Entrepreneurship Journal for Finance and Business (EJFB)
2026, VOL. 07, NO. special, 104-119, E-ISSN: 2709-4251, P-ISSN: 2708-8790
DOI: https://doi.org/10.56967/ejfb2026985

The role of digital intelligence in enhancing sustainable performance: An analytical survey of the opinions of a sample of employees of an Iraqi insurance company

Ali M. Abdul Mahdia[1*], Lama Q. Raouf [2], Zainab S. Ibrahim[3]
[1] Iraqi General Insurance Company, Ministry of Finance, Baghdad, Iraq
[2] Agricultural Cooperative Bank, Ministry of Finance, Baghdad, Iraq
[3]Higher Institute for Financial and Accounting Studies, University of Baghdad, Baghdad, Iraq
amudher35@gmail.com ، Lumaa1960@yahoo.com ،zainab.sadiq@pgiafs.uobaghdad.iq

Article information:
Published: 25–10– 2026

Corresponding author:
Ali M. Abdul Mahdia
amudher35@gmail.com

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Abstract:

This research aims to analyze the role of digital intelligence and its dimensions in achieving sustainable performance. To achieve this goal, the researchers relied on the theoretical framework, which addressed the two research variables. They also employed a descriptive and analytical approach to present and analyze the data and extract the most important findings. The research population consisted of the Iraqi General Insurance Company, an affiliate of the Ministry of Finance. A questionnaire was used as the research instrument, distributed to (50) employees at the assistant department manager level and above, representing the upper and middle management of the research population. To verify and test the main hypotheses, the researchers relied on several statistical methods, assisted by the SPSS version 26 and AMOS version 25 statistical software. After conducting several descriptive statistical analyses, such as calculating means, standard deviations, and relative importance, the hypotheses were tested using regression analysis. The research concluded with several results, most notably: Digital intelligence is characterized by its ability to analyze competitors' activities and understand their current and future goals and strategies, in order to provide services High-quality products for customers.

The research yielded a set of recommendations, the most important of which is the need for the company's management to leverage its available digital intelligence to improve its sustainable performance, with particular emphasis on effectively investing in the various dimensions of this intelligence to achieve the desired goals.

Keywords: Digital intelligence, sustainable performance, Iraqi General Insurance Company.

Conclusions:

1. The study revealed that the sample group utilized the dimensions of digital intelligence to generate a range of ideas that contribute to finding solutions to many of the problems they face. This ensures improved performance and the development of effective outputs for the company under study, thus achieving sustainable performance.
2. All responses for all items related to the independent variable, digital intelligence, were found to be at a good level and higher than the hypothetical mean of (3). This reflects the company's commitment to activating the results of digital intelligence in all its dimensions to achieve high effectiveness in its outputs.

3. All responses for all items related to sustainable performance were found to be at a good level and higher than the hypothetical mean of (3). This indicates a consensus among the research sample regarding the development of the company's sustainable performance.

4. The correlation results showed that all elements of digital intelligence (digital identity, digital platforms, digital safety, digital security, and digital communications) have significant correlations with all dimensions of sustainable performance (economic, social, and environmental performance). This underscores the importance of the dimensions of digital intelligence that senior management in the company under study should implement, and their role in providing distinguished services capable of satisfying customer needs and desires.

دور الذكاء الرقمي في تعزيز الأداء المستدام: دراسة حالة

علي مظهر عبد المهدي[1*]، لمى قيس رؤوف [2] ، زينب صادق ابراهيم [3]
[1]شركة التأمين العراقية العامة ، وزارة المالية، بغداد، االعراق
[2] المصرف الزراعي التعاوني ، وزارة المالية، بغداد، العراق
[3] المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية، جامعة بغداد، بغداد، العراق
amudher35@gmail.com ، Lumaa1960@yahoo.com ،zainab.sadiq@pgiafs.uobaghdad.iq

معلومات البحث:
- تاريخ النشر: 2026 –10–25

المؤلف المراسل:
علي مظهر عبد المهدي
amudher35@gmail.com

هذا العمل مرخص بموجب المشاع الابداعي نسب المصنف 4.0 دولي(CC BY 4.0)

المستخلص:
يهدف هذا البحث إلى تحليل دور الذكاء الرقمي وابعاده في تحقيق الأداء المستدام، ومن أجل تحقيق هذا الهدف استعان الباحثين بما تناوله الجانب النظري، الذي اهتم بمواضيع متغيري البحث، كما اعتمد الباحثين على المنهج الوصفي والتحليلي في عرض وتحليل البيانات واستخراج اهم النتائج، وتكون مجتمع البحث من شركة التأمين العراقية العامة، وهي احدى تشكيلات وزارة المالية، وتم اعتماد الاستبانة كأداة لقياس البحث، اذ تم توزيع الاستبانة ضمن هذه البحث على (50) موظف، من المستوى الوظيفي معاون مدير قسم فأعلى، يشكلون الإدارتين العليا و الوسطى لمجتمع البحث، وإثبات واختبار صحة الفرضيات الرئيسة، فقد استند الباحثين إلى عدد من الأساليب الإحصائية ، وبمساعدة البرنامج الإحصائي (SPSSV.26، AMOSV.25) و بعد إجراء العديد من التحليلات الإحصائية الوصفية مثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية، تم اختبار الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار ، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج أبرزها:الذكاء الرقمي يتميز بقدرته على تحليل نشاط المنافسين وفهم أهدافهم واستراتيجياتهم الحالية والمستقبلية، ومن اجل تقديم خدمات ومنتجات ذات جودة عالية للعملاء.
وقد أسفر البحث عن مجموعة من التوصيات، أهمها: ضرورة استغلال إدارة الشركة للذكاء الرقمي المتوفر لديها في تحسين أدائها المستدام، مع تشديد الانتباه إلى استثمار أبعاد هذا الذكاء بشكل فعال لتحقيق الأهداف المنشودة

الكلمات المفتاحية: الذكاء الرقمي، الأداء المستدام، شركة التأمين العراقية العامة.

المقدمة:

تعد شركات التأمين حاليًا قطاعًا رائدًا في مجال الاقتصاد الحديث، وهو أحد المحركات الرئيسة للاقتصاد بسبب دورها المهم في تعبئة المدخرات المحلية واستثمارها ومساهمتها في تمويل الاستثمارات التي تشكل جوهر النشاط الاقتصادي وكذلك تؤدي شركات التأمين الكبيرة دورًا مهمًا في التنمية المستدامة، بسبب حجمها وقدرتها على التعامل مع كافة الأخطار، ويُعدّ التحوّل الرقمي لسوق التأمين جزءًا لا يتجزأ من بناء الاقتصاد الرقمي ورقمنة قطاع الخدمات المالية بأكمله، وقد أصبح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عنصرًا محوريًا في التطوير الابتكاري لشركات التأمين في العصر الحالي، مما يمكّنها من تعزيز كفاءتها التشغيلية وضمان قدرتها التنافسية، ومن أبرز التقنيات الرقمية الواعدة التي تعمل شركات التأمين حاليًا على تطويرها هي الذكاء الرقمي ووفقًا لخبراء هذا المجال، فإن هذه التقنية مُرشّحة لتصبح حلًا رائدًا لهذه المؤسسات في المستقبل القريب.

يواجه قطاع التأمين اليوم تحديات مستمرة، مما يستلزم إدخال حلول مبتكرة في عمليات الأعمال، وهناك طلب متزايد على الحماية من المخاطر في الوقت الفعلي ومنتجات التأمين الجديدة نتيجة لظهور مخاطر جديدة، في الوقت نفسه تتكثف عمليات التعاون في الأسواق المالية، مع تشكيل شراكات وأنظمة بيئية جديدة، لا تسمح أنظمة المعلومات القديمة بمراعاة الاحتياجات الفردية لشرائح محددة من مستهلكي خدمات التأمين بشكل كافٍ، أو جمع البيانات بسرعة وتحليلها بجودة عالية، أو تقييم مخاطر التأمين والطلب على منتجات تأمين محددة. لحل هذه المشكلات، يُكثّف مقدمو خدمات التأمين استخدام الذكاء الرقمي في أنشطتهم، مما سيساهم في مزيد من التحول في قطاع التأمين، سيؤدي استخدام الذكاء الرقمي من قبل المشاركين في سوق التأمين إلى خفض التكاليف، وتحسين سياسة التسعير، وزيادة ربحية الأعمال، وفي النهاية، زيادة القدرة التنافسية. تُؤثر تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل كبير على أداء التأمين الرقمي.

من خلال ماتم أستعراضه تنعكس أهمية البحث ومتغيراته ، وعليه فقد تكونت هيكلية البحث من أربعة مباحث، تناول المبحث الأول منهجية البحث ، في حين اختص المبحث الثاني بالإطار النظري للبحث من خلال مطلبين، المطلب الأول يتناول الذكاء الرقمي المتغير المستقل ، واختص المطلب الثاني بالاداء المستدام المتغيير التابع ، اما المبحث الثالث اختص بالجانب العملي، وأخيرا تضمن المبحث الرابع الإستنتاجات والتوصيات.

1. مشكلة البحث:

تعد الحاجة الى الذكاء الرقمي في المنظمات وبضمنها المنظمات الخدمية مطلباً ضرورياً للوصول الى التميز في الأداء والاستمرارية في مجال عملها في ظل بيئة تنافسية شديدة التغيير نتيجة للثورة المعلوماتية والتكنولوجية فضلاً عن دوره الضروري في تحسين مستوى الخدمة المقدمة في المنظمات الخدمية، وتتمثل مشكلة البحث عن كيفية توظيف الذكاء الرقمي لتعزيز الأداء المستدام في المنظمة المبحوثة، وفي ضوء ما سبق يمكن بيان مشكلة البحث بالتساؤلات الاتية:-

أ. ما مدى توافر أبعاد الذكاء الرقمي في المنظمة المبحوثة التي شملها البحث؟
ب. ما مدى توافر أبعاد الأداء المستدام في المنظمة المبحوثة التي شملها البحث ؟
ج. ما هي العلاقة الارتباط والتأثير بين الذكاء الرقمي والأداء المستدام؟

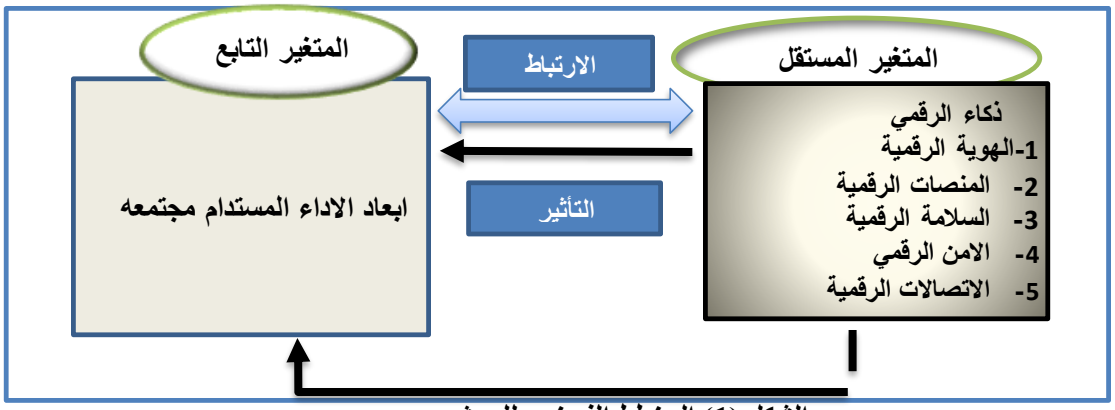
2. أهمية البحث:

أ. يوفر البحث الحالي معلومات مباشرة ومهمة للإدارة العليا للعينة المبحوثة يمكن توظيفها في خدمة التوجه المستقبلي كونها ذات طبيعة تحليلية لنشاطاتها .
ب. إنّ الذكاء الرقمي يمكن ادارة المنظمة المبحوثة من الاستجابة لتغيرات البيئة الحالية والمستقبلية بالشكل الذي سينعكس ايجابياً على سمعة الشركة بما يحقق لها الأداء المستدام كما تسهم في تعزيز موقعها التنافسي.
ج. يسهم البحث في قياس ومعرفة علاقة الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث (الذكاء الرقمي، الاداء المستدام)

3. أهداف البحث:

أ. يسعى البحث الى تحقيق الاهداف الآتية:
ب. التعرف على مستوى ابعاد الذكاء الرقمي في الشركة المبحوثة.
ج. التعرف على مستوى الاداء المستدام في الشركة المبحوثة.
د. تحليل علاقة الارتباط والتأثير بين بين متغيري البحث على المستوى الكلي وعلى مستوى الابعاد.

4. المخطط الفرضي للبحث:



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

5. الفرضيات:

استكمالاً لمتطلبات البحث وبهدف الإجابة عن التساؤلات المثارة واختبار مخططها الفرضي اعتمد البحث صياغة مجموعة من الفرضيات، وكما يأتي :

1- الفرضية الرئيسة الاولى : توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الذكاء الرقمي وابعاد الاداء المستدام مجتمعة. وانبثقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية :

أ. توجد علاقة ارتباط معنوية احصائية بين الهوية الرقمية وابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
ب. توجد علاقة ارتباط معنوية احصائية بين المنصات الرقمية وابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
ت. توجد علاقة ارتباط معنوية احصائية بين السلامة الرقمية ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
ث. توجد علاقة ارتباط معنوية احصائية بين الامن الرقمي وابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
ج. توجد علاقة ارتباط معنوية احصائية بين الاتصالات الرقمية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.

2- الفرضية الرئيسة الثانية : يوجد تأثير معنوي ذات دلالة احصائية لمتغير المستقل الذكاء الرقمي في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة، وقد انبثقت منه الفرضيات الفرعية الآتية :

أ. تؤثر الهوية الرقمية تأثيراً ذا دلالة احصائية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
ب. تؤثر المنصات الرقمية تأثيراً ذا دلالة احصائية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
ج. يؤثر السلامة الرقمية تأثيراً ذا دلالة احصائية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
د. تؤثر الامن الرقمي تأثيراً ذا دلالة احصائية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.

ه.تؤثر الاتصالات الرقمية تأثيراً ذا دلالة احصائية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.

6. **مجتمع وعينة البحث:** تألف مجتمع البحث من كافة الموظفين في شركة التأمين العراقية العامة التابعة لوزارة المالية، تم اختيار هذه الشركة تحديداً لأنها تتميز بمكانة استراتيجية في قطاع التأمين العراقي ولعبها دورًا مهمًا في التنمية الاقتصادية، نظرًا لطبيعة البحث التي تتطلب خبرة واختصاصًا إداريًا، اختار الباحثون عينة قصدية من 50 فردًا، ركزت على موظفي الإدارات العليا والوسطى باعتبارهم الأكثر قدرة على استيعاب متغيرات البحث والإجابة على تساؤلاته.

7. **أسلوب البحث:**

اعتمد المنهج الوصفي في تقديم المفاهيم والجانب النظري من الدراسة، والمنهج التحليلي والوصفي في تحليل البيانات ، واستخدام الاساليب والبرامج الاحصائية منها (SPSS.V.26) لاختبار التأثير بين متغيرات البحث، والشكل (1) يمثل نموذج البحث.

8. **مقاييس البحث**

تم تطوير اداة القياس وفق المعطيات النظرية والإجرائية، وبما اتيح من بحوث واستخدمت اداة القياس وفق مقياس (Liker) اتفق تماما= 5،اتفق = 4، محايد =3،لا اتفق = 2، لا اتفق تماما=1،وكما موضح بالجدول(1) اداة القياس والمصادر المعتمدة.

جدول [1] يبين مقاييس البحث

ت	المتغيرات	عدد الفقرات	الاساس المعتمد في صياغة الفقرات
1	الذكاء الرقمي	28	العبودي،2025
2	الاداء المستدام	20	عبد المهدي، 2022

المصدر :اعداد الباحثين بالاعتماد على المصادر المشار اليها بالجدول

المحور الأول : الجانب النظري

أولاً: الذكاء الرقمي

يؤدي الذكاء الرقمي دورًا محوريًا في تعزيز قدرة الشركات على فهم احتياجات العملاء وتفضيلاتهم بشكل دقيق، مما يمكّنها من تصميم استراتيجيات تسويق رقمية فعّالة تستهدف الجمهور المستهدف بكفاءة أكبر، هذا النهج يُسهم بشكل مباشر في تعزيز فرص النجاح في الأسواق التنافسية، من خلال الممارسات الحديثة في التسويق الرقمي، تتمكن الشركات من بناء روابط متينة مع عملائها الحاليين والمحتملين، علاوة على ذلك، يساعد إعادة استهداف الزبائن الذين قاموا بزيارة المواقع أو أظهروا اهتمامًا بمنتجات معينة على تحويل هذا الاهتمام إلى تعاملات فعلية، عبر تقديم إعلانات تجذب انتباههم لاحقًا ضمن المنصات الإلكترونية المختلفة(Harkim et al , 2025: 542-543). والذكاء الرقمي هو مجموعة من الكفاءات التقنية والبرامج الرقمية التي يطبقها الموظف في عمله الإداري لتمييزها بسرعة وجودة الأداء وتوظيفها بشكل مناسب مع رؤية المنظمة وتحويلها إلى مخرجات عالية الجودة تتناسب مع حجم المنافسة في سوق العمل، وليس فقط في طريقة استخدامها، ولكن أيضًا يعتمد على الوقت المناسب لاستخدامها واستثمار قدراتها بفعالية وكفاءة(Hadi, 2025:7). ويعزز الذكاء الرقمي قدرات الابتكار والإبداع من خلال التكنولوجيا والأدوات الرقمية، حيث يمكن للأفراد تحويل أفكارهم إلى واقع ملموس وتطوير حلول جديدة للمشاكل المعقدة، وتكمن أهمية الذكاء الرقمي في كونه قدرة اجتماعية ومعرفية وعاطفية تمكّن الفرد من مواجهة التحديات والمواقف التي يتعرض لها في العالم الرقمي بشكل سليم، وتمنحه سلوكًا مناسبًا ومسؤولًا أثناء تفاعله في البيئة الرقمية، ويعرف الذكاء الرقمي هي مجموعة القدرات التقنية والمعرفية والاجتماعية والعاطفية التي تُمكّن الأفراد من استخدام الأدوات الرقمية بكفاءة، ولهم الحق في معرفة هويتهم الرقمية وحقوقهم وواجباتهم في استخدامها، والتعامل مع المشكلات الرقمية، والتكيف مع متطلبات الحياة الرقمية بما يحقق لهم السلامة والأمان (Majeed, et al, 2025: 1-2). يُمكن تعريف الذكاء الرقمي بأنه استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة لتزويد الأفراد أو المؤسسات بقدرات وموارد وفرص جديدة لتعزيز ابتكارهم، وكفاءة اتخاذ قراراتهم، وتعاونهم، وقدرتهم التنافسية الشاملة، والارتقاء بتطورهم إلى مستوى أعلى(Wan & Xu, 2024:34)، ويعرف حسب نظر كل (Liu & Song, 2024: 1) " بأنه جيل جديد من التفكير التكنولوجي وتطبيقات التكنولوجيا، مثل البيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، وإنترنت الأشياء، والإنترنت عبر الهاتف المحمول، وتقنية سلسلة الكتل (البلوك تشين). ويعرف ايضاً الذكاء الرقمي بأنه مجموعة من المهارات والمعارف التي تمكن الأفراد من التفاعل مع البيئة الرقمية، وفهمها، واستخدامها بطرق آمنة ومبتكرة. والذكاء الرقمي يمكن الأفراد من التعامل مع البيئة الرقمية المتغيرة بسرعة، بما في ذلك القدرة على تقييم وتحليل المعلومات الرقمية، والتفاعل بشكل فاعل مع الآخرين عبر الإنترنت، وإدارة الهوية الرقمية، وحماية الخصوصية والأمن(العبودي،2025: 25).

ثانيا: ابعاد الذكاء الرقمي Dimensions of digital intelligence :

تم الاعتماد على دراسة دراسة (العبودي، ٢٠٢٥: 38) في تحديد ابعاد الذكاء الرقمي:

1- **الهوية الرقمية Digital Identity :** تُعدّ الهوية الرقمية عنصرًا أساسيًا في اقتصاد المعرفة ومجتمعها، فهي مفتاح الوصول إلى العالم الرقمي وإجراء المعاملات والاتصالات التجارية والاقتصادية، أو أي نوع آخر من المعاملات والاتصالات. وبعيدًا عن كونها مجرد نسخة رقمية من الهوية المادية، تُشكّل الهوية الرقمية بناءً فريدًا ومعقدًا يطرح ثلاث

معضلات رئيسية تُوفّر إطارًا لتحليلها: الأولى تنشأ من السياق الذي توجد فيه، أي النظام البيئي الرقمي، الذي يُغيّر نطاقها وطبيعتها؛ والثانية، وهي معضلة مفاهيمية، ناتجة عن عدم وجود اتفاق حول تعريفها، فضلًا عن اختلاف الأطر القانونية المُستمدة منها؛ أما المعضلة الثالثة، وهي معضلة وظيفية، فتعود إلى قدرة الهوية الرقمية على أداء وظائف مختلفة، وتُصوَّر الهوية الرقمية على أنها النسخة الإلكترونية للهوية المادية للشخص (Carrillo, 2024: 3-4).

2- **الاستخدام الرقمي Digital Use** : في الأساس هو مساحات أو أنظمة إلكترونية تُسهّل تبادل المعلومات والسلع والخدمات، فهو يوفر بيئة افتراضية حيث يمكن للمستخدمين إنشاء المحتوى ومشاركته واستهلاكه، والتفاعل مع الآخرين، والوصول إلى مجموعة واسعة من الموارد، ويُعزى انتشاره وشعبيته إلى عدة عوامل رئيسة، أهمها الاتصال بالإنترنت، فقد أعادت منصات مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام تعريف كيفية تواصل الناس من مختلف أنحاء العالم بشكل فوري، وقد غيّرت هذه المنصات الاجتماعية طريقة تفاعلنا، مما يسمح لنا بالحفاظ على العلاقات والتعبير عن الآراء ومتابعة الأحداث الجارية(ION, et al, 2023: 123).

3- **السلامة الرقمية Digital Safety**: تُعرف السلامة الرقمية بمسميات مختلفة، منها سلامة الإنترنت، وسلامة الوسائط، والسلامة الإلكترونية، والسلامة السيبرانية، وهي القدرة على استخدام المنصات الرقمية وقد تشمل الوعي بالمخاطر المرتبطة بالأنشطة على الإنترنت، واستخدام استراتيجيات للوقاية من هذه المخاطر والتهديدات. تشمل التهديدات الشائعة للسلامة على الإنترنت التصيد الاحتيالي، وعمليات الاحتيال عبر الإنترنت، والبرامج الضارة، والمطاردة الإلكترونية، والتنمر الإلكتروني، والمفترسين عبر الإنترنت، والابتزاز الاخلاقي(Sadiku et al, 2021: 793).

4- **الأمن الرقميDigital Security** :هي الاستراتيجيات والأساليب المُستخدمة لحماية المعلومات والأجهزة والشبكات والبرامج والبيانات من الهجمات السيبرانية والتلف والوصول غير المصرح به، وفإن الهدف الأساسي للأمن الرقمي هو توفير بيئة آمنة للمعاملات والاتصالات ومعالجة البيانات وتخزينها، يُعدّ أمن العمليات، وأمن شبكات الحاسوب، وأمن التطبيقات من المكونات الأساسية الأخرى للبنية التحتية للأمن الرقمي. ويشمل ذلك السياسات التي تُنظّم كيفية ومكان تخزين البيانات أو نقلها، والعمليات والخيارات اللازمة لإدارة أصول البيانات وحمايتها، مثل حقوق وصول المستخدمين الأفراد إلى شبكات الشركة، كما يشمل تخطيط استمرارية الأعمال والتعافي من الكوارث (Radanliev ,2024: 1641).

5- **الاتصالات الرقمية Digital Communication:** تشير الاتصالات الرقمية إلى استخدام التقنيات والمنصات الرقمية لتبادل المعلومات والأفكار والرسائل، ويشمل هذا النوع من الاتصال أشكالًا متنوعة مثل البريد الإلكتروني، ومنصات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات المراسلة، ومكالمات الفيديو، والمواقع الإلكترونية، والتي تعتمد على الأجهزة الرقمية كالهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر والأجهزة اللوحية لتسهيل التفاعل، ويُمكّن الاتصالات الرقمية من تبادل البيانات إلكترونيًا، مما يُحسّن سرعة الاتصال وسهولة الوصول إليه وراحته في مختلف قطاعات المجتمع، من الأعمال التجارية إلى التعليم والحكومة، و ومن أبرز مزاياها قدرتها على الوصول إلى عدد كبير من الناس بسرعة وكفاءة، فهي تتيح التواصل الفوري، وهو أمر بالغ الأهمية لاتخاذ القرارات في الشركات العامة والخاصة، ومن ناحية التكلفة إذ يُمكن للشركات الآن الوصول إلى جمهورها المستهدف بتكلفة أقل بكثير مقارنةً بوسائل الاتصال التقليدية، مثل وسائل الإعلام المطبوعة والتفاعلات المباشرة (Umoren, & Ukpe, 2025: 55-56).

ثالثاً: مفهوم الاداء المستدام The concept of sustainable performance

تُعدّ استدامة أي منظمة قضية استراتيجية في التنمية المستدامة، ويمكن للشركة تحقيق التنمية المستدامة من خلال مراعاة التوازن بين ثلاثة جوانب رئيسية: الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، لذا ينبغي على الشركات إعطاء الأولوية للأهداف المالية والاقتصادية، والاهتمام بالمنافع الاجتماعية، والحفاظ على البيئة، علاوة على ذلك يتطلب الأداء المستدام من كل منظمة تلبية احتياجات الحاضر دون التضحية باحتياجات الأجيال القادمة، وتشير الدراسات الواردة في الأدبيات إلى أن تعزيز أداء المنظمة يمكن أن يسهم في تحسين قيمة العميل، وقيمة الموظف، وتحقيق كفاءة أكبر من حيث التكلفة التشغيلية، بالإضافة إلى تحسين الصورة العامة للمسؤولية الاجتماعية (Sapta et al, 2021:1-2). ان المنظمات التي تتبنى اسلوب الاداء المستدام تجعل نشاطاتها ، ومنتجاتها تلبي متطلبات البيئية والمجتمع ، من خلال استراتيجيات تتبناها تحافظ على توازن الموارد وتوظيفها لخدمة افرادها ومجتمعها على المدى البعيد ، وفي حدود الاطر الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ويعرف الاداء المستدام "جميع الانشطة والفعاليات الهادفة لتحقيق غايات الشركة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والحفاظ على استمراريتها في النشاط ، ويتجسد ذلك من خلال تظافر جهود جميع مكوناتها وعناصرها ومواردها"(علي، 2021: 95). ويرى(كاظم، 2021: 95) ان مفهوم الاداء المستدام على انه قدرة الوحدة الاقتصادية على تلبية احتياجات جميع أصحاب المصالح على المدى الطويل، وتصبح أكثر استدامة كلما كانت محققة أهدافها وأهداف زبائنها وأهداف المجتمع الذي تعمل فيه وخاصة أخذها في الحسبان الأبعاد الثلاثة: (البيئية والاجتماعية والإقتصادية)، فضلاً عن أن الوحدة الاقتصادية تكون مستدامة كلما كانت الأدارة أكثر فاعلية في تنفيذ أعمالها، وتقليص فجواتها بجدارة. يعرف الاداء المستدام (عبد المهدي، 2023:) على انه "استراتيجية تختص بتلبية الاحتياجات الخاصة باستدامة تحقيق أهداف المنظمة وجميع أصحاب المصالح والزبائن للمحافظة على ديمومة موقعها التنافسي مع الأخذ بالحسبان موازنة الأبعاد البيئية والاجتماعية والاقتصادية لتكون هذه الاستراتيجية أكثر فاعلية وتحقيقاً للأهداف والتوجه نحو الابداع. ويُشكّل الأداء المستدام عنصرًا أساسيًا في نجاح الشركة على المدى البعيد، ومن خلال التركيز على الأبعاد الثلاثة للاداء المستدام "الاقتصادي والبيئي والاجتماعي" ، يُمكن للشركات تحقيق أداء أفضل بشكل عام ، ويعرف الاداء المستدام

بانه "العملية التي تعتمد استراتيجيات وممارسات فعالة لتلبية متطلبات المنظمة واحتياجات أصحاب المصالح، مع الحرص على حماية الموارد الطبيعية التي تعتمد عليها المنظمة، وضمان استدامتها وتحسينها لتلبية احتياجات المستقبل" (wijaya et al, 2025: 4) .

رابعاً: ابعاد الاداء المستدام Dimensions of sustainable performance

يشمل الاداء المستدام السياسات والإجراءات التي تتبعها الشركة للحد من تأثير عملياتها على البيئة، وزيادة تأثيرها الاجتماعي، وتعظيم القيمة طويلة الأجل لأصحاب المصلحة، ولضمان استمرارية الشركة في المستقبل، يجب على الإدارة تنفيذ استراتيجيات، واتخاذ قرارات تجارية، وإدارة موارد الشركة بطريقة تُقلل من الضرر الذي يلحق بالمجتمع أو تمنعه تمامًا. وهذا يُؤكد على مفهوم الاستدامة، الذي ينبغي أن يكون محور الإدارة لخلق قيمة على المديين القريب والبعيد، وتعني الاستدامة في إدارة الأعمال أن تشمل أهداف الشركة الرفاه البيئي والاجتماعي والاقتصادي(Iliemena-Ifeanyi, & Amedu, 2025: 3). وسيعتمد الباحث على دراسة كل من عبد المهدي، 2022: 43) لقياس ابعاد الأداء المستدام (الأداء الاقتصادي ، والأداء الاجتماعي ، والأداء البيئي) بعد أن تم تكييفها والاستفادة من الأفكار الموجودة فيها مع واقع المنظمة قيد الدراسة،

1- **الأداء الاجتماعي:** يُعبّر الأداء الاجتماعي المستدام عن العلاقة بين المنظمة والأفراد، ويهدف إلى تحقيق رفاهية المجتمع وتحسين الوصول إلى المنتجات والخدمات، مع الالتزام بالحد الأدنى من معايير الأمن واحترام حقوق الإنسان. كما يشمل توفير فرص عمل عادلة لأفراد المجتمع، والحفاظ على سلامة العاملين وتعزيز مهاراتهم وتطوير أدائهم، إضافةً إلى ذلك، يُركّز هذا البُعد على تعزيز الثقافات المتنوعة والتنوع والتعددية، وتشجيع المشاركة الفاعلة للمجتمع في عملية اتخاذ القرار، ويمكن أيضاً تعريف الأداء الاجتماعي المستدام باعتباره مجموعة الأنشطة والمهام التي تنفذها المنظمة والتي تؤثر في المجتمعات التي تعمل داخلها. كما يتضمن ذلك النتائج المحققة في المجالات غير الاقتصادية، مثل دعم المنظمات الخيرية وتوفير منتجات وخدمات ذات أثر اجتماعي إيجابي(علي، 2021: 122).

2- **الاداء الاقتصادي:** وفقا (القريشي، ٢٠١٧: ٥٠) يتمثل الاداء الاقتصادي بقدرة الوحدة الاقتصادية في تحقيق الأهداف المالية التي تعكس رضا أصحاب المصالح والمساهمين عن استثماراتهم من خلال تحقيق معدلات مرضية لعوائدهم. تعتبر هذه الأهداف المالية الأساس في قياس البعد الاقتصادي للوحدة الاقتصادية، كما توضح نتائج الأداء المستدام لها، يساهم البعد الاقتصادي في مساعدة الوحدة الاقتصادية على تقييم أدائها المستدام عبر مقارنة مؤشرات التنافس في صناعة معينة، إلى جانب تحديد قدرتها على الوفاء بالتزاماتها المالية طويلة الأجل. كما يمكنها من تحديد مواضع المخاطرة المحددة وتحليل معدلات الأرباح غير المحققة.

3- **الاداء الاجتماعي:** يركز مفهوم الاستدامة البيئية على الأنشطة التي تؤثر على حياة الناس من خلال استهلاك النظام البيئي. ولتحقيق الاستدامة بما يتماشى مع أهداف التنمية المستدامة، ودعوة جميع القطاعات الحكومية والخاصة لدعم هذه الأهداف، تواجه المنظمات ضغوطًا لتحقيق أداء مستدام والحفاظ عليه. يُعرَّف أداء الاستدامة البيئية بأنه "مدى تبني الشركة للسلامة البيئية في عملياتها، وتأثير ذلك في نهاية المطاف على الشركة والمجتمع"(Siddiqui ,& Salleh, 2024: 355).

المحور الثاني : الجانب التطبيقي

اولاً: وصف وتشخيص المتغير المستقل المؤثر الذكاء الرقمي:

يتمثل المتغير المستقل المؤثر بالذكاء الرقمي، وقد قيس من خلال خمس ابعاد (**الهوية الرقمية، المنصات الرقمية، السلامة الرقمية، الامان الرقمي، الاستخدام الرقمي** في الشركة المبحوثة، اذ تمثل البعد بثمانية وعشرين فقرة ، سيتم تناول فقرات هذا المتغير من خلال التحليل الاحصائي الوصفي على استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة والاهمية النسبية والانحرافات المعيارية المحسوبة سواء على المستوى الابعاد الفرعية او على مستوى الكلي وكما مبين في الاتي:

الجدول (2) تحليل ومناقشة الذكاء الرقمي (n=50)

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%
q1	توفير وسيلة آمنة للتأكد من أن المستخدم هو الشخص أو الكيان الذي يدعيه.	3.98	1.115	79.6	28.16
q2	توفر وسائل الحماية بيانات الأفراد من الاحتيال أو التلاعب الذي قد يصيب الزبون.	3.92	1.026	78.4	26.18
q3	اثبات الهوية في المعاملات الرقمية والمشاركة في الأنشطة والاجتماعية المختلفة	3.96	1.049	79.20	26.49
q4	تسهيل التجارة الرقمية وتبادل المعلومات والخدمات من خلال هوية رقمية موثوقة.	4.02	0.999	80.4	24.85
q5	تمكين الأجهزة والتطبيقات من التعرف على بعضها البعض والتفاعل الأمن مع الزبون.	4.30	0.646	86	15.03

q6	حماية المعلومات والتأكد من الوصول إلى البيانات محصور بالأشخاص المصرح لهم.	3.95	1.046	77.9	25.90
	الهوية الرقمية	4.03	0.596	80.6	14.12
q7	تمكين عامليها من استخدام البيانات المستخلصة من المنصات الرقمية لتحليل سلوك الزبائن	4.16	0.467	81.2	11.23
q8	للبرامج الترويجية المعتمدة لغرض التأثير على قرارات الزبون بصورة مباشرة.	4.12	0.558	82.4	13.55
q9	تشجيع عامليها للوصول إلى مختلف زبائنها عبر الإنترنت، متجاوزا الحدود الجغرافية التقليدية.	3.96	0.698	79.2	17.63
q10	تحقيق الوصول لزبائن من مناطق جغرافية عدة الضمان الحصول على زبائن متنوعين.	4.08	0.633	81.6	15.52
q11	الضمان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة متوافقة بين العلامة التجارية والزبون	3.62	0.752	72.4	20.78
Q12	معرفة توجهات الزبائن الحاليين والمستقبليين الضمان تطبيق الاستراتيجيات.	4.28	0.607	85.6	14.19
	المنصات الرقمية	3.99	0.373	79.8	9.35
q13	تقليل مخاطر الهجمات السيبرانية وحماية الأصول الرقمية للشركة وخصوصية الزبون	4.16	0.548	83.2	13.18
q14	حماية السمعة التجارية للشركات ومنتجاتها وحماية بيانات الزبائن الحاليين والمحتملين.	3.98	0.684	79.6	17.19
q15	توفير بيئة مستقرة وآمنة للشركة لغرض التوسع في تسويق المنتجات الرقمية.	4.00	0.782	80	19.55
q16	لتقديم منتجات الكترونية تتلاءم مع المتطلبات والحاجات المتغيرة للزبون.	4.08	0.565	81.6	13.85
q17	تعزيز مقبولية زبائنها، مما يزيد من ولائهم واستمرار تعاملهم مع الشركة باستمرار.	3.30	0.788	66	23.88
	السلامة الرقمية	3.97	0.351	79.4	8.85
q18	الحفاظ على سجلاتها وبياناتها ومنتجاتها الرقمية من الاختراق الرقمية غير المتوقع	4.34	0.626	86.8	14.43
q19	الحد من الأنشطة الاحتيالية، وسرقة الهوية مما يقلل من الخسائر المالية المحتملة.	4.26	0.561	85.2	13.17
q20	تجنب الانقطاعات التشغيلية الداخلية التي قد تحدث بسبب الهجمات الرقمية.	4.44	0.501	88.8	11.29
q21	تلبية حاجات الزبائن من حيث الكم والنوع بصورة امنة تضمن أمن الزبون رقميا.	4.18	0.660	83.6	15.79
q22	توسيع اعمال المنظمة المختلفة بصورة آمنة في الأسواق التي تعمل بها.	4.50	0.543	90	12.07
	الامان الرقمي	4.34	0.414	86.80	9.54
q23	تطوير رؤيتها التسويقية وجعلها واضحة عند الدخول الأسواق جديدة غير متوقعة.	4.28	0.572	85.6	13.37
q24	توسيع نطاق وصول المنظمة لجمهور عالمي بسهولة أكبر مقارنة بالاتصالات التقليدية.	4.16	0.548	83.2	13.18
q25	تمكين الشركات من التفاعل المباشر مع الزبائن بشكل فوري وتعزيز من تجربته.	4.40	0.494	88	11.23
q26	توفير بيانات دقيقة وتحليلات تفصيلية تساعد المنظمة على فهم سلوك الزبائن واهتماماتهم.	3.74	0.723	74.8	19.34

q27	تقليل التكاليف مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية كالإعلانات التلفزيونية أو المطبوعة	3.38	0.830	68.6	24.56
28	تحقيق المرونة في التواصل مما يمكنها من تعديل استراتيجياتها وأسلوب تواصلها.	3.98	0.699	79.8	17.93
	الاتصالات الرقمية	3.99	0.423	79.8	10.61
	الذكاء الرقمي	4.06	0.268	81.2	6.6

المصدر :اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج(SPSS 26)

وبشكل عام اتضح من مخرجات الجدول (2) حصول المتغير المستقل **الذكاء الرقمي** على وسط حسابي (4.06) مرتفع المستوى ، وتمارس باهتمام نسبي (81.2%) جيد من قبل الشركة المبحوثة، وبانحراف معياري (0.268) على المستوى العام ، وبمعامل اختلاف الاجمالي البالغ (6.6%) دليلاً على وجود رؤية إستراتيجية موحدة وتوافق فكري كبير بين الإدارة العليا والوسطى فيما يتعلق بالأهمية الشاملة للمتغير. ومع ذلك، تُظهر القراءة التفصيلية لمعامل الاختلاف في الأبعاد والفقرات وجود تباينات جوهرية تنشأ بسبب طبيعة العمل لكل من المستويين الإداريين: الإستراتيجي والتنفيذي، وان النتائج المستخرجة من جدول(2) تدعم النتائج التي تم التوصل لها على مستوى الابعاد الفرعية من ادراك عينة البحث لتوافر ابعاد متغير الذكاء الرقمي في المنظمة المبحوثة، وعلى مستوى الابعاد الفرعية للمتغير المستقل تبين النتائج عللى النحو الاتي:

1- حقق بُعد **الهوية الرقمية** وسطا حسابيا موزونا بلغ (4.03) أي بمستوى (مرتفع)، فيما بلغت قيمة شدة الاهمية النسبية (80.6%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.596)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف نحو (14.12%) تُعد الأكثر تشتتاً بين الأبعاد الأولى، مما يكشف عن فجوة في الرؤية؛ إذ تركز الإدارة العليا على الضوابط القانونية والسيادية لتأكيد الهوية الرقمية وتشريعاتها، بينما تواجه الإدارة الوسطى التحديات الفنية والإجرائية اليومية في التحقق من هوية العملاء إلكترونياً. . مما تقدم يتضح لنا جلياً ان أن الهوية الرقمية للشركات هي ما تتركه الشركة من معلومات ومنشورات يتم نشرها من قسم التسويق أو العلاقات من خلال مواقعها الالكترونية للجمهور التي من خلالها تعزز وجودها وزيادة الوعي بالعلامة التجارية والوصول الى الاسواق جديدة عبر نافذة التسويق الرقمي.

2- اما بُعد الثاني الفرعي **المنصات الرقمية** ضعف القدرة على التثير حقق وسطا حسابيا موزونا بلغ (3.99) بمعنى انه يتمتع بمستوى إجابة (جيدة)، فيما بلغت الاهمية النسبية (79.8%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.373)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف (9.35%) فتأتي رغم حلولها في المرتبة الثالثة مع أقل نسبة تشتت بين الأبعاد، مما يعكس فهماً موحداً بين المستويين الإداريين بأهمية استثمار المنصات وتخطي الحدود الجغرافية للوصول إلى العملاء، مما تقدم من نتائج يتضح لنا ان من خلال هذا البعد تمكن ادارة الشركة من اختراق السوق الإلكترونية ومشاركة وزيادة التفاعل من خلال تمكين شريحة من العملاء من الاستفادة من وجود خدماتها المتاحة على مواقعها الالكترونية.

3-في حين حقق بُعد **السلامة الرقمية** وسطا حسابيا موزونا بلغ (3.97) بمعنى انه يقع بمستوى إجابة (جيد) فيما بلغت الاهمية النسبية (79.4%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.351)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف (8.85%) يشير انخفاض التشتت هنا إلى اتفاق المستويين الإداريين على أن إجراءات السلامة والبيئة المستقرة مقبولة، لكنها ما زالت بحاجة إلى تطوير لتصل إلى مستوى طموحات الشركة في التوسع، مما تقدم نستنتج من خلال هذا البعد تعزز إلى الممارسات والاحتياطات المتخذة من ادارة الشركة لحماية المعلومات الشخصية والأجهزة والتفاعلات عبر الإنترنت ، وتوفير بيئة مستقرة وآمنة للشركة لغرض التوسع في تسويق المنتجات الرقمية.

4- اما بُعد الرابع **الامان الرقمي** حقق وسطا حسابيا موزونا بلغ (4.34) بمعنى انه يتمتع بمستوى إجابة (جيدا جدا)، فيما بلغت الاهمية (86.80%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.414)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف (9.54%) يشير انخفاض معامل الاختلاف هنا إلى وجود توافق فكري قوي؛ حيث تتفق الإدارة العليا (صاحبة القرار) والإدارة الوسطى (التنفيذية) تمامًا على أن حماية الأصول الرقمية للشركة من الاختراق أمر لا يمكن التغاضي عنه نظرًا لحساسية القطاع التأميني من الناحية المالية، مما تقدم من نتائج يتضح لنا ان ادارة الشركة تسعى الى تلبية حاجات الزبائن من حيث الكم والنوع بصورة امنة تضمن أمن الزبون رقميا، وتعد ضرورة استراتيجية لحماية البيانات الحساسة، الأصول الرقمية، وسمعة الشركة من التهديدات المتطورة.

5- في حين حقق بُعد الاخير من ابعاد الذكاء الرقمي **"الاتصالات الرقمية"** وسطا حسابيا موزونا بلغ (2.39) بمعنى انه يقع بمستوى إجابة (ضعيف)، فيما بلغت شدة الاجابة (48%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (1.111)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف (46.44%) فتواجه تشتتاً واضحاً يعزى إلى اختلاف النظرة؛ حيث تقيم الإدارة العليا هذه الاتصالات من منظور الكلفة الاستثمارية الشاملة وترى أنها مكلفة، بينما تنظر إليها الإدارة الوسطى من زاوية الكفاءة وتسهيل التواصل الفوري واليومي مع العملاء وتعتبرها توفيراً للجهد، مما تقدم نستنتج ان تطوير الشركة المبحوثة رؤيتها التسويقية وجعلها واضحة عند الدخول الأسواق جديدة غير متوقعة، والتي تساهم في تعزيز الصورة المؤسسية وتطوير التفاعل الإيجابي مع الجمهور

ثانياً: وصف وتشخيص الاداء المستدام:

يتمثل المتغير التابع بالاداء المستدام والذي يحاول الباحث تحسينه، وقد قيس من خلال ثلاث ابعاد (الاداء **البيئي، الاداء الاجتماعي، الاداء الاقتصادي)** في شركة التأمين العراقية، اذ تمثل البعد بعشرين فقرة، سيتم تناول فقرات هذا المتغير من خلال التحليل الاحصائي الوصفي على استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة والاهمية النسبية والانحرافات المعيارية المحسوبة سواء على المستوى الابعاد الفرعية او على مستوى الكلي وعلى النحو الاتي:

الجدول (3) تحليل ومناقشة الأداء المستدام (n=50)

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية%	معامل الاختلاف%
q29	تحرص إدارة الشركة على توليد موارد إضافية عن طريق تعزيز النمو الإقتصادي دون المساس بمستويات أجور العاملين فيها.	3.44	0.812	68.8	23.61
q30	تسعى إدارة الشركة إلى تعظيم فوائدها الاقتصادية مع احترام الخدمات المقدمة من قبل المنافسين.	4.02	0.552	80.4	13.74
q31	لاتعتمد إدارة الشركة أساليب شفافة وذات مصداقية في جميع تعاملاتها الاقتصادية.	3.92	0.600	78.4	15.31
q32	تهتم إدارة الشركة بالوفاء في التزاماتها تجاه زبائنها وهو الاسلوب الرئيس المعتمد في التعاملات الشركة	3.32	0.712	66.4	21.45
q33	تعمل إدارة الشركة على تحقيق حصة سوقية افضل من خلال تبني الية لتقليل المخاطر وتحسين الكفاءة.	3.78	0.478	75.2	13.26
q34	تحرص إدارة الشركة على تنفيذ الموازنة التخطيطية من خلال تظافر جميع جهود اقسامها وفروعها.	4.14	0.544	79.2	12.26
q35	تخطط إدارة الشركة لزيادة استثمارتها في المشاريع الاقتصادية من أجل تحقيق معدلات نمو اعلى .	3.96	0.604	79.2	15.26
	الاداء الاقتصادي	3.73	0.472	74.6	12.66
q36	تلتزم إدارة الشركة بدعم الحاجات الإنسانية للعاملين فيها	4.14	0.534	82.8	12.90
q37	تشيع إدارة الشركة ثقافة تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى جميع العاملين فيها.	4.00	0.670	80	16.75
q38	لاتعمد إدارة الشركة على الأخذ بالحسبان العوامل المجتمعية عند تحليل المشكلات التي تواجهها.	4.04	0.754	80.8	18.67
q39	تقوم سياسة إدارة الشركة تقوم على المحافظة على علاقاتها الاجتماعية مع اصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين.	4.16	0.548	83.2	13.18
q40	تكرس إدارة الشركة الجهود للتواصل المستمر مع الزبائن والتعرف على آرائهم حول الخدمات المقدمة من الشركة.	3.98	0.588	79.6	14.78
q41	الهدف الرئيس لإدارة الشركة هو تصميم خدماتها طبقاً لأعراف وتقاليد المجتمع.	4.22	0.545	84.4	12.92
q42	تعد المساهمة في دعم فعاليات المجتمع والهيئات والمؤسسات المختلفة ضمن أولويات أهداف وسياسات الشركة.	3.86	0.756	77.2	19.59
	الإداء الاجتماعي	4.05	0.436	81	10.77
q43	تعمل إدارة الشركة جاهدة لتوفير المستلزمات الضرورية للمحافظة على بيئة عمل آمنة للعاملين فيها.	**3.50**	0.788	70	22.52
q44	تعتمد إدارة الشركة برامج تثقيفية لنشر الوعي البيئي بين العاملين واشراكهم في حماية البيئة.	**3.98**	0.552	79.6	13.87
q45	تحرص إدارة الشركة على الوفاء بالتزاماتها الأخلاقية في مجال حماية البيئة.	**3.98**	0.553	79.6	13.90
q46	نادرا ما تمنح إدارة الشركة العاملين في جميع المستويات حق المشاركة في عملية تحسين ادائها البيئي.	**3.82**	0.560	76.4	14.66

q47	تحرص إدارة الشركة على المساهمة في السيطرة او تحجيم تأثير التغيرات البيئية على أنماط الحياة المستدامة بيئياً.	**4.16**	0.560	83.6	13.40
q48	تهتم إدارة الشركة بالمؤشرات البيئية عند تقديم خدماتها التأمينية	**4.20**	0.582	84	14.20
	الاداء البيئي	3.89	0.396	77.8	10.18
	الاداء المستدام	3.89	0.371	77.8	9.54

حصل البعد المعتمد الأداء المستدام على وسط حسابي (3.89) مرتفع على المستوى العام ، فنال اهتمام نسبي (77.8%) جيد، ومعامل اختلاف نسبي (9.54%) يعكس وجود توافق قيادي عام حول أهمية الاستدامة بمفهومها الشامل كاتجاه مؤسسي. لكن عند تحليل النتائج على مستوى الأبعاد، تتضح وجود فجوات إدراكية بين أفكار الإدارة العليا وأفكار الإدارة الوسطى، وهو ما توضحه قيم معامل الاختلا، وانحراف معياري (0.371) ليشير الى اتفاق العينة وتجانس آرائها وتقاربها حول ان النتائج المذكورة تدعم النتائج التي تم التوصل لها على مستوى الابعاد الفرعية من ادراك عينة البحث لتوافر ابعاد متغير المعتمد الأداء المستدام في الشركة المبحوثة، اما على مستوى الابعاد الفرعية تبين مايلي:

1- حقق البُعد الأداء الاقتصادي وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (.373) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت الاهمية النسبية (74.6%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.472). وبلغت نسبة معامل الاختلاف (12.66 %) ومع ذلك، يظهر الأداء الاقتصادي تفاوتاً أكبر، مسجلاً أعلى معدل تشتت في الرؤية. تنظر الإدارة العليا إلى الموضوع من منظور استراتيجي يهدف إلى تعزيز الفوائد وتنفيذ الميزانية التخطيطية، في حين تواجه الإدارة الوسطى تحديات وضغوطات يومية لتحقيق مرونة في الحصة السوقية والوفاء بالتزامات العملاء، مما تقدم يتضح ان تحرص إدارة الشركة على تنفيذ الموازنة التخطيطية من خلال تظافر جميع جهود اقسامها وفروعها.

2- اما بالنسبة لبعد الأداء الاجتماعي حق وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (4.05) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت الاهمية النسبية (81%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.436)، ومعامل الاختلاف بلغت قيمته (10.77) يعكس ذلك انسجاماً فكرياً كاملاً بين الإدارة العليا والوسطى، حيث تتفق الرؤيتان على الأهمية المجتمعية والإنسانية لدور الشركة. باعتبارها مؤسسة حكومية تابعة لوزارة المالية، فإن تركيزها الأساسي ينصب على الخدمة العامة قبل تحقيق الأرباح. ، مما تقدم نستنتج ان ادارة الشركة تصميم خدماتها طبقاً لأعراف وتقاليد المجتمع.

3- لبعد الاخير من ابعاد الاداء المستدام "الأداء البيئي" حق وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.89) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت الاهمية النسبية (77.8%)، اما قيمة الانحراف المعياري فكانت (0.396)، ومعامل الاختلاف بلغ 10.18 تشير البيانات إلى وجود توافق وتجانس كبير بين المستويات الإدارية، وذلك بسبب الالتزام المشترك بالضوابط والمؤشرات البيئية الوطنية، والتي تشكل متطلباً تشريعياً موحداً للقطاع التأميني، مما تقدم من نتائج يتضح لنا جلياً ان ادارة الشركة تهتم بالمؤشرات البيئية عند تقديم خدماتها التأمينية

المطلب الثاني : اختبار فرضيات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث

يهدف الى اختبار علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث، حيث سيتم اختبار علاقات الارتباط والتأثير على مستوى الفرضيات الفرعية التي انبثقت عن الفرضيات الرئيسة وكذلك اختبار علاقات الارتباط والتأثير على المستوى الكلي من خلال استخدام معامل الارتباط البسيط (Pearson) ومعامل الانحدار الخطي البسيط.

يستخدم ارتباط بيرسون لإكتشاف قوة العلاقة بين المتغيرات واتجاهها، ويمثل الارتباط الايجابي بين متغيرين إلى أن الزيادة في أحدى المتغيرات يقابلها زيادة في المتغير الأخر، أما الارتباط السلبي فيشير إلى الزيادة في أحد المتغيرات يقابلها انخفاض في المتغير الأخر (Pallant,2010:103)، والجدول (4) يبين قيم معاملات الارتباط ونوع العلاقة وقوتها.

جدول (4) يبين قيمة معاملات الارتباط ونوع العلاقة وقوتها

قيمة معامل الارتباط	نوع العلاقة وقوتها
1 ، 0.5	علاقة ايجابية طردية قوية
0.5 ، 0.3	علاقة ايجابية طردية جيدة
0.3 ، 0.1	علاقة ايجابية طردية مقبولة
0.1 ، -0.1	علاقة ضعيفة جدا (لا توجد علاقة)
-0.1 ، -0.3	علاقة سلبية عكسية مقبولة
-0.3 ، -0.5	علاقة سلبية عكسية جيدة
-0.5 ، -1	علاقة سلبية عكسية قوية

Source: Cohen, J, (1977)," Statistical power analysis for the behavioral sciences", New York: Academic Press.

أولاً : اختبار الفرضية الرئيسة الاولى التي تنص(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الرقمي والأداء المستدام)، ولقد تفرع عنها خمس فرضيات فرعية وكما هو مبين ادناه :

1- توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين الهوية الرقمية والأداء المستدام بأبعاده.

2- توجد علاقة إرتباط ذات دل دلالة إحصائية بين المنصات الرقمية والاداء المستدام بأبعاده.

3- توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين السلامة الرقمية والأداء المستدام بأبعاده.

4- توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين الامان الرقمي و الأداء المستدام بأبعاده .

5- توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين الاتصالات الرقمية والأداء المستدام بأبعاده .

يظهر الجدول (4) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson)بين هذه المتغيرات وابعاده.

وقبل الدخول في اختبار هذه الفرضية فأن الجدول (4) يشير أيضاً إلى حجم العينة (50) ونوع الاختبار (2-tailed). ومختصر (Sig.)في الجدول يشير إلى اختبار معنوية معامل الارتباط . فإذا ظهر وجود علامة (*) على معامل الارتباط فأن هذا يعني بأن الارتباط معنوي عند مستوى (5%)، أما في حال وجود علامة (**) على معامل الارتباط فان ذلك يعني بأن الارتباط معنوي عند مستوى (1%).

جدول (4) اختبار الفرضية الرئيسة الأولى (فرضية الارتباط)

		الهوية الرقمية	المنصات الرقمية	السلامة الرقمية	الامان الرقمي	الاتصالات الرقمية	الذكاء الرقمي
الاداء المستدام	Pearson Correlation	**0.868	**0.860	**0.629	**0.731	**0.651	** 0.862
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	50	50	50	50	50	50

(**) يشير إلى مستوى ثقة أكبر من أو يساوي (99%) وأي مستوى معنوي أقل من أو يساوي (0.01).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.26)

يظهر جدول (4) مصفوفة الارتباط الذي اختبر الفرضية الرئيسة الأولى وما تفرع عنها من خمس فرضياتفرعية بأن هناك علاقات ارتباط موجبة قوية (لأن قيمتها أكبر 0.50) وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين الاداء المستدام والذكاء الرقمي ، إذ بلغت قيم معامل الارتباط بين متغيري البحث بلغت قيمته (0.862) عند مستوى دلالة (1%) وتعد علاقة قوية بضوء قاعدة (Cohen).

وعلى مستوى الابعاد كانت اقوى علاقة ارتباط بين كل من الهوية الرقمية والاداء المستدام ، اذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.868) عند مستوى دلالة (1%) وتعد علاقة طردية قوية بضوء قاعدة (Cohen). فيما كانت اضعف علاقة ارتباط بين السلامة الرقمية والاداء المستدام ، اذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.629) و تعد علاقة ارتباط قوية بضوء قاعدة (Cohen).

وتدل النتائج المستحصلة من الجدول (4) قبول فرضية الوجود بالنسبة للفرضية الرئيسة الأولى وفرضياتها الفرعية، والتي تنص على انه ((**توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الرقمي والأداء المستدام**))

ثانياً : اختبار الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص : يوجد تأثير ذي دلالة معنوية بين الذكاء الرقمي في الأداء المستدام، ولقد تفرع عنها خمس فرضيات فرعية وكما هو مبين ادناه :

1. يوجد تاثير ذو دلالة احصائية للهوية الرقمية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
2. يوجد تاثير ذو دلالة احصائية لمنصات الرقمية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
3. يوجد تاثير ذو دلالة احصائية للسلامة الرقمية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
4. يوجد تاثير ذو دلالة احصائية للامان الرقمي في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.
5. يوجد تاثير ذو دلالة احصائية للاتصالات الرقمية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.

جدول (5) تقدير علاقة الانحدار الخطي البسيط بين والذكاء الرقمي وابعاد الاداء المستدام

المتغير التابع / المتغير المستقل	الاداء المستدام					
	B	R^2	T	Sig.	F	Sig.
الذكاء الرقمي	0.85	0.72	4.43	0.000	10.31	0.000
الهوية الرقمية	0.87	0.71	3.93	0.000	9.31	0.000
المنصات الرقمية	0.85	0.69	3.32	0.000	8.24	0.000
السلامة الرقمية	0.72	0.42	3.22	0.000	5.84	0.000
الامان الرقمي	0.61	0.39	3.13	0.000	5.17	0.000
الاتصالات الرقمية	0.63	0.40	3.13	0.000	5.20	0.000

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.26)

يتضح من نتائج الجدول (5) بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل الذكاء الرقمي في الاداء المستدام على (0.85) وهذا يعني انه اذا تغير التسويق الإلكتروني بمقدار وحدة واحدة، فأن التفوق التسويقي سيزداد بمقدار (85%) ، علماً ان المستقل بابعاده مجتمعة حققت تاثيراً معنوياً في المعتمد" الاداء المستدام" وان نسبت ما تحدثه من تأثير هي 72% اما النسبة المتبقية 28% من التغيرات الحاصلة في متغير الاداء المستدام تعود الى متغيرات اخرى لم يتضمنها النموذج، كما ان قيم (F) المحسوبة والبالغة (10.31) وهي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (4.45) وان قيمة (p) هي (0.000) اقل من مستوى الدلالة البالغة (0.05) وهذا ما يؤكد على قبول فرضية البحث الرئيسة والتي مفادها (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغير التسويق الإلكتروني في ابعاد التفوق التسويقي مجتمعة).

وعند الرجوع الى الجدول (5) ولغرض اثبات صحة الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الثانية يتضح الاتي:

1- **الفرضية الفرعية الاولى : يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية للهوية الرقمية في الاداء المستدام بأبعادها مجتمعة.**

يتبين من الجدول (5) أن بعد الهوية الرقمية حقق تأثيراً ذو دلالة معنوية في الاداء المستدام وما يحدثه من التغيرات لهذا البعد (87%) اما النسبة المتبقية (13%) تعود الى متغيرات اخرى لم يتضمنها النموذج، اما معامل الانحدار بلغت قيمة (0.74) وهذا يعني اذا تغير البُعد بمقدار وحدة واحدة فان متغير التفوق التسويقي سيزداد بمقدار (74%) ، وان قيمة F المحسوبة (9.31) وهي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (3.93) وان قيمة p (0.000) وهي ايضاً اقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا ما يؤيد قبول الفرضية الفرعية الاولى والتي مفادها (يوجد تاثير ذو دلالة احصائية لبعد الهوية الرقمية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة).

2- **الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لبعد المنصات الرقمية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.**

اظهرت المنصات الرقمية تأثيراً ذو دلالة إحصائية في متغير الاداء المستدام بلغ معامل الانحدار (0.85) وهذا يعني اذا تغير البُعد بمقدار وحدة واحدة فان متغير الاداء المستدام سيزداد بمقدار (86%) ، اذ بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0.71%) وهذا يعني ان بعد المنصات الرقمية يفسر نسبة 71% من التغيرات الحاصلة في متغير المعتمد وان ما نسبته 29% من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد تعود الى متغيرات اخرى، وان قيمة (F) المحسوبة (8.24) هي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (3.93) كما ان قيمة p وهي (0.000) اصغر من مستوى الدلالة (0.05) مما يؤكد ذلك قبول الفرضية الفرعية الثانية للبحث والتي مفادها (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية بعد المنصات الرقمية في ابعاد الاداء مجتمعة).

3- **الفرضية الفرعية الثالثة : يوجد تأثير ذي دلالة إحصائية لبعد السلامة الرقمية في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة)**

استنادًا إلى القيم المستخرجة من الجدول، تبين أن معامل الانحدار المرتبط لبعد السلامة الرقمية يظهر تأثيرًا ذا دلالة معنوية على أبعاد الأداء المستدام بقيمة .(0.73)هذا يشير إلى أنه إذا تغير هذا البعد بمقدار وحدة واحدة، فإن الأداء المستدام سيزداد بنسبة .(73%)أما بالنسبة لمعامل التحديد، فقد بلغت نسبته (0.40%)، مما يعني أن (60%)من التغيرات الحاصلة في متغير الأداء المستدام تعود إلى عوامل أخرى لم يتم تضمينها في النموذج .كما أشارت النتائج إلى أن القيمة المحسوبة (F)التي بلغت (5.19) تتجاوز قيمتها الجدولية البالغة) (3.22)، بالإضافة إلى ذلك، فإن قيمة (P=0.000)أقل بكثير من مستوى الدلالة المعتمد .(0.05) بناءً على هذه النتائج، يتم قبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لبعد السلامة الرقمية على ابعاد الأداء المستدام مجتمعة.

4- **الفرضية الفرعية الرابعة : لايوجد تأثير ذو دلالة احصائية لبعد الامان الرقمي في ابعاد الاداء المستدام مجتمعة.**

يتضح من الجدول (5) أن قيمة معامل الانحدار بلغت (0.61)، مما يشير إلى أنه عند حدوث تغيير بمقدار وحدة واحدة في البعد المدروس، فإن متغير الأداء المستدام سيرتفع بنسبة (0.61) كما أظهر البعد الخاص بالامان الرقمي تأثيراً ذا دلالة معنوية على متغير الأداء المستدام، حيث بلغت نسبة تأثيره وفق معامل التحديد 0.39% وهذا يعني أن 61% من التغيرات التي تحدث في الأداء المستدام ترتبط بعوامل أخرى لم يتضمنها النموذج المستخدم .بالإضافة إلى ذلك، تُظهر قيمة (F)المحسوبة، التي بلغت 5.19، أنها أعلى من القيمة الجدولية البالغة 3.13، بينما كانت قيمة p تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية المحدد عند(0.05)، وهذا يؤكد رفض الفرضية الفرعية الرئيسية وقبول الفرضية البديلة للبحث، **والتي تنص على أنه لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الامان الرقمي على أبعاد الأداء المستدام بشكل مجتمعة**

5- **الفرضية الفرعية الخامسة تنص وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لبعد الاتصالات الرقمية على أبعاد الأداء المستدام مجتمعة.**

من الجدول رقم (5)، تُظهر النتائج أن قيمة معامل الانحدار بلغت (0.63)، مما يعني أنه إذا تغير البعد الاتصالات الرقمية بمقدار وحدة واحدة، فإن الأداء المستدام سيزداد بنسبة (63%) ، هذا يدل على أن بعد الاتصالات الرقمية يؤثر بشكل معنوي على الأداء المستدام. نسبة تأثيره وفق معامل التحديد بلغت 0.39% فقط، مما يوحي بأن 61% من التغيرات في الأداء المستدام تعود إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج. بالإضافة إلى ذلك، كانت القيمة المحسوبة لـ F تساوي (5.19)، وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة 3.13، بينما قيمة p بلغت (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). بناءً على هذه النتائج، يتم رفض الفرضية الأساسية وقبول الفرضية البديلة **التي تنص على وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لبعد الاتصالات الرقمية على أبعاد الأداء المستدام مجتمعة**

الاستنتاجات والتوصيات

أولا: الاستنتاجات:

1. كشفت النتائج الإحصائية عن حصول جميع فقرات المتغير التابع (الأداء المستدام) على مستويات تقييم جيدة فاقت الوسط الفرضي البالغ (3)، مما يثبت وجود توافق وانسجام موضوعي بين مستويات الإدارة (العليا والوسطى) نحو تبني وتطوير متطلبات الاستدامة. وقد برز هذا الاتفاق جلياً في الأبعاد الاجتماعية والبيئية كأولوية وطنية ملزمة، رُغم وجود فجوات تباين تشغيلية طفيفة في أبعاد الأداء الاقتصادي تفرضها طبيعة المعوقات الميدانية اليومية.
2. تبين أن استجابات أفراد العينة نحو جميع جوانب المتغير المستقل (الذكاء الرقمي) كانت مرتفعة، متجاوزة المتوسط النظري البالغ 3، ما أظهر تجانساً فكرياً واضحاً في مجالي السيادة والأمان الرقمي. يعكس هذا المؤشر الإحصائي مدى اهتمام القيادة بأهمية تفعيل تطبيقات الذكاء الرقمي واستخدامها بشكل مؤسسي لتحسين البنية التحتية والمخرجات التأمينية للشركة، وصولاً لأعلى مستويات الفاعلية الرقمية.
3. أظهرت النتائج أن عينة البحث قادرة على استخدام أبعاد الذكاء الرقمي كركيزة فكرية مبتكرة لحل المشكلات والضغوط التشغيلية التي تواجه الشركة. يساهم ذلك في تحسين الأداء الكلي وتطوير مخرجات تأمينية فعالة، مما يعزز الأسس الاستراتيجية للأداء المستدام على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي في شركة التأمين العراقية العامة
4. جاءت نتائج علاقات الارتباط لتحقق مجمل عناصر الذكاء الرقمي والمتمثلة بـ(الهوية الرقمية، المنصات الرقمية، السلامة الرقمية، الامن الرقمي، الاتصالات الرقمية) علاقات ارتباط معنوية مع مجمل ابعاد الاداء المستدام (الاداء الاقتصادي، الاجتماعي، البيئي) وهذا يؤكد على أهمية ابعاد الذكاء الرقمي التي يجب ان تمارسها الادارة العليا في الشركة المبحوثة ودورها في تقديم خدمات متميزة قادرة على اشباع حاجات ورغبات العملاء .
5. الذكاء الرقمي يتميز بقدرته على تحليل نشاط المنافسين وفهم أهدافهم واستراتيجياتهم الحالية والمستقبلية، ومن اجل تقديم خدمات ومنتجات ذات جودة عالية للعملاء.
6. لتحقيق ذكاء رقمي فعال في الشركة المبحوثة، يجب على الاقسام التحول من "العمليات اليدوية" إلى نماذج أعمال تدمج التعلم الآلي وأتمتة العمليات لضمان قابلية التوسع والاستدامة في سوق يتجه بسرعة نحو الرقمنة الشاملة بحلول هذا العام.
7. اظهرت الدراسة الميدانية ان هنالك اهتمام جيد في الشركة بالذكاء الرقمي لأنه يعدُّ أداة مهمة من شأنها أن تخلق بيئة عمل مستقرة خالية من المشكلات عند تبني ابعاد الذكاء الرقمي.
8. توفر الشركة المبحوثة المتطلبات الاساسية والضرورية للتقديم الخدمات التأمينة المتنوعة، متبعة افضل معايير واجراءات العمل، وكذلك توفير وسائل الاتصال السريعة والكفوءة، وبذلك فأنها تهتم بتوفير كل سبل النجاح في تسويق خدماتها في الشركة.

رابعاً: التوصيات

1. على ادارة الشركة تكوين وحدة مشتركة للابتكار الرقمي تضم ممثلين من الإدارة العليا والوسطى في شركة التأمين العراقية العامة، بهدف استخدام الذكاء الرقمي في توليد الأفكار وحل المشكلات التشغيلية وتصميم منتجات تأمينية خضراء لتعزيز الأداء المستدام.
2. تخصيص ميزانية استثمارية بالتعاون مع وزارة المالية لتطوير البنية التحتية البرمجية للشركة، مما يتيح إنشاء أنظمة مشفرة ومعززة بالأمن السيبراني لحماية بيانات العملاء وتقليل التكاليف التشغيلية بديلاً فعالاً عن التعاملات الورقية.
3. منح الإدارة الوسطى والتنفيذية مرونة وصلاحيات مالية أكبر في إعداد الموازنات التخطيطية لتسريع الاستجابة للالتزامات وسد الفجوات الاقتصادية والميدانية المباشرة التي يواجهونها مع العملاء في الفروع المختلفة. توجيه مزيد من التركيز نحو تحديث تقنيات الرقمية واعتماد نظم تكنولوجية متطورة بهدف تلبية متطلبات العملاء بشكل أفضل .كما يُفضل تحسين كفاءة الكوادر البشرية المتخصصة أو الاستعانة بخبرات خارجية عند الضرورة
4. تكثيف الاهتمام بتبني الذكاء الرقمي واستثماره كعامل مؤثر في تحقيق أداء مستدام، من خلال الاهتمام بممارساته واعتباره منهجاً عصرياً يتأثر بالعوامل الداخلية والخارجية، مما يساهم بفعالية في تعزيز قدرة الشركة التنافسية
5. إطلاق تطبيقات متطورة للهواتف المحمولة تتيح دفع الأقساط واستلام التعويضات إلكترونياً بمستويات عالية من الأمان الرقمي لتعزيز الثقة وزيادة قبول المواطن العراقي للخدمات التأمينية الرقمية. كذلك، إعادة هيكلة وتطوير حسابات التواصل الاجتماعي للشركة واستخدام المنصات الرقمية كأداة تسويقية تفاعلية متوافقة مع العلامة التجارية لتتبع وتحليل سلوك وآراء العملاء بشكل فوري.
6. ضرورة استغلال إدارة الشركة للذكاء الرقمي المتوفر لديها في تحسين أدائها المستدام، مع تشديد الانتباه إلى استثمار أبعاد هذا الذكاء بشكل فعال لتحقيق الأهداف المنشودة
7. إيلاء الأداء المستدام اهتماماً أكبر كعامل أساسي لاستمرارية الشركة وتنافسيتها، والتركيز على تعزيز أبعاده الثلاثة لمساعدتها على مواجهة الضغط المتزايد من المنافسين المباشرين، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى زيادة الحصة السوقية وتحقيق مكانة متميزة للشركة.
8. على الشركة التنسيق مع وزارة الداخلية لربط النظام البرمجي لشركة التأمين العامة مع بيانات البطاقة الوطنية الموحدة، لتسهيل الأتمتة وتسريع عمليات التحقق من الهوية الرقمية للمستخدمين والكيانات دون تعقيد الإجراءات. إطلاق حملات توعية بيئية ومجتمعية منظمة عبر منصات الشركة الرقمية، مع تقديم حوافز وتخفيضات على بوالص

التأمين للعملاء والمؤسسات الملتزمة بالمعايير البيئية المستدامة.

9. توفير جميع الوسائل والأدوات التكنولوجية الحديثة في بيئة العمل الداخلية لضمان سلامة وأمن موظفي الإدارات الوسطى والتنفيذية أثناء أداء وظائفهم اليومية.

توافر البيانات:

تم تضمين البيانات المستخدمة لدعم نتائج هذه الدراسة في المقالة.

تضارب المصالح:

يعلن المؤلفون أنه ليس لديهم تضارب في المصالح.

موارد التمويل:

لم يتم تلقي اي دعم مالي.

شكر وتقدير:

شكر وتقدير الى ادارة المؤتمر وادارة المجلة وادارة الشركة المبحوثة.

References:

1. Al-Oboudi, Anas Hussein Abdul. (2025). Al-dhakaa al-raqami ka-mutaghayyir wasit bayna al-taswiq al-saybarani wa-jathb al-zabun [Digital intelligence as a mediating variable between cyber marketing and customer attraction] [Master's thesis, University of Kufa, College of Administration and Economics].Al-Qurayshi, Yasser Shakir Yasser. (2017). Ta'thir al-rashaqa al-istratijiyya fi al-ada' al-mu'assasi al-must
2. adam: Dirasat halah fi Mudiriyat Tawzi' Kahraba' Muhafazat Karbala' al-Muqaddasah ma'a istitla' li-'ayyinah min al-mudara' [The impact of strategic agility on sustainable institutional performance: A case study of the Electricity Distribution Directorate in the Holy Governorate of Karbala, with a survey of a sample of managers] [Higher diploma research, University of Al-Qadisiyah, College of Administration and Economics].
3. Abdul, Ali Mazhar. (2022). Al-muhadathah al-istratijiyya wa-dawruha fi tahqiq al-ada' al-mustadam: Dirasah istitla'iyya li-ara' 'ayyinah min al-'amilin fi Sharikat al-Ta'min al-'Iraqiyya al-'Ammah [Strategic conversation and its role in achieving sustainable performance: An exploratory study of the opinions of a sample of employees at the Iraqi General Insurance Company] [Master's thesis, Al-Furat Al-Awsat Technical University, College of Administrative Technology].
4. Kazim, Zahraa Karim. (2021). Dawr muraqib al-hisabat fi ta'kid al-taqarir al-mutakamilah li-tahqiq al-ada' al-mustadam: Unmudhaj muqtarah [The role of the auditor in assuring integrated reports to achieve sustainable performance: A proposed model] [Master's thesis in Accounting Sciences, Al-Mustansiriya University, College of Administration and Economics, Department of Accounting].Carrillo, Marga Robles, (2024), Digital Identity: An Approach To Its Nature, Concept, And Functionalities, International Journal Of Law And Information Technology 32(1) Eaae019.
5. H. Harkim1, Syah Paradiba Sirait2 , Edison Parulian3 , Bambang Sugiharto4, & Rejekia Vaizal Simanungkalit5, (2025),Digital Business And Artificial Intelligence, GOLDEN RATIO OF DATA IN SUMMARY, VOLUME 5, ISSUE. 3 (2025).
6. Hadi, Ali Hassan ,(2025), Digital Intelligence And Its Role In Enhancing Outstanding Performance In Higher Education And Scientific Research Institutions In Iraq The University Of Babylon As A Model, Assistant Lecturer, Business Management, University Of Babylon, Iraq Bus.Alihassan@Uobabylon.Edu.Iq
7. Iliemena-Ifeanyi, Rachael Okwudili1 & ,Amedu, Michael Jimoh 2,(2025), Implementation Of Sustainable Business Practices For Long-Term Value Creation: Challenges And Advancement, European Journal Of Sustainable Development Research 2025, 9(3), Em0291 E-ISSN: 2542-4742.
8. ION, Raluca-Georgiana1, ANDREI, Georgian2, & Ștefania-Maria ARMĂȘELU3, (2023), STUDY ON THE USE OF DIGITAL PLATFORMS, 11th International Conference Of Management And Industrial Engineering,

Sustainability Performance of Organization: Mediating Role of Knowledge Management, Economies, ISSN 2227-7099, MDPI, Basel, Vol. 9, Iss. 3, Pp. 1-17.

14. Siddiqui, Faiza, & Salleh, Rohani , (2024), Environmental Sustainability Performance: Conceptual Development, Propositions, And Future Research Directions, INTERNATIONAL JOURNAL OF ACADEMIC RESEARCH IN BUSINESS AND SOCIAL SCIENCES, Vol 14, Issue 8.

15. Umoren, Philomena Effiong 1* And Ukpe, Abigail Prince, (2025), Direct Research Journal of Management and Strategic Studies, Vol. 6(1), Pp. 55-64, June 2025.

16. Wan, Chao, & Xu, Ran, (2024), Research On Digital Intelligence Empowers the Federation of Humanities and Social Sciences in Higher Institutions to Carry On Organized Scientific Research, Advances in Social Behavior Research 14(1):34-40.

17. Wijaya, Indra1, Rahardjo, Kusdi2, Abdillah, Yusri3, &Riza, Muhammad Faisal4, (2025), Sustainability Performance in Business: A Systematic Review Ofleadership, Culture, Capability and Digital Marketing Contributions, Cogent Business & Management2025, Vol. 12, No. 1, 2543049.

Lssn 2344-0937 ISSN-L 2344-0937 Volume 11 Website: Https://Icmie-Faima-Upb.Ro.

9. Liu, Yutong & Song, Peiyi, (2024), Research On the Influence of Firm Digital Intelligence Transformation and Management Innovation On Performance and Sustainable Development: Empirical Evidence from China, Sustainability 2024, 16(17), 7578; School of Economics and Management, Communication University of China, Beijing 100024, China.

10. Majeed, Ban Hassan 1, Wisal Hashim Abdulsalam2, Zainab Hazim Ibrahim3, Rasha H. Ali4 And Shahlaa Mashhadani5, (2025), Digital Intelligence For University Students Using Artificial Intelligence Techniques, International Journal Of Computing And Digital Systems 2025, VOL. 17, NO.1, 1-10

11. Radanliev, Petar, (2024), Digital Security By Design, Security Journal 37(4):1640-1679

12. Sadiku, Matthew N. O. 1*, Tolulope J. Ashaolu2, Abayomi Ajayi-Majebi,3 And Sarhan M. Musa4, (2021), Digital Safety, International Journal Of Scientific Advances, Volume: 2 | Issue: 5 | Sep - Oct 2021 Available Online: Www.Ijscia.Com.

13. Sapta, Ketut Setia1, Sudja, Nengah2, Landra, Nengah3, & Rustiarini, Ni Wayan, (2021),