

مهارات بحثية ١ – الاسبوع السابع

العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات:
دراسة تطبيقية على شركات القطاع الخاص في السعودية

إعداد الطالبة/
دينا علي القحطاني

دكتوراه إدارة أعمال

٢٠٢٦



مجتمع الدراسة

تحديد مجتمع الدراسة وخصائصه

تمثل مجتمع الدراسة في شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية، وبشكل أكثر تحديدًا الشركات التي تعتمد على أنظمة معلومات إدارية أو تمتلك اهتمامًا بتطبيق مفاهيم ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. ويعكس هذا الاختيار توجهًا منطقيًا، نظرًا لأن هذه الشركات تُعد البيئة الأكثر ارتباطًا بتطبيق ممارسات ذكاء الأعمال الحديثة، وكذلك المبادرات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.

ويلاحظ أن مجتمع الدراسة يتميز بالتنوع من حيث الحجم والنشاط، إذ يشمل شركات كبيرة ومتوسطة وصغيرة تعمل في قطاعات مختلفة مثل التجارة، والصناعة، والخدمات. هذا التنوع يعطي أهمية أكبر للدراسة من حيث محاولة فهم العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في بيئات تنظيمية متعددة، وليس في قطاع واحد فقط.

مجتمع الدراسة

مدى دقة تحديد المجتمع

رغم أن تحديد المجتمع جاء في إطار شركات القطاع الخاص بشكل عام، إلا أن الدراسة لم تقدم تفصيلاً دقيقاً لحجم المجتمع الكلي أو عدد الشركات المستهدفة بشكل إحصائي واضح. وهذا يمثل نقطة منهجية مهمة، لأن عدم تحديد حجم المجتمع بدقة يقلل من القدرة على تقييم مدى تمثيل العينة لاحقاً.

كما أن عدم التفصيل في توزيع الشركات حسب القطاع أو الحجم قد يحد من إمكانية تعميم النتائج، لأن تأثير ذكاء الأعمال قد يختلف بين الشركات الكبيرة والصغيرة أو بين القطاعات المختلفة.

عينة الدراسة

نوع العينة المستخدمة في الدراسة

اعتمدت الدراسة على عينة غير احتمالية من نوع العينة الميسرة أو العينة القصدية (Purposive / Convenience Sampling)، حيث تم اختيار مجموعة من العاملين أو المديرين في شركات القطاع الخاص الذين تتوفر لديهم المعرفة أو الخبرة المرتبطة بموضوع ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية.

ويشكل هذا النوع من العينات شائعًا في الدراسات الإدارية، خاصة عندما يكون من الصعب حصر جميع أفراد المجتمع أو الوصول إليهم بشكل كامل. إلا أن هذا النوع من العينة يحمل بعض القيود المتعلقة بإمكانية التحيز في الاختيار، مما قد يؤثر على تعميم النتائج.

عينة الدراسة

خصائص أفراد العينة

تكونت العينة من موظفين وقيادات إدارية داخل شركات القطاع الخاص، وغالبًا شملت فئات وظيفية مختلفة مثل:

- المديرين التنفيذيين
- مديري الإدارات
- موظفين في أقسام نظم المعلومات أو التخطيط
- موظفين لديهم اطلاع على المسؤولية الاجتماعية

ويشكل هذا التنوع إيجابيًا لأنه يتيح الحصول على رؤى متعددة حول العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، مما يعزز من عمق التحليل الإحصائي.

إن الدراسة لم توضح بشكل دقيق التوزيع النسبي لهذه الفئات داخل العينة، وهو ما قد يؤثر على تقييم مدى التوازن في التمثيل.

تحديد حجم العينة

طريقة تحديد حجم العينة

تشير الدراسة إلى أن حجم العينة تم تحديده بناءً على اعتبارات إحصائية ومنهجية تتناسب مع طبيعة المجتمع المستهدف، وغالبًا تم الاعتماد على معادلات تحديد حجم العينة الإحصائية مثل معادلة كريجسي ومورغان أو ما شابهها، والتي تعتمد على حجم المجتمع ونسبة الخطأ المسموح بها ومستوى الثقة.

وتستخدم هذه المعادلات في الدراسات الميدانية لضمان أن حجم العينة كافٍ لإجراء التحليل الإحصائي بشكل موثوق، خاصة في الدراسات التي تعتمد على الاستبيانات وتحليل العلاقات بين المتغيرات. المعادلة الإحصائية المحتملة

في حال استخدام معادلة كريجسي ومورغان، فإنها تكون بالشكل التالي:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

تحديد حجم العينة

كفاية حجم العينة

يبدو أن حجم العينة كان مناسباً لإجراء التحليل الإحصائي المطلوب، خاصة في الدراسات التي تعتمد على تحليل العلاقة بين متغيرين رئيسيين مثل ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. ومع ذلك، فإن الحكم النهائي على الكفاية يتطلب معرفة دقيقة بحجم المجتمع الأصلي، وهو ما لم يتم توضيحه بشكل تفصيلي في الدراسة.

تقييم منهجي لمجتمع الدراسة والعينة

نقاط القوة

تتمثل أبرز نقاط القوة في اختيار مجتمع دراسة مناسب جدًا لطبيعة الموضوع، وهو شركات القطاع الخاص التي تمثل البيئة الفعلية لتطبيق ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية. كما أن استخدام عينة من العاملين داخل هذه الشركات يضمن الحصول على بيانات ذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة.

نقاط الضعف

في المقابل، تظهر بعض نقاط الضعف المنهجية، أبرزها عدم تحديد حجم المجتمع بشكل دقيق، وعدم توضيح نوع العينة بشكل صريح، بالإضافة إلى غياب التفصيل في طريقة اختيار الأفراد داخل العينة. كما أن الاعتماد على عينة غير احتمالية قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على جميع شركات القطاع الخاص في المملكة.

الخاتمة

إن الدراسة اعتمدت على مجتمع مناسب جدًا لطبيعة موضوع ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، وهو شركات القطاع الخاص، كما استخدمت عينة ميدانية تتيح جمع بيانات ذات صلة مباشرة بالموضوع. إلا أن هناك بعض القصور المنهجي في تحديد حجم المجتمع، وتوضيح نوع العينة، وشرح طريقة اختيارها بشكل تفصيلي، مما يقلل من قوة التعميم. ومع ذلك، فإن العينة تبدو كافية من الناحية الإحصائية لإجراء التحليل وتحقيق أهداف الدراسة بشكل عام.

المرجع

الديبان، ف. ع. (٢٠٢٥). العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة تطبيقية على شركات القطاع الخاص في السعودية. Retrieved from

https://aja.journals.ekb.eg/article_387243_a680ddd031a250b197ac4328bfdf809e.pdf



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

