

جامعة العلوم الإسلامية العالمية

المثقال

للعلوم الاقتصادية والإدارية

مجلة علمية عالمية محكمة

تصدر عن عمادة البحث العلمي في جامعة العلوم الإسلامية العالمية
عمّان/ المملكة الأردنية الهاشمية

المجلد الرابع، العدد (١) رجب ١٤٣٩هـ/آذار ٢٠١٨م

ISSN 2311-0988

المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية

مجلة علمية عالمية محكّمة

المجلد الرابع، العدد (١) رجب ١٤٣٩هـ/ آذار ٢٠١٨م

رئيس هيئة التحرير

أ.د. هناء محمد الحنيطي

هيئة تحرير المجلات العلمية

أ.د. محمود السرطاوي	جامعة العلوم الإسلامية العالمية
أ.د.محمد الأرناؤوط	جامعة العلوم الإسلامية العالمية
أ.د.ياسر الحوراني	جامعة العلوم الإسلامية العالمية
أ.د. عبد الباسط مراشدة	جامعة آل البيت
أ.د.نواف كنعان	جامعة العلوم الإسلامية العالمية
د. عبد الرؤوف أحمد بني عيسى	جامعة العلوم الإسلامية العالمية
د. عمر المومني	جامعة العلوم الإسلامية العالمية
د. عبد المقصود حامد	جامعة العلوم الإسلامية العالمية

الهيئة الاستشارية (مرتبة هجائياً)

أ.د. أحمد سعيد بامخرمة	جامعة الملك عبد العزيز
أ.د. جواد العناني	المجلس الاقتصادي والاجتماعي الأردني
أ.د. عبد الرحمن يسري أحمد	جامعة الإسكندرية
أ.د. فوزي عبد الرحيم الغرايبة	الجامعة الأردنية
أ.د. محمد أحمد صقر	جامعة العلوم الإسلامية العالمية
أ.د. محمد أنس مصطفى الزرقا	شورى للاستشارات الشرعية
أ.د. محمد محمود الذنيبات	الجامعة الأردنية
أ.د. هشام صالح الغرايبة	الجامعة الألمانية الأردنية
أ.د. يوسف إبراهيم يوسف	مركز كامل صالح/جامعة الأزهر

المحرر اللغوي/اللغة العربية

د. عاطف دويكات

المحرر اللغوي/اللغة الإنجليزية

د.جبريل السعودي

أمانه سر المجلة

شيماء خصاونه

إخراج

رهام الفاعوري

❖ **تعريف بالمجلة:**

مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية، مجلة علمية عالمية دورية محكّمة تصدر عن مركز البحث العلمي وإحياء التراث في جامعة العلوم الإسلامية العالمية، وتنشر البحوث الأصيلة التي تحتوى على إضافة إلى المعرفة في مجال **الاقتصاد والعلوم الإدارية** من داخل الجامعة وخارجها، باللغتين العربية والإنجليزية.

❖ **دائرة اهتمام المجلة:**

١. تشجع المجلة نشر البحوث في مجالات تخصصها المتعلقة بتأصيل العلوم الاقتصادية والإدارية الإسلامية.
٢. تهتم المجلة بنشر البحوث، والدراسات التطبيقية والنظرية، والمراجعات النقدية التي تغطي بتعمق أحد فروع المعرفة التي تنتمي الى تخصص المجلة.
٣. تنشر المجلة أيضاً الدراسات المتعلقة بالوضع الراهن في الدول العربية، و/أو الإسلامية منفردة أو مجتمعة على أن تكون هذه الأبحاث ملتزمة بالأسلوب والمنهجية المتعارف عليهما في هذه الحالة.
٤. تنشر المجلة مراجعات الكتب الحديثة، المنشورة منذ عامين على الأكثر، الخاصة بأحد فروع المعرفة التي تنتمي الى تخصص المجلة، على أن تلتزم هذه المراجعات حسب الأصول المتعارف عليها.
٥. تنشر المجلة ما يردها من تعقيبات متعمقة وجادة على البحوث والدراسات المنشورة فيها بما يساعد على فتح آفاق جديدة في البحث في مجال الدراسة، وتشجع وتسعى إلى نشر ملخصات الرسائل الجامعية ذات العلاقة بفروع المعرفة التي تنتمي الى تخصص المجلة.

❖ **شروط عامة للنشر:**

١. يشترط في المخطوط المقدم للنشر في المجلة أن لا يكون قد نشر أو قُدّم للنشر في مجلة أخرى، وعلى الباحث أن يُقدم إقراراً خطياً بذلك عند تقديم المخطوط للنشر.
٢. تخضع جميع المخطوطات المُقدّمة للنشر في المجلة للتحكيم العلمي الدقيق حسب الأصول المتبعة مع الحفاظ على سرية التحكيم.
٣. تشمل معايير التقويم كلاً من: الأصالة العلمية للمخطوط، ومدى إضافته للمعرفة، ومنهجيته، وأسلوبه، ونتائجه، ومراعاة الأمانة العلمية، وسلامة اللغة، وسلاسة أسلوب العرض، وإمكانية تطبيقه عملياً.
٤. للمجلة أن تطلب إجراء تعديلات على المخطوط قبل إجازته للنشر كما أن لها الحق في إدخال قدر من "التحرير" على المخطوطات المجازة.
٥. تحتفظ المجلة بالحق في عدم نشر أي مخطوط دون إبداء الأسباب، ويُعد قرارها نهائياً.
٦. يلتزم الباحث بدفع النفقات المترتبة عن اجراءات التحكيم إذا رغب الباحث بإيقافها.
٧. لا يجوز نشر أي جزء من هذه المجلة أو اقتباسه دون الحصول على موافقة مسبقة من رئيس التحرير، والأبحاث المنشورة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها ولا تعكس بالضرورة آراء هيئة التحرير أو الجامعة.

❖ **قواعد تفصيلية للنشر:**

١. أن لا يزيد حجم المخطوط مع المصادر والهوامش والجداول والملاحق عن (٣٥) صفحة بواقع (٩٠٠٠) كلمة، خط (Arabic Transparent) حجم الحرف 14، مطبوعة بمسافات مزدوجة بين الأسطر على ورق حجم A4، مع الترقيم المتسلسل للصفحات في وسط أسفل الصفحة باستثناء الصفحة الأولى.
٢. ترقم الجداول والأشكال بالأرقام العربية (١، ٢، ٣...) بالترتيب كما وردت في المخطوط، وتزود الجداول بعناوين في الأعلى والأشكال في الأسفل وهوامشهما في الأسفل، ويطبع كل منها على صفحة مستقلة في نهاية المخطوط مع تحديد موقع الجدول أو الشكل في المتن على نحو: "شكل (٢) هنا تقريباً".
٣. تشتمل الصفحة الأولى من المخطوط على عنوان المخطوط، والاسم الثلاثي للباحث أو الباحثين (بالعربية والإنجليزية)، ورتبهم العلمية وأماكن عملهم الحالية، وعنوان المراسلة للباحث الرئيس بالتفصيل بما في ذلك العنوان الإلكتروني والهاتف.
٤. تشتمل الصفحة الثانية من المخطوط على العنوان (دون ذكر اسم المؤلف) ويليه ملخص دقيق باللغة العربية على ألا يزيد عن (١٥٠) كلمة، وخمسة مصطلحات دالة بحد أقصى أسفل الملخص.
٥. تشتمل الصفحة الثالثة من المخطوط على ملخص باللغة الانجليزية وبالشروط ذاتها.

٦. يبدأ متن المخطوط من الصفحة الرابعة، ويشتمل على عنوان المخطوط (دون ذكر اسم المؤلف).
٧. يقدم مع المخطوط سيرة علمية مختصرة عن الباحث أو الباحثين.
٨. ترتب جميع المراجع المشار إليها في المتن هجائياً (أ، ب، ت..) وبالإنجليزي (..A, B, C) وتوضع في قائمة المراجع على صفحات مستقلة عن المتن، ابتداء بالمراجع العربية ثم الأجنبية.
٩. لا تنظر هيئة التحرير في المخطوطات غير المنسجمة مع قواعد النشر في المجلة، لذا يرجى من الباحثين الكرام التأكد من ذلك قبل إرسال المخطوط.

❖ **كيفية التوثيق في متن المخطوط:**

- يكون ترتيب المراجع في المتن بنظام (الاسم/السنة) (System Name/Year) ويكون ترتيب المراجع في نهاية الأطروحة هجائياً.
- في المتن، مثلاً، تضع اسم المؤلف وسنة التأليف بين قوسين (Walter et al, 2004)، وترتب لائحة المراجع في نهاية البحث هجائياً (A.B.C…).
- في حالة الآيات القرآنية، يكتفى بذكر اسم السورة أو رقمها ورقم الآية على النحو التالي: (البقرة: ٢٨٢)، وتنسخ الآية الكريمة بخط المصحف العثماني ويوضع بعدها التوثيق السابق.

ترتب المصادر والمراجع في الدراسات العلمية والتطبيقية في نهاية البحث على النحو التالي:

١- **كتاب لمؤلف أو أكثر(Book with one or More Authors)**

طريقة التوثيق: اسم شهرة المؤلف، الاسماء الأولى (يتبع ذلك الاسم الاخير ثم الأول لمؤلفين آخرين إن وجدت) عنوان الكتاب. مكان النشر: الناشر؛ سنة النشر، عدد الصفحات.

مثال: Gujarati, Damodar N., **Basic Econometrics**. New York, USA: McGraw-Hill Company 2003, P.562

٢- **المجلات المتخصصة (Scholarly and Professional Journals)**

طريقة التوثيق: اسم شهرة المؤلف، الاسماءالأولى (يتبع ذلك الاسم الاخير ثم الأول لمؤلفين آخرين إن وجدت) تاريخ النشر بالسنة والشهر واليوم. عنوان البحث. اسم المجلة. رقم المجلد (رقم التسلسل): أرقام الصفحات.

مثال: Park, R.E. October 166. Estimation with Heteroscedastic Error Terms. Econometrica, Vol. 34 (4): P.888.

٣- **وقائع مؤتمر، أوراق علمية وملخصات (Conference Proceedings, Papers and Abstracts)**

طريقة التوثيق:اسم شهرة المحرر، الاسم الأول (يتبع ذلك الاسم الأخير ثم الأول لمحررين آخرين إن وجدت). سنة النشر. وصف الملخصات وعنوان المؤتمر؛ تاريخ المؤتمر بالسنة والشهر واليوم؛ مكان المؤتمر. مكان النشر: الناشر. عدد الصفحات.

مثال: Al Taleb, Ghassan S., 2006. Performance of Islamic Bank services: an empirical examination in Jordan. 2nd Banking and Finance International Conference. February 23-24, 2006- Lebanese American University, Beirut, Lebanon, 22 pages.

٤- **الأطروحات الجامعية وبراءات الاختراع (Theses and Patents Dissertations)**

طريقة التوثيق:اسم شهرة المؤلف، الاسم الأول (يتبع ذلك الاسم الأخير ثم الأول لمؤلفين آخرين إن وجدت) عنوان الأطروحة. مكان المؤسسة المانحة: اسم المؤسسة المانحة؛ تاريخ الشهادة. عدد الصفحات. معلومات متوفرة.

مثال: Moreno Cruz, Juan, Essays on the Economomics of Geoengineering. Alberta, Canada: University of Calgary, 2010. 109 p. Available from: http://keith.seas.harvard.edu/Thesis/TH7_Moreno-Cruz_2009.pdf.

٥- **المجلات الالكترونية ومصادر الانترنت (Electronic Journals and Internet Sources)**

أ. المجلات الاكترونية (Electronic Journals)

طريقة التوثيق: اسم شهرة المؤلف، الأسماء الأولى (يتبع ذلك الاسم الأخير ثم الأول لمؤلفين آخرين إن وجدت).عنوان البحث. اسم المجلة مختصر يليه سنة النشر؛ المجلد (رقم الاصدار): عدد الصفحات. معلومات متوفرة أخرى. تاريخ الدخول للموقع.

مثال: Loker, W.M. "Campesinos" and the crisis of modernization in Latin America. Jour of Pol Ecol [serial online] 1996; 3(1).
Available:http://www.library.arizona.edu/ej/jpe/jpeweb.htm

ب. مصادر الانترنت (الشبكة العنكبوتية)(Web Sites)

طريقة التوثيق:اسم شهرة المؤلف، الأسماء الأولى (يتبع ذلك الاسم الأخير ثم الأول لمؤلفين آخرين إن وجدت). عنوان صفحة الويب (الانترنت). مكان النشر: الناشر؛ تاريخ النشر [تاريخ التحديث/ التعديل؛ تاريخ التوثيق]. متاح من: (أدخل عنوان صفحة الويب) (URL).

مثال:

British Medical Journal [Internet]. Stanford, CA :Stanford Univ.; 2004 July 10; Available from :bmj.com: Or: http://www.gbhap.com/journals/authors/tmifauth.pdf

٦- **الأحاديث الشريفة**

طريقة التوثيق: يذكر اسم المؤلف (سنة النشر)، وعنوان الكتاب، والطبعة، والكتاب، والباب، ورقم الحديث، والجزء، والصفحة، والناشر، ومكان النشر.

- توجه جميع المراسلات إلى المجلة على العنوان التالي:

رئيس تحرير مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية
عمادة البحث العلمي/ جامعة العلوم الإسلامية العالمية
المملكة الأردنية الهاشمية

هاتف (٩٦٢ ٦ ٥٦٠٠٢٣٠+)
البريد الالكتروني: al_mithqal.journal@wise.edu.jo

موقع الجامعة الالكتروني: www.wise.edu.j0

محتويات العدد (باللغة العربية)

البـــاحث/ الباحثـــون	عنوان البحث	الصفحات
هنادي ابو ليلى د.خالد الشوابكة	المرونة الإستراتيجية وأثرها في إدارة الأزمات (دراسة تطبيقية في الجامعات الأردنية الخاصة)	٤٩-٧
د. جمال الكيلاني عدي الجراب	بيع المعدوم وتطبيقاته في مجال الديون	٨٣-٥١
د.زياد عبيدات	محددات الآداء المالي في شركات التأمين الإسلامية الأردنية	١٢٢-٨٥
د.محمد الشورة مجد العمد	الإثراء الوظيفي والرضى الوظيفي وآداء العاملين(مؤسسة الضمان الإجتماعي –الأردن)	١٨٩-١٢٣
محمد بني هاني د.أحمد ملاوي	أثر التحرير المالي على حجم التداول في بورصة عمان-الأردن	٢٢٢-١٩١
د. فراس الزعبي باسل الزعبي	أثر التسويق بالعلاقات في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الأردنية	٢٥٧-٢٢٣
د.مها الخفاف	E-GOVERNMENT READINESS IN JORDAN:ASITUATION ANALYSIS	٢٧٢-٢٥٩

المرونة الاستراتيجية وأثرهـا في إدارة الأزمات

"دراسة تطبيقية في الجامعات الأردنية الخاصة"

هنادي لطفي أبوليلى* **د. خالد محمود الشوابكة****

تاريخ وصول البحث:٢٠١٧/٤/٢٠م تاريخ قبول البحث:٢٠١٧/٥/٣١م

ملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى المرونة الاستراتيجية بأبعادها (مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، والمرونة التنافسية) وأثرها في إدارة الأزمات بمراحلها (الإنذار المبكر، والاستعداد والوقاية، واحتواء الضرر، واستعادة النشاط، والتعلم) في الجامعات الأردنية الخاصة.

ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بتصميم استبانة شملت (54) فقرة، لجمع البيانات الأولية من عينة الدراسة والمكونة من (136) فرداً من مستوى الإدارة العليا والوسطى في الجامعات الأردنية الخاصة. وفي ضوء ذلك تم جمع البيانات، وتحليلها، واختبار الفرضيات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وتم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية لتحقيق أهداف الدراسة والتوصل إلى نتائجها، ومنها تحليل الانحدارالبسيط وتحليل الانحدار المتعدد وتحليل الانحدار المتعدد المتدرج.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أبرزها ما يلي: وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية **(0.05 ≥ P)** للمرونة الاستراتيجية بأبعادها مجتمعة (مرونة المعلومات والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، والمرونة التنافسية) في إدارة الأزمات بمراحلها مجتمعة (مرحلة الإنذار المبكر، ومرحلة الاستعداد والوقاية، مرحلة احتواء الأضرار، ومرحلة استعادة النشاط، ومرحلة التعلم) في الجامعات الأردنية الخاصة.

***طالبة، قسم الإدارة، كلية المال والاعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.**

**** أستاذ مساعد، قسم الإدارة، كلية المال والاعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.**

وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، فقد أوصى الباحثان بجملة من التوصيات، ومن أهمها: العمل على تعزيز أبعاد المرونة الاستراتيجية في الجامعات الأردنية الخاصة وتطويرها لزيادة فاعلية مواجهة الأزمات بكفاءة؛ وضرورة تعزيز كافة السبل وتوفير كافة الإمكانيات من قبل الإدارات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة بهدف التكيف مع المستجدات البيئية وبالتالي القدرة علي مواجهة الأزمات والتصدي لها إن وجدت.

الكلمات المفتاحية: المرونة الاستراتيجية، إدارة الأزمات، الجامعات الأردنية الخاصة.

Abstract

This research aimed to study the strategic flexibility with its sub-variables (information flexibility, marketing flexibility, service delivery flexibility and competitive flexibility) and its impact on crises management in its different phases (early warning, readiness and prevention, damage control, recovery, and learning) at Jordanian private universities. To achieve the objectives of the study, a survey, which consists of (54) items, was designed and used for collecting primary data from study sample (136) participants of top and middle management levels of these universities. Accordingly, the data were collected and analyzed by using SPSS and other statistical methods and tests. The study findings revealed that there is an impact of strategic flexibility on all sub-variables (information flexibility, marketing flexibility, service delivery flexibility and competitive flexibility) at different stages on crisis management (early warning, readiness and prevention, damage control, recovery, and learning) at ($p \leq 0.05$) level in Jordanian private universities.

Based on such results, the researchers recommended enhancing and developing strategic flexibility in Jordanian private universities to increase the effectiveness in dealing with crises management effectively and to strengthen all means and provide all possibilities by the executives at Jordanian private universities. This is to adapt to environmental developments and thus the ability to respond to crises and address them when found.

Keywords: Strategic Flexibility, Crises management, Jordanian private universities.

١. مقدمـــة:

تعد الأزمات من أبرز التحديات والأحداث التي تؤثر على منظمات الأعمال، لاسيما وأن الأزمة تشكل مصدراً للقلق والتعثر في المنظمات. وقد أدت التغيرات المتسارعة في البيئة الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية إلى تنامي الأزمات التي يمكن أن تواجه المنظمات. ومع وجود تلك الأزمات أصبح لزاماً على المنظمات أن تهتم بإدارة تلك الأزمات ومحاولة الوقاية منها أو حلها قبل تفاقم الآثار المترتبة عليها.

وكلما زادت حالة عدم التأكد في الظروف البيئية المتغيرة والمحيطة، تطلب الأمر تواجد المرونة الاستراتيجية كمطلب رئيس وحيوي للمنظمات التي تسعى للنجاح في تحقيق أهدافها المنشودة، وفي القدرة على تطوير مواردها وإمكانياتها بشكل يمكنها من استغلال الفرص المتاحة والاستغلال الأمثل، وتجنب التهديدات والمخاطر والأزمات المحتملة.

لذلك لابد من ضرورة تمتع المنظمات بالمراقبة الدائمة والمرونة الاستراتيجية خاصة في مؤسسات مهمة وذات أثر في المجتمع مثل المؤسسات التعليمية الأردنية، وخاصة الجامعات الأردنية الخاصة التي تساهم في صناعة مستقبل التعليم العالي، وإحداث التنمية الشاملة على مختلف الصعد والمجالات؛ لذلك جاءت هذه الدراسة لبيان أثر المرونة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

٢. أهميّة الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة الحالية من أهمية المرونة الاستراتيجية ودورها في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة، خاصة وأن الجامعات وبشكل عام تعد من أهم دعائم التعليم العالي في المملكة الأردنية الهاشمية؛ مما يستدعي ضرورة الاهتمام باستراتيجياتها ومدى نجاحها في إدارة الأزمات فيها. كما تبرز أهمية الدراسة من خلال ما يلي:

- **الأهمية العلمية:** وذلك من خلال محاولة تقديم إضافة علمية حول متغيرات الدراسة (المرونة الاستراتيجية، وإدارة الأزمات)، وذلك بتقديم اطار نظري يعالج تلك المتغيرات.

❖ **الأهمية العملية:** تستمد هذه الدراسة أهميتها العملية من المتغيرات التي تدرسها في الجامعات الأردنية الخاصة، ومن خلال دراسة ميدانية توصلنا إلى جملة من النتائج والاستنتاجات والتوصيات التي ستوضع بين أيدي متخذي القرار للاستفادة منها.

٣. أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة الحالية في التعرف إلى أثرالمرونة الاستراتيجية بمتغيراتها: (مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، والمرونة التنافسية) في إدارة الأزمات بمراحلها (الإنذار المبكر، والاستعداد والوقاية، واحتواء الضرر، واستعادة النشاط، والتعلم) في الجامعات الأردنية الخاصة ومن خلال ما يلي:

- تحديد مستوى المرونة في الجامعات الأردنية الخاصة من وجهة نظر عينة الدراسة.
- بيان مستوى تطبيق إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة من وجهة نظر عينة الدراسة.
- تحديد أثر المرونة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.
- التوصل إلى جملة من الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن من خلالها مساعدة متخذي القرارات في الجامعات الأردنية الخاصة للتعرف إلى دور المرونة الاستراتيجية في إدارة الأزمات.

٤. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تواجه منظمات الأعمال بشكل عام العديد من التحديات والمعوقات الإدارية والمالية؛ إضافة إلى النمو السريع والتقدم العلمي والتكنولوجي، مما قد يؤدي ذلك إلى ظهور الأزمات وضرورة مواجهتها، وما يستدعي من توافر إدارة لتلك الأزمات كمحاولة للوقاية من تبعاتها والسيطرة عليها والسعي لحلها. وتكمن مشكلة الدراسة في تلمس مدى تطبيق إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة، خاصة في ظل العقبات المالية والإدارية والبشرية التي تحيط بتلك الجامعات مما يجعل الأزمات حاله لا بد من مواجهتها في عالم الأعمال والذي أصبح معروفاً فيه أن الثابت الوحيد هو التغيير.

كما أن مؤسسات التعليم العالي الأردنية (ممثلة بالجامعات) تتعرض للكثير من المشكلات التي يمكن - ولحد ما- أن تتطور لأزمات تهدد مسيرتها في تحقيق الأهداف المنشودة، وهذه الأزمات هي الأولى بالبحث والدراسة لتغدو المؤسسات التعليمية أداة فاعلة من أدوات الإنتاج الاقتصادي والاجتماعي (الصرايرة، 2010).

ومع وجود العديد من الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة، متمثلة بالعنف الجامعي بين الطلاب وفقدان الكوادر التدريسية الكفؤة المهاجرة للخارج، والتي ماهي إلا مؤشرات على أهمية التنبؤ بالأزمات والتصدي لها والتعامل معها، فإن الدراسة الحالية تحاول بيان أثر المرونة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة، من خلال السؤال الرئيس التالي: **(ما هو أثر المرونة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنيّة الخاصة؟)**

٥. فرضيات الدراسة:

H_{o1}: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة **($P \leq 0.05$)** للمرونة الاستراتيجية بدلالة أبعادها: (مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، والمرونة التنافسية) في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

وينبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

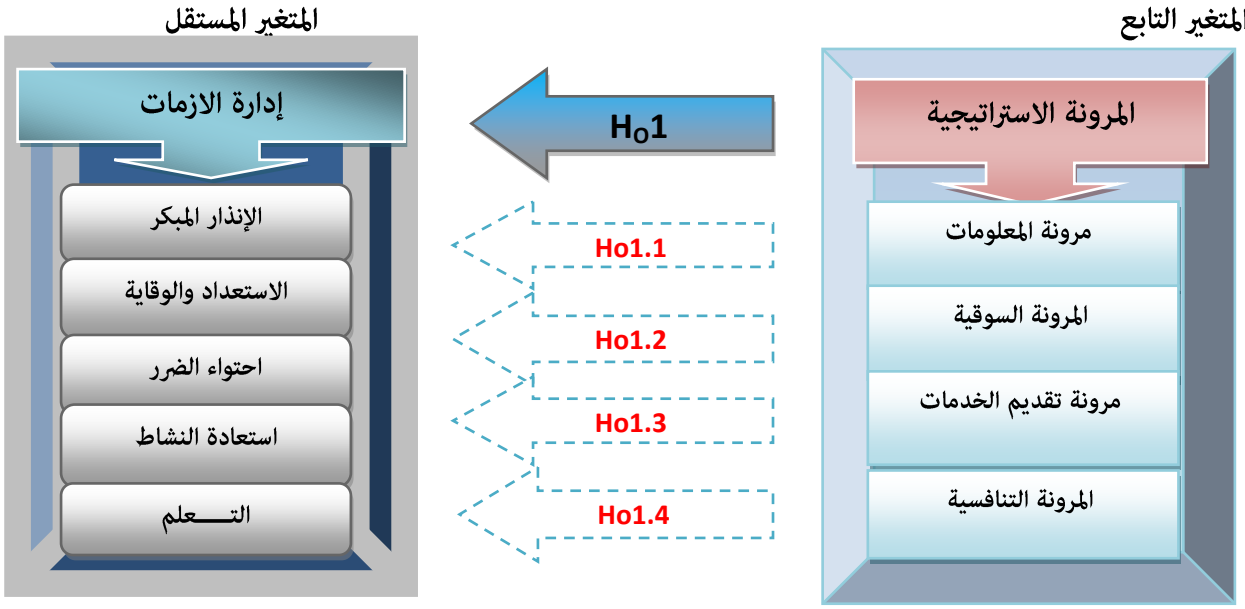
$H_{o1.1}$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة **($P \leq 0.05$)** لمرونة المعلومات في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

$H_{o1.2}$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة **($P \leq 0.05$)** للمرونة السوقية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

$H_{o1.3}$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة **($P \leq 0.05$)** لمرونة تقديم الخدمات في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

$H_{o1.4}$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة **($P \leq 0.05$)** للمرونة التنافسية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

٦.أنموذج الدراسة: الشكل (١) أنموذج الدراسة



الأنموذج من تصميم الباحثان اعتماداً على المصادر التالية وبتصرف.

- (المرونة الاستراتيجية): (Abbott & Banerji, 2003) (William, Gerald &David, 2008).
- (إدارة الأزمات): (Pearson & Mittrof, 1993) (أبو فارة، 2009).

٧. التعريفات الإجرائيّة:

المرونة الاستراتيجية: هي قدرة الجامعات الخاصة وقابليتها على الاستجابة لمتطلبات البيئات التنافسية المتغيرة، وبالتالي قدرتها على مواجهة المتغيرات البيئية الهامة والسريعة في ظل حالة عدم التأكد، وتمكينها من إدارة نشاطاتها بكفاءة وفاعلية في ظل ظروف المنافسة الحادة (Yonggui & Hing-po, 2004, 37)، وتقاس بالفقرات التالية في استبانة الدراسة (1-24).

إدارة الأزمات: هي علم وفن القضاء على جانب كبير من عدم التأكد والمخاطرة بما يتيح لإدارة الجامعة إمكانية السيطرة والتحكم في مصير هذه الجامعة وقدراتها (أبو فارة، ٢٠٠٩، ٦٠)، وتقاس بالفقرات التالية في استبانة الدراسة (25-54).

٨. حدود الدراسة:

- **الحدود البشريّة:** اقتصار الدراسة على الإدارة العليا والوسطى في الجامعات الأردنيّة الخاصة.
- **الحدود المكانيّة:** اقتصار الدراسة على الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان فقط.
- **الحدود العلميّة:** اقتصرت الدراسة الحالية على تناول أبعاد المرونة الاستراتيجية ممثلة بأنواعها (مرونة المعلومات، و السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، والمرونة التنافسية)، كما اقتصرت الدراسة على تناول مراحل إدارة الأزمات (الإنذار المبكر، والاستعداد والوقاية، واحتواء الضرر، واستعادة النشاط، والتعلم).

٩. محددات الدراسة:

- أجريت هذه الدراسة على الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان، مما يحدد تعميمه على باقي الجامعات الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية.
- قلة المصادر والمراجع العربية التي تبحث المرونة الاستراتيجية في المنظمات العربية وخاصة الجامعات الخاصة.

١٠. الدراسات السابقة:

١,١٠. الدراسات العربية:

دراسة **حسين (2016):** والتي هدفت لتحديد طبيعة علاقة المرونة الاستراتيجية وأثرها في ترشيد القرارات الاستراتيجية في منظمات الأعمال، واختيرت الشركة العامة للزيوت النباتية العراقية كحالة دراسية بسبب استمرارية العمل فيها رغم الظروف السياسية في العراق. واتبع الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي. حيث توصل الباحث إلى جملة من النتائج، كان من أهمها: أوضحت النتائج تمتع الشركة بمرونة المهارات للموظفين العاملين لديها وبالشكل الذي يساعدهم على التكيف مع كافة المتغيرات والتحديثات، إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لإجمالي بعد مرونة المهارات (4.4). كما أكدت النتائج أن معظم الأنشطة التي تمارس داخل الشركة تتمتع بالمرونة الكافية لمواكبة كافة المستجدات والمتغيرات التي تحدث في البيئة المحيطة، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي لإجمالي بعد مرونة الأنشطة (4.3).

بينما هدفت دراسة **بني حمد (2015):** إلى بيان الدور الوسيط للذكاء التنافسي في تحسين أثر المرونة الاستراتيجية من خلال أبعادها (المرونة السوقية، والمرونة الإنتاجية، والمرونة التنافسية، ومرونة الموارد، ومرونة القدرات) في تحقيق التميز المؤسسي في البنوك التجارية الأردنية. وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي. و توصل الباحث في دراسته إلى جملة من النتائج، كان من أهمها: أظهرت نتائج التحليل الوصفي لمتغير المرونة الاستراتيجية بأبعادها في البنوك التجارية الأردنية أن مستوى أهميتها كان مرتفعاً.

كما تبين وجود تأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) للمرونة الاستراتيجية بأبعادها (المرونة السوقية، ومرونة القدرات، ومرونة الموارد) في تحقيق التميز المؤسسي في البنوك التجارية الأردنية.

أما دراسة **أبو رمان (2015):** فقد هدفت الدارسة التعرف إلى مستوى ممارسة القيادة التحويلية، ومستوى تطبيق نهج إدارة الأزمات في الشركات الصناعية الأردنية. كما هدفت إلى قياس دور ممارسة القيادة التحويلية في تحقيق نهج شامل لإدارة الأزمات بمراحلها (اكتشاف إشارات الإنذار المبكر، والاستعداد والوقاية، واحتواء الأضرار، واستعادة النشاط، والتعلم). واعتمدت الباحثة المنهج الوصفي المسحي- التحليلي، لمجتمع تكون من جميع الشركات الصناعية المساهمة العامة في الأردن. وأظهرت النتائج وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0,05$) لدور القيادة التحويلية بأبعادها مجتمعة في مراحل إدارة الأزمات في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

كما هدفت دراسة **العنزي (2014):** إلى الكشف عن أثر المرونة الاستراتيجية بأبعادها (المرونة السوقية، والمرونة التنافسية، ومرونة المعلومات، ومرونة رأس المال البشري، وتبسيط الإجراءات) في جودة الأداء المؤسسي بعناصرها (فاعلية الأداء، وكفاءة الأداء) في شركة الطيران الكويتية. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، من خلال وصف وتحليل أثر المرونة الاستراتيجية في جودة الأداء المؤسسي، كما استخدم المنهج المسحي الميداني لمجتمع الدراسة. ويمكن تلخيص أهم النتائج التي توصل لها الباحث كما يلي: بينت نتائج الإحصاء الوصفي لأبعاد المرونة الاستراتيجية (المرونة السوقية، والمرونة التنافسية، ومرونة المعلومات، ومرونة رأس المال البشري، وتبسيط الإجراءات) أن أهمية هذا المجال كانت متوسطة.

وهدفت دراسة **العبادي (2014):** إلى محاولة بناء نظام المعلومات الفعّال الذي يمكن استخدامه في عمليات إدارة الأزمات بمراحلها: (اكتشاف اشارات الإنذار، والاستعداد والوقاية، واحتواء الضرر، واستعادة النشاط، والتعلم) لمساعدة المنظمات والتسهيل عليها في التعامل مع التوقعات والتغيرات المستقبلية وقد تم دراسة حالة جامعة البلقاء التطبيقية. واستخدم الباحث المنهج الوصفي السببي، في مجتمع يتكوّن من كافة موظفي جامعة البلقاء التطبيقية 2013. ومن النتائج الهامة التي توصل لها الباحث: أن هناك تأثير معنوي للمتغيرين (موارد الأجهزة، وموارد البرمجيات) على المتغيرات التابعة (اكتشاف اشارات الإنذار، و الاستعداد والوقاية، واحتواء الضرر، والتعلم).

أما دراسة **زعتري (2013):** فقد هدفت الدراسة إلى قياس وتحليل أثر ممارسات استراتيجيات الموارد البشرية في تعزيز المرونة الاستراتيجية بأبعادها (مرونة السوق، ومرونة التوسع، ومرونة المنتج الجديد) في المصارف الإسلامية الفلسطينية. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار العينة بمسح شامل لمجتمع الدراسة. وجاءت جملة من النتائج كان أهمها: أن مرونة السوق في المصارف الإسلامية الفلسطينية كانت بمستوى موافقة متوسطة وبمتوسط حسابي (3.640). وأن المصارف الإسلامية الفلسطينية تهتم بمرونة المنتج الجديد، وأن مستوى الأهمية لهذه المرونة جاءت بدرجة متوسط وبمتوسط حسابي قدره (3.42). وأن هناك أثر لممارسات استراتيجيات الموارد البشرية في تعزيز المرونة الاستراتيجية بأبعادها (مرونة السوق، ومرونة التوسع، ومرونة المنتج الجديد) في المصارف الإسلامية الفلسطينية.

أما دراسة **الصرايرة (2010):** فقد جاءت لبيان واقع إدارة الأزمات التي يمكن أن تواجه المؤسسات التعليمية ومدى تهديدها للمسيرة التعليمية، وعلى الطرائق التي من شأنها أن تحد من تلك الأزمات والمخاطر، وذلك انطلاقا من حتمية أن التخطيط للتعليم العالي ومخرجاته ينبغي أن تتساوى مع حاجات السوق الاقتصادية والاجتماعية. ولجأ الباحث إلى منهج (تحليلي، مقارن)، في مجتمع مؤسسات التعليم العالي الأردني في دراسته. وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج ومن أهمها ما يلي: أن هناك إشكالية تتمحور حول ضعف التمويل وشح الموارد المادية مما يؤدي وبشكل واضح لنقص مدخلات البحث العلمي، مما يُضعف من التأثيرات الناجمة عن

الأزمة واحتوائها قبل أن تحدث شرخاً يعزز التراجع المؤسسي في النظام التعليمي. كما أن التعصب والعنف من قبل الطلبة داخل الحرم الجامعي، هي أزمة تهدد المؤسسات التعليمية.

٢,١٠.الدراسات الأجنبية:

دراسة **Bao, Lee & Tsao (2016):** والتي هدفت إلى مناقشة المتغيرات الإدارية الخاصة بالسوابق التي تؤثر في تأسيس آلية إدارة الأزمات في المستشفيات الحكومية (تايوان)، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي في داستهم. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، من أهمها ما يلي: إن آليات إدارة الأزمات مرتبطة بشكل وثيق مع كل من التغيرات التي تطرأ على البيئة الخارجية المحيطة بالمستشفيات الحكومية، ومدى وجود نظام يرصد الأخطار الطبية والإدارية في البيئة الداخلية لهذه المستشفيات.

دراسة **Radomska (2015):** والتي هدفت إلى وصف القضايا ذات العلاقة بالمرونة الاستراتيجية في منظمات الأعمال، وحاولت الدراسة ربط المرونة الاستراتيجية بمتغيراتها الفرعية بالنتائج المتحققة في أداء الشركات المبحوثة. وقدمت الدراسة إطاراً مفاهيمياً يجمع بين محاور الإدارة الاستراتيجية للشركات المبحوثة ودور المرونة الاستراتيجية في كل منطقة أو محور من تلك المحاور. ولقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في دراستها، وتوصلت الباحثة إلى جملة من النتائج، من أهمها: لا يوجد علاقة بين المرونة الاستراتيجية والأداء المالي للشركات المبحوثة. كما تبين وجود علاقة إحصائية إيجابية بين المرونة الاستراتيجية ومدى مشاركة العاملين في اتخاذ القرارات وأداء بعض الأعمال.

أما دراسة **Bavarsad, Rahimi& Sayfi (2014):** فقد هدفت هذه الدراسة التعرف إلى العلاقة بين المتغيرات التالية: (التعلم المنظمي، والمرونة الاستراتيجية، والاستراتيجية التنافسية، وأداء الشركات) في شركة الزيوت في أصفهان-إيران. واستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها ما يلي: وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كافة متغيرات الدراسة. كما بينت الدراسة أن المرونة الاستراتيجية والتعلم المنظمي من أكثر المتغيرات علاقة فيما بينها؛ حيث يعتبر التعلم المنظمي مساعداً لتحقيق المرونة الاستراتيجية.

بينما هدفت دراسة **Guo & Cao (2014):** إلى مناقشة السؤال التالي: متى يكون للمرونة الاستراتيجية تأثير فعال على المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الناشئ؟. وتكوّن مجتمع الدراسة من الشركات الصينية الصغيرة والمتوسطة بواقع (400) شركة. ومن **النتائج** المهمة لهذه الدراسة ما يلي: عندما تكون شدة المنافسة منخفضة فإن المرونة الاستراتيجية تكون لديها علاقة موجبة نسبياً مع أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة. كما بينت الدراسة أن التأثير الإيجابي للمرونة الاستراتيجية على أداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة يكون قوي عند القيام بأنشطة ذات جودة عالية لدمج الموارد الداخلية.

أما دراسة **Taymouri, Eslami, Fadaei, Delfan & Ghasemi (2014):** التي هدفت التعرف إلى العلاقة بين الإدارة الاستراتيجية بمتغيراتها الفرعية: (التحليل، والمرونة، والتخطيط، والرقابة) وإدارة الأزمات بمتغيراتها الفرعية التالية: (تحديد أعراض الأزمة، ومنع حدوث الأزمات، وتصحيح الأضرار، والتحسين، والتعلم). ولقد استخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي في دراستهم، حيث تكون مجتمع الدراسة من العاملين في المستشفيات التابعة لجامعة شهيد بيهشتي في طهران. وتوصل الباحثون إلى جملة من النتائج، من أهمها: وجود علاقة إحصائية إيجابية بين أبعاد الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات بمستوى كبير. ووجود علاقة إحصائية إيجابية على مستوى كبير بين التحليل كمتغير فرعي للإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات.

كما هدفت دراسة **Kazozcu (2011):** التعرف إلى دور المرونة الاستراتيجية في اختيار استراتيجيات التحوّل على أساس المنهج القائم على أهمية الموارد التنظيمية، وذلك نتيجة الركود الاقتصادي وحدوث الأزمات بشكل غير اعتيادي في الآونة الأخيرة. ولقد استخدم الباحث المنهج الوصفي في دراسته كمنهج نظري مفاهيمي، حيث تبنى الباحث دراسة المتغيرات نظرياً من خلال عرض مصفوفة رباعية توضح دور المرونة الاستراتيجية في الخيار الأفضل ضمن الموارد والقدرات المنظمية. وقد حددت الدراسة أكثر الموارد أهمية خلال الفترات المضطربة في الأزمات الاقتصادية. وحاولت الدراسة توضيح أهمية تنمية الموارد المستدامة وإكسابها المرونة الاستراتيجية كخطوة لمواجهة الأزمات التي واجهتها المنظمة.

٣,١٠.ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

١- من حيث متغيرات الدراسة: إن ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، هو أن الدراسة الحالية هي الأولى التي تبحث أثر المرونة الاستراتيجية كمتغير مستقل بأبعادها الأربعة وهي (مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، والمرونة التنافسية)، في إدارة الأزمات كمتغير تابع بمراحلها الخمسة، وهي: (الإنذار المبكر، والاستعداد والوقاية، واحتواء الضرر، واستعادة النشاط، والتعلم) في الجامعات الأردنية الخاصة، وبناءً عليه تم بناء أنموذج الدراسة.

٢- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة بأهمية وجود المرونة الاستراتيجية باختلاف أبعادها التي استخدمتها تلك الدراسات، كمتغير فعال لمواجهة التغيرات البيئية التي تشهدها المنظمات في إطار ممارستها لأعمالها، ومدى إسهامها في تحقيق التوازن والتوافق بين المنظمة وبين البيئة المتغيرة.

٣- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة أن الأزمات وإمكانية حدوثها في بيئة الأعمال هو أمر حتمي، وأن هناك ضعفاً واضحاً في إعطاء إدارة الأزمات الاهتمام الكافي في منظمات الأعمال باختلاف أنواعها ونشاطاتها، وانه أصبح من الضرورة الملحة لمنظمات الأعمال الاهتمام بإدارة الأزمات من خلال العمل على التنبؤ، بها والتعامل معها بمنهجية علمية مدروسة للسيطرة عليها.

١١. الإطار النظري:

١,١١المرونة الاستراتيجية Strategic Flexibility:

١,١,١١مفهوم المرونة الاستراتيجية:

لقد تم تطوير مفهوم المرونة الاستراتيجية كقاعدة تنافسية تساعد المنظمات على إدارة الأعمال الإدارية ورفع مستوى الأداء بشكل عام، حيث أصبح من الصعب جداً القيام بذلك مع هذه المتغيرات المادية والإنسانية، وبناء على ذلك قرر الباحثون في الإدارة والاقتصاد دمج المرونة والاستدامة والقدرة على التكيف مع المتغيرات الجديدة، وثقافة المنظمة، والقدرة على إعادة تصميم جديد لمواكبة التكيف مع المتغيرات المطلوبة، حيث تعد من أهم وسائل النجاح في المنظمات العامة والخاص، بغض النظر عن أهدافها ونوع نشاطها، والذي يزيد من حاجتها

إلى إعادة تشكيل نفسها أو إعادة هندستها من أجل مواكبة نموذج التنظيم على أساس القدرة على مواجهة التغييرات والصراعات المحيطة بالمنظمات (الفاضل، 2015، 3).

ويشار إلى أن المرونة الاستراتيجية: هي سعي منظمات الأعمال للتكيف مع التغيرات الديناميكية المتسارعة، وبالتالي هي قدرة تلك المنظمات على التعامل مع جميع أشكال التغيرات المختلفة في البيئة من خلال تخصيص وإعادة تخصيص مواردها لتعزيز الأداء (Olalekan, 2006, 52).

وذهب كل من (Yonggui & Hing-po) (2004, 37) إلى تقديم مفهوم المرونة الاستراتيجية على أنه قدرة منظمات الأعمال، ومدى قابليتها للاستجابة لمتطلبات البيئات التنافسية المتغيرة والمتجانسة، واعتبارها شرطاً لزيادة تلك القدرة على المواجهة للمتغيرات البيئية المهمة والسريعة في ظل عدم التأكد، وتمكنها من إدارة نشاطاتها بكفاءة وفاعلية في ظل ظروف المنافسة الحادة. كما تشير المرونة الاستراتيجية إلى قدرة المنظمة على التحول من استراتيجية إلى أخرى، خاصة في حالة عدم التأكد في الظروف البيئية المتغيرة، وتتطلب المرونة الاستراتيجية التزاماً طويل الأمد للتطور(النجار والحوري، 2008، 64).

ويرى الباحثان أن المرونة الاستراتيجية هنا هي قدرة الجامعات الأردنية الخاصة على التنقل بين البدائل الاستراتيجية المطروحة، والتي تكون في اطار الإمكانيات المتاحة لهذه الجامعات، وذلك لكي تتمكن من الرد على التغيرات البيئية، بهدف الحصول على مركز تنافسي من خلال التوسع في الأسواق أو المناطق الجديدة، وتبني أو تطبيق التقنيات الحديثة لتقديم خدمات أفضل، وبكلفة أقل وأسرع من الجامعات المنافسة في السوق.

٢,١,١١أبعاد المرونة الاستراتيجية:

١- مرونة المعلومات Information Flexibility :

في ظل ما تشهده منظمات الأعمال من تنامي وتطور في محيطها ازدادت أهمية المعلومات، حيث تلعب المعلومات دوراً أساسياً في جميع مراحل الإدارة الاستراتيجية،وخاصة عند صياغة الاستراتيجية ووضع الأهداف، وتعرف المعلومات بأنها "البيانات التي تمت معالجتها من نظام المعلومات لتصبح أكثر نفعاً لمتخذ القرار، وتكون لها قيمة في الاستخدام الحالي أو في اتخاذ القرارات الاستراتيجية المستقبلية" (سراج، 2005، 131).

وتتمثل مرونة المعلومات في قدرة المنظمة في الحصول على المعلومات المطلوبة من نظم المعلومات، وتنقسم مرونة المعلومات إلى مرونة الإبلاغ؛ والمتمثلة في قدرة المنظمة على استطلاع المعلومات ذات العلاقة، والمرونة التحليلية؛ والتي تعني قدرة المنظمة على استخلاص واستخدام البيانات القديمة التي تملكها في أرشيفها وتحليلها لتساعدها في اتخاذ ودعم القرارات فيها (William, Gerald & David, 2008, 5).

ووصف كل من النجار، والحوري (2008، 3) المرونة هنا بأنها قدرة المعلومات وقابليتها للتكيف مع أكثر من تطبيق ولأكثر من مستخدم، لذلك لا بد أن تتوافر المعلومات بشكل مرن يمكن استخدامه من قبل كافة المستويات الإدارية في المنظمة.

وتهدف الجامعات الأردنية الخاصة بشكل عام لدعم متخذي القرار فيها، وذلك باستخدام أنظمة معلومات تتصف بالمرونة، تعمل على تقديم معلومات دقيقة وواقعية في الوقت المناسب عن الأداء الداخلي للمنظمة، و أداء الأسواق والمنافسين، فالمعلومات تتزايد قيمتها في البيئات التنافسية التي تتصف بسرعة التغيير كالتي تعمل بها الجامعات الأردنية الخاصة؛ مما يجعل المعلومات المرنة تتوافر لكافة المستخدمين وفي كافة المستويات الإدارية، ولنجاح هذه العملية لا بد للمعلومات أن يكون لها خصائص تضمن جودتها ومرونتها.

٢- المرونة السوقية Marketing Flexibility:

تعرف المرونة السوقية بأنها "قدرة المنظمة على إعادة صياغة خططها وأهدافها وأساليبها المستخدمة سابقاً، واستراتيجياتها التسويقية استجابة للتغيرات البيئية المحيطة وتطورات الأحداث خلال فترة زمنية قصيرة" (Abbott & Banerji, 2003, 2).

وعرف دارين (2005، 168) المرونة السوقية بالقدرة التي تمتلكها المنظمة على التصنيع، وتعديل منتجاتها بما يتوافق مع تغير أذواق العملاء في الأسواق المختلفة التي تتعامل معها المنظمة. أما Das (2001) فقد عرف المرونة السوقية على أنها قدرة المنظمة على الاستجابة لتغيرات السوق والتكيف معها دون أي إخلال بأنشطة المنظمة.

واتفق معهما Gupta (2009, 239) والذي أشار إلى أن المرونة السوقية تتمثل بقدرة النظام التشغيلي للمنظمة على قابلية التكيف مع تغيرات السوق بسهولة، والاستجابة إلى التغيرات البيئية بشكل سريع ودقيق دون التأثير على أعمال المنظمة بشكل سلبي، مع القدرة على تقليل مرونة المنافسين في استكشاف الفرص الجديدة.

ونجد أن الجامعات الأردنية الخاصة تواجه كمثيلاتها من منظمات الأعمال تحديات عديدة بسبب زيادة درجة المنافسة، مما يجعلها في صدد محاولة تقديم خدمات تتلائم مع حاجات ورغبات العملاء المتغيرة، بتطور التكنولوجيا المتسارع واختلاف الأذواق والقيم والسلوكيات السائدة، وحيث أن البقاء والاستمرار في السوق يعتمد بدرجة كبيرة على الأداء الفعال وكسب رضا وقبول العملاء، فإنها أصبحت بحاجة ملحة إلى المرونة التسويقية (حمزاوي، 2010، 2).

٣- مرونة تقديم الخدمة Service Delivery Flexibility:

وهي تتمثل بقدرة المنظمة على إيجاد وتقديم منتجات جديدة، بما يتناسب ومتطلبات السوق المستهدف، أو هي القدرة على صنع منتجات أو خدمات جديدة بسرعة (Kara, 2000). ويشير اللامي (2008، 24) أن مرونة تقديم الخدمة تعني قابلية المنظمة على تغيير عملياتها بطريقة ما، وهي مقياس لمدى السرعة المعمول بها في تحويل عملياتها من خدمات الخط القديم إلى إنتاج خدمات جديدة، وتتمثل كذلك بالتكيف السريع لما يحصل من تغيرات في الظروف والأحداث التي تواجه المنظمة، والتي تتطلب منها الانتقال من منتج إلى منتج آخر يتناسب والظروف الراهنة، ويتم قياس المرونة بمقدار الوقت الذي تستغرقه العملية.

كما يشير Zhang (2005, 165) إلى أن مرونة تقديم الخدمة تمكن منظمات الأعمال من القدرة على التحكم بتنويع منتجاتها، وتغييرها وتشكيلها بشكل كفؤ وواف وسريع، وبالتالي تواجد خيارات استراتيجية تخص الخدمات بشكل أكبر للتعامل مع البيئة المتغيرة باستمرار، وبالتالي إمكانية المنظمة أن تفي بالاحتياجات التي تخص التغيير والتطوير بالنسبة لعملائها.

ويؤكد الباحثان أن الجامعات الأردنية الخاصة وبسبب بيئة العمل المعاصرة التي تتسم بالمنافسة، لا بد لها من مواكبة التطورات باستحداث الخدمات الجديدة، وابتكار ما يحقق الرضا من قبل عملائها الحاليين، وما هو ملفت للعملاء المستقبليين. وأن تتكيف الجامعات الأردنية الخاصة مع كل ما هو في ساحة الأعمال من تغيرات تجعلها في مرونة دائمة في تقديم خدماتها بالسرعة الكافية والجودة العالية غير متجاوزة حد التكاليف، خاصة في ظل خضوع الجامعات الأردنية الخاصة لمعايير هيئة اعتماد مؤسسات التعليم العالي، وما يقوم به ديوان الخدمة المدنية متعاوناً مع وزارة العمل في إجراء الدراسات السنوية في واقع عملية العرض والطلب على التخصصات حسب تصنيف (مطلوبة، ومشبعة، وراكدة) لطلبة الثانوية العامة على مستوى المملكة والأقاليم المختلفة، وإتاحة هذه المعلومات بإصدار النشرات بهدف التوجيه الصحيح للطلبة في الاختيار.

٤- المرونة التنافسية Competitive Flexibility:

تعيش منظمات الأعمال المعاصرة حالة من التعقيدات البيئية، وصعوبة توقع مجريات الأحداث التي تحيط بها، وبالتالي اشتداد حالة المنافسة؛ مما يتطلب زيادة مرونة السوق، وتقليل دورات الحياة للمنتجات، وزيادة عدد العملاء، وهذه العوامل جعلت لوجود المرونة التنافسية أهمية، وضرورة استراتيجية، وهذا ما أكده Kandemir & Acur (2012, 608) من خلال التأكيد على قدرة المنظمة على التكيف مع المتغيرات البيئية التنافسية الكبيرة، ذات التأثير الهام على أدائها من خلال تفهم الأولويات التنافسية المفروضة عليها، مما يجعل المنظمة تلجأ لتنوع الأعمال، والاستثمار في الموارد غير المستغلة في سبيل تحقيق هذه المرونة.

وتعرف المرونة التنافسية بأنها قدرة المنظمة على مقاومة المنافسين الجدد، وقدرتها على إعادة ترتيب مواردها، وتجهيزها للعمليات الإنتاجية، والاستجابة لطلبات العملاء المتغيرة باستمرار، وتنويع خياراتها الاستراتيجية المتوافرة لديها للتنافس بشكل فعال، كما تهتم بتشجيع الإبداع والابتكار (Abbott & Banerji, 2003, 3-4).

وبالتالي نجد أن المرونة التنافسية تتوفر لدى الجامعات الأردنية الخاصة بقدرتها على تقديم الخدمات للعملاء الحاليين والمحتملين مستقبلا بشكل أفضل من المنافسين ولمدة طويلة من الزمن، والقدرة على استغلال الفرص السوقية المتاحة بالملائمة مع قدرتها وإمكانياتها لمواجهة تهديدات المنافسين، وقدرتها على مجابهة المنافسين والتصدي لمبادرتهم

على المدى البعيد، وقدرة الجامعات الأردنية الخاصة على تخفيض تكاليف عملياتها التشغيلية في إطار التغيرات البيئية المتسارعة.

٢,١١إدارة الأزمات:

١,٢,١١مفهوم إدارة الأزمات Crisis Management:

تُعرف إدارة الأزمات بأنها "فن القضاء على جانب كبير من المخاطر، وعدم التأكد بما يسمح لها بتحقيق تحكم أكبر في مصيرك ومقدراتك". ويمكن تعريفها أيضاً على أنها "التخطيط لما قد لا يحدث" (توفيق، 2009، 18). إن إدارة الأزمات هي عملية ديناميكية مستمرة تتضمن أفعال وتصرفات على درجة عالية من الفاعلية، وتتضمن أفعالاً وتصرفات مستجيبة، ويكون الهدف منها تحديد وتشخيص الأزمة، والتخطيط للأزمة ومواجهتها، وإمكانية السيطرة عليها، ومن ثم القدرة على معالجتها (أبوفارة، 2009، 61-60).

أما الصيرفي (2003، 311) فقد عرف إدارة الأزمات بأنها منهجية التعامل مع الأزمة، من تخطيط وتنفيذ ومتابعة وتغذية عكسية، في ضوء عدة اعتبارات منظمية تتمثل بما يلي: (الاستعدادات، والمعرفة، والوعي، والإدراك، والإمكانيات المتوافرة، والمهارات، وأنماط الإدارة السائدة).

ويرى شومان (2002، 18) أن إدارة الأزمات تتمثل بعمليات رد فعل سريع وفعال لأي موقف طارئ، وتقوم على منهجية منتظمة من التخطيط والتدريب بهدف الوصول للقدرة على التنبؤ بالأزمات قبل حدوثها، ومحاولة تحديد كافة الأطراف الفاعلة والمؤثرة فيها، واستخدام جميع الأساليب والإمكانيات المتوفرة للوقاية من الأزمات، وبما يحقق الاستقرار وتجنب المخاطر المحتملة مع استخلاص الدروس المستفادة (التعلم)، واكتساب الخبرات الجديدة في التعامل مع الأزمات في المستقبل.

٢,٢,١١مراحل إدارة الأزمات:

تعتبر الأزمة ظاهرة اجتماعية مثل باقي الظواهر، وبالتالي فإن إدارة الأزمات تمر بمراحل وخطوات أساسية توضح سلسلة تطورها منذ بدايتها كحدث طارئ، بل مرحلة ما قبل ظهورها للعلن وتلمس آثارها، ومن ثم مواجهتها والتعامل معها و التصدي لها. ولأن مراحل التطور هذه تختلف باختلاف طبيعة الأزمة ودرجة خطورتها، ومكان حدوثها.

كان الاختلاف بين الكتاب والباحثين في عدد هذه المراحل، فمنهم من صنفها لخمس مراحل ومنهم من صنفها إلى ثلاث مراحل وآخرون صنفوها إلى أربع مراحل (جاد الله، 2015، 31). وعليه فلا بد لإدارة الأزمات أن تنتهج التعامل العلمي مع الأزمات ومواجهتها وإدارتها إدارة علمية رشيدة وبسلسلة متكاملة ومجموعة مترابطة من المراحل المنهجية المتتابعة وعلى النحو التالي:

❖ **المرحلة الأولى: الإنذار المبكر**

هي مرحلة تبدأ فيها الأزمة الوليدة بالظهور على شكل إحساس مبهم وغامض بوجود شيء يلوح بالأفق، وينذر بخطر قادم ومحتمل، غير محدد المعالم أو حجم الأثر أو المدى الذي سيصل إليه، وذلك بسبب نقص البيانات و المعلومات المسببة لهذا الحدث الطارئ والتي يكون للإدارة القدرة بالحصول عليها، وما هي المجالات التي ستخضع وتتصدى له، وغالبا ما تتسم هذه المرحلة بقصر فترتها الزمنية، ويكون فيها أغلب التركيز على متخذ القرار في تشخيص مواطن الخلل في الأنشطة والوظائف، ومن ثم تحديد نوعية ردود الفعل المناسبة لتفادي الأضرار المتوقعة من هذا الحدث (الصرايرة، 2010، 12).

هذا وترسل الأزمة قبل حدوثها وبوقت طويل إشارات تحذيرية ومبكرة ومتتالية، ومالم يوجد الاهتمام الكافي بهذه الإشارات فمن المحتمل جدا أن تقع الأزمة، ويمكن تعريف نظم الإنذار المبكر بأنها أدوات تعطي علامات مسبقة لاحتمالية حدوث أي خلل ما، يمكن من خلالها التعرف على أبعاد الموقف قبل تدهوره (الياسري، 2014، 51).

وذكر أبو فارة (2009، 26) مجموعة من العوامل التي تعيق الاكتشاف المبكر للأزمة وتحول دون إصدار إنذارات مبكرة تنبئ بقرب وقوع أزمة ما، التي لا بد لأي من الإدارات أخذها بعين الاعتبار لنجاح هذه المرحلة ومنها:

- حالة الحجب للمعلومات والمعرفة المهمة للأزمات المحتملة عن الأطراف المعنية.
- عدم قدرة المنظمة للاستجابة السريعة، والفاعلة، للأحداث الطارئة المنذرة بوقوع الأزمات.
- القناعات غير السليمة والصورة الخاطئة لدى أفراد المنظمة، بخصوص قدرات المنظمة.

ويرى الباحثان أن الجامعات الأردنية الخاصة بحاجة إلى اليقظة الاستراتيجية كمنهج إداري، ويقظة المعلومات من حيث الاستباقية في الحصول عليها كأداة للإنذار المبكر، وذلك بتوفير معلومات واضحة وكاملة وذات مصداقية وجودة عالية لاستغلالها بشكل جيد ومناسب لاتخاذ القرارات الاستراتيجية والمهمة في التصدي للأزمات المحتملة.

❖ **المرحلة الثانية: الاستعداد والوقاية**

إن توافر الاستعدادات والأساليب الكافية للوقاية من الأزمات أصبحت ضرورات استراتيجية لأي منظمة، وهذا ما يؤكد أيضا رصد الإنذارات المبكرة التي تنذر بوجود أحداث غير طبيعية، لأنه من الصعوبة أن تمنع وقوع شيء لم تتنبأ باحتمال وقوعه.

إن الهدف من الاستعداد يتلخص في اكتشاف نقاط الضعف في أنشطة الوقاية في المنظمة، وبالتالي القدرة على التنبؤ بالأزمات القادمة ومحاولة الوقاية منها والاستعداد للتعامل معها (الطراونة، 2011، 66).

فمرحلة الوقاية والاستعداد تعبر عن قيام إدارة المنظمة بالتحضير والاستعداد لمواجهة الأزمة بعد تأكدها من عدم إمكانية تجنبها؛ وذلك سعياً منها للتقليل قدر الإمكان من أضرارها، مع استمرار الإدارة في بذل الجهود اللازمة لمنع حدوثها (الخشالي، والقطب، 2007، 26).

وأشار القطاونة (2012، 224) إلى أن مرحلة الاستعداد والوقاية هي مرحلة السعي بالإمكانيات المادية والبشرية لدى المنظمة بكافة مستوياتها، والعمل على التحضير والاستعداد للأزمة بعد التأكد من عدم القدرة على إمكانية تجنبها، وذلك بالسعي نحو إيقاف تقدم الآثار السلبية للأزمة، والتقليل قدر الإمكان من الأضرار والخسائر المحتملة، مع استمرار المنظمة في بذل الجهود لمنع حدوثها، وتوفير الحماية للتنظيم ككل.

إن الجامعات الأردنية الخاصة كمنظمات أعمال معرّضة لأزمات متنوعة؛ لذلك تعتبر مرحلة الاستعداد والوقاية مطلب أساسي في إدارة الأزمات، من خلال إدارة واعية يتوافر لديها الاستعدادات والأساليب الكافية للوقاية من الأزمات، عن طريق صياغة منظومة وقائية مقبولة تعتمد على المبادأة وتدريب العاملين، بهدف اكتشاف نقاط الضعف ومعالجتها، من أجل منع وقوع الأزمة أو القدرة على إدارتها بشكل أفضل.

❖ **المرحلة الثالثة: احتواء الأضرار**

تشير هذه المرحلة إلى قيام الإدارة بتنفيذ الخطط التي وضعتها لمواجهة الأزمة، عن طريق استخدام الموارد المتوفرة لديها وبأقل الأضرار، وتكون الأزمة في هذه المرحلة في ذروتها، لذلك فإن هذه المرحلة في إدارة الأزمات تتلخص في إعداد الوسائل للحد من الأضرار، ومنعها من الانتشار لتشمل الأجزاء الأخرى التي لم تتأثر بعد في المنظمة، وتتوقف هذه المرحلة في إدارة الأزمات على طبيعة الأزمة (Mitroff, 1994, 106- 107).

في حين يرى أبو فارة (2009، 236) أنها تحتاج إلى قدرة في تحديد وتخطيط وتخصيص الإمكانيات المتاحة للمنظمة، ومن ثم إيجاد الأهداف المرحلية التي عليها يتم تنسيق المهام والأنشطة للتعامل المرحلي مع الأزمة، وفيها لا بد من توخي السرعة والدقة في إدراك أبعاد الأزمة وأسبابها والبدائل المتاحة للسيطرة عليها، والعمل على احتوائها وعدم السماح بتداخل وتضارب هذه الأزمة مع عمليات المنظمة، وتوجيه الجهود لجعل الآثار السلبية أقل ما يمكن، والعمل على تعزيز تماسك أسرة المنظمة بهدف إدارة الأزمة بفاعلية وكفاءة عالية، وتتوقف هذه المرحلة في إدارة الأزمات على طبيعة الحادث أو الأزمة التي وقعت ومدى خطورة التأثيرات الناتجة عنها على المنظمة وعملائها.

❖ **المرحلة الرابعة: استعادة النشاط**

هي المرحلة التي تبدأ فيها الأزمة بالانحسار التدريجي، وتكون الإدارة قد عرفت أبعاد الأزمة وأسبابها، مما يمكنها من تقديم بعض الحلول والمعالجات الواقعية، بحيث تبدأ باستعادة توازنها وعودتها إلى الحالة التي كانت عليها قبل الأزمة (الخشالي، والقطب، 2007، 26).

وعرفها جاد الله (2015، 33) بأنها تلك المرحلة التي يتم فيها تقليص الأزمة بعد الصدام العنيف، بسبب فقدها جزءا هاما من قوة الدفع لها وبالتالي تبدأ في الاختفاء التدريجي لمظاهرها، ومن ثم تعود المنظمة إلى حالة التوازن الطبيعي قبل الأزمة.

ويرى الباحثان أن مرحلة استعادة النشاط، هي مرحلة علاجية يمكن للجامعات الأردنية الخاصة القيام بها عند حدوث الأزمات، والتي لا بد أن تتسم بالقدرة الكافية من قبل المنظمة في التوصل إلى المسببات الحقيقة للأزمة، والأطراف الدافعة والمسببة لها، وذلك في صدد تقويم الأزمة واتخاذ التدابير المنطقية التي تحول دون تفاقمها، ومن ثم معالجة

آثارها وتداعياتها في سبيل استعادة النشاطات الطبيعية للجامعات داخلياً من إعادة البرامج الدراسية بشكلها الطبيعي لطلابها والباحثين، وخارجيا للدولة وجمهور العملاء المحتملين مستقبلاً.

❖ **المرحلة الخامسة: التعلم**

تشير هذه المرحلة إلى ما تقوم به الإدارة من عمليات تقييم للخطط، وللآليات المستخدمة في مواجهة الأزمات؛ بهدف استخلاص الدروس المستفادة منها، سواء من تجربة المنظمة نفسها أو من تجارب المنظمات الأخرى وتكوين الخبرات لمواجهة الأزمات المستقبلية، حيث أن التعلم أمر حيوي وضروري لتفادي التغيرات المستقبلية (Mitroff, 1994, 106- 107).

ويجد العدوان (2013، 93) أنها مرحلة تتضمن الاستفادة من الدروس والعبر التي مرت بها المنظمة في مراحل الأزمة المختلفة، والمنظمات الأخرى المماثلة، وإعادة القياس لمستوى الجاهزية للجوانب العلاجية، والعمل على التحسين تلافياً للأخطاء، في حين ترى أبو رمان (2015، 92) بأنها مرحلة تكوين الخبرات من التجربة العملية التي واجهتها المنظمة، حتى تتمكن من الوقاية من الوقوع بالأزمة نفسها أو غيرها في المستقبل، وبذلك تقوم بعملية التطوير والتحسين المستمر.

وبذلك تكون مرحلة التعلم هي مرحلة الدروس المستفادة للجامعات الأردنية الخاصة، من خلال استرجاع واستعادة الأحداث ودراستها دراسة متعمقة ومستفيضة، وتقييم كفاءة وفاعلية خطط وبرامج إدارة الأزمات السابقة بقصد تحسينها تمهيداً للتعامل مع الأزمات المحتملة مستقبلاً.

١٢. منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات):

١,١٢ نوع وطبيعة الدراسة: استخدمت الدراسة أسلوب المنهج الوصفيّ التحليلي، معتمدة الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات، وإيضاحية (Explanatory) من حيث الغرض، حيث تحاول بيان أثر المرونة الاستراتيجية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة. أما من حيث تخطيط وضبط الدراسة فهي غير مخططة (Non Contrive Research)؛ لأنها تجرى في البيئة الطبيعية للمنظمة، كما تعتبر دراسة مقطعية (Cross – Sectional) من حيث الأفق الزمني لأنها تجرى على عينة في وقت واحد.

٢,١٢مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بالإدارة العليا والوسطى في الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان؛ والبالغ عددها (8) جامعات، وفقاً للتقرير السنوي لعام 2016، والصادر عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الأردنية.

٣,١٢عينة الدراسة: اعتمد الباحثان أسلوب العينة العشوائية الطبقية المتناسبة؛ لغايات تمثيل جميع الجامعات الأردنية الخاصة في العينة، حيث تم أخذ الجامعات الأردنية الخاصة في العاصمة عمان فقط والبالغ عددها (8) جامعات. ولقد بلغ عدد العاملين في تلك الجامعات في المستويات الإدارية العليا والوسطى (202) موظفاً. وبلغت عينة الدراسة حسب (Sekaran & Bougie, 2010, 295) (136) موظفاً في المستويات الإدارية العليا والوسطى؛ وقد قام الباحثان بتوزيع (150) استبانة لضمان أكبر تمثيل لمجتمع الدراسة وتم استرداد (140) استبانة؛ أربع منها غير صالحة للتحليل ليصل مجموع الاستبانات الصالحة لأغراض التحليل (136) استبانة، أي ما نسبته (97.1%) من الاستبانات الموزعة ، والملحق رقم (1) يبين ذلك.

٤,١٢ وحدة التحليل: تمثلت وحدة التحليل في العاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في الجامعات الأردنية الخاصة.

٥,١٢ طرائق جمع البيانات: اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب الدراسة التطبيقية. واعتمدت الدراسة عدة طرائق لجمع البيانات اللازمة والمتمثلة بما يلي:

البيانات الثانوية: تم جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة من خلال: الكتب، والمراجع والدراسات والبحوث السابقة، والرسائل والأطاريح ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

البيانات الأولية: تم جمعها من خلال الدراسة الميدانية التي تم إجراؤها بالاعتماد على استبانة صممت خصيصاً لأغراض هذه الدراسة حول المرونة الاستراتيجية وإدارة الأزمات.

٦,١٢ صدق أداة الدراسة: تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الجامعات الأردنية، وذلك لإبداء الرأي فيها، وفي ضوء الاقتراحات والملاحظات التي أبداها المحكمون قام الباحثان بإجراء التعديلات التي أشاروا إليها، وقد تم الأخذ بالعديد من الملاحظات والتي شملت تعديل لصياغة بعض الفقرات من حيث البناء واللغة والمحتوى التي اقترحها المحكمون.

٧,١٢ اختبار ثبات أداة الدراسة: تم احتساب معامل الاتساق الداخلي كروتباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، حيث كانت النتائج كما يلي لمتغيرات الدراسة جميعها:

جدول (١) قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة

المتغير	قيمة ألفا
مرونة المعلومات	0.712
المرونة السوقية	0.632
مرونة تقديم الخدمات	0.697
المرونة التنافسية	0.861
# المرونة الاستراتيجية	0.868
مرحلة الإنذار المبكر	0.638
مرحلة الاستعداد والوقاية	0.615
مرحلة احتواء الأضرار	0.684
مرحلة استعادة النشاط	0.667
مرحلة التعلم	0.735
# إدارة الأزمات	0.742

نلاحظ في الجدول (١) أن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لفقرات أداة الدراسة تراوحت (0.615 – 0.868)، وبالتالي تكون جميع القيم أكبر من (0.60) وهذا مؤشر على الاتساق بين فقرات أداة الدراسة، وموثوقية أداة الدراسة، وإمكانية الاعتماد عليها لأجراء التحليل الإحصائي (Sekaran & Bougie, 2010, 290). وبناءً عليه فإن معاملات الاتساق الخاصة بأداة الدراسة ومجالاتها تعتبر مؤشرات مقبولة وصالحة لأغراض التحليل الإحصائي.

١٣. تحليل البيانات واختبار الفرضيات

١,١٣. وصف خصائص عينة الدراسة:

يتضمن هذا الجزء وصفا للخصائص التعريفية،والديمغرافية لأفراد عينة الدراسة.

جدول (٢):التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	98	72.1
	أنثى	38	27.9
	المجموع	136	100
العمر	اقل من ٣٠ سنة	0	0.0
	٣٠ – أقل من ٤٠ سنة	31	22.8
	٤٠ – أقل من ٥٠ سنة	61	44.9
	٥٠ سنة فاكثر	44	32.4
	المجموع	136	100
المؤهل العلمي	بكالوريوس	38	27.9
	ماجستير	17	12.5
	دكتوراه	81	59.6
	المجموع	136	100
عدد سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	1	5.7
	١- أقل من ١٠ سنوات	10	7.4
	١٠- أقل من ١٥ سنة	45	33.1
	١٥ سنة فأكثر	80	58.8
	المجموع	136	100

وبناءاً على نتائج التحليل السابقة لخصائص أفراد عينة الدراسة، فإنه يتضح أن أغلب أفراد العينة من فئة الذكور والمتوسطين عمراً، ويتوفر لديهم الخبرة الكافية في مجال عملهم من مختلف المستويات الإدارية، مما يعطي مؤشراً إيجابياً على قدرتهم على الإجابة عن أسئلة الاستبانة بما يخدم أهداف البحث، وكذلك قدرة أداة الدراسة (الاستبانة) في تغذية الدراسة بالبيانات اللازمة وتحقيق أهدافها.

٢,١٣ تحليل أسئلة الدراسة:

للتعرف على اتجاهات أفراد العينة حول متغيرات نموذج الدراسة، تم استخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والرتبة، والأهمية النسبية، عند كل متغير فرعي، وكانت النتائج كما يلي:

أولاً: أبعاد المتغير المستقل:

المرونة الاستراتيجية بأبعاده المختلفة: مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، ومرونة التنافسية.

جدول رقم (٣): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لأبعاد المرونة الاستراتيجية

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
1	مرونة المعلومات	4.15	0.426	4	مرتفعة
2	المرونة السوقية	4.40	0.332	1	مرتفعة
3	مرونة تقديم الخدمات	4.15	0.394	3	مرتفعة
4	المرونة التنافسية	4.25	0.546	2	مرتفعة
	المرونة الاستراتيجية	4.24			مرتفعة

تشير نتائج الجدول (٣) إلى أن مستوى المرونة الاستراتيجية من حيث الأهمية النسبية مرتفع، إذ بلغ الوسط الحسابي (٤,٢٤)، وكذلك أظهر الجدول أن بعد (المرونة السوقية) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (٤,٤٠)، وبأهمية نسبية مرتفعة، مما يشير إلى أن الجامعات الأردنية الخاصة تتمتع بالمرونة السوقية من خلال الاهتمام بالوسائل الترويجية المناسبة لقطاع السوق من الطلاب والباحثين عن المعرفة والبحث العلمي، والقدرة على تحقيق حصة سوقية بجودة الخدمات التعليمية المقدمة، بينما جاء بعد (مرونة المعلومات) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط

(٤,١٥)، وبأهمية نسبية مرتفعة، مما يدل على إدراك الجامعات الأردنية الخاصة لمرونة المعلومات من خلال الحصول على المعلومات اللأزمة في الوقت المناسب وخزنها بطريقة يسهل استرجاعها باستخدام البرمجيات الحديثة وتحديثها للتكيف حسب المستجدات في التغيرات البيئة المحيطة واستخدامها لاتخاذ القرارات المناسبة.

ثانياً: إدارة الأزمات:

جدول رقم (٤): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، والأهمية النسبية لمراحل إدارة الأزمات

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
1	مرحلة الإنذار المبكر	3.90	0.400	5	مرتفعة
2	مرحلة الاستعداد والوقاية	4.04	0.361	4	مرتفعة
3	مرحلة احتواء الأضرار	4.30	0.267	1	مرتفعة
4	مرحلة استعادة النشاط	4.15	0.291	2	مرتفعة
5	مرحلة التعلم	4.04	0.353	3	مرتفعة
إدارة الأزمات		4.08			مرتفعة

تشير نتائج الجدول (٤) إلى أن مستوى إدارة الأزمات من حيث الأهمية النسبية مرتفع، إذ بلغ الوسط الحسابي (٤,٠٨)، وكذلك أظهر الجدول أن بعد (مرحلة احتواء الأضرار) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (٤,٣٠)، وبأهمية نسبية مرتفعة، وهذا مؤشر على أن الإدارات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة تمتلك مهارات عالية لإعادة الأمور إلى موضعها الصحيح، واستئناف نشاطها كما كانت عليه قبل وقوع الأزمة، بينما جاء بعد (مرحلة الإنذار المبكر) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط (٣,٩٠)، وبأهمية نسبية مرتفعة، وهي نتيجة تدل على أن الجامعات الأردنية الخاصة ما زالت بحاجة إلى رفع مستوى الاهتمام بمرحلة الإنذار المبكر بكل أبعادها، من خلال إيجاد دائرة مهمتها رصد الأزمات المحتملة، تحتوي على أنشطة وظيفية تكتيكية ترصد الأزمات، وتعمل على منعها ومن ثم احتوائها.

٣,١٣ اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى:

H_{o1}: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0,05$) للمرونة الاستراتيجية بدلالة أبعادها: (مرونة المعلومات، المرونة السوقية، مرونة تقديم الخدمات والمرونة التنافسية) في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

ولاختبار الفرضية الرئيسية الأولى، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (٥): نتائج اختبار أثر أبعاد المرونة الاستراتيجية مجتمعة على إدارة الأزمات.

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coeffecient				
	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T	Sig t
إدارة الأزمات	0.483	0.233	9.961	4	0.000	مرونة المعلومات	0.098	0.039	2.529	0.013
						المرونة السوقية	0.078	0.048	1.634	0.105
						مرونة تقديم الخدمات	0.132	0.049	2.710	0.008
						المرونة التنافسية	0.021	0.040	0.522	0.603

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (٥) أن معامل الارتباط ($R = 0.483$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أبعاد المرونة الاستراتيجية) على المتغير التابع (إدارة الأزمات) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (9.961)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهو أقل من 0.05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.233$) وهي تشير إلى أن (23.3%) من التباين في (إدارة الأزمات) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أبعاد المرونة الاستراتيجية) مجتمعة. أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند بعد (مرونة المعلومات) قد بلغت (0.098) وأن قيمة t عنده هي (2.529)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.013$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. أما قيمة B عند بعد (المرونة السوقية) قد بلغت (0.078) وأن قيمة t عنده هي (1.634)، وبمستوى

دلالـة (Sig = 0.105)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي. وقد بلغت قيمة B عند بعد (مرونة تقديم الخدمات) (0.132) وقيمـة t عنده هي (2.710)، وبمستوى دلالة (Sig = 0.008)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وبلغت قيمة B عند بعد (المرونة التنافسية) (0.021) وقيمـة t عنده هي (0.522)، وبمستوى دلالة (Sig = 0.603)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي.

وبناءاً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسية الأولى ونقبل الفرضية البديلة القائلة: "يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) للمرونة الاستراتيجية بدلالة أبعادها: (مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات والمرونة التنافسية) في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة".

ولتحديد أي بعد من أبعاد المرونة الاستراتيجية، كان له الأثر الأبرز في إدارة الأزمات، تم تطبيق تحليل الانحدار المتعدد المتدرج Stepwise Multiple Regression، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (٦): ملخص النموذج وتحليل التباين لاختبار الفرضية الرئيسة الأول.

النموذج	ملخص النموذج			تحليل التباين ANOVA		
	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	الخطأ المعياري	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
مرونة تقديم الخدمات	0.427	0.183	0.158	1	29.944	0.000
مرونة المعلومات	0.466	0.218	0.156	2	18.495	0.000

عند استعراض الجدول (٦) نجد أن النموذج الأول الناتج عن تحليل الانحدار المتدرج يشير إلى أن متغير (مرونة تقديم الخدمات) قد فسر ما نسبته (18.3%) من التباين الكلي الحاصل في (إدارة الأزمات)، وقد وصلت نسبة تفسير التباين الكلي الحاصل في (إدارة الأزمات) إلى (21.8%)، وذلك عند إضافة (مرونة المعلومات) إلى (مرونة تقديم الخدمات) في النموذج الثاني. علمـاً أن مستويـات (F) المختلفـة في النموذجين تقع ضمن مستـوى معنوية أقل من (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية الانحدار.

جدول(٧): ملخص نتائج معاملات الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسة الأول

النموذج	إدارة الأزمات	B	قيمة t المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
الأول	مرونة تقديم الخدمات	0.189	5.472	0.000
الثاني	مرونة تقديم الخدمات مرونة المعلومات	0.149 0.085	3.934 2.438	0.000 0.016

وباستعراض نتائج الجدول (٧) نجد أن قيم B في النموذجين عند مستويات t المختلفة تقع عند مستوى الدلالة (Sig = 0.016) أو أقل وللمتغيرين ضمن نماذج الانحدار المتدرج والتي جاءت أقل من (0.05)، وهذا يؤكد معنوية معاملات الانحدار، مما يشير أن أثر المتغيرات في النموذجين هو تأثير ذو دلالة إحصائية. كما تبين أن اثر (المرونة السوقية) و(المرونة التنافسية)، كان أثراً غير معنوي. ولاختبار الفرضيات المتفرعة من الفرضية الرئيسية الأولى، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

H_{o1-1}: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لمرونة المعلومات في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

جدول (٨): نتائج اختبار أثر بعد (مرونة المعلومات) على إدارة الأزمات

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coeffecient					
	r معامل الارتباط	r^2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة	Sig t* مستوى الدلالة
إدارة الأزمات	0.356	0.127	19.414	١	0.000	مرونة المعلومات	0.146	0.033	4.406	0.000

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (٨) أن قيمة (r = 0.356)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (مرونة المعلومات) و(إدارة الأزمات). ويتبين أن قيمة معامل التحديد (r^2 = 0.127)، وهذا يعني أن بعد (مرونة المعلومات) قد فسّر ما مقداره (12.7%) من التباين في (إدارة الأزمات)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (19.414) عند مستوى (Sig = 0.000) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى (P ≤ 0.05) وعند درجة حرية واحدة.

كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B= 0.146) وأن قيمة (t= 4.406) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى (P ≤ 0.05). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

"يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P ≤ 0.05) لمرونة المعلومات في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة"

H_{o1-2}: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P ≤ 0.05) للمرونة السوقية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

جدول (٩): نتائج اختبار أثر بعد (للمرونة السوقية) على إدارة الأزمات

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coeffecient				
	r معامل الارتباط	r^2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة	Sig t* مستوى الدلالة
إدارة الأزمات	0.289	0.084	12.212	١	0.001	المرونة السوقية	0.152	0.043	3.495	0.001

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (P ≤ 0.05)

تشير نتائج الجدول (٩) أن قيمة (r = 0.289)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (المرونة السوقية) و(إدارة الأزمات). ويتبين أن قيمة معامل التحديد (r^2 = 0.084)، وهذا يعني أن بعد (المرونة السوقية) قد فسّر ما مقداره (8.4%) من التباين في (إدارة الأزمات)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (12.212) عند مستوى (Sig = 0.001) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى ($P \leq 0.05$) وعند درجة حريه واحدة.

كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B = 0.152) وأن قيمة (t = 3.495) عند مستوى ثقة (Sig = 0.001) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($P \leq 0.05$). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

"يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) للمرونة السوقية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة".

H_{o1-3}: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لمرونة تقديم الخدمات في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة

جدول (١٠): نتائج اختبار أثر بعد (لمرونة تقديم الخدمات) على إدارة الأزمات.

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coeffecient				
	r معامل الارتباط	r^2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة	Sig t* مستوى الدلالة
إدارة الأزمات	0.427	0.183	29.944	١	0.000	مرونة تقديم الخدمات	0.189	0.035	5.472	0.000

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.05$).

تشير نتائج الجدول (١٠) أن قيمة (r = 0.427)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (مرونة تقديم الخدمات) و(إدارة الأزمات). ويتبين أن قيمة معامل التحديد (r^2 = 0.183)، وهذا يعني أن بعد (مرونة تقديم الخدمات) قد فسّر ما مقداره (18.3%) من التباين في (إدارة الأزمات)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (29.944) عند مستوى (Sig = 0.000) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى ($P \leq 0.05$) وعند درجة حرية واحدة.

كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B = 0.189) وأن قيمة (t = 5.472) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($P \leq 0.05$). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

"يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لمرونة تقديم الخدمات في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة".

H_{o1-4}: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) للمرونة التنافسية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.

جدول (١١) نتائج اختبار أثر بعد (لمرونة التنافسية) على إدارة الأزمات.

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coeffecient				
	r معامل الارتباط	r^2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة	Sig t* مستوى الدلالة
إدارة الأزمات	0.353	0.125	19.128	١	0.000	المرونة	0.113	0.026	4.374	0.000

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.05$).

تشير نتائج الجدول (١١) أن قيمة (r = 0.353)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (المرونة التنافسية) و(إدارة الأزمات). ويتبين أن قيمة معامل التحديد (r^2 = 0.125)، وهذا يعني أن بعد (المرونة التنافسية) قد فسّر ما مقداره (12.5%) من التباين في (إدارة الأزمات)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (19.128) عند مستوى (Sig = 0.000) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى ($P \leq 0.05$) وعند درجة حرية واحدة.

كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B= 0.113) وأن قيمة (t= 4.374) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($P \leq 0.05$). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الرابعة ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

"يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) للمرونة التنافسية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة".

١٤. مناقشة النتائج:

١,١٤نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة (الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة):

١. أظهرت نتائج التحليل الوصفي للمتغير المستقل (المرونة الاستراتيجية) من وجهة نظر أفرادعينة الدراسة، إلى أن مستوى مقياس أبعاد المرونة الاستراتيجية (مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، والمرونة السوقية) من حيث الأهمية النسبية جاءت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.235)، وكذلك اظهر التحليل أن بعد (المرونة السوقية) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (4.403) وبأهمية نسبية مرتفعة، بينما جاء بعد (مرونة المعلومات) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط (4.152) وبأهمية نسبية مرتفعة.

وبهذا تتفق الدراسة الحالية مع دراسة بني حمد (٢٠١٥) التي هدفت إلى مناقشة الدور الوسيط للذكاء التنافسي في تحسين أثر المرونة الاستراتيجية من خلال أبعادها (المرونة السوقية، المرونة الإنتاجية، المرونة التنافسية، مرونة الموارد ومرونة القدرات) في تحقيق التميز المؤسسي في البنوك التجارية الأردنية؛ حيث

أظهرت نتائج التحليل الوصفي لمتغير المرونة الاستراتيجية بأبعادها في الجامعات الأردنية الخاصة أن مستوى أهميتها كان مرتفعاً.

واتفقت الدراسة الحالية مع دراسة Bavarsad, Rahimi& Sayfi (2014) التي هدفت التعرف إلى العلاقة بين المتغيرات التالية (التعلم المنظمي، المرونة الاستراتيجية، الاستراتيجية التنافسية، وأداء الشركات) وخلصت إلى أن المرونة الاستراتيجية والتعلم المنظمي من أكثر المتغيرات علاقة فيما بينها؛ حيث يعتبر التعلم المنظمي مساعدا لتحقيق المرونة الاستراتيجية.

وهذا لا يتفق مع دراسة كل من: زعتري (٢٠١٣)، و Radomska (2015)، والعنزي (٢٠١٤)، والتي أشارت جميعها إلى المستوى المتوسط للمرونة الاستراتيجية بأبعادها المختلفة في الشركات التي بحثتها هذه الدراسات.

٢. أظهرت نتائج التحليل الوصفي للمتغير التابع (إدارة الأزمات) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، إلى أن مستوى مقياس مراحل إدارة الأزمات (مرحلة الإنذار المبكر، ومرحلة الاستعداد والوقاية، ومرحلة احتواء الأضرار، ومرحلة استعادة النشاط، ومرحلة التعلم) كان مرتفعاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي (4.086)، وكذلك أظهر التحليل أن بعد (مرحلة احتواء الأضرار) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (4.297) وأهمية نسبية مرتفعة، بينما جاء بعد (مرحلة الإنذار المبكر) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط (3.904) وبأهمية نسبية مرتفعة.

وبهذا تتفق الدراسة الحالية مع دراسات أبو رمان (٢٠١٥)، والعبادي (٢٠١٤)، والصرايرة (٢٠١٠)؛ والتي بينت جميعها إلى أن هنا ك تأثيراً ذا دلالة معنوية مرتفعة لإدارة الأزمات بمراحلها المختلفة في الشركات والمؤسسات التي بحثتها هذه الدراسات.

٢,١٤ نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0,05$) للمرونة الاستراتيجية بأبعادها (مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات،والمرونة التنافسية) في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة وبقوة تفسيرية بلغت (23.3%) من التباين في (إدارة الأزمات) يمكن تفسيره من خلال

التباين في (أبعاد المرونة الاستراتيجية) مجتمعة.

- كما كان ترتيب تأثير لأبعاد المرونة الاستراتيجية في إدارة الأزمات على التوالي: مرونة تقديم الخدمات، ومرونة المعلومات، وقد تم استبعاد كل من بعدالمرونةالسوقية، والمرونة التنافسية اللذين ليس لهما أثر مع أبعاد المرونة الاستراتيجية وهي مجتمعة في مراحل إدارة الأزمات، وتشير النتائج إلى أن أبعاد المرونة الاستراتيجية الأربعة، وهي منفردة، لها تأثيرعلى تطبيق مراحل إدارة الأزمات بشكل أقوى من تأثير الأبعاد الأربعة مجتمعة.

وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة Kazozcu (2011) التي هدفت التعرف إلى دور المرونة الاستراتيجية في اختيار استراتيجيات التحول على أساس المنهج القائم على أهمية الموارد التنظيمية، وذلك نتيجة الركود الاقتصادي، وحدوث الأزمات بشكل غير اعتيادي في الآونة الأخيرة، وخلصت الدراسة لتوضيح أهمية تنمية الموارد المستدامة وإكسابها المرونة الاستراتيجية كخطوة لمواجهة الأزمات التي تواجه المنظمات.

نتائج الفرضيات الفرعية من الفرضية الرئيسية الأولى:

١. **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P ≤0.05) لمرونة المعلومات في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.** وبينت الدراسة أن بعد (مرونة المعلومات) قد فسّر ما مقداره (12.7%) من التباين في (إدارة الأزمات)، حيث أظهرت النتائج أن هناك علاقة موجبة بين بعد (مرونة المعلومات) و(إدارة الأزمات)، وهو أمر غاية في الأهمية من حيث توفر المعلومات بالشكل المناسب والوقت المناسب للجامعات الأردنية الخاصة، من أجل القدرة على استشعار الإنذارات المبكرة للأزمات، ومن ثم محاولة السيطرة عليها، وهذا ما يتفق مع دراسة العبادي (٢٠١٤) التي هدفت إلى محاولة بناء نظام المعلومات الفعال الذي يمكن استخدامه في عمليات إدارة الأزمات بمراحلها (مرحلة اكتشاف إشارات الإنذار، ومرحلة الاستعداد والوقاية، واحتواء الضرر، واستعادة النشاط، ومرحلة التعلم) لمساعدة المنظمات، والتسهيل عليها في التعامل مع التوقعات والتغيرات المستقبلية.

٢. **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (P ≤ 0.05) للمرونة السوقية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.** وبينت الدراسة أن بعد (المرونة السوقية) قد فسّر ما مقداره (8.4%) من

التباين في (إدارة الأزمات). حيث أظهرت النتائج أن هناك علاقة موجبة بين بعد (المرونة السوقية) و(إدارة الأزمات)، مما يعني مدى تأثير قدرة الجامعات الأرنية الخاصة على إعادة تقييم جهودها التسويقية استجابة للمتغيرات البيئية تفاديا للوقوع بالأزمات، وتتفق الدراسة الحالية مع دراسة Abbott & Banerji (2003) والتي هدفت لقياس أثر المرونة الاستراتيجية بأبعادها: (مرونة السوق، ومرونة الإنتاج، والمرونة التنافسية)، في الأداء، وخلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباط إحصائية معنوية بين كل من أبعاد المرونة الاستراتيجية ومؤشرات الأداء المالي للشركات.

٣. **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) لمرونة تقديم الخدمات في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.** ويتبين من خلال نتائج الدراسة أن قيمة معامل التحديد ($r^2 = 0.183$)، وهذا يعني أن بعد (مرونة تقديم الخدمات) قد فسّر ما مقداره (18.3%) من التباين في (إدارة الأزمات). حيث أظهرت النتائج أن هناك علاقة موجبة بين بعد (مرونة تقديم الخدمات) و(إدارة الأزمات)، مما يدل على تزايد الاهتمام والوعي لدى الجامعات الأردنية الخاصة بضرورة تعديل الخدمات القائمة، وتقديم خدمات جديدة وتقديمها في وقت قصير وبأسعار المنافسة، بهدف التصدي للمنافسة التي ينتج عنها أزمات محتملة، وهذا ما يتفق مع دراسة زعتري (٢٠١٣) التي هدفت إلى قياس وتحليل أثر ممارسات استراتيجيات الموارد البشرية في تعزيز المرونة الاستراتيجية بأبعادها (مرونة السوق، ومرونة التوسع، ومرونة المنتج الجديد)، والتي خلصت إلى الأهمية النسبية لمرونة المنتج الجديد، وان مستوى الأهمية لهذه المرونة جاءت بدرجة متوسط وبمتوسط حسابي قدره (3.42).

٤. **يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($P \leq 0.05$) للمرونة التنافسية في إدارة الأزمات في الجامعات الأردنية الخاصة.** ويتبين من النتائج أن قيمة معامل التحديد ($r^2_{=} 0.125$)، وهذا يعني أن بعد (المرونة التنافسية) قد فسّر ما مقداره (12.5%) من التباين في (إدارة الأزمات). حيث أظهرت النتائج أن هناك علاقة موجبة بين بعد (المرونة التنافسية) و(إدارة الأزمات)، مما يبين أن الجامعات الأردنية الخاصة عينة الدراسة تنظر للمرونة التنافسية بأهمية بالغة من حيث الحيطة والحذر تجاه حركات المنافسين، مما يعزز من قدرة هذه الجامعات على استشعار مؤشرات الأزمة قبل حدوثها، والتعامل معها، ومعالجتها عند وقوعها، وهو ما اتفق مع دراسة Guo & Cao (2014) التي هدفت التعرف إلى تأثير المرونة الاستراتيجية في المشروعات الصغيرة

والمتوسطة في الاقتصاد الناشئ في سبيل التفوق في حالة عدم التأكد البيئي على المنافسين المحتملين والجدد، والتي خلصت إلى أنه عندما تكون شدة المنافسة منخفضة فإن المرونة الاستراتيجية تكون لديها علاقة موجبة نسبياً مع أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة.

١٥. الاستنتاجات:

في ضوء نتائج التحليل الوصفي ونتائج تحليل الفرضيات، توصل الباحثان إلى الاستنتاجات الآتية:

١) تمتلك الجامعات الأردنية الخاصة مستوى عالٍ في تطبيق المرونة الاستراتيجية بأبعادها (مرونة المعلومات، والمرونة السوقية، ومرونة تقديم الخدمات، والمرونة التنافسية)، وهذه إشارة إيجابية توضح إدراك هذه الجامعات لقدرة المرونة الاستراتيجية في التحوط للظروف غير المؤكدة والتغيرات المستمرة والمحيطة بها.

٢) تبين أن الجامعات الأردنية الخاصة تتمتع بمرونة سوقية عالية مقارنة مع أبعاد المرونة الاستراتيجية الأخرى بمعدل عام بلغ (4.403)، مما يؤكد حرص هذه الجامعات على الوسائل الترويجية المناسبة لقطاع السوق والطلبة، وكذلك حرصهاعلى التوجه بزيادة عدد الأسواق العربية التي تقدم خدماتها التعليمية لها مما له الأثرعلى زيادة عدد الطلاب من خارج الأردن، وبالتالي زيادة الفوائد الاقتصادية العائدة على المملكة الأردنية الهاشمية.

٣) أظهرت الدراسة أن الأفراد في الجامعات الأردنية الخاصة عينة الدراسة يمتلكون رؤية واضحة عن إدارة الأزمات بمراحلها المختلفة وأهمية وجودها في الهيكل التنظيمي لهذه الجامعات كإدارة متخصصة في التنبؤ بالأزمة إن وجدت والتصدي لها، وأن هناك اتفاقاً ملموسا على هذه الرؤى.

٤) اتضح قصور الجامعات الأردنية الخاصة في تعميم ثقافة التعامل مع الأزمات بين فئات العاملين لديها، مما يقلل من التفاعل مع الأحداث والتصدي الفعال للأزمات المحتملة.

١٦. التوصيات:

إ ستناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن إيجاز أهم التوصيات التي تساهم في إفادة الجامعات الأردنية الخاصة محل الدراسة منها بشكل خاص، والمنظمات بشكل عام، وهي كما يلي:

١. التأكيد على استمرار دعم والتزام الإدارات العليا في الجامعات الأردنية الخاصة بالعمل على تطوير آليات تعزيز المرونة الاستراتيجية فيها بما يعكس حاجات ومتطلبات السوق الأردني، وذلك من خلال توفير الدعم الإداري والمالي والمعنوي اللازم لذلك، والذي يمكنها من التعامل مع المتغيرات البيئية.

٢. ضرورة تعزيز اهتمام الجامعات الأردنية الخاصة بامتلاك القدر الكافي من المعرفة في التعامل مع مراحل إدارة الأزمات بهدف امتلاك القدرة على مواجهة الأزمات بكفاءة وفاعلية، من خلال استحداث محطة معرفة لمواكبة التقدم التقني وتوظيف وتوجيه هذا التقدم بما يساهم في تخفيض عبء الوصول للمعلومات الصحيحة في الوقت المناسب.

٣. ضرورة قيام الجامعات الأردنية الخاصة بإنشاء وحدات متخصصة لإدارة الأزمات، مكونة من أفراد مؤهلين وذوي خبرة عالية في مواجه الأزمات، وذلك باستقطاب الأفراد المتخصصين والقادرين على التعامل مع المستجدات البيئية والتصدي لها.

٤. على الجامعات الأردنية الخاصة توفير كافة الإمكانيات والمستلزمات المادية، بهدف تطوير وتأهيل الأفراد وتهيئة البيئة المناسبة، وذلك من خلال عقد الدورات التدريبية التي تخص إدارة الأزمات وتنويعها بين التدريب العملي والنظري والاستعانة بالكفاءات المتخصصة لتنفيذ ذلك.

٥. العمل على بناء قاعدة معلوماتية تتسم بالمرونة والقدرة على التحديث المستمر بما يتكيف مع المستجدات البيئية في معرفة الفرص المتاحة واستغلالها.

المراجع باللغة العربية:

١.توفيق، عبدالرحمن (2009). **إدارة الأزمات التخطيط لما قد لا يحدث**. جمهورية مصر العربية، القاهرة: مركز الخيرات المهنية للإدارة.

٢.جادالله، محمود (2015). **إدارة الأزمات**. الأردن، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

٣.بني حمد، عبدالله يوسف (2015). **المرونة الاستراتيجية وأثرها في تحقيق التميز المؤسسي، الدور الوسيط للذكاء التنافسي: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية**. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.

٤.حمزاوي، شريف (2010). "**الملتقى الدولي حول: الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة**". الموافق 12/5/2010، جامعة سعد دحلب-البليدة، الجزائر، ٢.

٥.الخشالي، شاكر جار الله، والقطب، محي الدين (2007). فاعلية نظام المعلومات الإدارية وأثرها في إدارة الأزمات: دراسة ميدانية في الشركات الصناعية الأردنية. **المجلة الأردنية في إدارة الأعمال**، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 3 (١)، ٢٤- ٤٥.

٦.درة، عبدالباري إبراهيم، وجرادات، ناصر "محمد سعود" (2014). **الإدارة الاستراتيجية في القرن الحادي والعشرين: النظرية والتطبيق**. الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.

٧.أبو رمان، جمانة بشير مصطفى (٢٠١٥). **دور ممارسة القيادة التحويلية في تحقيق نهج شامل لإدارة الأزمات: دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية**. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.

٨.الزعبي، ميسون فلاح (2014). درجة توفر عناصر إدارة الأزمات في مديريات التربية والتعليم في محافظة اربد من وجهة نظر رؤساء الأقسام فيها. **مجلة الدراسات**، العلوم التربوية، عمادة البحث العلمي/ الجامعة الأردنية، 41 (1)، ٣٧٩- ٣٩٧.

٩.زعتري، عبد العزيز هاني شمس (2013). **ممارسات استراتيجيات الموارد البشرية ودورها في المرونة الاستراتيجية في المصارف الإسلامية الفلسطينية**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

١٠.سراج، عبدالله (2005). "أهمية خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة"، **مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير**، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، (4)، ١٢٥- ١٣٦.

١١.السكارنة، بلال خلف (2015). الاستراتيجية **والتخطيط الاستراتيجي**. الأردن، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٣.

١٢.شومان، محمد (2002). **الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية**. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

١٣.الصرايرة، أكثم عبدالمجيد (2010). **إدارة الأزمات في مؤسسات التعليم العالي الأردني**. بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني العربي الخامس التعليم والأزمات المعصرة- فرص وتحديات.

١٤.الصيرفي، محمد عبدالفتاح (2003). **مفاهيم إدارية جديدة(1)**. عمان: الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

١٥.الطراونة، محمد إبراهيم (2011)، **إدارة الأزمات**. الأردن، عمان: دار اليراع للنشر والتوزيع.

١٦.العبادي، زيد أحمد عبد (2014). **نظام المعلومات الفعال في إدارة الأزمات: دراسة حالة جامعة البلقاء التطبيقية**. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.

١٧.العدوان، عزات كريم (2013). **"العلاقة بين خصائص القيادة وإدارة الأزمات: دراسة ميدانية"**. الأردن، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

١٨.العنزي، فهد عواد عابر (2014). **أثر المرونة الاستراتيجية في جودة الأداء المؤسسي: دراسة تطبيقية على شركة الطيران الكويتية**. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

١٩.أبو فارة، يوسف أحمد (٢٠٠٩). **إدارة الأزمات مدخل متكامل**. الأردن، عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع.

٢٠.الفاضل، مها وليد علي (2015). تطبيق مفهوم المنظمة المرنة في الجامعات الحكومية في المملكة الأردنية الهاشمية. **مجلة جامعة بابل- العلوم الإنسانية**، 23(2)، ٩٠٢- ٩٢٠.

٢١.القطاونة، أيمن سليمان (2012). أثر نظام إدارة الأزمات في المناخ التنظيمي في المصارف التجارية الأردنية "دراسة ميدانية" من وجهة نظر المديرين. **المجلة الأردنية في إدارة الأعمال**، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، 8(4)، ص٢٢١- ٢٣٥.

٢٢.اللامي، غسان قاسم (2008). **"تقنيات ونظم معاصرة في إدارة العمليات"**(1)، الأردن، عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع.

٢٣.النجار، فايز جمعة، والحوري، فالح عبد القادر(2008). جودة المعلومات وأثرها في تحقيق المرونة الاستراتيجية: دراسة ميدانية في شركات صناعة الأدوية الأردنية. **مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الإدارية الاقتصادية**(2)، 66-52، اللاذقية، سوريا.

٢٤.الياسري، نداء محمد باقر (2014). **إدارة الأزمات**. الأردن، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

٢٥.حسين، حسين وليد (2016). **"أثر المرونة الاستراتيجية لمنظمات الأعمال في ترشيد قراراتها الاستراتيجية". مجلة المنصور**، العراق، (25)، ٦٧- ٩٢.

المراجع باللغة الإنجليزية:

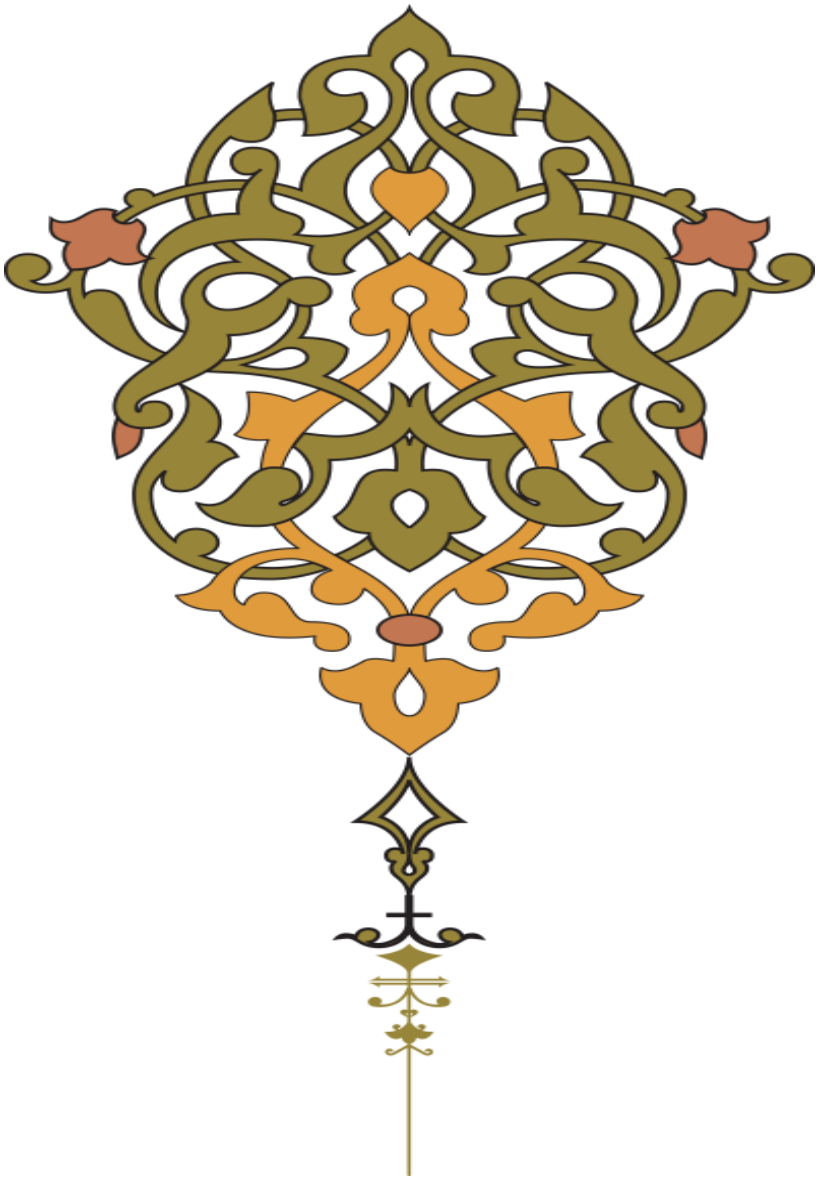
1. Abbott, A. and Banerji, K (2003). Strategic Flexibility and Firm Performance: The Case of US Based Transnational Corporations. **Global Journal of Flexible Systems Management,** 9, 42-66.
2. Bao, Wen-Lin, Lee, Sungyi & Tsao, Mei-Ling (2016). Establishment of Crisis Management Mechanisms in Public Hospitals. **The International Journal of Organizational Innovation**, 8(3), 186- 204.
3. Bavarsad. B, Rahim. F, & Seyfi, M (2014). A Study of the Relationship between Organizational Lerning, Strategic Flexibility, Competitive Strategy and Firm's Perfomance**. International Jounal of Psychology and Behavioral Research**, 3(3), 198-210.
4. Das. A (2001). Towards theory Building in Manufacturing Flexibility. **International Journal of Production Research**, 39,(18), 4153-4177.
5. Gupta, S.C. (2009). **Advanced Human Resources Management Strategic Strategic Perspective.** ANE Books, India.
6. Kandemir, Destan, & Acur, Nuran, (2012). Examining Proactive Strategic Decision-Making Flexibility in New Product Development. **Journal of Product Innovation Management,** 29(4), 608-622.
7. Kara, kaya, F (2000). Market Exist and Barriers to Exist: theory and practice. **Psychology and Marketing**, 17(8), 651-668.
8. Olalekan U. A (2006). **Market – Focused Strategic Flexibility and Sales Growth: Empirical Evidence from Nigeria.** Thesis Doctor of Business Leadership of South Africa University.
9. Pearson, Christine, & Mittroff, Ian (1993). From crisis prone to crisis prepared: a framework for crisis management. **Academy Of Management Executive,** 7(1), 155-164.
10. Radomska, Joanna (2015). Strategic flexibility of enterprises. **Journal Of Economics Business And Management,** 3(1), 19-23.
11. William, M, Gerald, G & David, C (2008**). Enterprise Information Systems and Strategic Flexibility.** www.computer.org. Retrieved on 15/3/2016
12. Yonggui. W & Hing-po, Lo (2004). Customer-Focused Performance and its Key Resource-Based Determinations: An Integrated Framework. **Customer Relationship**, (14), 34-59.
13. Zhang, Michael. J (2005). Information systems, strategic flexibility and firm performance: An empirical investigation. **Journal Of Engineering and Technology Management,** (22), 163 – 184.

الملحق (١)

الإستبانات الموزعة والمستردة على الجامعات الأردنية الخاصة قي العاصمة عمان

الرقم	اسم الجامعة	العدد الكلي		غير صالحة للتحليل	العدد النهائي
		الموزعة	المستردة		
١	جامعة عمان الأهلية الخاصة	17	15	-	15
٢	جامعة البتراء الخاصة	15	13	-	13
٣	جامعة عمان العربية	18	17	-	17
٤	جامعة الشرق الأوسط	24	20	2	18
٥	جامعة الإسراء الخاصة	20	20	-	20
٦	جامعة الزيتونة الأردنية الخاصة	18	18	1	17
٧	جامعة الأميرة سمية للتكنولوجيا	15	15	-	15
٨	جامعة العلوم التطبيقية الخاصة	23	22	1	21
	المجموع	150	140	4	136

المصدر: من إعداد الباحثان.



بيع المعدوم وتطبيقاته المعاصرة في مجال الديون

د.جمال احمد زيد الكيلاني*

الباحث عدي جراب**

تاريخ وصول البحث:٢٠١٧/٤/٢٠م

تاريخ قبول البحث:٢٠١٧/٧/٢٥م

الملخص

هذا البحث الذي يحمل عنوان: "بيع المعدوم وتطبيقاته المعاصرة في مجال الديون" جاء في مبحثين ومقدمة وخاتمة تضمنت أهم النتائج والتوصيات، تكلمنا في المبحث الأول عن مفهوم بيع المعدوم، وأنه بيع لغير موجود، وبيّنا رأي الفقهاء في هذا البيع واختلافهم في جوازه، وأن علة منع بيعه الغررلا العدم. وفي المبحث الثاني تحدثنا عن تطبيقات بيع المعدوم في مجال الديون، فبيّنا بعض صور بيع الدين وحكمها، ومثّلنا لها من الصور المعاصرة بيع الشيكات، والمهر بنوعيه المعجل والمؤجل، وكان من أهم نتائج البحث صحة البيع على محل المعدوم وقت التعاقد إذا انتفى الغرر منه وكان محتمل الوجود، بخلاف ما هو مشتهر بين الناس من عدم جوازه.

الكلمات الدالة: بيع المعدوم، بيع الدين، بيع الشيك، بيع المهر.

* أستاذ مساعد، عميد كلية الشريعة، جامعة النجاح الوطنية نابلس، فلسطين.

** باحث، وزارة التربية والتعليم.

Abstract

This research is twofold: an introduction and a conclusion that includes important implications and recommendations. The first section introduces the concept of selling the unowned which involves selling the nonexistent, showing the various opinions of religious scholars regarding its legality based on the misleading sale rather than selling the unowned.

The second section discusses the applications of selling the unowned in relation to debts, where various kinds of old forms of selling the unknown and its legal standing, along with current examples of such sale as selling checks and dowry (mandatory and deferred) are discussed. Contrary to the common belief among people that it is legal, the most important finding of the study is the legality of sale of the unowned at the point of issuing the contract in the absence of doubt and the possibility of existence.

Keywords: Selling the Unowned, Debt selling, Check selling, Dowry selling

المقدمة:

الإسلام عقيدة وشريعة، عالج بقواعده وتشريعاته مختلف جوانب الحياة، ومنها عقود المعاملات التي احتلت جزءاً كبيراً من قضايا الناس نظراً لاتساعها وتطورها، مما يستدعي تجلية صورها وبيان أحكامها، خاصة المسائل المستحدثة، والتي كثرت وتنوعت بسبب التطورات المختلفة وتشابك العلاقات بين الناس ومنها:"مسألة بيع المعدوم"، مما رغبنا في البحث فيها، لأهميتها في الواقع المالي التطبيقي المعاصر، خاصة في مجال الديون مع أن أحكامها تتعدى وتتمدد إلى مجالات كثيرة غيرها.

أهمية البحث:

تنبع أهميته من اهتمام الناس المتزايد بمسائل العقود المالية المعاصرة، وانتشار صور وأشكال بيع المعدوم في معاملاتهم اليومية، فكان دافعاً لتجلية مفهوم هذه المسألة، وبيان الحكم الشرعي فيها، وبعض تطبيقاتها المعاصرة في مجال الديون فضلاً عن قلة الدراسات العلمية المعالجة لها.

مشكلة البحث:

جاءت هذه الدراسة للإجابة على الأسئلة التالية:

أ- ما المقصود ببيع المعدوم؟ وما حكم الشرع في هذا النوع من البيوع ؟

ب- ما التطبيقات المعاصرة لبيع المعدوم في مجال الديون ؟

الدراسات السابقة:

هذه المسألة من الموضوعات التي لم نجد بحثاً مستقلاً فيها، سوى تلك الإشارات العلمية المختلفة عند الفقهاء المتقدمين في باب البيوع- كما سيأتي- وأما الدراسات المعاصرة فقد تناولت بعض مفردات بيع المعدوم من زوايا مختلفة، كما هو الحال في الدراسات المتعلقة ببيان أحكام عقد السلم والاستصناع باعتبارهما من أنواع بيع المعدوم، ومن هذه الدراسات والأبحاث ما يلي:

١- عقد بيع السلم وتطبيقاته المعاصرة دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي للدكتور عدنان محمود العساف[١]. وقد اقتصر المؤلف في هذا الكتاب على بيان بيع السلم وأنه من صور بيع المعدوم.

٢- أحكام عقد الاستصناع في الفقه الإسلامي، للدكتور ناصر أحمد إبراهيم النشوي[٢].

وهذا الكتاب كسابقه اعتنى مؤلفه ببيان أحكام عقد الاستصناع باعتباره صورة من صور بيع المعدوم.

٣- عقد الاستصناع ومدى أهميته في الاستثمارات الإسلامية المعاصرة، للأستاذ الدكتور مصطفى أحمد الزرقا.[٣]وهذا الكتاب مع صغر حجمه وغزير فائدته إلا أنه لم يتطرق إلى بيان ماهية بيع المعدوم وتطبيقاته إلا في مجال الاستصناع فقط، وهناك مؤلفات أخرى جاءت بنفس النسق، فامتاز هذا البحث عن غيره بأنه أصّل مسألة مفهوم بيع المعدوم، وبيان ماهيته وحكم الشرع فيه، مع التحليل لحكمة التحريم، وربط المسألة ببعض التطبيقات المعاصرة في مجال الديون، وهذه ميزة لم نجدها في بحث آخر.

منهج البحث:

اتبعنا المنهج الاستقرائي والتحليلي المقارن، فقمنا باستقراء مفردات البحث في المصادر القديمة والحديثة، ثم تحليلها بالدراسة والنقد مع مقارنتها بين المذاهب المختلفة، للوصول إلى الرأي الراجح المستند إلى المصلحة وقوة الدليل.

خطة البحث: جاء البحث في مبحثين ومقدمة وخاتمة تضمنت أهم النتائج والتوصيات كما يلي:

المبحث الأول: مفهوم بيع المعدوم ورأي الفقهاء فيه.

المبحث الثاني: بعض التطبيقات المعاصرة لبيع المعدوم في مجال الديون.

ختاماً: فهذا جهد المقل الذي نرجو الله أن يكون عملاً نافعاً وخالصاً متقبلاً، فإنه سبحانه الموفق والهادي إلى سواء السبيل، والحمد لله ربّ العالمين.

المبحث الأول

مفهوم بيع المعدوم ورأي الفقهاء فيه

المطلب الأول: تعريف المعدوم لغة واصطلاحا

أولاً: في اللغة

المعدوم لغة: من الفعل عَدِم، والعين والدال والميم أصل واحد يدل على فقدان الشيء وذهابه، ومن ذلك العَدَم. وعَدِمْتُ فلاناً أَعْدَمُه: فقدته أفقده فقداً أو فقداناً، والمعدوم: المفقود وغير الموجود[٤].

ثانياً: في الاصطلاح:

المعدوم اصطلاحاً: ما يقابل الموجود[٥]، و المعدوم المطلق: ما ليس له ثبوت بوجه من الوجوه لا ذهناً ولا خارجاً[٦] .والفقهاء لا يبحثون المعدوم المطلق الذي ليس له وجود عقلاً ولا حساً، وإنما يبحثون ما هو موجود في العقل باسمه ووصفه، ولكنه غير موجود بعينه في الواقع المحسوس.

والمعدوم قسمان:

١. **المعدوم حقيقة:** وهو الذي ليس له صورة أو وجود في الخارج.
٢. **المعدوم حكماً:** وهو الذي حكم الشرع بعدمه لعدم حل الإنتفاع به، وإن كانت له صورة ووجود في الخارج[٧]، فالمنفعة المحرمة شرعاً كالمعدومة حساً[٨].

ويضيف بعض فقهاء الحنفية إلى المعدوم حقيقة

المعدوم عرفاً: وهو المتصل اتصالاً خلقياً بغيره، كاللبن في الضرع ونحوه، فبيع هذه الأشياء حال اتصالها باطل؛ لأنه لا يعلم هل انتفاخ الضرع لوجود لبن فيه أو ريح أو دم، ولا سيما أن اللبن يحصل شيئاً فشيئاً بالتتابع، فلو جاز البيع فيه لاختلط ملك البائع بملك المشتري[٩].

وعلى هذا يمكن تعريف بيع المعدوم بأنه: بيع ما كان غير موجود في الواقع أو كان غائباً عن مجلس العقد وموصوفاً في الذمة[١٠].

المطلب الثاني: آراء الفقهاء في حكم بيع المعدوم:

اختلف الفقهاء في حكم بيع المعدوم على رأيين:

الرأي الأول: ذهب جمهور الفقهاء من الحنفية والمالكية والشافعية والحنابلة إلى بطلان بيع المعدوم.

ويحسن في هذا المقام نقل بعض أقوالهم:

فعند الحنفية: قال الكاساني:" لا ينعقد بيع المعدوم وما له خطر العدم، كبيع نتاج النتاج بأن قال: بعت ولد ولد هذه الناقة"[١١]. وأشار إلى ذلك ابن نجيم بقوله:" فلم ينعقد بيع المعدوم وما له خطر العدم، كنتاج النتاج والحمل واللبن في الضرع"[١٢].

وأما المالكية: فقد صرحوا باشتراط وجود المحل المعقود عليه وهو المبيع؛ إذ إن عدم وجوده يقود إلى الوقوع في الغرر[١٣]، وهذا ما أكده ابن رشد بقوله:" والغرر ينتفي عن الشيء بأن يكون معلوم الوجود، معلوم الصفة، معلوم القد ر، مقدوراً على تسليمه، وذلك في الطرفين الثمن والمثمون، معلوم الأجل أيضاً إن كان بيعاً مؤجلاً"[١٤].

ومن الجدير بالذكر أن المالكية اشترطوا وجود المعقود عليه في عقود المعاوضات كالبيع ونحوه، أما التبرعات كالهبة ونحوها فيصح أن يكون محل العقد فيها معدوماً إذا كان متوقع الوجود مستقبلاً . قال ابن رشد:" ولا خلاف في المذهب في جواز هبة المجهول والمعدوم المتوقع الوجود، وبالجملة كل ما لا يصح بيعه في الشرع من جهة الغرر"[١٥].

وعند الشافعية: يشترط وجود المحل المعقود عليه في عقد البيع، فلم يجيزوا بيع المعدوم لما ينطوي عليه من غرر. يقول النووي: "ولا يجوز بيع المعدوم، كالثمرة التي لم تخلق"[١٦]. وقد نقل النووي الإجماع على بطلان بيع المعدوم بقوله: "أما حكم المسألة: فبيع المعدوم باطل بالإجماع، كما نقل ابن المنذر إجماع المسلمين على بطلان بيع الثمرة سنتين ونحو ذلك"[١٧].

وكذا الحنابلة: اشترطوا أن يكون المبيع موجوداً، وصرحوا بعدم جواز بيع المعدوم. قال ابن قدامة:" ولا يجوز بيع القثاء والخيار والباذنجان وما أشبهه إلا لقطة لقطة، وجملة ذلك أنه إذا باع ثمرة شيء من هذه البقول

لم يجز إلا بيع الموجود منها دون المعدوم "[١٨]. وقال الرحيباني: "ولا يصح بيع نحو قثاء وبطيخ كباذنجان وبامياء إلا لقطة لقطة موجودة لأن ما لم يخلق لا يجوز بيعه"[١٩].

مما تقدم يتضح أن مذهب الجمهور على منع بيع المعدوم وبطلانه لاختلال شرط وجود المعقود عليه محل العقد لما ينطوي عليه من الغرر.

الرأي الثاني: ذهب ابن تيمية وابن القيم- وكلاهما من متأخري الحنابلة- إلى جواز بيع المعدوم، وأن ما حظره الشارع من البيوع المعدومة إنما حظره للغرر لا للعدم، والغرر عندهما ما لا يقدر على تسليمه. قال ابن تيمية:" قولهم: إن بيع الأعيان المعدومة لا يجوز.... فليس فى كتاب الله ولا سنة رسوله بل ولا عن أحد من الصحابة أن بيع المعدوم لا يجوز.... وإنما فيه النهي عن بيع بعض الأشياء التي هي معدومة كما فيه النهي عن بيع بعض الأشياء التي هي موجودة، وليست العلة فى المنع لا الوجود ولا العدم، بل الذي ثبت في الصحيح عن النبي ﷺ أنه نهى عن بيع الغرر، والغرر: ما لا يقدر على تسليمه سواء كان موجوداً أو معدوماً، كالعبد الآبق والبعير الشارد ونحو ذلك مما قد لا يقدر على تسليمه... فإن موجب البيع تسليم المبيع والبائع عاجز عنه، والمشتري إنما يشتريه مخاطرة ومقامرة.... وهكذا المعدوم الذي هو غرر نهى عن بيعه لكونه غرراً لا لكونه معدوماً، كما إذا باع ما يحمل هذا الحيوان أو ما يحمل هذا البستان، فقد يحمل وقد لا يحمل، وإذا حمل فالمحمول لا يعرف قدره ولا وصفه، فهذا من القمار وهو من الميسر الذي نهى الله عنه.... بل الشارع صحح بيع المعدوم فى بعض المواضع؛ فإنه ثبت عنه من غير وجه أنه نهى عن بيع الثمر حتى يبدو صلاحه، ونهى عن بيع الحب حتى يشتد، وهذا من أصح الحديث، وهو فى الصحيح عن غير واحد من الصحابة، فقد فرق بين ظهور الصلاح وعدم ظهوره، فأحل أحدهما وحرم الآخر"[٢٠]. وذهب ابن القيم لمثل قول شيخه ابن تيمية في هذا الشأن[٢١].

أدلة أصحاب الرأي الأول:

من خلال النظر في أقوال العلماء القائلين ببطلان بيع المعدوم، فإن حجتهم ما يلي:

أولا: عن أبي هريرة رضي الله عنه قال:" نهى رسول الله ﷺ عن بيع الحصاة وعن بيع الغرر". " مسلم. صحيح مسلم، كتاب البيوع، باب بطلان بيع الحصاة والبيع الذي فيه غرر. حديث رقم(١٥١٣) ". وجه الدلالة: يدل الحديث بمنطوقه على النهي عن بيع الحصاة وعن بيع الغرر، والنهي يفيد التحريم، فلا يجوز بيع ما جهلت عاقبته وخفيت كالمعدوم.

قال النووي:" وأما النهي عن بيع الغرر فهو أصل عظيم من أصول كتاب البيوع، ولهذا قدمه مسلم، ويدخل فيه مسائل كثيرة غير منحصرة كبيع الآبق والمعدوم والمجهول وما لا يقدر على تسليمه وما لم يتم ملك البائع عليه، وبيع السمك في الماء الكثير، واللبن في الضرع، وبيع الحمل في البطن، وبيع بعض الصبرة مبهماً، وبيع ثوب من أثواب، وشاة من شياه، ونظائر ذلك وكل هذا بيعه باطل لأنه غرر من غير حاجة"[٢٢].

قلت: إذا كان المجهول وما لا يقدر على تسليمه غرراً يمنع بيعه، فإن المعدوم غرر من باب أولى؛ لأن المجهول موجود ولكن خفيت عاقبته، والمعدوم غير موجود فليس له عاقبة أصلاً، فيمنع بيعه.

ثانياً: عن حكيم بن حزام ﷺ قال: "يا رسول الله، يأتيني الرجل فيريد البيع ليس عندي، أفأبتاعه له من السوق؟ فقال: لا تبع ما ليس عندك". " أبو داود، سنن أبي داود، كتاب الإجارة، باب في الرجل يبيع ما ليس عنده، حديث رقم(٣٥٠٣) ".

وجه الدلالة: هذا الحديث واضح في دلالته على النهي عن بيع ما ليس عند الإنسان، والمعدوم غير موجود عند البائع حين العقد.

ثالثاً: عن ابن عمر- رضي الله عنهما- أن رسول الله ﷺ " نهى عن بيع حَبَل الحَبَلة، وكان بيعاً يتبايعه أهل الجاهلية، كان الرجل يبتاع الجَزُور[٢٣] إلى أن تنتج الناقة ثم تنتج التي في بطنها ". " البخاري، صحيح البخاري، كتاب البيوع، باب بيع الغرر وحبل الحبلة، حديث رقم (٢٠٣٦)".

وجه الدلالة: نقل ابن حجر عن أكثر أهل اللغة - وبه جزم الترمذي - أنه بيع ولد نتاج الدابة، والمنع في هذا من جهة أنه بيع معدوم وقت العقد ومجهول وغير مقدور على تسليمه، فيدخل في بيع الغرر المنهي عنه[٢٤].

رابعاً: عن عمرو بن شعيب عن أبيه عن جده قال: قال رسول الله ﷺ :"ليس على رجل بيع فيما لا يملك ". " النسائي، المجتبى من السنن، كتاب البيوع، باب بيع ما ليس عند البائع، حديث رقم(٤٦١٢) ".

وجه الدلالة: فمن باع شيئاً لا يملكه كان ذلك من قبيل المعدوم[٢٥]، وذلك باطل بنص الحديث.

خامساً: عن ابن عباس- رضي الله عنهما- أن رسول الله ﷺ نهى عن بيع المضامين والملاقيح وحبل الحبلة. " الطبراني، المعجم الكبير، حديث رقم(١١٥٨١) ". والمضامين: ما في أصلاب الذكور من الإبل وغيرها، والملاقيح: ما في بطون

الإناث[٢٦]. وجه الدلالة: الأشياء المذكورة في الحديث مجهولة وغير مقدور التسلم ويعتريها الغرر؛ فقد لا توجد، فيكون لها حكم المعدوم ويبطل بيعها.قال ابن عبد البر:" بيع هذا كله باطل؛ لأنه بيع ما لم يخلق، ويدخله المجهول والغرر وأكل المال بالباطل"[٢٧].

سادساً: عن جابر بن عبدالله ﷺ قال: نهى رسول الله ﷺ عن المُحاقلة والمُزابنة والمعاومة والمخابرة، قال أحدهما: بيع السنين هي المعاومة، وعن الثّنيا ورخص في العرايا[٢٨]". " مسلم، صحيح مسلم، كتاب البيوع، باب النهي عن المحاقلة والمزابنة وعن المخابرة وبيع الثمرة قبل بدو صلاحها وعن بيع المعاومة وهو بيع السنين، حديث رقم(١٥٣٦) ". وجه الدلالة: في الحديث دلالة على عدم جواز بيع المعاومة - وهو بيع السنين - كأن يبيع الثمر لأكثر من سنة قبل أن يخلق[٢٩]، والنهي يفيد التحريم، فيبطل البيع، لانعدام المحل واشتماله على الغرر.

وفي هذا المعنى يقول النووي:" وبيع المعاومة وهو بيع السنين، باطل بالإجماع، نقل الإجماع ابن المنذر وغيره لهذه الأحاديث، ولأنه بيع غرر، وسبب الغرر أنه بيع معدوم ومجهول وغير مقدور على تسليمه وغير مملوك للعاقد"[٣٠].

أدلة أصحاب الرأي الثاني:

استدل- ابن تيمية وتلميذه ابن القيم - لما ذهبا إليه بما يلي:

أولاً: لا يوجد دليل في القرآن أو السنة يدل على عدم جواز بيع المعدوم، وإنما هناك أدلة على عدم جواز بيع بعض الأشياء المعدومة، كما توجد أدلة على عدم جواز بيع بعض الأشياء الموجودة أيضاً، والعلة في عدم الجواز في كل هذه الأشياء هي الغرر وليس العدم[٣١].

ثانياً: ثبت بالنص جواز المعاوضة على بعض المعدومات كبيع الثمرة بعد بدو صلاحها بشرط الإبقاء إلى تمام الصلاح[٣٢].

فعن ابن عمر- رضي الله عنهما- أن رسول الله ﷺ "نهى عن بيع الثمار حتى يبدو صلاحها، نهى البائع والمبتاع". " البخاري، صحيح البخاري، كتاب البيوع، باب بيع الثمار قبل أن يبدو صلاحها، حديث رقم(٢٠٨٢) ".

الترجيح:

بعد النظر في الرأيين السابقين فالذي نميل إليه هو أن بيع المعدوم باطل بشروط، وهي:

١. أن يكون المبيع من الأعيان، فإنه يجوز بيع المنافع وهي معدومة، بل لا يتم بيعها إلا كذلك، كما في الإجارات.
٢. أن لا تتوافر فيه شروط السّلَم والاستصناع، فإذا توافرت كان البيع سلماً واستصناعاً جائزين، بالرغم من أنه عقد على معدوم لكنه ممكن الوجود مستقبلاً.
٣. أن ينطوي المعدوم على غرر فاحش، بحيث يكون مجهولاً جهالة مفضية إلى النزاع، ولا يقدر على تسليمه، ولا يكون مملوكاً ونحوه.
٤. أن يكون المعدوم منفرداً أصلاً وليس تبعاً لموجود، كثمار لم تخلق بعد مع عدم وجود ثمار ظاهرة[٣٣].

هذا ما استنتجناه من أقوال فقهاء المذاهب الأربعة حول شروط بطلان بيع المعدوم، فإن تحققت بطل. والله أعلم.

المطلب الثالث: حكمة التشريع في منع بيع المعدوم:

سبق بيان معنى الغرر لغة واصطلاحا[٣٤]، وزيادة في التوضيح لمفهوم الغرر لا بد من الوقوف على أنواعه وهي عند الفقهاء ثلاثة [٣٥]:

الأول : غرر ممتنع إجماعاً: وهو الكثير الفاحش الذي لا يغتفر وجوده في العقود، وبه يكون العقد باطلاً، ومن أمثلته: بيع السمك في الماء، والطير في الهواء، وبيع ما نهى عنه النبي ﷺ كالملامسة[٣٦] والمنابذة[٣٧] والملاقيح والمضامين وغيرها[٣٨]. يقول ابن رشد:" وبالجملة فالفقهاء متفقون على أن الغرر الكثير في المبيعات لا يجوز، وأن القليل يجوز"[٣٩].

الثاني : غرر جائز إجماعاً: وهو اليسير الذي من شأن الناس التسامح فيه، ويغتفر وجوده في العقود، فلا تبطل به، للحاجة والضرورة، كبيع الدار مع الجهل بأساسها، فإنك تشتري من غير معرفة عمقه أو عرضه أو متانته؛ فالأساس تابع للظاهر من الدار، والحاجة تدعو إلى ذلك، ولأنه لا يمكن رؤيته[٤٠].

الثالث: وهو المتوسط: وقد اختلفوا فيه: هل يلحق بالغرر الكثير أم اليسير؟ فلارتفاعه عن اليسير ألحق بالكثير، ولانخفاضه عن الكثير ألحق باليسير، كبيع الغائب على الصفة، والبيع من غير ذكر الثمن، وغير ذلك[٤١].

وعلى هذا فهل علة منع بيع المعدوم العدم أم الغرر؟

يجيب على هذا السؤال ابن القيم بقوله: إن علة منع بيع المعدوم مجرد كونه معدوماً دعوى باطلة، وهي علة منتقضة بما يلي: بيع المنافع: وهو نوع من أنواع البيع بالمعنى العام، كالإجارة مثلاً فهي بيع منافع، وهي معدومة عند التعاقد، فتجوز المعاوضة عليها؛ لأن المنافع لا يمكن العقد عليها في حال وجودها، وإنما في حال عدمها.

بيع الأعيان: يمكن إيراد العقد عليها في حال الوجود وحال العدم: أما في حال الوجود فيجوز العقد عليها إذا تحققت شروط مخصوصة. وفي حال العدم لها حالتان:

الأولى: معدوم نهى الشارع عن بيعه حتى يوجد.

الثانية: معدوم جوز الشارع بيعه تبعاً لما وجد إذا دعت الحاجة إليه.

وتوضيح ذلك: أنه جاءت السنة بالنهي عن بيع بعض الأشياء المعدومة وبيع بعض الأشياء الموجودة، فليست العلة في المنع ذات العدم أو الوجود، بل الغرر، لعدم القدرة على تسليمه سواء أكان موجوداً أم معدوماً، كبيع البعير الشارد[٤٢].

وقد ذكر ابن تيمية هذا التعليل بقوله:" ليس في كتاب الله ولا سنة رسول الله، بل ولا عن أحد من الصحابة أن بيع المعدوم لا يجوز، فالذي نهي عن بيعه المعدوم الذي هو غرر لكونه غرراً لا لكونه معدوماً، كما إذا باع ما يحمل الحيوان، فقد يحمل وقد لا يحمل، والغرر ما لا يقدر على تسليمه سواء أكان موجوداً أم معدوماً "[٤٣].

كما يجوز بيع السلم والاستصناع رغم أن كلاً منهما بيع معدوم، وذلك لانتفاء الغرر الذي يفضي إلى المنازعة، وللقدرة على التسليم، وحاجة الناس إلى مثل هذه البيوع[٤٤].

وتأكيداً على ما سبق ذكر ابن القيم جواز بيع بعض أقسام المعدوم منها:

- معدوم موصوف في الذمة: يجوز بيعه اتفاقاً، كالسلم.
- معدوم تبع للموجود، وإن كان أكثر منه، وهو نوعان:

أ- نوع اتفق الناس على جواز بيعها، كبيع الثمار بعد بدو صلاح ثمرة واحدة منها، وإن كانت بقية أجزاء الثمار معدومة وقت العقد، ولكن جاز بيعها تبعاً للموجود.

ب- نوع مختلف فيه، كبيع المقاثي[٤٥] إذا طابت، وفيه قولان:

الأول : يجوز بيعها جملة، ويأخذها المشتري شيئاً بعد شيء كما جرت به العادة وعمل الأمة، ولم يأت بمنع ذلك كتاب ولا سنة ولا إجماع ولا أثر ولا قياس صحيح، وهو مذهب مالك وأهل المدينة وأحد القولين في مذهب أحمد، واختيار شيخ الإسلام ابن تيمية[٤٦].

الثاني: لا يباع إلا لقطة لقطة حتى لا يكون بيع معدوم منهي عنه[٤٧]، ولا ينضبط هذا القول شرعاً ولا عرفاً، ويتعذر العمل به غالباً لعدم القدرة على تمييز اللقطات.

كما لا يدرى أيحصل أم لا يحصل، بل يكون المشتري منه على خطر، فهذا الذي منع الشارع بيعه لا لكونه معدوماً، بل لكونه غرراً، ليس في ملكه، ولا يقدر على تسليمه، فكان شبيهاً بالقمار والمخاطرة من غير حاجة إليه[٤٨].

وجملة القول: إن ابن القيم يرى أن هناك معدوماً يجوز بيعه كالسلم، وهو موصوف في الذمة، وكذا المعدوم الذي هو تبع للموجود ؛ لانتفاء الغرر الذي يفضي إلى المنازعة وأكل أموال الناس بالباطل، ومعدوماً لا يجوز بيعه لما فيه غرر فاحش.

وقد أشار الشاطبي إلى هذا المعنى بقوله:" أصل البيع ضروري، ومنع الغرر والجهالة، وحضور العوضين في المعاوضات من باب التكميلات، ولما كان ذلك ممكناً في بيع الأعيان من غير عسر منع من بيع المعدوم، واستثنى السلم والإجارات ونحوها"[٤٩].

المبحث الثاني

بعض التطبيقات المعاصرة لبيع المعدوم في مجال الديون

تناولت بعض صور بيع الدين كنوع من أنواع التطبيقات المعاصرة لبيع المعدوم، من جهة كونه حق متعلق بالذمة غير موجود وقت التعاقد، لأن معظم التطبيقات التي ترد على بيع المعدوم عند الفقهاء هي في مجال الزروع والثمار، وسنبين ذلك من خلال ما يلي:

المطلب الأول: مفهوم بيع الدَّين وبعض صوره:

أولاً: تعريف الدين:

الدَّين لغة: من الفعل دان، وهو كل شيء غير حاضر، ويقابله العين، والجمع أَدْيُن ودُيون. ويأتي أيضاً بمعنى القرض، فهو مدين ومديون. ورجل مديون: كثر ما عليه من الدين، والدائن يطلق على المعطي للدين في الغالب، والمدين: من عليه الدين[٥٠].

وأما الدَّين اصطلاحاً: فقد اختلفت عبارات الفقهاء في تعريف الدين، إلا أنها تحمل ذات المعنى، وهو: "ما ثبت في الذمة"[٥١].

فالدين يتناول ما وجب في الذمة[٥٢] بأي سبب من الأسباب الموجبة للثبوت، ومن هذه الأسباب:

- العقد، كالبيع والنكاح - حيث يثبت به المهر- والقرض.
- الأفعال، كاستهلاك أموال الغير بالتعدي، فإن بَدَلَ المستهلَك يثبت في ذمة المستهلِك بالتعدي.
- النصوص الشرعية، كنفقة الزوجة والأولاد[٥٣].

وذهب جمهور الفقهاء- المالكية والشافعية والحنابلة - إلى ثبوت المنافع ديناً في الذمة لكونها مالاًمتقوماً عندهم[٥٤]

ثانياً: تعريف بيع الدين:

من خلال النظر في مفهوم كل من البيع والدين في كتب الفقه يمكن القول: إن المقصود ببيع الدين "مبادلة ما ثبت في الذمة بمال".

ثالثاً: بعض صور بيع الدين:

ولبيع الدين أربع صور عند الفقهاء، سنتناولها بإيجاز مع بيان حكم كل منها، وذلك على النحو التالي:

الصورة الأولى: بيع الدين للمدين بثمن حال:

ومثال ذلك: أن يكون لزيد دين على عبد الله مقداره ألفا دينار، فيقوم زيد ببيع هذا الدين لعبد الله بعين حاضرة كسيارة ونحوها أو بثلاثة آلاف دولار أو نحو ذلك.

اختلف الفقهاء في حكم هذا البيع على قولين:

القول الأول: جواز هذا البيع، وهو قول الجمهور من المذاهب الأربعة، وقد اشترط الحنابلة قبض العوضين في مجلس العقد وأن يكون الدين مستقراً[٥٥].وأبرز ما استدل به أصحاب هذا الرأي حديث ابن عمر- رضي الله عنهما- قال:" كنت أبيع الإبل بالبقيع، فأبيع بالدنانير وآخذ الدراهم، وأبيع بالدراهم وآخذ الدنانير، آخذ هذه من هذه وأعطي هذه من هذه، فأتيت رسول الله ﷺ وهو في بيت حفصة-رضي الله عنها- فقلت: يا رسول الله، رويدك أسألك، إني أبيع الإبل بالبقيع، فأبيع بالدنانير وآخذ الدراهم، وأبيع بالدراهم وآخذ الدنانير، آخذ هذه من هذه وأعطي هذه من هذه، فقال رسول الله ﷺ: لا بأس أن تأخذها بسعر يومها ما لم تفترقا وبينكما شيء". "الترمذي، سنن الترمذي، كتاب البيوع، باب ما جاء في الصرف، حديث رقم(١٢٤٢) ".

فهذا الحديث صريح في دلالته على جواز بيع ما في الذمة من أحد النقدين بالآخر إذا كان المشتري هو المدين وكان الثمن حالاً ومقبوضاً، وهو ما أقره النبي -صلى الله عليه وسلم- وحيث جاز بيع أحد النقدين بالآخر جاز بيع غيرهما مما يثبت في الذمة بطريق الأولى[٥٦].

القول الثاني: عدم جواز هذا البيع، وهو قول الظاهرية[٥٧]. واستدلوا بحديث أبي سعيد الخدري ﷺ أن رسول الله ﷺ قال:"لا تبيعوا الذهب بالذهب إلا مثلاً بمثل، ولا تُشفّوا[٥٨] بعضها على بعض، ولا تبيعوا الوَرِق بالورق إلا مثلاً بمثل، ولا تشفوا بعضها على بعض، ولا تبيعوا منها غائباً بناجز"[٥٩]. فنهى النبي ﷺ في هذا الحديث عن بيع الغائب عن المجلس، مؤجلاً كان أم حالاً بحاضر، والدين غائب عن المجلس، فيصدق عليه أنه غائب بحاضر، وهو منهي عنه[٦٠].

الراجح: بعد النظر فيما استدل به كل من الفريقين، يظهر رجحان القول بجواز بيع الدين للمدين بثمن حال، شرط أن يكون الدين مستقراً وأن يكون البيع بسعر يوم الصرف – إذا كان العوضان نقدين-، وذلك لقوة أدلتهم وسلامتها، ولموافقة رأيهم للأصل في البيوع وهو الإباحة ما لم يرد دليل التحريم[٦١].

الصورة الثانية: بيع الدين لغير المدين بثمن حال: وذلك كأن يكون لعلي على محمد عشرة آلاف دينار، واشترى علي من عبد الله سيارة بمبلغ الدين، ثم حول علي عبد الله على محمد ليأخذ منه ثمن السيارة.

اختلف الفقهاء في حكم هذا البيع على قولين:

القول الأول: منع بيع الدين لغير المدين بثمن حال، وهو قول الجمهور من الحنفية والشافعية في الأظهر والحنابلة - في رواية- والظاهرية[٦٢]. واستدلوا بأن الدائن لا يقدر على تسليم المبيع إلى المشتري؛ لأن الدين يتعلق بذمة المدين، وقبض ما في ذمة الغير لا يتصور، فيكون غير جائز لأنه غير مقدور التسليم لما فيه من المخاطرة[٦٣].

القول الثاني: جواز هذا البيع بشروط، وبه قال المالكية والشافعية –في رواية- وإحدى الروايتين عن الحنابلة[٦٤].

ومن جملة ما استدلوا به أن المشتري للدين قد اشترى مالاً ثابتاً في الذمة، والبائع له قد باع مالاً ثابتاً في الذمة أيضاً، فلا مانع من ذلك. والقياس على جواز بيع الدين لمن هو عليه. وأن القدرة على التسليم موجودة من غير منع ولا جحود[٦٥].

الراجح: بعد النظر فيما ساقه كل فريق من الأدلة والحجج، يظهر رجحان القول بجواز بيع الدين لغير المدين بثمن حال، لأن الأصل في البيوع وهو الإباحة ما لم يرد دليل التحريم، ولوجود شروط وضوابط تدفع شبهة الربا والمنازعة والخصومة.

الصورة الثالثة: بيع الدين للمدين بثمن مؤجل:كأن يكون لسعيد عشرة آلاف دينار ديناً على أسعد، فيبيع سعيد هذا الدين لأسعد بسيارة معينة مؤجلة التسليم إلى أجل محدد.

اختلف الفقهاء في حكم هذا البيع على قولين:

القول الأول: منع هذا البيع، وبه قال فقهاء المذاهب الأربعة والظاهرية[٦٦]. واستدلوا بحديث أبي سعيد الخدري ﷺ أن رسول الله ﷺ قال:" لا تبيعوا الذهب بالذهب إلا مثلاً بمثل، ولا تُشِفّوا بعضها على بعض،ولا تبيعوا الوَرِق بالورق إلا مثلاً بمثل، ولا تشفوا بعضها على بعض، ولا تبيعوا منها غائباً بناجز"[٦٧].

ففي هذا الحديث، نهى النبي ﷺ عن بيع الغائب عن مجلس العقد بالحاضر، فالغائب بالغائب أحرى أن لا يجوز، حيث إن بيع الدين بالدين هو عبارة عن بيع غائب بغائب[٦٨].

القول الثاني: جواز هذا البيع، وهو قول ابن تيمية وابن القيم وأشهب[٦٩] - من المالكية - وغيرهم[٧٠]. ومن أدلتهم حديث جابر بن عبد الله- رضي الله عنهما- " أنه كان يسير على جمل له قد أعيا، فمر النبي ﷺ فضربه فدعا له فسار بسير ليس يسير مثله، ثم قال: بعنيه بوقية[٧١] ، قلت: لا، ثم قال: بعنيه بوقية، فبعته فاستثنيت حملانه إلى أهلي، فلما قدمنا أتيته بالجمل ونقدني ثمنه ثم انصرفت، فأرسل على إثري، قال: ما كنت لآخذ جملك فخذ جملك فهو مالك". " البخاري، صحيح البخاري، كتاب الشروط، باب إذا اشترط البائع ظهر الدابة إلى مكان مسمى جاز، حديث رقم(٢٥٦٩) ".

فهذا البيع وقع في أحد أسفار النبي ﷺ واشترط فيه جابر – رضي الله عنه - أن يكون تسليم الجمل في المدينة، وكان وفاء الثمن من قبل الرسول ﷺ في المدينة أيضاً. وعليه، فالمبيع –وهو الجمل- كان ديناً في ذمة جابر، في حين كان الثمن ديناً في ذمة النبي ﷺ، مما يدل على جواز بيع الدين بالدين للمدين[٧٢].

الراجح: نرى رجحان القول بجواز بيع الدين للمدين بثمن مؤجل بشرطين: أن يكون الدين مستقراً، وأن لا يكون الدينان من الأصناف الربوية؛ وذلك لقوة أدلتهم وسلامتها، ولموافقة رأيهم للأصل في البيوع وهو الإباحة ما لم يرد دليل التحريم.

الصورة الرابعة: بيع الدين لغير المدين بثمن مؤجل:وذلك كأن يكون لسعيد على علي عشرة آلاف دينار ديناً، فيبيعه سعيد لعبد الله مقابل سيارة موصوفة في الذمة يتسلمها بعد أجل معلوم.

وقد وقع الاختلاف بين الفقهاء في حكم هذا البيع على قولين:

القول الأول: المنع، وإليه ذهب فقهاء المذاهب الأربعة والظاهرية[٧٣].واستدلوا بالأدلة التي استدلوا بها على منع بيع الدين للمدين بثمن مؤجل والتي سبق بيانها.

القول الثاني: الجواز، وذهب إليه من المعاصرين ابن عثيمين وبعضهم[٧٤].واستدلوا بعدم وجود نص يدل على تحريم هذا البيع، فيبقى على أصله وهو الإباحة، وبالقياس على الحوالة، فهي بيع دين بدين[٧٥].

الراجح: بعد النظر في أدلة الفريقين نرى رجحان القول بجواز بيع الدين لغير المدين بثمن مؤجل، لنفس ما ذكرناه من تبرير في المسألة السابقة.

فرع: حكم ابتداء الدين بالدين: منع الفقهاء ابتداء الدين بالدين، أي: أن يبتدئ المتعاقدان التعامل بينهما بدين، كما لو باع سيارة موصوفة في ذمته بثمن معلوم على أن يتم تأجيل المبيع والثمن إلى أجل معلوم[٧٦]، وهو ما أخذ به مجمع الفقه الإسلامي[٧٧].

وقد عللوا التحريم بأنه شغل لذمتي المتعاقدين دون فائدة، ومناف لمقصود الثمنية ومقصود العقد، ولكونه يفضي إلى الخصومة والمنازعة، وفيه خروج عن الأصل وهو قبض العوضين أو أحدهما في مجلس العقد.

ونقل الإجماع على منع ابتداء الدين بالدين الشافعي وأحمد وابن المنذر وابن رشد[٧٨]، وذكر بعض المعاصرين عدم انعقاد الإجماع على ذلك[٧٩]؛ لأن المالكية أجازوا تأخير رأس مال السلم يومين أو ثلاثة، وكذلك أجازوا استبدال الدين بمنافع شيء معين، وهذا ابتداء دين بدين[٨٠]، بغض النظر عن تسمية المالكية له، إذ العبرة في العقود للمقاصد والمعاني لا للألفاظ والمباني[٨١].

فرع: الصورة المجمع على منعها في بيع الدين بالدين: يمكن تحقق الإجماع في منع بيع الدين بالدين في حالة ما إذا كان الدينان من الأموال الربوية، التي يشترط في مبادلتها ببعض المساواة والتقابض حال اتحاد الجنس، والتقابض فقط حال اختلاف الجنس. لما رواه عبادة بن الصامت ﷺ أن رسول الله ﷺ قال:"الذهب بالذهب، والفضة بالفضة، والبُر بالبر، والشعير بالشعير، والتمر بالتمر، والملح بالملح، مثلاً بمثل، سواء بسواء، يداً بيد، فإذا

اختلفت هذه الأصناف فبيعوا كيف شئتم إذا كان يداً بيد". " مسلم، صحيح مسلم، كتاب المساقاة، باب الصرف وبيع الذهب بالورق نقداً، حديث رقم(١٥٨٧) ".

المطلب الثاني: بعض التطبيقات المعاصرة لبيع المعدوم في مجال بيع الدين:

من التطبيقات المعاصرة لبيع المعدوم في مجال الديون: بيع الشيكات وبيع المهر، وبيان ذلك فيما يأتي:

أولاً: بيع الشيكات:

الشيك: هو أمر بالدفع صادر من الساحب إلى المسحوب عليه بدفع مبلغ معين بمجرد الاطلاع إلى المستفيد أو لأمره[٨٢].

فالساحب هو الشخص الذي يأمر بالدفع ويوقع الشيك، فهو صاحب الأموال المودعة في البنك. والمسحوب عليه هو البنك الذي يدفع قيمة الشيك. والمستفيد هو الشخص الذي يقبض قيمة الشيك من البنك[٨٣].

ويعتبر الشيك بمثابة النقود الورقية، ويمثل وثيقة إبراء كاملة، يتعامل بها الأفراد والمؤسسات والمصارف بثقة وطمأنينة، فهو مال حكمي[٨٤]، والذي يبرر هذا الاعتبار ما يلي:

١. يعتبر إعطاء الشيك بمنزلة القبض، حيث إنه يساوي قيمة النقد تماماً، وليس هناك طريقة معينة للتقابض، فقبض كل شيء بحسبه وهو راجع إلى أعراف الناس وعاداتهم، وقد تعارف الناس على ذلك[٨٥].
٢. يمثل الشيك وثيقة دين على ساحبه، وقد اعتبر الحنفية الدين مالاً حكمياً[٨٦].
٣. يمثل اعتباره نقوداً وسيلة لحماية الأموال وحفظها من السرقة والضياع، حيث يقوم الشخص بكتابة شيك يمثل قيمة النقود التي يشتري بها السلعة، وهذا يقيه مخاطر حمل نقود كثيرة[٨٧].

وقد يكون الشيك معجلاً أو مؤجلاً، وقد يباع للساحب أو لأجنبي بنقد أو سلعة، وبناءً عليه فأحوال بيعه كالتالي:

أ- **بيع الشيك للمدين(الساحب):** وصورته: أن يباع لمن قام بسحبه، فإما أن يباع بنقد أو سلعة.

- فإذا بيع الشيك بنقد من جنسه يشترط التقابض والتماثل، أي يشترط قبض العوضين في المجلس[٨٨]، ولا يشترط في حالة بيعه للمدين أن يكون الشيك معجلاً – أي يجوز أن يكون تاريخ استحقاقه بعد أجل -

وذلك لأن ما في الذمة كالحاضر[٨٩] ولكن يشترط التماثل، فإذا كانت قيمة الشيك ألف دينار أردني مثلاً بيع بمثلها. وأما إذا بيع بنقد من غير جنسه فيشترط التقابض في مجلس العقد وأن يكون البيع بسعر يوم الصرف.

- إذا بيع الشيك للمدين بسلعة، فذلك جائز، ولا يشترط التقابض في مجلس العقد لجواز بيع السلعة إلى أجل[٩٠]، ويكون ذلك بيع عاجل بآجل، وهو ظاهر في حالة الشيك المعجل، وأما الشيك المؤجل فيأخذ حكم المعجل إذا كان في ذمة المدين نفسه؛ لأن ما في الذمة كالحاضر.

ب- بيع الشيك لغير المدين: فإما أن يباع بنقد أو سلعة، وذلك على النحو التالي:

- إذا بيع بنقد من جنسه، فيشترط التقابض والتماثل[٩١]، ولا يجوز بيعه بنقد إذا كان الشيك مؤجلاً. وإذا بيع بنقد من غير جنسه فيشترط التقابض- أي أن يكون الشيك معجلاً- وأن يكون البيع بسعر يوم الصرف[٩٢].
- وإذا بيع الشيك بسلعة، فذلك جائز بشرط قبض السلعة في مجلس العقد إذا كان الشيك مؤجلاً، حتى لا يكون ذلك من باب ابتداء الدين بالدين المحظور شرعاً[٩٣]، وأما إذا كان الشيك معجلاً فيجوز تأجيل قبض السلعة.

ثانياً: بيع المهر:

المهر حق من حقوق الزوجة على زوجها، وهو المال الذي يجب للمرأة على زوجها بسبب عقد الزواج[٩٤]. وكل مال متقوم يصح أن يكون مهراً، نقداً كان أو حلياً أو عقاراً أو غيره[٩٥]. ويجوز أن يكون المهر معجلاً أو مؤجلاً أو بعضه معجلاً والبعض الآخر مؤجلاً إلى أجل قريب أو بعيد[٩٦].

وبالنظر في عقود الزواج[٩٧] نجد أن المهر المسمى له ثلاثة أنواع: المهر المعجل والمؤجل والتوابع[٩٨]، ويتم تحديد ما إذا قامت الزوجة أو وكيلها بقبضه أم لا منعاً للخصومة[٩٩].

وأما التكييف الفقهي للمهر المسمى فيختلف باختلاف نوعه، وذلك على النحو التالي:

١. المهر المعجل: وهو دين حال للزوجة في ذمة الزوج، تبرأ منه ذمته بقبض الزوجة له، فإذا قُبض المهر المعجل حين العقد- وهو الغالب- تكون المرأة قد استوفت حقها فيه، وأما إذا أُجِّل إلى أجل محدد- غالباً ما يكون ليوم الزفاف - فإن هذا الجزء المؤجل يمثل ديناً في ذمة الزوج لزوجته، يلزم سداده في التاريخ المحدد.

٢. المهر المؤجل: ويمثل ديناً مؤجلاً في ذمة الزوج لزوجته، يحل أجله بأقرب الأجلين: الموت أو الطلاق أو بحسب العرف[١٠٠]. وإذا دفعه الزوج قبل أحد الأجلين سقط من ذمته.

٣. توابع المهر: تمثل ديناً حالاً في ذمة الزوج لزوجته، ويحق لها مطالبته به في أي وقت تشاء، لأنه تابع للمهر المعجل.

وبيع المهر- باعتباره ديناً مستقراً في ذمة الزوج- له ثلاث حالات:

أولاً: بيع المهر المعجل:

إذا قبضت المرأة مهرها المعجل فإنها تكون قد استوفت حقها، ولها حق التصرف فيه، وأما إذا تأخر قبض جزء منه إلى أجل محدد وأرادت الزوجة بيع هذا الجزء، فإما أن تبيعه للزوج أو لغيره، وذلك على النحو التالي:

أ- بيعه للزوج: هذه الصورة من صور بيع الدين للمدين، فإما أن يباع بثمن حال أو مؤجل:فإذا بيع بثمن حال فذلك جائز شريطة التساوي والتقابض إذا كان الثمن نقداً من جنسه، وإن كان من غير جنسه فيشترط التقابض وأن يكون بسعر يوم الصرف؛ منعاً للوقوع في الربا[١٠١]. وإذا بيع بثمن مؤجل فذلك جائز شريطة أن لا يكون العوض الآخر نقوداً، لانتفاء التقابض في هذه الحالة، وذلك لأن الثمن مؤجل[١٠٢].

ب- بيعه لغير الزوج: وهذه صورة من صور بيع الدين لغير المدين، ويأخذ حكمه، مع اشتراط إقرار الزوج بالدين حتى لا يكون بيع خصومة تقع بسببه المنازعات، ولا بد هنا من ذهاب الزوج مع زوجته للمحكمة الشرعية لإثبات استيفائها لحقها منه[١٠٣].

ثانياً: بيع المهر المؤجل:

والمهر المؤجل إما أن يباع للزوج أو لغيره، وذلك على النحو التالي:

أ- بيعه للزوج: وهذه صورة لبيع الدين للمدين، فيجوز للزوجة بيع هذا المهر لزوجها، شريطة مراعاة ضوابط بيع الأصناف الربوية، وهي التماثل والتقابض عند اتحاد الجنس، والتقابض عند اختلافه، وأن يكون البيع بسعر يوم الصرف، ولا يشترط القبض إذا كان العوض سلعة؛ لأن هذا بيع عاجل بآجل، مع اعتبار أن الزوج قابض لما في ذمته، حيث إن ما في الذمة كالحاضر[١٠٤].

ب- بيعه لغير الزوج: وهذا بيع للدين لغير المدين، فيجوز للزوجة بيع هذا الدين الذي لها في ذمة زوجها لغيره بشرطين: أن لا يكون العوض نقداً لاشتراط التقابض في حالة بيع النقد بالنقد، وأن يكون الزوج مقراً بالدين لئلا يكون بيع خصومة[١٠٥].

ثالثاً: بيع تابع المهر المعجل:

يجوز للمرأة بيع تابع مهرها المعجل متى شاءت للزوج أو لغيره، فإذا باعته للزوج فذلك جائز بشرط التقابض والتماثل عند اتحاد الجنس، والتقابض فقط عند اختلاف الجنس، هذا إذا كان العوض نقداً، وأما إذا كان سلعة فلا يشترط قبضها، ويكون هذا البيع بيع عاجل بآجل.

وكذلك يجوز بيعه لغير الزوج بشرط إقرار الزوج بالدين حتى لا يكون بيع خصومة[١٠٦].

الخاتمة وأهم النتائج مع التوصيات

أولاً: أهم النتائج:

١. بيع المعدوم هو بيع ما كان غير موجود في الواقع، أو كان غائباً وموصوفاً في الذمة.

٢. اختلف العلماء في حكم بيع المعدوم، فالمذاهب الأربعة على بطلان بيعه، لنهي النبي ﷺ عن بيع ما ليس عند الإنسان، وذهب بعض الحنابلة كابن تيمية وابن القيم إلى جواز بيعه لعدم وجود دليل من القرآن أو السنة على المنع، بل ثبت بالنص جواز المعاوضة على بيع بعض المعدومات كبيع الثمرة بعد بدو صلاحها، وترجح لدينا بعد التحليل جواز بيع المعدوم بشروط منها: إذا أمن محل التعاقد من الغرر الفاحش المفضي إلى النزاع، أو دعت إليه الحاجة والضرورة.

٣. الحكمة من منع بيع المعدوم الغرر لا العدم فليس في النصوص الشرعية ما يمنع بيع المعدوم إلا إذا احتمل غرراً فاحشاً.

٤. الدين ما وجب حقاً في الذمة بسبب العقد كالبيع والنكاح، أو بفعل التعدي كالغصب، أو بنص شرعي كالنفقة.

٥. يعد بيع الدين من صور بيع المعدوم، ويدور الحكم فيه بين الحل والحرمة، بحسب طبيعة الغرر، ومدى شبهة الربا فيه، فيصح إذا سلم من الغرر المفضي إلى الخصومة والمنازعة، أو من الربا وشبهته.

٦. ذهب الفقهاء إلى حرمة ابتداء بيع الدين بالدين بسبب اشتغال ذمة المتعاقدين دون فائدة، ودون قبض العوضين أو أحدهما في مجلس العقد، وذكر بعضهم الإجماع على ذلك.

٧. من التطبيقات المعاصرة لبيع المعدوم بيع الشيكات باعتبارها تمثل وثيقة دين على صاحبها، سواء كان بيع الشك للمدين أو لغير المدين، فيجوز إذا تحقق في ذلك شرط التقابض والتماثل باعتبار المبيع من الأموال الربوية.

٨. ومن صور بيع المعدوم في التطبيقات المعاصرة بيع المهر، الذي هو حق للزوجة على زوجها بموجب عقد النكاح، سواء كان المهر معجلاً أو مؤجلاً، وهذه الصورة تدخل في باب بيع الدين وتأخذ حكمه سواء كان البيع لزوج أو لغيره.

ثانياً: التوصيات:

١. الحذر عند تطبيق صور بيع المعدوم في مجال الديون حتى لا يقع في الربا أو شبهته، أو الغرر المفضي إلى النزاع والشقاق.

٢. الاستفادة من تطبيق صور بيع الديون بعد استكشاف صحة المعاملة وسلامتها من الربا المحرم أو شبهته، أو الغرر الفاحش في مجال المصارف الإسلامية والأسواق المالية كبيع السلم والاستصناع والشيكات.

٣. بذل الجهد من العلماء وذوي الاختصاص في متابعة المسائل المالية المستجدة وتحليلها، وبيان حكم الشرع فيها، ومحاولة الاستفادة منالتطبيقات المالية المعاصرة، مما يسهل على الناس معاملاتهم ويرفع عنهم الحرج.

قائمة هوامش البحث:

(١) عدنان محمود العساف، عقد بيع السلم وتطبيقاته المعاصرة دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، الأردن، دار جهينة، ١٤٢٤هـ (ط١).

(٢) ناصر أحمد إبراهيم النشوي، أحكام عقد الاستصناع في الفقه الإسلامي دراسة مقارن، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، ٢٠٠٥م.

(٣) مصطفى أحمد الزرقا، عقد الاستصناع ومدى أهميته في الاستثمارات الإسلامية المعاصرة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، ١٤٢٠هـ (ط٢).

(٤) الخليل بن أحمد الفراهيدي، العين، تحقيق: د. مهدي المخزومي، د. إبراهيم السامرائي، دار ومكتبة الهلال، ج٢، ص٥٦/ أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، بيروت، دار الجيل، ١٩٩٩م (ط٢)، ج٤، ص٢٤٨/ أبو الحسن علي بن إسماعيل ابن سيدة، المحكم والمحيط الأعظم، بيروت، دار الكتب العلمية، ٢٠٠٠م (ط١)، ج٢، ص٣٤/ محمد بن مكرم بن منظور الأفريقي المصري، لسان العرب، بيروت، دار صادر، (ط١)، ج١٢، ص٣٩٢/ مصطفى، إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار الدعوة، ج٢، ص٥٨٨/ محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، القاموس المحيط، بيروت، مؤسسة الرسالة، ص١٤٦٦.

(٥) القاضي عبد النبي بن عبد الرسول الأحمد نكري، دستور العلماء، تحقيق وتعريب عباراته الفارسية: حسن هاني فحص، بيروت، دار الكتب العلمية، ١٤٢١هـ (ط١)، ج٣، ص٢٥١.

(٦) الأحمد نكري، دستور العلماء، ج٣، ص٢٥١.

(٧) محمد رواس قلعجي، الموسوعة الفقهية الميسرة، بيروت، دار النفائس، ١٤٢١هـ (ط١)، ص ١٨١٧ - ١٨١٨.

(٨) أبو حامد محمد بن محمد الغزالي، الوسيط في المذهب، تحقيق: أحمد محمود إبراهيم ومحمد تامر، القاهرة، دار السلام، ١٤١٧هـ (ط١)، ج٣، ص٢٠/ زكريا الأنصاري، أسنى المطالب في شرح روضة الطالب، تحقيق: د. محمد تامر، بيروت، دار الكتب العلمية، ١٤٢٢هـ ٢٠٠٠م (ط١)، ج٣، ص٣٤.

(٩) محمد أمين بن عابدين، حاشية رد المحتار على الدر المختار شرح تنوير الأبصار (حاشية ابن عابدين)، بيروت، دار الفكر، ١٤٢١هـ ٢٠٠٠م، ج٤، ص٥٥٩- ٥٦٠/ علي حيدر، درر الحكام شرح مجلة الأحكام، تحقيق وتعريب: المحامي فهمي الحسيني، بيروت، دار الكتب العلمية، ج١، ص١٥٦.

(١٠) انظر: علاء الدين أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، بيروت، دار الكتاب العربي، ١٩٨٢م (ط٢)، ج٥، ص١٣٨/ حيدر، درر الحكام، ج١، ص١٨١- ١٨٢/ أبو عبد الله شمس الدين محمد بن أبي بكر بن أيوب بن القيم،

إعلام الموقعين عن رب العالمين، تحقيق: طه عبد الرؤوف سعد، بيروت، دار الجيل، ١٩٧٣م، ج٢، ص٢٧/ محمد رواس قلعجي وآخرون، معجم لغة الفقهاء، بيروت، دار النفائس، ١٤٠٨هـ ١٩٨٨م (ط٢)، ص٤٤٠.

(١١) الكاساني، بدائع الصنائع، ج٥، ص١٣٨.

(١٢) زين الدين إبراهيم بن محمد ابن نجيم، البحر الرائق شرح كنز الدقائق، بيروت، دار المعرفة، (ط٢)، ج٥، ص٢٧٩.

(١٣) الغرر لغة: يقول ابن فارس في معجم مقاييس اللغة:" ومن الباب: بيع الغرر، وهو الخطر الذي لا يدرى أيكون أم لا، كبيع العبد الآبق والطائر في الهواء، فهذا ناقص لا يتم البيع فيه أبداً ". انظر: ابن فارس، معجم مقاييس اللغة، ج٤، ص٣٨١. والغرر اصطلاحا: له تعريفات عدة عند الفقهاء، نختار منها تعريف الجرجاني في كتابه التعريفات، إذ يقول:" بيع الغرر: هو البيع الذي فيه خطر انفساخه بهلاك المبيع ". انظر: علي بن محمد بن علي الزين الشريف الجرجاني (توفي ٨١٦هـ)، التعريفات، تحقيق: ضبطه وصححه جماعة من العلماء، بيروت، دار الكتب العلمية، ١٤٠٣هـ (ط١)، ص٦٩. وعرفه السرخسي في المبسوط بقوله: "ما يكون مستور العاقبة كاللبن في الضرع ". انظر: شمس الدين السرخسي، المبسوط، بيروت، دار المعرفة، ج١٢، ص١٩٤. وعرفه الشيرازي في المهذب بقوله:" ما انطوى عنه أمره وخفي عليه عاقبته ". انظر: أبو إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي، المهذب في فقه الإمام الشافعي، بيروت، دار الفكر، ج١، ص٢٦٢. وقال ابن تيمية في مجموع الفتاوى:"مجهول العاقبة ". انظر: أبو العباس أحمد بن عبد الحليم ابن تيمية الحراني، مجموع فتاوى شيخ الإسلام ابن تيمية، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم العاصمي النجدي، مكتبة ابن تيمية، (ط٢)، ج٢٩، ص٢٢.

(١٤) أبو الوليد محمد بن أحمد بن محمد ابن رشد القرطبي، بداية المجتهد ونهاية المقتصد، بيروت، دار الفكر، ج٢، ص١٢٩. وانظر: محمد بن أحمد بن جزي، القوانين الفقهية، ص١٦٩.

(١٥) ابن رشد، بداية المجتهد، ج٢، ص٢٤٧. فعندهم يغتفر في التبرعات ما لا يغتفر في المعاوضات.

(١٦) أبو زكريا يحيى بن شرف النووي، المجموع، بيروت، دار الفكر، ١٩٩٧م، ج٩، ص٢٤٥. وانظر: الشيرازي، المهذب، ج١، ص٢٦٢.

(١٧) النووي، المجموع، ج٩، ص٢٤٥.

(١٨) أبو محمد عبد الله بن أحمد بن قدامة المقدسي، المغني، بيروت، دار الفكر، ١٤٠٥هـ (ط١)، ج٤، ص٧٧.

(١٩) مصطفى الرحيباني، مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى، دمشق، المكتب الإسلامي، ١٩٦١م، ج٣، ص٢٠٠.

(٢٠) ابن تيمية، مجموع الفتاوى، ج٢٠، ص٥٤٢- ٥٤٤.

(٢١) ابن القيم، إعلام الموقعين، ج٢، ص٢٨.

(٢٢) أبو زكريا يحيى بن شرف النووي، صحيح مسلم بشرح النووي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ١٣٩٢هـ (ط٢)، ج١٠، ص١٥٦.

(٢٣) الجَزُور - بفتح الجيم وضم الزاي – هو البعير ذكراً كان أو أنثى. انظر: أبو الفضل أحمد بن علي ابن حجر العسقلاني، فتح الباري شرح صحيح البخاري، تحقيق: محب الدين الخطيب، بيروت، دار المعرفة، ج٤، ص٣٥٧.

(٢٤) ابن حجر، فتح الباري، ج٤، ص٣٥٨/ أبو العلا محمد عبدالرحمن بن عبد الرحيم المباركفوري، تحفة الأحوذي شرح جامع الترمذي، بيروت، دار الكتب العلمية، ج٤، ص٣٥٤.

(٢٥) وقد أكد على هذا المعنى صاحب نهاية الزين. انظر: أبو عبد المعطي محمد بن عمر بن علي الجاوي، نهاية الزين في إرشاد المبتدئين، بيروت، دار الفكر، (ط١)، ص٢٧٠.

(٢٦) أبو عبد الله محمد بن إدريس الشافعي، الأم، بيروت، دار المعرفة، ١٣٩٣هـ (ط٣)، ج٣، ص١١٨/ أبو عمر يوسف بن عبد الله بن عبد البر النمري، التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد، تحقيق: مصطفى بن أحمد العلوي ومحمد عبد الكبير البكري، المغرب، وزارة عموم الأوقاف والشؤون الإسلامية، ١٣٨٧هـ ج١، ص٣٦٣.

(٢٧) ابن عبد البر، التمهيد، ج١٣، ص٣١٥.

(٢٨) المقصود بالمحاقلة: بيع الحنطة في سنبلها بحنطة صافية، والمزابنة: بيع الرطب بالتمر كيلاً، والمخابرة: هي والمزارعة متقاربتان، وهما المعاملة على الأرض ببعض ما يخرج منها من الزرع، والثنيا: استثناء المجهول في البيع، والعرايا: النخلة أو النخلتان يأخذها أهل البيت بخرصها تمراً يأكلونها رطباً، والمعاومة: بيع السنين، وهو أن يبيع ثمر الشجرة عامين أو ثلاثة أو أكثر. انظر: النووي، صحيح مسلم بشرح النووي، ج١٠، ص١٨٨- ١٩٥.

(٢٩) أبو السعادات المبارك بن محمد بن الأثير الجزري، النهاية في غريب الحديث والأثر، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي ومحمود محمد الطناحي، بيروت، المكتبة العلمية، ١٣٩٩هـ، ١٩٧٩م، ج٣، ص٣٢٣.

(٣٠) النووي، صحيح مسلم بشرح النووي، ج١٠، ص١٩٣.

(٣١) ابن تيمية، مجموع الفتاوى، ج٢٠، ص٥٤٢- ٥٤٣/ ابن القيم، إعلام الموقعين، ج٢، ص٢٨.

(٣٢) ابن تيمية، مجموع الفتاوى، ج٢٠، ص٥٤٤/ ابن القيم، إعلام الموقعين، ج٢، ص٢٨.

(٣٣) ابن عابدين، حاشية ابن عابدين، ج٥، ص٨٨- ١٨٣، وابن رشد، بداية المجتهد، ج٢، ص١١٨/ النووي، صحيح مسلم بشرح النووي، ج١٠، ص١٩٣/ ابن القيم، إعلام الموقعين، ج٢، ص٢٣- ٣٤.

(٣٤) انظر: هامش رقم (١٣).

(٣٥) هذا التقسيم مما اشتهر عند فقهاء المالكية.

(٣٦) الملامسة: أن يلمس الرجل الثوب، ولا ينظر إليه ولا يتأمل فيه، أو يبتاعه ليلاً ولا ينظر ما فيه. انظر: مالك ابن أنس، المدونة الكبرى، بيروت، دار صادر، ج١٠، ص٢٠٥- ٢٠٦/ أبو عمر يوسف بن عبد الله بن عبد البر القرطبي، الكافي في فقه أهل المدينة،

بيروت، دار الكتب العلمية، ١٤٠٧هـ (ط١)، ج١، ص٣٦٣/ أبو محمد عبد الوهاب بن علي بن نصر الثعلبي المالكي، التلقين في الفقه المالكي، تحقيق: محمد ثالث سعيد الغاني، مكة المكرمة، المكتبة التجارية، ١٤١٥هـ (ط١)، ج٢، ص٣٨٢.

(٣٧) المنابذة: أن ينبذ الرجل إلى الرجل ثوبه، وينبذ الآخر إليه ثوبه، من غير تأمل فيهما، فيقول كل واحد منهما: هذا بهذا. انظر: مالك، المدونة الكبرى، ج١٠، ص٢٠٦/ أبو عمر يوسف بن عبد الله بن عبد البر النمري القرطبي، الاستذكار الجامع لمذاهب فقهاء الأمصار، تحقيق: سالم محمد عطا ومحمد علي معوض، بيروت، دار الكتب العلمية، ٢٠٠٠م (ط١)، ج٦، ص٤٥٩/ الثعلبي، التلقين، ج٢، ص٣٨٢.

(٣٨) محمد عرفة الدسوقي، حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، تحقيق: محمد عليش، بيروت، دار الفكر، ج٣، ص٦٠/ أبو البركات سيدي أحمد الدردير، الشرح الكبير، تحقيق: محمد عليش، بيروت، دار الفكر، ج٣، ص٦٠/ محمد بن عبد الله بن علي الخرشي المالكي، حاشية الخرشي على مختصر سيدي خليل، بيروت، دار الفكر، ج٥، ص٧٥/ شهاب الدين أحمد بن إدريس القرافي، الذخيرة، تحقيق: محمد حجي، بيروت، دار الغرب، ١٩٩٤هـ ج٥، ص٩٣/ علي الصعيدي العدوي المالكي، حاشية العدوي على شرح كفاية الطالب الرباني، تحقيق: يوسف الشيخ محمد البقاعي، بيروت، دار الفكر، ١٤١٢هـ ج٢، ص١٩٥.

(٣٩) ابن رشد، بداية المجتهد، ج٢، ص١١٦.

(٤٠) الدردير، الشرح الكبير، ج٣، ص٦٠/ الدسوقي، حاشية الدسوقي، ج٣، ص٦٠/ الخرشي، حاشية الخرشي، ج٥، ص٧٥/ القرافي، الذخيرة، ج٥، ص٩٣/ العدوي، حاشية العدوي، ج٢، ص١٩٥/ النووي، شرح النووي على صحيح مسلم، ج١٠، ص١٥٦.

(٤١) القرافي، الذخيرة، ج٥، ص٩٣/ الخرشي، حاشية الخرشي، ج٥، ص٦٩.

(٤٢) ابن القيم، إعلام الموقعين، ج٢، ص٢٥، ٢٨.

(٤٣) ابن تيمية، مجموع الفتاوى، ج٢٠، ص٥٤٢- ٥٤٣.

(٤٤) علي بن أبي بكر بن عبدالجليل المرغيناني، الهداية في شرح بداية المبتدئ، تحقيق: طلال يوسف، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ج٣، ص٧٨/ كمال الدين محمد بن عبد الواحد بن الهمام السيواسي، شرح فتح القدير، بيروت، دار الفكر، (ط٢)، ج٧، ص١١٤/ فخر الدين عثمان بن علي الزيلعي الحنفي، تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق، القاهرة، دار الكتب الإسلامي، ١٣١٣هـ ج٤، ص١٢٣.

(٤٥) المقاثي: جمع مقثاة، والمراد بها ما يشمل الخيار والبطيخ والقرع والباذنجان واللفت والبصل والثوم والكزبرة ونحو ذلك. انظر: الخرشي، حاشية الخرشي، ج٥، ص١٩٠.

(٤٦) ابن جزي، القوانين الفقهية، ص١٧٣/ ابن تيمية، مجموع الفتاوى، ج٢٩، ص٤٨٤/ أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن القيم، زاد المعاد في هدي خير العباد، تحقيق: شعيب الأرناؤوط وعبد القادر الأرناؤوط، بيروت، مؤسسة الرسالة، الكويت، مكتبة المنار الإسلامية، ١٤٠٧هـ ١٩٨٦م (ط١٤) ج٥، ص٨٠٨- ٨١٠.

(٤٧) هذا قول أبي حنيفة والشافعي وأحمد. انظر: ابن نجيم، البحر الرائق، ج٥، ص٣٢٦/ الشافعي، الأم، ج٣، ص٨٢/ شيخ الإسلام أبو العباس تقي الدين أحمد بن عبد الحليم بن تيمية الحراني، الفتاوى الكبرى، تحقيق: حسنين محمد مخلوف، بيروت، دار المعرفة، ج٣، ص٤٢١.

(٤٨) ابن القيم، زاد المعاد، ج٥، ص٨٠٨- ٨١٠.

(٤٩) إبراهيم بن موسى اللخمي الشاطبي الغرناطي المالكي، الموافقات في أصول الفقه، تحقيق: عبد الله دراز، بيروت، دار المعرفة، ج٢، ص١٤/ أبو محمد عز الدين عبد العزيز بن عبد السلام ، قواعد الأحكام في مصالح الأنام، بيروت، دار الكتب العلمية، ج٢، ص١٢٢.

(٥٠) ابن منظور، لسان العرب، مادة (دين)، ج١٣، ص١٦٧/ الفيروز آبادي، القاموس المحيط، مادة (دين)، ص١٥٤٦/ زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي، مختار الصحاح، مادة (دين)، تحقيق: يوسف الشيخ محمد، بيروت، المكتبة العصرية، ١٤٢٠هـ (ط٥)، ج١، ص٩١/ أحمد بن محمد بن علي المقري الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، مادة (دان)، بيروت، المكتبة العلمية المصباح المنير، ج١، ص٢٠٥.

(٥١) ابن عابدين، حاشية ابن عابدين، ج٨، ص٢٢١/ أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي، الجامع لأحكام القرآن (تفسير القرطبي)، القاهرة، دار الشعب القرطبي، ج٣، ص٣٧٧/علي بن محمد بن حبيب البصري الماوردي، الحاوي الكبير في فقه مذهب الإمام الشافعي، تحقيق: الشيخ علي محمد معوض، والشيخ عادل أحمد عبد الموجود، بيروت، دار الكتب العلمية، ١٤١٩هـ، ١٩٩٩م (ط١)، ج٦، ص٤١٨/ منصور بن يونس بن إدريس البهوتي، كشاف القناع عن متن الإقناع، تحقيق: هلال مصيلحي مصطفى هلال، بيروت، دار الفكر، ١٤٠٢هـ ج٣، ص٣٦٦.

(٥٢) الذمة: هي أمر شرعي اعتباري مقدر في المحل يقبل الإلزام والالتزام. أي: تثبت فيه الديون والحقوق. انظر: أبو العباس شهاب الدين أحمد بن محمد الحموي، غمز عيون البصائر شرح كتاب الأشباه والنظائر (لزين العابدين ابن نجيم المصري)، تحقيق: أحمد بن محمد الحنفي الحموي، بيروت، دار الكتب العلمية، ١٤٠٥هـ ١٩٨٥م (ط١)، ج٤، ص٦/ الأنصاري، أسنى المطالب، ج٢، ص١٥.

(٥٣) حيدر، درر الحكام شرح مجلة الأحكام. ج٤، ص٣٣٧/ القرطبي، تفسير القرطبي، ج٣، ص٣٧٧/ الشيرازي، المهذب، ج١، ص٣٤٠/ البهوتي، كشاف القناع، ج٣، ص٣٦٦.

(٥٤) القرافي، الذخيرة، ج٨، ص٢٨٢/ الشافعي، الأم، ج٤، ص٢٣/ منصور بن يونس بن إدريس البهوتي، شرح منتهى الإرادات المسمى دقائق أولي النهى لشرح المنتهى، بيروت، دار عالم الكتب، ١٩٩٦م (ط٢)، ج٣، ص٦. وخالفهم الحنفية: حيث ذهبوا إلى أن المنافع لا تقبل الثبوت في الذمة بناء على عدم اعتبارها مالاً عندهم. انظر: ابن عابدين، حاشية ابن عابدين، ج٤، ص٥٠١.

(٥٥) زين العابدين بن إبراهيم ابن نجيم، الأشباه والنظائر، تعليق: عبد العزيز محمد الوكيل، القاهرة، مؤسسة الحلبي، ١٣٨٧هـ ١٩٦٨م، ص٣٥٨/ ابن عابدين، حاشية ابن عابدين، ج٨، ص٤٢١/ مالك، المدونة الكبرى، ج٨، ص٣٩٨/ أبو زكريا يحيى بن شرف النووي، روضة الطالبين وعمدة المفتين، بيروت، المكتب الإسلامي، ١٤٠٥هـ (ط٢)، ج٤، ص١٩٦/ أبو إسحاق إبراهيم بن محمد بن عبد الله بن مفلح الحنبلي، المبدع في شرح المقنع، بيروت، المكتب الإسلامي، ١٤٠٠هـ، ج٤، ص١٩٨. والمقصود بالدين المستقر: ما ثبت استيفاؤه دون احتمال لسقوطه، كقيمة المتلفات والمال الموجود عند المقترض والمهر بعد الدخول. انظر: أبو الحسن علي بن سليمان المرداوي، الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف على مذهب الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق: محمد حامد الفقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ج٥، ص١١٠.

(٥٦) ابن مفلح، المبدع. ج٤، ص١٩٨/ عبد السميع أحمد إمام، أصول البيوع الممنوعة، القاهرة، دار الطباعة المحمدية، (ط١)، ص١١١.

(٥٧) أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد بن حزم، المحلى، بيروت، دار الفكر، ج٩، ص٦.

(٥٨) لا تشفوا: أي لا تزيدوا. انظر: ابن حجر، فتح الباري. ج٤، ص٣٨٠.

(٥٩) البخاري، صحيح البخاري، كتاب البيوع، باب بيع الفضة بالفضة، حديث رقم(٢٠٦٨).

(٦٠) ابن حجر، فتح الباري. ج٤، ص٣٨٠.

(٦١) الماوردي، الحاوي الكبير، ج٥، ص٢١٧.

(٦٢) ابن عابدين. حاشية ابن عابدين. ج٨ص٤٢١/ النووي، روضة الطالبين، ج٤، ص١٩٦/ المرداوي، الإنصاف، ج٥، ص١١٢/ ابن حزم، المحلى، ج٩، ص٦.

(٦٣) انظر: المرجع السابق.

(٦٤) من هذه الشروط: أن يكون الدين مما يجوز بيعه قبل قبضه، وأن يكون الثمن من غير جنس الدين أو من جنسه مع التساوي، وأن لا يكون الثمن ذهباً حيث الدين فضة أو العكس، وأن يعجل المشتري الثمن، وحضور المدين في بلد العقد ليمكن تقدير قيمة الدين – إذا لم يكن مقوماً- فالمبيع لا يصح أن يكون مجهولاً، وأن يكون المدين مقراً بالدين، وأن لا يكون بين المشتري والمدين عداوة. انظر: مالك، المدونة الكبرى، ج٨، ص٣٩٨/ شمس الدين محمد بن أبي العباس أحمد بن حمزة بن شهاب الدين الرملي، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، بيروت، دار الفكر، ١٤٠٤هـ ١٩٨٤م، ج٧، ص١٩٠/ ابن تيمية، مجموع الفتاوى، ج٢٩، ص٥٠٦-٥٠٧.

(٦٥) انظر: المرجع السابق.

(٦٦) أبو عبد الله محمد بن الحسن الشيباني، الحجة على أهل المدينة، تحقيق: مهدي حسن الكيلاني القادري، بيروت، عالم الكتب، ١٤٠٣هـ (ط٣)، ج٢، ص٦٩٩/ مالك، المدونة الكبرى، ج٨، ص٣٩٨/ الشافعي، الأم، ج٤، ص٣٠/ البهوتي، كشاف القناع، ج٣، ص٣٠٧/ ابن حزم، المحلى، ج٩، ص٦.

(٦٧) سبق تخريجه هامش رقم (٥٩).

(٦٨) ابن عبد البر، التمهيد، ج١٦، ص٨.

(٦٩) هو أبو عمرو أشهب بن عبد العزيز بن داود بن إبراهيم، مفتي مصر، ولد سنة ١٤٠هـ وقيل: ١٥٠هـ تفقه على مالك بن أنس والليث بن سعد وغيرهما، وكانت المنافسة بينه وبين ابن القاسم، وانتهت الرياسة إليه بمصر بعد ابن القاسم، مات سنة ٢٠٤هـ انظر: أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان الذهبي، سير أعلام النبلاء، تحقيق: شعيب الأرناؤوط ومحمد نعيم العرقسوسي، بيروت، مؤسسة الرسالة، ١٤١٣هـ (ط٩)، ج٩، ص٥٠٠- ٥٠١/ أبو إسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي، طبقات الفقهاء، تحقيق: خليل الميس، بيروت، دار القلم، ص١٥٥.

(٧٠) ابن رشد، بداية المجتهد، ج٢، ص١١٧/ وابن تيمية، مجموع الفتاوى، ج٢٠، ص٥١٢/ وابن القيم، إعلام الموقعين، ج٢، ص٨.

(٧١) وفي رواية: بأوقية. انظر: ابن حجر، فتح الباري، ج٥، ص٣١٦.

(٧٢) انظر: ابن حجر، فتح الباري، ج٥، ص٣١٤- ٣١٥.

(٧٣) حيدر، درر الحكام. ج١، ص٢٠٠/ مالك، المدونة الكبرى، ج٧، ص٢٣٢/ شمس الدين محمد بن أحمد الخطيب الشربيني، الإقناع في حل ألفاظ أبي شجاع، تحقيق: مكتب البحوث والدراسات - دار الفكر، بيروت، دار الفكر، ج٢، ص٢٨٠/ ابن قدامة، الكافي في فقه ابن حنبل، ج٢، ص٢٨/ ابن حزم، المحلى، ج٩، ص٦.

(٧٤) محمد بن صالح العثيمين، الشرح الممتع على زاد المستقنع، اعتنى به: سليمان أبو الخيل وخالد المشقح، السعودية: مؤسسة آسام، ١٤١٧هـ، ١٩٩٧م (ط١)، ج٨، ص٤٣٥- ٤٣٦/ إمام، أصول البيوع الممنوعة، ص١١٧.

(٧٥) المرجع السابق.

(٧٦) السرخسي، المبسوط، ج٢، ص٢٠٣/ شمس الدين أبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن المغربي، المعروف بالحطاب، مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، بيروت، دار الفكر، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م (ط٣)، ج٤، ص٤٨٨/ الماوردي، الحاوي الكبير، ج١٤، ص٣١٤/ البهوتي، كشاف القناع، ج٣، ص٣٠٧/ ابن حزم، المحلى، ج٩، ص٦.

(٧٧) القرار رقم ١٠١(١١/٤) الصادر عن مجلس مجمع الفقه الإسلامي الدولي المنعقد في دورة مؤتمره الحادي عشر بالمنامة في مملكة البحرين، من ٢٥ إلى ٣٠ رجب ١٤١٩هـ الموافق ١٤ إلى ١٩ تشرين الثاني (نوفمبر) ١٩٩٨ م، بشأن بيع الدَّين. انظر: مجلة مجمع الفقه الإسلامي، العدد الحادي عشر. ج١، ص٥٣.

(٧٨) الشافعي، الأم، ج٤، ص٣٠/ ابن قدامة، المغني، ج٤، ص٥١/ أبو بكر محمد بن إبراهيم ابن المنذر النيسابوري، الإجماع، تحقيق: د. فؤاد عبد المنعم أحمد، الإسكندرية، دار الدعوة، ١٤٠٢هـ (ط٣)، ص٩٢/ ابن رشد، بداية المجتهد، ج٢، ص١٤٧.

(٧٩) وهبة الزحيلي، بيع الدين في الشريعة الإسلامية، السعودية، مركز النشر العلمي، ١٤١٩هـ، ١٩٩٨م (ط١)، ص٣٤/ إمام، أصول البيوع الممنوعة، ص١١٥.

(٨٠) القرافي، الذخيرة، ج٥، ص٢٢٧/ أبو عبد الله محمد بن يوسف بن أبي القاسم العبدري، التاج والإكليل لمختصر خليل، بيروت، دار الفكر، ١٣٩٨م (ط٢)، ج٢، ص٣١١.

(٨١) محمد عميم الإحسان المجددي البركتي، قواعد الفقه، كراتشي، الصدف ببلشرز، ١٤٠٧هـ ١٩٨٦م (ط١)، ص٩١/ حيدر، درر الحكام شرح مجلة الأحكام، ج٢، ص١٩٩/ أحمد بن الشيخ محمد الزرقا، شرح القواعد الفقهية، تحقيق وتعليق: مصطفى أحمد الزرقا، دمشق، دار القلم، ١٤٠٩هـ ١٩٨٩م (ط٢)، ص٥٥.

(٨٢) خالد عبد الله وآخرون، أصول المحاسبة، نيويورك، دار جون وايلي، ١٩٨٣م، ص١٣٢.

(٨٣) المرجع السابق.

(٨٤) هذا من الناحية القانونية، حيث يقوم الشيك مقام النقود في الوفاء بالالتزامات، بخلاف الناحية الشرعية. انظر: محمد باقر الصدر، البنك اللاربوي في الإسلام، بيروت، دار الكتاب اللبناني، ١٩٧٣م (ط٢)، ص٩٣/ ووزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الموسوعة الفقهية، الكويت: ذات السلاسل. ١٩٧٠م. ج٣، ص٢٣٢، ٢٣٧. وخالف بعض العلماء إذ اعتبروا الشيك وثيقة ضمان لاستيفاء الدين. انظر: عباس أحمد الباز، أحكام صرف النقود والعملات، الأردن، دار النفائس، ١٤١٩هـ ١٩٩٩م، (ط١)، ص١٠٠/ علي أحمد السالوس، النقود واستبدال العملات، الكويت، مكتبة الفلاح، ١٤٠٧هـ ١٩٨٧م (ط٢)، ص٦٠.

(٨٥) محمد عثمان شبير، المعاملات المالية المعاصرة، الأردن، دار النفائس، ١٤١٨هـ ١٩٩٨م (ط٢)، ص٢٠٤/ ووزارة الأوقاف الكويتية، الموسوعة الفقهية، ج٣، ص٢٣٢.

(٨٦) ابن نجيم، الأشباه والنظائر، ص٣٥٤/ الحموي، غمز عيون البصائر، ج٤، ص٥.

(٨٧) الباز، أحكام صرف النقود والعملات، ص١٠٣.

(٨٨) الشافعي، الأم، ج٣، ص٣١/ النووي، صحيح مسلم بشرح النووي، ج١١، ص١٠.

(٨٩) الشيرازي، المهذب، ج١، ص٢٩٥/ محمد بن علي بن محمد الشوكاني، نيل الأوطار، بيروت، دار الجيل، ١٩٧٣م، ج٥، ص٢٥٥.

(٩٠) حيدر، درر الحكام شرح مجلة الأحكام، ج١، ص١٩٤/ ابن القيم، إعلام الموقعين، ج٤، ص٢٢.

(٩١) علي السالوس وآخرون، دراسات في الثقافة الإسلامية، الكويت، مكتبة الفلاح، ١٤٠٣هـ ١٩٨٣م (ط٣)، ص٤٠٦.

(٩٢) ابن حجر، فتح الباري، ج٤، ص٣٨٣/ النووي، صحيح مسلم بشرح النووي، ج١١، ص٩.

(٩٣) السرخسي، المبسوط، ج٢، ص٢٠٣/ الحطاب، مواهب الجليل، ج٤، ص٤٨٨/ الماوردي، الحاوي الكبير، ج١٤، ص٣١٤/ البهوتي، كشاف القناع، ج٣، ص٣٠٧.

(٩٤) ابن الهمام، شرح فتح القدير، ج٣، ص٢٠٤/ مالك، المدونة الكبرى، ج٤، ص٣٠٣/ الشربيني، مغني المحتاج، ج٣، ص٢٢٠/ ابن قدامة، المغني، ج٧، ص١٦٠.

(٩٥) الكاساني، بدائع الصنائع، ج٢، ص٢٧٧/ القرافي، الذخيرة، ج٤، ص٣٧٤/ الشيرازي، المهذب، ج٢، ص٥٥/ ابن قدامة، المغني، ج٧، ص١٦١.

(٩٦) الكاساني، بدائع الصنائع، ج٢، ص٢٨٨/ القرافي، الذخيرة، ج٤، ص٣٩١/ الشربيني، مغني المحتاج، ج٣، ص٢٢٢/ وابن قدامة، الكافي في فقه ابن حنبل، ج٣، ص٩١.

(٩٧) المقصود هنا عقود الزواج الرسمية الصادرة عن المحاكم الشرعية في فلسطين.

(٩٨) المهر المعجل: هو الذي تقبضه الزوجة أو وكيلها عند العقد، وقد يؤجل أحياناً إلى يوم الزفاف، ويحق للزوجة الامتناع عن تسليم نفسها لزوجها حتى تقبضه. انظر: محمد مدكور، الوجيز لأحكام الأسرة في الإسلام، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٧٨م، ص١٦٦. والمهر المؤجل: هو ما يتأكد وجوبه للمرأة على زوجها بالموت أو الطلاق. والتوابع: هي ما يتبع المهر المعجل ويحق للمرأة المطالبة به في أي وقت تشاء بعد العقد. انظر: محمد مدكور، أحكام الأسرة في الإسلام، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٣٨٩هـ ١٩٦٩م (ط٢)، ج٢، ص٢٦٧.

(٩٩) مدكور، أحكام الأسرة في الإسلام، ج١، ص٢٦٧.

(١٠٠) المرجع السابق.

(١٠١) الباز، أحكام صرف النقود والعملات، ص١٨٩- ١٩٠.

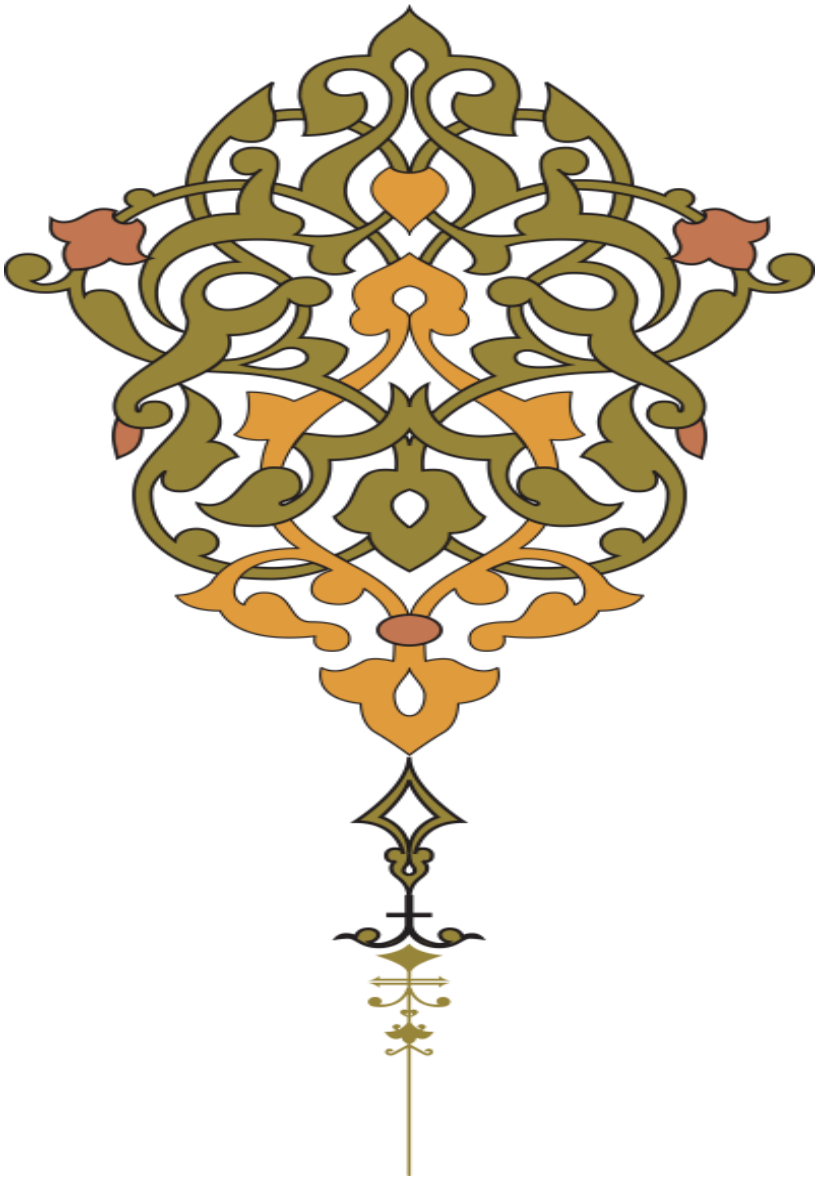
(١٠٢) أحمد بن غنيم بن سالم النفراوي المالكي، الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني، بيروت، دار الفكر، ١٤١٥هـ ج٢، ص١٠٢/ الشربيني، مغني المحتاج، ج٣، ص٤٢٨/ منصور بن يونس بن إدريس البهوتي، الروض المربع شرح زاد المستقنع، الرياض، مكتبة الرياض الحديثة، ١٣٩٠هـ ج٢، ص١١٩.

(١٠٣) مازن حلمي سيسالم وآخرون، مجموعة القوانين الفلسطينية، غزة، مطابع الهيئة الخيرية لقطاع غزة، مايو ١٩٩٦م (ط٢)، ج١٠، ص١٣١- ١٣٢.

(١٠٤) الشيرازي، المهذب، ج١، ص٢٩٥/ الشوكاني، نيل الأوطار، ج٥، ص٢٥٥.

(١٠٥) مالك، المدونة الكبرى، ج٨، ص٣٩٨/ الرملي، نهاية المحتاج، ج٧، ص١٩٠/ ابن تيمية، مجموع الفتاوى، ج٢٩، ص٥٠٦- ٥٠٧.

(١٠٦) المرجع السابق.



محددات الأداء المالي في شركات التامين الإسلامية الأردنية

د.زياد محمد محمود عبيدات*

تاريخ وصول البحث:٢٠١٧/٤/٢٠م تاريخ قبول البحث:٢٠١٧/٨/١٣م

ملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر المحددات المتعلقة بالمتغيرات (معدل المديونية،حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية مقاسا ب (العائد على الأصول، العائد على حقوق الملكية، العائد على السهم) في الفترة من ٢٠٠٩ إلى ٢٠١٥.

تكونت عينة الدراسة من جميع شركات التأمين الإسلامية الأردنية العاملة خلال فترة الدراسة والمكونة من شركتين هما الشركة الأولى للتأمين، وشركة التأمين الإسلامية.

تم استخدام أسلوب انحدار البيانات المقطعية باستخدام برمجية Eviews. توصلت الدراسة إلى نتائج تفيد بوجود أثر إيجابي معنوي للمتغيرات مجتمعة على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية، المقاس بالعائد على الأصول، والعائد على حقوق الملكية، والعائد على السهم خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٥)، كما وتوصلت لوجود أثر إيجابي معنوي لكل من نسبة الاستثمارات، ومعدل المديونية على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية والعائد على السهم خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٥).

الكلمات المفتاحية: التأمين الإسلامي، واقع التأمين في الأردن، الأداء المالي.

*أستاذ مساعد، قسم المصارف الإسلامية، كلية المال والأعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

Abstract

This study aims to identify the effects of determinants related to variables (Debt rate, Company size, Insurance risk, Administrative expenses, Investments ratio, Market share) on the financial performance of Jordanian Islamic insurance companies measured by the following ratios (return on assets, return on equity , earning per share) from 2009 to 2015. The sample of the study consisted of all Jordanian Islamic insurance companies working during the study period, which consists of two companies: First insurance and the Islamic insurance. The sample of the study includes all Islamic insurance companies operating in Jordan (First and Islamic insurance) during 2009-2015.

Following the execution of regression analysis via E-views application, the study results provide evidence of significant positive effect of the following: the combined variables, ratio of investment and debt ratio on firm's financial performance (the latter being measured by return on asset, return on equity and earning per share).

Keywords: Islamic Insurance,The reality of insurance in Jordan, financial performance.

المقدمة:

تناولت الشريعة الإسلامية كافة نواحي حياة الإنسان، بما فيها ما يخص الأموال، فسنت نظاماً حكيماً لتداول المال، والتصرف فيه، أبعدته عن المراباة والغرر والمقامرة وغيرها مما حرمه الله على عباده، ويعد التامين من القضايا المالية المعاصرة التي يواجهها أفراد المجتمع المسلم، إلا أن طغيان شركات التأمين التجاري التقليدي قد أغرقت المسلمين في أمور محرمة شرعاً، ولذا كان الواجب على العلماء المسلمين ابتكار صيغة تأمين إسلامية تجنبه التعامل مع شركات التأمين التجاري التقليدية المحرمة، مما أوجد حالة منافسة شرسة فيما بينهما وخصوصاً أن شركات التامين التجاري التقليدية لا تسعى إلا لتحقيق الأرباح والاستمرارية بأية وسيلة متاحة سواء كانت حلالاً أم حراماً.

ويعد قطاع الأعمال، والقطاع المالي في الأردن، من القطاعات التي تحرز تقدما كبيراً في الآونة الحديثة، وخاصة القطاع المالي الإسلامي المتمثل في المصارف الإسلامية، وشركات التامين الإسلامية والتي بدورها تعد جزءاً مكملاً للنظام المصرفي، ويعد تطور نشاط التامين الإسلامي وانتشاره من أهم الركائز الأساسية التي تدعم النشاط الاقتصادي للأفراد والمؤسسات والمجتمع في الأردن.

يعد تقييم الأداء المالي للشركات عنصراً أساسياً في إدارتها عبر تقييم مخرجاتها المنجزة والمعبرة عن أهدافها، والتي تسعى لتعظيم ربحية وقيمة الشركة. وعليه فان تحليل ومناقشة محددات الأداء المالي لشركات التامين من المواضيع الهامة جداً، والذي يؤدي بدوره إلى دعم الاقتصاد الأردني وتحسين الخدمة التأمينية المقدمة للعملاء.

ولأهمية قطاع التأمين الإسلامي في الأردن قام الباحث بدراسة أثر المتغيرات المتمثلة (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس ب (العائد على السهم EPS ، والعائد على حقوق الملكية ROE، والعائد على الأصول ROA).

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في معرفة أثر المحددات المتمثلة بالمتغيرات(معدل المديونية،حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس ب (العائد على السهم EPS ، العائد على حقوق الملكية ROE، والعائد على الأصول ROA).

وعليه تكمن مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن التساؤل الآتي:ما هو أثر المحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس ب (العائد على السهم EPS ، العائد على حقوق الملكية ROE، والعائد على الأصول ROA)؟

ويمكن تناول هذا السؤال من خلال طرح الأسئلة الفرعية التالية:

١- ما هو أثر المحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على السهم (EPS) لشركات التأمين الإسلامية الأردنية؟

٢- ما هو أثر المحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على حقوق الملكية (ROE) لشركات التأمين الإسلامية الأردنية؟

٣- ما هو أثر المحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على الأصول (ROA) لشركات التأمين الإسلامية الأردنية؟

هدف الدراسة

تهدف الدراسة إلى تحقيق مايلي:

١- اختبار أثر المحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على السهم (EPS) لشركات التامين الإسلامية الأردنية خلال الفترة من (٢٠٠٩-٢٠١٥).

٢- اختبار أثر المحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على حقوق الملكية (ROE) لشركات التامين الإسلامية الأردنية خلال الفترة من (٢٠٠٩-٢٠١٥).

٣- اختبار أثر المحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على الأصول (ROA) لشركات التامين الإسلامية الأردنية خلال الفترة من (٢٠٠٩-٢٠١٥).

٤- اختبار الأثر المنفرد المحتمل لأي من المحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) على الأداء المالي المقاس ب (العائد على السهم EPS ، العائد على حقوق الملكية ROE، والعائد على الأصول (ROA) خلال الفترة من (٢٠٠٩-٢٠١٥).

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس ب (العائد على السهم EPS ، العائد على حقوق الملكية ROE، والعائد على الأصول (ROA.

ويتفرع منها:

H_{01}: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على السهم (EPS) لشركات التأمين الإسلامية الأردنية.

H_{02}: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على حقوق الملكية (ROE) لشركات التأمين الإسلامية الأردنية.

H_{03}: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على الأصول (ROA) لشركات التأمين الإسلامية الأردنية.

حدود الدراسة

- **الحدود المكانية:** شملت الدراسة الميدانية جميع شركات التأمين الإسلامية العاملة في الأردن خلال فترة الدراسة وعددها شركتان فقط لعدم وجود شركات أخرى.
- **الحدود الزمانية:** تغطي الدراسة الحالية الفترة الزمنية من عام ٢٠٠٩ إلى عام ٢٠١٥ ويرجع سبب اختيار هذه الفترة إلى توافر البيانات المطلوبة للدراسة بشكل تفصيلي.

منهجية الدراسة

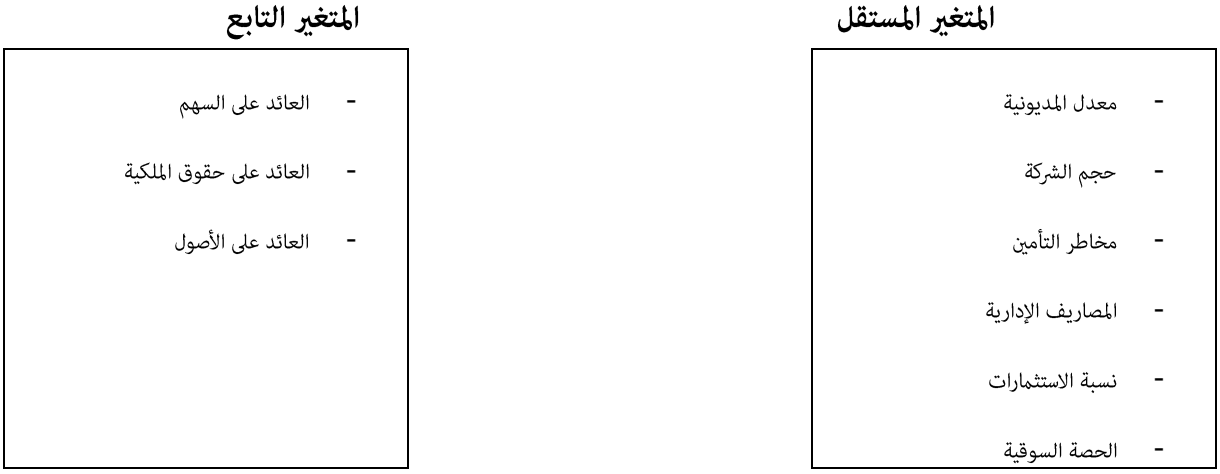
مجتمع وعينة الدراسة: على الرغم من أن عدد شركات التأمين العاملة في الأردن قد بلغ ٢٥ شركة (تقرير الاتحاد ٢٠١٥) إلا أن عينة هذه الدراسة تتكون من جميع شركات التأمين الإسلامية العاملة في الأردن خلال فترة الدراسة والبالغ عددها شركتان فقط هما: الشركة الأولى للتأمين، وشركة التأمين الإسلامية.

أسلوب الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتحليلية الباحثة في أثر المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة، وقد تم إجراء مسح إلكتروني ومكتبي للدراسات والبحوث النظرية والميدانية المتعلقة بالموضوع التي يقوم عليها الإطار النظـري.

أما الجانب التحليلي فقد تم تحليل البيانات المتعلقة بالمتغيرات من خلال القوائم المالية، والتقارير السنوية للشركات، ومن موقع سوق عمان المالي الرسمي، وذلك للفترة من ٢٠٠٩إلى ٢٠١٥، وتم إعدادها باستخدام برنامج EXCEL لتكون جاهزة للتحليل القياسي باستخدام برنامج EVIEWS.

إنموذج الدراسة: الشكل رقم (١)



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة.

متغيرات الدراسة

اعتمدت الدراسة على مجموعة محددات لتقدير أثرها في الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية، ومدى مساهمتها في تحقيق الأرباح لتلك الشركات. وفيما يلي تعريف كل متغيرات الدراسة.

أولا: المتغيرات المستقلة

١- معدل نسبة المديونية : تمثل نسبة الديون طويلة وقصيرة الأجل إلى إجمالي الموجودات. وتشير النظريات الاقتصادية إلى أن ارتفاع نسبة المديونية يعد مؤشراً إيجابياً للإدارة ينعكس في ربحيتها وأدائها المالي، والتي تتبنى فكرة أن الإدارة تستغل تلك الديون المرتفعة بإرسال أشارة إلى المستثمر والسوق المالي بارتفاع أدائها، والذي من شانه رفع القيمة السوقية للشركة، وبالتالي تعظيم ثروة الملاك، وزيادة ربح مستثمريها، كما وأن ارتفاع نسبة المديونية ترتبط مع نظرية العائد والمخاطرة، لأنه وبزيادة المخاطرة من ارتفاع نسبة الديون يتوقع ازدياد العوائد من تلك الأموال المستدانة، وعليه من المتوقع أن يكون أثر نسبة المديونية على الأداء المالي معنوي إيجابي. وفي المقابل هناك من يرى بأنه من المتوقع أن يكون الأثر بالعكس- أي سلبي- حيث أن زيادة الربحية تعني زيادة الأرباح المحتجزة للشركة، وبالتالي انخفاض الحاجة للتمويل الخارجي، وبالتالي انخفاض حاجة الشركة للاعتماد على الديون الخارجية (تبر، ٢٠٠٩). ومن الدراسات التي توصلت للأثر الإيجابي لنسبة المديونية على الأداء المالي: دراسة (النيف والحنيطي، ٢٠١٦)، دراسة (القضاة، ٢٠١٥)، دراسة(Mwangi & Marigu,2015)، دراسة (Almajali& etc, 2012)، دراسة (Adams & M.Buckle2003

٢- حجم الشركة: تشير النظرية الاقتصادية والأدب المالي إلى أن زيادة حجم موجودات الشركة تؤثر إيجاباً في كفاءتها وزيادة الطاقة الإنتاجية وأدائها المالي بالتالي، ولقد أظهرت بعض الدراسات الأثر الإيجابي لزيادة حجم موجودات الشركة على أدائها المالي وربحيتها، ومنها دراسة (النيف والحنيطي، ٢٠١٦)، دراسة (القضاة، ٢٠١٥) ، دراسة (Ismail, 2013)، دراسة (Almajali& etc, 2012)، دراسة (Charumathi, 2012)، دراسة (Malik, 2011)، دراسة (شريم، ٢٠٠٦)، وهنا تم قياس حجم الشركة باللوغاريتم الطبيعي لإجمالي موجوداتها.

٣- مخاطر التأمين: تمثل نسبة الخسارة المتمثلة في التعويضات المدفوعة إلى الأقساط المكتتبة، وتم قياسها (الشريم، ٢٠٠٦):

$$\text{مخاطر التأمين} = \frac{\text{صافي التعويضات المدفوعة}}{\text{إجمالي الأقساط المكتتبة}}$$

٤- المصاريف الإدارية: تمثل النسبة من الأقساط المكتتب بها واللازمة كمصاريف إدارية خاصة بحساب الاكتتاب، وتم قياسها (الشريم، ٢٠٠٦):

$$\text{المصاريف الإدارية} = \frac{\text{مصاريف إدارية خاصة بالاكتتاب}}{\text{إجمالي الأقساط المكتتبة}}$$

٥- نسبة الاستثمارات: تمثل نسبة حجم الاستثمارات إلى إجمالي الموجودات، والمقصود هو استثمار الأقساط التأمينية لشركات التأمين في مشاريع تحقق عوائد، فبناءاً على النظرية الاقتصادية يتوقع أن يكون أثر نسبة الاستثمارات على الربحية والأداء المالي معنوي إيجابي، وقد وجدت بعض الدراسات الأثر الإيجابي لنسبة الاستثمارات على الأداء المالي، ومنها: دراسة (شريم، ٢٠٠٦م)، وتم قياسها(الشريم، ٢٠٠٦م):

$$\text{نسبة الاستثمارات} = \frac{\text{إجمالي الاستثمارات}}{\text{إجمالي الموجودات}}$$

٦- الحصة السوقية: تمثل حصة الشركتان من إجمالي أقساط قطاع التأمين، ويمكن القول أن ارتفاع نسبة الحصة السوقية للشركة يعتبر مؤشراً للربحية المرتفعة أو الأداء المالي الجيد للشركة، وتم قياسها (عبيدات، ٢٠١٣):

$$\text{الحصة السوقية} = \frac{\text{إجمالي موجودات الشركتين معا}}{\text{إجمالي موجودات قطاع التأمين}}$$

ثانيا: المتغيرات التابعة

١- معدل العائد على حقوق الملكية ROE

إن طبيعة المؤسسات المالية تعتمد على الرفع المالي على الودائع، ومصادر التمويل الخارجية في تمويل عملياتها الاستثمارية، وبالتالي فهي تحقق عوائدها من الأموال المتاحة غير رأسمالها والتي تزداد بازدياد قدرة وكفاءة الإدارة في تشغيل مصادر تمويلها، ويستخدم معدل العائد على حقوق الملكية في العديد من الدراسات كمقياس لكفاءة الإدارة في خدمة حقوق المالكين، ومدى تحقيق الأرباح لهم. ويحسب وفق الصيغة (سعيد، ٢٠٠٨، ص١٥):

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{إجمالي حقوق الملكية}} * ١٠٠\%.$$

٢- معدل العائد على الأصول ROA

يقيس معدل العائد على الأصول مدى فعالية الإدارة في استخدام الموارد المتاحة، ومدى قدرتها على تحقيق العوائد من الأموال المتاحة من مختلف المصادر التمويلية والاستثمارية، وبالتالي فهو يعكس أثر الأنشطة التشغيلية والتمويلية والاستثمارية بالمؤسسة. إذ يعد معدل العائد على الأصول مقياساً كلياً يعبر عن أداء المؤسسة، لأنه يحمل في حسابه قدرة المؤسسة على تحقيق العوائد من كافة مصادر التشغيل والتمويل والاستثمار، ويبين الأرباح المتولدة عن كل دينار من الأصول، وزيادة النسبة مؤشرعلى كفاءة

الإدارة في رسم سياساتها التشغيلية والاستثمارية والتمويلية. ويحسب وفق الصيغة (الكور، ٢٠٠٦، ص٣٤):

$$\text{معدل العائد على الأصول} = \frac{\text{صافي الدخل بعد الضريبة}}{\text{إجمالي الأصول}} * ١٠٠ \%.$$

٣- العائد على السهم (EPS):

يقيس معدل ربحية السهم أو حصة كل سهم من صافي الدخل بعد الفوائد والضرائب المتحقق في نهاية كل سنة مالية، وبالتالي يعد مؤشراً هاماً من مؤشرات الأداء، حيث يقدم معلومات إضافية لمستخدمي القوائم المالية تساعدهم في اتخاذ القرارات التمويلية والاستشارية.(أبو خريص، ٢٠١٠، ص٣٣):

$$\text{العائد على السهم} = \frac{\text{صافي الربح بعد الضريبة}}{\text{عدد الأسهم العادية المصدرة}}$$

الدراسات السابقة

الدراسات باللغة العربية

١- دراسة (النيف، والحنيطي، ٢٠١٦)، هدفت الدراسة لإستكشاف أثر المتغيرات الداخلية المقاسة ب (نسبة السيولة، حجم الشركة، مخاطر السيولة، معدل الخسارة) والخارجية المقاسة ب (التضخم، النمو الاقتصادي) على ربحية شركات التأمين الإسلامية الأردنية والتي تم قياسها بمعدل العائد على الموجودات للفترة من ٢٠٠٨ إلى ٢٠١٣، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر لكل من التضخم، ونسبة الرفع المالي، وحجم الشركة، ومعدل الخسارة على ربحية تلك الشركات، بينما لا يوجد أثر لكل من النمو الاقتصادي، ومخاطر السيولة على ربحية تلك الشركات المقاس بالعائد على الموجودات.

٢- دراسة (القضاة، ٢٠١٥)، هدفت الدراسة للتعرف على العوامل المؤثرة في الأداء المالي للشركات الأردنية المقاس بالعائد على الأصول، والعائد على حقوق الملكية، وكان عددها ٦٥ شركة للفترة من ٢٠٠٥-٢٠١١،

وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي إيجابي لكل من حجم الشركة، ونسبة المديونية، ودرجة الرفع المالي على الأداء المالي المقاس بالعائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية.

٣- دراسة (الغصين، وزاهر، ٢٠١٤)، هدفت الدراسة للبحث عن وجود علاقة بين نسب السيولة، والملاءة المالية، والكفاءة الإدارية من جهة وبين نسبة الربحية المقاسة بالعائد على الأصول من جهة أخرى لشركات التامين السورية الخاصة خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٣). خلصت الدراسة إلى وجود علاقة عكسية متينة جداً ودالة إحصائياً بين نسبة السيولة والربحية لشركات التأمين السورية الخاصة، وكذلك وجود علاقة طردية متينة جدا ودالة إحصائياً بين نسبة الملاءة المالية، والكفاءة الإدارية من جهة ونسبة الربحية من جهة أخرى.

٤- دراسة (عبيدات، ٢٠١٣)، هدفت الدراسة إلى اختبار أثر محددات متمثلة بالمتغيرات الداخلية المقاسة ب(نسبة السيولة، نسبة الملاءة المصرفية، نسبة الملكية، نسبة التسهيلات الائتمانية، حجم أصول للمصرف)، والمحدد الاقتصادي المقاس (بالتضخم)، والحصة السوقية على الأداء المالي المقاس ب(العائد على الأصول، نسبة توبين كيو) في المصارف التقليدية والإسلامية الأردنية للفترة من (١٩٩٩-٢٠١٢). توصّلت الدراسة إلى أن لنسبة السيولة، والأزمة المالية أثر سلبي على الأداء المالي للمصارف التقليدية الأردنية المقاس ب (العائد على الأصول، نسبة توبين كيو) ، وكان لنسبة التمويل، وحجم أصول المصرف أثر إيجابي على الأداء المالي للمصارف التقليدية

الأردنية المقاس ب (العائد على الأصول، نسبة توبين كيو). أما ما يخص المصارف الإسلامية الأردنية فتوصلت الدراسة إلى أن لنسبة التمويل، ونسبة الملكية، وحجم أصول المصرف، والتضخم أثر إيجابي على الأداء المالي للمصارف الإسلامية الأردنية المقاس ب (العائد على الأصول، نسبة توبين كيو)، وأخيراً توصلت الدراسة إلى أن الأداء المالي المقاس ب (العائد على الأصول، نسبة توبين كيو) للمصارف الإسلامية الأردنية أفضل منه للمصارف التقليدية الأردنية في ظل تأثير الأزمة المالية العالمية.

٥- دراسة (شريم، ٢٠٠٦)، هدفت الدراسة لاختبار المحددات المؤثرة في الأداء المالي لشركات التأمين الأردنية المدرجة في بورصة عمان، والمكونة من ٢٥ شركة للفترة الممتدة من ١٩٩٩ ولغاية ٢٠٠٤، وتوصلت الدراسة لوجود علاقة ذات دلالة إحصائية

بين الأداء المالي المقاس ب (ROA) من جهة، وكل من حجم الشركة، ونسبة الاستثمارات، ومخاطر التأمين، ومستوى المشاركة النسبية من جهة أخرى. وكذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأداء المالي المقاس بمعدل العائد التشغيلي من جهة وكل من مخاطر التأمين، والسيولة، والمصاريف الإدارية الخاصة بحساب الاكتتاب من جهة أخرى.

الدراسات باللغة الانجليزية

١- دراسة (Malahim & AL Katib, 2016)، هدفت الدراسة لتحليل محددات الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية للفترة من ٢٠٠٨ إلى ٢٠١٥، وذلك بتحليل أثر بيئة الأعمال الداخلية والخارجية للشركات، وتم قياس بيئة الأعمال الداخلية ب (العائد على الأصول، حجم الشركة، نسبة الملكية، نسبة الدين)، أما بيئة الأعمال الخارجية فتم قياسها بـــ (معدل النمو في إجمالي الناتج المحلي، معدل التضخم، معدل البطالة)، وتم قياس المتغير التابع وهو الأداء المالي بالعائد على حقوق الملكية. توصلت الدراسة لوجود أثر معنوي إيجابي كبير عند مستوى 0.001 للعائد على الأصول، وحجم الشركة على الأداء المالي مقاساً بالعائد على حقوق الملكية.

٢- دراسة (Mwangi & Murigu , 2015)، بحثت الدراسة في العوامل المؤثرة في ربحية شركات التأمين الكينية والمقاسة بالعائد على الأصول للفترة من ٢٠٠٩ إلى ٢٠١٢، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين كل من الرفع المالي، ورأس المال، ومؤشر الكفاءة الإدارية من جهة وربحية شركات التأمين الكينية من جهة أخرى، وكذلك توصلت لوجود علاقة سلبية بين كل من حجم الشركة، والملكية من جهة وربحية شركات التأمين الكينية المقاسة بالعائد على الأصول من جهة أخرى، بينما لم تجد علاقة بين كل من نسبة الاحتفاظ، والسيولة، ومخاطر الاكتتاب من جهة وربحية شركات التأمين الكينية المقاسة بالعائد على الأصول من جهة أخرى .

٣- دراسة (Ismail, 2013)، هدفت الدراسة للبحث في العوامل المؤثرة على الأداء المالي المقاس بالعائد الاستثماري لشركات التأمين الإسلامية الماليزية للفترة من ٢٠٠٤ إلى ٢٠٠٧، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي إيجابي لحجم الشركة، وإعادة التأمين التكافلي، وهامش الملاءة، والسيولة، ونمو الأقساط على أدائها المالي المقاس بالعائد الاستثماري ، أما الملكية فلا أثر لها على الأداء المالي المقاس بالعائد الاستثماري.

٤- دراسة (Charumathi, 2012)، هدفت الدراسة للتعرف على محددات ربحية شركات التأمين على الحياة في الهند، والتي تم قياس ربحيتها بالعائد على الأصول لعامي ٢٠١٠ و٢٠١١، وبلغ عدد شركات العينة ٢٣ شركة، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لكل من حجم الشركة، والسيولة على الربحية المقاسة بالعائد على الأصول ، ووجود أثر سلبي معنوي لكل من الرفع المالي، ونمو الأقساط، واللوغاريتم الطبيعي لرأس المال على الربحية المقاسة بالعائد على الأصول، بينما لا يوجد أثر لمخاطر الاكتتاب على الربحية المقاسة بالعائد على الأصول لشركات التأمين على الحياة في الهند.

٥- دراسة (Almajali et al, 2012)، هدفت الدراسة لمعرفة العوامل الأكثر تأثيراً على الأداء المالي المقاس بالعائد على الأصول لشركات التأمين الأردنية المدرجة في بورصة عمان وعددها ٢٥ شركة للفترة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٧. توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي إيجابي للرفع المالي، والسيولة، وحجم الشركة، ومؤشر الكفاءة الإدارية على الأداء المالي المقاس بالعائد على الأصول لشركات التأمين الأردنية.

٦- دراسة (Malik, 2011)، هدفت الدراسة للبحث في محددات الأداء المالي أو ربحية شركات التأمين الباكستانية مقاساً بالعائد على الأصول، وتكونت عينة الدراسة من ٣٥ شركة للفترة الممتدة من (٢٠٠٥ إلى ٢٠٠٩)، وأظهرت النتائج بان هناك علاقة إيجابية بين ربحية الشركات من جهة وعمر الشركة، وحجم الشركة من جهة أخرى، وكذلك أظهرت وجود علاقة سلبية بين ربحية الشركة من جهة وحجم رأس المال، ونسبة الخسارة، والرفع المالي من جهة أخرى.

٧- دراسة (Adams & M.Buckle, 2003)، بحثت هذه الدراسة في محددات الأداء المالي لشركات التأمين والاستثمار ذات الصلة في سوق برمودا للفترة الممتدة من ١٩٩٣ إلى ١٩٩٧، وتوصلت الدراسة إلى أن

شركات التأمين ذات الرفع المالي العالي والسيولة المنخفضة يكون أدائها التشغيلي أفضل من الشركات ذات الرفع المالي المنخفض وعالية السيولة، وتوصلت خلافاً لما هو متوقع بان الأداء المالي ارتبط بشكل إيجابي بمخاطر الاكتتاب، ولم يكن لحجم الشركة، ونطاق أنشطتها أي علاقة مع أدائها التشغيلي.

المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة:

التأمين وإدارة الخطر: نتناول فيما يلي وبإيجاز تعريف الخطر والتأمين التجاري التقليدي والعلاقة بينهما، وكذلك التأمين الإسلامي وأوجه الاختلافات بينه وبين التأمين التجاري التقليدي.

المطلب الأول: الخطر وإدارته

يتعرض الإنسان في حياته إلى مجموعة من الأخطار التي تصيبه في نفسه وأسرته وممتلكاته ينتج عنها خسائر مالية وجسدية ومعنوية. لذا يعد الخطر من أهم المشاكل التي تواجه الإنسان ومشاريعه، ولذا وجب التنبه إلى تجنب تلك الأخطار أو الحد منها، وبالتالي تقليل خسائرها، ويعتبر التأمين أهم ما وضع لمكافحة تلك الأخطار والتعويض عن خسائرها. لا يوجد اتفاق على تعريف ثابت للخطر فمنهم من عرفه بأنه: "ظاهرة أو حالة معنوية تلازم الشخص عند اتخاذ القرارات أثناء حياته اليومية، مما يترتب عليه حالة الشك، أو الخوف، أو عدم التأكد من نتائج تلك القرارات التي يتخذها هذا الشخص بالنسبة لموضوع معين" (العمري، وعطا، ٢٠١٢، ص٧).

وتنظرشركات التأمين للخطر على أنه "يتمثل في الفرق بين الخسائر المتوقعة والتي تم على أساسها حساب قسط التأمين الصافي، والخسائر الفعلية والتي تلتزم شركة التأمين بتعويضها لحملة وثائق التأمين الذين لحقتهم حوادث الأخطار المؤمن ضدها"(سلام، و موسى، ٢٠٠٧، ص٢٢).

أما مصادر ومسببات الخطر فهي " مجموعة الظواهر الطبيعية والعامة التي تؤثر تأثيراً مباشراً أو غير مباشر في نتيجة قرارات يتخذها الأشخاص أثناء حياتهم فتجعلهم غير ذوي علم بهذه النتيجة" (العمري، وعطا، ٢٠١٢، ص١٤).

وبما أن الخطر جزء من حياتنا، يهددنا في أنفسنا، وممتلكاتنا، وجب علينا معرفة إدارة تلك الأخطار، والتحوط لها، فإدارة الخطر" هي عملية اتخاذ القرار لمواجهة أي خطر من الأخطار التي تتعرض لها منشآت الأعمال، أو الأفراد، ويتم ذلك عن طريق التعرف على مصادر الخطر المختلفة. وتقدير ناتج تلك المسببات مقدماً، وما قد يترتب على تحققها في صورة حوادث، ثم اختيار أفضل الأساليب والوسائل إلى منع أو التقليل من الخسائر المادية والمالية المحتملة التي تنتج عن تحقق تلك الحوادث، وذلك بأقل تكلفة ممكنة" (عريقات، وعقل، ٢٠١٠، ص٢٥). وعليه فأن إدارة الخطرتهدف لوقاية الأفراد والممتلكات من الخطر باتباع وسائل الأمن لتلك الوقاية، أي أن إدارة الخطر هي مجال التوصل لمنع الخطر، أو التقليل من خسائره عند الحدوث، والعمل على منع تكراره، وكل ذلك من خلال وضع سياسات مثلى لمجابهة الخسائر المتوقعة، أو الحد منها بأقل تكاليف ممكنة (عبدالمنعم، وآخرون، ٢٠٠٨، ص٥-٦)، ومن تلك السياسات المثلى لإدارة الخطر هو التأمين ضد تلك الأخطار.

المطلب الثاني: التأمين التجاري التقليدي: نشأته، ومفهومه، وحكمه الشرعي، وخصائصه، ووظائفه.

إن جوهرالمهمة الأساسية للتامين إقصاء وإبعاد الخسائرغير المتوقعة للأفراد والممتلكات، ويشترط التأمين بان يكون الخطر غير متوقع إلا بحادث ومصادفة عرضية، وعليه تقام جمعية من أشخاص معرضين للخطر يساهمون بدفع أقساط سنوية لتعويض الخسائر التي قد يتعرضوا لها.

أولا: نشأة التأمين التجاري التقليدي

نشأ التأمين مع بداية حياة الأنسان على الأرض، وذلك من أجل التعاون والتحوط في مواجهة الأخطار. إلا أنه تحول لاحقاً إلى شركات تهدف لتحقيق الأرباح والاستثمار، وبرزت الحاجة إلى التأمين المنظم بعد حريق لندن عام ١٦٦٦ ، ثم انتشرت فكرته في أوروبا وأمريكا وخصوصا مع تطور ظروف الحياة وخصوصاً الصناعية منها (عبده، ١٩٧٧، ص١٨).

أما البلدان الإسلامية في الشرق فقد دخلها التأمين التجاري التقليدي في القرن التاسع عشر من خلال شركات إيطالية وبريطانية، وازدادت المؤسسات التأمينية الأجنبية تبعاً لذلك (ملحم، ٢٠٠٠، ص ٢٥)، وبعدها

قامت الدول العربية على تبني الواقع التأميني التجاري التقليدي وصياغته وفقا لقوانينها وأنظمتها وجعلته إلزامياً في بعض أنواعه (عليان، ١٩٩٦، ص١٥-١٦).

ثانيا: مفهوم التأمين

التأمين لغة: مشتق من مادة أمن، والتي تدل على طمأنينة النفس وزوال الخوف، والأصل أن يستعمل في سكون القلب (المصباح المنير للفيومي، ج١، ص٤٣).

ويقال أمن أمناً وأماناً وأمنة: اطمأن ولم يخف فهو آمن وأمين، ويقال لك الأمان: أي قد أمنتك.

وأمن البلد: اطمأن فيه أهله، وأمن البشر: منه سلم، وأمن فلاناً على كذا: وثق فيه وأطمأن إليه أو جعله أميناً عليه (المعجم الوسيط، ج١، ص٢٧).

التأمين في اصطلاح القانونيين

يعرف التأمين التجاري التقليدي اصطلاحاً في القانون باعتبارين هما:

أ- **باعتباره نظاماً**

"نظام تعاقدي ابتدعه رجال الأموال لتوزيع الضرر الناتج من الأخطار الزمنية التي تصيب الأموال بالإتلاف، أو الفساد، أو تصيب الأجسام والأنفس بالنقص، والأمراض، وتجزئته بقسمته بين أفراد عديدين يتحمل كل منهم قسطاً منه، وذلك عن طريق تقويمه، والتوصل بقيمته إلى ترميمه، وذلك بحمل قيمته ووضعها على أكبر عدد ممكن نتيجة لتعاقد تقوم على تنظيمه ومباشرته والإشراف عليه هيئات لها الخبرة الفنية والتجربة القائمة على أسس وقواعد إحصائية وتجريبية" (الخفيف، ١٩٩٦، ص٧).

ب- **باعتباره عقداً**

"يعني الاتفاق الذي بموجبه تتحمل شركات التأمين مسؤولية تغطية الأخطار المتفق عليها في العقد مقابل دفعات يسددها المتعاقدون مع هذه الشركات، وتمثل أقساط التأمين التي تستثمرها شركات التأمين بأعمال تجارية لتنميتها من جهة ولإمكانية الإيفاء بالالتزامات اتجاه المتضررين من جهة أخرى" (ناصر، ١٩٩٨، ص١٥).

ولعقد التامين التجاري التقليدي أطراف هي: المؤمن (شركة التأمين)، المؤمن له (المتعاقد)، قسط التأمين، مبلغ التأمين، مدة التأمين، موضوع التأمين، الخطر المؤمن ضده (عبد المنعم، وآخرون، ٢٠٠٨، ص٥١).

ثالثا: الحكم الشرعي للتأمين التجاري التقليدي

إن التأمين التجاري التقليدي قائم على المعاوضة بين القسط التأميني والمبلغ المعوض به، مما أدى إلى وقوع الغرر من حيث وجود التعويض من عدمه، وعليه وجب تحريم هذا النوع من التأمين، كما قرر مجمع الفقه الإسلامي بجدة (قرارمجمع الفقه الإسلامي، ١٤٠٦هـ/١٩٨٥م).

ويتسم عقد التأمين التجاري التقليدي بعدة خصائص هي:

١- عقد ملزم: حيث يلزم المؤمن له بدفع القسط التأميني مقابل التزام المؤمن بدفع مبلغ التأمين للمؤمن له إذا وقع الخطر المؤمن ضده (عبده، ١٩٧٧، ص٢٢-٢٣).

٢- عقد معاوضة: لأن كلا من المتعاقدين يأخذ مقابلاً لما أعطى (حسان، ١٩٧٩، ص٢٩).

٣- عقد احتمال: وهنا إذا حدث الخطر فإن المؤمن يخسر مبلغ التأمين الذي يدفعه، وبالعكس يكون المؤمن له قد ربح ذلك المبلغ والذي قد يكون أكبر من مجموع أقساطه التأمينية. وفي حالة عدم حدوث الخطر فإن المؤمن يكون قد ربح الأقساط التأمينية المدفوعة من المؤمن له والذي بدوره يكون قد خسرها، وعليه أن احتمال حدوث الخطر من عدمه سينتج عنه ربح وخسارة لطرفي العقد (عبدالله، ٢٠١١،ص٨٥)

٤- عقد إذعان: وذلك لأن شركة التأمين تفرض شروطها كونها الطرف القوي بما لا يتاح للمؤمن له الرفض - إن رغب- كونه الطرف الأضعف (حاتم، ١٩٨٨، ص١١٩).

٥- عقد زمني: ينص عقد التأمين على فترة نفاذ للعقد، حيث يلتزم المؤمن له بدفعه للأقساط التامينية خلال تلك الفترة، وفي المقابل يكون المؤمن ملزم بدفع التعويض للمؤمن له خلال تلك الفترة مع اشتراط عدم القيام بأية أعمال تزيد احتمالية حدوث الخطر للغرض المؤمن ضده (الإسكندري، ٢٠٠٩، ص٦٢).

٦- عقد مدني بالأصل: إن أ صل عقد شركات التأمين هو عقد مدني إلا إذا كان المؤمن له تاجراً، أو تعلق العقد بأعمال تجارية، فهنا يكون العقد تجارياً، ولكن شركات التأمين التجاري التقليدي تقام لغرض الربحية وبالتالي فهو عقد تجاري (حاتم، ١٩٨٨، ص١١٩).

٧- عقد رضائي: فلا يشترط لإبرامه أي ترتيب، ولا يلزم لانعقاده أي إجراءات خاصة تجعله عقداً عيناً مثل الوفاء بالقسط الأول، فقد يفرغ منه التراضي ويستلزم كتابته لإثبات بنوده وتفاصيله وشروطه (شرف الدين، ١٩٨٣، ص١٠٤-١٠٥).

ولا تقتصر وظيفة التأمين على التعويض للمؤمن له، وإنما تمتاز بطابع اجتماعي واقتصادي يؤثر بالمجمل على المجتمع والاقتصاد الوطني ككل، ومن أهم تلك الوظائف:

١- الأمان والطمأنينة: إن الأمان الذي يحققه عقد التأمين للمؤمن لهم ضد الأخطار المتوقعة تدفعهم لزيادة الإنتاج، وبالتالي ازدهار الاقتصاد الوطني.

٢- الائتمان: تلزم الجهة المقرضة المقترض التأمين على الشيء المرهون ضد الأخطار، ليصارالرجوع إلى التأمين بدل الأصل المرهون عند وقوع الخطر. وبالتالي يكون التأمين قد ساعد الأفراد والشركات في الحصول على الائتمان المطلوب بوسائل متعددة.

٣- تجميع رؤوس الأموال (الادخار) واستثمارها: وذلك من خلال تجميع الأقساط التأمينية واستثمارها في مشاريع تزيد ربحية الشركة وتدعم عمليات التنمية الاقتصادية القومية.

٤- الاستقرار الأجتماعي والتجاري: فيعمل التأمين على الاستقرار في التأمينات الاجتماعية، بالتعويض عن أضرارالأفراد، وكذلك التأمين الصحي، وبرامج التقاعد، أما الاستقرار التجاري فأنه يتحقق بمسؤولية التأمين في التعويض عن الأضرارالتي تلحق بالآخرين.

المطلب الثالث: نشأة التأمين الإسلامي ومفهومه

إن التأمين التقليدي التجاري هو وليد النظام الرأسمالي، والذي يهدف لتحقيق الأرباح بشتى الطرق والوسائل، وحتى لو كانت محرمة شرعاً بالنسبة لنا نحن كمسلمين، ولما للتأمين من أهمية في حياة الإنسان، تنبه علماء المسلمين لضرورة تخليص عقد التامين التجاري التقليدي من الربا والغرر والضرر، ليصبح مقبول شرعاً، ويجنب المسلمين أفراداً وشركات من الربا والغرر، وبالتالي تجنب الوقوع بالحرام، وخصوصاً عندما يكون التأمين إلزامياً، وقد أثمرت الجهود الفقهية بإيجاد نظام إسلامي تبنته شركات التأمين الإسلامية كبديل للتأمين التجاري التقليدي.

تناول الأمام محمد بن عابدين في القرن الثالث عشر للهجرة أول موضوع للتأمين في الفقه الإسلامي تحت أسم السوكرة (ابن عابدين، ١٣٦٨هـ، ص٢٥٠). ولاحقاً ظهرت شركة التأمين الإسلامية في الخرطوم في عام ١٩٧٩ من خلال بنك فيصل الإسلامي كأول شركة تأمين إسلامية في العالم، أما التأمين الإسلامي المنظم فكانت انطلاقته بعد أجازته من مجمع الفقه الإسلامي في دورتها الأولى في مكة، والذي انعقد في الفقه ١٠ شعبان في العام ١٣٩٨هـ كبديل عن التأمين التجاري التقليدي، لما فيه ضرورة ومصلحة للناس بابعادهم عن التأمين التجاري المحرم، ولذا أنشأت الشركة الإسلامية العربية للتأمين (إياك) في دبي عام ١٩٨٠، ثم شركة التكافل الإسلامية في البحرين عام ١٩٨٢ والتابعة لمجموعة دار المال الإسلامي، ثم انتقلت الفكرة لماليزيا التي أعادت صياغة الفكرة وصورتها ونشرتها على مستوى العالم (محمد، ٢٠١٠، ص١٢-١٤).

ويعرف التأمين الإسلامي بأنه "اتفاق أشخاص يكونون معرضين لأخطار متشابهة على تلافي الأضرار الناشئة عن تلك الأخطار، وذلك بدفع اشتراكات في صندوق تأمين له ذمة مالية مستقلة، بحيث يتم منه التعويض عن الأضرار التي تلحق المشتركين من جراء وقوع الأخطار المؤمن لها، ويتولى إدارة الصندوق هيئة مختارة من حملة الوثائق، أو شركة مستقلة وتأخذ جهة الإدارة أجراً مقابل إدارتها أعمال التأمين، كما تأخذ أجراً أو حصة من الأرباح في مقابل استثمارها لأموال الصندوق بصفتها وكيلاً بأجر أو مضارباً" (بو هراوة، ٢٠١١، ص٢).

ولعقد التأمين الإسلامي طرفان هما: المشترك ويسمى المؤمن له أو المستأمن، وشركة التأمين من الطرف الآخر، باعتبارها ممثلة لجماعة المستأمنين أو هيئة المشتركين، وهي هيئة اعتبارية أو حكمية لازمة لترتيب عقد التأمين(حسان، ٢٠٠٤، ص٥).

وقد أجاز مجمع الفقه الإسلامي بجدة في مؤتمره الثاني عام ١٩٨٥ التأمين القائم على التعاون والتبرع لا المعاوضة، والذي يستثمر حصيلة أمواله في ما هو جائز شرعاً كبديل للتأمين التجاري التقليدي، حيث نص القرار بان "العقد البديل الذي يحترم أصول التعامل الإسلامي هو عقد التامين التعاوني القائم على أساس التبرع والتعاون" (قرار مجمع الفقه الإسلامي، ١٩٨٥).

ويهدف التأمين الإسلامي لتحقيق الأمان للأفراد والمشتركين لحل المشاكل التي لا يستطيعون علاجها وحدهم. فالمتبرع في عقد التأمين الإسلامي يهدف للأجر من الله، بتحقيق الأمان لنفسه ولأخوته المشاركين معه، على مبدأ التكافل والتعاون بتفتيت الأخطار بالاشتراك في توزيع أعباء الخسائر حتى تكاد تتلاشى.

أما التأمين التعاوني فتقوم به الدولة، كالتأمين الصحي، والضمان الاجتماعي، لتحقيق الأمان للرعايا، وحمايتهم وتخفيف معاناتهم، كواجب ومسؤولية عليها، بالإضافة لطلب الأجرمن الله (الدوسري، ٢٠١٠، ص٩).

المطلب الرابع: ضوابط التأمين الإسلامي، وأوجه اختلافه عن التأمين التجاري التقليدي

أجيز التأمين الإسلامي بضوابط طهرته من الربا، والغرر، والإذعان ليصبح متوافقاً مع أحكام الشريعة الإسلامية كما ورد في قرار مجمع الفقه الإسلامي الثاني عام ١٩٨٥م، وتلك الضوابط هي (الصوا، ١٩٩٧، ص٣٥):

١- فصل حسابات حقوق حملة الأسهم وحملة الوثائق بحسابات خاصة لكل منهم.

٢- الأقساط التأمينية المدفوعة من حملة الوثائق تكون على سبيل التبرع، بقصد الإعانة على الضرر الواقع على المشتركين، على أن تدخل هذه الأقساط في حساب حملة الوثائق.

٣- يتم حسم مبالغ التأمين من حساب حملة الوثائق لمن وقع عليه الخطر باعتبارهم متبرعين، وليس مقابل الأقساط التي دفعوها. وفي حالة عدم تغطية تلك الأقساط وعوائدها الاستثمارية لحاجة المتضررين يتضامنون معا لسد العجز.

٤- عائد استثمار الأقساط التأمينية في حساب حملة الوثائق، باستثناء نسبة المضاربة في هذه الأموال تكون في حساب حملة الأسهم، كونهم مضاربين.

٥- الفائض التأميني هو حق لحملة الوثائق فقط.

٦- تلتزم شركة التأمين في إدارة العمليات التأمينية والاستثمار وفق أحكام الشريعة الإسلامية.

مما سبق وبناء على ضوابط التأمين الإسلامي برزت عدة فروق واختلافات بين التأمين الإسلامي والتأمين التجاري التقليدي أهمها: (الصوا، ٢٠٠٦، ص٦٠-٦٢، شبير، ١٩٩٦، ص١٢٤):

١- التأمين الإسلامي قائم على أساس إدارة تأمين تعاوني، وليس الاتجار بالتأمين، كما هو الحال في التأمين التجاري التقليدي.

٢- في حالة عجز حساب حملة الوثائق عن الوفاء بالتزاماته تجاه المؤمن لهم، فيقترض من رأسمال الشركة قرضاً حسناً، على أن يسدد لاحقاً في السنوات القادمة.

٣- فائض شركة التأمين الإسلامية يرجع لحساب حملة الوثائق ويدار ويستثمر من قبل الشركة، أما الفائض التأميني في شركات التأمين التجاري التقليدي فهو من حق الشركة ومؤسسيها والمساهمين فيها مقابل تحملهم المخاطرة.

٤- إذا تبقت أموال من الفائض التأميني سواء من جهة أرباح المضاربة أو الأقساط التأمينية من جهة أخرى، واستمر اشتراك المؤمن له في الشركة يرد له ما فضل، كأن يعفى من قسطه التأميني، أو يحسم جزء منه من وثيقة التأمين الجديدة بحسب الفائض.

المطلب الخامس: الأداء المالي

يُعدّ موضوع الأداء من المواضيع المهمّة في الشركات والمؤسسات المالية، وشغلها الشاغل في عملها اليومي، واحتكاكها مع الزبائن. فقد تخسر الشركات عدداً من زبائنها نتيجة أداءها الضعيف بسبب الاستخدام غير الصحيح للموارد المتاحة من الأموال، وبالعكس من ذلك عندما يكون أداء الشركة مميز ويستغل الفرص المناسبة لتحقيق أقصى الأرباح، مما ينتج حالة ثقة في الإدارة الجيدة للشركة تساهم في زيادة ثقة المؤمن لهم في شركات التأمين.

فالأداء المالي هو" تشخيص الوضع المالي للمؤسسة لمعرفة مدى قدرتها على إنشاء قيمة ومجابهة المستقبل، من خلال اعتمادها على الميزانيات، وجدول حسابات النتائج، والجداول الملحقة، ولكن لا جدوى من ذلك إذا لم يأخذ الظرف الاقتصادي والقطاع الذي تنتمي إليه المؤسسة النشطة في الدراسة، وعلى هذا الأساس، فإن تشخيص الأداء يتم بمعاينة المردودية (الإيرادات) للمؤسسة ومعدل نمو الأرباح" (بوخمخم، ٢٠٠٢، ص١٢٦).

أما تقييم الأداء فهو "عملية إدارية منظمة ومستمرة، تستخدم المنطق وأساليب التقييم الموضوعية لقياس مدى فاعلية الإنجاز للمؤسسة خلال فترة زمنية معينة، بهدف اكتشاف مواطن القوة والضعف، والعمل على تعزيز الإيجابيات، ومعالجة السلبيات، والاهتمام بالآفاق المستقبلية للمؤسسة بما يمكنها من اتخاذ القرارات المناسبة للمؤسسة" (عبيدات، ٢٠١٣، ص٧٥).

وقد استخدمت معدلات الأداء المحاسبية كمقاييس لتقييم الإيرادات التي تحققها المنشآت، ومن بينها المؤسسات المالية المصرفية، وشركات التأمين، إلا أنها تعرضت للعديد من الانتقادات المتأصلة فيها، لعل من أهمها أنها تعكس فقط المعلومات السابقة، ولا تأخذ التدفقات النقدية المستقبلية والمخاطر بعين الاعتبار، وهناك احتمالية تحريفها بواسطة التأثير من قبل القواعد المحاسبية المستخدمة (Rose& Hudgins, 2005, P149).

واقع التأمين في الأردن

إن الانطلاقة الفعلية لشركات التأمين في الأردن كان عام ١٩٤٦ بتأسيس وكالة للتأمين تابعة لشركة الشرق للتأمين المصرية التي تأسست عام ١٩٢١ في القاهرة برأس مال مصري فرنسي مشترك، وفي فترة الخمسينات، وبسبب النشاط الاقتصادي وخصوصاً في قطاع النقل البري والبحري، أصبحت الحاجة ماسة لتوفير تأمين لذلك القطاع، فتأسست أول شركة تأمين أردنية وهي شركة التأمين الأردنية في أوائل الخمسينات، وفي عام ١٩٥٦ تم تأسيس جمعية شركات التأمين الأردنية برئاسة السيد ليدجر، وإدارة السيد رؤوف أبو جابر، والسيد إلياس حبايب. وفي الستينات تأسست شركة الشرق الأوسط برأس مال ٢٠٠٠٠٠ دينار أردني، ثم تلتها شركة التأمين الوطنية. ثم توالى تأسيس شركات التأمين في الأردن خلال السبعينات إلى منتصف الثمانينيات فبلغ عددها ٢٣ شركة تأمين محلية، و١٠ فروع ووكالات لشركات تأمين أجنبية. أما في عام ٢٠٠٠ فبلغ عدد شركات التأمين ٢٧ شركة،

ووصل العدد إلى ٢٩ شركة عام ٢٠٠٨ واستقر العدد على ٢٨ شركة عام ٢٠١١. ومع نهاية عام ٢٠١٥ كان عدد الشركات ٢٥ شركة والعامل منها ٢٤ شركة بإجمالي موجودات ٨٧٠١٦٥٣١٠ دينار، ورأس مالها ٣٨٧٥٠٠٠٠٠ دينار، وإجمالي استثمارها ٥٣٣٦٠٠٠٠٠ دينار، في حين كان إجمالي التعويضات المدفوعة ٣٧١٧٧٠٤١٨ دينار، أما إجمالي الأرباح الصافية لـ ٢٤ شركة بعد الرسوم والضريبة ٢٢١٠٠٠٠٠ دينار، وبانخفاض بنسبة ٣٢,٠٦% عن عام ٢٠١٤.

أما التأمين التكافلي (الإسلامي) فكان إجمالي أقساطه التأمينية ٥٧٦٠٠٠٠٠ دينار، وبحصة سوقية ١١%، وبزيادة ٢% عن العام ٢٠١٤، مما يشير إلى نمو حصته على حساب شركات التأمين التجاري التقليدي (النيف والحنيطي، ٢٠١٦).

الجدول (١) حصة فروع التأمين من إجمالي الأقساط والتعويضات عام ٢٠١٥

ترتيب الأقساط			ترتيب التعويضات		
الترتيب	فرع التأمين	النسبة %	الترتيب	فرع التأمين	النسبة %
١	المركبات	٤٠,٣	١	المركبات	٥٠,٧
٢	الطبي	٢٨,١	٢	الطبي	٣٣,٤
٣	الحريق	١٢,٥	٣	الحياة	٧,٥
٤	الحياة	١١,١	٤	الحريق	٥,٤
٥	البحري والطيران	٤,٤	٥	البحري والطيران	٢
٦	الحوادث العامة	٣,٤	٦	الحوادث العامة	١,١
٧	الائتمان	٠,٢	٧	الائتمان	٠,٢
	الإجمالي	١٠٠	٨	الإجمالي	١٠٠

المصدر: التقريرwww.joif.org وبالاعتماد على دراسة (النيف والحنيطي، ٢٠١٦)

ويتمثل التأمين التكافلي في الأردن بشركتين هما: شركة التأمين الإسلامية الأردنية التي تأسست عام١٩٩٦م برأس مال قدره ١٢مليون دينار (أنظرالموقع الإلكتروني www.islamicinsurance.jo) وبلغت حصتها من أقساط سوق التأمين ٤,١٦% لعام ٢٠١٥ مقابل ٣,٤٩% حصة تعويضات لسوق التامين، ثم تلتها الشركة الأولى للتأمين التي تأسست عام ٢٠٠٧برأسمال قدرة ٢٤مليون دينار(أنظر الموقع الإلكتروني(Arabic.firstinsurance.jo) وبلغت

حصتها من أقساط سوق التأمين٦,٣١% لعام ٢٠١٥ مقابل ٤,٦٢% حصة تعويضات لسوق التامين (الاتحاد الأردني لشركات التأمين،٢٠١٥).

أما من حيث فروع التأمين فإن الجدول (١) التالي يبين حصة فروع التأمين من إجمالي الأقساط والتعويضات عام ٢٠١٥.

المبحث الثالث: الطريقة والإجراءات

وصف المتغيرات التابعة

يبين الجدول التالي الإحصاء الوصفي للمتغيرات التابعة للدراسة، والمتمثلة بمؤشرات الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية، خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٥).

جدول (٢) الإحصاءات الوصفية لمؤشرات الأداء المالي

المقياس	العائد على السهم EPS	العائد على حقوق الملكية % ROE	العائد على الأصولROA%
الوسط الحسابي	0.054	4.199	2.634
أكبر قيمة	0.150	10.180	4.800
أقل قيمة	0.020	1.290	0.880
الانحراف المعياري	0.035	2.277	1.014

نلاحظ من الجدول (٢) أعلاه، أن متوسط العائد على السهم في شركات التأمين الإسلامية الأردنية خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٥) قد بلغ ما قيمته (0.054) دينار، وبانحراف معياري مقداره (0.035) دينار، في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها للعائد على السهم خلال الفترة هي (0.150) دينار وكانت أدنى قيمة هي (0.020) دينار. كما تبين أن متوسط العائد على حقوق الملكية قد بلغ ما قيمته (4.199%)، وبانحراف معياري مقداره (2.277%)، في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها للعائد على حقوق الملكية خلال الفترة هي (10.180%) وكانت أدنى قيمة هي (1.290%). أما متوسط العائد على الأصول فقد بلغ ما قيمته (2.634%)، وبانحراف معياري مقداره (1.014%)، في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها للعائد على الأصول خلال الفترة هي (4.800%) وكانت أدنى قيمة هي (0.880%). ونلاحظ وجود تقارب نسبي في عوائد شركات التأمين الإسلامية خلال الفترة، مما يشير إلى

استقرار صناعة التامين في الأردن، وقدرة شركات التأمين الأردنية الإسلامية على تحقيق العوائد المستقرة من خلال استغلال الموارد المتاحة.

وصف المتغيرات المستقلة

يبين الجدول التالي الإحصاء الوصفي للمتغيرات المستقلة للدراسة، وذلك خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٥).

جدول (٣) الإحصاءات الوصفية للمتغيرات المستقلة

المقياس	معدل المديونية%	حجم الشركة إجمالي الأصول (دينار)	مخاطر التأمين	المصاريف الإدارية	نسبة الاستثمارات	الحصة السوقية
الوسط الحسابي	33.176	32,186,069	0.331	0.144	0.757	.١٠٣٥
أكبر قيمة	50.200	51,412,349	0.491	0.210	0.841	.١٢٥٥
أقل قيمة	11.120	22,304,388	0.200	0.013	0.522	.٠٩٣٥
الانحراف المعياري	11.955	7,863,312	0.085	0.050	0.096	.٠١١٥

نلاحظ من الجدول (٣) أعلاه، ما يلي:

١-أن متوسط معدل المديونية قد بلغ ما قيمته (33.176%)، وبانحراف معياري مقداره (11.955%). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها خلال الفترة هي (50.200%)، وكان أدنى قيمة هي (11.120%). وفي ذلك إشارة إلى تقارب سياسات التمويل في شركات التأمين الإسلامية الأردنية خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٥)، كما يشير إلى انخفاض اعتماد الشركات على أدوات الدين في تمويل أصولها وعملياتها مقارنة مع أدوات حقوق الملكية.

٢-أن متوسط معدل إجمالي الأصول قد بلغ ما يقارب (32,2) مليون دينار، وبانحراف معياري مقداره (7,9) مليون دينار. في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها خلال الفترة هي (51,4) مليون دينار، وكان أدنى قيمة هي (22,3) مليون دينار. وفي ذلك إشارة إلى وجود تقارب في نسبة نمو الأصول في شركات التأمين الإسلامية خلال الفترة(٢٠٠٩-٢٠١٥).

٣-أن متوسط مخاطر التأمين قد بلغ ما قيمته (0.331)، وبانحراف معياري مقداره (0.085). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها خلال الفترة هي (0.491)، وكان أدنى قيمة هي (0.200). وفي ذلك إشارة إلى تقارب

نسب مخاطر التأمين التي تتعرض لها شركات التأمين الأردنية الإسلامية، وهذا قد يعود لنمطية المخاطر المؤمن ضدها.

٤-أن متوسط نسبة المصاريف الإدارية قد بلغ ما قيمته (0.144)، وبانحراف معياري مقداره (0.050). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها خلال الفترة هي (0.210)، وكان أدنى قيمة هي (0.013). وفي ذلك إشارة إلى ارتفاع نسبة المصاريف الإدارية من إجمالي الأقساط المكتتب بها، وهنا يجب أعادة النظر في المصاريف الثابتة لدى الشركات، وهذا قد يعود إلى الانخفاض في إجمالي الأقساط المكتتب بها لدى شركات التأمين الإسلامية الأردنية.

٥-أن متوسط نسبة الاستثمارات قد بلغ ما قيمته (0.757)، وبانحراف معياري مقداره (0.096). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها خلال الفترة هي (0.841)، وكان أدنى قيمة هي (0.522). وفي ذلك إشارة إلى اهتمام شركات التأمين الإسلامية الأردنية بالاستثمار لدفع تعويضات الخسائر المترتبة ضد الأخطار، إلا أنه يجب توجيه تلك الاستثمارات لقنوات آمنة وذات أرباح عالية.

٦-أن متوسط الحصة السوقية قد بلغ ما قيمته (0.103)، وبانحراف معياري مقداره (0.011). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها خلال الفترة هي (0.125)، وكان أدنى قيمة هي (0.093). وفي ذلك اشارة إلى النسبة المنخفضة للحصة السوقية لشركات التأمين الإسلامية الأردنية مقارنة مع شركات التأمين التجارية التقليدية الأردنية.

اختبار فرضيات الدراسة

تتمثل عينة الدراسة بشركات التأمين الإسلامية الأردنية خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠١٥)، وقد تم جمع البيانات الخاصة بهذه الشركات للفترة المذكورة، لهذا فإن بيانات الدراسة تعتبر بيانات سلاسل زمنية ذات طبيعة مقطعية (CROSS-SECTIONAL TIME SERIES)، ويعتبر تحليل الانحدار المتعدد النموذج الملائم لقياس العلاقة بين المتغيرات. وبعد التأكد من ملائمة البيانات لنموذج الدراسة، وكذلك وصف متغيرات الدراسة، سنعرض في هذا الجزء من الدراسة اختبار الفرضيات.

وقد تم التأكد من صلاحية البيانات من خلال اختبار ظاهرة الارتباط المتعدد Multicollinearity، حيث كانت قيم معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor (VIF) جميعها أكبرمن العدد١، وأقل من العدد ٥.

أما ظاهرة الارتباط الذاتي Autocorrelation، فقد تم اختبارها باحتساب قيمة Durbin-Watson test، والتي كانت جميعها تقترب من العدد(٢)، مما يشير لعدم وجود هذه الظاهرة.

والجدول رقم (٤) يعرض نتائج اختبار الفرضيات حيث تم اختبار أثر متغيرات الدراسة المستقلة على مؤشرات الأداء المالي في شركات التأمين الإسلامية الأردنية، وقد تم عرض نتائج اختبار الفرضيات على النحو التالي:

الجدول رقم (٤) نتائج اختبار فرضيات الدراسة

المتغيرات المستقلة	الفرضيةالأولى HO1	الفرضية الثانية HO2	الفرضية الثالثة HO3	VIF
	المتغير التابع	المتغير التابع	المتغير التابع	
	العائد على السهم	العائد على حقوق الملكية	العائد على الأصول	
مخاطر التأمين	-0.161	-9.332	-8.144	1.543
	(-1.750)	**(-3.239)***	(-2.012)	
المصاريف الإدارية	0.080	5.284	5.001	1.702
	(3.814)**	(0.761)	(0.868)	
نسبة الاستثمارات	0.266	18.084	6.740	1.646
	(5.706)**	**(20.302)****	**(6.298)****	
الحصة السوقية	-0.018	-1.620	-1.741	2.981
	(-3.317)*	(0.649)	(-0.512)	
معدل المديونية	0.002	0.104	0.031	1.987
	(3.273)*	**(26.371)****	**(4.132)****	
حجم الشركة	0.089	7.962	2.972	1.586
	(2.009)	**(8.022)****	**(25.625)****	
ثابت الانحدار	-1.702	-147.292	-51.971	
	(-2.094)	**(-9.983)****	**(-9.988)****	
معامل التحديد R^2	**0.884**	**0.879**	**0.770**	
قيمة F المحسوبة	**(8.894)****	**(8.469)****	(3.907)*	
Durbin-Watson	**2.184**	**2.251**	**1.977**	

*دال عند مستوى دلالة 0,05 ** دال عند مستوى دلالة 0,001

ملحوظة: القيمة في الصف الأول لكل متغير تشير إلى قيمة معامل الانحدار، وتشير القيمة في الصف الثاني والتي بين قوسين إلى قيمة t. علما أن عدد المشاهدات يساوي (١٤) مشاهدة.

بالاعتماد على الجدول رقم (٤) أعلاه نستطيع أن نستنتج ما يلي:

١- **نتائج اختبار الفرضية الأولى:** أظهرت نتائج الجدول رقم (٤) إلى أن أثر المتغيرات المستقلة مجتمعة على العائد على السهم هو أثر معنوي حيث كانت قيمة (F=8.894) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، كما وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2=0.884) إلى أن ما نسبته 88.4% من التباين في العائد على السهم يمكن تفسيرها من خلال المتغيرات مجتمعة. كما وأظهرت النتائج بأن قيمة معامل الانحدار للمصاريف الإدارية هو (0.080) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، وبالتالي يكون للمصاريف الإدارية أثر معنوي إيجابي على العائد على السهم بخلاف ما هو متوقع، وهنا يجب إعادة النظر في المصاريف الثابتة لدى شركات التأمين الإسلامية الأردنية، وهذا قد يعود إلى الانخفاض في إجمالي الأقساط المكتتب بها لدى تلك الشركات. وكانت قيمة معامل الانحدارلنسبة الاستثمارات هو (0.266) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، مما يشيرلوجود أثر معنوي إيجابي لنسبة الاستثمارات كما هو متوقع، وهو ما يتوافق مع دراسة (شريم، ٢٠٠٦) بوجود علاقة بين نسبة الاستثمارات والأداء المالي، وفي ذلك إشارة إلى اهتمام شركات التأمين الإسلامية الأردنية بالاستثمارات لدفع تعويضات الخسائر ضد الأخطار، الإ أنه يجب توجيه تلك الاستثمارات لقنوات آمنة وذات أرباح عالية. أما قيمة معامل الانحدار للحصة السوقية هو(0.018-) وبمستوى دلالة أقل من 0.05، مما يظهر أثراً معنوياً سلبياً للحصة السوقية بخلاف ما هو متوقع، وقد يعود هذا لزيادة تعويضات خسائر التأمين المدفوعة لزيادة عقود التامين لديها، الذي بدوره يؤثر سلباً على الأرباح وبالتالي على العائد على السهم. هذا بالإضافة إلى أن قيمة معامل الانحدار لمعدل المديونية هو (0.002) وبمستوى دلالة أقل من 0.05، أي أن معدل المديونية كان له أثراً معنوياً إيجابياً وهو ما يتوافق مع دراسة (Adams& M.Buckie, 2003). في حين لم يكن لبقية المتغيرات المستقلة أثراً معنوياً على العائد على السهم. وعليه نرفض الفرضية الأولى، ونقبل

الفرضية البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على السهم (EPS) لشركات التامين الإسلامية الأردنية".

٢- **نتائج اختبار الفرضية الثانية:** أظهرت نتائج الجدول رقم (٤) أن للمتغيرات المستقلة مجتمعة أثر معنوي على العائد على حقوق الملكية، حيث كانت قيمة (F=8.469) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، كما وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2=0.879) إلى أن ما نسبته 87.9% من التباين في العائد على حقوق الملكية يمكن تفسيرها من خلال المتغيرات مجتمعة. كما وأظهرت النتائج بأن قيمة معامل الانحدار لمخاطر التأمين هو (9.332-) وبمستوى دلالة أقل من 0.05، وعليه يكون لمخاطر التأمين أثر معنوي سلبي كما هو متوقع، وهو ما يتوافق مع دراسة (شريم، ٢٠٠٦) بوجود علاقة عكسية بين مخاطر التامين والأداء المالي. أما قيمة معامل الانحدار لنسبة الاستثمارات هو(18.084) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، وبالتالي يكون لنسبة الاستثمارات أثرٌمعنويٌ إيجابيٌ كما هو متوقع، وهو ما يتوافق مع دراسة (شريم، ٢٠٠٦) بوجود علاقة إيجابية بين نسبة الاستثمارات والأداء المالي. أما قيمة معامل الانحدار لمعدل المديونية هو (0.104) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، وبالتالي يكون لمعدل المديونية أثرٌ معنويٌ إيجابيٌ كما هو متوقع، وهو ما يتوافق مع دراسة (ALmajali et al , 2012).

هذا بالإضافة إلى أن قيمة معامل الانحدار لحجم الشركة هو (7.962) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، مما يظهروجود أثر معنوي إيجابي لحجم الشركة كما هو متوقع، وهو ما يتوافق مع دراسة (Malahim & AL Katib, 2016). في حين لم يكن لبقية المتغيرات المستقلة أثرٌ معنويٌ على العائد على حقوق الملكية. وعليه نرفض الفرضية الثانية، ونقبل البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على حقوق الملكية (ROE) لشركات التأمين الإسلامية الأردنية."

٣- **نتائج اختبار الفرضية الثالثة:** أظهرت نتائج الجدول رقم (٤) أن للمتغيرات المستقلة مجتمعة أثراً معنوياً على العائد على الأصول حيث كانت قيمة (F=3.907) وبمستوى دلالة أقل من 0.051، كما وأشارت قيمة معامل التحديد (R^2=0.770) إلى أن ما نسبته 77.0% من التباين في العائد على الأصول يمكن تفسيرها من خلال المتغيرات مجتمعة. كما وأظهرت النتائج بأن قيمة معامل الانحدار لنسبة الاستثمارات هو (6.298) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، أي أن لنسبة الاستثمارات أثراً معنوياً إيجابياً كما هو متوقع، وهو ما يتوافق مع دراسة (شريم، ٢٠٠٦) بوجود علاقة بين نسبة الاستثمارات والعائد على الأصول. وكانت قيمة معامل الانحدارلمعدل المديونية هو (0.031) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، أي أن لمعدل المديونية أثراً معنوياً إيجابياً كما هو متوقع، وهو ما يتوافق مع دراسة (Mwangi & Murigu, 2015).

أما قيمة معامل الانحدار لحجم الشركة هو (25.625) وبمستوى دلالة أقل من 0.01، وبالتالي يكون لحجم الشركة أثرٌ معنويٌ إيجابيٌ كما هو متوقع، وهو ما يتوافق مع دراسة (النيف والحنيطي، ٢٠١٦) ودراسة (Malik, 2011). في حين لم يكن لبقية المتغيرات المستقلة أثرٌمعنويٌ على العائد على الأصول. وعليه نرفض الفرضية الثالثة، ونقبل البديلة التي تنص على أنه: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على الأصول (ROA) لشركات التامين الإسلامية الأردنية."

النتائج والتوصيات:

النتائج:

١- وجود أثر إيجابي للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على الأداء المالي لشركات التامين الإسلامية الأردنية المقاس ب (العائد على السهم ، العائد على حقوق الملكية ، والعائد على الأصول) .

٢- ان التأثيرالإيجابي للمحددات المتمثلة بالمتغيرات (معدل المديونية، حجم الشركة، مخاطر التأمين، المصاريف الإدارية، نسبة الاستثمارات، الحصة السوقية) مجتمعة على العائد على السهم، أكبر منه للعائد على حقوق الملكية ومن ثم للعائد على الأصول بالاعتماد على نسبة التباين في المتغير التابع والتي تم تفسيرها من المتغيرات مجتمعة (أي بناءاً على قيم معامل التحديد R^2).

٣- وجود أثر إيجابي لكل من نسبة الاستثمارات، ومعدل المديونية على الأداء المالي لشركات التامين الإسلامية الأردنية المقاس ب (العائد على السهم ، العائد على حقوق الملكية ، والعائد على الأصول) .

٤- وجود أثر إيجابي للمصاريف الإدارية على الأداء المالي لشركات التامين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على السهم .

٥- وجود أثر سلبي للحصة السوقية على الأداء المالي لشركات التامين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على السهم .

٦- وجود أثر سلبي لمخاطر التأمين على الأداء المالي لشركات التامين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على حقوق الملكية .

٧- وجود أثر إيجابي لحجم الشركة على الأداء المالي لشركات التامين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول.

٨- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمخاطر التأمين على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على السهم والعائد على الأصول.

٩- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصاريف الإدارية على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول.

١٠- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للحصة السوقية على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول.

١١- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لحجم الشركة على الأداء المالي لشركات التأمين الإسلامية الأردنية المقاس بالعائد على السهم.

التوصيات:

١- تعزيز الاستفادة من نسبة الاستثمارات، وذلك بتوجيه استثمارات الأقساط المكتتب بها لدى شركات التأمين الإسلامية الأردنية لقنوات آمنة وذات ربحية عالية، بما يزيد من قدرتها على دفع تعويضات خسائر الأخطار المتزايدة وزيادة أرباحها وتحسين أدائها المالي.

٢- تعزيز الاستفادة من نسبة المديونية، أي توظيف ديونها قصيرة وطويلة الأجل في استثمارات آمنة، وذات ربحية عالية، والذي من شانه رفع القيمة السوقية للشركة، وبالتالي تعظيم ثروة الملاك، وزيادة أرباح المستثمرين.

٣- الاستفادة من النمو في الحصة السوقية لقطاع شركات التأمين الإسلامية،لتعزيزأرباحها، وتحفيزأدائها المالي إيجاباً بخلاف ما توصلت إلية الدراسة.

٤- تعزيز الاستفادة من النمو في حجم موجودات شركات التأمين الإسلامية بتنويع واستحداث منتجات تأمينية إسلامية جديدة، وتنويع استثمارتها الآمنة والمربحة، وبالتالي تحسين أدائها المالي إيجاباً.

٥- تعزيز التعاون بين شركات التأمين الإسلامية الأردنية، كإنشاء صندوق مشترك للشركات تقتطع إليه نسبة من الأرباح المحققة، وتقدم كتمويل على شكل قرض حسن للشركات التي تعاني من نقص السيولة في خطوة لدعم استمرارية تلك الشركات

المراجع باللغة العربية

أولا: الكتب:

١- ابن عابدين، محمد أمين، حاشية رد المختار على الدر المنثور، بيروت، لبنان، دار الفكر، د ط، ج٣، ١٣٦٨هـ.

٢- الإسكندري، أبي الفضل هاني بن فتحي آل الحديد المالكي، التأمين وأنواعه المعاصرة، دمشق، سوريا، دار العصماء، ط١، ٢٠٠٩.

٣- بوبكر، عيد احمد ووليد إسماعيل السيفو، إدارة الخطر والتأمين، عمان، الأردن، دار اليازوري، ط١، بدون تاريخ.

٤- حاتم، سامي عفيفي، التأمين الدولي (الخطر والتأمين – تأمينات النقل الدولي برامج الاستثمارات الدولية في العالم – المناخ الاستثماري وضمان الاستثمارات الأجنبية في مصر)، القاهرة، مصر،الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر، ط٢، ١٩٨٨.

٥- حسان، حسين حامد، حكم الشريعة الإسلامية في عقود التأمين، القاهرة، مصر، دار الاعتصام، ط١، ١٩٧٩.

٦- سلام، أسامة عزمي، وشقيري نوري موسى، إدارة الخطر والتأمين، عمان، الأردن، دار الحامد، ط١، ٢٠٠٧.

٧- شرف الدين، أحمد، أحكام التأمين في القانون والقضاء، الكويت ، جامعة الكويت، ط١، ١٩٨٣.

٨- عبدالمنعم، عاطف، ومحمد محمود الكاشف، وسيد كاسب، تقييم وإدارة المخاطر، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث، كلية الهندسة، جامعة القاهرة، ط١، مصر، ٢٠٠٨.

٩- عبدالله، باسم محمد صالح، التأمين وأحكامه وأسسه، القاهرة، مصر، دار الكتب القانونية ودار شتات للنشر والبرمجيات، ط١، ٢٠١١.

١٠- عبده، عيسى، التأمين بين الحل والتحريم، القاهرة، مصر، دار الاعتصام، ط١، ١٩٧٧.

١١- عريقات، حربي محمد، و سعيد جمعة عقل، التأمين وإدارة الخطر، عمان، الأردن، دار وائل للنشر، ط٢ ، ٢٠١٠.

١٢- عليان، شوكت محمد، التأمين في الشريعة والقانون، الرياض، السعودية، دار الشوف، ط٣، ١٩٩٦.

١٣- العمري، شريف محمد، ومحمد محمد عطا، الأصول العلمية والعملية للخطر والتأمين، بدون دار نشر، ط١، ٢٠١٢.

١٤- الفيومي، أحمد بن محمد، المصباح المنير، القاهرة، مصر، مكتبة الحلبي ، د.ط، د.ت.

١٥- مصفطى، إبراهيم وآخرون، المعجم الوسيط، بيروت، لبنان، دار أحياء التراث، د.ط، د.ت.

١٦- ملحم، أحمد سالم، التأمين التعاوني الإسلامي وتطبيقاته في شركة التأمين الإسلامية: دراسة فقهيه، عمان، الأردن، بدون دار نشر، ط١ ، ١٩٧٧.

١٧- ناصر، محمد جودت، إدارة أعمال التأمين بين النظرية والتطبيق، عمان، الأردن، دار مجدلاوي للنشر، ط١، ١٩٩٨.

ثانيا: المجلات المتخصصة:

١- بو خمخم، عبدالفتاح، ٢٠٠٢، تحليل وتقييم الأداء الاجتماعي في المنشآت الصناعية: دراسة ميدانية على الإطارات الوسطى والدنيا في منشآت صناعة النسيج بالشرق الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

٢- الخفيف، علي محمد، ١٤١٧هـ/ ١٩٩٦م، التأمين، مجلة الأزهر، مصر.

٣- شبير، محمد عثمان، جماد أول ١٣٢٥هـ الموافق أيلول ٢٠٠٤م، الفرق بين التأمين الإسلامي والتأمين التجاري، مجلة المصارف الإسلامية، العدد الأول، يصدرها بنك سبأ الإسلامي.

٤- الغصين، راغب، ولانا نبيل زاهر، ٢٠١٤، أثر السيولة والملاءة المالية والكفاءة الإدارية على ربحية شركات التأمين: دراسة تطبيقية على شركات التأمين الخاصة السورية (٢٠٠٩-٢٠١٣)، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٣٦، العدد ٣، الجمهورية العربية السورية.

٥- القضاة، مصطفى عبدالله احمد، يناير ٢٠١٥. العوامل المؤثرة على الأداء المالي في الشركات المساهمة العامة الصناعية الأردنية مقاسا بالعائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية للفترة ٢٠٠٥-٢٠١١، مجلة العلوم الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد الثالث والعشرون، العدد الأول.

٦- النيف، خالد لافي، وهناء محمد الحنيطي، ٢٠١٦، محددات ربحية شركة التأمين الإسلامية: دراسة ميدانية على شركات التأمين الإسلامية الأردنية، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات: سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٣١، العدد٣، الأردن.

ثالثا: وقائع مؤتمر، أوراق علمية وملخصات:

١- بو هراوة، السعيد،٢٠١١، التكييف الشرعي للتأمين التكافلي. ورقة بحثية نشرت في الندوة الدولية حول شركة التأمين التقليدي ومؤسسات التأمين التكافلي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية. ٢٥-٢٦ أفريل. ٢٠١١م.

٢- حسان، حسين حامد، ٢٠٠٤، أسس التكافل التعاوني في ضوء الشريعة الإسلامية، منتدى التكامل السعودي الأول. تنظيم البنك الإسلامي للتنمية وبنك الجزيرة، جدة، ٢١-٢٢/٩/٢٠٠٤، جدة، السعودية.

٣- الدوسري، مسفر بن عتيق، ٢٠١٠، مفهوم التأمين التعاوني، بحث مقدم لمؤتمر التأمين التعاوني، أبعاده وآفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه، بالتعاون بين الجامعة الأردنية ومجمع الفقه الإسلامي الدولي. المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (ايسيسكو)، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب (عضو مجموعة البنك الإسلامي للتنمية)، ٢٦-٢٨ ربيع الثاني ١٤٣١هـ والموافق ١١-١٣ ابريل ٢٠١٠.

٤- الصوا، علي، ١٩٩٧، العلاقة بين المستأمنين والمساهمين ودور هيئات الرقابة الشرعية في نظام التأمين، ندوة التأمين الإسلامية، شركة التأمين الإسلامية، عمان، الأردن، ١٤١٨هـ الموافق ١٩٩٧م.

٥- قرار مجمع الفقه الإسلامي بجدة بشأن التأمين وإعادة التامين في دورة انعقاد مؤتمره الثاني بجدة من ١٠-١٦ ربيع الآخر ١٤٠٦هـ الموافق من ٢٢-٢٨ كانون الأول ١٩٨٥م.

٦- محمد، السيد حامد حسن، ٢٠١٠، الدور التنموي لشركات التأمين التعاوني الإسلامي: الآفاق والمعوقات والمشاكل، بحث مقدم لمؤتمر التأمين التعاوني، أبعاده وآفاقه وموقف الشريعة الإسلامية منه، بالتعاون بين الجامعة الأردنية ومجمع الفقه الإسلامي للتربية والعلوم والثقافة (ايسيسكو)، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، الجامعة الأردنية، ١١-١٣ ابريل ٢٠١٠، عمان، الأردن.

رابعا: الاطروحات الجامعية وبراءات الاختراع:

١- أبو خريص، مولود رمضان، أثر بعض المتغيرات الذاتية والاقتصادية على الأداء المالي في المصارف التجارية الليبية خلال الفترة ١٩٩٨-٢٠٠٧، رسالة دكتوراه غير منشورة، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن، ٢٠١٠.

٢- تبر، زغود، محددات سياسة التمويل للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة ميدانية لعينة من من المؤسسات الاقتصادية بالقطاعين العام والخاص في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ورقلة، الجزائر: قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ، ٢٠٠٩.

٣- سعيد، عادل أنور يوسف، محددات ربحية القطاع المصرفي الأردني: دراسة تطبيقية على المصارف الأردنية خلال الفترة من ١٩٩٢ إلى ٢٠٠٥، رسالة دكتوراة منشورة، الأكاديمية المالية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن، ٢٠٠٨.

٤- سعيدان، طارق عبدالله حسين، أثر العوامل الداخلية والخارجية على ربحية شركات التأمين الإسلامية في الأردن، رسالة دكتوراه، عمان، الأردن:جامعة العلوم الإسلامية العالمية في الأردن، عمان، الأردن، ٢٠١٦.

٥- شريم، نجاح سعدالدين، محددات الأداء المالي لشركات التأمين الأردنية: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، ، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، ٢٠٠٦.

٦- عبيدات، زياد محمد، محددات الأداء المالي للمصارف الإسلامية والتقليدية في الأردن باستخدام توبين كيو (Tobin's Q) والعائد على الأصول (ROA) في ظل الأزمة المالية العالمية: دراسة تطبيقية من (١٩٩٩-٢٠١٢)، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية المال والأعمال،جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن، ٢٠١٣.

٧- الكور، عزالدين، أثر قوة السوق وهيكل الكفاءة على أداء البنوك التجارية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المدرجة في بورصة عمان، رسالة دكتوراة غير منشورة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن، ٢٠٠٦.

مصادر الإنترنت (الشبكة العنكبوتية)

مصادر الإنترنت

١- الإتحاد الأردني لشركات التأمين، التقرير العام لأعمال التأمين في الأردن، ٢٠١٥. (www.joif.org) .

٢- الموقع الإلكتروني للشركة الأولى للتأمين (www.arabic.firstinsurance.jo) .

٣- الموقع الإلكتروني لشركة التأمين الإسلامية الأردنية.(www.islamicinsurance.jo)

المراجع باللغة الإنجليزية:

Book with One or More Authors:

1.Rose, Peter & Sylvia C. Hudgins, Bank Management and Financial Services, 6th edition, Mc Graw- Hill, 2005.

Scholarly and Professional Journals:

1. Adams, M. & M.Buckle. The Determinants of Corporate Financial Performance in the Bermuda Insurance Market, Applied Financial Economics Journal, Vol. 13, Iss 2, 2003.
2. Almajali, Amal Yassin, & Sameer Ahmed Alamro and Yahya Zakarea AL-Soub. FactorsAffecting the Financial Performance of Jordanian Insurance Companies Listed at Amman Stock Exchange, Journal of Management Research, Issn 1941-899x, Vol. 4, No.2, 2012.
3. Charumathi, B., On the Determinants of the Profitability of Indian Life Insurance: An Empirical Study, The World Congress on Engineering (WCE), London, U.K, Vol.1, July 4-6, 2012.
4. Ismail, Muhaizem. Determinants of Financial Performance: The Case of General Takaful and Insurance Companies in Malaysia, International Review of Business Research Papers, Vol.9, No.6,P111-130, November 2013.
5. Malahim, Sari & Abdullah AL Khatib, Analyzing the Financial Performance for Jordan Islamic Insurance Companies, Research Journal of Finance and Accounting, Issn 2222-1697 (paper) Issn 2222-2847 (online), Vol.7,No.24, 2016.
6. Malik, HifzaDeterminants of Insurance Companies Profitability: An Analysis of Insurance Sector of Pakistan, Academic Research International, lodhran City, Vol. 1, Issue 3, Issn:2223-9553, November 2011.
7. Mwangi, Mirie, & Jane Wanjugu Murigu. The Determinants of Financial Performance in General Insurance Companies in Kenya, European Scientific Journal, Vol. 11, No. 1, Issn :1857-7881, January 2015.

الإثراء الوظيفي، والرضى الوظيفي، وأداء العاملين

"مؤسسة الضمان الإجتماعي - الأردن"

د.محمد سليم الشورة* **مجد مروان العمد****

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٧/٧/٢٥م تاريخ قبول البحث:٢٠١٧/٩/٢٤م

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على الإثراء الوظيفي بأبعاده، وواقع الرضى الوظيفي لدى العاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي في الأردن، كما هدفت إلى التعرف على أثر الإثراء الوظيفي في أداء العاملين من خلال الرضا الوظيفي، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي للبيانات التي تم جمعها من خلال استبيان تم توزيعه على (١٨٩) فرد من العاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي في الأردن، توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها وجود مستوى تقدير عالٍ لمستوى الإثراء الوظيفي، ووجود مستوى تقدير عالٍ لمستوى أداء العاملين، ووجود مستوى متدنٍ من الرضا الوظيفي.

كما توصلت إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإثراء الوظيفي بمتغيراته (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) وأداء العاملين في المؤسسة ، كما أنه يوجود أثر ذو دلالة إحصائية للإثراء الوظيفي في رضى العاملين، كما أشارت الدراسة إلى وجود أثر مباشر وغير مباشر للرضى الوظيفي في تحسين أثر الإثراء الوظيفي في أداء العاملين، وعلى ضوء النتائج أوصت الدراسة بمقترحات أهمها: عقد دورات تدريبية لتمكين العاملين من المهارات اللازمة لإنجاز العمل، تحسين برامج الحوافز، ومستوى الأجور والاهتمام أكثر بالرضى الوظيفي للعاملين.

الكلمات الدالة: الموارد البشرية، الأثراء والرضى والوظيفي، أداء العاملين، مؤسسة الضمان الإجتماعي، الأردن.

*أستاذ مشارك، قسم الإدارة، كلية المال والأعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

**باحثة.

Summary

The study aimed at identifying the functional enrichment and the reality of job satisfaction among the staff of Social Security Corporation in Jordan. The study also aims at identifying the effect of functional enrichment on the employee performance through job satisfaction. The study was based on the descriptive and analytical method of the data collected through a questionnaire distributed to (189) members of the Social Security Corporation in Jordan. The results of the study revealed that there appears a high level of appreciation of job enrichment and a high level of appreciation of the level of employee performance, but a low level of job satisfaction. It was also found that there is a significant statistical effect on functional enrichment variables (responsibilities and tasks, diversity of skills, importance of tasks, and independence of work) and the performance of employees in the corporation. In addition, there is a statistically significant effect of the functional enrichment on the satisfaction of the workers.

The study also indicated that job satisfaction has a direct and indirect impact on improving the effect of employee enrichment in the performance of workers. Based on these results, the study recommended holding training courses to enable workers to acquire the necessary skills to complete the work, improve the incentive programs and the level of wages and pay more attention to job satisfaction of the employees.

Keywords: Human resources management, Enrichment, Satisfaction, Employee Performance, Social Security Corporation, Jordan.

المقدمة

تتميز المنظمات في القرن الحادي والعشرين بانتشارها وتوسع أنشطتها، الأمر الذي يتطلب توفير موارد بشرية مؤهلة وقادرة على أداء المهام المختلفة، واتخاذ القرارات، وتحمل المسؤوليات، وتمكين العاملين، وإثراء أعمالهم، ما يساعدهم في القيام بواجباتهم، ويعد أسلوب الإثراء الوظيفي من الأساليب الضرورية التي تعتمدها المنظمات في إشباع الحاجات المختلفة للعاملين، كما يساهم في رفع مستوى الرضى الوظيفي وهناك العديد من الدلائل التي تشير إلى ارتباط الرضى الوظيفي بالاستقرار ودوران العمل.

من جانب آخر يعد الإثراء الوظيفي من الأدوات اللازمة لإيجاد بيئة محفزة ومساهمة في تحسين مستوى أداء العاملين، خصوصاً في مجال العمل الذي يتعرض فيه العاملون لحالات إستثنائية تتطلب وجودة مساحة واسعة من الصلاحيات والسلطات التي تمكن العاملين من أداء أعمالهم على نحو أفضل، من خلال سهولة وسر عة اتخاذ القرارات في المسائل التي تواجههم خصوصاً منها الإستثنائي.

إن مؤسسة الضمان الاجتماعي واحدة من المؤسسات الرائدة في الأردن حيث حجمها الكبير، وفروعها المنتشرة في أنحاء المملكة، ونشاطاتها المتعددة، ما كان سبباً من أسباب اختيارها لإجراء هذه الدراسة كما أن عدد العاملين فيها كبير، مما يتطلب ضرورة إجراء إصلاحات، منها تعزيز الإثراء الوظيفي كي ينعكس في أداء العاملين وقد اقترح الباحثان إدخال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط عسى أن يساهم في تحسين ذلك الأثر الإفتراضي الذي تسعي الدراسة لفحصه.

مشكلة الدراسة

تعد ظاهرة تركيز السلطة لدى الإدارة العليا من المشكلات الإدارية التي تواجهها المنظمات المختلفة، مما يؤدي الى بطء تنفيذ بعض الأعمال، وانشغال الإدارة العليا بالأعمال الروتينية، ونتيجةً لذلك ظهرت الحاجة إلى الإثراء الوظيفي لتمكين العاملين من اتخاذ القرارات وزيادة المعرفة بمجالات العمل، ومن هذا المنطلق، قام الباحثان بدراسة تقييم أثر الإثراء الوظيفي على أداء العاملين من خلال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط في مؤسسة الضمان الاجتماعي الأردنية، وعليه تتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل التالي:

ما أثر الإثراء الوظيفي في أداء العاملين في ظل وجود الرضى الوظيفي كمتغير وسيط؟

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف إلى الإثراء الوظيفي بأبعاده وأثره في أداء العاملين في مؤسسة الضمات الاجتماعي في الأردن.
٢. التعرف إلى أثر الإثراء الوظيفي في الرضى الوظيفي.
٣. التعرف إلى أثر الإثراء الوظيفي في أداء العاملين، في ظل وجود الرضى الوظيفي متغيراً وسيطاً.

فرضيات الدراسة

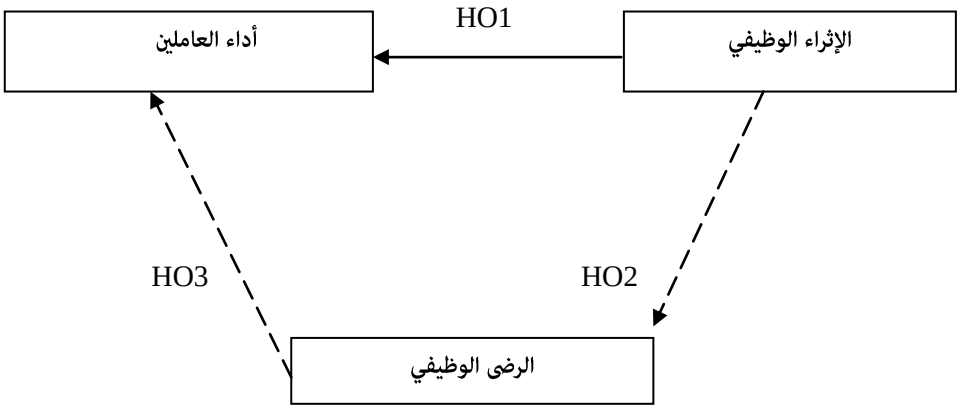
تسعى الدراسة إلى اختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بمتغيراته (المسؤوليات والمهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) في أداء العاملين.

الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بمتغيراته: (مسؤوليات ومهام، وتنوع المهارات، وأهمية المهام، والاستقلالية في العمل) في رضى العاملين.

الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي في أداء العاملين في ظل وجود الرضى الوظيفي متغيراً وسيطاً.

الشكل رقم (١) أنموذج الدراسة:



(Saleem Shaheen, & Saleem, 2012) (Vijay & Indradevi, 2015).

الإطار النظري

الإثراء الوظيفي: يعد الإثراء الوظيفي من المفاهيم القديمة الحديثة، ذلك أنه متعلق بإعادة تصميم الوظائف بطريقة تزيد من فرص الشعور بالمسؤولية، والإنجاز، والنمو، والإدراك، وهو تغيير نوعي على العمل يزيد من درجة الاستقلالية، وردود الفعل، وكذلك يزيد من أهمية العمل، ما يسمح للعاملين بالتحكم أكثر بعملائهم، (Aninkan, 2014)، ويعتبر الإثراء الوظيفي أحد أنواع الحوافز المعنوية التي تعطي الموظف مسؤوليات ومهام إضافية ومتنوعة، بحيث يشعر بأهميته وشعوره بالمسؤولية والإنجاز. (الوذياني، ٢٠١٤).

والإثراء الوظيفي أداة لتوفير الدافع للعاملين من خلال أنشطة إضافية بهدف جعل الوظائف أكثر إثارة للاهتمام، وأكثر تحدياً ومسؤولية (Salau , 2014)، وهو وسيلة لإضافة محفزات إلى الوظيفة لجعلها أكثر متعة، ولإلهام العاملين من خلال منحهم الفرص الكافية لاستخدام قدراتهم .(Abimbola & Azeez, 2016)

والإثراء الوظيفي وسيلة لتوسيع مجالات العمل، من خلال تعدد المهام، وتمكين العاملين عن طريق إسناد مسؤوليات إضافية، ما يؤدي إلى زيادة شعورهم بالاستقلالية والأهمية والمراقبة الذاتية، ما يساهم في زيادة الرضى الوظيفي، وتتمثل أهمية الإثراء الوظيفي في كونه أحد العوامل التي تساهم في تحسين أداء الفرد، ويعطي قدر أكبر من التحكم الذاتي للموظف، وبالتالي زيادة الدافعية، (Siruri & SMA, 2014).

والإثراء الوظيفي يمنح العاملين شعوراً من بالارتياح مستمد من العمل نفسه، ما يجعل العاملين يشعرون بإنسانيتهم (Vijay & Indradevi , 2015) ، كما يعتبر الإثراء الوظيفي من العوامل التي تؤثر في تصميم الوظيفة، حيث إضافة أنواع من الأنشطة إلى جانب الأعمال الروتينية (Sharma & Raval, 2016)، ويساعد أيضاً في تحسين الأداء، وزيادة الرضى الوظيفي وتوسيع مجالات الأداء، ومنح العاملين فرصاً جديدة للنجاح والنمو (Asl, , 2015).

أدوات الإثراء الوظيفي: للإثراء الوظيفي أدوات منها (Sharma & Raval, 2016):

١. **دوران العمل:** منح العاملين فرصة لاستخدام مهارات متنوعة، وأداء أنواع مختلفة من العمل.
٢. **فرق العمل المستقلة:** تحديد هدف للفريق، وجعل أعضاء الفريق أحرار في تحديد مهام العمل، والجداول الزمنية، مما يزيد الدافعية لديهم.

٣. **الإدارة التشاركية**: السماح لأعضاء الفريق للمشاركة في صنع القرار، وهي وسيلة ممتازة لتواصل الفرد مع أعضاء فريقه .

٤. **توزيع السلطة والمسؤولية**: إعادة توزيع الرقابة ومنح المزيد من الصلاحيات للعاملين لاتخاذ القرارات المتعلقة بالعمل.

٥. **التغذية الراجعة**: التأكد من أن الأفراد يستطيعون تقييم عملهم، وإعطائهم الفرصة لتصحيح أخطائهم. (السعودي، ٢٠١٣م).

وللإثراء الوظيفي أبعاد منها: تنوع المهارات والأنشطة، وزيادة المهارات التي يستخدمها الموظف خلال أداء العمل، كذلك توسعة المهمات (Vijay & Indradevi, 2015) لتمكن الموظف من أداء عمله من بدايته إلى نهايته، والاستقلالية والحريـ ة في اتخاذ قرارات، ومنح صلاحية تحديد الإجراءات اللازمة لاستخدامها في تنفيذ عمله، حيث يعتبر ذلك حقاً أساسياً في بناء الشعور بالمسؤولية لدى العاملين (Magaji, 2015)، بالإضافة إلى حق الموظف بالحصول على معلومات عن نتيجة أدائه (Sharma & Raval, 2016) (Lunenburg, 2011)، وتعتبر بيئة العمل المثالية ضرورية لإدراك الفرد لعمله ويبني لديه الرضى الوظيفي والالتزام التنظيمي. (Raza & Nawaz, 2011) (Sanda et al, 2015). للعاملين حاجات مختلفة يتنافسون عليها فهي المحرك نحو الإنجاز، والشعور بالأمان، ما يؤثر في أدائهم. (Dobre, 2013)

الرضى الوظيفي: هو شعور إيجابي نحو العمل (Robbins & Judge, 2016, P. 116)، وهو مواقف إيجابية أو سلبية تجاه أعمالهم، أي ميله للعمل حباً أو كرهاً، (Lander, 2009) وهو يعبر عن مستوى اشباع حاجات الفرد، ويتحقق هذا الإشباع من عوامل منها يتعلق بيئة العمل، ويتعلق بعضها الآخر بالوظيفة، هذه العوامل تجعل الفرد راضياً عن عمله ومحققاً لطموحاته ورغباته، ومتناسباً مع ما يريده من عمله وبين ما يحصل عليه في الواقع.

وهو شعور إيجابي أو سلبي نحو العمل، لتأثره بمجموعة من المتغيرات المادية والمعنوية والنفسية التي تحيط ببيئة العمل، وهو حالة يصل إليها الفرد نتيجة تفاعله مع وظيفته ومع جماعة العمل في البيئة الداخلية والخارجية، يتولد نتيجة ذلك مشاعر إيجابية وحالة نفسية يتمتع بها الفرد نحو عمله.

مظاهر الرضى الوظيفي:

- **الهمة العالية:** تعود لزيادة احساس الموظفين بالإنتماء لمنظمتهم، وحرصهم على مصلحتها، كما تعود إلى احساسهم بقيمة ما يقومون به من عمل وشعورهم بأن المنظمة تعمل دائماً على حل مشكلاتهم.
- **قلة الغياب:** فازدياد نسبة الغياب تعد من مظاهر انخفاض الروح المعنوية للعاملين.
- **خفض الشائعات:** عندما يتم الإهتمام بالتواصل، ونشر المعرفة بين العاملين والإدارة، ما يؤدي إلى توفر المعلومات للعاملين فتقل الشائعات، كما أن من مظاهره ضبط الدوران الوظيفي، وخفض حجم مشكلات العمل.

ومن مسبباته:

ظروف العمل: حيث توفر التدريب والتنوع، والاستقلالية، والتغذية الراجعة والدعم الاجتماعي، والتفاعل مع الزملاء، **والشخصية:** فالأشخاص الذين ينظرون لأنفسهم بشكل إيجابي يشعرون بالرضى بشكل أكبر من غيرهم، وللإمتيازات المالية دوراً آخر في الرضى الوظيفي لدى العاملين. (Robbins & Judge, 2016)

نتائج الرضى الوظيفي: (Saleem, 2012)

١- **أداء أفضل:** العاملين السعداء يكونون أكثر إنتاجية وسيؤدون عملهم بشكل أفضل.

٢- **المواطنة التنظيمية:** وهذا السلوك يتضمن التحدث بإيجابية عن العمل، مساعدة الآخرين، وتخطي التوقعات الطبيعية.

٣- **رضى الزبائن:** حتى تحصل المنظمات الخدمية على زبائن راضين ولديهم ولاء للمنظمة نتيجة وجود موظفين راضين عن عملهم أولاً.

أداء العاملين:

عُرَف بأنه: "القيام بأعباء الوظيفة من المسؤوليات والواجبات وفقاً للمعدل المطلوب، فأداء الموظف هو استخدام المعرفة والمهارات والخبرات والقدرات، لتنفيذ المهمة المطلوبة من قبل المدراء بكفاءة وفعالية ، والأداء سلوك يسهم فيه الفرد في تحقيق أهداف المنظمة من خلال التدريب. (Al-Qudah, 2014)

والأداء هو جهود العاملين وقدراتهم، وهو الطاقة والوقت اللذان يستهلكان في العمل، أما القدرة فهي مهارات ومعارف الموظف في وظيفته (Christen, M.,2006) (Tabiu & Nura, 2013) التي تساهم في تحقيق أهداف المنظمة، ويشمل أداء العاملين: كمية ونوعية الإنتاج في العمل، وتوقيته، والحضور، والتعاون في العمل (Ying, 2012)، **ويقاس الأداء:** بالنتائج، والسلوك، إضافة إلى الفاعلية، والكفاءة، والجودة، والربحية. (Nassazi, 2013)

وتعددت الآراء بين الباحثين حول العوامل المؤثرة في الأداء، ونتيجة لذلك توصلوا إلى أربعة عوامل، وهي:

١. **استقلالية العمل:** أي شعور الفرد بقدرته على اتخاذ القرارات بحرية وممارسة أعماله دون تدخل من أحد.
٢. **الدعم التنظيمي:** أن تدعم القيادة الفرد وتشجعه على الأداء وتحفزه عندما يمارس أدواراً على نحو مميز.
٣. **التدريب:** اكساب الفرد مهارات عملية، وفكرية تساهم في تحسين أداؤه.
٤. **العدالة التنظيمية:** أن يشعر الفرد أنه يحصل على كل ما يستحقه دون نقص ولا محاباة. (Saleem, 2012).

الدراسات السابقة:

- **دراسة (العواوده، ٢٠١٤) بعنوان:** "العوامل التنظيمية المؤثرة في التفويض الإداري: تصورات الموظفين (المديرين) في مراكز الوزارات الأردنية"، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى العوامل التنظيمية (الهيكل التنظيمي، النمط الإداري، مهارة ورغبة المرؤوسين في تحمل مسؤوليات جديدة، انسياب المعلومات، ثقافة المنظمة، تقييم الموظفين)، التي تؤثر في آراء الموظفين حول التفويض الإداري في مراكز الوزارات الأردنية.

وتم تطبيق الدراسة على عينة بلغت (٢٩٤) موظف، ومن خلال المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل التنظيمية: (الهيكل التنظيمي، والنمط الإداري، وانسياب المعلومات، ومهارة ورغبة المرؤوسين في تحمل مسؤوليات جديدة، وتصورات الموظفين نحو التفويض الإداري في مراكز الوزارات الأردنية)، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات الموظفين نحو التفويض الإداري تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية التالية: (الجنس، والعمر، وعدد سنوات الخبرة)، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصورات الموظفين للعوامل المؤثرة في التفويض الإداري في مراكز الوزارات الأردنية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

- **دراسة (عبدالقادر وأبو سن، ٢٠١٢م) بعنوان:** أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية على الإنتاجية بالقطاع الصناعي السوداني، هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على تأثير ممارسات إدارة الموارد البشرية على الإنتاجية، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين ممارسات إدارة الموارد البشرية وإنتاجية العاملين، وهنالك علاقة بين عدم اقتران الحوافز المادية والمعنوية (ومن ضمنها الإثراء الوظيفي)، وانخفاض إنتاجية الأفراد، فإن اقتران الحوافز المادية والمعنوية هو الذي يحقق مستويات عالية من الرضى وبالتالي زيادة الإنتاجية.

- **دراسة (Vijay & Indradevi, 2015) بعنوان:** "A Study on Job Enrichment and Individual Performance Among Faculties With Special Reference to a Private University" دراسة الإثراء الوظيفي والأداء الفردي في الكليات، بإشارة خاصة إلى جامعة من القطاع الخاص"، هدفت الدراسة إلى التعرف إلى عوامل الإثراء الوظيفي، ولفهم العلاقة بين الإثراء الوظيفي والأداء الفردي، حيث تم توزيع استبانة على عينة المجتمع المكونة من الأكاديميين في جامعة خاصة لمعرفة مدى تأثير الإثراء الوظيفي على الأداء الفردي في العمل، وقد أثبتت الدراسة العلاقة ما بين الإثراء الوظيفي والأداء، وقد كانت هوية الهمة من أكثر عوامل الإثراء الوظيفي مساهمة في تحسين أداء الموظفين.

- **دراسة (Asl et al, 2015) بعنوان:** "Examinin the Relationship Between Job Enrichment and Performance: A Case Study of Nurses"دراسة العلاقة ما بين الإثراء الوظيفي والأداء: حالة دراسية عن الممرضين"، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الإثراء الوظيفي في أداء الممرضين الذين يؤدون دوراً مهماً في تحسين خدمات العناية الصحية، حيث تم اختيار مجتمع الدراسة من(١٦٠) ممرضاً في جامعة حكومية في طهران، وبناءً على المعلومات المستخرجة من تحليل الاستبانات التي تم توزيها على عينة الدراسة، فقد توصلت الدراسة إلى أنه من ضمن أبعاد الإثراء الوظيفي، وُجِد أن استقلالية العمل حصلت على أقل نسبة في التأثير على الأداء، بينما حصل التفاعل على أعلى نسبة، وبالنتيجة العامة، استخلصت الدراسة أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين أداء العاملين والإثراء الوظيفي.

- **دراسة (Saleem et al, 2012) بعنوان:** "The Impact of Job Enrichment and Job Enlargement on Employee Satisfaction Keeping Employee Performance as Intervening Variable: A Correlational Study From Pakistan."أثر الإثراء الوظيفي وتوسيع الوظيفة على الرضى الوظيفي من خلال أداء الموظفين كمتغير وسيط"، هدفت الدراسة إلى معرفة ما إذا كان هناك علاقة بين كل من الإثراء الوظيفي وتوسيع الوظيفة والرضى الوظيفي وأداء الموظفين، وفي هذه الدراسة فالرضى الوظيفي هو المتغير التابع، الأداء الوظيفي هو المتغير الوسيط، بينما

الإثراء الوظيفي وتوسيع الوظائف هما المتغيرين المستقلين. وقد كانت فكرة الدراسة تحديد عما إذا كان الرضا الوظيفي يتأثر بالإثراء الوظيفي أو بتوسيع الوظيفة، وهل هذا التأثير يمكن تعزيزه من خلال أداء العاملين الإيجابي. ولتحقيق هذا الهدف، تم جمع البيانات من موظفي القطاع العام والخاص في لاهور، حيث كان مجموع الذين استجابوا للدراسة (٢٤٢)/ من أصل (٢٥٠). وقد استنتجت الدراسة أن هناك ترابطاً بمستوى متوسط ما بين الإثراء الوظيفي وتوسيع الوظائف والرضا الوظيفي وأداء العاملين، أما النتيجة النهائية هي أنه للإثراء الوظيفي وتوسيع الوظائف تأثير مباشر على الرضى الوظيفي من خلال أداء العاملين كمتغير وسيط.

- **دراسة (Azeez & Abimbola, 2016) بعنوان:**-"Job Enrichment and Work-Related Attitudes of Non-Academic Staff of Selected Public Universities in Lagos State." "الإثراء الوظيفي واتجاهات الموظفين المتعلقة بالعمل لموظفين غير أكاديميين في جامعات حكومية مختارة في ولاية لاغوس"، هدفت هذه الدراسة إلى دراسة أثر الإثراء الوظيفي اتجاهات الموظفين المتعلقة عملهم، حيث كشفت الدراسة الارتباط ما بين الإثراء الوظيفي ووالرضى، والدافع، وأداء الموظفين من خلال دراسة وصفية، حيث تم اختيار العينة من موظفين غير أكاديميين في جامعات في لاغوس، وقد وصلت الدراسة إلى أن الإثراء الوظيفي هو متنبئ قوي لاتجاهات الموظفين تجاه عملهم، مثل الرضا الوظيفي ووالدافع والأداء، كما استخلصت الدراسة أن الإثراء الوظيفي يوفر تنوع المهارات، هوية الوظيفة، الشعور بالأهمية في عيون الآخرين، المسؤولية، التحدي، الحرية، المشاركة في اتخاذ القرارات، التغذية الراجعة من أداء العمل، النمو والشعور بالإنجاز مما يؤدي إلى خلق دافع ذاتي ورضا وأداء عالٍ.

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من جميع ضباط الإرتباط في مؤسة الضمان الاجتماعي والبالغ عددهم (٢٢٣) ضابط إرتباط، والذين يعملون في مؤسسة الضمان الإجتماعي كحلقة وصل مع المنظمات الخاضعة لقانون الضمان الاجتماعي.

ما يميز الدراسة عن الدرسات السابقة:

١- أنها سعت للربط بين موضوع الإثراء الوظيفي والرضى الوظيفي، لبيان أثر كل منها في الأخر.

٢- حاولت الدراسة الربط بين مفهومي: (الإثراء الوظيفي، والرضى الوظيفي) وأثرهما معاً في أداء العاملين.

٣- سعت أيضاً لبيان الأثر الوسيط للرضى الوظيفي من خلال الإثراء الوظيفي في تحسين مستوى أداء العاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي.

عينة الدراسة: نظراً لصغر حجم المجتمع تم شمول جميع ضباط الإرتباط، والبالغ عددهم (٢٢٣) ضابط ارتباط ، حيث تم توزيع (٢٢٣) استبانة عليهم ، استرد (١٩٦) استبانة وبعد التدقيق تم استبعاد (٧)، منها لعدم صلاحيتها، وبالتالي بلغ عدد الاستبانات الخاضعة للتحليل الاحصائي(١٨٩) استبانة، والجدول رقم (١) يشير الى نسب التوزيع:

الجدول رقم (١) ملخص حجم العينة(الاستبانات الموزعة)

الموزعة	غير مستردة	غير الصالحة	الصالحة للتحليل
٢٢٣	**٢٢**	**١٢**	**١٨٩**

ثبات أداة الدراسة: تم اختبار الثبات (ReliabilityTest): والمتمثل في حساب معامل كرونباخ ألفا-Cronbach (Alpha) بهدف التحقق من الاتساق الداخلي للمجالات التي تتضمنها الاستبانة كأداة للقياس، تم الإعتماد على مقياس ليكرت الخماسي في الإجابة على الأسئلة وذلك حسب الدرجة التالية:

درجة (1): غير موافق بشدة، **درجة (2):** غير موافق، **درجة (3):** غير متأكد، **درجة (٤):** موافق، **درجة (٥):** موافق بشدة.

ولتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الاستبانة، وعلى كل مجال من مجالاتها؛ تم الاعتماد على المعيار الإحصائي المشار اليه في الجدول رقم (٢) يشير الى:

الجدول (٢) المعيار الاحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة

المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
من ١,٠٠- أقل من ٢,٥	متدنية
من ٢,٥ - اقل من ٣,٥٠	متوسطة
من ٣,٥٠ - ٥,٠٠	عالية

الاختبارات الخاصة بأداة الدراسة:

توضح هذه الإختبارات مصداقية الأداة المستعملة في الدراسة وذلك بتوضيح أنها تقيس فعلاً ما ينبغي قياسه، وبذلك يكون لها الصلاحية والصحة في الإختبار، حيث تم استخدام اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) إذ يقيس مدى التناسق في إجابات المستجوبين على كل الأسئلة الموجودة في المقياس، كما يُمكن تفسير ألفا بأنها معامل الثبات الداخلي بين الإجابات، ويدل ارتفاع قيمته على درجة ارتفاع الثبات ويتراوح ما بين (0 و1) ويكون قيمته مقبولة عند (**٧٠**%) ومافوق[*].

الجدول رقم (٣) معامل الثبات لكل محور في الدراسة

المحور	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
الاثراء الوظيفي	٣١	٠,٨٧٩
أداء العاملين	١١	٠,٨٠٣
الرضا الوظيفي	٩	٠,٨٦٦
الأداة ككل	٤٠	٠,٩٠٤

يشير الجدول رقم (٣) أن معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) بلغ قيمة أعلى من (0.06)، لكل محور وللأداة ككل، مما يدل على أنه يوجد اتساق داخلي بين فقرات الاستبانة، مما يؤكد صلاحية، ومدلولية الإستبانة في القياس.

[*] Sekaran, Uma, "Research Methods for busness: A skill-Building Approach",opcit, p 311.

وصف خصائص عينة الدراسة:

تناولت الدراسة جملة من المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة من حيث الجنس، العمر والمؤهل العلمي والخبرة واستنادا على ذلك تم وصف عينة الدراسة كالآتي:

الجدول رقم (٤) وصف عينة الدراسة ديموغرافياً

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	84	44.4
أنثى	105	55.6
المؤهل العلمي		
دبلوم فأقل	69	36.5
بكالوريوس	75	39.7
ماجستير	35	18.5
دكتوراه	10	5.3
الخبرة		
5ـــ 10 سنوات	37	19.6
10 سنوات فأكثر	152	80.4
العمر		
28-35سنة	48	25.4
من 36 سنة فأكثر	141	74.6
المجموع	189	100

الإحصاء الوصفي:

المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية للفقرات المتعلقة بالإثراء الوظيفي، والذي يشمل المحاور الفرعية: (مسؤوليات ومهام، وتنوع المهارات، وأهمية المهام).

المسؤوليات والمهام:

جدول (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المسؤوليات والمهام

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
١	حجم المهام التي أقوم بها مناسبة	**3.9**	**0.929**	عالية
٢	تمنحني المنظمة الفرصة والوقت الكافي لإنجاز مهامي كاملة.	**4**	**0.835**	عالية
٣	تتوافق السلطة الممنوحة لي مع طبيعة المهام المطلوبة.	**3.8**	**1.149**	عالية
٤	يوجد كادر مساعد مؤهل وفاعل في أداء المهام.	**3.4**	**1.183**	متوسطة
٥	تتوافق أهداف المنظمة مع طموحاتي بالعمل.	**3.122**	**1.181**	متوسطة
	متوسط المحور	**3.638**		عالية

جدول (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات تنوع المهارات

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
٦	أمتلك بالمهارات اللازمة لأداء العمل المطلوب مني.	4.6	0.525	عالية
٧	هناك تنوع في المهارات المطلوبة للعمل.	4	0.772	عالية
٨	المهارات المتوفرة لي تفوق المطلوب للعمل.	٢4.	0.814	عالية
٩	تعقد دورات تدريبية لتمكين العاملين من المهارات اللازمة	٧ 2.	1.209	متوسطة
١٠	يتم تقييم مستوى المهارات للعاملين بشكل منتظم.	2.8	1.034	متوسطة
	متوسط المحور	**3.6**		**عالية**

جدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات أهمية المهام

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
١١	تمنحني المنظمة الفرصة لإكمال المهام المطلوبة بنفسي.	3.9	0.866	عالية
١٢	المهام التي أقوم بها تعد من المهام اللازمة للعمل	4.3	0.740	عالية
١٣	نجاحي في عملي هو محل تقدير من زملائي.	4.1	0.793	عالية
١٤	حجم العمل الذي أقوم به معقول بالنسبة للمنظمة.	3.9	1.066	عالية
١٥	أشعر بأني جزء فعال ومهم في المنظمة.	3.7	1.215	عالية

الاستقلالية في العمل:

جدول(٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستقلالية في العمل

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
١٦	أتمتع باستقلالية في العمل دون تدخلات من الإدارة	3.5	0.975	متوسطة
١٧	تفوض لي الصلاحيات دون الرجوع إلى الإدارة	3.2	1.026	متوسط
١٨	يميل العمل في المنظمة نحو اللامركزية أكثر	3.4	0.990	متوسط
١٩	تحفزني الإدارة على تحمل مسؤولية العمل	3.8	0.838	عالية
٢٠	أمنح الحرية في تقدير طرق العمل الأكثر كفاءة	3.7	0.889	عالية
	متوسط المحور	**3.5**		**عالية**

أداء العاملين:

جدول(٩) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية - أداء العاملين

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقدير
٢١	أتمتع بالقدرة على طرح أفكار وحلول لمشكلات العمل	4.4	0.769	عالية
٢٢	أقوم بتطوير آليات جديدة وفعالة في أداء العمل	4.2	0.757	عالية
٢٣	أنجز عملي بشكل سريع ودقيق	4.5	0.542	عالية
٢٤	أبادر في أداء مهام ليست من مسؤولياتي الأساسية	4.1	0.949	عالية
٢٥	اقدم اقتراحات للقيام بأعمال جديدة مساندة	4.1	0.699	عالية
٢٦	أنجز عملي بشكل تام حتى لو تضمن مهام إضافية	4.4	0.496	عالية
٢٧	أنجز العمل المحدد في الوقت المحدد.	4.5	0.540	عالية
٢٨	أسعى إلى تحسين أدائي لشعوري بالولاء للمنظمة	4.4	0.824	عالية
٢٩	أستغل ساعات العمل في أداء الأعمال المطلوبة	4.2	0.787	عالية
٣٠	ألتزم بقوانين وأنظمة وتعليمات العمل	4.5	0.501	عالية
٣١	لدي القدرة على التكيف مع الحالات الطارئة في العمل	4.5	0.542	عالية
	متوسط المحور	**4.3**		**عالية**

الرضى الوظيفي:

جدول (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية - الرضا الوظيفي

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي*	الانحراف المعياري	درجة التقدير
الحوافز				
٣٢	يتمتع نظام الحوافز المعمول به في المنظمة بالعدالة	2.6	1.319	متوسطة
٣٣	ترتبط الترقية بالكفاءة والإتقان والأداء العالي	2.4	1.213	متدنية
٣٤	تشارك المنظمة العاملين في اتخاذ القرارات	2.3	1.148	متدنية
	متوسط المحور	**2.5**		**متدنية**
المناخ التنظيمي				
٣٥	يشجع الرؤساء على مواجهة التحديات المتعلقة بالعمل	3.4	0.941	متوسطة
٣٦	تبذل الإدارة جهداً كبيراً لتعزيز ثقة العاملين بأنفسهم	3.1	1.040	متوسطة
٣٧	تزود الإدارة العاملين بالمهارات اللازمة لتحمل المسؤولية	2.9	1.027	متوسطة
	متوسط المحور	**3.2**		**متوسطة**
الأجور				
٣٨	يتمتع هيكل الأجور بالموضوعية	2.6	1.156	متوسطة
٣٩	يتناسب الأجر مع الجهد المبذول	2.6	1.184	متوسطة
٤٠	يتناسب الأجر مع متطلبات المعيشة	1.9	1.047	متدنية
	متوسط المحور	**2.4**	**1.129**	**متدنية**
	متوسط الرضا الوظيفي	**2.8**		**متوسطة**

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بمتغيراته: (مسؤوليات ومهام، وتنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) في أداء العاملين. يهدف اختبار الفرضية إلى تحديد مدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بمتغيراته (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) في أداء العاملين، ولاختبار فرضية الدراسة فقد تم استخدام اختبار الانحدار، لمعرفة مدى وجود علاقة ارتباطية داله إحصائيا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط

تقديرات أفراد العينة لمدى أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بمتغيراته (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) وأداء العاملين، ويشير الجدول رقم (١٢) إلى نتائج الاختبار.

نتائج تحليل إختبار الإنحدار:

جدول (١١) جدول ملخص النموذج (Model Summary)[b]

النموذج	R معامل الإرتباط	R^2 معامل التحديد	R^2 Adjusted معامل التحديد المعدل
1	٠.655	٠.429	٠.417
a. Predictors: (Constant), الاستقلالية, تنوع_المهارات, مسؤوليات, أهمية_المهام			

يتبين من الجدول (١١) ان قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت (٠,٦٥٥)، كما هو موضح، أما قيمة معامل التحديد ويحدد بـ (R^2) بقيمة (0,429)، اما التحديد المعدل (ADJUST) (والذي يأخذ بالاعتبار الزيادة الحاصل في درجات الحرية)، وكما هو موضح أعلاه فقد بلغت قيمته (0,417) وعليه فإن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر (42,9%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع والباقي تُعزى إلى عوامل أخرى.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار:

يمثل الجدول (١٢) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

النموذج	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
1	**Regression**	12.902	4	3.226	34.581	٠.000
	Residual	17.162	184	.093		
	المجموع	30.065	188			
a. Dependent Variable: أداء_العاملين						
b. Predictors: (Constant), الاستقلالية, تنوع_المهارات, مسؤوليات, أهمية_المهام						

يوضح جدول (١٢) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج عن طريق إحصائي (F). ومن خلال ما يبينه جدول (١٢) فإنه يتضح وجود معنوية عالية لإختبار(F) مقدرة بـ (34,581) وبمستوى الدلالة

قُدرت بـ (Sig = 0.00) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبهذا يكون نموذج الإنحدار ملائم لقياس العلاقة السببية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

ومن هذا المنطلق يتم رفض فرضية الدراسة العدمية وقبول فرضية الدراسة البديلة وبالتالي فانه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0,05$) للإثراء الوظيفي بمتغيراته (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) وأداء العاملين.

إختبار معنوية معاملات معادلة الانحدار المتعدد:

جدول (١٣)جدول المعاملات[a] (Coefficient)

النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	t	مستوى الدلالة
مسؤوليات ومهام	-.116-	.039	-.221-	-2.952-	.004
تنوع المهارات	.480	.049	.631	9.793	.000
أهمية المهام	.188	.050	.333	3.747	.000
الاستقلالية في العمل	-.142-	.041	-.251-	-3.505-	.001

a.Dependent Variable : أداء العاملين

يشير الجدول رقم (١٣) أن المتغيرات المستقلة (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) لها أثر دال إحصائياً في الأداء، ومن معاملات الانحدار المعيارية يتبين أن تنوع المهارات جاء في المرتبة الأولى من حيث حجم الأثر في المتغير التابع (أداء العاملين)، تلاه أهمية المهام، ثم الاستقلالية في العمل، وأخيراً مسؤوليات ومهام.

الفرضية الثانية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بمتغيراته (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) في رضى العاملين.

ولاختبار فرضية الدراسة فقد تم استخدام اختبار الانحدار، لمعرفة مدى وجود علاقة ارتباطية داله إحصائيا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط تقديرات أفراد العينة لمدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين الإثراء الوظيفي بمتغيراته (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) ورضا العاملين، ويشير الجدول رقم (١٤) إلى نتائج الاختبار.

نتائج تحليل اختبار الإنحدار:

جدول (١٤) جدول ملخص النموذج (Model Summary)[b]

النموذج	R معامل الإرتباط	R^2 معامل التحديد	**Adjusted R^2** معامل التحديد المعدل
1	.585a	.342	.327
a. Predictors: (Constant), الاستقلالية, تنوع_المهارات, مسؤوليات, أهمية_المهام			

يتبين من الجدول (١٤) أن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت (0.585)، كما هو موضح، أما قيمة معامل التحديد ويحدد بـ (R^2) بقيمة (0.342)، اما التحديد المعدل (ADJUST) (والذي يأخذ بالاعتبار الزيادة الحاصل في درجات الحرية)، وكما هو موضح أعلاه فقد بلغت قيمته (0.327) وعليه فإن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر (34.2%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع والباقي تُعزى إلى عوامل أخرى.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار: يمثل الجدول (١٥) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول(١٥) نتائج تحليل التباين[b]

النموذج	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
	Regression	40.109	4	10.027	23.872	.000b
	Residual	77.288	184	.420		
	المجموع	117.397	188			
a. Dependent Variable: الرضا_الوظيفي						
b. Predictors: (Constant), الاستقلالية, تنوع_المهارات, مسؤوليات, أهمية_المهام						

يوضح جدول (١٥) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج عن طريق إحصائي (F)، ومن خلال ما يبينه جدول (١٥) فإنه يتضح وجود معنوية عالية لإختبار(F) مقدرة بـ (23.872) وبمستوى الدلالة قُدرت بـ (Sig = 0.00) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبهذا يكون نموذج الإنحدار ملائم لقياس العلاقة السببية بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

ومن هذا المنطلق يتم رفض فرضية الدراسة العدمية وقبول فرضية الدراسة البديلة وبالتالي فانه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بمتغيراته (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) في رضى العاملين.

إختبار معنوية معاملات معادلة الانحدار المتعدد:

جدول (١٦) جدول المعاملات [a](Coefficient)

النموذج	B	الخطأ المعياري	Beta	t	مستوى الدلالة
مسؤوليات ومهام	.336	.084	.323	4.013	.000
تنوع المهارات	.268	.104	.179	2.580	.011
أهمية المهام	.189	.106	.170	1.778	.077
الاستقلالية في العمل	.056	.086	.050	.653	.514

الرضى الوظيفي: a.Dependent Variable

يشير الجدول رقم (١٦) أن المتغيرات المستقلة (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات) لها أثر دال إحصائياً في الأداء، ومن معاملات الانحدار المعيارية يتبين أن المسؤوليات والمهام جاءت في المرتبة الأولى من حيث حجم الأثر في المتغير التابع (الرضا الوظيفي)، تلاه تنوع المهارات، كما يشير الجدول رقم (١٦) أن المتغيرات المستقلة (أهمية المهام، والاستقلالية في العمل) لا يوجد لها أثر دال إحصائياً في الأداء.

الفرضية الرئيسة الثالثة:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بأبعاده في أداء العاملين من خلال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط.

لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل المسار Path Analysis باستخدام برنامج (Amos ver. 21)، ضمن برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك لتحديد الأثر المباشر وغير المباشر للإثراء الوظيفي بأبعاده في إداء العاملين من خلال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط.

جدول رقم (١٧) نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر للفرضية الرئيسة الثالثة

البيان	Chi ^{2}	GFI	CFI	AGFI	RMSEA	مستوى الدلالة Sig	قيم معاملات التاثير المباشر		قيمة معامل التاثير غير المباشر	المسار	t المحسوبة	مستوى الدلالة
أثر ألإثراء الوظيفي بأبعاده في إداء العاملين من خلال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط	25.4	0.99	0.95	0.95	0.029	0.000	الإثراء الوظيفي في الرضى الوظيفي	0.301	0.133	الإثراءالوظيفي ← الرضى الوظيفي	5.669	.000
							الرضى الوظيفي في أداء العاملين	0.450		الرضى الوظيفي ← أداء العاملين	10.097	.000

GFI: مؤشر ملائمة الجودة ويفترض أن يقترب من الواحد الصحيح.

CFI: مؤشر الموائمة المقاربة ومن المفترض أن يقترب من الواحد الصحيح.

RMSEA: مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي ومن المفترض أن تكون قيمته محصورة بين (0.05-0.08).

The Indirect effect:عبارة عن حاصل ضرب معاملات قيم التأثير المباشر بين المتغيرات.

يوضح الجدول (١٧) نتائج تحليل المسار الخاص بهذه الفرضية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي، وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإثراء الوظيفي في أداء العاملين من خلال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط، إذا بلغت قيمة (Chi^2) المحسوبة (25,44) وبلغت قيمة (GFI) Goodness of fit Index وهو مؤشر ملائمة الجودة (0,989) وهو مقارب إلى قيمة الواحد الصحيح (الملائم التام)، كما بلغت قيمة مؤشر الموائمة المقارن (comparative fit Index) (CFI) (0,953)، وهو مقارب إلى قيمة الواحد الصحيح، كما بلغت قيمة مؤشر (جودة المطابقة التصحيحي) (AGFI) Adjusted Goodness of fit index (0,951) وبلغت قيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (of (RMSEA) (Root mean square Error Approximation بلغت (0,0292) وهي مقاربة لقيمة الصفر، وقد بلغ التأثير المباشر للإثراء الوظيفي بأبعاده مجتمعة في أداء العاملين (0,301)، وهذا يشير إلى تأثير الإثراء الوظيفي في رضى العاملين.

أما التأثير غير المباشر للإثراء الوظيفي بأبعاده مجتمعة في أداء العاملين من خلال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط فقد بلغ (0,133)، وهو يعني أن الرضى الوظيفي يمارس دوراً وسيطاً في تأثير الإثراء الوظيفي في أداء العاملين، وعليه يمكن القول بقبول الفرضية التي تفيد بوجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإثراء الوظيفي بأبعاده في أداء العاملين من خلال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط .

مناقشة النتائج:

١) من خلال استعراض نتائج الدراسات السابقة تبين أن دراستنا اختلفت مع دراسة (عبدالقادر وأبو سن، ٢٠١٢) حيث عدم تأثير الحوافز المادية والمعنوية (ومن ضمنها الإثراء الوظيفي) في أداء العاملين في حين أن دراستنا تؤكد أهمية الإثراء الوظيفي (كحافز معنوي) في تحسين أداء العاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي .

٢) كذلك وُجِد أن استقلالية العمل حصلت على أقل نسبة في التأثير على الأداء، بينما حصل التفاعل على أعلى نسبة، في دراسة (Vijay & Indradevi, 2015) وخلصت الدراسة إلى أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية أداء العاملين والإثراء الوظيفي، وبذلك تكون اختلفت مع دراستنا التي تشير نتائجها إلى أهمية الإثراء الوظيفي في تحسين أداء العاملين.

٣) في حين أكدت دراسة (Saleem, 2012) وجود ترابط متوسط بين الإثراء الوظيفي وتوسيع الوظائف والرضى الوظيفي وأداء العاملين، وأن للإثراء الوظيفي وتوسيع الوظائف تأثير مباشر في الرضى الوظيفي من خلال أداء العاملين كمتغير وسيط ، وبهذا تكون قد اتفقت مع دراستنا افي هذه النتيجة.

٤) أما دراسة (Azeez & Abimbola, 2016) التي كشفت الارتباط بين الإثراء الوظيفي والرضى الوظيفي ذلك أن الإثراء الوظيفي يوفر تنوع المهارات، وهوية الوظيفة، وشعور العاملين بالأهمية ، كذلك المسؤولية، والتحدي، والحرية، والمشاركة في اتخاذ القرارات، والتغذية الراجعة من أداء العمل، والنمو والشعور بالإنجاز ما يؤدي إلى رضى العاملين وأداء عالٍ لهم، وبذلك تكون قد اتفقت مع دراستنا في أهمية الإثراء الوظيفي في تعزيز أداء العاملين ودور الرضى الوظيفي كوسيط في العلاقة بين الإثراء الوظيفي وأداء العاملين.

٥) أكدت نتائج الدراسة إلى أن كافة محاور الإثراء الوظيفي كانت على درجة عالية من التقدير من قبل أفراد العينة.

٦) أكدت نتائج الدراسة إلى وجود قدرة لدى العاملين للتكيف عند حدوث حالات طارئة في العمل، كما يتم إنجاز الأعمال على نحو مميز حتى لو تضمن العمل مهام إضافية.

٧) أشارت النتائج إلى تدني مستوى الرضى حول الحوافز والأجور، ووجود درجة متوسطة من الرضى حول المناخ التنظيمي، كما أشارت النتائج إلى أن أدنى مستوى من الرضى تمثل بعدم تناسب الأجر مع متطلبات المعيشة، وقلة ارتباط الترقيات بالكفاءة والأداء ، وتدني مستوى مشاركة العاملين لاتخاذ القرارات.

٨) أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإثراء الوظيفي بمتغيراته (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) وأداء العاملين، حيث بينت النتائج أن تنوع المهارات جاء في المرتبة الأولى من حيث حجم الأثر في المتغير التابع (أداء العاملين)، تلاه أهمية المهام، ثم الاستقلالية في العمل، وأخيراً مسؤوليات ومهام.

٩) أشارت الدراسة إلى وجود أثر للإثراء الوظيفي في رضى العاملين، حيث وجود أثر لـ (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات، أهمية المهام، الاستقلالية في العمل) ورضى العاملين، حيث بينت الدراسة أن المتغيرات المستقلة (مسؤوليات ومهام، تنوع المهارات) لها أثر في الأداء، وتبين أن متغير المسؤوليات والمهام جاء في

المرتبة الأولى من حيث حجم الأثر في المتغير التابع (الرضا الوظيفي)، تلاه تنوع المهارات، في حين أن المتغيرات المستقلة (أهمية المهام، والاستقلالية في العمل) لا أثر لها في أداء العاملين.

١٠) خلصت الدراسة إلى وجود تأثير للإثراء الوظيفي في رضى العاملين على نحو مباشر، أما التأثير غير المباشر للإثراء الوظيفي بأبعاده مجتمعة في أداء العاملين من خلال الرضى الوظيفي كمتغير وسيط ، وهو يعني أن الرضى الوظيفي يمارس دوراً وسيطاً في العلاقة بين الإثراء الوظيفي أداء العاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي.

التوصيات:

١- تعزيز مستوى الإثراء الوظيفي للعاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي من خلال توسيع الوظائف، وزيادة الصلاحيات والمهام التي تسهم في تقليل الملل والسأم لدى الفرد بهدف زيادة الرضى الوظيفي وتحسين الأداء.

٢- تعزيز قدرة العاملين من إكسابهم المهارات والمعارف اللازمة للتكيف مع الحالات الطارئة في العمل من خلال التدريب المستمر، ومنحهم فرصة المشاركة في اتخاذ القرارت، وحضور الاجتماعات التي تخص العمل، وجعلهم مشاركين في جلسات العصف الذهني.

٣- العمل على تحسين الحوافز والأجور، وإعادة النظر في المناخ التنظيمي ليلائم العاملين وثقافتهم، مع أهمية الإلتفات إلى ضرورة ربط الترقيات بالكفاءة والأداء، وزيادة مستوى مشاركة العاملين في اتخاذ القرارات خصوصاً ما يتعلق بأعمالهم المباشرة.

٤- تعظيم دور الرضى الوظيفي كمتغير وسيط في العلاقة بين الإثراء الوظيفي وأداء العاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي، ويكون ذلك من خلال الاهتمام بعوامل الرضى المعنوية والمادية وتطويرها.

٥- توجيه الباحثين نحو إجراء المزيد من الأبحاث تكمل دور البحث الحالي بإدخال متغيرات تفصيلية إضافية للمتغيرات الحالية، مثل متغيرات: هوية الوظيفة، الشعور بالأهمية ، المسؤولية، والتحدي، والشعور بالإنجاز .

المراجع:

١. أبو تايه، بندر كريم، الحياري، خليل، والقطاونة، منار إبراهيم (٢٠١٢). **العلاقة بين المناخ التنظيمي والرضا الوظيفي في بعض منظمات الأعمال الأردنية**، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، ٢٠(١)، ١٥٩-١٨٨ الأردن.

٢. الدلبجي، سيف بن صالح (٢٠٠٢). **أثر العوامل الوظيفية والشخصية على الرضا الوظيفي وكفاية الأداء.** المملكة العربية السعودية، الرياض: مطبوعات أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

٣. السعودي، موسى (٢٠١٣)، **أثر الحوافز المادية على الرضا الوظيفي لدى العاملين في مؤسسة الضمان الاجتماعي الأردنية: دراسة ميدانية.** مجلة دراسات - العلوم الإدارية، ٤٠(١)، ١٨-٣٤.

٤. عبدالقادر، أحمد مهدي، و أبو سن، أحمد ابراهيم (٢٠١٢). **أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية على الإنتاجية بالقطاع الصناعي السوداني بالتطبيق على مجموعة شركات جياد الصناعية.** مجلة العلوم والتقانة ، السودان ١٢(٢).

٥. العواودة، عاطف (٢٠١٤)، **العوامل التنظيمية المؤثرة في التفويض الإداري: تصورات الموظفين (المديرين) في مراكز الوزارات الأردنية.** مجلة دراسات، العلوم الإدارية، ٤١(١)، ٧٢-٩١.

٦. الوذياني، محمد (٢٠١٤)، **اتجاهات المشرفين التربويين ومديري المدارس نحو استخدام الإثراء المهني في مجال القيادة المدرسية بمؤسسات التعليم العام السعودي.** مجلة دراسات، العلوم التربوية، ٤١(٢)، ٨٦٢-٨٨٠.

المراجع باللغة الانجليزية:

1- Al-Qudah, H. M., Osman, A. & Al-Qudah, H.E.. The Effect of Human Resources Management Practices on Employee Performance. International Journal of Scientific & Technology Research. Vol. 3, No. 9, Pp. 129-134(2014)

2- Aninkan, D.. The Impact of Reward Management and Job Enrichment on Job Satisfaction among Employees in The Ogun State Polytechnics. International Journal of Business and Management Invention, Vol. 3, No. 3. Pp. 19-26(2014)

3- Asl, I., Nazari, A. and Raadabadi, M.. Examining the Relationship between Job Enrichment and Performance: A Case Study of Nurses. Canadian Center of Science and Education, Vol. 11, No. 18, Pp. 108-115(2015)

4- Azeez, R. and Abimbola, M.. Job Enrichment and Work-Related Attitudes of Non-Academic Staff of Selected Public Universities in Lagos State. International Journal of Human Resource Studies, Vol. 6, No. 1, Pp. 89-104(2016)

5- Christen, M., Iyer, G., & Soberman, D.. Job Satisfaction, Job Performance, and Effort: A Re-examination Using Agency Theory. Journal of Marketing, Vol. 70, Pp. 137-150(2006)

6- Dobre, O.. Employee motivation and organizational performance. REASER "Review of Applied Socio- Economic Research", Vol. 5, No. 1, Pp. 53-60(2013)

7- Duffy, M.. Effects of a House Wide Hospital Registered Nurse Float Pool on Nurse Job Satisfaction, M.A. Dissertation. Northern Kentucky University. ProQuest Dissertations Publishing(2010)

8- Lander, F.. Multiple Impacts of Organizational Climate and Individual Value Systems Upon Job Satisfaction. Personnel Psychology Journal, Vol. 22, Pp. 171-183(2009)

9- Lunenburg, F.. Motivating by Enriching Jobs to Make Them More Interesting and Challenging., International Journal of Management, Business, and Administration, Vol. 15, No. 1. (2011)

10- Magaji, N.. Effect of Job Enrichment on Employee Motivation in Selected Private Universities in South-West Nigeria. Journal of Arts, Science & Commerce, Vol. 6, No. 4, Pp. 67-77. (2015)

11- Nassazi, A.. Effects of Training on Employee Performance "Evidence from Uganda", University of Applied Sciences, Finland. (2013)

12- Raza, M. and Nawaz, M. Impact of Job Enlargement on Employees' Job Satisfaction, Motivation and Organizational Commitment: Evidence from Public Sector of Pakistan, International Journal of Business and Social Science, Vol. 2, No. 18, Pp. 168-273. (2011)

13- Robbins, S. & Judge, T.. Organizational Behavior. (17th ed.). Pearson(2016)

14- Salau, O., Adeniji, A. and Oyewunmi, A. Relationship Between Elements of Job Enrichment and Organizational Performance Among the non-Academic Staff in Nigerian Public Universities, Management and Marketing Journal, Vol. 12, No. 2, Pp. 173-189. (2014)

15- Saleem, S., Shaheen, W. And Saleem, R. The Impact of Job Enrichment and Job Enlargement on Employee Satisfaction Keeping Employee Performance as Intervening Variable: A Correlational Study From Pakistan, Kuwait Chapter Of Arabian Journal Of Business And Management Review, Vol. 1, No.9, Pp. 145-165. (2012)

16- Sanda, O., Asikhia, U. and Magaji, N.. Effect of Job Enrichment on Employee Satisfaction in Selected Private Universities in South-West Nigeria, International Journal of Development Research, Vol. 5, Issue, 11, Pp. 6068-6067(2015)

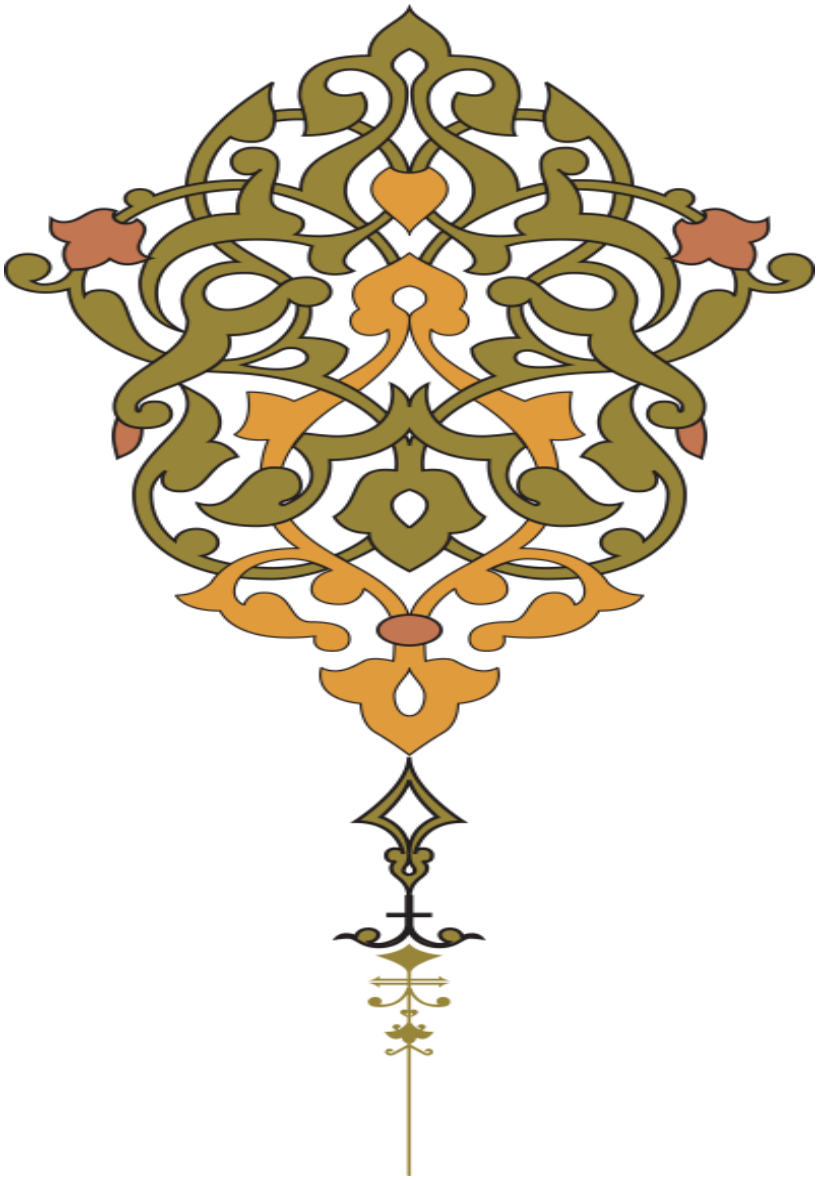
17- Sharma, D. and Raval, B. Impact of Job Enrichment on Employee's Turnover in Vodafone, International Journal of Science and Research, Vol. 5, No. 9, Pp. 455-458. (2016)

18- Siruri, Marwa & SMA, Muathe. A Critical Review of Literature on Job Designs in Sociotechnical Systems, Global Journal of Commerce & Management Perspective, Vol. 3, No. 6, Pp. 44-49(2014).

19-Tabiu, A. & Nura, A. (2013). Assessing The Effects of Human Resources Management (HRM) Practices in Employee Job Performance: A Study of Usmanu Danfodiyo University Sokoto. Journal of Business Studies Quarterly, Vol. 5, No. 2, Pp. 247-259

20-Vijay, V. and Indradevi, R.. A Study on Job Enrichment and Individual Performance among Faculties with Special Reference to a Private University, Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 6, No. 1, Pp. 252-260(2015)

21-Ying, Zhang, The Impact of Performance Management System on Employee performance, Thesis. Emerson College, Boston, USA(2012).



أثر التحرير المالي على حجم التداول في بورصة عمان (الأردن)

محمد تيسير بني هاني*

أ.د. أحمد إبراهيم ملاوي**

تاريخ وصول البحث:٢٠١٧/٧/٢٥ م

تاريخ قبول البحث:٢٠١٧/١٠/٢م

ملخص

تهدف هذه الدراسة الى استقصاء أثر التحرير المالي على حجم التداول في بورصة عمان (الأردن) خلال الفترة الزمنية (1995-2015)، ولاختبار سكون السلاسل الزمنية لمتغيرات نموذج الدراسة. تم تطبيق اختبار ديكي ـ فولر الموسع (ADF)، واختبار فيليبس ـ بيرون (PP). وأظهرت النتائج أن المتغيرات غير ساكنة بمستوياتها، ولكنها أصبحت ساكنة بعد أخذ الفرق الأول. وتم استخدام طريقة المربعات الصغرى المعدلة كلياً (FMOLS) لتقدير المرونات في المدى الطويل.

وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ايجابي للتحرير المالي على حجم التداول في بورصة عمان (الأردن)، حيث زيادة التحرير المالي بنسبة ١% تؤدي إلى زيادة حجم التداول الحقيقي بنسبة ٩,٢٧٤%. وأوصت الدراسة بضرورة توسيع نهج التحرير المالي من خلال تخفيف المعوقات التي تحد من عملية جذب المستثمرين الأجانب للاستثمار في بورصة عمان.

الكلمات المفتاحية: التحرير المالي، بورصة عمان (الأردن)، حجم التداول، طريقة المربعات الصغرى المعدلة كلياً، طريقة انحدار التكامل المشترك المقوم.

*باحث، الأردن.

**أستاذ دكتور، قسم الإقتصاد، جامعة اليرموك.

Abstract

This study aims to investigate the impact of financial liberalization on the Volume of Trade in Amman Stock Exchange, Jordan, during the period (1995-2015). Several diagnostic tests were applied, such as: Augmented Dickey-Fuller (ADF) and Philips-Perron (PP) tests for stationarity. The results showed that the time series of the variables are not stationary in their levels, whereas their first differences are stationary, the fully modified ordinary least squares (FMOLS) was applied for the co-integration test.

The results have shown that financial liberalization has a positive impact on the value of trade in Amman Stock Exchange, where an increase in financial liberalization by 1 % leads to an increase in the volume of trade in real terms by 9.274 %. The study recommended the need for increasing the financial liberalization through decreasing the obstacles that limit foreign investors from investing in Amman Stock Exchange.

Keywords: Financial Liberalization, Amman Stock Exchange (Jordan), Volume of Trade, Fully Modified Ordinary Least Squares (FMOLS)

أثر التحرير المالي على حجم التداول في بورصة عمان (الأردن)

دراسة قياسية (١٩٩٥ - ٢٠١٥)

المقدمة:

تختلف دول العالم فيما بينها من حيث مستويات النمو الاقتصادي، فكل دولة سياسات وإجراءات تتبعها لتحقيق مستويات أعلى من النمو والرفاه الاجتماعي ورفع مستوى المعيشة لدى أفرادها وغيرها العديد من الأهداف، مثل تخفيف حدة الفقر ومعدلات البطالة.

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف تقوم الدول بجملة من الإصلاحات، مثل إصلاح وتطوير الأسواق المالية، لما لها من أهمية بالغة في اقتصاد أي دولة، حيث تعد الأسواق المالية ركيزة أساسية من ركائز الاقتصاد الحديث، ومؤشراً جيداً للأداء الاقتصادي.

وتكتسب الأسواق المالية أهمية كبيرة في مجال تنمية الادخار المحلي، والوصول إلى مدخرات صغار المستثمرين، وإتاحة الفرصة أمامهم لدخول هذه الأسواق والاستثمار فيها، والعمل على توجيه تلك المدخرات لخدمة الاقتصاد الوطني، وبذلك تساعد تلك الأسواق على توجيه الأموال من الفئات التي لديها فائض إلى الفئات التي لديها عجز، مما يعمل على تشجيع عمليات الاستثمار المحلية التي بدورها تنعكس ايجابياً على الاقتصاد الوطني ككل.

وقد أوصى البنك الدولي وصندوق النقد الدولي بالتحرير المالي لتحسين كفاءة الأسواق المالية، حيث يشتمل هذا التحرير المالي على مجموعة من الإجراءات التي تعمل على تطوير وتحسين هذه الأسواق مثل تخفيف قيود الائتمان، وتخفيف الرقابة، والإشراف الحكومي على الجهاز المصرفي، وإزالة الأسقف الخاصة بأسعار الفائدة، وغيرها العديد من الإجراءات الأخرى، وذلك بهدف تنشيط تلك الأسواق، وزيادة حجم التداول فيها، مما يؤدي الى اجتذاب المستثمرين المحليين والأجانب للاستثمار بها، والذي ينعكس إيجابياً على النمو الإقتصادي للدولة ككل.

مشكلة الدراسة:

يعد التحرير المالي ظاهرة حديثة نسبيا في الدول النامية، إذ أنها بدأت منذ عقد الستينات في العديد من الدول المتقدمة، ثم تلتها الدول النامية من أجل عمليات الإصلاح الاقتصادي والمالي، حيث جاء هذا التحرير المالي بهدف مواكبة العولمة الاقتصادية في جميع المجالات الاقتصادية، وخاصة في مجال الأسواق المالية والمصرفية، حيث يساهم التحرير المالي في رفع كفاءة الأداء الاقتصادي.

فالدول النامية- ومنها الأردن- بحاجة ماسة لرفع أدائها الاقتصادي للتغلب على بعض المشكلات الاقتصادية، كعجز الموازنة العامة، وتقليل التشوهات في ميزان المدفوعات، وزيادة الاحتياطي من العملات الأجنبية وغيرها. ولذلك لجأ الأردن إلى زيادة درجة التحرير المالي، وهذا بدوره يحتاج إلى إجراء تقييم في بعض الأسواق ومنها بورصة عمان، وهذا ما تهدف إليه هذه الدراسة.

أهمية الدراسة:

لقد بينت العديد من الدراسات السابقة بأن للتحرير المالي مردودات إيجابية على اقتصاديات الدول النامية، بينما بيّن البعض الآخر عكس ذلك. ولأن الأردن لم يحظَ بالقدر الكافي من مثل هذه الدراسات، فقد جاءت هذه الدراسة في محاولة لاستقصاء أثر التحرير المالي على أداء بورصة عمان (الأردن) متمثلة بحجم التداول لسد هذه الثغرة.

هدف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى استقصاء أثر التحرير المالي على أداء بورصة عمان (الأردن) ممثلاً بحجم التداول للأوراق المالية فيها خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٥)، وذلك باستخدام بيانات سنوية.

فرضيات الدراسة:

تركز هذه الدراسة على فرضية رئيسية واحدة وهي: التحرير المالي يؤثر إيجابياً على حجم التداول في بورصة عمان (الأردن)، وهناك أيضا الفرضيات الفرعية التالية:

- نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي يؤثر إيجابيا على حجم التداول في بورصة عمان.

- الاستثمار الأجنبي المباشر يؤثر إيجابيا على حجم التداول في بورصة عمان.
- سعر الفائدة الحقيقي يؤثر إيجابيا على حجم التداول في بورصة عمان.

منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على أسلوبين هما: الوصفي التحليلي، والقياسي الكمي، حيث تم في الأسلوب الأول إجراء تحليل وصفي لأثر عمليات التحرير المالي على حجم التداول في بورصة عمان خلال فترة الدراسة، بينما تم في الأسلوب الثاني استخدام الأساليب القياسية المناسبة لاستقصاء تأثير عمليات التحرير المالي على حجم التداول في بورصة عمان (الأردن)، كما أنه تم إجراء العديد من الاختبارات التشخيصية اللازمة لاختيار النموذج القياسي المناسب.

الإطار النظري والدراسات السابقة

يعد التحرير المالي ظاهرة حديثة نسبياً، حيث أن هذه الظاهرة لم يكن لها أي وجود قبل مطلع الستينات، وقد جاءت هذه العملية ألا وهي التحرير المالي سعياً وراء عمليات الإصلاح الاقتصادي والمالي من أجل الوصول إلى ما تصبو إليه جميع دول العالم، ألا وهو الوصول إلى مستويات عالية من النمو الاقتصادي والرفاه الاجتماعي.وقد أوصى البنك الدولي وصندوق النقد الدولي بالتحرير المالي كنوع من الإصلاح المالي لزيادة كفاءة الأسواق المالية (Lenuta, 2011).فتحرير الأسواق المالية في بلد يؤدي الى زيادة تدفق رؤوس الأموال الداخلة الى ذلك البلد، مما يؤدي الى زيادة حجم الاستثمارات في السوق المالي (Waliullah, 2010).

حيث يقصد بالتحرير المالي أنه "مجموعة الإجراءات والسياسات التي تنتهجها دولة معينة من أجل وضع حد للعمليات التي تقيد القطاع المالي، من خلال تحرير أسعار الفائدة وإلغاء القيود على عملية دخول رؤوس الأموال الأجنبية للدولة عبر مختلف طرق تحرير حساب رأس المال" (Tornell and Westermann, 2005).

أما (بن طلحة ومعوشي، ٢٠٠٤) فقد عرفا التحرير المالي في النطاق الضيق "على أنه مجموعة الإجراءات التي تسعى إلى تقليل القيود المفروضة على القطاع المالي"، وفي نفس السياق ولكن على النطاق الواسع فقد عرفاه على أنه

"مجموعة من الإجراءات التي تعمل على تطوير الأسواق المالية وتطبيق أنظمة غير مباشرة للرقابة النقدية وإنشاء نظام إشرافي متين".

كما أن ملاوي وزغودي (٢٠١١) ذكرا بأن التحرير المالي هو "إلغاء أو تخفيف القيود والضوابط والتعليمات المطبقة على التعامل في الأسواق المالية داخلياً وخارجياً، وترك الأسعار المالية تتحدد وفقا لقوى العرض والطلب في السوق، وإلغاء سياسات تخصيص الائتمان، بالإضافة الى خصخصة المؤسسات المالية العمومية".

ويساهم التحرير المالي في إتاحة الفرصة للمستثمرين الأجانب لزيادة استثماراتهم داخل الأسواق المالية، مما يساعد في زيادة حجم السيولة في تلك الأسواق، وإلى تحسين مستويات المنافسة السعرية، مما يؤدي بالتالي إلى تحسين كفاءة تلك الأسواق، ومن الناحية النظرية ظهرت وجهات النظر التالية حول هذا الموضوع:

أولاً: يؤدي التحرير المالي في الأسواق المالية إلى توفير المعلومات الكفؤة المتعلقة بالمؤشرات المالية والاقتصادية، كتوفير تقارير مالية أفضل نوعية بالإضافة الى زيادة درجة الشفافية بسبب زيادة تطبيق معايير المحاسبة الدولية.إن كل ذلك يساهم في تقليل درجة عدم تماثل المعلومات بين المستثمرين المحليين والخارجيين، مما يؤدي الى زيادة ثقة الأجانب بتلك الأسواق المالية. كما يؤدي التحرير المالي أيضاً إلى زيادة حجم السيولة في تلك الأسواق نتيجة تقليص العوائق التي تواجه الاستثمار، كالرقابة على رؤوس الأموال، والتدخلات في أسعار صرف العملة وأسعار الفائدة. هذا بالإضافة إلى أن زيادة الشفافية تعمل على تقليل المضاربة بأسعار الأسهم نتيجةً لتوفر المعلومات الكافية، وبشكل لحظي، حيث أن التحرير المالي يشجع على التعامل الإلكتروني في تلك الأسواق مما يقلل تكاليف المعاملات (Transaction costs) وبالتالي زيادة كفاءة السوق المالي (Lenuta, 2011)).

وقد ركزت النظرية الاقتصادية الكلاسيكية (Classical Economic Theory) على أهمية التحرير المالي في عمليات إصلاح الأسواق المالية من خلال زيادة القدرة التنافسية للسوق المالي وبالتالي تحسين ميزان المدفوعات Waliullah, (2010).

إن عملية تحرير رؤوس الأموال داخل الدولة، وتقليص حجم القيود على تدفقات رؤوس الأموال الداخلة للدولة، من خلال تغيير بعض السياسات التي تحكم هذه التدفقات تؤدي الى تنمية سوق الأوراق المالية، وزيادة

حجمه، والعمل على زيادة منافسته الدولية بين الأسواق المالية في مختلف أرجاء العالم (Zervos & Levine , 1998).

ووجد ماكينون(Mckinnon) وشو(Shaw) أن التحرير المالي له دور مهم في تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي، وزيادة نسب الادخار داخل الدولة (Adeusi et al., 2012)، حيث يعمل التحرير المالي على جذب المستثمرين الأجانب مما يتيح فرصة الاستفادة من خبراتهم المتراكمة في الدول الأم، كما يعمل أيضاً على تقليل حجم المخاطر المتوقعة من خلال عمليات التنويع في المحافظ الاستثمارية، وزيادة الشفافية الإعلامية ونسبة السيولة فيه (Ben Rejeb & Boughrara, 2014).

ثانياً: يؤدي التحرير المالي في الأسواق المالية إلى عدم كفاءة تلك الأسواق، حيث أن زيادة السيولة نتيجة التدفقات المفاجئة لرؤوس الأموال الداخلة ربما تكون عائقاً أمام كفاءة السوق، من خلال خلق بما يسمى بفقاعات (Bubbles)أي وجود عائد موجب قبل الدخول المفاجئ لتلك الأموال يتحول إلى عائد سالب بعد دخول تلك الأموال. كما أن السلوك غير الرشيد للأطراف المشاركة في السوق، كعمليات المضاربة خلال فترة ما بعد التحرير، ربما يمنع أو يبطئ من كفاءة السوق (Lenuta, 2011).

ويرى (Huang, 2008) أن التحرير المالي يؤدي لاندماج السوق المالي المحلي مع الأسواق المالية العالمية، مما يجعل السوق المالي المحلي عرضة للتطاير (Volatility) الذي قد يحدث في الأسواق المالية الخارجية.

إن مؤيدي التحرير المالي يقدمون مجموعة من الأسباب التي تحث وتثني على عملية التحرير المالي، كالزيادة التي تحدثها في كمية التدفقات المالية الخارجية للداخل التي تعمل على الرفع من نسب الاستثمار المحلي، وتوفير الوسطاء الماليين الذين يعملون على معالجة مشكلة عدم توافر المعلومات بفضل تقليص تكلفة الوساطة، وتحفيز الحصول على المعلومات، وبالتالي تخصيص أفضل للموارد، ويعمل أيضاً التحرير المالي على زيادة الادخار المحلي الموجه للاستثمار (Apoteker & Crozet, 2003).

وبالرغم من المردودات الإيجابية التي أحدثها التحرير المالي في العديد من الدول المتقدمة، إلا أنه هنالك بعض الآثار السلبية للتحرير المالي على الاقتصاد، ومن أهمها تذبذب سعر الصرف، وتذبذب تدفق رؤوس الأموال

الخارجية نتيجة عدم الاستقرار الاقتصادي، وكما أن التحرير المالي يشكل ضغطاً كبيراً على النظام المالي المحلي، ويزيد من عملية الطلب على النقد من اجل عمليات المضاربة (ملاوي وزغودي،٢٠١١).

ويرى البعض (العيسى، ٢٠٠٧) بأن هنالك بعض الإجراءات الواجب أتباعها لإنجاح عملية التحرير المالي، ولتجنب الوقوع بالمشاكل أثناء تنفيذها، ولعل من أهم النصائح التي تقدم للدول في عملية التحرير المالي هي التدرج في عملية تنفيذ هذا التحرير، وذلك لتجنب التعثر والوقوع في مشاكل قد يكون لها تأثيرات سلبية كبيرة على الدولة ككل، وعلى نظامها المالي بشكل خاص، ومن الإجراءات المهمة لعملية التحرير المالي ما يلي:

١- تحرير أسعار الفائدة وجعلها تتحدد من تفاعل قوى العرض والطلب في السوق.

٢- تخفيف القيود على البنوك التجارية داخل الدولة.

٣- العمل على الحد من العوائق التي تواجه المستثمرين الأجانب في عملية المشاركة في الأسواق المالية المحلية.

٤- العمل على زيادة حدة التنافس بين المؤسسات المالية والمصرفية في القطاع الخاص، من خلال بعض الإجراءات التحفيزية التي تتبعها الحكومات، كالعمل على خصخصة القطاع العام.

٥- العمل على تخفيف وتقليل الاحتياطيات الإلزامية المبالغ فيها على البنوك التجارية، التي بدورها تؤدي الى زيادة نسبة السيولة لدى البنوك، ومن ثم تصريفها في قنوات الاستثمار من خلال عمليات الإقراض للمستثمرين.

وعند الشروع بعملية تطبيق سياسة التحرير المالي في أي دولة فلا بد من إتباع أحد النمطين، إما نمط العلاج التدريجي الذي يقوم على إتباع مراحل متعددة للوصول إلى آخر مراحل الإصلاح المالي، وذلك للحد من المشاكل والأزمات التي تواجه المؤسسات المالية المحلية أثناء عملية التأقلم مع الوضع الجديد، أو نمط العلاج بالصدمة الذي يقوم على ترسيخ الهياكل والأنظمة الاقتصادية والسياسية والمؤسساتية قبل البدء في الإصلاح، حيث يفترض مؤيدو هذا النمط وجود مناخ اقتصادي وسياسي ملائم ومستقر للبدء في عمليات الإصلاح المالي،

حيث تعمل هذه السياسة على تغيير القوانين وإزالة القيود بصفة مباشرة بهدف إحداث دفعة قوية للاتستثمار وللنشاط الاقتصادي (ملاوي وزغودي، ٢٠١١).

أما في ما يتعلق بالدراسات السابقة حول موضوع التحرير المالي، فإن هذا الموضوع لم يحظ بالكثير من الدراسات حوله وخصوصاً في المنطقة العربية والأردن، حيث كان هنالك شح في عدد الدراسات عن هذا الموضوع في المنطقة العربية، وكانت أغلبية البلدان التي اهتمت بهذا الموضوع هي من الدول المتقدمة التي تسعى دوماً الى تحسين اقتصادها ومواصلة تطوره ونموه، وذلك بعد التأثير الإيجابي الذي وجدته هذه الدول بعد تطبيق نهج التحرير المالي على أسواقها.

فقد وجد Edwards وآخرون (2003) في دراسة حول أثر التحرير المالي على ستة أسواق ناشئة، أربعة منها في أمريكا اللاتينية واثنين في آسيا وذلك باستخدام نماذج أنماط السلوك العشوائية (Random Walk-Type Models)، أن سياسة التحرير المالي كان لها أثر إيجابي على أسواق أمريكا اللاتينية، حيث تحسنت أسواقهم المالية بشكل ملحوظ، بل وأصبحت قريبة جدا من أسواق الدول المتقدمة، بينما بالنسبة للدول الأسيوية فكان هنالك تحسن ولكن بنسبة أقل من الدول اللاتينية.

وفي دراسة أخرى قام بها Ito (2006) حول أثر التحرير المالي من خلال الانفتاح التجاري أمام الدول الأخرى، وأثره على تنمية وتطوير الأسواق المالية في حوالي سبع وثمانين دولة من دول آسيا وذلك باستخدام نموذج القيم الكليتة لسوق الأسهم (Stock Market Total Value Model) خلال الفترة الزمنية (1980-2000)، تبين منها أن عملية التحرير المالي، متمثلة بالانفتاح التجاري أمام الدول الأخرى، لها أثر إيجابي على عملية تحفيز وتنمية الأسواق المالية في هذه الدول.

وفي دراسة قام بها Kaminsky و Schmukler (2008) حول أثر التحرير المالي على الأسواق المالية على المدى القريب وأثره على المدى البعيد وذلك باستخدام نموذج نمط السلوك العشوائي (Random Walk-Type Model) باستخدام تسلسل زمني مختلف في ثمان وعشرين دولة مختلفة، وقد تبين من خلال عملية التحليل أن التحرير

المالي على المدى القريب قد يؤدي إلى حدوث مشاكل مالية معينة، ولكنه على المدى البعيد له العديد من التأثيرات الإيجابية سواء كانت في تحسين كفاءة الأسواق المالية أو بجعلها أكثر استقراراً.

وقد وجد Cajueiro وآخرون (2009) في دراسة حول أثر التحرير المالي على كفاءة وفعالية الأسواق المالية في اليونان مع بداية التسعينات وذلك باستخدام نماذج الكسور المتعدد. بأنه يوجد تأثير إيجابي للتحرير المالي على مدى كفاءة وفعالية السوق وجعله أكثر قدرة على مواكبة الأسواق المالية المتقدمة.

وفي دراسة قامت بها Lenuta (2011) عن موضوع التحرير المالي وكفاءة سوق الأسهم في رومانيا، حيث تم تطبيق اختبار نسبة التباين في هذه الدراسة على المؤشرين المستخدمين قبل وبعد عملية التحرير المالي، كما تم أيضاً بهذه الدراسة إستخدام نماذج أنماط السلوك العشوائية (Random Walk-Type Models) وقد تبين منها أنه يوجد ارتباط إيجابي بين عملية التحرير المالي وكفاءة سوق الأسهم في رومانيا.

وجاءت دراسة (Abdullahi, 2013) بهدف استقصاء دور التحرير المالي في تشجيع التعميق المالي والنمو الاقتصادي في دول الصحراء الإفريقية (Sub-Saharan African Countries)، حيث كانت الدراسة مقطعية وسلاسل زمنية غطت بيانات ٢١ دولة خلال الفترة الزمنية (١٩٨١-٢٠٠٩) وباستخدام طريقة العزوم المعممة (GMM). وتوصلت النتائج إلى أن التحرير المالي يؤثر إيجابياً على التعميق المالي، وعلى تحريك الموارد في تلك الدول.

كما جاءت دراسة (Adegboye & Ikponmwasa, 2013) بهدف استقصاء الآثار الرئيسية للانفتاح المالي على تطور الأسواق المالية في مجموعة دول غرب افريقيا (نيجيريا، غانا، ساحل العاج). تم استخدام دراسة مقطعية وسلاسل زمنية خلال الفترة الزمنية (١٩٨٨-٢٠١٠). وتوصلت الدراسة إلى أن الانفتاح المالي في تلك الدول يعزز تطور الأسواق المالية المحلية.

تطور مؤشر التحرير المالي في الأردن، وتطور مؤشر حجم التداول الحقيقي والأسمي في بورصة عمان (الأردن):

تتعرض الدول التي تعتزم سياسات حكومية لمراقبة الأسواق المالية بشكل متشدد لانتقادات متزايدة،وذلك لأن هذه السياسات تعرقل من كفاءة أداء المؤسسات المالية وتطورها، إذ يشير البعض إلى أن تحرير الأسواق المالية يرفع

من كفاءة هذه الأسواق في تحويل الادخار الى الاستثمار، وبالتالي تحسين أداء النمو الاقتصادي داخل البلد (Bumann et al., 2013).

وكالعديد من الدول النامية سعى الأردن إلى تطوير وتحسين نظامه المالي المستخدم، وذلك من أجل مواكبة التطورات التي حصلت في الدول المتقدمة، سعياً وراء تحسين الاقتصاد الوطني، وتفعيل دور الأسواق المالية في تحقيق ذلك، لما في ذلك من أثار ومردودات إيجابية على الدولة والفرد معاً، حيث أدت عملية تطوير وتحسين النظام المالي الأردني إلى زيادة مدى كفاءته واستقراره، الأمـر الذي عمل على زيادة ثقة المستثمرين المحليين والأجانب فيه.

وقد بدأ الأردن منذ أواخر الخمسينات في القرن الماضي بالقيام بالعديد من الإجراءات من أجل تحسين وتطوير نظامه المالي، حيث بدأ الأردن بالإعداد لإنشاء البنك المركزي الأردني في أواخر الخمسينات، حيث صدر قانون البنك المركزي الأردني عام (١٩٥٩)، ومن ثم استكملت إجراءات مباشرة البنك لأعماله عام (١٩٦٤)، وتملك الحكومة الأردنية كامل رأس مال البنك المركزي الذي تم زيادته على عدة مراحل من مليون دينار أردني ليصل في عام (٢٠١٧) الى ثمانية عشر مليون دينار أردني، ولكن بالرغم من ملكية الحكومة لرأس مال البنك إلا أن البنك المركزي يتمتع وفق أحكام قانونه بشخصية اعتبارية مستقلة (موقع البنك المركزي الأردني).

وتم بعد ذلك أيضاً القيام بعدد من الإجراءات التي عملت على تعميق النظام المالي الأردني، حيث قام الأردن بتأسيس مؤسسات مالية ذات أهمية كبيرة في دفع عجلة النمو الاقتصادي الأردني، حيث تم إنشاء سوق عمان المالي في عام (١٩٧٦) والذي باشر أعماله في عام (١٩٧٨) كمؤسسة مالية مستقلة تهدف الى استقطاب الاستثمارات المحلية والأجنبية معاً من أجل العمل على تحسين الوضع الاقتصادي الأردني.

ولقد عانى الأردن في السنوات الأخيرة العديد من المشاكل الاقتصادية بسبب عدم الاستقرار السياسي الذي يجوب المنطقة المحيطة به، فارتفع الدين العام للدولة، وتفاقم عجز الموازنة العامة، وازدادت التشوهات في ميزان المدفوعات، وذلك بسبب عدم استقرار الإقليم المحيط به سياسياً، الأمر الذي أدى لعرقلة طرق التجارة الدولية لها، إذ تعد التجارة الدولية مهمة جداً للاقتصاد الأردني، حيث تساوي قيمة الصادرات والمستوردات مجتمعة ما يقارب

(٩٨%) من الناتج المحلي الإجمالي الأردني، ومن أجل ذلك وفي عام (٢٠٠٠) انضم الأردن الى منظمة التجارة العالمية ووقع اتفاقية تجارة حرة مع الولايات المتحدة الأمريكية.

وبالرغم من الأوضاع التي يعاني منها الأردن حالياً، إلا أنه كان من السباقين إلى اعتماد نهج التحرير المالي والاقتصادي ضمن منطقته، حيث يعد من أوائل من أتبع نهج التحرير المالي من أجل إصلاح وتطوير نظامه المالي المستخدم، حيث كانت سياسة تطبيق التحرير المالي على النظام المالي الأردني من أجل تعزيز مستوى كفاءته ومدى استقراره وزيادة روح المنافسة في مؤسساته المالية.

وعند مقارنة مؤشر الحرية المالية (المؤشر الممثل للتحرير المالي) لعدد من الدول العربية في السنوات ٢٠١٥، ٢٠١٦، ٢٠١٧، يظهر بأن مؤشر الأردن خلال السنوات الثلاث المذكورة أعلى من المعدل لمجموعة الدول المذكورة كما يظهر الجدول رقم (١).

جدول (١) مؤشر الحرية المالية (المؤشر الممثل للتحرير المالي) لعدد من الدول العربية

مؤشر الحرية المالية (%) (المؤشر الممثل للتحرير المالي)			
الدولة	سنة (2015)	سنة (2016)	سنة (2017)
الأمارات العربية المتحدة	50.0	60.0	60.0
قطر	50.0	60.0	60.0
البحرين	80.0	80.0	80.0
الأردن	60.0	60.0	60.0
الكويت	50.0	50.0	60.0
المملكة العربية السعودية	50.0	50.0	50.0
عُمان	60.0	60.0	60.0
المغرب	60.0	60.0	70.0
لبنان	60.0	50.0	50.0
مصر	40.0	40.0	40.0
المعدل	56.0	57.0	59.0

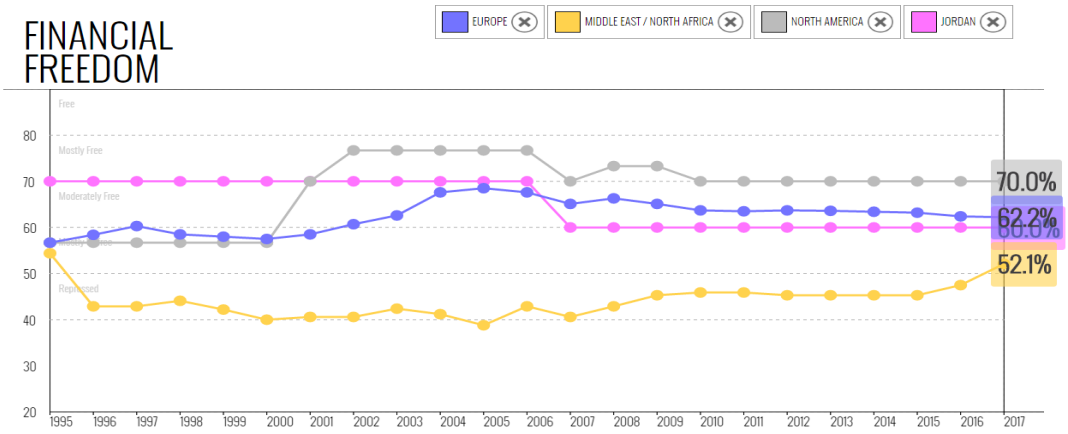
*الجدول من اعداد الباحثان، تم أخذ البيانات من موقع:

(The Wall Street Journal and The Heritage Foundation, 2017)

كما يلاحظ من الجدول (١) كذلك بأن كل من قطر والإمارات العربية المتحدة والمغرب عملت على زيادة نسبة مؤشر الحرية المالية (المؤشر الممثل للتحرير المالي) في الآونة الأخيرة عما كانت عليه في السابق، وهذا يدل على المردودات الإيجابية التي تحققت في هذه الدول نتيجة هذه السياسة، أما بالنسبة لبقية الدول التي لم تزد من أتباع وتوسيع هذا النهج أوخفضته فيكون بسبب أمور داخلية في الدولة نفسها أو أمور تتعلق بما يدور حولها من أحداث كمصر ولبنان.

ولأجل مقارنة وضع الأردن في إتباع سياسة التحرير المالي مع بعض الاقتصاديات الدولية الأخرى على مدى الفترة الزمنية (١٩٩٥-٢٠١٧)، تم أعداد الشكل (١) التالي:

منحنى مؤشر الحرية المالية (المؤشر الممثل للتحرير المالي) في بعض الاقتصاديات.



*الشكل من موقع:

(The Wall Street Journal and The Heritage Foundation, 2017)

حيث يتضح من خلال الشكل (١) بأن الأردن يقع في مركز متقدم حتى بالنسبة لهذه الاقتصاديات المتقدمة والقوية في أتباع سياسة التحرير المالي، حيث كما يبين الشكل أعلاه أن الأردن يقع في موقع أعلى من موقع معظم بلدان الشرق المتوسط وشمال أفريقيا وفي مكان مضاهي ومقارب لدول أوروبا وفي مكان أقل بقليل من دول شمال أمريكا، وهذا أمر جيد ويدل على التطور في النظام المالي المستخدم وكفاءته ومواكبته لهذ الأقتصاديات القوية.

وفي ما يتعلق بالأردن بالنسبة لمؤشر الحرية المالية (المؤشر الممثل للتحرير المالي) خلال فترة الدراسة فنلاحظ من الجدول (٢) بأن قيم مؤشر الحرية المالية (المؤشر الممثل للتحرير المالي) بدأت مرتفعة، حيث كانت قيمتها (٧٠%) خلال الفترة ما بين (١٩٩٥) و(٢٠٠٦)، ومن ثم استقرت بعد ذلك عند قيمة (٦٠%) خلال الفترة الزمنية المتبقية، حيث كانت قيم هذا المؤشر مرتفعة في بداية تطبيق هذه السياسة (سياسة التحرير المالي) بسبب الإصلاحات المالية التي تم تطبيقها خلال هذه الفترة وما رافقها من نصائح من البنك الدولي وصندوق النقد الدولي من أجل تحرير الاقتصاد المحلي والانفتاح التجاري على الدول الأخرى.

ومن ثم شهدت قيم مؤشر الحرية المالية (المؤشر الممثل للتحرير المالي) انخفاضاً في قيمه منذ بداية عام (٢٠٠٧) ولغاية نهاية فترة الدراسة، حيث يعود ذلك إلى الإجراءات التقييدية التي قامت باتخاذها الحكومة بعد الأزمة المالية العالمية عام (٢٠٠٨)، حيث أن هذا التراجع عن سياسات التحرير المالي كان من أجل تحسين الإشراف على القطاع المالي وتعزيز الرقابة عليه، وتجنب الوقوع في مثل هذه الأزمات مستقبلاً.

جدول (٢) مؤشر الحرية المالية في الأردن

السنة	مؤشر الحرية المالية (%)	السنة	مؤشر الحرية المالية(%)
1995	70.0	2005	70.0
1996	70.0	2006	70.0
1997	70.0	2007	60.0
1998	70.0	2008	60.0
1999	70.0	2009	60.0
2000	70.0	2010	60.0
2001	70.0	2011	60.0
2002	70.0	2012	60.0
2003	70.0	2013	60.0
2004	70.0	2014	60.0
		2015	60.0

*الجدول من اعداد الباحثان، تم أخذ البيانات من موقع:

(The Wall Street Journal and The Heritage Foundation, 2017)

وفي ما يتعلق بمؤشر حجم التداول الحقيقي والإسمي في بورصة عمان يبين الجدول (٣) قيمهما في بورصة عمان (الأردن) ومعدلات النمو لهما، حيث أنه هو المؤشر الرئيسي في هذه الدراسة لما له من أهمية كبيرة في إعطاء فكرة عامة عن أداء البورصة.

الجدول (٣) حجم التداول الحقيقي والإسمي في بورصة عمان (الأردن) ومعدلات النمو لهما

السنة	حجم التداول الحقيقي (مليون دينار أردني)	النمو في حجم التداول الحقيقي (%)	حجم التداول الاسمي (مليون دينار أردني)	النمو في حجم التداول الاسمي (%)
1995	781.63	.....	418.95	.....
1996	398.37	-49.03	298.58	-40.66
1997	552.47	38.68	355.24	24.90
1998	700.41	26.77	469.37	30.71
1999	583.92	-16.63	389.47	-16.12
2000	498.84	-14.57	334.72	-14.05
2001	978.99	96.25	668.65	99.76
2002	1367.29	39.66	950.27	42.11
2003	2605.58	90.56	1855.17	95.22
2004	5189.12	99.15	3793.25	104.46
2005	22266.72	329.48	16871.05	349.76
2006	17652.01	-20.7	14209.87	-15.77
2007	14647.80	-17.01	12348.10	-13.10
2008	21142.57	44.33	20318.01	64.59
2009	10131.35	-52.08	9665.31	-52.43
2010	6689.98	-33.96	6689.98	-30.78
2011	2735.36	-59.11	2850.25	-57.39
2012	1817.09	-33.57	1978.81	-30.57
2013	2653.15	46.01	3027.25	52.98
2014	1927.94	-27.33	2263.40	-25.23
2015	2935.63	52.26	3417.07	50.97

*تم أخذ البيانات من موقع بورصة عمان، تم احتساب معدلات النمو من قبل الباحثان.

تشير البيانات الظاهرة في الجدول (٣) إ لى أن حجم التداول الحقيقي في بورصة عمان قد شهد تذبذباً في أدائه على طول هذه الفترة الزمنية، حيث شهد ارتفاعاً في عدد من السنوات وتحسن في الأداء وشهد انخفاضاً في سنوات أخرى، فمثلاً قد شهد حجم التداول الحقيقي ارتفاعاً ملحوظاً في عام (١٩٩٧) بارتفاع بلغ (٣٨%) تقريباً عما كان عليه في عام (١٩٩٦) حيث يعزى سبب هذا الارتفتاع إلى التطورات والتحسينات التي جرى القيام بها على سوق الأوراق المالية الأردنية وصدور قانون الأوراق المالية الأردنية المؤقت رقم (٢٣) لسنة (١٩٩٧) كنوع من هذه التحسينات، وتعزيز وتفعيل دور الرقابة على السوق المالية وتحسين وتطوير البنية التحتية لهذا السوق.

ومن ثم في عام (١٩٩٩) وعام (٢٠٠٠) شهد حجم التداول الحقيقي انخفاضاً في قيمته عما كان عليه في عام (١٩٩٨) وعام (١٩٩٧)، ويعزى ذلك الى أن الأردن كان في وضع حكم انتقالي بانتقال السلطات الدستورية إلى جلالة الملك عبدالله الثاني، ومن ثم شهد حجم التداول الحقيقي ارتفاعاً ملموساً في الفترة من عام (٢٠٠١) لغاية العام (٢٠٠٤) وذلك بسبب اتباع الحكومة نهج الخصخصة، حيث قامت الحكومة ببيع العديد من المؤسسات الحكومية وخصخصتها وبذلك توفر في تلك الفترة سيولة فائضة استثمرت في الاقتصاد المحلي، بالإضافة إلى عملية إدراج البورصة لأسهم شركات جديدة وتوسيع دائرة المستثمرين لتطول الجميع من أفراد وشركات.

ومن ثم انخفض حجم التداول الحقيقي مجدداً في عام (٢٠٠٦) وعام (٢٠٠٧) عما كان عليه، حيث تأثر الاقتصاد المحلي بجميع مؤسساته المالية بانخفاض حجم المساعدات الخارجية بعد وقوع حرب العراق التي كانت تقدم للأردن مساعدات مادية وعينية مهمة جداً في اقتصادها الوطني، وبالرغم من وقوع الأزمة المالية العالمية في نهاية عام (٢٠٠٨)، إلا أن حجم التداول الحقيقي لم يتأثر كثيراً بهذه الأزمة وتأخر ظهور علامات التأثر بها، وذلك لأن الاقتصاد المحلي يعتبر اقتصاد مغلق نسبياً مقارنةً مع اقتصاديات الدول الأخرى، أما في السنوات اللاحقة فقد حصل نوع من التذبذب في حجم التداول الحقيقي في البورصة، بسبب الوضع السياسي والاقتصادي الذي يجوب المنطقة حالياً.

ويلاحظ من خلال الجدول (٣) أيضاً بأن حجم التداول الإسمي في بورصة عمان (الأردن)، قد كان مشابهاً في معظم سنوات الدراسة لحجم ا لتداول الحقيقي، حيث شهد تذبذباً على طول الفترة الزمنية للدراسة فارتفع في عدد من السنوات وانخفض في سنوات أخرى، إذ شهد ارتفاعاً وتحسناً في الأداء في عام (١٩٩٧) بارتفاع بلغ (٢٤,٩%) عما كان عليه في عام (١٩٩٦)، وهو مشابه لسلوك حجم التداول الحقيقي في هذا العام إلا أن حجم التداول الحقيقي كان الارتفاع فيه بنسبة أكبر قليلاً، ومن ثم في عام (١٩٩٩) وعام (٢٠٠٠) انخفض حجم التداول الإسمي عما كان عليه في عام (١٩٩٨) وعام (١٩٩٧) حاذياً حذو حجم التداول الحقيقي في هذه الفترة، وهكذا أستمر حجم التداول الإ سمي بالارتفاع والانخفاض على طول الفترة الزمنية للدراسة وكان سلوكه مشابهاً لسلوك حجم التداول الحقيقي على طول هذه الفترة الزمنية.

مكونات النظام المالي الأردني:

يتكون القطاع المالي في الأردن من البنوك وشركات التأمين وشركات الوساطة والخدمات المالية المتنوعة وشركات الصرافة وشركات التمويل الأصغر وشركات الإقراض المتخصصة الأخرى، حيث تعتبر البنوك المكون الرئيسي للقطاع المالي في الأردن البالغ حجم موجوداته ما قيمته (٤٨) مليار دينار كما في نهاية عام (٢٠١٥)، حيث شكلت موجودات البنوك المرخصة ما نسبته (٩٤,١%) من إجمالي موجودات القطاع المالي.

وفي ما يتعلق ببورصة عمان في عام (٢٠١٥)، فقد شهدت مؤشرات البورصة تبايناً في أدائها مقارنة بعام (٢٠١٤)، حيث أنخفض الرقم القياسي لأسعار الأسهم المرجح بالقيمة السوقية للأسهم الحرة بما نسبته (١,٣%)، وتراجعت القيمة السوقية للأسهم المدرجة في البورصة بنسبة (٠,٥%) لتصل إلى (١٨) مليار دينار مشكلة بذلك ما نسبته (٦٧,٥%) من الناتج المحلي الإجمالي، في حين ارتفع حجم التداول بنسبة (٥١%) مقارنةً بعام (٢٠١٤)، هذا وقد سجل صافي تعاملات المستثمرين غير الأردنيين تدفقاً موجباً بمقدار (١٠,٦) مليون دينار أردني في هذا العام عام (٢٠١٥) (البنك المركزي الأردني، تقرير الاستقرار المالي، ٢٠١٥).

وتتكون مؤسسات سوق رأس المال في الأردن من ثلاث مؤسسات مستقلة مالياً وإدارياً عن بعضها البعض، حيث كان إنشاء هذه المؤسسات من أجل فصل الدور الرقابي عن الدور التنفيذي في سوق رأس المال، وهذه المؤسسات الثلاث هي (قصراوي، ٢٠٠٨) :

أ- هيئة الأوراق المالية :

تأسست هيئة الأوراق المالية في عام (١٩٩٧)، وذلك قبل تأسيس بورصة عمان بعامين، وكان الهدف الرئيس من تأسيس هذه المؤسسة المالية تأمين الحماية للمستثمرين، وتطوير تشريعات سوق رأس المال لرفع درجة الأمان والشفافية فيه، وذلك من خلال تطبيق تعليمات الإفصاح ونشر ثقافة الاستثمار ومتابعة تقيد وانسجام الجهات الخاضعة لإشرافها بالقانون والأنظمة والتعليمات تعزيزاً لسيادة القانون وعدالة التعامل، وكل ذلك بهدف الارتقاء بسوق رأس المال المحلي، ومواكبة الأسواق المالية المتقدمة وفق المهام التي أناط القانون هيئة الأوراق المالية بها، ولا ننسى أيضاً بأنها هيئة حكومية مستقلة مالياً وإدارياً وترتبط علاقتها مباشرة مع رئيس الوزراء الأردني.

ب- مركز إيداع الأوراق المالية:

حيث تأسس مركز إيداع الأوراق المالية في عام (١٩٩٩) وذلك في نفس العام الذي تأسست فيه بورصة عمان، وهو مؤسسة غير ربحية ذو نفع عام، مستقل مالياً وإدارياً، ويخضع لرقابة هيئة الأوراق المالية، ويعتبر مركز إيداع الأوراق المالية الجهة الوحيدة المصرح لها بموجب قانون الأوراق المالية ساري المفعول للقيام بعملية تسجيل وإيداع الأوراق المالية، وحفظ ونقل ملكيتها، وأجراء التقاص والتسوية لها.

ج- بورصة عمان:

تأسست بورصة عمان في عام (١٩٩٩) كمؤسسة مستقلة لا تهدف إلى الربح ومصرح لها بمزاولة العمل كسوق منظم لتداول الأوراق المالية في الأردن، وقد تم تسجيل بورصة عمان في عام (٢٠١٧) كشركة مساهمة عامة مملوكة بالكامل للحكومة، وتدار البورصة من قبل مجلس أدارة مكون من سبعة أعضاء يعينهم مجلس الوزراء ومدير تنفيذي متفرغ يتولى أدارة ومتابعة الأعمال اليومية للبورصة.

التداول في بورصة عمان (الأردن):

عملت بورصة عمان على استقطاب جميع فئات المجتمع المحلي والأجنبي للاستثمار بها، وذلك سعياً لتحقيق مبدأ الشمولية في تقديم خدماتها، من خلال تقديم خدماتها المالية، وإتاحة الفرص الاستثمارية لأكبر عدد ممكن من الأفراد والشركات والصناديق الاستثمارية الذين أتيحت الفرصة لهم للمشاركة في هذه العمليات من تداول واستثمار.

وأصبحت عملية التداول حالياً في بورصة عمان أكثر سهولةً ويسراً عما كانت عليه، وذلك بعد قيامها باستخدام أنظمة تداول الكترونية جديدة ووسائل ربط تكنولوجية حديثة تعمل على تقديم الخدمات المالية لعملائها وتسهيل عملية التداول بالأوراق المالية لهم من خلال عقود التداول التي تبرم بين الوسطاء لحسابهم أو لحساب عملائهم وفقاً للتفويضات الواردة منهم.ومواكبةً للتطورات والثورة التكنولوجية حالياً، قامت بورصة عمان بالعمل على تعزيز البنية التحتية لها من خلال إدخال أدوات تكنولوجية وتقنية جديدة تسهل العملية الاستثمارية فيها، حيث سمحت بورصة عمان للأفراد وشركات الوساطة القيام بعملية التداول فيها من خلال استخدام خدمة الانترنت، فقد قامت بعض شركات الوساطة بتقديم خدمة التداول عبر الانترنت لعملائها، إذ توفر لهم هذه الخدمة إمكانية إدخال أوامر البيع والشراء من خلالها، وذلك بعد الحصول على الموافقات اللازمة من الجهات الرسمية.

وتتولى بوصة عمان مهمة تنظيم عملية التداول عبر الانترنت من خلال تقديم البيانات المالية اللازمة للعمليات الاستثمارية بشكل لحظي، حيث يستطيع المستثمر متابعة ما حصل على أوامره المدخلة بشكل مباشر وفوري مما يؤدي الى تحسين فرصه وقراراته الاستثمارية، وتعمل أيضاً هذه الخدمة على اختصار عاملي الوقت والمكان للمستثمر، حيث يستطيع القيام بعملياته الاستثمارية أينما كان وفي أي وقت يناسبه من الفترة التي تتيحها البورصة لعملية التداول شرط بأن يكون متصلاً بخدمة الانترنت.

وسعياً وراء جذب المستثمرين الأجانب، عملت بورصة عمان على توفير شركات الوساطة الأعضاء فيها من أجل العمل على فتح حسابات تداول للمستثمرين الأجانب عندها، حيث توفر بورصة عمان المعلومات اللازمة عن هؤلاء الأعضاء على الموقع الالكتروني لها والذي هو متاح للجميع، ونخص بالذكر بأن نظام التداول الإلكتروني للبورصة يتعامل مع أرقام حسابات وليس أسماء مستثمرين، حيث يعتبر اسم المستثمر فيها من المعلومات السرية التي لا يتم معرفتها والإفصاح عنها ما لم تنطبق عليها شروط الإفصاح.

وتحقيقاً لمبادئ النزاهة والشفافية فإن نظام التداول يظهر جميع الأوامر المدخلة إلى النظام على سجل الأوامر حسب أفضلية الأسعار ثم أولوية وقت الإدخال ، حيث تكون الأفضلية في التنفيذ لأمر الشراء الذي يتضمن سعراً أعلى ولأمر البيع الذي يتضمن سعر أقل وإذا تساوت الأسعار تعطى الأولوية في التنفيذ للأوامر حسب التسلسل الزمني لإدخالها في النظام.

الأوراق المالية المتداولة في بورصة عمان (الأردن):

يتم التداول في بورصة عمان بأسهم الشركات المساهمة العامة، والوحدات الاستثمارية الصادرة عن صناديق الاستثمار، وسندات التنمية الحكومية، بالإضافة لأذونات وسندات الخزينة، وكذلك إسنادات القروض الصادرة عن المؤسسات العامة والشركات المساهمة العامة، وبموجب قانون الأوراق المالية رقم (٧٦) لسنة (٢٠٠٢)، فإن تعريف الأوراق المالية يشمل (موقع بورصة عمان):

أ- أسهم الشركات القابلة للتحويل والتداول.

ب- إسناد القروض الصادرة عن الشركات أو الحكومة أو المؤسسات الرسمية العامة أو البلديات.

ج- إيصالات إيداع الأوراق المالية الصادرة عن شركات الخدمات المالية.

د - الوحدات الاستثمارية الصادرة عن صناديق الاستثمار.

هـ- إسناد خيارات المساهمة.

و- العقود آنية التسوية والعقود آجلة التسوية.

ز- عقود خيارات الشراء وعقود خيارات البيع.

ح- أي أوراق مالية أخرى محلية أو أجنبية متعارف عليها على أنها أوراق مالية ويتم اعتبارها كذلك من قبل مجلس مفوضي هيئة الأوراق المالية.

منهجية الدراسة ومصادر البيانات والنموذج القياسي:

إن من الأهداف الرئيسية للتحليل القياسي هي مساعدة الحكومات ورجال الأعمال في عملية رسم السياسات واتخاذ القرارات الاقتصادية كالاستثمارات والمضاربات وغيرها من العديد من القرارات المهمة، وكما أنه يساعد أيضاً في عملية التنبؤ بقيم المتغيرات الاقتصادية في المستقبل، الأمر الذي يساعد على التنبؤ بما ستكون عليه الظاهرة الاقتصادية مستقبلاً، مما يساعد في عملية تنظيم الحياة الاقتصادية واتخاذ إجراءات معينة للتأثير على متغيرات اقتصادية معينة.

واستناداً إلى النظرية الاقتصادية والدراسات السابقة، فقد اشتملت الدراسة على المتغيرات التالية:

المتغير التابع: حجم التداول الحقيقي (RVOT)، ويعرف على أنه قيمة الأسهم التي جرى تداولها بين البائعين والمشترين في سوق التداول في السوق المالي بالأسعار الثابتة (مليون دينار) خلال مدة زمنية محددة، ويعد حجم التداول من المؤشرات الجيدة التي من الممكن أن تعكس صورة جيدة عن أداء البورصة.

المتغيرات المستقلة:

- الحرية المالية (FF): مؤشر الحرية المالية وهو كمتغير ممثل للتحرير المالي، وهو مؤشر يتخذ قيماً من (0) الى (100%)، حيث أن (0) تعني أقل قيمة للمؤشر و(100%) أعلى قيمة له.
- نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي (PRGDP): حيث يمثل نصيب الفرد من القيمة السوقية للسلع والخدمات النهائية التي يتم إنتاجها داخل البلد بالأسعار الثابتة في فترة زمنية محددة.
- الاستثمار الأجنبي المباشر الحقيقي (RFDI):حيث يمثل القيمة السوقية لصافي تدفقات رؤوس الأموال الأجنبية الموجهة لامتلاك الأصول الإنتاجية في الاقتصاد المحلي (مليون دينار) مقيمة بالأسعار الثابتة.
- سعر الفائدة الحقيقي (RI): هي الوسط المرجح لأسعار الفائدة على القروض والسلف خلال سنة معينة مخصوماً منه التضخم خلال نفس السنة.

وتم الاعتماد على كل من النشرات الإحصائية لبورصة عمان (الأردن) في الحصول على البيانات السنوية للمتغير التابع، وهو حجـ م التداول في بورصة عمان، وتم الاعتماد أيضاً على قاعدة البيانات لدى البنك المركزي للحصول على المتغيرات المستقلة التالية: الناتج المحلي الإجمالي، والاستثمار الأجنبي المباشر، وسعر الفائدة، وتم الاعتماد على بيانات البنك الدولي للحصول على تعداد السكان داخل الأردن، بينما بيانات المتغير الممثل الحرية المالية للمتغير المستقل التحرير المالي فقد تم الاعتماد على موقع :

(The Wall Street Journal and The Heritage Foundation, 2017)

وقد تم احتساب سعر الفائدة الحقيقي من خلال خصم قيمة التضخم من القيمة الاسمية لسعر الفائدة، أما حجم التداول الحقيقي والناتج المحلي الإجمالي الحقيقي والاستثمار الأجنبي المباشر الحقيقي فقد تم احتسابهما اعتماداً على القاعدة التالية:

(Real Value = (Nominal Value / CPI) *100)

حيث تعوض القيمة الإسمية لكل من حجم التداول والناتج المحلي الإجمالي والاستثمار الأجنبي المباشر في مكان (Nominal Value) كل واحد على حدة مقسوم على (CPI) الذي يمثل الرقم القياسي لأسعار المستهلك مضروبة في (١٠٠)، علماً بأنه تم إعتماد سنة (٢٠١٠) كسنة أساس.

وتم احتساب نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي من خلال القاعدة التالية:

(PRGDP = (GDP / POP) *100)

حيث أن :

PRGDP: نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي.

GDP: الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي.

POP: تعداد السكان داخل الأردن

النموذج القياسي:

استناداً الى الدراسات السابقة والنظرية الإقتصادية فإن الشكل العام لنموذج الدراسة يتخذ الشكل التالي:

$$(RVOT = F (FF, RGDP, RFDI, RI))$$

حيث تم أخذ متغير حجم التداول الحقيقي (RVOT)، ومتغير نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي (PRGDP)، ومتغير التحرير المالي(FF)، ومتغير الاستثمار الأجنبي المباشر الحقيقي (RFDI) بالصيغ اللوغاريتمية، وأخذ متغير سعر الفائدة الحقيقي(RI) بدون استخدام اللوغاريتم، وذلك لوجود قيم سالبة في بياناته، وعليه يكون النموذج المستخدم شبه لوغاريتمي (Sem– iLog).

الجانب التطبيقي للدراسة:

من أجل إجراء التحليل القياسي لا بد من إجراء بعض الاختبارات التشخيصية الأولية التي قد تساعد في اختيار النموذج القياسي المناسب. ومن أهم هذه الاختبارات اختبار جذر الوحدة للسكون، اختبار جوهانسن للتكامل المشترك.

وفيما يلي يتم عرض لنتائج الاختبارات السابقة كما يلي:

اختبارات جذر الوحدة لسكون السلاسل الزمنية (PP, ADF):

من أجل اختبار سكون المتغيرات المستخدمة في الدراسة تم استخدام اختبار ديكي- فولر الموسع (ADF)، واختبار فيليبس بيرون (PP) وكانت النتائج كما يلي:

جدول (٤) نتائج اختبار ديكي- فولر الموسع (ADF)

	عدد فترات الإبطاء (Lag Numbers)	القيم الجدولية عند مستويات المعنوية			قيمة (t) المحسوبة	المتغير
		10%	5%	1%		
المستوى	4	-2.650413	-3.020686	-3.808546	-1.699819	LRVOT
الفرق الأول	4	-2.655194	-3.029970	-3.831511	-4.582578	
المستوى	4	-2.650413	3.020686	-3.808546	-0.809040	LFF
الفرق الأول	4	-2.655194	-3.029970	-3.831511	-4.358899	
المستوى	2	-2.650413	-3.020686	-3.808546	-0.682922	LPRGDP
الفرق الأول	2	-2.655194	-3.029970	-3.831511	-5.177600	
المستوى	4	-2.650413	-3.020686	-3.808546	-1.737111	LRFDI
الفرق الأول	4	-2.655194	-3.029970	-3.831511	-3.898821	
المستوى	4	-2.650413	-3.020686	-3.808546	0.182238	RI
الفرق الأول	4	-2.655194	-3.029970	-3.831511	-5.027155	

يبين الجدول (٤) نتائج اختبار ديكي فولر الموسع، حيث تشير هذه النتائج إلى أن جميع السلاسل الزمنية للمتغيرات المستخدمة في نموذج الدراسة غير ساكنة عند المستوى وذلك لأن قيمة (t) المحسوبة (بالقيمة المطلقة) أقل من القيمة الجدولية (بالقيمة المطلقة) عند جميع مستويات المعنوية لجميع متغيرات الدراسة، وبعد أخذ الفرق الأول لهذه المتغيرات أصبحت هذه السلاسل ساكنة بمستوى معنوية (١%)، ما عدا متغير نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي، حيث أصبح ساكناً بعد أخذ فترتي أبطاء ومستوى معنوية (١%)، وذلك لأن قيمة (t) المحسوبة (بالقيمة المطلقة) أصبحت أكبر من القيمة الجدولية (بالقيمة المطلقة) عند جميع مستويات المعنوية لجميع متغيرات الدراسة، ومنه نستطيع القول بأن جميع متغيرات الدراسة ساكنة بعد أخذ الفرق الأول عند مستوى معنوية (١%).

ويوضح الجدول (٥) نتائج اختبار فيليبس بيرون، حيث جاءت نتائج هذا الاختبار منسجمة مع نتائج اختبار ديكي- فولر الموسع. فمن خلال هذا الجدول يتضح بأن جميع السلاسل الزمنية للمتغيرات المستخدمة في نموذج الدراسة غير ساكنة عند المستوى، وبعد أخذ الفرق الأول لهذه المتغيرات تصبح جميعها ساكنة عند مستوى معنوية (١%).

جدول(٥) نتائج اختبار فيليبس بيرون (PP)

	القيم الجدولية عند مستويات المعنوية			قيمة (t) المحسوبة	المتغير
	10%	5%	1%		
المستوى	-2.650413	-3.020686	-3.808546	-1.710060	LRVOT
الفرق الأول	-2.655194	-3.029970	-3.831511	-4.582578	
المستوى	-2.650413	-3.020686	-3.808546	-0.809040	LFF
الفرق الأول	-2.655194	-3.029970	-3.831511	-4.358944	
المستوى	-2.650413	-3.020686	-3.808546	0.212391	LPRGDP
الفرق الأول	-2.655194	-3.029970	-3.831511	-4.832716	
المستوى	-2.650413	-3.020686	-3.808546	-1.782049	LRFDI
الفرق الأول	-2.655194	-3.029970	-3.808546	-3.899921	
المستوى	-2.650413	-3.020686	-3.808546	0.182238	RI
الفرق الأول	-2.655194	-3.029970	-3.808546	-4.960337	

اختبار جوهانسن للتكامل المشترك (Johansen – Co-integration Test):

يتضح من خلال القيام باختبار ديكي فولر الموسع واختبار فيليبس بيرون، بأن جميع السلاسل الزمنية للمتغيرات المستخدمة في نموذج الدراسة متكاملة عند نفس الدرجة، حيث أصبحت جميع المتغيرات ساكنة بعد أخذ الفرق الأول لها، ومنه يمكن القيام باختبار جوهانسن للتكامل المشترك(Johansen Co-Integration Test) حيث أن سكون السلاسل الزمنية عند نفس المستوى لجميع المتغيرات المستخدمة في نموذج الدراسة هو شرط من شروط القيام به.

يتضح من خلال اختبار الأثر وجود (٤) معادلات متكاملة عند مستوى معنوية (٥%)، وذلك كما يظهر من الجدول (٦) التالي:

جدول (٦) نتائج اختبار الأثر (Trace Test)

No. of CE(s) Hypothesized	Trace Statistic القيمة المحسوبة	القيمة الجدولية عند مستوى معنوية (5%)	Prob. الاحتمالية
None*	139.1868	69.81889	0.0000
At most 1*	79.37658	47.85613	0.0000
At most 2*	41.88160	29.79707	0.0013
At most 3*	15.61423	15.49471	0.0480
At most 4	0.468842	3.841466	0.4935

(*) تشير إلى رفض الفرضية الصفرية عند مستوى معنوية (5%).

ويتضح من خلال اختبار القيم المميزة العظمى وجود (٤) معادلات متكاملة عند مستوى معنوية (٥%)، وذلك كما يظهر من الجدول (٧) التالي:

جدول (٧) نتائج اختبار القيم المميزة العظمى (Maximum Eigen Values Test)

Hypothesized No. of CE(s)	القيمة المحسوبة Max-Eigen Statistic	القيمة الجدولية عند مستوى معنوية (5%)	الاحتمالية Prob.
None*	59.81026	33.87687	0.0000
At most 1*	37.49498	27.58434	0.0019
At most 2*	26.26736	21.13162	0.0086
At most 3*	15.14539	14.26460	0.0362
At most 4	0.468842	3.841466	0.4935

(*) تشير إلى رفض الفرضية الصفرية عند مستوى معنوية (5%).

يتضح من خلال نتائج الجدولين السابقين بأن عدد متجهات التكامل هو (٤) متجهات تكامل مشترك يتمثل في (٤) معادلات تحتوي فيما بينها على علاقة تكامل مشترك طويلة الأجل، وبمعنى أخر فأن هذه النتيجة تؤكد على وجود علاقة تكاملية طويلة الأجل بين متغيرات الدراسة، أي أن متغيرات الدراسة لا تبتعد عن بعضها البعض كثيراً في المدى الطويل.

وبما أن جميع متغيرات الدراسة متكاملة من الدرجة الأولى، أي I(1) ويوجد تكامل مشترك بين متغيرات الدراسة فإن طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية المعدلة كلياً (Fully-Modified Ordinary Least Squares: FMOLS) تعتبر مناسبة للتقدير للحصول على مرونات الفترة الطويلة.

تقدير المرونات في المدى الطويل باستخدام طريقة FMOLS :

لقد تم تقدير المرونات في المدى الطويل باستخدام طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية المعدلة (Fully-Modified Ordinary Least Squares - FMOLS)، وبعد القيام بعملية التقدير كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول (٨) التالي:

جدول (٨) نتائج تقدير المرونات في المدى الطويل

Dependent Variable : LRVOT

Method : Fully-Modified Ordinary Least Squares (FMOLS)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Intercept	-162.2777	47.99349	-3.381244	0.0041
LFF	9.274030	5.141183	1.803871	0.0914
LPRGDP	16.19367	4.293025	3.772088	0.0018
LRFDI	0.490255	0.195925	2.502260	0.0244
RI	0.108710	0.032828	3.311541	0.0047
R-squared	0.80	Mean dependent var.		7.909350
Adjusted R-squared	0.744041	S.D. dependent var.		1.318705
S.E. of regression	0.667164	Sum squared resid.		6.676615
Long-run variance	0.424459			

يبين الجدول (٨) المعاملات المقدرة للمتغيرات المستقلة والمقطع في المدى الطويل، باعتبار أن المتغير التابع حجم التداول الحقيقي مؤشر اً لأداء بورصة عمان (الأردن)، وذلك باستخدام طريقة (FMOLS).

ومن خلال الجدول (٨) يمكن كتابة العلاقة التوازنية بين متغيرات الدراسة في المدى الطويل كما يلي:

(LRVOT = - 162.2777 + 9.2740 LFF + 16.1937 LPRGDP + 0.4903 LRFDI + 0.1087 RI)

وكما يوضح الجدول (٨) فإن قيمة معامل تحديد الانحدار كانت تساوي (٨٠%) وهي نسبة مرتفعة نسبياً، وهذا يعني بأن المتغيرات المستقلة تُفسر ما نسبته (٨٠%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع حجم التداول الحقيقي في بورصة عمان، كما يلاحظ بأن جميع معاملات المتغيرات المستقلة المستخدمة في الدراسة: متغير مؤشر الحرية المالية

(المتغير الممثل للتحرير المالي)، ومتغير نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي، ومتغير الاستثمار الأجنبي المباشر الحقيقي، ومتغير سعر الفائدة الحقيقي مقبولة إحصائياً على مستوى ١٠% أو أقل.

ولقد اعتمد النموذج المستخدم في هذه الدراسة على الصيغة شبه اللوغاريتمية (Semi-Log) للمتغيرات المستخدمة فيه، حيث أن معاملات هذه المتغيرات (عدا معامل سعر الفائدة الحقيقي) تمثل المرونات طويلة الأجل بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، حيث تبين من خلال هذه النتائج بأن مرونة مؤشر الحرية المالية (المتغير الممثل للتحرير المالي) كانت موجبة، حيث أنه بزيادة متغير مؤشر الحرية المالية بنسبة (١%) تؤدي إلى زيادة حجم التداول الحقيقي بنسبة (٩,٢٧٤ %)، وكانت أيضاً مرونة متغير نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي موجبة، حيث أنه بزيادة متغير نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي بنسبة (١%) تؤدي الى زيادة حجم التداول الحقيقي بنسبة (١٦,١٩٤%)، وكانت مرونة متغير الاستثمار الأجنبي المباشر أيضاً موجبة، حيث بزيادة قيمته بنسبة (١%) تؤدي إلى زيادة حجم التداول الحقيقي بنسبة (٠,٤٩٠%)، وكما أن النتائج أظهرت بأن تأثير سعر الفائدة الحقيقي أيضاً موجباً، حيث أنه بزيادة متغير سعر الفائدة الحقيقي بمقدار وحدة واحدة (أي نقطة مئوية واحدة) يؤدي إلى زيادة حجم التداول الحقيقي بنسبة (٠,١٠٨%). ان جميع النتائج المتحصل عليها تدعم الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية للدراسة.

الخلاصة

بناءَ على نتائج التحليل القياسي لاستقصاء أثر التحرير المالي على حجم التداول في بورصة عمان (الأردن) خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٥) تم التوصل إلى ما يلي:

١- أظهرت الدراسة أن جميع السلاسل الزمنية للمتغيرات المستخدمة في نموذج الدراسة غير ساكنة عند المستوى، وبعد أخذ الفرق الأول لهذه المتغيرات أصبحت هذه السلاسل ساكنة من خلال اختباري (ADF)، وفيليبس بيرون (PP).

٢- أظهرت نتائج تحليل التكامل المشترك للمتغيرات موضوع الدراسة وجود علاقة تكاملية طويلة الأجل بين متغيرات الدراسة، أي أن متغيرات الدراسة لا تبتعد عن بعضها البعض كثيراً في المدى الطويل باستخدام اختبار جوهانسن للتكامل المشترك.

٣- أظهرت نتائج التقدير بطريقتي FMOLS ، بأن حجم التداول الحقيقي يتأثر إيجابياً بالتحرير المالي، حيث أنه بزيادة نسبة التحرير المالي بمقدار (١%) تؤدي إلى زيادة حجم التداول الحقيقي بنسبة (٩,٢٧٤%) باستخدام هذه الطريقة.

وفي ظل النتائج التطبيقية، توصي الدراسة بما يلي:

١- توسيع نهج التحرير المالي، الذي من شأنه إزالة المعوقات التي تحد من عملية جذب المستثمرين الأجانب للاستثمار في الأسواق المحلية، ويزيد من الانفتاح التجاري على الدول الأخرى الذي يعد من الأسباب الرئيسية في زيادة النمو الاقتصادي وزيادة كمية القطاعات الإنتاجية داخل البلد.

٢- تم استقصاء أثر التحرير المالي على حجم التداول الحقيقي في هذه الدراسة ولم يتم التطرق إلى موضوع التحرر الاقتصادي وأثره على أداء الأسواق المالية أو النمو الاقتصادي بشكل عام، لذا يوصي الباحث بأجراء دراسات حول هذا الموضوع الذي يعد من الموضوعات الهامة حالياً في الكثير من دول العالم، وكما أنه من خلال مراجعة الباحث الى مجموعة كبيرة من الأدبيات السابقة قد لوحظ بوجود شح في كمية الأدبيات السابقة حول موضوع التحرير المالي في دول الشرق الأوسط لذا يوصي الباحث بالقيام بعدد أكبر من الدراسات حول هذا الموضوع المستجد على دول المنطقة، وأن يكون هذا الموضوع منطلقاً لدراسات أكثر تفصيلاً مستقبلاً.

المراجع العربية:

١. العيسى، نزار. ٢٠٠٧. "**تأثيرات التحرير المالي على السياسة النقدية والمضاعف النقدي (الحالة الأردنية)**". مجلة جامعة النجاح للأبحاث، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، المجلد (٢١)، العدد(١)، ص ص ١٠٧- ١٣٦.

٢. بن طلحة، صليحة، ومعوشي، بوعلام. ٢٠٠٤. "**دور التحرير المصرفي في أصلاح المنظومة المصرفية**". ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية الواقع والتحديات، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بو علي، الشلف، الجزائر، ص ص ٤٧٦-٤٨٩.

٣. قصراوي، قصي. ٢٠٠٨. **أثر تطور سوق عمان المالي على النمو الاقتصادي في الاردن**، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة اليرموك، اربد، الأردن.

٤. ملاوي، أحمد، وزغودي، أحمد. ٢٠١١. "**أثر التحرير المالي على النشاط الاقتصادي**: دراسة حالة الجزائر: خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠٠٨)". مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المجلد(٢٧)، العدد(١)، ص ص ٧٠-١١٤.

٥. الموقع الالكتروني للبنك المركزي الأردني، تقرير الاستقرار المالي ٢٠١٥.

٦. https://www.cbj.gov.jo

٧. الموقع الالكتروني للبنك المركزي، بيانات إحصائية سنوية وأعداد مختلفة من النشرة الإحصائية السنوية.

٨. https://www.cbj.gov.jo

٩. الموقع الالكتروني لبورصة عمان.

١٠. https://www.ase.com.jo

١١. الموقع الالكتروني للبنك الدولي، بيانات إحصائية سنوية وأعداد مختلفة من النشرات الأحصائية السنوية.

١٢. https://www.albankaldawli.org

المراجع الأجنبية:

1. Abdullahi, D. Ahmed. 2013. "**Effects of Financial Liberalization on Financial Market Development and Economic Performance of the SSA Region: An Empirical Assessment**", Economic Modelling, Vol. 30, January, PP 261-273.
2. Adegboye, Abidemi & Ikponmwosa, Nosakhare. 2013. "**Financial Openness and Capital Market Development: Empirical Review of Selected West African Countries**". Journal of Economics and Sustainable Development. Vol. 4, No. 16.
3. Adeusi, O. Azeez, A. Olanrewaju, A. 2012. **"Effect of Financial Liberalization on the Performance of Informal Capital Market"**. Research Journal of Finance and Accounting, Vol. 3, No. 6, PP 64-78.
4. Apoteker, T. & Crozet, E. 2003. **" A Survay on Key Issues Behind International and Financial Integration and Trade Liberalization"**, Davos versus Porto Alegre: ISINI'S Seventh International Congress, PP 6-7.
5. Ben Rejeb, A. & Boughrara, A. 2014. **"Financial Liberalization and Emerging Stock Market Efficiency: An Empirical Analysis of Structural Changes"**, Macroeconomics and Finance in Emerging Market Economies, Vol. 7, No. 2, PP 230-245.
6. Bumann, S. & Hermes, N. & Lensink, R. 2013. **"Financial Liberalization and economic growth: A meta-analysis"**. Journal of Money and Finance, Vol. 33, PP 255-281.
7. Cajueiro, D. & Gogas, P. &Tabak, B. 2009. **"Does Financial Market Liberalization Increase the Degree of Market Efficiency? The Case of Athens Stock Exchange"**. International Review of Financial Analysis, Vol. 18, No. 10, pp 50-57.
8. Edwards, S .& Biscarri, J. &Gracia, F. 2003. **"Stock Market Cycle, Financial Liberalization and Volatility"**. National Bureu Of Economic Research, NBER Working Paper No. 9817.
9. Huang, G. 2008. "**Stock Market Effects of Emerging Markets Financial Liberalization**". Working paper, University of Nottingham,
10. China Campus.
11. Ito, H. 2006. **"Financial Development and Financial Liberalization in Asia: Thresholds, Institutions and the Sequence of Liberalization"**. North American Journal of Economics and Finance, Vol. 17, No. 10, pp 303 - 327.
12. Kaminsky, G .& Schmukler, S. 2008 . **"Short-Run Pain, Long-Run Gain: Financial Liberalization and Stock Market Cycles".** Review of Finance, Vol. 12, No. 10, pp 253 – 292.
13. Lenuta, m . 2011. **"Financial Liberalization and Stock Market Efficiency"** . Finances – Future Challenges of the Future, Vol. 13, No. 13, pp 154-156.
14. The Wall Street Journal and the Heritage Foundation Data. 2016, the 2016 Economic Freedom Index, available on
15. (http://www.heritage.org/Index/about).
16. Tornell, A. and Westermann, F. 2005, Boom-Bust Cycles and Financial Liberalization, MIT Press Books, p. 6.

17. Waliullah. 2010. " **Financial Liberalization and Stock Market Behaviour in an Emerging Market– A Case Study of Pakistan".** International Journal of Business and Social Science**,** Vol. 1, No. 3, pp 75 – 86.
18. Zervos, S. Levine, R. 1998. **"Capital Control Liberalization and Stock Market Efficiency".** World Development , Vol. 26, No. 7, pp 1169 – 1183.

أثر التسويق بالعلاقات في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الأردنية

الدكتور فراس علي خليفة الزعبي*

باسل منصور عبد الكريم الزعبي**

تاريخ وصول البحث:٢٠١٧/٧/٢٥م

تاريخ قبول البحث:٢٠١٧/١٠/٨م

ملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى التسويق بالعلاقات بأبعادها: (القيمة المقدمة للعميل، ورضا العميل، والثقة والالتزام، وولاء العميل)، وأثرها في بناء الصورة الذهنية بمؤشراتها: (الشهرة، والتفضيل، والموثوقية، والجودة، والتميز عن المنافسين، والحداثة والتطور) في البنوك التجارية الاردنية في مدينة السلط تحديدا كمجتمع دراسة، فقد لوحظ عدم اهتمام البنوك التجارية في موضوع التسويق بالعلاقات، ومدى تأثير ذلك في الصورة الذهنية المتكونة عن عملائها، وكما لوحظ أن هذه البنوك التجارية تفتقد لموضوع الاحتفاظ بالعملاء الناتج عن تردي الصورة الذهنية الموجودةعلى بعض هؤلاء العملاء، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بتصميم استبانة شملت (٤٧)، فقرة لجمع البيانات الأولية من عينة الدراسة والمكونة من (٩٨٤)، فرداً من عملاء البنوك التجارية في مدينة السلط؛ وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها ما يلي:

تبين أن مفهوم التسويق بالعلاقات يعد من المفاهيم الحديثة في التسويق وخاصة عند ربطه بالصورة الذهنية التي تتكون عن العملاء في البنوك التجارية؛ وأنه رغم ما توصلت إليه البنوك التجارية الاردنية من تقدم في الخدمات المصرفية؛ إلا أنه من الملحوظ ومن خلال مناقشة نتائج الدراسة الحالية أن هنالك قصوراً في ما يتعلق بالاهتمام بالصورة الذهنية المتشكلة عن العملاء عن البنوك.

*أستاذ مساعد، قسم الإدارة، كلية المال والأعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

**باحث.

وتبين أن البنوك التجارية الأردنية تمتلك إمكانيات ديمومة الاتصال مع العملاء لتحديث المعلومات المتوافرة، وهذا مؤشر للتطور الذي تشهده هذه البنوك؛ إلا أن هذه البنوك لا تقوم بتقديم أسعار فائدة وعمولات مخفضة لعملائها يدعم ذلك التواصل والتطور.

وظهرأن موظفي البنوك التجارية لا يقومون بتشجيع العملاء على الاستفادة من الخدمات والعروض المطروحة، وهذه تعتبر ثغرة كبيرة في عمل هذه البنوك؛ بالإضافة إلى أن هذه البنوك تهتم بإيصال الصورة الايجابية عن خدماتها لجمهور المتعاملين. وعلى ضوء النتائج، فقد أوصى الباحثان بجملة من التوصيات أهمها:

لابد للبنوك التجارية في الأردن من تدريب وتأهيل موظفيها لإدراك أهمية التسويق بالعلاقات، وما له من أثر على بناء الصورة الذهنية عن عملائها؛ وأن هنالك أمراً ضرورياً للغاية هو تخفيض أسعار الفوائد والعمولات من قبل البنوك التجارية تعبيراً منها عن وجود قيمة مجزية مقدمة للعميل.

ولا بد للبنوك التجارية من ترسيخ الصورة الذهنية الجيدة عن عملائها من خلال ربط الصورة الذهنية للعملاء بجودة وتميزالخدمات التي يقدمها البنك للعملاء؛ ولا بد أن تحذو الإدارات الوسطى حذو الإدارات العليا في البنوك التجارية فيما يتعلق بإيصال الصورة الذهنية الإيجابية عن خدمات البنك للعملاء.

Summary

"The impact of relationship marketing in building mental image on the customersof Jordanian commercial banks"

The study aimed to identify the marketing relationship with its dimensions (value to the customer, customer satisfaction, trust and commitment, customer loyalty), and its impact on building the mental image with its indicators (popularity, preference, reliability, quality and excellence of competitors, modernity and development), in the Jordanian commercial banks in the city of Salt specifically as astudy society, It has been noticed that commercial banks are not interested in the subject of marketing relations and the extent of the impact on the mental image that is formed on their clients, and it was noted that these commercial banks lack the subject of retention of customers resulting from the deterioration of mental image on some of these In order to achieve the objectives of the study, the researcher designed aquestionnaire that included (47), paragraphs to collect the primary data from the sample of the sample consisting of (498), customers of the commercial banks in the city of Salt. The study reached a number of results:

It was found that the concept of marketing relations is a modern concepts in marketing, especially when linked to the mental image that consists of customers in commercial banks; and that, despite the findings of the Jordanian commercial banks in the provision of banking services; but it is remarkable and discussing the results of the current study that there The lack of interest in the mental image of the customers on the banks.

The Jordanian commercial banks have the potential to maintain contact with customers to update the available information This is an indicator of the development of these banks. However, these banks do not offer interest rates and reduced commissions to their customers, which supports this communication and development.

It was found that the employees of commercial banks do not encourage customers to benefit from the services and offers offered and this is amajor gap on these banks; in addition to these banks are interested in delivering apositive image of its services to the public of dealers.

In the light of the results,the researcher recommended anumber of recommendations.

The commercial banks in Jordan must train and qualify their employees to realize the importance of relationship marketing and its impact on building the mental image on their clients; and that it is very necessary to reduce commission and interest rates and commissions by commercial banks as an expression of the value offered to the customer.

Commercial banks must establish agood mental image of their customers by connecting the mental image to customers with the quality and excellence of the services provided by the bank to customers; Central administrations should follow the example of the higher management of commercial banks in order to convey a positive image of the bank's services to customers.

Keywords: Relationship Marketing, Image Building, Jordanian Commercial Banks.

المقدمة :

تسعى المؤسسات في وقتنا الحالي إلى الإهتمام الكبير في التسويق وفوائده للمؤسسات المالية وتتابعت التطورات الحديثة في هذا المجال، حيث تبين أن من أهم التوجهات ظهور ما يعرف بالتسويق بالعلاقات، الذي ظهر في ثمانينات القرن العشرين، وهو يهدف إلى الحصول على ولاء العميل والحصول على علاقات تفاعلية معه على المدى الطويل من خلال عدة برامج ووسائل. حتى تساهم هذه البرامج في ربط العملاء بالمؤسسة أطول فترة ممكنة؛ وتمتن العلاقة مع العميل من أجل إستمرار المؤسسة وبقائها وصمودها أمام المنافسة الشرسة، ويتطلب إنشاء العلاقة مع العميل التعامل مع كل عميل حسب خصائصه ومواصفاته، بالإضافة إلى أن ولاء العميل يرتكز على إنشاء قيمة للعميل من خلال تحسين جودة السلعة، وتحسين جودة العلاقات بالعملاء التي تقوم على أساس الرضا والثقة والالتزام، بالإضافة إلى تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية التي ازدادت أهميتها بالنسبة للمجتمعات والشركات نظرا للقيمة الفعالة التي تقوم بها والتي تشكل الآراء والانطباعات الذاتية وتحقق السلوك الايجابي للأفراد اتجاه الشركات.

أهمية الدراسة :

تعد هذه الدراسة مهمة للتعرف الى أثر التسويق بالعلاقات في بناء الصورة الذهنية عن عملاء البنوك التجارية الأردنية من خلال مؤشراتها وهي:"الشهرة والتفضيل،والموثوقية، والجودة،والتميز، والحداثة، والتطور"؛ حيث من المتوقع أن تقدم هذه الدراسة توصيات لقطاع البنوك التجارية الأردنية من أجل الاستفادة من التسويق بالعلاقات من خلال تحقيق القيمة المتوقعة، ورضا العميل وتحقيق الثقة والالتزام من قبل هذه البنوك وصولا إلى ولاء العميل، وكذلك تحقيق الاستفادة المرجوة من موضوع التسويق بالعلاقات المتمثله بالحصول على علاقات طويلة الأجل مع العملاء، والاحتفاظ بهؤلاء العملاء حتى الوصول إلى الصورة الذهنية المرجوة، وكذلك فتح الباب كنقطة انطلاق أمام الباحثين لدراسات تتعلق بهذا الموضوع في قطاع البنوك التجارية بشكل خاص، وغيرها من القطاعات التجارية الأخرى؛ وستسعى هذه الدراسة الى محاولة تقديم إضافة علمية حول متغيرات الدراسة (التسويق بالعلاقات، والصورة الذهنية)، وذلك من خلال تقديم إطار نظري يعالج تلك المتغيرات.

أهداف الدراسة :

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة الحالية في التعرف الى دور التسويق بالعلاقات بمتغيراتها:(القيمة المقدمة للعميل، ورضا العميل، والثقة والالتزام، وولاء العميل) في بناء الصورة الذهنية من خلال مؤشراتها وهي:(الشهرة والتفضيل والموثوقية والجودة والتميز عن المنافسين والحداثة والتطور) عن عملاء البنوك التجارية الأردنية من خلال ما يلي :

- تحديد أثر التسويق بالعلاقات بدلالة أبعادها: (القيمة المقدمة للعميل،ورضا العميل،والثقة والالتزام، وولاءالعميل) في بناء الصورة الذهنية بدلالة مؤشراتها (الشهرة والتفضيل والموثوقية والجودة والتميز عن المنافسين والحداثة والتطور) عن عملاء البنوك التجارية الاردنية.
- الكشف عن مدى وجود الفروقات ذات الدلالة الإحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو بناء الصورة الذهنية في البنوك التجارية الاردنية تعزى لمتغيراتهم الديمغرافية والوظيفية: (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات التعامل مع البنك).
- التوصل إلى جملة من الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن من خلالها مساعدة متخذي القرارات في البنوك التجارية الأردنية للتعرف إلى دور التسويق بالعلاقات في بناء الصورة الذهنية.

مشكلة الدراسة :

كون التسويق بالعلاقات هو تطوير متبادل لعلاقات طويلة الأجل بين البائع والمشتري؛ وهو فن تكوين العلاقات الشخصية مع العملاء، ومن وجهة نظر العملاء يعتبر فرصة لتبادل المعلومات عن احتياجاتهم، والحصول على الوفاء في تلك الاحتياجات، فهذه العلاقات تهتم بالاحتفاظ بالعميل، والاتصال به وبناء الثقة معه وتحقيق الجودة لأن تكلفة كسب العميل الجديد يكلف أكثر من تكلفة الاحتفاظ بالعميل الحالي هذا من جهة؛ ومن جهة أخرى تسعى المؤسسات إلى تحقيق صورة ذهنية إيجابية انطلاقا من صورة ذهنية ذاتية كونتها لنفسها تساعدها على التخطيط لتكوين صورة ذهنية مرغوبة تعتمد على أداء العاملين وهو ما تقدمه المؤسسة للعملاء؛ وعليه يعتبر الرابط ما بين المؤسسة وصورتها الذهنية هو العلاقة ما بين المؤسسة وعملائها؛ وبناء على ذلك لقي مفهوم التسويق بالعلاقات بعض الثغرات في قطاع البنوك التجارية الأردنية من ناحية الاحتفاظ بالعميل، وكذلك لوحظ ضعف في الارتباطات بين هذه البنوك وعملائها، وهذا بسبب عدم ترسيخ الصورة الذهنية الجيدة عند هؤلاء العملاء بالشكل الصحيح؛ ووجود نقاط ضعف كبيرة من قبل إدارات هذه البنوك تجاه

المراجعين في مواضيع: (الثقة، والالتزام، والقيمة المقدمة للعملاء، والحصول على رضا وولاء العملاء)، وقد لوحظت نقاط الضعف هذه في البنوك التجارية في مدينة السلط.

ومن هنا تبرز مشكلة الدراسةفي السؤال ما هو إثر تطبيق التسويق بالعلاقات على بناء الصورة الذهنية على عملاء قطاع البنوك التجارية الأردنية ؟

أسئلة الدراسة:

تم تحديد مشكلة الدراسة، وأبعادها، وتحقيق الغرض والهدف منها، من خلال الإجابة عن الأسئلة التالية:

السؤال الرئيس للدراسة: هل يوجد أثر لتطبيق التسويق بالعلاقات بأبعاده (القيمة المقدمة للعميل، ورضا العميل، والثقة، والالتزام وولاء العميل) على بناء الصورة الذهنية بمؤشراتها (الشهرة،والتفضيل،والموثوقية،والجودة والتميز،والحداثة والتطور) على عملاء قطاع البنوك التجارية الأردنية ؟ وينبثق عنه الأسئلة الفرعية الآتية :

١- هل يوجد أثر للقيمة المقدمة للعميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء قطاع البنوك التجارية الأردنية ؟

٢- هل يوجد أثر لرضا العميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء قطاع البنوك التجارية الأردنية ؟

٣- هل يوجد أثر لولاء العميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء قطاع البنوك التجارية الأردنية ؟

٤- هل يوجد أثر للثقة والالتزام في بناء الصورة الذهنية على عملاء قطاع البنوك التجارية الأردنية ؟

٥- هل يوجد تأثير لمتغيرات الدراسة المستقلة مجتمعة (عناصرالتسويق بالعلاقات) في بناء الصورة الذهنية على عملاء قطاع البنوك التجارية الاردنية ؟

فرضيات الدراسة

Ho1: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للتسويق بالعلاقات بأبعاده منفردة (القيمة المقدمة للعميل، ورضا العميـل، والثقـــة، والالتزام، وولاء العميل) على الصورة الذهنية بأبعادها مجتمعة (الشهرة، والتفضيل، والموثوقية، والجودة، والتميز عن المنافسين والحداثة والتطور) على عملاء البنوك التجارية الأردنية."

ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

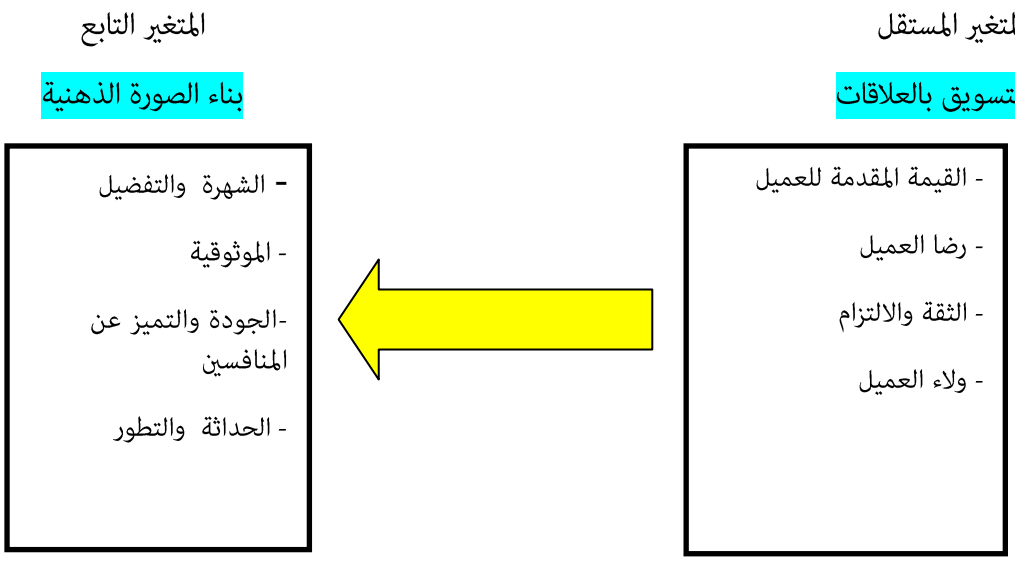
1- Ho1 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) لبعد القيمة المقدمة للعميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الأردنية".

2- Ho1:"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) لبعد رضا العميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الأردنية".

3- Ho1 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) للثقة والالتزام في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الأردنية ".

4- Ho1 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) لبعد ولاء العميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الأردنية ".

7.1. أنموذج الدراسة



تم صياغة أنموذج الدراسة من قبل الباحثين بالاعتماد على دراسات منها:

أبو موسى، (٢٠٠٠) ، عقل وهيكل، (٢٠١٣)، الزعبي، (٢٠١٥)

Ashour.L (2006), Amin and Isa (2008).

الإطار النظري:

اتضحت أهمية التسويق منذ زمن بعيد، وذلك من خلال التأثير في الحياة اليومية للفرد والمجتمع، وفي مختلف مراحل العصور، وأدى التسويق دورا مهما في تشجيع وتنشيط الاقتصاد الذي يعتمد على تطور الطرق التي يتمكن فيها الأفراد في المجتمع من تبادل السلع والخدمات بشكل مباشر، أو غير مباشر، عن طريق الوسطاء، وترتبط طرق التبادل المباشر وغير المباشر في التسويق بشكل صريح بمفهوم العلاقات العامة، والتي تعرف على

أنها جهود إدارية خلاقة و منظمة ومتواصلة تسعى إلى إقامة علاقة مجدية تقوم بناء على الاتصالات والإقناع لجمهور العملاء بنوعية الخدمة أو العرض المقدم من منظمة معينة، ومن خلال الربط بين التسويق ومفهوم العلاقات، العامة نصل إلى مفهوم التسويق بالعلاقات والذي عرف بأنه استراتيجية شاملة وعملية متكاملة بين المنظمات المستفيدة بوجه عام والعملاء على وجه الخصوص، وتقوم على أساس التحاور والتشاور والثقة المتبادلة بينهم من أجل الاحتفاظ بالعملاء، وتحقيق قيمه لهم، وهنالك عدة أبعاد لمفهوم التسويق بالعلاقات وهي (القيمة المقدمة للعميل، رضا العميل ، الثقة والالتزام، ولاء العميل).

وتؤثر هذه الأبعاد وهي مجتمعة أو منفردة على الصورة الذهنية للعملاء؛ والتي عرفت بأنها الفكرة الشائعة بين عملاء منظمة، معينة حول هذة المنظمة أو التصور العقلي لهؤلاء العملاء عن درجة الشهرة والتفضيل والموثوقية والتذكرلتلك المنظمة، وأيضا الجودة والتميز في هذه المنظمة، ودرجة الحداثة والتطور التي وصلت إليها، وتصل هذه الصورة للعملاء من خلال القيمة المقدمة للعملاء، ودرجة رضا العملاء عن منظمتهم، ودرجة الثقة والالتزام من هذه المنظمة تجاه هؤلاء العملاء، وكذلك حالة الولاء عندهم والتي تصل بهم إلى تلك الصورة الذهنية ومؤشراتها.

بالإضافة إلى أن موضوع التسويق بالعلاقات بأبعاده وأثره على الصورة الذهنية بمؤشراتها له أهمية كبيرة على مستوى قطاع البنوك التجارية بشكل عام، كون عملاء البنوك التجارية يبحثون دوما عن البنك التجاري الأفضل من ناحية القيمة المقدمة، والأفضل في تحقيق الرضا والثقة، والالتزام في التعامل مع العملاء وكسب ولاء العميل والذي ينعكس على الصورة الذهنية على هؤلاء العملاء (عليان، ٢٠٠٩).

مفهوم التسويق بالعلاقات:

يركز مفهوم التسويق بالعلاقات على توجيه الأنشطة التسويقية نحو العملاء الحاليين والمحتملين وإثراء اهتمامهم نحو البنوك التجارية على سبيل المثال في ظل ظروف التطور والتمييز والمنافسة ، فتحسين صورة البنوك التجارية عن طريق الاحتفاظ بالعملاء لأكبر مدة زمنية أمر مهم وصعب بنفس الوقت بسبب الخصائص التي أصبحت تتميز بها البيئة التسويقية من تطور و تكنولوجيا حديثة والسرعة في الأداء والخدمة والعروض المقدمة ، هذه الجوانب أدت إلى تركيز جهود المؤسسات نحو تعزيز علاقاتها بالعملاء وهذا يتطلب البحث عن الأساليب والطرق التسويقية التي تمكنها من تحقيق ذلك والذي ينطوي في منهج التسويق بالعلاقات (عيسى، ٢٠١٠).

نشأة وتطور التسويق بالعلاقات :

ظهر التسويق بالعلاقات نتيجة مستجدات ومتغيرات عدة على مفهوم التسويق التقليدي، منها العلاقة ما بين المنظمة وعملائها و منافسيها والموردين والوسطاء أوما يسمى (البيئة المحيطة)، وأصبحت المؤسسة تعتبربعض المنافسين بمثابة أصدقاء وشركاء من خلال بعض المشاريع المشتركة مع بعض المنافسين، وكان هذا الأمر حديث الظهور، ولهذا اعتبر هذا المنهج ذو مفهوم استراتيجي يضع كل العلاقات التي تقوم من خلال نشاط المنظمة ويقتضي ضرورة البقاء والصمود والانسجام مع كل المتغيرات وجميع الأطراف ذات العلاقة معا.

وكان التسويق بالعلاقات في العصور الوسطى ينحصر في العلاقة بين البائع والعميل، حيث كانت التجارة والأعمال الصناعية على مستوى بسيط، وطبيعة المبادلات ضيقة، حيث كان البائع على معرفة تامة بالعميل، وبعد ظهور الثورة الصناعية أصبحت جميع المبادلات التجارية كبير واتسعت الأعمال الصناعية وظهرت مؤسسات صناعية وتجارية عملاقة وبالتالي ازداد أعداد العملاء وتوسع حجم التعاملات وتوسع المناطق الجغرافية النشطة تجاريا وصناعيا وما يوعد هذا النمو على التسويق بشكل عام وما يطرح هذا مشاكل تسويقية عديدة تتمحور معظمها حول كيفية تحقيق التوافق بين حاجات السوق وأهداف المؤسسة، وظهرت المشكلة التسويقية الكبيرة عندما أصبحت الأسواق تتشبع بالبضائع وتعددت الشركات وازدادت المنافسة وأصبح من الصعب تحقيق الأرباح بسهولة، ومن هنا بدأ الاهتمام بالتسويق يزداد وبالتالي الاهتمام بالتسويق بالعلاقات بشكل خاص للتغلب على هذا الإشباع في الأسواق والمنافسة الشديدة وتحقيق المصلحة العامة بالمؤسسة (توفيق،٢٠١٥).

تعريف التسويق بالعلاقات :

يتجزأ تعريف التسويق بالعلاقات إلى التسويق والعلاقة ومعنى كلمة علاقة حسب تعريف (Peterson,1995) "اتحاد أو ارتباط أو اتصال بين كيانين يغير كل منها الآخر" وعرف (halinen,2010) العلاقة بأنها "تفاعل ذو توجه بين شركتين أو شركة وفرد أو فردين ذات التزام مشترك متبادل، أما فيما يخص التسويق بالعلاقات فقد وردت عدة تعاريف لهذا المصطلح وعرفه (توفيق، ٢٠١٥، ص٩). بأنه" عملية جذب العملاء والاحتفاظ بهم وتعزيزالعلاقة معهم.

أما (Gronroos, 2004). فيعرف التسويق بالعلاقات بأنه " عملية تعريف العميل المستهدف ثم العمل على جذبه واستهدافه والعمل على الاحتفاظ به، ومن ثم دعم وتطوير العلاقة معه إضافة الى تطوير العلاقات المستمرة مع

الأطراف الأخرى ذات المصلحة للمؤسسة مما يساعد في تحقيق أهداف جميع هذه الأطراف، وهذا يتحقق من خلال الوفاء بالوعود المقدمة لجميع هذه الأطراف بالشكل المرضي والمقبول".

وعرفه (kotlerandkeller, 2014, 52). على أنه "عملية تسويق عبر إقامة الصداقة مع العملاء ومن خلال إقامة حوار يقوي العلاقة مع العميل، ويمنحه الشعور بأن المؤسسة لا تريد منه شيئا مقابل الخدمات التي تقدمها له ".

ويرى الباحث أن التسويق بالعلاقات يقصد بها "اقامة علاقات طيبة وحميمة وصادقة وطويلة الأمد مع جميع الأطراف التي تتعامل معها المنظمة في مجمل أعمالها".

أهداف التسويق بالعلاقات :

إن الهدف الأساسي للتسويق بالعلاقات هو بناء وتطويرعلاقات طويلة الأجل، ويمكن تحديد عدة أهداف فرعية تصب في هذا الاتجاه المتعلقة فيما يلي:

١. الاحتفاظ بالعملاء : أول هدف للتسويق بالعلاقات هو الاحتفاظ بالعملاء وهذا من خلال تعزيز العلاقة بالمنظمة والتأكيد على تلبية الرغبات والتوجهات لهؤلاء العملاء بدلا من البحث بشكل مستمر عن عملاء جدد.

٢. بناء قاعدة من خلال ولاء العملاء للمنظمة: هنا تركز المنظمة على دعم و تعزيز ولاء العملاء لها بشتى الطرق، وهذا لتقوية العلاقات معهم وضمان بقائهم والاحتفاظ بهم وتركز أيضا على تحقيق الرضا المستمر لهم.

٣. بناء روابط إجتماعية وهيكلية : وهذا بهدف إقامة علاقات طويلة الأمد مع العملاء و يكون من الصعب قطع العلاقة مع المؤسسة ويكون العميل بنفس الوقت مضطرا بمواصلة التعامل معها، ويمكن تحقيق ذلك من خلال التميز عن المنافسين، والأخذ بمبدأ الأفضلية في تلبية احتياجات ورغبات العملاء، بطرق تختلف عن بقية المنافسين (عليان، ٢٠٠٤).

ويرى الباحثان أن من أهداف التسويق بالعلاقات أيضا تحقيق أعلى عائد على الاستثمار من خلال زيادة حجم المبيعات والأرباح وسرعة دورة المبيعات.

أهمية التسويق بالعلاقات :

تكمن الأهمية الرئيسة لمفهوم التسويق بالعلاقات في النقاط التالية:

- ازدياد المنافسة على العملاء من أجل إرضائهم، وإشباع رغباتهم، والحفاظ عليهم، ومن هنا بدأت المؤسسات في التفكير في إقامة علاقات طيبة مع العملاء لكسب تأييدها وثقتها والعمل على تكوين صورة ذهنية أو انطباع جيد عنها بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى، ومن هنا بدأ ازدياد الأهمية للتسويق بالعلاقات.
- ارتفاع مستوى الثقافة عند جميع فئات العملاء بحيث ازداد طلب هؤلاء العملاء على المعلومات الصحيحة والصادقة والتفسيرات والإيضاحات المتعلقة بالقرارات والسياسات التي تتبعها المؤسسة.
- في هذا الوقت لا تستطيع أي مؤسسة أن تنمو وتنجح وحدها بشكل مستقل ومنفرد، لأننا نعيش في زمان التبادل والعلاقات الثنائية أو حتى المشتركة التي تحقق النفع لجميع أصحاب المصالح من المؤسسة إلى الأفراد، فمثلا تنمو إيرادات المؤسسة من خلال العملاء الموالين ليحصلوا على متطلباتهم واحتياجاتهم، وأيضا تعتمد مؤسسة معينة على مؤسسة أخرى بوجود هؤلاء العملاء مثل نقابات العمل التي تنسق الشروط و الحقوق للعاملين، وأي حوار يزيد من أهمية التسويق بالعلاقات وأهمية العلاقات العامة في أي مؤسسة كانت.
- يقوم مفهوم التسويق بالعلاقات بدور مهم ورئيس في ترويج السلع أو الخدمات للمؤسسة من خلال وسائل الإعلام المختلفة، مثل إقامة المعارض والمهرجانات التجارية والتي تزيد من تكوين الصورة الذهنية الجيدة عن سلع وخدمات المؤسسة التي تمول أو تقوم بهذا المهرجان التجاري (الطائي والعبادي، ٢٠٠٩).

ويرى الباحث أن أهمية التسويق بالعلاقات تكمن في معرفة حاجة العميل من خلال الاصغاء إليه، والتعرف الى متطلباته بشكل مباشر، ومن هنا ستحصل الشركة على المعرفة اللازمة في صناعة أو اختراع السلعة ؛وعليه فان الشركة ستمتلك الفهم الأفضل لتوقعات العملاء، وبالتالي تحسين خدمة العميل وتحقيق رضاه.

أبعاد التسويق بالعلاقات :

القيمة المقدمة للعميل: أصبحت الأعمال في وقتنا الحالي تركز على القيمة المقدمة للعميل لذلك أصبح إعطاء العميل كل ما يريد من سلع وخدمات جديدة ومتطورة متوافقة مع توقعاته هو المعنى الحقيقي للقيمة

المقدمة للعميل، كما ينظر إلى تلك القيمة على أنها تحقيق حاجات وتوقعات العميل أفضل من أي أحد آخر وبأقل تكلفة، وعليه ترجع القيمة إلى كل ما يقيمه العميل فهي معرفة من خلاله، ومن هنا على المؤسسات في وقتنا الحالي أن تحقق القيمة للعملاء عن طريق السلعة والخدمة الجديدة وتطويرهما وإضافة خدمات أخرى مرافقة للسلعة أو الخدمة، لأن العملاء يقيمون السلعة الجيدة المقدمة إليهم مع أسلوب مناسب وخدمة أعلى و كما أن القيمة المقدمة للعميل تتميز مع مرور الوقت (الطائي والعبادي، ٢٠٠٩).

عرَف القيمة المقدمة للعميل (Kotler and keller, 2014). أنها الفرق بين قيمة العملاء الكلية والكلفة الكلية. أما عناصر القيمة المقدمة للعميل فتقسم إلى :

أولا: القيمة الكلية للعميل: وهي المنافع التي يحصل عليها العميل وتقسم إلى الأتي:

١. قيمة السلعة: وهي الصفات المادية للسلعة نفسها وتضم (المتانة، الجمال، الأداء،المطابقة) وتسمى أيضا جودة السلعة أو عناصر الجودة للسلعة.

٢. قيمة الخدمة: وهي تتضمن التميز في تقديم الخدمة.

٣. القيمة الشخصية: الأفراد والعملاء من أهم المصادر لتحقيق التميز في التسويق الموجه نحو الخدمة والجودة العالية كون الخدمة الشخصية من الصعب تقليدها كونها تعتمد على ثقافة المؤسسة والإدارة.

٤. قيمة الصورة الذهنية: هي طريقة مناسبة للإشارة إلى مجموعة متألقة وهي من المكافأة النفسية التي يحصل عليها العميل بعد الاختيار والشراء.

ثانيا: الكلفة الكلية للعميل وهي تجزأ إلى الآتي:

١. الكلف النقدية: وهي كمية النقود التي يدفعها العميل مقابل الحصول على السلع أوالخدمة.

٢. كلفة الوقت: كثير من العملاء يعيرون كلفة الوقت أهمية أكثر من الكلف النقدية وهم العملاء الذين يرغبون بأن يكون عندهم وقت ضائع للانتظارللحصول على السلع أو تقديم الخدمة لهم.

٣. كلفة الجهد: وهوالجهود التي يبذلها العميل للحصول على السلعة أو الخدمة.

٤. الكلفة النفسية: وهي كلفة التعامل مع أفراد جدد، وما يحتاج العميل من إجراءات جديدة، وجهد إضافي من أجل التكيف مع الأشياء الجديدة، وهنا يجب أن يحصل العميل على قيمة مضافة عند اقتناء أو استخدام خدمة جديدة أو سلعة جديدة كثمن للتغيير والتعامل مع هذه المؤسسة التي انتقل إليها (الطائي والعبادي، ٢٠٠٩، ص٢٩٣).

رضا العميل: يعتـ بر مفهوم الرضا في المفاهيم التي أثارت اهتمام كبيراً من قبل الكثير من الباحثين والمهتمين بشؤون التسويق والتسويق بالعلاقات، وهذا لتأكد الكثير من المنظمات والمؤسسات إن سبب تميزها وتطورها ونجاحها قائم على احترام العميل وتحقيق رضاه ، وهذا من أهمية المنافسة مع المؤسسات الأخرى كمحدد أساسي لمركز أي مؤسسة في الأسواق، ومن ثم جعلها أكثر قدرة من باقي المنافسين على إرضاء العميل، من خلال قيامها بتقديم الخدمة والسـلعة التي تحقـق تطلعات العميل وتوقعاته من التجربة الأولى. وفي هذا العصر المتطور تقنيا والذي يتصف بالعولمة في ظل دخول مؤسسات و شركات أجنبية إلى أي قطر تريد وأي سوق مهما كان بعيدا عنها؛ ودخول العادات والثقافة الغربية عن أي بلد وتطور وسائل التواصل والاتصال بين سكان الدول والقارات، وكل هذا أدى إلى زيادة أهمية رضا العملاء على أي مؤسسة منافسة في السوق كانت خدماتية أو إنتاجية وهذا لنجاحها في ظل هذا التطور والانفتاح القائم والحصول على عملاء تحرك دورتها التشغيلية والاحتفاظ بهم وزيادة أعدادهم وتحقيق تطلعاتهم وتوقعاتهم إلى الوصول إلى الرضا والولاء من قبل هؤلاء العملاء تجاه المنظمة التي يتعاملوا معها.

مراحل الوصول الى رضا العميل : تمر عملية الوصول الى رضا العميل بالمراحل الاتية :

- **فهم حاجات العميل:** يجب على المسوقين فهم حاجات العميل وعند قياس رضا لعميل سيجدون فروقات وفجوات بين جودة الخدمة المتوقعة وجودة الخدمـة المدركة للسلع وخدمات المنظمة، ومثل هذه الفجوات قد ينتج عنها انطباعات مفضلة أو غير مفضلة عند العملاء ومن هنا تأتي أهمية التسويق بالعلاقات من خلال التواصل والاتصال بالعملاء الحاليين والمحتملين إلى جانب قياس الأداء التقليدي.
- **التغذية العكسية للعميل :** وتعد الخطوة الثانية لتحقيق رضا العميل المتمثلة بوسائل المسوقين لتعقب أراء العملاء في الأداء المالي للمنظمة، ولمعرفة مدى تلبيتها لتوقعات العملاء التي تجمع بطريقتين، طريقة الاستجابة (Reactive) والطريقة المسبقة (Proactive) وطريقة الاستجابة هي الأكثرشيوعا واستخداما في أغلب المنظمات والتي تضم كل من الأدوات الآتية :

١. نظام المقترحات و الشكاوي : وهي مجموعة من الإجراءات التي تقوم بها المؤسسة مثل الخطوط الساخنة للشكاوي والتي تهيئأ مجانا للعملاء، ونظام الاستمارات الموجودة في صالات الانتظار في المؤسسات وصناديق

الشكاوي والاقتراحات والبريد الالكتروني، ويساعد هذا النظام لتحليل مستوى رضا العملاء والرد السريع لحل المشكلات.

٢. مسح رضا العملاء: وهي مقاييس مباشرة لرضا العملاء من خلال المسوحات المباشرة عن طريق الاستبانات و الاتصالات الهاتفية لعينة عشوائية لمجموعة من العملاء الحاليين وكذلك نظرتهم للمؤسسات المنافسة واحتمالات رغبة العميل في تزكية المؤسسة لأشخاص آخرين وهذه إشارة إلى رضا العملاء عن المؤسسة.

٣. التسويق الخفي (الاستخبارات التسويقية) : بعض المؤسسات تقوم باستئجار أشخاص يمثلون بدور العملاء يقوموا بزيارة المؤسسة لشراء سلع أو خدمات هذه المؤسسة والشراء من مؤسسات أخرى بنفس الطريقة وافتعال مشكلة معينة حتى يختبروا كيف يتم معالجة المشكلة، وهنالك طرق أخرى تتمثل أن يقوم مديرو مؤسسة أو شركة معينة بالدخول إلى مواقع البيع وتقديم الخدمات لمؤسسات أخرى منافسة بحيث لا يعرفهم أحد ويختبروا الخدمة التي يتلقونها كمستهلكين، و كما يقومون بالاتصال هاتفيا بمؤسساتهم وطرح عدة أسئلة وشكاوي حتى يروا كيف تكون المعالجة، ومن هنا يعرف هؤلاء المديرون مواطن القوة والضعف لمؤسساتهم وأخذها بعين الاعتبار.

- **تحليل ربح و خسارة العميل:** يجب على المؤسسات أن تعرف لماذا توقف بعض العملاء عن التعامل معها ومعرفة الخسارة أو مقدار الخسارة التي تعرض لها العملاء نتيجة التعامل معهم والتي أدت إلى تحويل اتجاهاتهم نحو مؤسسات أخرى، علما أن هذه المعدلات من الخسارة للعملاء المتعاملين معها كلما زادت كانت مؤشرا على فشل هذه المؤسسات في إرضاء عملائها (العبيدي، ٢٠٠٤).
- **قياس رضا العميل:** يتم قياس رضا العميل ومراقبته على مراجعة المعلومات المتعلقة به، ويتم تحديد هذه المعلومات المتعلقة بالعميل كتابة أو شفاهة سواء من مصادر داخلية أو خارجية من خلال: (عمليات المسح الشامل للعملاء، ردود فعل عن صفات السلعة، احتياجات العملاء، احتياجات السوق، بيانات تسليم الخدمة، بيانات متعلقة بالمنافسة) (Kotler and keller, 2014).
- **رضا العميل:** وهي المرحلة النهائية والهدف المراد تحقيقه لكل مؤسسة، ويتكون رضا العميل من خلال نظام متكامل له ثلاث حلقات تمثل نظام رضا العميل.

الثقة والالتزام:

- الثقة: هي عبارة عن علاقة تربط بين اثنين أو أكثر، بحيث لا يشك أحد بنوايا الآخر بناء على المعرفة السابقة الموجودة عند الشخص المنتفع أو متلقي الخدمــة، وهي أيضا موضوع مؤجل دائما تظهر نتائجه مستقبلا.

وتعرف الثقة المدركة : هي إلى أي مدى يوجد عند العميل ثقة ومصداقية بالمؤسسة التي ينوي التعامل معها من خلال معرفته بالمؤسسة و تجاربه وخبراته السابقة معها كما يتناقله الآخرون عنها، وأيضا درجة الرضا الموجودة على العميل من جراء التعامل مع هذه المؤسسة أو البنك (عكروش، المحمد، سامر وخنفر، ٢٠١٠، ٤٨). وتعرف الثقة بأنها قدرة المؤسسة على انجاز الخدمة التي وعدت بها بشكل دقيق وثابت، وأيضا يجب على الموظفين في المنظمة المقدمة للسلعة أو الخدمة أن يركزوا على الثقة المتبادلة وهي تعتمد على مدى قدرة أي منظمة على زرع الثقة بينها وبين متلقي الخدمة (العملاء)، (عليان، ٢٠٠٩)، وعليه توصل الباحث إلى أن ثقة العملاء بالخدمة أوالسلعة المقدمة بمثابة بعد رئيسي من أبعاد التسويق بالعلاقات، وله أثر كبير وواضح على تكوين الصورة الذهنية على العملاء.

- الالتزام: هو تطبيق كل طرف من الأطراف بناء على الاتفاق المنصوص عليه عند التنفيذ بدون أي تقصير (المعشر والطراونة،٢٠١٢). ويعد الالتزام من الأسس الأولى لبناء الثقة واللبنة الأساسية لها فهو بمثابة وصول العملاء إلى مرادهم من خلال التعامل مع هذه المؤسسة. وهنالك عدة طرق لإرساء الثقة والالتزام منها :

١. توفير وبيع سلع أو خدمات ذات علامات تجارية معروفة وراسخة على العملاء، والابتعاد عن السلعة أو الخدمة ذات السمعة السيئة.
٢. عرض السلع والخدمات والشروط بين المؤسسة وعملائها بطريقة واضحة يسهل فهمها واستيعابها.
٣. توفير معلومات تامة كاملة عن المؤسسة ومالكيها والعاملين بها للتعريف بها، ولو بعرض صورها وعنوانها وأرقام هواتفها وأية معلومات أخرى لبناء الثقة المرجوة (الخطيب، ٢٠٠٠).

وعليه توصل الباحث إلى أهمية بعد الثقة والالتزام في بناء الصورة الذهنية المرجوة على العملاء، كما أن الثقة والالتزام تقود إلى الولاء والذي بدوره يوصل إلى الصورة الذهنية الجيدة عند عملاء المنظمة.

ولاء العميل: يعد ولاء العميل نقطة الانطلاق لنجاح أية مؤسسة، حيث تعد عملية الاحتفاظ بالعملاء من الأمور الصعبة بسبب التغيرات الخاصة بسكيولوجية وسلوك العملاء، ويشير الولاء إلى اختيار العملاء لشراء سلع مؤسسة معينة دون غيرها من باقي المؤسسات المخصصة لبيع السلعة أو تقديم الخدمة نفسها (جلاب،

٢٠٠٤)، وعرف الولاء بأنه " مقياس لدرجة معاودة الشراء من سلعة معينة أو خدمة معينة أو علامة تجارية معينة من قبل نفس العميل" (نجم، ٢٠٠٥، ٤٧).

الصورة الذهنية: بالنظر إلى القيمة الفعالة التي تقوم بها الصورة الذهنية في تكوين وتشكيل الانطباعات والسلوك الإيجابي للعملاء تجاه المؤسسات، أصبح بناء الصورة الذهنية المتميزة هدفا أساسيا تسعى إليه معظم المؤسسات، وقد أدركت أهمية قياس ومعرفة الصورة الذهنية المتكونة في عقول وأذهان العملاء، وبالتالي توفير بيئة مناسبة للوصول إلى النجاحات في شتى مجالات عمل المؤسسة.

ومن هنا فان العمل في مثل تلك البيئة يساعد المؤسسات على التوقيف بين غاياتها من جهة وغايات الجماهير من جهة ثانية، معتمدين في ذلك على الصورة الذهنية الطيبة، والتي تساعد في ايصال أهدافها الى العملاء، مع المحافظة على امكانية قدرتها على البقاء والنمو في مجتمع يشهد تنافس بين المؤسسات في عرض خدمتها وسلعها لكافة شرائح هذا المجتمع، واصرارها على كسب ولاء العملاء، وتكوين الصورة الجيدة التي تضمن الدعم المعنوي، و بالتالي البقاء والنمو والازدهار (Daneil,1995). يعرف المعجم الوسيط الصورة بأنها "الشكل والتمثال المجسم و الصورة بمثابة الخيال في الذهن أو العقل"، وقد عرف قاموس ويبستر"الصورة الذهنية" بأنها التقدم العقلي لاي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو هي محاكاة تجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة نحو شخصية معينة أو نظام ما أو فلسفة ما أو أي شيء آخر". وتعرف الصورة الذهنية اصطلاحا: بانها كل التجارب والمعارف والخبرات التي تشكل هذه الانطباعات وتؤثر في سلوك الأفراد المجهول تجاه المجتمع والمؤسسة، مع وجود ارتباط بين هذه المعارف المتراكمة والخبرات باتجاهات وعواطف وعقائد والعادات الاجتماعية للأفراد (الشيخ، ٢٠٠٩، ص٤-٥).

أبعاد الصورة الذهنية :

الشهرة والتفضيل : يقوم مصطلح الشهرة على أساس السمعه الحسنة للخدمة أو للسلعة بشكل عام، والسمعة غير الحسنة لسلعة معينة أو لخدمات معينة ليس لها شهرة، فالخدمة المتميزة والسريعة مثلا وذات الخدمات التكميلية المجزية والتي تقوم على أساس الانفراد في بند الامتياز في العروض البنكية والائتمانات والفوائد المقدمة مثلا تقود إلى الشهرة، وهنالك عدة تعاريف للشهرة منها:

أنهـا إحـدى الأصول الثابتة غير الملموسة، أي أنها قيمة معنوية وليس لها قيمة مادية ملموسة، حيث لا يمكن قياسها أو لمسها، كما وأنه لا يمكن استخدامها لتسديد ديـون متـراكمة علـى المؤسسـة علـى سبيـل المثـال (الزهـراني، ٢٠١٠)، ويـرى الباحث أن الشهرة والتفضيل تنبع من خلال الصورة الذهنية عند العملاء حول مؤسسة معينة أو بنك معين والتي تتكون من خلال القيمة المقدمة للعميل من هذه المؤسسة.

الموثوقية: من أهم أوجه قبـول السـلعة أوالخـدمة على العملاء يعتمد على مقدرتـه على الأداء المرضي لفترة زمنية طويلة وهذا يسمى موثوقية السلعة أوالخدمة.

تعرف موثوقية الخدمة بأنها الاستمرار بتقديمها بنفس الكفاءة والجودة لفترة زمنية معينـه كلـما كـانـت أطـول كلـما أخـذت الصـورة الذهـنية المـرجـوة عـند العميل(العيشوي،٢٠٠٧). وتقاس موثوقية السلعة أو الخدمة باحتمال أداء السلعة لوظيفتها المصممة من أجلها، وتحت ظروف الإستخدام لفترة محددة من الزمن ولها عدة عناصر أساسية منها:

١. القيمة العددية: هي قيمة الاحتمال بأن الخدمة أوالسلعة المقدم من المؤسسة ستعمل بكفاءة وضمان عدم فشلها وإنهيارها خلال مدة زمنية معينة.
٢. الوظيفة الرئيسية المطلوبة من السلعة.
٣. المدة الزمنية المحددة وهو عمر السلعة.
٤. طرق وظروف استعمال السلعة أو الخدمة.

الجودة والتميزعن المنافسين:

- الجودة: إن أعم وأشمل مفهوم لكلمة الجودة نجدة في الآية الكريمة "صنع الله الذي أتقن كل شيء" صدق الله العظيم (النمل: ٨٨)، والحديث الشريف قال رسول الله ﷺ: "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملا أن يتقنه" صدق رسول الله.(رواه الإمام البيهقي رحمه الله عن أم المؤمنين عَائِشَةَ بنت الصديق رَضِيَ اللهُ عنها) وهنالك المفهوم الشامل للجودة وهو الإتقان في أداء العمل من صناعة سلعة، أو خدمة، على أكمل وجه، وعلى أفضل صورة، والحرص على عدم هدر الوقت والجهد (sureshchndar ,2003)، (أبو رمان، علاء الدين وخطاب، ٢٠١٠).

- التميز عن المنافسين: عرفها (PittesandLei, 1998)، على أنها استغلال منظمة الأعمال لنقاط قوتها الداخلية في أداء الأنشطة الخاصة بها بحيث تتولد قيمة لا يستطيع المنافسون تحقيقها في أدائهم لأنشطتهم. (العتوم، ٢٠٠٩، ص٤٢).

ويشير مفهوم التميز عن المنافسين إلى إمكانية المؤسسة في تطبيق وترسيخ الاستراتيجيات التي تجعلها دائما في المقدمة بالنسبة لغيرها من المؤسسات العاملة في نفس مجال الخدمة أو النشاط، ويمكن تحقيقها من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية والمادية والمالية و التنظيمية بالإضافة إلى القدرات والكفاءات والمعرفة التي تتمتع بها المؤسسة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجيات التنافسية ويرتبط تحقيق التميز عن المنافسين من خلال القيمة المدركة وقدرة المؤسسة على تحقيق التمييز (أبو زنيد والشريف، ٢٠١٠).

الحداثة والتطور:

- الحداثه: هي كل ما هو جديد ولم يكن معروفا في السابق، وبعبارة أخرى كل خدمه أوسلعة تطرح في الأسواق لأول مرة وغير مكررة من سلع وخدمات وهذا يدخل في مجال الميزة التنافسية لأي سلعة تخص أي مؤسسة، بالإضافة إلى أن الحداثة تشير بشكل كبير إلى الاختراع أوالعملية التي تقوم بها مؤسسة ما بتطوير سلعة أوخدمة معينة بشكل حديث مبتكر بشكل جذري، كما وتعد الحداثة بأنها مفتاح لكسب المزايا التنافسية وتحقيق التفوق على المنافسين، وأشار كل من bateman and snell, 2007, (224) إلى أن الحداثة ذلك المصطلح الذي يهتم بشكل كبير بمفهوم الابداع وإيجاد سلع جديدة لم تكن موجودة سابقا وتحسين سلع موجودة، كما أنهم عرفوا الحداثة بأنها القدرة على بناء منظومة اقتصادية "مبدعة" من خلال تجميع وتخصيص الموارد المحدودة بهدف تحقيق الكسب والنمو تحت تأثير المخاطرة .(أغا وكتانه، ٢٠١٢).
- التطور: يقصد به دخول فكرة ابداعية على السلعة أو الخدمة للتخفيف من الموارد المهدورة في تقديم الخدمات وانتاج السلع وتوسيع مجال النجاح، ولفظيا التطورهوالانتقال من مرحلة الى مرحلة أفضل منها تكنولوجيا أوماليا (المردود المادي) أو إعلاميا (علامة تجارية معروفة) وهنالك عدة مراحل لتطوير السلع والخدمات منها:

١. الإعداد والتقييم: عندما تقرر أي منظمة إجراء تطور في السلع والخدمات المقدمة تقوم بإستحداث خطة عمل جديدة تكون بمثابة دليل للمنظمة للخوض في عملية التطورالمرجوة.
٢. تصميم السلعة وتطويرها: ويكون من خلال صياغة صفات السلعة الجديدة وسماتها ومن أجل بناء نموذج السلعة الجديد يجب على القائمين على العملية معرفة حاجات الناس والمجتمع والإطار التنافسي الجديد لتحديد ما سوف يكون عليه التركيز في السوق وما يرغبه العملاء.
٣. الاختبار التجريبي: وهنا يجب عمل اختيار تجريبي للخدمة المقدمة أوالسلعة وذلك من خلال عرضه على مجموعة من العملاء لمعرفة ما إذا كانوا يحتاجون هذة السلعة وسوف يقدمون على شرائها، ومن خلال هذا الاختبار تصل المنظمة إلى درجة حاجة السوق إلى السلعة الجديد، أو الحاجة إلى ادخال تعديلات وتغييرات عليها لتصبح السلعة أو الخدمة أكثر استقطابا للعملاء.
٤. اطلاق السلعة أوالخدمة: توضع السلعة للبيع أوالتقديم ضمن سوق المنظمة السلعة ويكون جاهزاً للاستعمال والاستخدام ويجب أن تكون المنظمة في هذه الحالة على ثقة من انسجام خصائص السلعة وصفاتها مع متطلبات العملاء والمشترين في السوق (فوغالي، ٢٠١٥).

ويرى الباحث أن عملية تطوير السلعة هي عملية مستمرة ولا تتوقف عند نقطة معينة حتى تكون الخدمة أو السلعة مواكبتين للعصر وتفيان بمتطلبات وحاجات العملاء، وبناء على ما تقدم يظهر مؤشر الحداثة والتطور في الخدمة والسلعة من مؤشرات الصورة الذهنية الممتازة على العملاء، وهو مؤشر له أهمية قصوى في بناء الصورة الذهنية الموجودة عند العملاء الموالين للمؤسسة.

الدراسات السابقة:

هدفت **دراسة (بظاظووالعمايرة، ٢٠١٠)**، إلى معرفة مدى: تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة التي تمثلت في رضا الضيوف، هدفت الدراسة إلى الاطلاع على مدى إدراك الموظفين في الفنادق فئة الخمسة نجوم لأهمية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة وأظهرت؛ مستوى رضا الضيوف، ومدى التزام الإدارة العليا ودعمها، بالإضافة إلى جانب إشراك الموظفين وتمكينهم، وهدفت إلى معرفة مدى وجود فروقات معنوية في إدراك العاملين لأهمية تطبيق المبادئ إضافة إلى بيان العلاقة بين بعض المتغيرات الشخصية والخبرة والمستوى التعليمي والمستوى الوظيفي؛ ولتحقيق أهداف هذه الدراسة فقد طورت استبانة ووزعت على عينة من فنادق

الخمس نجوم مكونة من ٦ فنادق؛ وهناك عدة نتائج من اهمها: أن العاملين في فنادق الخمس نجوم يعرفون أهمية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة وأظهرت النتائج مستويات عالية من الإدراك لجميع مبادئ إدارة.

هدفت **دراسة (صرصور، ٢٠١٠)**، الى معرفة مدى: الصورة الذهنية المتكونة عن مجلس طالبات الجامعة الإسلامية، وأيضا هدفت إلى الإجابة على عدة أسئلة منها: تعريف الصورة الذهنية لمجلس طالبات الجامعة الإسلامية عند جموع الطالبات، وأيضا مدى ارتباط هذا المجلس بالطالبات، والتعرف على طبيعة الخدمات التي يقوم بها هذا المجلس تجاه طالبات الجامعة، ومدى رضا طالبات الجامعة عن الخدمات المقدمة من قبل مجلس الطالبات، وقد استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي، وذلك من خلال إعداد إستبانة، واستخدمت كأداة للدارسة، وكان مجتمع الدراسة هو طالبات الجامعة المسجلات للفصل الدراسي الثاني من العام؛ وكانت عينة الدراسة هي العينة الطبقية العشوائية، وكان عدد العينة (١١٣) طالبة، وخلصت الدراسة الى أن قوة الصورة الذهنية بشكل عام لمجلس الطالبات تتراوح بين مقبولة إلى جيده جدا؛ وأوصت الدراسة بزيادة العمل لتفعيل وتشكيل الصورة الذهنيه المرجوه الرائده لدى طالبات الجامعة وكانت الافاده في هذه الدراسة في بناء الإطار النظري للجودة الشاملة، وبينت الدراسة وجود عدة فروقات معنوية في إدراك العاملين في فنادق الخمس نجوم لموضوع أهمية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة تعزى لبعض المتغيرات الديموغرافية منها المستوى التعليمي والخبرة ؛وأوصت الدراسة إلى أنه لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في إدراك العاملين في فنادق الخمس نجوم لأهمية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة تعزى لبعض المتغيرات الديموغرافية للمستوى الوظيفي والحجم، وتم الاستفادة من دراسة بظاظو والعمايرة (٢٠١٠) انها عززت الدراسة الحالية بضرورة إعارة الأهمية لإدارة الجودة الشاملة في أنشطة التسويق بشكل عام والتسويق بالعلاقات بشكل خاص مما يؤثر بشكل مباشر على الصورة الذهنية المتكونة لدى عملاء قطاع البنوك التجارية بشكل عام.

هدفت **دراسة، (Regales & Knox, 2011)**، إلى معرفة مدى: تأثير إدارة علاقات العملاء في تعزيز واثراء الاتصالات مع العملاء وتحقيق رضاهم؛ وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها: تخفيض كلفة الخدمة بالإضافة إلى زيادة الأرباح من خلال استخدام معلومات العملاء لتخفيض الكلفة وتعظيم الأرباح وتسليم وتحسين الخدمة من خلال استعمال كفوء وجيد للمعلومات في جميع أنحاء المؤسسة، وتساعد المؤسسة في إدخال البهجة والسرور في

نفوس العملاء مما يؤدي إلى تحسين رضاه وزيادة ولائه وتميز العمل من خلال طرق تقديم متميزة إلى العملاء باستخدام قنوات اتصال مبتكرة وجديدة، واستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد استفاد الباحث من الدراسة في بناء النموذج الافتراضي للدراسة وفي كتابة الإطار النظري للدراسة.

هدفت **دراسة (عقل وهيكل، 2013)**، إلى معرفة مدى: أثر العلامة التجارية في تشكيل الصورة الذهنية لدى عملاء قطاع البنوك في الأردن، هدفت الدراسة إلى معرفة أثرالعلامة التجارية في تكوين الصورة الذهنية لدى عملاء قطاع البنوك في الأردن، وتوصلت الدراسة إلى أن هنالك تأثير للعلامة التجارية المتمثلة بـ (التصميم و الأسلوب والإخراج) في تكوين الصورة الذهنية بمؤشراتها (الشهرة والتفضيل والجودة والتميز عن المنافسين والحداثة والتطور والموثوقية وتوجه الشركة بتجاه عملائها)، لدى عملاء البنوك في المملكة الأردنية الهاشمية، وتوصل الباحثان الى عدد من التوصيات منها: يجب على إدارات البنوك إطلاق حملات ونشاطات إعلانية ترويجية قوية، وذات أثركبير، يتم من خلالها تعريف العملاء وتذكيرهم بعلامتها التجارية، وأيضا وجووب قيام إدارات البنوك العاملة في الأردن بتقديم سلع وخدمات ذات قيمة عالية من وجهة نظر العميل، وأن تعمل بجد مستمرعلى تمييز سلعها وخدماتها الحاملة لعلامتها التجارية عن السلع المنافسة في السوق، واتبع الباحثان المنهج الوصفي من خلال توزيع استمارة على العملاء والموظفين، وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة في بناء النموذج الافتراضي للدراسة الحالية وفي تعزيز وبناء الإطار النظري للدراسة وكذلك كانت الإفادة في هذه الدراسة لمعرفة الأثر الكبير للعلامة التجارية القوية من خلال التسويق بالعلاقات الفعال في بناء الصورة الذهنية لدى عملاء قطاع البنوك التجارية الاردنية.

هدفت **دراسة (Sovani, 2013)**، إلى معرفة مدى عمل جهود ضمان الجودة والأصالة في الاتصالات التسويقية والاستمرار في إيلاء الاهتمام بقنوات التوزيع وضرورة التركيز على الاتصالات بشكل عام وبكل اشكالها لتعزيز صورة الخدمة المقدمة، وأظهرت الدراسة عناصر المزيج التسويقي من (تجزئة السوق، السعر، قنوات التوزيع في السوق، وعلاقات العملاء)، واستخدام وسائل اتصالات حديثة للتسويق بالعلاقات مثل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والخدمات الاجتماعية وتعزيز صورة السلعة في وسائل الاعلام الاجتماعية عن طريق الحفاظ على كل من العميل الداخلي والموظفين والعملاء الخارجيين، ليكونوا راضين، والتركيز على رضا العملاء من خلال جهود حقيقية،وكان مجتمع الدراسة مجموعة من الفنادق الكندية وقد

استخدمت الدراسة المنهج التجريبي والوصفي التحليلي؛ وكانت إفادة الباحث من الدراسة هي التعرف على الطرق الممكنة للقيام بكل عمليات التواصل البناءة والتي تحقق الصورة الذهنية المرجوة.

هدفت **دراسة (Boone, Louis, & Kurtz, 2013)**، إلى معرفة مدى: كشف العلاقة بين الخصائص الديموغرافية، وخصائص المنظمة، ومديرها والتسويق بالعلاقات. حيث تكونت الدراسة من (٣٦٩)، فندق كعينة دراسة من جميع المناطق من تايلاند. واستخدمت المنهج الوصفي؛ حيث أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنواع الفنادق وخصائصها وخصائص التسويق بالعلاقات، حيث تشير النتائج إلى أن الخصائص الديموغرافية مثل السن والجنس والخبرة والمساواة بين الجنسين لها علاقة كبيرة مع متغيرات تسويق العلاقات، و ما سنتطرق له في الدراسة الحالية تمت الاستفادة منها من خلال التعرف على الخصائص الديموغرافية للعملاء وأثرها على التسويق بالعلاقات، وأوصت الدراسة على التركيز على القيمة المقدمة والثقة والالتزام في التسويق بالعلاقات لجذب العملاء.

هدفت **دراسة (الزعبي، ٢٠١٥)**، الى معرفة مدى دور إدارة علاقات العملاء في تعزيز الصورة الذهنية في شركات إنتاج المياه المعدنية في مدينة عمان- الأردن، (دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين) وقد هدفت الدراسة لابرازوظيفة إدارة علاقات العملاء في بناء الصورة الذهنية في مؤسسات إنتاج المياه الصحية في محافظة العاصمة، وتشخيص متغيرات البحث إدارة علاقات العملاء والصورة الذهنية في محلات تصنيع المياه الصحية في العاصمة عمان وفحص الارتباط والأثر بين أبعاد إدارة علاقات العملاء والصورة الذهنية في المحلات المختصه في تصنيع المياه الصحية، وكانت أداة البحث الاستبيان ووزع على عينة مكونة من مئة رئيس قسم في بعض محلات إنتاج المياه الصحية في محافظة العاصمة من اصل مجموع كلي لرؤساء الاقسام البالغ عددهم (٢٠٠) وكانت نسبة تمثيل العينة حوالي ٥٠%، وأوصت الدراسة بعدة نتائج من أهمها أن الصورة الذهنية عامل مهم جدا وأساسي لبقاء المؤسسات واستمرارها وخاصة بسبب ازدياد المنافسة في الأسواق الخارجية وكذلك وجود علاقة ارتباط معنوية بين إدارة علاقات العملاء بدلالة مؤشراتها والصورة الذهنية في المؤسسات التي تمت عليها الدراسة، وهذا يؤكد أهمية الدور لتلك المؤشرات في بناء و تعزيز الصورة الذهنية، واتصفت علاقة التلازم والارتباط بين كل مؤشر من مؤشرات إدارة علاقات العملاء والصورة الذهنية بالمعنوية، وأيضا كان أعلى نسبة ارتباط بين الأبعاد هوالرضا،ونتائج الدراسة ما يلي:

وجود علاقات ارتباط وترابط بين إدارة علاقات العملاء والصورة الذهنية وضرورة إدراك أهمية إدارة علاقات العملاء ومؤشراتها في ظل التطورات السريعة التي تحدث بشكل مستمرفي البيئة الخارجية.وكذلك استخدام متخصصون بإدارة علاقات العملاء وأبعادها من أجل وصول المؤسسات إلى الصورة الذهنية المرجوة في تفكير العملاء، وقد استفاد الباحث من دراسة الزعبي (٢٠١٥) في بناء النموذج الافتراضي للدراسة وكذلك كانت الإفادة من هذه الدراسة لمعرفة الاثر الكبير للعلامة التجارية القوية من خلال التسويق بالعلاقات الفعالة في بناء الصورة الذهنية على عملاءالبنوك التجارية الأردنية.

منهجية الدراسة: ستعتمد هذه الدراسه على المنهج الوصفي التحليلي، إذ سيستخدم الباحث فيها بطريقة العينة العشوائية البسيطة لعناصر مجتمع الدراسة المكون من العملاء في قطاع البنوك التجارية الأردنية (دراسة تطبيقية في مدينةالسلط)، وتم تحديد مدينة السلط كمجتمع دراسة، علما أن الباحث تعامل مع مجموعة من هذه البنوك هو وعدد من زملائه وأصدقائه؛ وقد لوحظ وجود مشكلة حقيقية عند هذه البنوك في موضوع بناء صوره ذهنية سليمة؛ أو حتى المحافظة عليها عن طريق التسويق بالعلاقات وكسب رضا وولاء العملاء فكان هناك قناعة أن هناك مشكلة حقيقية عند تلك البنوك.

وتم تصميم استبانة لتحقيق الغرض من هذه الدراسة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للتعامل مع البيانات وتصنيفاتها بحيث يتم وصف الظاهرة والمجتمع المبحوث، والجزءالتحليلي منها للتوصل الى نتائج اختبار فرضيات الدراسه والتوصل الى استنتاجات حول أثر التسويق بالعلاقات في بناء الصورة الذهنية على عملاء قطاع البنوك التجاريه في الاردن تحديدا في مدينة السلط.

مجتمع وعينة الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من عملاء البنوك التجارية الأردنية من خلال سبعة بنوك تجارية في مدينة السلط كدراسة تطبيقيه، أما عينة الدراسة تم تحديدها وفقاً لقانون حجم العينة (Sakaran, Bougie 2010) وحسب المعادلة التالية:

$$\text{حجم العينة} = \frac{^2P(1-P)}{p^2}$$

عند مستوى ثقة ٩٥% و ((1,96) z ونسبته خطأ = ٥% و

(p: 294)

$$\frac{(1,96)^2 x\ (0.5)\ x\ (1-0.5)}{(0.5)} = ٤٩٨$$

وهو حجم العينة؛ وسوف يتم توزيع (٤٩٨) استبانه لغايات زيادة نسبة التأكد والمصداقية وسوف يتم اختيار أفراد عينه الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة بواقع (٨٣) استبانة لكل بنك من البنوك السبعة، وكان ضمن خطة الباحث أن تكون العينة لكل بنك نسبة من الاستبانات حسب عدد عملاء هذا البنك؛ ولكن أغلب البنوك رفضت اعطاء أعداد العملاء لديهم باعتبار هذا الأمر بمثابة أمر سري ولا يجوز الاطلاع عليه؛ وكانت هذه إحدى محددات الدراسة التي واجهت الباحث أثناء القيام بعملية جمع البيانات؛ وأسماء هذه البنوك: (البنك العربي، البنك التجاري الأردني، البنك الأهلي، بنك القاهره عمان، بنك الأردن، بنك الإسكان للتجارة والتمويل والبنك الأردني الكويتي).

تحليل البيانات ومناقشتها :

- **صدق أداة الدراسة:** تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الجامعات الأردنية، وذلك لإبداء الرأي فيها، وفي ضوء الاقتراحات والملاحظات التي أبداها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي أشاروا إليها، وقد تم الأخذ بالعديد من الملاحظات والتي شملت تعديل لصياغة بعض الفقرات من حيث البناء واللغة وكان عدد الفقرات قبل التحكيم (٥٠) فقرة، واستقر العدد إلى (٤٧) فقرة بعد إجراء التعديلات المطلوبة التي اقترحها المحكمون.
- **ثبات أداة الدراسة:** يشير معامل الثبات إلى مدى جودة فقرات الإستبانة وإتساقها الداخلي، ومدى ثباتها في قياس الأبعاد التي صممت لقياسها، ولقد تم التوصل إليه من خلال حساب معامل الإتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، حيث كانت النتائج كما هو مبين في الجدول (١) معامل الإتساق الداخلي:

البعد	قيمة ألفا %
التسويق بالعلاقات	91.2
القيمة المقدمة للعميل	91.0
رضا العميل	90.5
الثقة والالتزام	92.7
ولاء العميل	92.2
الصورة الذهنية	95.1
جميع المتغيرات	97.9

يتضح من الجدول (١) بأن قيم معامل الإتساق الداخلي كرونباخ ألفا لجميع فقرات أداة الدراسة ترأوحت ما بين (0,951)، ولغاية (0,905)، حيث يعتبر الثبات ضعيفاً في حال كانت قيم المعامل أقل من (0.60)، وقد إفترض (Sekaran & Bougie,2010, 184)، الحد الأدنى لمعامل الثبات هو (0.70)، كما يعتبر الثبات جيداً كلما كانت قيم المعامل (0.8)، فأكثر (النجار وآخـرون، 2013، 151)، بالتالي فإن هذا مؤشر على ثبات أداة الدراسة، والإتساق بين فقراتها، وموثوقيتها وإمكانية.

وصف خصائص عينة الدراسة: يتضمن هذا الجزء وصفا للخصائص التعريفية، والديمغرافية لأفراد عينة الدراسة وهي: (الجنس ، العمر، المؤهل العلمي، وعدد سنوات التعامل مع البنك). ولأجل وصف خصائص عينة الدراسـة، فقد تم إيجاد التكرارات والنسب المئويـة للمتغيرات الديموغرافيـة والوظيفية لأفراد عينـة الدراسـة وذلك على النحو التالي، كما هو مبين في:

الجدول (٢) المتغيرات الديموغرافيـة والوظيفية لأفراد

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	248	49.8
	أنثى	250	50.2
	المجموع	498	100
العمر	30سنة فأقل	١٧٤	٣٤,٩
	31 - 40سنة	١٤٢	٢٨,٥
	41 -50سنة	٧٧	١٥,٥
	51 – 60 سنة	٨٢	١٦,٥
	61 سنة فأكثر	٢٣	٤,٦
	المجموع	٤٩٨	١٠٠
المؤهل العلمي	ثانوية عامة وأقل	١٥٣	٣٠,٧
	دبلوم	١١٣	٢٢,٧
	بكالوريوس	١٧٧	٣٥,٥
	دراسات عليا	٥٥	١١,٠
	المجموع	٤٩٨	١٠٠
عدد سنوات التعامل مع البنك	٥ سنوات وأقل	١٩٦	٣٩,٤
	من٦سنوات- ١٠ سنوات	١٢١	٢٤,٣
	من ١١- الى ١٥ سنة	١٤٤	٢٨,٩
	اكثر من (١٦) سنة	٣٧	٧,٤
	المجموع	٤٩٨	١٠٠

يتضح من الجدول (٢) بأن الذكور يشكلون نسبة (٤٩,٨%) من عينة الدراسة، بينما تشكل الإناث نسبة (٥٠,٢%) من أفراد العينة، وهذه النتيجة تعكس أن أفراد عينة الدراسة متساوية تقريباً. وأن الفئة العمرية (٣٠ سنة فأقل) قد شكلت النسبة الكبرى، والتي بلغت (٣٤,٩%)، وأن ما نسبته (٤,٦%) من أفراد العينة هم ممن تتجاوز أعمارهم ٦١ سنة فأكثر سنه، في حين كانت (٢٨,٥%) نسبة أفراد العينة الذين هم من الفئة العمرية (٣١-٤٠ سنة)، مما يعطي مؤشراً على أن النسبة الأكبرمن عملاء البنوك التجارية هم الاقل من ٤٠ سنة (مجتمع الدراسة)، ويعزى ذلك كون هذه الفئة الاكثر نشاطاً في تولي الأعمال الإدارية والمالية. وأن حملة شهادة بكالوريوس قد شكلوا النسبة الكبرى، والتي بلغت (٣٥,٥%)، وكانت نسبة مؤهل ثانوية عامة وأقل (٣٠,٧%)، أما أصحاب مؤهل دبلوم فقد بلغت نسبتهم (٢٢,٧%)، أما النسبة الأقل فهم حملة شهادة دراسات عليا.

حيث بلغت نسبتهم (١١,٠%)، وتشير هذه النتيجة إلى غالبية عملاء البنوك التجارية هم من حملة الشهادات الجامعية الأولى ، حيث يمتاز هؤلاء الأفراد بأنهم أكثر استيعاباً للتطوير والتغيير والتفهم للتكنولوجيا المتقدمة، وبذلك يكونوا مؤهلين علمياً في تنفيذ الاعمال التجارية الناجحة، وبالتالي لا بد من الاهتمام بهم من قبل البنوك التجارية وتقديم أفضل الخدمات. أن أكثر من ثلث أفراد العينة هم ممن تتراوح سنوات التعامل مع البنك من فئة خمس سنوات وأقل بنسبة (٣٩.٤ %)، في حين بلغت نسبة الأقل هي من تتراوح سنوات التعامل مع البنك من أكثر من (١٦) سنة (7.4%)، ويعزي ذلك إلى أن العملاء الجدد يتابعون باهتمام الخدمات المقدمة من البنك، بعكس الفئات الاخرى أصبح عملهم روتيني.

إختبار فرضيات الدراسة: في هذا الجزء من الدراسة سوف يتم استعراض إختبار الفرضيات، حيث تم إخضاع الفرضيات الرئيسية والفرعية الأولى والثانية والثالثة لتحليل الإنحدارالخطي البسيط والمتدرج (regression Simple & Stepwise linear) كالتالي:

الفرضية الرئيسية الأولى :

Ho1 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله ($\alpha \leq 0.05$) لتطبيق التسويق بالعلاقات بأبعادها مجتمعة (قيمة العميل ورضا العميل والثقة والالتزام وولاء العميل) بناء الصورة الذهنية بأبعادها منفردة (الشهرة والتفضيل والموثوقية والجودة والتميزعن المنافسين والحداثة والتطور) على عملاء البنوك التجارية الاردنية ".

ولاختبار الفرضية الرئيسية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (٣) نتائج اختبار أثر أبعاد التسويق بالعلاقات مجتمعة على بناء الصورة الذهنية.

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coeffecient				
	R معامل الارتباط	r^2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة	Sig t* مستوى الدلالة
الصورة الذهنية	.752[a]	.565	644.939	١	.000[a]	التسويق بالعلاقات	.775	.031	25.296	.000

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

تشير نتائج الجدول (٣) أن قيمة ($r = .752^a$)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (التسويق بالعلاقات) و(بناء الصورة الذهنية). ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2 = .565$)، وهذا يعني أن بعد (القيمة المقدمة للعميل) قد فسّر ما مقداره (56.5 %) من التباين في (بناء الصورة الذهنية)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (644.939) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وعند درجة حرية واحدة. كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B= .744) وأن قيمة (t= 25.296) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($a \leq 0.05$).

الجدول (٤) المعاملات

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coeffecient				
	R معامل الارتباط	R2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T	Sig t
الصورة الذهنية	.854a	.729	332.096	4	.000a	القيمة المقدمة للعميل	.271	.037	7.304	.000
						رضا العميل	.158	.039	4.036	.000
						الثقة والالتزام	.085	.039	2.152	.032
						ولاء العميل	.405	.036	11.116	.000

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($a \leq 0.05$).

تشير نتائج الجدول (٤) أن معامل الارتباط (R = .854a) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أبعاد التسويق بالعلاقات) على المتغير التابع (بناء الصورة الذهنية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (332.096)، وبمستوى دلالة (Sig = 0.000) وهو أقل من 0.05، حيث ظهرأن قيمة معامل التحديد ($R^2 = .729$)وهي تشير إلى أن (72.9 %) من التباين في (بناء الصورة الذهنية) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أبعاد التسويق بالعلاقات) مجتمعة. أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند بعد (القيمة المقدمة للعميل) قد بلغت (271.) وأن قيمة t عنده هي (7.304)، وبمستوى دلالة (Sig = 000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. أما قيمة B عند بعد (رضا العميل) قد بلغت (158.) وأن قيمة t عنده هي (4.036)، وبمستوى دلالة (Sig = .000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وقد بلغت قيمة B عند بعد (الثقة والالتزام) (085) وقيمة t عنده

هي (2.152)، وبمستوى دلالة (Sig = 032)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وبلغت قيمة B عند بعد (ولاء العميل)(405.) وقيمة t عنده هي (11.116)، وبمستوى دلالة (Sig = .000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي.

وبناءاً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسية الأولى ونقبل الفرضية البديلة القائلة:

"وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله (α≤ 0.05) لتطبيق التسويق بالعلاقات بأبعاده (القيمة المقدمة للعميل، ورضا العميل، والثقة والالتزام، وولاء العميل) والصورة الذهنية بمؤشراتها (الشهرة والتفضيل والموثوقية والجودة والتميز عن المنافسين والحداثة والتطور) على عملاء البنوك التجارية الاردنية".

ولاختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الفرعية الأولى، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

Ho1.1 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله (α≤0.05) لبعد القيمة المقدمة للعميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الاردنية ".

الجدول (5) نتائج اختبار أثر بعد (للقيمة المقدمة للعميل) على بناء الصورة الذهنية.

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coeffecient				
	R معامل الارتباط	r2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة	Sig t* مستوى الدلالة
الصورة الذهنية	.751a	.563	639.818	١	.000a	القيمةالمقدمةللعيل	.744	.029	25.295	.000

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α≤ 0.05).

تشير نتائج الجدول (٥) أن قيمة (r = .751[a])، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (القيمة المقدمة للعميل) و(بناء الصورة الذهنية). ويتبين أن قيمة معامل التحديد (r^2= .563)، وهذا يعني أن بعد (القيمة المقدمة للعميل) قد فسّر ما مقداره (56.3 %) من التباين في (بناء الصورة الذهنية)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (639.818) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى (α≤ 0.05) وعند درجة حرية واحدة. كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B=

(744.وأن قيمة (t= 25.295) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى (a ≤ 0.05)

وبناءاً على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

" وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله (α≤ 0.05) لبعد القيمة المقدمة للعميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الاردنية ".

ولاختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأولى، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي :

Ho1-2 : "لا يوجد ثر ذودلالة إحصائية عند مستوى دلاله (α≤ 0.05) لبعد رضا العميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الاردنية".

الجدول (٦) نتائج اختبار أثر بعد (رضى العميل) على بناء الصورة الذهنية.

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coeffecient				
	R معامل الارتباط	r2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة	Sig t* مستوى الدلالة
الصورة الذهنية	.717a	.514	12.212	١	.000a	رضا العميل	.723	.032	22.926	.000

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (α≤ 0.05).

تشير نتائج الجدول (٦) أن قيمة ($r = .717^a$)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (رضا العميل) و(بناء الصورة الذهنية). ويتبين أن قيمة معامل التحديد (r^2= .514)، وهذا يعني أن بعد (رضا العميل) قد فسّر ما مقداره (51.4%) من التباين في (بناء الصورة الذهنية)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (12.212) عند مستوى ثقة ($Sig = 0.000^a$) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى (P ≤ 0.05) وعند درجة حرية واحدة. كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B= 0.723) وأن قيمة (t= 22.926) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى (a ≤ 0.05).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة :

"وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله (α≤ 0.05) لبعد رضا العميل في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الاردنية".

ولاختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الأولى، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

Ho1-3 : " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله (α≤ 0.05) للثقه والالتزام في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الاردنية ".

الجدول (٧) نتائج اختبار أثر بعد (الثقة والالتزام) على بناء الصورة الذهنية.

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coefficient				
	R معامل الارتباط	r2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة	Sig t* مستوى الدلالة
الصورة الذهنية	.729a	.532	562.943	١	.000a	الثقة والالتزام	.679	.029	23.726	.000

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى (a ≤ 0.05).

تشير نتائج الجدول (٧) أن قيمة ($r = .729^a$)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (الثقة والالتزام) و(بناء الصورة الذهنية). ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2 = .532$)، وهذا يعني أن بعد (الثقة والالتزام) قد فسّر ما مقداره (53.2 %) من التباين في (بناء الصورة الذهنية)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة كما تبين أن قيمة (F) قد بلغت (562.943) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى (a ≤ 0.05) وعند درجة حرية واحدة. كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B= .679) وأن قيمة (t = 23.726) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى (a ≤ 0.05).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة :

"وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلاله (α≤ 0.05) للثقه والالتزام في بناء الصورة الذهنية على عملاء البنوك التجارية الاردنية".

المراجع باللغة العربية:

١. القرآن الكريم.

٢. أبو زنيد،سمير أحمد والشريف،شادي ربحي (٢٠١٠) ، **جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العاملة في الضفة الغربية ومدى رضا العملاء** ، بحث منشور في مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، ع ٥.

٣. أبورمان، أسعد احمد، علاء الدين وخطاب سليمان(٢٠١٠) ، **العلاقة بين جودة الخدمة الداخلية والخارجية في المطاعم ذات الخدمات الكاملة (دراسه مقارنة على عينة من المطاعم المحلية والأجنبية في عمان)**، بحث منشور في مجله اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة ،جامعة السويس ، مصر.

٤. أبوموسى، رسمية أحمد أمين (٢٠٠٠)، **أثرجودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية**، جامعة آل البيت، المفرق – الأردن .

٥. آغا، أحمد عوني وكتانه، خير مصطفى (٢٠١٢)، **عناصر استراتيجيات الريادة وأثرها في أبعاد ابداع السلعة** ،بحث منشور في مجلة أبحاث اقتصادية وادارية، ع ١١، جامعة الموصل - الموصل – العراق

٦. بظاظو،ابراهيم والعمايرة، احمد، (٢٠١٠)، **تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة التي تمثلت في رضاالضيوف**، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا ،عمان -الأردن.

٧. توفيق، طاهير(٢٠١٥)، **التسويق بالعلاقات كأداة لدعم الولاء العملاء**، جامعه أكلي محند اولحاج – البويره - الجزائر

٨. جلاب، أحسان دهش (٢٠٠٤)،**التوافق بين استراتيجية التكيف وممارسات القيادة الاستراتيجية وأثره في خدمه العميل(دراسة تحليلية لاراء من عينة مديري المصارف الاهلية)**، جامعة المستنصرية-بغداد- العراق.

٩. جلده، سامر(٢٠٠٩)، **البنوك التجاريه والتسويق المصرفي**، ط١ ، دار أسامه للنشروالتوزيع، عمان – الاردن.

١٠. الخطيب، فهد (٢٠٠٠)، **مبادئ التسويق مفاهيم أساسية** ، دار الفكر للنشروالتوزيع ، عمان - الاردن .

١١. الزعبي ،علي ،(٢٠١٥) بحث منشور بعنوان**دور إدارة علاقات العملاء في تعزيز الصورة الذهنية في شركات إنتاج المياه المعدنية**، (دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين)،عمان –الأردن.

١٢. الزهراني ،سلطان بن العاشور(٢٠١٠) ، **التفضيل المهني واتخاذ القرار لدى عينة من طلاب الكليات المهنية بمحافظة جده**، بحث منشور لنيل درجة الماجستير. جامعه أم القرى، جدة، المملكة العربية السعودية .

١٣. الشيخ، صالح (٢٠٠٩) ، **تكوين الصوره الذهنيه للشركات ودور العلاقات العامه فيها**، بحث منشور، الأكاديمية السورية الدولية ، دمشق – سوريا.

١٤. صرصور،أسماء،(٢٠١٠)،بحث منشور بعنوان ،**الصورة الذهنية لمجلس طالبات الجامعة الاسلامية لدى جمهور الطالبات**، كلية الآداب ،الجامعة الاسلامية ،غزة .

١٥. الصيرفي، محمد عبد الفتاح (٢٠٠٦) ،**ادارة البنوك** ، ط١ ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان-الاردن .

١٦. الطائي، يوسف حجيم والعبادي، هاشم فوزي (٢٠٠٩)، **ادارة علاقات العميل**، ط١، مؤسسه الوراق للنشروالتوزيع -عمان-الاردن

١٧. العبيدي،أزهارعزيز جاسم (٢٠٠٤)، **دوربحوث التسويق في النشر وظيفه الجودة لتحقيق رضا المستهلك (دراسه تطبيقية في الشركه العامة للصناعات النسيجية)** ،رسالة ماجستير غير منشورة، جامعه الكوفه - الكوفه – العراق .

١٨. العتوم، محمد فوزي(٢٠٠٩)، **رساله المنظمه وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية بدراسة ميدانيه على قطاع صناعه الادوية الأردني** ، رسالة ماجستير منشورة ، جامعه الشرق الأوسط للدراسات العليا،عمان - الاردن .

١٩. عجوه،علي(٢٠٠٣)،**العلاقات العامه والصورة الذهنية**، ط ٤، عالم الكتب، القاهره، مصر .

٢٠. عقل،إبراهيم وهيكل،إيهاب،(٢٠١٣) **أثرالعلامة التجارية في تشكيل الصورة الذهنية لدى عملاء قطاع البنوك في الأردن** ،عمان - الأردن .

٢١. عقيلي،عمروصفي (٢٠٠١)، **مدخل الى المنهجية المتكامله لادارة الجوده الشاملة**، ط١ ، داروائل للنشروالتوزيع ، عمان –الاردن.

٢٢. عكروش،مأمون والمحمد،سامر وخنفر،فائق (٢٠١٠)، **أثر العلامة التجارية في رضى العملاء وسلع الاجهزة الخلوية : دراسة ميدانية على طلبة الجامعة الاردنية** ، بحث منشور في المجلة الاردنية في ادارة الأعمال ، ع١ ، مجلد ٦ .

٢٣. عليان ربحي (٢٠٠٩)،**أسس التسويق المعاصر** ، ط١ ، دارصفاء للنشر والتوزيع –عمان-الأردن.

٢٤. عليان،ربحي (٢٠٠٤) ،**الاتصال والعلاقات العامة** ، دار الصفاء للنشر ،عمان –الأردن .

٢٥. عيسى،نهى خالد(٢٠١٣) ، **العلامه التجاريه المشهوره : دراسه مقارنه**، بحث منشور في مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية ،ع١، مجلد ٢١.

٢٦. عيسى،عبد الرحمن(٢٠١٠) بحث منشور بعنوان "**واقع ممارسات التسويق بالعلاقات وأثرها في بناءالولاء لدى العملاء في البنوك التجاريه**" ،جامعة النجاح الوطنية-فلسطين .

٢٧. العيشوني، محمد أحمد (٢٠٠٧)، **ضبط جودة التقنيات الاساسية وتطبيقاتها في المجالات الانتاجية والخدمية**، دارالأصحاب للنشروالتوزيع ، الرياض – المملكة العربية السعودية.

٢٨. فوغالي ، رانده (٢٠١٥) ، **دور تطوير السلع في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة** ، رسالة ماجستير منشورة ،جامعه محمد خضير ، بسكرة–الجزائر .

٢٩. المعشر،زياد والطروانه،مجدولين(٢٠١٢)، **أثرموضوعية نظام تقييم الأداء في الثقة التنظيمية: دراسة تطبيقية على المعلمين والمعلمات في مديريات التربيه التعليم في محافظة الكرك** ، بحث منشور في المجلة الاردنية في ادارة الأعمال، ع ٤ ، مجلد ٨ .

٣٠. معلوف، سميرأحمد (٢٠١٠) ،**الصورة الذهنية (دراسة في تصور المعنى)** ،بحث منشور في جامعة دمشق ،ع ١،٢، مجلد٢٦،دمشق- سوريا .

٣١. نجم،عبود نجم (٢٠٠٥)،**ادارة المعرفة : المفاهيم الاستراتيجية والعمليات** ، ط١، مؤسسة الوراق للنشروالتوزيع ، عمان – الاردن.

المراجع باللغة الإنجليزية:

1-Amin and Isa , (2008) **" an examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction towards Malaysian Islamic banking A SEM approach "** International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management Vol. 1 No. 3 pp. 191-220.

2-Ashour,L (2006) "**Relationship Marketingas abase for achieving customer loyalty in the Jordanian hotel industry**" . Amman Arabic university,amman ,Jordan .

3-Boone,Louis.Eand Kurtz.David.L ,(2007) **"contemporary marketing"** MC Graw- Hill INC 13th ed New York.

4-Daneil,P (1995) " **Theories of mental images and physical images**".

5-Gronroos,C(2004)"**Therelationshipmarketingprocess: communication, interaction, dialogue, value**", Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 19 Iss 2 pp. 99 – 113

6-Kotler,Philipandkeller,kevin(2014)**"marketingmanagement"**,millennium 14edition ,prentice - hall international , Inc .

7-Oliver,David(2002**)"customer satisfaction do matter "** journal of database marketing ,vol,5,no .4.

8-Pattana,B(2013),"**Therelationshipbetweenentrepreneurial marketingand the characteristics of Thai hotels and their managers"**, Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, Vol. 15 Iss 1 pp. 61 – 78.

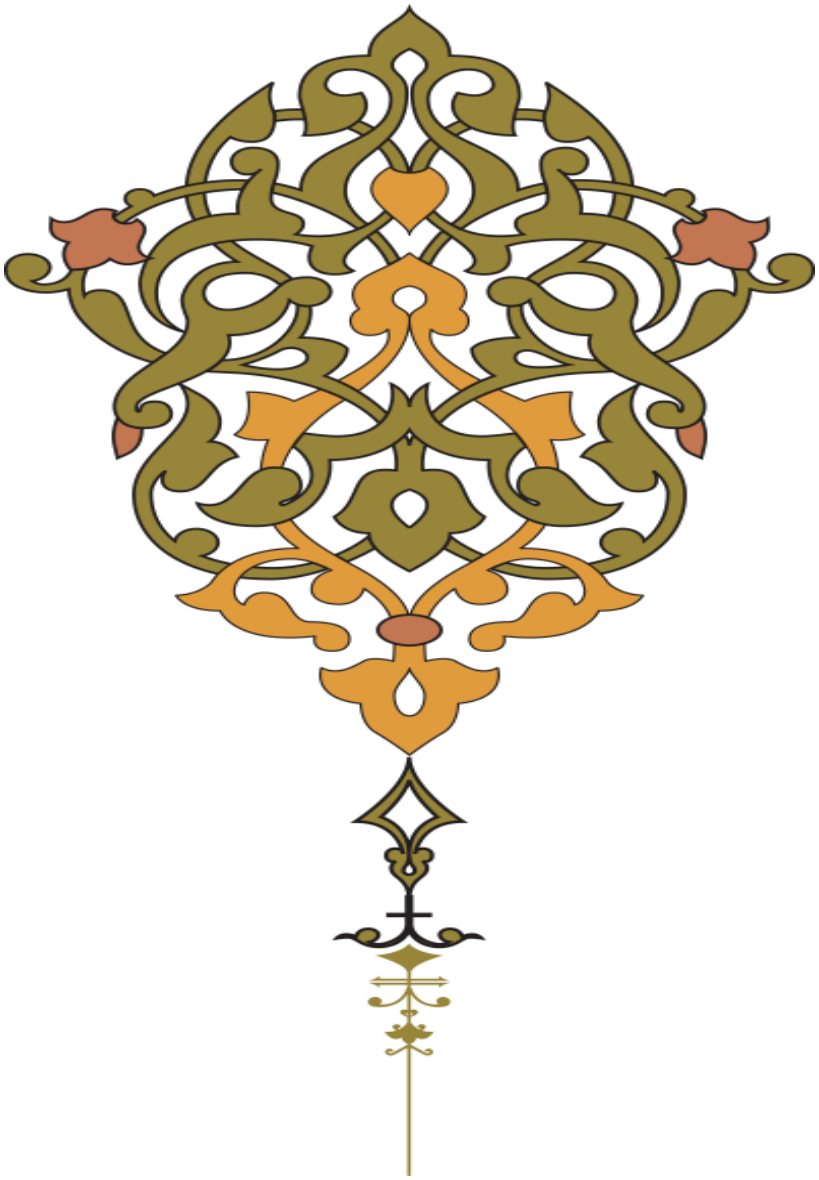
9-Regales&Knox(2011)" **Determine the effect of customer relationship management to enhance communication with the customer and to achieve satisfaction".**

10-Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). **Research methods for business: A skill building approaches** (5th Ed.). West Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd.

11-Seth, Jagdish and Parvatiyar, Atul, (2002) "**Customer Relationship ResearchManagement: Emerging,Practice,Process,and Discipline**", Journal of Economic and Social Research Vol.3,n.2,

12-Sureshchandar, (2003)**" Customer perceptions of service quality in the banking sector of developing economy acritical analysis"** Vol.5 No.21 pp.233-242 .

13-Sviokla, John, (2004) "**Closing The Customer Loyalty Loop"** DiamoundCluster International,Inc:7 http://exchange .diamondcluster.com



E- GOVERNMENT READINESS IN JORDAN: A SITUATION ANALYSIS

Maha Alkhaffaf*

تاريخ وصول البحث:٢٠١٦/١٢/٢١م تاريخ قبول البحث:٢٠١٧/٨/١٠م

Abstract

This paper provides an e-government readiness assessment tool in general and a situation analysis of Jordan e-government readiness in particular. The research model provided in this paper is based on two main factors: website assessment and environmental factors. The first factor was analyzed by sophistication of government online services and government online service itself. The other factor was analyzed by two other variables: cultural environment and business environment. By studying these factors in Jordan, the study achieved its objectives and aims of analyzing the current state of e-government readiness.

By reviewing the literature, the researcher found out that the government's efforts towards e-government may vary according to the country's readiness and other key implementation factors, which will lead to a diverse e-government experience; thus there is a need for studying the impact of key factors to implement e-government in Jordan.

Keywords: e-government readiness, environmental factors and website assessment

***Associate Professor, Management Information Systems department,world Islamic sciences university.**

1. Introduction

To analyze the current status of e-government in Jordan, one must look into the obstacles that stand on the way of e-government project. By looking at the policy and its makers, the dedication of his majesty king Abdulla II for the establishment of a serious of IT sector in Jordan can be recognized, to achieve that is with the E-Government project. Electronic government (e-government) depends on the idea of utilizing information and communication technologies (ICT) in government services to support governmental operations, empower citizens, create an interface between the government and citizens, and offer better accessible, transparent, more efficient, more citizen-centric, and more responsive government services (Irani et al., 2007; Gunter, 2006; Moon, 2002; Potnis and Pardo, 2011; Weerakkody et al., 2011).

Due to the information technology revolution, citizens have become heavy internet-users, and receive good electronic services from various private sector institutions, and thus they have started to anticipate the same high standards from governmental firms (Al-Shafi, 2008). According to Schware and Deane (2003), the priorities for public e-services are enabling the submission and processing of citizens public applications for certificates and services electronically, providing an interface in which citizens can complain and track their complaints and enabling citizens to access information, statistics, regulations and laws. Three more priorities are also listed by Schware and Deane; electronic transfer of money between citizens and government allow purchase orders electronically and provide private and secure channels for citizen's opinions.

Various researchers have studied e-government from different perspectives to discuss the readiness, impact of implementation, and implication of adopting e-government. They argued that e-government can lead to better services and thus better citizen trust in the governments (Chen et al., 2006; Chircu and Lee, 2005; Gichoya, 2005). However, the lack of access to e-government services, the digital divide, and environmental factors may affect the success of e-government and so the citizens trust of such services (Al-Shafi and Weerakkody, 2008; Carter and Be'langer, 2005; Carter and Weerakkody, 2008; Chen et al., 2006; Chircu and Lee, 2005; Ifinedo and Davidrajuh, 2005; John and Jin-Wan, 2005; Thomas and Streib, 2003). Therefore, this study aims to discuss the factors that affect the readiness for e-government adoption.

2. Literature Review

The Jordanian government has recognized the importance of e-government to improve the social life in Jordan and to create a knowledge-based society. ICT has evolved fast and the government has delivered multiple delivery services with different characteristics among E-government services (Majdalawi, et al., 2015). However, it did not encounter the social and cultural factors in such a developing country as Jordan; since it pursues Western models and strategies of implementation; therefore, these models and strategies are not always applicable in Jordan (Hofstede, 2009). Moreover, Ciborra and Navarra (2005) stated that e-government will be a better experience when it integrates closely with local economic, social, cultural and political environment.

According to (MoICT, 2006), the vision of e-government in Jordan is dedicated to delivering services to people across society, irrespective of location, economic status, education or ICT ability. With its commitment to a customer-centric approach, e-Government will transform the government processes and contribute to the Kingdom's economic and social development. According to Alomari et. al, (2012), Jordan is in its early stages of implementing e-government and it requires a more citizen-centric perspective. Further, there are many issues that need to be solved to increase citizen's trust in the use of governmental websites; these issues are related to citizen's beliefs, website design, complexity, and perceived usefulness. For instance, the government in Jordan should communicate with citizens to develop a better trust about e-government by providing more up-to-date information on their websites, and spread the awareness about the government capability of providing services and information that meet citizen's needs by encouraging the real interaction among different governmental entities to enable more citizen-centric services.

In this section, cases from a number of different governments are demonstrated to discuss their paths towards full transformation to e-government; China. According to Davison et. al, (2005), E-government in China is a special case with its 1.3 billion population spread over (9.3) million square kilometers, and only (7.2 %) of the population is with access to the internet; the full employment of e-government will require some time; however, the official government website disseminates information and allows search facilities and provides easy access to menus of (23) provinces, including five self-administered regions and two special administrative regions, as well as over a hundred cities. Moreover many basic e-government services are obtainable such as digital maps, handling complaints, domain registration. The Philippines has identified e-government as a strategic priority. However, Ho (2003) stated that the budget allocation to e-government projects

created an IT planning gap since it enabled only limited IT implementation and ignored integration and other IT planning issues. Since 2000, Tanzania has embarked on developing strategic planning and system implementation towards e-government; yet e-government planning is a great issue to have more consideration, since the government's web pages were written as a static html produced with Front Page 4.0, which highlights the lack of higher-level IT planning and the lack of an appropriate IT infrastructure, which caused an IT planning gap. However, the pages work well, contain sufficient content and provide access to a variety of downloadable documents (Davison et. al, 2005). In Zimbabwe, there are efforts towards e-government. Davison et. al, (2005) illustrated that the government of Zimbabwe has a website with static information and some basic functionality, which provides access to the presidential speeches, two ministries, some other resources and other under-construction pages.

According to Koo (2004), North Korea has no official government website and no online information about its e-government activities. Although there are some pages offering some photos of the current and former presidents, and a limited amount of information about the political system of North Korea, tourism, history, and some links to websites associated with North Korea. In 2000, Qatar began its public sector electronic services, and extensive e-government efforts are conducted compared to other developing countries in the Middle East; still, more user-friendly and adding-value services are required to satisfy citizen's expectations of e-government, thus Qatar faces challenges regarding social effects on e-government (Weerakkody et. al, 2011).

3. Suggested Research Model

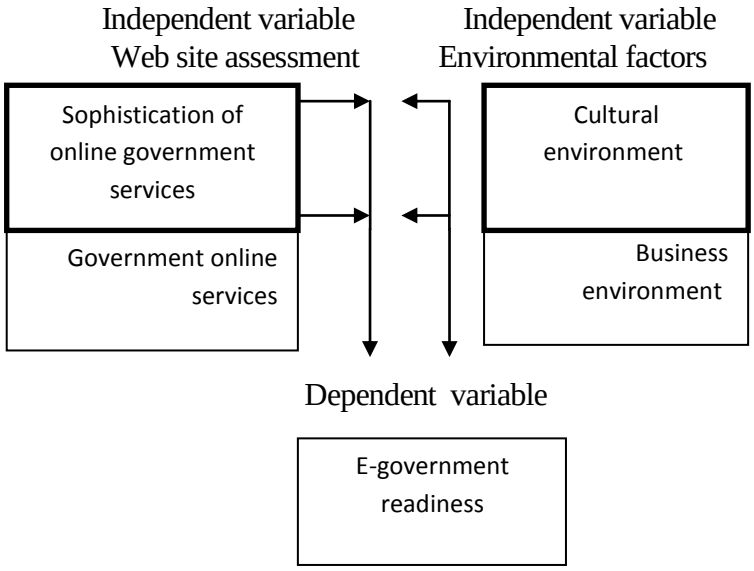


Figure 1: The suggested research model

The model was developed depending on the following references:

- UN nations e-government Survey towards a more citizen-centric approach(2012)http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan047965.

- UN Workshop on E-Participation and E-Government (2012) 27-28 July 2006 Budapest, Hungary UN, report on E-Government survey, 2010.

4. Operational Definitions of the Research Model

- E-government readiness: according to the World Bank website (2005) e-government readiness can be defined as:

"Information technology that have the ability to transform relations to citizens, businesses and other arm of government and can serve a variety of different ends: better delivery of government services to citizens, improved interactions with business and industry, citizen's empowerment through efficient access to information, or more efficient government management…. Benefits can be less corruptions, increased transparency, greater convenience, revenue growth and cost reductions" (World Bank, 2016).

- Cultural environment: is a collective programming of mind that distinguishes members of one group from those of other groups (Daft, 2001).
- Business environment is related to what owners are doing, laws affecting them, customers, and economic forecasts. To function effectively and

efficiently, organizations operating internationally must understand the social environment of the host countries they are operating in (Peppers and Rogers Group, 2006).

5. Research Methodology and Analysis

This is a research in progress to identify and understand factors impeding Jordanian e-government project implementation. According to Yin (1984) a suitable research method for descriptive and explanatory research is survey research and case study. A survey research that is able to describe the situation of a company from information gathered through a questionnaire. It is also possible to form explanations based on statistical analysis of the data. Other research methods might be applicable to meet the above criteria; case studies can generate deep and rich information about an actual situation, which is important to build comprehensive descriptive knowledge (Sekaran, 1992) The main method used in this research to collect the required information is the case study method.

6. The Case of Jordan e-government

Jordan has launched several electronic initiatives at the same time; these include e-Government, e-Learning, e-Health and REACH. This also needs a good concentration by the government on any of these initiatives. However, a good consistency in ICT plans and policies within Jordanian public sector institutions must be addressed to overcome the failure of e-government project and initiatives in Jordan. Many indicators could be used to analyze the situation of e-government in Jordan; citizens and business in Jordan "have access to about 85 e-services on the national government portal, four of which are transactional and three of those services offered online" (e-Government Strategy 2014-2016).

JoPAY also was used in 2016 for payment through the Jordan Payment Gateway. In 2016, an online service and M-service were also enhanced and new official website was developed. Year by year, tremendous changes in e-government initiative and programs occur, and the most recent development in these programs was in 2016, when the government activated EGSC CIO counsel, Mada, Daleel and e.gov Award, in addition to many current e-transformations in Jordan in 2016, such as development and maturity in Portals, cloud computing data model and open data standard (e-Government Strategy 2014-2016).

This section analyzes each factor in the research model in the case of Jordanian official e-government website. The factor is divided in the following paragraph into two categories: website assessment and environmental factors divided into two factors: business environment, and cultural environment.

6.1 Website Assessment

There are different ways that could be used to assess e-government websites such as website effective navigation, e-government functional, fast and efficient link and good look and content (Jim, 2015). The official website of the Jordanian government in 2016 was (www.jordan.gov.jo/) provided different services to the citizens. It was divided into three main gates: government to citizen service, government to business service and government to government service. Another gate is provided to the citizen on the website such as issuing certificate for non-criminal record.

E-Government program in Jordan, as any other e-government program, aims at delivering government services to the citizens using mobile technology especially SMS services. It is one of the most widely spread means of communication channels in Jordanian society, which makes it a critical channel to deliver e-services. To facilitate the use of SMS services, the e-government program has developed the e-government mobile portal. This service allows Jordanian citizens owning mobile phones to easily communicate with various ministries and government entities, and take advantage of the services by downloading the application on their mobile phones (Ottoum, 2011).

The portal provides a mobile version of a list of SMS services supported by Java-enabled phones. Further, many services are available such as Property Tax, Vehicles Violation Fees and Competitive Ranking; even FATWA Request and Income Tax are available. These mobile portals can help the citizen to list the available government services, governmental directory and easy-to-use application. However, Jordanian citizens can download the application of mobile services by following easy steps in downloading the services directly on the cell phone via the internet and through following the link provided by the service providers (Zain, Orange, Umniah), and then receive the application on mobile phones and computers via Bluetooth.

The following are comparisons between the global criteria of website assessment (Jim, 2015) with the official site of Jordanian e-government:

1. Accuracy of web documents (If the e-government web page lists the author and institution that published the page and provides a way of contacting him/her);

- Who wrote the page and can you contact him or her?
- What is the purpose of the document and why was it produced?
- Is this person qualified to write this document?

Since the official Jordanian e-government site provides different governmental services, many ministries wrote the web pages. Ministry of communication and information technology (MCIT), for example, wrote information about its services and news on the web page. Further, the Civil Status and Passport Department has a portal on the web that provides all the necessary information needed to apply for a passport. The information available on this portal is inscribed by the employees of the department. Furthermore, the official site of Jordanian e-government provides the service "Ask"' if the citizen has a question, inquiry, or concern about any government service. "ASK" is a service where the citizen is able to obtain the answers he or she needs. Besides, the citizen can use the frequently asked questions FAQs or search via search engine prior to using e-government services.

2. Authority of web documents

- Who published the document and is it separated from the "Webmaster?"
- Check the domain of the document, what institution publishes this document?
- Does the publisher list his or her qualifications?

As mentioned earlier, the official website provides different services related to different ministries and departments. Each ministry or department publishes its information regarding services by qualified employees concerned about this service. On the other hand, the publisher on Jordanian e-government website does not list his/ her qualifications.

3. Objectivity of web documents

- What goals/objectives does this page meet?
- How detailed is the information?

The goal of the Jordanian official e-government website is to provide services and information to citizens, businesses and governmental departments. Based on this, it has been divided into three categories: government to citizen, government to business, and government to government.

The goal of the government to citizen section (G2C) is to provide Jordanian citizens, inside Jordan and abroad, as well as non-Jordanians living in Jordan, with comprehensive information concerning all services provided by the ministries and

other government entities. The G2C section provides information about services presented in two different ways: citizens can browse the "citizen's life cycle", which groups the services for the citizen's entire life including birth, school, work and retirement. The second way classifies the services per subject area including civil status services, health services, etc.

On the other hand, the Government to Business section (G2B) aims to provide investors with all information about the services provided by the government entities. This section includes the procedures and forms necessary to benefit from these services. It provides all the needed information for investors such as running a business, investment incentives, starting a new business, qualified industrial zones and many more. And finally, the government to government section allows the government employee to access the government website as a part of the G2G network. (What about government to government (G2G)? nothing mentioned about it!!!)

4. Currency of web documents

- When was it produced?
- When was it updated?
- How up-to-date are the links (if any)?

The website provides up-to-date information, even the news of the weather conditions is available every day on the site, e-government news is available on the site as well.

6.2 Environmental factors in Jordan

1. Business environment in Jordan

Business environment encompasses all those factors that affect a company's operations. These factors include competitors, stakeholders, customers, suppliers, industry trends, regulations, social and economic factors, and finally technological developments.

In Jordan, economy is based on free enterprise. The service sector, including the government, tourism, transportation, communication, and financial services contributed to most economy, where (70 %) of the workforce are employed. Amman has been developed into a regional business center. Jordan's economy is deeply influenced by its strategic location in the Middle East, the arid area, its relationship with its neighbors, and its dependence on foreign aids. (needs more information…There's a gap here !!!)

The following points reveal the business environment in Jordan, which may help encourage e-government projects strongly in Jordan:

- politically stable country
- small country with limited resources
- well-educated young population
- advanced telecommunication and information communication technology
- advanced banking and banking information systems
- multi and bi-lateral trade agreements with most of the countries (WTO, Free Arab trade and QIZ).

A number of indicators can be used to analyze the business environment in Jordan. Doing Business 2015 (DB 2015) ranks Jordan 96th out of 183 economies, reflecting a 20-point decline in the Getting Credit indicator. On the other hand, according to the latest enterprise surveys (2016), licenses and permits, tax administration and inadequately educated workforce represent the major obstacles to running a business in Jordan. However, Jordan's economic freedom score is 69.9, making its economy the 32nd freest in the 2012 Index. Its score is 1.0 point better than that of the last year, reflecting gains in half of the 10 economic freedom including notable progress in business freedom and the control of the government expenditure. Jordan is ranked 3rd out of 17 countries in the Middle East/North Africa region.

2- Cultural Environment in Jordan

The cultural environment concept refers to all ethics, traditions, norms and attitudes that direct behavior of people in a selected region. Electronic trust is one of the most critical issues that challenge the e-government programs in Jordan and because of the Jordanian society that is considered as a young society since the majority is around the age of 10-30 years, which is why the majority of people in Jordan values using electronic applications specially and information technology mainly as a way of living in a modern society, e-government applications is one of those electronic applications that the citizens in Jordan prefer to use and benefit from e-government services.

7. Conclusion

E-government readiness is a crucial issue that should be considered to achieve a better e-government experience. Based on the literature review, the researchers provide a proposed model to measure the readiness of e-government in Jordan, and suggest that each government be a special case according to its cultural and business environment. Further; the main reasons of the problems facing e-government

progress in Jordan can be concluded as follows: the first reason is that when the government sets up its e-government track projects, imported from countries who are leading the field of e-government without understanding the characteristics of this Track Project. On the other hand, the involvement of a number of international donors to e-government imitative without coordination between them leads to increasing problems in these initiatives. Secondly, the scarcity of financial and technical recourses in Jordan may cause technical problems in which many government agencies in Jordan are building their systems depending on the existing systems to integrate them. This situation makes it difficult where different existing systems need to be integrated with newly implemented ones. Last but not least, the lack of monitoring procedures in the e-government website is one of the main problems facing e-government initiatives in Jordan. Few ministries websites were only in English, although the main language of Jordan is Arabic. E-Government program in Jordan delivers government services to citizens business and other governmental agencies using many different facilities such as SMS services and many more. However, the web site does not show clearly who publishes the document on it; on the other hand, the website has enough detailed information to the citizen. The objective of the web site is also clear, so in this way the objectivity of the web is implemented. However; the data on the website are always updated and the citizens can find any information about the governmental programs.

Reference:

1. Amartaya Sen Evans (1999). Development as Freedom. Collective Capabilities, Culture. Oxford University Press.
2. Almarabeh, Tamara & AbuAli, Amer (2010), " A General Framework for E-Government: Definition, Maturity Challenges, Opportunities, and Success". European Journal of Scientific Research, Vol.39 No.1.
3. Alomari, M., Woods, P., and Sandhu, K. (2012), "Predictors for e-government adoption in Jordan - Deployment of an empirical evaluation based on a citizen-centric approach", Information Technology & People, Vol. 25 No. 2, pp. 207-234
4. Al-Shafi, S. (2008), "Free wireless internet park services: an investigation of technology adoption in Qatar from a citizen's perspective", Journal of Cases on Information Technology, Vol. 10, No. 1. pp. 21-34.
5. Al-Shafi, S. and Weerakkody, V. (2008), "The use of wireless internet parks to facilitate adoption and diffusion of e-government services: an empirical study in Qatar", Proceedings of the 14th Americas Conference on Information Systems (AMCIS 2008), Toronto.
6. Carter, L. and Be'langer, F. (2005), "The utilization of e-government services: citizen trust, innovation and acceptance factors", Information Systems Journal, Vol. 15, No.1, pp . 5-26.
7. Carter, L. and Weerakkody, V. (2008), "E-government adoption: a cultural comparison", Information Systems Frontiers, Vol. 10 No. 4, pp. 473-82.
8. Chen, C., Tseng, S. and Huang, H. (2006), "A comprehensive study of the digital divide phenomenon in Taiwanese government agencies", International Journal of Internet and Enterprise Management, Vol. 4 No. 3, pp. 244-56.
9. Charles Sha'ban(2006) Talal Abu-Ghazaleh Organization, "E-Government readiness in the Arab Countries".
10. Chircu, A.M. and Lee, D.H.-D. (2005), "E-government: key success factors for value discovery and realization", E-Government: An International Journal, Vol. 2 No. 1, pp. 11-25.
11. Ciborra, C. and Navarra, D.D. (2005), "Good governance, development theory, and aid policy: risks and challenges of e-government in Jordan", Information Technology for Development, Vol. 11 No. 2, pp. 141-59.
12. Davison, R.M., Wanger, C. and Ma, L.C.K. (2005), "From government to e-government: a transition model", Information Technology & People, Vol. 18 No. 3, pp. 280-299
13. E-Government Program Status: Draft Document Classification: Public Issue Date : 15 April 2013 Authorized By: Jordan e-Government Program.
14. Elsheikh, Y. and Cullen, A. (2008), "E-government in Jordan: challenges and opportunities", Transforming Government: People, Process and Policy, Vol. 2 No. 2, pp. 83-103.
15. Gichoya, D. (2005), "Factors affecting the successful implementation of ICT projects in government", Electronic Journal of e-Government, Vol. 3, No.2 pp. 175-84.
16. Gunter, B. (2006), "Advances in e-democracy", ASLIB Proceedings, Vol. 58 No. 5, pp. 361-370.
17. Hill, C.E., Loch, K.D., Straub, D.W. and El-Sheshai, K. (1998), "A qualitative assessment of Arab culture and information technology transfer", Journal of Global Information Management, Vol. 6 No. 3, pp. 28-38.

18. John, J. and Jin-Wan, S. (2005) "E-government in South Korea: planning and implementation", Electronic Government: An International Journal, Vol. 2 No. 2, pp. 188-204.
19. Jim. Kapoun, (2015) "Teaching undergrads WEB evaluation: A guide for library instruction." <i>C&RL News. (feb. 2015): 522-523.
20. Kallol, Gallup, Stuart and Cerveny, Robert. (2006) "An empirical study on e-government readiness: the roles of institutional efficiency and interpersonal trust", proceeding of the 2006 international conference on digital government research, ACM, New York
21. Kaufmann, Daniel; Kraay, Aart; Mastruzzi, Massimo (2008) "Governance Matters VII: Aggregate and Individual Governance Indicators" 1996-2007. The World Bank and World Bank Institute.
22. Koo, K.H. (2004), "Internet access costs two Euros per minute in North Korea", KOTRA.
23. Ifinedo, P. and Davidrajuh, R. (2005) "Digital divide in Europe: assessing and comparing the e-readiness of a developed and an emerging economy in the Nordic region", Electronic Government: An International Journal, Vol. 2 No. 2, pp. 111-33.
24. Majdalawi, Yousef,. Almarabeh Tamara, Mohammad Hiba and Quteshate Wala. (2015) " E-government strategy and plans in Jordan". Journal of software engineering and applications,vol 8, No. 2.
25. Mark Warschauer. Demystifying the Digital Divide. Scientific American. August 2003.
26. Mnjama, N. and Wamukoya, J. (2007), "E-government and records management: an assessment tool for e-records readiness in government", The Electronic Library, Vol. 25 No. 3, pp. 274-284
27. Moon, M.J. (2002), "The evolution of e-government among municipalities: rhetoric or reality?", Public Administration Review, Vol. 62 No. 4, pp. 424-33.
28. Ottoum, Issa & Rose E. S. Suleiman.(2011) E-government the Jordanian experience. ICIT 2011 The 5th International Conference on Information Technology.
29. Potnis, D.D. and Pardo, T. A. (2011) "Mapping the evolution of e-Readiness assessments", Transforming Government: People, Process and Policy Vol. 5 No. 4, pp. 345-363
30. Ruth Levitas. The Idea of Social Inclusion. http://www.ccsd.ca/events/inclusion/papers/rlevitas.htm
31. Schware, R. and Deane, A. (2003), "Deploying e-government programs: the strategic importance of "I" before "E" ", Info, Vol. 5 No. 4 pp. 10 – 19
32. Thomas, J.C. and Streib, G. (2003), "The new face of government: citizen-initiated contacts in the era of e-government", Journal of Public Administration Research and Theory, Vol. 13 No. 1.
33. UN nations e-government Survey towards a more citizen-centric approach (2012) http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan047965.
34. UN Workshop on E-Participation and E-Government (2012) 27-28 July 2006 Budapest, Hungary, UN, report on E-Governemnt survey
35. UNESCAP http://www.unescap.org/pdd/prs/ProjectActivities/Ongoing/gg/governance.asp.
36. WorldBankhttp://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/WBI/EXTWBIGOVANTCOR/0,,menuPK:1740542~pagePK:64168427~piPK:64168435~theSitePK:1740530,00.html;OECD, http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=7237;

37. World Bank (2001), Managing Development - The Governance Dimension. http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2006/03/07/000090341_20060307104630/Rendered/PDF/34899.pd

38. Weerakkody, V., El-Haddadeh, R. and Al-Shafi, S. (2011), "Exploring the complexities of e-government implementation and diffusion in a developing country, some lessons from the State of Qatar", Journal of Enterprise Information Management, Vol. 24 No. 2, pp. 172-196

The World Islamic Sciences and
Education University (W.I.S.E)

Al-Mithqal

For Economic & Administrative Sciences

An International Research and Refereed Journal

Volume (4), Number (1). RAJB 1439, MARCH 2018

The views and ideas expressed in the articles published in this journal are of their own authors and do not reflect the views of the editorial board or the World Islamic science and Education University or the policies of the Ministry of Higher Education and Scientific Research.

ISSN 2311-0988



All Correspondence Concerning this Journal should be addressed to:

Editor in Chief
Deanship of Academic Research
The World Islamic Sciences and Education University (W.I.S.E)
Amman- Jordan
p.o. Box: (1101), Post Code (11947)

Tel: 00962 6 5600230, Ext. 2012, Fax: 00962 6 5600237

Email: al_mithqal.journal@wise.edu.jo
Website: www.wise.edu.jo

Al- Mithqal

For Economic & Administrative Sciences

An International Research and Refereed Journal

Volume (4), Number (1). RAJB 1439, MARCH 2018

Prof. Hanaa al-huniti

Editorial Staff

Prof. Mahmoud al sartawi	The World Islamic Science & Education University
Prof.Abdelbaset Marashedh	AL Al-BAYT University
Prof.Abed alra'ouf Baniissa	The World Islamic Science & Education University
Prof. Mohamed al-Arnaout	The World Islamic Science & Education University
Prof. Nawaf Kanaan	The World Islamic Science & Education University
Prof. Yaser al-hourani	The World Islamic Science & Education University
Dr.abed almaksoud hamed	The World Islamic Science & Education University
Dr. Omar Mohammad Al-Momani	The World Islamic Science & Education University

Advisory Editorial Board

Prof.Ahmad Saeed Bamkhrama	King AbdulAziz University
Prof.Jawad ALanani	Economic and Social Council
Prof.Abed alrhman Ahmad	Alexandria University.
Prof.Fuzi ALgraibeh	University of Jordan
Prof.Mohammed Ahmed Saqer	The World Islamic Science & Education University
Prof.Mohammed Anas ALzrqa	Shoura Legal Consultancy
Prof.Mhammed Althnebat	University of Jordan
Prof.Hesham Al-graibeh	German - Jordanian University
Prof.Yousef Ebrahem Yousef	Kamel Saleh Center / Al - Azhar University

English Language Editor

Dr. Jebreel AL-Saudi

Arabic Language Editor

Dr.Atef Al-dweikat

Editor Secretary

Reham AL-Faouri