

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

فوزية عبد الله الديبان

باحث

إدارة أعمال

جامعة ميدأوشن

الإمارات العربية المتحدة

الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص في السعودية، والتعرف على واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية، وبيان طبيعة العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 350 موظف في شركات القطاع الخاص بالسعودية، واعتمدت الدراسة على قائمة استقصاء كأداة رئيسة للحصول على استجابات أفراد عينة الدراسة. توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: جاءت قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للمتغير الأول « واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بلغت (4.155 من الدرجة 5) بوزن نسبي (83.09%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود درجة موافقة كبيرة، وقد جاء ترتيب أبعاد ذكاء الأعمال تصاعدياً على النحو التالي (جمع البيانات، مستودع البيانات، تحليل البيانات، تنقيب البيانات، تناقل (عرض) البيانات. بلغ قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للمتغير الثاني « واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص » (4.114 من الدرجة 5) بوزن نسبي (82.29%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود درجة موافقة كبيرة، وقد جاء ترتيب أبعاد ذكاء الأعمال تصاعدياً على النحو التالي (المسؤولية القانونية، المسؤولية الأخلاقية، المسؤولية الاقتصادية). هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$) بين واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده وواقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص بأبعاده لدى العاملين في شركات القطاع الخاص في السعودية. في ضوء النتائج السابقة أوصت الدراسة بزيادة الاستثمار في تقنيات وأدوات ذكاء الأعمال مثل جمع البيانات وتحليلها وتنقيب البيانات، لضمان تحسين كفاءة العمليات واتخاذ قرارات مستنيرة.

الكلمات المفتاحية: ذكاء الأعمال - المسؤولية الاجتماعية - شركات القطاع الخاص في السعودية..

المقدمة

تواجه كافة منظمات الأعمال في العصر الراهن -سواء أكانت عامة أم خاصة، إنتاجية أم خدمية- تحديات كثيرة نتيجةً للتغيرات السريعة والمستمرة في كافة المجالات ، وأمام تلك التحديات أضحت الإدارة التقليدية بعملياتها ووسائلها عاجزة عن جعل المنظمات قادرة على المنافسة، الأمر الذي يحتم على هذه المنظمات استخدام أساليب إدارية تتصف في ظل هذه التغيرات الديناميكية بالحكمة والحيوية والتطور الدائم، كي تستطيع توفير بيئة عمل فعالة وإيجابية يبدع من خلالها العاملين ليرتقوا بالمؤسسة وأعمالها إلى مستوى التطورات التي تحدث على أرض الواقع.

ولقد أصبح دور المؤسسات لا يركز فقط على تحقيق الكفاءة الداخلية من أجل إرضاء مالكي ومجتمع العمال والمديرين في المؤسسة، بل يلعب أيضاً دوراً محورياً في التنمية المستدامة. يجب أن تدرك مؤسسات الأعمال أنها ليست معزولة عن المجتمع، وأن تدرك أن تركيزها لا يقتصر على توسيع أنشطتها الإنتاجية فقط، بل يمتد إلى اهتمامات المجتمع والبيئة على حد سواء، الأمر الذي يتطلب من منظمات الأعمال استخدام الموارد بكفاءة وبطريقة مثالية، والحاجة إلى مراعاة الجوانب الثلاثة التي حددها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة، وهي النمو الاقتصادي والتقدم الاجتماعي وحماية البيئة وحمايتها (الخرزاعلة، 2019).



ويأتي ذلك في ضوء الدور الكبير الذي يلعبه القطاع الخاص في تحقيق الأهداف المجتمعية المنشودة، والمشاركة بشكل مستدام في تطوير منشآت وخدمات الصحة والتعليم، والقضاء على الفقر وتحسين البيئة، وغيرها من الموضوعات التي تتطلب الكامل بين مفرزات القطاع الحكومي مع مسؤوليات القطاع الخاص (صقر، 2022)، وقد أكدت على ذلك دراسة سليمان وأحمد (2021) أن المسؤولية الاجتماعية تمثل صيغة مهمة ومفيدة لمنظمات الأعمال في علاقاتها مع مجتمعاتها، بمعنى أو الوفاء بالمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال يحقق لها العديد من الفوائد ويقف في مقدمتها صورة المنظمات في مجتمعها وترسيخ المظهر الإيجابي لدى العملاء والعاملين وأفراد المجتمع.

في ضوء ما سبق جاءت هذه الدراسة لكشف عن العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات في ظل ما الأهمية المتزايدة لهذين المتغيرين في عالم الأعمال المعاصر، خاصة في ظل التحديات البيئية والاجتماعية المتزايدة. تسعى الشركات بشكل متزايد إلى دمج ممارسات الاستدامة والممارسات الأخلاقية في عملياتها، بينما تبحث عن طرق لتحسين كفاءتها وربحيتها.

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً- ذكاء الأعمال: أهمية ذكاء الأعمال

يلعب ذكاء الأعمال اليوم دورًا مهمًا في إنشاء المعلومات الحالية لاتخاذ قرارات الأعمال التشغيلية والاستراتيجية، فتدعم أنظمة ذكاء الأعمال عمليات اتخاذ القرار بشكل خاص على المستوى التحليلي، وتتمتع بوحدة من أكبر الإمكانيات في تحقيق عدم تجانس المعلومات والتمايز عن المنافسين على التوالي<

وتأتي أهمية ذكاء الأعمال من التعقيدات التي وصلت لها المؤسسات في إدارة أنشطتها وسلاسل عملياتها، وأصبح الكم الهائل من البيانات والمعلومات بحاجة ملحة لوجود أنظمة لإدارتها، بالإضافة إلى الظهور السريع لمزيد من الأدوات والأساليب التكنولوجية الحديثة، بالإضافة إلى تحديات البيئة الخارجية للمنظمة<

ويمكن القول بأن أهمية أنظمة ذكاء الأعمال تكمن في تيسير إجراءات العمل، وتوفير الجهد والوقت، وزيادة سرعة الوصول إلى المعلومات، بالإضافة إلى البيانات الحالية وتعزيز جميع جوانب الحياد والدقة ودعم عملية التنبؤ المستقبلية للمؤسسة (العموش، 2021؛ Benabdeslam et al., 2020).

أبعاد ذكاء الأعمال

هناك العديد من الأبعاد التي يتضمنها مفهوم ذكاء الأعمال، ومن أبرزها:

- 1- جمع البيانات: مصادر البيانات هي الخطوة الأولى في نظم ذكاء الأعمال، وفي هذه الخطوة من الضروري جمع ودمج جميع البيانات المتاحة من المصادر الأولية والثانوية، والتي تختلف في النوع والأصل (Kopceikova et al., 2013).
- 2- مستودع البيانات: يُعرف مستودع البيانات بأنه «عبارة عن قاعدة بيانات تؤمن التقارير وأدوات الاستعلام، وتقوم بتخزين البيانات الجارية والبيانات التاريخية القديمة والجديدة والبيانات الإحصائية، التي تُستخلص من نظم العمليات المختلفة وتوحدتها لأغراض الحصول على التقارير والتحليل الإدارية وصناعة القرار» (العطوي، 2018).
- 3- تنقيب البيانات: تنقيب البيانات هو مجموعة متنوعة من التقنيات لتحديد شذرات المعلومات أو المعرفة الخاصة باتخاذ القرار في مجموعات البيانات، واستخراجها بطريقة يمكن استخدامها في مجالات مثل دعم القرار والتنبؤ والتقدير، وتنقيب البيانات هو استخراج غير بديهي للمعلومات الضمنية، وغير المعروفة سابقًا، والتي قد تكون مفيدة من البيانات، فهو البحث عن العلاقات والأنماط الشاملة الموجودة في قواعد البيانات الكبيرة ولكنها مخفية بين الكم الهائل من البيانات (Khan & Quadri, 2012).
- 4- عرض المعلومات: يعتمد نجاح نظام ذكاء الأعمال في تحقيق أهدافه بصورة رئيسية على نجاح عملية عرض المعلومات، وذلك من خلال القدرة على إيصال مخرجات النظام وكفاءة، إذ تعد هذه التقانات هي الجزء الظاهر لنظام ذكاء الأعمال، وتقاس كفاءتها بقدرتها على عرض المعلومات بصورة تجعلها ذات معنى للمستفيد (علي، 2020).

ثانياً - المسؤولية الاجتماعية

أهداف المسؤولية الاجتماعية

تتمثل أهداف المسؤولية الاجتماعية بشكل عام في النقاط التالية (صالح، 2015):

- 1- إظهار القدرة على توفير المنتج أو الخدمة باستمرار وفقاً لمتطلبات العملاء.
- 2- زيادة رضا العملاء والموظفين من خلال التنفيذ الفعال للنظام.
- 3- تحسين القدرات والأداء العام لتلبية احتياجات عملائها وأصحاب المصلحة الآخرين.
- 4- تقييم فعالية التدابير التي اتخذتها المؤسسة لتقديم والامتثال للأهداف السياسية والبيئية والاجتماعية.
- 5- أظهر للمجموعات المستفيدة أن سياسات المؤسسة تتفق مع الحقوق الأساسية للعمل والمجتمع.

الدراسات السابقة

دراسة علي وجميل (2022): هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في واقع تطبيق أبعاد أنظمة ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص اللبنانية، والتحقيق في مستويات تحقيق البراعة التنظيمية في شركات القطاع الخاص اللبنانية، والتحقيق في وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق أبعاد الأعمال. أنظمة الاستخبارات ومستويات البراعة التنظيمية في شركات القطاع الخاص اللبناني. تألف مجتمع الدراسة من جميع العاملين في شركات القطاع الخاص اللبناني، واختار الباحثون عينة عشوائية قوامها (80) موظفاً من شركة نوميل للبناء والتشييد لتمثيل السكان. اعتمدت الدراسة منهج البحث الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات باستخدام قائمة استقصاء. وقد تضمنت نتائج الدراسة ما يلي: «كان واقع تطبيق أبعاد أنظمة ذكاء الأعمال في الشركة (مرتفعاً) من وجهة نظر المبحوثين. كانت «مستويات البراعة التنظيمية في الشركة» درجة (عالية) من وجهة نظر المستجيبين؛ وهناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الدرجة الكلية لـ «واقع تطبيق أبعاد أنظمة ذكاء الأعمال» ودرجة البراعة التنظيمية لدى موظفي شركة نوميل للبناء والتشييد. تشمل نتائج الدراسة ما يلي: يجب على القادة تقديم النقد البناء، وأن يتسموا بالتعاون وتقدير جهود الموظفين، والقدرة على بناء الفريق والعمل من خلال المجموعة. من المهم زيادة القدرات المعرفية والمهارات لكبار القادة والمشرفين والموظفين داخل منظمات الأعمال اللبنانية بخصائص وأهمية تطبيق أنظمة ذكاء الأعمال.

دراسة صويص وعابدين (2019): هدفت إلى التعرف على دور نظام ذكاء الأعمال في بناء البراعة التنظيمية في البنوك العاملة في فلسطين. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت قائمة استقصاء كأداة وتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في البنوك (بنك فلسطين، بنك القاهرة عمان، البنك الإسلامي العربي، البنك الإسلامي الفلسطيني) وبلغت عينة الدراسة (120) عاملاً. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن واقع تطبيق نظم ذكاء الأعمال جاء بنسبة مرتفعة، ووجود علاقة طردية بين مكونات نظم ذكاء الأعمال وبناء البراعة التنظيمية.

دراسة المعصب (2018): هدفت لقياس أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية في البراعة التنظيمية من خلال قدرات ذكاء الأعمال في شركات الاتصالات في الكويت. ولتحقيق أهداف الدراسة اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وطورت قائمة استقصاء كأداة لجمع البيانات، واستخدمت العديد من الأساليب الإحصائية وتكون مجتمع الدراسة من جميع المديرين نوابهم ورؤساء الأقسام في هذه الشركات. وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لممارسات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية في البراعة التنظيمية في شركات الاتصالات في الكويت، ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية لقدرات ذكاء الأعمال في البراعة التنظيمية في شركات الاتصالات.

دراسة عيد (2017): كشفت الدراسة عن المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي. وتمثلت أداة الدراسة في استمارة، وتم تطبيقها على عينة مكونة من (53) مبحوث من أصحاب مؤسسات وشركات القطاع الخاص التي لها نشاط في مجال المسؤولية الاجتماعية في مدينة مكة المكرمة. وبينت نتائج الدراسة أن هناك تأييداً واضحاً من قبل القائمين على هذه الشركات لفكرة ومبدأ تحقيق السمعة والفخر للشركة، كما يوجد تأييداً واضحاً من قبل القائمين على هذه الشركات لفكرة ومبدأ التكافل الاجتماعي بين شرائح المجتمع.

التعقيب على الدراسات السابقة

- من حيث المنهج: اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي، وهو ما يتفق مع العديد من الدراسات مثل دراسة علي وجميل (2022)، دراسة صويص وعابدين (2019)، دراسة المعصب (2018).
- من حيث الأداة: اعتمدت الدراسة على قائمة استقصاء كأداة رئيسة للدراسة، وتتفق في ذلك مع العديد من الدراسات مثل دراسات علي وجميل (2022)، وصويص وعابدين (2019)، والمعصب (2018)، وعيد (2017).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

تمثلت أوجه الاستفادة في بلورة وبناء وإثراء الإطار النظري، وتحديد واختيار أدوات الدراسة الأنسب للدراسة، واختيار المنهج العلمي المناسب للدراسة، وتدعيم نتائج الدراسة الحالية بالدراسات السابقة، واستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، والاستفادة من مراجع الدراسات السابقة.

أوجه تميز الدراسة عن الدراسات السابقة

تميزت الدراسة في تناولها لمتغيرات ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات في شركات القطاع الخاص في السعودية والتي لم يسبق أن تم تناولها في دراسات سابقة، والتي انبرت لتناول أحد هذين المتغيرين في القطاع العام أو الأهلي.

مشكلة الدراسة

تفاقت المشكلات الاجتماعية في العصر الحالي، وحتى لا تتبعثر الجهود وتتلاشى المسؤوليات، فلا بد من تضامن أفراد المجتمع لمواجهة هذه التحديات، وهذا يتطلب أن يقوم الجميع بأدوار فعالة ومتكاملة، وتلعب مؤسسات القطاع الخاص دور مهم تجاه المجتمع، من خلال تحسين ظروفه الاجتماعية والاقتصادية والبيئية وغيرها، وذلك من خلال تبنيها لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، بالتزامها المستمر في تطوير وتحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي والبيئي لأفراد المجتمع من خلال توفير الخدمات المتنوعة، والمشاركة في مواجهة التحديات التي يتعرض لها المجتمع (أبو عيادة والحريزي، 2023). وبمطالعة النتائج ذات الصلة نجد أن هناك العديد من العوائق القائمة تجاه تطبيق المسؤولية الاجتماعية، فقد أشارت (Elasrag, 2014) إلى أنه وعلى الرغم من الاهتمام المتزايد بالمسؤولية الاجتماعية في القطاع الخاص بالمملكة، إلا أن هناك غموضاً في المفهوم والتطبيق للمسؤولية الاجتماعية مما يحد من بلورتها والإفادة منها على أرض الواقع، وقد أوصت الدراسة بضرورة توفير البنية التحتية للشركات للقيام بدورها الاجتماعي، وكذلك نشر ثقافة المسؤولية الاجتماعية وسن تشريعات خاصة تتعلق بإجراءات المسؤولية الاجتماعية، وتقديم التسهيلات من قبل الدولة للقيام بدورها الاجتماعي. فيما أكدت دراسة عيد (2019) أنه لا زال هناك غموض وعدم دراية كافية من جانب كل من الأفراد والشركات والمجتمع ككل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص وأبعادها ومدى تطورها، وكذلك بمدى فعاليتها وكيفية بلورتها والإفادة منها، كما أكدت الدراسة على وجود العديد من التحديات التي تواجه المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص مثل النظرة الضيقة والقصيرة المدى لقضية المسؤولية الاجتماعية وغياب فكر التنمية المستدامة، وغياب واضح لآليات واستراتيجيات العمل داخل الشركات فيما يخص المسؤولية الاجتماعية. وعليه فإن مشكلة الدراسة تتمثل في السؤال الرئيس التالي:

«ما علاقة ذكاء الأعمال بالمسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية؟»

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة على الأسئلة الرئيسية التالية:

- 1- ما واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص في السعودية؟
- 2- ما واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية؟
- 3- ما طبيعة العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية؟

نموذج الدراسة



شكل 1: نموذج الدراسة

أهداف الدراسة

- 1- الكشف عن واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص في السعودية.
- 2- التعرف على واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية.
- 3- بيان طبيعة العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية.

أهمية الدراسة

الأهمية النظرية

- 1- ندرة الأبحاث والدراسات التي تناولت العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية، فيؤمل إثراء المكتبة العربية التربوية حول هذا الموضوع.

- 2- تفعيل دور شركات القطاع الخاص في وظيفة خدمة المجتمع من خلال تحديد الأنشطة التي تدعم التعاون بين هذه الشركات والمجتمع ليحقق من خلالها تعاون كامل يحقق التنمية المنشودة للمجتمع من جهة، وتقدم الشركات من جهة أخرى.

الأهمية العملية

- 1- قد تفيد هذه الدراسة الإدارات العليا في شركات القطاع الخاص في تقديم توصيف دقيق لمستوى ممارسات ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية لدى شركات القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية.
- 2- يمكن أن تسهم الدراسة في تعزيز ولاء الجمهور الداخلي والخارجي لشركات القطاع الخاص خاصة إذا ما كان هناك مستوى مرضي من المسؤولية الاجتماعية الذي تقدمه لشرائح المجتمع المختلفة.

مصطلحات الدراسة

ذكاء الأعمال

عرفها زمزم (2018، 34) بأنها: «إجراءات موجبة نحو المستخدم النهائي تعتمد على توظيف التكنولوجيا ومجموعة من النماذج الرياضية والمنهجيات التحليلية للحصول على معلومات ومعرفة مفيدة لتحسين وتطوير جودة القرارات». ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: «إجراءات موجبة نحو الجمهور الداخلي لشركات القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية بحيث تعتمد على مجموعة من المناهج ومنهجيات العمل التحليلية اللازمة للحصول على معلومات مفيدة لتحسين وتطوير جودة قرارات الإدارة العليا لهذه الشركات بما يضمن تعزيز ممارسات المسؤولية الاجتماعية لديها وتسهم في خدمة المجتمع».

المسؤولية الاجتماعية

يعرفها المعاينة (2019، 8) بأنها: «عقد بين المنظمة والمجتمع تلزم بموجبه المنظمة بإرضاء المجتمع وما يحقق مصلحته وينزر لها على أنها التزام من قبل المنظمة تجاه المجتمع الذي تعيش فيه من خلال قيامها بالكثير من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر ومكافحة التلوث وخلق الكثير من فرص العمل». ويعرفها الباحث إجرائياً بأنها: «التزام بين شركات القطاع الخاص والمجتمع يهدف من خلاله إلى تقوية الروابط بينها وبين المجتمع، بما من شأنه الإسهام في تعزيز مكانتها في أذهان أفراد المجتمع بصورة عامة، وبما يسهم في تحقيق هدف الاستدامة والإسهام في خدمة المجتمع».

الإطار المنهجي للدراسة

منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي لأنه يتناسب مع طبيعة البحث الحالي وأهدافه، بهدف التعرف على العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة تطبيقية على شركات القطاع الخاص في السعودية.

مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من العاملين في شركات القطاع الخاص في السعودية قام الباحث باختيار عينة مكونة من (350) موظف ليمثلوا مجتمع الدراسة الميدانية تم اختيارهم بطريقة عشوائية من فئات عمرية وخلفيات تعليمية مختلفة من العاملين في شركات القطاع الخاص في السعودية المستهدفة.

صدق الاتساق الداخلي: قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي لقائمة استقصاء، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات أبعاد قائمة الاستقصاء، والدرجة الكلية للبعد نفسه، وذلك وفق ما يلي:

جدول رقم (1)

نتائج صدق الاتساق الداخلي لعبارات قائمة الاستقصاء

المتغير المستقل: واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص									
المحور الأول: جمع البيانات		المحور الثاني: مستودع البيانات		المحور الثالث: تنقيب البيانات		المحور الرابع: تحليل البيانات		المحور الخامس: تناقل (عرض) المعلومات	
العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط
العبارة 1	**852.	العبارة 1	**890.	العبارة 1	**806.	العبارة 1	**896.	العبارة 1	**780.
العبارة 2	**847.	العبارة 2	**796.	العبارة 2	**813.	العبارة 2	**819.	العبارة 2	**867.
العبارة 3	**875.	العبارة 3	**840.	العبارة 3	**761.	العبارة 3	**885.	العبارة 3	**637.
العبارة 4	**851.	العبارة 4	**750.	العبارة 4	**878.	العبارة 4	**845.	العبارة 4	**793.
العبارة 5	**814.	العبارة 5	**732.	العبارة 5	**833.	العبارة 5	**770.	العبارة 5	**789.
العبارة 6	**812.	العبارة 6	**890.	العبارة 6	**833.	العبارة 6	**860.		
العبارة 7	**875.			العبارة 7	**892.				
المتغير التابع: واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص									
المحور الأول: المسؤولية القانونية		المحور الثاني: المسؤولية الاقتصادية		المحور الثالث: المسؤولية الأخلاقية					
العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط
العبارة 1	**924.	العبارة 1	**735.	العبارة 1	**842.	العبارة 1	**924.	العبارة 1	**842.
العبارة 2	**897.	العبارة 2	**795.	العبارة 2	**774.	العبارة 2	**897.	العبارة 2	**774.
العبارة 3	**905.	العبارة 3	**899.	العبارة 3	**945.	العبارة 3	**905.	العبارة 3	**945.
العبارة 4	**849.	العبارة 4	**909.	العبارة 4	**807.	العبارة 4	**849.	العبارة 4	**807.
العبارة 5	**882.	العبارة 5	**741.	العبارة 5	**887.	العبارة 5	**882.	العبارة 5	**887.
العبارة 7	**900.			العبارة 7	**921.	العبارة 7	**900.	العبارة 7	**921.

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01.

جدول رقم (2)
نتائج الصدق البنائي

القيمة الاحتمالية للارتباط (.Sig)	معامل بيرسون للارتباط	البعد	المتغير
000.	**921.	المحور الأول: جمع البيانات	واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص
000.	**862.	المحور الثاني: مستودع البيانات	
000.	**891.	المحور الثالث: تنقيب البيانات	
000.	**942.	المحور الرابع: تحليل البيانات	
000.	**834.	واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده	واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص
000.	**973.	المحور الأول: المسؤولية القانونية	
000.	**885.	المحور الثاني: المسؤولية الاقتصادية	
003.	**519.	المحور الثالث: المسؤولية الأخلاقية	
000.	**884.	واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية في شركات القطاع الخاص بأبعاده	جميع مجالات قائمة الاستقصاء معاً
000.	**919.		

** ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.01.

وتشير النتائج جدول (1) أن قيم معامل ارتباط بيرسون لكل عبارة من عبارات قائمة الاستقصاء مع الدرجة الكلية للبعد؛ موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.637) كحد أدنى إلى (0.945) كحد أعلى، ويشير ذلك لوجود صدق اتساق داخلي في عبارات هذه القائمة، ومناسبتها لقياس ما أعدت لقياسه.

الصدق البنائي: يبين مدى ارتباط كل بُعد/محور من أبعاد/ محاور الدراسة بالدرجة الكلية لعبارات قائمة الاستقصاء، وذلك باستخدام معامل ارتباط بيرسون.

تشير النتائج جدول (2) إلى تحقق صلاحية الصدق البنائي، وكانت جميع معاملات الارتباط في جميع أبعاد قائمة الاستقصاء دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، فقد تراوحت قيم الارتباط بين (0.519)

جدول رقم (3)
نتائج الثبات- ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية

طريقة التجزئة النصفية	معامل		عدد العبارات	الأبعاد/ المحاور
	الارتباط قبل التصحيح	ألفا كرونباخ		
867.	781.	933.	7	المحور الأول: جمع البيانات
926.	874.	926.	6	المحور الثاني: مستودع البيانات
929.	902.	929.	6	المحور الثالث: تنقيب البيانات
913.	860.	937.	7	المحور الرابع: تحليل البيانات
869.	770.	817.	5	المحور الخامس: تناقل (عرض) المعلومات
930.	877.	975.	31	واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده
825.	859.	933.	5	المحور الأول: المسؤولية القانونية
836.	763.	866.	5	المحور الثاني: المسؤولية الاقتصادية
927.	868.	945.	7	المحور الثالث: المسؤولية الأخلاقية
884.	801.	946.	22	واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص
918.	850.	978.	48	جميع عبارات قائمة الاستقصاء معاً

كحد أدنى إلى (0.942) كحد أعلى، وجميعها قيم دالة عند مستوى (0.01)، وبذلك يكون الباحث قد تحقق من صدق الاتساق الداخلي للمقياس، وتعتبر جميع مجالات قائمة الاستقصاء صادقة لما وضعت لقياسه.

إجراءات ثبات قائمة الاستقصاء:

يقصد بثبات قائمة الاستقصاء هو أن تعطي القائمة نفس النتائج إذا أعيد تطبيقها عدة مرات متتالية، وقد تحقق الباحث من ثبات أداة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وطريقة التجزئة النصفية، وكانت النتائج كما هي مبينة في جدول (3).

يتضح من النتائج الموضحة في

جدول (3) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ

مرتفعة لكل مجالات قائمة الاستقصاء حيث بلغت لجميع عبارات قائمة الاستقصاء (0.978)، وأن قيمة معامل التجزئة النصفية بعد التصحيح كانت مرتفعة لكل المجالات، وبلغت لجميع عبارات قائمة الاستقصاء (0.918)، وتشير هذه النتائج إلى وجود درجة مرتفعة من الثبات في أداة الدراسة وعليه يمكننا توزيع قائمة الاستقصاء على العينة الفعلية للدراسة، مما يشير أن المقياس يتسم بدرجة جيدة من الثبات.

تحليل النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة ومناقشتها:

نتائج الإجابة على السؤال الأول ونصه:

ما واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص في السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط، والانحراف المعياري، والوزن النسبي لكل بُعد من أبعاد المتغير، واختبار (One Sample T test)، ومستوى الموافقة والترتيب لكل بُعد وفيما يلي توضيح ذلك.

جدول رقم (4)

نتائج جميع أبعاد المتغير الأول: واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص

م	البُعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار (ت)	قيمة (Sig)	الترتيب	درجة الموافقة
1	المحور الأول: جمع البيانات	4.284	0.274	%85.67	87.703	000.	1	كبيرة جداً
2	المحور الثاني: مستودع البيانات	4.133	0.291	%82.67	72.771	000.	2	كبيرة
3	المحور الثالث: تنقيب البيانات	4.109	0.283	%82.182	73.295	000.	4	كبيرة
4	المحور الرابع: تحليل البيانات	4.124	0.271	%82.49	77.557	000.	3	كبيرة
5	المحور الخامس: (عرض) المعلومات	4.100	0.277	%82.00	74.291	000.	5	كبيرة
	الدرجة الكلية لأبعاد واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص معاً	4.155	0.207	%83.09	104.482	000.		كبيرة

من جدول (4) تبين أن: قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للمتغير الأول «واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص» بلغت (4.155 من الدرجة 5) بوزن نسبي (%83.09) وتشير هذه النتيجة إلى وجود درجة موافقة كبيرة، وبلغ الانحراف المعياري (0.207) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات الباحثين، وللتحقق من وجود

موافقة متوسطة وذوى دلالة إحصائية، استعان الباحث اختبار «ت» لعينة واحدة، وتشير النتائج إلى أن متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في تعبئة عبارات وأبعاد واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص يميل نحو الموقف المتوسط (أي الموافقة الحيادية حول القيمة المتوسطة 3)، حيث بلغ قيمة اختبار «ت» (104.482) وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك يعتبر هذا المتغير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لعبارات وأبعاد هذه المتغير.

حاز المحور الخاص «جمع البيانات» على المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي (4.284 من الدرجة الكلية 5) وبوزن نسبي (85.67%)، أما المحور الخاص «مستودع البيانات» حاز على المرتبة الثانية، وبمتوسط حسابي (4.133 من الدرجة الكلية 5) وبوزن نسبي (82.67%)، أما المحور الخاص «تحليل البيانات» حاز على المرتبة الثالثة، وبمتوسط حسابي (4.124 من الدرجة الكلية 5) وبوزن نسبي (82.49%)، أما المحور الخاص «تنقيب البيانات» حاز على المرتبة الرابعة، وبمتوسط حسابي (4.109 من الدرجة الكلية 5) وبوزن نسبي (82.18%)، أما المحور الخاص «تناقل (عرض) المعلومات» حاز على المرتبة الخامسة، وبمتوسط حسابي (4.100 من الدرجة الكلية 5) وبوزن نسبي (82.00%).

وتناولت العبارات الفرعية التالية تفصيلاً للإجابة المتعلقة بالمستويات الفرعية لواقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص. ولتحقيق ذلك فقد تم حساب المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري للعبارات، الوزن النسبي لكل عبارة من العبارات، واختبار (One Sample T test)، ومستوى الموافقة والترتيب لكل عبارة التي تقيس أبعاد تقنية الواقع المعزز، وكانت النتائج على النحو الآتي:

أ- نتائج تحليل العبارات المتعلقة بالبُعد الأول «جمع البيانات»:

جدول رقم (5)

نتائج التحليل الإحصائي لعبارات البعد الأول «جمع البيانات»

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار قيمة (ت)	الترتيب	درجة الموافقة
1	تحرص الشركة في جمع البيانات على توظيف التقنية المتطورة بشكل مستمر.	4.746	0.492	94.91%	66.425	000.	كبيرة جداً
2	تولي الشركة اهتماماً وباستمرار في جمع البيانات المتعلقة في ذكاء الأعمال.	4.160	0.457	83.20%	47.438	000.	كبيرة
3	تعتمد الشركة في جمع المعلومات على المصادر المختلفة الداخلية منها والخارجية.	4.229	0.540	84.571%	42.575	000.	كبيرة جداً
4	تحسن الشركة من طرق جمع البيانات حول عملاءها واهتماماتهم.	4.449	0.648	88.97%	41.817	000.	كبيرة جداً
5	تحرص الشركة على انتقاء البيانات الملائمة والواقعية.	4.309	0.666	86.17%	36.774	000.	كبيرة جداً
6	هتم الشركة بجمع المعلومات المتعلقة برضا العملاء.	4.014	0.683	80.29%	27.772	000.	كبيرة
7	تحرص الشركة على جمع البيانات حول المشاكل التي تواجه العملاء.	4.077	0.720	81.54%	27.989	000.	كبيرة
	الدرجة الكلية لبُعد الأول جمع البيانات	4.284	0.274	85.67%	87.703	000.	كبيرة جداً

تشير النتائج الموضحة في الجدول (6): بلغ قيمة المتوسط للدرجة الكلية لبُعد «جمع البيانات» (4.284 من الدرجة الكلية 5)، وبلغ الوزن نسبي (85.67%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة جداً، بانحراف معياري بلغ (0.274) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات الباحثين، وقيمة اختبار (ت) بلغت (87.703)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز درجة الموافقة الكبيرة جداً من قبل أفراد العينة على عبارات بُعد جمع البيانات.

أما تحليل عبارات البُعد الأول، تراوحت المتوسطات بين الحد الأعلى للعبارة الأولى «تحرص الشركة في جمع البيانات على توظيف التقنية المتطورة بشكل مستمر» وبلغ المتوسط الحسابي (4.746) وبلغ الوزن النسبي (94.91%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود بدرجة موافقة كبيرة جداً، بانحراف المعياري بلغ (0.492) وقيمة اختبار (ت) بلغت (66.425) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة جداً لهذه العبارة. والحد الأدنى للعبارة السادسة «تهتم الشركة بجمع المعلومات المتعلقة برضا العملاء»، وبلغ المتوسط الحسابي (4.014)، وبوزن نسبي بلغ (80.29%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة،

بانحراف المعياري (0.683)، وقيمة اختبار (ت) بلغت (27.772)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائيًا عند دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه العبارة.

وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى أن شركات القطاع الخاص تعي أهمية جمع البيانات وأهمية توفيرها لضمان استمرارية منظومة العمل، مع تبني التقنيات الحديثة والأدوات الرقمية بشكل متزايد، مما يسهل عملية جمع البيانات، وقد يرجع ذلك إلى وجود بنية تحتية قوية لتكنولوجيا المعلومات فتمكنها من جمع بيانات دقيقة وموثوقة، وقد يرجع السبب إلى إدراك الشركات أهمية البيانات الدقيقة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية، فالبيانات الجيدة يمكن أن تساعد في تحسين العمليات وزيادة الكفاءة والتنافسية، وقد يرجع السبب إلى أنه وفي ظل التنافسية الشديدة في سوق العمل، فإن الشركات تسعى للحصول على مزايا تنافسية من خلال جمع بيانات دقيقة تمكنها من فهم العملاء والسوق بشكل أفضل وتطوير استراتيجيات فعالة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة علي وجميل (2022) والتي أشارت إلى أن واقع جمع البيانات في شركات القطاع الخاص شجاع مرتفعًا. كما تتفق مع نتائج دراسة صويص وعابدين (2019)، والتي أشارت إلى أن واقع جمع البيانات في البنوك جاء بدرجة مرتفعة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة حنتول والحربي (2023)، والتي أشارت إلى واقع تطبيق أنظمة جمع البيانات جاء بدرجة كبيرة جدًا. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة الأدهسي وعوض (2023)، والتي أشارت إلى أن بعد جمع البيانات في شركات الاتصالات جاء بدرجة مرتفعة.

ب- نتائج تحليل العبارات المتعلقة بالبُعد الثاني «مستودع البيانات»

جدول رقم (7)

نتائج التحليل الإحصائي لعبارات البعد الثاني «مستودع البيانات»

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار (ت)	قيمة (Sig.)	الترتيب	درجة الموافقة
1	تعتمد الشركة مستودعات كافية لتخزين البيانات والإسهام في تطوير العمل.	4.326	0.691	86.51%	35.868	000.	1	كبيرة جدًا
2	تهتم الشركة بالتكنولوجيا المتطورة في تخزين المعلومات والبيانات المناسبة.	3.903	0.699	78.06%	24.152	000.	6	كبيرة
3	تحرص الشركة على عمل نسخ احتياطية لجميع البيانات الموجودة لديها.	4.120	0.640	82.400%	32.738	000.	4	كبيرة
4	توفر الشركة بنية تحتية مناسبة في أماكن تخزين البيانات	4.094	0.677	81.89%	30.246	000.	5	كبيرة
5	توفر الشركة موظفين ذوي خبرة وكفاءة في تخزين البيانات.	4.214	0.732	84.29%	31.041	000.	2	كبيرة جدًا
6	تخزن الشركة بياناتها في أماكن آمنة من الاختراق الخارجي.	4.143	0.679	82.86%	31.493	000.	3	كبيرة
	الدرجة الكلية للبُعد الثاني مستودع البيانات	4.133	0.291	82.67%	72.771	000.		كبيرة

تشير النتائج الموضحة في الجدول (7): بلغ قيمة المتوسط للدرجة الكلية للبُعد «مستودع البيانات» (4.133) من الدرجة الكلية (5)، وبلغ الوزن نسبي (82.67%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف معياري بلغ (0.291) وهي قيمة نقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات المبحوثين، وقيمة اختبار (ت) بلغت (72.771)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، وهي دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز درجة الموافقة الكبيرة من قبل أفراد العينة على عبارات بُعد مستودع البيانات.

أما تحليل عبارات البُعد الثاني، تراوحت المتوسطات بين الحد الأعلى للعبارة الأولى «تعتمد الشركة مستودعات كافية لتخزين البيانات والإسهام في تطوير العمل» وبلغ المتوسط الحسابي (4.326) وبلغ الوزن النسبي (86.51%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود بدرجة موافقة كبيرة جدًا، بانحراف المعياري بلغ (0.691) وقيمة اختبار (ت) بلغت (35.868) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة جدًا لهذه العبارة. والحد الأدنى للعبارة الثانية «تهتم الشركة بالتكنولوجيا المتطورة في تخزين المعلومات والبيانات المناسبة»، وبلغ المتوسط الحسابي (3.903)، وبوزن نسبي بلغ (78.06%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف المعياري (0.699)، وقيمة اختبار (ت) بلغت (24.152)، وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائيًا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه العبارة. وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى اهتمام إدارة شركات القطاع الخاص بالتطور التكنولوجي، وتطوير البنية التحتية التكنولوجية الذي يساهم في تمكين الشركات من إنشاء وإدارة مستودعات بيانات قوية، والتوجه إلى الاعتماد على

الحوسبة السحابية حيث تتيح للشركات تخزين ومعالجة كميات كبيرة من البيانات بكفاءة وتكاليف معقولة، وقد يرجع السبب أيضًا إلى إدراك الإدارة للحاجة إلى إدارة كميات كبيرة من البيانات من مصادر متعددة دفعت الشركات إلى تبني مستودعات بيانات مركزية لتسهيل الوصول إلى البيانات وتحليلها، وقد يرجع السبب إلى أن تخزين البيانات في مستودعات مركزية يمكن الشركات من فهم عملائها بشكل أفضل وتحسين تجربة العملاء من خلال توفير حلول مخصصة بناءً على تحليل البيانات. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة علي وجميل (2022) والتي أشارت إلى أن واقع تخزين البيانات في شركات القطاع الخاص شجاعاً مرتفعاً. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة حنتول والحربي (2023) والتي أشارت إلى واقع تطبيق أنظمة تخزين البيانات جاء بدرجة كبيرة جداً.

ج- نتائج تحليل العبارات المتعلقة بالبعد الثالث «تنقيب البيانات»:

جدول رقم (8)

نتائج التحليل الإحصائي لعبارات البعد الثالث «تنقيب البيانات»

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار قيمة (ت) (Sig.)	الترتيب	درجة الموافقة
1	تستخدم الشركة تنقيب البيانات لإضافة وتطوير خدمات جديدة باستمرار.	4.320	0.718	86.40%	34.371	000.	كبيرة جداً
2	توفر الشركة آليات سهلة للبحث في مستودع البيانات وبأقل وقت وجهد.	3.946	0.664	78.91%	26.637	000.	كبيرة
3	تحرص الشركة على تصنيف البيانات بسهولة الرجوع إليها.	4.006	0.673	80.11%	27.965	000.	كبيرة
4	تعمل الشركة على تحديث البرمجيات المستخدمة في البحث عن البيانات.	4.074	0.677	81.49%	29.677	000.	كبيرة
5	توفر الشركة الأجهزة الحديثة التي تسرع من عملية البحث عن البيانات.	4.189	0.705	83.77%	31.532	000.	كبيرة
6	تناسب البيانات المستخرجة من مستودعات البيانات مع الاحتياجات التشغيلية.	4.117	0.706	82.34%	29.583	000.	كبيرة
	الدرجة الكلية للبعد الثالث تنقيب البيانات	4.109	0.283	82.18%	73.295	000.	كبيرة

تشير النتائج الموضحة في الجدول (8): بلغ قيمة المتوسط للدرجة الكلية للبعد «تنقيب البيانات» (4.109 من الدرجة الكلية 5)، وبلغ الوزن نسبي (82.18%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف معياري بلغ (0.283) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات المبحوثين، وقيمة اختبار (ت) بلغت (73.295)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، وهي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز درجة الموافقة الكبيرة من قبل أفراد العينة على عبارات بعد تنقيب البيانات. أما تحليل عبارات البعد الثالث، تراوحت المتوسطات بين الحد الأعلى للعبارات الأولى «تستخدم الشركة تنقيب البيانات لإضافة وتطوير خدمات جديدة باستمرار» وبلغ المتوسط الحسابي (4.320) وبلغ الوزن النسبي (86.40%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود بدرجة موافقة كبيرة جداً، بانحراف المعياري بلغ (0.718) وقيمة اختبار (ت) بلغت (34.371) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة جداً لهذه العبارة. والحد الأدنى للعبارة الثانية «توفر الشركة آليات سهلة للبحث في مستودع البيانات وبأقل وقت وجهد»، وبلغ المتوسط الحسابي (3.946)، وبوزن بلغ (78.91%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف المعياري (0.664)، وقيمة اختبار (ت) بلغت (26.637)، وهي أقل من الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه العبارة.

وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى أن التبي الواسع للتقنيات الحديثة أدى لاستحداث تقنيات لتنقيب البيانات، والاستثمار في البنية التحتية الرقمية من خلال تطوير البنية التحتية الرقمية القوية التي تدعم تنقيب البيانات وتحليلها بكفاءة، وقد يرجع السبب لزيادة حجم البيانات وبالتالي توسع في العمليات الرقمية ما اضطر الشركات لتجميع كميات هائلة من البيانات من مصادر مختلفة، مما يتطلب استخدام تقنيات تنقيب البيانات لتحليلها واستخراج المعلومات القيمة خاصةً في بيئة تجارية تنافسية، حيث تحتاج الشركات لاستغلال كل ميزة متاحة، وتنقيب البيانات يوفر رؤى دقيقة يمكن أن تعزز التنافسية، خاصةً وأن تنقيب البيانات يساعد الشركات على اتخاذ قرارات استراتيجية أفضل استناداً إلى بيانات تحليلية دقيقة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة حنتول والحربي (2023) التي أشارت لأن واقع تطبيق أنظمة تنقيب البيانات جاء بدرجة كبيرة جداً.

د- نتائج تحليل العبارات المتعلقة بالبُعد الرابع « تحليل البيانات»:

جدول رقم (9)

نتائج التحليل الإحصائي لعبارات البعد الرابع « تحليل البيانات»

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار قيمة (ت)	قيمة اختبار قيمة (Sig)	الترتيب	درجة الموافقة
1	تستخدم الشركة عملية تحليل البيانات في إعداد استراتيجيات البناء والتطوير في الشركة.	4.340	0.691	86.80%	36.290	000.	1	كبيرة جداً
2	تستخدم الشركة عملية تحليل البيانات في الوصول إلى الخدمات وتحسينها.	3.989	0.660	79.77%	28.028	000.	7	كبيرة
3	تقوم الشركة بتحليل البيانات بدقة ووضوح.	4.111	0.687	82.22%	30.272	000.	4	كبيرة
4	تسهم عملية تحليل البيانات في تلبية احتياجات ورغبات العملاء.	4.097	0.644	81.94%	31.877	000.	5	كبيرة
5	توفر الشركة موظفين للإشراف على عملية تحليل البيانات.	4.166	0.707	83.31%	30.852	000.	2	كبيرة
6	تسعى الشركة باستمرار إلى توظيف نتائج تحليل البيانات.	4.120	0.683	82.40%	30.664	000.	3	كبيرة
7	تسهم عملية التحليل في تسريع عملية التنقيب عن البيانات المفيدة والصحيحة.	4.037	0.699	80.74%	27.759	000.	6	كبيرة
	الدرجة الكلية للبُعد الرابع تحليل البيانات	4.124	0.271	82.49%	77.557	000.		كبيرة

تشير النتائج الموضحة في الجدول (9): بلغ قيمة المتوسط للدرجة الكلية لبُعد «تحليل البيانات» (4.124 من الدرجة الكلية 5)، وبلغ الوزن نسبي (82.49%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف معياري بلغ (0.271) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات المحوثين، وقيمة اختبار (ت) بلغت (77.557)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، وهي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز درجة الموافقة الكبيرة من قبل أفراد العينة على عبارات بُعد تحليل البيانات. أما تحليل عبارات البُعد الرابع، تراوحت المتوسطات بين الحد الأعلى للعبارات الأولى «تستخدم الشركة عملية تحليل البيانات في إعداد استراتيجيات البناء والتطوير في الشركة» وبلغ المتوسط الحسابي (4.340) وبلغ الوزن النسبي (86.80%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود بدرجة موافقة كبيرة جداً، بانحراف المعياري بلغ (0.691) وقيمة اختبار (ت) بلغت (36.290) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة جداً لهذه العبارة. والحد الأدنى للعبارة الثانية «تستخدم الشركة عملية تحليل البيانات في الوصول إلى الخدمات وتحسينها»، وبلغ المتوسط (3.989)، وبوزن بلغ (79.77%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف المعياري (0.660)، وقيمة اختبار (ت) بلغت (28.028)، وهي أقل من الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه العبارة. وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى إدراك الإدارة لأهمية البيانات ودورها في اتخاذ القرارات، خاصةً إذا ما اقترن الأمر بتحليل البيانات كونه يسهم في تحسين العمليات الداخلية وزيادة الكفاءة من خلال تحديد نقاط الضعف وتحسين الأداء، كما يوفر تحليل البيانات رؤى دقيقة تساعد في اتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة، مما يعزز التنافسية، وقد يرجع السبب إلى مساعي الشركات في الحصول على ميزة تنافسية من خلال تحليل البيانات لفهم اتجاهات السوق واحتياجات العملاء، وقد يرجع السبب إلى اعتماد الإدارة على استخدام التحليلات المتقدمة، كتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لاكتشاف الأنماط والاتجاهات في البيانات، مما يعزز من دقة وفعالية التحليل. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة علي وجميل (2022) والتي أشارت إلى أن واقع تحليل البيانات في شركات القطاع الخاص جاء مرتفعاً. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة الحلاق (2023) والتي أشارت إلى أن محور التحليل للبيانات جاء بدرجة ضعيفة في أنظمة ذكاء الأعمال لدى منظمات المجتمع المدني.

هـ- نتائج تحليل العبارات المتعلقة بالبُعد الخامس «تناقل (عرض) المعلومات»:

جدول رقم (9)

نتائج التحليل الإحصائي لعبارات البُعد الخامس «تناقل (عرض) المعلومات»

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار قيمة (ت)	قيمة اختبار قيمة (Sig)	الترتيب	درجة الموافقة
1	تقوم الشركة بعرض المعلومات بالشكل المناسب لاكتشاف نقاط القوة من أجل السعي في تنميتها.	4.291	0.686	85.83%	35.215	000.	1	كبيرة جداً
2	يزيد عرض المعلومات من القدرة على اكتشاف نقاط الضعف، حتى تتم معالجتها.	3.909	0.594	78.17%	28.623	000.	5	كبيرة

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار قيمة (ت)	قيمة اختبار قيمة (Sig)	الترتيب	درجة الموافقة
3	يؤدي عرض المعلومات إلى اكتشاف الفرص، ومحاولة استغلالها.	4.103	0.715	82.06%	28.866	000.	3	كبيرة
4	ينبغي عرض المعلومات القدرة على اكتشاف التهديدات والمخاطر من أجل تجنبها.	4.114	0.667	82.29%	31.238	000.	2	كبيرة
5	تسعى الشركة إلى تحسين مخرجات عرض المعلومات لجمهورها الداخلي والخارجي.	4.083	0.719	81.66%	28.162	000.	4	كبيرة
	الدرجة الكلية للبعد الخامس تناقل (عرض) المعلومات	4.100	0.277	82.00%	74.291	000.		كبيرة

تشير النتائج الموضحة في الجدول (9): بلغ قيمة المتوسط للدرجة الكلية لُبعد «تناقل (عرض) المعلومات» (4.100) من الدرجة الكلية (5)، وبلغ الوزن نسبي (82.00%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف معياري بلغ (0.277) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات المحوئين، وقيمة اختبار (ت) بلغت (74.291)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، وهي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز درجة الموافقة الكبيرة من قبل أفراد العينة على عبارات بعد تناقل (عرض) المعلومات.

أما تحليل عبارات البعد الخامس، تراوحت المتوسطات بين الحد الأعلى للعبارة الأولى «تقوم الشركة بعرض المعلومات بالشكل المناسب لاكتشاف نقاط القوة من أجل السعي في تنميتها» وبلغ المتوسط الحسابي (4.291) وبلغ الوزن النسبي (85.83%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود بدرجة موافقة كبيرة جداً، بانحراف المعياري بلغ (0.686) وقيمة اختبار (ت) بلغت (35.215) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة جداً لهذه العبارة. والحد الأدنى للعبارة الثانية «يزيد عرض المعلومات من القدرة على اكتشاف نقاط الضعف، حتى تتم معالجتها»، وبلغ المتوسط الحسابي (3.909)، وبوزن نسبي بلغ (78.17%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف المعياري (0.594)، وقيمة اختبار (ت) بلغت (28.623)، وهي أقل من مستوي الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه العبارة. وقد يرجع السبب قيام الإدارة ببناء وتوفير شبكة اتصال وتواصل ذات كفاءة وجودة عالية على كافة مستويات الإدارة الأفقية والعمودية، بما يضمن نقل وتوصيل المعلومات بشكل سريع ودقيق، وذلك من خلال توفير بنية تحتية تقنية متقدمة تدعم نقل البيانات وعرضها بسهولة وفعالية، وقد يرجع السبب إلى إدراك الإدارة بأن عرض البيانات بطريقة واضحة ومفهومة يساعد المديرين على اتخاذ قرارات مستنيرة تعتمد على المعلومات الفعلية، وقد يرجع السبب إلى أن تسهيل التواصل بين الأقسام المختلفة داخل الشركة من خلال عرض البيانات المشتركة بطرق مرئية، وقد يرجع السبب إلى أن عرض البيانات في الوقت الحقيقي يمكن الشركات من الاستجابة بسرعة لتغيرات السوق، ويعزز الثقة بين الشركة وعملائها ومساهميها، وقد يرجع السبب إلى إدراك الإدارة بأن استخدام أدوات التحليل تتكامل بسلاسة مع أدوات عرض البيانات، مما يسهل تحويل النتائج التحليلية إلى تصورات مرئية مفيدة.

نتائج الإجابة على السؤال الثاني ونصه:

ما واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية؟

جدول رقم (10)

نتائج جميع أبعاد المتغير الثاني: «واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص»

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار قيمة (ت)	قيمة اختبار قيمة (Sig)	الترتيب	درجة الموافقة
1	المحور الأول: المسؤولية القانونية	4.145	0.320	82.90%	66.866	000.	1	كبيرة
2	المحور الثاني: المسؤولية الاقتصادية	4.077	0.340	81.53%	59.235	000.	3	كبيرة
3	المحور الثالث: المسؤولية الأخلاقية	4.116	0.306	82.32%	68.291	000.	2	كبيرة
	الدرجة الكلية لأبعاد واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص معاً	4.114	0.231	82.29%	90.259	000.		كبيرة

من جدول (10) تبين أن: بلغ قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للمتغير الثاني «واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص» (4.114) من الدرجة (5) بوزن نسبي (82.29%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود درجة

موافقة كبيرة، وبلغ الانحراف المعياري (0.231) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات المبحوثين، وللتحقق من وجود موافقة متوسطة وذوى دلالة إحصائية، استعان الباحث باختبار «ت» لعينة واحدة، وتشير النتائج إلى أن متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة في تعبئة عبارات وأبعاد واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص يميل نحو الموقف المتوسط (أي الموافقة الحيادية حول القيمة المتوسطة 3)، حيث بلغ قيمة اختبار «ت» (90.259) وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك يعتبر هذا المتغير دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لعبارات وأبعاد هذه المتغير، أن المحور الخاص «المسؤولية القانونية» حاز على المرتبة الأولى، وبمتوسط حسابي (4.145 من الدرجة الكلية 5) وبوزن نسبي (82.90%)، أما المحور الخاص «المسؤولية الأخلاقية» حاز على المرتبة الثانية، وبمتوسط حسابي (4.116 من الدرجة الكلية 5) وبوزن نسبي (82.32%)، أما المحور الخاص «المسؤولية الاقتصادية» حاز على المرتبة الثالثة، وبمتوسط حسابي (4.077 من الدرجة الكلية 5) وبوزن نسبي (81.53%). وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Mallick & Sahoo, 2023) والتي أشارت إلى أن ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركات لشركات القطاع الخاص لها أهمية كبيرة على شركات القطاع العام نحو التنمية الاجتماعية والاقتصادية للدولة.

وتناولت العبارات الفرعية التالية تفصيلاً للإجابة المتعلقة بالمستويات الفرعية لواقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص ولتحقيق ذلك فقد تم حساب المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري للعبارات، والوزن النسبي لكل عبارة من العبارات، واختبار (One Sample T test)، ومستوى الموافقة والترتيب لكل عبارة التي تقيس أبعاد تقنية الواقع المعزز وكانت النتائج على النحو الآتي:

أ- نتائج تحليل العبارات المتعلقة بالبعد الأول «المسؤولية القانونية»:

جدول رقم (11)

نتائج التحليل الإحصائي لعبارات البُعد الأول «المسؤولية القانونية»

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	قيمة اختبار (ت)	قيمة اختبار (Sig.)	الترتيب	درجة الموافقة
1	تلتزم الشركة بأنظمة وقوانين الدولة بما يحقق مصلحة المستفيدين.	4.406	0.719	88.11%	36.580	000.	1	كبيرة جداً
2	توفر الشركة دليلاً يوضح حقوق وواجبات المستفيد من خدماتها.	4.060	0.664	81.20%	29.879	000.	5	كبيرة
3	تلتزم الشركة قانونياً بحقوق المستفيدين عند أي مخالفة تتم.	4.097	0.727	81.94%	28.215	000.	2	كبيرة
4	تطبق الشركة معايير جودة الأداء لتقديم أجود خدمة للمستفيدين.	4.071	0.654	81.43%	30.655	000.	4	كبيرة
5	تحرص الشركة على توفير كافة الجوانب القانونية في معاملاتها.	4.091	0.700	81.83%	29.164	000.	3	كبيرة
	الدرجة الكلية لبعد الأول المسؤولية القانونية	4.145	0.320	82.90%	66.866	000.		كبيرة

تشير النتائج الموضحة في الجدول (11): بلغ قيمة المتوسط للدرجة الكلية لبُعد «المسؤولية القانونية» (4.145) من الدرجة الكلية (5)، وبلغ الوزن نسبي (82.90%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف معياري بلغ (0.320) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات المبحوثين، وقيمة اختبار (ت) بلغت (66.866)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز درجة الموافقة الكبيرة من قبل أفراد العينة على عبارات بُعد المسؤولية القانونية، أما تحليل عبارات البُعد الأول، تراوحت المتوسطات بين الحد الأعلى للعبارة الأولى «تلتزم الشركة بأنظمة وقوانين الدولة بما يحقق مصلحة المستفيدين» وبلغ المتوسط الحسابي (4.406) وبلغ الوزن النسبي (88.11%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود بدرجة موافقة كبيرة جداً، بانحراف المعياري بلغ (0.719) وقيمة اختبار (ت) بلغت (36.580) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة جداً لهذه العبارة، والحد الأدنى للعبارة الثانية «توفر الشركة دليلاً يوضح حقوق وواجبات المستفيد من خدماتها»، وبلغ المتوسط الحسابي (4.060)، وبوزن نسبي بلغ (81.20%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف المعياري (0.664)، وقيمة اختبار (ت) بلغت (29.879)، وهي أقل من الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه العبارة.

وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى وجود قوانين ولوائح صارمة تفرض على الشركات الالتزام بممارسات المسؤولية القانونية، مثل القوانين التجارية، والعمالية، والبيئية، ووجود رقابة حكومية فعالة تضمن التزام الشركات بالقوانين واللوائح، وقد يرجع السبب في ذلك إلى الدعم الحكومي والمبادرات الوطنية التي تشجع على ممارسات المسؤولية القانونية وتعزز بيئة الأعمال الشفافة وتشجيع الحكومة للشركات على الامتثال للمعايير الدولية في مجال المسؤولية القانونية، وقد يرجع السبب في إدراك الإدارة بأن التزامها بالمسؤولية القانونية يعزز من سمعتها في السوق، مما يساعدها على جذب العملاء والمستثمرين، ويمكنها الحصول على ميزة تنافسية في السوق. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة خشبة (2024) والتي أشارت إلى أن المسؤولية القانونية لدى شركات الصناعات الغذائية بالقاهرة الكبرى جاءت بدرجة مرتفعة. كما تتفق مع نتائج دراسة العطيات (2022) والتي أشارت إلى أن بُعد المسؤولية القانونية لدى شركات الاتصالات الأردنية جاءت بدرجة مرتفعة.

ب- نتائج تحليل العبارات المتعلقة بالبُعد الثاني «المسؤولية الاقتصادية»

جدول رقم (12)

نتائج التحليل الإحصائي لعبارات البعد الثاني «المسؤولية الاقتصادية»

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار (ت)	قيمة (Sig.)	الترتيب	درجة الموافقة
1	تتوافق أرباح الشركة المحققة مع طبيعة الخدمات التي تقدمها.	4.263	0.689	85.26%	34.276	000.	1	كبيرة جداً
2	تفصح الشركة عن أرباحها أمام المجتمع بشفافية مطلقة.	3.880	0.692	77.60%	23.803	000.	5	كبيرة
3	تحدد الشركة جانب التبرعات للمجتمع في ميزانيتها السنوية.	4.046	0.744	80.91%	26.289	000.	4	كبيرة
4	توازن الشركة بين نسبة الفائدة ومستوى الدخل في المجتمع.	4.114	0.659	82.29%	31.647	000.	2	كبيرة
5	توفر الشركة احتياجات المجتمع على حساب أرباحها.	4.080	0.772	81.60%	26.187	000.	3	كبيرة
	الدرجة الكلية للبُعد الثاني المسؤولية الاقتصادية	4.077	0.340	81.53%	59.235	000.		كبيرة

تشير النتائج الموضحة في الجدول (12): بلغ قيمة المتوسط للدرجة الكلية للبُعد «المسؤولية الاقتصادية» (4.077) من الدرجة الكلية (5)، وبلغ الوزن نسبي (81.53%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف معياري بلغ (0.340) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات المحوئين، وقيمة اختبار (ت) بلغت (59.235)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (000.) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز درجة الموافقة الكبيرة من قبل أفراد العينة على عبارات بُعد المسؤولية الاقتصادية، أما تحليل عبارات البُعد الثاني، تراوحت المتوسطات بين الحد الأعلى للعبارات الأولى «تتوافق أرباح الشركة المحققة مع طبيعة الخدمات التي تقدمها» وبلغ المتوسط الحسابي (4.263) وبلغ الوزن النسبي (85.26%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود بدرجة موافقة كبيرة جداً، بانحراف المعياري بلغ (0.689) وقيمة اختبار (ت) بلغت (34.276) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة جداً لهذه العبارة، والحد الأدنى للعبارة الثانية «تفصح الشركة عن أرباحها أمام المجتمع بشفافية مطلقة»، وبلغ المتوسط الحسابي (3.880)، وبوزن نسبي بلغ (77.60%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف المعياري (0.692)، وقيمة اختبار (ت) بلغت (23.803)، وهي أقل من الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه العبارة.

وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى إدراك الشركات بالمسؤوليات والأدوار المرتبطة بها في تعزيز الاستدامة الاقتصادية وتحقيق نتائج إيجابية على مستوى الاقتصاد الكلي، وذلك من خلال الاستثمار في المشاريع التي تسهم في النمو الاقتصادي المحلي كتطوير البنية التحتية وخلق فرص العمل، والشركات قد تكون تبنت استراتيجيات الاستدامة التي تشمل المسؤولية الاقتصادية كجزء من جهودها لتعزيز النمو المستدام، وقد يرجع السبب في ذلك إلى الالتزام بالمعايير الاقتصادية والقوانين المحلية التي تعزز الممارسات الاقتصادية المسؤولة، وتقديم تقارير مالية شفافة تسهم في بناء الثقة مع المستثمرين والجهات الرقابية، وقد يرجع ذلك إلى الضغوط التي تظهر من قبل المستثمرين والعملاء الذين يفضلون الشركات التي تظهر التزاماً بالمسؤولية الاقتصادية، بالإضافة إلى تأثير المنظمات غير الحكومية والجماعات المحلية في دفع الشركات نحو تبني ممارسات اقتصادية مسؤولة وذات كفاءة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة خشبة (2024) والتي أشارت إلى أن المسؤولية

الاقتصادية لدى شركات الصناعات الغذائية بالقاهرة الكبرى جاءت بدرجة مرتفعة. كما تتفق مع نتائج دراسة العطيات (2022) والتي أشارت إلى أن بعد المسؤولية الاقتصادية لدى شركات الاتصالات الأردنية جاءت بدرجة مرتفعة.

ج- نتائج تحليل العبارات المتعلقة بالبعد الثالث «المسؤولية الأخلاقية»:

جدول رقم (13)

نتائج التحليل الإحصائي لعبارات البعد الثالث «المسؤولية الأخلاقية»

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	قيمة اختبار قيمة (ت)	قيمة اختبار قيمة (Sig)	الترتيب	درجة الموافقة
1	تلتزم الشركة أدبياً أمام المجتمع بتوفير احتياجاته العامة.	4.303	0.714	86.06%	34.140	000.	1	كبيرة جداً
2	تتوافق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع.	3.989	0.702	79.77%	26.348	000.	7	كبيرة
3	تتحارب الشركة جميع أوجه الفساد مهما كانت معقدة.	4.117	0.669	82.34%	31.241	000.	3	كبيرة
4	تعلن الشركة عن طبيعة التزامها للجمهور من حيث المساعدات.	4.057	0.683	81.14%	28.952	000.	6	كبيرة
5	تتحترم الشركة أخلاقيات المهنة تجاه المستفيدين منها.	4.149	0.727	82.97%	29.571	000.	2	كبيرة
6	تنافس الشركة الشركات الأخرى بهدف خدمة المجتمع.	4.100	0.693	82.00%	29.705	000.	4	كبيرة
7	تحرص الشركة على عدم استغلال حالة المستفيدين المادية.	4.097	0.708	81.94%	29.011	000.	5	كبيرة
	الدرجة الكلية للبُعد الثالث المسؤولية الأخلاقية	4.116	0.306	82.32%	68.291	000.		كبيرة

تشير النتائج الموضحة في الجدول (13): بلغ قيمة المتوسط للدرجة الكلية لبُعد «المسؤولية الأخلاقية» (4.116) من الدرجة الكلية (5)، وبلغ الوزن نسبي (82.32%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف معياري بلغ (0.306) وهي قيمة تقل عن الواحد الصحيح مما يعني اتفاق استجابات المحوئين، وقيمة اختبار (ت) بلغت (68.291)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig) تساوي (000.) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهي دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز درجة الموافقة الكبيرة من قبل أفراد العينة على عبارات بُعد المسؤولية الأخلاقية، أما تحليل عبارات البُعد الثالث، تراوحت المتوسطات بين الحد الأعلى للعبارة الأولى «تلتزم الشركة أدبياً أمام المجتمع بتوفير احتياجاته العامة» وبلغ المتوسط الحسابي (4.303) وبلغ الوزن النسبي (86.06%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود بدرجة موافقة كبيرة جداً، بانحراف المعياري بلغ (0.714) وقيمة اختبار (ت) بلغت (34.140) بمستوى دلالة (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة جداً لهذه العبارة. والحد الأدنى للعبارة الثانية «تتوافق أهداف الشركة مع أهداف المجتمع»، وبلغ المتوسط الحسابي (3.989)، وبوزن نسبي بلغ (79.77%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود موافقة كبيرة، بانحراف المعياري (0.702)، وقيمة اختبار (ت) بلغت (26.348)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك تعتبر هذا العبارة دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تعزز من الموافقة الكبيرة لهذه العبارة. وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى التزام إدارة شركات القطاع الخاص بالقيم الأخلاقية وتبنيها لرموز أخلاقية واضحة ومبادئ توجيهية تركز على الأمانة والنزاهة في الأعمال، وشيوع ثقافة مؤسسية تقوم على القيم الأخلاقية والالتزام بأعلى معايير السلوك المهني، وقد يرجع السبب أيضاً إلى زيادة الوعي لدى العملاء والمستثمرين بأهمية المسؤولية الأخلاقية، مما يحفز الشركات على تبني ممارسات أخلاقية. وقد يرجع السبب إلى الامتثال للقوانين والالتزام بالتشريعات المحلية والدولية التي تدعم المسؤولية الأخلاقية وتفرض معايير للسلوك الأخلاقي في الأعمال، مع وجود تدابير رقابية وإجراءات تحقيق لضمان التزام الشركات بالقيم الأخلاقية، وقد يرجع السبب أيضاً إلى إدراك الشركات أن الالتزام بالأخلاق يعزز سمعتها في السوق، مما يمكن أن يؤدي إلى زيادة الولاء والرضا بين العملاء والشركاء، وأن الالتزام بالممارسات الأخلاقية يعزز من قوة العلامة التجارية ويجذب المستثمرين والعملاء المهتمين بالقيم الأخلاقية. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة بربز (2014) والتي أشارت إلى أنه تمارس الشركات الداعمة المسؤولية الاجتماعية في بعد المسؤولية الأخلاقية في مستوى مرتفع. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة خشبة (2024) والتي أشارت إلى أن المسؤولية الأخلاقية لدى شركات الصناعات الغذائية بالقاهرة الكبرى جاءت بدرجة مرتفعة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة الشميلان (2023) والتي أشارت إلى أن درجة ممارسة المسؤولية الأخلاقية في الشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية. كما تتفق مع نتائج دراسة العطيات (2022) والتي أشارت إلى أن بُعد المسؤولية الأخلاقية لدى شركات الاتصالات الأردنية جاءت بدرجة مرتفعة.

نتائج الإجابة على السؤال الثالث ونصه:

ما طبيعة العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال تم صياغة الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده وواقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص بأبعاده لدى العاملين في شركات القطاع الخاص في السعودية.

ولقد تم التحقق من صحة هذه الفرضيات عن طريق إيجاد معاملات الارتباط باستخدام «معامل بيرسون للارتباط» لمعرفة ما إذا كان هناك علاقة بين واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده وواقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص بأبعاده.

جدول رقم (14)

نتائج تحليل مصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة.

المتغير التابع و واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص				المتغير المستقل	
الدرجة الكلية للمتغير التابع	المسؤولية الأخلاقية	المسؤولية الاقتصادية	المسؤولية القانونية	ممارسات القيادة الاستراتيجية بأبعاده	
**613.	**538.	**250.	**519.	معامل ارتباط بيرسون	جمع البيانات
000.	000.	000.	000.	مستوى الدلالة	
**452.	**428.	**155.	**373.	معامل ارتباط بيرسون	مستودع البيانات
000.	000.	004.	000.	مستوى الدلالة	
**475.	**432.	**220.	**355.	معامل ارتباط بيرسون	تنقيب البيانات
000.	000.	000.	000.	مستوى الدلالة	
**545.	**518.	**168.	**468.	معامل ارتباط بيرسون	تحليل البيانات
000.	000.	002.	000.	مستوى الدلالة	
**374.	**369.	*108.	**313.	معامل ارتباط بيرسون	تناقل (عرض) المعلومات
000.	000.	043.	000.	مستوى الدلالة	
**680.	**627.	**254.	**561.	معامل ارتباط بيرسون	الدرجة الكلية للمتغير المستقل و واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص
000.	000.	000.	000.	مستوى الدلالة	

**الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01).

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05)

يوضح الجدول (14) ما يلي:

أن معامل الارتباط يساوي (0.680)، وأن القيمة الاحتمالية (Sig.) تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، وهذا يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده وواقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص بأبعاده.

ويستدل الباحث من نتائج التحليل إلى عدم ثبوت صحة فرضية العدم، وتحقق الفرضية البديلة، أي أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده وواقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص بأبعاده لدى العاملين في شركات القطاع الخاص في السعودية.

وهذا مؤشر على أن هناك علاقة طردية قوية موجبة بين المتغيرين، أي كلما توفرت مجالات ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص يزيد مستوى ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص، وأن واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده ومكوناته تساهم في تعزيز واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص في شركات القطاع الخاص في السعودية. وقد يرجع السبب في هذه النتيجة إلى تحسين التقييم والتحليل في هذه الشركات، حيث إن أدوات ذكاء الأعمال توفر إمكانيات تحليل متقدمة تسمح للشركات بتقييم قياس أداء مسؤوليتها الاجتماعية بدقة، ويمكن من خلالها إمكانية قياس الأثر الاجتماعي للمبادرات وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين، وقد يرجع السبب أيضاً إلى أن ذكاء الأعمال يوفر رؤى شاملة من خلال تحليل البيانات المتعلقة بالممارسات الاجتماعية، مما يعزز القدرة على اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على المعلومات، وأن اتخاذ قرارات مدروسة ومبنية على تحليلات دقيقة يساعد في تنفيذ برامج

المسؤولية الاجتماعية بشكل أكثر فعالية، وقد يرجع السبب أيضاً إلى أن ذكاء الأعمال يتيح للشركات تقديم تقارير مفصلة وشاملة حول أنشطتها في مجال المسؤولية الاجتماعية مما يعزز من شفافيتها من خلال تقديم معلومات دقيقة حول جهودها إلى العملاء والمستثمرين، وقد يعود السبب إلى أنه يمكن لذكاء الأعمال أن يساعد في اكتشاف الفرص لتوسيع المبادرات الاجتماعية بناءً على تحليلات السوق واحتياجات المجتمع، والتنبؤ بالتحديات المحتملة وإدارة المخاطر المرتبطة بالمبادرات الاجتماعية بفعالية، وقد يعود السبب أيضاً إلى أن القيادة العليا في الشركات التي تستخدم ذكاء الأعمال يمكن أن تعزز الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من خلال دعم الاستراتيجيات المبنية على البيانات، وتحسين القدرة على مشاركة الأهداف الاجتماعية بوضوح مع الفرق المختلفة داخل الشركة، كما توفر أدوات ذكاء الأعمال وسيلة للتنسيق والتعاون بين الأقسام المختلفة داخل الشركة لتطوير وتنفيذ مبادرات المسؤولية الاجتماعية بشكل متكامل.

ملخص نتائج الدراسة

- 1- قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للمتغير الأول «واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص» بلغت (4.155 من الدرجة 5) بوزن نسبي (83.09%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود درجة موافقة كبيرة، وقد جاء ترتيب أبعاد ذكاء الأعمال تصاعدياً على النحو التالي (جمع البيانات، ومستودع البيانات، وتحليل البيانات، وتنقيب البيانات، وتناقل (عرض) البيانات).
- 2- بلغ قيمة المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للمتغير «واقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص» (4.114 من الدرجة 5) بوزن نسبي (82.29%) وتشير هذه النتيجة إلى وجود درجة موافقة كبيرة، وقد جاء ترتيب أبعاد ذكاء الأعمال تصاعدياً على النحو التالي (المسؤولية القانونية، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الاقتصادية).
- 3- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين واقع ذكاء الأعمال في شركات القطاع الخاص بأبعاده وواقع ممارسات المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص بأبعاده لدى العاملين في شركات القطاع الخاص في السعودية.

التوصيات

- 1- دعم القيادة العليا في تبني مبادرات المسؤولية الاجتماعية بناءً على رؤى مستندة إلى البيانات.
- 2- زيادة الاستثمار في تقنيات وأدوات ذكاء الأعمال مثل جمع البيانات وتحليلها وتنقيب البيانات، لضمان تحسين كفاءة العمليات واتخاذ قرارات مستنيرة.
- 3- إنشاء وتطوير مستودعات بيانات متكاملة تتيح الوصول السريع والفعال للمعلومات، مما يساهم في تحسين الأداء العام للشركات ويدعم ممارسات المسؤولية الاجتماعية.
- 4- تبني استراتيجيات مستدامة في ممارسات المسؤولية الاجتماعية، تشمل المسؤولية القانونية والأخلاقية والاقتصادية، لضمان تحقيق التوازن بين الربحية والمسؤولية المجتمعية.

حدود الدراسة

تركز هذه الدراسة على استكشاف العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات في سياق الشركات الخاصة في المملكة العربية السعودية، وتقدم هذه الدراسة نظرة شاملة على كيفية تفاعل هذه العوامل مع بعضها البعض، مع تسليط الضوء على التحديات والفرص المتاحة للشركات الخاصة في السعودية لتحسين ممارساتها. وواجه الباحث العديد من القيود والظروف أثناء قيامه بهذه الدراسة منها:

- 1- عدم تحصيل بيانات دقيقة من الشركات حول استراتيجيات ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية.
- 2- عدم وجود دراسات كافية في السياق السعودي التي تربط بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية شكلت تحدياً للباحث في مقارنة النتائج أو تبرير الفرضيات.
- 3- واجه الباحث قيوداً تتعلق بالوقت المتاح لإجراء البحث.
- 4- تختلف الشركات بشكل كبير في تطبيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، مما يجعل التعميم صعباً.

المراجع

أولاً- مراجع باللغة العربية:

- أبو عيادة، ريم، والحريزي، أمل. (2023). تفعيل استفادة الجمعيات الأهلية من برامج المسؤولية الاجتماعية لشركات القطاع الخاص: دراسة تطبيقية «ولاية صلالة». *العلوم التربوية*، 31 (4)، 485-532.
- ابن الشميلان، عبد الوهاب. (2023). درجة ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الشركات الصناعية في المملكة العربية السعودية: شركة المراعي أنموذجاً. *مجلة جامعة الملك عبد العزيز- الاقتصاد والإدارة*، 37 (1)، 67-89.
- الأدهمي، رنا، وعوض، حسين. (2023). أثر نظم ذكاء الأعمال على أداء العاملين في شركات الاتصالات الأردنية. *مجلة جامعة عمان العربية للبحوث - سلسلة البحوث الإدارية*، 8 (1)، 33-60.
- الحلاق، حسام أحمد، والإسماعيل، جابر شعيب. (2023). دور ذكاء الأعمال في تحقيق النضج التنظيمي: دراسة تطبيقية على منظمات المجتمع المدني. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 1(22)، 1-30.
- الخزاعلة، علي. (2019). *أثر إدراك العملاء للمسؤولية الاجتماعية في الاحتفاظ بالعميل في الصناعات الاستخراجية في الأردن: الدور الوسيط لصورة الشركة*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- العدوان، نضال صالح اسحق (2018). *أثر التمكين الإداري على ذكاء الأعمال في شركة مصفاة البترول الأردنية*. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، الأردن.
- العطوي، مشعل. (2018). *أثر أنظمة ذكاء الأعمال على فاعلية شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السعودية*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية، الأردن.
- العطيات، علي، والمعلا، عماد. (2022). *أثر المسؤولية الاجتماعية على الأداء التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية*، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان.
- العموش، محسن. (2021). *أثر نظم ذكاء الأعمال في إدارة الأزمان: دراسة ميدانية في أمانة عمان الكبرى*. *مجلة البلقاء للبحوث والدراسات*، 24 (1)، 125-145.
- المعايطه، رقية إسماعيل. (2019). *أثر المسؤولية الاجتماعية في بناء الصورة الذهنية للمنظمات: دراسة حالة شركة مناجم الفوسفات الأردنية*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- المعصب، عبد الله. (2018). *التأثير المعدل لقدرات ذكاء الأعمال بين ممارسات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية والبراعة التنظيمية في شركات الاتصالات في الكويت*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- بزيب، محمد. (2014). *أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على الخدمات الخيرية في المؤسسات غير الربحية في الأردن*، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان.
- حنتول، أصايل، والحري، قاسم. (2023). دور ذكاء الأعمال في تطوير الممارسات الإشرافية في الإدارة العامة للتعليم في منطقة جازان. *مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية بجامعة الفيوم*، 30 (3)، 645-692.
- خشبة، إسلام. (2024). دور المسؤولية الاجتماعية في دعم ريادة الأعمال دراسة ميدانية في شركات الصناعات الغذائية بالقاهرة الكبرى. *المجلة العلمية للبحوث التجارية*، جامعة المنوفية، 53 (2)، 381-414.
- زمزم، هدى. (2018). *أثر نظم المعلومات الإدارية على ذكاء الأعمال*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية، الأردن.
- سليمان، الرشيد، وأحمد، حذيفة. (2021). فاعلية برامج المسؤولية الاجتماعية في تشكيل الصورة الذهنية لشركات الاتصال: دراسة تطبيقية على شركة زين للهاتف السيار في الفترة من 2019-2020. *مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث*، 1 (3)، 1080-1107.
- صالح، صالح إبراهيم. (2015). *مساهمة المسؤولية الاجتماعية في تدعيم الميزة التنافسية*. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

- صقر، أحمد. (2022). المسؤولية المجتمعية للشركات في ظل انتشار جائحة فيروس كورونا المستجد: تحليل سوسيولوجي مقارنة. *المجلة العربية لعلم الاجتماع*، 1 (29)، 325-397.
- صويص، محمد، وعابدين، إبراهيم. (2019). دور نظم ذكاء الأعمال في بناء البراعة التنظيمية: بالتطبيق على البنوك العاملة في فلسطين. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية*، 27 (1)، 176-201.
- علي، هدى. (2020). دور نظام ذكاء الأعمال في تعزيز الأداء العالي: دراسة استطلاعية لعينة من المصارف الأهلية في محافظة أربيل. *المجلة العربية للإدارة*، 40 (4)، 269-286. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية.
- عيد، عادل. (2017). المسؤولية الاجتماعية للقطاع الخاص ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. *مجلة الخدمة الاجتماعية*، 58 (7)، 263-325.

ثانياً - مراجع باللغة الأجنبية:

- Ali, N. M. & Jamil, W. K. (2022). The Role of Business Intelligence Systems in Building Organizational Ambidexterity at Lebanese Private-Sector Companies. *International Journal of Educational and Psychological Sciences*, 1 (71), 381-441.
- Asmus, S. D. (2019). *Decision Environments Moderating Effects on Business Intelligence Capabilities and Business Intelligence Success*, (Unpublished Doctoral dissertation). Capella University.
- Elasrag, H. (2014). *Social Responsibility of the Private Sector And Its Role In Sustainable development of the Kingdom of Saudi Arabia*. Available at SSRN 2419263.
- Khan, R. A. & Quadri, S. M. K. (2012). Business Intelligence: An Integrated Approach. *Business Intelligence Journal*, 5 (1), 64-70.
- Kopčėková, A., Kopčėk, M. & Tanuška, P. (2013). Business Intelligence in process control. *Research Papers Faculty of Materials Science and Technology Slovak University of Technology*, 21 (33), 43-53.

The Relationship between Business Intelligence and Corporate Social Responsibility: An Applied Study on Private Sector Companies in Saudi Arabia

Fawzia Abdullah Al-Dabian

Researcher

Business Administration

Midocean University

United Arab Emirates

academicresearcher731@gmail.com

ABSTRACT

The study aimed to explore the reality of business intelligence in private sector companies in Saudi Arabia, understand the current practices of corporate social responsibility (CSR) in these companies, and determine the nature of the relationship between business intelligence and CSR within the private sector in Saudi Arabia. The study followed a descriptive methodology and included a sample of 350 employees from private sector companies in Saudi Arabia. A questionnaire was used as the primary tool to collect responses from the study sample.

The study reached the following results: The mean value for the overall score of the first variable, "the state of business intelligence in private sector companies," was 4.155 out of 5, with a relative weight of 83.09%, indicating a high level of agreement. The dimensions of business intelligence were ranked in ascending order as follows: data collection, data warehousing, data analysis, data mining, and data presentation. The mean value for the overall score of the second variable, "the state of corporate social responsibility practices in private sector companies," was 4.114 out of 5, with a relative weight of 82.29%, also indicating a high level of agreement. The dimensions of CSR were ranked in ascending order as follows: legal responsibility, ethical responsibility, and economic responsibility.

There is a statistically significant relationship at the significance level of ($\alpha \leq 0.05$) between the state of business intelligence in private sector companies and its dimensions and the state of CSR practices and its dimensions among employees in private sector companies in Saudi Arabia.

In light of these results, the study recommended increasing investment in business intelligence technologies and tools, such as data collection, analysis, and data mining, to ensure the improvement of operational efficiency and informed decision-making.

Keywords: *Business Intelligence, Corporate Social Responsibility, Private Sector Companies in Saudi Arabia.*