

نستعرض الأساليب الإحصائية في رسالة بعنوان: الحوكمة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية – دراسة حالة شركة نافطال الباحثين أمينة دحماني – هجيرة محمد.

في دراسة "الحوكمة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية"، استخدمت الباحثتان مجموعة من الأساليب الإحصائية المتقدمة لتوصيف وتحليل بيانات العينة بشكل دقيق وشامل. ركزت الدراسة على فهم العلاقة بين الآليات الداخلية للحوكمة وأبعاد الميزة التنافسية في المؤسسة.

1- التحليل الوصفي

- اعتمدت الباحثتان على الإحصاء الوصفي لتوصيف العينة وتحليل خصائص المشاركين مثل العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، والموقع الوظيفي. هذا التحليل ساعد في التحقق من تمثيلية العينة للواقع المؤسسي وضمان شمولية نتائج الدراسة.
- تم وصف البيانات المتعلقة بالآليات الداخلية للحوكمة مثل الشفافية، الرقابة، والمساءلة، إلى جانب أبعاد الميزة التنافسية مثل الجودة، التكلفة، والابتكار، باستخدام جداول التوزيع التكراري والنسب المئوية. كما تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتوضيح الاتجاه العام للاستجابات ومدى تشتت الآراء حول مفاهيم الحوكمة والميزة التنافسية. هذا التحليل أتاح فهماً دقيقاً لدرجة التوافق بين أفراد العينة.
- التصورات البيانية كانت أداة أخرى مهمة في الدراسة، حيث تم تمثيل خصائص العينة من خلال المخططات البيانية، مما ساعد في توضيح النسب المئوية وفئات المشاركين وفقاً لمتغيرات مثل العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، والمستوى الوظيفي. كما تم تمثيل الأطراف المعنية بالحوكمة، مثل الإدارة العليا، الموظفين، والمساهمين، باستخدام الرسوم البيانية لتوضيح دور كل فئة في تطبيق مبادئ الحوكمة.
- معامل ألفا كرونباخ تم استخدامه لقياس الثبات والموثوقية الداخلية لأداة الاستبيان المستخدمة في الدراسة. يهدف هذا التحليل إلى التأكد من اتساق عبارات الاستبيان المتعلقة بالحوكمة والميزة التنافسية. إذا كان معامل ألفا كرونباخ أعلى من 0.7، فإن أداة القياس تُعتبر موثوقة من الناحية الإحصائية، مما يعزز مصداقية النتائج.

- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري تم استخدامها لقياس الاتجاه العام للاستجابات المتعلقة بالحوكمة والميزة التنافسية. وهذا يساعد في تحديد مدى توافق الآراء حول فعالية الحوكمة وأثرها على التفوق التنافسي. كما تم عرض الانحراف المعياري استخدم لتحديد مدى تشتت الإجابات حول المتوسط، مما يوفر فهماً أعمق لمستوى الاتفاق بين أفراد العينة. هذا التحليل مفيد في قياس درجة الإجماع أو التباين في الآراء حول موضوعات الحوكمة.

2- التحليل الإحصائي والتحليل الاستكشافي

- تم استخدام معامل الارتباط لقياس قوة واتجاه العلاقة بين الآليات الداخلية للحوكمة (مثل الشفافية والرقابة الداخلية) وأبعاد الميزة التنافسية (مثل الجودة والابتكار). وهذا التحليل مهم لاختبار فرضية وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحوكمة والميزة التنافسية. كما يتيح للباحثين تحديد ما إذا كانت الآليات الداخلية للحوكمة تؤثر بشكل إيجابي أو سلبي على الميزة التنافسية للمؤسسة.
- تم تطبيق معادلة خط الانحدار البسيط لقياس تأثير الآليات الداخلية للحوكمة على الميزة التنافسية. والهدف من هذه المعادلة هو تقديم معادلة تنبؤية تتيح فهم العلاقة بين المتغير المستقل (مثل الشفافية أو الرقابة) والمتغير التابع (الميزة التنافسية). هذه المعادلة تساهم في تسليط الضوء على مدى تأثير كل من هذه الآليات على التفوق التنافسي.
- تم استخدام تقدير النموذج ومعامل التحديد لقياس مدى تفسير المتغيرات المستقلة (مثل الشفافية أو الرقابة الداخلية) للمتغير التابع (الميزة التنافسية). هذا التحليل يساعد في تقييم مدى قوة النموذج المستخدم في الدراسة وملاءمته لفهم العلاقة بين الحوكمة والميزة التنافسية، مما يعزز موثوقية النتائج ويساهم في تحسين استراتيجيات الحوكمة المؤسسية.
- تم استخدام الاختبارات الإحصائية مثل t و F لاختبار الفرضية الأساسية للدراسة: "تسهم الحوكمة في تحقيق الميزة التنافسية". تم اختبار دلالة معامل الارتباط ومعامل الانحدار باستخدام هذه الاختبارات لتحديد ما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة. هذه الاختبارات كانت ضرورية لاختبار فرضية وجود تأثير إيجابي للحوكمة على التفوق التنافسي. من خلال هذه الأساليب الإحصائية المتكاملة، تمكنت الدراسة من تقديم تحليل دقيق حول كيفية تأثير الحوكمة على الميزة التنافسية، مما يعزز الفهم العميق لكيفية تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق التفوق التنافسي في بيئة العمل.