

دراسات نقدية 2 – الأسبوع الثامن

أثر التحول الرقمي في دعم تنافسية شركات الشحن: دراسة ميدانية

إعداد الطالب/

2025



مدى مناسبة الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحقيق أهداف البحث

اعتمدت الدراسة على استخدام مجموعة متكاملة من الأساليب الإحصائية، وقد تم اختيارها بعناية بما يتماشى مع طبيعة مشكلة الدراسة وأهدافها البحثية. في ضوء اعتماد الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، كان من الضروري الاستعانة بأساليب إحصائية تمكن من تحليل بيانات كمية تصف الظواهر وتختبر العلاقات السببية بين المتغيرات. وقد وُظف ذلك من خلال مرحلتين واضحتين:

- في المرحلة الأولى، استخدمت الباحثة التحليل الإحصائي الوصفي من خلال التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لتوصيف الخصائص الديموغرافية للعينة (مثل النوع، العمر، المؤهل، المسمى الوظيفي، سنوات الخبرة)، وكذلك لتحديد الاتجاهات العامة لاستجابات العينة حول فقرات الاستبيان المتعلقة بالتحول الرقمي والتنافسية. هذا التحليل ساعد في إعطاء صورة واضحة ومتكاملة عن واقع شركات الشحن المصرية من حيث مدى تبنيها للتحول الرقمي ومستوى التنافسية.

مدى مناسبة الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحقيق أهداف البحث

اعتمدت الدراسة على استخدام مجموعة متكاملة من الأساليب الإحصائية، وقد تم اختيارها بعناية بما يتماشى مع طبيعة مشكلة الدراسة وأهدافها البحثية. في ضوء اعتماد الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، كان من الضروري الاستعانة بأساليب إحصائية تمكن من تحليل بيانات كمية تصف الظواهر وتختبر العلاقات السببية بين المتغيرات. وقد وُظف ذلك من خلال مرحلتين واضحتين:

- في المرحلة الثانية، انتقلت الباحثة إلى استخدام الإحصاءات الاستدلالية، وذلك باختبار الفرضيات من خلال:
 - ✓ تحليل الارتباط الثنائي Pearson، لتحديد وجود علاقات خطية بين متغيرات البحث.
 - ✓ تحليل الانحدار الخطي المتعدد، لتقدير قوة التأثير للمتغيرات المستقلة (استراتيجيات التحول الرقمي، تجربة العملاء، الثقافة التنظيمية، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات) على المتغير التابع (دعم التنافسية). كما تم استخدام الانحدار التدريجي للوصول إلى النموذج الأكثر تفسيراً.
- هذا الاستخدام المتنوع للأدوات الإحصائية يعكس إدراكاً منهجياً عميقاً من الباحثة لأهمية توافق أدوات التحليل مع أهداف البحث التي تتطلب اختبار علاقات ذات دلالة وتأثير، وليس فقط وصف اتجاهات سطحية.

تحديد نوع البيانات المستخدمة ومدى توافقها مع التحليل الإحصائي

من خلال مراجعة منهجية الدراسة، يتضح أن الباحثة اعتمدت بشكل كلي على البيانات الكمية دون إدخال عناصر من التحليل النوعي. فقد تم تصميم استبيان مغلق مكون من فقرات تقيس استجابات الأفراد حول متغيرات محددة، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (من "أعارض بشدة" إلى "أوافق بشدة"). تم توجيه الاستبيان إلى عينة مكونة من (212) مفردة من العاملين في ست شركات شحن مصرية موزعة بين القاهرة وبورسعيد، وتم استرداد 181 استمارة، منها 175 صالحة للتحليل بعد التنقية.

هذا النوع من البيانات يندرج ضمن نطاق البيانات الكمية ذات الطبيعة الرتبية أو الفئوية، ويتطلب استخدام أساليب إحصائية تعتمد على تحليل المتوسطات والانحدار. وبالفعل، تم الالتزام بذلك بشكل منهجي، مما يدل على أن التحليل الإحصائي كان متسقاً تماماً مع طبيعة البيانات. لم تستخدم الدراسة مقابلات مفتوحة أو أدوات تحليل نصوص، وبالتالي لم يكن هناك مبرر لتوظيف التحليل النوعي.

فعالية استخدام الإحصاءات الوصفية والاستدلالية في التحليل الكمي

أظهرت الدراسة درجة عالية من الاحترافية في توظيف الإحصاءات الوصفية لتحقيق قراءة شاملة ودقيقة للبيانات. فعلى صعيد الإحصاء الوصفي، لم تكتف الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية فقط، بل أضافت أيضاً الانحرافات المعيارية، النسب المئوية، والأهمية النسبية، مما أتاح لها مقارنة مدى الاتفاق بين فقرات الاستبيان وترتيبها بحسب درجة التأثير.

وقد تم توظيف التحليل الوصفي في عرض كل بعد من أبعاد التحول الرقمي الأربعة، وهي:

1. استراتيجيات التحول الرقمي
2. تجربة العملاء
3. الثقافة التنظيمية
4. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

فعالية استخدام الإحصاءات الوصفية والاستدلالية في التحليل الكمي

كذلك، تم تحليل أبعاد التنافسية الثلاثة: الجودة، المرونة، الإبداع. هذا التناول التفصيلي سمح برؤية مدى إدراك أفراد العينة للعلاقة بين التحول الرقمي والتنافسية. فعلى سبيل المثال، سجلت عبارة "التقنيات الرقمية توفر فهمًا أفضل لسلوك العملاء" أعلى متوسط مرجح (4.89)، ما يعكس وعيًا كبيرًا بأهمية البيانات الرقمية في تعزيز تجربة العميل.

أما من حيث الإحصاءات الاستدلالية، فقد تم اختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية باستخدام اختبار الارتباط (Pearson) والانحدار الخطي، وهو ما ينسجم مع رغبة الباحثة في تحليل التأثيرات السببية بين المتغيرات. كما تم استخدام اختبارات الثبات والصدق لمقاييس الدراسة، وبلغ معامل كرونباخ Alpha لمجمل فقرات التحول الرقمي (0.948)، ولمتغير التنافسية (0.914)، وهي نسب تعكس درجة عالية من الثبات والاعتمادية. وبذلك، فإن توظيف الأساليب الإحصائية لم يكن مجرد تطبيق روتيني، بل كان مدروسًا ومحكمًا، ما يمنح مصداقية أكبر للنتائج ويسمح بتعميمها ضمن حدود العينة والمجتمع المستهدف.

غياب التحليل النوعي ومدى مبرر ذلك في الدراسة

من المهم التأكيد على أن الباحثة لم تستخدم أي نوع من أنواع التحليل النوعي مثل تحليل المحتوى أو التحليل التركيبي. ورغم أن غياب هذا النوع قد يُعتبر نقصًا في بعض الدراسات الاجتماعية أو السلوكية، إلا أنه لا يُعد ضعفًا في هذه الدراسة تحديدًا، والسبب هو أن التصميم المنهجي بالكامل اعتمد على مدخل كمي خالص، منذ تحديد المشكلة وحتى تحليل النتائج.

الاستبيان المستخدم تم بناؤه على فقرات مغلقة وقابلة للترميز العددي، وهو ما يجعل التحليل النوعي غير مناسب أو ضروري. كما أن طبيعة العينة – وهم موظفون في شركات شحن – تفرض التركيز على الكفاءة والفعالية التشغيلية، ما يجعل استخدام أدوات رقمية أكثر دقة وتماشياً مع طبيعة القطاع والموضوع. ومن هنا، فإن قرار الباحثة بالاكْتفاء بالتحليل الكمي يُعد مبرراً علمياً.

الخاتمة

إن الأساليب الإحصائية المختارة في هذه الدراسة كانت ملائمة ودقيقة، وقد ساعدت في بناء تحليل قوي ومتماسك يحقق أهداف البحث الأساسية والفرعية. نوع البيانات المستخدم تم تحديده بوضوح (بيانات كمية)، وتم توظيف أدوات قياس وتفسير مناسبة لطبيعته. كما أن الإحصاءات الوصفية والاستدلالية تم استخدامها باحترافية، مما دعم مصداقية نتائج البحث.

أما غياب التحليل النوعي، فقد كان قراراً منهجياً مبرراً بالنظر إلى طبيعة المشكلة البحثية والأداة المستخدمة. ولهذا، فإن الدراسة تُعد مثلاً جيداً على الربط السليم بين طبيعة البيانات، وأهداف البحث، والأدوات الإحصائية المستخدمة، مما يعكس نضجاً أكاديمياً في التصميم والتنفيذ.

المرجع

عبدالله, م. م. (2025). أثر التحول الرقمي في دعم تنافسية

شركات الشحن: دراسة ميدانية. Retrieved from

https://jsst.journals.ekb.eg/article_401884_1318e_eee4eba12d274222daa6ef50871.pdf



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

