءات التفاعلية والمهنية للذكاء الاصطناعي في تحويل المحاسبة وبالتالي المهنة من هيكل المعاملات إلى هيكل موجه نحو القيمة. ومن المهم أن يكون لدى المحترفين نظام عمل متكامل بحيث يتمتعون بالكفاءات المهنية اللازمة في نظام المعلومات المحاسبية التفاعلي للذكاء الاصطناعي، والذي لا يمكن تجاهله للعمليات التحليلية والقرارات الاستراتيجية.
- وفي دراسة (Jaya, & Bhuana, 2024) هدفت إلى تقديم فرضية جديدة مفادها أن مهنة المحاسبة لن تنقرض وتستبدل بالذكاء الاصطناعي. بالإضافة إلى ذلك، هناك هدف آخر وهو الكشف عن الاحتياجات والمهارات التي يجب أن يمتلكها المحاسبون في المستقبل، بحيث يمكن مواصلة استدامة المهنة مع التطورات التكنولوجية (الذكاء الاصطناعي). وتنتشر العديد من الشائعات بأنه سيتم استبدال المحاسبة في المستقبل بالروبوتات، ولذلك سيتم تهديد المحاسبين بفقدان وظائفهم. ووصلت الدراسة إلى نتيجة أنه لن يتم استبدال وضع المحاسبين تماماً بالتكنولوجيا، بل سيتم تسهيله من خلال وجود التكنولوجيا في شكل برامج محاسبية، مما سيجعل عمل المحاسبين أسهل، وسيحتاج المحاسبون إلى القدرة على التكيف مع التغيرات التكنولوجية التي ستستمر في التطور. وتشمل هذه القدرات التكنولوجية وطرق التفكير وحل المشكلات. بالإضافة إلى ذلك، فإن المهارة المهمة التي يجب أن يتمتع بها المحاسبون المستقبليون هي: المهارة والتمكن في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- وفي دراسة (Mihai, & Dutescu, 2024) كان الغرض من هذه المقالة هو توضيح الطريقة التي تؤثر بها السياقات التكنولوجية والتنظيمية والبيئية على تنفيذ حلول الذكاء الاصطناعي من قبل شركات المحاسبة والتدقيق في أوروبا. وظهرت نتائج البحث أن التوافق والميزة النسبية وكفاءات الموظفين

والاستعداد التنظيبي ودعم الإدارة العليا وضغط الصناعة يؤثر بشكل إيجابي على تنفيذ الذكاء الاصطناعي. كما يؤثر الأمن والتعقيد والموارد واللوائح الحكومية إيجاباً على تنفيذ الذكاء الاصطناعي في المحاسبة والتدقيق. كما أن الشركات الصغيرة والمتوسطة أيضاً قد نفذت حلول الذكاء الاصطناعي علاوة على الشركات كبيرة الحجم.

- وفي دراسة (Cavlak, Kurt, & Kalafat, 2024) أظهرت أن الذكاء الاصطناعي أدى إلى تغييرات كبيرة في المحاسبة، وكذلك في جميع وظائف الأعمال. وتتأثر تقارير الشركات، وهي الناتج الرئيسي للمحاسبة ووسيلة التواصل مع أصحاب المصلحة في المؤسسة أيضاً بتطبيقات الذكاء الاصطناعي. ويمكن السبب الرئيسي وراء ارتباط تقارير الشركات بالذكاء الاصطناعي هو أن تقارير الشركات تحتوي على محتوى لغوي طبيعي وأن المعلومات المالية وغير المالية المعقدة التي تكشفها هذه اللغة يمكن إنشاؤها ومراجعتها وتحليلها في وقت أقل باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. وأظهرت الدراسة أنه من الممكن تسريع وتسهيل عمليات إعداد التقارير باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي. ومن المتوقع أن يتمتع الذكاء الاصطناعي بإمكانيات كبيرة في مجال إعداد التقارير، وتحويل عمليات إعداد التقارير، وتحسين جودتها.
- وفي دراسة (Mgammal, 2024) بحثت هذه الدراسة في التأثير التحويلي للذكاء الاصطناعي (AI) على الإجراءات المحاسبية في المملكة العربية السعودية من خلال فحص مواقف مهني المحاسبة وفهمهم وممارساتهم فيما يتعلق بتنفيذ الذكاء الاصطناعي. ووجدت الدراسة علاقات مباشرة مهمة بين الوعي بالذكاء الاصطناعي واستخدامه، ومشاركة الذكاء الاصطناعي والمحاسبين، وتأثير الذكاء الاصطناعي والإجراءات المحاسبية. وتشير هذه النتيجة إلى أن المحاسبين الذين هم على دراية بالذكاء الاصطناعي ويستخدمونه هم أكثر عرضة للانخراط في الذكاء الاصطناعي، مما يؤدي إلى تغييرات إيجابية في الإجراءات المحاسبية. علاوة على ذلك، تشير النتائج إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين تأثير الذكاء الاصطناعي والكفاءة المحاسبية على الإجراءات المحاسبية. كما كشفت النتائج أن مشاركة الذكاء الاصطناعي وتأثيره لعباً أدواراً وسيطة مهمة في هذه العلاقات. وتشير هذه النتائج إلى أنه في حين أن الوعي بالذكاء الاصطناعي واستخدامه وحدهما يمكن أن يؤديا إلى تحسين النتائج المحاسبية، إلا أن التأثير يتوسطه مستوى المشاركة مع الذكاء الاصطناعي.
- وفي دراسة (Brabete, etl., 2024) ركزت هذه الورقة على تحديد حلول محددة لإعادة تشكيل المناهج الدراسية في مجال تعليم المحاسبة، وتبسيط الضوء على التحديات المحتملة والتغلب عليها لإعادة تصميم العملية التعليمية في مجال المحاسبة، تحت تأثير الذكاء الاصطناعي.
- وفي دراسة (Smoleń-Bojańczyk, 2024) بينت هذه الدراسة تحليل كيفية تشكيل الممارسات المحاسبية الحديثة استجابة للثورة التكنولوجية بما في ذلك عملية الأتمتة والذكاء الاصطناعي. وتركز على كيفية دمج هذه الظواهر الجديدة في الوظائف والمسؤوليات اليومية للمحاسبين. وتحديد استراتيجيات محترفي المحاسبة للتكيف والتعاون مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، مما يضمن تكاملاً متوازناً وفعالاً. ووصلت الدراسة إلى نتائج أنه من المتوقع أن يؤدي دمج الذكاء الاصطناعي (AI) في عالم التمويل إلى تعزيز الكفاءة والفعالية بشكل كبير في مجال المحاسبة، على الرغم من أنه من غير المحتمل أن يحل الذكاء الاصطناعي محل المحاسبين البشريين بالكامل. ومن الصعب استبدال خبراء المحاسبة بتقنيات جديدة في المرحلة الحالية على الأقل من تطورها. وفي المحاسبة هناك حاجة إلى الحكم البشري والتفسير الاستراتيجي والقدرة على الاستفادة من الخبرة الشخصية، في صنع القرار، وخاصة في المهام المحاسبية المعقدة الصعبة.
- وفي دراسة (Fülöp, etl., 2024) بينت أن جائحة COVID-19 أجبرت العديد من الصناعات، بما في ذلك قطاع المحاسبة، على اعتماد تدابير الرقمنة للحفاظ على نشاطها خلال هذه الفترة المقيدة. وهكذا أصبحت الأنظمة المبتكرة والتقنيات المتقدمة لا غنى عنها في مهنة المحاسبة، وعلى الرغم من عدم قدرتها على تكرار الذكاء البشري، فقد تم اعتماد الذكاء الاصطناعي بسرعة في العديد من العمليات المحاسبية. وأظهرت نتائج البحث إلى أن التحول الرقمي من قبل مهنة المحاسبة في رومانيا هو عملية معقدة لا تزال في مرحلة أولية مقارنة بتلك الموجودة في الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي.
- وفي دراسة (Salazar-Rebaza, 2024) أظهرت أن الهدف العام من هذا البحث هو معرفة كيفية رؤية الذكاء الاصطناعي في المحاسبة من منظور المحاسبين البيروفيين. تم تطبيق استطلاع على 382 محاسباً، وتم الحصول على نتيجة مفادها أن 81% من المتخصصين في المحاسبة يعبرون عن تصور إيجابي فيما يتعلق بتطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال المحاسبة وأن 90% يعتبرون أنه مفيد لتحسين الكفاءة وخفض التكاليف. وأن مهنة المحاسبة لا تعتمد حتى الآن على التكنولوجيا بطريقة مناسبة عالمياً. لذلك من المهم أن اكتساب مهارات تقنية جديدة.
- وفي دراسة (Anica-Popa, etl., 2024) بينت المعارف والمهارات والمزايا المطلوبة من المحاسبين والمراجعين في ظل تقنيات الذكاء الصناعي، بهدف إحداث ثورة في التعلم مدى الحياة وتنمية المهارات ومساعدة العمليات اليومية وصنع القرار.
- وفي دراسة (Al Najjar, etl., 2024) بينت هذه الدراسة أثر الذكاء الاصطناعي (AI) في الحد من الأخطاء المحاسبية من زاويتين متميزتين: مطوري برامج المحاسبة، والمحاسبين العامين المعتمدين. وأظهرت النتائج التي توصلنا إليها البحث عن فوائد كبيرة لمطوري البرامج. ويعالج الذكاء الاصطناعي بفعالية العديد من الأخطاء المحاسبية، بما في ذلك التناقضات في معدل الضرائب، وعدم دقة الفترة النهائية، والانتهاكات الرئيسية، والمعاملات المخفية، والأخطاء الرياضية، وأخطاء التلاعب. ومع ذلك، تختلف فعالية الذكاء الاصطناعي. في حين أنه يخفف بنجاح بعض الأخطاء، مثل تلك المتعلقة بالمبادئ، إلا أنه يخفق في القضاء على الأخطاء الرياضية. ويساهم هذا البحث في رؤى جديدة حول دور الذكاء الاصطناعي في المحاسبة داخل الأسواق الناشئة، مما يعزز فهمنا لإمكاناته وحدوده.

- وفي دراسة (Grácio, 2024) بينت أن الذكاء الاصطناعي يلعب دورًا حيويًا في حياتنا المعاصرة في شتى المجالات ومن ضمنها المحاسبة. ويوفر الذكاء الاصطناعي الجهد والوقت، ويوفر معلومات لاتخاذ القرارات، ولكن تكلفته مرتفعة وقد يواجه بعض العيوب. ولا يمكن للذكاء الاصطناعي أن يستبدل مهنة المحاسبة وإنما يعززها. ولا بد من تدريب ممارسي مهنة المحاسبة على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- وفي دراسة (Abdelhalim, etl., 2023) استجابةً للمخاوف المتعلقة بالقضايا البيئية ودور شركات التصنيع في الحفاظ على الكفاءة البيئية، هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في الدور المعتدل لمحاسبة الإدارة البيئية المدعومة رقميًا (EMA) في العلاقة بين الكفاءة البيئية وأداء استدامة الشركات. وكشفت نتائج تحليل الانحدار الخطي أن هناك علاقة مباشرة غير مهمة بين الكفاءة البيئية وأداء استدامة الشركات، في حين أن هناك تأثيرًا معتدلاً كبيراً لـ EMA على الصلة بين الكفاءة البيئية والاستدامة البيئية للشركات، وينطبق هذا التأثير المعتدل الكبير أيضاً على الربط بين التطبيقات الرقمية والاستدامة البيئية للشركات. وتقدم هذه الدراسة رؤى جيدة في مجال أداء الاستدامة البيئية على نطاق الأعمال في السياق السعودي كإقتصاد ناشئ، حيث يمكن اعتبارها مساهمة مبتكرة في الجوانب النظرية والعملية في سياق تبني القضايا الخضراء الأخيرة؛ ومن الناحية النظرية، تقدم أدلة إضافية على دور EMA الرقمي في تحسين أداء الاستدامة البيئية، ومن الناحية العملية، يمكن أن تكون نتائج الدراسة مفيدة للاستراتيجية وصانعي السياسات في الشركات والهيئات التنظيمية للاستدامة البيئية الأداء.
- وفي دراسة (Sudaryanto, etl., 2023) هدفت إلى تحديد تأثير الاستعداد التكنولوجي والكفاءة الرقمية والفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام على تبني طلاب المحاسبة لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. وظهرت نتائج الدراسة أن سهولة الاستخدام والفائدة المتصورة تؤثر بشكل كبير على اعتماد تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي. ومع ذلك، لا تؤثر الكفاءة الرقمية والاستعداد التكنولوجي على اعتماد تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في اندونيسيا.
- وفي دراسة (Alfares, & Şavlı, 2023) هدفت إلى تحليل وعي وإدراك المحاسبين لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الممارسات المحاسبية وتحديد ما إذا كانت خصائص المحاسبين تؤثر بشكل كبير على وعيهم وتصورهم لاستخدام الذكاء الاصطناعي في الممارسات المحاسبية. وأظهرت نتائج الدراسة أن المحاسبين على دراية كبيرة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الممارسات المحاسبية، وأن تصورهم داعم.
- وفي دراسة (Teixeira, C. A. M. 2023) بينت أن الذكاء الاصطناعي أحدث ثورة في الاقتصاد ومع نمو المستمر أصبح ضرورياً ومألوفاً، ليس فقط من المنظمات ولكن أيضاً من المهنيين، وأظهرت نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها إلى أن هناك اعتقاداً بأن الذكاء الاصطناعي سوف يملأ جزءاً كبيراً من المهام الروتينية، ولكن دور المحاسب سيكون ضرورياً دائماً، ولكن أكثر في مجال الإشراف.
- وفي دراسة (Alrfai, etl., 2023) هدفت إلى التعرف على تأثير الذكاء الاصطناعي على كفاءة نظم المعلومات المحاسبية (AIS) في الشركات الصناعية الأردنية. وظهرت النتائج أن هناك تأثيراً كبيراً وإيجابياً لأبعاد الذكاء الاصطناعي (أي الأنظمة الخبيرة والخوارزميات الجينية والعوامل الذكية) على كفاءة AIS في الشركات الصناعية الأردنية. لكن النتيجة كشفت أن الشبكة العصبية كأبعاد للذكاء الاصطناعي لها تأثير غير مهم على كفاءة AIS، ووجدت النتيجة أيضاً أن التطبيق الفعال للأمن السيبراني يعمل على تعديل العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وكفاءة AIS. كما سلطت النتائج الضوء على أهمية التطبيق الفعال للأمن السيبراني في مثل هذا العصر التكنولوجي.
- وفي دراسة (Peng, etl., 2023) بينت أن الذكاء الاصطناعي قوة داعمة في كثير من التخصصات والمحاسبة ليست استثناء. كما تبين الدور الجوهري للذكاء الاصطناعي في المحاسبة لكل من التقارير المالية والتدقيق واتخاذ القرارات، ويعطي المحاسبين فرصة لزيادة الدقة والكفاءة ودعم القرار أثناء القيام بأعمالهم المحاسبية. كما تسلط الدراسة الضوء أيضاً على آثار الذكاء الاصطناعي في المحاسبة لتحقيق العديد من أهداف التنمية المستدامة. فيمكن للأتمتة القائمة على الذكاء الاصطناعي من إعادة هيكلة الأنشطة المالية، وتقليل الوقت واستهلاك الموارد، واتخاذ قرارات مستدامة استناداً إلى البيانات في الوقت الفعلي.
- وفي دراسة (Vărzaru, 2022) أظهرت أنه في بيئة الأعمال المعاصرة والمتغيرة باستمرار والتي تتميز بالعمولة والانفتاح والقدرة التنافسية، أصبح تنفيذ عمليات مختلفة لتقنيات المعلومات الجديدة ميزة تنافسية. ويعد مجال المحاسبة الإدارية مثلاً ناجحاً لتنفيذ الذكاء الاصطناعي في العمليات وعمليات صنع القرار بناءً على المعلومات المحاسبية. ومع ذلك، يجب معالجة القضايا الأخلاقية في المحاسبة الإدارية وتلك المضافة من خلال تنفيذ الذكاء الاصطناعي بعناية. يخلص البحث إلى أن حلول الذكاء الاصطناعي تحل العديد من القضايا الأخلاقية في المحاسبة الإدارية. ومع ذلك، من خلال تصميمها وتطبيقها، يمكن لحلول الذكاء الاصطناعي أن تخلق مشاكل أخلاقية أخرى خاصة بالمحاسبة الإدارية وأخلاقيات الأعمال. لذلك، على الرغم من جميع الحواجز وإحجام المهنيين، فإن الذكاء الاصطناعي سيؤثر بشكل كبير على المحاسبة الإدارية في السنوات القادمة.
- وفي دراسة (Ionescu, L. 2022) تناولت أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعمل على تحسين الجودة والكفاءة والشفافية وقابلية التفسير في مهام المحاسبة والتدقيق. وأظهرت الدراسة أن تقنية النمذجة المعرفية والتعلم العميق للشبكات العصبية أمران حاسمان في تحسين البيانات المحاسبية ومكافحة التهرب الضريبي للشركات من خلال جمع البيانات ومعالجتها.
- وفي دراسة (Gerasymchuk, etl., 2022) كان الهدف من هذه الورقة هو التحقيق في أسباب إبطاء إدخال الذكاء الاصطناعي في مجال المحاسبة في الشركات الأوكرانية. وأظهرت النتائج أن استخدام الذكاء الاصطناعي يتم ملاحظته فقط لمهام محاسبية معينة. لقد ثبت أن الاستخدام المتكامل للذكاء الاصطناعي كنظام شامل للمحاسبة المتكاملة للمؤسسة بجميع أنواعها هو الأكثر فعالية. ويشار إلى أن السبب الرئيسي لاستخدام الذكاء الاصطناعي هو النمو السريع للمعلومات المحاسبية فوق المستوى الحرج، مما يتسبب في زيادة حادة في الأخطاء المحاسبية وصعوبة اكتشافها بطرق قديمة، ويُقترح

الاستعداد المتكامل لتنفيذ الذكاء الاصطناعي، ويتم إنشاء مكوناته وتطوير طريقة تطبيقه. وتم تحديد أسباب إبطاء تنفيذ الذكاء الاصطناعي في أوكرانيا، وتم اقتراح طرق للقضاء عليه.

- وفي دراسة (Liu, Wang, & Zou, 2022) بينت هذه الدراسة أنه مع تطور اقتصاد الإنترنت وظهور عصر الذكاء الاصطناعي، أصبح التحول في الشركات من المحاسبة المالية إلى المحاسبة الإدارية اتجاهًا حتميًا للإدارة المالية. وتم في هذه الدراسة شرح أهمية التحول من المحاسبة المالية إلى المحاسبة الإدارية في ظل خلفية الذكاء الاصطناعي، وتم تحليل الوضع الحالي ومشاكل وأسباب الانتقال. بالإضافة إلى ذلك، تم طرح تطوير نظام محاسبة الإدارة الذاتية على أساس محرك قواعد Drools، بما في ذلك إدارة القواعد ومحرك القواعد. وتم تحليل العمليات الأساسية مثل مطابقة الأنماط والفواتير التلقائية، كما تم تصميم الأنظمة الفرعية الأساسية مثل تلقي البيانات ومعالجتها ومحرك قواعد المحاسبة بالتفصيل. كما تم مناقشة التقدم التكنولوجي والاستقرار الهيكلي لهذا النظام، والذي يمكن أن يوفر مرجعًا لتعزيز التحول من المحاسبة المالية إلى المحاسبة الإدارية في ظل الذكاء الاصطناعي.
- وفي دراسة (Korobeynikova, etl., 2021) تناولت أنه في روسيا، يتم إيلاء الكثير من الاهتمام لتطوير الاقتصاد الرقمي وتقنيات الذكاء الاصطناعي. وتحتاج المنظمات الزراعية إلى الذكاء الاصطناعي. ويخلق الذكاء الاصطناعي فرصًا جديدة لإثبات قرارات الإدارة، بما في ذلك في مجال المحاسبة الإدارية. وكان الهدف من الدراسة هو تطوير اتجاهات لاستخدام الذكاء الاصطناعي في المحاسبة الإدارية للمنظمات الزراعية. وتم اقتراح توسيع بيان هدف المحاسبة الإدارية (تعزيز كفاءة وموثوقية واكتمال المعلومات المقدمة للإدارة) والمهام (تحديد وقياس معايير النشاط؛ زيادة كفاءة جمع المعلومات؛ الإعداد التشغيلي ومعالجة المعلومات بدرجة معينة من التفاصيل وعمق الفارق الزمني؛ تعزيز جودة التحليل الإداري والتحكم والتخطيط والتنبؤ). واقترح استكمال الخصائص المنهجية لمبادئ ووظائف المحاسبة الإدارية بقدرات تحليلية وتنظيمية جديدة. وخلص إلى أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يصبح أداة محاسبة إدارية تطبيقية، مما يوسع قدراته التقليدية.
- وفي دراسة (Liu, 2021) أظهرت الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات مثل الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة، تتطور بوتيرة سريعة، كما تتطور متطلبات المهنيين الماليين في هذا العصر. ويتغير دور المحاسبين بهدوء في الشركات. ويمكن التنبؤ بالاتجاه المستقبلي بالفعل: سينخفض عدد موظفي المحاسبة العامة المشاركين في التمويل الأساسي والتدقيق والضرائب تدريجيًا. هل سيتم استبدال المحاسبين بالذكاء الاصطناعي؟ لم يعد هذا خيارًا، ولكنه موضوع يحتاج محترفو المحاسبة إلى مواجهته والتفكير فيه. وبناءً على ذلك، تستكشف هذه الورقة تطوير الذكاء الاصطناعي على نهج نظام مسك الدفاتر المحاسبية.
- وفي دراسة (Cao, 2021) أظهرت أنه في السنوات الأخيرة، أدى التحديث المستمر والتحول للحوسبة عالية الأداء وتكنولوجيا الإنترنت إلى إحداث تأثير ثوري في تطوير صناعات المحاسبة الاقتصادية والمالية. وعززت التكنولوجيا الفائقة التي تمثلها الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي للبيانات الضخمة «الثورات الصناعية الأربع الأولى»، وكان لتطبيق تقنية الذكاء الاصطناعي تأثير عميق على عملية العمل المحاسبي التقليدية والقواعد والوضع الوظيفي للممارسين. إن كيفية التكيف مع الطلب على محترفي المحاسبة في عصر الذكاء الاصطناعي، وتسريع بناء ابتكار نموذج تدريب المواهب الحالي هي مشكلة يجب مواجهتها وتحليلها في المستقبل.
- وفي دراسة (Haddad, 2021) أظهرت أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أحدثت ثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات من خلال إنشاء أجهزة وبرامج ذكية تعمل وتتفاعل مثل البشر. يتعلق الأمر بمجال العلوم الذي يهدف إلى تزويد الآلات بالقدرة على أداء وظائف مثل المنطق والتخطيط والتعلم والإدراك. وبهذا المعنى، تأثر الانضباط المحاسبي بالذكاء الاصطناعي في إعادة هيكلة نماذج الأعمال والعمليات التجارية. وتوصلت الدراسة إلى العديد من التوصيات، بما في ذلك الحاجة إلى تعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي في البنوك لرفع التميز في البنوك، وأن تقوم إدارة البنوك بمساعدة الأنظمة الأردنية الخبيرة في اكتساب المعرفة من واقع أنظمة قواعد المعرفة المخزنة في العديد من المجالات التي تدعم الإدارة العليا.
- وفي دراسة (Li, Haohao, & Ming, 2020) بينت أن التطور السريع للذكاء الاصطناعي أدى إلى تعزيز العديد من التغييرات في مجال المحاسبة الحديثة. وبحوث هذه الورقة من خلال البحث الأدبي في تأثير الذكاء الاصطناعي على أعمال المحاسبة ونظرية المحاسبة وقدرة موظفي المحاسبة في السنوات الأخيرة. وأظهرت نتائج الدراسة: أولاً يحرر الذكاء الاصطناعي موظفي المحاسبة من العمل المتكرر منخفض المستوى، والتركيز الأصلي لتغيير المحاسبة المالية للشركة لتوفير المعلومات لدعم قرارات الأعمال؛ ثانيًا، تعزيز تقاطع نظرية المحاسبة والذكاء الاصطناعي في تطوير نظرية المحاسبة ونظرية خلق القيمة وآلية الذكاء الإداري. ثالثًا، الخبرة المالية للمحاسبين المتطلبين وذوي الخلفية المعقدة متعددة التخصصات ومع الجامعات والشركات.
- وفي دراسة (Guomin, 2019) ركزت هذه الدراسة على هذه الورقة على تحليل المشكلات الموجودة في تدريس الممارسة المحاسبية الحالية في سياق الذكاء الاصطناعي من منظور إصلاح التدريس العملي. في الوقت نفسه، تستكشف هذه الورقة الاتجاه الجديد لإصلاح تدريس الممارسة المحاسبية من جوانب محتوى تدريس الممارسة المحاسبية، وبيئة تدريس ممارسة المحاسبة، وممارسة المحاسبة، وفريق أعضاء هيئة التدريس، ونظام تقييم تدريس الممارسة المحاسبية.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

أفراد الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة في هذا البحث من المحاسبين العاملين في الشركات المساهمة السعودية والمدراء الماليين بالإضافة إلى عينة من أساتذة قسم المحاسبة في الجامعات السعودية. ووزعت استبانة الدراسة عليهم إلكترونياً، بالبريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل عشوائي. وقد استردت (126) استبانة، ولم تستبعد أي استبانة، وتم استخدام مقياس ليكارت الخماسي للإجابة على أسئلة الاستبانة. طريقة العينة: اختيار طبقى حسب القطاع (مثل: الطاقة، الصناعة، الخدمات المالية، الخدمات الاستهلاكية، المواد الأساسية) ثم عينة عشوائية من كل قطاع لضمان التنوع. ويبين جدول (1) الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد الدراسة.

جدول (1): الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد الدراسة

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
الوظيفة	مدير مالي	10	7.9
	رئيس قسم الحسابات	6	4.8
	محاسب أول	26	20.6
	محاسب مساعد	36	28.6
	أخرى	48	38.1
المؤهل العلمي	دراسات عليا	8	6.3
	دبلوم تأهيلي	2	1.6
	بكالوريوس	116	92.1
الخبرة	أقل من 3 سنوات	112	88.9
	من 3 إلى 6 سنوات	2	1.6
	من 6 إلى 9 سنوات	4	3.2
	من 9 إلى 12 سنة	4	3.2
	أكثر من 12 سنة	4	3.2

صدق الاستبانة وثباتها:

تم التحقق من دلالات صدق أداة الدراسة، حيث تم التحقق من الصدق الظاهري للاستبانة بعرضها على أربعة محكمين من أساتذة المحاسبة بالجامعات السعودية، لمعرفة مدى ملائمة الفقرات لما وضعت لقياسه، ومدى سلامة صياغتها اللغوية. وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين، من إعادة صياغة بعض الفقرات ولم يتم حذف أو إضافة أية فقرات. وتم التحقق من صدق البناء للاستبانة من خلال استخدام معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية، وقد أظهرت النتائج الواردة في جدول (2) أن معاملات ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية لكل متغيرات الدراسة كانت أكبر من 0.30 وبذلك فإن الاستبانة تتمتع بدلالات صدق البناء. هذا، وقد استخراج معامل الثبات لأداة الدراسة، بالاعتماد على الاتساق الداخلي لاستجابات أفراد الدراسة على فقرات الاستبانة، حيث بلغ عددهم (126) فرداً، واستخدمت معادلة كرونباخ – ألفا Cronbach's Alpha، وبينت النتائج أن جميع قيم معامل الثبات كانت مرتفعة ومقبولة، فقد كانت أكبر من (0.70)، ويبين جدول (2) ذلك.

جدول (2): قيم معامل الصدق والثبات لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	رقم الفقرة	ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية (صدق البناء)	معامل الثبات
الذكاء الصناعي	1	.809	.910
	2	.733	
	3	.748	
	4	.848	
	5	.730	
المقارنة بالطرق التقليدية	6	.822	.960
	7	.863	
	8	.891	
	9	.850	
	10	.864	
	11	.877	
	12	.861	
جودة المعلومات	13	.905	.968
	14	.847	
	15	.878	
	16	.915	
	17	.901	
	18	.941	
	19	.854	
الاستدامة			.951

.732	20
.833	21
.832	22
.805	23
.860	24
.833	25
.808	26

المعالجة الإحصائية:

استخدم برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for Social Science SPSS) لإجراء الاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسبة المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية ومعامل كرونباخ الفا.
- اختبارات للعينة الواحدة.
- اختبار الانحدار البسيط والمتعدد.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

يظهر جدول (3) نتائج الإجابة عن سؤال الدراسة الأول: "هل تطبيق الشركات المساهمة السعودية تقنيات الذكاء الصناعي في عملياتها المحاسبية؟"، وعلى النحو الآتي:

جدول (3): تطبيق الشركات المساهمة السعودية تقنيات الذكاء الصناعي في عملياتها المحاسبية مرتبة تنازلياً				
الرقم	تطبيق تقنيات الذكاء الصناعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
3	تطبيق الشركة التي تعملون بها تقنيات الذكاء الاصطناعي عند إعداد القوائم المالية الرئيسية	3.32	1.288	1
2	تطبيق الشركة التي تعملون بها تقنيات الذكاء الاصطناعي عند القيام بالأعمال المحاسبية الروتينية (الدورة المحاسبية)	3.22	1.283	2
4	تطبيق الشركة التي تعملون بها تقنيات الذكاء الاصطناعي عند إعداد الموازنات التخطيطية	3.06	1.198	3
1	تطبيق الشركة التي تعملون بها تقنيات الذكاء الاصطناعي عند ادخال الفواتير والمشتريات	3.02	1.345	4
5	تطبيق الشركة التي تعملون بها تقنيات الذكاء الاصطناعي عند اتخاذ القرارات الادارية	2.90	1.236	5
-	التطبيق الكلي	3.10	1.089	-

يبين جدول (3) أن مستوى تطبيق الشركات المساهمة السعودية تقنيات الذكاء الصناعي في عملياتها المحاسبية متوسط بمتوسط بلغ (3.10). وتشير النتائج كذلك إلى أن تطبيق الشركة التي تعملون بها تقنيات الذكاء الاصطناعي عند إعداد القوائم المالية الرئيسية شكلت أعلى تطبيق بمتوسط (3.32)، في حين أنه تطبيق الشركة التي تعملون بها تقنيات الذكاء الاصطناعي عند اتخاذ القرارات الادارية الأقل تطبيقاً بمتوسط (2.90) وبمستوى متوسط. هذا، ويظهر جدول (4) نتائج الإجابة عن سؤال الدراسة الثاني: "ما هي مزاي تطبيق الشركات المساهمة السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في عملياتها المحاسبية مقارنة بالطرق التقليدية؟"، وعلى النحو الآتي:

جدول (4): مزاي تطبيق الشركات السعودية تقنيات الذكاء الصناعي في عملياتها المحاسبية مقارنة بالطرق التقليدية مرتبة تنازلياً				
الرقم	تطبيق مزاي تقنيات الذكاء الصناعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
10	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها الى تحسين دقة وكفاءة العمليات المحاسبية.	3.71	1.118	1
11	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها الى تحليل البيانات المالية بشكل أسرع وأدق، وتوفير توصيات دقيقة	3.70	1.147	2
6	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها الى توفير الجهد والتكلفة وتعظيم الإيرادات.	3.66	1.118	3
7	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها الى تقليل الأخطاء المحاسبية.	3.64	1.196	4
8	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها الى تخفيض فرص الغش والاحتيال في القوائم المالية.	3.62	1.109	5
9	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها الى الحصول على قوائم مالية في الوقت المناسب لترشيد اتخاذ القرارات.	3.59	1.182	6
12	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها الى تحسين قدرة التنبؤ المالي للشركات.	3.49	1.130	7
-	الميزة الكلية	3.63	1.028	-

يبين جدول (4) أن مستوى مزايا تطبيق الشركات السعودية تقنيات الذكاء الصناعي في عملياتها المحاسبية مقارنة بالطرق التقليدية متوسط بمتوسط بلغ (3.63). وتشير النتائج كذلك إلى أنه أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى تحسين دقة وكفاءة العمليات المحاسبية شكلت أعلى ميزة بمتوسط (3.71) وبمستوى مرتفع، في حين أنه أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى تحسين قدرة التنبؤ المالي للشركات شكلت أقل ميزة بمتوسط (3.49) وبمستوى متوسط.

ويظهر جدول (5) نتائج الإجابة عن سؤال الدراسة الثالث: "ما مستوى جودة المعلومات المحاسبية في الشركات المساهمة السعودية؟"، وعلى النحو الآتي:

جدول (5): جودة المعلومات المحاسبية في الشركات المساهمة السعودية مرتبة تنازلياً				
الرقم	مستوى جودة المعلومات المحاسبية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
14	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحصول على معلومات في الوقت المناسب.	3.73	1.106	مرتفع
16	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحصول على معلومات قابلة للمقارنة.	3.67	1.131	مرتفع
17	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحصول على معلومات قابلة للفهم.	3.62	1.094	متوسط
13	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحصول على معلومات ملائمة.	3.59	1.097	متوسط
18	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الشفافية في الحصول على المعلومات.	3.57	1.113	متوسط
15	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحصول على معلومات موثوقة.	3.44	1.142	متوسط
-	المستوى الكلي	3.60	1.036	متوسط

يبين جدول (5) أن مستوى جودة المعلومات المحاسبية في الشركات المساهمة السعودية متوسط بمتوسط بلغ (3.60). وتشير النتائج كذلك إلى أنه أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحصول على معلومات في الوقت المناسب شكلت أعلى مستوى بمتوسط (3.73) وبمستوى مرتفع، في حين أنه أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحصول على معلومات موثوقة شكلت أقل مستوى بمتوسط (3.44) وبمستوى متوسط.

ويظهر جدول (6) نتائج الإجابة عن سؤال الدراسة الثالث: "ما مستوى استدامة الشركات المساهمة السعودية؟"، وعلى النحو الآتي:

جدول (6): استدامة الشركات المساهمة السعودية مرتبة تنازلياً				
الرقم	مستوى استدامة الشركات المساهمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
22	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الامتثال المالي للقوانين والتشريعات للشركات.	3.76	1.099	مرتفع
25	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى إدارة الموارد المتاحة بكفاءة.	3.63	1.177	متوسط
24	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى تحسين إدارة المخاطر.	3.56	1.099	متوسط
19	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحوكمة بشكل فعال.	3.52	1.198	متوسط
21	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى تحقيق مزايا تنافسية للشركات.	3.43	1.169	متوسط
26	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى إعداد تقارير استدامة (بيئية واجتماعية).	3.40	1.153	متوسط
23	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الابتكار والإبداع في المنتجات.	3.32	1.157	متوسط
20	أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحد من تلوث البيئة، والاقتصاد البيئي والاجتماعي.	3.25	1.173	متوسط
-	المستوى الكلي	3.48	.996	متوسط

يبين جدول (6) أن مستوى استدامة الشركات المساهمة السعودية متوسط بمتوسط بلغ (3.48). وتشير النتائج كذلك إلى أنه أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الامتثال المالي للقوانين والتشريعات للشركات شكلت أعلى مستوى بمتوسط (3.76) وبمستوى مرتفع، في حين أنه أدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركة التي تعملون بها إلى الحد من تلوث البيئة، والاقتصاد البيئي والاجتماعي شكلت أقل مستوى بمتوسط (3.25) وبمستوى متوسط.

لاختبار صحة فرضية الدراسة الأولى، "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية". فقد استخدم اختبار الانحدار البسيط لتحديد أثر الذكاء الاصطناعي في المحاسبة على استدامة الشركات المساهمة السعودية، وجدول (7) يبين نتائج الاختبار.

جدول (7): نتائج الانحدار لأثر الذكاء الاصطناعي في المحاسبة على استدامة الشركات المساهمة السعودية

المتغير المستقل	بيتا	ت المحسوبة	ر2 المعدلة	مستوى الدلالة
الذكاء الاصطناعي	0.756	12.868	0.268	*0.000

* ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$).

يلاحظ من جدول (7) أن الذكاء الاصطناعي في المحاسبة له أثر على استدامة الشركات المساهمة السعودية، حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (12.686)، بقيمة احتمالية بلغت (0.000)، وهي أقل من مستوى دلالة ($0.05 = \alpha$). ويتبين من الجدول أيضاً أن تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة يُفسر ما مقداره (57.2%) من التباين في استدامة الشركات المساهمة. وبناءً على هذه النتائج فإنه تقبل الفرضية البديلة التي نصها: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية". وهذا ما شارته إليه الدراسات السابقة: دراسة (Li, J., & Jin, X., 2024) والتي ركزت على التغيير التنظيمي الداخلي وتطوير القدرات الرقمية لتحقيق أهداف الاستدامة، ودراسة (Qing, C., & Jin, S., 2023) والتي ركزت على البيئة والمجتمع والحوكمة والتغير الرقمي في التنمية المستدامة للشركات، ودراسة (Peng, Y., et al., 2023) والتي ركزت على بيان الدور الجوهري للذكاء الاصطناعي في المحاسبة لكل من التقارير المالية والتدقيق واتخاذ القرارات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة. وتشابه الدراسات السابقة مع دراستنا في التأثير الإيجابي للذكاء الاصطناعي على استدامة الشركات، وتختلف معها في أن الدراسات السابقة ركزت بشكل أساسي على البعد التشغيلي، بينما أولت دراستنا البعدين البيئي والاجتماعي والاقتصادي بالإضافة إلى البعد التشغيلي. ولاختبار صحة فرضية الدراسة الثانية، "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة وجودة المعلومات المحاسبية". فقد استخدم اختبار الانحدار البسيط لتحديد أثر الذكاء الاصطناعي في المحاسبة على جودة المعلومات المحاسبية بالشركات المساهمة السعودية، وجدول (8) يبين نتائج الاختبار.

جدول (8): نتائج الانحدار لأثر الذكاء الاصطناعي في المحاسبة على جودة المعلومات المحاسبية بالشركات المساهمة السعودية

المتغير المستقل	بيتا	ت المحسوبة	ر2 المعدلة	مستوى الدلالة
الذكاء الاصطناعي	0.764	13.204	0.584	*0.000

* ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$).

يلاحظ من الجدول (8) أن الذكاء الاصطناعي في المحاسبة له أثر على جودة المعلومات المحاسبية بالشركات المساهمة السعودية، حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (13.204)، بقيمة احتمالية بلغت (0.000)، وهي أقل من مستوى دلالة ($0.05 = \alpha$). ويتبين من الجدول أيضاً أن تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة يُفسر ما مقداره (58.4%) من التباين في جودة المعلومات المحاسبية بالشركات المساهمة. وبناءً على هذه النتائج فإنه تقبل الفرضية البديلة التي نصها: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة وجودة المعلومات المحاسبية". وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات السابقة: دراسة (Miranda, 2023)، والتي تناولت التفاعل المعقد بين الابتكار الرقمي والإدارة المالية وجودة المعلومات المحاسبية، ودراسة (Liu, H., 2025) والتي ركزت على المشاركة المالية المدعومة بالبيانات الضخمة، والتي تستند إلى التشغيل الآلي وجودة المعلومات المحاسبية، ودراسة (Fitrios, R., et al., 2022) التي ركزت على أثر تكنولوجيا المعلومات، وكفاءة المستخدم على جودة المعلومات المحاسبية. وتشابه الدراسات السابقة مع دراستنا في التأثير الإيجابي للذكاء الاصطناعي على جودة المعلومات المحاسبية، وتختلف معها في أن الدراسات السابقة تناولت قطاعات محددة في حين أن دراستنا تناولت الشركات المساهمة السعودية بشكل عام مما يزيد من تعميم النتائج في أثر الذكاء الاصطناعي على جودة المعلومات المحاسبية. ولاختبار صحة فرضية الدراسة الثالثة، "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية واستدامة الشركات المساهمة السعودية". فقد استخدم اختبار الانحدار البسيط لتحديد أثر جودة المعلومات المحاسبية على استدامة الشركات المساهمة السعودية، وجدول (9) يبين نتائج الاختبار.

جدول (9): نتائج الانحدار لأثر جودة المعلومات المحاسبية على استدامة الشركات المساهمة السعودية

المتغير المستقل	بيتا	ت المحسوبة	ر2 المعدلة	مستوى الدلالة
جودة المعلومات المحاسبية	0.945	32.025	0.892	*0.000

* ذات دلالة إحصائية على مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$).

يلاحظ من جدول (9) أن جودة المعلومات المحاسبية لها أثر على استدامة الشركات المساهمة السعودية، حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (32.025)، بقيمة احتمالية بلغت (0.000)، وهي أقل من مستوى دلالة ($0.05 = \alpha$). ويتبين من الجدول أيضاً أن جودة المعلومات المحاسبية تُفسر ما مقداره (89.2%) من التباين في استدامة الشركات المساهمة. وبناءً على هذه النتائج فإنه تقبل الفرضية البديلة التي نصها: "توجد علاقة ذات دلالة

إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية واستدامة الشركات المساهمة السعودية". وتتوافق نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة: دراسة (Neiroukh, N. & Çağlar, D. 2025) والتي ركزت على وجود ارتباط إيجابي بين جودة نظم المعلومات في المحاسبة الإدارية وكل من دقة إعداد التقارير المالية واستدامة الشركات، ودراسة (Xu, R., et al., 2025) والتي ركزت على أن جودة المعلومات المحاسبية تحسّن أداء الابتكار الأخضر للشركات (الاستدامة البيئية)، ودراسة (Wang, X., & Zhu, W. 2025) التي ركزت على أثر جودة أنظمة المعلومات المحاسبية على أداء استدامة الشركات. وتتشابه هذه الدراسات مع دراستنا في التأثير الإيجابي لجودة المعلومات المحاسبية على استدامة الشركات، في حين ركزت دراستنا على الامتثال المالي للتشريعات، والاستدامة البيئية والتشغيلية والاجتماعية والاقتصادية، والمزايا التنافسية، والابتكار والابداع لدى الشركات المساهمة السعودية. وللاختبار صحة فرضية الدراسة الرابعة، "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية كوسيط بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية". فقد استخدم اختبار الانحدار المتعدد المراحل لتحديد أثر الذكاء الاصطناعي في المحاسبة على استدامة الشركات المساهمة السعودية في ظل وجود جودة المعلومات المحاسبية كوسيط، وجدول (10) يبين نتائج الاختبار.

جدول (10): نتائج الانحدار لأثر الذكاء الاصطناعي في المحاسبة على استدامة الشركات المساهمة السعودية في ظل وجود جودة المعلومات المحاسبية كوسيط

نماذج الانحدار	المتغيرات المستقلة	بيتا	ت المحسوبة	مستوى الدلالة	2 المعدلة
النموذج الأول	الذكاء الاصطناعي	0.756	2.450	*0.000	0.572
النموذج الثاني	الذكاء الاصطناعي	0.082	1.812	0.072	0.895
	جودة المعلومات المحاسبية	0.882	19.451	*0.000	

يلاحظ من جدول (10) أن الذكاء الاصطناعي في المحاسبة ليس له أثر على استدامة الشركات المساهمة السعودية في ظل وجود جودة المعلومات المحاسبية كوسيط، حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة للنموذج الثاني (1.812)، بقيمة احتمالية بلغت (0.072)، وهي أكبر من مستوى دلالة ($\alpha=0.05$). وبناءً على هذه النتائج فإنه تقبل الفرضية العدمية التي نصها: "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المعلومات المحاسبية كوسيط بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية". وهذه الدراسة هي الأولى التي تجرى في المملكة العربية السعودية لبيان الدور الوسيط لجودة المعلومات المحاسبية بين الذكاء الاصطناعي في المحاسبة واستدامة الشركات المساهمة السعودية.

خلاصة ونتائج الدراسة:

التوصيات:

- تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركات المساهمة السعودية لما له أثر على دقة وجود المعلومات المحاسبية واستدامة الشركات بما في ذلك.
- تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركات المساهمة السعودية عند اتخاذ القرارات الإدارية.
- تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركات المساهمة السعودية عند التنبؤ المالي للشركات.
- تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركات المساهمة السعودية للحصول على معلومات موثوقة.
- دمج مؤشرات الاستدامة ضمن نظم التقارير المالية في الشركات المساهمة السعودية.
- تعزيز الرقابة الداخلية باستخدام أدوات تحليل ذكية في الشركات المساهمة السعودية.
- تطبيق الذكاء الاصطناعي في المحاسبة في الشركات المساهمة السعودية عند الإفصاح الاجتماعي والبيئي للشركات.
- القيام بورش عمل وندوات من قبل مكاتب المراجعة والجامعات لبيان مزايا الذكاء الاصطناعي في المحاسبة مقارنة بالنظم التقليدية.
- إدراج مقررات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات ضمن برامج المحاسبة في الجامعات السعودية.
- تطوير شركات البرمجيات أنظمة الذكاء الاصطناعي في المحاسبة خدمة للشركات المساهمة السعودية.

حدود الدراسة:

- تم الحصول على عينة عشوائية بعدد 126 استبانة ولم تشمل كل الشركات المساهمة السعودية المدرجة في سوق الأسهم السعودي (تداول)، كما لم تشمل الشركات المتوسطة والصغيرة الحجم غير المدرجة في سوق تداول.
- محل الدراسة كان في المملكة العربية السعودية ولم تكن إقليمية أو دولية، ويوصى بتوسيع نطاق الدراسة في الآفاق البحثية المستقبلية.
- اعتماد البحث على عينات استقصائية قد يعرض البيانات لتحيزات في آراء المشاركين.

مساهمة الدراسة النظرية والعملية:

- تناول البحث الذكاء الاصطناعي في المحاسبة- الدور الوسيط لجودة المعلومات المحاسبية بين الذكاء الاصطناعي واستدامة الشركات المساهمة السعودية
- تناول هذا البحث أثر الذكاء الاصطناعي على استدامة الشركات المساهمة السعودية.

- تناول هذا البحث أثر جودة المعلومات على استدامة الشركات المساهمة السعودية.
 - تناول هذا البحث لأول مرة في المملكة العربية السعودية تناول أثر الذكاء الاصطناعي على استدامة الشركات بوجود جودة المعلومات المحاسبية كمتغير وسيط.
- الأفاق المستقبلية للبحث: يتمنى الباحث أن يتم تناول وإثراء هذا المجال في البحث لما له من آفاق مستقبلية في الذكاء الاصطناعي واستدامة الشركات المساهمة السعودية.

References:

- Abdelhalim, A. M., Ibrahim, N., & Alomair, M. (2023). The moderating role of digital environmental management accounting in the relationship between eco-efficiency and corporate sustainability. *Sustainability*, 15(9), 7052. [DOI]
- Abdioğlu, H., & Daştan, A. (2024). Finansal Bilginin Niteliksel Özellikleri ve Mesleki Yetkinlikler Kapsamında Muhasebe Mesleği ve Yapay Zekâ Etkileşimi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (104), 1-26. [DOI]
- AICPA. (2019). *AICPA Professional Standards 2019*. John Wiley & Sons.
- Al Najjar, M., Gaber Ghanem, M., Mahboub, R., & Nakhal, B. (2024). The Role of Artificial Intelligence in Eliminating Accounting Errors. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(8), 353. [DOI]
- Alfares, S., & Şavlı, T. (2023). Effects of Using Artificial Intelligence on the Accounting Profession: Evidence from Istanbul Certified Public Accountants. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (100), 173-191. [DOI]
- Alhazmi, A. H. J., Islam, S. M., & Prokofieva, M. (2025). The impact of artificial intelligence adoption on the quality of financial reports on the Saudi Stock Exchange. *International Journal of Financial Studies*, 13(1), 21. [DOI]
- Alrfai, M. M., Alqudah, H., Lutfi, A., Al-Kofahi, M., Alrawad, M., & Almaiah, M. A. (2023). The influence of artificial intelligence on the AISs efficiency: Moderating effect of the cyber security. *Cogent Social Sciences*, 9(2), 2243719. [DOI]
- American Institute of Certified Public Accountants. (2019). *Audit and Accounting Guide: Data Analytics*. AICPA.
- Anica-Popa, I. F., Vrîncianu, M., Anica-Popa, L. E., Cişmaşu, I. D., & Tudor, C. G. (2024). Framework for integrating generative AI in developing competencies for accounting and audit professionals. *Electronics*, 13(13), 2621. [DOI]
- Assad, S. N., Hamdan, N. B., & Zakaria, N. B. (2024). The Influence of Information Technology on Enhancing the Efficiency and Effectiveness of Accounting Data. *Global Business and Management Research*, 16(3s), 280-307.
- Ben Ahmed, D. (2026). The Impact of Artificial Intelligence on Accounting Information and Earnings Management: Bibliometric Analysis. *Journal of Risk and Financial Management*, 19(1), 90. [DOI]
- Brabete, V., Barbu, C. M., Cîrciumaru, D., Goagără, D., & Berceanu, D. (2024). Redesign of Accounting Education to Meet the Challenges of Artificial Intelligence—A Literature Review. *Amfiteatru Economic*, 26(65), 275-293. [DOI]
- Cao, Y. (2021, May). Innovation and reform of accounting professional training model based on the artificial intelligence. In *Journal of Physics: Conference Series*, 1915 (4), 042023. [DOI]
- Cavlak, H., Kurt, E. S., & Kalafat, M. (2024). YAPAY ZEKÂ VE KURUMSAL RAPORLAMA: SCOPUS VERİTABANINDAKİ YAYINLARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ. *Financial Analysis/Mali Cozum Dergisi*, 34(158).
- Feng, T. (2023). Do Intelligent manufacturing concerns promote corporate sustainability? Based on the perspective of green innovation. *Sustainability*, 15(14), 10958. [DOI]
- Fitrios, R., Nur, D. E., & Zaky, I. (2022). How information technology and user competence affect the quality of accounting information through the quality of AIS. *Calitatea*, 23(187), 109-118.
- Fülöp, M. T., Ionescu, C. A., Măgdaş, N., Topor, D. I., & Breaz, T. O. (2024). Acceptance of digital instruments in the accounting profession. *JEEMS Journal of East European Management Studies*, 29(2), 283-313. [DOI]
- Gerasymchuk, N., Prodanchuk, M., Stoyanova-Koval, S., Bratus, H., & Kudrenko, N. (2022). ACCOUNTING AND ANALYTICAL ASPECTS OF FUNCTIONING OF ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF THE INTRODUCTION OF AN ARTIFICIAL INTELLIGENCE SYSTEM. *Natsional'nyi Hirnychiy Universytet. Naukovyi Visnyk*, (4), 106-111. [DOI]
- Grácio, L. C. (2024). *O Impacto da Inteligência Artificial na Contabilidade—A visão dos Contabilistas Certificados* (Master's thesis, Instituto Politecnico de Leiria (Portugal)).
- Guomin, S. O. N. G. (2019, July). Reform and exploration of accounting professional practice teaching under the background of artificial intelligence. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 563, No. 5, p. 052005). IOP Publishing. [DOI]
- Haddad, H. (2021). The effect of artificial intelligence on the AIS excellence in Jordanian banks. *Montenegrin Journal of Economics*, 17(4), 155-166. [DOI]

- Hasan, A. R. (2021). Artificial Intelligence (AI) in accounting & auditing: A Literature review. *Open Journal of Business and Management*, 10(1), 440-465. [DOI]
- Hubler, M., Waddell, C., Felder-Strauss, J., Blanchard, K., Martinez, B., & Self, S. W. (2024). POTENTIAL IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE ACCOUNTING PROFESSION: WILL ARTIFICIAL INTELLIGENCE BE THE NEW CPA? *International Journal of Accounting, Economics & Finance Perspectives*, 4(1).
- Ionescu, L. (2022). Machine learning-based decision-making systems, cloud computing and blockchain technologies, and big data analytics algorithms in accounting and auditing. *Economics, Management, and Financial Markets*, 17(4), 9-26. [DOI]
- Jaya, I. M. L. M., & Bhuana, K. W. (2024). Depth Interviews of Accounting and Artificial Intelligence: Sustainability of Accountant in Indonesia. *Calitatea*, 25(200), 1-9.
- Korga, S. (2025). Muhasebe ve yapay zekâ: vosviewer ile bibliyometrik analiz. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 32(1), 131-145. [DOI]
- Korobeynikova, O. M., Korobeynikov, D. A., Popova, L. V., Chekrygina, T. A., & Shemet, E. S. (2021, March). Artificial intelligence for digitalization of management accounting of agricultural organizations. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 699 (1), 012049. [DOI]
- Li, C., Haohao, S., & Ming, F. (2020, April). Research on the impact of artificial intelligence technology on accounting. In *Journal of physics: conference series*, 1486 (3), 032042.
- Li, J., & Jin, X. (2024). The Impact of Artificial Intelligence Adoption Intensity on Corporate Sustainability Performance: The Moderated Mediation Effect of Organizational Change. *Sustainability*, 16(21), 9350. [DOI]
- Liu, H. (2025). Research on Financial Sharing and Accounting Information Quality Under the Background of Big Data Information. *International Journal of e-Collaboration (IJeC)*, 21(1), 1-19. [DOI]
- Liu, M. (2021, May). Exploring the Methods of Artificial Intelligence Development on Accounting Bookkeeping System. In *Journal of Physics: Conference Series*, 1915 (4), 042029. [DOI]
- Liu, R., Wang, Y., & Zou, J. (2022). Research on the transformation from financial accounting to management accounting based on drools rule engine. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022(1), 9445776. [DOI]
- Mgammal, M. H. (2024). The influence of artificial intelligence as a tool for future economies on accounting procedures: empirical evidence from Saudi Arabia. *Discover Computing*, 27(1), 20. [DOI]
- Mihai, M., & Dutescu, A. (2024). TOE framework elements used on Artificial Intelligence implementation in the accounting and audit sector. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 13(4), 335-349. [DOI]
- Miranda, P. C. F. (2023). *How accounting automation tools influence business performance* (Doctoral dissertation).
- Neiroukh, N., & Çağlar, D. (2025). Information systems quality and corporate sustainability: Unpacking the interplay of financial reporting, artificial intelligence, and green corporate governance. *Systems*, 13(7), 537. [DOI]
- Purdy, M., Zealley, J., & Maseli, O. (2019). The risks of using AI to interpret human emotions. *Harvard Business Review*, 18(2019), 11-19.
- Qing, C., & Jin, S. (2023). Does ESG and Digital Transformation affects Corporate Sustainability? The Moderating role of Green Innovation. *arXiv preprint arXiv:2311.18351*.
- Roos, D., Schlegel, D., & Kraus, P. (2025). Adopting artificial intelligence in accounting: prerequisites and applications. *Journal of electronic business & digital economics*, 4(2), 374-384. [DOI]
- Russell, S., Norvig, P., Popineau, F., Miclet, L., & Cadet, C. (2021). *Intelligence artificielle: une approche moderne (4^e édition)*. Pearson France.
- Salazar-Rebaza, C., Chujutalli, J. F., Ríos-Sánchez, N., Salazar-Quispe, A., & Cordova-Buiza, F. (2024). La inteligencia artificial en contabilidad desde la percepción de los contadores. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E69), 676-686. [DOI]
- Saral, S. S., Martincevic, I., & Sesar, V. (2024). THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ACCOUNTING AND FINANCE. In *Economic and Social Development (Book of Proceedings)*, 112th International Scientific Conference on Economic and Social Development (p. 696).
- Saral, S. S., Martincevic, I., & Sesar, V. (2024). THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ACCOUNTING AND FINANCE. In *Economic and Social Development (Book of Proceedings)*, 112th International Scientific Conference on Economic and Social Development (p. 696).

- Smoleń-Bojańczyk, M. (2024). The Impact of Artificial Intelligence on Accounting Professions. *European Research Studies*, 27(4B), 85-95. [DOI]
- Sudaryanto, M. R., Hendrawan, M. A., & Andrian, T. (2023). The Effect of Technology Readiness, Digital Competence, Perceived Usefulness, and Ease of Use on Accounting Students Artificial Intelligence Technology Adoption. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 388, p. 04055). EDP Sciences. [DOI]
- Teixeira, C. A. M. (2023). *A Study on the Impact of Artificial Intelligence in the Role of the Accountant* (Master's thesis, Universidade NOVA de Lisboa (Portugal)).
- Vărzaru, A. A. (2022). Assessing the impact of AI Solutions' ethical issues on performance in managerial accounting. *Electronics*, 11(14), 2221. [DOI]
- Vasarhelyi, M. A., Kogan, A., & Tuttle, B. M. (2015). Big data in accounting: An overview. *Accounting Horizons*, 29(2), 381-396.
- Wang, X., & Zhu, W. (2025). Exploring the relationship between accounting information system (ais) quality and corporate sustainability performance using the is success model. *Sustainability*, 17(4), 1595. [DOI]
- Xu, R., Qiao, Y., & Lv, H. (2025). Quality of accounting information and corporate green innovation performance. *International Review of Economics & Finance*, 100, 104094. [DOI]

ESG Disclosure Quality and Stock Price Resilience During the COVID-19 Pandemic: Evidence from GCC Countries

Saleh Mohammed Baqader^{1*}

¹ Associate Professor of Accounting, College of Business and Economics Umm Al-Qura University, The Kingdom of Saudi Arabia.

* Corresponding Author: Saleh Baqader (smbaqader@uqu.edu.sa)

جودة الإفصاح عن ESG ومرونة أسعار الأسهم خلال جائحة كوفيد-19: أدلة من دول مجلس التعاون الخليجي

صالح محمد باقادر^{1*}

¹ أستاذ مشارك في المحاسبة- كلية إدارة الأعمال والاقتصاد- جامعة أم

القرى- المملكة العربية السعودية.

* الباحث المراسل: صالح باقادر (smbaqader@uqu.edu.sa)



This file is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/7/14

Revised

مراجعة البحث

2026/6/21

Received

استلام البحث

2026/6/2

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.6>

Abstract:

Objectives: This study evaluates whether the quality of ESG disclosures and the transparency of governance enhance the resilience of GCC corporations amidst the COVID-19 pandemic. Utilizing an accounting framework, ESG scores serve as proxies for the integrity and transparency of non-financial reporting, thereby indicating reduced information asymmetry.

Methods: Data collected from 26 firms across GCC stock markets spanning 2018 to 2022 yield a total of 32,085 observations. The methodology includes panel regression, difference-in-differences analysis, volatility assessment, and event studies.

Results: The findings indicate that ESG quality was not significantly correlated with stock resilience or volatility during the COVID-19 peak periods, likely due to concurrent oil-price shocks. Nevertheless, firms exhibiting higher ESG disclosures experienced notably stronger returns during the post-COVID recovery phase (July 2021–December 2022; $\beta = +0.000458$, $p = 0.004$), suggesting that ESG factors contribute more substantially to recovery than to initial shock mitigation. Among the ESG pillars, governance disclosure emerged as statistically significant ($\beta = -0.001061$, $p = 0.003$), aligning with regulatory frameworks within the GCC.

Conclusions: Although preliminary owing to the limited sample size, these findings underscore the importance of analyzing ESG pillars separately and extending resilience studies beyond periods of crisis.

Keywords: ESG disclosure; sustainability reporting; corporate governance; COVID-19; GCC equity markets.

الملخص:

الأهداف: تتناول هذه الدراسة تقييم مدى إسهام جودة الإفصاح عن ESG وشفافية الحوكمة في تعزيز مرونة الشركات الخليجية أثناء جائحة كوفيد-19. استناداً إلى إطار محاسبي، تُستخدم درجات ESG كمؤشرات بديلة لشفافية التقارير غير المالية، مما يعكس انخفاض عدم تماثل المعلومات.

المنهجية: تم الاعتماد على بيانات من 26 شركة عبر أسواق الأسهم الخليجية خلال الفترة من 2018 إلى 2022، وبلغ مجموع مرات المشاهدة 32,085. استخدمت الدراسة منهجية انحدار البيانات الطولية، وتصميم الفروق في الفروق، وتحليل التقلب، ودراسات الحدث.

النتائج: تظهر النتائج أن جودة الإفصاح عن ESG لم تكن ذات علاقة ذات دلالة إحصائية بمرونة الأسهم أو تقلبها خلال موجات جائحة كوفيد-19، ويعزى ذلك إلى تزامن صدمات أسعار النفط. ومع ذلك، أظهرت الشركات التي تمتلك مستوى أعلى من الإفصاح عن ESG عوائد أقوى أثناء مرحلة التعافي اللاحقة للجائحة (يوليو 2021 – ديسمبر 2022؛ $\beta = +0.000458$ ، $p = 0.004$)، مما يدل على أن ESG يلعب دوراً أكبر في عملية التعافي مقارنة بامتصاص الصدمة الأولية. من بين ركائز ESG، كان الإفصاح عن الحوكمة ذا دلالة إحصائية ($\beta = -0.001061$ ، $p = 0.003$)، متوافقاً مع الأنظمة التنظيمية السائدة في منطقة الخليج.

الخلاصة: بالرغم من أن هذه النتائج تبقى أولية نظراً لحجم العينة، إلا أنها تسلط الضوء على ضرورة إجراء تحليلات مستقلة لركائز ESG، وإجراء دراسات مستقبلية تتعلق بمرونة الأسواق خلال فترات تتجاوز الأزمات.

الكلمات المفتاحية: الإفصاح عن ESG؛ تقارير الاستدامة؛ حوكمة الشركات؛ كوفيد-19؛ أسواق الأسهم الخليجية.

الاستشهاد

Citation

باقادر، صالح. (2026). جودة الإفصاح عن ESG ومرونة أسعار الأسهم خلال جائحة كوفيد-19: أدلة من دول مجلس التعاون الخليجي. *المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال*, 16 (4), 459-477.

Baqader, S. M. (2026). ESG Disclosure Quality and Stock Price Resilience During the COVID-19 Pandemic: Evidence from GCC Countries. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 459-477. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.6> [In Arabic]

المقدمة:

تعتبر أطلقت جائحة كوفيد-19 أزمة عالمية في أسواق رأس المال، مُحدثَةً انخفاضات غير مسبوقة في العوائد، وتقلُّبات حادة، وإعادة تقييم سريعة من قبل المستثمرين. (Bae et al., 2021) وتشير الأدلة التجريبية إلى أن الشركات ذات الإفصاحات الأقوى عن الجوانب البيئية والاجتماعية والمؤسسية (ESG) أظهرت مرونة أكبر مقارنة بالمنظمات الأخرى خلال فترة الاضطراب السوقي هذه (Albuquerque et al., 2020؛ Ferriani؛ Broadstock et al., 2021؛ Natoli & Natoli, 2021). إلا أن معظم الدراسات السابقة حول الموضوع ركزت على العوائد المالية وتوزيع المحافظ، بدلاً من استكشاف الآليات المحاسبية التي تولّد بها بيانات ESG وتُبَلِّغ وتُفسَّر من قبل المستثمرين. ومن شأن فهم العلاقة بين الإفصاح عن ESG ومرونة سعر السهم أن يُرشِد قرارات المستثمرين في الأزمات المستقبلية، وأن يُوضِح أيضاً للمديرين وصنّاع السياسات الآثار السوقية للشفافية. غالباً ما يُنظر إلى العلاقات بين الشركات والمستثمرين خلال فترات الأزمات من خلال إطار نظرية عدم تماثل المعلومات. حتى في الظروف الاعتيادية، قد تسعى الشركات إلى تقليل الفجوة في قاعدة المعرفة بين «الداخليين» في الشركة (أي المديرين) و«الخارجيين» (أي المستثمرين) من خلال نشر مواد مثل تقارير الاستدامة، والكشف عن هياكل الحوكمة لديها، وتوفير بيانات محاسبية بيئية واجتماعية ذات مصداقية، مما يسهم في تقليل عدم تماثل المعلومات بين الطرفين. (Healy & Palepu, 2001) وخلال فترات الأزمات، تزداد مستويات المخاطر وعدم اليقين لدى المستثمرين، مما يستدعي من الشركات العمل على تقليل عدم تماثل المعلومات، حيث يمكن للمستثمرين في الشركات التي تعتمد على تقارير موثوقة وشفافة تقييم جوانب مهمة، مثل استمرارية العمليات، مخاطر الميزانية العمومية، وجودة الإدارة بشكل أدق وأعمق. (Lins et al., 2017) ولهذا السبب، فإن جائحة كوفيد-19 وما تبعها من صدمات سوقية تشكل سبباً مثالياً لدراسة مدى نجاح الشركات التي سعت إلى تقليص فجوة عدم تماثل المعلومات من خلال الإفصاح عن معلومات ESG في تعزيز مرونتها خلال الاضطرابات السوقية.

في دول مجلس التعاون الخليجي، تفاقم الأثر الشديد لجائحة كوفيد-19 الناتج عن انخفاض الطلب على النفط نتيجة حرب أسعار مرتبطة بها. ومن ثم، يمكن القول إن هذه الفترة تمثل اختبار إجهاد أشد من الأزمة المالية لعام 2008 لهذه المنطقة. ومع ذلك، لا تزال العلاقة بين الإفصاحات عن معايير البيئة والمجتمع والحوكمة (ESG) والمرونة في دول الخليج غير واضحة نسبياً. لذلك، تقوم هذه الدراسة بجمع بيانات الإفصاح عن ESG وتقويمها من الشركات المدرجة في بورصات ثلاث من دول المجلس، وهي المملكة العربية السعودية، والإمارات العربية المتحدة، وقطر، وتحليلها بمقارنة أداء سوق الأسهم، بهدف اختبار ما إذا كان يمكن تحديد ارتباط بين الإفصاح عن ESG والمرونة خلال فترة جائحة كوفيد-19. كما أن دراسة العلاقة بين الإفصاح والمرونة في دول الخليج تعتبر ذات صلة وثيقة، لا سيما أن أسواق الأسهم في الدول الأعضاء تمثل بيئة مؤسسية متميزة، تجمع بين الأسواق الناشئة التي تعتمد على الهيدروكربونات، والاقتصادات التي تتغير بسرعة نتيجة لإصلاحات حوكمة نشطة، وذلك من خلال برامج مثل رؤية 2030 في المملكة العربية السعودية والحياد المناخي 2050 في الإمارات العربية المتحدة. وتُظهر ممارسات الإفصاح عن ESG الحالية في دول الخليج تفاوتاً واسعاً، من تقارير استدامة مستقلة وشاملة إلى إفصاحات محدودة في التقارير السنوية، مما يتيح وجود تفاوت ذي معنى في جودة الإفصاح ضمن بيئة حوكمة نسبياً متجانسة (KPMG International, 2020). كما أن البنية التحتية للبيانات الخاصة بـ ESG في دول المجلس في مرحلة النمو، حيث يجري إعداد متطلبات الإفصاح الإلزامية في المملكة العربية السعودية ضمن إطار رؤية 2030، وسيتم وضع أطر للاستدامة في إطار برنامج الحياد المناخي 2050 في الإمارات، ومن المتوقع اعتماد معايير المجلس الدولي لمعايير الاستدامة (ISSB) المعياران IFRS S1/S2 في المنطقة.

وعلى الرغم من وفرة البيئة البحثية، لم تُجر سوى دراسات محاسبية تجريبية قليلة تتعلق بالإفصاحات غير المالية في دول مجلس التعاون الخليجي (Arayssi et al., 2020؛ Farooq et al., 2021؛ Alatawi et al., 2025). وتتبع هذه الدراسة نهجاً ذو توجّه محاسبي، إذ تُعامل درجات ESG بوصفها مؤشرات بديلة لتقييم جودة الإفصاح غير المالي وشفافية تقارير الحوكمة، وليس كمعايير مستقلة للاستدامة. ومن ثم، تعيد صياغة مسألة العلاقة المحتملة بين الإفصاح عن ESG والمرونة كفضية بحثية محاسبية تركز على جودة الإفصاح غير المالي وشفافية بيئة المعلومات، وليس كمسألة تتعلق بأداء الحافظات. توفر الدراسة أيضاً عملية التحقق من مصادر المعلومات ذات الصلة بالمعايير البيئية والاجتماعية وأسس الحوكمة على مستوى الشركة، بالإضافة إلى إجراء التدقيق اليدوي لضمان جودة الإفصاحات ضمن عينة الدراسة. ويُعد ذلك بمثابة إطار استدلال يميز بالاتجاه المحاسبي، خاصة في ظل الظروف التي تفتقر إلى توفر البيانات بشكل كاف. وتُعتبر الدراسة الركيزة المتعلقة بالحوكمة من خلال إفصاحات المعايير البيئية والاجتماعية وأسس الحوكمة بمثابة آلية محاسبية فريدة، حيث تتم عرض نتائجها بشكل شفاف، مع التفريق بين البيانات التي يمكن دعمها والتحديات التي تعيق ذلك. ويتوافق هذا المنهج مع نتائج دراسات Dhaliwal et al (2011) وBeyer et al (2010) فيما يخص حدود الاعتماد على الإفصاحات الطوعية.

مشكلة الدراسة:

بالنظر إلى ما تم ذكره سابقاً، تكمن المشكلة البحثية في عدم وضوح طبيعة العلاقة بين جودة الإفصاح عن الجوانب البيئية والاجتماعية والمؤسسية (ESG) ومرونة الشركات المدرجة في أسواق الأسهم الخليجية خلال جائحة كوفيد-19، ومدى مساهمة هذا الإفصاح في الحد من آثار الأزمة وتحقيق التعافي اللاحق للشركات. وبناءً عليه، يتضح أن السؤال الرئيس للدراسة يتمثل في: إلى أي مدى ساهمت جودة الإفصاح عن ESG في تعزيز مرونة الشركات الخليجية المدرجة خلال جائحة كوفيد-19؟ يُعالج موضوع الدراسة من خلال بُعدين رئيسيين: الأول هو مستوى عوائد الأسهم (المرونة والتعافي)، والثاني هو تقلُّب العوائد (المخاطر). كما تُحدد الدراسة الركائز الثلاثة لـ ESG (البيئية والاجتماعية والحوكمة) التي ترتبط بشكل أكثر قوة بهذه المرونة. ويتم عرض الأسئلة الفرعية المنبثقة عن السؤال الرئيسي بالتفصيل في قسم (أسئلة الدراسة) بهدف تفادي التكرار وتحقيق التناسق بين مشكلة الدراسة وأسئلتها.

أهمية الدراسة:

- تحظى الدراسة بأهمية خاصة من خلال مجموعة من النقاط التي يمكن تلخيصها كما يلي:
- الأهمية العلمية: تساهم الدراسة في سد فجوة محددة في الأدبيات المحاسبية العربية والخليجية من خلال تقديم إطار يعتمد على جودة الإفصاح، وليس على حجمه فقط، لقياس مرونة الشركات في سوق ناشئة يعاني من قلة الدراسات، بالإضافة إلى تمييز أثر ESG خلال فترات الأزمة والتعافي.
- الإسهام المنهجي: تجمع الدراسة بين الترميز اليدوي لجودة الإفصاح وتقييمات Refinitiv، وتوظف مزيجاً من منهجيات انحدار البيانات الطويلة وتصميم الفروق في الفروق ودراسة الأحداث، مما يوفر منهجية قابلة للتكرار في الأسواق الناشئة.
- الأهمية العملية: تقدم الدراسة أدلة محددة تفيد المستثمرين وصانعي السياسات والهيئات التنظيمية في دول الخليج العربي، بهدف ترتيب أولويات متطلبات الإفصاح، لا سيما فيما يتعلق بالإفصاح عن الحوكمة، لتعزيز شفافية الأسواق ومرونتها في مواجهة الأزمات.

أهداف الدراسة:

- قياس تأثير جودة الإفصاح عن معايير البيئة والمجتمع والحوكمة (ESG) على مرونة مستوى عوائد الأسهم للشركات الخليجية المدرجة خلال فترتي الأزمة والتعافي من جائحة كوفيد-19.
- تحديد أي من الركائز ضمن معايير ESG، وخصوصاً الحوكمة، تُعد الأكثر تفسيراً لمرونة الشركات خلال فترة الجائحة.
- قياس تأثير جودة الإفصاح عن معايير ESG على تقلبات (مخاطر) عوائد الأسهم خلال فترة الجائحة، باعتباره بعداً مستقلاً عن مستوى العوائد كما ورد في الهدف الأول.

أسئلة الدراسة:

- السؤال الرئيسي: هل ساهمت جودة الإفصاح عن معايير البيئة والمجتمع والحوكمة (ESG) في تعزيز مرونة الشركات الخليجية المدرجة خلال جائحة كوفيد-19؟ وينبثق عن ذلك ثلاثة أسئلة فرعية متميزة:
- السؤال الفرعي الأول: ما هو تأثير جودة الإفصاح عن ESG على مستوى مرونة عوائد الأسهم للشركات الخليجية المدرجة خلال مرحلتَي الأزمة والتعافي من كوفيد-19؟ (بُعد مستوى العوائد).
- السؤال الفرعي الثاني: هل هناك ارتباط بين ارتفاع جودة الإفصاح عن ESG وانخفاض تذبذب عوائد الأسهم خلال فترة الأزمة؟ (بُعد المخاطر والتقلب، وهو مستقل عن بُعد مستوى العوائد المشار إليه في السؤال الأول).
- السؤال الفرعي الثالث: أي من ركائز ESG (البيئية، الاجتماعية، الحوكمة) يرتبط بشكل أقوى بمرونة الشركات أثناء فترة الجائحة؟ (بُعد الركائز).

فرضيات الدراسة:

ويشتق استناداً إلى الفجوات المعرفية المحددة في مراجعة الأدبيات، واعتماداً على نظرية عدم تماثل المعلومات وفرضية بيئة المعلومات، بالإضافة إلى نظرية أصحاب المصلحة، يُفترض وضع سلسلة من الفرضيات التي تتناول العلاقات بين الإفصاح عن المعلومات البيئية والاجتماعية والحوكمة وأداء سعر السهم في السياق الخليجي. أولاً، وبناءً على الأنماط التي حددتها الدراسات في سياقات سوقية أخرى (Buallay, 2019)؛ (Broadstock et al., 2021)، يمكن القول إن الشركات الخليجية التي أظهرت مستوى أعلى من جودة الإفصاح عن ESG خلال أزمة جائحة كوفيد-19 كانت أكثر عرضة لامتلاك مرونة أعلى في عوائد الأسهم. ويُفهم هذا الرابط من منظور عدم تماثل المعلومات والإشارة، حيث يُشير ذلك إلى أن الإفصاح الأفضل يقلل من عدم اليقين وفجوات المعلومات، كما أنه يقدم إشارة موثوقة على جودة أداء الشركة ويقلل من المخاطر خلال أوقات الأزمات مثل جائحة كوفيد-19. ومن خلال تعزيز الشفافية، يدعم الإفصاح عن ESG ثقة المستثمرين، مما يساهم في تعزيز عوائد الأسهم. وبناءً عليه، يُفترض وجود الفرضية التالية:

الفرضية الأولى (H1): تشير إلى أن جودة الإفصاح المرتفعة عن خلال الشركات الخليجية ترتبط ارتباطاً إيجابياً بمرونة عوائد الأسهم أثناء فترة أزمة كوفيد-19. وبالمثل، يمكن القول إن الشركات الخليجية التي تتمتع بمستوى أعلى من جودة الإفصاح عن ESG كانت أقل تقلباً في العوائد خلال فترة الجائحة، حيث أن الشفافية قللت من عدم تماثل المعلومات وعدم اليقين لدى المستثمرين. وتشير فرضية بيئة المعلومات ونظرية البنية الدقيقة للسوق إلى أن تحسين جودة الإفصاح يعزز من فعالية اكتشاف الأسعار ويقلل من تداول الضوضاء عبر زيادة دقة المعلومات المتاحة للمستثمرين عن الشركة. ومن ثم، فإن الانخفاض في درجة عدم اليقين يرتبط بانخفاض في تقلب عوائد الأسهم، وبالتالي تتضح الفرضية التالية:

الفرضية الثانية (H2): تتعلق بارتباط جودة الإفصاح العالي عن ESG بين الشركات الخليجية بتقليل تقلب العوائد خلال فترة أزمة كوفيد-19. وللتوضيح، فإن الفرضية الأولى (H1) تتناول بُعد مستوى العوائد (المرونة/التعافي)، في حين تتناول الفرضية الثانية (H2) بُعد تقلب العوائد (المخاطر). وهما بعدان مفهومان ومستقلان يُقاسان باستخدام متغيرات تابعة مختلفة، ولذلك فإن الفرضيتين لا تتداخلان.

وأخيراً، من بين الركائز الثلاث لتقارير ESG، يُرجح أن تلعب الحوكمة الدور الأهم في التأثير على أسعار الأسهم، حيث تمثل الرابط الأوثق بحماية المستثمرين خلال الأزمات. ووفقاً لنظرية الوكالة، تسهم آليات الحوكمة الفعالة في كبح الانتهازية الإدارية وتعزيز جودة الرقابة، مما يعزز من ثقة المستثمرين. ويُعد الإفصاح عن الحوكمة ذا أهمية خاصة خلال الأزمات؛ لأنه يعكس فعالية الضوابط الداخلية، ورقابة مجلس الإدارة، وأنظمة إدارة المخاطر. لذلك، تُفترض الفرضية التالية:

الفرضية الثالثة (H3): يتجاوز معامل التفاعل (إفصاح الحوكمة × كوفيد) القيمة المطلقة والدلالة الإحصائية مقابل معامل التفاعل (الإفصاح البيئي × كوفيد) لدى الشركات الخليجية المدرجة خلال فترة الأزمة، ويتم اختبار هذا الفرق رسميًا باستخدام اختبار والد (Wald test) للتأكد من تساوي المعاملين.

مصطلحات الدراسة:

- الإفصاح عن ESG: مستوى وشفافية الإفصاح غير المالي المتعلق بالجوانب البيئية والاجتماعية والحوكمة، ويُقاس بدرجات ESG السابقة للأزمة.
- مرونة الشركات: قدرة الشركة على مقاومة الصدمة والتعافي منها، ويُقاس ذلك بعوائد الأسهم وتقلباتها خلال الجائحة وما بعدها.
- الإفصاح عن الحوكمة: مستوى شفافية الشركة فيما يتعلق بهيكل الحوكمة والرقابة وإدارة المخاطر، ويُقاس بدرجة الحوكمة ضمن تصنيف ESG.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

تشير الأدبيات المحاسبية ذات الصلة بالإفصاح الطوعي إلى أن المؤسسات تعمل على تقليل عدم تماثل المعلومات من خلال تحسين جودة تقاريرها ومصداقيتها (Healy & Palepu, 2001). وقد زاد الاهتمام بمناقشة الإفصاح غير المالي، الذي يشمل بيانات ESG وتقارير الاستدامة وبيانات حوكمة الشركات، ضمن هذا السياق. وفي الدراسات السابقة، تبين أن جودة الإفصاح عن ESG مرتبطة بالفروق الأقل في أسعار العرض والطلب، وذلك تماشيًا مع الهدف في تقليل عدم تماثل المعلومات (Cho et al., 2013). وتشير نتائج أخرى إلى أن المؤسسات التي تنشر تقارير استدامة مستقلة تظهر تشبهاً أقل في توقعات المحللين، مما يعكس فائدة مباشرة على بيئة المعلومات (Dhaliwal et al., 2011). وتدلل هذه النتائج على أن درجات ESG تعكس شفافية تواصل المؤسسات مع المستثمرين بالإضافة إلى أدائها الأخلاقي. لم يُنظر إلى أهمية الإفصاح عن المعلومات غير المالية من منظور نظرية عدم تماثل المعلومات فحسب، بل كذلك من منظور نظرية أصحاب المصلحة (Freeman, 1984). وتشير نظرية أصحاب المصلحة إلى أن الشركات التي تستثمر في علاقاتها مع أصحاب المصلحة تُبنى عليها رأس مال اجتماعي يعمل كوسيلة للحماية خلال الأزمات، على غرار وجود وثيقة تأمين (Lins et al., 2017). ويختلف هذا المنظور جوهرياً عن منظور عدم التماثل، حيث تتجلى دلالاته المحاسبية الأساسية في أن جودة تقارير الاستدامة تُقدم إشارات على جودة الإدارة، وتقلل من احتمالية الخيارات المعاكسة، وتؤكد توقعات المستثمرين في ظل ظروف عدم اليقين. ومن ثم، يُحوّل التركيز من البعد الأخلاقي للإفصاح عن ESG إلى أداة تستمد من العلاقة بين المنظمة وأصحاب المصلحة فيها.

أداء ESG والإفصاح والمرونة في الأزمات:

تبين أن الأدلة الداعمة للعلاقة بين الإفصاح عن معايير البيئة والمجتمع والحوكمة الشركات (ESG) والمرونة خلال جائحة كوفيد-19 كانت متسقة عبر مختلف السياقات السوقية. على سبيل المثال، أظهر Albuquerque وزملاؤه (2020) أن الشركات المدرجة في مؤشر S&P 500 والتي كانت أكثر شفافية في الإفصاح عن ESG حققت انخفاضات أقل في العوائد خلال الأزمة السوقية في شهري فبراير ومارس 2020. وعزا الباحثون هذا النمط إلى وفاء العملاء وتفاني الموظفين الناتج عن الاستثمار المسبق في الإفصاح عن ESG. كما أثبت وجود أدلة مماثلة في أسواق الأسهم الصينية (Broadstock وزملاؤه، 2021)، حيث تبين أن المحافظ ذات الإفصاح العالي عن ESG كانت تتفوق بشكل جوهري على نظيراتها ذات الإفصاح المنخفض في بداية الجائحة. وأظهرت دراسة أخرى أن تدفقات صناديق الاستثمار المرتبطة بمعايير ESG زادت خلال أزمة كوفيد-19، الأمر الذي يتوافق مع ديناميات الهروب نحو الاستثمارات ذات الجودة، والتي تفضل الشركات التي تتميز بالإفصاح الأفضل والشفافية الحوكمية الأعلى (Ferriani, Natoli, 2021). قبل حدوث الجائحة، قدمت الدراسات التي تناولت الأزمة المالية في عامي 2008–2009 أدلة أساسية على بعض عوامل المرونة، حيث أظهرت دراسة Lins وآخرون (2017) أن الشركات ذات رأس المال الاجتماعي العالي، والذي يُقاس من خلال سجلها في المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR)، حققت أداءً أقوى. وقد جادل الباحثون بأن ذلك يعزى إلى الثقة المرتبطة بعلاقات قوية مع أصحاب المصلحة، والتي تتولد من خلال تقارير موثوقة. استندت دراساتهم إلى فهم Bae وآخرون (2021) لأزمة كوفيد-19، حيث تبين أن سجل الشركة في المسؤولية الاجتماعية مرتبط بشكل أكبر بأداء سعر السهم، خاصة عبر قناة الحوكمة. ويتفق ذلك مع المفهوم أن الشفافية في الحوكمة تقلل من عدم اليقين لدى المستثمرين، مما يدعم الإطار المحاسبي للدراسة الحالية.

الإفصاح عن الحوكمة والشفافية ومرونة السوق:

في الدراسات المحاسبية، حظيت ركيزة الحوكمة من ESG بشكل عام باهتمام بحثي أكبر مقارنة بالعناصر البيئية والاجتماعية. وتبين أن هناك عدة أبعاد للحوكمة تؤثر مباشرة على جودة التقارير المالية، مثل استقلالية المجلس، وجودة لجنة المراجعة، ومصداقية إفصاح الإدارة، وشفافية معاملات الأطراف ذات العلاقة (Klein, 2002). في السياق الخليجي، يُعد فهم كيفية تأثير الإفصاح عن الحوكمة وجوانب الشفافية الأخرى على مرونة السوق أمراً مهماً بشكل خاص، خاصة أن ممارسات الإفصاح تتطور في سوق تميز تقليدياً بمعدلات إفصاح منخفضة ومعلومات غير متماثلة (Aljifri & Hussainey, 2007). على سبيل المثال، قامت هيئة السوق المالية السعودية (CMA)، لائحة حوكمة الشركات (2017)، وهيئة الأوراق المالية والسلع الإماراتية (SCA)، دليل حوكمة الشركات)، وهيئة قطر للأسواق المالية (QFMA)، ميثاق حوكمة الشركات) تدريجياً بتعزيز متطلبات الحوكمة للشركات. وتهدف هذه الإصلاحات إلى إحداث تباين في جودة تقارير الحوكمة للشركات المدرجة (Arayssi et al., 2020). ومع ذلك، لم تدخل المتطلبات الإلزامية حيز التنفيذ تمامًا بعد، ولا يزال الإفصاح الطوعي متفاوتاً، مما يخلق وضعاً سوقياً معقداً يتطلب مزيداً من الدراسات لفهم الديناميكيات القائمة. أظهرت دراسات سابقة أن شفافية الشركات والإفصاحات المتعلقة بـ ESG قد تؤثر على المرونة المالية خلال الصدمات النظامية. ففي ظل جائحة كوفيد-19، اعتقد أن

الشركات ذات الاستدامة و ESG الأقوى ستكون أكثر حماية من تذبذبات السوق، إلا أن نتائج الأبحاث كانت متفاوتة. على سبيل المثال، يُظهر Demers et al. (2021) أن أداء ESG لم يقلل بشكل جوهري من تعرض الشركات لخسائر سوق الأسهم أثناء كوفيد-19، مما يعزز أهمية الأساسات المالية في تعزيز المرونة أثناء الأزمات. وتشير أدلة من دراسات دولية إلى أن الإفصاح عن الاستدامة يرتبط بتقييم سوق أعلى ومرونة محسنة أثناء الأزمات، خاصةً للشركات ذات الأرباح السلبية (Phang et al., 2023). تشير الأدبيات الواسعة حول الأزمات إلى أن الشفافية وجودة الإفصاح يمكن أن يقللا من عدم تماثل المعلومات ويزيدا من ثقة المستثمرين خلال فترات الأزمات المالية، مما يؤثر بدوره على تكلفة تمويل الشركات وإدراك المخاطر (El Ghoul et al., 2011; Khanchel & Lassoued, 2022). بشكل عام، تبرز الأدبيات أن العلاقة بين الإفصاح غير المالي والمرونة تتسم بطابع سياقي، وقد تختلف تبعاً لهياكل السوق، وتنفيذ الأنظمة، وشدة الصدمات، خاصة في الاقتصادات الناشئة مثل دول الخليج.

أبحاث ESG في الأسواق الخليجية:

لم تُنجز سوى بحوث محاسبية ومالية تجريبية محدودة تركز على الإفصاح عن ESG في الأسواق الخليجية (Aljifri & Hussainey, 2007; Arayssi, 2020). وأشارت الدراسات المرتبطة بالمؤسسات المصرفية في سياقات متنوعة إلى أن الإفصاح عن ESG يُبدي إشارة إيجابية بمعامل توبين Q (الأداء السوقي)، غير أن تأثيراته كانت متباينة على مؤشرات الأداء المحاسبي مثل العائد على الأصول (ROA) والعائد على حقوق الملكية (ROE)، (كما استعرضت دراسة سابقة لـ Hahn و Kühnen (2013) محدّدات تقارير الاستدامة عبر سياقات متعددة محددة، معرقلاً ضغط أصحاب المصلحة والإطارات المؤسسية كمحفزات رئيسية. ويمكن اعتبار هذه العوامل ذات صلة بفهم التفاوت في الإفصاح عن ESG في دول الخليج. وأظهرت الدراسة أيضاً أن الإفصاح البيئي القوي يرتبط بأداء اقتصادي محسّن، مما يدعم فرضية بيئة المعلومات في السياق المحاسبي (Al-Tuwaijri وآخرون، 2004). وتلخص فرضية بيئة المعلومات أن تحسين مستويات الإفصاح يسهم في الحد من عدم تماثل المعلومات بين الشركات والمستثمرين، مما يؤدي إلى أسواق أكثر كفاءة وتسعير أدق للأوراق المالية. وحتى تاريخه، لم يُجر تحليل منهجي يُعنى بمرونة أسواق الأسهم الخليجية خلال فترات الأزمات باستخدام بيانات الإفصاح عن ESG، وفقاً لما هو وارد في الأدبيات الحالية. توصلت مراجعة الأدبيات المشار إليها إلى نتائج غير متسقة يمكن تفسيرها وفقاً للسياق الخاص بكل سوق. ففي حين توثق دراسات الأسواق المتقدمة (Albuquerque وآخرون، 2020; Broadstock وآخرون، 2021) دوراً وقائياً ملفف ESG في فترات الانهيارات، تقدم دراسات أخرى (Demers وآخرون، 2021) أدلة معاكسة، حيث تعزو المرونة إلى الأساسيات المالية والأصول غير الملموسة بدلاً من ESG. ويُتوقع أن يكون هذا التفاوت ناتجاً عن اختلاف هياكل السوق، ودرجة تنفيذ اللوائح، وطبيعة الصدمة، وهي عوامل تجعل من غير المناسب تعميم نتائج الأسواق المتقدمة على أسواق الخليج. وتكشف مراجعة الدراسات السابقة عن وجود فجوة بحثية محددة، تتمثل في التركيز على فترة الانهيار وحدها وعلى الأسواق المتقدمة، مع ندرة في البحوث التي تفصل أثر ESG خلال الأزمة عن تأثيره أثناء فترة التعافي، خاصة في الأسواق الناشئة المعرضة لصدمات أسعار النفط والتي تهيمن عليها التنظيمات المركزة على الحوكمة، مثل أسواق الخليج. وتسعى الدراسة الحالية إلى معالجة هذه الفجوة، وهو ما يبرر تصميمها المنهجي المعروض في القسم التالي.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه المنهج الرئيسي، وذلك من خلال استعراض الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بالإفصاح عن الجوانب البيئية والاجتماعية والمؤسسية (ESG) ومرونة الشركات أثناء الأزمات المالية والاقتصادية. بالإضافة إلى ذلك، تم تحليل الأطر النظرية ذات الصلة، خاصة نظرية عدم تماثل المعلومات ونظرية أصحاب المصلحة. كما استندت الدراسة إلى المنهج الكمي القياسي لاختبار الفرضيات وتحليل العلاقة بين جودة الإفصاح عن الجوانب البيئية والاجتماعية والمؤسسية (ESG) ومرونة الشركات المدرجة في أسواق الأسهم الخليجية خلال جائحة كوفيد-19. استخدمت الدراسة بيانات فعلية لعينة من الشركات المدرجة في أسواق دول مجلس التعاون الخليجي خلال الفترة من عام 2018 إلى عام 2022، مع تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية والقياسية، منها انحدار البيانات الطولية (Panel Data Regression)، ونموذج التأثيرات الثابتة (Fixed Effects Model)، وتصميم الفروق في الفروق (Difference-in-Differences)، وتحليل التقلبات المتدرجة، بهدف قياس أثر جودة الإفصاح عن ESG على عوائد الأسهم وتقلباتها خلال فترة الأزمة وفترة التعافي اللاحقة. وقد تم اختيار هذين المنهجين بعناية لملاءمتها مع طبيعة الدراسة وأهدافها، حيث يُتيح المنهج الوصفي التحليلي بناء الإطار النظري وتفسير الظاهرة قيد الدراسة، في حين يوفر المنهج الكمي القياسي أدوات موضوعية لاختبار الفرضيات وتحليل العلاقات بين المتغيرات، مما يُسهم في التوصل إلى نتائج أكثر دقة وموثوقية. إن مبررات اختيار الأساليب وتسلسلها التحليلي تُعتمد على أن انحدار البيانات الطولية باستخدام نموذج التأثيرات الثابتة يُعتبر النموذج الرئيسي لاختبار الفرضيتين الأولى والثانية، لأنه يضبط الخصائص الثابتة غير الملحوظة للشركات. يُستخدم تصميم الفروق في الفروق (DiD) كأداة لاختبار السبب بطريقة مقارنة الشركات ذات الإفصاح العالي والمنخفض حول حدث كوفيد. يُخصص تحليل التقلب المتدرج لاختبار بُعد المخاطر (الفرضية الثانية)، في حين تلتقط دراسة الحدث والعوائد التراكمية غير الطبيعية (CAR) الاستجابة القصيرة الأجل للانهيار. أما اختيار الفترة الزمنية بين 2018 و2022، فهو مبرر، لأنه يغطي المرحلة التي تسبق الأزمة (2018-2019) بهدف تحديد قاعدة أساسية، ومرحلة الصدمة (2020 - منتصف 2021)، ومرحلة التعافي (منتصف 2021-2022)، مما يتيح الفصل بين تأثير ESG أثناء الأزمة وتأثيره خلال مرحلة التعافي.

عينة الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة، الذي يشتمل على جميع الشركات المدرجة في أسواق الأسهم بدول مجلس التعاون الخليجي الست خلال الفترة من عام 2018 إلى عام 2022. وقد أُسندت العينة النهائية، التي بلغ عددها 26 شركة، استناداً إلى تطبيق معايير الإدراج الموضحة أدناه، وهي عينة غرضية تعتمد على توافر البيانات وليس على الاختيار العشوائي. فيما يخص المبررات المنهجية للقرارات: (أ) استُخدمت درجات ESG للسنة المالية 2019، التي تسبق الأزمة، كأساس لتحديد مستوى جودة الإفصاح قبل وقوع الصدمة بهدف تجنب السببية العكسية الناتجة عن تأثير الأزمة على عملية الإفصاح. (ب) تم الاعتماد على مصدر Yahoo Finance، لكونه المصدر الوحيد المتاح الذي يوفر بيانات أسعار يومية متسقة وقابلة للقراءة آلياً عبر الأسواق الخليجية الست خلال مدة الدراسة كاملة، مع إجراء التحقق من العينة من خلال مقارنة البيانات مع بيانات البورصات. (ج) تعتمد البيانات على بنية لوحة شركة-يوم، بحيث تشمل 26 شركة عبر أيام التداول، بإجمالي 32,085 مشاهدة شركة-يوم، بدلاً من بنية شركة-سنة. (د) نظراً لاشتقاق جزء من درجات الإفصاح من تقارير الشركات، يُقر البحث بوجود احتمالية لتحيز في الاختيار الذاتي، والذي يُعالج من خلال مناقشة آثاره في قسم القيود. للاختبار الفرضيات المتعلقة بالعلاقات، تم جمع عينة الدراسة من الشركات المدرجة في السوق المالية بالمملكة العربية السعودية، بورصة قطر، سوق دبي المالي، سوق أبوظبي للأوراق المالية في الإمارات، بورصة الكويت، وبورصة البحرين. وُضعت معايير لإدراج الشركات، الأول هو توافر بيانات أسعار الأسهم اليومية على منصة Yahoo Finance طوال مدة الدراسة الممتدة من عام 2018 إلى عام 2022، والثاني هو توفر تصنيفات ESG أو مقاييس الإفصاح عن الحوكمة للسنة المالية 2019 من خلال تصنيفات Refinitiv أو التقارير السنوية وتقارير الاستدامة التي تصدرها الشركات المعنية. وتم استبعاد الشركات التي لم تلتزم بكل المعايير. تم تحديد سبع شركات، منها ثلاث في سوق أبوظبي للأوراق المالية، وثلاث في سوق مسقط للأوراق المالية، وواحدة في بورصة البحرين، إلا أنها أُستبعدت لعدم توافر بيانات أسعار يومية قابلة للقراءة آلياً على Yahoo Finance خلال فترة الدراسة.

بعد تطبيق المعايير المعتمدة، تم تشكيل العينة النهائية المكونة من 26 شركة. وأُجريت فحوصات للتأكد من خلو العينة من التكرارات، وعدم وجود أسعار إغلاق مفقودة أو غير صالحة لكل شركة، بالإضافة إلى ضرورة أن تتفرد كل شركة بما لا يقل عن 100 مشاهدة. كما تم جمع بيانات أسعار الإغلاق المعدلة يومياً مباشرة من منصة Yahoo Finance للفترة الممتدة من عام 2018 إلى عام 2022، مما أدى إلى تجميع مجموع قدره 32,085 مشاهدة للشركات خلال يوم واحد عبر مختلف الشركات. وتجدر الإشارة إلى أن شركة أرامكو السعودية (SR.2222) أتمت طرحها العام الأولي على منصة تداول في 11 ديسمبر 2019، وبذلك تمثل هذه الشركة 763 مشاهدة ليوم تداول، مقارنة بمتوسط البيانات البالغ 1,234، مع عدم توفر بيانات سابقة لأسعار عملية الطرح. من بين هذه الشركات الـ 26، كانت اثنتا عشرة شركة مقرها المملكة العربية السعودية، وسبع شركات في قطر، وثلاثة في الإمارات، وثلاثة في الكويت، وشركة واحدة في البحرين. وقد تنوعت مجموعة الشركات عبر قطاعات التمويل، والاتصالات، والعقارات، والمرافق، والطاقة، والمواد، وإنفاق السلع الكمالية. وتُعرض تفاصيل العينة، بما في ذلك عدد المشاهدات المتاحة، في جدول (1).

جدول (1): تكوين العينة حسب الدولة والقطاع

اسم الشركة	الرمز	الدولة	القطاع	عدد المشاهدات
Al Jazira Bank	1120.SR	SA	Financials	1,269
Al Rajhi Bank	1180.SR	SA	Financials	1,269
Riyad Bank	1010.SR	SA	Financials	1,269
Saudi British Bank (SABB)	1060.SR	SA	Financials	1,268
Saudi Basic Industries (SABIC)	SR.2010	SA	Materials	1,268
Maaden	1211.SR	SA	Materials	1,269
Sipchem	2280.SR	SA	Materials	1,268
Saudi Kayan Petrochemical	2350.SR	SA	Materials	1,268
Saudi Telecom Company (STC)	4030.SR	SA	Communication	1,269
Jarir Marketing	4240.SR	SA	Consumer Discretionary	1,269
Saudi Electricity Company	7010.SR	SA	Utilities	1,269
Saudi Aramco	2222.SR	SA	Energy	763
Qatar Islamic Bank	QIBK.QA	QA	Financials	1,266
Industries Qatar	IQCD.QA	QA	Materials	1,266
The Commercial Bank	CBQK.QA	QA	Financials	1,266
Masraf Al Rayan	MARK.QA	QA	Financials	1,266
Ooredoo	ORDS.QA	QA	Communication	1,266
Qatar Electricity & Water	QEWS.QA	QA	Utilities	1,266
QNB Group	QNBK.QA	QA	Financials	1,266
Emaar Properties	EMAAR.AE	UAE	Real Estate	1,252
du (Emirates Integrated Telecom)	DU.AE	UAE	Communication	1,251
Dubai Islamic Bank	DIB.AE	UAE	Financials	1,249
National Bank of Kuwait (NBK)	NBK.KW	KW	Financials	1,249
Kuwait Finance House (KFH)	KFH.KW	KW	Financials	1,249
Zain Group	ZAIN.KW	KW	Communication	1,249
Ahli United Bank	AUB.BH	BH	Financials	1,006

تم تجميع البيانات المالية من أسواق الأسهم في دول الخليج الخمس خلال الفترة التي سبقت أزمة كوفيد-19 (2018-2019)، وفي ذروتها (2020-2021)، وخلال فترة ما بعد كوفيد (2022). تتيح النافذة الزمنية الممتدة حتى عام 2022 تحديد آثار ESG التي قد تظهر خلال فترة التعافي، بدلاً من الاعتماد فقط على فترة الصدمة أو إضافتها إليها.

مجتمع الدراسة:

ملاحظة تنظيمية: تم تحديد مجتمع الدراسة وتشكيله على أساس غرضي، كما هو موضح في بند «عينة الدراسة» المشار إليه سابقاً، بهدف تجنب التكرار. يُخصص هذا البند لعرض التفاصيل المتعلقة بالشركات المشمولة بالدراسة، مع شرط أن تتوفر لدى كل شركة على الأقل 100 مشاهدة يومية صالحة، لضمان دقة كافية في تقدير التغيرات المتحركة والاتجاهات الطويلة. تم جمع بيانات ESG من تصنيفات شركة Refinitiv، ومقارنتها مرجعياً مع تقارير الاستدامة والتقارير السنوية المنشورة من قبل الشركات لعام 2019 (انظر جدول 2). وتعكس تقارير الاستدامة بشكل عام مستوى أعلى من الالتزام بالإبلاغ من قبل الشركة، بالإضافة إلى تقديم بيانات أكثر تفصيلاً، بما يتوافق مع Hahn and Kühnen (2013). كما أن استخدام درجات ESG قبل فترة الأزمة ساعد في التخفيف من المخاوف الاندوجينية والسببية العكسية الناتجة عن التحديد المتزامن لدرجات ESG وأداء الأسهم خلال فترة الجائحة ذاتها.

جدول (2): مصادر بيانات درجات الإفصاح عن ESG

اسم الشركة	مصدر بيانات ESG	سنة التقرير	نوع الإفصاح	درجة ESG	درجة الحوكمة
Al Jazira Bank	Al Jazira Bank Annual Report 2019	2019	Annual report	41	46
Al Rajhi Bank	Al Rajhi Bank Annual Report 2019; Corporate Governance Report	2019	Annual report + governance appendix	58	72
Riyad Bank	Riyad Bank Annual Report 2019; Corporate Governance Report 2019	2019	Annual report + governance section	50	60
Saudi British Bank (SABB)	SABB Annual Report 2019	2019	Annual report	53	64
Saudi Basic Industries (SABIC)	SABIC Sustainability Report 2019; Refinitiv ESG 2020	2019	Standalone sustainability report	61	66
Maaden	Maaden Sustainability Report 2019	2019	Standalone sustainability report	55	57
Sipchem	Sipchem Annual Report 2019	2019	Annual report	44	44
Saudi Kayan Petrochemical	Saudi Kayan Annual Report 2019	2019	Annual report	38	40
Saudi Telecom Company (STC)	STC Sustainability Report 2019; Refinitiv ESG 2020	2019	Standalone sustainability report	63	78
Jarir Marketing	Jarir Marketing Annual Report 2019	2019	Annual report	35	40
Saudi Electricity Company	Saudi Electricity Company Annual Report 2019	2019	Annual report	49	50
Saudi Aramco	Aramco Sustainability Report 2019; Refinitiv ESG 2020	2019	Integrated sustainability report	52	54
Qatar Islamic Bank	QIB Annual Report 2019	2019	Annual report + governance section	53	65
Industries Qatar	Industries Qatar Sustainability Report 2019; Refinitiv ESG 2020	2019	Standalone sustainability report	59	63
The Commercial Bank	The Commercial Bank Annual Report 2019	2019	Annual report	52	64
Masraf Al Rayan	Masraf Al Rayan Annual Report 2019	2019	Annual report	55	69
Ooredoo	Ooredoo Sustainability Report 2019	2019	Standalone sustainability report	61	70
Qatar Electricity & Water	QEWS Annual Report 2019	2019	Annual report	50	49
QNB Group	QNB Sustainability Report 2019; Refinitiv ESG 2020	2019	Standalone sustainability report	64	80
Emaar Properties	Emaar Sustainability Report 2019; Refinitiv ESG 2020	2019	Standalone sustainability report	57	62
du (Emirates Integrated Telecom)	du Annual Report 2019	2019	Annual report	54	58
Dubai Islamic Bank	Dubai Islamic Bank Sustainability Report 2019	2019	Standalone sustainability report	60	76
National Bank of Kuwait (NBK)	NBK Sustainability Report 2019; Refinitiv ESG 2020	2019	Standalone sustainability report	57	70
Kuwait Finance House (KFH)	KFH Annual Report 2019; Corporate Governance Report 2019	2019	Annual report + governance section	51	62
Zain Group	Zain Group Sustainability Report 2019	2019	Standalone sustainability report	56	64
Ahli United Bank	AUB Annual Report 2019	2019	Annual report	47	59

الأساليب الإحصائية:

تقدم إيضاحات منهجية حول الأساليب الإحصائية: (1) يُعد الإفصاح عن معايير ESG متغيراً كمياً مستمراً يُدمج في النماذج الأساسية، في حين يُستخدم متغير ثنائي (مرتفع/منخفض) في تصميم الفروق وتحليل التقلبات لأغراض الجمع والتجميع، وذلك لتجنب الالتباس بين التعريفين. (2) تم تحديد فترة الأزمة من يوم 11 مارس 2020، وهو تاريخ إعلان منظمة الصحة العالمية عن الجائحة، وحتى 30 يونيو 2021، تماشيًا مع مراحل التعافي الإقليمية، مع إجراء اختبار قوة لنواخذ بديلة. (3) تمت معالجة القيم المتطرفة عبر تقنية التقليم (winsorizing) عند الطرفين بهدف الحد من تأثير

المشاهدات الشاذة. (4) استُخدمت أخطاء معيارية مجمعة على مستوى الشركة لمعالجة الارتباط التسلسلي. (5) بالرغم من عدم دلالة اختبار هاوسمان، إلا أنه تم الاحتفاظ بنموذج التأثيرات الثابتة لضبط التباين غير الملحوظ بين الشركات، وامتثالاً للأساس النظري للدراسة. تماشيًا مع التركيز المحاسبي للدراسة، عُدلت درجات ESG باعتبارها مؤشرات بديلة لجودة الإفصاح غير المالي وشفافية الحوكمة. كما تم اختبار ركنية الحوكمة بشكل مستقل نظرًا لأهميتها القصوى للشفافية وحماية المستثمرين. تم جمع متغيرات الضبط المالي من التقارير السنوية المدققة للسنة المالية 2019، وتشمل العائد على الأصول (ROA) الذي يمثل صافي الدخل كنسبة مئوية من إجمالي الأصول، والرافعة المالية (إجمالي الدين مقسومًا على إجمالي الأصول)، ونسبة القيمة الدفترية إلى السوقية (القيمة الدفترية لحقوق الملكية مقسومة على القيمة السوقية)، وحجم الشركة باستخدام اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول بملايين الدولارات الأمريكية. كان المتغير التابع الرئيسي هو عائد السهم اللوغاريتمي اليومي $\{R_{it}\} = \ln(P_{it}) / P_{i,t-1}$ ، حيث P_{it} هو سعر الإغلاق المعدل، وقد استُخدمت بيانات هذا المتغير من Yahoo Finance، باستخدام أرقام معدلة للتوزيعات الأرباح والتجزئة. قُيِّم تقلب العوائد باستخدام الانحراف المعياري المتدرج لمدة 30 يومًا للعوائد اللوغاريتمية اليومية، محسوبًا من العوائد اليومية ومحوّلًا إلى أساس سنوي بضربه في الجذر التربيعي لـ 252 يوم تداول. تم حساب درجة ESG مجمعة باستخدام بيانات Refinitiv وتقارير الشركات، والتي تتراوح من 0 إلى 100. كما استُخدمت الطريقة ذاتها لكل من ركانز ESG الثلاث للحصول على درجات مستقلة لكل ركنية.

تم تحويل درجة الإفصاح الإجمالية عن معايير ESG إلى درجة موحدة من خلال حساب المتوسط الحسابي للعينة وتقسيمه على الانحراف المعياري، مما يُنتج درجة z (متوسطها صفر، وانحرافها المعياري واحد). يمكن مراجعة جدول (2) للاطلاع على التفاصيل. وبالمثل، تم حساب درجة الحوكمة المعيارية باستخدام نفس الأسلوب (انظر الجدول 2). وفيما يتعلق بجودة البيانات، سجلت شركتان مدرجتان في الإمارات، وهما بنك دبي الإسلامي ودو للاتصالات، حركات غير معتادة في أسعار الأسهم ليوم واحد، حيث بلغت -148% و-344% في 2 فبراير 2020، تلا ذلك انعكاسات كاملة في اليوم التالي، 3 فبراير 2020. ويُعزى ذلك إلى تأثير تعديل الأسعار الناتج عن توزيعات الأرباح في سلسلة الإغلاق المعدلة بواسطة Yahoo Finance، بدلاً من الاعتماد على العوائد السوقية الفعلية. تم اعتبار المشاهدات اليومية الأربعة المتأثرة (شركتان وتاريخان) علامات مفقودة واستُبعدت من جميع التحليلات والنماذج، دون الحاجة إلى إجراء تعديلات إضافية على البيانات. كما تم تصنيف مؤشر أزمة كوفيد كمتغير ثنائي القيمة، حيث يُمنح القيمة 1 أو 0 وفقًا لحالة التاريخ، سواء كانت داخل أو خارج النافذة المحددة لكوفيد (11 مارس 2020 – 30 يونيو 2021)، على التوالي. بالإضافة إلى ذلك، تم اعتبار مؤشر الإفصاح العالي عن معايير ESG كمتغير ثنائي، يُعطى القيمة 1 إذا كانت درجة الإفصاح عن ESG الخاصة بالشركة تساوي أو تتجاوز الوسيط الخاص بالعينة، و0 خلاف ذلك. كما تم تقييم مؤشر الإفصاح العالي عن الحوكمة بنفس الطريقة، باستخدام درجة الإفصاح عن الحوكمة، ومنح القيمة 1 إذا كانت الدرجة تساوي أو تتجاوز الوسيط، و0 خلاف ذلك. وأخيرًا، تم حساب التفاعل بين درجات جودة الإفصاح عن معايير ESG ومؤشرات أزمة كوفيد (المقدر الأساسي). تم تطبيق أساليب الانحدار على البيانات الطولية، مع الاعتماد على التأثيرات الثابتة على مستوى الشركات، وتصميم الفروق في الفروق (DiD)، وتحليل التقلب المتحرك. كما تم استبعاد المشاهدات ذات البيانات غير المكتملة من التحليل. وتم حساب المواصفة الأساسية لأنموذج الانحدار على النحو التالي.

$$R_{it} = \alpha_i + \beta_1(ESG_i \times COVID_t) + \beta_2 ESG_i + \beta_3 COVID_t + \gamma' X_i + \delta_s +$$

$$\varepsilon_{it} \quad (1)$$

حيث إن R_{it} تمثل العائد اللوغاريتمي اليومي للشركة i في اليوم t ؛ α_i يشير إلى التأثيرات الثابتة الخاصة بالشركة؛ و ESG_i تمثل درجة الإفصاح المعيارية عن ESG قبل الأزمة؛ و $COVID_t$ هو مؤشر فترة الأزمة؛ و β_1 هو معامل يهتم بزيادة الآثار التفاضلية للعائدات بناءً على جودة الإفصاح خلال الأزمة؛ و X_i تمثل متجه الضوابط قبل الأزمة على مستوى الشركة؛ و δ_s تمثل التأثيرات الثابتة لكل قطاع؛ و ε_{it} هو حد الخطأ. كما أن الأخطاء المعيارية تكون مجمعة عند مستوى الشركة. تم استبدال مواصفة الفرق في الاختلافات (DiD) لدرجة ESG_z المستمرة بمؤشر ثنائي $high_esg$ (1) إذا كانت درجة ESG $\leq$ وسيط العينة، مع تحديد متوسط أثر المعالجة لكون الشركة ذات إفصاح مرتفع عن ESG خلال الأزمة مقارنة بالفترة قبل الأزمة. وتم اختبار فرضية الاتجاهات المتوازية، أي أن الشركات ذات الإفصاح المرتفع والمنخفض كانت تتبع مسارات عوائد متشابهة قبل الأزمة، باستخدام بيانات ما قبل كوفيد ضمن العينة. لم يرفض اختبار هاوسمان ($\chi^2 = 0.124$ ، $p = 0.940$) فرضية وجود تأثيرات عشوائية ($p \geq 0.05$). لذلك، لم يُقدّم هذا الاختبار أدلة على تفضيل نموذج التأثيرات الثابتة على أساس إحصائي. ومع ذلك، تم الاحتفاظ بالتأثيرات الثابتة للشركة ضمن جميع المواصفات الرئيسية كمتغير محافظ، لضبط جميع التباينات غير المرصودة الثابتة زمنيًا للشركة، وتُعتبر ممارسة قياسية في الدراسات المحاسبية للبيانات الطولية ذات الأطر الزمنية القصيرة ($T < 30$). ويجب تفسير النموذج 2 وفقًا لذلك، وعدم اعتباره "مفضلًا وفقًا لنتائج هاوسمان".

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها:

تعتمد النتائج على لوحة تتضمن 26 شركة خليجية مدرجة، تم رصدها خلال الفترة الممتدة من عام 2018 إلى عام 2022، وتشتمل على 32,085 مشاهدة شركة-يوم. وتشمل جميع التحليلات تأثيرات ثابتة خاصة بكل شركة وأخطاء معيارية متجمعة على مستوى الشركة، ما لم يُذكر خلاف ذلك. تُعرض الإحصاءات الوصفية للمتغيرات الرئيسية في الجدول رقم 3. وبناءً على المواصفات الرئيسية، يُفترض أن تكون جودة الإفصاح عن معايير ESG أعلى (الفرضية 1) مرتبطة إيجابيًا بمرونة عوائد الأسهم خلال فترة الأزمة الناتجة عن جائحة كوفيد-19 (مارس 2020 – يونيو 2021)، إلا أن ذلك لم يتم

التأكد منه. الغرض من الإحصاءات الوصفية: يقتصر جدول (3) على وصف خصائص توزيع المتغيرات (المتوسط، الانحراف المعياري، الحدود الأدنى والأقصى) بهدف الرصد الدقيق لمستوى التشتت والقيم المتطرفة قبل إجراء التحليل متعدد المتغيرات. يُؤجل تفسير العلاقات واختبار الفرضيات إلى قسّي النتائج والمناقشة لتجنب الالتباس بين تقديم البيانات وتفسيرها. كان معامل تفاعل ESG×COVID في نموذج التأثيرات الثابتة للشركة (النموذج 2) $\beta = -0.000314$ ($p = 0.070$)، وهو دالّ هامشياً لكن بإشارة سلبية، ما يشير إلى أن الشركات ذات التصنيف العالي في ESG لم تحقق عوائد أفضل خلال فترة الانهيار مقارنةً بنظيراتها ذات التصنيف الأقل في ESG. وأظهر النموذج الثنائي DiD (النموذج 5)، الذي يُعد الاختبار الأنسب للفرضية 1، معامل قدره -0.000105 ($p = 0.748$)، مما لا يقدم دعماً للفرضية. وبناءً عليه، فإن الفرضية 1 غير مدعومة خلال فترة الصدمة الحادة. ومع ذلك، برز أثر إيجابي وذو دلالة إحصائية لـ ESG في فترة التعافي بعد جائحة كوفيد (يوليو 2021 – ديسمبر 2022)، حيث كان $\beta = +0.000458$ ($p = 0.004$) وتشير هذه النتيجة إلى أن جودة الإفصاح عن ESG تعمل كآلية مرونة مؤجلة؛ إذ لم تتعرض الشركات ذات التصنيف العالي في ESG لصدمة أصغر، لكنها استعادت وضعها بشكل أسرع وأقوى عند عودة الظروف إلى طبيعتها. ملاحظة $p < 0.01$ ***، $p < 0.05$ **، $p < 0.10$ * تُعرض الأخطاء المعيارية بين قوسين (HC3) لنماذج M1/M3/M4؛ مجتمعة على مستوى الشركة لنماذج (M2/M5) كما تُدرج جميع النماذج ضوابط تتعلق بالدولة والقطاع. عدد المشاهدات هو 32,085 شركة-يوم عبر 26 شركة للفترة 2018–2022. تمت دراسة فترة التعافي ذات الموصفة من يوليو 2021 إلى ديسمبر 2022، والتي تمثل فترة المعالجة، حيث كانت النتائج $\beta = +0.000458$ ***، $p = 0.004$.

جدول (3): الإحصاءات الوصفية

المتغير	N	المتوسط	الانحراف المعياري	الأدنى	p25	p50	p75	الأعلى
عائد السهم اليومي	32,085	0.0003	0.0161	-0.2213	-0.0064	0.0000	0.0070	0.1779
التقلب المتحرك لمدة 30 يوماً	31,725	0.2282	0.1150	0.0000	0.1529	0.2080	0.2769	1.1648
درجة الإفصاح عن ESG	32,085	52.9350	7.3036	35.0000	50.0000	54.0000	58.0000	64.0000
درجة الإفصاح البيئي	32,085	38.0795	5.2388	25.0000	36.0000	39.0000	42.0000	46.0000
درجة الإفصاح الاجتماعي	32,085	49.8172	6.7947	33.0000	47.0000	51.0000	55.0000	60.0000
درجة الإفصاح عن الحوكمة	32,085	60.9509	10.9079	40.0000	54.0000	63.0000	69.0000	80.0000
العائد على الأصول	32,085	3.9411	3.2821	0.8000	1.6000	2.8000	5.2000	14.2000
العائد على حقوق الملكية	32,085	12.2166	5.7658	4.5000	8.1000	10.8000	14.8000	28.6000
الرافعة المالية	32,085	0.5973	0.2311	0.1500	0.4400	0.5200	0.8800	0.9000
نسبة القيمة الدفترية إلى السوقية	32,085	1.0919	0.4004	0.4200	0.7200	1.0500	1.4200	1.8500
حجم الشركة (لوغاريتم الأصول)	32,085	13.2591	0.6886	11.9200	12.7800	13.3000	13.7100	14.8200

ملاحظة: تظل درجات ESG والحوكمة ثابتة على مستوى الشركة، وتم قياسها خلال السنة المالية 2019. وتغطي مشاهدات العوائد اليومية الفترة الممتدة من عام 2018 إلى عام 2022 ($N =$ عدد مشاهدات الشركة-يوم). وقد تم تطبيق عملية التشذيب المستمر (winsorize) عند المئين الأول والتاسع والتسعين. وتشير القيم p25 و p50 و p75 إلى المئين الخامس والعشرين، والخمسين (الوسيط)، والخامس والسبعين، على التوالي.

أظهرت ارتباطات بيرسون الثنائية للمتغيرات الرئيسية (انظر جدول 4) ارتباطاً قوياً بين درجات ESG الإجمالية ودرجة الحوكمة، مما يعكس الأساس المشترك لقياسهما ضمن إطار تصنيف شركة Refinitiv. تم معالجة ذلك باستخدام نماذج انحدار منفصلة، حيث تضمن النموذج 3 درجات لكل من ركائز ESG الثلاث (البيئية والاجتماعية والحوكمة) بشكل متزامن، في حين استخدم النموذج 4 درجة الحوكمة فقط. يُعدّ جدول (4) بمثابة مقدمة لاختبار الفرضيات، حيث يعرض معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات؛ ويهدف إلى رصد الارتباطات الثنائية الأولية والكشف عن الخطئية المتعددة المحتملة قبل تطبيق نماذج الانحدارات متعددة المتغيرات، دون السعي لاستنتاج علاقات سببية.

جدول (4): مصفوفة ارتباط بيرسون

المتغير	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
عائد السهم اليومي	1.000	0.029	0.001	0.001	0.001	0.001	-0.008	0.007	0.006	-0.001
التقلب المتحرك لمدة 30 يوماً	0.029	1.000	-0.010	-0.007	-0.003	-0.012	0.033	-0.025	-0.026	0.062
درجة الإفصاح عن ESG	0.001	-0.010	1.000	0.448	0.945	0.932	-0.190	0.324	0.171	0.000
درجة الإفصاح البيئي	-	-0.007	0.448	1.000	0.157	0.104	-0.082	-0.347	-0.317	0.014
درجة الإفصاح الاجتماعي	0.001	0.003	0.945	0.157	1.000	0.973	-0.168	0.458	0.262	-0.000
درجة الإفصاح عن الحوكمة	0.001	-0.012	0.932	0.104	0.973	1.000	-0.187	0.506	0.344	-0.009

العائد على الأصول	-	0.033	0.190-	0.082-	0.168-	0.187-	1.000	0.746-	0.690-	0.018
	0.008									
الرافعة المالية	0.007	0.025-	0.324	0.347-	0.458	0.506	0.746-	1.000	0.891	0.030-
نسبة القيمة الدفترية إلى السوقية	0.006	0.026-	0.171	0.317-	0.262	0.344	0.690-	0.891	1.000	0.043-
COVID Dummy	-	0.062	0.000	0.014	0.000-	0.009-	0.018	0.030-	0.043-	1.000
	0.001									

ملاحظات: تتوافق أرقام الأعمدة والصفوف من 1 إلى 10 مع المتغيرات المدرجة في عناوين الصفوف، وهي كما يلي: (1) العائد اليومي للسهم؛ (2) التقلب المتدرج خلال 30 يوماً؛ (3) درجة الإفصاح عن معيار ESG؛ (4) درجة الإفصاح البيئي؛ (5) درجة الإفصاح الاجتماعي؛ (6) درجة الإفصاح عن الحوكمة؛ (7) العائد على الأصول؛ (8) مستوى الرافعة المالية؛ (9) نسبة القيمة الدفترية إلى القيمة السوقية؛ و(10) المتغير الوهمي المرتبط بجائحة كوفيد-19. تُظهر القيم معاملات ارتباط بيرسون (r)، وتفاوتات بين -1 و +1، مع أن القيم على القطر تساوي 1.000.

بمقتضى التصميم (حيث يكون كل متغير مرتبط ارتباطاً تاماً بنفسه)، وكدليل عام، تُعتبر قيمة $|r| \geq 0.50$ مؤشرًا على علاقة خطية قوية، في حين أن قيمة $|r| \geq 0.30$ تُشير إلى علاقة متوسطة. ولا يتم ذكر اختبارات الدلالة الإحصائية للارتباطات الثنائية الفردية، إذ أن درجات ESG والحوكمة تمثل مقاييس ثابتة على مستوى المؤسسة ولا تتغير مع مرور الوقت، وتُكرر عبر جميع المشاهدات اليومية، مما يؤدي إلى إنتاج قيم p صغيرة بصورة اصطلاحية لا تعكس الدلالة الإحصائية بشكل صحيح. يوجد ثلاث ارتباطات تستوجب الانتباه لأغراض صياغة النموذج، أولاً، أن الدرجة الإجمالية لـ (3) ESG مرتبطة ارتباطاً عالياً بكل من الدرجة الاجتماعية (5) ($r = 0.945$) ودرجة الحوكمة (6) ($r = 0.932$)، مما يعكس تشابه بنائها ضمن إطار تصنيف Refinitiv؛ لذلك، لا يُدرج في النموذج الانحداري نفسه. ثانياً، الرافعة المالية (8) ونسبة القيمة الدفترية إلى السوق (9) مرتبطتان ارتباطاً قوياً ($r = 0.891$)، وكلاهما مرتبط سلبيًا بالعائد على الأصول (7) ($r = -0.746$ و -0.690 على التوالي)، وهو ما يتسق مع دوره ك مؤشرين للحالة المالية. ثالثاً، يُظهر متغير كوفيد الوهمي (10) ارتباطات قريبة من الصفر مع جميع متغيرات ESG والعوائد، مما يؤكد أن توقيت الأزمات غير مرتبط بخصائص الإفصاح على مستوى الشركة، حسب نطاق التفاعل. تم استخدام نماذج انحدار منفصلة (M3)، (M4) لمنع إدراجها بشكل متزامن. يعرض الجدول 5 الاختبار الرئيسي للفرضية الأولى من خلال نماذج انحدار البيانات الطولية؛ ويقتصر هذا الجزء على تقديم النتائج، على أن يتم تفسيرها في قسم المناقشة. بالنسبة لنتائج انحدار البيانات الطولية الأساسية، كان المعامل الرئيسي موضوع اهتمام هو β_1 لتفاعل الإفصاح عن ESG × كوفيد. لقد عكس هذا الأداء التفاضلي للعوائد للشركات ذات الإفصاح الأعلى خلال فترة الأزمة (انظر الجدول 5). وتُعرض الأخطاء المعيارية الصامدة ضد عدم تجانس التباين (HC3) لمواصفات المربعات الصغرى العادية المجمعة، والأخطاء المعيارية المضمنة على مستوى الشركة لمواصفات التأثيرات الثابتة للشركة.

جدول (5): نتائج انحدار البيانات الطولية لجودة الإفصاح عن ESG ومرونة عوائد الأسهم

Notes	N	Adj-R ²	R ²	p-val	SE	ESG×COVID	p-val	SE	ESG β	Specification
β_1										
HC3 robust SE; country + sector FE; no financial controls	32,085	0.0010	0.0014	0.1932	0.00024	0.00032-	0.8571	0.00014	0.00003	Model 1: Pooled OLS (HC3, country+sector FE)
Conservative specification; entity FE absorbs time- invariant ESG score	32,085	—	0.0010	*0.0695	0.00017	0.00031-	—	—	—	Model 2: Firm FE (clustered SE at firm level)
Pillar scores entered separately; entity FE absorbs main pillar effects	32,085	—	0.0012	E: 0.912 S: 0.836 G: ***0.003	E: 0.00023 S: 0.00042 G: 0.00203	E: 0.00023 S: 0.00042 G: -0.00106	—	—	—	Model 3: E, S, G Pillars (Firm FE, clustered SE)
Governance pillar score as standalone predictor; entity FE	32,085	—	0.0011	***0.0004	0.00013	0.00047-	—	—	—	Model 4: Governance- Only (Firm FE, clustered SE)

Tests H2:	31,725	0.0240	0.0248	0.7613	0.00755	0.00229-	—	—	—	Model 5: Dep
ESG×COVID										= 30-Day
on volatility										Rolling
(different DV										Volatility (Firm
from M1-										FE, clustered
M4)										SE)

ملاحظات: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$. ودرجات ESG معيارية (المتوسط = 0، الانحراف المعياري = 1). الأخطاء المعيارية: حسنة M1 لـ HC3 (المربعات الصغرى المجمعة مع متغيرات وهمية للدولة والقطاع)؛ ومتجمعة على مستوى الشركة لـ M2 و M3 و M4 و M5. وتشير العلامة — في أعمدة β ESG لـ M2 إلى أن درجة ESG الثابتة زمنياً على مستوى الشركة مستوعبة بالكامل في التأثيرات الثابتة للوحدة ولا يمكن تقديرها على حدة. ويعكس معامل β_1 لـ ESG×COVID الفرق في أداء العوائد (أو التقلب، في M5) للشركات ذات الإفصاح الأعلى خلال فترة الأزمة مقارنة بالأساس السابق للأزمة. ويستخدم M5 متغيراً تابعاً مختلفاً (التقلب المتدرج السنوي لـ 30 يوماً) عن M1-M4 (العائد اللوغاريتمي اليومي)، وأدرج لاختبار الفرضية 2 إلى جانب نتائج الفرضية 1 الرئيسية.

يعرض جدول 6 اختبار التعرف السببي للفرضية الأولى من خلال تصميم الفروق في الفروق، مكملاً نتائج الجدول 5 ومعززاً إياها. فيما يخص نتائج معامل DiD التي تشير إلى متوسط العائد اليومي التفاضلي للشركات ذات الإفصاح المرتفع عن ESG بالمقارنة مع تلك ذات الإفصاح المنخفض خلال فترة حدث كوفيد. وتتماشى النتائج عبر جميع مواصفات DiD الثلاثة (انظر الجدول 6) مع التقارير السابقة: حيث لا يلاحظ وجود أثر دالٍ لـ ESG خلال ذروة فترة الأزمة. وتم اختبار فرضية الاتجاهات المتوازنة باستخدام اختبار وهي بتاريخ أزمة زائف في مارس 2019 (قبل عام كامل من صدمة كوفيد-19 الفعلية)، حيث أظهر الاختبار قيمة $p > 0.32$ في جميع المواصفات. ويؤكد ذلك أن الشركات ذات ESG المرتفع والمنخفض كانت تمتلك أنماط عوائد متشابهة قبل كوفيد، مما يدعم صحة تطبيق تصميم DiD.

جدول (6): نتائج الفروق في الفروق DiD

Notes	N	N (obs)	R ²	t-stat	p-val	SE	DiD β	Treatment Group	Specification
	(firms)								
Clustered SE at firm level; country + sector controls	26	32,085	0.0001	0.321-	0.7484	0.000327	0.000105-	High ESG disclosure (above median)	High vs low ESG disclosure × COVID
Tests whether governance disclosure quality is specifically associated with resilience	26	32,085	0.0001	1.552-	0.1208	0.000312	0.000484-	High governance disclosure (above median gov_score)	High vs low governance score × COVID
Alternative threshold (top vs bottom tercile)	17	22,489	0.0004	0.840-	0.4004	0.000430	0.000361-	Top ESG disclosure tercile	Top vs bottom tercile × COVID

ملاحظة: يعرض الجدول 7 تقلب العوائد السنوي للشركات ذات الإفصاح المرتفع والمنخفض عن ESG خلال فترتي ما قبل كوفيد وكوفيد. وبعد إزالة أربع قيم متطرفة حُدثت بوصفها آثار تعديل أسعار من Yahoo Finance (انظر ملاحظة جودة البيانات في المنهجية)، يبلغ متوسط التقلب السنوي عبر جميع الشركات والفترات 22.8%. وتبلغ الشركات ذات ESG المرتفع تقلباً سنوياً في فترة كوفيد قدره 25.5%، مقارنة بـ 25.4% للشركات ذات ESG المنخفض، وهو فرق يقل عن نقطة مئوية واحدة وأصغر بكثير من الفجوة السابقة لكوفيد (20.8% مقابل 23.0%). واقصدياً، يدعم هذا الاتجاه الفرضية 2، لكن الفرق صغير، ويشير انحدار البيانات الطولية إلى أنه لا يختلف إحصائياً عن الصفر.

يختص جدول 7 باختبار الفرضية الثانية (يُعد التقلب/المخاطر)، وهو يُعد مستقل عن بُعد مستوى العوائد الذي تناولته الجداول السابقة. يعرض جدول 7 التقلبات السنوية للعوائد للشركات التي تلتزم بمتطلبات الإفصاح المرتفعة والمنخفضة بخصوص معايير ESG خلال فترتي ما قبل الجائحة وخلالها. ولا يظهر أي من النموذجين علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإفصاح عن معايير ESG والتقلبات المتحركة خلال فترة الجائحة. ففي نموذج المربعات الصغرى العادية المجمعة بدون تأثيرات الشركة الثابتة، يكون تفاعل ESG×COVID سالباً غير أنه غير دالٍ إحصائياً ($\beta = 0.002274$)، $SE = 0.001803$ ، $p = 0.207$ وعند إدراج التأثيرات الثابتة الخاصة بالشركة في النموذج V2، يظل غير دالٍ إحصائياً ($\beta = 0.002293$)، $SE = 0.007546$ ، $p = 0.761$). وعلى الرغم من أن الإشارة تشير إلى أن الإفصاح الأعلى عن معايير ESG يرتبط بتقلب أكبر قليلاً، فإن الأثر ضئيل ولا يمكن تمييزه إحصائياً عن الصفر في كلا النموذجين. يتوافق ذلك مع النمط الظاهر في الجدول 7، حيث تقل فجوة التقلب خلال فترة الجائحة بين الشركات ذات الإفصاح المرتفع والمنخفض عن معايير ESG بنسبة أقل من نقطة مئوية واحدة. وبناءً عليه، فإن الفرضية H2 غير مدعومة؛ حيث إن عينة مكونة من 26 شركة ودرجات ESG ثابتة عبر الزمن لا تملك قوة إحصائية كافية لرصد أثر التقلب داخل الشركة الواحدة، كما أن الفروق المقطعية الصغيرة ليست موثوقة عند ضبط التباين غير الملحوظ بين الشركات.

جدول (7): التقلب السنوي للعوائد للشركات ذات الإفصاح المرتفع مقابل المنخفض عن ESG

السنوي	اليومي	متوسط العائد	عدد الشركات	عدد المشاهدات	الفترة	مجموعة ESG
0.2084	0.0154	0.0000	13	12,114	Pre-COVID	High ESG disclosure
0.2546	0.0169	0.0011	13	4,275	COVID	High ESG disclosure
0.2296	0.0164	0.0001	13	11,521	Pre-COVID	Low ESG disclosure
0.2542	0.0166	0.0012	13	4,175	COVID	Low ESG disclosure

ملاحظات: التقلب السنوي = الانحراف المعياري للعائد اليومي $\times \sqrt{252}$. واستُخدمت نافذة متدرجة مدتها 30 يوماً للمقارنات الزمنية.

بعد ذلك، أُجريت تحليلات انحدارات على مستوى القطاع بهدف تقييم مرونة الشركات ذات مستويات الإفصاح العالية والمنخفضة فيما يتعلق بمعايير البيئة والمسؤولية الاجتماعية والحوكمة (ESG) ونظرًا لاحتواء القطاع المالي فقط على العدد الكافي من الشركات (12 شركة) لدعم تحليل موثوق داخل القطاع، تم تقديم تحليل انحدار خاص بقطاع المالية فقط؛ أما جميع القطاعات الأخرى التي تتضمن خمسة شركات أو أقل، فتُختصر في الوصف بشكل يتسم بالاختصار (انظر جدول 8). ونظرًا لعدم توافر عدد كافٍ من الشركات حتى في القطاع المالي، فإنه من الضروري تفسير هذه النتائج بحذر. إيضاح حول تحليل القطاعات: اقتصر تقدير الانحدار داخل القطاع على القطاع المالي فقط، حيث إنه القطاع الوحيد الذي يضم عددًا كافيًا من الشركات (اثني عشر شركة)، في حين تم تلخيص باقي القطاعات (خمس شركات أو أقل لكل منها) بشكل وصفي فقط. ولذلك، يعرض جدول 8 مزيجًا من نتائج الانحدار للقطاع المالي وإحصاءات وصفية لباقي القطاعات، ويجب عدم تفسير القيم الوصفية على أنها معاملات دالة إحصائية.

جدول (8): انحدارات الإفصاح عن ESG والمرونة على مستوى القطاع

Notes	p-val	ESG × COVID	Mean ESG	No. of Obs.	No. of Firms	Sector
Insufficient firms for a reliable sector-specific regression; descriptive only.	N/A	Descriptive only	58.50	5,035	4	Communication
Insufficient firms for a reliable sector-specific regression; descriptive only.	N/A	Descriptive only	35.00	1,269	1	Consumer Discretionary
Insufficient firms for a reliable sector-specific regression; descriptive only.	N/A	Descriptive only	52.00	763	1	Energy
HC3 SE; 12 firms; results should be considered exploratory	0.454	0.0005-1	53.42	14,892	12	Financials
Insufficient firms for a reliable sector-specific regression; descriptive only.	N/A	Descriptive only	51.40	6,339	5	Materials
Insufficient firms for a reliable sector-specific regression; descriptive only.	N/A	Descriptive only	57.00	1,252	1	Real Estate
Insufficient firms for a reliable sector-specific regression; descriptive only.	N/A	Descriptive only	49.50	2,535	2	Utilities

بالنسبة للمقارنات الوصفية على مستوى الدولة لخصائص العوائد والتقلب خلال فترتي ما قبل كوفيد وخلال فترة كوفيد عبر الأسواق الخليجية، لم تُقدَّر أي انحدارات نظرًا لعدم إمكانية استنتاج استدلال إحصائية من عينات فرعية صغيرة الحجم (12 شركة سعودية، وسبع شركات قطرية، وثلاث شركات إماراتية، وثلاث شركات كويتية، وشركة بحرينية واحدة). ولهذا السبب، يُعتَفر أن تكون المقارنات بين الدول المعروضة في جدول 9 مجرد خلفية سياقية فحسب. تأكيد على الطبيعة غير الاستدلالية: تُعتبر المقارنات القطرية في الجدول 9 وصفية بحتة، ولا يُعترف لها بأي انحدارات إحصائية؛ إذ أن حجم العينات الفرعية صغير جدًا، حيث تقتصر البحرين على شركة واحدة، مما يعيق أي استدلال إحصائي. كما يُعرض خصائص العوائد والتقلبات لكل دولة، في سياق يتصل بهدفي الدراسة المتعلقين بمستوى العوائد وتقلبها، وليس كتوصيف لنتائج قابلة للتعميم.

جدول (9): المقارنة الوصفية على مستوى الدولة

Return Std. Dev. (COVID)	Return Std. Dev. (Pre-COVID)	Mean Return (COVID)	Mean Return (Pre-COVID)	Mean Gov. Score	Mean ESG Score	No. of Obs.	No. of Firms	Country
0.0173	0.0174	0.0015	0.0001-	55.9	49.9	14,718	12	Saudi Arabia (Tadawul)
0.0145	0.0149	0.0009	0.0001	65.7	56.3	8,862	7	Qatar (QSE)
0.0190	0.0142	0.0008	0.0000-	65.3	57.0	3,752	3	UAE (DFM)
0.0161	0.0137	0.0009	0.0003	65.3	54.7	3,747	3	Kuwait (KSE)
0.0190	0.0144	0.0008	0.0010	59.0	47.0	1,006	1	Bahrain (BHB)

فحوصات المتانة:

تم إجراء العديد من الفحوصات للتحقق من متانة النتائج الأساسية، كما هو موضح في الجدول 10. وشملت هذه الفحوصات: نوافذ أزمة كوفيد المختلفة (الانهيار الحاد فقط، من مارس إلى ديسمبر 2020؛ والنوافذ الممتدة، من مارس 2020 إلى ديسمبر 2021)؛ والعوائد المعدلة وفقاً للسوق (باستثناء عائد سوق الدولة مُوزناً بالتساوي)؛ والعوائد المعدلة وفق القطاع (باستثناء متوسط عوائد القطاع، مع ظهور تأثير هامشي لـ ESG عند قيمة $p = 0.098$)؛ والتقلب الشرطي باستخدام نموذج GARCH(1,1)، بدلاً من الانحراف المعياري المتداول لمدة 30 يومًا؛ والمخاطر الجانب السلبي فقط (الانحراف شبه المعياري)؛ وانحدارات فاما-ماك بيت المقطعية؛ وعوائد الحدث التراكمية غير الاعتيادية (CAR) حول فترة الانهيار الحاد. وفي جميع المواصفات، لم يكن تفاعل ESG×COVID خلال فترة الانهيار دالاً عند مستوى 5 %، مما يؤكد متانة النتيجة الأساسية للفرضية 1 خلال فترة الصدمة الشديدة. وتظل نتيجة نافذة التعافي، التي كانت $\beta = +0.000458$ ، وقيمة $p = 0.004$ ، متسقة عبر مختلف المواصفات. كما تقدم نتيجة العوائد المعدلة وفق القطاع دعماً أقوى للفرضية 1 خلال نفس فترة الأزمة، مع قيمة p تُقدَّر بـ 0.098^* . تنظيم فحوصات المتانة وتفسيرها بحذر: تُصنّف فحوصات المتانة إلى أربع فئات رئيسية: (أ) النوافذ الزمنية البديلة للأزمات وفترات التعافي؛ (ب) المتغيرات التابعة البديلة (مثل العوائد المعدلة وفق السوق والقطاع، ومخاطر الجانب السلبي)؛ (ج) طرائق تقدير بديلة (GARCH)، و Fama-MacBeth، و (د) العينات الفرعية. وتظلّ النتيجة الصفرية للفرضية الأولى خلال فترة الانهيار ثابتة عبر هذه الفئات ضمن حدود العينة الاستكشافية، دون أن تعني تعميمها. أما الأثر الهامشي في نتيجة العوائد المعدلة وفق القطاع ($p = 0.098$) فليس من المناسب المبالغة في تفسيره، إذ إنه لا يصل إلى مستوى الدلالة الإحصائية المعتاد (5%) المستعمل في التحليل، مما يتطلب عدم التسرع في استخلاص النتائج.

جدول (10): ملخص فحوصات المتانة

Notes	No. of Firms	No. of Obs.	R ²	p-val	SE	ESG × COVID β	Specification
Main specification	26	32,085	0.0002	*0.0695	0.00017	0.00031-	Baseline (FE + clustered SE)
Shorter COVID window	26	32,085	0.0001	0.5454	0.00023	0.00014-	Acute crash window (Mar–Dec 2020)
Tested sector confounds	14	17,193	0.0003	0.2007	0.00018	0.00023-	Excluded financial firms
Substituted governance score as disclosure quality proxy (gov_z × covid_dummy)	26	32,085	0.0003	***0.0004	0.00013	0.00047-	Governance disclosure
Used alternative threshold: Q75 vs Q25	15	18,739	0.0007	0.4553	0.00049	0.00037-	Quartile ESG threshold (top vs bottom Q)
Used alternative dependent variable: realized volatility	26	31,725	0.0248	0.7613	0.00755	0.00229-	Dep = volatility (rolling σ)
اختبار المتانة الخاصة بالدولة	12	14,718	0.0009	0.2586	0.00019	0.00021-	Used only Saudi Arabia

ملاحظة: *** $p < 0.01$ ، ** $p < 0.05$ ، * $p < 0.10$.

مناقشة النتائج:

تسلط نتائج هذه الدراسة، على الرغم من كونها استكشافية نظراً لحجم العينة، الضوء على عدة نقاط مثيرة للاهتمام. وتتوافق النتيجة الأساسية، وهي أن جودة الإفصاح عن معايير ESG لم تكن مرتبطة بشكل جوهري بمرونة عوائد الأسهم خلال صدمة COVID-19 الحادة في الأسواق الخليجية، مع بعض الأبحاث التي تتساءل عما إذا كان ESG يوفر حماية خلال الاضطرابات السوقية النظامية السريعة (Demers et al., 2021) وفي السياق الخليجي، تبرر هذه النتيجة الصفرية خلال فترة الصدمة بشكل خاص، حيث تزامن انهيار سوق الأسهم الخليجي نتيجة لجائحة كوفيد مع انخفاض أسعار النفط في مارس 2020، مما أدى إلى تراجع واسع النطاق في جميع القطاعات وأنواع الشركات، وهو ما قد يكون قد تجاوز أي مزايا مرتبطة بالإفصاح عن مؤشرات ESG على مستوى الشركة. وعند تقليل صدمة شاملة مدفوعة بالسلع من التباين في العوائد بين الشركات المختلفة، يقل تأثير إشارات ESG على عملية التسعير. وتتعلق النتيجة الأبرز بفترة التعافي بعد جائحة كوفيد (يوليو 2021 – ديسمبر 2022). حيث أظهرت الشركات التي تلتزم بمعايير ESG مرتفعة أداءً جوهرياً خلال هذه المرحلة من التعافي ($\beta = +0.000458$)، ($p = 0.004$)، وهو نتيجة لم تكن واضحة في التحليلات السابقة التي انتهت في عام 2021. ويؤكد ذلك دراسة Lins وآخرون (2017)، الذين أشاروا إلى أن رأس المال الاجتماعي المتراكم من خلال أنشطة المسؤولية الاجتماعية يحقق عوائد بعد حدوث صدمة الثقة وليس خلال الأزمة المباشرة.

التفسير هنا هو أن جودة الإفصاح عن ESG تعمل كإشارة مصداقية مؤجلة؛ إذ يعيد المستثمرون تقييم أساسيات الشركة وجودة الحوكمة بمجرد انقضاء الصدمة المباشرة، وتجذب الشركات ذات الإفصاحات القوية قبل الأزمة تدفقات رأس مالية غير متناسبة خلال فترة التعافي. ويُعد هذا التمييز بين آثار ESG خلال مرحلتَي الأزمة والتعافي المساهمة التجريبية الرئيسية لفترة الدراسة الممتدة من 2018 إلى 2022. تنبيه تفسيري: إن آليات إعادة التسعير وتدفق رؤوس الأموال المطروحة هنا، التي تُستخدم لتفسير أثر التعافي، تعد تفسيرات محتملة استنتجت من النتائج ولم تُختبر مباشرة في الدراسة. ونظراً لصغر حجم العينة (26 شركة) وللمعاني الهامشية لبعض النتائج، فإن الاستنتاجات تُطرح على أنها علاقات مرتبطة وليست علاقات سبب ونتيجة، مع

تجنب التعميم المطلق. كما يُحتمل أيضاً أن يكون غياب الدعم خلال فترة الانهيار فيما يتعلق بالفرضية الأولى مرتبطاً بالإطار الزمني المختار والتركيز المحدد على صدمة الخليج. إذ تُعتبر النافذة الضيقة لفترة كوفيد المستخدمة في الدراسة (مارس 2020 – يونيو 2021) عن كل من الانهيار الأولي والتعافي الجزئي؛ فيما تُظهر نافذة الحدث الأقصر والأكثر تركيزاً (فبراير – مارس 2020 فقط) أن الشركات ذات الأداء العالي وفقاً لمعايير ESG قد سجلت متوسط عائد تراكمي غير معتاد أعلى (+1.2%) مقارنة بالشركات ذات الأداء المنخفض وفقاً لمعايير (-2.1%) ESG خلال فترة الانهيار الشديد، على الرغم من أن هذا الفرق لا يُعتبر ذا دلالة إحصائية نظراً لحجم العينة المكونة من 26 شركة. ومن المحتمل أن يؤدي مع زيادة حجم العينة إلى تحقق نتيجة أكثر موثوقية وإشارةً دالة، رغم ضعف قوتها حالياً، وعندما كان معامل التفاعل بين ESG و COVID دالاً إحصائياً ($p \leq 0.10$)، دعمت النتائج فرضية 3: إذ كانت الحوكمة وحدها من بين مكونات ESG الثلاثة التي أظهرت ارتباطاً دالاً ($\beta = -0.001061$ ، $p = 0.003$). أما تفاعلات المكونين البيئي والاجتماعي فكانت غير دالة إحصائياً (البيئي: $p = 0.910$ ؛ الاجتماعي: $p = 0.837$).

على الرغم من أن اختبار والد الرسي لفكرة عدم وجود اختلاف ذات دلالة إحصائية في معامل الحوكمة مقارنة بالمعامل البيئي ($p = 0.269$)، والذي يُعزى غالباً إلى صغر حجم العينة، فإن نمط النتائج يتوافق بشكل موضوعي مع الفرضية H3. ويتناغم ذلك مع البيئة التنظيمية في دول مجلس التعاون الخليجي، حيث تُعتبر مدونات حوكمة الشركات (الهيئة السعودية للسوق المالية CMA، الهيئة القطرية للأسواق المالية QFMA، والهيئة الإماراتية للأوراق المالية والسلع SCA) القوة الدافعة وراء الإفصاح غير المالي الإلزامي، مما يسهم في جعل شفافية الحوكمة عاملاً من عوامل ESG الأكثر تأثيراً على المستثمرين في الأسهم بدول الخليج. ومع ملاحظة أن عينة الدراسة المكونة من 26 شركة تجعل النتائج استكشافية، فمن المثير للاهتمام رصد الفروق على مستوى الدول في علاقة ESG×COVID تظهر أن الشركات المدرجة في الكويت سجلت أقوى نتيجة على مستوى العينات الفرعية ($\beta = -0.000606$)، ($p = 0.084$)، مما يشير إلى أن الإفصاح عن الحوكمة ربما حظي بتقدير خاص في الأسواق ذات المتطلبات التنظيمية الأقل تطوراً فيما يتعلق بـ ESG عند إجراء الدراسة. وعلى العكس، فإن المملكة العربية السعودية، التي تُعد أكبر أسواق الخليج وأكثرها سيولة، بالإضافة إلى أن لديها متطلبات الإفصاح عن الحوكمة الأشد رسوخاً، لا تظهر لها تأثيرات دالة ذات صلة بـ ESG في أي اتجاه ($p = 0.259$). ويُوافق هذا الاتجاه سوقاً يُسعر فيه الإفصاح بكفاءة أكبر، حيث تنعكس معلومات ESG في الأسعار بالفعل قبل وقوع حدث الأزمة. وفيما يتعلق بالعلاقة المفترضة بين جودة الإفصاح وتقلب سعر السهم (الفرضية 2)، فإن النتائج لا تدعم هذه الفرضية في أي من مواصفي النموذج. حيث يُظهر كلٌّ من نتائج المربعات الصغرى المجمعة ($\beta = -0.002274$)، ($SE = 0.001803$)، ($p = 0.207$) ونموذج التأثيرات الثابتة للمؤسسة ($\beta = -0.002293$)، ($SE = 0.007546$)، ($p = 0.761$) معاملات غير دالة لحد التفاعل بين ESG و COVID. وعلى الرغم من أن الإشارة تتطابق مع التوقعات (سلبية)، مما يدل على تقلب أدنى للشركات ذات معايير ESG الأعلى)، إلا أن حجم العينة الصغير الذي بلغ 26 شركة يُقيد القوة الإحصائية، مما يصعب من استبعاد التباين الناتج عن عينة الدراسة. وبالتالي، فإن الفرضية 2 لا تقتصر على الدعم.

الخاتمة:

تُسهّم الدراسة بشكل هام في نظرية الممارسة، بالرغم من نتائجها الاستكشافية. ويتمثل الإسهام الأساسي لها في تطوير إطار واضح مبني على أسس محاسبية لتقييم جودة الإفصاح عن معايير ESG في أسواق الأسهم الخليجية. يشمل هذا الإطار التحقق من مصادر ESG على مستوى الشركة، والتميز اليدوي لجودة الإفصاح (انظر الملحق أ)، مع تقديم تفسير واضح لقيود القياس. بالإضافة إلى ذلك، يُعزز الإسهام النظري من أدبيات الإفصاح والمرونة ليشمل أسواق الأسهم الخليجية، التي تتميز بسمات هيكلية فريدة مثل التفاعل مع أسعار النفط، وتركز الملكية، وأنظمة الإفصاح غير المالي المدفوعة بالحوكمة. تم الإشارة إلى أن مستوى المساهمات يكتنفه بعض التحفظات، حيث تُعرض هذه المساهمات بشكل استكشافي نظراً لحجم العينة المحدود؛ وبالتالي، تظل الآثار التنظيمية والسياساتية المستنتجة محكومة وروتينية، ويُمنع تعميم النتائج على جميع الشركات الخليجية المدرجة قبل التحقق من ذلك باستخدام عينات أكبر. تُوضح النتائج أن تأثيرات تقييم الأداء البيئي والاجتماعي والحكومي (ESG) تؤثر على عمليات التعافي بدلاً من عوائد فترة الأزمة، مما يميز بين ESG كوسيلة للحماية من الانهيار (Albuquerque et al., 2020؛ Broadstock et al., 2021) و ESG كعامل ميسر للتعافي (Lins et al., 2017). تشير الدراسة إلى أن هذا التمييز قد يكون أكثر أهمية في الأسواق الناشئة المعرضة للسلع، حيث يمكن للصدمات النظامية أن تتجاوز الإشارات على مستوى الشركات. فيما يتعلق بالسياسات والتنظيمات المحاسبية، أظهرت النتائج أن الإفصاح عن الحوكمة يرتبط ارتباطاً دالاً إحصائياً بمرونة سعر السهم، مما يدعم متطلبات التقارير الإلزامية والموحدة للحوكمة عبر البورصات الخليجية. كما يميز التباين في جودة الإفصاح بين الشركات التي تصدر تقارير استدامة مستقلة وأخرى تقدم إفصاءات ضئيلة في التقارير السنوية، وذلك عبر عدة أبعاد تتعلق بالإفصاح عن ESG في الخليج يمكن معالجتها من خلال سياسات محددة. بالإضافة إلى ذلك، وبما يتماشى مع دراسة Beyer et al. (2010) حول دقة الإفصاح الطوعي، تشير النتائج إلى إمكانية تقييم جودة إفصاحات ESG بدلاً من الاقتصار على قياس حجمها، مما يستدعي أن تتضمن التنظيمات الخليجية المستقبلية معايير مثل الأهمية النسبية وقابلية المقارنة إلى جانب الحد الأدنى للإفصاح.

أولاً: النتائج

بحثت هذه الدراسة في ما إذا كانت جودة الإفصاح عن المعايير البيئية والاجتماعية والحوكمة وشفافية الحوكمة مرتبطة بمرونة سوق الأسهم خلال جائحة كوفيد-19 بين ست وعشرين شركة خليجية مدرجة في المملكة العربية السعودية والإمارات وقطر والكويت والبحرين خلال الفترة من عام 2018

إلى عام 2022، وتشمل 32,085 مشاهدة شركة-يوم. من خلال معالجة درجات ESG كمؤشرات بديلة لجودة الإفصاح غير المالي وشفافية المعلومات، توفر هذه الدراسة، المستندة إلى مبادئ المحاسبة، إطاراً لفهم قيود الإفصاح وقيود البيانات في سياق أسواق ناشئة قليلاً ما حُظيت بالدراسة. وتم اختبار ثلاث فرضيات باستخدام انحدار البيانات الطولية مع التأثيرات الثابتة على مستوى الشركة، ومنهج الفروق في الفروق، ونموذج العائدات التراكمية غير الطبيعية، بالإضافة إلى اختبارات أخرى تتضمن تقلب GARCH، وتحليل ثبات بيتا، وتقديرات سرعة التعافي. تُعرض النتائج التالية على أنها استكشافية وارتباطية نظراً لحجم العينة (26 شركة)، إذ تعتبر الأكثر صلاحية نتيجة لفترة التعافي، إلا أن جميعها تتطلب تحققاً لاحقاً باستخدام عينات أكبر قبل تعميمها. تنبثق ثلاث نتائج رئيسية. أولاً، لم تكن جودة الإفصاح عن ESG مرتبطة بصورة جوهرية بمرونة عوائد الأسهم أو تقلبها خلال فترة صدمة كوفيد-19 في الأسواق الخليجية. ويدعم ذلك فكرة أن انهياراً متزامناً في أسعار النفط تسبب في صدمة نظامية، قللت التباين المقطعي وطلعت على إشارات الإفصاح على مستوى الشركة. ثانياً، والأهم، أظهرت الشركات ذات جودة الإفصاح الأعلى عن معايير ESG قبل الأزمة عوائد أقوى بشكل جوهري خلال فترة التعافي التي أعقبت جائحة كوفيد-19 ($\beta = +0.00045819$)، ($p = 0.004$)، مما يشير إلى أن معايير ESG تعمل كآلية مرونة مؤجلة، تدعم عملية التعافي بدلاً من توفير الحماية من الصدمة الأولية. ولم تُلاحظ هذه النتيجة إلا عند استخدام نافذة بيانات عام 2022 الموسعة. ثالثاً، من بين الركائز الثلاث لمعايير ESG، كان الإفصاح عن الحوكمة المكون الوحيد الذي أظهر ارتباطاً دالاً إحصائياً عبر مختلف النماذج ($p = 0.003$) ويتوافق ذلك مع الإطار التنظيمي القائم على الحوكمة لأسواق الأسهم الخليجية، ويؤيد فرضية 3، حتى في ظل عدم دلالة اختبار والد الرسمي لتساوي الركائز.

ثانياً: القيود

تشتمل هذه الدراسة على عدد من القيود التي تؤكد على الحاجة إلى إجراء بحوث مستقبلية للتحقق من نتائجها الاستكشافية والتوسع فيها. أولاً، يعكس الحجم الصغير للعينة البالغ 26 شركة مدرجة عبر خمس دول من دول مجلس التعاون الخليجي (المملكة العربية السعودية، قطر، الإمارات، الكويت، والبحرين) محدودية توفر بيانات الإفصاح عن معايير البيئة، الاجتماعية والحوكمة (ESG) المتاحة داخل الأسواق الخليجية. كما أن هذا الحجم الصغير يقلل من القوة الإحصائية للدراسة ويُعَوِّق القدرة على استنتاج نتائج موثوقة فيما يتعلق بالقطاعات أو الدول. الاختبارات المقطعية (CAR)، والحد الأقصى للتراجع، وسرعة التعافي (تقتصر على جمع 25-26 نقطة بيانات ذات قوة ضعيفة للغاية؛ ومن المتوقع أن يتطلب الأمر وجود ما لا يقل عن 100-150 شركة لمراقبة أحجام الأثر المرصودة هنا عند مستويات الدلالة المعتادة. وقد تم استبعاد ثلاث شركات من سوق أبوظبي للأوراق المالية، وثلاث من سوق مسقط للأوراق المالية، وواحدة من بورصة البحرين، بسبب عدم توفر بيانات أسعار قابلة للقراءة آلياً في قاعدة البيانات. لذلك، لم يثمر تحليل الدراسة على مستوى القطاع والدولة عن سوى مقارنات وصفية. ومع مواصلة عمليات الإصلاح في بعض دول الخليج، وزيادة توافر بيانات الإفصاح عن الحوكمة البيئية والاجتماعية والمؤسسية، ينبغي على البحوث المستقبلية الاستفادة من عينات أوسع، وبيانات طولية حول ESG، واعتماد منهجيات المتغيرات الأداة لمعالجة مخاطر الاندوجينية. أما الإشارة إلى ضرورة وجود 100-150 شركة، فهي تقدير استرشادي يعتمد على أحجام الأثر الملحوظة في العينة الحالية (وليس اختبار قوة إحصائية رسمياً)، والهدف من ذلك هو بيان الحاجة إلى عينات أكبر للكشف عن آثار من هذا الحجم عند مستويات الدلالة المعتادة. هناك قيد آخر يتمثل في أن استنتاج درجات ESG استناداً إلى تقارير الاستدامة الخاصة بالشركات يُعرض لخطر تحيز الاختيار الذاتي، حيث إن الشركات ذات ممارسات ESG الأقوى تميل أكثر إلى نشر تقارير استدامة مفصلة. ويعني ذلك أن الاختلافات في الدرجات قد تكون انعكاساً لاستعداد الشركة للإفصاح عن المعلومات بدلاً من أدائها الفعلي. ويمكن للأبحاث المستقبلية معالجة هذه المسألة باستخدام نماذج تصحيح الاختيار لـ هيكرمان لمراعاة الفروق المنهجية بين الشركات التي تصدر تقارير استدامة وتلك التي لا تفعل، أو من خلال تطوير تقييمات مستقلة لممارسات ESG من قبل أطراف ثالثة استناداً إلى خصائص قابلة للملاحظة على مستوى الشركة، مثل هيكل المجلس، وكثافة الانبعاثات، وسياسات القوى العاملة، بدلاً من الاعتماد على الإفصاحات التي تقدمها الشركات. وأخيراً، تُبرز النتائج أهمية تقييم شفافية الحوكمة، لكنها لا تُبين ما إذا كان ذلك يُترجم إلى إرشادات عملية لإدارة المخاطر. ويمكن للباحثين المستقبليين السعي إلى تكرار النتائج الاستكشافية لهذه الدراسة باستخدام عينة أكبر للتأكد مما إذا كانت درجات شفافية الحوكمة تُترجم مباشرة إلى إرشادات عملية لإدارة المخاطر. تم عرض قيود الدراسة المذكورة أعلاه، وتخصُّص الفقرة التالية التوصيات الإجرائية المميزة.

ثالثاً: التوصيات

- للجهات التنظيمية الخليجية: توحيد متطلبات الإفصاح عن الحوكمة والزاميتها عبر البورصات.
- للباحثين: بناء لوحات ESG طويلة الأمد لعدة سنوات، واستخدام عينات أكبر عابرة للحدود، وتوظيف مناهج المتغيرات الأداة ونماذج تصحيح الاختيار (Heckman) لمعالجة الاندوجينية وتحيز الاختيار الذاتي.
- للمستثمرين وصنّاع القرار: مراعاة أن تأثير ESG قد يظهر في مرحلة التعافي بشكل أكبر منها في مرحلة الصدمة عند تقييم المخاطر.

References:

- Alatawi, M. S., Mat Daud, Z., & Johari, J. (2025). Integrated reporting and firm value: moderating role of CEO integrity in the context of GCC countries. *Cogent Business & Management*, 12(1). [DOI]
- Albuquerque, R., Koskinen, Y., Yang, S., & Zhang, C. (2020). Resiliency of environmental and social stocks: An analysis of the exogenous COVID-19 market crash. *The Review of Corporate Finance Studies*, 9(3), 593–621. [DOI]
- Aljifri, K., & Hussainey, K. (2007). The determinants of forward-looking information in annual reports of UAE companies. *Managerial Auditing Journal*, 22(9), 881–894. [DOI]
- Al-Tuwaijri, S. A., Christensen, T. E., & Hughes, K. E. (2004). The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: A simultaneous equations approach. *Accounting, Organizations and Society*, 29(5–6), 447–471. [DOI]
- Arayssi, M., Jizi, M., & Tabaja, H. H. (2020). The impact of board composition on the level of ESG disclosures in GCC countries. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(1), 137–161. [DOI]
- Bae, K., El Ghouli, S., Gong, Z. J., & Guedhami, O. (2021). Does CSR matter in times of crisis? Evidence from the COVID-19 pandemic. *Journal of Corporate Finance*, 67, 101876. [DOI]
- Berg, F., Kölbel, J. F., & Rigobon, R. (2022). Aggregate confusion: The divergence of ESG ratings. *Review of Finance*, 26(6), 1315–1344. [DOI]
- Beyer, A., Cohen, D. A., Lys, T. Z., & Walther, B. R. (2010). The financial reporting environment: Review of the recent literature. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2–3), 296–343. [DOI]
- Broadstock, D. C., Chan, K., Cheng, L. T. W., & Wang, X. (2021). The role of ESG performance during times of financial crisis: Evidence from COVID-19 in China. *Finance Research Letters*, 38, 101716. [DOI]
- Buallay, A. (2019). Is sustainability reporting (ESG) associated with performance? Evidence from the European banking sector. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 30(1), 98–115. [DOI]
- Cho, S. Y., Lee, C., & Pfeiffer, R. J. (2013). Corporate social responsibility performance and information asymmetry. *Journal of Accounting and Public Policy*, 32(1), 71–83. [DOI]
- Demers, E., Hendrikse, J., Joos, P., & Lev, B. (2021). ESG Didn't Immunize Stocks During the COVID-19 Crisis, But Investments in Intangible Assets Did. *Journal of Business Finance & Accounting*. [DOI]
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The Accounting Review*, 86(1), 59–100. [DOI]
- El Ghouli, S., Guedhami, O., Kwok, C. C., & Mishra, D. R. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital? *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2388–2406. [DOI]
- Farooq, M. B., Zaman, R., Sarraj, D., & Khalid, F. (2021). Examining the extent of and drivers for materiality assessment disclosures in sustainability reports. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 12(5), 965–1002. [DOI]
- Ferriani, F., & Natoli, F. (2021). ESG risks in times of COVID-19. *Applied Economics Letters*, 28(18), 1537–1541. [DOI]
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing.
- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, 59, 5–21. [DOI]
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1–3), 405–440. [DOI]
- Khanchel, I., & Lassoued, N. (2022). ESG Disclosure and the Cost of Capital: Is There a Ratcheting Effect over Time? *Sustainability*, 14(15), 9237. [DOI]
- Klein, A. (2002). Audit committee, board of director characteristics, and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 33(3), 375–400. [DOI]
- KPMG International. (2020). *The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*. KPMG International. Available at: <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/11/the-time-has-come-survey-of-sustainability-reporting.html>
- Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *The Journal of Finance*, 72(4), 1785–1824. [DOI]
- Phang, S., Adrian, C., Garg, M., Pham, A. V., & Truong, C. (2023). COVID-19 pandemic resilience: An analysis of firm valuation and disclosure of sustainability practices of listed firms. *Managerial Auditing Journal*, 38(1), 85–128. [DOI]

- Qatar Financial Markets Authority. (2025). *Corporate governance code for listed companies*.
<https://www.qfma.org.qa/English/Legislation/QFMARegulation/Pages/default.aspx>
- Saudi Capital Market Authority. (2017). *Corporate governance regulations*.
<https://cma.gov.sa/en/RulesRegulations/Regulations/Documents/CorporateGovernanceRegulations1.pdf>
- Securities and Commodities Authority. (n.d.). *Corporate governance framework*. Retrieved May 26, 2026, from
<https://www.sca.gov.ae/en/regulations/regulations.aspx>

الملاحق:

الملحق أ: إطار الترميز اليدوي لجودة الإفصاح عن ESG

فيما يتعلق بإطار الترميز اليدوي المستخدم لتقييم بنية الإفصاح لكل شركة في عينة الدراسة، أُسندت درجات من 0 إلى 5 استناداً إلى نوع وشمولية التقارير غير المالية في السنة المالية 2019 (أي قبل أزمة كوفيد-19). ويوفر هذا الأسلوب مقياساً لجودة الإفصاح يتسم بالتوجه المحاسبي، ويكمل الدرجة المركبة لمؤشر ESG من Refinitiv، التي تجمع بين أبعاد متعددة وقد تخفي فروقاً جوهرية في بنية الإبلاغ. ويتبع هذا النهج أسلوباً قائماً على الوثائق، ويتماشى مع دراسة Hahn و Kühnen (2013) حول محددات تقارير الاستدامة. وتستند كل درجة إلى وثائق متاحة للجمهور وقابلة للتحقق، وإذا كانت الوثائق غير كافية لإسناد رمز معين بثقة، تُصنّف الشركة بأنها «غير متاحة»، وتُستبعد من التحليل التكميلي باستخدام المؤشر.

الجدول أ.1. مقياس الترميز اليدوي

الدرجة	المستوى	المعايير	نوع التقرير
0	No meaningful ESG disclosure	No reference to environmental, social, or governance matters in any public document.	None
1	Minimal annual report mention	ESG matters mentioned briefly (≤ 1 page) within the annual report, with no structured data or dedicated section. Typically a general statement on governance or compliance.	Annual report (brief mention)
2	Basic ESG section in annual report	A dedicated section (1–5 pages) within the annual report addresses ESG topics. May include governance committee disclosures, basic environmental data, or employee metrics. No standalone report published.	Annual report (dedicated ESG section)
3	Dedicated governance + sustainability section	Comprehensive ESG coverage within an annual report (>5 pages), including board governance structure, audit committee information, environmental performance data, and social responsibility metrics. Structured but not standalone.	Annual report (comprehensive ESG section)
4	Standalone sustainability report	A separate, publicly available sustainability or corporate social responsibility (CSR) report for FY2019. Includes GRI or equivalent framework alignment. Distinct from the annual financial report.	Standalone Sustainability/ CSR report
5	Comprehensive standalone report with structured ESG metrics	Standalone sustainability report with systematic, quantified ESG metrics across environmental (Scope 1/2 emissions, energy intensity), social (workforce diversity, safety incidents, community investment), and governance (board composition, audit committee independence, remuneration policy) dimensions. TCFD or GRI-aligned. Provides investor-grade structured disclosure.	Comprehensive standalone sustainability report (TCFD/GRI-aligned)

تم إجراء الترميز للسنة المالية 2019 فقط، وذلك قبل مباشرة بيئة الإفصاح مباشرة قبل بداية أزمة كوفيد-19. وتختلف توفر الوثائق حسب الشركة والدولة. على سبيل المثال، قامت شركة أرامكو السعودية و STC بنشر تقارير استدامة مستقلة وشاملة تتوافق مع درجة 5، في حين نشرت الغالبية العظمى من الشركات المصرفية الخليجية تقارير سنوية متكاملة تتضمن أقسام ESG وتتوافق مع درجات تتراوح بين 2 و3. أما شركات الطاقة والعقارات الأصغر، فكانت عادةً تتلقى درجات تتراوح بين 1 و2. يُقدم هذا الترميز اليدوي كوسيلة إضافية لقياس جودة المحاسبة، ولم يُستخدم في معايير الانحدار الرئيسية التي تعتمد على درجات ESG المركبة وراكزها من Refinitiv. ويوفر تقييماً شفافاً وقابلًا للتحقق المستقل للبيئة التحتية للإفصاح لكل شركة ضمن العينة. وتمت مقارنة جميع التصنيفات على مستوى الشركة وفقاً للإفصاحات المتاحة للجمهور للسنة المالية 2019. وقد تُعكس الفروق بين درجات ESG من Refinitiv والمؤشر اليدوي للشركة ذاتها منهجية شركة Refinitiv المملوكة، أو وصول مزود البيانات إلى معلومات غير عامة، أو فروقاً في نطاق تقييم الإبلاغ. وللأسلوب قيود بالفعل. أولاً، يُعتمد الترميز الثنائي بشكل رئيسي فيما يتعلق بوجود التقارير، ولا يمكنه التقاط جودة التقارير بشكل كامل. بالإضافة إلى ذلك، قد تكون حواجز الترجمة واللغة المتعلقة بالتقارير باللغة العربية قد أثرت على اكتمال عملية التقييم. ومن الجدير بالذكر أن ممارسات الإفصاح عن ESG في دول الخليج كانت تتطور بسرعة خلال عام 2019، مما يعني أن الدورات السنوية السابقة للتقارير الصادرة من الشركات قد أسفرت عن درجات أدنى. وبالمثل، كانت تغطية Refinitiv لمعايير ESG في الأسواق الخليجية لا تزال في مرحلة التطور خلال السنة المالية 2019، مما حد من إمكانية إجراء المقارنات المباشرة بين درجات Refinitiv عبر مختلف الشركات. ومن المتوقع أن يكون الارتباط بين مؤشر جودة الإفصاح اليدوي ودرجة ESG المركبة من Refinitiv إيجابياً، غير أنه غير تام، وذلك تماشياً مع Berg et al. (2022) فيما يتعلق بتباين تصنيفات ESG. وعموماً، يُتوقع أن تكون الشركات التي تحصل على درجة 5 (تقارير مستقلة شاملة) ذات درجات ESG مركبة أعلى من تلك التي تعتمد على Refinitiv، إلا أن العلاقة ليست مباشرة بسبب منهجية الترجيح المعتمدة من قبل Refinitiv وقيود التغطية. ويوصى بالإبلاغ عن هذا الارتباط كتقييم صلاحية تكميلي، عندما تسمح به بيانات العينة. يعرض الجدول أ.2 درجات الترميز اليدوي على مستوى الشركة المُسندة إلى كل من شركات العينة الـ 26، استناداً إلى نوع وشمولية إفصاحاتها غير المالية للسنة المالية 2019.

الجدول أ.2. درجات جودة الإفصاح اليدوي عن ESG على مستوى الشركة (السنة المالية 2019)

اسم الشركة	الدولة	نوع تقرير السنة المالية 2019	الدرجة (0–5)
Al Jazira Bank	SA	Annual report + governance section	3
Al Rajhi Bank	SA	Annual report + standalone governance report	3
Maaden	SA	Standalone sustainability report	4
Saudi Basic Industries (SABIC)	SA	Standalone sustainability report (Refinitiv)	5
Saudi Aramco	SA	Integrated sustainability report (Refinitiv)	5
Sipchem	SA	Annual report (basic ESG section)	2
Saudi Kayan Petrochemical	SA	Annual report (basic ESG section)	2
Saudi Telecom Company (STC)	SA	Standalone sustainability report (Refinitiv)	5
Jarir Marketing	SA	Annual report (minimal ESG mention)	2
Saudi Electricity Company	SA	Annual report + dedicated ESG section	3

3	Annual report + governance section	QA	The Commercial Bank
3	Annual report + governance section	QA	Masraf Al Rayan
4	Standalone sustainability report	QA	Ooredoo
3	Annual report + dedicated ESG section	QA	Qatar Electricity & Water
5	Standalone sustainability report (Refinitiv)	QA	QNB Group
4	Standalone sustainability report	UAE	Dubai Islamic Bank
3	Annual report + dedicated ESG section	UAE	du (Emirates Integrated Telecom)
5	Standalone sustainability report (Refinitiv)	UAE	Emaar Properties
3	Annual report + governance section	SA	Riyad Bank
2	Annual report (basic ESG section)	SA	Saudi British Bank (SABB)
3	Annual report + governance section	QA	Qatar Islamic Bank
5	Standalone sustainability report (Refinitiv)	QA	Industries Qatar
5	Standalone sustainability report (Refinitiv)	KW	National Bank of Kuwait (NBK)
3	Annual report + governance section	KW	Kuwait Finance House (KFH)
4	Standalone sustainability report	KW	Zain Group
2	Annual report (basic ESG section)	BH	Ahli United Bank

ملاحظة: أُسندت الدرجات باستخدام المعايير الواردة في الجدول أ.1. SA = المملكة العربية السعودية؛ QA = قطر؛ UAE = الإمارات العربية المتحدة؛ KW = الكويت؛ BH = البحرين. وجميع التصنيفات مستندة إلى إفصاحات السنة المالية 2019 القابلة للتحقق العام.

Cultivating Green Consumers: The Impact of Digital Marketing on Sustainable Consumption in the Saudi Context

تطوير المستهلك الواعي بيئيًا: أثر التسويق الرقمي في تعزيز أنماط الاستهلاك المستدام بالسوق السعودي

Elkhansa Ahmed Medjedel^{1*}, Ahmed Abdul Hafid Medjedel²,
Munirah Abdullah Alsolaim³

^{1,2,3} Department of Business Management, Onaizah Private College,
Kingdom of Saudi Arabia.

* Corresponding Author: Elkhansa Medjedel (elkhansamedjedel@gmail.com)



This file is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/4/8

Revised

مراجعة البحث

2026/4/1

Received

استلام البحث

2026/2/10

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.7>

Abstract:

Objectives: This research paper explores the role of digital marketing in fostering sustainable consumption in Saudi Arabia, a country undergoing rapid economic and social transformation under Vision 2030. By examining the interplay between digital marketing strategies, consumer behavior, and sustainability, this study aims to provide insights into how businesses and policymakers can leverage digital platforms to promote green consumption.

Methods: The paper integrates theoretical frameworks such as the Theory of Planned Behavior (TPB) and Social Identity Approach (SIA) to analyze the factors influencing sustainable purchasing decisions among Saudi consumers.

Results: Through a review of existing literature and case studies, the research highlights the potential of digital marketing to bridge the gap between consumer awareness and sustainable behavior, offering actionable recommendations for stakeholders.

Keywords: Digital Marketing; Sustainable Consumption Trends; Saudi Consumer Behavior; Eco-Friendly Marketing Approaches.

الملخص:

الأهداف: تستكشف هذه الورقة البحثية دور التسويق الرقمي في تعزيز الاستهلاك المستدام في المملكة العربية السعودية، وهي دولة تشهد تحولاً اقتصادياً واجتماعياً سريعاً في ظل رؤية 2030. من خلال دراسة التفاعل بين استراتيجيات التسويق الرقمي، وسلوك المستهلك، والاستدامة، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤى حول كيفية استفادة الشركات وصناع السياسات من المنصات الرقمية لتعزيز الاستهلاك الأخضر.

المنهجية: تدمج الورقة أطراً نظرية مثل نظرية السلوك المخطط (TPB) ومنهجية الهوية الاجتماعية (SIA) لتحليل العوامل المؤثرة في قرارات الشراء المستدام بين المستهلكين السعوديين.

النتائج: من خلال استعراض الأدبيات الموجودة ودراسات الحالة، يسلط البحث الضوء على إمكانات التسويق الرقمي في سد الفجوة بين الوعي الاستهلاكي والسلوك المستدام، مقدِّماً توصيات قابلة للتنفيذ لأصحاب المصلحة.

الكلمات المفتاحية: التسويق الرقمي؛ اتجاهات الاستهلاك المستدام؛ سلوك المستهلك السعودي؛ أساليب التسويق الصديقة للبيئة.

Citation

Medjedel, E. A., et al. (2026). Cultivating Green Consumers: The Impact of Digital Marketing on Sustainable Consumption in the Saudi Context. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 478-493. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.7>

1 Introduction

Saudi Arabia's Vision 2030 emphasizes sustainability as a cornerstone of economic diversification and societal well-being. However, despite growing awareness of environmental issues, sustainable consumption remains underdeveloped in the Kingdom. Digital marketing, with its ability to reach diverse audiences and influence behavior, presents a unique opportunity to cultivate green consumers. This paper investigates how digital marketing strategies can drive sustainable consumption in Saudi Arabia, addressing the challenges and opportunities in this emerging market.

In the wake of the COVID-19 pandemic, digital marketing has emerged as the linchpin of modern business strategies, revolutionizing how companies engage with their audiences. The shift to digital platforms has been heralded as a more sustainable alternative to traditional marketing methods, primarily due to the reduction in paper usage (Thangam & Chavadi, 2023). However, this narrative overlooks the significant environmental impact associated with digital marketing practices. As businesses increasingly rely on digital channels to reach consumers, the energy consumption and carbon emissions linked to these activities have become a pressing concern (Shahzad, Xu, Rehman, & Javed, 2023). This shift in consumer behavior is not merely a response to global environmental challenges but is also influenced by a myriad of factors, including social norms, marketing strategies, and, increasingly, the pervasive influence of social media. Social media platforms have evolved into powerful tools for shaping consumer attitudes and behaviors, particularly among the millennial demographic (Gajdzik, Jaciow, & Wolny, 2023). With billions of active users worldwide, these platforms offer a unique avenue for disseminating information, shaping opinions, and influencing purchasing decisions. The influence of social media on consumer behavior is particularly pronounced in the context of green consumption, where eco-labeling, eco-branding, and peer-driven norms play pivotal roles in shaping purchase intentions and consumption patterns (Ali, Ullah, Ahmad, Cheok, & Alenezi, 2023).

In an era marked by escalating environmental challenges, the urgent need for sustainable consumption practices has never been more pronounced. The Paris Agreement underscores the global commitment to reducing carbon emissions, yet the transition to sustainable lifestyles remains hindered by a significant gap between consumers' environmental attitudes and their actual behaviors. This "green gap" is a critical concern, as consumer choices significantly impact environmental sustainability. Addressing this gap requires innovative strategies that effectively encourage sustainable consumption behaviors (Huang, Mohamad Saleh & Zolkepli, 2023).

Moreover, the concept of "green washing" is a critical issue in the sustainability discourse. Many companies claim to be environmentally friendly without taking meaningful action, undermining consumer trust and complicating the path to genuine sustainability. Addressing this requires a transparent and accountable approach to sustainability practices in digital marketing. The triple bottom line framework—people, planet, profit—offers a holistic perspective on sustainability, emphasizing the need for businesses to balance economic goals with social and environmental responsibilities. Digital marketing must align with this framework to ensure that it contributes positively to environmental and social well-being. The rise of digital marketing coincides with a global awakening to the urgent need for sustainability. Consumers are increasingly demanding that businesses adopt environmentally friendly practices, not just in their product offerings but also in their operational processes. This includes the digital realm, where the environmental footprint of marketing activities is often underestimated. (Thangam & Chavadi, 2023).

The research gap lies in the limited exploration of how digital marketing strategies influence sustainable consumption behaviors in the unique cultural and socio-economic context of Saudi Arabia. While there is extensive research on digital marketing's impact on consumer behavior and studies on sustainable consumption, there is a paucity of studies that combine both, particularly in Saudi Arabia. This gap is significant given the country's young population, high smartphone penetration, and growing interest in sustainability. Additionally, the role of cultural factors, social norms, and social media influencers in shaping consumption behaviors remains underexplored in this context. Despite the widespread use of digital marketing to influence consumer behavior, there is limited research on its effectiveness in promoting sustainable consumption in Saudi Arabia. This study aims to fill this research gap by examining the influence of digital marketing strategies on consumers' sustainable consumption behaviors, taking into account cultural factors and the role of social media influencers. Understanding this relationship is crucial for businesses and policymakers seeking to promote environmentally friendly consumption practices in the Saudi context. The study seeks to provide insights into how digital marketing interventions can be tailored to resonate with the unique cultural and socio-economic

landscape of Saudi Arabia, thereby fostering sustainable consumption and supporting environmental conservation efforts.

1.1 Research objectives

- **Examine the Impact of Digital Marketing Strategies:** To investigate how digital marketing strategies influence sustainable consumption behaviors among Saudi consumers.
- **Identify Effective Digital Marketing Tools:** To determine the digital marketing tools and techniques that are most effective in promoting green consumer behavior in Saudi Arabia.
- **Explore Cultural and Social Norms' Influence:** To analyze how cultural factors and social norms in Saudi Arabia affect the effectiveness of digital marketing campaigns for sustainable consumption.
- **Investigate the Role of Social Media Influencers:** To understand the impact of social media influencers on promoting green products and sustainable consumption practices among Saudi consumers.

1.2 Significance of the Study

This study addresses a critical gap in the literature by examining the influence of digital marketing on sustainable consumption behaviors within the unique cultural and socio-economic context of Saudi Arabia. The significance of this research is multifaceted, encompassing both academic contributions and practical implications:

The study provides novel insights into how digital marketing strategies can be effectively tailored to promote sustainable consumption in a non-Western, culturally distinct setting. This contributes to the global body of knowledge on digital marketing and sustainability, particularly in contexts where cultural values and socio-economic factors differ significantly from Western norms. For businesses operating in Saudi Arabia, the study offers valuable guidance on designing digital marketing campaigns that resonate with local consumer behaviors and cultural preferences. By understanding these dynamics, companies can more effectively promote green products and foster sustainable consumption practices. The findings can inform policymakers in Saudi Arabia about the potential of digital marketing to align with national sustainability initiatives, such as Vision 2030. The study enriches academic discourse by exploring the intersection of digital marketing, sustainability, and cultural influences in a non-Western context. It provides a comprehensive framework that could be adapted for similar studies in other Middle Eastern and culturally comparable regions.

2 Literature Review

2.1 Definitions of Digital Marketing

Digital marketing encompasses a broad range of activities aimed at promoting products, services, or brands through digital channels. Various scholars and practitioners have defined it differently:

- **Chaffey and Ellis-Chadwick (2019):** Define digital marketing as "the application of digital technologies that form online channels to market products and services, including the Internet, mobile, and other interactive channels." This definition emphasizes the use of online platforms to achieve marketing objectives.
- **Kotler et al. (2020):** Describe digital marketing as "the use of digital tools and platforms to create, communicate, deliver, and exchange offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large." This highlights the value-driven nature of digital marketing.
- **Ryan and Jones (2012):** Define it as "the practice of promoting products and services using digital distribution channels to reach consumers in a timely, relevant, and cost-effective manner." This definition underscores the efficiency and relevance of digital marketing.
- **American Marketing Association (AMA):** Defines digital marketing as "the activities, institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large through digital technologies." This broad definition aligns digital marketing with traditional marketing principles but focuses on digital technologies (Parker, James, Leggett, & Al-Shammari, M., 2024).

2.2 Scope of Digital Marketing: Key Components

2.1 Search Engine Optimization (SEO)

SEO involves optimizing websites to improve their visibility on search engine results pages (SERPs), driving organic traffic (Alfiana et al., 2023). It includes keyword research, on-page optimization (e.g., meta tags,

content), and off-page strategies like backlinking (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Effective SEO enhances a brand's credibility and ensures it reaches its target audience without paid advertising (Ryan & Jones, 2012). With the increasing use of mobile devices, mobile SEO has become critical for ensuring a seamless user experience (Kotler et al., 2020).

2.2 Social Media Marketing

Social media marketing leverages platforms like Facebook, Instagram, and LinkedIn to build brand awareness, engage audiences, and drive conversions (Herawati et al., 2024). It involves creating shareable content, running targeted ads, and interacting with followers to foster community and loyalty (Hayadi et al., 2024). Social media analytics tools enable businesses to measure campaign performance and refine strategies for better engagement and ROI (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

2.3 Content Marketing

Content marketing focuses on creating and distributing valuable, relevant, and consistent content to attract and retain a clearly defined audience (Barbosa et al., 2024). It includes blogs, videos, infographics, and eBooks that educate, entertain, or inspire consumers, positioning the brand as an authority in its niche (Izogo et al., 2024). Effective content marketing builds trust, drives organic traffic, and supports other digital marketing efforts like SEO and social media (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Global Trends: The Rise of Digital Marketing in Promoting Sustainability and Ethical Consumption

Digital marketing has emerged as a powerful tool for promoting sustainability and ethical consumption globally. Businesses are increasingly using digital platforms to raise awareness about environmental issues and encourage eco-friendly behaviors (Dadabaeva & Jamoliddinov, 2024). For instance, campaigns highlighting the benefits of sustainable products, such as reduced carbon footprints or ethical sourcing, resonate with environmentally conscious consumers (Abbas, 2024). Social media influencers and content creators are also playing a pivotal role in advocating for sustainability, leveraging their reach to inspire behavioral change (Abidin, 2016). Additionally, digital marketing enables transparency, allowing brands to showcase their sustainability efforts and build trust with consumers (Manda et al., 2024).

Saudi Context: The Adoption of Digital Marketing in Saudi Arabia

In Saudi Arabia, the adoption of digital marketing has accelerated significantly, driven by Vision 2030's focus on digital transformation and economic diversification (Alghamdi, 2021). The government's push for a digital economy has led to increased internet penetration and smartphone usage, creating a fertile ground for digital marketing strategies (Statista, 2023). Businesses in Saudi Arabia are leveraging social media platforms like Instagram, Snapchat, and Twitter to engage with tech-savvy consumers, particularly the younger generation (Alqahtani & Crespi, 2022). Moreover, digital marketing is being used to promote sustainability initiatives, aligning with Vision 2030's goals of environmental preservation and responsible consumption (Alshuwaikhat & Mohammed, 2017).

Sustainable Consumption: Concepts and Challenges

1. Definition and Importance

Sustainable consumption refers to the use of goods and services that meet basic needs while minimizing environmental impact and preserving resources for future generations. It is rooted in the principles of sustainability, which emphasize balancing economic growth, social equity, and environmental protection (UNEP, 2015). Sustainable consumption plays a critical role in addressing global challenges such as climate change, resource depletion, and social inequality (Thøgersen, 2017). Encouraging responsible consumer behavior fosters a shift toward more ethical and eco-friendly production and consumption patterns (Ghaffar & Islam, 2024).

2. Barriers to Adoption

Despite its importance, sustainable consumption faces several barriers, including a lack of awareness among consumers about the environmental and social impacts of their choices (Peattie & Peattie, 2009). Higher costs associated with sustainable products often deter price-sensitive consumers, even if they are willing to adopt eco-friendly practices (Schuitema & De Groot, 2015). Cultural norms and habits also play a significant role, as traditional consumption patterns can be deeply ingrained and resistant to change (Jackson, 2005). Additionally, limited availability and accessibility of sustainable products in certain regions further hinder their adoption (Khan et al., 2024).

The Interplay between Digital Marketing and Sustainable Consumption

1. Awareness and Education

Digital marketing serves as a powerful tool for raising awareness about sustainability and educating consumers on the environmental and social impacts of their choices. Through social media campaigns, blogs, and interactive content, brands can disseminate information about sustainable practices and products in an engaging and accessible manner (Kotler et al., 2020). Educational campaigns, such as infographics on carbon footprints or videos on recycling, help consumers understand the importance of sustainable consumption. By leveraging digital platforms, businesses can reach a wider audience and foster a culture of sustainability (Yao, 2024).

2. Behavioral Influence

Digital marketing plays a crucial role in shaping consumer attitudes and behaviors toward sustainable products by creating positive associations and highlighting their benefits. Personalized marketing strategies, such as targeted ads and recommendations, can nudge consumers toward eco-friendly choices (Kotler et al., 2020). Social proof, such as user reviews and influencer endorsements, further reinforces the desirability of sustainable products. By addressing barriers like cost and convenience, digital marketing can make sustainable consumption more appealing and accessible (Ghaffar & Islam, 2024).

Consumer Behavior in Saudi Arabia

1. Cultural Influences

Cultural and religious values play a significant role in shaping consumer behavior and sustainability perceptions in Saudi Arabia. Islamic principles, such as stewardship of the Earth (khalifa), encourage responsible consumption and environmental preservation (Al-Makrami, 2015). Additionally, the collectivist nature of Saudi society means that family and community opinions heavily influence purchasing decisions (Alshuwaikhat & Mohammed, 2017). Traditional values, such as frugality and resource conservation, align well with sustainable consumption practices (Alqahtani & Crespi, 2022). However, cultural norms around luxury and status can sometimes conflict with sustainability goals, posing a challenge for eco-friendly marketing (Alawadh & Barnawi, 2024).

2. Digital Adoption

Saudi Arabia has witnessed a rapid increase in digital adoption, with high internet penetration and smartphone usage driving consumer engagement with digital platforms (Statista, 2023). Social media platforms like Instagram, Snapchat, and Twitter are particularly popular among Saudi consumers, making them effective channels for digital marketing (Alqutub, 2024; Alghamdi, 2021). Younger generations, in particular, are highly receptive to digital campaigns, with a preference for interactive and visually appealing content (Alqahtani & Crespi, 2022). This digital-savvy population provides a fertile ground for promoting sustainable consumption through targeted online campaigns (Elgammal et al., 2024; Kotler et al., 2020).

3. Sustainability Trends

Emerging trends in sustainable consumption among Saudi consumers reflect a growing awareness of environmental issues, particularly among younger generations. Vision 2030's emphasis on sustainability has encouraged businesses and consumers to adopt eco-friendly practices (Alshuwaikhat & Mohammed, 2017). Social media campaigns and influencer marketing are playing a key role in promoting sustainable products and behaviors (Tarifi, 2024). Additionally, there is increasing demand for locally sourced and ethically produced goods, aligning with both cultural values and sustainability goals (Alqahtani & Crespi, 2022). However, challenges such as higher costs and limited availability of sustainable products remain barriers to widespread adoption (Khayyat et al., 2024).

3 Theoretical Frameworks

3.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

The Theory of Planned Behavior (TPB), developed by Ajzen (1991), posits that an individual's behavior is influenced by three key factors: attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control. In the context of sustainable consumption, attitudes refer to a consumer's positive or negative evaluation of sustainable products, shaped by their beliefs about environmental benefits (Schuitema & De Groot, 2015). Subjective norms reflect the perceived social pressure to engage in sustainable behaviors, such as the influence of family, friends, or societal expectations (Thøgersen, 2017). Perceived behavioral control refers to the individual's belief in their ability to adopt sustainable practices, which can be influenced by factors like affordability, accessibility, and convenience (Ajzen, 1991). Digital marketing can shape these variables by highlighting the benefits of

sustainable products, leveraging social proof, and addressing barriers to adoption (Kotler et al., 2020).

3.2 Social Identity Approach (SIA)

The Social Identity Approach (SIA), developed by Tajfel and Turner (1979), emphasizes the role of social identity and group norms in shaping behavior. According to SIA, individuals derive their identity from the groups they belong to, such as cultural, religious, or social communities, and are motivated to align their behaviors with group norms (Tajfel & Turner, 1979). In sustainable consumption, this means that consumers are more likely to adopt eco-friendly practices if they perceive them as normative within their social groups (Thøgersen, 2017). Digital marketing can leverage SIA by creating campaigns that align sustainability with cultural or social identities, such as promoting eco-friendly practices as part of Saudi Arabia's Vision 2030 goals (Alshuwaikhat & Mohammed, 2017). Influencers and community leaders can also play a key role in reinforcing these norms (Abidin, 2016).

3.3. Integration of Frameworks

Combining TP and SIA provides a comprehensive framework for analyzing the impact of digital marketing on sustainable consumption in Saudi Arabia. TPB explains how attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control influence individual decisions, while SIA highlights the role of social identity and group norms in shaping these variables (Ajzen, 1991; Tajfel & Turner, 1979). For example, digital marketing campaigns can use TPB to address consumer attitudes by emphasizing the environmental benefits of sustainable products, while leveraging SIA to align these practices with Saudi cultural values and Vision 2030 goals (Alghamdi, 2021). By integrating these frameworks, businesses and policymakers can design more effective strategies to promote sustainable consumption, addressing both individual and social influences (Thøgersen, 2017).

Proposed Hypothesis

Previous studies have consistently shown that positive attitudes toward sustainable products are a strong predictor of purchase intentions. For instance, Schuitema and De Groot (2015) found that consumers who perceive eco-friendly products as beneficial for the environment are more likely to express an intention to purchase them. Similarly, Thøgersen (2017) highlighted that digital marketing campaigns emphasizing the environmental and social advantages of sustainable products can significantly enhance consumer attitudes. Kotler et al. (2020) also demonstrated that well-crafted digital content, such as storytelling and visual appeals, can shape positive attitudes by making sustainability relatable and desirable. In the Saudi context, Alqahtani and Crespi (2022) noted that younger consumers, in particular, are increasingly influenced by digital campaigns that align sustainability with modern values and lifestyles. These findings collectively suggest that digital marketing plays a crucial role in fostering positive attitudes, which in turn drive sustainable purchase intentions. According to the Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), attitudes are a key predictor of behavioral intentions. Digital marketing can shape attitudes by highlighting the environmental and social benefits of sustainable products.

H1: Positive attitudes toward sustainable products, influenced by digital marketing campaigns, significantly increase Saudi consumers' intention to purchase eco-friendly products.

Subjective norms, which reflect the perceived social pressure to engage in specific behaviors, have been shown to significantly influence sustainable consumption. Ajzen (1991) emphasized that individuals are more likely to adopt behaviors when they believe that important others, such as family, peers, or influencers, approve of them. In the context of digital marketing, Abidin (2016) demonstrated that influencers play a pivotal role in shaping consumer behavior by endorsing sustainable products and practices, thereby creating social norms around eco-friendly consumption. Similarly, Thøgersen (2017) found that social media campaigns that highlight collective action and community support for sustainability can amplify the impact of subjective norms. In Saudi Arabia, Alqahtani and Crespi (2022) observed that younger consumers are particularly influenced by peer and influencer recommendations on platforms like Instagram and Snapchat, making digital marketing a powerful tool for promoting sustainable behaviors. These studies collectively underscore the importance of subjective norms in driving sustainable consumption, especially when reinforced through digital channels. Subjective norms reflect the perceived social pressure to engage in a behavior (Ajzen, 1991). Digital marketing, especially through social media and influencer campaigns, can amplify these norms by making sustainable consumption socially desirable.

H2: Subjective norms, such as social influence from family, peers, and influencers, significantly enhance Saudi consumers' willingness to adopt sustainable consumption behaviors when promoted through digital marketing.

The Social Identity Approach (Tajfel & Turner, 1979) suggests that individuals are more likely to adopt behaviors that align with the norms and values of the groups they identify with. Studies have shown that consumers who strongly identify with sustainability-focused groups, such as environmental organizations or eco-conscious communities, are more inclined to adopt sustainable consumption behaviors (Thøgersen, 2017). Digital marketing campaigns that resonate with these social identities can further strengthen this relationship. For example, Abidin (2016) found that influencers who advocate for sustainability can create a sense of belonging and identity among their followers, encouraging eco-friendly behaviors. In the Saudi context, Alshuwaikhat and Mohammed (2017) highlighted that Vision 2030's emphasis on sustainability has fostered a growing sense of identity around environmental preservation, particularly among younger generations. Alqahtani and Crespi (2022) also noted that digital campaigns aligning sustainability with cultural and religious values, such as stewardship (khalifa), are particularly effective in driving sustainable consumption. These findings demonstrate the importance of leveraging social identity through digital marketing to promote sustainable behaviors. The Social Identity Approach (Tajfel & Turner, 1979) suggests that individuals are motivated to align their behaviors with group norms. Digital marketing can leverage this by framing sustainability as a core value of specific social or cultural groups in Saudi Arabia.

H3: Consumers who identify strongly with sustainability-focused social groups are more likely to adopt sustainable consumption behaviors when exposed to digital marketing campaigns that align with their social identity.

The integration of perceived behavioral control (from the Theory of Planned Behavior) and group norms (from the Social Identity Approach) provides a robust framework for understanding sustainable consumption. Ajzen (1991) emphasized that perceived behavioral control, such as the ease of accessing or affording sustainable products, significantly influences behavioral intentions. When combined with group norms, which reflect the influence of social identity and collective behavior (Tajfel & Turner, 1979), the likelihood of adopting sustainable practices increases substantially. Thøgersen (2017) found that digital marketing strategies addressing both factors—by making sustainable products more accessible and aligning them with group norms—are particularly effective. In Saudi Arabia, Alqahtani and Crespi (2022) observed that campaigns leveraging Vision 2030's sustainability goals resonate strongly with consumers, as they align with both cultural values and practical accessibility. Similarly, Alshuwaikhat and Mohammed (2017) highlighted that digital marketing can bridge the gap between individual control and social expectations, making sustainable consumption more achievable and desirable. These studies collectively demonstrate that targeted digital marketing strategies can amplify the combined effect of perceived behavioral control and group norms, driving sustainable consumption behaviors. Perceived behavioral control (e.g., affordability and accessibility of sustainable products) and group norms (e.g., cultural or social expectations) interact to influence behavior. Digital marketing can address both factors by making sustainable products more accessible and aligning them with cultural values like those promoted in Vision 2030.

H4: The combined effect of perceived behavioral control (TPB) and group norms (SIA) significantly increases the likelihood of sustainable consumption among Saudi consumers when supported by targeted digital marketing strategies.

4 Research Methodology

4.1 Research Design

This study employed a quantitative, **cross-sectional research design** to investigate the impact of digital marketing on sustainable consumption behaviors among consumers in Saudi Arabia. A survey questionnaire was utilized as the primary data collection instrument, allowing for the statistical testing of the proposed hypotheses derived from the integrated Theory of Planned Behavior (TPB) and Social Identity Approach (SIA) framework.

4.2 Population, Sampling, and Data Collection

The target population for this study consisted of adult consumers (aged 18 and above) residing in Saudi Arabia. To ensure the findings were both generalizable and statistically robust, a stratified **random sampling technique** was employed.

Sample Size Justification: A target sample size of 400-500 complete responses was determined. This aligns with the sample size requirement of 384 suggested by Krejcie & Morgan (1970) for a large population at a 95% confidence level with a 5% margin of error. Furthermore, this sample size exceeds the "10-times rule" for Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis, as recommended by Hair et al. (2019), ensuring adequate power for testing the complex model involving multiple constructs. **Sampling Procedure:** The sampling frame was stratified based on key demographic variables to reflect the Saudi population structure. **Region:** Proportional allocation was targeted for the major regions of Riyadh, Makkah (including Jeddah), and the Eastern Province, which collectively represent a significant majority of the population. **Age and Gender:** Quotas were set to ensure sufficient representation from key age groups (18-24, 25-34, 35-44) and a balanced gender distribution. **Data Collection Method:** Data was collected through an **online, self-administered questionnaire**. The survey was distributed using professional online panels and social media channels, ensuring a wide reach across the targeted strata. The questionnaire was provided in both Arabic and English to cater to the linguistic diversity of the Saudi population.

4.3 Measurement Instrument and Constructs

The survey questionnaire was structured into two main sections and utilized 5-point Likert scales (from 1 = "Strongly Disagree" to 5 = "Strongly Agree") for all main constructs to enhance variance and measurement sensitivity.

Section A: Demographic and Behavioral Profile

This section captured relevant demographic information, including:

- Age, Gender, Marital Status
- Region of Residence, Nationality
- Education Level, Employment Status, Monthly Household Income
- Social Media Usage (platforms used, daily hours, primary purpose)

Section B: Research Constructs and Measurement Items

all multi-item scales were adapted from established literature to ensure validity and reliability. The key constructs and sample items are presented below:

Construct	Sample Measurement Items	Source Adaptation
Attitudes (ATT)	"I believe buying sustainable products is beneficial for the environment." "Purchasing eco-friendly products makes me feel good about myself."	Schuitema & De Groot (2015); Ajzen (1991)
Subjective Norms (SN)	"People who are important to me think I should buy sustainable products." "Social media influencers affect my decision to buy green products."	Ajzen (1991); Alqahtani & Crespi (2022)
Perceived Behavioral Control (PBC)	"I find it easy to find sustainable products in Saudi Arabia." "I can afford to buy sustainable products regularly."	Ajzen (1991)
Social Identity (SI)	"I identify with people who care about environmental issues." "Being environmentally conscious is an important part of my identity."	Tajfel & Turner (1979); Thøgersen (2017)
Digital Marketing Exposure (DME)	"I frequently see digital ads promoting sustainable products." "Social media content influences my perception of green products."	Kotler et al. (2020)
Purchase Intention (PI)	"I intend to purchase sustainable products in the next month." "I am willing to pay more for environmentally friendly products."	Ali et al. (2023)

4.4 Data Analysis Plan

The collected data will be analyzed using a two-step process:

1. **Initial Data Screening and Validation:** Statistical Package for the Social Sciences (SPSS v.28) will be used for data cleaning, descriptive statistics (frequencies, means, standard deviations), and assessing data normality.
2. **Measurement Model and Hypothesis Testing:** Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 4 software will be employed. The analysis will proceed as follows:
 - **Measurement Model Assessment:** The reliability and validity of the constructs will be evaluated. Internal consistency will be checked with Composite Reliability (CR > 0.7), convergent validity with Average Variance Extracted (AVE > 0.5 and HTMT Ratio Assessment).
 - **Structural Model Assessment:** The model's predictive power will be assessed using the R² value for endogenous constructs (e.g., Purchase Intention). The significance of the path coefficients (β) will be tested using a bootstrapping procedure with 5,000 subsamples to test the study's hypotheses (H1-H4).

4.5 Ethical Considerations

This study adhered to strict ethical standards. Participation was voluntary and anonymous. Informed consent was obtained from all participants at the beginning of the survey. Participants were informed of their right to withdraw at any time. All data was treated with confidentiality and stored securely for academic research purposes only.

5 Results and Findings

This analysis of questionnaire data (n=450) reveals strong support for the integrated Theory of Planned Behavior (TPB) and Social Identity Approach (SIA) framework in explaining sustainable consumption behaviors among Saudi consumers. Digital marketing emerges as a critical mediator, with 64% of variance in purchase intention explained by the model.

5.1 Participant Demographics (n=450)

The most important details in this text are that **52%** of the respondents are male, while **48%** are female. A majority of respondents are between the ages of **25-34 years (42%)**, followed by **18-24 years (38%)**, **35-44 years (20%)**, and **45 years and over (0%)**. In terms of **regional distribution**, **35%** of respondents are from Riyadh, **30%** are from Makkah (including Jeddah), **25%** are from the Eastern Province, and **10%** are from other regions. In terms of **education levels**, **65%** of the respondents hold a bachelor's degree, **20%** have completed postgraduate studies, and **15%** have completed secondary school. In terms of **monthly household income**, **45%** earn between 10,000-20,000 SAR, **30%** earn more than 20,000 SAR, and **25%** earn less than 10,000 SAR.

Table 1: Participant Demographics

Variable	Category	Percentage
Gender	Male	52%
	Female	48%
Age Group	18-24 years	38%
	25-34 years	42%
	35-44 years	20%
Region	Riyadh	35%
	Makah (including Jeddah)	30%
	Eastern Province	25%
	Other regions	10%
Education Level	High School	15%
	Bachelor's Degree	65%
	Postgraduate	20%
Monthly Income (SAR)	Less than 10,000	25%
	10,000-20,000	45%
	More than 20,000	30%

5.2 Social Media Usage Patterns

When it comes to social media usage, 92% of respondents use Snapchat, 88% use Twitter (X), 85% use Instagram, 82% use YouTube, and 78% use TikTok. Respondents spend an average of 2.3 hours daily on social media platforms, with 45% using them primarily for entertainment, 30% for social communication, and 25% for shopping and commercial information.

Regarding sustainable consumption behavior, 78% of respondents reported that digital marketing has shaped their positive attitudes toward sustainable products, 72% expressed belonging to an environmentally conscious consumer community, and 65% indicated influence from social media influencers' recommendations on sustainable purchases. However, 68% identified higher price as the main barrier to purchasing sustainable products, while 45% cited limited availability and 32% mentioned unclear sustainability claims as significant obstacles.

Table 2: Social Media Usage Patterns

Platform	Usage Percentage	Average Daily Hours	Primary Activities
Snapchat	92%	2.8 hours	Social interaction, entertainment
Twitter (X)	88%	2.1 hours	News, discussions
Instagram	85%	2.5 hours	Visual content, shopping
TikTok	78%	1.9 hours	Entertainment, trends
YouTube	82%	1.7 hours	Educational content

5.3 Descriptive Statistics

5.3.1 Main Construct Statistics

The mean scores for the main research constructs range from **3.5** (Perceived Behavioral Control) to **4.3** (Digital Marketing Exposure) on a 5-point Likert scale. The standard deviation values range from **0.61** (Digital Marketing Exposure) to **0.81** (Perceived Behavioral Control). Skewness values range from **-0.119** to **0.078**, and kurtosis values range from **-1.62** to **-0.356**, with all values within the acceptable range of -2 to +2, indicating that the data are normally distributed.

All variables demonstrate adequate internal consistency with Cronbach's Alpha values ranging from **0.83** (Perceived Behavioral Control) to **0.91** (Digital Marketing Exposure), Composite Reliability values ranging from **0.88** (Perceived Behavioral Control) to **0.93** (Digital Marketing Exposure), and Average Variance Extracted values ranging from **0.65** (Perceived Behavioral Control) to **0.76** (Digital Marketing Exposure).

Table 3: Main Construct Statistics

Variable	Mean	Standard Deviation	Min	Max	CV%
Attitudes (ATT)	4.2	0.65	2.1	5.0	15.5%
Subjective Norms (SN)	3.8	0.72	2.3	4.9	18.9%
Perceived Behavioral Control (PBC)	3.5	0.81	1.8	4.7	23.1%
Social Identity (SI)	4.0	0.68	2.4	5.0	17.0%
Digital Marketing Exposure (DME)	4.3	0.61	2.5	5.0	14.2%
Purchase Intention (PI)	3.9	0.75	2.2	4.8	19.2%

Note: All scales 1-5, where 1 = Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree

5.4 Measurement Model Results (PLS-SEM)

5.4.1 Reliability Analysis

The reliability of all measurement scales was assessed using three established criteria to ensure internal consistency and reliability of the constructs. The results indicate that all constructs demonstrate good to excellent reliability across all metrics. Cronbach's Alpha: All constructs exceed the minimum acceptable threshold of 0.7, with Digital Marketing Exposure ($\alpha = 0.91$) and Attitudes ($\alpha = 0.89$) demonstrating excellent internal consistency. Perceived Behavioral Control shows the lowest but still acceptable alpha value ($\alpha = 0.83$), indicating adequate but slightly lower item homogeneity for this construct.

Composite Reliability (CR): All CR values exceed 0.88, well above the recommended threshold of 0.7. This indicates strong reliability of the constructs as measured by their indicators. Digital Marketing Exposure shows the highest CR value (0.93), confirming exceptional consistency among its measurement items.

Average Variance Extracted (AVE): All AVE values exceed the threshold of 0.5, with Digital Marketing Exposure showing the highest value (AVE = 0.76) and Perceived Behavioral Control showing the lowest but still acceptable value (AVE = 0.65). This indicates that each construct explains more than 50% of the variance in its indicators, demonstrating adequate convergent validity. Digital Marketing Exposure (DME): Shows the strongest reliability across all metrics ($\alpha = 0.91$, CR = 0.93, $\rho A = 0.92$, AVE = 0.76), suggesting highly consistent measurement of digital marketing exposure across different platforms and content types. Attitudes (ATT): Demonstrates excellent reliability ($\alpha = 0.89$, CR = 0.92, $\rho A = 0.90$, AVE = 0.74), indicating that measurement items consistently capture consumer attitudes toward sustainable products. Social Identity (SI): Shows good reliability ($\alpha = 0.88$, CR = 0.91, $\rho A = 0.89$, AVE = 0.72), suggesting that items effectively measure identification with sustainability-focused social groups. Perceived Behavioral Control (PBC): While meeting all minimum thresholds, shows relatively lower reliability ($\alpha = 0.83$, CR = 0.88, $\rho A = 0.84$, AVE = 0.65). This may indicate that the construct encompasses multiple dimensions (affordability, accessibility, convenience) that show slightly lower inter-item correlations. All constructs demonstrate adequate to excellent reliability, meeting and exceeding recommended thresholds across all metrics.

Table 4: Reliability Analysis

Construct	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)	Interpretation
ATT	0.89	0.92	0.74	Excellent
SN	0.86	0.90	0.70	Good
PBC	0.83	0.88	0.65	Acceptable
SI	0.88	0.91	0.72	Good
DME	0.91	0.93	0.76	Excellent
PI	0.87	0.91	0.71	Good

Thresholds: $\alpha > 0.7$, CR > 0.7, AVE > 0.5

5.4.2 Discriminant Validity

• HTMT Ratio Assessment:

All HTMT values fall below the conservative threshold of 0.85, confirming that each construct is distinct and measures a unique theoretical concept. This satisfies the discriminant validity criteria as recommended by Henseler et al. (2015). Attitudes (ATT) and Social Identity (SI) show moderate correlation (HTMT = 0.71), indicating they share variance but remain distinct psychological constructs. Subjective Norms (SN) and Digital Marketing Exposure (DME) show moderate correlation (HTMT = 0.70), suggesting that digital marketing influences social norms but the constructs are not identical. Perceived Behavioral Control (PBC) shows the lowest correlations with other constructs (range: 0.58-0.66), indicating it is the most distinct construct in the model.

Table 5: Heterotrait-Monotrait (HTMT) Ratio Matrix

	ATT	SN	PBC	SI	DME	PI
ATT	1.00					
SN	0.68	1.00				
PBC	0.59	0.62	1.00			
SI	0.71	0.65	0.58	1.00		
DME	0.74	0.70	0.63	0.69	1.00	
PI	0.77	0.72	0.66	0.73	0.79	1.00

Note: All values < 0.85, indicating adequate discriminant validity

5.5 Hypothesis Testing Results

H1: Attitudes → Purchase Intention ($\beta = 0.32$, $p < 0.001$) Effect Size: Medium to large ($f^2 = 0.42$). Each one-unit increase in positive attitudes toward sustainable products results in a 0.32-unit increase in purchase intention Confidence Interval: The true population effect lies between 0.25 and 0.39 with 95% confidence. Strongly supports Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991).

H2: Subjective Norms → Purchase Intention ($\beta = 0.28$, $p < 0.001$) Effect Size: Medium ($f^2 = 0.35$) Confidence Interval: [0.21, 0.35] indicates precise estimation Cultural Context: Particularly relevant in Saudi collectivist culture where social influence is strong Marketing Implication: Peer recommendations and influencer endorsements significantly impact decisions.

H3: Social Identity → Purchase Intention ($\beta = 0.35$, $p < 0.001$) Strongest Direct Effect: Among all TPB variables Effect Size: Large ($f^2 = 0.48$) Validating Social Identity Approach integration with TPB Saudi Context: Enhanced by Vision 2030's sustainability emphasis creating national identity alignment.

H4: Interaction Effect ($PBC \times SI \rightarrow PI$) ($\beta = 0.18$, $p < 0.01$) Moderation Effect: Significant positive interaction Interpretation: When both perceived behavioral control (accessibility/affordability) and social identity are high, purchase intention increases synergistically Threshold Analysis: Effect becomes significant when $PBC > 3.0$ and $SI > 3.5$ on 5-point scale Practical Implication: Marketing should address both practical barriers AND identity alignment.

Table 6: Structural Model Path Coefficients

Hypothesis	Proposed Relationship	Path (β)	t-value	p-value	95% CI	Result
H1	ATT → PI	0.32	6.45	<0.001	[0.25, 0.39]	Supported
H2	SN → PI	0.28	5.82	<0.001	[0.21, 0.35]	Supported
H3	SI → PI	0.35	7.12	<0.001	[0.28, 0.42]	Supported
H4	($PBC \times SI$) → PI	0.18	4.35	<0.01	[0.12, 0.24]	Supported

5.5.1 Mediation Effects Analysis

- DME → ATT → PI (Full Mediation): Indirect Effect (0.24): 61.5% of total effect. Direct Effect (0.15): Non-significant when ATT is included ($p > 0.05$) Digital marketing influences purchase intention entirely through shaping attitudes Variance Accounted For: 24% of total variance in PI through this path.
- DME → SN → PI (Partial Mediation): Indirect Effect (0.19): 51.4% of total effect Direct Effect (0.18): Remains significant ($p < 0.01$) Digital marketing works both directly AND through social norms Marketing Implication: Social proof elements in campaigns have dual impact.
- DME → SI → PI (Partial Mediation): Indirect Effect (0.27): 56.3% of total effect. Direct Effect (0.21): Remains significant ($p < 0.001$) Strongest Mediation: Highest indirect effect among all paths Cultural Relevance: Particularly strong in Saudi context where group identity is important.

Table 7: Mediation Effects Analysis

Mediation Path	Indirect Effect	Direct Effect	Total Effect	p-value	Result
DME → ATT → PI	0.24	0.15	0.39	<0.001	Full mediation
DME → SN → PI	0.19	0.18	0.37	<0.01	Partial mediation
DME → SI → PI	0.27	0.21	0.48	<0.001	Partial mediation

5.5.2 Model Fit and Predictive Power

All model fit indices exceed recommended thresholds, confirming that: The model has substantial predictive power ($R^2 = 0.64$) Shows good overall fit to the data ($SRMR = 0.06$) Demonstrates high predictive relevance ($Q^2 = 0.58$) Represents significant improvement over null model ($NFI = 0.92$) The integrated TPB-SIA framework with Digital Marketing Exposure as antecedent provides a robust explanation of sustainable consumption intentions in the Saudi context.

Table 8: Model Fit and Predictive Power

Statistic	Value	Interpretation
R^2 (PI)	0.64	Substantial predictive power
Adjusted R^2	0.62	Good model fit
Q^2 (Predictive relevance)	0.58	High predictive relevance
SRMR	0.06	Good model fit
NFI	0.92	Good fit

6 Results Discussion

Based on the comprehensive data analysis, the research findings can be summarized as follows: Attitudes have a significant positive impact on Purchase Intention ($\beta = 0.32$, $p < 0.001$), supporting H1 and confirming that positive consumer attitudes toward sustainable products strongly predict purchase intentions in the Saudi market. Subjective Norms significantly influence Purchase Intention ($\beta = 0.28$, $p < 0.001$), supporting H2 and highlighting the crucial role of social influence, peer recommendations, and influencer endorsements in shaping sustainable consumption behaviors. Social Identity demonstrates the strongest impact on Purchase Intention ($\beta = 0.35$, $p < 0.001$), supporting H3 and validating the integration of Social Identity Approach with Theory of Planned Behavior in the Saudi cultural context. The interaction between Perceived Behavioral Control and Social Identity significantly affects Purchase Intention ($\beta = 0.18$, $p < 0.01$), supporting H4 and revealing that when practical accessibility combines with strong sustainability identity, purchase intentions increase synergistically.

Digital Marketing Exposure shows strong mediation effects, with: Full mediation through Attitudes (indirect effect = 0.24) Partial mediation through Subjective Norms (indirect effect = 0.19) Partial mediation through Social Identity (indirect effect = 0.27) Total mediated effect accounting for 66% of digital marketing's impact The integrated TPB-SIA model demonstrates substantial predictive power ($R^2 = 0.64$), explaining 64% of variance in purchase intention, representing a significant improvement over either framework used independently.

Theoretical Implications:

This research successfully integrates the Theory of **Planned Behavior (TPB)** and **Social Identity Approach (SIA)**, demonstrating their complementary nature in explaining sustainable consumption. The findings validate that: Traditional TPB variables (Attitudes, Subjective Norms, and Perceived Behavioral Control) remain relevant. Social Identity adds significant explanatory power beyond TPB variables. The interaction between practical constraints (PBC) and identity factors (SI) creates synergistic effects. The research contributes to cross-cultural **consumer behavior literature** by Validating Western theoretical frameworks in the Saudi cultural context. Demonstrating enhanced effects of Social Identity in collectivist societies. Revealing unique mediation patterns specific to the Saudi digital landscape. Incorporating Vision 2030 as a national identity factor influencing consumption. Findings extend digital marketing theory by demonstrating differential mediation pathways for digital marketing effects. Validating the importance of platform-specific strategies. Revealing cultural nuances in digital persuasion mechanisms. Establishing digital marketing as both a direct and indirect influencer of sustainable consumption.

Practical Implications:

Priority Focus: Allocate 60% of content budget to visual platforms (Instagram, TikTok, Snapchat). **Message Framing:** Emphasize social identity alignment alongside product benefits. **Influencer Selection:** Prioritize micro-influencers with authentic sustainability alignment. **Content Types:** Focus on short-form video content (≤60 seconds) showing real product use. **Campaign Optimization: Timing:** Target campaigns during Ramadan and national sustainability events. **Localization:** Incorporate Saudi cultural symbols and Vision 2030 references. **Social Proof:** Leverage user-generated content and community testimonials. **Platform Selection:** Primary focus on Snapchat and Instagram, secondary on TikTok. **Product Positioning: Value Proposition:** Emphasize both environmental AND social benefits. **Pricing Strategy:** Introduce entry-level sustainable product lines. **Distribution:** Partner with popular e-commerce platforms (Noon, Amazon.sa). **Packaging:** Highlight sustainability credentials in Arabic and English.

Limitations & Future Research**Limitations:**

This study is constrained by several key limitations. First, it utilizes simulated data rather than empirically collected responses, limiting the validity and generalizability of the findings. The cross-sectional nature of the design prevents the establishment of causal relationships between digital marketing exposure and consumer behavior. There is a risk of self-report bias, as participants may overstate their sustainable attitudes and purchase intentions. The sample, while designed to be nationally representative, is a simulation and may not fully capture regional, age, or income-based nuances within the Saudi population. The operationalization of constructs like Social Identity and Digital Marketing Exposure may not encompass all cultural and platform-specific dimensions relevant to the Saudi context.

Future Research:

Future studies should prioritize empirical data collection through nationwide surveys to validate the simulated model. Longitudinal research is needed to track actual behavioral change and bridge the intention-action gap. Experimental designs, such as A/B testing different digital campaign elements, could establish causality. Research should expand to include sector-specific analyses (e.g., fashion versus food) and investigate the role of emerging technologies like AI and AR in sustainable marketing. Cross-cultural comparative studies would help distinguish universal drivers from those unique to the Saudi context. Finally, integrating actual behavioral data from e-commerce or social media platforms would significantly enhance the robustness and practical applicability of future findings.

7 Conclusion

This research provides a comprehensive framework for understanding how digital marketing influences sustainable consumption in the Saudi context. While demonstrating strong support for the integrated TPB-SIA model and revealing important mediation mechanisms, it also highlights several areas requiring further investigation. The findings have significant implications for both theory development and practical application, particularly in the context of Saudi Arabia's Vision 2030 and growing emphasis on sustainability. Future research should build on these foundations while addressing the identified limitations, particularly through more rigorous methodological approaches and expanded contextual coverage. The field of digital sustainability

marketing in the Saudi context remains ripe for exploration, with opportunities to contribute to both academic knowledge and practical advancements in promoting sustainable consumption patterns.

7.1 Acknowledgment

This work was supported by Onaizah Private College. The author extends heartfelt thanks to the College Administration and the Department of Business Management for their unwavering encouragement and for facilitating access to essential research databases. Special appreciation is also expressed for the financial support provided by the College, which was instrumental in the completion of this research. Their dedication to academic excellence is a constant source of motivation.

8 References

- Abbas, Q. (2024). Sustainable Marketing in the Age of Environmental Consciousness. *JETIR*, 11, 317-326.
- Abidin, C. (2016). Visibility Labour: Engaging with Influencers' Fashion Brands and #OOTD Advertorial Campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 161(1), 86-100. [DOI]
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Alawadh, M., & Barnawi, A. (2024). A Consumer Behavior Analysis Framework toward Improving Market Performance Indicators: Saudi's Retail Sector as a Case Study. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(1), 152-171. [DOI]
- Alfiana, F., Khofifah, N., Ramadhan, T., Septiani, N., Wahyuningsih, W., Azizah, N. N., & Ramadhona, N. (2023). Apply the search engine optimization (SEO) method to determine website ranking on search engines. *International Journal of Cyber and IT Service Management*, 3(1), 65-73. [DOI]
- Alghamdi, S. (2021). Digital Transformation in Saudi Arabia: Challenges and Opportunities. *Journal of Digital Marketing*.
- Ali, M., Ullah, S., Ahmad, M. S., Cheok, M. Y., & Alenezi, H. (2023). Assessing the impact of green consumption behavior and green purchase intention among millennials toward sustainable environment. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(9), 23335-23347. [DOI]
- Al-Makrami, H. (2015). The Role of Islamic Values in Shaping Consumer Behavior in Saudi Arabia. *Journal of Islamic Marketing*.
- Alqahtani, N., & Crespi, N. (2022). The Impact of Social Media on Consumer Behavior in Saudi Arabia. *International Journal of Business and Management*.
- Alqutub, K. (2024). UNDERSTANDING CONSUMERS' ENGAGEMENT AND ADOPTION OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN FASHION INDUSTRY IN SAUDI ARABIA: INSIGHTS THROUGH THE LENS OF THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 8(3). [DOI]
- Alshuwaikhat, H. M., & Mohammed, I. (2017). Sustainability Matters in National Development Visions — Evidence from Saudi Arabia's Vision 2030. *Sustainability*. [DOI]
- Barbosa, B., Saura, J. R., Zekan, S. B., & Ribeiro-Soriano, D. (2024). RETRACTED ARTICLE: Defining content marketing and its influence on online user behavior: a data-driven prescriptive analytics method. *Annals of Operations Research*, 337(Suppl 1), 17-17.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.
- Dadabaeva, R. A., & Jamoliddinov, F. S. (2024). Digital marketing as an element of sustainable development: trends, challenges and opportunities. *Цифровые модели и решения*, 3(1), 65-79. [DOI]
- Elgammal, I., Ghanem, M., & Al-Modaf, O. (2024). Sustainable Purchasing Behaviors in Generation Z: The Role of Social Identity and Behavioral Intentions in the Saudi Context. *Sustainability*, 16(11), 4478. [DOI]
- Gajdzik, B., Jaciow, M., & Wolny, R. (2023). Types of E-consumers and their implications for sustainable consumption — a study of the behavior of polish E-consumers in the second decade of the 21st century. *Sustainability*, 15(16), 12647. [DOI]
- Ghaffar, A., & Islam, T. (2024). Factors leading to sustainable consumption behavior: an empirical investigation among millennial consumers. *Kybernetes*, 53(8), 2574-2592. [DOI]
- Hayadi, B. H., & El Emery, I. M. (2024). Predicting Campaign ROI Using Decision Trees and Random Forests in Digital Marketing. *Journal of Digital Market and Digital Currency*, 1(1), 1-15. [DOI]
- Herawati, A. F., Yusuf, M., Cakranegara, P. A., Sampe, F., & Haryono, A. (2024). Social Media Marketing In The Promotion Of Incubator Business Programs. *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 623-633.

- Huang, M., Mohamad Saleh, M. S., & Zolkepli, I. A. (2023). The moderating effect of green advertising on the relationship between gamification and sustainable consumption behavior: A case study of the Ant Forest social media app. *Sustainability*, 15(4), 2883. [DOI]
- Izogo, E. E., & Mpinganjira, M. (2024). Digital content marketing consumption motives in the age of social media: an investigation of relational and monetary outcomes. *Aslib Journal of Information Management*, 76(2), 353-378. [DOI]
- Jackson, T. (2005). Motivating Sustainable Consumption: A Review of Evidence on Consumer Behavior and Behavioral Change. *Sustainable Development Research Network*.
- Khan, T., Emon, M. M. H., & Siam, S. A. J. (2024). Impact of Green Supply Chain Practices on Sustainable Development in Bangladesh. Available at SSRN 4958443.
- Khayyat, M., Balfaqih, M., Balfaqih, H., & Ismail, M. (2024). Challenges and Factors Influencing the Implementation of Green Logistics: A Case Study of Saudi Arabia. *Sustainability*, 16(13), 5617. [DOI]
- Kietzmann, J. H., et al. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*. [DOI]
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2020). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Manda, V. K., Sagi, S., & Yadav, A. (2024). *Blockchain in Advertising and Marketing: Revolutionizing the Industry Through Transparency and Trust*. In *New Trends in Marketing and Consumer Science* (pp. 89-112). IGI Global.
- Parker, J. M., James, K. W., Leggett, B. R., & Al-Shammari, M. (2024). The first 25 years of digital marketing education research: A thematic exploration and an agenda for future inquiry. *Journal of Marketing Education*, 46(3), 240-257. [DOI]
- Peattie, K., & Peattie, S. (2009). Social Marketing: A Pathway to Consumption Reduction? *Journal of Business Research*. [DOI]
- Pulizzi, J. (2012). The Rise of Storytelling as the New Marketing. *Publishing Research Quarterly*.
- Ryan, D., & Jones, C. (2012). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
- Schuitema, G., & De Groot, J. I. M. (2015). Green Consumerism: The Influence of Product Attributes and Values on Purchasing Intentions. *Journal of Consumer Behaviour*.
- Shahzad, M. F., Xu, S., Rehman, O. U., & Javed, I. (2023). Impact of gamification on green consumption behavior integrating technological awareness, motivation, enjoyment and virtual CSR. *Scientific Reports*, 13(1), 21751.
- Shankar, V., et al. (2010). Mobile Marketing: A Synthesis and Prognosis. *Journal of Interactive Marketing*.
- Statista. (2023). *Internet Penetration in Saudi Arabia*. Retrieved from www.statista.com.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. *The Social Psychology of Intergroup Relations*.
- Tarifi, N. (2024). The Role of Sustainability and Innovation in Small Business Transformation in Saudi Arabia. *American Journal of Industrial and Business Management*, 14(4), 492-509. [DOI]
- Thangam, D., & Chavadi, C. (2023). Impact of Digital Marketing Practices on Energy Consumption, Climate Change, and Sustainability. *Climate and Energy*, 39(7), 11-19. [DOI]
- Thøgersen, J. (2017). Sustainable Consumption: Behavior and Attitudes. *Annual Review of Environment and Resources*.
- UNEP. (2015). *Sustainable Consumption and Production: A Handbook for Policymakers*. United Nations Environment Programme.
- Yao, L. (2024). How Does Sustainable Digital Marketing Affect Consumer Behavior?. *American Journal of Industrial and Business Management*, 14(3), 261-282. [DOI]

From Vision to Experience: Marketing Communication Innovation in Saudi Tourism من الرؤية إلى التجربة: الابتكار في الاتصال التسويقي في السياحة السعودية

Hawazin Alzubaidi^{1*}, Khulud Alyafie²

¹ Assistant professor, Business Administration, Marketing, Applied College, Umm Al-Qura University, Makkah, Saudi Arabia.

² Assistant professor, Business Administration, Strategy, Enterprise and Innovation, Applied College, Umm Al-Qura University, Makkah, Saudi Arabia. (Khyafie@uqu.edu.sa)

* Corresponding Author: Hawazin Alzubaidi (hazubaidi@uqu.edu.sa)



This file is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/3/3

Revised

مراجعة البحث

2026/1/20

Received

استلام البحث

2025/11/28

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.8>

Abstract:

Objectives: Its primary aims are to investigate the innovative marketing communication strategies used in Saudi Arabia's tourism sector and explore gaps in current approaches to propose improvements that enhance audience reach, engagement, and international positioning.

Methods: It employs a qualitative approach, conducting semi-structured interviews with a sample of 20 tourists (10 from Saudi Arabia and 10 from Spain), to provide in-depth insights into current perceptions of tourism communication strategies and potential communication gaps.

Results: The findings reveal that tourists' interest is captured through social media, word of mouth, and transportation advertisements. They also reveal that Saudi Arabia's unique culture, social media influencers' emotional storytelling, and the cost of travel were the main motivations for travelling to Saudi Arabia, as well as apps offering tour packages.

Conclusions: This study adapted the AIDA model to innovative marketing strategies in the tourism sector. It contributes to the literature on tourism promotion in emerging markets by offering actionable recommendations for refining Saudi Arabia's marketing communication strategies to better align with national and international tourist expectations.

Keywords: Innovative Marketing Communication Strategies; Tourism; Cross-Cultural Study; Qualitative Study; AIDA Model.

المخلص:

الأهداف: الهدف الرئيسي للبحث هو دراسة استراتيجيات الاتصال التسويقي المبتكرة المستخدمة في قطاع السياحة في السعودية، واكتشاف الثغرات في الأساليب المستخدمة حالياً لاقتراح تحسينات تدعم الوصول إلى الجمهور وتحسن من تفاعله لتعزيز قطاع السياحة بالمملكة.

المنهجية: تم استخدام المنهج النوعي عبر المقابلات شبه منظمة مع عينة مكونة من 20 سائحاً (10 منهم من المملكة العربية السعودية و10 سياح من إسبانيا، مما قدم رؤى متعمقة حول التصورات الحالية لحملات السياحة التسويقية والفجوات المحتملة في الاتصال.

النتائج: وجدت النتائج فجوات في الاتصال بشكل عام مما يشير إلى أنه يتم جذب اهتمام السياح بشكل فعال من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، والكلام المنقول، وإعلانات وسائل النقل. كما وضحت النتائج أن الثقافة الفريدة في المملكة العربية السعودية، وسرد القصص العاطفية من قبل المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي، والتكلفة كانت من أهم الدوافع لاتخاذ قرار السفر إلى المملكة. بالإضافة إلى التواصل مع المستهلكين من خلال التطبيقات التي تقدم حزم السفر.

الخلاصة: أشارت الدراسة إلى ضرورة تكييف نموذج AIDA مع استراتيجيات التسويق المبتكرة في قطاع السياحة. كما ساهمت هذه الدراسة في الأدبيات الخاصة بترويج السياحة في الأسواق الناشئة، وقدمت توصيات عملية لتحسين استراتيجيات الاتصال التسويقي في المملكة العربية السعودية بما يتماشى بشكل أفضل مع توقعات السياح المحليين والدوليين.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات التسويق المبتكرة في الاتصال الترويجي؛ السياحة؛ دراسة لثقافات مختلفة؛ دراسة نوعية؛ نموذج AIDA.

Citation

Alzubaidi, H., & Alyafie, K. (2026). From Vision to Experience: Marketing Communication Innovation in Saudi Tourism. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 494-508. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.8>

1 Introduction

The Kingdom of Saudi Arabia has recently expanded tourism investment as part of its national economic diversification strategies (Jabali et al., 2023; Mir & Kulibi, 2023). The country exceeded its initial 2030 target of 100 million tourists, recording 116 million in 2024, a dramatic increase from just 16 million in 2019 (Ata, 2025). This growth has been driven by several factors, including unprecedented infrastructure investment, efficient visa policies, and high-impact marketing campaigns that have repositioned Saudi Arabia as an appealing destination offering culture, adventure, and luxury tourism experiences (Golan, 2025; Torossian, 2024).

Despite this success, and given Vision 2030's main objective of attracting upwards of 150 million annual visitors, including 70 million international tourists (Corder, 2024; Government of Saudi Arabia, 2016), several questions have emerged regarding whether current marketing communication strategies are effectively reaching diverse tourist segments. Saudi Arabia's sophisticated approach is exemplified by recent campaigns featuring a traveller exploring United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (1919) World Heritage sites in the country, including Al-Ahsa Oasis, ad-Diriyah, historic Jeddah, the Gate of Makkah, Hail Region, and the Al-Hijr archaeological site in AlUla, as well as several luxury resorts and natural locations (Comms8, 2024; Corder, 2024). However, while marketing campaigns have increased online searches for Saudi tourism by 38% (Arous et al., 2024; Comms8, 2024), their actual impact on tourists' decision-making remains understudied (Almutarie, 2024; Karolak & Michael, 2025; Madkhali et al., 2023).

This study addresses several critical gaps in understanding Saudi tourism marketing strategies and effectiveness. Firstly, while megaprojects in Saudi Arabia, such as NEOM and the Red Sea Project (which includes 50 luxury hotels across 22 islands), have attracted substantial investment (Golan, 2025), their marketing may not adequately communicate their unique value to different tourist segments worldwide. Secondly, despite growing tourist numbers, 79 million were domestic tourists in 2023, and approximately half of international tourists engaged in religious tourism (Khan, 2020; WARC, 2024), suggesting that leisure tourism marketing needs improvement and should be tailored to different tourist segments. Finally, as Saudi tourism undergoes a rapid digital transformation, the effectiveness of these platforms in the customer journey must be evaluated.

This study's significance lies in the evolution of the tourism marketing communication strategy, grounded in empirical evidence about what works and why, which is essential for achieving Vision 2030 targets and for ensuring greater exposure for the country's megaprojects (Pratiwi & Muslikhati, 2024; WARC, 2024). Moreover, understanding how tourism campaigns are received across cultures is essential in global destination marketing. Therefore, this study adopts a cross-cultural design, comparing Saudi and European tourists to identify preferences and differences in perceptions and motivations regarding tourism communications (Reisinger & Turner, 2003). The findings will benefit marketers, hospitality businesses, and policymakers seeking to position Saudi Arabia as 'a destination for tourists from all over the world' (Corder, 2024).

Therefore, this study employs the Attention, Interest, Desire, and Action (AIDA) model as its theoretical framework, as it provides a structured guide for assessing marketing communication strategies across four stages (Lewis, 1898). In the Saudi tourism context, *Attention* is captured through media channels and creative content, *Interest* is generated by highlighting unique selling points, *Desire* is created through emotional appeals and perceived value, and *Action* is prompted through clear calls to action and booking facilitation (Comms8, 2024; Corder, 2024). The AIDA model is particularly appropriate in the Saudi context, as campaigns explicitly aim to draw attention to lesser-known destinations, build interest through storytelling, create desire via aspirational imagery, and finally facilitate action through digital booking tools (Comms8, 2024; Yehia, 2024).

1.1 Research Questions

This study aims to address critical gaps in understanding the effectiveness of Saudi Arabia's tourism marketing communications by exploring five central questions:

- The extent to which current tourism marketing strategies reach and engage target audiences?
- What are the primary channels used for tourism marketing and their perceived effectiveness?
- How do domestic and international tourists perceive and respond to tourism marketing campaigns?
- What are the key factors shaping tourism marketing effectiveness within the Saudi context?
- What improvements can enhance the alignment of tourism marketing with tourist expectations?

1.2 Research Objectives

To address these questions, this study was designed with the following objectives:

- To critically evaluate the alignment of current tourism marketing communications with the preferences of targeted tourist segments.
- To identify the primary communication channels and message framing strategies employed within the Vision 2030 framework.
- To assess the tourism marketing strategies' effectiveness in generating awareness, interest, and intention to visit Saudi Arabia using the AIDA model.
- To explore tourists' perceptions and responses to cultural, emotional, and informational cues.
- To develop evidence-based recommendations for optimising tourism marketing communications in alignment with national tourism goals.

To achieve these objectives, this study will collect qualitative data through in-depth interviews with domestic and international tourists, providing actionable insights for marketers, Saudi tourism authorities, and hospitality businesses.

2 Literature Review

2.1 The AIDA Model in Tourism Marketing

Created by Elias St. Elmo Lewis (1898), the AIDA model remains one of the most influential frameworks for understanding consumer engagement with marketing communications (Kotler & Keller, 2016; Strong, 1925). The AIDA model is a list of stages involved in the interactions between sellers and buyers. Specifically, it concerns the process by which products or services may be successfully marketed to potential buyers. Although the AIDA model depicts decision-making as a linear process, tourism decisions are often dynamic and iterative, with tourists often revisiting different stages before making a final travel decision.

This study uses the AIDA model to explain how potential travellers progress from initial awareness of a destination to their final decision to visit (Comms8, 2024; Corder, 2024). The first stage, *Attention*, involves media selection and creative implementation, both of which are vital to ensuring campaigns stand out in crowded travel markets. Saudi Arabia's approach has involved high-profile celebrity endorsements, with individuals such as Lionel Messi and Cristiano Ronaldo paid huge sums to promote destinations within the country (Corder, 2024). Advertising campaigns in notable international locations, such as Times Square in New York, have highlighted various landscapes, including the pristine Red Sea corals, the ancient tombs of Al Ula, and the amazing highlands of Aseer (Comms8, 2024).

The second stage, *Interest*, requires providing compelling information that differentiates the destination. Saudi tourism campaigns emphasise unique selling points, such as AlUla (Golan, 2025), luxury hotels on the Red Sea, and Diriyah's cultural significance as the birthplace of the Saudi state (Comms8, 2024; Torossian, 2024).

The third stage, *Desire*, taps into emotional motivations, with Saudi Arabia positioning itself as offering 'once in a lifetime' experiences (WARC, 2024) through luxury resorts, adventure, and cultural immersion (Golan, 2025). However, the AIDA model does not capture continuous engagement, where tourists interact with brands multiple times before making decisions.

The fourth and final stage, *Action*, has been facilitated by digital innovations such as instant e-visas (90-day stays) and the Nusuk platform, which is designed to support seamless pilgrimage planning (Soul of Saudi, 2025).

Recent applications of the AIDA model in tourism demonstrate both its continued relevance and adaptability to digital environments. For instance, the AIDA model now accounts for micro-moments in customer journeys across devices and the role of social media in accelerating progression through stages (Comms8, 2024; Corder, 2024; Sallaku et al., 2025). Saudi Arabia's use of social media influencer marketing, with some posts achieving 30 million likes (Corder, 2024), and artificial intelligence (AI)-powered personalisation through the virtual guide 'Sara' (Soul of Saudi, 2025), represents cutting-edge applications of the AIDA model in the digital age.

2.2 Saudi Arabia's Tourism Marketing Evolution

Saudi Arabia's tourism marketing has undergone a radical transformation (Golan, 2025; Torossian, 2024). The 'Visit Saudi' campaign marked the initial effort to showcase Saudi Arabia's cultural and natural attractions and was followed by more targeted campaigns like 'This Land is Calling' in 2024 (Corder, 2024). This evolution reflects Vision 2030's strategic shift from oil dependence to a diversified economy in which tourism plays a central role (Torossian, 2024). Current marketing in Saudi Arabia emphasises several key destinations – The Red Sea projects, AlUla, Riyadh, Jeddah, and Aseer (Corder, 2024) – each serving a different tourist segment.

Resorts on Sindalah Island (NEOM) will appeal to luxury travellers (Golan, 2025), Asir's mountain activities will appeal to adventure seekers, and Al Ula's history will appeal to cultural tourists (Comms8, 2024; Golan, 2025). This segmented approach aligns with global trends regarding experiential travel, with 63% of tourists seeking unique destinations (WARC, 2024). Digital marketing has become central to the Saudi strategy, leveraging AI and big data for personalisation, as seen in the Visit Saudi app, and using social media influencer partnerships to reach billions of potential tourists (Corder, 2024). Saudi tourism has also adopted immersive technologies, such as augmented reality at heritage sites and virtual reality previews (Soul of Saudi, 2025), as well as Metaverse experiences that allow virtual exploration. These digital tools aim to overcome geographical and perceptual barriers by bringing Saudi experiences to global audiences before they travel (Soul of Saudi, 2025).

2.3 Perceptual Challenges and Image Transformation

Saudi Arabia employs a unique communications strategy to challenge long-standing international perceptions. Internally, marketers must maintain a delicate balance driven by Vision 2030's progressive reforms (Torossian, 2024). Marketing campaigns must appeal to a wide range of potential visitors, including international tourists seeking luxury and adventure but unaware of Saudi Arabia's natural wonders. The strategic transformation into a primary brand message is underway. The contrast between modern megaprojects such as NEOM and ancient heritage sites such as AlUla and Al Diriyah is not only a way to showcase additional assets but also to show Saudi Arabia as 'a land of discovery' that truly mixes 'time-honoured traditions and cutting-edge modernity' (Comms8, 2024). The main marketing challenge is finding a balance between tradition and modernisation, which becomes the main story for the country's brand change.

2.4 Cross-cultural Perspectives in Tourism Communication

In recent years, cross-cultural research in tourism has gained significant attention, particularly as destinations seek to attract visitors from diverse cultural backgrounds. Cultural aspects, communications, and travel motivations can differ significantly between regional and international tourists, influencing how they perceive marketing communications and make travel decisions (Reisinger & Turner, 2003). For example, tourists from collectivist cultures such as Saudi Arabia may respond strongly to family-oriented messaging, whereas those from individualist cultures such as Spain may be more influenced by personal exploration (Hofstede, 2001). Thus, tourism communication must consider these cultural dimensions to be effective. Previous research has shown that tailoring content to the target markets' cultural expectations and communication preferences increases engagement (Litvin et al., 2008). However, marketing messages are interpreted differently across cultures due to differences in values, expectations, and communication styles. Thus, cross-cultural studies identifying differences in how tourism campaigns are interpreted and acted upon are crucial. By comparing the perceptions of Saudi and Spanish interviewees, this study contributes to a deeper understanding of how culture shapes consumer behaviour in the tourism sector.

2.5 Knowledge Gaps

While several studies have documented Saudi Arabia's tourism ambitions and campaign launches (Comms8, 2024; Golan, 2025; Torossian, 2024), few have empirically examined how communications strategies reach and engage target audiences and how they influence tourists both internally and globally. Therefore, this study conducts a qualitative, cross-cultural application of the AIDA model, providing critical insights into how current tourism marketing communications are perceived differently across diverse cultural contexts. The key knowledge gaps in the literature are summarised in Table 1.

Table 1: Knowledge gaps in the literature

Gap Category	Specific Area	Description	References
Tourists Segmentation	Demographics and Purpose	There is a lack of empirical data on how marketing effectiveness varies across different tourist segments by nationality, age, gender, or travel purpose.	Ahmed and Akbaba (2020), Boon Liat et al. (2021), Hall et al. (2022), Mohamed (2018), and Nusair et al. (2022)
Channel Effectiveness	Comparative Performance	Insufficient research has compared the relative impact of different marketing channels, such as social media and	Alkandi (2023), Arous et al. (2024), and Fatima et al. (2024)

			traditional media, and social media influencer partnerships in the Saudi context.	
Digital Impact	Tool	User Experience	Understanding of how specific digital tools, such as the Nusuk platform and Visit Saudi app, influence tourist decision-making and conversion rates is limited.	Al-Hazmi (2022), Alnaim and Albarq (2023), and Pappu et al. (2025)
Long-Term Impact		Brand Perception	No research has tracked the long-term evolution of Saudi Arabia's brand perception as a tourist destination.	Boon Liat et al. (2021), Fatima et al. (2024), and Fauzi and Battour (2025)

Table 1 demonstrates that despite extensive investment in tourism as part of Vision 2030, several critical gaps in understanding the effectiveness of Saudi Arabia's tourism marketing strategies are evident in the existing literature. One key gap is the lack of empirical research on audience segmentation, particularly how marketing communications perform across different tourist profiles, such as nationalities, ages, genders, and travel purposes (Ahmed & Akbaba, 2020; Boon Liat et al., 2021; Hall et al., 2022; Mohamed, 2018; Nusair et al., 2022). This segmentation is vital given Saudi Arabia's goal of attracting a broad range of tourists, including domestic family travellers, European adventure seekers, and religious pilgrims. Without such data, there is a risk that marketing strategies will become overly generalised and fail to resonate with key tourist segments.

Another overlooked area is channel effectiveness, as few studies have compared the relative performance of social media and traditional media, as well as social media influencer partnerships, within the Saudi context (Alkandi, 2023; Arous et al., 2024; Fatima et al., 2024). This gap limits tourism stakeholders' ability to allocate budgets efficiently or to identify which forms of media are most effective at converting interest into visits. While digital transformation has accelerated, the impact of specific digital tools on actual tourist conversion and user experience remains underexplored (Al-Hazmi, 2022; Alnaim & Albarq, 2023; Pappu et al., 2025).

Lastly, there is a lack of longitudinal studies examining the long-term impact of marketing efforts on Saudi Arabia's brand equity as a tourist destination. Most existing studies have focused on short-term outcomes, leaving a gap in understanding how marketing campaigns shape global perceptions of Saudi Arabia over time (Boon Liat et al., 2021; Fatima et al., 2024; Fauzi & Battour, 2025). This gap poses challenges for strategy refinement and brand positioning in a highly competitive global tourism market.

3 Methodology

3.1 Study Design

This study employs a qualitative research design to gain in-depth insights into the perceived effectiveness of Saudi Arabia's tourism marketing communications. Qualitative methods are the most appropriate for this study's exploratory nature and the need to understand tourists' perceptions, interpretations, and responses (Creswell & Poth, 2018). This design is also appropriate for exploring how tourism communication strategies shape tourists' perceptions and intentions across diverse cultures. By focusing on interviewees from Saudi Arabia and Spain, this study aims to compare domestic and international responses to Saudi tourism marketing communications by highlighting similarities and differences in their media engagement, motivations, and expectations.

As marketers employ engaging strategies to attract consumers, this study is theoretically grounded in the AIDA model, a widely accepted marketing framework. The AIDA model facilitates a structured analytical evaluation of how tourism marketing messages influence potential visitors at each phase of the decision-making journey and has been used extensively in communication research to assess the effectiveness of marketing campaigns (Barry & Howard, 1990). In the context of tourism marketing, the AIDA model has been successfully utilised in several studies exploring how social media campaigns shape tourists' attitudes and behaviours (Barry & Howard, 1990; Hudson et al, 2016; Sarfraz et al, 2025). Using the AIDA model enables this study to identify the gaps in Saudi Arabia's tourism promotion efforts by mapping the progress of tourism marketing messages through each phase of consumer influence.

3.2 Study Sample

The study sample comprised 20 potential and actual tourists: 10 from Saudi Arabia, representing domestic regions and cultural familiarity with the destinations, and 10 from Spain, representing an international European audience targeted by Saudi Arabia's Vision 2030 strategy. All interviewees had either recently visited Saudi Arabia or were considering it as a future travel destination. This strategy aligns with the goals of

exploratory qualitative research, which prioritises diversity of perspectives and depth over generalisability (Tracy, 2020).

Interviewees were recruited through purposive sampling, ensuring that they had knowledge and experience relevant to Saudi Arabia's tourism offerings and marketing communications. This non-probability sampling approach is used in qualitative research to deliberately select individuals who can provide rich, contextual insights aligned with the study's objectives (Palinkas et al., 2015; Ritchie et al., 2013). The interviewees had engaged with or been exposed to Saudi tourism promotions, such as advertisements on social media, television, or digital platforms, and were selected based on their relevance to the research objectives and their diversity in age, gender, and travel experience. Spain was chosen as a reference country due to its strong outbound tourism market and cultural contrast with Saudi Arabia, making it ideal for cross-cultural comparison. The interviewees were also chosen to reflect key demographic segments targeted in current Saudi tourism campaigns, including European adventure seekers, luxury travellers, and domestic family tourists. These categories align with the strategic market segmentation adopted by the Saudi Tourism Authority as part of Vision 2030, ensuring that the sample reflects both actual and potential tourist perspectives across culturally and geographically diverse groups (United Nations World Tourism Organization, 2022).

3.3 Data Collection

This study collected data through semi-structured, in-depth interviews, a method well-suited to exploring consumers' experiences, attitudes, and decision-making processes in marketing and tourism contexts (DiCicco-Bloom & Crabtree, 2006; Ritchie et al., 2013). They allow for flexible discussions and enable interviewees to elaborate on their personal views and provide insights into the effectiveness of Saudi Arabia's tourism marketing strategies, which may not be possible with quantitative methods (Creswell & Poth, 2018). Interviews were conducted with 20 individuals, consistent with the recommendations for achieving data saturation (Guest et al., 2006). This approach balances the need for depth and diversity in responses while ensuring methodological rigour in qualitative inquiry.

The interview questions focused on perceptions of Saudi Arabia's tourism brand, recall of specific campaigns, motivational triggers, and the extent to which tourism marketing communications influenced their travel-related intentions and decisions. The interviews, which lasted 30–60 minutes depending on the interviewee's engagement, were conducted either face-to-face or via video conferencing platforms such as Zoom, Microsoft Teams, or FaceTime, depending on the interviewee's location, availability, and preference. This method ensured accessibility for international interviewees and facilitated natural conversation, allowing interviewees to elaborate on their personal perceptions and on their digital media use related to Saudi tourism, while maintaining the structure necessary for thematic analysis (Braun & Clarke, 2006).

3.4 Data Analysis

The semi-structured interviews were recorded, transcribed, and analysed using thematic analysis (Braun & Clarke, 2006). The data were coded both inductively and deductively, with the identification of emerging themes guided by the AIDA model to determine how tourism marketing campaigns are performing at each stage:

- *Attention*: visibility, media channels, and first impressions;
- *Interest*: relevance, message framing, and emotional engagement;
- *Desire*: aspiration and cultural resonance;
- *Action*: behavioural intention, booking behaviour, and word of mouth.

3.5 Ethical Considerations

This study received ethical approval prior to data collection, and all interviewees were provided with information sheets outlining the study's purpose, their rights as interviewees, and how their data would be handled. They were informed of their right to withdraw from the study at any time, ensuring autonomy and voluntary participation (Wiles et al., 2008). Informed consent was obtained in writing before each interview in accordance with established ethical research practices (Orb et al., 2001).

To maintain confidentiality, all identifying information was removed, and pseudonyms were used in transcripts and reporting. In compliance with institutional data protection policies and broader data ethics guidelines, such as the European Union's (2018) General Data Protection Regulation, the interview recordings and transcripts were stored on password-protected devices and servers (BPS Ethics Committee, 2021). Only the

researchers had access to the raw data. These procedures align with ethical standards in qualitative research, thereby ensuring the protection of the rights of all interviewees.

4 Results and Discussion

The data was analysed thematically in accordance with the AIDA model. The findings reveal insights regarding the effectiveness and limitations of current tourism marketing strategies in Saudi Arabia, as perceived by domestic and international tourists.

4.1 Attention: Capturing the Audience's Awareness

Most of the Saudi interviewees acknowledged that Saudi Arabia's recent tourism marketing campaigns have succeeded in generating visibility through social media, particularly through videos on platforms such as YouTube, TikTok, and Instagram, as well as television advertisements, especially during global sports events. For example, one stated, *'Yes, I've noticed promotions on social media highlighting AlUla's heritage sites, the Red Sea resorts, and also campaigns for Riyadh Season events'* (Interviewee 20, Saudi). Some Saudi and Spanish interviewees agreed that social media influencers play a role in providing information about Saudi tourist attractions. For example, one stated, *'I relied on social media, mainly influencers'* (Interviewee 4, Spain). Evidence from previous research suggests that the development of the social media influencer industry offers the tourism sector unprecedented opportunities to engage and communicate with tourists, as influencers' content facilitates dynamic holiday planning through their perceived trustworthiness and expertise (Manthiou et al., 2024).

Several interviewees also highlighted that they have had limited exposure to these tourism marketing campaigns outside the Saudi region. For example, the Spanish interviewees relied on family members who had spent time in Saudi Arabia or advertisements on the aeroplane to learn about the country's tourist attractions. For instance, one stated, *'Through a family member already living in the country, a promotional video of the main destinations in Saudi Arabia, on the plane, when I visited it and only on social media when I searched about it'* (Interviewee 3, Spain). This observation aligns with research by Arous et al. (2024), which demonstrates that, despite the significant influence of e-marketing efforts on tourism preferences in Saudi Arabia, these impacts appear largely confined to those already interacting with online platforms within the country. It also indicates that the positive influence of social media content, bloggers, and social networking sites on visitor destination choices appears limited to audiences already tuned into domestic society. Thus, Saudi Arabia's international tourism marketing reach may require further development.

Both the Saudi and European interviewees agreed that Saudi Arabia is an excellent destination to visit, especially for its unique cultural aspects and traditions, generating a clear desire to learn more about it. For instance, one stated:

Saudi Arabia has unique heritage sites and modern attractions that are different from other countries. Saudi Arabia stands out because it blends unique cultural heritage with luxury resorts and entertainment options that aren't commonly combined elsewhere. I really want to see more about it on social media. (Interviewee 17, Saudi)

Similarly, another Saudi interviewee stated that *'Saudi Arabia feels unique because it combines rich history with modern development, unlike many destinations that offer only one of them, but we did not see much about it on social media'* (Interviewee 6, Saudi).

The Spanish interviewees confirmed that they were impressed by Saudi Arabia's culture. For example, one gave the following response when asked to compare Saudi Arabia with other countries: *'The different lifestyles and culture are really good and interesting, but no ads have reached me, so they would need to reach me through social media'* (Interviewee 1, Spain). Another suggested that *'It is necessary to take the tourists' perspective into account, as it seems to be approached only from a Saudi point of view; perhaps better market analysis would help'* (Interviewee 8, Spain).

The interviewees often described Saudi tourism messaging as broad or lacking personalisation, revealing a gap between Saudi and European tourists in access to information and in the availability of audience-specific content, which limits understanding of Saudi Arabia and potentially the desire to visit it. Therefore, more personalised tourism communications could be beneficial. This conclusion aligns with the findings of Weng et al. (2021), which emphasised that successful tourism promotion requires adaptive messaging strategies that consider cultural values and personalised content to enhance engagement, especially within the Saudi context.

4.2 Interest: Generating Engagement and Curiosity

The Saudi interviewees expressed that the tourism marketing campaigns had increased their intention to visit Saudi Arabia's tourist attractions. For example, one stated, *'The stunning visuals and cultural experiences really caught my attention; the creative visuals, cultural festivals, and the way they showcase Saudi's mix of tradition and modernism'* (Interviewee 18, Saudi). Another confirmed that *'Unique experiences such as visiting AlUla, the Red Sea, and attending cultural festivals have motivated me'* (Interviewee 8, Saudi). Most confirmed that they were already interested in visiting these tourist attractions because of campaigns they had previously seen. For example, one stated, *'I noticed campaigns highlighting AlUla and NEOM projects. I saw them mainly on Instagram and YouTube ads, and then I was really interested in visiting those places'* (Interviewee 13, Saudi). Moreover, they stated that social media influences their travel intentions. For example, one stated, *'Instagram and YouTube work best in my opinion. I believe Instagram, TikTok, and YouTube are the most impactful because they are very visual and can capture attention quickly'* (Interviewee 19, Saudi). However, the Spanish interviewees suggested that greater exposure is needed to generate interest, with one stating:

I only saw ads about the most popular tourist destinations when I travelled there on the plane. I hope that others can see it too—the way of life and customs, it is curious and interesting to see and worth visiting. (Interviewee 7, Spain)

These findings suggest that, in addition to social media communications, transportation advertisements are effective in reaching both Saudi and European audiences and encouraging them to visit Saudi Arabia. For example, one interviewee stated, *'Not just online; I saw a Saudi tourism ad on a plane screen during an international flight, which gave it more credibility. But I also see them a lot on TikTok, where travellers post authentic experiences'* (Interviewee 5, Saudi). Thus, social media communications, transportation advertisements, and travellers' vlogs can potentially influence travel decisions among Saudi audiences. The Spanish interviewees also confirmed this influence, with one stating, *'I found some information when I came to Saudi Arabia; I had to search on Google, social media, but I really like the ad used on Saudi aeroplanes'* (Interviewee 10, Spain). This finding suggests that attention is strong regionally but inconsistent globally, highlighting a gap in media targeted to different consumer segments.

4.3 Desire: Building Motivation to Visit Saudi Arabia

When the interviewees were asked to describe what would make them seriously consider visiting Saudi Arabia, some expressed genuine curiosity about the country as a 'new' destination, driven by its unique culture and activities. For example, one stated:

I want to go, but I still don't know what to expect; can I explore freely? What are the rules? Are there guides? Saudi Arabia is a place with a very distinctive identity, different from classic destinations; I would like to see this on social media by adding the super-friendly nature of the people to the interest in its history and geography. I would also like to see more information about activities at sea. (Interviewee 6, Spain)

Another Saudi interviewee highlighted that activities such as hiking, fishing, sailing, and water sports could motivate further exploration, stating that *'we really liked the concerts, Jeddah Season, but I really want to see more family oriented trips and group activities, especially in our amazing Red Sea, such as trips and diving for me with the little ones'* (Interviewee 5, Saudi). Overall, desire was stronger among Saudi interviewees familiar with Saudi culture but weaker among Spanish interviewees.

The interviewees also acknowledged that emotional storytelling and content generated by previous tourists were particularly influential. For example, one stated, *'We need more stories, influencer travel vlogs. That's how you turn curiosity into "I want to do it"; for example, there is a fishing season in Al-Qaseem, and I really want to see it more on social media'* (Interviewee 1, Saudi). The Spanish interviewees confirmed this view, with one stating that *'I would like to see more information about its museums and monuments on social media and YouTube'* (Interviewee 10, Spain). Such findings are consistent with the existing literature, which shows that cultural aspects enhance tourists' desire, whereas a lack of cultural knowledge can reduce interest in international tourism markets (Al-Ansi & Han, 2019).

Moreover, when the Spanish interviewees were asked about apps to book their trips and organise their activities, they were unaware of popular apps such as Webook and Visit Saudi, indicating a gap in connecting these apps with international consumers. For example, one stated, *'I think digital platforms are perfect for deciding to travel to Saudi Arabia, but I don't know the one mentioned'* (Interviewee 1, Spain). However, the Saudi interviewees were more familiar with tourist attractions through these apps, as well as YouTube videos and social media. For example, one stated:

The combination of cultural and historical experiences would definitely make me consider it. I'd be motivated by the chance to explore historic landmarks, experience authentic traditions, and enjoy the new tourist developments like beaches and events. I believe Instagram, TikTok, and YouTube are the most impactful because they are very visual and can capture attention quickly. (Interviewee 5, Saudi)

Thus, although social media advertisements and tourism apps are well known in Saudi Arabia, they have failed to reach global tourists. Therefore, market research is required to understand international target segments and to customise innovative marketing strategies based on their wants and needs, focusing on the most widely used social media platforms and the social media influencers with the most followers.

This conclusion aligns with previous research emphasising the importance of targeted digital marketing strategies and market segmentation to enhance international tourism promotion. For example, Xiang and Gretzel (2010) highlighted that while social media is a powerful tool for tourism marketing, its effectiveness depends on understanding the cultural and behavioural differences across global markets. Similarly, Alghamdi et al. (2012) highlighted the need for in-depth market research in Saudi Arabia's tourism sector to expand international engagement through digital channels.

These findings indicate that although some cities, such as AlUla, have successful advertisement and communication strategies, smaller regions, such as Jeddah, Jizan, Al-Qaseem, and Al Baha, have not been promoted to the same extent among both Saudi and international audiences. Indeed, one interviewee noted that more communication would be valuable, as they had not seen any information about these regions on social media:

I would like to visit AlUla, Jizan, and Al Baha, but I have visited only one location. Al-Qaseem is a phenomenal place with a date season; I also visited a farm with a local homemade breakfast cooked in front of us, and went to many farms with the kids, where they could feed the animals and interact with them. I wish that we could see trips like this on tourist applications and social media. (Interviewee 1, Saudi)

The findings also suggest that such promotions could attract both Saudi and international tourists, as they would highlight beautiful local places and cities that offer diverse food and shopping experiences. They are consistent with the previous literature on destination marketing, which emphasises the importance of inclusive promotion to ensure sustainable tourism development across multiple locations (García-Hernández et al., 2017).

It is also evident that an all-in-one government app or an official website promoting the full range of tourism cities, including activities, cultural activities, and transportation, with appropriate filters, could be particularly valuable. For example, one interviewee expressed:

I wish that I could develop a full package that can be customised according to age group, gender, and price. Adding the locations and places near the hotels could be very attractive to tourists. Like, if I want to travel to Riyadh, I want to book the hotel, car, safari, shopping malls, and activities in the desert in one application and being able to do it myself could be quite helpful. (Interviewee 1, Saudi)

This finding indicates that customised innovative communications strategies, such as all-in-one apps, could encourage consumers to visit new places. Further suggestions from the interviewees included the ability to determine whether a place is affordable, luxurious, or traditional. For example, one stated, 'Fancy and luxury tourism places are really interesting to me, but it is always nice to also see the beautiful nature and cultural aspects like AlUla as well' (Interviewee 10, Spain). Another added, 'It could be helpful to see posts or advertisements about services such as public transportation, restaurants, gyms, beaches and local places, and activities on social media' (Interviewee 12, Spain). Other, more customised services, such as pet or gym services, were also highlighted. One interviewee noted, 'When visiting places with my pet, it would be great if ads show whether we can take our pets or not' (Interviewee 1, Spain).

Thus, focusing on customised services in tourism communications is crucial for influencing consumer intentions. This insight aligns with previous research highlighting the role of personalised marketing in destination branding and influencing consumer behaviour. For example, it argues that personalisation through digital technologies, particularly via tourism apps and social media, significantly increases engagement and intention to travel. Similarly, Al-Ansi and Han (2019) found that culturally tailored communication improves satisfaction and revisit intentions, particularly within Saudi Arabia's tourism sector.

The findings also suggest that green tourism should be communicated creatively to encourage tourism from Europe. For example, one Spanish interviewee stated that 'I could think about visiting Saudi if I saw on social media more sustainable projects, socially responsible projects, or advertisements focusing on recycling, helping the sea, nature, and people in need; this would be very encouraging for me' (Interviewee 8, Spain). Saudi Arabia is known to be making massive efforts in sustainable projects, such as the Red Sea projects and NEOM, as part of Vision 2030. Further projects include 'THE LINE', a futuristic city designed to run on 100% clean energy, and

'TROJENA', a new project that relies on sustainable and clean energy. However, most of these projects need to be communicated to the global tourism market in a more focused, customised way, as it is sometimes the way the idea is sold rather than the product itself that convinces people.

According to these findings, creative marketing strategies are essential in effectively influencing environmentally conscious tourists. Tourism communication efforts must go beyond traditional messaging by emphasising authentic sustainability practices and incorporating immersive media and eco-initiatives through storytelling. This conclusion aligns with research by Font and McCabe (2017), who argued that simply claiming sustainability is insufficient because consumers must see and feel it through customised, emotionally engaging content.

4.4 Action: Driving Tourist Behaviours

Almost every Spanish interviewee reported booking trips through direct exposure via family or friends rather than campaigns. For example, one noted, *'The ad made me interested, but what really made me book was my friend who lived in Saudi'* (Interviewee 10, Spain). In contrast, Saudi interviewees were directly exposed to tourism marketing and events through social media.

The findings suggest that cost, ease, and quality of services are the main drivers for individuals to act and visit tourist locations in Saudi Arabia. For example, one Saudi interviewee stated, *'The main things I'd look at are overall costs, the quality of accommodation, transportation options, and how safe and convenient the trip would be'* (Interviewee 8, Saudi). Both Saudi and Spanish interviewees agreed that although they would like to visit tourist attractions such as AlUla and the Red Sea projects, one of the main barriers is cost. Importantly, they suggested that promoting deals and packages typical of other countries could be helpful, as consumers are likely to share them on social media. For example, one noted, *'I will look at the ad and share it if the places are more affordable'* (Interviewee 2, Spain). A Saudi interviewee provided a similar suggestion:

If you want to travel, you always look at travel packages with good prices for families. Here in Saudi, we have amazing places we really want to visit; I mean, look at the Saudi cruise, we saw a lot of offers and decided on the full board package for the family, and we had a great time. (Interviewee 1, Saudi)

Thus, focusing on advertisements for family or friends packages could lead to success. However, it is important to connect consumers through apps, tour packages, and family offers. This approach aligns with existing research indicating that social motivations and reference groups significantly influence travel behaviour. Therefore, promotional campaigns that target family units or friend groups can enhance perceived value, especially when combined with bundling strategies or exclusive group discounts. Moreover, Correia et al. (2008) noted that social interactions are key motivators for leisure travel, particularly in the context of emerging destinations.

These findings suggest that communications could encourage tourists to act and visit Saudi attractions. In particular, short videos on social media can significantly influence potential tourists. For example, one interviewee noted, *'TikTok and YouTube shorts are good because they allow people to "travel" in 30 seconds. People today want instant impressions. If I see a stunning 15-second drone shot of AlUla, I immediately think "I need to go there".'* (Interviewee 6, Saudi). However, a gap remains in tourism marketing communications aimed at European tourists. One Spanish interviewee noted that *'I think digital platforms are perfect for deciding to travel to Saudi Arabia, but I don't know any now'* (Interviewee 9, Spain).

These findings align with recent research that emphasises the growing influence of visuals in tourism marketing, particularly short-form content. It suggests that social media posts involving short videos enhance destination awareness, increase emotional engagement, and significantly impact travel intentions. Moreover, Xu and Pratt (2018) argued that rich media formats stimulate imagination, increasing the likelihood that viewers will be converted from passive consumers into active tourists.

4.5 Differences Between Saudi and Spanish Tourists

Overall, this analysis reveals distinct patterns in how tourism marketing strategies resonate with different audiences, specifically Saudi and Spanish tourists, across the four states of the AIDA model. The key differences are summarised in Table 2.

Table 2: Differences between Saudi and Spanish interviewees' perceptions of Saudi tourism marketing.

AIDA Model Stage	Aspect	Saudi Interviewees	Spanish Interviewees
Attention	Primary Source of Awareness	There is high exposure through domestic social media campaigns (e.g. YouTube, Instagram, and TikTok) and TV adverts during events.	Limited exposure, with greater reliance on word-of-mouth from family and friends already in Saudi Arabia or on in-flight advertisements during travel.
	Perceived Reach of Campaigns	Campaigns are visible and effective within the region.	International marketing reach is underdeveloped, as campaigns have not reached this population in their home country.
Interest	Content that Generates Engagement	Visuals of destinations (e.g. AlUla and the Red Sea) and cultural festivals are particularly successful.	Visuals are also of interest to this population, but more initial exposure is needed to build initial awareness.
	Most Impactful Channels	Instagram, TikTok, and YouTube are preferred due to their visual, quick-attention nature.	In-flight advertisements are viewed as a credible source, along with active searching on Google and social media platforms.
Desire	Level of Initial Desire	There is a stronger desire due to familiarity with the culture, proximity, and existing awareness of attractions and apps.	Although there is genuine curiosity, desire is weaker as Saudi Arabia is an unfamiliar destination with cultural knowledge gaps.
	Key Motivators	This population is motivated by Saudi Arabia's unique cultural heritage blended with modern luxury and family-oriented activities (e.g. Red Sea trips and concerts).	Saudi Arabia's unique culture and history are clear motivating factors to visit, but clear information on practicalities (e.g. rules, guides, and freedom to explore) is needed.
	Awareness of Booking Tools	Local platforms such as 'Webook' and 'Visit Saudi' are widely understood.	There is a lack of awareness regarding key Saudi tourism apps and booking platforms.
	Requested Customisations	An all-in-one app for customisable travel packages (e.g. hotel, car, and activities) would be preferable.	There is a need for services (e.g. pet-friendly options), public transport information, and an emphasis on sustainable/eco-friendly projects.
Action	Primary Booking Trigger	Direct exposure to social media advertisements and campaigns could lead to action.	Trips are primarily booked based on recommendations from family or friends living in Saudi Arabia, rather than tourism marketing campaigns.
	Main Barriers to Action	Cost, accommodation quality, and ease of travel are the primary barriers.	Cost is a significant barrier, as is the lack of awareness and of accessible information during the initial planning stages.
	Effective Tactics for Conversion	Short-form video content (e.g. TikTok and YouTube Shorts) is particularly useful for delivering instant, impactful visuals.	The focus should be on promotional deals, family/group packages, and clear communication of value to overcome cost barriers.

4.6 Recommendations

Drawing on the thematic analysis of stakeholder interviews and guided by the AIDA framework, this section proposes several actionable recommendations to enhance the effectiveness of Saudi Arabia's tourism marketing communications.

4.7 Expansion of Global Communications

While current campaigns are effective in regional or domestic markets, they need a broader international reach, which could be achieved through data-driven global media planning, focusing on personalisation via high-traffic travel platforms, YouTube, and social media channels such as TikTok and Instagram in key markets. Broader geographic targeting will enhance visibility and better support Saudi Arabia's Vision 2030 objectives, which include positioning the country as a world-class tourism destination (Government of Saudi Arabia, 2016).

Other research also highlights the importance of international market segmentation in tourism (Klingmann, 2022).

4.8 Diversification of Content Strategy

Generic national content on communications and social media platforms limits engagement. Tourism marketing campaigns should reflect the diverse interests of global tourist segments. Therefore, it would be beneficial to develop segment-specific messaging for different traveller personas (e.g. adventure tourists, cultural seekers, and family vacationers) using personalised digital content on social media and tourism apps. Customised content fosters greater interest by speaking directly to the needs and desires of distinct tourist profiles; therefore, communications should be tailored to audience demographics, needs, wants, and cultural backgrounds. Previous research has demonstrated that personalisation increases the relevance of tourism promotions and helps overcome perceived cultural distance (Al-Ansi & Han, 2019). Moreover, this study highlights the importance of personalised messages, such as family or group packages, in improving conversion rates.

4.9 Strengthening Emotional Storytelling and Cultural Aspects

Tourists' desire is weakened by uncertainty and a lack of immersive, relatable sources. Therefore, Saudi Arabia's tourism institutions should incorporate content, travel stories, and emotionally resonant stories from tourists and social media influencers into official campaigns to create deeper resonance. It is also important to provide transparent, engaging information about cultural norms, traditions, local food and experiences, local customs, travel logistics, and safety to reduce friction in the decision-making process. Stories build emotional desire to try new destinations, encouraging tourists to take action and book a trip. Research has shown that short, immersive videos significantly increase travel intention by making destinations feel more accessible and emotionally appealing (Xu & Pratt, 2018).

4.10 Prioritisation of Action Communications and Booking Applications

Many tourism marketing campaigns fall short at the 'action' stage by not providing clear next steps or booking apps for their audiences. Therefore, it is important to include action elements, such as Plan Your Trip, Book Now, and Create Your Package, within all social media communications, thus ensuring this content is integrated with booking engines and interactive apps. Mobile-friendly platforms and embedded booking links within short-form videos, social media ads, and tourist websites can significantly increase booking intentions, especially among international tourists accustomed to fast, on-the-go decision-making. This recommendation is supported by Buhalis and Sinarta (2019), who argued that smart tourism ecosystems that integrate mobile interfaces, personalised recommendations, and booking capabilities lead to increased tourist satisfaction and higher conversion rates.

4.11 Study Limitations

Although this study offers valuable insights into the effectiveness of Saudi Arabia's tourism marketing communications, it has several limitations that should be acknowledged. Firstly, it only interviewed Saudi and Spanish tourists. Therefore, future research would benefit from including tourists with diverse nationalities. Secondly, it employed a qualitative design and purposive sampling, meaning that its findings are not statistically generalisable to the broader tourist population. Thirdly, although its findings offer an in-depth contextual understanding based on a limited number of participants, they may not reflect tourists from all segments or cultural backgrounds. Fourthly, its reliance on interviews to collect data may introduce recall or social desirability bias, particularly when interviewees were asked to reflect on their perceptions of past tourism marketing campaigns or their motivations for travelling. Fifthly, despite efforts to ensure anonymity and encourage openness, interviewees may have unintentionally altered their responses to align with perceived expectations. Sixthly, it focused on tourists who had either visited or considered visiting Saudi Arabia, overlooking insights from those who have actively chosen not to visit, who may offer critical feedback to improve tourism marketing efforts. Finally, due to logistical constraints, some interviews were conducted via video conferencing platforms rather than face-to-face. While this approach ensured broader geographic participation, it may have affected rapport-building and the identification of non-verbal communication cues that often enrich qualitative data. Nonetheless, this study provides a strong foundation for understanding how tourism marketing messages are perceived and processed, and it offers direction for future research using larger and more diverse samples or mixed-methods approaches.

4.12 Future Research Directions

This study's insights and limitations highlight several potential avenues for future research. Firstly, quantitative survey data would enable the validation of themes uncovered in the qualitative interviews and enhance generalisability across a larger sample of domestic and international tourists. Secondly, further research could focus on specific tourist segments, such as eco-tourists, heritage and cultural travellers, tourists with pets, and adventure seekers, to examine how different marketing messages resonate with niche audiences; such segmentation could inform more targeted and effective tourism campaigns. Thirdly, expanding the scope to include non-visitors who have deliberately chosen not to visit Saudi Arabia could yield valuable insights into negative perceptions, travel barriers, and potential ways to encourage them to visit. Finally, as the use of AI-driven marketing tools and virtual experiences grows in the tourism sector, future studies should investigate how emerging technologies such as AI tools influence tourist engagement, behaviours, and destination image.

5 Conclusions

This study has examined the effectiveness of Saudi Arabia's tourism marketing communications through the lens of the AIDA model, focusing on alignment with audience expectations and the broader Vision 2030 objectives. The findings highlight strong performance in the attention/awareness stage, driven by visually compelling campaigns and high-profile social media placements for Saudi audiences. However, gaps remain in maintaining interest, generating desire, and driving action, particularly among international audiences unfamiliar with Saudi Arabia's cultural context or tourism offerings.

The findings also highlight the need for more audience-segmented messaging, emotionally engaging storytelling, and integrated call-to-action mechanisms to convert awareness into visiting actions. They also emphasise the importance of data-driven decision-making and the use of real-time feedback to refine campaign performance. By addressing these gaps, Saudi Arabia can further enhance the strategic impact of its tourism marketing strategies for both domestic and international tourists, thereby supporting the country's aims of ensuring tourism becomes a key driver of sustainable economic diversification. By identifying differences in how Saudi and Spanish interviewees interpreted and acted upon tourism campaigns, this study contributes to a deeper understanding of how culture shapes consumer behaviour in the tourism sector.

6 References

- Ahmed, M. J., & Akbaba, A. (2020). Halal tourism: Definitional, conceptual and practical ambiguities. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(2), 83–100.
- Al-Ansi, A., & Han, H. (2019). Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing and Management*, 13, 51–60. [DOI]
- AlGhamdi, R., Nguyen, J. K., Nguyen, A., & Drew, S. (2012). Factors influencing e-commerce adoption by retailers in Saudi Arabia: A quantitative analysis. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 3(1), 83–100.
- Al-Hazmi, N. M. (2022). E-marketing by mobile apps for tourism products and its impact on the performance of travel and tourism organisations. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 16(12), 145–153. [DOI]
- Alkandi, I. (2023). The impact of marketing activities on e-word of mouth through social network sites, and the impact this has on brand image and purchase intention in the context of Saudi Arabia. *Umm Al-Qura University Journal of Social Sciences*, 15(1), 1–14. [DOI]
- Alnaim, A. F., & Albarq, A. N. (2023). Impact of digital marketing on consumer behavior: A quantitative analysis on fast fashion industry in the KSA. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1059–1066. [DOI]
- Arous, J. A., Louail, B., Hima, N. A., & Tayeb, M. E. (2024). The impact of e-marketing on leisure tourism in the Kingdom of Saudi Arabia: A field study. *Journal of Tourism Management Research*, 11(2), 231–247. [DOI]
- Ata, H. (2025, June 23). Saudi Arabia's tourism soars: 116 million visitors, SR284 billion spending in 2024. *Gulf News*. <https://gulfnews.com/business/tourism/saudi-arabias-tourism-soars-116-million-visitors-sr284-billion-spending-in-2024-1.500173378>
- Barry, T. E., & Howard, D. J. (1990). A review and critique of the hierarchy of effects in advertising. *International Journal of Advertising*, 9(2), 121–135. [DOI]
- Boon Liat, C., Nikhashemi, S. R., & Dent, M. M. (2021). The chain effects of service innovation components on the building blocks of tourism destination loyalty: the moderating role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 12(9), 1887–1929. [DOI]

- BPS Ethics Committee. (2021, December 8). *Code of ethics and conduct*. British Psychological Society. <https://www.bps.org.uk/news-and-policy/bps-code-ethics-and-conduct>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. [DOI]
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and newness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(5), 563–582. [DOI]
- Comms8. (2024, December 18). *Saudi tourism's "This Land is Calling" campaign analysis*. <https://www.comms8.com/blog/2024/saudi-tourism-this-land-is-calling-campaign-analysis>
- Corder, J. (2024, August 18). Five years since opening for tourism, Saudi says it is a destination 'for all' in new campaign. *Skift*. <https://skift.com/2024/08/28/five-years-since-opening-for-tourism-saudi-says-it-is-a-destination-for-all-in-new-campaign/>
- Correia, A., Valle, P., & Moço, C. (2008). Modelling motivations and perceptions of Portuguese tourists. *Journal of Business Research*, 61(6), 777–783. [DOI]
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*, 40(4), 314–321.
- European Union. (2018). *Complete guide to GDPR compliance*. <https://gdpr.eu>
- Fatima, Z., Rajan, P., Banu, B., & Dawoud, N. (2024). Study of digital marketing in tourism and hospitality industry: A literature search using the keyword co-occurrence mapping network. *Scholars Bulletin*, 10(1), 16–25. [DOI]
- Fauzi, M. A., & Battour, M. (2025). Halal and Islamic tourism: Science mapping of present and future trends. *Tourism Review*, 80(5), 1156–1170. [DOI]
- Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869–883. [DOI]
- García-Hernández, M., de la Calle-Vaquero, M., & Yubero, C. (2017). Cultural heritage and urban tourism: Historic city centres under pressure. *Sustainability*, 9(8), Article 1346. [DOI]
- Golan, D. (2025, June 4). Saudi Arabia's tourism ambitions: Trends, opportunities and strategic challenges. *Middle East Briefing*. <https://www.middleeastbriefing.com/news/saudi-arabias-tourism-ambitions-trends-opportunities-and-strategic-challenges/>
- Government of Saudi Arabia. (2016). *Saudi Vision 2030*. <https://www.vision2030.gov.sa>
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82. [DOI]
- Hall, C. M., Mahdavi, M. A., Oh, Y., & Seyfi, S. (2022). Contemporary Muslim travel and tourism: Cultures and consumption. In C. M. Hall, S. Seyfi, & S. M. Rasoolimanesh (Eds.), *Contemporary Muslim travel cultures* (pp. 14–46). Routledge.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organisations across nations* (2nd ed.). Sage.
- Hudson, S., Huang, L., Roth, M. S., & Madden, T. J. (2016). The influence of social media interactions on consumer–brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors. *International Journal of Research in Marketing*, 33(1), 27–41. [DOI]
- Jabali, H. M., Alharbi, A. H., & Rajan, P. (2023). Economic transformation in achieving sustainable development before and after the Kingdom's Vision 2030 (A case review for Saudi Arabia). *Global Journal of Management and Business Research*, 23(G1), 59–61. [DOI]
- Karolak, M., & Michael, N. (2025). The image of Saudi Arabia as a tourist destination among Western nationals. *Journal of Arabian Studies*, 14(1), 6–27.
- Khan, S. I. (2020). Saudi Vision 2030: New avenue of tourism in Saudi Arabia. *Studies in Indian Place Names*, 40(75), 2394–3114.
- Klingmann, A. (2022). Branding Saudi Arabia's capital: How Riyadh uses urban place marketing, mega-events, and urban destinations as tools to brand the city in line with Vision 2030. *Ekistics and The New Habitat*, 81(2), 39–51.
- Lewis, E. St. Elmo. (1898). *Financial advertising: For commercial and savings banks, trust, title insurance, and safe deposit companies, investment houses*. The Book-Keeper Publishing Co.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458–468. [DOI]

- Madkhali, H., Lugosi, P., & Hawkins, R. (2023). Socio-cultural drivers of Saudi tourists' outbound destination decisions. *Journal of Vacation Marketing*, 30(3), 582–598. [DOI]
- Manthiou, A., Ulrich, I., & Kuppelwieser, V. G. (2024). The travel influencer construct: An empirical exploration and validation. *Tourism Management*, 101, Article 104858. [DOI]
- Mir, R. N., & Kulibi, T. A. (2023). Tourism as an engine for economic diversification: An exploratory study of Saudi Arabia's tourism strategy and marketing initiatives. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 8(8), 186–201. [DOI]
- Mohamed, N. (2018). *The influence of religiosity upon Muslim tourists' travel decision-making processes for an Islamic leisure destination* [Doctoral dissertation, Heriot-Watt University]. ROS Theses Repository. <http://hdl.handle.net/10399/3983>
- Nusair, K., Alazri, H., Alfarhan, U. F., & Al-Muharrami, S. (2022). Toward an understanding of segmentation strategies in international tourism marketing: The moderating effects of advertising media types and nationality. *Review of International Business and Strategy*, 32(3), 346–367. [DOI]
- Orb, A., Eisenhauer, L., & Wynaden, D. (2001). Ethics in qualitative research. *Journal of Nursing Scholarship*, 33(1), 93–96.
- Pappu, S., Kotni, V. D. P., Prasanna, I. L., & Krishna, S. J. S. (2025). Digital marketing influence research in consumer behavior: A systematic literature review using TCCM and future research agenda. *Indian Journal of Marketing*, 55(6), 9–28. [DOI]
- Pratiwi, A., & Muslikhati, S. (2024). Implementation of Saudi Vision 2030 towards Saudi Arabia's internationally open tourism industry. *Indonesian Journal of Social Sciences*, 5(01), 85–102. [DOI]
- Reisinger, Y., & Turner, L. (2003). *Cross-cultural behaviour in tourism: Concepts and analysis*. Butterworth-Heinemann.
- Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (Eds.). (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers* (2nd ed.). Sage.
- Sallaku, K., De Fano, D., Ha, V. S., & Russo, A. (2025). Breakdown of the co-creation process on social media: developing the value co-washing framework and stakeholders dynamics. *Journal of Asia Business Studies*, 19(1), 23–53. [DOI]
- Sarfraz, M., Al Kurdi, B., & Rafiq, M. (2025). How digital marketing shapes consumer decision-making employing (AIDA) Model with respect to consumer knowledge and consumer experience. *International Journal of Management and Marketing Intelligence*, 2(1), 39–48. [DOI]
- Soul of Saudi. (2025, May 4). *Smart tourism in Saudi Arabia: A push towards a new era*. <https://soulofsaudi.com/smart-tourism-in-saudi-arabia/>
- Strong, E. K. (1925). *The psychology of selling and advertising*. McGraw-Hill.
- Torossian, R. (2025, January 29). *Saudi Arabia's publicity tourism campaign: Transforming a nation's image*. <https://ronntorossianupdate.com/saudi-arabias-publicity-tourism-campaign-transforming-a-nations-image-and-the-future-of-travel>
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact* (2nd ed.). Wiley.
- United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization. (2019). *Saudi Arabia*. <https://whc.unesco.org/en/statesparties/sa>
- United Nations World Tourism Organization. (2022). *Tourism market segmentation and strategic targeting: Middle East trends*. <https://www.unwto.org/>
- WARC. (2024, August 28). *Saudi Arabia is investing heavily to win over tourists*. <https://www.warc.com/content/feed/saudi-arabia-is-investing-heavily-to-win-over-tourists/10605>
- Weng, L., Huang, Z., & Bao, J. (2021). A model of tourism advertising effects. *Tourism Management*, 85, Article 104278. [DOI]
- Wiles, R., Crow, G., Heath, S., & Charles, V. (2008). The management of confidentiality and anonymity in social research. *International Journal of Social Research Methodology*, 11(5), 417–428. [DOI]
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. [DOI]
- Xu, X., & Pratt, S. (2018). Social media influencers as endorsers to promote travel destinations: An application of self-congruence theory. *Journal of Travel Research*, 57(7), 997–1011.
- Yehia, E. F. (2024). Exploring adventure tourism in Saudi Arabia: A strategic analysis of emerging opportunities. *Scientific Journal of King Faisal University: Humanities and Management Sciences*, 25(2), 83–90. [DOI]

The Contribution of the Digital Economy to Job Creation and Sustainable Economic Development in Developing Countries

مساهمة الاقتصاد الرقمي في خلق فرص العمل وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في الدول النامية

Abdelrahman Mohamed Saeed*

¹ Department of Economics, College of Business, Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (IMSIU), Saudi Arabia.

* Corresponding Author: Abdelrahman Saeed (amsaeed@imamu.edu.sa)



This file is licensed under a
[Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Accepted

قبول البحث

2026/4/5

Revised

مراجعة البحث

2026/3/18

Received

استلام البحث

2026/2/25

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.9>

Abstract:

Objectives: The study aims to analyze the contribution of the digital economy to job creation and the achievement of sustainable economic development in developing countries during the period 2010–2025.

Methods: This study adopted a quantitative panel-data technique by using data from 20-30 developing countries between 2010 and 2025. Econometric methods, such as descriptive statistics, correlation, and the fixed-effects model, were used, and the Hausman test validated the model.

Results: The results show a significant positive impact of the digital economy on economic growth ($\beta = 0.183$, $p < 0.01$) and a negative impact on unemployment ($\beta = -0.091$, $p < 0.05$). These findings are further supported by the correlation analysis ($r = 0.72$ for GDP; $r = -0.48$ for unemployment). The findings also showed that human capital and capital accumulation have significant positive effects as well.

Conclusions: This study highlights that the digital economy plays a crucial role in fostering sustainable economic growth through improved productivity and job creation. Governments should focus on digital infrastructure investment, digital skills training, and inclusive governance policies to enhance the benefits of the digital economy.

Keywords: Digital Economy; Job Creation; Sustainable Economic Development; Economic Growth; Developing Countries.

الملخص:

الأهداف: تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مساهمة الاقتصاد الرقمي في خلق فرص العمل وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة في الدول النامية خلال الفترة 2010–2025.

المنهجية: اعتمدت هذه الدراسة منهجية كمية لبيانات السلاسل الزمنية المقطعية (Panel Data)، باستخدام بيانات تتراوح بين 20 و30 دولة نامية خلال الفترة 2010–2025. وتم توظيف عدد من الأساليب القياسية، مثل الإحصاءات الوصفية، وتحليل الارتباط، ونموذج التأثيرات الثابتة (Fixed-Effects Model)، كما تم استخدام اختبار هوسمان (Hausman Test) للتحقق من ملائمة النموذج.

النتائج: أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للاقتصاد الرقمي على النمو الاقتصادي ($\beta = 0.183$, $p < 0.01$)، وأثر سلبي على البطالة ($\beta = -0.091$, $p < 0.05$). وتدعم هذه النتائج أيضًا نتائج تحليل الارتباط، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.72$) بالنسبة للناتج المحلي الإجمالي، و($r = -0.48$) بالنسبة للبطالة. كما أظهرت النتائج أن رأس المال البشري وتراكم رأس المال لهما أيضًا آثار إيجابية ذات دلالة إحصائية.

الخلاصة: تسلط هذه الدراسة الضوء على أن الاقتصاد الرقمي يؤدي دورًا محوريًا في تعزيز النمو الاقتصادي المستدام من خلال تحسين الإنتاجية وخلق فرص العمل. وينبغي على الحكومات التركيز على الاستثمار في البنية التحتية الرقمية، والتدريب على المهارات الرقمية، ووضع سياسات حوكمة شاملة لتعزيز فوائد الاقتصاد الرقمي.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الرقمي؛ خلق فرص العمل؛ التنمية الاقتصادية المستدامة؛ النمو الاقتصادي؛ الدول النامية.

Citation

Saeed, A. M. (2026). The Contribution of the Digital Economy to Job Creation and Sustainable Economic Development in Developing Countries. *Global Journal of Economics and Business*, 16(4), 509-519. <https://doi.org/10.31559/GJEB2026.16.4.9>

1 Introduction

The digital economy has now taken the center stage in economic and social change in the twenty-first century and has transformed the production systems, business models, and labor market dynamics into both advanced and developing economies (Melnik et al., 2022). The digital economy, facilitated by the latest technologies, Artificial Intelligence (AI), Cloud computing, big data analytics, blockchain, and Internet of Things (IoT), has become an essential part of the national competitiveness and sustainable development (Yankovskaya et al., 2021). In Third World economies, where endemic structural constraints in the form of high unemployment, low productivity, lack of industrial diversification, and informality have kept economic growth constrained (Javed & Rizwan, 2026). Digital transformation offers a viable avenue through which inclusive economic growth could be accelerated and job opportunities created (Andreoni, 2024).

Recent studies have revealed that digital adoption is helpful in increasing the productivity of firms, their access to the market, minimizing operation costs, and promoting entrepreneurship and innovation, which together stimulate the growth of the economy sustainably (Nucci et al., 2023; Palad, 2022). On the labor market level, digital platforms and online freelancing and digital entrepreneurship have generated new jobs, particularly for the youth and women in Africa, Asia, and Latin America (Kvangraven & de Oliveira, 2023). Digitalization is also a factor in the social inclusion process through reducing the barriers to economic participation and facilitating flexible income-generating processes. In addition to economic and social impacts, digital technologies can enhance the sustainability of the environment with the help of enhanced resource efficiency and implementing low-carbon solutions (Singh & Anees, 2025). Smart grids, e-mobility, and digitalized supply chains are the resource efficient solution which are consistent with international sustainability targets (Tariq, 2025).

Along with these bright prospects, most developing countries are under significant barriers that restrain the complete achievement of digital dividends (Quansah, 2024). These barriers include missing digital infrastructure, insufficient access to broadband, affordability, low digital literacy, poor institutional and regulatory solutions, and increased cybersecurity risks (Kumar et al., 2023). In addition, the high growth rate of automation creates an issue of displacement of labor and wage polarization, especially among low-skill employees (Hakim & Hayat, 2024). These issues highlight the fact that extensive policies are required to balance the development of technology, human capital, institutional capacity, and inclusive digital governance (Zhang et al., 2022). The evidence from countries like Rwanda, Malaysia, and India shows that the incorporation of digital transformation in the national development agendas with specific investments in the digital infrastructure, education, skill development, and innovation systems can produce significant socioeconomic advantages (Hasanat et al., 2020).

Despite the rapid growth of the digital economy, developing economies continue to face the challenges of low economic growth and high unemployment. Although digitalization is widely promoted as a solution to these problems, current empirical evidence is scattered, mostly focusing on either economic growth or employment, but not both. Further, there is little recent cross-country evidence on the role of other complementary factors, such as education and capital formation, in shaping digital impacts. This leaves policy uncertainty about the effectiveness of digital transformation policies in delivering sustainable and inclusive growth in developing countries.

While there are many studies about the digital economy, there is a gap in the empirical literature on the joint effects of the digital economy on economic growth and unemployment in developing countries. This research is aimed to fill this gap by examining the impact of digitalization on macroeconomic growth and employment outcomes while taking into account the effects of education and capital formation. This research is important as it adds to the body of evidence on the impact of digitalization on economic growth and unemployment in developing countries, which will help policymakers to develop appropriate digital strategies that can foster inclusive growth, lower unemployment, and improve sustainable economic growth in developing countries.

2 Literature Review

2.1 Digital Economy and Its Key Components

The digital economy has developed to be multidimensional rather than having a limited scope of internet-based operations to include complex technologies like AI, Big Data, cloud computing, mobile broadband systems, and e-commerce systems (Wang & Zhao, 2022). The conceptualization of the digital economy is based on the idea

of an integrated ecosystem determined by technological innovation, human capital, institutional quality, and national policy frameworks (Mubarik et al., 2022). Empirical evidence demonstrates that digital infrastructures and ICT adoption have a central role in facilitating productivity, minimizing transaction costs, augmenting service delivery, and enhancing competitiveness in general in developing nations (Budiarto & Nordin, 2024). Countries that have put a lot of money into online connectivity and modernization of regulation are more economically resilient, more transparent, and able to be innovative (Mathane & Gumbo, 2023).

Nevertheless, the digital divides that emerge due to inequality in infrastructure, cost, digital literacy, and governance hinder the capacity of most of the developing economies to use digital transformation as a means of inclusive development (Dange, 2026). This indicates the importance of consistent national policies that enhance connectivity, digital capabilities, and fair access to technology (Hasdiana et al., 2025). Here, the digital economy is being increasingly identified not just as a driver of modernization, but of long-term sustainable development, to help facilitate the shift towards knowledge-based and low-carbon economic models (You et al., 2025).

2.2 Impact of the Digital Economy on Job Creation

Digital transformation has great implications for employment creation and labor market restructuring (Iankovyi, 2021). Digital economy generates direct and indirect jobs by increasing the size of ICT-intensive sectors, digital services, and platform-based business models (Khuong & Lu, 2025). Online work, gig work, remote freelancing, and online micro-entrepreneurship have become feasible via e-commerce, fintech, and digital platforms that offer forms of income flexibility, allowing more youths and women to participate in the labor market and many more women to earn incomes than previously (Sani, 2024).

Moreover, the adoption of digital in traditional industries improves production of labor and boosts demand for more skilled jobs relating to data analytics, software development, and data management (Mikeska & Urbánek, 2020). Empirical studies have shown that there has consistently been a positive correlation between digitalization and the growth of employment, especially among the micro, small, and medium-sized enterprises that embrace the use of digital tools to expand market share and improve operational efficiency (Mikeska & Urbánek, 2020). However, the dual nature of digitalization is also mentioned in literature, claiming that although it generates new jobs and automation, AI can also disorganize routine and low-skill labor, making the workforce more vulnerable for those who have no digital skills (Joshi, 2025; Kim, 2025). This paradox explains why adaptive education systems, lifelong skills enhancement, and equitable labor policies assist in making transitions fair (Marbun & Sujoko, 2025). Altogether, the digital economy has enormous opportunities to create jobs sustainably, in case of successful development of human capital and inclusive systems of digital economies (Ullah et al., 2024).

2.3 Digital Transformation and Sustainability Outcomes

Sustainable economic development lays stress on economic viability of growth, inclusion of all in society, and the environmental responsibility of that growth (Hariram et al., 2023). In this context, the digital economy has been found to play the role of a vital facilitator of sustainability by improving resource efficiency, innovation, and better governance (Mohamed Abdel Razek Youssef, 2022). Digital technologies decrease the information asymmetry, maximize the distribution of resources, and facilitate the transition to more clean and intelligent production systems (Jain, 2025). For instance, digital finance can enhance financial inclusion, credit, and financial access, especially to underdeveloped populations, and e-governance projects can enhance transparency, accountability, and institutional performance (Adelaja et al., 2024).

It has been proven that the countries that include digital transformation in their development strategies attain a greater level of resiliency in the economy, better service delivery, and social welfare (Doroiman & Sirghi, 2024). Smart grids, precision farming, automated production, and other digital solutions in energy, agriculture, and manufacturing help to make the environment sustainable, as they cut emissions and waste levels (Kannan, 2025). Nevertheless, the sustainability results of digitalization depend on digital inclusion, regulatory readiness, and good governance. Without these enablers, digital transformation can make inequalities more pronounced, further strengthen structural inequalities, and cause environmental hazards due to the generation of electronic waste and energy consumption (Bibri, 2020; Bieszk-Stolorz & Dmytrów, 2023). Thus, the digital era of sustainable development needs equilibrium where technological innovation should be utilized without compromising social equity and environmental management (Islam, 2025).

3 Theoretical Framework

The digital transformation, economic growth, and employment opposition are connected based on several complementary theoretical views that elaborate on how advancement in technology, institutional structures, and human capital affect the results of development. Collectively, these theories give a conceptual framework of how the digital economy is affecting the macroeconomic performance of developing countries (Lin & Peng).

3.1 Innovation Theory

The Innovation Theory by Schumpeter assumes that economic growth and structural change, as well as the creation of jobs, are primarily caused by technological progress and entrepreneurial activity. Such digital technologies include AI, cloud computing, and data analytics that represent the form of disruptive innovation that spurs new business models, productivity, and market expansion (Al-Nakeeb et al., 2024). Digital innovation in the framework of developing economies can help firms to overcome the traditional limitations of scale, infrastructure, and penetration of the market based on these factors, thereby fostering sustainable and competitive growth in the industry (Yousaf et al., 2021). This theoretical frame highlights how the digital economy has played a role in initiating creative destruction, whereby new sectors of digital technology are created, and the existing industries are being modernized or restructured (Putrivi, 2020).

3.2 Endogenous Growth Theory

Endogenous Growth Theory is known to focus on knowledge accumulation, human capital, and technological advances as internally produced causes of long-term economic growth. Directly, digital transformation is contributing to these factors through the ability to spread information faster and contribute to the development of capabilities, as well as the development of skills (Tavani & Zamparelli, 2018). Investment in digital infrastructure empowers the systems of innovation and enables the continuous learning process, which boosts the productivity of labor and capital (Yao et al., 2025). In the case of developing countries, the theory emphasizes the way digital adoption can balance the structural constraints by boosting human capital, improving the absorptive capacity, and optimizing the efficiency of the economic activity (Andreoni, 2024). This view gives some basis concerning the positive empirical relationship between the effect of digitalization on GDP growth in different countries (Aleksandrova et al., 2022).

3.3 Institutional Theory

The central aspect of the Institutional Theory (North) is how formal and informal institutions, including the regulatory framework, the quality of governance, legal systems, and policy consistency, influence both the adoption and effects of new technologies. Institutional effectiveness is quite significant to the development of the digital economy in terms of sustainable development (Al-Nakeeb et al., 2024). Good institutions contribute to digital inclusion, cybersecurity, less uncertainty, and innovation ecosystems, and weak institutions deter investment, increase digital disparities, and decrease productivity benefits. With reference to developing economies, institutional capacity defines whether the digital transformation will result in broad-based economic growth and employment creation or a one-sided sector-based nature (Anggraeni et al., 2025). It is this theoretical view that highlights the necessity of supportive policies, consistent regulations, and good governance to maximize digital dividends (Gorgulu et al., 2020).

4 Methodology

4.1 Study Design

This research followed a quantitative approach with secondary panel data to investigate the effects of the digital economy on economic growth and unemployment in developing countries from 2010 to 2025. This mixed cross-section and time series data allowed exploration of both cross-country and time effects. The data was sourced from reputable international sources, providing consistency and comparability between countries. Economic analysis using descriptive statistics, correlation, and panel regression models was used to detect associations and test hypotheses. This method improved the validity of results by accounting for country-level and temporal differences, and unobserved heterogeneity.

4.2 Sampling Technique

A purposive sampling strategy was applied to select 20–30 countries based on data availability and regional representation across Africa, Asia, and Latin America, with all variables extracted from reputable international

databases, including the World Bank (GDP growth, inflation, education, capital formation), the ILO (unemployment), ITU (ICT indicators), UNCTAD (digital economy metrics), and the IMF (macroeconomic controls). The dependent variables are GDP growth and unemployment, while the key independent variable is a composite Digital Economy Index comprising internet penetration, mobile broadband subscriptions, ICT investment, e-commerce readiness, and digital financial inclusion; control variables include education expenditure, gross fixed capital formation, inflation, and population growth.

4.3 Data Analysis

After data cleaning and validation, descriptive statistics, correlation analysis, and panel-data econometric models were implemented using STATA 17 and EViews 13, with both Fixed Effects and Random Effects estimations conducted, and the Hausman test determining the preferred specification. Robustness checks, including Breusch–Pagan, VIF, Durbin–Watson, and Levin–Lin–Chu tests, confirmed the absence of heteroskedasticity, multicollinearity, autocorrelation, and non-stationarity, ensuring methodological rigor. This integrated methodological approach allowed for reliable cross-country comparisons and provided a robust foundation for assessing how digitalization influences macroeconomic outcomes in developing economies.

4.4 Econometric Models

Two econometric models were specified to examine the impact of the digital economy on macroeconomic outcomes in developing countries. The first model evaluated the effect of digitalization on economic growth, Model 1: Impact of the Digital Economy on Economic Growth

$$GDP_{it} = \beta_0 + \beta_1 DIGECO_{it} + \beta_2 INFL_{it} + \beta_3 EDU_{it} + \beta_4 GFCF_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

Where:

- GDP_{it} : Real GDP growth rate of country i in year t
- $DIGECO_{it}$: Composite Digital Economy Index (ICT, internet use, mobile penetration, e-commerce)
- $INFL_{it}$: Inflation rate
- EDU_{it} : Education expenditure (as % of GDP)
- $GFCF_{it}$: Gross fixed capital formation (% of GDP)
- μ_i : Country-specific effect
- ε_{it} : Error term

Model 2: Impact of the Digital Economy on Unemployment

$$UNEMP_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 DIGECO_{it} + \alpha_2 GDP_{it} + \alpha_3 EDU_{it} + \alpha_4 POPG_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

Where:

- $UNEMP_{it}$: Unemployment rate
- GDP_{it} : Economic growth rate
- $POPG_{it}$: Population growth rate

Both models were estimated using Fixed Effects (FE) and Random Effects (RE) approaches. The Hausman test determined the more suitable model.

5 Results

5.1 Descriptive Statistics

Table 1: Descriptive Statistics

Variable	Mean	Std. Dev.	Min	Max	Obs
GDP (%)	4.12	2.35	-3.20	9.85	240
UNEMP (%)	8.54	4.19	2.00	21.50	240
DIGECO Index	45.80	17.25	10.23	78.67	240
INFL (%)	6.87	4.61	0.10	25.90	240
EDU (% GDP)	4.21	1.09	2.10	6.80	240
GFCF (% GDP)	22.14	4.72	14.50	35.20	240

The descriptive findings in Table 1 present significant diversity between the chosen countries regarding the growth of the economy and the indicators of the digital economy. The mean rate of GDP growth is 4.12 with a range of -3.20 to 9.85, which indicates the varying macroeconomic factors in the developing countries. The average rate of unemployment is 8.54, which means that people have continued to face employment difficulties. The index of digital economy stands at 45.8 on average, implying an average level of digital development, though there is a large disparity between the high-digital and low-digital nations. These differences emphasize the significance of the digital economy as a possible leveler of economic performance.

5.2 Correlation Analysis

Table 2: Correlation analysis

Variables	GDP	UNEMP	DIGECO	INFL	EDU	GFCF
GDP	1					
UNEMP	-0.61	1				
DIGECO	0.72	-0.48	1			
INFL	-0.29	0.24	-0.33	1		
EDU	0.51	-0.42	0.57	-0.26	1	
GFCF	0.65	-0.37	0.49	-0.21	0.46	1

The correlation matrix in Table 2 shows some significant relationships between the variables. The digital economy index is highly positively correlated with GDP growth ($r = 0.72$), suggesting that digitalization is linked to economic growth. It has a moderate negative correlation with unemployment ($r = -0.48$), which indicates digital development helps to generate employment. GDP is also positively related to education ($r = 0.51$) and gross fixed capital formation ($r = 0.65$), which are forms of human and physical capital. Inflation is negatively correlated with GDP ($r = -0.29$) and positively correlated with unemployment ($r = 0.24$). Moreover, unemployment is negatively correlated with education ($r = -0.42$) and gross fixed capital formation ($r = -0.37$), suggesting that they help in labor market performance.

5.3 Regression Analysis

Table 3: Regression Analysis

Variable	Model 1 (GDP) FE	Model 1 (GDP) RE	Model 2 (UNEMP) FE	Model 2 (UNEMP) RE
DIGECO	0.183 (0.027) ***	0.176 (0.029) ***	-0.091 (0.021) **	-0.085 (0.024) **
INFL	-0.024 (0.015)	-0.020 (0.017)	—	—
EDU	0.212 (0.091) **	0.188 (0.095) **	-0.175 (0.078) **	-0.159 (0.082) **
GFCF	0.141 (0.052) **	0.128 (0.056) **	—	—
GDP	—	—	-0.243 (0.066) ***	-0.228 (0.072) ***
POPG	—	—	0.084 (0.037) **	0.076 (0.041) **
Constant	1.352	1.426	8.772	8.630
R ²	0.71	0.68	0.63	0.60
Hausman Test (p-value)	0.037	→ FE Preferred	0.045	→ FE Preferred

Note: $p < 0.01$ (*), $p < 0.05$ (**), $p < 0.10$ (***).

Model 1: Digital Economy and Economic Growth

Findings from the regression analysis in Table 3 indicate that the digital economy positively and statistically significantly influences economic growth in developing countries. In particular, the coefficient of the digital economy index is 0.183 ($p < 0.01$), which means that the growth of the GDP increases by 0.18 percentage points when the digital economy index rises by one unit, other variables being equal.

Education spending (0.212, $p < 0.05$) and gross fixed capital formation (0.141, $p < 0.05$) are also important, supporting the idea that human and physical investment are complements to digital development in facilitating economic growth. There is a weak and insignificant correlation with inflation, meaning that price stability is not the sole cause of growth. The model accounts for 71% of the change in the GDP growth ($R^2 = 0.71$), which is a strong indicator to attest to the explanatory power. The Hausman test ($p = 0.037$) shows that we prefer to use the Fixed Effects Model (FE), which means that the translation of the digital economy to growth is affected by country-specific factors.

Model 2: Digital Economy and Unemployment

The digital economy index in the unemployment model has a negative and statistically significant correlation with unemployment ($= -0.091$, $p < 0.05$), which illustrates that digital progress plays a role in creating jobs and enhancing efficiency in the labor market. Unemployment also has a negative relationship with the rate of economic growth, which is very negative ($= -0.243$, $p = 0.01$), which is in line with the Okun Law, that is, an increase in economic growth decreases unemployment. Education (-0.175 , $p < 0.05$) also reduces unemployment by increasing the employability of digital and service sectors, whereas population growth (0.084, $p < 0.05$) puts upward pressure on unemployment. The model accounts for 63% unemployment variation ($R^2 = 0.63$), which is a strong explanatory power.

The Fixed Effects Model is once again justified by the Hausman test ($p = 0.045$) and the significance of country-specific dynamics of the labor market.

5.4 Diagnostic Tests

Table 4: Diagnostic test results

Test	Purpose	Result	Conclusion
Breusch–Pagan	Heteroskedasticity	$p = 0.211$	No heteroskedasticity
VIF	Multicollinearity	Mean VIF = 1.87	No multicollinearity
Durbin–Watson	Autocorrelation	1.94	No autocorrelation
Levin–Lin–Chu	Stationarity	$p < 0.05$	Data are stationary

Diagnostic results in Table 4 confirm the reliability of the models:

- No heteroskedasticity (Breusch–Pagan $p = 0.211$)
- No multicollinearity (Mean VIF = 1.87)
- No autocorrelation (Durbin–Watson = 1.94)
- Stationarity established (Levin–Lin–Chu $p < 0.05$)

The empirical evidence proves the existence of the digital economy as transformative and statistically significant in fostering economic development and minimizing unemployment in developing nations. Based on the panel data regression models, the study concludes that digital infrastructure, adoption of technology, and ICT investment in the form of a composite Digital Economy Index are important factors influencing macroeconomic performance. The former model demonstrates that digitalization has a substantial positive impact on GDP growth through a higher level of productivity, efficiency, and innovation, which aligns with the endogenous growth theory. These effects are further magnified by education and capital formation, which provide skilled labor and aid in digitalization. The second model shows that digitalization has a strong impact on reducing unemployment by creating jobs in ICT, fintech, and e-commerce sectors, entrepreneurship opportunities, and better labor market matching. This confirms the Law of Okun, which demonstrates that the growth of output reduces unemployment, and education is a way to prepare workers to work in the digital environment. Nevertheless, population growth may raise unemployment rates unless matched with the growth of digital jobs. The cross-country differences point out that the national policies, the quality of institutions, and infrastructure determine the levels of these benefits.

6 Discussion

The results of this study validate that the digital economy exerts a statistically significant positive influence on economic growth and a negative influence on unemployment in developing countries. The findings are in line with recent empirical studies. For example, a study discusses that the digital economy has a positive impact on GDP growth and a negative impact on unemployment, especially when complemented by education and capital (Saeed, 2025). This high degree of consistency strengthens the current study's findings, particularly the positive coefficient of digital economy indicators ($\beta = 0.183$) and the negative impact on unemployment ($\beta = -0.091$).

The findings of this study also show that investments in digital infrastructure, ICT, and digital finance significantly boost GDP by enhancing productivity, innovation, and efficiency, consistent with Endogenous Growth Theory. Technological progress fosters long-term growth through lower transaction costs, better information access, and greater competitiveness, while education and capital investment are crucial for maximizing digital benefits.

Similarly, recent research points to the fact that digitalization improves productivity and creates jobs through innovation and scale effects. A recent study on digital jobs dynamics suggests that digital economic growth expands employment and particularly the demand for skilled labor (Yunxia et al., 2023). This is consistent with the current study, which finds education is an important complement to digitalization, suggesting human capital plays a central role in facilitating digital-induced employment.

However, the findings also partially contrast with some studies emphasizing structural labor shifts rather than purely employment gains (Donovan & Schoellman, 2023). For instance, studies on employment structure demonstrate that digitalization can decrease the demand for low-skilled jobs and increase the demand for high-skilled jobs (Havelka, 2024; Zhao & Said, 2023). This implies that although total unemployment might decrease, as evident in the current study, there might be an increase in inequality and skill dispersion, which is only partially accounted for in the current model.

Theoretically, the findings robustly support Endogenous Growth Theory, which assumes that technological change and human capital endowments are the key determinants of economic growth (Schiliro, 2026). The impact of education and capital formation in this study supports the notion that digital technologies

boost productivity through knowledge sharing and innovation. Moreover, the results confirm Schumpeter's Innovation Theory, as digital transformation fosters "creative destruction", leading to new industries, business models, and jobs (Peng, 2023).

Lastly, the negative link between GDP growth and unemployment confirms Okun's Law, as digital-related GDP growth is associated with employment creation (An et al., 2022). At the same time, the differences in results across countries suggest the role of Institutional Theory, as the impact of digital transformation is dependent on the quality of governance, regulation, and digital inclusion (Khassawneh & Elrehail, 2022).

The findings also demonstrate that digital advancement is not enough, but it must be followed by strategic investment in education, digital literacy, and infrastructure that will make it inclusive and resilient. Those countries, which consider digital transformation as part of their national development plans, by providing favorable policies, developing ICT infrastructure, and encouraging innovations, are more likely to record long-term economic growth and reduce the unemployment rates (Rhee et al., 2022). Moreover, the results highlight the role of human capital and institutional quality in maximizing the positive effects of digitalization since they define the ability of a nation to be technologically changed.

This study suggests that developing countries should prioritize digital infrastructure, literacy, and supportive regulations to ensure inclusive growth. Strengthening digital finance and entrepreneurship ecosystems can enhance financial inclusion and equality (Sharma et al., 2023). Overall, the digital economy is identified as a core driver of sustainable development, stimulating growth, creating jobs, and reducing inequality when integrated with education, innovation, and good governance (Ma et al., 2024).

6.1 Limitations and Future Research

The strength of this research is its holistic panel-data analysis, which considers the effect of the digital economy on both economic growth and joblessness across several developing economies over a long time horizon (2010-2025). However, it is limited by using secondary data and a composite index of the digital economy, which may not reflect country-specific digital characteristics and informality. Future research should focus on primary data collection, sector-specific analysis, and disaggregated digital economy indicators to understand differential effects, including the distributional effects of the digital economy on different skill and regional segments of the developing economies.

7 Conclusion

This study highlights that the digital economy has a statistically significant effect on economic growth and unemployment in developing economies. The empirical evidence supports the idea that digitalization promotes economic growth by boosting productivity, innovation, and efficiency, and reduces unemployment by generating employment in technology-intensive industries. The results also show that education and capital accumulation are important complementary factors in enhancing these effects. In addition, the findings demonstrate that national factors moderate these impacts, with a particular focus on the quality of institutions. Overall, this study establishes the empirical evidence that digital transformation is an important macroeconomic driver.

8 References

- Adelaja, A. O., Umeorah, S. C., Abikoye, B. E., & Nezianya, M. C. (2024). Advancing financial inclusion through fintech: Solutions for unbanked and underbanked populations. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 23(01), 427-438. [DOI]
- Al-Nakeeb, A., Khatib, M. E., AlHarmoodi, S., Salami, M., Al Shehhi, H., Al Naqbi, A., Al Nuaimi, M., & Alzoubi, H. M. (2024). Digital transformation and disruptive technologies: effect of cloud computing and Devops on managing projects. In *Technology innovation for business intelligence and analytics (TIBIA) techniques and practices for business intelligence innovation* (pp. 39-62). Springer.
- Aleksandrova, A., Truntsevsky, Y., & Polutova, M. (2022). Digitalization and its impact on economic growth. *Brazilian Journal of Political Economy*, 42(2), 424-441.
- An, Z., Bluedorn, J., & Ciminelli, G. (2022). Okun's law, development, and demographics: Differences in the cyclical sensitivities of unemployment across economy and worker groups. *Applied Economics*, 54(36), 4227-4239. [DOI]
- Andreoni, A. (2024). Reframing structural transformation towards sustainable and inclusive prosperity. *Rethinking Economic Transformation for Sustainable and Inclusive Development*, 25-48. [DOI]

- Anggraeni, S. A., Suhariadi, F., Nadia, F. N. D., Aldhi, I. F., Rahmawati, E., Hardaningtyas, D., Sugiarti, R., & Abbas, A. (2025). Toward a Sustainable Competitive Advantage: Evidence From Secondary-level Hospitals in Indonesia. [DOI]
- Bibri, S. E. (2020). The eco-city and its core environmental dimension of sustainability: green energy technologies and their integration with data-driven smart solutions. *Energy Informatics*, 3(1), 4. [DOI]
- Bieszk-Stolorz, B., & Dmytrów, K. (2023). Decent work and economic growth in EU countries —static and dynamic analyses of Sustainable Development Goal 8. *Sustainability*, 15(18), 13327. [DOI]
- Budiarto, D. S., & Nordin, N. (2024). Technology transformation, innovation, and digital economy development in developing countries: A systematic literature review. *Journal of Telecommunications and the Digital Economy*, 12(1), 148-171. [DOI]
- Dange, B. S. (2026). Bridging the Digital Divide: A Strategic Framework for Deploying Inclusive Digital Public Infrastructure in Emerging Economies. In *Integrating Digital Public Infrastructure in Emerging Economies* (pp. 51-90). IGI Global Scientific Publishing.
- Donovan, K., & Schoellman, T. (2023). The role of labor market frictions in structural transformation. *Oxford Development Studies*, 51(4), 362-374. [DOI]
- Doroiman, M. M., & Șirghi, N. (2024). An empirical assessment of the impact of EU digital policies on economic growth. *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis*. [DOI]
- Gorgulu, N., Sharafutdinova, G., & Steinbuks, J. (2020). Political dividends of digital participatory governance: Evidence from Moscow pothole management. *World Bank, Washington, DC*. [DOI]
- Hakim, A., & Hayat, A. (2024). Transforming public policy in developing countries: A comprehensive review of digital implementation. *Journal of ICT Standardization*, 12(3), 337-364. [DOI]
- Hariram, N., Mekha, K., Suganthan, V., & Sudhakar, K. (2023). Sustainalism: An integrated socio-economic-environmental model to address sustainable development and sustainability. *Sustainability*, 15(13), 10682. [DOI]
- Hasanat, M. W., Hoqueb, A., Hassanc, M. M., & Hamide, A. (2020). The lack of digital marketing skills: developing a digital marketer model for the retail industries. *Journal of Xi'an University of Architecture Technology*, 12(3), 2673-2680. [DOI]
- Hasdiana, S., Rahmatia, R., Fatmawati, F., & Iswanto, A. (2025). *The Effect of Investment and Unemployment Rate on Economic Growth in Indonesia*. 9th International Conference on Accounting, Management, and Economics 2024 (ICAME 2024),
- Havelka, T. V. (2024). Future Labor Market Transformation: Employment Structure and Skill Demand in a Digitalized Society. *Future-Social Sciences and Digital Society*, 1(2).
- Iankovyi, V. (2021). Comparative analysis of the most important economic criteria for the company's investment projects. *Socio-Economic Research Bulletin*(2 (77)), 125-141. [DOI]
- Islam, H. (2025). Nexus of economic, social, and environmental factors on sustainable development goals: The moderating role of technological advancement and green innovation. *Innovation and Green Development*, 4(1), 100183. [DOI]
- Jain, A. (2025). Fostering sustainable innovation through digital transformation: A deep dive into circular economy principles and SDG 9. In *Innovating Sustainability Through Digital Circular Economy* (pp. 353-372). IGI Global Scientific Publishing.
- Javed, A., & Rizwan, M. (2026). A Critical Examination of Unemployment and Its Socioeconomic Effects in Emerging Markets. *Journal of Management Science Research Review*, 5(2), 476-495.
- Joshi, S. (2025). The Transformative Impact of Artificial Intelligence on US Labor Markets: Workforce Disruption, Skill Evolution, and the Emergence of Prompt Engineering.
- Kannan, S. (2025). *Transforming Agriculture for the Digital Age: Integrating Artificial Intelligence, Cloud Computing, and Big Data Solutions for Sustainable and Smart Farming Systems*. Deep Science Publishing.
- Khassawneh, O., & Elrehail, H. (2022). The effect of participative leadership style on employees' performance: The contingent role of institutional theory. *Administrative Sciences*, 12(4), 195. [DOI]
- Khuong, V. M. M., & Lu, Y. (2025). The Evolution of the Digital Economy in China and the US: A Comparative Analysis and Policy Insights. Available at SSRN 5225018. [DOI]
- Kim, K.-P. (2025). Labor challenging AI-driven market creation: the case of South Korea's AI-based digital textbooks. *Labor History*, 1-17. [DOI]
- Kumar, U., Amaglobeli, D., & Moszoro, M. (2023). *Determinants and social dividends of digital adoption*. International Monetary Fund.

- Kvangraven, I. H., & de Oliveira, F. A. (2023). The world that Latin America created. The United Nations economic commission for Latin America in the development era: by Margarita Fajardo, Harvard University Press, Cambridge, MA, 2022, 281 pp.£ 32, ISBN 9780674260498. In: Taylor & Francis.
- Lin, H., & Peng, P. (2024). How Does Digital Inclusive Finance Promote Rural Development in Developing Countries: Considering the Moderating Effects of Human Capital and Digital Economy. *Available at SSRN 4954883*. [DOI]
- Ma, X., Feng, X., Fu, D., Tong, J., & Ji, M. (2024). How does the digital economy impact sustainable development? – An empirical study from China. *Journal of Cleaner Production*, 434, 140079. [DOI]
- Marbun, S. H., & Sujoko, S. (2025). Impact of Technology Education and Digital Skill Mastery on Millennial Generation Readiness: Labor Market Revolution on Automation and Artificial Intelligence Era. *Oikonomia: Journal of Management Economics and Accounting*, 2(3), 66-72. [DOI]
- Mathane, T., & Gumbo, T. (2023). Municipal free Wi-Fi, governance and service delivery in the city of Tshwane. In *Smart and Resilient Infrastructure For Emerging Economies: Perspectives on Building Better* (pp. 67-73). CRC Press. [DOI]
- Melnyk, L. H., Kovalov, B. L., Mykhailov, S. O., Mykhailov, O. O., & Starodub, I. A. (2022). Dynamics of reproduction of economic systems in the transition to digital economy—in the light of synergetic theory of development. *Mechanism of an Economic Regulation*, (3-4 (97-98), 7–14. [DOI]
- Mikeska, M., & Urbánek, T. (2020). The development of the labor market of Czech small and medium-sized enterprises: Toward the digital economy. *Change Management*. [DOI]
- Mohamed Abdel Razek Youssef, A. (2022). The role of the digital economy in sustainable development. *International Journal of Humanities and Language Research*, 5(2), 13-25.
- Mubarik, M. S., Shahbaz, M., & Abbas, Q. (2022). *Human capital, innovation and disruptive digital technology: A multidimensional perspective*. Routledge.
- Nucci, F., Puccioni, C., & Ricchi, O. (2023). Digital technologies and productivity: A firm-level investigation. *Economic Modelling*, 128, 106524. [DOI]
- Palad, J. B. (2022). Strategies for improving organizational efficiency, productivity, and performance through technology adoption. *Journal of Management and Administration Provision*, 2(3), 88-94. [DOI]
- Peng, Y. (2023). An analysis of entrepreneurial leadership based on Schumpeter's theory of innovation. *Academic Journal of Business & Management*, 5(8), 34-37. [DOI]
- Putrivi, N. (2020). How digital innovation and dynamic organization concept can help creative industries to survive COVID-19 global pandemic. *Available at SSRN 3590926*. [DOI]
- Quansah, E. M. (2024). Digital divide: accessing digital technologies for firms in BOP countries. *Online Information Review*, 48(3), 476-490.
- Rhee, T., Wood, J., & Kim, J. (2022). Digital transformation as a demographic and economic integrated policy for Southeast Asian developing countries. *Sustainability*, 14(5), 2857. [DOI]
- Saeed, A. M. M. (2025). The Role of the Digital Economy in Enhancing Economic Growth and Reducing Unemployment in Developing Countries. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 4633-4643. [DOI]
- Sani, M. A. (2024). Exploring Digital Skills for Passive Income: How Corp Members Can Leverage Digital Skills to Create Passive Income Opportunities in Online Freelancing and Content Creation. *Available at SSRN 5021901*. [DOI]
- Schiliro, D. (2026). Endogenous growth and structural economic dynamics: A comparative analysis. *Economy*, 13(1), 44-54. [DOI]
- Sharma, A., Das, N., & Singh, S. P. (2023). Causal association of entrepreneurship ecosystem and financial inclusion. *Heliyon*, 9(3). [DOI]
- Singh, N., & Anees, M. (2025). Digital Transformation of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs): Drivers, Barriers, and Strategic Implications for Sustainable Growth. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 7(4), 1-7. [DOI]
- Tariq, M. U. (2025). Integrating Digital Technologies to Optimize Sustainable Supply Chains. In *Developing Dynamic and Sustainable Supply Chains to Achieve Sustainable Development Goals* (pp. 33-64). IGI Global Scientific Publishing.
- Tavani, D., & Zamparelli, L. (2018). Endogenous technical change in alternative theories of growth and distribution. *Analytical political economy*, 139-174. [DOI]
- Ullah, S., Niu, B., & Meo, M. S. (2024). Digital inclusion and environmental taxes: A dynamic duo for energy transition in green economies. *Applied Energy*, 361, 122911. [DOI]

- Wang, L., & Zhao, L. (2022). Digital economy meets artificial intelligence: forecasting economic conditions based on big data analytics. *Mobile information systems*, 2022(1), 7014874. [DOI]
- Yankovskaya, V. V., Osavelyuk, E. A., Inozemtsev, M., & Haabazoka, L. (2021). The existing and perspective international institutions for supporting digital transformation of economy. *The institutional foundation of the digital economy in the 21st century*, 165-172. [DOI]
- Yao, L., Li, A., & Yan, E. (2025). Research on digital infrastructure construction empowering new quality productivity. *Scientific reports*, 15(1), 6645. [DOI]
- You, L., Zhao, H., Jiang, Z., & Lei, A. (2025). A digital path towards low-carbon development: the role of short-and long-term digital technology innovation: You et al. *Environment, Development and Sustainability*, 1-30. [DOI]
- Yousaf, Z., Radulescu, M., Sinisi, C. I., Serbanescu, L., & Păunescu, L. M. (2021). Towards sustainable digital innovation of SMEs from the developing countries in the context of the digital economy and frugal environment. *Sustainability*, 13(10), 5715. [DOI]
- Yunxia, W., Neng, H., & Yechi, M. (2023). The effect of digital economy development on labor employment: Empirical evidence from listed companies in China. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 31(6), 1-27. [DOI]
- Zhang, J., Zhao, W., Cheng, B., Li, A., Wang, Y., Yang, N., & Tian, Y. (2022). The impact of digital economy on the economic growth and the development strategies in the post-COVID-19 era: evidence from countries along the "Belt and Road". *Frontiers in public health*, 10, 856142. [DOI]
- Zhao, Y., & Said, R. (2023). The effect of the digital economy on the employment structure in China. *Economies*, 11(9), 227. [DOI]