



جَامِعَةُ الْعِلْمِ وَالْإِسْلَامِ الْعَالَمِيَّةِ

المِثْقَالُ

لِلْعِلْمِ وَالْإِقْتِصَادِ وَالْإِدَارَةِ

مَجَلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ عَالَمِيَّةٌ مُحَكَّمَةٌ

المجلد الخامس - العدد الأول رجب ١٤٤٠ هـ / آذار ٢٠١٩ م

ISSN 2311-0988

جَامِعَةُ الْعِلْمِ وَالْإِسْلَامِ الْعَالَمِيَّةِ

المِثْقَالُ

مَجَلَّةٌ عِلْمِيَّةٌ عَالَمِيَّةٌ مُحَكَّمَةٌ



The World Islamic Sciences and
Education University (W.I.S.E)

Al-Mithqal

For Economic & Administrative Sciences

An International Research and Refereed Journal

Volume (5), Number (1), Rajab 1440, March 2019

ISSN 2311-0988



جامعة غزة الإسلامية العالمية

الميثاق

للعلوم والاقتصاد والادارة

مجلة علمية عالمية محكمة

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

المجلد الخامس، العدد الأول: رجب ١٤٤٠هـ/ آذار ٢٠١٩م

ISSN 2311-0988

المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية

مجلة علمية عالمية محكمة

المجلد الخامس، العدد الأول: رجب ١٤٤٠هـ/ آذار ٢٠١٩م

رئيس هيئة التحرير

أ.د. هناء محمد الحنيطي

هيئة تحرير المجلات العلمية

جامعة العلوم الإسلامية العالمية	أ.د. وليد عوجان
جامعة العلوم الإسلامية العالمية	أ.د. محمد بني سلامة
جامعة العلوم الإسلامية العالمية	أ.د. ياسر الحوراني
جامعة العلوم الإسلامية العالمية	أ.د. عيسى نوري قويدر
جامعة العلوم الإسلامية العالمية	أ.د. سليم حتاملة
جامعة العلوم الإسلامية العالمية	د. عبد الرؤوف أحمد بني عيسى
جامعة العلوم الإسلامية العالمية	د. مبارك الطراونة

الهيئة الاستشارية (مرتبة هجائياً)

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

المحرر اللغوي/اللغة الإنجليزية

د. جبريل السعوي



المحرر اللغوي/اللغة العربية

د. محمد البلوش

أمين سر المجلة

ر.ه.م. أنعام عوي

❖ تعريف بالمجلة:

مجلة الميثاق للعلوم الاقتصادية والإدارية، مجلة علمية عالمية دورية محكمة تصدر عن عمادة البحث العلمي في جامعة العلوم الإسلامية العالمية، وتنشر البحوث الأصلية التي تحتوي 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 مما 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 قُدم للنشر في مجلة أخرى، وعلى الباحث أن يقدم إقراراً خطياً بذلك عند تقديم المخطوط للنشر.
٢. تخضع جميع المخطوطات المُقدمة 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 إجراءات 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 التقييم المتسلسل للصفحات في وسط أسفل الصفحة باستثناء الصفحة الأولى.
٢. ترقيم الجداول والأشكال بالأرقام العربية (١، ٢، ٣...) بالترتيب كما وردت في المخطوط، وتزود الجداول بعناوين في الأعلى والأشكال في الأسفل وهوامشها في الأسفل، ويطلع 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، ابتداءً 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، توضع اسم المؤلف وسنة التأليف بين قوسين (Walter et al, 2004)، وترتب لائحة المراجع في نهاية البحث هجائياً (A.B.C...).
- في حالة الآيات القرآنية، يكتب بذكر اسم السورة أو رقمها ورقم الآية على النحو التالي: (البقرة: ٢٨٢)، وتنسخ الآية الكريمة بخط المصحف العثماني ويوضع بعدها التوثيق السابق.

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

- ١- كتاب مؤلف أو أكثر (Book with one or More Authors)
طريقة التوثيق: اسم شهرة المؤلف، الاسماء الأولى (يتبع ذلك الاسم الأخير 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، الاسماء الأولى (يتبع ذلك الاسم الأخير 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 1966. Estimation with Heteroscedastic Error Terms. *Econometrica*, Vol. 34 (4): P.888.

- ٣- وقائع مؤتمرات، أوراق علمية وملخصات (Conference Proceedings, Papers and Abstracts)
طريقة التوثيق: اسم شهرة المؤلف، الاسم الأول (يتبع ذلك الاسم الأخير ثم الأول لمؤلفين 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 Economics 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 الإلكترونية ومصادر الانترنت (Electronic Journals and Internet Sources)
أ. المجلات الإلكترونية (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 الميثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية
عمادة البحث العلمي / جامعة العلوم الإسلامية العالمية
المملكة الأردنية الهاشمية

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

موقع الجامعة الإلكتروني: www.wise.edu.jo

محتويات العدد (باللغة العربية)

الصفحات	عنوان البحث	الباحث / الباحثون
٣٧-٧	"الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية وأثرها على ولاء العملاء، الدور المعدل للكلمة المنطوقة" دراسة حالة شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)"	د. فراس علي خليفة الزعبي د. رائد محمد حامد الشهبان د. أحمد علي خليفة الزعبي
٦٢-٣٩	The Relationship between Using Accounting Information Systems " and the "Application of Corporate Governance at Jordanian banks	Dr. Jomana Mostafa Albadainah
٩٥-٦٣	"دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة"	د. زينب حسان النابلسي
١٤٠-٩٧	"أثر تبني أدوات المحاسبة الرشيدة في تحقيق الميزة التنافسية" دراسة تجريبية على الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة"	د. سامر العكور
١٦٦-١٤١	"أثر مناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي" دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات الأردنية"	د. أحمد ناصر أبوزيد
١٩٤-١٦٧	"موارد نُظُم المعلومات وأثرها في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية" دراسة ميدانية في المستشفيات الخاصة الأردنية"	د. أسيد العوايشة د. منيرة مفلح

"الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية وأثرها على ولاء العملاء، الدور المعدل للكلمة المنطوقة"

"دراسة حالة شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)"

د. فراس علي خليفة الزعبي*

رائد محمد حامد الشهبان**

أحمد علي خليفة الزعبي***

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٨/٢/٢٧م

تاريخ قبول البحث: ٢٠١٨/٧/١٦م

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية (المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع، والمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية المستهلك، والمسؤولية الأخلاقية، والمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة) وأثرها في ولاء العملاء بأبعادها (الولاء الموقفي، والولاء السلوكي، والولاء المعرفي) بوجود الكلمة المنطوقة كمتغير معدل في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) تحديداً كمجتمع دراسة، فقد لوحظ اهتمام في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)، في موضوع الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية ومدى تأثير ذلك في ولاء عملاء الشركة، وكما لوحظ أن شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) تسعى للاحتفاظ بالعملاء لدور الكلمة المنطوقة المتناقلة بواسطة عملاء الشركة، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثون بتصميم استبانة شملت (٤٧) فقرة لجمع البيانات الأولية من عينة الدراسة والمكونة من (٤٩٨) فرداً من عملاء شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)؛ وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها ما يلي:

تبين أن مفهوم الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية يعد من المفاهيم الحديثة في التسويق وخاصة عند ربطه بولاء العملاء، وأنه رغم ما توصلت إليه (أورانج) من تقدم في خدمات الاتصالات؛ إلا أنه ومن خلال نتائج الدراسة تبين أن هنالك قصوراً في ما يتعلق باهتمام العملاء بالكلمة المنطوقة.

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

**باحث.

**باحث.

وتبين أن شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) لا تمتلك إمكانيات ديمومة الاتصال مع العملاء لتحديث المعلومات المتوفرة وأظهرت النتائج أن موظفي شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) لا يقومون بتشجيع العملاء على الاستفادة من الخدمات والعروض المطروحة وهذه تعتبر ثغرة كبيرة.

الكلمات المفتاحية: الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية، ولاء العملاء، الكلمة المنطوقة، شركة الاتصالات الأردنية (أورانج).

Abstract

This study aimed at identifying the marketing variables of social responsibility (social responsibility towards society, social responsibility towards consumer protection, moral responsibility, and social responsibility towards environmental protection) and the impact on the loyalty of customers in their dimensions (endowment loyalty, behavioral loyalty, and knowledge loyalty), a study society, an interest in Jordan Telecom (Orange) has been observed in the subject of the dimensions of marketing for social responsibility and the impact of this on the loyalty of customers formed in Orange.

In order to achieve the objectives of the study, the researchers designed a questionnaire consisting of (47) items to collect the preliminary data from the sample which consisted of (498) customers of Jordan Telecom Company (Jordan Telecom) Orange. The results of the study indicate that the concept of marketing variables of social responsibility is considered one of the modern concepts in marketing, especially when linked to the loyalty of the customers of Jordan Telecom Company (Orange), and that, despite what Orange has reached, it provides services in communications. However, through the results of the study, there are shortcomings in the interest of customers in the spoken word.

It was also found that Jordan Telecom (Orange) does not have the possibility of continuous communication with customers to update the available information. Further, the results showed that the employees of Jordan Telecom (Orange) do not encourage customers to benefit from the services and offers offered which is considered as a big gap. The study recommended that Jordan Telecom (Orange) be required to train its employees to understand the importance of marketing dimensions of social responsibility and its great impact on its customers.

Keywords: Marketing, Customer loyalty, Spoken word, Jordan Telecom Company (Orange).

المقدمة:

المسؤولية الاجتماعية التزام طوعي يشمل مجموعة من السياسات والإجراءات والأفعال بالإضافة الى اعتبارات الأخلاقية والتزامات التي تعتنقها المنظمة في مساهمتها لإفادة المجتمع إذ إنها تمثل المسؤولية الاجتماعية بمنظورها التسويقي تحدياً لإدارة التسويق في تفاعلها مع البيئة المحيطة بها، فمفهوم المسؤولية الاجتماعية أصبح من المفاهيم الحديثة في منظمات الأعمال المعاصرة نظراً لتوسع أعمالها، وتشير المسؤولية الاجتماعية في مجال التسويق إلى تعظيم أثرها الإيجابي على المجتمع مع زيادة ثقة الزبائن، وتعتبر من العناصر الهامة في تكوين سمعة المنظمة، والرفع من قدرتها على استقطاب عملاء جدد وزيادة حصتها السوقية، تعزيز قيمتها في السوق. يكتسب موضوع الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة في زيادة ولاء العملاء، ففي ظل الممارسات السلبية التي يتعرض لها المستهلك جراء عدم الالتزام من قبل بعض الشركات ببعض الحقوق الأساسية للمستهلك، وكذلك عدم التزام بعض الشركات بالتشريعات البيئية الصادرة من الجهات ذات العلاقة يصبح من الضروري الترويج لمستوى الالتزام من قبل الشركات بهذه الأبعاد من خلال الكلمة المنطوقة، وفي ضوء ذلك جاءت هذه الدراسة للوقوف على أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية والكلمة المنطوقة على ولاء العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)، في ضوء تزايد درجة المنافسة بين شركات الاتصالات في المملكة الاردنيه الهاشميه.

أهمية الدراسة:

تزداد أهمية المسؤولية الاجتماعية في شركات الاتصالات الأردنية (أورانج) كنتيجة للجوانب الاقتصادية والاجتماعية وتوسع أعمالها، ويمكن هنا أن يبرز دور شركات الاتصالات كأحد القطاعات الرئيسة المهمة في الاقتصاد الوطني التي يمكن أن يكون لها دور في خدمة المجتمع المحلي وتوفير خدمات الاتصالات للمجتمع الأردني، وبشكل أكثر تحديداً تبرز أهمية الدراسة من خلال ما يلي:

- يعد موضوع المسؤولية الاجتماعية لشركة الاتصالات الأردنية (أورانج) من المواضيع التسويقية الضرورية، حيث تساهم في تعزيز دافعية الدور الاجتماعي للشركة تجاه المجتمع.

- تعكس هذه الدراسة بيان أهمية البعد الأخلاقي والاجتماعي الذي يجب أن يميز منظمات الأعمال، فالمسؤولية الاجتماعية أداة لتحقيق توجهات ذات صبغة إنسانية غير مادية حيث الحفاظ على حقوق كل من يتعاملون معها.
- توضيح المفهوم الحقيقي للمسؤولية الاجتماعية، فهي ليست مجرد هبات ومساعدات تمنحها الشركات للفقراء والمحتاجين، فالمسؤولية الاجتماعية مفهوم أشمل وأبعد من ذلك وتعني الالتزام المسؤول تجاه عدد من الأطراف الداخليين والخارجيين، وأي مساهمة تجاه المجتمع يجب أن تكون وفق خطة مدروسة ومدمجة في السياسة العامة لمنظمات الأعمال.
- تعمل الدراسة على بيان فاعلية استخدام الكلمة المنطوقة في توضيح الالتزام بالأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج).

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- قياس أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج).
- قياس أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية المستهلك والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج).
- قياس أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المسؤولية الأخلاقية والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج).
- قياس أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج).

مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في ضعف اهتمام شركات الاتصالات بموضوع ولاء العملاء والمدى الذي يمكن أن تؤثر فيه المسؤولية الاجتماعية وعدم استخدام الكلمة المنطوقة في زيادة ولاء العملاء لذا جاءت الدراسة للوقوف على مستوى تأثير الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) من وجهة نظر العملاء.

أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: هل يوجد أثر للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)، ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

- ما أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) ؟
- ما هو أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية المستهلك والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) ؟
- ما هو أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المسؤولية الأخلاقية والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)؟
- هو أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة والدور المعدل للكلمة المنطوقة على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)؟
- ما هو أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء بوجود الكلمة المنطوقة كمتغير معدل؟

فرضيات الدراسة:

Ho1: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)." .
ويتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

Ho1-1: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية تجاه المجتمع على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)." .

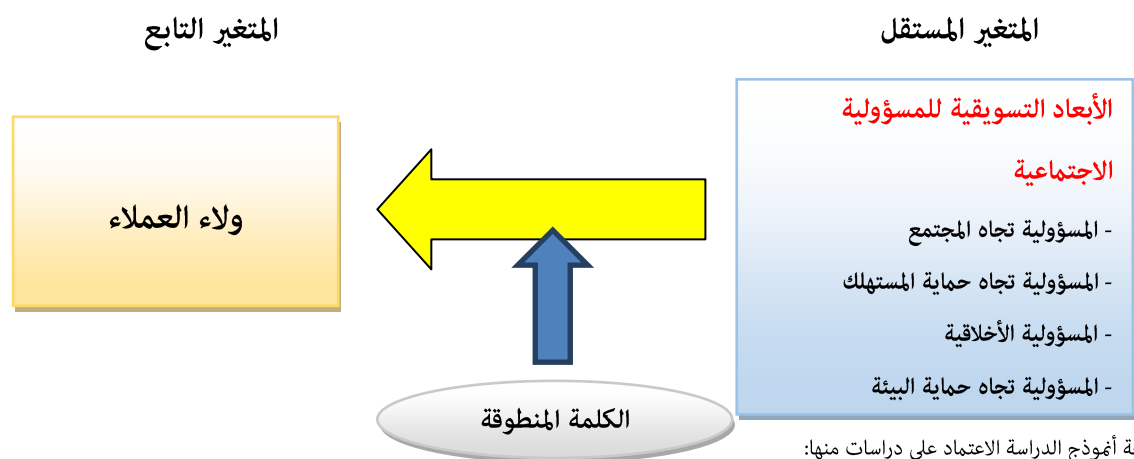
Ho1-2: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية المستهلك على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)." .

Ho1-3: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المسؤولية الأخلاقية على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)." .

Ho1-4: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية البيئة على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)." .

Ho2: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للكلمة المنطوقة في تحسين أثر المسؤولية الاجتماعية في ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)." .

أموذج الدراسة:



تم صياغة نموذج الدراسة الاعتماد على دراسات منها:

(الغالبى والعامري، 2015)، و(الطراونة، وأبو جليل، 2013)، و(Lam, 2016)

الإطار النظري:

عرفت المسؤولية الاجتماعية على أنها "الفلسفة التسويقية المعبر عنها بالسياسات والإجراءات والأفعال التي تحقق بمجملها رفاهية المجتمع كهدف أساسي"، كما عرفت بأنها "ميول المسوقين بالالتزامات التي يضعوها على أنفسهم آخذين بنظر الاعتبار تحقيق الأرباح ورضا المستهلك ورفاهية المجتمع وبها يقاس مستوى الأداء المتحقق للمنظمة" (البرواري والبرزنجي، 2004، 59)

تهدف المسؤولية الاجتماعية للمنظمات إلى توفير ما يحتاجه المجتمع من سلع وخدمات بسعر معقول، حيث أن الإخلال بمستوى عمل وجودة المنظمة هو إخلال بأحد مسؤولياتها الاجتماعية، كما أن محاولة استغلال الأفراد ورفع الأسعار دون حاجة يعد إخلالاً بالمسؤولية الاجتماعية، كما تهدف هذه المسؤولية الاجتماعية إلى الحد من خداع المستهلك وتضليله مثلما يحدث من بعض الشركات سواء في الإعلان أو الغلاف الخاص لسلعتها. كذلك تهدف المسؤولية الاجتماعية للمنظمات الصناعية إلى الحد من تقديم منتجات أو خدمات يترتب عن استخدامها الإضرار بصحة الأفراد في المجتمع أو تعرضهم للإصابة أو المرض من وراء استخدام المنتج، مثل تشجيع الأفراد على التدخين أو زيادة معدلات التدخين. (الهنداوي، حسونه، فريحات، 2010، 77)

مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

تقوم المسؤولية الاجتماعية في مجال التسويق على إلزام المؤسسة بتضخيم دورها في خدمة المجتمع وإبراز دورها الإيجابي والتقليل من أثرها السلبي على المجتمع، وبالتالي تتعامل المسؤولية الاجتماعية مع الأثر السلبي على المجتمع، وتسعى الشركات المسؤولة اجتماعياً نحو المواطنة التسويقية من خلال الجمع بين الاهتمامات الاقتصادية والقانونية والأخلاقية والإنسانية في استراتيجياتها التسويقية، حيث يمكن النظر إلى هذه الأبعاد على أنها هرم، وتسعى الشركات والمنظمات على مدى توفير الربحية لشركاتهم ومنظماتهم لإرضاء المساهمين والعملاء فيها وتوفير الخدمات على اتساع المجتمع، وتطوير منهج توفير الوظائف، متابعة عمليات الارتباطات داخل شركاتهم مع المساهمين والعملاء والموظفين والزبائن والبيئة الطبيعية التي تؤثر على الاقتصاد. ويجب على الشركات المسؤولة الاهتمام بعدد من المواضيع حتى تكون الشركات مسؤولة بشكل خاص فيما يتعلق بإدارة الموظفين، وحتى تتحقق هذه الغايات يجب عليها التطرق إلى التفكير في بعض من الأمور الواجب وجودها لديها مثل (الأمان الاقتصادي للموظفين) من خلال توفير الحاجيات الأساسية لديهم، وتوفير الأمن للحد من

إصابات الموظفين في العمل، وان تفعل مهارات الموظفين لتحسين أدائهم الوظيفي. وتوفيرها للحوافز المعنوية والمادية والتي تساعد الموظفين على الإبداع في عملهم (سويدان وحداد 2009، 12).

تقوم الشركات بعملها بشكل مترابط مع المجتمع، حيث تتأثر هذه الشركات بالبيئة التي تعمل بها، كما أن قدرتها التنافسية تتوقف على ظروف وأحوال المجتمع الذي تعمل فيه، وبقدر ما تتحسن أحوال وظروف المجتمع بقدر ما يسهم ذلك في تحسين الوضع التنافسي للمنظمة. إذ إن توافر القوى العاملة المؤهلة والمدربة والسليمة صحياً، والبنية التحتية الجيدة من مواصلات واتصالات وغيرها، وحجم السوق المحلي والسياسات والقوانين والتشريعات الحكومية المناسبة، تؤثر دائماً في القدرات التنافسية للمنظمات. وتستطيع الشركات الاستفادة من جهودها وأنشطتها الخيرية والمدنية في تحسين وتعزيز بيئتها التنافسية، ونوعية بيئة العمل في أماكن عملها، حيث يمكن توجيه هذه الجهود والأنشطة لأهداف اقتصادية تخدم المنظمة واجتماعية تخدم المجتمع بصورة عامة في آن واحد، وذلك من خلال تركيز الجهود الخيرية أو الإنسانية على المجالات ذات الصلة بالبيئة التنافسية، وبالتالي تحقيق الفائدة للمنظمة والمجتمع معا (الغالي والعامري، 2015، 229).

مما سبق، على الشركات تطبيق نهج جديد في جهودها وأعمالها الخيرية والمدنية بتركيز هذه الجهود بشكل وثيق مع أنشطة المنظمة الأخرى، وبدلاً من تفويض الجهود الخيرية إلى دائرة العلاقات العامة أو إلى جهة أخرى في المنظمة، أن تتولى أعلى سلطة في المنظمة قيادة فريق الإدارة كله في عملية منهجية لوضع وتطبيق إستراتيجية الجهود الإنسانية والخيرية في المنظمة في تحسين بيئتها التنافسية.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

تمارس منظمات الأعمال العديد من المسؤوليات الاجتماعية والتي تنحصر ضمن تصنيفين هما: الأخلاقية والإنسانية تجاه المجتمع المحلي والموظفين والزبائن والموردين والبيئة والمساهمين وكان من أهمها (الحوري، والزيادات، وعبانه 2014، 121).

المسؤولية الاجتماعية تجاه المساهمين:

تعد فئة المساهمين فئة مهمة من أصحاب المصالح المستفيدين من نشاط المنظمة. وتكمن مسؤولية المنظمة تجاههم بتحقيق أقصى ربح، تعظيم قيمة السهم، زيادة حجم المبيعات، بالإضافة إلى حماية أصول المنظمة وموجوداتها (الحوري وآخرون 2014، 122).

تعتبر المسؤولية الاجتماعية للشركات من العناصر الرئيسية في تكوين سمعة الشركات، والمشاركة في إستراتيجيات واقعية وفعالة لتقديم الخدمات الاجتماعية. وتعزيز السمعة العامة للمنظمة مما يسهل آليات إدارة المنظمة والرفع من قدرتها على استقطاب عملاء جدد وزيادة حصتها في السوق. ومن جانب آخر فإن الاستثمار في النشاط الاجتماعي من الممكن أن يعزز قيمة الشركة في السوق المالي ورفع قدرتها في الوصول إلى رأس المال. علاوة عن المزايا الأخرى من بناء القدرة على تحقيق نتائج أفضل في مسائل التوظيف والولاء للمنظمة والاحتفاظ بالموظفين وتعزيز دوافع العمل والإبداع وزيادة الإنتاجية. كما أن المشاركة في العمل الاجتماعي مع أصحاب العلاقة بآليات الحوار المفتوح والشركات الفعالة وإظهار الشفافية من شأنه تحسين علاقات الشركة مع المجتمعات وبالتالي التحفيز على تطوير الأعمال.

يمكن أن نؤسس للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء على النحو التالي (عدلي 2010، ٤٢).

- مع زيادة نفوذ المؤسسات الأهلية الضاغطة كجمعيات حماية المستهلك وذلك لتفعيل دور المؤسسات اجتماعياً في المجتمعات التي توجد فيها، ومع تراجع دور الاعلان وغطيته كأداة ترويجية، برز دور المسؤولية الاجتماعية كأداة تستطيع المؤسسة التسويقية بواسطتها كسب ولاء العملاء وأفراد المجتمع، بالإضافة الى تحقيق استمراريته.
- إن أفراد المجتمع على حد سواء يقدرون المؤسسات التي يشعرون بأنها تعمل من أجلهم ومن أجل أبنائهم، وذلك يساعد على خلق صورة ذهنية ايجابية عنها والذي بدوره يعطي للمؤسسة أولوية على الشركات الاخرى المنافسة في كسب ولائهم (القريوتي، 2014، ٤٠)

تتصف العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية وولاء العملاء بأنها علاقة مترابطة وذات فائدة على منظمات الأعمال والمجتمع، حيث أثبتت العديد من الدراسات التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية وجود تلك العلاقة الترابطية، وكانت أغلب نتائجها مؤيدة لوجود تلك العلاقة مثل دراسة (فؤاد، 2003). التي طبقت على

قطاع الشركات المصنعة للمنتجات الغذائية في اليمن. تشير نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين المسؤولية الاجتماعية ورضا المستهلك وأن درجة التزام الشركات عينة الدراسة تجاه المتغيرات التسويقية للمسؤولية الاجتماعية كانت أعلى قليلاً من الوسط الفرضي.

فيما أشارت دراسة (الحوري وآخرون، ٢٠١٤) إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية التي طبقت في قطاع الاتصالات الخلوية الأردنية إلى أن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية أظهرت مستوى عالياً من الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية بأبعادها (المجتمع المحلي الموظفين الزبائن الموردين البيئة المساهمين)، وبينت أن هناك أثراً إيجابياً للمسؤولية بأبعادها على إدارة الصورة الذهنية.

وفي دراسة أجراها (القريوتي وآخرون، ٢٠١٤)، (دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية) والتي طبقت على قطاع الاتصالات الخلوية الأردني 2014. تشير نتائج الدراسة إلى وجود دور إيجابي للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة زين للاتصالات الخلوية، كما أشارت إلى وجود أثر إيجابي للتركيز على العميل.

ولاء العملاء:

أصبحت قيمة الزبون محل تركيز الكتاب والباحثين في الإستراتيجية بوصفها عنصراً جوهرياً للإستراتيجية التنافسية (Desarbo & Sinha, 2001)، وتعتبر قيمة الزبون مرتكزاً أساسياً بالنسبة للمنظمة لتشخيص الزبائن المربحين عن غير المربحين لتجسير علاقاتها معهم. فهي تصف الفوائد الملموسة وغير الملموسة من أنشطة إدارة علاقات الزبائن التي تساعد في ترتيب العلاقة مع الزبائن بنجاح ويمكن أن تتحقق من خلال القيمة المضافة بواسطة المعلومات المتعلقة بالمجتمعات الافتراضية، وبرنامج الولاء، ويمكن القول بأن الهدف الذي تسعى إليه إدارة علاقات الزبائن يتمثل في الوصول إلى رقم كبير لقيمة الزبائن المتعاملين مع المنظمة (Kim, Suh & Hwang, 2003).

يستحوذ رضا الزبائن على أهمية كبيرة في سياسة أية منظمة ويعد من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أدائها لا سيما عندما تكون هذه المنظمة متوجهة نحو معرفة الزبون والمحافظة على علاقات طويلة الأمد معه (السامرائي، ٢٠٠٢)، ويعتبر رضا الزبائن أداة قياس مرتبطة بنجاح إدارة علاقات الزبائن (Srinivasan &)

(Moorman, 2005, 193)، وعرف (Kotler, 2000) الرضا Satisfaction بأنه " مشاعر تعبر عن السعادة والسرور نتيجة لمقارنة الزبون للخدمة وما يتوقعه منها"، إذ يُعتبر الرضا الدالة على الأداء المُدرَك والتوقعات. ويعرف الولاء "بأنه التزام عميق من قبل المستهلك للقيام بشراء المنتج أو الخدمة المفضلة بشكل متكرر في المستقبل وأول ما ظهر بالتسويق من خلال مصطلح الولاء للعلامة التجارية" (الخشروم، 2011، 73)، كما عرف الولاء بأنه " الالتزام العميق لجذور الشراء أو امتلاك المنتج أو الخدمة المفضلة في المستقبل على الرغم من التأثيرات الحالية، والتأثيرات التسويقية التي تسبب حدوث سلوك متباين" (اللامى، 2013، 118). ووفقا لـ"بارنز" فإن الخدمة لابد من أن يتحقق من خلال ثلاثة شروط وهي:

- الرغبة القوية لدى المستهلك نحو الخدمة بشكل مستمر أو دوري.
- حرية المستهلك في اختيار الخدمة أو مقدم الخدمة أو المنظمة الخدمية.
- توافر أكثر من مقدم للخدمة في إطار الصناعة الخدمية نفسها.

الكلمة المنطوقة:

تعرف الكلمة المنطوقة بأنها: "أداة اتصال حية لفظية وغير لفظية تفاعلية غير مدفوعة الأجر تحمل مصداقية عالية بسبب طبيعتها العالقة القائمة بين أطرافها، تحدد فاعليتها بطبيعة الأسئلة المطروحة من قبل السائل المشكك وطبيعة ونوعية المعلومات المقدمة من قبل المسؤول أسلوب الإقناع المستخدم وقد تكون إيجابية أو سلبية أو محايدة: (سويدان و حداد، 2009، 9).

- **أبعاد الكلمة المنطوقة:** وفقا لما سوف يرد في النموذج الافتراضي للدراسة، للكلمة المنطوقة أبعاد، تتمثل في التالي:

- **مصداقية الكلمة المنطوقة:** مصداقية الكلمة المنطوقة تتمثل في : مدى الحكم الصادر من صاحب المعلومة، وما ينطوي عليه من أحكام موضوعية عن جودة ودقة المعلومات التي تكون نابعة من التصورات الشخصية والخبرة الذاتية (Metzger, 2007) حيث إن مصداقية مصدر الكلمة المنطوقة عامل أساسي ورئيسي في مساعدة المستهلك للحكم على المعلومات التي يتحصل عليها، التي بدورها تساعده على اتخاذ القرار الصائب (Nadine & Jacquelyn, 2002).

- مصدر الكلمة المنطوقة: إن للكلمة المنطوقة تأثيراً كبيراً على السلوكيات التي تصدر من المستهلك، فتبادل الخبرات والتجارب والآراء بين أفراد الأسرة، الزملاء، المعارف يسهل عملية اتخاذ القرار. فالمعلومات التي يمكن الحصول عليها من هذه المصادر عادة ما تميل إلى الصدق والثقة أكثر من تلك المعلومات التي يتم الحصول عليها من الجهات الرسمية، كما تعتبر هذه المصادر بالنسبة للمستهلك أهم مصادر المعلومات التي يلجأ إليها في الحالات التالية:

- عندما يصعب تقييم المنتج باستخدام معايير موضوعية.
- عدم قدرة المستهلك على تقييم المنتج (سلعة، خدمة).
- يغلب على مصادر المعلن أنها لا تتمتع بالمصداقية لدى المستهلك.
- يتمتع المؤثر بالقدرة على الوصول أسرع من المصادر الأخرى.
- وجود علاقة اجتماعية قوية بين المؤثر والمستقبل (المستهلك) (سويدان، 2011).

أن الترابط بين الأصدقاء له تأثير إيجابي على تبني المنتجات الجديدة بتناقل المواقف تجاه الآراء تلك المنتجات، مما يؤدي إلى تغيير وتوجيه قراراتهم نحو القيام بعملية التبني (Zsolt, Peter & Miklos, 2011, 442) إن حساسية الكلمة المنطوقة تعني "درجة تأثير المستهلك في قرارات الآخرين، قد يكون هذا التأثير إيجابياً أو سلبياً" (Isabelle, Line, Jasmin & François, 2010).

- الكلمة المنطوقة الإيجابية والسلبية

الكلمة المنطوقة الإيجابية تتمثل في ذلك البناء المعرفي الناجم عن عقلانية التقييم، تكون مدفوعة في المقام الأول من جودة الخدمة المقدمة، في حين الكلمة المنطوقة السلبية تتمثل الانفعالية النابعة من تلك المشاعر القوية كالغضب والسخط والإحباط، تكون مدفوعة من عدم الرضا عن تلك المنتجات (Jillian, Geoffrey & Tim, 2015, 335).

الدراسات السابقة:

- دراسة عبد الرحمن (2017): "دور الكلمة المنقولة إلكترونياً على قرار شراء الخدمة الفندقية دراسة حالة الفنادق الكبرى بمنطقة نجران (السعودية) ٢٠١٦م دراسة تسويقية" هدفت الدراسة إلى التعرف على

تأثير الكلمة المنقولة إلكترونياً على قرار شراء الخدمة الفندقية بمنطقة نجران . ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة وزعت على الفنادق الكبرى بالمنطقة بواقع (١٠) إستبانات لكل فندق وخضعت منها (٥٢) للمعالجة الإحصائية. لقد بينت نتائج هذه الدراسة وجود تأثير للكلمة المنقولة إلكترونياً على قرار شراء الخدمة الفندقية بمنطقة نجران، وأكدت نتائج الدراسة الحالية والتحليل الإحصائي للمتغيرات محل الدراسة ان الكلمة المنقولة إلكترونياً تلعب دوراً مؤثراً في قرار شراء الخدمة الفندقية من خلال كثافة الكلمة المنقولة في السياق الإلكتروني. كما اظهرت نتائج الدراسة أن العوامل الشخصية ليس لها تأثير مباشر على قرار شراء الخدمة الفندقية.

- دراسة لام (Lam, 2016): "أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات على ولاء العملاء: دراسة للصناعة المصرفية في هونغ كونغ" هدفت الدراسة إلى بيان دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحسين ولاء العملاء في البنوك ، حيث أجريت دراسته على ثلاثة بنوك هي ستاندرد تشارترد بنك و بنك الصين و إتش إس بي سي بنك في هونغ كونغ ، وتم جمع البيانات والمعلومات من خلال استبانة استقصائية لعينة مكونة من (٣٢٩) عميلاً، وتم إجراء التحليل الإحصائي باستخدام (SPSS) وتحليل (Amos)، وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة بين جودة الخدمة المدركة والثقة والولاء، ولكن العلاقة بين الترويج للمسؤولية الاجتماعية للبنوك والثقة كان ضعيفاً، وقد ربطت الدراسة المسؤولية الاجتماعية للشركات بقرارات أصحاب المصلحة.
- دراسة أبو عيد (2016): "أثر الدافع الديني والكلمة المنطوقة على قرار العميل في التعامل مع البنوك الإسلامية في مدينة الخليل من وجهة نظر عملائها" هدف الدراسة إلى التعرف على أثر الدافع الديني والكلمة المنطوقة على قرار العميل في التعامل مع البنوك الإسلامية في مدينة الخليل من وجهة نظر عملائها وقد قام الباحث بتصميم استبانة مكونة من بعدين، ثم تم توزيع الاستبانة على عينة عشوائية ملائمة وعددها (٢٥٠) عميلاً من عملاء البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل، ثم عولجت البيانات إحصائياً من خلال برنامج SPSS وخلصت الدراسة إلى أن أثر الدافع الديني والكلمة المنطوقة الإيجابية على قرار العميل في التعامل مع البنوك الإسلامية بشكل عام متوسط على جميع أبعاد الدراسة، كما تبين أن أثر الدافع الديني على قرار العميل في التعامل مع البنوك الإسلامية حصل على تقدير عالي.

- دراسة أحمد ومحمد (2016): "فاعلية القيمة المدركة في تحقيق ولاء العميل في سوق خدمات الهاتف النقال: حالة مؤسسة أورسكوم تليكوم الجزائر" هدفت الدراسة إلى بيان سر نجاح المنظمات الخدمية الحديثة يتمثل في كيفية توظيف وتحليل معادلة سلوك المستهلك باعتباره عاملاً مهماً في الحفاظ على موقع المنظمة في سوق الخدمات. إن المستهلك أصبح يدفع مبلغاً أعلى من أجل الحصول على أكبر منفعة ممكنة ولذلك أصبح ولاء المستهلك اتجاه المنظمة هدفاً أساسياً تسعى المنظمة دائماً إلى تحقيقه ومن بين المداخل الأساسية للوصول إلى ولاء المستهلك نجد مدخل القيمة المدركة وتعتبر مؤسسة أوراسكوم تليكوم الجزائر من بين المنظمات الخدمية التي تعتمد على هذا المدخل من أجل الوصول إلى ولاء المستهلك في سوق خدمات الهاتف النقال في الجزائر.
- دراسة طريف (2015): "أثر الكلمة المنطوقة على قرار تبني المستهلك للمنتجات الجديدة: دراسة ميدانية لخدمات الجيل الثالث "3G" لمؤسسة موبيليس بولاية الأغواط". جامعة عمار ثليجي الأغواط. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الكلمة المنطوقة -من الفم إلى الأذن على قرار تبني المستهلك لخدمات الجيل الثالث لمؤسسة موبيليس بولاية الأغواط، باعتبارها تلعب دوراً هاماً في تشكيل المواقف، وتوجيه سلوكيات المستهلكين نحو قرار التبني أو الرفض، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثون بتصميم استبيان وزع على أفراد العينة التي اختيرت بطريقة عشوائية بلغ حجمها ٥٦ مفردة، تم معالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل بيانات الاستبانة، اعتماداً على الأساليب الإحصائية الوصفية. وأظهرت أهم نتائج الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة وقرار المستهلك بتبني خدمات الجيل الثالث المقدمة من طرف مؤسسة موبيليس، وتوصي الدراسة بضرورة الاهتمام باتصالات الكلمة المنطوقة باعتبارها من أنجع وسائل الاتصالات الشخصية، التي لها دور كبير في التأثير سلوكيات المستهلكين لدفعهم نحو تبني المنتجات الجديدة.
- دراسة (Montazemi & Saremi 2014) كان الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو "تحديد العوامل المؤثرة على فعالية رسائل الكلمة المنطوقة الإلكترونية على إدراك المستهلكين لتبني المنتجات (سلع، خدمات)" الجديدة المقدمة من خلال الاعتماد على الخدمة الذاتية ومنتديات المناقشة عبر الإنترنت (مواقع التواصل الاجتماعي، محركات البحث، المدونات)، وتحديد خمسة أبعاد للكلمة المنطوقة

الإلكترونية وهي: المصدر، المحتوى، ردود الفعل تجاه الكلمة، المستهلك (المتلقي)، المنتج المعني، باعتبارها عوامل تؤثر على فعالية الكلمة المنطوقة. خلصت النتائج إلى وجود العديد من العوامل التي تؤثر على فعالية رسائل الكلمة المنطوقة الإلكترونية في مختلف مراحل عملية التبني التي حددها الباحث.

- دراسة القريوتي (2014): "دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة شركة زين للاتصالات الخلوية" وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية حيث توصلت الدراسة إلى وجود دور إيجابي للمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة زين للاتصالات الخلوية، كما وجدت الدراسة أثراً ذا دلالة إحصائية كل من التركيز على العميل، والاهتمام بحل المشكلات الاجتماعية، والاهتمام بالعاملين، والاهتمام بالبيئة، والمنافسة الشريفة، والمساهمة في دعم الخطط التنموية في تحقيق الميزة التنافسية في شركة زين للاتصالات الخلوية.

منهجية الدراسة: اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، إذ استخدم فيها طريقة العينة القصدية لعناصر مجتمع الدراسة المكون من العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)، وتم تحديد أورانج كمجتمع دراسة، عن طريق الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية والكلمة المنطوقة.

تم تصميم استبانة لتحقيق الغرض من هذه الدراسة، وتم استخدام الباحثون المنهج الوصفي التحليلي للتعامل مع البيانات وتصنيفاتها بحيث يتم وصف الظاهرة والمجتمع المبحوث، والجزء التحليلي منها للتوصل إلى نتائج اختبار فرضيات الدراسة والتوصل إلى استنتاجات حول أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية والكلمة المنطوقة وأثرها في ولاء عملاء شركة الاتصالات الأردنية (أورانج).

- **مجتمع وعينة الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من عملاء شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) كدراسة تطبيقية، أما عينة الدراسة تم تحديدها وفقاً لقانون حجم العينة (Sekaran, Bougie, 2010) ويتم توزيع (٤٩٨) استبانته لغايات زيادة نسبة التأكد والمصادقية.

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 أبداهها المحكمون قام الباحثون بإجراء التعديلات التي أشاروا إليها وقد تم الأخذ بالعديد من الملاحظات التي 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 الاستبانة واتساقها الداخلي، ومدى ثباتها في قياس الأبعاد التي صممت لقياسها، ولقد تم التوصل إليه من خلال حساب معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، حيث كانت النتائج كما هو مبين في:

الجدول (١) معامل الاتساق الداخلي

البعد	قيمة ألفا %
الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية	91.2
المسؤولية تجاه المجتمع	91.0
المسؤولية تجاه حماية المستهلك	90.5
المسؤولية الأخلاقية	92.7
المسؤولية تجاه حماية البيئة	92.2
ولاء العملاء	95.1
الولاء الموقفي	97.9
الولاء السلوكي	90.0
الولاء المعرفي	89.1
الكلمة المنطوقة	88.2

يتضح من الجدول (١) بأن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لجميع فقرات أداة الدراسة تراوحت ما بين (٠,٩٥١)، ولغاية (0.882)، حيث يعتبر الثبات ضعيفاً في حال كانت قيم المعامل أقل من (0.60)، وقد افترض (Sekaran & Bougie, 2010, 184)، الحد الأدنى لمعامل الثبات هو (0.70)، كما يعتبر الثبات جيداً كلما كانت قيم المعامل (0.8)، فأكثر (النجار وآخرون، 2013، 151)، بالتالي فإن هذا مؤشر على ثبات أداة الدراسة، والاتساق بين فقراتها، وموثوقيتها.

وصف خصائص المستجيبين: يتضمن هذا الجزء وصفا للخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة وهي: (الجنس ، والعمر)، ولأجل وصف خصائص عينة الدراسة، فقد تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وذلك كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول (٢) المتغيرات الديموغرافية والوظيفية لأفراد

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	248	49.8
	أنثى	250	50.2
	المجموع	498	100
العمر	30 سنة فأقل	174	34.9
	31 - 40 سنة	142	28.5
	41 - 50 سنة	77	15.5
	51 - 60 سنة	82	16.5
	61 سنة فأكثر	23	4.6
	المجموع	498	100

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 (30 سنة فأقل) قد شكلت النسبة الكبرى، والتي بلغت (٣٤,٩%)، وأن ما نسبته الأقل (٤,٦%) من أفراد العينة هم ممن تتجاوز أعمارهم (٦١ سنة فأكثر)، في حين كانت (٢٨,٥%) نسبة أفراد العينة الذين هم من الفئة العمرية (31-٤٠ سنة)، مما يعطي مؤشراً على أن النسبة الأكبر من عملاء اورانج هم اقل من (٤٠) سنة، ويعزى ذلك كون هذه الفئة الأكثر نشاطاً في المراجعة للأعمال الإدارية والمالية.

اختبار فرضيات الدراسة: في هذا الجزء من الدراسة سوف يتم استعراض اختبار الفرضيات، حيث تم إخضاع الفرضيات الرئيسة والفرعية الأولى والثانية والثالثة لتحليل الانحدار الخطي البسيط والمتدرج والانحدار الهرمي كالتالي:

الفرضية الرئيسة الأولى:

Ho1: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية

على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) ."

ولاختبار الفرضية الرئيسة، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكانت النتائج كما يلي:
الجدول (٣) نتائج اختبار أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية مجتمعة على ولاء العملاء

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summery		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coefficient			
	R	r ²	F	درجة الحرية Df	Sig F* مستوى الدلالة	البيان	B	الخطأ المعياري	T المحسوبة
ولاء العملاء	.752	.565	644.939	١	.000	الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية	.775	.031	25.296
									Sig t* مستوى الدلالة

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

تشير نتائج الجدول (٣) أن قيمة ($r = .752$)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية) و(ولاء العملاء). ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2 = .565$)، وهذا يعني أن بعد (أبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية) قد فسّر ما مقداره (56.5 %) من التباين في (ولاء العملاء)، 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 ($B = .775$) 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 Coefficient			
	R	R ²	F	درجة الحرية Df	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T
ولاء العملاء	.854	.729	332.096	4	.000	المسؤولية تجاه المجتمع	.271	.037	7.304
						المسؤولية تجاه حماية المستهلك	.158	.039	4.036
						المسؤولية الأخلاقية	.085	.039	2.152
						المسؤولية تجاه حماية البيئة	.405	.036	11.116
									Sig t

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

تشير نتائج الجدول (٤) أن معامل الارتباط ($R = 0.854$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية) على المتغير التابع (ولاء العملاء) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (332.096)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهو أقل من 0.05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.729$) وهي تشير إلى أن (72.9 %) من التباين في (ولاء العملاء) يمكن تفسيره من خلال التباين في (الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية) مجتمعة. أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند بعد (المسؤولية تجاه المجتمع) قد بلغت (0.271) وأن قيمة t عنده هي (7.304)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. أما قيمة B عند بعد (المسؤولية تجاه حماية المستهلك) قد بلغت (0.158) وأن قيمة t عنده هي (4.036)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وقد بلغت قيمة B عند بعد (المسؤولية الأخلاقية) (0.085) وقيمة t عنده هي (2.152)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.032$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وبلغت قيمة B عند بعد (المسؤولية تجاه حماية البيئة) (0.405) وقيمة t عنده هي (11.116)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسة الأولى ونقبل الفرضية البديلة القائلة:

" وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) ".
ولاختبار الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسة الأولى، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

Ho1.1: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية تجاه المجتمع على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) ".

الجدول (5) نتائج اختبار أثر بعد (المسؤولية تجاه المجتمع) على ولاء العملاء.

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig t*	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F*	درجة الحرية Df	F	r ²	R	
مستوى الدلالة	المحسوبة				مستوى الدلالة		المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	
.000	25.295	.029	.744	المسؤولية تجاه المجتمع	.000	١	639.818	.563	.751	ولاء العملاء

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

تشير نتائج الجدول (5) أن قيمة ($r = 0.751$)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (المسؤولية تجاه المجتمع) و(ولاء العملاء). ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2 = 0.563$)، وهذا يعني أن بعد (المسؤولية تجاه المجتمع) قد فسّر ما مقداره (56.3%) من التباين في (ولاء العملاء)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (639.818) عند مستوى ثقة ($\text{Sig} = 0.000$) وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وعند درجة حرية واحدة. كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة ($B = 0.744$) وأن قيمة ($t = 25.295$) عند مستوى ثقة ($\text{Sig} = 0.000$) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

" وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية تجاه المجتمع على ولاء العملاء من وجهة نظر العملاء في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)." .

ولاختبار الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأولى، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

Ho1-2: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية المستهلك على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)." .

الجدول (٦) نتائج اختبار أثر بعد (المسؤولية تجاه حماية المستهلك) على ولاء العملاء.

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model Summery		المتغير التابع
Sig t*	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F*	درجة الحرية Df	F	r ²	R	
مستوى الدلالة	المحسوبة				مستوى الدلالة		المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	
.000	22.926	.032	.723	المسؤولية تجاه حماية المستهلك	.000	١	12.212	.514	.717	ولاء العملاء

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

تشير نتائج الجدول (٦) أن قيمة $(r = .717)$ ، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (المسؤولية تجاه حماية المستهلك) و(ولاء العملاء). ويتبين أن قيمة معامل التحديد $(r^2 = .514)$ ، وهذا يعني أن بعد (المسؤولية تجاه حماية المستهلك) قد فسّر ما مقداره (51.4%) من التباين في (ولاء العملاء)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (12.212) عند مستوى ثقة $(Sig = 0.000)$ وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى $(P \leq 0.05)$ وعند درجة حرية واحدة. كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة $(B = 0.723)$ وأن قيمة $(t = 22.926)$ عند مستوى ثقة $(Sig = 0.000)$ وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى $(a \leq 0.05)$.

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

" وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه حماية المستهلك على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)".

ولاختبار الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الأولى، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

$H_0: 1-3$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المسؤولية الأخلاقية على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)".

الجدول (٧) نتائج اختبار أثر بعد (المسؤولية الأخلاقية) على ولاء العملاء

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model Summery		المتغير التابع
Sig t*	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F*	درجة الحرية Df	F المحسوبة	r ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
مستوى الدلالة	المحسوبة				مستوى الدلالة					
.000	23.726	.029	.679	المسؤولية الأخلاقية	.000	١	562.943	.532	.729	ولاء العملاء

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

تشير نتائج الجدول (٧) أن قيمة $(r = .729)$ ، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (المسؤولية الأخلاقية) و(ولاء العملاء). ويتبين أن قيمة معامل التحديد $(r^2 = .532)$ ، وهذا يعني أن بعد (المسؤولية الأخلاقية) قد فسّر ما مقداره (53.2 %) من التباين في (ولاء العملاء)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (562.943) عند مستوى ثقة $(Sig = 0.000)$ وهذا يؤكد معنوية الانحدار عند مستوى $(a \leq 0.05)$ 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 $(a \leq 0.05)$.

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

" وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المسؤولية الأخلاقية على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)".

ولاختبار الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسية الأولى، تم تطبيق تحليل الانحدار الخطي البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

Ho1-4: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المسؤولية تجاه حماية البيئة على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)".

الجدول (٨) نتائج اختبار أثر بعد (المسؤولية تجاه حماية البيئة) على ولاء العملاء

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model Summery		المتغير التابع
Sig t*	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F*	درجة الحرية Df	F	r ²	R	
مستوى الدلالة	المحسوبة				مستوى الدلالة		المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	
.000	20.720	.030	.579	المسؤولية تجاه حماية البيئة	.000	١	262.943	.432	.329	ولاء العملاء

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

تشير نتائج الجدول (٨) أن قيمة (r = 0.329)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين بعد (المسؤولية تجاه حماية البيئة) و(ولاء العملاء). ويتبين أن قيمة معامل التحديد (r² = 0.432)، وهذا يعني أن بعد (المسؤولية تجاه حماية البيئة) قد فسّر ما مقداره (43.2 %) من التباين في (ولاء العملاء)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (262.943) 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 = 0.579) وأن قيمة (t = 20.720) عند مستوى ثقة (Sig = 0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى (a ≤ 0.05).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الرابعة ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة:

" وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (α ≤ 0.05) للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تجاه المسؤولية تجاه حماية البيئة على ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)".
الفرضية الرئيسية الثانية:

Ho2: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (α ≤ 0.05) للكلمة المنطوقة في تحسين الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية في ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج)".
تم اختبار هذه الفرضية باستخدام اختبار الانحدار الهرمي وكانت نتائجه كما هي موضحة في الجدول رقم (9).

جدول (9) نتائج اختبار الانحدار الهرمي للأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها مجتمعة في ولاء العملاء بوجود الكلمة المنطوقة كمتغير معدل

المتغيرات	المرحلة الأولى			المرحلة الثانية			المرحلة الثالثة		
	T	Beta	مستوى الدلالة	T	Beta	مستوى الدلالة	T	Beta	مستوى الدلالة
أبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية	١٣,٨٠٥	٠,٦٥٩	٠,٠٠	٣,٦٧٥	٠,٢١٣	٠,٠٠	-٠,٥٩٠	-٠,٠٥٨	٠,٥٥٦
الكلمة المنطوقة				١٠,٦٠٤	٠,٦١٣	٠,٠٠	٩,٤٦٨	٠,٥٥٨	٠,٠٠
أبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية × الكلمة المنطوقة							٣,٣٨١	٠,٣٣٩	٠,٠٠١
قيمة (R^2)	0.432			0.608			0.624		
قيمة $\Delta (R^2)$				0.177			0.017		
قيمة F	١٩٠,٥٨٧			١٩٤,٣٤٢			١٣٨,٨٤٥		
مستوى الدلالة ΔF	0.000			0.000			0.001		

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

يظهر من الجدول (9) انه في المرحلة الأولى تم دراسة أثر الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية على ولاء العملاء إذ تبث وجود أثر معنوي لأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية من خلال قيمة F والبالغة (١٩٠,٥٨٧) وهي قيمة معنوية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، ويدعم هذه النتيجة قيم كل من Beta والبالغة (٠,٦٥٩)، وقيمة T والبالغة (٣,٦٧٥)، وهي قيم معنوية عند مستوى الدلالة، ويظهر من النموذج أنَّ أبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية تفسر ما نسبته (٤٣,٢%) من التغير في ولاء العملاء وذلك بناء على قيمة R^2 . وفي المرحلة الثانية تم إدخال وإضافة متغير الكلمة المنطوقة لدراسة أثرها في ولاء العملاء وقد تبين وجود أثر معنوي للكلمة المنطوقة وأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية من خلال قيمة F والبالغة (١٩٤,٣٤٢) وهي قيمة معنوية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، ويدعم هذه النتيجة قيم كل من Beta والبالغة (٠,٦١٣)، وقيمة T والبالغة (١٠,٦٠٤)، وهي قيم معنوية عند مستوى الدلالة، وفي المرحلة الثالثة تم إدخال وإضافة صيغة التفاعل ما بين أبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية والكلمة المنطوقة، وقد تبين وجود أثر معنوي لصيغة التفاعل ما بين أبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية والكلمة المنطوقة في ولاء العملاء إذ بلغت قيمة F لصيغة التفاعل (١٣٨,٨٤٥) وقيمة Beta (٠,٣٣٩) وقيمة T (٣,٣٨١) وهي معنوية عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، كما سجل

معامل التفسير R^2 ارتفاعاً بلغ (١,٧%) والموضحة في الجدول رقم (9) وبلغت قيمة Beta في المرحلة الثالثة (٠,٣٣٩) وهذا يعني أن تغير كل وحدة واحدة في صيغة التفاعل بين ابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية والكلمة المنطوقة يؤدي الى تغير نسبته حوالي (٣٤%) في متغير ولاء العملاء.

وعليه يمكن القول أن متغير الكلمة المنطوقة قد حققت إسهاماً بالتأثير ما بين ابعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) وهذا يفيد برفض الفرضية العدمية الخاصة بالفرضية الرئيسية الثانية.

"وجود اثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية بأبعادها مجتمعة في ولاء العملاء من وجهة نظرهم في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) بوجود الكلمة المنطوقة كمتغير معدل".

مقارنة نتائج الدراسة بنتائج الدراسات السابقة: لدى مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة ذات العلاقة تبين أن نتائج هذه الدراسة تتفق مع دراسة (عبد الرحمن، 2017)، التي تشير إلى وجود أثر للكلمة المنقولة إلكترونياً تلعب دوراً مؤثراً في قرار شراء الخدمة الفندقية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Lam, 2016) بوجود علاقة بين جودة الخدمة المدركة والثقة والولاء للبنوك، كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبوعيد، 2016) التي تشير إلى وجود أثر الدافع الديني والكلمة المنطوقة الايجابية على قرار العميل في التعامل مع البنوك الاسلامية. وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (طريف، 2015) التي أثبتت بضرورة الاهتمام باتصالات الكلمة المنطوقة باعتبارها من أنجع وسائل الاتصالات الشخصية، التي لها دور كبير في التأثير سلوكيات المستهلكين لدفعهم نحو تبني المنتجات الجديدة.

توصلت الدراسة: إلى عدد من التوصيات أبرزها ما يلي:

لا بد لشركة الاتصالات الأردنية (أورانج) من تدريب وتأهيل موظفيها لإدراك أهمية الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية وما له من أثر كبير على عملائها؛ وأن هنالك أمراً ضرورياً للغاية وهي الكلمة المنطوقة من قبل العملاء تعبيراً منهم عن وجود قيمة مجزية.

وتبين أنه يجب على شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) ترسيخ ولاء العملاء من خلال ربط الكلمة المنطوقة بجودة وتميز الخدمات؛ ولا بد أن تحذو الإدارات الوسطى حذو الإدارات العليا في شركة الاتصالات الأردنية (أورانج) فيما يتعلق بإيصال العملاء للتحدث بإيجابية بالكلمة المنطوقة للمجتمع.

الدراسات المستقبلية: أثر المسؤولية الاجتماعية على ولاء العاملين في مؤسسات الطاع العام الاردني.

المراجع:

المراجع باللغة العربية:

١. أبو عيد، رائد أحمد (2016). أثر الدافع الديني والكلمة المنطوقة على قرار العميل في التعامل مع البنوك الإسلامية في مدينة الخليل من وجهة نظر عملائها. مجلة كلية العلوم الإدارية، 5(2)، 41-57.
٢. أحمد، محمودي ومحمد، زيدان (2016). فاعلية القيمة المدركة في تحقيق ولاء العميل في سوق خدمة الهاتف النقال - حالة مؤسسة اورسكوم تليكوم الجزائر. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 6(15)، 51-62.
٣. البرواري، نزار عبد المجيد، البرزنجي، أحمد فهمي (2004). استراتيجيات التسويق. الأردن، عمان: دار وائل للنشر.
٤. التميمي، وفاء (2010). واقع تبني المسؤولية الاجتماعية في التسويق للشركات المنتجة لمستحضرات التجميل (دراسة ميدانية مبنية على آراء مجموعة من مديري شركات إنتاج مستحضرات التجميل)، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 3(6)، 374-551.
٥. توفيق، عمرو عبد الرحمن (2007). علاقات العملاء، القاهرة: مركز الخبرات المهنية للإدارة.
٦. حسين، ليث سعد الله، الجميل، ريم سعد (2012). المسؤولية الاجتماعية تجاه العاملين وانعكاسها على أخلاقيات العمل: دراسة لآراء عينة من منتسبي بعض مستشفيات مدينة الموصل. مجلة البحوث المستقبلية، 38 (3)، 1-33.
٧. حمد، سعد إبراهيم، (2011) أثر تطبيق أخلاقيات المهنة في صناعة السياحة على الانجاز دراسة استطلاعية في فنادق الدرجة الأولى في محافظة بغداد، جامعة بغداد، العراق.
٨. الحوري، فالح عبد القادر، الزيادات، ممدوح عبابنة، هائل (2014)، إدارة الصورة الذهنية للمنظمات الأردنية في إطار واقع المسؤولية الاجتماعية-دراسة ميدانية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية، مجلة الشؤون الاجتماعية - إدارة الأعمال، 31(121)، 115-148.
٩. الخشروم، محمد (2011). أثر الفرق المدرك والجودة المدركة على ولاء المستهلك للعلامة التجارية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، 27 (4)، 65-92.
١٠. سويدان، نظام، وحداد، شفيق (2009). التسويق مفاهيم معاصرة. الأردن، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
١١. سويدان، نظام موسى (2011). تأثير الكلمة المنطوقة على القرار الشرائي للمستهلك من حيث اختياره وولائه للعلامة التجارية، مجلة إدارة الأعمال المصرية، كلية الاقتصاد، جامعة القاهرة، القاهرة ١٢(1)، 87-111.
١٢. السامرائي، حفصة عطا الله حسين (2002). المزيج التسويقي وجودة الخدمة الصحية وأثرهما في تحقيق رضى المرضى (مجموعة من المستشفيات الحكومية الخاصة في مدينة بغداد)، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة بغداد، بغداد، العراق.
١٣. طريف، أمينة (2015). أثر الكلمة المنطوقة على قرار تبني المستهلك للمنتجات الجديدة: دراسة ميدانية لخدمات الجيل الثالث "3G" لمؤسسة موبيليس بولاية الأغواط. جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر.
١٤. الطراونة، خالد عطالله، وأبو جليل، محمد منصور (2013). أثر أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية في الشركات الصناعية المدرجة في سوق عمان المالي)، المؤتمر الدولي الثاني لكلية إدارة الأعمال، جامعة مؤتة، عمان، ٢٠١٢ من ١/١٢-١/١٨.
١٥. عبد الرحمن، مدني سوار الذهب (2017). دور الكلمة المنقولة الكترونياً على قرار شراء الخدمة الفندقية دراسة حالة الفنادق الكبرى بمنطقة نجران (السعودية) دراسة تسويقية. مجلة العلوم الإدارية - كلية العلوم الادارية، ٥(١)، 101-135.
١٦. عدلي، أحمد سامي (2010). المسؤولية الاجتماعية للبنوك العاملة في مصر كشركات مساهمة مصرية. رسالة ماجستير غير منشورة جامعة أسيوط، مصر.
١٧. الغالبي، طاهر محسن، والعامري، صالح مهدي (2015). المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال. الأردن، عمان: دار وائل.
١٨. فؤاد، محمد حسين (2003). الأبعاد التسويقية الاجتماعية للمنظمات وانعكاساتها على رضا المستهلك: دراسة تحليلية لآراء عينة من المديرين والمستهلكين في عينة من المنظمات المصنعة للمنتجات الغذائية في الجمهورية اليمنية. أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة المستنصرية، العراق.

١٩. القريوتي، موسى قاسم، الخوالده، رياض عبدالله، قطيشات، مازن كمال، المعايطه، محمد عطوة (2014). دور المسؤولية الاجتماعية في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة حالة شركة زين للاتصالات الخلوية، مجلة دراسات - العلوم الإدارية، 41 (1)، 37-55.
٢٠. كرومية، مسان (2014). المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك في الجزائر- دراسة حالة المؤسسات العاملة بولاية سعيدة، أطروحة دكتوراه جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر.
٢١. اللامي، غسان قاسم (2013). ادارة التسويق أفكار وتوجهات جديدة. الأردن، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
٢٢. الهنداوي، ونس عبدالكريم، حسونه، عبدالباسط ابراهيم، فريحات، سلطان محمد (2010). تقييم العلاقة بين تبني الشركات لأخلاقيات التسويق وفاعلية إعلاناتها التجارية: دراسة ميدانية على شركات الاتصالات الخلوية الأردنية. مجلة دراسات - العلوم الاقتصادية، 25 (1) ، 69 - 90.

1. Desarbo, W. S. & Sinha, I., (2001). Customer value analysis in a heterogeneous market. *Strategic Management journal*. 22 (9) P845-857.
2. East, Robert & Hammond, Kathy & Lomax, Wendy, (2008). Measuring The Impact Of Positive And Negative Word Of Mouth On Brand Purchase Probability", *International Journal Of Research Marketing*, (55) P45-85.
3. Isabelle Goyette, Line Ricard, Jasmin Bergeron, & François Marticotte (2010). *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), P15-16
4. Jillian C, Sweeney, Geoffrey, N, Soutar & Tim Mazzarol, (2005). *The Differences Between Positive And Negative Word – Of - Mouth – Emotion As Addifferentiator?*, ANZMAC: Broadening The Boundaries, Perth, Australia, N/A, p335, Available on http://anzmac.org/conference_archive
5. Kim, J. suh, E. & Hwang, H., (2003). A Model For Evaluating The Effectiveness Of CRM Using The Balanced Score Card, *Journal of interactive marketing*.17(2) P5-15
6. Kotler, P., (2000). *Marketing Management*, The Millennium Edition. Prentice Hall International , Inc.
7. Kotler, Philipandkeller, Kevin (2014). *Marketing management*, millennium, (14th Ed). Prentice - hall international, Inc.
8. Lam, Aris (2016). *The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: a study of the banking industry in Hong Kong*, Heriot-Watt University, Edinburgh Business School.
9. Malmi, T. & et.al (2004). *An empirical study on customer profitability accounting , customer orientation and business unit performance*, the EAA 2004 conference in prague, and the research seminars at the University of Technology Sydney and Macquarie university, Sep.
10. Miriam, J, Metzger (2007). Making Sense Of Credibility On The Web: Models For Evaluating Online Information And Recommendations For Future Research", *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, 58 (13), P2078-2091.
11. Montazemim, Ali, R, & Saremi, Hamed, Q (2014). *The Effectiveness Of Electronic Word Of Mouth On Consumers' Perceptions Of Adopting Products/Services A Literature Review*, 10th International Conference On Web Information Systems And Technologies, Barcelona, Spain, 3(5), P324-331.
12. Nadine C Wathen & Jacquelyn Burkell, (2002). Believe It Or Not: Factors Influencing Credibility On The Web, *Journal of the American Society for Information Science & Technology*, 53(2), p135-136.
13. Nicholas, (2004). *Living Brand*. (2nd), Kagan Page, UK,
14. Oliver, David (2002). *Customer satisfaction do matter"* *journal of database marketing*, 25 (°) P37-55.
15. Pattana, B (2013). The relationship between entrepreneurial marketing and the characteristics of Thai hotels and their managers, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 15 (١) P61 – 78.
16. Regales & Knox (2011). *Determine the effect of customer relationship management to enhance communication with the customer and to Satisfaction*.
17. Rekha G. Sai, & Gayathri K. (2013). Human Resource Management and Corporate Social Responsibility, *International Journal of Applied Research and Studies*, 11(3), P2278 – 9480.
18. Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill building approaches*, (5th Ed.). West Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd.
19. Seth, Jagdish, Parvatiyar, & Atul, (2002). Customer Relationship Management: Emerging Practice, Process, and Discipline, *Journal of Economic and Social Research*, 27 (٣) P41 – 48.

20. Srinivasan, R. & Moorman, C, (2005). Strategic firm commitments and rewards for customer relationship management in online retailing, *Journal of Marketing*, 69(4), P193-200
21. Steiner, and Miner J.B (1977). **Management Policy and Strategy**. Macmillan, New-York.
22. Suresh, Chandra, (2003). **Customer perceptions of service quality in the banking sector of developing economy acritical analysis**, 5 (٢١) P233 – 242.
23. Sviokla, John, (2004). Closing The Customer Loyalty Loop, Diamound Cluster International, Inc: 7, <http://exchangediamondcluster.com>
24. Zsolt, Katona, Peter, PAL, Zubcsek & Miklos, Sarvary, (2011). Network Effects And Personal Influences: The Diffusion Of An Online Social Network, *Journal Of Marketing Research*, 48(3), p422-423.

"The Relationship between Using Accounting Information Systems and the Application of Corporate Governance at Jordanian banks"

Dr. Jomana Mostafa Albadainah*

تاريخ قبول البحث: ٢٠١٨/٧/١٦م

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٨/٢/٢٧م

Abstract

The present study aimed at exploring the relationship between the use of accounting information systems and the application of corporate governance at Jordanian banks. The study population involves all the accountants, internal auditors and financial managers, who work at Jordanian Banks.

The sample of study was chosen through the convenience sampling method. It consists of (400) participants who were selected from the study population. The questionnaires were distributed to the sampled employees. However, only (324) questionnaires only were retrieved. All retrieved questionnaire were considered valid for statistical analysis. It was concluded that using the accounting information systems has a statistically significant impact on the application of corporate governance at Jordanian banks.

It was also concluded that corporate governance is highly practiced at Jordanian banks.

Key words: Accounting Information Systems, Corporate Governance, Information Systems, Jordanian Banks, Corporate governance principles

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

Introduction:

Information systems involve a broad range of computer applications that aim at fulfilling the information needs of managerial employees regardless of their managerial level. These systems participate in achieving a complementary relationship between the various managerial levels. The latter levels include: the senior, middle, and line managements.

Those managements are responsible for carrying out several managerial functions, such as: planning, organization, guidance and control. These functions are carried out through analyzing problems and making the right decisions for solving them.

Accounting information systems have become an essential tool for carrying out tasks by the organization's management. They are also considered an essential tool for enhancing the planning and controlling processes. In addition, those systems play a significant role in the decision making process at organizations. Uyar et al. (2017) suggest that using such systems play a significant role in the way of practicing corporate governance. Hence, the significance of using accounting information systems should not be undermined.

Applying corporate governance shall achieve several benefits for the favor of organizations, investors, and governments. Such an application will be able to participate in improving countries' economic situations. For instance, governance aims at fighting against corruption, misuse of managerial authority and bulk cash smuggling to foreign countries. The application of corporate governance shall enable managements to make reforms and reduce the capital costs. In addition, it shall enable governments to attract foreign investors.

In the light of the aforementioned, it can be concluded that using accounting information systems and applying corporate governance at companies and banks are highly significant. Hence, the researcher of the present study aimed to explore the relationship between those variables at Jordanian banks.

Statement of the Problem:

The world has been witnessing major technological developments and an information revolution. Thus, all countries - including Jordan – must keep up with such developments. The same applies to Jordanian banks and companies.

This has become necessary due to the intensive competition that has been going between Jordanian banks.

In the light of the aforementioned, it is necessary to shed light on the technological developments that are related to accounting information systems. It is also necessary to shed light on the role of such systems in enhancing the application of corporate governance at Jordanian banks. To be specific, the study's problem is represented by the following questions:

1. Is there any statistically significant impact for using accounting information systems on the application of corporate governance at Jordanian banks?
2. Is there any statistically significant impact for the senior management on the application of corporate governance at Jordanian banks?
3. Is there any statistically significant impact for the kind of devices used on the application of corporate governance at Jordanian banks?
4. Is there any statistically significant impact for the employees' competence on the application of corporate governance at Jordanian banks?
5. Is there any statistically significant impact for the information relevancy on the application of corporate governance at Jordanian banks?

The Study's Hypotheses:

In order to achieve the study's objectives, the following hypotheses were developed by the researcher of the present study:

The Main Hypothesis:

H0: Using accounting information systems does not have any statistically significant impact on the application of corporate governance at Jordanian banks.

The Sub-hypotheses:

H0.1: There is not any statistically significant impact for the senior management on the application of corporate governance at Jordanian banks.

H0.2: There is not any statistically significant impact for the kind of devices used on the application of corporate governance at Jordanian banks.

H0.3: There is not any statistically significant impact for the employees' competence on the application of corporate governance at Jordanian banks.

H0.4: There is not any statistically significant impact for the information relevancy on the application of corporate governance at Jordanian banks.

Accounting information systems:

An accounting information system is considered as a very significant system. It refers to a network that carry out several interrelated accounting measures. These measures complement one another for meeting specific goals. Such goals are met through converting data into information which may be retrieved manually or automatically later. The information is usually retrieved in the aim of utilizing it for making decisions (Bodnar & Hopwood, 2014; Romney and Steinbart, 2009; Alikhani, Ahmadi and Mehrava, 2013).

The operation carried out by the accounting information system can be outlined as follows:

- Income cycle
- Expenditure cycle
- Handling resources

Mashhour and Zaatreh (2008) stated that it is highly significant to invest in the information systems of Jordanian commercial banks. This is because such investment shall participate in increasing the effectiveness of the accounting information systems. Many researchers suggest criteria for identifying the effectiveness level of the accounting information system. Such standards are presented below:

1. Information quality: This criterion emphasizes the characteristics of the outputs of the information systems. The latter quality participates in optimizing the decision making process. There are sub- criteria used for assessing information quality, such as relevancy, reliability, comprehensibility, completeness, accuracy, and comparability of information. Such criteria may include the submission of information on the due time (DeLone & Mclean, 2003).
2. System quality: It is known that the information system quality has a positive impact on the success of the information system. There are sub-criteria used for assessing system quality, such as ease of learning and use, complementarity with the other systems, flexibility, responsiveness, and fulfillment of the user's expectations (Chevers, Duggan and Moore, 2012).
3. User's satisfaction: It is the criterion that most researchers use for assessing the effectiveness of the information system. The user's satisfaction level reflects their views about the system's ability to provide them with the information he needs.

There are various criteria used for measuring the user's satisfaction level. Such criteria may include: the system's ability to fulfill the user's needs, the system's ability to get the required tasks done, and the user's degree of satisfaction about the devices and software. Such criteria may also include the system's ability to raise the productivity level (Delone and Mclean, 2004).

4. The extent of using the system by the user: One of the most important criteria used for assessing the effectiveness of the information system is represented in the extent of providing the user with the information they want. In other words, the effectiveness of the information system is based on how useful the system is from the user's perspective. For instance, if the user refuses to use a certain information system, it means that this system is not useful. Thus, the system will be considered ineffective from the user's perspective. However, in case the user uses a certain system much, it means that he depends much on the outputs of that system when doing the required tasks. It means that she perceives the system as an effective system.

The extent of using the system by the user can be measured through several criteria. Such criteria may include: the level of usage, how frequent the user uses the system, purpose of use, and the time spent while using the concerned system (DeLone and McLean, 2003).

Corporate Governance

The corporate governance principles are adopted by companies, bodies and countries. Adopting such principles is very significant for developing an effective governance framework. The latter framework is developed for raising the levels of the economic development, performance, and market growth. It is also developed for providing each one of the concerned parties with information about the duties, responsibilities, authorities, and the nature of his relationship with others.

It should be noted that companies must comply with the governance principles and regulations. That is because such compliance shall be reflected positively on companies. Companies must also develop a governance system that is consistent with their work nature, systems, and economic conditions in order to have an effective system.

There are many definitions provided for governance. The most comprehensive definition is the one provided by the Organization of Economic Cooperation and Development (OECD, 2014). This organization defines governance as a system that directs and controls organizations. Through having a governance structure, the rights and duties of the concerned parties shall be identified. Such parties include: the board of directors, the organization's management, shareholder, and stakeholders. Having a governance structure enables people to set the rules, and procedures that govern the decision making process. It also enables people to set the organization's goals, and identify the means needed for fulfilling these goals (OECD, 2014).

The researcher listed below several corporate governance principles: (The Organization of Economic Cooperation and Development, 2014, p. 17 – 25; and Hashem et al., 2016):

***The first principle: Ensuring the availability of an effective corporate governance framework:**

The corporate governance framework should promote transparency. It should also promote efficiency in financial markets. It must be consistent with the rule of law and clarify the way responsibilities are distributed among different regulatory, supervisory, and enforcement bodies in the organization.

***The second principle: Protecting the rights of shareholders and key functions of equity owners**

The corporate governance framework must provide protection for shareholders. It should also facilitate the way shareholders exercise their rights.

***The third principle: Ensuring that shareholders are treated equally:**

The corporate governance framework should ensure that all shareholders, including the minority and foreign shareholders, are treated equally. Such a framework should ensure that all shareholders are provided with compensations when their rights are violated.

***The fourth principle: Recognizing the rights of stakeholders:**

The corporate governance framework should recognize the stakeholders' rights that are set by mutual agreements or the law. The framework should also promote cooperation between stakeholders and companies in terms of

creating wealth, and job opportunities. It should also achieve a sustainable financial development.

***The fifth principle: Ensuring that high levels of disclosure and transparency are achieved**

The corporate governance framework should ensure that the accurate and timely disclosure is carried out. Through such disclosure, the company must disclose all the significant information that concerns the corporation, including the information that concerns the corporation's performance, financial situation, ownership, and governance.

***The sixth: Enforcing control on the members of board of directors**

The corporate governance framework should ensure that the strategic guidance is carried out efficiently. It should also ensure that the management is monitored efficiently by the board. It should also ensure that the board shall be held accountable before the company and the shareholders in a case of making a mistake.

Several researchers have shed light on (corporate governance) and its impact on various variables. For instance, Fooladi and Abdul Shukor (2012) aimed at exploring the relationship between corporate governance and corporate performance. The latter researchers focused on three characteristics of the board of directors: the board's independence, size, and the CEO duality.

There are many studies that aimed at exploring the relationship between corporate governance mechanisms from one hand and the ownership structure, and corporate performance on the other. Most of those studies were conducted in the United States, the United Kingdom (UK) and Japan. The results of those studies vary due to the variation of their spatial limits (Fauzi & Locke, 2012).

Al-Haddad et al. (2011) aimed at identifying the effect of corporate governance on the performance of the Jordanian industrial companies listed on Amman Stock Exchange. It was concluded that there is a statistically significant positive relationship between liquidity, earnings per share (EPS) and corporate size on the one hand and corporate governance on the other. It was also concluded that there is a statistically significant positive relationship between corporate governance and corporate performance in the Jordanian industrial

companies listed in Amman Stock Exchange. Kim et al. (2013) aimed at identifying the most influential governance dimensions affecting corporate

performance. These dimensions are: disclosure, distribution of dividends, debt rate, and rate of return on total assets.

The Study's Population and Sample

The population of the present study involves all the accountants, internal auditors, and financial managers, who work at Jordanian banks. As for the sample, it consists of four hundred (400) individuals who were selected from the study's population. However, three hundred twenty four (324) questionnaire forms only were retrieved. All of the retrieved questionnaire forms are considered valid for statistical analysis.

Data Collection Methods

The researcher of the present study used two kinds of data. These kinds are identified below:

- 1) Secondary data: It refers to the data collected through reviewing the relevant previous theoretical and empirical studies and books. This data was collected for enriching the theoretical framework of the present study.
- 2) Primary data: It refers to the data collected from the study's questionnaire forms. This data was used for measuring variables. It was also used for testing the study's hypotheses.

The Study's Model:

In the light of the aforementioned information; the researcher developed a model (figure 1). This model represents the relationship between the study's independent and dependent variables.

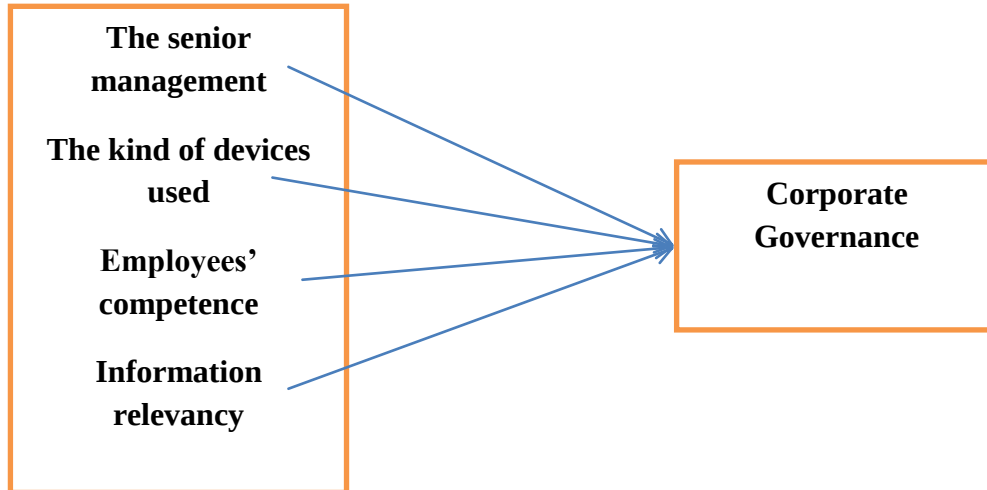


Figure (1): The Study's Model

Design of the Study's Questionnaire

The questionnaire of the present study is divided into two main parts. The first part aims to collect the respondents' personal data, such as: (academic qualification, years of experiences, professional certificates, and job title). However, the second part aims to measure the study's variables. The five point Likert scale is adopted. It consists of five rating points. These rating points are identified as shown in table (1) below

Table (1): The five point Likert scale

Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
1	2	3	4	5

In order to classify means, the following criteria were adopted as shown in table(2)

Table (2): The criteria adopted for classifying the arithmetic means

Rating	Classification
1 –2.33	Low
2.34 –3.67	Moderate
3.68 – 5	High

Validity and Reliability:

The questionnaire's content validity was checked. it was done through passing the questionnaire to a panel of experts. These experts are specialized in marketing. They were asked to provide their comments and suggestions. Several modifications were made in light of their comments.

The value of Cronbach Alpha coefficient was calculated to identify the degree of the instrument's reliability. The overall value of the Cronbach Alpha coefficient is 0.961. this value is considered very high because it is greater than 0.60. reflects the study's questionnaire as highly reliable. In addition, the value of the Cronbach Alpha coefficient of each variable is greater than 0.60. Table (3) illustrates these values in the form of percentages:

Table (3): The values of the Cronbach Alpha coefficient in the form of percentages

The variable	The value of the Cronbach Alpha coefficient of the whole statement (α) %
The senior management	85.3
The kind of devices used	73.9
Employees' competence	89.1
Information relevancy	84.2
Corporate Governance	91.6

The descriptive statistical analysis**1)- The senior management**

Means and standard deviations were calculated to identify the respondents' attitudes towards the statements that concern the senior management variable. These arithmetic means and standard deviations are presented below:

Table (4): Means, and standard deviations of the respondents' attitudes towards the statements concnring the senior management.

Statement No.	Statement	Mean	Standard deviation	Level	Rank
1	If the senior management believes that the outputs of the traditional information systems are inaccurate, then it is necessary to use the accounting information systems	3.3457	1.22826	Moderate	٧
2	If the senior management believes that the performance measurement process can be enhanced through using the outputs of the accounting information systems, then it is necessary to use the latter systems	3.9043	1.01389	High	١
3	If the senior management has the desire to provide accurate information for decision making purposes, then it should use the accounting information systems	3.6080	1.06335	Moderate	٤
4	If the senior management is convinced that the nature of decisions differ from one another, then it is necessary to use the accounting information systems	3.4907	1.06299	Moderate	٦
5	If the senior management wants to control the efficiency of the internal control system, then it is necessary to use the accounting information systems	3.5247	1.22006	Moderate	٥
6	If the senior management wants to enhance the effectiveness of the internal control process, then it is necessary to use the accounting information systems	3.7130	1.05910	High	٢
7	If the senior management wants to promote compliance with ethics and integrity when conducting the procedures of internal and external transactions, then it is necessary to use the accounting information systems	3.6512	1.12609	Moderate	٣
Total		3.6054	.81979		

Based on table (4), it can be concluded that the respondents' attitudes towards the above statements are considered positive. They are considered so because the means are greater than 3 (i.e. the average of the five point Likert scale)¹.

The overall mean of the statements that concern the senior management variable is 3.6054, which indicates that respondents' attitude in this regard is moderate. It was concluded that statement (2) has the highest mean which is 3.9043. It states that if (If the senior management believes that the performance measurement process can be enhanced through using the

¹ The average of the five rating points of the Likert scale = $\frac{\text{the sum of the five rating points}}{5} = \frac{1+2+3+4+5}{5} = 3$

outputs of the accounting information systems, then it is necessary to use the latter systems).

As for statement (1), it has the least mean (3.3457). This statement states that (If the senior management believes that the outputs of the traditional information systems are inaccurate, then it is necessary to use the accounting information systems).

Based on the aforementioned, it can be concluded that the senior management in Jordanian commercial banks plays a significant role in making the accounting information system effective

2)- Kind of devices used:

Table (5): Means, and standard deviations of the respondents' attitudes towards the statements concerning the kind of devices used.

Statement No.	Statement	Mean	Standard deviation	Level	Rank
8	The programs and kind of devices used for operating the accounting information systems are considered the best and most modern ones among the ones available locally	3.5802	1.18676	moderate	٥
9	The programs and kind of devices used for operating the accounting information systems meet the facility's operational requirements	3.6481	1.16965	moderate	٣
10	Dealing with the devices is easy and doesn't require having higher academic degrees	3.9753	.95048	High	١
11	The devices used for operating the accounting information systems fulfill the goals sought from using them	3.7377	.89495	High	٢
12	The available input and output devices fulfill all the employees' information needs	3.6111	.98125	moderate	٤
	Overall	3.7105	.72872	High	

Based on table (5), it can be concluded that the respondents' attitudes towards the above statements are considered positive. This is attributed to the fact that the means are greater than 3 (i.e. the average of the five point Likert scale)².

The overall mean of the kind of devices used is (3.7105). This means that the overall attitude towards the kind of devices used is highly positive.

² The average of the five rating points of the Likert scale = $\frac{\text{the sum of the five rating points}}{5} = \frac{1+2+3+4+5}{5} = 3$

It can be noticed that statement (10) has the highest mean (3.9753). This statement states the following: (Dealing with the devices is easy and doesn't require higher academic degrees)

As for statement (8), it has the least mean which is 3.5802. This statement states the following:

(The programs and kind of devices used for operating the accounting information systems are considered the best and most modern ones among the ones available locally).

Having a high overall mean for the kind of devices used (3.7105) indicates that the kind of devices used in the accounting information systems plays a significant role in making such systems effective. Based on this value, it is significant to use advanced devices that are characterized by having a high speed in entering, processing and retrieving data

3)- Employees' competence:

Table (6): Means, and standard deviations of the respondents' attitudes towards the statements that concern the employees' competence.

Statement No.	Statement	Mean	Standard deviation	Level	Rank
13	The IT employees are characterized with having a high technical competence that are consistent with the nature of their tasks	4.0340	.94529	High	٢
14	The qualifications of the IT employees are consistent with the nature of their tasks	4.1481	.84180	High	١
15	The IT employees are characterized with being highly competent in dealing with the available devices	3.7747	1.16522	High	١٠
16	Most of the IT employees are characterized with having adequate level of expertise in the IT field	3.7870	1.02039	High	٨
17	The IT employees always communicate with the employees working in other sections at the department in order to carry out their tasks	3.9907	.94258	High	٤
18	The IT employees are highly responsive to meet the needs of the ones who benefit from the system	3.8302	.90349	High	٧
19	The IT employees who have been recently hired received the necessary training that enables them to deal with the available devices and programs efficiently	3.7623	1.05675	High	١٢
20	The bank hold training courses for the IT employees to make them keep up with the developments related to	3.7809	1.08099	High	٩

Statement No.	Statement	Mean	Standard deviation	Level	Rank
	information systems				
21	The IT employees are keen to collect information about the things that occur outside the facility	3.5123	1.30366	Moderate	١٤
22	The IT employees are keen to collect information from the other sections at the department and save it	4.0154	1.04529	High	٣
23	The employees responsible for internal control have full authorization to access all the bank's records and documents	3.8025	1.05184	High	٦
24	The employees responsible for internal control enjoy independence	3.7685	1.02845	High	١١
25	There are effective communication channels that can be used for ensuring that all employees have good understanding for the policies and procedures that concern internal control	3.7191	1.20041	Moderate	١٣
26	The line management is keen to apply the principle of segregation of duties and avoid assigning incompatible tasks to one employee	3.8519	1.07446	High	٥
	Overall	3.8413	.66414	High	

Based on table (6), it can be concluded that the respondents' attitudes towards the above statements are considered positive. They are considered so because the means are greater than 3 (i.e. the average of the five point Likert scale)³.

As for the overall mean, it is 3.8413, which is considered high. this means that respondents' attitude towards the statements concerning employees' competence is positive.

Statement (14) shows the highest mean which is 4.1481. It states the following: (The qualifications of the IT employees are consistent with the nature of their tasks). Statement (21) has the least mean which is 3.5123. It states the following: (The IT employees are keen to collect information about the things that occur outside the facility).

Based on the means in table (6), it can be concluded that the variable of employees' competence is just as important as the other variables. Its significance is close to the significance of the kind of devices used, which means that employees'

³ The average of the five rating points of the Likert scale = $\frac{\text{the sum of the five rating points}}{5} = \frac{1+2+3+4+5}{5} = 3$

competence complements the kind of devices used to have effective accounting information systems

4)- Information relevancy

Table (7): Means, and standard deviations of the respondents' attitudes towards the statements that concern the information relevancy

Statement No.	Statement	Mean	Standard deviation	Level	Rank
27	The information that the system provides is usually correct	3.8457	1.15687	High	٦
28	The system often provides adequate information	3.8858	1.07429	High	٤
29	The system provides the information when it is needed	3.8426	1.15243	High	٧
30	The costs of the current information system are less than the revenues it generates	4.1420	.94011	High	٣
31	The bank has adequate financial and operational internal control systems that participate in improving the internal control procedures	3.8765	.93944	High	٥
32	There are several control regulations which are used in cases of emergencies. Such regulations ensure that working shall not stop and losses shall not be incurred	3.7500	1.01193	High	٨
33	The control system includes a contingency plan that ensures that working shall not stop. This plan reduces the possibilities of experiencing any malfunction in the electronic devices and systems	4.1728	.91483	High	١
34	There are effective communication channels that can be used for ensuring that all employees have good understanding for the policies and procedures that concern internal control	4.1481	.84180	High	٢
	Overall	3.8844	.72680	High	

Based on table (7), it can be concluded that the respondents' attitudes towards the above statements are considered positive. This is because the means are greater than 3 (i.e. the average of the five point Likert scale)⁴.

The overall mean of the statements concerning the information relevancy is 3.8844. this means that the overall attitude towards the statements concerning information relevancy variable is positive.

It was concluded that statement (33) shows the highest mean. The latter statement states the following:

⁴ The average of the five rating points of the Likert scale = $\frac{\text{the sum of the five rating points}}{5} = \frac{1+2+3+4+5}{5} = 3$

(The control system includes a contingency plan that ensures that working shall not stop. This plan reduces the possibilities of experiencing any malfunction in the electronic devices and systems).

As for statement (32), it shows the least mean which is 3.75. The latter statement states the following:

(There are several control regulations which are used in cases of emergencies. Such regulations ensure that working shall not stop and losses shall not be incurred).

Based on the means of table (7), it can be concluded that information relevancy complements the other elements of the accounting information system. This can be concluded through having an overall mean that is close to the overall means of the other variables.

5) Corporate governance

Table (8): Means, and standard deviations of the statements that concern corporate governance

Statement No.	Statement	Mean	Standard deviation	Level	Rank
35	Responsibilities are distributed among various bodies in accordance with specific regulations. Such responsibilities are identified in a clear manner	3.7747	1.16522	High	١٠
36	The management controls the way transparency regulations are applied	4.0957	.97656	High	٤
37	Shareholders are encouraged to participate effectively in the voting process. They are also notified about the rules that govern the meetings of the general assembly. They also notified about the rules that govern the voting process.	4.2747	.84486	High	١
38	The management discloses the capital structures which enable some shareholders to obtain a specific level of control that isn't consistent with the amount of shares they own	4.1636	.84811	High	٣
39	All the shareholders who belong to a specific group are treated equally	4.0123	1.12933	High	٦
40	Share trading is prohibited among internal directors. Fictitious and personal trading are also prohibited	4.0648	1.05519	High	٥
41	The stakeholders' rights that are set by the law or mutual agreement are respected	3.6698	1.30688	High	١١
42	In case the stakeholders' rights were violated, the management is keen to provide them with compensation.	4.2531	.96253	High	٢
43	The critical information that concerns the bank's performance is disclosed	3.9414	1.08734	High	٧
44	Information is prepared and audited in accordance with the highest financial, non-financial and accounting standards. That is done to disclose it later	3.8488	1.09260	High	٩
45	The board of directors issues decisions that concern the bank's matters objectively and independently	3.9321	1.17837	High	٨
	Overall	4.0028	.78019	High	

Based on table (8), it can be concluded that the respondents' attitudes towards the above statements are considered positive. They are considered so because the means are greater than 3 (i.e. the average of the five point Likert scale)⁵.

The overall mean presented in table (8) is 4.0028. That means that the overall attitude towards the variable of corporate governance is positive.

It was concluded that statement (37) shows the highest mean which is 4.2747. As for statement (41), it shows the least mean which is 3.6698.

Based on the means that concern corporate governance variable, it can be concluded that the sampled Jordanian commercial banks are keen to apply governance. It was concluded that banks realize the significance of corporate governance in the banking sector.

Testing the Study's Hypotheses

The main hypothesis:

H0: Using the accounting information systems doesn't have any statistically significant impact on the application of corporate governance at Jordanian banks

Table (9): Testing the study's main hypothesis

Calculated F	Sig F	Result of testing the null hypothesis	R coefficient of correlation	R ² coefficient of determination
107.326	0.000	Rejected	0.716	0.513

In order to test the main hypothesis, the researcher conducted a multiple regression analysis. The results of this test are presented in table (9). When examining the values presented in table (9), has been noticed that the value of the calculated F is 107.326 which is statistically significant at the significance level of 0.05. This means that using accounting information systems has a statistically significant impact on the application of corporate governance at Jordanian banks.

The coefficient of correlation is 0.716. That means that there is a strong correlation. It was concluded that the independent variables can interpret 51.3 % of the changes that occur in the dependent variable.

⁵ The average of the five rating points of the Likert scale = $\frac{\text{the sum of the five rating points}}{5} = \frac{1+2+3+4+5}{5} = 3$

The following sub-hypotheses are derived from the main hypothesis:

Testing the first sub-hypothesis

H0.1: There isn't any statistically significant impact of the senior management on corporate governance at Jordanian banks

Table (10): Testing the first sub-hypothesis

Calculated F	Sig F	Result of testing the null hypothesis	R coefficient of correlation	R ² coefficient of determination
15.976	0.000	Rejected	0.619	0.384

In order to test the first sub-hypothesis, the researcher conducted the simple regression analysis. The results of this test are presented in table (10). When examining the values presented in table (10), it can be noticed that the value of the calculated F is 15.976. The latter value is statistically significant at the significance level of 0.05. That means that there is a statistically significant impact for the senior management on corporate governance at Jordanian banks

The coefficient of correlation is 0.619.

This means that there is a strong correlation. It was concluded that the independent variable can interpret 38.4 % of the changes that occur in the dependent variable.

Testing the second sub-hypothesis

H0.2: There isn't any statistically significant impact for the kind of devices used on the application of corporate governance at Jordanian banks.

Table (11): Testing the second sub-hypothesis

Calculated F	Sig F	Result of testing the null hypothesis	R coefficient of correlation	R ² coefficient of determination
13.524	0.00	Rejected	0.555	.308

In order to test the second sub-hypothesis, the researcher conducted a simple regression analysis. The results of this test are presented in table (11). When examining the values presented in table (11), it can be noticed that the value of the calculated F is 13.524, which is statistically significant at the significance level of 0.05. That means that there is a statistically significant impact for the kind of devices used on the application of corporate governance at Jordanian banks.

The coefficient of correlation is 0.555, which means that there is a moderate correlation. It was concluded that the independent variable can interpret 38.4 % of the changes that occur in the dependent variable.

Testing the third sub-hypothesis

H0.3: There isn't any statistically significant impact for the employees' competence on the application of corporate governance at Jordanian banks.

Table (12): Testing the third sub-hypothesis

Calculated F	Sig F	Result of testing the null hypothesis	R coefficient of correlation	R ² coefficient of determination
20.17	0.00	Rejected	0.706	.498

In order to test the third sub-hypothesis, the researcher conducted the simple regression analysis. The results of this test are presented in table (12). When examining the values presented in table (12), it can be noticed that the value of the calculated F is 20.17. The latter value is statistically significant at the significance level of 0.05. That means that there is a statistically significant impact for the employees' competence on the application of corporate governance at Jordanian banks.

The coefficient of correlation is 0.706, which means that there is a strong correlation. It was concluded that the independent variable can interpret 49.8 % of the changes that occur in the dependent variable.

Testing the fourth sub-hypothesis

H0.4: There isn't any statistically significant impact for the information relevancy on corporate governance at Jordanian banks

Table (13): Testing the fourth sub-hypothesis

Calculated F	Sig F	Result of testing the null hypothesis	R coefficient of correlation	R ² coefficient of determination
12.30	0.00	Rejected	0.519	0.27

In order to test the fourth sub-hypothesis, the researcher conducted a simple regression analysis. The results of this test are presented in table (13). When examining the values presented in table (13), it can be noticed that the value of the calculated F is 12.30. The latter value is statistically significant at the significance level of 0.05. That means that there is a statistically significant impact for the information relevancy on the application of corporate governance at Jordanian banks.

The coefficient of correlation is 0.519, which means that there is a moderate correlation. It was concluded that the independent variable can interpret 27 % of the changes that occur in the dependent variable.

Results:

After conducting the statistical analysis and testing the study's hypotheses, the researcher has concluded the following results:

1. Using accounting information systems has a statistically significant impact on the application of corporate governance at Jordanian banks. There is a strong correlation between those variables. Accounting information systems can interpret 51.3 % of the changes that occur in the application of corporate governance at Jordanian banks
2. There is a statistically significant impact of the senior management on corporate governance at Jordanian banks. The coefficient of correlation is 0.619. That means that there is a strong correlation. It was concluded that the independent variable can interpret 38.4 % of the changes that occurred in the dependent variable.

3. There is a statistically significant impact of the kind of devices used on the application of corporate governance at Jordanian banks. The coefficient of correlation is 0.555, which means that there is a moderate correlation. It was concluded that the independent variable can interpret 38.4 % of the changes that occurred in the dependent variable.
4. There is a statistically significant impact of the employees' competence on the application of corporate governance at Jordanian banks. The coefficient of correlation is 0.706. That means that there is a strong correlation. It was concluded that the independent variable can interpret 49.8 % of the changes that occurred in the dependent variable.
5. There is a statistically significant impact for the information relevancy on the application of corporate governance at Jordanian banks. The coefficient of correlation is 0.519. That means that there is a moderate correlation. It was concluded that the independent variable can interpret 27 % of the changes that occurred in the dependent variable.
6. The respondents' attitudes towards the senior management at Jordanian banks is neutral
7. The respondents' attitudes towards the kind of devices used at Jordanian banks is positive
8. The respondents' attitudes towards the employees' competence at Jordanian banks is positive
9. The respondents' attitudes towards the information relevancy at Jordanian banks is positive
10. The respondents' attitudes towards the corporate governance at Jordanian banks is positive
11. The sampled Jordanian banks focus on achieving a complementary relationship between the elements of the accounting information systems on the one hand and corporate governance on the other.

Recommendations:

In the light of the aforementioned results, the researcher of the present study recommends the following:

1. Providing the accounting information systems with more attention to utilize from the available opportunities. This should be done to achieve a competitive advantage on the global level.
2. Keeping up with the technological developments that are related to accounting information systems. The researcher also recommends using modern devices and advanced programs
3. Promoting awareness among Jordanian banks' employees about the significance of information quality and using accounting information systems. The researcher also recommends promoting awareness among those employees about the impact of such quality on corporate governance
4. Engaging employees in the processes of designing and developing the accounting information systems. That is because such engagement shall participate in raising the employees' satisfaction level.
5. Raising employees' competence in using the accounting information systems. That can be done through holding professional training workshops.
6. Focusing on the development of a mechanism for applying corporate governance at Jordanian banks. That should be done in a manner that is consistent with the accounting information systems used in those banks. That should be done to make governance more effective in controlling operations in those banks.
7. Providing more attention to the processes of following up any problems that is facing employees in operating accounting information systems and exerting efforts to solve such problems.
8. Providing more attention to information relevancy in the decision making process. The researcher also suggested use the accounting information systems in a correct and accurate manner. This is because such use will enable managers to make their decisions accurately and apply them in an easy manner.
9. Establishing effective communication channels to ensure that all employees have good understanding of the policies and procedures that concern internal control.

References:

- 1) AL-Haddad, W. and ALzurqan, S. and AL-Sufy, F. – (2011), The Effect Of Corporate Governance On The Performance Of Jordanian Industrial Companies: An Empirical Study On Amman Stock Exchange **International Journal of Humanities and Social Science** Vol. 1 no. 4: April 2011
- 2) Alikhani, Hosein, Ahmadi, Noushin and Mehravar, Mahdi. (2013). Accounting information system versus management information system. **European Online Journal of Natural and Social Sciences**, 2 (3), 359-366
- 3) Bodnar h. George & Hopwood S. William (2004), **Accounting Information Systems**, 9th Edition, New jersey, USA, p: 18- 21.
- 4) Chevers, Delroy A., Duggan, Evan W. and Moore, Stanford E. (2012). Factors that influence the quality and success of information systems in firms within the English-speaking Caribbean. **Academy of Business Research Journal**, Vol. 4, 107-117.
- 5) DeLone, W. H. and McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. **Journal of Management Information Systems**, 19 (4), 9–30.
- 6) DeLone, W. H. and McLean, E. R. (2004). Measuring e-commerce success: Applying the DeLone & McLean information systems success model. **International Journal of Electronic Commerce**, 9 (1), 31-47.
- 7) Fauzi ,F. and Locke, S. (2012), Board Structure, Ownership Structure and Firm Performance: A Study of New Zealand Listed – Firms Asian Academy of **Management Journal of Accounting and Finance**, AAMJAF, Vol. 8, no. 2, 43-67, 2012.
- 8) Fooladi, M. and Abdul Shukor , Z. (2012). **Board Of Directors, Audit Quality and Firm Performance: Evidence From Malaysia National Research & Innovation** Conference for Graduate Students in Social Sciences (gs-nric 2012) December 07-07, 2012, Mahkota Hotel, Melaka, ISBN 978 983 2408 086
- 9) Gupta, U. (2000). **Information Systems- Success in the 21st Century**, New York: Prentice Hall.
- 10) Hall A. James (2004), **Accounting Information Systems**, 4th Edition, Lehigh University, south-western
- 11) Hashem, T. and Hashem A. and Hashem, F. and Ayoub, F. (2016), The Impact of Corporate Governance on the Quality of Marketing Audit in Jordanian Industrial Public Shareholding Companies, **International Journal of Business Administration**, 7(2), 60-71
- 12) Kim,D. & Kim,J. & Byun, Y. & Chun , S. (2013) , A Study on the Effect of Governance Adequacy on the Corporate Performance, **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 107 , 59 – 66
- 13) Mashhour, Ahmad & Zaatreh, Zakaria, (2008), “A Framework for Evaluating the Effectiveness of Information Systems at Jordan Banks: An Empirical Study”, **Journal of Internet Banking and Commerce**, 13(1), 1-14.
- 14) Romney, Marshall and Steinbart, Paul John . (2009). **Accounting information systems** (11th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall
- 15) The Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD), **Principles of Corporate government**, 2004, www. Oecd. Org, PP17 – 25
- 16) TÓTH, Z. (2012) The Current Role of Accounting Information Systems, 'Club of Economics in Miskolc' TMP , 8(1), 91-95.
- 17) Uyar, A.; Gungormus, A.; and Kuzey, C., (2017) Impact of the Accounting Information System on Corporate Governance: Evidence from Turkish Non-Listed Companies, **Australasian Accounting, Business and Finance Journal**, 11(1), 9-27. doi:10.14453/aabfj.v11i1.3

"دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة"

د. زينب حسان النابلسي*

تاريخ وصول البحث: ٢٧/٥/٢٠١٨م

تاريخ قبول البحث: ٢٢/٧/٢٠١٨م

ملخص

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة (SMEs)، وتقييم اتجاهات أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة عن الدور الذي تؤديه المصارف الإسلامية في الأردن في تمويل هذه المشاريع. ولتحقيق هذا الهدف تم تطوير استبانة وزعت على عينة الدراسة التي بلغت ٨٩ عميلاً من عملاء المصارف الإسلامية العاملة في الأردن، وقد تم استخدام الأسلوب الوصفي التحليلي وتحليل البيانات باستخدام برنامج الحاسوب SPSS.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عدة من أبرزها: وجود دور فعال للمصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وأن هناك أثراً ذا دلالة إحصائية فيما يتعلق بكل من: أسلوب تعامل موظفي المصارف الإسلامية، وإجراءات التمويل التي تضعها المصارف الإسلامية، والضمانات التي تطلبها، وصيغ التمويل المعمول بها في المصارف الإسلامية، وحجم التمويل الممنوح من المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. وأوصت الدراسة بعدة توصيات، منها: تفعيل دور البنك المركزي الأردني لتعزيز دور المصارف الإسلامية في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، واتخاذ التدابير الملائمة لإنجاز معاملات طلب التمويل بسرعة وتقديمها بالشكل الذي يتناسب مع توقعات العملاء وظروفهم، وإنشاء مؤسسات متخصصة بضمان مخاطر تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات الدالة: المصارف الإسلامية، التمويل، المشاريع الصغيرة والمتوسطة (SMEs).

*أستاذ مساعد، قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الأعمال، جامعة البلقاء التطبيقية.

Abstract

This study aims to shed light on the role of Jordanian Islamic banks in financing Small and Medium Enterprises (SMEs), and to evaluate the attitudes of SMEs' owners to this role. To achieve the objective of this study, a questionnaire was designed and distributed to a sample of (89) customers of Islamic banks in Jordan. The questionnaires were analyzed using SPSS.

This study concludes that there is an effective role for those banks in financing the (SMEs), and that it has a significant statistical impact on the treatment of Islamic banks employees, the financing procedures set by Islamic banks and the guarantees required by them, the financing forms applied by Islamic banks, and the volume of funding granted by Islamic banks, from viewpoint of SMEs, on the effectiveness of Islamic banks' financing for such enterprises.

The study revealed several recommendations such as activating the role of the Central Bank of Jordan to enhance the role of Islamic banks in financing SMEs, taking appropriate measures to complete transaction requests quickly providing them adequately to the expectations of customers and their circumstances, and finally establishing institutions specialized in ensuring the risk of financing SMEs.

Keywords: Islamic banks, Financing, Small and Medium Enterprises (SMEs).

المقدمة:

تعد المشاريع الصغيرة والمتوسطة أحد محركات النمو الاقتصادي على المستويين العالمي والعربي، ومن أهم استراتيجيات البنك المركزي، وتشكل المشاريع الصغيرة والمتوسطة أكثر من ٩٠% من إجمالي المشاريع في البلدان العربية، وتتميز بمساهمتها الفاعلة في الناتج المحلي الإجمالي وما توفره من فرص عمل لا سيما في القطاع الخاص حيث توفر ٤٠% من إجمالي فرص العمل التي يوفرها هذا القطاع في العالم العربي بالإضافة إلى كونها الدافع الكبير وراء الابتكارات والاختراعات (منتدى المشروعات الصغيرة والمتوسطة، اتحاد المصارف العربية)؛ كما يشكل هذا القطاع ٩٠% من الاقتصاد الوطني، ويساهم بحوالي ٤٠% من الناتج المحلي الإجمالي (الرأي، ١٩-٧-٢٠١٧).

ومن نافلة القول أن هناك شريحة كبيرة في المجتمع تواجه مشكلة في الحصول على التمويل لمشروعاتهم الصغيرة أو المتوسطة التي يفكرون في إنشائها أو الاستمرار بها أو تطويرها، وكثيرا ما تصطدم هذه الفئة من أصحاب المشاريع - بعكس المعلن عنه من قبل المؤسسات المالية التي تعنى بالتمويل من تسهيلات للتمويل- بصعوبة الحصول على تمويل، بسبب افتقارهم للخبرة، والملاءة المالية بوجه عام، بالإضافة إلى عوامل أخرى سيتم ذكرها لاحقا. من هنا، جاء التفكير في هذه الدراسة، ومنعا لتكرار ما جاء في العديد من الدراسات التي تناولت موضوع تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، فسيتم المرور على المفاهيم المتعلقة بالدراسة، والإطار النظري بشكل عام، مروراً موجزاً؛ للتركيز على مشكلة الدراسة المتعلقة بتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والدور الفعلي الذي تؤديه المصارف الإسلامية الأردنية في هذا الصدد، لتحقيق هذه الدراسة ما جاءت من أجله.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

تتمثل مشكلة الدراسة في عزوف كثير من الراغبين بإنشاء مشروع صغير أو متوسط عن إقامته، خوفاً من الوقوع في شبهة الربا التي تلحق بالقرض بفائدة لعدم تمكنهم من تمويل مشاريعهم ذاتياً، هذا من جانب، ومن جانب آخر تتمثل مشكلة الدراسة في تقصير بعض المصارف الإسلامية في الترويج لعمليات التمويل لتلك المشاريع، وبخاصة أن هناك عدة (صيغ) أدوات تمويل إسلامية يمكن تطبيقها، وتناسب ظروف تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

وبناءً على مشكلة الدراسة يمكن أن يثار التساؤل الآتي:

هل يوجد دور فعال للمصارف الإسلامية في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر

أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة؟. وينبثق عنه الأسئلة الفرعية التالية:

- ما توجه أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة نحو أسلوب تعامل موظفي المصارف الإسلامية ؟
- ما توجه أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة نحو إجراءات التمويل التي تضعها المصارف الإسلامية ؟
- ما توجه أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة نحو الضمانات التي تطلبها المصارف الإسلامية للتمويل؟
- ما توجه أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة نحو نسبة المربحة التي تحققها المصارف الإسلامية بالمقارنة مع الفوائد في البنوك التجارية؟
- ما توجه أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة نحو الفترات الزمنية المتعلقة بالتمويل التي تقرها المصارف الإسلامية؟
- ما توجه أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة نحو صيغ التمويل المعمول بها في المصارف الإسلامية (أساليب التمويل)؟
- ما توجه أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة نحو حجم التمويل الممنوح من المصارف الإسلامية؟

فرضيات الدراسة:

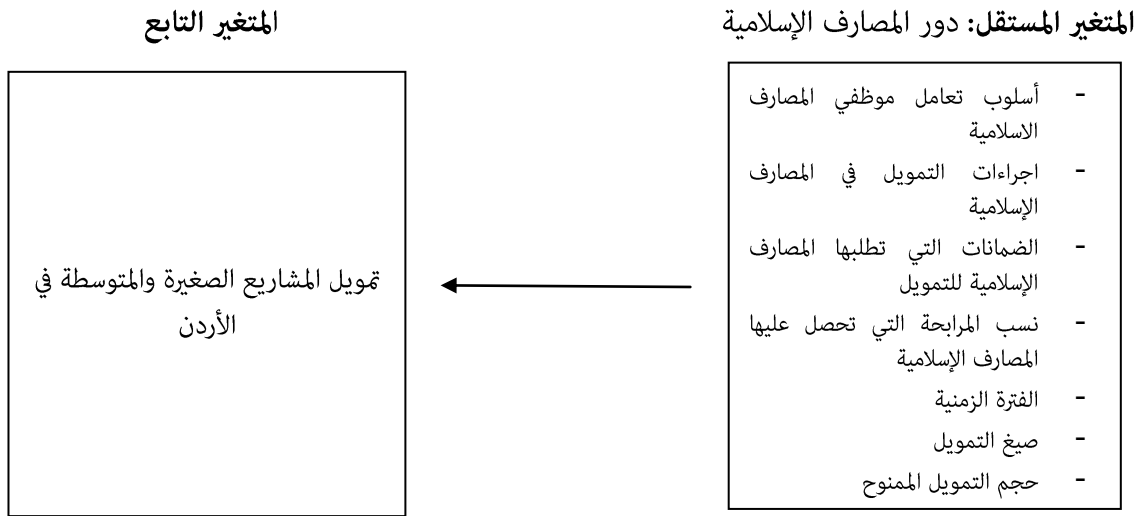
يمكن صياغة الفرضيات العدمية الآتية اعتماداً على مشكلة الدراسة:

الفرضية الرئيسة: لا يوجد دور فعال للمصارف الإسلامية في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة. وينبثق منها فرضيات الدراسة الفرعية العدمية التالية:

- الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بأسلوب تعامل موظفي المصارف الإسلامية مع أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بالإجراءات التي تضعها المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

- الفرضية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بالضمانات التي تطلبها المصارف الإسلامية للتمويل من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بنسبة الرباحة التي يحققها المصارف الإسلامية بالمقارنة مع الفوائد في البنوك التقليدية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بالفترات الزمنية التي تقرها المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية السادسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بصيغ التمويل المعمول بها في المصارف الإسلامية (أساليب التمويل) من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية السابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بحجم التمويل الممنوح من المصارف الإسلامية لأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظرهم على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

نموذج الدراسة ومتغيراتها:



أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

١. بيان دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
٢. تقييم اتجاهات أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة عن الدور الذي تؤديه المصارف الإسلامية في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
٣. الاستفادة من نتائج الدراسة، بتقديم توصيات تساعد الإدارات في الشركات الصغيرة والمتوسطة، والمصارف، والجهات الحكومية المختلفة، للاستثمار أكثر في صيغ التمويل الإسلامي؛ لأهميته في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ومن ثم دعم عملية التنمية الاقتصادية في الأردن.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من إلقاء الضوء على الدور الذي تؤديه المصارف الإسلامية ، بطرحها منتجات تمويلية متعددة ومتنوعة، ومتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية بهدف تلبية احتياجات أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة وتمويلهم لمساعدتهم على البدء بمشاريعهم، أو المضي قدماً فيها. فالتمويل الإسلامي يقوم على أساس التطوير الحقيقي للاقتصاد، مع مراعاة السعي لتحقيق الربح، من خلال إنتاج سلع أو خدمات تلبي احتياجات

السوق مما يعمل على تحسين الوضع الاقتصادي، وتأدية المصارف الإسلامية لدورها الاجتماعي (الرأي، ٢٠-٨-٢٠١٤، الحوامدة). إذ صار لزاما على المصارف الإسلامية السعي لبناء القدرات، وتطوير منتجات متوافقة مع الشريعة الإسلامية، لتلبية احتياجات الشركات الصغيرة والمتوسطة (شحادة، ٢٠١٧، ص ٢). مما يساعد أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على اختيار صيغة التمويل المناسبة، والمشروع المناسب، وتبقيهم في دائرة العمل الحلال والبعد عن التعامل مع المؤسسات التمويلية القائمة على الربا.

من هنا جاءت أهمية هذه الدراسة لبيان الدور الذي تؤديه المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، و أثر كل من: أسلوب تعامل موظفي المصارف الإسلامية، وإجراءات التمويل التي تضعها المصارف الإسلامية، والضمانات التي تطلبها، وصيغ التمويل المعمول بها في المصارف الإسلامية، وحجم التمويل الممنوح من المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل هذه المصارف للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

مصطلحات الدراسة

ماهية المصارف الإسلامية

تعرف المصارف الإسلامية بأنها: المؤسسات التي ينص قانون إنشائها ونظامها الأساسي صراحة على الالتزام بمبادئ الشريعة، و عدم التعامل بالفائدة أخذا أو عطاء (عريقات، عقل، ٢٠١٢). ويمكن أيضا تعريف المصرف الإسلامي على أنه: مؤسسة مالية إسلامية تقوم بأداء الخدمات المصرفية والمالية، كما تباشر أعمال التمويل والاستثمار في المجالات المختلفة في ضوء وأحكام الشريعة الإسلامية، بهدف المساهمة في غرس القيم، والمثل، والأخلاق الإسلامية في مجال المعاملات، والمساعدة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية من تشغيل أموال بقصد المساهمة في تحقيق الحياة الطيبة الكريمة للأمة الإسلامية (الطاهر والبشير، عبد الكريم، ٢٠١٤). وكلا التعريفين يكمل الآخر، ويجعل الصورة واضحة حول الدور الاقتصادي والاجتماعي الذي تؤديه المصارف الإسلامية وسمو الرسالة التي تحملها.

ماهية التمويل المصرفي الإسلامي:

يُعرف التمويل بشكل عام، على أنه توفير رأس المال؛ حيث أنه يعمل على تحديد احتياجات الأفراد والمؤسسات من الموارد النقدية، وكيفية جمعها، والغايات التي أخذت من أجلها، مع الأخذ بعين الاعتبار مخاطرة أي استثمار. (www.investorwords.com) ويعرف أيضا على أنه عبارة عن إمداد الأفراد والمؤسسات بالمال؛ لتمكينها من القيام بدورها إنشاءً أو استمرارا أو تطورا، وإن كان مع هذا التعريف، ضابط الموافقة الشريعة الإسلامية، يكون تمويلا إسلاميا (مقلاتي، ٢٠١٥). ومن هنا يمكن القول إن التمويل الإسلامي هو: تقديم خدمات مالية وفقا للمبادئ الأخلاقية والشريعة الإسلامية التي تقتضي توجيه جميع المعاملات المالية نحو دعم الأنشطة الاقتصادية الإنتاجية، وأن يتقاسم مقدمو التمويل كلا من المخاطر والأرباح في الاستثمارات التي يمولونها. ويحظر التمويل الإسلامي دفع فائدة (لأن تحقيق ربح من مبادلة نقود بنقود يعد غير أخلاقي)، ويحظر المنتجات المالية التي تتضمن قدرا مفرطا من عدم اليقين (بما في ذلك البيع على المكشوف والمقامرة)، ويستبعد تمويل الأنشطة التي تعد ضارة بالمجتمع (براساد، ٢٠١٥، ص ٢).

وقد أدخلت المصارف الإسلامية أسسا للتعامل بينها وبين المتعاملين معها، تقوم على المشاركة في الربح والخسارة، بالإضافة إلى المشاركة في الجهود المبذولة من قبل الطرفين بديلاً عن أسس التعامل التقليدي المعتمدة على مبدأ المديونية، فيكون طرف دائن وطرف مدين فتقدم الأموال فقط دون المشاركة في العمل. كما أوجدت المصارف الإسلامية أنظمة وصيغ استثمار إسلامية للتعامل الاستثماري مع مختلف القطاعات الاقتصادية، ومنها المربحة والمشاركة والمضاربة والاستصناع والتأجير وغيرها من صيغ تمويل تصلح للاستخدام في كافة الأنشطة (عريقات، عقل، ٢٠١٢).

فأهمية التمويل الإسلامي تأتي من قدرتها على تحقيق العدالة بين طرفي المعاملة من خلال حصول كل طرف على حقه بدلا من النظام التقليدي القائم على الإقراض بفائدة ليضمن حق صاحب القرض على حساب المقترض. كما ويتيح التمويل الإسلامي من خلال ذلك، ومن خلال تعدد صيغه وتنوعها، فرصا أكبر أمام تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة للحصول على التمويل، وتحقيق نجاح في المشروع؛ إذ يتم التمويل على أساس دراسات جدوى اقتصادية، وعلى أن يكون المشروع الممول ضمن دائرة الحلال، وكل ذلك مقرونا بالضمانات الكافية

لتأمين أموال المؤسسات الممولة. فضلا عن أنها تنقل التمويل من أسلوب الضمان والعائد الثابت إلى أسلوب المخاطرة والمشاركة، وقاعدة الغنم بالغرم، فتغلب النشاط الإنتاجي على النشاط المالي، وتسهم في ترسيخ مفاهيم المتابعة والرقابة على التمويلات الممنوحة. إضافة إلى أنها تراعي ظروف المتعثرين ومهمل المعسر -ين لحين ميسرة (الأسر، ٢٠١٢).

المشاريع الصغيرة والمتوسطة:

يصعب تحديد تعريف دقيق ومتكامل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، حيث وردت عدة تعريفات في الكثير من الكتب، وأوراق العمل في المؤتمرات. إلا أنه يمكن تقسيم المشاريع الصغيرة والمتوسطة بشكل عام، حسب رأس المال، وعدد العاملين فيها؛ فالمشاريع الصغيرة، هي التي تستخدم خمسة عمال أو أقل، وتستثمر في خمسة آلاف أو أقل، أما المشاريع المتوسطة، فهي التي تستخدم ٥ إلى ١٥ عاملا، وتستثمر في ٥ إلى ١٥ ألف دولار (القواسمة، ٢٠١٠). ويصف البنك الدولي المشاريع التي تستخدم ١٠-٥٠ عاملا بالمشاريع الصغيرة، والتي تستخدم ٥٠-١٠٠ عاملا بالمشاريع المتوسطة (النمروطي، ٢٠١٢). وغالبا ما يتم تعريفها بالاعتماد على مجموعة من المعايير الكمية والنوعية، مثل عدد العمال، وحجم الإنتاج، ونوعية الملكية، وطريقة الإدارة، أما على المستوى العام، فغالبا يكون التركيز على عدد العمال، ومقدار رأس المال (ادريس، الحكام، ٢٠١٦). ووفقا لدليل المشاريع الصغيرة والمتوسطة الصادر عن البنك المركزي الأردني، يتم تعريف المشاريع الصغيرة على أنها: المشاريع التي توظف بين ٥-٢٠ موظفاً ومجموع أصولها أو حجم مبيعاتها تقل عن مليون دينار سنويا. والمشاريع المتوسطة تعرف غالبا بالمشاريع التي يكون مجموع أصولها أو حجم مبيعاتها بين ١ - ٣ مليون دينار، وعدد موظفيها من ٢١-١٠٠ موظفا (دليل المشاريع الصغيرة والمتوسطة ، ص ٣).

من خلال ما سبق، يتبين القارئ أن التمويل والمصارف وجهين لعملة واحدة، فلا يمكن لأحدهما أن يؤدي دوره بعيدا عن الآخر لخدمة النظام الاقتصادي، وتنميته، وتمكينه من تأدية واجبه بقوة وفاعلية.

الدراسات السابقة:

فيما يلي عرض لبعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو

غير مباشر:

أولاً: الدراسات باللغة العربية:

• هدفت دراسة (بربري، محمد أمين، موزارين، عبد المجيد، ٢٠١٧)، إلى تسليط الضوء على الإطار المفاهيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وإبراز واقعها في الجزائر وكيفية تمويلها مع التطرق إلى التمويل الاسلامي كبديل لتجاوز ثغرات التمويل التقليدي وذلك لتعدد صيغه وتنوعها وتعامله بأسس ومبادئ الشريعة الإسلامية. وتوصلت الدراسة إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعاني من عدة مشاكل وأهمها التمويل، وأن التمويل الإسلامي يشكل أفضل بديل لتمويل هذه المؤسسات لوجود صيغ وأساليب متعددة تختار منها المؤسسات ما يتناسب مع طبيعة نشاطها وخصوصيتها. وأوصت الدراسة بالعمل على توسيع استخدام صيغ التمويل الاسلامي في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزيادة حصة البنوك الإسلامية من الحصة الاجمالية لتمويل هذا النوع من المؤسسات، ودعت البنوك المركزية إلى دعم هذا التوجه.

• وسعت دراسة (براهيمية، مسعود، ٢٠١٧) إلى إبراز دور صيغ التمويل بالمشاركة في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تواجه معوقات في تمويلها من قبل البنوك التقليدية، وما تطلبه هذه البنوك من شروط قاسية للتمويل. وبينت الدراسة أن صيغ التمويل بالمشاركة تتناسب مع المشاريع الصغيرة والمتوسطة كونها تعتمد معيار الربح بدلا من الفائدة، فيكون هذا حافزا للعميل أو المستثمر لبذل جهد أكبر لزيادة الأرباح، إلا أن التطبيق العملي لهذه الصيغ لا يزال ضيقا بسبب ارتفاع درجة مخاطره وتكاليف الإشراف والمتابعة. وأوصت الدراسة بضرورة توسيع استخدام صيغتي التمويل بالمشاركة والمضاربة في التطبيق العملي، ووضع آلية لتقييم المخاطر التي قد تواجه هاتين الصيغتين وتوفير تشريعات وقوانين لآلية العمل في المصارف الإسلامية.

- وهدفت دراسة (الدعاس والجعارات، ٢٠١٤) إلى إبراز دور المصارف الإسلامية في تمويل وتنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأهمية نظام التمويل الإسلامي في هذا المجال وخصوصيته. وكان محل الدراسة البنك الإسلامي الأردني، وتوصلت إلى عدد من النتائج من أبرزها ضائلة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من قبل المصارف الإسلامية، واقتصار البنك على أسلوب المربحة للآمر بالشراء، والمشاركة المنتهية بالتمليك ضمن برنامج تمويل الحرفيين والمهنيين في البنك. وأوصت الدراسة بضرورة اهتمام المصارف الإسلامية في الأردن بتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لما لذلك من تأثير على التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- وسعت دراسة (الجويفل، ٢٠١٣) إلى التعرف على دور البنوك الإسلامية في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة. وتوصلت إلى عدة نتائج منها: وجود دور فعال للبنوك الإسلامية في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة ووجود معوقات أمام هذا التمويل. وأوصت الدراسة بعدة توصيات من أبرزها أن على البنوك الاهتمام بالتخطيط ودعم دراسات الجدوى الاقتصادية وأن تقدم أساليب ووسائل جديدة في إطار عقود المضاربة والمشاركة تتلاءم مع واقع عمل المصرف.
- وهدفت دراسة (بوقرة، ٢٠١٣) إلى بيان دور البنوك الإسلامية في تمويل وتنمية ودعم قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة وكفاءة هذا الدور وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي للتوصل إلى نتائج الدراسة والتي من أبرزها أن المصارف الإسلامية هي مؤسسات مالية تلتزم بمبادئ الشريعة الإسلامية في أعمالها لتحقيق توزيع عادل للثروة وتحقيق تنمية اقتصادية مبنية على أساس التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع من خلال تطبيقها لصيغ التمويل الإسلامية الملائمة لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كونها تتلاءم مع مختلف القطاعات وتستخدم مختلف الآجال. وأوصت الدراسة بأهمية تعزيز قدرة مكونات النظام المالي الإسلامي وتوفير تشريعات وقوانين تعمل على تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الاستفادة من صيغ التمويل الإسلامي.

- وحاولت دراسة (الأسرّج، ٢٠١٢)، بيان دور التمويل الإسلامي في تنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة وأهم صيغ التمويل الإسلامية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها أن التمويل الإسلامي يمتاز في مساهمته في توفير رؤوس الأموال ودعم القدرة التمويلية للاستثمارات الضرورية لإنتاج السلع والخدمات، وأن الكفاءات البشرية في قطاع التمويل ما زالت بحاجة إلى المزيد من المؤهلين لإخراج هذه الصناعة من مآزقها. وأوصت الدراسة بالعمل على تعزيز مكونات النظام المالي الإسلامي، ودعوة المصارف المركزية في الدول الإسلامية إلى تبني تنشيط التمويل الإسلامي.
- وهدفت دراسة (مطهري، ٢٠١٢) إلى التعرف على أهمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني والتنمية الاقتصادية، وبيان دور البنوك في ذلك، والمقارنة بين أساليب التمويل لدى البنوك التقليدية، وأساليب التمويل لدى البنوك الإسلامية. وتوصلت إلى عدة نتائج منها أن مشكلة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لن تزول في ظل نظام التمويل بالفائدة. وأن التمويل الإيجاري من أبرز صيغ التمويل الإسلامي لتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة. كما توصلت الدراسة إلى أن البنوك الإسلامية تواجه معوقات في تمويلها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛ مما يقلل من فعاليتها خاصة في مواجهة منافسة البنوك التقليدية. وأوصت الدراسة بأهمية توفير معلومات كافية عن أعمال البنوك الإسلامية، وأساليب التمويل الأكثر استخداما.
- أما دراسة (البلتاجي، ٢٠٠٩)، فقد هدفت إلى بيان طبيعة المشاريع الصغيرة وصيغ التمويل الإسلامية التي يمكن استخدامها لتمويل هذه البطالة من قبل المصارف الإسلامية، لتمكينها من القيام بدورها المأمول في التنمية الاجتماعية والاقتصادية. وخلص الباحث إلى عدة نتائج من أبرزها أهمية المشاريع الصغيرة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وبصفة خاصة علاج مشكلة البطالة. وأن التمويل عن طريق الاقتراض بفائدة غير مناسب لتمويل المشاريع الصغيرة. وأن المنهج الإسلامي يقدم منظومة من صيغ التمويل الإسلامي التي تناسب ظروف المشاريع الصغيرة. وأن المصارف الإسلامية مثل البنك الوطني للتنمية وبنك فيصل الإسلامي السوداني نجحت في تمويل العديد من المشاريع الصغيرة بصيغ التمويل الإسلامي.

- وهدفت دراسة (حداد، 2006)، هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على الاختلافات في تعريف مفهوم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وواقعها في الأردن والجزائر. وكان من نتائج الدراسة أن دور البنوك التجارية والمؤسسات المالية في توفير القروض المناسبة لهذه المشاريع لا يتناسب مع امكانياتها وقدراتها، وأن أسعار الفائدة عالية جدا. وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور البنوك التجارية والمؤسسات المالية في الأردن والجزائر، لتوفير القروض المناسبة والميسرة لهذه المشاريع وبفوائد مخفضة، وضمانات ميسرة أيضا وتفعيل التشريعات والقوانين والأنظمة المحفزة على الاستثمار في هذه المشاريع والمؤسسات.
- وحاولت دراسة (عبد الجليل، ٢٠٠٥)، التعرف على العوامل التي تؤثر في تمويل الاستثمار لدى البنوك الأردنية، وإجراء مقارنة بين أثر هذه العوامل على تمويل الاستثمار من وجهة نظر المقترضين من البنوك الأردنية الإسلامية منها وغير الإسلامية. واستخدمت الدراسة استبانة لتحقيق غايات البحث؛ وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها وجود أثر ذو دلالة احصائية لعدد من العوامل من أبرزها : سمعة البنك، وعلاقات المستثمرين الشخصية مع البنك، وانتشار فروع البنك جغرافيا، وكيفية تعامل البنك مع المقترض عند التأخر في السداد ، والعامل الديني وغيرها على تمويل الاستثمار من قبل البنوك الأردنية الإسلامية منها وغير الإسلامية، من وجهة نظر المقترضين، بالإضافة إلى وجود فروقات بين هذه البنوك ذات دلالة احصائية، وأوصت الدراسة بإجراء المزيد من البحوث والدراسات حول هذا الموضوع.
- كما سعت دراسة (بشار، ٢٠٠٥)، إلى إبراز دور المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية في تنمية وتطوير المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن واقع التمويل الإسلامي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة كان ضئيلا جدا، وقد اقتصر على صيغتي المربحة للأمر بالشراء والمشاركة المنتهية بالتمليك ضمن برنامج تمويل الحرفيين والمهنيين في البنك الإسلامي الأردني. وأوصت الدراسة بالاعتماد بشكل أكبر على الصيغ التمويلية الأخرى التي تقسم المخاطر والأرباح ذات العلاقة بالمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

- في حين هدفت دراسة (ريحان، ٢٠٠٣) إلى بيان أهمية تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وأهم صيغ التمويل الإسلامية المناسبة لها والمعمول بها في المصارف الإسلامية وهي المراجعة والمضاربة والمشاركة المتناقصة المنتهية بالتمليك والتأجير، مبينا المزايا الاجتماعية والاقتصادية لتمويل هذه المشروعات والصعوبات والمخاطر التي تكتنفها.

ثانياً: الدراسات باللغة الانجليزية:

- هدفت دراسة (Elhassan، ٢٠١٦) إلى بيان المعوقات التي تواجه المصارف خلال تمويلها للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بسبب هيكله الموارد المالية فيها، و توفير التمويل لهذه المشاريع. وأظهرت الدراسة أن أهمية تطوير اساليب التمويل المستخدمة حالياً من خلال تطوير دراسات الجدوى والضمانات وإبتكار صيغ جديدة تلبي الاحتياجات التمويلية لهذه المؤسسات مع العمل على اعادة هيكله الموارد في البنوك الإسلامية بوجه خاص.
- أما دراسة (Kunt & Beck، 2006)، فقد حاولت عرض البحوث التي أجريت مؤخراً حول موضوع حصول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم على التمويل، حيث تشكل هذه الشركات جزءاً كبيراً من القطاع الخاص في البلدان المتقدمة والدول النامية. وبينت الدراسة أن هناك علاقة سببية بين الشركات الصغيرة والمتوسطة والتنمية الاقتصادية، وأنه يمكن لأدوات تمويل محددة مثل التأجير التمويلي والاستصناع أن تكون مفيدة في تسهيل الحصول على أكبر تمويل. إضافة إلى نظم المعلومات الائتمانية، خاصة أن المؤسسات المالية والقانونية تلعب دوراً مهماً في تخفيف القيود على عقبات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لجعلها قادرة على المساهمة في النمو الاقتصادي.
- وسعت دراسة (Habib، ٢٠٠٣)، هدفت الدراسة إلى بيان الدور المهم الذي يمكن للمصارف الإسلامية أن تؤديه في تنمية الثروة والتقليل من الفقر من خلال تمويل المشاريع الصغيرة، حيث انها الافضل في ذلك. فقد أثبتت صيغ التمويل الإسلامية فعاليتها، حتى ان العديد من البنوك التقليدية اتبعت هذه الصيغ في تمويل المشاريع الصغيرة. واعتمدت الدراسة على العديد من المعادلات الرياضية وواقع الحال في بنكي بنغلادش الإسلامي، والبنك الإسلامي للتنمية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها ان تكلفة

التمويل عن طريق المصارف الإسلامية يمكن أن تكون أقل منها في البنوك التقليدية؛ مما يجعلها أكثر ملاءمة للمشروعات الصغيرة، وتمكنها من تحقيق الربح.

ما يميز الدراسة الحالية:

إن أهم ما يميز الدراسة الحالية، هو تسليط الضوء على واقع التمويل الذي تقدمه المصارف الإسلامية في الأردن لتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وتعدد وتطور صيغ التمويل. والدور الفعلي لهذه المصارف من الناحية التطبيقية الواقعية وليس فقط من الناحية النظرية، واتجاهات أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة نحو هذا الدور.

منهجية الدراسة:

تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي لبيان دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة. وتم جمع البيانات المتعلقة بآراء عينة الدراسة من خلال بعض المقابلات الشخصية مع بعض العاملين في المصارف الإسلامية من مختلف المستويات الإدارية في البداية للوقوف على متغيرات الدراسة، ومن ثم تطوير استبانة للتعرف على اتجاهات أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة حول مجموعة من المتغيرات لتعاملهم مع المصارف الإسلامية للحصول على تمويل لمشروعاتهم. التي تكونت من ثلاثة أقسام تمثل الأول منها في خطاب تم توجيهه للمستجيبين، ومبين فيه هدف الدراسة وعنوانها، أما القسم الثاني فقد اشتمل على المعلومات الديموغرافية المتعلقة لوصف عينة الدراسة. أما القسم الثالث فقد تكون من ٢٤ فقرة مثلت فرضيات الدراسة، صممت حسب مقياس ليكرت الخماسي، ابتداءً من (١) لا أوافق بشدة، وانتهاءً ب (٥) أوافق بشدة. حيث طلب من المستجيب اختيار الجواب الذي يراه مناسباً.

وتكون مجتمع الدراسة من جميع أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، والمصارف الإسلامية العاملة في الأردن. وتكونت عينة الدراسة من عينة ملائمة من المراجعين أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة الذين حصلوا على تمويل من البنك أو يراجعون البنك للحصول على تمويل لمشاريعهم، حيث تم توزيع ١٠٠ استبانة، استرجع منها ٨٩ استبانة خضعت للتحليل، أي بمعدل ٨٩%. ويبين الجدول رقم (1) المصارف الإسلامية العاملة في الأردن والمشاركة في الدراسة:

جدول رقم (١) المصارف الإسلامية العاملة في الأردن

اسم المصرف	عدد الفروع والمكاتب عام ٢٠١٨
البنك الإسلامي الأردني	٧٤ فرع و٢٦ مكتب
البنك العربي الإسلامي الدولي	٤٢ فرع
بنك الصفاة الإسلامي	٢٥ فرع
مصرف الراجحي	٦ فروع

تحليل البيانات:

اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogrov- Smirnov)

تم استخدام اختبار التوزيع الطبيعي لاختبار مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي، وقد كانت نتائج التحليل أن البيانات موزعة طبيعياً، حيث بلغت Z المعنوية لجميع فرضيات الدراسة أكبر من مستوى الدلالة 5% خصائص عينة الدراسة الديموغرافية:

- النوع الاجتماعي: كما هو موضح في الجدول رقم (٢) يلاحظ وجود تفاوت كبير بين نسبة تمثيل كل من الذكور والإناث في عينة الدراسة حيث بلغ عدد المبحوثين من الذكور في عينة الدراسة (٦٢) يشكلون ما نسبته (٦٩,٧%) مقابل (٢٧) مبحوثة يشكلن ما نسبته (٣٠,٣%).

الجدول (٢) التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية
ذكور	62	69.7
إناث	27	30.3
المجموع	89	100%

- فئات العمر: توضح بيانات الجدول (٣) التوزيع النسبي لعينة أفراد الدراسة حسب متغير العمر، فيلاحظ بأن أعلى نسبة تمثيل كانت للذين تقع أعمارهم في الفئة العمرية (من ٢٦ سنة حتى ٣٥ سنة)، وبنسبة تمثيل بلغت (36%)، ثم جاءت الفئة العمرية (٤٦ سنة فأكثر) في الدرجة الثانية، وبنسبة تمثيل (31.5%). وجاءت أدنى نسبة تمثيل للذين تقع أعمارهم في الفئة العمرية (أقل من أو يساوي ٢٥ سنة) وبنسبة تمثيل (11.2%) ويمكن تفسير

هذه النسبة بأن هذه الفئة العمرية غالباً لا تكون قادرة على العمل خاصة في ظل ظروف الفقر والبطالة. كما ويلاحظ أن معظم الفئات العمرية ممثلة في عينة الدراسة.

الجدول (٣) التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
أقل من أو يساوي ٢٥ سنة	10	%11.2
من ٢٦ سنة حتى ٣٥ سنة	32	%36
من ٣٦ سنة حتى ٤٥ سنة	19	%21.3
٤٦ سنة فأكثر	28	%31.5
المجموع	89	%١٠٠

- **المستويات التعليمية:** يلاحظ من بيانات الجدول (٤) بأن أعلى نسبة تمثيل لأفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي لحملة درجة البكالوريوس وبنسبة تمثيل بلغت (57.3%)، ثم حملة الدبلوم بالدرجة الثانية وبنسبة تمثيل (18.%)، ثم حملة الثانوية وبنسبة تمثيل (12.4%)، وكانت أدنى نسبة تمثيل للمستوى التعليمي دون الثانوية بنسبة تمثيل (2.2%).

الجدول (٤) التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
دون الثانوية	2	%2.2
ثانوية	11	%12.4
دبلوم	16	%18.
بكالوريوس	51	%57.3
غير ذلك	9	%10.1
المجموع	89	%100

- **سنوات التعامل مع البنك:** يلاحظ من بيانات الجدول (٥) بأن النسبة الأعلى من أفراد عينة الدراسة مضى على تعاملهم مع البنك مدة زمنية تتراوح (من ٣ - ٧ سنوات) وبنسبة تمثيل بلغت (38.2%)، وهذا يعطي مؤشراً إيجابياً لصالح البنك إذ إن ارتفاع هذه النسبة يدل على أن العملاء لديهم رغبة مستمرة بالتعامل مع البنك محل الدراسة. ثم جاءت بالدرجة الثانية المتعاملين بالمدة تتراوح من (أقل من ٣ سنوات) وبنسبة مئوية (22.5%) تليها

هذه المدة في الدرجة الثالثة الذين مضى على تعاملهم مع البنك (مدة ١٦ سنة فأكثر) وبنسبة تمثيل (20.2%) وتقترب منها فئة (أقل من ٣ سنوات) وبنسبة تمثيل بلغت (22.5%) وكانت أدنى نسبة تمثيل للمتعاملين لمدة من (٨ - ١٥) سنة وبنسبة تمثيل بلغت (19.1%) وهذا يعطي انطباعاً بأن جميع الفئات المتعاملة مع البنك تم تمثيلها في عينة الدراسة؛ مما يعطي نتائجها مصداقية وواقعية أكبر.

الجدول (٥) التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب سنوات التعامل مع البنك

النسبة المئوية	العدد	سنوات التعامل مع البنك
22.5	20	أقل من ٣ سنوات
38.2	34	من ٣ - ٧ سنوات
19.1	17	من ٨ - ١٥ سنة
20.2	18	١٦ سنة فأكثر
١٠٠%	89	المجموع

صدق الأداة وثباتها:

تم التحقق من صدق الأداة الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المختصين من أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة البلقاء التطبيقية، وتم الأخذ برأيهم وتعديل الاستبانة حتى أصبحت بالشكل النهائي المرفق. كما تم التأكد من مدى صلاحية أداة الدراسة كأداة لجمع البيانات وأنها تقيس ما يجب قياسه من خلال حساب معامل الثبات حسب معامل كرونباخ ألفا، حيث تشير البيانات الواردة في الجدول (١) إلى أن معامل كرومباخ ألفا (٠,٩٢٧) وهي قيمة مقبولة مقبولة إحصائياً لغايات التحليل واختبار الفرضيات، وتدل على وجود ترابط عالي بين عبارات الاستبانة (Sekarna,Bougie,2010).

اختبار قوة النموذج:

تم استخدام هذا الاختبار للتأكد من عدم وجود تداخل بين الفرضيات، من خلال استخراج مصفوفة الارتباط بين الفرضيات (Correlation Matrix)، وتم احتساب معامل التضخم VIF (Variance Inflationary Factor) والذي بلغ 2.77 أي أنه أقل من ٥، ولا يوجد تداخل بين فرضيات الدراسة، وتم حساب VIF كما يلي:

$$VIF = \frac{1}{1 - R^2} = 1 / (1 - (0.802)^2) = 2.77$$

دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع..... زينب النابلسي

وتمثل R أعلى قوة ارتباط وردت ضمن مصفوفة الارتباط، ويبين الجدول (٦) مصفوفة الارتباط بين فرضيات الدراسة:

جدول (٦) مصفوفة الارتباط بين فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى	الفرضية الثانية	الفرضية الثالثة	الفرضية الرابعة	الفرضية الخامسة	الفرضية السادسة	الفرضية السابعة	Correlations
1	.642**	.614**	.435**	.516**	.518**	.687**	الفرضية الأولى
.642**	1	.476**	.725**	.704**	.746**	.661**	الفرضية الثانية
.614**	.476**	1	.305**	.305**	.360**	.453**	الفرضية الثالثة
.435**	.725**	.305**	1	.690**	.776**	.548**	الفرضية الرابعة
.516**	.704**	.305**	.690**	1	.802**	.585**	الفرضية الخامسة
.518**	.746**	.360**	.776**	.802**	1	.628**	الفرضية السادسة
.687**	.661**	.453**	.548**	.585**	.628**	1	الفرضية السابعة

اختبار فرضيات الدراسة:

- اختبار الفرضية الرئيسة: لا يوجد دور فعال للمصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

جدول (٧) نتائج اختبار الفرضية الرئيسة

T المحسوبة	T الجدولية	SIG T	نتيجة الفرضية العدمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
5.539	1.9858	.000	رفض	3.3993	.68019

بعد استخدام اختبار One Sample T-test حسب برنامج SPSS ، فإن قيمة T المحسوبة بلغت 5.539 وهي أكبر من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨) وبما أن قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، ونرفض الفرضية العدمية إذا كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، وبالتالي وعلى ضوء البيانات المستخرجة فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة. كما أن الوسط الحسابي للفرضية بلغ 3.3993 ، أي أكبر من ٣ ، كما بلغ الانحراف المعياري 68019. أي أقل من ١. وهذا

يعني وجود دور فعّال للمصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بأسلوب تعامل موظفي المصارف الإسلامية مع أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

جدول (٨) نتائج اختبار الفرضية الأولى

T المحسوبة	T الجدولية	SIG T	نتيجة الفرضية العدمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
10.455	1.9858	.000	رفض	3.777154	.7012542

بعد استخدام اختبار One Sample T-test حسب برنامج SPSS ، فإن قيمة T المحسوبة بلغت 10.455، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨) ووفقاً لقاعدة القرار لاختبار الفرضيات، وعلى ضوء البيانات المستخرجة فإننا نرفض الفرضية العدمية، ونقبل الفرضية البديلة. كما أن الوسط الحسابي للفرضية بلغ 3.777154. أي أكبر من ٣، كما بلغ الانحراف المعياري 7012542. أي أقل من ١. وهذا يعني وجود أثر ذي دلالة إحصائية فيما يتعلق بأسلوب تعامل موظفي المصارف الإسلامية مع أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ويظهر الجدول رقم (٩) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الفرضية، والترتيب التنازلي للفقرات حسب الوسط الحسابي، حيث بلغ الوسط الحسابي لجميع الفقرات أكبر من 3، كما أن الانحراف المعياري كان أقل من 1 لمعظم الفقرات.

الجدول (٩) الفقرات المتعلقة بالفرضية الأولى

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب التنازلي
1	يحسن موظفو المصارف الإسلامية استقبال العملاء طالبي التمويل أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.	3.92	1.110	٣
2	تساعد المصارف الإسلامية عملائها في تحديد متطلباتهم من التمويل والسيولة اللازمة.	3.97	1.071	٢
3	تعرف المصارف الإسلامية عملائها بمصادر التمويل والأساليب الملائمة لمشاريعهم.	3.88	.987	٤
4	تعلن المصارف الإسلامية لعملائها عن أحدث منتجاتها وخدماتها لتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة بمختلف الوسائل التي تكفل وصول المعلومات لهم.	4.02	.929	١
5	تقدم المصارف الإسلامية خدمات ومنتجات مصرفية بدون مقابل لتشجيع أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.	3.00	1.000	٥
6	يوجد في المصارف الإسلامية إدارة متخصصة للتعامل مع تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.	3.88	.902	٤

اختبار الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بإجراءات التمويل التي تضعها المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

جدول رقم (١٠) نتائج اختبار الفرضية الثانية

T المحسوبة	T الجدولية	SIG T	نتيجة الفرضية العدمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
4.636	1.9858	.000	رفض	3.3174	.64597

بعد استخدام اختبار One Sample T-test حسب برنامج SPSS ، فإن قيمة T المحسوبة بلغت 4.636، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨)، ووفقاً لقاعدة القرار لاختبار الفرضيات، وعلى ضوء البيانات المستخرجة فإننا نرفض الفرضية العدمية، ونقبل الفرضية البديلة. كما أن الوسط الحسابي للفرضية بلغ 3.3174، أي أكبر من ٣، كما بلغ الانحراف المعياري 0.64597 أي أقل من ١. وهذا يعني وجود أثر ذي دلالة إحصائية فيما يتعلق بإجراءات التمويل التي تضعها المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع..... زينب النابلسي

ويظهر الجدول رقم (١١) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الفرضية، والترتيب التنازلي للفقرات حسب الوسط الحسابي، حيث بلغ الوسط الحسابي لجميع الفقرات أكبر من 3، كما أن الانحراف المعياري كان أقل من 1 لمعظم الفقرات.

الجدول (١١) الفقرات المتعلقة بالفرضية الثانية

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب التنازلي
1	تتبنى المصارف الإسلامية إجراءات سهلة لحصول العملاء على التمويل.	3.48	1.078	٢
2	تشجع المصارف الإسلامية المبادرات الإبداعية ويساعد أصحابها في التقليل من صعوبات التمويل.	2.90	1.045	٤
3	يفضل العميل تقديم طلب التمويل إلى نفس المصرف الإسلامي إذا احتاج إلى تمويل مشروع آخر أو نشاطات أخرى.	3.25	.957	٣
4	يفضل العميل تقديم طلب التمويل إلى مصرف إسلامي آخر إذا احتاج تمويلًا لمشروع آخر أو نشاطات أخرى.	3.64	.882	١

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بالضمانات التي تطلبها المصارف الإسلامية للتمويل من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

جدول (١٢) نتائج اختبار الفرضية الثالثة

T المحسوبة	T الجدولية	SIG T	نتيجة الفرضية العدمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
5.720	1.9858	.000	رفض	3.589888	.9728175

بعد استخدام اختبار One Sample T-test حسب برنامج SPSS ، فإن قيمة T المحسوبة بلغت 23.3 وهي أكبر من قيمة T الجدولية (5.720) ووفقاً لقاعدة القرار لاختبار الفرضيات، وعلى ضوء البيانات المستخرجة فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة. كما أن الوسط الحسابي للفرضية بلغ 3.589888 أي أكبر من 3، كما بلغ الانحراف المعياري 9728175. ، أي أقل من 1. وهذا يعني وجود أثر ذو دلالة إحصائية أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بالضمانات التي تطلبها المصارف الإسلامية للتمويل من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع..... زينب النابلسي

ويظهر الجدول (١٣) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الفرضية، والترتيب التنازلي للفقرات حسب الوسط الحسابي، حيث بلغ الوسط الحسابي لجميع الفقرات أكبر من 3، كما أن الانحراف المعياري كان أقل من 1 لمعظم الفقرات.

جدول (١٣) الفقرات المتعلقة بالفرضية الثالثة

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب التنازلي
1	تطلب المصارف الإسلامية من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة تقديم ضمانات معقولة للحصول على التمويل.	3.70	1.228	١
2	يتمكن طالبو التمويل من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة من تقديم وتوفير الضمانات التي تطلبها المصارف الإسلامية للحصول على القروض غالباً.	3.48	.955	٢

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بنسبة الربحية التي تحققها المصارف الإسلامية بالمقارنة مع الفوائد في البنوك التقليدية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

جدول (١٤) نتائج اختبار الفرضية الرابعة

T المحسوبة	T الجدولية	SIG T	نتيجة الفرضية العدمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
.095	1.9858	.000	قبول	2.988764	1.1154329

بعد استخدام اختبار One Sample T-test حسب برنامج SPSS ، فإن قيمة T المحسوبة بلغت 0.095. وهي أقل من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨) ووفقاً لقاعدة القرار لاختبار الفرضيات، وعلى ضوء البيانات المستخرجة فإننا نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة. كما أن الوسط الحسابي للفرضية بلغ 2.988764 أي أقل من 3، كما بلغ الانحراف المعياري 1.1154329 أي أكبر من 1. وهذا يعني أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بنسبة الربحية التي تحققها المصارف الإسلامية بالمقارنة مع الفوائد في البنوك التقليدية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ويظهر الجدول (١٥) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الفرضية، والترتيب التنازلي للفقرات

حسب الوسط الحسابي، حيث بلغ الوسط الحسابي لجميع الفقرات أقل من 3، كما أن الانحراف المعياري كان أكبر من 1 .

جدول (١٥) الفقرات المتعلقة بالفرضية الرابعة

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب التنازلي
1	تميل المصارف الإسلامية في منح التمويل إلى المشاريع الصغيرة والمتوسطة بالرغم من تحقيقها أرباح أقل مما لو مَوَّل المشاريع الكبيرة.	2.99	1.133	١
2	تعد نسبة أرباح المصارف الإسلامية أقل من الفائدة التي تتقاضاها البنوك التجارية.	2.99	1.248	١

الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بالفترات الزمنية المتعلقة بالتمويل التي تقرها المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

جدول (١٦) نتائج اختبار الفرضية الخامسة

T المحسوبة	T الجدولية	SIG T	نتيجة الفرضية العدمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1.536	1.9858	.000	قبول	3.154	.9429

بعد استخدام اختبار One Sample T-test حسب برنامج SPSS ، فإن قيمة T المحسوبة بلغت 1.536 وهي أقل من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨) ووفقاً لقاعدة القرار لاختبار الفرضيات، وعلى ضوء البيانات المستخرجة فإننا نقبل الفرضية العدمية ونرفض الفرضية البديلة. كما أن الوسط الحسابي للفرضية بلغ 3.154 أي أكبر من ٣، كما بلغ الانحراف المعياري 9429. أي أقل من ١. وهذا يعني أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بالفترات الزمنية المتعلقة بالتمويل التي تقرها المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ويظهر الجدول رقم (١٧) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الفرضية، والترتيب التنازلي للفقرات حسب الوسط الحسابي، حيث بلغ الوسط الحسابي لغالبية الفقرات أكبر من 3، كما أن الانحراف المعياري كان أكبر من 1.

جدول (١٧) الفقرات المتعلقة بالفرضية الخامسة

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب التنازلي
1	تعد مدة تسديد القرض المصارف الإسلامية مناسبة لأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.	3.33	1.031	١
2	تستغرق المصارف الإسلامية فترة زمنية مناسبة لغايات إعطاء الموافقة على تقديم التمويل المطلوب.	3.18	1.266	٢
3	تعد فترة السماح التي تعطيها المصارف الإسلامية قبل البدء بتسديد أقساط التمويل فترة مناسبة لأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة.	2.96	1.097	٣

الفرضية الفرعية السادسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بصيغ التمويل المعمول بها في المصارف الإسلامية (أساليب التمويل) من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

جدول (١٨) نتائج اختبار الفرضية السادسة

T المحسوبة	T الجدولية	SIG T	نتيجة الفرضية العدمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
3.907	1.9858	.000	رفض	3.305618	.7379886

بعد استخدام اختبار One Sample T-test حسب برنامج SPSS، فإن قيمة T المحسوبة بلغت 3.907 وهي أكبر من قيمة T الجدولية (1.9858)، ووفقاً لقاعدة القرار لاختبار الفرضيات، وعلى ضوء البيانات المستخرجة فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة. كما أن الوسط الحسابي للفرضية بلغ 3.305618. أي أكبر من 3، كما بلغ الانحراف المعياري 7379886. أي أقل من 1. وهذا يعني وجود أثر ذي دلالة إحصائية فيما يتعلق بصيغ التمويل المعمول بها في المصارف الإسلامية (أساليب التمويل) من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ويظهر الجدول رقم (١٩) الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات الفرضية، والترتيب التنازلي للفقرات حسب الوسط الحسابي، حيث بلغ الوسط الحسابي لمعظم الفقرات أكبر من 3، كما أن الانحراف المعياري كان أكبر من 1 لمعظم الفقرات.

جدول (١٩) الفقرات المتعلقة بالفرضية السادسة

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب التنازلي
1	تتبع المصارف الإسلامية سياسات مناسبة لطالبي التمويل أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة مثل الرقابة على التصرف بالمال أو الاشتراك في إدارة المشروع.	3.70	1.005	١
2	يعد أسلوب التمويل الذي حصلت بموجبه على تمويل لمشروعك من المصارف الإسلامية أسلوباً شرعياً.	3.70	.745	١
3	يتوافر لديك معرفة عن برنامج " كفالة" وهو إحدى مبادرات الحكومة والبنك المركزي، لتشجيع البنوك على إقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.	2.88	1.321	٣
4	يتوافر لديك معرفة عن البرامج التي تطلقها المصارف الإسلامية لتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص.	2.85	1.266	٤
5	يفضل العميل تقديم طلب التمويل إلى نفس المصرف الإسلامي وبنفس أسلوب التمويل إذا احتاج إلى تمويل مشروع آخر أو نشاطات أخرى.	3.40	1.063	٢

الفرضية الفرعية السابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بحجم التمويل الممنوح من المصارف الإسلامية لأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظرهم على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة.

جدول (٢٠) نتائج اختبار الفرضية السابعة

T المحسوبة	T الجدولية	SIG T	نتيجة الفرضية العدمية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
7.094	1.9858	.000	رفض	3.6629	.88155

بعد استخدام اختبار One Sample T-test حسب برنامج SPSS ، فإن قيمة T المحسوبة بلغت 7.094. وهي أكبر من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨) ووفقاً لقاعدة القرار لاختبار الفرضيات، وعلى ضوء البيانات المستخرجة فإننا نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة. كما أن الوسط الحسابي للفرضية بلغ 3.6629 أي أكبر من ٣، كما بلغ الانحراف المعياري ٨٨١٥٥. أي أقل من ١. وهذا يعني وجود أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بحجم التمويل الممنوح من المصارف الإسلامية لأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظرهم على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. ويظهر الجدول رقم (٢١) الوسط الحسابي والانحراف المعياري

دور المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في تمويل المشاريع..... زينب النابلسي

لكل فقرة من فقرات الفرضية، والترتيب التنازلي للفقرات حسب الوسط الحسابي، حيث بلغ الوسط الحسابي لجميع الفقرات أكبر من 3، كما أن الانحراف المعياري كان أقل من 1 لمعظم الفقرات.

جدول (٢١) الفقرات المتعلقة بالفرضية السابعة

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب التنازلي
1	تقدم المصارف الإسلامية التمويل اللازم للمشروع الصغير أو المتوسط بعد تقديم دراسة جدوى اقتصادية.	3.55	.942	٢
2	توفر المصارف الإسلامية نسبة معقولة من مبلغ التمويل المطلوب كاملاً للمشروع.	3.78	1.085	١

النتائج:

بعد إجراء التحليل الإحصائي اللازم باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS تم التوصل إلى أنه يوجد دور فعال للمصارف الإسلامية الأردنية في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة؛ حيث بلغت قيمة T المحسوبة 5.539، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨)، وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفرضيات الفرعية فقد كانت حسب التفصيل الآتي:

١. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بأسلوب تعامل موظفي المصارف الإسلامية مع أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، حيث بلغت T المحسوبة للفرضية ١٠,٤٥ وهي أكبر من t الجدولية البالغة ١,٩٨ مما يعني قبول الفرضية البديلة السابقة، كما أن الوسط الحسابي بلغ لجميع فقرات الفرضية أكبر من ٣ والانحراف المعياري لمعظم الفقرات أقل من ١، مما يدل على أن المصارف الإسلامية تعلن لعملائها عن أحدث منتجاتها وخدماتها لتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وأن موظفي المصرف الإسلامي يحسنوا استقبال العملاء طالبي التمويل أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ويعرفوهم بمصادر التمويل وأساليبه الملائمة لمشاريعهم، ومساعدتهم في تحديد متطلباتهم من التمويل والسيولة اللازمة، وتقديم خدمات ومنتجات مصرفية لعملائه بدون مقابل. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (الأسرج، ٢٠١٢).

٢. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بإجراءات التمويل التي تضعها المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. حيث بلغت قيمة T المحسوبة 4.636، وهي أكبر من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨) مما يعني قبول الفرضية البديلة السابقة، حيث بلغ الوسط الحسابي لجميع الفقرات أكبر من 3، كما أن الانحراف المعياري كان أقل من 1 لمعظم الفقرات، مما يدل على أن المصارف الإسلامية تتبنى إجراءات سهلة لحصول العملاء على التمويل، وتشجع المبادرات الإبداعية وتساعد أصحابها في التقليل من صعوبات التمويل، ويفضل عملاؤها تقديم طلب التمويل إلى نفس المصرف الإسلامي إذا احتاج إلى تمويل مشروع آخر أو نشاطات أخرى. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (براهمية، مسعود، ٢٠١٧)، و دراسة (الدعاس والجعارات، ٢٠١٤)، ودراسة (Kunt & Beck، 2006).

٣. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بالضمانات التي تطلبها المصارف الإسلامية للتمويل من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة. حيث بلغت قيمة T المحسوبة بلغت 23.3 وهي أكبر من قيمة T الجدولية (5.720) مما يعني قبول الفرضية البديلة السابقة. كما أن الوسط الحسابي لجميع الفقرات بلغ أكبر من 3، والانحراف المعياري كان أقل من 1 لمعظم الفقرات. مما يدل على أن المصارف الإسلامية تطلب من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة تقديم ضمانات معقولة للحصول على التمويل، ويتمكن طالبو التمويل من تقديم وتوفير هذه الضمانات للحصول على القروض غالبا. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (حداد، ٢٠٠٦).

٤. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بنسبة المربحة التي تحققها المصارف الإسلامية بالمقارنة مع الفوائد في البنوك التقليدية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، حيث بلغت قيمة T المحسوبة بلغت 0.95. وهي أقل من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨)، مما يعني رفض الفرضية البديلة، ومما يدل على أن المصارف الإسلامية لا تميل في منح التمويل إلى المشاريع الصغيرة والمتوسطة لأنها تحقق أرباح أقل تمويل المشاريع الكبيرة، وأن نسبة أرباح المصارف الإسلامية لا تعتبر أقل من الفائدة التي تتقاضاها البنوك التجارية إلى حد ما؛ حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه

الفقرات أقل من ٣. وهذه النتيجة تختلف مع نتائج دراسة (حداد، ٢٠٠٦)، ومع دراسة (مطهري، ٢٠١٢)، ودراسة (حبيب، ٢٠٠٣)، وتتفق مع دراسة (عبد الجليل، ٢٠٠٥).

٥. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية يتعلق بالفترة الزمنية المتعلقة بالتمويل التي تقرها المصارف الإسلامية من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، حيث بلغت قيمة T المحسوبة بلغت 1.536، وهي أقل من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨)، مما يعني رفض الفرضية البديلة، ومما يتضمن أن فترة السماح التي تعطيها المصارف الإسلامية قبل البدء بتسديد أقساط التمويل فترة غير مناسبة لأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة أقل من ٣، فيما تعتبر الفترة الزمنية التي تستغرقها المصارف الإسلامية مناسبة لغايات إعطاء الموافقة على تقديم التمويل المطلوب إلى حد ما حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة ٣,١٨. وهذه النتيجة تختلف مع نتائج دراسة (عبد الجليل، ٢٠٠٥).

٦. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بصيغ التمويل المعمول بها في المصارف الإسلامية (أساليب التمويل) من وجهة نظر أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، حيث بلغت قيمة T المحسوبة بلغت 3.907 وهي أكبر من قيمة T الجدولية (1.9858) مما يعني قبول الفرضية البديلة السابقة، كما أن الوسط الحسابي بلغ لمعظم الفقرات أكبر من 3، والانحراف المعياري كان أكبر من 1 لمعظم الفقرات، مما يدل على أن المصارف الإسلامية تتبع سياسات مناسبة لطالبي التمويل أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة مثل الرقابة على التصرف بالمال أو الاشتراك في إدارة المشروع، وأن أسلوب التمويل الذي حصل العملاء بموجبه على تمويل لمشاريعهم من المصارف الإسلامية يعد أسلوباً شرعياً، وأن العملاء يتوافر لديهم معرفة عن برنامج "كفالة" وهو إحدى مبادرات الحكومة والبنك المركزي، لتشجيع البنوك على إقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعن البرامج التي تطلقها المصارف الإسلامية لتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة بشكل خاص، وأن العملاء يفضلون تقديم طلب التمويل إلى نفس المصرف الإسلامي وبنفس أسلوب التمويل إذا احتاج إلى تمويل مشروع آخر أو نشاطات أخرى. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة (الأسرج، ٢٠١٢).

٧. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية فيما يتعلق بحجم التمويل الممنوح من المصارف الإسلامية لأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة من وجهة نظرهم على فعالية تمويل المصارف الإسلامية للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، حيث بلغت قيمة T المحسوبة 7.094. وهي أكبر من قيمة T الجدولية (١,٩٨٥٨)، مما يعني قبول الفرضية البديلة السابقة، كما أن الوسط الحسابي بلغ لجميع فقرات الفرضية أكبر من ٣ والانحراف المعياري لمعظم الفقرات أقل من ١، مما يدل على أن المصارف الإسلامية تقدم لعملائها التمويل اللازم للمشروع الصغير أو المتوسط بعد تقديم دراسة جدوى اقتصادية، وتوفر لهم نسبة معقولة من مبلغ التمويل المطلوب كاملاً للمشروع. وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (الأسرج، ٢٠١٢).

التوصيات

١. تفعيل دور البنك المركزي الأردني لتعزيز دور المصارف الإسلامية في تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
٢. تبني صيغ التمويل الإسلامية ودعمها لبرامج تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة المتضمنة التعويض أو الكفالة لنسبة من المخاطر الناتجة عن تمويل هذه المشاريع.
٣. انتهاز سياسة من قبل العاملين في المصارف الإسلامية تتضمن التعامل مع العملاء بلطف وكياسة، وإظهار الاهتمام باحتياجات ووجهات نظر العملاء، والتحدث معهم بلغة واضحة وكلمات مفهومة، لإيجاد انطباع عام إيجابي عن أسلوب تعامل موظفي المصارف الإسلامية معهم.
٤. اتخاذ التدابير الملائمة لإنجاز معاملات طلب التمويل بسرعة وتقديمها بالشكل الذي يتناسب مع توقعات العملاء وظروفهم.
٥. إنشاء مؤسسات متخصصة بضمان مخاطر تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة.
٦. تدريب الموظفين في المصارف الإسلامية لخدمة المستثمرين وأصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتقديم أفضل الخدمات لهم وتبسيط الآليات والصيغ التمويلية المناسبة لمشاريعهم الاستثمارية.

المراجع العربية:

١. ادريس، هنادي، العكام، محمد خير، ٢٠١٦، دور المشاريع الصغيرة والمتوسطة في علاج مشكلة البطالة، مجلة جامعة البعث، المجلد ٣٨، العدد ١، ص ١٥٧.
٢. الأسرج، حسين عبد المطلب، (٢٠١٢)، دور التمويل الإسلامي في تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مؤتمر المصارف الإسلامية ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بني ملال، المغرب، يومي: ٢١-٢٢ مايو ٢٠١٢.
٣. اناثاكريشنان براساد، تطلعات عالمية: التمويل الإسلامي يتجاوز حدوده الجغرافية التقليدية ويتفرع بالصكوك ومنتجات مالية أخرى، التمويل والتنمية، سبتمبر، ٢٠١٥، ص ٥٣-٥٠.
٤. براهمية، أمينة، مسعود، رحمة، ٢٠١٧، صيغ وأساليب التمويل بالمشاركة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة مجموعة البنك الاسلامي للتنمية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، الجزائر.
٥. بربري، محمد أمين، موزارين، عبد المجيد، ٢٠١٧، دور البنوك الاسلامية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الملتقى الوطني حول إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي، خلال الفترة ٦-١٢/٢٠١٧.
٦. بشارت، هيا جميل، ٢٠٠٥، دور المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، تخصص الاقتصاد والمصارف الإسلامية، جامعة اليرموك، ص ١٢-١٤.
٧. البلتاجي، محمد، (٢٠٠٩)، تمويل المشروعات الصغيرة بالمصارف الإسلامية: تجربة البنك الوطني للتنمية، مؤتمر العمل المصرفي والمالي الإسلامي لهيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية بالتعاون مع البنك الدولي ١٥ - 14 ديسمبر ٢٠٠٩، المحور السابع: تمويل الأسر والمؤسسات الصغيرة من قبل المصارف الإسلامية، مملكة البحرين. متوفر على الموقع الإلكتروني: <http://www.beltagi.comarp>
٨. بوقرة، زهر الدين، ٢٠١٣، دور البنوك الإسلامية في تمويل وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
٩. الجوفيل، محمود سلامة سليمان، ٢٠١٣، دور البنوك الإسلامية في تمويل المنشآت الأردنية الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط كلية الاعمال.
١٠. الدعاس، عبد الله أحمد، الجعرات، خالد جمال، ٢٠١٤، دور المصارف الإسلامية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأردن، مجلة الزقاء للبحوث والدراسات الإنسانية المجلد الرابع عشر، ع ٢.
١١. دليل المشاريع الصغيرة والمتوسطة الصادر عن البنك المركزي الأردني: متوفر على الموقع: http://www.cbj.gov.jo/EchoBusv3.0/SystemAssets/PDFs/AR/SME_Guide_Arabic_Final_27_4_2017.pdf
١٢. دليل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، دليل عملي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة، ص ٣، على الموقع الإلكتروني: cbj.gov.jo.
١٣. الرأي، محمد الحوامدة، المشاريع الصغيرة والمتوسطة دور بارز في الاقتصاد ومشكلة كبرى في التمويل، الاربعاء ٢٠-٨-٢٠١٤، عمان.
١٤. الرأي، ١٩-٧-٢٠١٧، <http://alrai.com/article/10398583>
١٥. ربحان، بكر، ٢٠٠٣، دور المصارف الإسلامية في تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة: الواقع والآفاق، الملتقى السنوي السادس بعنوان دور المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية في تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، ٢٧-٢٩-٢٠٠٣.
١٦. شحادة، موسى، رئيس مجلس إدارة جمعية البنوك في الأردن، منتدى المشروعات الصغيرة والمتوسطة الطريق إلى التنمية الاقتصادية والعدالة الاجتماعية، ١٩-٢٠ تموز ٢٠١٧، اتحاد المصارف العربية، عمان، الأردن، ص ٢، الكلمة الافتتاحية، متوفر على الموقع الإلكتروني: <http://www.uabonline.org/ar/events/conferences/smestheroadtoeconomicdevelopmentandsocialjustice/39485>
١٧. الطاهر، قادري محمد، البشير، جعيد، عبد الكريم، كاي، (٢٠١٤)، المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول ط١، ص ٢٦-٢٧، مكتبة حسين العصرية للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان.

١٨. عبد الجليل، توفيق، حسن، أحمد، (٢٠٠٥)، تمويل الاستثمار (من وجهة نظر المقترضين) دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك غير الإسلامية الأردنية، دراسات، العلوم الإدارية م٣٢، ع ١.
١٩. عريقات، حربي محمد، عقل، سعيد جمعة، ٢٠١٢، إدارة المصارف الإسلامية: مدخل حديث، دار وائل للنشر والتوزيع، ط٢، عمان.
٢٠. القواسمة، ميسون محمد، ٢٠١٠، واقع حاضرات الأعمال ودورها في دعم المشاريع الصغيرة في الضفة الغربية، جامعة الخليل، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، رسالة ماجستير، ص ١٠-١٣.
٢١. مطهري، كمال، ٢٠١٢، دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة بنك البركة وبنك القرض الشعبي الجزائري، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، تخصص مالية دولية، جامعة وهران، الجزائر، ص ١٥٨-١٥٩.
٢٢. مقلاتي، صحراوي، دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري، حكومة دبي، منتدى فقه الاقتصاد الإسلامي ٢٠١٥، التمويل الخيري الريادي: البعد الغائب في نظام الاقتصاد الإسلامي المعاصر، جامعة باتنة، الجزائر، ص ٧.
٢٣. منتدى المشروعات الصغيرة والمتوسطة، اتحاد المصارف العربية، خلال الفترة ٢١-٢٣ / ٨/ ٢٠١٤. <https://www.eliktisad.com/news/show/137198>
٢٤. النمروطي، خليل احمد، صيدم، احمد محمود، ٢٤-٢٥-٢٠١٢، بطاقة الخريجين ودور المشاريع الصغيرة في علاجها، مؤتمر الشباب والتنمية في فلسطين، الجامعة الإسلامية بغزة، ص ١١، ٤.

المراجع الأجنبية:

1. Ahmed, Habib (2003), "The Role of Islamic Financial Institutions in Financing Microenterprises: Theory and Practice", paper presented at the *Forum on Islamic Economics and Finance* held in Amman Jordan during September 27-29, 2003 organized by The Arab Academy for Banking and Financial Sciences.
2. cbj.gov.jo.
3. Elhassan, Osama Mohammed, 2016, The Development of Islamic Finance Mechanism for the Financing of Small and Medium Enterprises: Study Case in Sudan Islamic Banks, *Journal of Finance and Accounting*, Volume 4, Issue 5, September 2016, Pages: 293-300, Received: May 31, 2016; Accepted: Aug. 25, 2016; Published: Sep. 12, 2016,, Faculty of Sciences and Humanities Rimah, Business Administration Department, Majmaah University, Rimah, Kingdom of Saudi Arabia.
4. [http:// www.jlgc.com](http://www.jlgc.com)
5. <http://www.alrajhibank.com>.
6. <http://www.cbj.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/8b45d83e-f520-45f4-9ba9-2ba94441158e.pdf>(
7. <http://www.investorwords.com/1960/financing.html>
8. <http://www.jdib.jo/>
9. <http://www.uabonline.org/ar/events/conferences/smetheroadtoeconomicdevelopmentandsocialjustice/39485>
10. -<https://iiabank.com.jo>
11. تاريخ نشر الخبر ١٢ أكتوبر ٢٠١٧. iiabank.com.jo
12. Sekaran, U., and Bougie R., (2010). **Research methods for business: A skill building approach**, 5th Edition, Wiley and Sons. ISBN-10: 0470744790.
13. Thorsten Beck, Asli Demirguc-Kunt, **Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint**, *Journal of Banking & Finance* 30 (2006) 2931–2943, The World Bank, 1818 H Street N.W.
14. www.jordanislamicbank.com.

"أثر تبني أدوات المحاسبة الرشيقة في تحقيق الميزة التنافسية"

"دراسة تجريبية على الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة"

د. سامر العكور*

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٧/١١/٢٨م

تاريخ قبول البحث: ٢٠١٨/٧/٢٩م

الملخص

إن تحقيق الشركات الصناعية للميزة التنافسية في بيئة مشحونة بالمنافسة الشديدة يفرض عليها دراسة جميع عملياتها وأنشطتها الداخلية، بحيث تضمن أن كل نشاط تقوم به سيولد القيمة التي تتدفق بالنهاية على شكل قيمة مدركة من قبل العميل، ولهذا وجب مراقبة جميع العمليات الداخلية التفصيلية، لتتمكن من تحديد العمليات التي تضيف القيمة، وتعززها، والعمليات التي لا تضيف قيمة وتقوم بحذفها أو استبدالها بأنشطة أخرى، الأمر الذي يتطلب الحاجة إلى تطبيق أدوات وأساليب محاسبية جديدة تقوم بالاستفادة بشكل أمثل من الموارد المتاحة لدى الشركة، ويمدها بالدعم اللازم لتحقيق أهدافها، ويساعدها في تلبية احتياجاتها الحالية والمستقبلية. وتهدف الدراسة بشكل رئيس للكشف عن مدى أثر تبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خرائط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، والتكلفة، والمرونة، والتميز) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، ولتحقيق هذا الهدف تم تصميم استبانة لقياس متغيرات نموذج الدراسة، وتوزيعها على أفراد عينة الدراسة المكونة من (١١٢) خبيراً من الإداريين والفنيين والاستشاريين، ومن لديه معرفة ودراية بأدوات المحاسبة الرشيقة من العاملين بدوائر وأقسام الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، والموزعين على (٢٣) شركة تتبنى عمليات التصنيع الرشيق والمحاسبة الرشيقة. وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات، والإجابة على الأسئلة التي تم طرحها في مشكلة الدراسة.

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

وأظهرت النتائج وجود أثر معنوي لتبني جميع أدوات المحاسبة الرشيقة في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، كما وأظهرت نتائج تحليل الانحدار المتدرج أن (مخطط ربط قياس الأداء) يعد من أبرز أدوات المحاسبة الرشيقة تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية. وأظهرت النتائج أيضاً وجود أثر معنوي لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة على تحقيق كل من ميزة (الجودة، والتكلفة، والمرونة، والتميز)، وذلك عند دراسة الأثر عند كل ميزة منفردة، كما تبين أن (ميزة الجودة) هي الأكثر تأثيراً بتبني أدوات المحاسبة الرشيقة. وأوصت الدراسة بضرورة أن تسعى الشركات الصناعية إلى تبني تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة، وذلك للتأكيد على توليد القيم المضافة في كافة مراحلها الإنتاجية، والتأكد من أثر تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة، وذلك من خلال اتخاذ القرارات الإنتاجية بالاعتماد على التقارير التي تقدمها تلك الأدوات، والاعتماد على المعلومات المستمدة من التقارير في تحديد احتياجات ومتطلبات العملاء. كما وأوصت الدراسة بضرورة ربط تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة بعمليات التصميم والتخطيط للأنشطة والعمليات الإنتاجية، وذلك لضمان توليد القيمة في جميع المراحل، وتحقيق الميزة التنافسية للشركة، من خلال تقديم منتجات بجودة عالية وتكلفة منخفضة تتوافق مع التغيرات الحاصلة في أذواق العملاء، وتضيف القيمة المدركة لدى العميل.

الكلمات الافتتاحية: القيمة، المحاسبة الرشيقة، الميزة التنافسية.

Abstract

Achieving competitive advantage in an environment charged with intense competition requires industrial companies to study all their operations and internal activities, to ensure that each activity will generate the value that ultimately flows in the form of value recognized by the customer, so all detailed internal processes must be monitored, to identify and reinforce processes that add value, processes that do not add value, delete or replace them with other activities, Which requires the need to apply new accounting tools and methods that optimize the resources available to the company, and provide them with the necessary support to achieve their objectives, and help them to meet their current and future needs.

The study aims to investigate the impact of adopting the tools of quick accounting (value stream mapping, performance benchmarking scheme, target cost, continuous improvement (Kaizen), box score) on achieving the competitive advantage (quality, cost, flexibility, and distinction) at Jordanian industrial public-share companies listed in Amman Stock Exchange. To achieve this objective, using a survey method, a questionnaire was designed to measure the variables of the study model and distributed to the sample of 112 experts of management, technicians, consultants and anyone with knowledge of the quick accounting tools working in the departments and divisions of the Jordanian industrial companies.

The selected experts were distributed to (23) company adopting quick manufacturing processes and quick accounting. The appropriate statistical methods were used to test the hypotheses and answer the questions raised in the study problem. The results showed that there is a significant effect of adoption of all quick accounting tools on achieving competitive advantage in the Jordanian industrial companies, and the gradient regression analysis results showed that the performance benchmarking scheme is the most powerful quick accounting tool that has an impact on achieving competitive advantage. Further, the results revealed that there is a significant effect on the adoption of quick accounting tools to achieve the advantage of quality, cost, flexibility and distinction when testing the impact of each advantage individually, and the quality advantage is the most affected by the adoption of quick accounting tools. The study recommended that industrial companies seek to adopt the application of quick accounting tools, in order to emphasize the generation of added values in all stages of production, and to ensure the effect of the application of quick accounting tools, through the adoption of productive decisions based on the reports provided by these tools, relying on the information derived from these reports in determining the needs and requirements of customers. The study also recommended that the application of quick accounting tools be linked to design processes and planning activities and production processes to ensure value generation at all stages and to achieve the competitive advantage of the company by providing high quality, low cost products compatible with changes in customer tastes, and adding the perceived value to the customer.

Keywords: Value, Quick Accounting, Competitive Advantage.

لقد فرض التطور الكبير في عالم الأعمال على الشركات الصناعية إحداث تغيرات جوهرية في أهدافها الاستراتيجية، وعملياتها الداخلية، وذلك لضمان تفوقها وبقائها في السوق، ومواكبة التغير المتسارع في البيئة السوقية والصناعية، وأصبح لزاماً على الشركات أن تتسلح بمزايا تنافسية تزيد من قدرتها على تقديم منتجات ذات جودة عالية، وسعر منافس، وتلبي احتياجات العملاء، وتحفظ ولاءهم، وتعزز المركز التنافسي للشركة في السوق.

إن تميز الشركة يتضمن التميز بالجودة العالية والسعر المنافس والمرونة في الاستجابة والتكيف مع التغير في حاجات العملاء، والتمايز بالأفكار الإبداعية، كل ذلك، ألقى عبئاً على الشركات يتمثل في المتابعة المستمرة للبيئة الخارجية التي تعمل فيها، والبيئة الصناعية التي تمارس عملها خلالها، والبيئة الداخلية التي يتم فيها تنفيذ العمليات التشغيلية الداخلية. ولهذا نجد أن الشركات التي تسعى للتميز تهتم بالإنتاجية العالية التي هي نتائج الفاعلية في تنفيذ العمليات، والكفاءة في تحقيق الأهداف.

وعلى ضوء ما سبق، ولتحقيق الميزة التنافسية والحفاظ عليها، أصبحت الشركات تتجه نحو امتلاك عوامل النجاح من خلال توليد القيمة، وزيادة تدفقها للعميل، وذلك من خلال تخفيض تكلفة منتجاتها وزيادة مستوى جودة المنتجات، مع مراعاة جانب التحسين المستمر من خلال تأهيل الأفراد العاملين بالشركة، والتركيز على التجديد والابتكار. ولهذا فقد تبنت العديد من الشركات، بشكل كلي أو جزئي، أدوات المحاسبة الرشيقة التي تضمن توفير أدوات للقياس والرقابة وتقييم الأداء، وتوليد القيمة في جميع مراحل الإنتاج.

إن المحاسبة الرشيقة مفهوم حديث، تزامن ظهوره مع نظام الإنتاج الرشيق من قبل شركة تويوتا. ويعطي هذا النظام اهتماماً كبيراً للعاملين بمختلف مستوياته الإدارية والمهنية. وقد هدفت شركة تويوتا (Toyota) من خلال ذلك إلى امتلاك المزايا التنافسية المتعلقة بالكلفة والجودة والمرونة والإبداع، وفي سبيل استدامة هذه المزايا اعتمدت الشركة على أدوات تدفق القيمة، وهي أدوات المحاسبة الرشيقة التي تقوم بتنظيم الإنتاج، وزيادة الجودة، وتنظيم العمليات المبنية على التحسينات المستمرة، والحد من الهدر أو الفاقد والتالف في سبيل تخفيض التكاليف في العمل عن طريق سلسلة القيمة لجعل أنشطة الشركة سلسلة من العمليات المضيفة للقيمة التي تتميز بإضافة قيمة للعميل.

مشكلة الدراسة:

يتصف القطاع الصناعي الأردني بارتفاع حدة المنافسة فيه، والناتج عن تشابه الصناعات في السوق الأردني، وهذا سيؤدي إلى وجود عدة بدائل أمام العميل للحصول على المنتج المطلوب. كما أن الشركات تتفاوت فيما بينها من حيث قدرتها على توفير الموارد اللازمة، الأمر الذي سيولد اختلافاً بين الشركات من حيث تحديد هامش الربح المطلوب من العمليات البيعية. ولهذا أصبحت الشركات تتنافس على زيادة حصتها السوقية من حيث زيادة جودة المنتج وكذلك خفض التكاليف بالإضافة إلى المرونة في الاستجابة للتغيرات في أذواق ورغبات العملاء، مما جعل اهتمام الشركات بالميزة التنافسية من أهم الأهداف الاستراتيجية التي تسعى إلى تحقيقها.

ويتطلب تحقيق الميزة التنافسية أن تقوم الشركة بدراسة جميع عملياتها وأنشطتها الداخلية، بحيث تضمن أن كل نشاط تقوم به سيولد القيمة التي تتدفق بالنهاية على شكل قيمة مدركة من قبل العميل، ولهذا وجب مراقبة جميع العمليات الداخلية التفصيلية، لتتمكن الشركة من تحديد العمليات التي تضيف القيمة، وتعززها، والعمليات التي لا تضيف قيمة وتقوم بحذفها أو استبدالها بأنشطة أخرى، الأمر الذي يتطلب الحاجة إلى تطبيق أدوات وأساليب محاسبية جديدة تقوم بالاستفادة بشكل أمثل من الموارد المتاحة لدى الشركة، ويمدها بالدعم اللازم لتحقيق أهدافها، ويساعدها في تلبية احتياجاتها الحالية والمستقبلية، وخاصة بعدما أدركت العديد من الشركات الصناعية محدودية دور أساليب المحاسبة التقليدية في تحقيق ذلك.

فقد أشارت نتائج دراسة (Arora & Soral, 2017) إلى أن المحاسبة التقليدية من شأنها أن تحمّل بتكاليف كبيرة من خلال الاستخدام الكامل للمصادر، وهذه التكاليف ترتبط مع الجرد الهائل ولفترات زمنية طويلة من جهة، ومع طريقة التسليم غير المناسبة من جهة أخرى، وهذا على خلاف المحاسبة الرشيقة، التي تحمّل بتكلفة أقل عن طريق التدفق الأعلى على السحب من العملاء وإزالة الهدر والفاقد، مما يؤدي إلى تحسين قيمة العملاء والجودة وتقليص الفترات الزمنية المعتمدة، كما أشارت نتائج دراسة (Kocamis, 2015) إلى أن الشركات التي تقتنع بأسلوب المحاسبة الرشيقة بات من الضروري عليها العمل وفق مبادئ التفكير الرشيق واستخدامه في كافة الإدارات على نحو فعال، حيث أن تلك الشركات تحقق أكبر قدر من المنافع. بالإضافة إلى ذلك فقد أشارت نتائج دراسة (Wang & Yang, 2009) إلى أن استعمال أدوات المحاسبة الرشيقة يعزز من مستوى الإدارة والأداء

للقطاع الصناعي ويعمل على زيادة الثروة، وأن تطبيق المحاسبة الرشيقة يسهم في تحقيق الميزة التنافسية للشركات.

وعلى الرغم من ذلك فقد أشارت دراسة (محسن، ٢٠١٦) إلا أنه ما زالت هنالك حاجة للتوجه نحو تطبيق نظام المحاسبة الرشيقة لما يحققه النظام من مزايا متعددة، وأشارت دراسة (كاظم، ٢٠١٤) إلى ضرورة تعزيز مستوى الأداء التشغيلي والمالي للشركات من خلال تطبيق المحاسبة الرشيقة وتبني التفكير الرشيق، كما بينت دراسة (السباعوي والطائي، ٢٠١٢) إلى أن تبني فلسفة التصنيع الرشيق في الشركات ما زال محدوداً، على الرغم من أن تبني هذه الفلسفة والعمل على نجاحها من شأنه أن يحقق مزايا تنافسية ويساعد على استدامة الشركات.

ومن هنا برزت مشكلة الدراسة الحالية التي تربط بين أدوات المحاسبة الرشيقة وتحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، حيث سعت الدراسة للإجابة على الأسئلة الآتية:

١. ما مستوى تبني أدوات المحاسبة الرشيقة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة؟
٢. ما مستوى اهتمام الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة بتحقيق الميزة التنافسية؟
٣. هل يوجد أثر لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خراط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، التكلفة، المرونة، التمايز) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة؟
٤. ما أبرز أدوات المحاسبة الرشيقة التي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية لدى الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة؟
٥. ما أكثر أبعاد الميزة التنافسية تأثراً بمستوى تبني أدوات المحاسبة الرشيقة من قبل الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة؟

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من تطرقها للميزة التنافسية التي تعد من الأهداف الاستراتيجية التي تسعى الشركات الصناعية إلى تحقيقها وخاصةً في ظل بيئة تشهد منافسة شديدة سواء على الصعيد المحلي أو الخارجي وذلك من خلال التركيز على أبعادها. وبما أن هذه الدراسة تهتم بالأدوات والأساليب المحاسبية التي تعمل على تخفيض التكاليف، والقضاء على الهدر والفاقد، والتخلص من الأنشطة التي لا تضيف قيمة، وتضمن الاستغلال الأمثل للموارد والإمكانات المتاحة لدى الشركة، وتأخذ بعين الاعتبار التحسين المستمر في الأنشطة والعمليات، واستمرار التجديد والابتكار، فإن ذلك يجعل هذه الدراسة تكتسب بعداً جديداً في دراسة أثر تبني أدوات المحاسبة الرشيقة على قدرة الشركات الصناعية الأردنية على تحقيق الميزة التنافسية.

كما تتجلى أهمية الدراسة في كونها:

١. تسلط الضوء على مستوى تبني أدوات المحاسبة الرشيقة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، وما تحققه هذه الأدوات من مزايا للشركات الصناعية الأردنية، حيث أنها تزيد من قدرة الشركة على اكتساب المعرفة وتعزز من كفاءة عملياتها.
٢. على اعتبار أن المحاسبة الرشيقة من المواضيع التي تمتاز بالحدثة على الصعيدين الأكاديمي والصناعي، فإن إخضاع هذا الموضوع للدراسة التطبيقية يكسبه أهمية ضمن الإطار العلمي لأساليب المحاسبة الإدارية الحديثة في اكتساب المعرفة والمهارات والحصول على المعلومات التي تساعد في تحسين الأداء وتحقيق الأهداف.
٣. يمكن لهذه الدراسة أن توجه أنظار المديرين وصانعي القرارات في الشركات الصناعية الأردنية إلى أهمية استخدام أدوات المحاسبة الرشيقة من أجل تعزيز مكانتها وتحسين مستوى أدائها وتحقيقها للميزة التنافسية، خاصة وأن القطاع الصناعي في الأردن يعد من أهم القطاعات التي تدعم الاقتصاد المحلي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يأتي:

١. التعرف على مستوى تبني أدوات المحاسبة الرشيقة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.
٢. التعرف على مستوى اهتمام الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة بتحقيق الميزة التنافسية.
٣. الكشف عن أثر تبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خراط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، التكلفة، المرونة، التمايز) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.
٤. تحديد أبرز أدوات المحاسبة الرشيقة التي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية لدى الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.
٥. الوقوف على أكثر أبعاد الميزة التنافسية تأثراً بمستوى تبني أدوات المحاسبة الرشيقة من قبل الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

فرضيات الدراسة:

تم بناء فرضيات الدراسة بالاعتماد على الدراسات السابقة التي تناولت المحاسبة الرشيقة مع الميزة التنافسية وخاصة دراسة (الزبيدي والبكري، ٢٠١٥)، كما تم الاعتماد على الدراسات التي تناولت التصنيع الرشيق مع الميزة التنافسية، حيث تم ربط الموضوع من ناحية محاسبية من خلال ربط الميزة التنافسية مباشرة بأدوات المحاسبة الرشيقة، سيما وأن أدوات المحاسبة الرشيقة من الناحية السببية والمنطقية لها علاقة مباشرة مع أبعاد الميزة التنافسية كالتكلفة والمرونة والجودة. ومن خلال التساؤلات التي تطرحها الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها يمكن صياغة فرضيات الدراسة على النحو الآتي:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خراط تيار القيمة، ومخطط ربط قياس الأداء، والتكلفة المستهدفة، والتحسين المستمر (كايزن)، وصندوق النقاط) على تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، والتكلفة، والمرونة، والتمايز) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

ويتفرع من هذه الفرضية، الفرضيات الفرعية الآتية:

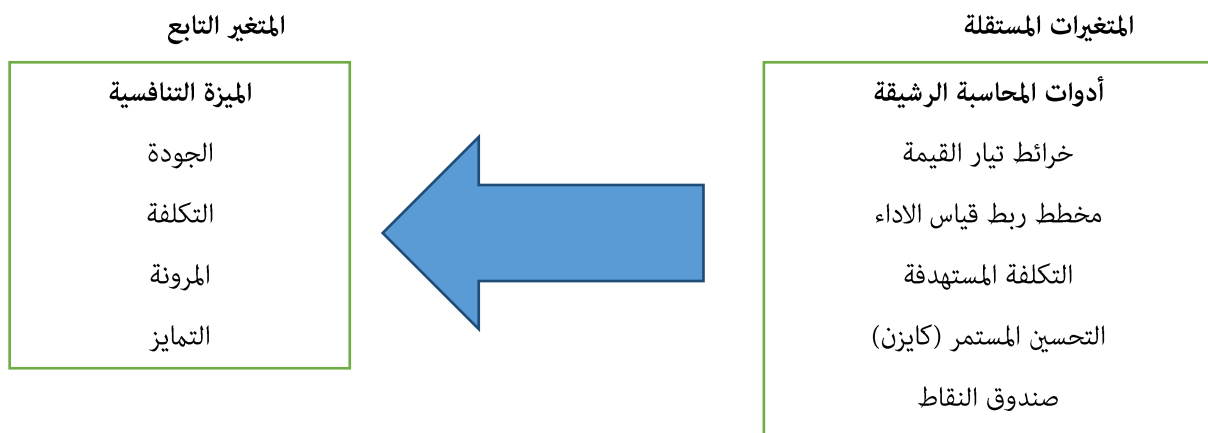
H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خراط تيار القيمة، ومخطط ربط قياس الأداء، والتكلفة المستهدفة، والتحسين المستمر (كايزن)، وصندوق النقاط) على تحقيق ميزة الجودة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

H02: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خراط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق ميزة التكلفة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

H03: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خراط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق ميزة المرونة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

H04: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خراط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق ميزة التمايز في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

أهمودج الدراسة:



الشكل (١): أهمودج الدراسة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على دراسة (الموسوي والغرباوي، ٢٠١٥)؛ (الرقب، ٢٠٠٩)؛ (يونس والنعمه، ٢٠١٠)؛ (Enoch, 2013)؛ (Kocamis, 2015)

الإطار النظري:

يعد مفهوم المحاسبة الرشيقة من المصطلحات الحديثة نسبياً، وبرز في منتصف العقد الماضي من القرن الحادي والعشرين، وتحديدًا في عام ٢٠٠٥، حيث كان أول ظهور لهذا المصطلح كمفهوم نظري من خلال الملتقى الذي عقد في مدينة Dearborn في الولايات المتحدة الأمريكية، و حمل عنوان "ملتقى المحاسبة الرشيقة"، وضم ما يزيد عن (٥٠٠) مدير تنفيذي ومحاسب، وتمخض هذا الملتقى عن تدوين الخطوط العريضة لمفهوم المحاسبة الرشيقة من قبل مجموعة من المختصين في علم المحاسبة، وإصدار ورقة أطلق عليها "مبادئ وممارسات وأدوات المحاسبة الرشيقة"، وفي العام التالي تم نشر هذه الورقة في مجلة جمعية التميز الصناعية، ذلك الأمر الذي جعل من المصطلح عالمياً (Bahadir, 2011), (Maskell & Baggaley, 2006).

ومنذ ذلك الحين بات مصطلح المحاسبة الرشيقة من المصطلحات الشائعة التي تستخدم للتعبير عن التغيرات في بيئة الأعمال الرشيقة التي تطبق مفاهيم التفكير الرشيق والممارسات الرشيقة (عيسى ومحسن، ٢٠١٥)، حيث تمثل منظومة متكاملة من المبادئ والممارسات التي تعمل على تخفيض التكاليف من خلال القضاء على مواطن الهدر والفاقد والتخلص من الأنشطة والعمليات التي لا تضيف قيمة للمنتج، وتعمل على تبسيط

العمليات المحاسبية إلى جانب الاحتفاظ بالرقابة المالية، وذلك من خلال الاستفادة من الأدوات الرشيقة، وبهذا فهي نظام محاسبة ورقابة وقياس (Crandall, 2007).

وتهدف المحاسبة الرشيقة إلى إعداد تقارير تكشف بشكل واضح ومبسط تدفق القيمة والأرباح والخسائر، إلى جانب إعداد تقارير مالية مختصرة ومستوفية لكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالمخزون والمدفوعات للموردين وأوامر العمل والشراء، كما تهدف إلى زيادة مستوى إدراك مدراء تدفق القيمة للتقارير المالية، وتحفيزهم على المشاركة في عمليتي التخطيط واتخاذ القرارات المالية، وإرشادهم إلى مقاييس الأداء التي تربط بين استراتيجية الشركة والتقارير الإدارية، بالإضافة إلى أنها تسعى إلى تطبيق متقدم لأدوات ومبادئ المحاسبة الرشيقة للحد من التعقيدات وتقليص حجم الهدر والفاقد (الباشا، ٢٠١٦).

وتتمثل أبرز مخرجات المحاسبة الرشيقة في أداء الأنشطة والأعمال بصورة صحيحة وفي المكان والوقت المناسب والكمية الملائمة للوصول إلى التميز والتفوق مع الحد من الضياع والمرونة والقدرة على إحداث التطور والتغيير، وذلك من خلال ما توفره من معلومات واضحة ودقيقة في الوقت المناسب يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات المناسبة والتي تؤدي إلى تعظيم الإيرادات والأرباح، وتخفيض الوقت والتكلفة والتخلص من الهدر أو الفاقد في الأنشطة والعمليات، كما أنها تساهم في تحديد الأثر المالي المتوقع نتيجة تطبيق أسلوب الإنتاج الخالي من الهدر أو الفاقد، وتوجيه إدارة الشركة نحو اتباع استراتيجية التحسين المستمر طويل الأمد، بالإضافة إلى التركيز على قيمة العميل وتعظيمها من خلال الربط بين قياس الأداء ومسببات تدفق القيمة (Chopra, 2013). ولهذا فإن الوصول إلى تلك المنافع والمزايا التي تحققها المحاسبة الرشيقة للشركة يتم من خلال الاستفادة من أساليب المحاسبة الرشيقة في كافة مستويات الشركة واستخدام الأدوات اللازمة لتحقيق ذلك (Maskell & Baggaley, 2006). ومن أبرز أدوات المحاسبة الرشيقة:

١. **خرائط تيار القيمة**، التي تعد من أولى الأدوات التي قامت عليها المحاسبة الرشيقة، التي تستعين بها المؤسسات والشركات الرشيقة، وتتجلى أهميتها في كونها تتيح للأشخاص إدراك واستيعاب الكيفية التي يتم من خلالها تدفق القيمة في الأنشطة والعمليات الإنتاجية، حيث أنها تبرز للعيان تدفق المواد والنقد، وتبين المعلومات المالية والتشغيلية المطلوبة وتكشف مواطن الهدر والفاقد في العمليات الرئيسة والخطوات غير الضرورية، وتحدد القيمة المضافة وغير المضافة لكافة خطوات ومراحل العملية الإنتاجية، وتعكس مستوى تراكم المخزون عن المستوى

المرغوب، وتصف حجم وتعقيدات عمليات الشركة ومسار تدفق المعلومات في مختلف مراحل النشاط والعملية (كاظم، ٢٠١٤)، كما يتم من خلالها تحصيل إجمالي التكاليف، وتوضيح سلسلة الخطوات والإجراءات التي تتم في كافة مراحل العملية الإنتاجية (Xueping et al., 2012) ذلك الأمر الذي جعلها أداة هامة لتطوير وتحسين تدفق الأنشطة والعمليات. وتعتمد هذه الأداة في تنفيذ مهامها على سلسلة القيمة التي تبينها خارطة تدفق المعلومات والمواد، وتعد من أبرز الأدوات المستخدمة في التخطيط الرشيق (Salah & Zaki, 2013).

٢. **مخطط ربط قياس الاداء**، الذي أشير له بأنه أداة لربط مقاييس الأداء على مستوى الخلية ومقاييس أداء تدفق القيمة. وتتمثل مقاييس أداء الخلية بالتقرير اليومي بالساعات، وتقرير الجودة من المرة الأولى، وتقرير إنتاج تحت التشغيل الفعلي إلى إنتاج التشغيل المعياري، وفاعلية الآلات والمعدات التشغيلية، وتبرز أهمية تلك المقاييس بإعداد تقارير اليوم والساعة، مما يمد فريق الخلية بالدعم لخدمة العملاء اليومية. في حين تتمثل مقاييس أداء تدفق القيمة بالمبيعات للشخص الواحد، التسليم في الوقت المحدد، الوقت المستغرق من الاستلام إلى التجهيز، لأول مرة من خلال، معدل التكلفة للوحدة الواحدة، والحسابات اليومية المدينة المستحقة، وتبرز أهمية تلك المقاييس بإعداد تقارير الأسبوع وتحديد كيفية تحقيق أداء تدفق القيمة، مما يساعد في اتخاذ القرار بإجراء التحسين المستمر في تدفق القيمة (Bahadir, 2011).

٣. **التكلفة المستهدفة**، وهي من الأدوات الاستراتيجية الحديثة للمحاسبة الإدارية، والتي تركز على تعظيم قيمة العملاء من خلال الوفاء باحتياجاتهم وتأمين متطلباتهم، والوصول إلى أعلى درجات الكمال (Ofileanu & Topor, 2014)، ويقوم مبدأ عملها على تحديد سعر المنتجات، وعمليات التحسين وأنشطتها بالإضافة إلى احتياجات ومتطلبات العملاء والسعر المرغوب لديهم، ومن ثم البدء في عملية التحسين المستمر على الأنشطة والعمليات (المطارنة، ٢٠٠٨)، ذلك الأمر الذي يتم من خلال اتباع سلسلة من الخطوات المتتابعة، التي تبدأ بتحديد الربح المستهدف، ومن ثم إيجاد التكلفة المستهدفة عند سعر السوق مطروحاً منه الربح المستهدف، يلي ذلك تحديد طرق تخفيض تكلفة المنتج وذلك باستخدام أحد أدوات التكلفة المستهدفة كهندسة القيمة، وعلى ضوءها يتم البدء بعمليات التحسين المستمر في التكاليف والرقابة على الأنشطة والعمليات التشغيلية للوصول إلى الحد الأدنى من التكاليف (الذهبي والغبان، ٢٠٠٧).

٤. **التحسين المستمر (كايزن)**، الذي يمثل محوراً مهماً وأساسياً في المحاسبة الرشيقة، ويقوم على إدخال تحسينات تدريجية ومستمرة لكافة الأنشطة والعمليات، بهدف تحديث وتطوير المنتجات بما يتلاءم مع رغبات وتطلعات العملاء وتحقيق الحد الأدنى من التكاليف دون المساس بالجودة وزيادة القدرة التنافسية للمنظمة، من خلال إكساب العاملين الكفاءات والمهارات المطلوبة والتحفيز على الإبداع والابتكار والاستغلال الأمثل للوسائل والتقنيات، رغبةً في الوصول إلى الكمال، الأمر الذي يسهم في تعظيم حصتها السوقية (الباشا، ٢٠١٦)، وتنفيذ هذه الأداة هو أمر مناط بكل من الإدارتين العليا والتنفيذية، وتقوم على العديد من المبادئ ومنها: استمرارية وشمولية عملية التحسين، والتعاون والعمل الجماعي، والاستخدام الكفؤ والفعال للأساليب والتقنيات المتوفرة، والمراجعة والمتابعة المستمرة للأنشطة والعمليات (Hill, 2000).

٥. **صندوق النقاط**، الذي يعد أحد أدوات المحاسبة الرشيقة التي تحظى بأهمية كبيرة لدى كافة الأطراف والجهات المعنية بتدفق القيمة من مديري تنفيذيين ورؤساء الأقسام والوحدات المختلفة، ومديري تدفق القيمة، وفريق التحسين المستمر، نظراً للدور الذي يقوم به في عملية إعداد التقارير، وصنع القرارات المتعلقة بالتخطيط، وتقييم الأداء، والتحسين الرشيق، وإعداد برامج التحسينات المستمرة، ومتابعة نتائجها، ومواطن الاستفادة منها، وذلك من خلال ما يتضمنه من معلومات مالية وتشغيلية (الموسوي والغرباوي، ٢٠١٥)، وتظهر هذه الأداة على شكل تقرير أسبوعي يقدم بشكل موجز ومبسط مخرجات أداء تدفق القيمة وربحياتها (Maskell & Kennedy, 2007).

الميزة التنافسية:

تواجه بيئة الأعمال في الوقت الحالي العديد من التحديات أبرزها احتدام شدة المنافسة بين منظماتها التي تولدت نتيجة للتقدم والتطور السريع والمتلاحق الذي حل بكافة المجالات، ولكي تحافظ تلك المنظمات على مكانتها وتضمن البقاء والاستمرار في عالم الأعمال بات لزاماً عليها مواكبة ذلك التنافس، وإبراز قدراتها وإمكاناتها وكفاءاتها المختلفة، والسعي قدماً على تحقيق التميز على منافسيها واكتساب الميزة التنافسية.

وتتحقق هذه الأخيرة من خلال الاستثمار الفعال للموارد والإمكانات المادية البشرية، واستغلالها في إيجاد قيم ومنافع للعملاء تفوق وتختلف عما يقدمه المنافسون، والتي قد تنشأ من خلال السعر والتكلفة وذلك بعرض المنتجات والخدمات بأسعار مخفضة، أو من خلال جودة المنتجات وذلك بتقديم منتجات جديدة متميزة، أو من

كليهما معاً (Porter, 2003). وتعد تلك المجالات المصدر الذي يعزز وضع المنظمة في السوق وعنصر تفوقها ما يضمن لها توليد الأرباح وتعظيمها (Narayanan, 2001).

فالمنظمة بإمكانها التفوق على منافسيها إذا استطاعت إيجاد اختلاف يمكن ملاحظته عن طريق أداء عمل يحقق أعلى جودة أو أقل تكلفة أو كليهما، حيث تشكل مواطن التباين والاختلاف بين المنظمات المتنافسة على أساس الجودة أو السعر المحدد لمجمل خطوات ومراحل العملية الإنتاجية ابتداءً بالتحضير والاستعداد لإنتاج المنتج وانتهاءً بوصوله للعملاء، ومن ثم فإن التميز ينشأ من خلال الأنشطة المكونة للعملية الإنتاجية وطريقة تنفيذها؛ لذا تعد هذه النشاطات جوهر القيمة التنافسية (Jussila et al., 2008).

وبناءً على ذلك، فقد تم تبني العديد من الطرق لتحقيق الميزة التنافسية (Johnson et al., 2008)، أهمها:

١. **الجودة**، تعكس الجودة قدرة المنظمة على إنتاج منتجات تتوافق مع احتياجات ومتطلبات العملاء، وتلبي رغباتهم المتباينة. ولكي تستطيع المنظمات الوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء بتلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم يجب عليها تقديم منتجات تتسم بمزايا وجودة عالية، وأن تحظى بأعلى درجات الموثوقية والفاعلية، ذلك الأمر الذي يفرض عليها ضرورة الالتزام بمعايير الجودة وبالمواصفات المحددة مسبقاً، وتحديث منتجاتها وتطويرها بشكل مستمر، وذلك للحد من تصنيع منتجات ضعيفة وهشة، وتجنب إعادة تعديلها (Atem & Yella, 2007). وتتم عملية التحديث والتطوير للمنتج بسلسلة من الخطوات والإجراءات تتضمن إعداد أهداف جودة طويلة الأجل، وتحديد طرق تحقيقها وتطويرها وتطبيقها من قبل الإدارة العليا، يلي ذلك البدء بالتخطيط الاستراتيجي للمرحلة اللاحقة مع الأخذ بعين الاعتبار طبيعة بيئة العمل والاستراتيجية المتبعة لتحقيق الأهداف طويلة الأجل، ثم إعادة صياغة وتطوير خطط العمل المرتبطة بكافة مراحل العملية الإنتاجية مع ضرورة إبراز الجودة كأحد عناصرها الأساسية، ومن ثم إعداد خطط عمل الأقسام والعاملين والنشاطات الموجودة في المنظمة (أبو قحف، ٢٠١١).

٢. **التكلفة**، يرى Collier (٢٠٠٧) بأن الوصول إلى الحد الأدنى من تكاليف الإنتاج يعد أحد أبرز الأهداف الأساسية للعديد من المنظمات التي تتنافس عن طريق المزايا التنافسية المختلفة، إذ إن الوصول إلى ذلك الحد من التكاليف من شأنه أن يعزز من قدرة المنظمة على اكتساب الميزة التنافسية. وحتى يتسنى للمنظمة تحقيق ذلك الهدف بات لزاماً عليها القيام بتحديث وتطوير منتجاتها وعملياتها الإنتاجية، والتحفيز على الإبداع والإبتكار (Johnson

(et al., 2008). ويتأثر تحديد حجم التكلفة بعدة عوامل أبرزها مرونة الطلب والمنافسة والتكلفة الفعلية للمنتج. ويكون تحديد الكلفة للمنتج على العميل اعتماداً على أسعار المنتجات المشابهة في السوق، وذلك بأن تكون تكلفة المنتج أقل أو مساوية لأقل كلفة موجودة، وتزداد في حالة وجود مزايا خاصة للسلعة (الزواهره، ٢٠١٢).

٣. **المرونة**، تعد المرونة عنصراً أساسياً للوصول إلى ميزة تنافسية، وذلك من خلال إحداث تغيير سريع في المنتج من خلال تطوير التصميم وتحسينه بما يتلاءم مع احتياجات ومتطلبات العملاء (Chase et al., 2004) وذلك لضمان سرعة الإستجابة وبأدنى جهد ووقت (William, 2007). وبهذا، فإن المرونة تعكس قدرة المنظمة على تطوير منتجاتها وتحسين العمليات لأجل إيجاد منتجات جديدة، مما يعني اعتماد المرونة بشكل أساسي على التغيير في العمليات الذي يعد أساسياً لأجل تأمين المتطلبات (Chase et al., 2004). وتقسم المرونة إلى أربعة أنواع، هي: المرونة في المنتج التي تعني المقدرة على إنتاج منتجات متميزة أو جديدة أو تحسين المنتجات المصنعة سابقاً، المرونة في المزيج التي تعني المقدرة على إنتاج وتحسين مكونات المنتجات، المرونة في الحجم التي تعني المقدرة على إحداث تنوع في أحجام المنتجات، والمرونة في التسليم التي تعني المقدرة على إحداث تغيير بالجدول الزمنية لتسليم المنتجات (الزعاير، ٢٠١٤).

٤. **التمايز**، ترتكز ميزة التمايز بشكل أساسي في التركيز على جزء محدد من السوق لأداء نشاط معين، وتكثيف العمل فيه وذلك لاستبعاد المنافسين الآخرين، ومن ثم الحد من تأثيرهم في الحصة السوقية للمنظمة. واتباع هذا الأسلوب من شأنه أن يحقق للمنظمة ميزة تنافسية طويلة الأجل شريطة استنادها على أسس واضحة ومحددة من التفوق التقني والجودة وتقديم الخدمات المميزة والفريدة للعملاء (زعر، ٢٠١٣). وعلى الرغم من صعوبة تحديد نواحي التميز في السوق نظراً لتعدد رغبات وتطلعات واحتياجات العملاء وتباينها، إلا أنه بإمكان المنظمة تحقيق ميزة التمايز من خلال إيجاد منتجات متميزة عن المنافسين من خلال التصميم والتكنولوجيا والأداء، وطريقة التقديم والعرض، ومدى قوة العلامة التجارية، وسرعة تلبية الطلبات، والدقة في مواعيد التسليم، وتنوع طرق البيع والسداد، كما يمكن للمنظمات التميز من خلال سهولة استخدام المنتجات والحصول عليها، وخفض تكاليف الصيانة، وتحقيق الجودة (Bohari et al., 2012).

الدراسات السابقة:

لاحظ الباحث من خلال اطلاعه على البحوث والدراسات التي تناولت مواضيع البحث، ندرة الدراسات حسب علم الباحث التي تطرقت للعلاقة بين المحاسبة الرشيقة وتحقيق الميزة التنافسية، ذلك الأمر الذي يجعل من موضوع البحث موضوعاً مميزاً حسب توقعات الباحث. وفيما يأتي سرداً للدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث.

أولاً: الدراسات المتعلقة بالمتغير المستقل (المحاسبة الرشيقة)

هدفت دراسة (السبعاي والطائي، ٢٠١٢) إلى التعرف على دور مرتكزات التصنيع الرشيق في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لإزالة كل أشكال الهدر الناجمة عن العمليات التصنيعية التي لا تضيف قيمة للمنتج، والتركيز على إيجاد القيمة في المنتج النهائي ومن منظور الزبون، وذلك بتطبيقها على الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين مرتكزات التصنيع الرشيق مجتمعة والميزة التنافسية، وأن الميزة التنافسية تتأثر في الدرجة الأولى بمركز تنظيم بيئة العمل، كما أنها تتأثر بالتحسين المستمر. وتناولت دراسة (المعيني ومحمد، ٢٠١٣) إمكانية تطبيق أسلوب المحاسبة الرشيقة في الشركات العامة للصناعات الكهربائية لغرض تحديد المشاكل والمزايا والإمكانات المتوافرة في هذه الشركات عن طريق مجموعة من الأدوات، وتحديد خطوات تطبيق المحاسبة الرشيقة لتخفيض التكاليف، وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة لها القدرة على تحديد التكاليف الفعلية للإنتاج والحد من الهدر في العمليات الإنتاجية والإدارية، وإمكانية إمداد الجهات المستفيدة بالمعلومات الدقيقة والسريعة. وقدمت دراسة (كاظم، ٢٠١٤) نموذجاً مقترحاً لتطبيق المحاسبة الرشيقة وذلك للتخلص من الهدر والضياع في العمليات التشغيلية غير الضرورية، وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق المحاسبة الرشيقة يوفر القدرة على تخفيض التكاليف وكمية المخزون. كما تناولت دراسة (الموسوي والغرباوي، ٢٠١٥) أثر وأهمية استعمال أدوات المحاسبة الرشيقة في توفير المعلومات الملائمة لتقييم الأداء في ظل اعتماد نظام الإنتاج الرشيق من قبل الوحدات الاقتصادية، وتحليل تأثير المحاسبة الرشيقة في دعم الأداء الرشيق للوحدات الاقتصادية، ودراسة وتحليل مقاييس تقييم الأداء في ظل اعتماد المحاسبة الرشيقة، وتوصلت الدراسة إلى أن أدوات المحاسبة الرشيقة توفر طرقاً ملائمة لاحتساب تكاليف الإنتاج من خلال

التركيز على تدفق القيمة بدلاً من التركيز على المنتجات، كما أنها تدعم عملية تقييم أداء الوحدات الاقتصادية من خلال توفر مقاييس أداء على مستوى الخلية وتدفق القيمة وللوحدة الاقتصادية ككل.

وهدفت دراسة (الزبيدي والبكري، ٢٠١٥) إلى البحث في دور المحاسبة الرشيقة في دعم حوكمة الشركات لتحقيق الميزة التنافسية في شركة دياي للصناعات الكهربائية، وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق المحاسبة الرشيقة تعد أكثر وضوحاً وملاءمةً في تطبيق حوكمة الشركات ومن ثم تحقيق الميزة التنافسية من خلال رضا العميل بالتسليم بالوقت المحدد. كما هدفت دراسة (علي، ٢٠١٦) إلى اختبار أثر مرتكزات التصنيع الرشيق في تعزيز القدرة التنافسية للشركة العامة للأدوية في سامراء، وتوصلت الدراسة إلى أن التصنيع الرشيق يعد من الأنظمة التي تسهم في تعزيز الميزة التنافسية للشركة عن طريق تقليل الهدر والوقت والمخرجات غير المرغوب فيها، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين مرتكزات التصنيع الرشيق وبعد المرونة، ووجود علاقة ارتباط معنوية فوق المتوسط بين مرتكزات التصنيع الرشيق وبعد الكلفة. هذا من جهة.

ومن جهة أخرى، فقد سعت دراسة (Lewis, 2000) إلى تحديد أثر مبادئ التصنيع الرشيق على المواقف التنافسية الشاملة للشركات، وتوصلت الدراسة إلى أن تطبيق مبادئ التصنيع الرشيق يمكن أن يخلق الموارد الاستراتيجية لدعم الميزة التنافسية للشركات. وبحثت دراسة (Arnas et al., 2013) في تحليل العلاقات بين الأولويات التنافسية للعمليات ومبادئ التصنيع الرشيق، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين الأولويات التنافسية ومبادئ التصنيع الرشيق. وقدم كلا من (Lopez & Santos, 2010) حالة من بين أحدث تقنيات استخدام الكلف لتقييم التحسينات العملية، والبحث عن تحسينات في الإنتاج والجودة والمرونة وسرعة التسليم والتكلفة، وما توصلت إليه الدراسة أن اعتماد أتمودج التصنيع الرشيق يجلب تحسينات في الإنتاج والجودة وأشكال توصيل الطلبات. وهدفت دراسة (Ahakchi et al., 2012) إلى استكشاف إمكانية ربط التفكير الرشيق وكل من التصنيع الرشيق والمحاسبة الرشيقة مع التقارير المالية للشركات الصناعية، حيث توصلت إلى إمكانية اقتراح المحاسبة الرشيقة كعلم جديد وأداة ضرورية للحصول على نتائج أفضل من إعداد التقارير المالية، وإمكانية وضع إطار معياري للمحاسبة الرشيقة بالرغم من أنها ما زالت في مراحل تطور ابتدائية، كما أنه من السهل تبني مبادئ واجراءات المحاسبة الرشيقة لتلبي احتياجات الشركات المختلفة وحسب المعايير المحاسبية.

كما سعت دراسة (Enoch, 2013) إلى إجراء بحث استكشافي لتحقيق تطبيق المحاسبة الرشيقة كاستراتيجية لتحقيق فلسفة العمل الرشيق في شركات التصنيع النيجيرية، وتوصلت الدراسة إلى أن المحاسبة الرشيقة ترتبط ارتباطاً إيجابياً مع فلسفة العمل الرشيق، وأنها تأسست لدعم فلسفة الرشيق وأن المحاسبة الرشيقة تعمل على التخلص على جميع أشكال الهدر، وتعد تقارير مبسطة ومفهومة لمتخذي القرار من خلال أنشطة تيار القيمة. وسعت دراسة (Ofleanu & Topor, 2014) إلى تقديم نهج جديد في إدارة التكلفة في الشركات لتتلائم مع أنظمة التصنيع الرشيق، أطلق عليه اسم المحاسبة الرشيقة، ووضحت الدراسة طريقة لمفهوم الرشيق لتبين فوائدها بالنسبة لنظام الإنتاج والمصانع، وتوصلت الدراسة إلى أن المحاسبة الرشيقة تعمل على تخفيض التكاليف في الإنتاج باستخدام وقت أقل ومساحة وجهد بشري أقل وعدد أقل من المواد والمعدات. وأفادت دراسة (Chopra, 2013) بأن أدوات المحاسبة الرشيقة تعمل على القضاء على الهدر في عمليات المحاسبة مع الحفاظ على الرقابة المالية، حيث تناولت الدراسة أوجه الاختلاف بين المحاسبة التقليدية والمحاسبة الرشيقة، وأهمية المحاسبة الرشيقة والملاحم الرئيسة لها. وفي ذات السياق، استنتجت دراسة (Kocamis, 2015) أهمية تبني التفكير الرشيق في جميع أقسام ونشاطات الشركة، مع إظهار المنافع المالية المتحققة للشركة جراء تطبيق المحاسبة الرشيقة، والمعلومات القيمة التي ستوفر لديها لتحسين عملية اتخاذ القرارات، حيث هدفت الدراسة إلى إظهار أهمية التفكير الرشيق المنبثق من التصنيع الرشيق والمحاسبة الرشيقة، كمنهج ضروري لتخفيض تكاليف الإنتاج في الشركات الصناعية.

ثانياً: الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع (الميزة التنافسية)

هدفت دراسة (الشرفا، ٢٠٠٨) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات ومجالات الميزة التنافسية (جودة المنتج، الأداء المالي، السيطرة على الأسواق، كفاءة العمليات، الإبداع والتطوير). كما توصلت دراسة (الرقب، ٢٠٠٩) إلى وجود علاقة بين نظم المعلومات ومجالات الميزة التنافسية (الزمن، الجودة، كفاءة العمليات، الإبداع والتطوير)، حيث تناولت الدراسة دور نظم المعلومات في تطوير الميزة التنافسية لوزارتي الصحة والمالية في قطاع غزة، حيث تقوم نظم المعلومات بدور مهم في الوصول إلى الميزة التنافسية للمؤسسات العامة والخاصة. وسعت دراسة (يونس والنعمه، ٢٠١٠) إلى تشخيص التوافق بين مجموعة من الاستراتيجيات المنظمة (الاستقرار والتخفيض، والنمو) مع الأساليب التنافسية (قيادة الكلفة،

الجودة، وسرعة التسليم، والمرونة)، وخلصت الدراسة إلى أن الشركات التي تتسم بقدر عال من التغير والتعقيد لها انعكاس على عملية صياغة الخيار الإستراتيجي الرشيد. وقامت دراسة (المطيري، ٢٠١٢) بالكشف عن أثر التوجه الإبداعي على تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الكويتية وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للبنية التحتية وتأثير وتنفيذ الإبداع على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الكويتية. إضافةً إلى ذلك، فقد توصلت دراسة (Paul, 2016) إلى أن للبيئة التنافسية الخارجية تأثيراً كبيراً في تغيير النمط الذي تعتمده المنظمة في اختيار إستراتيجياتها المتعلقة بالتنافسية وموقعها سوقياً بين باقي المنافسين.

منهجية الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات التطبيقية Applied Researches في حل المشكلات الميدانية وتطوير أساليب العمل وإنتاجيته في المجالات المحاسبية والإدارية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على استخدام الأساليب الإحصائية المختلفة لتحليل البيانات التي جمعت من الميدان من أفراد مجتمع الدراسة وذلك لتوصيف متغيرات الدراسة والإجابة عن أسئلتها واختبار فرضياتها، واستخدمت الدراسة أسلوب الاستقصاء، حيث تم تصميم استبانة مناسبة لقياس متغيرات نموذج الدراسة، وذلك لاختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، والإجابة على الأسئلة التي تم طرحها في مشكلة الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة بالأفراد العاملين في الشركات الصناعية من إداريين وفنيين واستشاريين ومن لديه معرفة ودراية بأدوات المحاسبة الرشيقة، وقد اشتمل مجتمع الدراسة على جميع الشركات التي تبين أنها تقوم بتطبيق أدوات وأساليب المحاسبة الرشيقة والبالغ عددها (٢٣) شركة، حيث تم تحديدها بالتواصل المباشر مع الشركات. ونظراً إلى حداثة هذا المفهوم نسبياً، فقد اقتصر عينة الدراسة على الأشخاص الذين أظهروا معرفة ودراية بأدوات المحاسبة الرشيقة التي تتبناها الشركة، حيث تم تحديد الأشخاص الذين بإمكانهم الإجابة عن أسئلة الاستبانة بسبب المعرفة بأبعاد المحاسبة الرشيقة، والبالغ عددهم (١١٢) فرداً، وتم توزيع الاستبانة عليهم.

طرق جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على المصدرين الآتين:

- ١- البيانات الثانوية: وتتمثل في الكتب والدوريات والرسائل الجامعية والمنشورات المتعلقة بموضوع الدراسة.
- ٢- البيانات الأولية: وتتمثل في البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة التي تم تصميمها انطلاقاً من موضوع الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، وطبيعة البيانات والمعلومات المراد الحصول عليها، وذلك بعد الاطلاع على الأدبيات المتعلقة بمواضيع الدراسة من كتب وبحوث ودراسات علمية تناولت أبعاد الميزة التنافسية من جهة، والمحاسبة الرشيقة من جهة أخرى، سواء من جانب نظري أو عملي من خلال أداة الدراسة، والاسترشاد بالاستبيانات المستخدمة في الدراسات السابقة كدراسة (Enoch, 2013)، ودراسة (علي، ٢٠١٦)، ودراسة (الموسوي والغرباوي، ٢٠١٥)، كذلك الاستفادة من آراء وخبرات ذوي الاختصاص.

وتم توزيع الاستبانة على العاملين في الشركات الصناعية من إداريين وفنيين واستشاريين، ومن لديه معرفة ودراية بأدوات المحاسبة الرشيقة. وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات أفراد العينة نحو الموافقة على فقرات الاستبانة وحسب متغيرات نموذج الدراسة، وعلى النحو الآتي: (٥) لدرجة عالية جداً، (٤) لدرجة عالية، (٣) لدرجة متوسطة، (٢) لدرجة منخفضة، (١) لدرجة منخفضة جداً. وقد تم الحكم على الأهمية النسبية لمحاو الاستبانة وفقراتها، على النحو التالي:

جدول (١): تحديد الأهمية النسبية لإجابات أفراد العينة

المتوسط الحسابي	أقل من ٢,٣٣	من ٢,٣٣ إلى أقل من ٣,٦٦	من ٣,٦٦ إلى أقل من ٥,٠٠
الأهمية النسبية	منخفضة	متوسطة	مرتفعة

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام برنامج SPSS لتحليل بيانات الدراسة، حيث تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

١. مقاييس الاحصاء الوصفي، والتي تضمنت المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، التكرارات، والنسب المئوية.
٢. معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) لاختبار ثبات أداة الدراسة.
٣. معامل الارتباط بيرسون لاختبار وجود ظاهرة الارتباط الخطي المتعدد Multicollinearity.
٤. تحليل الانحدار الخطي المتعدد والانحدار المتدرج Multiple and Stepwise Linear Regression.

اختبار ثبات أداة الدراسة:

تم اختبار مدى ثبات الأداة المستخدمة في قياس المتغيرات التي تشتمل عليها باستخدام اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient)، حيث تكون نتيجة المقياس مقبولة احصائياً إذا كانت قيمة كرونباخ ألفا أكبر من (0.60) (Sekaran, 2006, 311)، وكلما اقتربت القيمة من (100%) دل هذا على درجات ثبات أعلى لأداة الدراسة، وبالنظر إلى البيانات الواردة في الجدول التالي فقد جرى قياس معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا، لمتغيرات الدراسة ولأبعادهما ولأداة الدراسة ككل، لمعرفة مدى الاتساق في الإجابات؛ وذلك على النحو التالي:

جدول (٢): قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة

الرقم	البعد	عدد الفقرات	قيمة ألفا
1	خرائط تيار القيمة	٧	0.796
2	مخطط ربط قياس الأداء	٧	0.812
3	التكلفة المستهدفة	٧	0.847
4	التحسين المستمر (كايزن)	٧	0.817
5	صندوق النقاط	٧	0.850
6	أدوات المحاسبة الرشيقة	٣٥	0.880
7	الجودة	٦	0.868
8	التكلفة	٦	0.809
9	المرونة	٦	0.827
10	التمايز	٧	0.857
11	الميزة التنافسية	٢٥	0.893
12	جميع الفقرات	٦٠	0.908

نلاحظ من الجدول (٢) أن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لجميع فقرات أداة الدراسة (0.908)، وعددها (٦٠) فقرة، كما بلغ معامل كرونباخ ألفا (0.880) لفقرات قياس أدوات المحاسبة الرشيقة، في حين بلغ معامل كرونباخ ألفا (0.893) لفقرات قياس الميزة التنافسية، وبالتالي تكون جميع القيم أكبر من (0.60) وهذا مؤشر على الاتساق بين فقرات أداة الدراسة، وموثوقية أداة الدراسة وإمكانية الاعتماد عليها لإجراء التحليل الاحصائي.

وصف خصائص عينة الدراسة

جدول (٣): وصف خصائص العينة الديموغرافية والشخصية

المتغير	الفئة	التكرار (ن=١١٢)	النسبة المئوية
العمر	أقل من ٣٥ سنة	23	20.5
	من ٣٥ سنة إلى أقل ٤٥ سنة	42	37.5
	من ٤٥ سنة إلى أقل من ٥٥ سنة	30	26.8
	٥٥ سنة فأكثر	17	15.2
المؤهل العلمي	بكالوريوس	63	56.3
	ماجستير	35	31.3
	دكتوراة	14	12.5
سنوات الخبرة	من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات	22	19.6
	من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	37	33.0
	من ١٥ سنة إلى أقل من ٢٠ سنة	28	25.0
	٢٠ سنة فأكثر	25	22.3
المسمى الوظيفي	مدير دائرة أو وحدة	42	37.5
	رئيس قسم	57	50.9
	خبير فني	13	11.6

يشير الجدول (٣) إلى أن أفراد العينة يتوزعون على جميع الفئات العمرية، مع وجود زيادة في الفئة العمرية (من ٣٥ سنة إلى أقل من ٤٥ سنة)، وبنسبة (٣٧,٥%)، كما كانت الفئة العمرية (٥٥ سنة فأكثر)، بنسبة (١٥,٢%)، هي الفئة الصغرى، مما يشير إلى أن غالبية أفراد العينة هم من الفئات العمرية الأقل من ذلك. كما تبين أن ما نسبته (٥٦,٣%) من أفراد العينة هم من حملة البكالوريوس، وما نسبته (٣١,٣%) من حملة الماجستير، و(١٢,٥%) من حملة الدكتوراة، مما يؤكد امتلاك أفراد العينة للمعارف اللازمة للقيام بالواجبات والمهام الإدارية. كما أكدت سنوات الخبرة امتلاك أفراد العينة للمعارف والخبرات اللازمة، حيث كانت فئة الخبرة (من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات)، الفئة الصغرى، وبنسبة (١٩,٦%). أما المسمى الوظيفي، فقد تبين أن ما نسبته (٥٠,٩%) من أفراد العينة هم من رؤساء الأقسام، في حين كانت نسبة مدراء الدوائر والوحدات (٣٧,٥%)، وهذا يتوافق مع

الهرم الإداري في المنظمات الحديثة، بالإضافة لاشتغال عينة الدراسة على ما نسبته (١١,٦%) من الحاصلين على مسمى خبير فني.

وصف إجابات أفراد العينة:

تم الاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والرتب الأهمية النسبية، في وصف إجابات أفراد العينة عن فقرات الاستبانة، ومحاورها، وكانت النتائج كما يلي:

أولاً: أدوات المحاسبة الرشيقة:

وتضمنت هذه الأدوات كل من: خرائط تيار القيمة، ومخطط ربط قياس الأداء، والتكلفة المستهدفة، والتحسين المستمر (كايزن)، وصندوق النقاط.

ويهدف الجدول الآتي للإجابة عن السؤال الأول من مشكلة الدراسة، الذي نصه: (ما مستوى تبني أدوات

المحاسبة الرشيقة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة؟)

جدول (٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب والأهمية النسبية لأدوات المحاسبة الرشيقة

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
خرائط تيار القيمة	3.779	0.479	3	مرتفعة
مخطط ربط قياس الأداء	3.764	0.611	4	مرتفعة
التكلفة المستهدفة	4.130	0.477	1	مرتفعة
التحسين المستمر (كايزن)	3.804	0.525	2	مرتفعة
صندوق النقاط	3.716	0.587	5	مرتفعة
أدوات المحاسبة الرشيقة	3.839	0.394		مرتفعة

يشير الجدول (٤) إلى أن اتجاهات أفراد العينة، كانت نحو الأهمية النسبية المرتفعة لأدوات المحاسبة الرشيقة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٣,٨٣٩)، وانحراف معياري (٠,٣٩٤)، كما احتلت التكلفة المستهدفة المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (٤,١٣٠)، وانحراف معياري (٠,٤٧٧)، وبأهمية نسبية مرتفعة، في حين جاء (صندوق النقاط) بالمرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي (٣,٧١٦)، وانحراف معياري (٠,٥٨٧)، وبأهمية نسبية مرتفعة أيضاً. وقد ظهرت جميع أدوات المحاسبة الرشيقة بأهمية نسبية مرتفعة، وفي ذلك إشارة إلى موافقة أفراد العينة على أهمية تلك الأدوات في عمليات تدفق القيمة، كما أشارت قيمة الانحرافات المعيارية إلى وجود تقارب بين إجابات أفراد

العينة. ويعد ظهور التكلفة المستهدفة والتحسين المستمر في المرتبتين الأولى والثانية، مؤشراً على قدم استخدام هاتين الأداتين في الشركات الصناعية الأردنية من فترة زمنية طويلة، وذلك لاهتمام الشركات الصناعية بالتكلفة والجودة. أما بقية أدوات المحاسبة الرشيقة، وبالرغم من أنها ظهرت بأهمية نسبية مرتفعة، إلا أنها احتلت المراتب الثلاث الأخيرة، وهذا مؤشر على حداثة استخدام هذه الأدوات التي ظهرت مع بداية تبني أدوات المحاسبة الرشيقة، التي تعد من المفاهيم الإدارية الحديثة.

وبالاعتماد على نتائج الجدول (٤) يحصل الباحث على إجابة السؤال الأول من مشكلة الدراسة، حيث تبين ارتفاع مستوى تبني أدوات المحاسبة الرشيقة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

ثانياً: أبعاد الميزة التنافسية

وتضمنت هذه الأبعاد كل من: الجودة، والتكلفة، والمرونة، والتمايز.

ويهدف الجدول الآتي للإجابة عن السؤال الثاني من مشكلة الدراسة، الذي نصه: (ما مستوى اهتمام الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة بتحقيق الميزة التنافسية؟)

جدول (٥): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب والأهمية النسبية لأبعاد الميزة التنافسية

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
الجودة	3.874	0.673	3	مرتفعة
التكلفة	3.949	0.504	1	مرتفعة
المرونة	3.790	0.619	4	مرتفعة
التمايز	3.890	0.612	2	مرتفعة
الميزة التنافسية	3.876	0.566		مرتفعة

يشير الجدول (٥) إلى أن اتجاهات أفراد العينة، كانت نحو الأهمية النسبية المرتفعة لأبعاد الميزة التنافسية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٣,٨٧٦)، وانحراف معياري (٠,٥٦٦)، كما احتلت التكلفة المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي (٣,٩٤٩)، وانحراف معياري (٠,٥٠٤)، وبأهمية نسبية مرتفعة، في حين جاءت (المرونة) بالمرتبة الأخيرة، بمتوسط حسابي (٣,٧٩٠)، وانحراف معياري (٠,٦١٩)، وبأهمية نسبية مرتفعة أيضاً. ونلاحظ أن جميع أبعاد الميزة التنافسية قد ظهرت بأهمية نسبية مرتفعة، وفي ذلك إشارة إلى أن اتجاهات أفراد العينة كانت نحو الموافقة على سعي الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة لتوليد وتحقيق الميزة التنافسية من خلال

عملياتها. كما تبين أن التكلفة من أهم بعد من أبعاد الميزة التنافسية، وفي ذلك إشارة إلى أن القدرة على ترشيد التكاليف واستخدام الموارد بكفاءة عالية يولد لدى الشركة ميزة سعرية، تمكنها من زيادة قدرتها على التنافسية، كما أن ظهور التمايز بالمرتبة الثانية، يشير إلى أن الشركات الصناعية تسعى لتحقيق الميزة التنافسية من خلال التمايز عن غيرها من الشركات بمنتجاتها ومواردها البشرية والسعر والجودة، والعلامة التجارية، وسرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء، وهذا يعد من أهم أدوات تحقيق الميزة التنافسية. أما ظهور الجودة بالمرتبة الثالثة، وبأهمية نسبية مرتفعة، فهو إشارة إلى أن الشركات الصناعية تهتم بالجودة والعلاقة مع العملاء، وتحقيق رضاهم، كما أن ظهور المرونة بالمرتبة الأخيرة، لا يقلل من شأن هذا البعد في تحقيق الميزة التنافسية، لا سيما وأنه ظهر بأهمية نسبية مرتفعة، إلا أن اتجاهات أفراد العينة، اعتبرت الأبعاد الأخرى أكثر أهمية.

وبالاعتماد على نتائج الجدول (5) يحصل الباحث على إجابة السؤال الثاني من مشكلة الدراسة، حيث تبين ارتفاع مستوى اهتمام الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة بتحقيق الميزة التنافسية.

اختبار فرضيات الدراسة:

اعتمدت الدراسة في اختبار الفرضيات على تحليل الانحدار المتعدد، وتحليل الانحدار المتدرج، وذلك للإجابة على أسئلة الدراسة، وقبل الشروع بإجراء التحليل، تم التأكد من خلو البيانات من ظاهرة الارتباط المتعدد، حيث تشير هذه الظاهرة إلى وجود ارتباط خطي شبه تام بين متغيرين أو أكثر، يعمل على تضخيم قيمة معامل التحديد R^2 ويجعله أكبر من قيمته الفعلية، ولهذا تم احتساب معامل الارتباط الخطي، وقيمة معامل تضخم التباين عند كل متغير، التي يتم اختبارها، وقد كانت النتائج كما يلي:

جدول (٦): مصفوفة الارتباط للمتغيرات المستقلة

المتغير	خرائط تيار القيمة	مخطط ربط قياس الأداء	التكلفة المستهدفة	التحسين المستمر (كايزن)	صندوق النقاط
خرائط تيار القيمة	1				
مخطط ربط قياس الأداء	0.464**	1			
التكلفة المستهدفة	0.500**	0.417**	1		
التحسين المستمر (كايزن)	0.297**	0.516**	0.380**	1	
صندوق النقاط	0.447**	0.573**	0.237*	0.372**	1

** دال عند مستوى دلالة ٠,٠١، * دال عند مستوى دلالة ٠,٠٥

يبين الجدول (٦) أن أعلى قيمة لمعامل الارتباط ظهرت بين المتغيرين المستقلين (مخطط ربط قياس الأداء) و(التحسين المستمر- كايزن)، والتي بلغت (0.516)، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة الأخرى أقل من ذلك، وهذا يدل على عدم وجود ظاهرة الارتباط الخطي المتعدد بين متغيرات الدراسة المستقلة، حيث أن قيم معامل الارتباط الخطي التي تتجاوز (0.80) قد تعد مؤشراً لوجود ارتباط خطي متعدد (Guajarati, 2004, 359)، وعليه فإنه يمكن القول بخلو عينة الدراسة من مشكلة الارتباط الخطي العالي المتعدد. نتائج اختبار فرضية الدراسة الرئيسة H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خرائط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

ولاختبار هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكانت النتائج على النحو المبين في الجدول رقم (٧)، كما يهدف اختبار هذه الفرضية إلى الإجابة عن السؤال الثالث من مشكلة الدراسة، والذي نصه: (هل يوجد أثر لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خرائط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق الميزة التنافسية (الجودة، التكلفة، المرونة، التمايز) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة؟)

جدول (٧): نتائج اختبار الفرضية الرئيسة H0

جدول المعاملات Coefficients				المتغيرات المستقلة	المتغير التابع
Sig t* مستوى الدلالة	T المحسوبة	الخطأ المعياري	B		
0.011	2.592	0.089	0.230	خرائط تيار القيمة	تحقيق الميزة التنافسية
0.004	2.980	0.076	0.227	مخطط ربط قياس الأداء	
0.000	3.655	0.086	0.314	التكلفة المستهدفة	
0.010	2.631	0.077	0.202	التحسين المستمر (كايزن)	
0.015	2.484	0.073	0.181	صندوق النقاط	
0.794				معامل الارتباط R	
0.630				معامل التحديد R ²	
36.048				قيمة F المحسوبة	
0.000				Sig. F*	

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

تشير نتائج الجدول (V) أن معامل الارتباط ($R=0.794$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أدوات المحاسبة الرشيقة) على المتغير التابع (تحقيق الميزة التنافسية) هو أثر معنوي إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (36.048)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من 0.05، وقد تبين أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.630$) تشير إلى أن (63.0%) من التباين في (تحقيق الميزة التنافسية) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أدوات المحاسبة الرشيقة) مجتمعة.

أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند بعد (خراط تيار القيمة) قد بلغت (0.230) وأن قيمة t عنده هي (2.592)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.011$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. أما قيمة B عند بعد (مخطط ربط قياس الأداء) قد بلغت (0.227) وأن قيمة t عنده هي (2.980)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.004$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وقد بلغت قيمة B عند بعد (التكلفة المستهدفة) (0.314) وقيمة t عنده هي (3.655)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. في حين كانت قيمة B عند بعد (التحسين المستمر (كايزن)) قد بلغت (0.202) وأن قيمة t عنده هي (2.631)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.010$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. وبلغت قيمة B عند بعد (صندوق النقاط) (0.181) وقيمة t عنده هي (2.484)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.015$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي.

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الرئيسة ونقبل الفرضية البديلة القائلة:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خراط تيار القيمة، ومخطط ربط قياس الأداء، والتكلفة المستهدفة، والتحسين المستمر (كايزن)، وصندوق النقاط) على تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان"

وتظهر نتائج اختبار الفرضية الرئيسة أهمية أدوات المحاسبة الرشيقة في تحقيق الميزة التنافسية، حيث أن جميع هذه الأدوات تهتم بإضافة القيمة على عمليات الشركة، وكذلك تهتم بالجودة والتكلفة من خلال حذف الأنشطة التي لا تضيف قيمة على العمليات، وتعزيز الأنشطة التي تضيف القيمة.

وبالاعتماد على نتائج اختبار الفرضية الأولى، يحصل الباحث على إجابة السؤال الثالث من مشكلة الدراسة، حيث تبين أن جميع أدوات المحاسبة الرشيقة تساهم في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة.

وعليه، يمكن كتابة معادلة الانحدار كما يأتي:

$$CA = a_0 + B_1VSM + B_2PBS + B_3TC + B_4Kaizen + B_5BS + e$$

$$CA = a_0 + 0.230VSM + 0.227PBS + 0.314TC + 0.202Kaizen + 0.181BS + e.....(1)$$

حيث:

CA: Competitive Advantage الميزة التنافسية

a_0 : ثابت الانحدار

VSM: Value Stream Mapping خرائط تيار القيمة

PBS: Performance Benchmarking Scheme مخطط ربط قياس الأداء

TC: Target Cost التكلفة المستهدفة

Kaizen: Continuous Improvement التحسين المستمر (كايزن)

BS: Box Score صندوق النقاط

e: الخطأ المعياري

وقد توافقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (السبعوي والطائي، ٢٠١٢) التي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين مركاتزات التصنيع الرشيق مجتمعة والميزة التنافسية، وأن الميزة التنافسية تتأثر بالتحسين المستمر، وتوافقت مع دراسة (الزبيدي والبكري، ٢٠١٥) التي توصلت إلى أن تطبيق المحاسبة الرشيقة تعد أكثر وضوحاً وملاءمةً في تطبيق حوكمة الشركات وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية، كما توافقت مع نتائج دراسة (علي، ٢٠١٦) التي توصلت إلى أن التصنيع الرشيق يعد من الأنظمة التي تسهم في تعزيز الميزة التنافسية للشركة عن طريق تقليل الهدر والوقت والمخرجات غير المرغوب بها. وتوافقت النتائج أيضاً مع نتائج دراسة (Lewis, 2000) التي توصلت إلى أن تطبيق مبادئ التصنيع الرشيق يمكن أن يخلق الموارد الاستراتيجية لدعم الميزة التنافسية للشركات، وكذلك توافقت مع نتائج دراسة (Arnas et al., 2013) التي توصلت إلى وجود علاقة ايجابية بين الأولويات التنافسية ومبادئ التصنيع الرشيق.

أثر تبني أدوات المحاسبة الرشيقة في تحقيق الميزة التنافسية..... سامر العكور

وللإجابة على السؤال الرابع من مشكلة الدراسة، الذي نصه: (ما أبرز أدوات المحاسبة الرشيقة التي تساهم في تحقيق الميزة التنافسية لدى الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة؟) تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد التدريجي، وكانت النتائج كما هي في الجدول (٨).

جدول (٨): نتائج تحليل الانحدار المتدرج للفرضية الرئيسة H0

النموذج	تحقيق الميزة التنافسية	B	قيمة t المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	R ² معامل التحديد	F المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
الأول	مخطط ربط قياس الأداء	0.603	8.972	0.000	0.423	80.496	0.000
الثاني	مخطط ربط قياس الأداء	0.458	6.898	0.000	0.538	63.404	0.000
	التكلفة المستهدفة	0.444	5.212	0.000			
الثالث	مخطط ربط قياس الأداء	0.319	4.248	0.000	0.584	50.485	0.000
	التكلفة المستهدفة	0.445	5.477	0.000			
	صندوق النقاط	0.253	3.454	0.001			
الرابع	مخطط ربط قياس الأداء	0.257	3.324	0.001	0.606	41.180	0.000
	التكلفة المستهدفة	0.402	4.949	0.000			
	صندوق النقاط	0.233	3.236	0.002			
	التحسين المستمر (كايزن)	0.194	2.471	0.015			
الخامس	مخطط ربط قياس الأداء	0.227	2.980	0.004	0.630	36.048	0.000
	التكلفة المستهدفة	0.314	3.655	0.000			
	صندوق النقاط	0.181	2.484	0.015			
	التحسين المستمر (كايزن)	0.202	2.631	0.010			
	خراط تيار القيمة	0.230	2.592	0.011			

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

تبين نتائج تحليل الانحدار التدريجي ترتيب دخول المتغيرات في نموذج الانحدار الذي يمثل أثر أدوات المحاسبة الرشيقة على تحقيق الميزة التنافسية، حيث تبين أن (مخطط ربط قياس الأداء) جاء في المرتبة الأولى، وفسر ما نسبته (٤٢,٣%) من التباين في المتغير التابع، وعند إضافة (التكلفة المستهدفة) ارتفعت نسبة التفسير لتصل إلى (٥٣,٨%)، كما وقد أدى إضافة (صندوق النقاط) إلى ارتفاع نسبة التفسير لتصل إلى (٥٨,٤%). أما إضافة

(التحسين المستمر (كايزن)) فقد أدت إلى زيادة نسبة التفسير إلى (٦٠,٦%)، في حين وصلت نسبة التفسير إلى (٦٣,٠%) عند إضافة (خرائط تيار القيمة). ونلاحظ أن أثر جميع المتغيرات المستقلة، كان أثراً معنوياً عند مستوى دلالة أقل من ٠,٠٥.

وبالاعتماد على نتائج تحليل الانحدار المتعدد، نستطيع الإجابة على السؤال الرابع من مشكلة الدراسة، حيث تبين أن أبرز أدوات المحاسبة الرشيقة تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، هو (مخطط ربط قياس الأداء)، في حين كان لأداة (خرائط تيار القيمة) التأثير الأقل، إلا أن جميع الأدوات أظهرت وجود الأثر المعنوي في تحقيق الميزة التنافسية. ويمكن أن تفسر هذه النتيجة بأن مخطط ربط قياس الأداء يهتم بالتقرير عن عمليات الخلية الواحدة في الشركة كخط الإنتاج أو الوحدة أو القسم، ويصدر تقارير يومية وعلى مدار الساعة، وهذا من شأنه أن يمكن الإدارة من متابعة عمليات توليد القيمة بشكل مستمر، وانعكاس ذلك على تحقيق الميزة التنافسية.

وللإجابة على السؤال الخامس، والأخير، من أسئلة مشكلة الدراسة، الذي نصه: (ما أكثر أبعاد الميزة التنافسية تأثراً بمستوى تبني أدوات المحاسبة الرشيقة من قبل الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة؟) تم اختبار فرضيات الدراسة الفرعية، لحساب نسبة التفسير، ولتحديد أكثر أبعاد الميزة التنافسية، وهي: الجودة، والتكلفة، والمرونة، والتمايز، تأثراً بأدوات المحاسبة الرشيقة مجتمعة، وقد كانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (٩): نتائج اختبار فرضيات الدراسة الفرعية:

المتغير التابع				المتغيرات المستقلة	
التمايز	المرونة	التكلفة	الجودة	أدوات المحاسبة الرشيقة	
H04	H03	H02	H01		
0.093	0.195	0.396	0.236	معامل الانحدار B	خراط تيار القيمة
0.113	0.102	0.087	0.103	الخطأ المعياري	
0.820	1.916	4.526	2.294	T المحسوبة	
0.414	0.058	0.000	0.024	Sig t*	
0.176	0.302	0.133	0.298	معامل الانحدار B	مخطط ربط قياس الأداء
0.097	0.087	0.075	0.089	الخطأ المعياري	
1.806	3.456	1.772	3.364	T المحسوبة	
0.074	0.001	0.079	0.001	Sig t*	
0.404	0.319	0.196	0.338	معامل الانحدار B	التكلفة المستهدفة
0.110	0.099	0.085	0.100	الخطأ المعياري	
3.683	3.239	2.310	3.387	T المحسوبة	
0.000	0.002	0.023	0.001	Sig t*	
0.247	0.115	0.186	0.260	معامل الانحدار B	التحسين المستمر (كايزن)
0.098	0.088	0.076	0.089	الخطأ المعياري	
2.520	1.307	2.456	2.920	T المحسوبة	
0.013	0.194	0.016	0.001	Sig t*	
0.175	0.253	0.057	0.239	معامل الانحدار B	صندوق النقاط
0.093	0.083	0.072	0.085	الخطأ المعياري	
1.886	3.025	0.794	2.828	T المحسوبة	
0.062	0.003	0.429	0.006	Sig t*	
0.695	0.771	0.739	0.804	معامل الارتباط R	
0.484	0.594	0.546	0.646	معامل التحديد R ²	
19.856	31.004	25.547	38.700	قيمة F المحسوبة	
0.000	0.000	0.000	0.000	Sig. F*	

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

يعرض الجدول (٩) نتائج اختبار الفرضيات المتفرعة عن فرضية الدراسة الرئيسة، على النحو الآتي:

- ١- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى H01: تشير نتائج الجدول (٩) أن معامل الارتباط ($R=0.804$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أدوات المحاسبة الرشيقة) على المتغير التابع (ميزة الجودة) هو أثر معنوي إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (38.700)،

و بمستوى دلالة (Sig=0.000) وهو أقل من 0.05، وقد تبين أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.646$) تشير إلى أن (64.6%) من التباين في (ميزة الجودة) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أدوات المحاسبة الرشيقة) مجتمعة. أما جدول المعاملات فقد أظهر وجود الأثر المعنوي لجميع أدوات المحاسبة الرشيقة على تحقيق الميزة التنافسية، وعليه نرفض الفرضية الفرعية العدمية الأولى، ونقبل البديلة، التي نصها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خرائط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق (ميزة الجودة) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان"

وعليه، يمكن كتابة معادلة الانحدار كما يأتي:

$$\text{Quality} = a_1 + B_1\text{VSM} + B_2\text{PBS} + B_3\text{TC} + B_4\text{Kaizen} + B_5\text{BS} + e_1$$

$$\text{Quality} = a_1 + 0.236\text{VSM} + 0.298\text{PBS} + 0.338\text{TC} + 0.260\text{Kaizen} + 0.239\text{BS} + e_1 \dots (2)$$

حيث:

Quality: ميزة الجودة

a_1 : ثابت الانحدار

VSM: Value Stream Mapping خرائط تيار القيمة

PBS: Performance Benchmarking Scheme مخطط ربط قياس الأداء

TC: Target Cost التكلفة المستهدفة

Kaizen: Continuous Improvement التحسين المستمر (كايزن)

BS: Box Score صندوق النقاط

e_1 : الخطأ المعياري

وهذا يتوافق مع نتيجة دراسة (Lopez & Santos, 2010) التي توصلت إلى أن اعتماد نموذج التصنيع الرشيق يجلب تحسينات في الإنتاج والجودة.

٢- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية H02: تشير نتائج الجدول (٩) أن معامل الارتباط ($R=0.739$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أدوات المحاسبة الرشيقة) على المتغير التابع (ميزة التكلفة) هو أثر معنوي إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (25.547)، ومستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من 0.05، وقد تبين أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.546$) تشير إلى أن (54.6%) من التباين في (ميزة التكلفة) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أدوات المحاسبة الرشيقة) مجتمعة. أما جدول المعاملات فقد أظهر وجود الأثر المعنوي عند كل من (خرائط تيار القيمة، والتكلفة المستهدفة، والتحسين المستمر (كايزن))، في حين لم يظهر الأثر المعنوي عند كل من (مخطط ربط قياس الأداء، وصندوق النقاط)، وعليه نرفض الفرضية الفرعية العدمية الثانية، ونقبل البديلة، والتي نصها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خرائط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق (ميزة التكلفة) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان"

وعليه، يمكن كتابة معادلة الانحدار كما يأتي:

$$\text{Cost} = a_2 + B_1\text{VSM} + B_2\text{PBS} + B_3\text{TC} + B_4\text{Kaizen} + B_5\text{BS} + e_2$$

$$\text{Cost} = a_2 + 0.396\text{VSM} + 0.133\text{PBS} + 0.196\text{TC} + 0.186\text{Kaizen} + 0.057\text{BS} + e_2 \dots (3)$$

حيث:

Cost: ميزة التكلفة

a_2 : ثابت الانحدار

VSM: Value Stream Mapping خرائط تيار القيمة

PBS: Performance Benchmarking Scheme مخطط ربط قياس الأداء

TC: Target Cost التكلفة المستهدفة

Kaizen: Continuous Improvement التحسين المستمر (كايزن)

BS: Box Score صندوق النقاط

e_2 : الخطأ المعياري

وهذا يتوافق مع نتائج دراسة (كاظم، ٢٠١٤) التي توصلت إلى أن تطبيق المحاسبة الرشيقة يوفر القدرة على تخفيض التكاليف وكمية المخزون، ويتوافق مع نتائج دراسة (علي، ٢٠١٦) التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباط معنوية فوق المتوسط بين مرتكزات التصنيع الرشيق وبعد الكلفة، كما يتوافق مع نتائج دراسة (Ofileanu & Topor, 2014) التي توصلت إلى أن المحاسبة الرشيقة تعمل على تخفيض التكاليف في الإنتاج باستخدام وقت أقل، ومساحة وجهد بشري أقل، وعدد أقل من المواد والمعدات.

٣- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة H03: تشير نتائج الجدول (٩) أن معامل الارتباط ($R=0.771$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أدوات المحاسبة الرشيقة) على المتغير التابع (ميزة المرونة) هو أثر معنوي إيجابي ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (31.004)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من 0.05، وقد تبين أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.594$) تشير إلى أن (59.4%) من التباين في (ميزة المرونة) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أدوات المحاسبة الرشيقة) مجتمعة. أما جدول المعاملات، فقد أظهر وجود الأثر المعنوي عند كل من (مخطط ربط قياس الأداء، والتكلفة المستهدفة، وصندوق النقاط)، في حين لم يظهر الأثر المعنوي عند كل من (خرائط تيار القيمة، والتحسين المستمر (كايزن)، وعليه نرفض الفرضية الفرعية العدمية الثالثة، ونقبل البديلة، التي نصها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خرائط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن)، صندوق النقاط) على تحقيق (ميزة المرونة) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان"

وعليه، يمكن كتابة معادلة الانحدار كما يأتي:

$$\text{flexibility} = a_3 + B_1\text{VSM} + B_2\text{PBS} + B_3\text{TC} + B_4\text{Kaizen} + B_5\text{BS} + e_3$$

$$\text{flexibility} = a_3 + 0.195\text{VSM} + 0.302\text{PBS} + 0.319\text{TC} + 0.115\text{Kaizen} + 0.253\text{BS} + e_3 \dots (4)$$

حيث:

Flexibility: ميزة المرونة

a_3 : ثابت الانحدار

VSM: Value Stream Mapping خرائط تيار القيمة

PBS: Performance Benchmarking Scheme مخطط ربط قياس الأداء

TC: Target Cost التكلفة المستهدفة

Kaizen: Continuous Improvement التحسين المستمر (كايزن)

BS: Box Score صندوق النقاط

e₃: الخطأ المعياري

وهذا يتوافق مع نتيجة دراسة (المعيني ومحمد، ٢٠١٣) التي توصلت إلى أن تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة لها القدرة على الحد من الهدر في العمليات الإنتاجية والإدارية، وإمكانية إمداد الجهات المستفيدة بالمعلومات الدقيقة والسريعة، ويتوافق مع نتائج دراسة (الموسوي والغرباوي، ٢٠١٥) التي توصلت إلى أن أدوات المحاسبة الرشيقة تدعم عملية تقييم أداء الوحدات الاقتصادية من خلال توفر مقاييس أداء على مستوى الخلية، وتدفق القيمة وللوحدة الاقتصادية ككل، كما يتوافق مع نتائج دراسة (علي، ٢٠١٦) التي توصلت إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين مرتكزات التصنيع الرشيق وبعد المرونة.

٤- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة H04: تشير نتائج الجدول (٩) أن معامل الارتباط ($R=0.695$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أدوات المحاسبة الرشيقة) على المتغير التابع (ميزة التمايز) هو أثر معنوي إيجابي ذو دلالة احصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (19.856)، وبمستوى دلالة ($Sig=0.000$) وهو أقل من 0.05، وقد تبين أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.484$) تشير إلى أن (48.4%) من التباين في (ميزة التمايز) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أدوات المحاسبة الرشيقة) مجتمعة. أما جدول المعاملات فقد أظهر وجود الأثر المعنوي عند كل من (التكلفة المستهدفة، والتحسين المستمر (كايزن))، في حين لم يظهر الأثر المعنوي عند كل من (خرائط تيار القيمة، ومخطط ربط قياس الأداء، وصندوق النقاط)، وعليه نرفض الفرضية الفرعية العدمية الرابعة، ونقبل البديلة، التي نصها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة (خرائط تيار القيمة، مخطط ربط قياس الأداء، التكلفة المستهدفة، التحسين المستمر (كايزن))، صندوق النقاط) على تحقيق (ميزة التمايز) في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان"

وعليه، يمكن كتابة معادلة الانحدار كما يأتي:

$$\text{Differentiation} = a_4 + B_1\text{VSM} + B_2\text{PBS} + B_3\text{TC} + B_4\text{Kaizen} + B_5\text{BS} + e_4$$

$$\text{Differentiation} = a_4 + 0.093\text{VSM} + 0.176\text{PBS} + 0.404\text{TC} + 0.247\text{Kaizen} + 0.175\text{BS} + e_4 \dots (5)$$

حيث:

Differentiation: ميزة التمايز

a_4 : ثابت الانحدار

VSM: Value Stream Mapping خرائط تيار القيمة

PBS: Performance Benchmarking Scheme مخطط ربط قياس الأداء

TC: Target Cost التكلفة المستهدفة

Kaizen: Continuous Improvement التحسين المستمر (كايزن)

BS: Box Score صندوق النقاط

e_4 : الخطأ المعياري

وهذا يتوافق مع نتائج دراسة (Lopez & Santos, 2010) والتي توصلت إلى أن اعتماد نموذج التصنيع

الرشيق يجلب تحسينات في أشكال توصيل الطلبات.

ويمكن الإجابة عن السؤال الخامس، بالاعتماد على قيم معامل التحديد R^2 في الفرضيات الفرعية، حيث استطاعت أدوات المحاسبة الرشيقة تفسير (٨٠,٤%) من التغير في ميزة الجودة، وبهذا تحتل المرتبة الأولى، كما استطاعت تفسير (٥٩,٤%) من التغير في ميزة المرونة، في حين استطاعت أدوات المحاسبة الرشيقة، تفسير ما نسبته (٥٤,٦%) من التغير في ميزة التكلفة، ووصلت نسبة التفسير عند ميزة التمايز، ما نسبته (٤٨,٤%)، ليحل في المرتبة الأخيرة. وتشير هذه النتيجة إلى الأثر المتوقع لأدوات المحاسبة الرشيقة على الجودة، حيث تهدف هذه الأدوات إلى التأكد من توليد القيمة في جميع العمليات الإنتاجية والتشغيلية في الشركة، كما أن التخلص من العمليات العمليات والأنشطة التي لا تضيف قيمة، من شأنه أن يزيد من مرونة عمليات الشركة، وسرعة استجابتها للمتغيرات، بالإضافة إلى تقليل الهدر والفاقد، مما يعمل على خفض التكاليف. ومن جهة أخرى، فقد أشار الأثر المعنوي لأدوات المحاسبة الرشيقة على ميزة التمايز إلى أن تحقيق هذه الميزة هو من نتائج التركيز على توليد القيمة.

النتائج والاستنتاجات والتوصيات

أولاً: النتائج

١. أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن اتجاهات أفراد العينة كانت نحو الموافقة على وجود تبني لأدوات المحاسبة الرشيقة في الشركات الصناعية المساهمة العامة، وبأهمية نسبية مرتفعة، كما احتلت (التكلفة المستهدفة) المرتبة الأولى، تلاها (التحسين المستمر (كايزن)، ثم (خرائط تيار القيمة)، تلاه (مخطط ربط قياس الأداء، ثم (صندوق النقاط)، والذي جاء بالمرتبة الأخيرة، بالإضافة إلى أن جميع الأدوات جاءت بأهمية نسبية مرتفعة، وفي ذلك إشارة إلى وجود تبني لأدوات المحاسبة الرشيقة في الشركات الصناعية الأردنية، كما يدل على الاهتمام المتوازن بجميع الأدوات التي تساعد الإدارة على إدارة التكلفة والجودة والقيمة في العمليات التشغيلية بغية تحسين مستوى أدائها للوصول إلى المركز التنافسي المخطط له، بالإضافة إلى ذلك فإن اهتمام الشركات الصناعية بتبني أدوات المحاسبة الرشيقة يدل على امتلاك الشركات الصناعية لأنظمة محاسبية تمتاز بالمرونة، ووجود هيكل إداري ينظم العلاقات بين الدوائر والأقسام إلى جانب توفر قواعد بيانات محوسبة تديرها كوادر بشرية ذات كفاءة علمية متخصصة في مجالات تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة.

٢. أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن اتجاهات أفراد العينة كانت نحو الموافقة على أن الشركات الصناعية المساهمة العامة تسعى لتحقيق الميزة التنافسية، وبأهمية نسبية مرتفعة، كما احتلت (ميزّة التكلفة) في المرتبة الأولى، تلاها (ميزّة التمايز)، ثم (ميزّة الجودة)، في حين احتلت (ميزّة المرونة) المرتبة الرابعة، والأخيرة، كما وجاءت جميع أبعاد الميزة التنافسية بأهمية نسبية مرتفعة. وهذا مؤشر على وجود توجه متكامل من قبل إدارات الشركات الصناعية الأردنية لتحقيق الميزة التنافسية، عن طريق تقليل التكاليف وتحقيق الإنتاج المتميز والجودة في المنتجات.

٣. أظهرت نتائج اختبار فرضية الدراسة الرئيسة، وجود أثر معنوي لتبني جميع أدوات المحاسبة الرشيقة (خرائط تيار القيمة، ومخطط ربط قياس الأداء، والتكلفة المستهدفة، والتحسين المستمر (كايزن)، وصندوق النقاط) في تحقيق الميزة التنافسية في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة. كما أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتدرج أن (مخطط ربط قياس الأداء) يعد من أبرز أدوات المحاسبة الرشيقة تأثيراً

في تحقيق الميزة التنافسية، تلاه، من حيث الأثر (التكلفة المستهدفة)، ثم (صندوق النقاط)، ثم (التحسين المستمر (كايزن))، ثم (خراط القيمة). ويعزي الباحث السبب في ذلك إلى أن استخدام أدوات المحاسبة الرشيقة يساهم في تخفيض التكاليف وزيادة سرعة الاستجابة والمرونة والجودة وتلبية احتياجات العملاء والحد من الهدر والضياع وتحديد الأنشطة المضيفة وغير المضيفة للقيمة، الأمر الذي ينعكس على قدرتها في تحقيق الميزة التنافسية.

٤. أظهرت نتائج اختبار الفرضيات المتفرعة عن فرضية الدراسة الرئيسة وجود أثر معنوي لتبني أدوات المحاسبة الرشيقة على تحقيق كل من ميزة (الجودة، والتكلفة، والمرونة، والتمايز)، وذلك عند دراسة الأثر عند كل ميزة منفردة، كما تبين أن (ميزة الجودة) هي الأكثر تأثراً بتبني أدوات المحاسبة الرشيقة، تلاها (ميزة المرونة)، ثم (ميزة التكلفة)، واحتلت (ميزة التمايز) بالمرتبة الأخيرة. ويعزي الباحث السبب في ذلك إلى أن تحقيق ميزة الجودة في العملية تتطلب التحديث والتطوير للمنتج بسلسلة من الخطوات والإجراءات تتضمن إعداد أهداف جودة طويلة الأجل، وتحديد طرق تحقيقها وتطويرها وتطبيقها، ومن ثم إعادة صياغة وتطوير خطط العمل المرتبطة بكافة مراحل العملية الإنتاجية وعمل الأقسام والعاملين والنشاطات الموجودة في الشركة، ذلك الأمر الذي تقوم به أدوات المحاسبة الرشيقة.

من جهة الدراسات السابقة باللغة العربية، فقد توافقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (السباعوي والطائي، ٢٠١٢) التي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين مرتكزات التصنيع الرشيق مجتمعة والميزة التنافسية، وأن الميزة التنافسية تتأثر بالتحسين المستمر، وتوافقت مع نتيجة دراسة (المعيني ومحمد، ٢٠١٣) التي توصلت إلى أن تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة لها القدرة على الحد من الهدر في العمليات الإنتاجية والإدارية، وإمكانية إمداد الجهات المستفيدة بالمعلومات الدقيقة والسريعة، وتوافقت كذلك مع نتائج دراسة (كاظم، ٢٠١٤) التي توصلت إلى أن تطبيق المحاسبة الرشيقة يوفر القدرة على تخفيض التكاليف وكمية المخزون، وتوافقت أيضاً مع نتائج دراسة (الموسوي والغرباوي، ٢٠١٥) التي توصلت إلى أن أدوات المحاسبة الرشيقة تدعم عملية تقييم أداء الوحدات الاقتصادية من خلال توفر مقاييس أداء على مستوى الخلية وتدفع القيمة وللوحدة الاقتصادية ككل، كما توافقت مع نتائج دراسة (الزبيدي والبكري، ٢٠١٥) التي توصلت إلى أن تطبيق المحاسبة الرشيقة تعد أكثر وضوحاً وملاءمةً في تطبيق حوكمة الشركات ومن ثم تحقيق الميزة التنافسية،

بالإضافة إلى أنها توافقت مع نتائج دراسة (علي، ٢٠١٦) التي توصلت إلى أن التصنيع الرشيق يعد من الأنظمة التي تسهم في تعزيز الميزة التنافسية للشركة عن طريق تقليل الهدر والوقت والمخارج غير المرغوب بها، ووجود علاقة ارتباط معنوية فوق المتوسط بين مرتكزات التصنيع الرشيق وبعد الكلفة، ووجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين مرتكزات التصنيع الرشيق وبعد المرونة.

أما من جهة الدراسات السابقة باللغة الإنجليزية، فقد توافقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Lewis, 2000) التي توصلت إلى أن تطبيق مبادئ التصنيع الرشيق يمكن أن يخلق الموارد الاستراتيجية لدعم الميزة التنافسية للشركات، وتوافقت مع نتائج دراسة (Arnas et al., 2013) والتي توصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين الأولويات التنافسية ومبادئ التصنيع الرشيق، كما توافقت مع نتيجة دراسة (Lopez & Santos, 2010) التي توصلت إلى أن اعتماد نموذج التصنيع الرشيق يجلب تحسينات في الإنتاج والجودة وفي أشكال توصيل الطلبات، وتوافقت أيضاً مع نتائج دراسة (Ofleanu & Topor, 2014) التي توصلت إلى أن المحاسبة الرشيقة تعمل على تخفيض التكاليف في الإنتاج باستخدام وقت أقل ومساحة وجهد بشري أقل وعدد أقل من المواد والمعدات.

ثانياً: الاستنتاجات

خلص البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات الميدانية والتي يعرضها الباحث كما يأتي:

١. تعد التكلفة المستهدفة والتحسين المستمر من أبرز أدوات المحاسبة الرشيقة التي تتبناها الشركات الصناعية الأردنية، وذلك نظراً لارتباطها بتحقيق التميز في التكلفة والجودة اللتين تعدان من الأهداف الإستراتيجية التي تسعى الشركات للوصول إليها.
٢. على الرغم من حداثة مفهوم المحاسبة الرشيقة واستخدام أدواته، إلا أنه يوجد هنالك اهتمام من قبل الشركات الصناعية الأردنية بتطبيق العديد من أدوات المحاسبة الرشيقة.
٣. تولي الشركات الصناعية الأردنية اهتماماً كبيراً بأبعاد الميزة التنافسية، وخاصة التكلفة والتمايز والجودة، فهي تعد من أبرز الأبعاد التي تعزز القدرة التنافسية للشركة وتكسبها العديد من المزايا التنافسية التي تضمن من خلالها بقاءها واستمراريتها وتعظيم مكانتها في السوق.

٤. تعد أدوات المحاسبة الرشيقة من الطرق التي تتيح للشركات الصناعية الأردنية إمكانية تحقيق الميزة التنافسية، حيث أن أدوات المحاسبة الرشيقة تهتم بإضافة القيمة على عمليات الشركة، كما أنها تهتم بالجودة والتكلفة من خلال الحد من الهدر والفاقد في الأنشطة والعمليات، والتركيز على الأنشطة التي تضيف القيمة وتعززها، وحذف تلك الأنشطة التي لا تضيف قيمة على العمليات.

ثالثاً: التوصيات

بالاعتماد على النتائج التي تم التوصل إليها، فإنه يمكن تقديم التوصيات الآتية:

١. زيادة مستوى اهتمام الشركات الصناعية بتبني تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة، وذلك للتأكيد على توليد القيم المضافة في كافة مراحلها الإنتاجية. لما لهذه الأدوات من دور في تحديد مواطن الهدر والفاقد، والأنشطة غير الضرورية في العمليات الرئيسية.
٢. التأكد من أثر تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة، وذلك من خلال اتخاذ القرارات الإنتاجية بالاعتماد على التقارير التي تقدمها تلك الأدوات، والاعتماد على المعلومات المستمدة من التقارير في تحديد احتياجات ومتطلبات العملاء.
٣. ضرورة ربط تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة بعمليات التصميم والتخطيط للأنشطة والعمليات الإنتاجية، وذلك لضمان توليد القيمة في جميع المراحل، وتحقيق الميزة التنافسية للشركة، من خلال تقديم منتجات بجودة عالية وتكلفة منخفضة وتتوافق مع التغيرات الحاصلة في أذواق العملاء، وتضيف القيمة المدركة لدى العميل.
٤. تحفيز إدارة الشركة أفرادها على الإبداع والابتكار في العمل، وقياس أثر ذلك على العمليات، من خلال التقييم الدوري والمستمر للأنشطة الإنتاجية، والاعتماد على المعلومات المالية والتشغيلية التي يقدمها صندوق النقاط في إعداد قوائم مالية، تستند في التقرير على الأرباح والخسائر بمجمل تدفق القيمة خلال الفترة.
٥. استقطاب المزيد من الخبرات والكفاءات التي تمكن الشركة من زيادة فاعلية تبني أدوات المحاسبة الرشيقة، والاستفادة من أثرها في تحقيق الميزة التنافسية، والتخطيط لعمليات تدريب وتطوير العاملين بالاعتماد على حاجة الشركة للخبرات اللازمة لذلك.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

١. أبو قحف، عبد السلام (٢٠١١). أساسيات الإدارة الاستراتيجية. ط١، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
٢. الباشا، رولا عماد الدين (٢٠١٦). أثر تطبيق أدوات المحاسبة الرشيقة على القيمة المضافة لرأس المال الفكري للشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان. أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.
٣. الذهبي، جليدة عيدان والغبان، ثائر صبري (٢٠٠٧). استهداف السعر كأساس لتحقيق تقنية التكلفة المستهدفة للوحدات الاقتصادية العاملة في بيئة الأعمال الحديثة. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، ١٣ (٤٨)، جامعة بغداد، بغداد، العراق، ص ص ٢٢٤-٢٥٠.
٤. الرقب، خالد مصلح حسين (٢٠٠٩). دور نظم المعلومات في تطوير الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على المدراء العاملين في وزارتي المالية والصحة بقطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
٥. الزبيدي، خليل إبراهيم وإسماعيل والبكري، رياض حمزة (٢٠١٥). دور المحاسبة الرشيقة في دعم حوكمة الشركات لتحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في شركة دبابي العامة للصناعات الكهربائية. *مجلة دراسات محاسبية ومالية*، ١٠ (٣٢)، جامعة بغداد، بغداد، العراق، ص ص ١-٣٥.
٦. الزعاري، راكن علي محمود (٢٠١٤). أثر التسويق الإلكتروني على تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة في الأردن. أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.
٧. زعرب، حمدي شحدة محمود (٢٠١٣). مدخل متكامل لإدارة التكلفة الإستراتيجية لدعم القدرة التنافسية لشركات قطاع الخدمات المدرجة في بورصة فلسطين: دراسة ميدانية. *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية*، ٢١ (١)، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، ص ص ٢٩-٧٧.
٨. الزواهره، محمد إبراهيم أمحمدان (٢٠١٢). أثر الاستراتيجيات التنافسية والتوجه السوقي على الأداء الفندقي: دراسة على عينة من الفنادق فئة الخمسة والأربعة نجوم في الأردن. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
٩. السبعواي، إسرائ وعد الله قاسم والطائي، بسام منيب (٢٠١٢). دور مرتكزات التصنيع الرشيق في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة: دراسة تحليلية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في نينوى. *مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية*، ١٦ (٤)، العراق، ص ص ٣٠٠-٣٢٠.
١٠. الشرفا، سلوى محمد (٢٠٠٨). دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف في قطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
١١. علي، سوزان عبد الغني (٢٠١٦). أثر مرتكزات التصنيع الرشيق في تعزيز الميزة التنافسية للشركة العامة للأدوية في سامراء: دراسة تحليلية. *مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية*، ٨ (١٥)، جامعة الأنبار، العراق، ص ص ٣١٤ - ٣٤٣.
١٢. عيسى، سريوان كريم ومحسن، محمد عبد العزيز (٢٠١٥). المحاسبة الرشيقة تطبيق نموذج مقترح لتيار القيمة في شركة فاملي لإنتاج الغذائية. *مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية*، ٥ (١)، جامعة كركوك، العراق، ص ص ١١٢-١٣٨.
١٣. كاظم، حاتم كريم (٢٠١٤). أمودج مقترح لتطبيق المحاسبة الرشيقة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية. *المجلة مركز الدراسات الكوفة*، ١ (٣٥)، جامعة الكوفة، العراق، ص ص ٢٢٣-٢٥٥.
١٤. محسن، إسرائ عبد السلام (٢٠١٦). مدى استخدام أدوات المحاسبة الرشيدة في تحقيق ميزة تنافسية في ظل إدارة الجودة الشاملة: دراسة حالة بنك فلسطين. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
١٥. المطارنة، غسان فلاح (٢٠٠٨). متطلبات ومعوقات تطبيق مدخل تكلفة المستهدفة في الشركات صناعية المساهمة العامة الاردنية. *مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية*، ٤٢ (٢)، سوريا، ص ص ٢٧٧-٣٠٥.
١٦. المطيري، فيصل (٢٠١٢). أثر التوجه الإبداعي على تحقيق ميزة تنافسية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

١٧. المعيني، سعد سلمان عواد ومحمد، رائد مجيد عبد (٢٠١٣). استعمال أدوات المحاسبة الرشيقة في تخفيض التكاليف: بحث تطبيقي في الشركة العامة للصناعات الكهربائية. مجلة دراسات محاسبية ومالية، ٨ (٢٥)، العراق، ص ص ٢٨٠ - ٣٤٠.
١٨. الموسوي، عباس نوار كحيط والغرباوي، سجاد مهدي عباس (٢٠١٥). استعمال أدوات المحاسبة الرشيقة في دعم نظم الإنتاج الرشيق وتقييم أداء الوحدات الاقتصادية. مجلة الكوئ للعلوم الاقتصادية والإدارية، (١٧)، جامعة واسط، العراق، ص ص ٣٠-١.
١٩. يونس، طارق شريف والنعمه، عادل ذاكر (٢٠١٠). التوافق الاستراتيجي بين استراتيجيات المنظمة والأساليب التنافسية في إطار عينة الشركات الصناعية للقطاع الخاص بالموصل. مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، ٣ (٥)، جامعة الأنبار، العراق، ص ص ٢٦١-٢٧٩.

1. Ahakchi, Roya, Ahakchi, Rana, Yangjh, Batol Sattari & Alilou, Mansour (2012). Lean Accounting, Adaptation Tool Lean Thinking and Lean Production. **World Applied Sciences Journal**, 17 (8), pp. 1040-1045.
2. Arnas, E.R., Jabbour, A.B & Saltorato, B. (2013). Relationships between Operations Strategy and Lean Manufacturing: An Exploratory Study. **African Journal of Business Management**, 7 (5), pp. 344-353.
3. Arora, V., & Soral, G. (2017). Conceptual Issues in Lean Accounting: A Review. **IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices**, 16 (3), pp.66-78.
4. Atem, Tongwa Ivo, & Yella, Gilbert Ncheh (2007). **Continuous Quality Improvement: Implementation and Sustainability**. Unpublished Master Thesis, Mälardalen University, Swedenp.
5. Bahadir, Ayca (2011). The Role of Management Accounting Systems In Implementing **Lean Business Strategies**. Unpublished Master Thesis, Erasmus University Rotterdam, Netherlands.
6. Bohari, A., Hin, C. & Kadir, K (2012). The Strategic Planning of SMEs in Malaysia: Types of Strategies in the Aftermath of Economic Downturn. **Asian Journal of Business and Management Sciences**, 2 (8), pp. 51-59
7. Chase, Richard, B., Aquilano, Nicholas, J. & Jacobs, F. Robert. (2004). **Operations Management for Competitive Advantage**. 10th ed., Mc Graw- Hill Companies, New Yourk, U.S.A.
8. Chopra, Abha (2013). Lean Accounting-An Emerging Concept. **International Journal of Marketing**, 2 (8), India, pp. 79-84.
9. Collier, Evans (2007). **Operation Management an Integrated Goods and Services Approach**. Thomson, South, Western, U.S.A.
10. Crandall, Richard E. (2007). **Lean Accounting - Fad or Fashion**. Appalachian State University, Boone, No 28608, American, www.Researchgate.Net, 28/2/2018.
11. Enoch, Okpala Kenneth (2013). Lean Accounting and Lean Business Philosophy in Nigeria: An Exploratory Research. **International Journal of Economics, Fnace and Management**, 2 (7), Nigeria, pp.508-515.
12. Gujarati, D.N. (2004). **Basic Econometrics**. 4thed., McGraw Hill, New York, UNA.
13. Hill, Terry (2000). **Operation Management: Strategic Context and Management Analysis**. Macmillan, London, United Kingdom.
14. Johnson, G., Scholes, K. & Whittington, R. (2008). **Exploring Corporate Strategy: Text and Cases**. 8th ed., Harlow, United Kingdom.
15. Jussila, Liro, Tuominen, Pasi & Matti Saksa, Juha (2008). Folowing A Different Mission: Where and How Do Consumer Co - Operatives Compete? **Journal of Co -Operative Studies**, 41 (3), pp. 28-39.
16. Kocamis, Tugce Uzun (2015). Lean Accounting Method for Reduction in Production Costs in Companies. **International Journal of Business and Social Science**, 9 (1), pp. 6-13.
17. Lewis, A. (2000). Lean Production and Sustainable Competitive Advantage. **International Journal of Operations and Production Management**, 20 (8), pp. 959-978.
18. Lopez, Patxi Ruiz & Santos, Jordi Fortuny (2010). An Accounting System to Support Process Improvements Transition to Lean Accounting. **Journal of Industrial Engineering and Management**, 3 (3), pp. 576-602.
19. Maskell, Biran & Baggaley, Bruce (2006). Lean Accounting: What's It All About?. **Association for Manufacturing Excellence's Target Magazine**, 22 (1), pp. 35-43.

20. Maskell, Brian H & Kennedy, Frances A (2007). Why Do We Need Lean Accounting And How Does It Work? **Journal of Corporate Accounting and Finance**, 18 (3), pp. 59-73.
21. Narayanan, V.K. (2001). **Managing Technology and Innovation for Competitive Advantage**. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
22. Ofileanu, Dimi & Topor, Dan Loan (2014). Lean Accounting - An Ingenious Solution For Cost Optimization. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 4 (4), Romania, pp. 342-352.
23. Paul, Ho (2016). Analysis of Competitive Environments, Business Strategies and Performance in Hong Kong's Construction Industry. **Journal of Management in Engineering**. 32 (2).
24. Porter, Michel (2003). **L'avantage Concurrences: How to Get Ahead of your Competitors and Maintain your Lead**. Dunod, Paris.
25. Salah, Wafaa & Zaki, Hanafi (2013). Product Costing in Lean Manufacturing Organizations. **Journal of Finance and Accounting**, 4 (6), pp. 86-98.
26. Sekaran, U. (2006). **Research Methods for Business**. 4th ed., John Wiley and Sons, Hoboken, NJ.
27. Wang, L. & Yuan, Q. (2009). Lean Accounting Based on Lean Production. **International Conference on Management and Service Science**. International Conference on Management and Service Science, on 20-22 September, pp. 1-4.
28. William, J, Stevenson (2007). **Production / Operations Management**. 8th ed, Mc Graw- Hill Companies, New Yourk, U.S.A.
29. Xueping, Li, Sawhny, Rapinder & Aendt, Eric John (2012). A Comparative Analysis of Management Accounting System Impact on Lean Implementation. **International Journal of Technology Management**, 57, pp. 33-48.

"أثر مناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي"

"دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات الأردنية"

د. أحمد ناصر أبوزيد*

تاريخ وصول البحث: ٢٧/٥/٢٠١٨م

تاريخ قبول البحث: ٢٣/٩/٢٠١٨م

الملخص

تعد أخلاقيات الأعمال عنصراً مهماً وأساسياً في نجاح المنظمات وبقائها ونموها. ويعكس مناخ العمل الأخلاقي ويحدد أخلاقيات المنظمة التي يمكن إدراجها ضمن شخصية موظفيها من خلال عملية التماثل التنظيمي. وبالتالي فإن الهدف من هذه الدراسة تحديد أثر مناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية. تكونت عينة الدراسة من (١٨٢) موظفاً من الشركات المستهدفة. ولغايات تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة تضمنت (٣١) فقرة لجمع البيانات المطلوبة. وقد تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد بهدف اختبار فرضية الدراسة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المناخ الأخلاقي السائد في الشركات المبحوثة هو مناخ القوانين والمدونات ومناخ القواعد، ووجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لأبعاد مناخ العمل الأخلاقي المتمثلة في (القانون والمدونات، الاستقلالية، القواعد، والرعاية) في التماثل التنظيمي، في حين وجود أثر سلبي ذي دلالة إحصائية للمناخ الواسائي كأحد أبعاد مناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي، وأن مستوى التماثل التنظيمي في الشركات المبحوثة من وجهة نظر العاملين فيها مرتفع. وعلى ضوء النتائج، توصي الدراسة بضرورة قيام الشركات المبحوثة بالعمل على إيجاد مناخ عمل أخلاقي، والحفاظ على ديمومته لما له من أهمية بارزة في تحسين الموقع التنافسي من خلال تحسين سمعة الشركة وصورتها، وتوظيف مناخ العمل الأخلاقي في زيادة مستوى التماثل التنظيمي لدى العاملين الأمر الذي سينعكس على زيادة الفاعلية التنظيمية، والحد من أو تقليل مستويات المناخ الواسائي نظراً لدوره السلبي في التماثل التنظيمي.

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات الأعمال، المناخ الأخلاقي التنظيمي، التماثل التنظيمي، شركات الاتصالات الخلوية.

*أستاذ مساعد، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة مؤتة.

Abstract

Business ethics are an important and fundamental element in the success, survival and growth of organizations. Ethical work climate reflects and defines the ethics of the organization included within the personality of its employees through the process of organizational identification. Therefore, the objective of this study is to determine the impact of the ethical work climate on the organizational identification at Jordanian telecommunication companies. The study sample consisted of 182 employees from the targeted companies.

To achieve the objectives of the study, the researcher designed a questionnaire containing (31) items to collect the required data. Multiple regression analysis was used to test the hypothesis of the study. The study revealed that the prevailing ethical climate in the target companies is the climate of laws and blogs, and climate of rules. The study showed a statistically significant impact of the variables of ethical work climate represented by (law, blogs, independency, rules and caring) on organizational identification. However, there is a statistically negative effect of instrumental climate as a variable of ethical work climate on organizational identification, whose level was viewed by workers as high in the targeted companies.

Based on such findings, the study recommends that the targeted companies strive to create an ethical work climate because of its important role in improving the competitive position by improving the company's reputation and image and applying the ethical work climate to increase the level of organizational identification among the employees and reduce the instrumental climate levels due to its negative role in organizational identification.

Keywords: Business Ethics, Ethical Work Climate, Organizational Identification, Telecommunication Companies.

المقدمة:

ظهرت أخلاقيات الأعمال كأحد المواضيع الهامة في المجتمعات خلال العقود الماضية وأصبحت تلعب دوراً هاماً في نجاح المنظمات على المدى الطويل (Van Aswegen & Engelbrecht, 2009) وعنصراً أساسياً لبقائها ونموها. فمن خلال الالتزام بأخلاقيات الأعمال يمكن للمنظمات أن تعزز وتحسن من سمعتها وصورتها وأن تكسب ثقة المجتمع وبالتالي امتلاكها لميزة تنافسية، إضافة إلى ذلك تساهم أخلاقيات الأعمال في زيادة فاعلية المنظمات من خلال تقليل السلوكيات الفاسدة وضمان اتخاذ القرارات بما ينسجم مع أهداف ومصالح المنظمة (Sofia et al., 2018)، لذا أصبح تأسيس مناخ عمل أخلاقي أمراً لا مفر منه لجميع المنظمات (DeConinck, 2011).

ووفقاً لكل من (Victor & Cullen, 1987; Jones, 2007; McDonald, 2009) يعكس المناخ الأخلاقي ويحدد أخلاقيات المنظمة، ويعبر عن الإدراك المشترك حول ماهو السلوك الأخلاقي الصحيح وكيف يمكن التعامل مع المواضيع / المعضلات الأخلاقية ومعالجتها.

وقد أكد (Hollinger & Clark, 1983) على أن المناخ الأخلاقي في بيئة الأعمال يعد عاملاً هاماً في تشكيل اتجاهات وسلوكيات العاملين، وانطلاقاً من ذلك ربطت العديد من الدراسات ما بين المناخ الأخلاقي للمنظمة واتجاهات وسلوكيات العاملين (Cullen et al., 1989)، حيث توصلت نتائج الدراسات إلى أن المناخ الأخلاقي له أثر إيجابي وهام على الرضا الوظيفي للعاملين (Tsai & Huang, 2008; Elci & Alpkan, 2009; Wang & Hsieh, 2012; Ebtsam, 2017; Park et al., 2012).

وكذلك توصلت نتائج الدراسات السابقة إلى أن مناخ العمل الأخلاقي له أثر إيجابي وهام على مستوى الالتزام التنظيمي لدى العاملين (Japneet, 2017; Okpara & Wynn, 2008; Martin & Cullen, 2006)، الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض معدل دوران العمل (Valentine & Barnett, 2003; Schepker Mulki, et al., 2006)، والوصول إلى أداء أفضل (Weeks et al., 2004; Sebastian & Barbara, 2017).

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة والمتعلقة بالمناخ الأخلاقي يتبين بأنها ركزت وبشكل كبير على العلاقة ما بين أنواع المناخ الأخلاقي والرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي وقد أهملت العديد من المتغيرات الهامة مثل التماثل التنظيمي. حيث يعرف التماثل التنظيمي وفقاً لكل من (Mael & Ashforth, 1992) على أنه حالة التوحد المدركة مع المنظمة والتعامل مع نجاح المنظمة أو فشلها على أنه نجاح أو فشل شخصي. وتكمن أهمية التماثل التنظيمي في الدور الهام الذي يؤديه في إظهار التكامل والتوافق ما بين أهداف وقيم العاملين والأهداف والقيم التنظيمية (Miller et al., 2000). كما ويتبين من خلال استعراض الأدبيات السابقة إلى أن دراسة مناخ العمل الأخلاقي والتماثل التنظيمي لم تحظ بعناية الباحثين في البيئة العربية بشكل عام والبيئة الأردنية على وجه الخصوص، وبالتالي، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى تحديد أثر مناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية.

مشكلة الدراسة:

أصبحت أخلاقيات الأعمال تلعب دوراً هاماً في نجاح المنظمات على المدى الطويل وعنصراً أساسياً لبقائها ونموها. فمن خلال الالتزام بأخلاقيات الأعمال يمكن للمنظمات أن تعزز وتحسن من سمعتها وصورتها وأن تكسب ثقة المجتمع وبالتالي امتلاكها لميزة تنافسية، إضافة إلى ذلك تساهم أخلاقيات الأعمال في زيادة فاعلية المنظمات من خلال تقليل السلوكيات الفاسدة وضمان اتخاذ القرارات بما ينسجم مع أهداف ومصالح المنظمة، لذا أصبح تأسيس مناخ عمل أخلاقي أمراً لا مفر منه لجميع المنظمات. كما أن مناخ العمل الأخلاقي يعد عاملاً هاماً في تشكيل اتجاهات وسلوكيات العاملين، حيث توصلت نتائج الدراسات إلى أن المناخ الأخلاقي له أثر إيجابي وهام على الرضا الوظيفي للعاملين، وعلى الالتزام التنظيمي، والتماثل التنظيمي.

ويعتبر قطاع الاتصالات في الأردن من القطاعات الهامة والحيوية، مما يتطلب الحفاظ على تنافسية هذا القطاع وزيادة فاعليته من خلال الربط بين مناخ العمل الأخلاقي الذي يمكن قطاع الاتصالات من تحقيق مزايا تنافسية وبناء سمعة جيدة، والدور الهام الذي يؤديه التماثل التنظيمي في إظهار التكامل والتوافق ما بين أهداف وقيم العاملين والأهداف والقيم التنظيمية، الأمر الذي يستدعي دراسة أثر مناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية للوقوف على مستوى ذلك التأثير من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

(١) ما هي أنواع مناخ العمل الأخلاقي السائدة في شركات الاتصالات الأردنية من وجهة نظر العاملين فيها؟

(٢) ما هو مستوى التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية من وجهة نظر العاملين فيها؟

(٣) هل يوجد أثر لمناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية؟

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال تطرقها لموضوع حيوي وهام يساعد الشركات المبحوثة على تعزيز تنافسيتها والحفاظ على ديمومتها، فمن خلال مناخ العمل الأخلاقي تستطيع الشركات المبحوثة إكتساب المزايا التنافسية والحفاظ على ديمومتها وبقائها، وزيادة فاعليتها من خلال الدور الهام الذي يؤديه التماثل التنظيمي في إظهار التكامل والتوافق ما بين أهداف وقيم العاملين والأهداف والقيم التنظيمية. كما وتستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها امتداد للجهود المبذولة في مناقشة القضايا الخاصة بمناخ العمل الأخلاقي والتماثل التنظيمي، وبالتالي فإنها تمثل إضافة للكتابات العلمية في هذا المجال. أيضا تعتبر هذه الدراسة الأولى من نوعها على مستوى البيئة الأردنية في حدود علم الباحث التي تناولت دور مناخ العمل الأخلاقي في تحقيق التماثل التنظيمي وبالتالي ستساهم نتائج هذه الدراسة في رفع قدرة الشركات المبحوثة على تأسيس مناخ عمل أخلاقي بهدف تعزيز التماثل التنظيمي.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف على أنواع مناخ العمل الأخلاقي السائدة في شركات الاتصالات الأردنية من وجهة نظر العاملين فيها.
٢. الكشف عن أثر مناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية.
٣. التعرف على مستوى التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية من وجهة نظر العاملين فيها.

فرضية الدراسة:

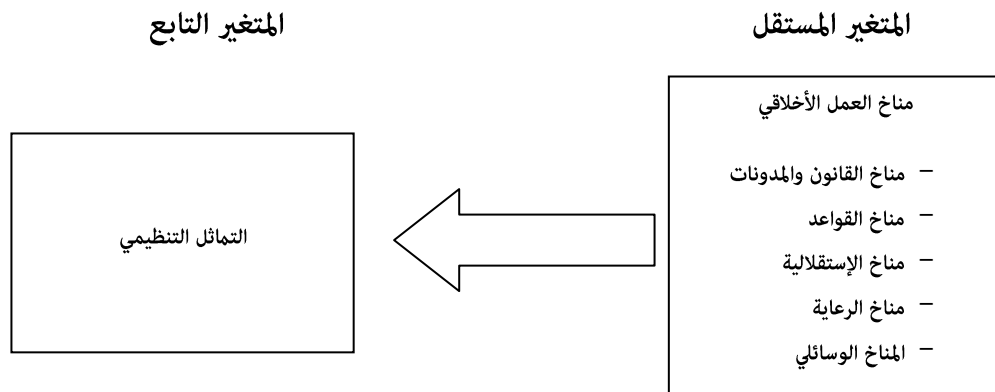
انطلاقا من مشكلة الدراسة وأهدافها وبعد مراجعة الأدبيات السابقة، قام الباحث بتطوير فرضية الدراسة الرئيسية بصيغتها العدمية على النحو الآتي:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لمناخ العمل الأخلاقي المتمثل في (القانون والمدونات، الرعاية، القواعد، الاستقلالية، والوسائل) على مستوى التماثل التنظيمي لدى العاملين في شركات الاتصالات الأردنية.

أهمودج الدراسة:

تكون أهمودج الدراسة من المتغيرات الافتراضية التالية:

شكل رقم (١) متغيرات الدراسة



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مجموعة من الدراسات منها (Harvey et al., 2006; Victor & Cullen, 1988)

الإطار النظري والدراسات السابقة

مناخ العمل الأخلاقي:

يعتبر المناخ الأخلاقي أحد أنواع المناخ التنظيمي، ويتضمن مجموعة من المناخات التي تعكس الإجراءات والسياسات والممارسات التنظيمية ذات النتائج والآثار الأخلاقية (Cullen, Parboteeah & Victor, 2003; Martin & Cullen, 2006).

ووفقاً لكل من (Victor & Cullen, 1988, 1987) يشير المناخ الأخلاقي إلى إدراك السلوك الأخلاقي الصحيح وكيفية التعامل مع القضايا الأخلاقية ومعالجتها، وقد عرفوه على أنه الإدراك السائد حول الممارسات والإجراءات التنظيمية المثلى ذات المحتوى الأخلاقي أو تلك الجوانب من مناخ العمل التي تحدد ما يشكل السلوك الأخلاقي في مكان العمل، وبناءً على ثلاثة فئات رئيسة من الفلسفة الأخلاقية وهي (الأناية، والإحسان، والمبدأ) وثلاثة مواضع من التحليل (عالمي، محلي، شخصي) إقترح كل من (Victor & Cullen, 1988, 1987) تسعة أنواع

من المناخ الأخلاقي تضمنت ماييلي: إجراءات وقواعد الشركة، والقوانين والمدونات الوظيفية، والمصلحة الشخصية، وربحية الشركة، والكفاءة، والصداقة، ومصالح الفريق، والمسؤولية الاجتماعية، والأخلاق الشخصية.

وبهدف تقييم وإختبار وجود هذه الأنواع التسعة من المناخ الأخلاقي قام كل من Victor & Cullen, (1987,1988) بتطوير إستبانة المناخ الأخلاقي، ومن خلال عدة دراسات مسحية تحققوا من وجود بعض أنواع المناخ الأخلاقي المقترحة وليس جميعها، حيث توصلت الدراسات التجريبية الى أن هناك خمسة أنواع من مناخ العمل الاخلاقي منبثقة عن الأنواع النظرية التسعة تظهر بشكل دائم في المنظمات (Martin & Cullen, 2006; Tsai & Huang, 2008; Bulutlar & Oz, 2009) وهي: القانون والمدونات، والإستقلالية، والقواعد، والرعاية، والمناخ الوسائلي. وقد تم تبني هذه الأنواع الخمسة في الدراسة الحالية لقياس مناخ العمل الأخلاقي.

• مناخ القانون والمدونات (Codes and Law Climate)

يرتبط مناخ القانون والمدونات بفلسفة المبدأ، وعندما يكون هذا المناخ هو السائد في المنظمة يتقيد العاملون بالمدونات والتشريعات الداخلية النازمة لمهنتهم والتشريعات الأخرى، كما أن عملية صنع القرارات تستند الى القوانين وقواعد السلوك المهني ومدونات السلوك الوظيفي (Wimbush, Shepard & Markham, 1997a, b; Martin & Cullen, 2006).

• مناخ الاستقلالية (Independency Climate)

يرتبط مناخ الاستقلالية بفلسفة المبدأ وتحليل الشخصية، ويعتمد بشكل أساسي على الأخلاق الشخصية والقيم الراسخة داخل الفرد في عملية صنع القرارات الاخلاقية، ويسلط هذا المناخ الضوء على المعتقدات الأخلاقية للأفراد مع ايلاء التأثير الخارجي اهتمام قليل (Wimbush, Shepard & Markham, 1997a, b; Martin & Cullen, 2006).

ووفقا لمناخ الاستقلالية فإن السلوك الأخلاقي للأفراد يزداد لكونه يعكس شكلا متقدما في إطار التطور الأخلاقي المعرفي (Wimbush, Shepard & Markham, 1997)، وبالتالي فإن أفعال الأفراد وقراراتهم ستعتمد على مبادئ الأخلاق والمنفعة (Ambrose, Arnaud & Schminke, 2008).

• مناخ القواعد (Rule Climate)

يرتبط مناخ القواعد بفلسفة المبدأ والتحليل المحلي، وفي هذا المناخ يتم إتباع السياسات والقواعد التنظيمية من قبل العاملين بدقة (Wimbush, Shepard & Markham, 1997a, b; Martin & Cullen, 2006). كما أن القرارات التنظيمية تتخذ على أساس مجموعة من المعايير أو القواعد التي تحددها المنظمة وتقوم بصياغتها بشكل مسبق (Liu, Fellows & Ng, 2004; Appelbaum, Deguire & Lay, 2005; Aquino & Becker, 2005). وعندما يكون هذا النوع من المناخ هو السائد فإن التمييز ما بين السلوك الصحيح والسلوك الخاطيء يتحدد وفقاً للقواعد التنظيمية.

• مناخ الرعاية (Caring Climate)

يرتبط مناخ الرعاية بفلسفة الإحسان والتحليل الشخصي، وفي هذا المناخ يكون للأفراد إهتمام صادق باحتياجات بعضهم البعض (Wimbush & Shepard, 1994; Parboteeah et al., 2005; Martin & Cullen, 2006). وكذلك احتياجات الآخرين داخل أو خارج المنظمة والذين قد يتأثرون بقراراتها الأخلاقية.

• المناخ الواسطي (Instrumental Climate)

يرتبط المناخ الواسطي بمبدأ الأنانية والتحليل الشخصي، وهذا المناخ يعتمد بشكل كبير على تعظيم المنافع الشخصية حيث يعتقد العاملين بأن القرارات تتخذ لخدمة مصالحهم أو لتقديم منافع شخصية لهم، وعندما يكون هذا النوع من المناخ هو السائد فإن معظم العاملين لا يهتموا بنتائج سلوكهم نحو الآخرين. وقد أظهرت الدراسات والأبحاث بأن هذا المناخ يعتبر منبوذا مقارنة مع الأنواع الأخرى للمناخ الأخلاقي (Cullen, Parboteeah & Victor, 2003; Erondu, Sharland & Okpara, 2004).

التماثل التنظيمي:

تعود جذور مفهوم التماثل التنظيمي إلى نظرية الهوية الاجتماعية التي قدمها (Tajfel, 1978; Tajfel & Turner, 1979) حيث ساهم تقديم نظرية الهوية الاجتماعية في تغيير الطريقة التي يدرس فيها علماء النفس الاجتماعي العلاقات والتفاعلات ما بين الأشخاص و المنظمات والمجموعات التي ينتمون اليها (Van Knippenberg & Hogg, 2001).

وإشتقاقا من نظرية الهوية الاجتماعية (Tajfel & Turner, 1985; Ashforth & Mael, 1989; Kramer, 1991) ونظرية تصنيف الذات (Haslam & Ellemers, 2005) تم تعريف التماثل التنظيمي على أنه علاقة تقاربية ما بين تعريف المنظمة والتعريف الذي يطبقه الشخص على نفسه (Dutton, Dukerich & Harquail, 1994). في حين عرّف (Mael & Ashforth, 1992) التماثل التنظيمي على أنه حالة التوحد المدركة مع المنظمة والتعامل مع نجاحها أو فشلها على أنه نجاح أو فشل شخصي ويعد هذا التعريف هو الأكثر شيوعاً.

ووفقا لكل من (Johnson et al., 1999; Van Knippenberg & Van Leeuwen, 2001) يعرف التماثل التنظيمي على أنه عملية الإقتناع الداخلي والخارجي التي من خلالها يقوم أعضاء المنظمة بإدراج الأفكار التنظيمية الرئيسية ضمن شخصيتهم. ويرى كل من (Ashforth & Mael, 1989; Rousseau, 1998) التماثل التنظيمي على أنه حكم معرفي يتعلق بالتوافق ما بين القيم التنظيمية والفردية ويخلو أساسا من أية عناصر تقييمية. بينما أشار كل من (Ashforth, Harrison & Corley, 2008) إلى أن التماثل التنظيمي يعكس مدى الإرتباط العاطفي والمعرفي بين العاملين ومنظمتهم ويتراوح ما بين الوعي المعرفي الأساسي الى حالة الإتصال الكامل بالمنظمة بما في ذلك الإنسجام مع قيمها وأهدافها، إضافة إلى ذلك اقترحوا بأن التماثل التنظيمي في جوهره يكمن في سبب إنضمام العاملين للمنظمة ومغادرتها طوعاً، وطريقة تأدية أعمالهم وتعاملهم مع الآخرين اثناء تأدية أعمالهم.

أما (Riketta, 2005) فقد قام بتطوير وصف مركب للتماثل التنظيمي يغطي عنصرين أساسيين من عناصر نظرية الهوية الاجتماعية عندما أشار في تعريفاته إلى أن العضو التنظيمي يربط عضويته التنظيمية بمفهومه الشخصي إما معرفيا مثل (الشعور كجزء من المنظمة، وإستيعاب القيم التنظيمية) او عاطفيا مثل (الشعور بالفخر بعضويته) او كلاهما.

وقد توصلت العديد من الدراسات إلى أن التماثل التنظيمي له أثر داعم وإيجابي على فاعلية المنظمة، وأداء العاملين، وسلوك المواطنة التنظيمية (Dukerich, Golden & Shortell, 2002; Kreiner & Ashforth, 2004) ويلعب دورا هاما في رفع مستوى الرضا الوظيفي والدافعية والإلتزام (Mael & Ashforth, 1992; Van Dick & Wagner, 2002) وكذلك يشجع العاملين على صنع القرارات التي تنسجم مع الأهداف التنظيمية

(Van Knippenberg & Van Schie, 2001) ويرتبط سلبيا بمعدلات دوران العمل (Smidts, Pruyn & Van Riel, 2001; Kreiner & Ashforth, 2004).

ومقارنة مع المتغيرات الأخرى المستخدمة لقياس اتجاهات وسلوكيات العاملين مثل الالتزام التنظيمي، والرضا الوظيفي، فإن التماثل التنظيمي لم يعطى الاهتمام الكافي في الأدبيات الحالية، نظرا للتعامل معه في معظم الدراسات السابقة على أنه مشابه لمفهوم الالتزام التنظيمي (Ashforth & Mael, 1989; Riketta, 2005) على الرغم من وجود فروقات شاسعة ما بين المفهومين وفقا لكل من (Mael & Tetrick, 1992)، ومن ضمن الفروق الرئيسة بين المفهومين أن التماثل التنظيمي تعود جذوره إلى نظرية الهوية الاجتماعية ويرتبط بإدراك الموظفين لحالة التوحد أو الانتماء للمنظمة.

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة متغيرات الدراسة الحالية. حيث أجرى (Eickholt, 2018) دراسة لاختبار أثر توجيهات الرؤساء على التماثل التنظيمي للمرؤوسين والنتائج المتعلقة بالعمل، شملت عينة الدراسة (٣٠٠) شخص يعملون في مختلف القطاعات في الولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين توجيهات الرؤساء ومستوى التماثل التنظيمي لدى المرؤوسين، كما أكدت نتائج الدراسة على أن القادة يلعبون دورا هاما ومحوريا في تحقيق التماثل التنظيمي داخل منظمات الأعمال. كما أجرى كل من (David et al., 2018) دراسة هدفت إلى تحديد أثر التماثل التنظيمي على أداء المبيعات، تضمنت عينة الدراسة (١٨٩) شخصا من العاملين في شركات الخدمات المهنية في الولايات المتحدة الأمريكية، توصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر مباشر وغير مباشر على أداء المبيعات في الشركات المبحوثة. كذلك أجرى كل من (Maimunah & Baki, 2017) دراسة هدفت إلى اختبار أثر العدالة التنظيمية والثقافية التنظيمية على التماثل التنظيمي، تضمنت عينة الدراسة (٣٠٢) مفردة من العاملين في الشركات الماليزية، توصلت نتائج الدراسة إلى أن العدالة التفاعلية والثقافة التنظيمية تساهم بشكل كبير في تحقيق التماثل التنظيمي. كما أجرى (Agrawal, 2017) دراسة هدفت إلى اختبار أثر أنواع مناخ العمل الأخلاقي على الثقة في الإدارة، تضمنت عينة الدراسة (٢٧٠) شخصا من (١٠) شركات هندية، توصلت نتائج الدراسة إلى أن مناخ العمل الأخلاقي الذي يتسم بالرعاية، والقانون والمدونات، والقواعد يساهم بشكل كبير في تعزيز ثقة العاملين في إداراتهم.

وكذلك أجرى كل من (Lilly et al., 2016) دراسة هدفت إلى التعرف على العلاقة بين مناخ العمل الأخلاقي والثقة التنظيمية، وشملت عينة الدراسة (٣٧٤) شخص من العاملين في جامعات الولايات المتحدة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مناخ القانون، ومناخ الاهتمام، ومناخ الإجراءات يرتبط بعلاقة إيجابية مع الثقة التنظيمية في حين أن المناخ الواسطي يرتبط بعلاقة سلبية مع الثقة التنظيمية. بينما هدفت دراسة (DeConinck, DeConinck B & Banerjee, 2013) إلى اختبار أثر مناخ العمل الأخلاقي على التماثل التنظيمي لدى عينة من مندوبي المبيعات بلغت (٤٢٦) شخصاً في الولايات المتحدة يعملون في قطاعات متعددة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مناخ العمل الأخلاقي يؤثر على مستوى التماثل ما بين مندوبي المبيعات وأهداف ورؤية منظماتهم، بالإضافة إلى أن مناخ العمل الأخلاقي يرتبط بشكل غير مباشر بمعدل دوران العمل من خلال التماثل التنظيمي. في حين تناولت دراسة كل من (Oncar & Yildiz, 2012) أثر مناخ العمل الأخلاقي على التماثل التنظيمي لدى عينة من العاملين في شركات التأمين التركية بلغت (٢٢٨) شخص، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين مناخ العمل الأخلاقي والتماثل التنظيمي، كما أظهرت نتائج الدراسة أن المناخ الأخلاقي يلعب دوراً وسيطاً في العلاقة ما بين سمعة المنظمة المدركة والتماثل التنظيمي. وتناولت دراسة كل من (Briggs, Jaramillo & Weeks, 2012) استكشاف العلاقة ما بين المناخ الأخلاقي والتماثل التنظيمي لدى عينة من مندوبي المبيعات بلغت (٢٧٠) شخصاً من العاملين في صناعة البث التلفزيوني في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين المناخ الأخلاقي التنظيمي والتماثل التنظيمي، وأن مندوبي المبيعات يمتلكون اتجاهات إيجابية نحو المنظمة عندما يدركون بأنها تركز على القيم الأخلاقية العالية.

أما دراسة (DeConinck, 2011) فقد هدفت إلى اختبار تأثير المناخ الأخلاقي على التماثل التنظيمي، والثقة برؤساء العمل لدى عينة من مندوبي المبيعات بلغت (٣٩٣) شخصاً في الولايات المتحدة يعملون في قطاعات متعددة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين المناخ الأخلاقي والتماثل التنظيمي، والثقة برؤساء العمل. في حين هدفت دراسة (Al-Bashabsheh, 2008) إلى تحليل أثر العدالة التنظيمية في التماثل التنظيمي في المؤسسات العامة الأردنية، وشملت عينة الدراسة (٩١٩) موظفاً، وتوصلت النتائج إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد العدالة التنظيمية في التماثل التنظيمي.

الطريقة والإجراءات

منهج الدراسة:

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في إجراء هذه الدراسة. فقد تم الرجوع الى الأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة بهدف تطوير وبناء الإطار النظري. كما قام الباحث بتوزيع استبانة بهدف جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة وتم استخدام الأساليب الإحصائية بهدف تحليل البيانات التي تم جمعها.

محددات الدراسة:

على الرغم من أهمية الدراسة الحالية إلا أن هنالك مجموعة من المحددات تضمنت مايلي: أولاً، اقتصرَت الدراسة الحالية على شركات الاتصالات الأردنية، وبالتالي لا يمكن تعميم نتائجها على القطاعات الأخرى. ثانياً، إن عملية تعبئة الاستبانة تمت بشكل اختياري، مما يعني امتلاك (المستجيبين) حرية عدم المشاركة وبالتالي يقلل ذلك من إمكانية تعميم النتائج على مجتمع الدراسة ككل.

مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في الإدارة العامة لشركات الاتصالات الخلوية في الأردن وفروعها المنتشرة في مدينة عمان والبالغ عددهم (٣٠٣) موظفين، وقد تم سحب عينة عشوائية بسيطة تمثل (60%) من مجتمع الدراسة بلغ عددها (١٨٢) موظفاً من مختلف المستويات الإدارية. ويعرض الجدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة.

جدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	١٠١	٥٥,٥٠
	أنثى	٨١	٤٤,٥٠
	المجموع	١٨٢	١٠٠%
سنوات الخبرة	أقل من (٥) سنوات	٣١	١٧,٠٣
	من (٥) سنوات إلى أقل من (١٠) سنوات	٧١	٣٩,٠١
	من (١٠) سنوات إلى أقل من (١٥) سنة	٦٤	٣٥,١٦
	من (١٥) سنة إلى أقل من (٢٠) سنة	١٦	٨,٨٠
	(٢٠) سنة فما فوق	-	-
	المجموع	١٨٢	%١٠٠

العمر	من (١٨) إلى (٢٥) سنة	٢٩	١٥,٩٤
	من (٢٦) سنة إلى (٣٢) سنة	٧٠	٣٨,٤٦
	من (٣٣) سنة إلى (٤٠) سنة	٦٨	٣٧,٣٦
	(٤١) سنة فما فوق	١٥	٨,٢٤
	المجموع	١٨٢	%١٠٠

أداة الدراسة:

تم تطوير استبانة كأداة لجمع البيانات، واشتملت على ثلاثة أجزاء وعلى النحو الآتي:

الجزء الأول: وتضمن المعلومات الديموغرافية لعينة الدراسة وهي (الجنس، العمر، والخبرة).

الجزء الثاني: وتضمن الفقرات المتعلقة بقياس المتغير المستقل للدراسة وهو مناخ العمل الأخلاقي. وقد تبني

الباحث الفقرات المتعلقة بقياس المتغير المستقل من دراسة (Victor & Cullen, 1988).

الجزء الثالث: وتضمن الفقرات المتعلقة بقياس المتغير التابع للدراسة وهو التماثل التنظيمي. وقد تبني الباحث

الفقرات المتعلقة بقياس المتغير التابع من دراسة كل من (Mael & Ashforth, 1992; Harvey, Cage, Wolfe &

Westerfield, 2006).

وقد صنف جميع إجابات فقرات الاستبانة للمتغيرات المستقلة والتابعة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي

(Likert). حيث تدرجت الإجابة من (لا أوافق بشدة = ١) إلى (أوافق بشدة = ٥).

صدق أداة الدراسة:

لاختبار الصدق الظاهري لأداة الدراسة عرضت المسودة الأولى لأداة الدراسة (الاستبانة) مرفقاً بها أهداف

وفرضيات الدراسة على مجموعة من أعضاء هيئة التدريس المختصين في مجال إدارة الأعمال، والسلوك التنظيمي،

ومنهجية البحث العلمي خلال مرحلة إعداد الدراسة، ووفقاً لآرائهم فإن لغة الاستبانة واضحة ومفهومة، كما أن

الاستبانة كافية وملائمة للدراسة الحالية.

ثبات أداة الدراسة:

قام الباحث باحتساب قيمة معامل كرونباخ الفا (Cronbach's alpha) لمتغيرات الدراسة بهدف التأكد

من ثبات أداة القياس ومدى الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة. وقد بلغت قيم الفا (٠,٩١) لفقرات الاستبانة

المتعلقة بمناخ العمل الأخلاقي و(٠,٨٩) لفقرات الاستبانة المتعلقة بالتماثل التنظيمي و(٠,٨٥) لفقرات الاستبانة

ككل، وتعتبر هذه النسب ممتازة لأنها أعلى من القيمة المقبولة (٠,٦٠) وهي مقبولة لغايات الدراسة الحالية (Hair et al., 1998).

التحليل الإحصائي:

فيما يلي عرض لنتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة، حيث تبين النتائج في الجدول رقم (٢) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة المتعلقة بمناخ العمل الأخلاقي، في حين تبين النتائج في الجدول رقم (٣) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة المتعلقة بالتماثل التنظيمي.

جدول رقم (٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الإستبانة المتعلقة بمناخ العمل الأخلاقي

القانون والمدونات		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يتقيد العاملون في الشركة بالقانون والمعايير المهنية		٤,٢٥	٠,٨٩
في الشركة التي أعمل فيها هناك اهتمام كبير بالقانون و مدونة السلوك الأخلاقي لمهنتنا		٤,٠٦	٠,٩٣
في الشركة التي أعمل فيها يتبع العاملون التشريعات والمعايير المهنية بدقة		٤,٠١	٠,٧٨
في الشركة التي أعمل فيها يؤخذ بعين الاعتبار فيما إذا كان القرار ينتهك أي تشريع		٤,١٨	٠,٨٥
المتوسط		٤,١٢	
مناخ الاستقلالية		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يتبع العاملون في الشركة معتقداتهم الأخلاقية والشخصية		٣,٨٩	١,٠٥
يسترشد العاملون في الشركة بأخلاقيهم الشخصية		٣,٧٣	٠,٩٧
يقرر كل عامل في الشركة لنفسه ما هو الصحيح وما هو الخاطئ		٣,٥٨	٠,٨٧
الاعتبار المهم في الشركة التي أعمل فيها هو أن يمتلك كل عامل إحساس بما هو صحيح وما هو خاطئ		٣,٩٧	٠,٨٢
المتوسط		3,79	
مناخ القواعد		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
من المهم جدا إتباع القواعد والإجراءات في الشركة التي أعمل فيها		٤,٣٠	٠,٩٩
يتوقع من جميع العاملين التمسك بقواعد و إجراءات الشركة		٤,١٨	٠,٨٤
العاملون في الشركة يتقيدون بشكل صارم بسياسات الشركة		٤,٢٢	٠,٧٩
المتوسط		٤,٢٣	
مناخ الرعاية		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاهتمام الرئيس في الشركة التي أعمل فيها هو القيام بما هو الأفضل للجميع		٣,٦٦	١,١٣
إن الاعتبار الأهم في الشركة التي أعمل فيها هو تحقيق الخير لجميع العاملين في الشركة كلهم		٣,٤٧	٠,٧٥
الاهتمام الرئيس في الشركة التي أعمل فيها هو القيام بما هو الأفضل للعاملين		٣,٣٩	٠,٩٣

المتوسط		المتوسط
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المناخ الوسائي
١,٠٩	٢,٣٧	يتوقع من العاملين في الشركة فعل أي شيء يحقق مصالحها وبغض النظر عن النتائج
٠,٩٦	٢,٧٦	لا يوجد مجال للأخلاق الشخصية لفرد ما في هذه الشركة
١,٠٢	٣,٤٢	في الشركة التي أعمل فيها يقوم العاملون بحماية مصالحهم الشخصية ويضعونها فوق كل اعتبار
٢,٨٥		المتوسط

كما يظهر من الجدول رقم (٢) تشير النتائج إلى أن مناخ القواعد يليه مناخ القانون والمدونات هي السائدة في شركات الاتصالات الأردنية حيث بلغ متوسط الفقرات (٤,٢٣) لمناخ القواعد و (4.12) لمناخ القانون والمدونات. كما يظهر من الجدول رقم (٢) فقد حصلت الفقرة (يتقيد العاملون في الشركة بالقانون والمعايير المهنية) على أعلى وسط حسابي حيث بلغ (٤,٢٥) في حين حصلت الفقرة (في الشركة التي أعمل فيها يتبع العاملون التشريعات والمعايير المهنية بدقة) على أدنى متوسط حسابي وقد بلغ (٤,٠١) وذلك ضمن مناخ القانون والمدونات. كما تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٢) إلى أن الفقرة (الإعتراف المهم في الشركة التي أعمل فيها هو أن يمتلك كل عامل إحساس بما هو صحيح وما هو خاطئ) قد حصلت على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (٣,٩٧) في حين حصلت الفقرة (يقرر كل عامل في الشركة لنفسه ما هو الصحيح وما هو الخاطئ) على أدنى متوسط حسابي وقد بلغ (٣,٥٨) وذلك ضمن مناخ الاستقلالية. أيضاً أظهرت النتائج الواردة في الجدول رقم (٢) أن الفقرة (من المهم جداً إتباع القواعد والإجراءات في الشركة التي أعمل فيها) قد حصلت على أعلى متوسط حسابي وقد بلغت قيمته (٤,٣٠) في حين حصلت الفقرة (يتوقع من جميع العاملين التمسك بقواعد وإجراءات الشركة) على أدنى متوسط حسابي حيث بلغت قيمته (٤,١٨) وذلك ضمن مناخ القواعد. أما فيما يتعلق بمناخ الرعاية فقد أظهرت النتائج الواردة في الجدول رقم (٢) أن الفقرة (الاهتمام الرئيس في الشركة التي أعمل فيها هو القيام بما هو الأفضل للجميع) قد حصلت على أعلى متوسط حسابي وقد بلغ (٣,٦٦) في حين حصلت الفقرة (الاهتمام الرئيس في الشركة التي أعمل فيها هو القيام بما هو الأفضل للعاملين) على أدنى متوسط حسابي وبلغت قيمته (٣,٣٩). وأخيراً أظهرت النتائج من الجدول رقم (٢) أن الفقرة (في الشركة التي أعمل فيها يقوم العاملون بحماية مصالحهم الشخصية ويضعونها فوق كل اعتبار) قد حصلت على أعلى متوسط حسابي وقد بلغت قيمته (٣,٤٢) في حين حصلت الفقرة (يتوقع من العاملين في الشركة فعل أي شيء يحقق مصالحها وبغض النظر عن النتائج) على أدنى متوسط حسابي حيث بلغت قيمته (٢,٣٧) وذلك ضمن المناخ الوسائي.

جدول رقم (٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة

المتعلقة بالتماثل التنظيمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التماثل التنظيمي
٠,٩٢	٣,٩٧	أعتبر نفسي ممثلاً جيداً أو سفيراً لهذه الشركة
١,٠٩	٣,٨٥	أعتقد بأن هذه الشركة تأخذني نحو المسار الصحيح
٠,٧٦	٤,١٠	أحاول صنع القرارات المتعلقة بالعمل من خلال الأخذ بعين الاعتبار نتائج أفعالي على الشركة
٠,٧٨	٣,٨٤	أشارك أهداف الشركة التي أعمل فيها بشكل شخصي و أقدر رسالتها
١,١٥	٣,٧٥	للشركة التي أعمل فيها معنى شخصي ذو قدر كبير بالنسبة لي
٠,٩٥	٣,٦٩	عندما ينتقد أحد الشركة التي أعمل فيها أعتبر ذلك إهانة شخصية
٠,٨٤	٣,٧١	أهتم كثيراً بما يفكر فيه الآخرون حول الشركة التي أعمل فيها
٠,٧٩	٣,٩١	عندما أتحدث عن الشركة التي أعمل فيها عادة ما أقول نحن بدلا من هم
٠,٨٥	٣,٧٧	إن نجاح الشركة التي أعمل فيها هو نجاحي
٠,٨٨	٣,٧٤	عندما يمدح شخص ما الشركة التي أعمل فيها أشعر بأن ذلك مجاملة شخصية لي
٠,٩٧	٣,٨٩	لدي ولاء مرتفع للشركة التي أعمل فيها
٠,٧٣	٣,٧٩	أعمل بإخلاص وصدق لتحقيق أهداف الشركة التي أعمل فيها
٠,٩٣	٣,٧٦	أشعر بالفخر لأنني أعمل في هذه الشركة
١,٠٢	٣,٨١	أتعامل مع مشاكل الشركة التي أعمل فيها وكأنها مشاكل الشخصية
	٣,٨٣	المتوسط

كما يظهر من الجدول رقم (٣) تشير النتائج إلى أن عينة الدراسة من موظفي شركات الإتصالات الأردنية لديهم مستوى مرتفع من التماثل التنظيمي حيث بلغ متوسط الفقرات (٣,٨٣). كما تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٣) إلى أن الفقرة (أحاول صنع القرارات المتعلقة بالعمل من خلال الأخذ بعين الاعتبار نتائج أفعالي على الشركة) قد حصلت على أعلى متوسط حسابي حيث بلغ (٤,١٠) في حين حصلت الفقرة (عندما ينتقد أحد الشركة التي أعمل فيها أعتبر ذلك إهانة شخصية) على أدنى متوسط حسابي وقد بلغ (٣,٦٩).

اختبار فرضية الدراسة:

قام الباحث بإجراء عدد من الاختبارات قبل البدء بتطبيق تحليل الانحدار لاختبار فرضية الدراسة وذلك للتأكد من مدى ملائمة البيانات لتحليل الانحدار، وقد تضمنت هذه الاختبارات ما يلي: اختبار معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor VIF)، واختبار التباين المسموح (Tolerance) وذلك بهدف التحقق من

عدم وجود مشكلة الارتباط الخطي (Multicollinearity) بين متغيرات الدراسة، وكذلك اختبار معامل الالتواء (Skewness) للتحقق من إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي، ويعرض الجدول رقم (٤) نتائج هذه الاختبارات.

جدول رقم (٤) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي و الارتباط الخطي المتعدد والتباين المسموح

المتغيرات المستقلة	معامل السماح	معامل التضخم VIF	معامل الالتواء
القانون والمدونات	٠,٤١٢	٢,٥٢	٠,٥٦٩
الاستقلالية	٠,٤٢٩	٣,٧٧	٠,٤٨٣
القواعد	٠,٤٥٣	٢,٨٥	٠,٤٣٣
الاهتمام	٠,٣٥٩	٢,٣٣	٠,٥٢٧
الوسائل	٠,٤٦٨	٢,١٥	٠,٥٧

كما يظهر من الجدول رقم (٤) تشير النتائج إلى أن قيم معامل تضخم التباين (VIF) أقل من (١٠) و أن قيم معامل السماح أعلى من (0.05) مما يعني عدم وجود ارتباط مرتفع بين المتغيرات المستقلة (Sekaran & Bougie, 2013). كما تشير النتائج من الجدول رقم (٤) إلى أن قيم معامل الالتواء أقل من (١) مما يعني إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي (Hair et al., 1998). وبناءً على هذه النتائج قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار المتعدد بهدف اختبار فرضية الدراسة. ويظهر الجدول رقم (٥) نتائج اختبار الفرضية الرئيسة.

جدول رقم (٥) نتائج اختبار الفرضية الرئيسة

النموذج	Unstandardized Coefficients B Std. Error	Standardized Coefficients Beta	قيمة t	Sig.
(Constant)	0.079 0.063			
مناخ القانون والمدونات	0.691 0.032	0.742	24.770	0.000*
مناخ الاستقلالية	0.377 0.024	0.448	6.205	0.000*
مناخ القواعد	0.675 0.029	0.715	18.327	0.000*
مناخ الرعاية	0.410 0.030	0.508	7.302	0.000*
المناخ الوسائل	- 0.150 0.021	- 0.218	- 3.972	0.041*
قيمة R	0.893			
قيمة R ²	0.797			
قيمة F	1057.195			
Sig.	0.000			

تشير النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (٥) إلى صلاحية النموذج العام لاختبار الفرضية الرئيسية نظراً لارتفاع قيمة (F) المحسوبة حيث بلغت (1057.195) عن قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$). كما تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (٥) إلى أن مناخ العمل الأخلاقي يفسر ما نسبته (79.7%) من التباين في المتغير التابع (التماثل التنظيمي). مما يؤكد وجود أثر لمناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية. كما يتضح من خلال النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (٥) ومن متابعة معاملات (Beta) وقيم اختبار (t) أن أبعاد مناخ العمل الأخلاقي (القانون والمدونات، الرعاية، القواعد، الإستقلالية، والوسائل) ذات تأثير دال إحصائياً في التماثل التنظيمي بدلالة إرتفاع قيم (t) المحسوبة عن قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) وقوة التأثير الدالة إحصائياً لقيم (Beta). ومما سبق يقتضي رفض الفرضية الصفرية والتي تنص على أنه:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمناخ العمل الأخلاقي المتمثل في (القانون والمدونات، الرعاية، القواعد، الاستقلالية، والوسائل) على مستوى التماثل التنظيمي لدى العاملين في شركات الاتصالات الأردنية. وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمناخ العمل الأخلاقي المتمثل في (القانون والمدونات، الرعاية، القواعد، الاستقلالية، والوسائل) على مستوى التماثل التنظيمي لدى العاملين في شركات الاتصالات الأردنية.

كذلك يتضح من خلال النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (٥) إلى وجود أثر إيجابي لمناخ القانون والمدونات، ومناخ الرعاية، ومناخ القواعد، ومناخ الاستقلالية في التماثل التنظيمي، في حين يوجد أثر سلبي للمناخ الوسائل في التماثل التنظيمي.

كما يتبين من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (5) أن جميع المعاملات في المتغير المستقل معنوية حيث بلغت قيمة بيتا لمناخ القانون والمدونات (0.742)، في حين بلغت قيمة بيتا لمناخ الاستقلالية (0.448)، بينما بلغت قيمة بيتا لمناخ القواعد (0.715)، في حين بلغت قيمة بيتا لمناخ الرعاية (0.508)، أما المناخ الوسائل فقد بلغت قيمة بيتا له (- 0.218) وجميعها ذات دلالة إحصائية وهذا يثبت معنوية معاملات الانحدار.

مناقشة النتائج:

توصلت نتائج الدراسة إلى أن مناخ العمل الأخلاقي له أثر ذو دلالة إحصائية في التماثل التنظيمي، كما وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أبعاد مناخ العمل الأخلاقي المتمثلة في (القانون والمدونات، الاستقلالية، القواعد، والرعاية) لها أثر إيجابي في التماثل التنظيمي، في حين أن المناخ الواسطي له أثر سلبي في التماثل التنظيمي، وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة الحالية مثل (DeConinck et al., 2013; Briggs et al.2012; Oncer & Yildiz, 2012).

ويمكن تفسير النتائج التي توصلت إليها الدراسة من خلال الدور الهام لمناخ العمل الأخلاقي في تشكيل اتجاهات وسلوكيات العاملين. كذلك يمكن تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال نظرية الهوية الاجتماعية التي أنبثق عنها مفهوم التماثل التنظيمي، فقد أكدت نظرية الهوية الاجتماعية على أن أعضاء المجموعة يقلدون سلوك الأعضاء الآخرين داخل المجموعة نفسها، فعندما يتصرف أعضاء المجموعة الآخرين بطريقة أخلاقية فإنهم سيعملون على تقليد هذا السلوك، وبالتالي، عندما تشجع الإدارة السلوك الأخلاقي من خلال جعل جميع العاملين يتحملون مسؤولية أفعالهم، وتعامل العاملين بشكل عادل، وتعاقب السلوك غير الأخلاقي (القواعد الأخلاقية)، وتشجع ممارسات الأعمال الأخلاقية، سوف يستوعب العاملون تلك القيم ويلتزمون بها.

كما يمكن تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال تأثير مناخ العمل الأخلاقي على درجة ثقة العاملين برؤسائهم، إذ أن هناك ثلاثة أنواع من مناخ العمل الأخلاقي وهي مناخ القانون والمدونات ومناخ القواعد والمناخ الواسطي تؤثر على درجة الثقة في الرؤساء، فكلما زاد مستوى الاهتمام بمناخ القانون والمدونات ومناخ القواعد كلما أدى ذلك إلى زيادة درجة ثقة العاملين برؤسائهم وبالتالي زيادة مستوى تماثلهم مع منظماتهم (DeConinck et al., 2013)، في حين أن الاهتمام بالمناخ الواسطي يدفع نحو اهتمام الرؤساء بحماية مصالحهم الشخصية والقيام بتصرفات تعتبر غير أخلاقية من قبل العاملين، مما يترتب على ذلك انخفاض مستوى ثقة العاملين برؤسائهم، وبالتالي انخفاض درجة تماثلهم مع منظماتهم.

أيضا يمكن تفسير نتائج الدراسة الحالية انطلاقا من أن مناخ العمل الأخلاقي له تأثير هام على زيادة مستوى الالتزام التنظيمي (Okpara & Wynn, 2008; Cullen et al, 2003; Martin & Cullen, 2006) وزيادة

معدلات الرضا الوظيفي للعاملين (Ebtsam, 2017; Park et al., 2012; Wang & Hsieh, 2012; Elci & Alpkkan, 2009; Tsai & Huang, 2008)، الأمر الذي ينعكس على زيادة درجة تماثلهم مع منظماتهم.

النتائج والتوصيات:

أظهرت نتائج الدراسة مايلي:

١. أن المناخ الأخلاقي السائد في شركات الاتصالات الأردنية هو مناخ القوانين والمدونات ومناخ القواعد، حيث بلغ المتوسط العام لمناخ القوانين والمدونات (4.12) في حين بلغ المتوسط العام لمناخ القواعد (4.23).
 ٢. وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد مناخ العمل الأخلاقي المتمثلة في (القانون والمدونات، الاستقلالية، القواعد، والرعاية) في التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية.
 ٣. وجود أثر سلبي ذو دلالة إحصائية للمناخ الواسطي كأحد أبعاد مناخ العمل الأخلاقي في التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية.
 ٤. أن مستوى التماثل التنظيمي في شركات الاتصالات الأردنية من وجهة نظر العاملين فيها مرتفع حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لمتغير التماثل التنظيمي (٣,٨٣).
- وعلى ضوء النتائج، توصي الدراسة بقيام الشركات المبحوثة بمايلي:
١. ضرورة العمل على إيجاد مناخ عمل أخلاقي والحفاظ على ديمومته لما له من أهمية بارزة في تحسين الموقع التنافسي من خلال تحسين سمعة الشركة وصورتها.
 ٢. استخدام مناخ العمل الأخلاقي كأداة لتحسين اتجاهات وسلوكيات العاملين وزيادة مستويات الرضا الوظيفي والالتزام التنظيمي.
 ٣. توظيف مناخ العمل الأخلاقي في زيادة مستوى التماثل التنظيمي لدى العاملين الأمر الذي سينعكس على زيادة الفاعلية التنظيمية.
 ٤. ضرورة الحد من أو تقليل مستويات المناخ الواسطي نظرا لدوره السلبي في التماثل التنظيمي.
 ٥. ضرورة الاستفادة من المقاييس التي تتبناها الدراسات لتشخيص مستويات التماثل التنظيمي وتحسينها بشتى الطرق والإمكانات.

الأبحاث المستقبلية:

يقترح الباحث إجراء دراسات على شركات تعمل في قطاعات أخرى لغرض تأكيد نتائج الدراسة الحالية. كما يقترح الباحث إجراء دراسات على شركات من مختلف الأحجام لغرض تأكيد النتائج التي تم التوصل إليها وبالتالي إمكانية تعميمها. أيضا يقترح الباحث إجراء بحوث مستقبلية تربط بين مناخ العمل الأخلاقي ومجموعة من المتغيرات التي لم تغطيها الدراسات السابقة مثل أداء الشركات، وسلوك المواطنة التنظيمية.

المراجع:

1. Agrawal, R. K. (2017). Do ethical climates impact trust in management? A study in Indian context. *International Journal of Organizational Analysis*, 25(5), 804-824.
2. Al-Bashabsheh, S. A. (2008). The Impact of the Organizational Justice upon the Organizational Identification in the Jordanian Public Cooperation, *Jordan Journal of Business Administration*, 4(4), 427-461.
3. Ambrose, M. L., Arnaud, A. & Schminke, M. (2008). Individual Moral Development and Ethical Climate: The Influence of Person–Organization Fit on Job Attitudes. *Journal of Business Ethics*, 77(3), 323-333.
4. Appelbaum, S. H., Deguire, K. J., & Lay, M. (2005). The Relationship of Ethical Climate to Deviant Workplace Behavior. *Corporate Governance*, 5(4), 43-55.
5. Aquino, K., & Becker, T. E. (2005). Lying in Negotiations: How Individual and Situational Factors Influence the Use of Neutralization Strategies. *Journal of Organizational Behavior*, 26(6), 661-679.
6. Ashforth, B. E., Harrison, S. H., & Corley, K. G. (2008). Identification in Organizations: An Examination of Four Fundamental Questions. *Journal of Management*, 34(3), 325-374.
7. Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
8. Briggs, E., Jaramillo, F., & Weeks, W.A. (2012). The Influences of Ethical Climate and Organization Identity Comparisons on Salespeople and their Job Performance. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 32(4), 421-436.
9. Bulutlar, F., & Oz, E. U. (2009). The Effects of Ethical Climates on Bullying Behavior in the Workplace. *Journal of Business Ethics*, 86(3), 273-295.
10. Cullen, J. B., & Bronson, J. W. (1993). The Ethical Climate Questionnaire: An Assessment of the Development and Validity. Paper Presented at the Annual Academy of Management Meeting, Atlanta, G A.
11. Cullen, J. B., Parboteeah, K. B., & Victor, B. (2003). The Effects of Ethical Climates on Organizational Commitment: A Two-Study Analysis. *Journal of Business Ethics*, 46(2), 127-141.
12. Cullen, J. B., Victor, B., Stephens, C. (1989). An Ethical Weather Report: Assessing the Organization's Ethical Climate. *Organizational Dynamics*, 18(2), 50-62.
13. David J. F., Abeza, G., Norm, O., & Carola, H. (2018). Organizational identification and independent sales contractor performance in professional services. *The Journal of Services Marketing*, 32(4), 373-386.
14. DeConinck, J. B. (2011). The Effects of Ethical Climate on Organizational Identification, Supervisory Trust, and Turnover Among Salespeople. *Journal of Business Research*, 64(6), 617-624.

15. DeConinck, J., DeConinck, M. B., & Banerjee, T. (2013). Outcomes of an Ethical Work Climate among Salespeople. *International Journal of Business Administration*, 4(4), 1-8.
16. Dukerich, J. M., Golden, B. R., & Shortell, S. M. (2002). Beauty is in the Eye of the Beholder: The Impact of Organizational Identification, Identity, and Image on the Cooperative Behaviors of Physicians. *Administrative Science Quarterly*, 47(3), 507-533.
17. Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.
18. Ebtsam, A. (2017). Relationship between ethical work climate and nurses' perception of organizational support, commitment, job satisfaction and turnover intent. *Nursing Ethics*, 24(2), 151-166.
19. Elci, M., & Alpan, L. (2009). The Impact of Perceived Organizational Ethical Climate on Work Satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 84(3), 297-311.
20. Erundu, E. A., Sharland, A., & Okpara, J. O. (2004). Corporate Ethics in Nigeria: A Test of the Concept of an Ethical Climate. *Journal of Business Ethics*, 51(4), 349-357.
21. Eickholt, M. S. (2018). *The Effect of Superiors' Mentoring on Subordinates' Organizational Identification and Workplace Outcomes* (Doctoral Dissertation). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global database. (UMI No. 10789351).
22. Hair, J., Anderson E., Tatham L., & Blackman, C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed). New Jersey: Prentice Hall.
23. Harvey, R. D., Cage, T., Wolfe, J. T., & Westerfield, R. (2006). The development and validation of the multi-dimensional organizational identification scale. Unpublished Manuscript.
24. Haslam, S. A., & Ellemers, N. (2005). Social Identity in Industrial and Organizational Psychology: Concepts, Controversies, and Contributions. In Hodgkinson, G. P. (Ed.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 39-118), Chichester, UK: Wiley.
25. Hollinger, R. D., & Clark, J. P. (1983). *Theft by Employees*. Lexington, MA: Lexington Books.
26. Japneet, K. (2017). Exploring relationships among ethical climate types and organizational commitment: A case of Indian banking sector. *Journal of Indian Business Research*, 9(1), 20-40.
27. Johnson, W. L., Johnson, A. M. & Heimberg, F. (1999). A Primary and Second - Order Component Analysis of the Organizational Identification Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 59(1), 159-170.
28. Jones, G. R. (2007). *Organizational Theory, Design, and Change*. Upper Saddle River: Prentice Hall.
29. Koh, H. C., & Boo, E. H., (2001). The Link between Organizational Ethics and Job Satisfaction: A Study of Managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, 29(4), 309-324.
30. Kramer, R. M. (1991). Intergroup Relations and Organizational Dilemmas: The Role of Categorization Processes. In Cummings, L. L. & Staw, B. M. (Eds.), *Research in organizational behavior* (pp. 191-207), Greenwich, CT: JAI Press.

31. Kreiner, G. E., & Ashforth, B. E. (2004). Evidence Toward an Expanded Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 25(1), 1-27.
32. Lilly, A., Duffy, J. A. & Wipawayangkool, K. (2016). The Impact of Ethical Climate on Organizational Trust and the Role of Business Performance: If Business Performance Increases, Does Ethical Climate Still Matter?, Institute of Behavioral and Applied Management: USA.
33. Liu, A. M., Fellows, M., & Ng, J. (2004). Surveyors' Perspectives on Ethics in Organizational Culture. *Engineering ,Construction and Architectural Management*, 11(6), 438-449.
34. Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
35. Mael, F. A., & Tetrick, L. E. (1992). Identifying Organizational Identification. *Educational and Psychological Measurement*, 52(4), 813-824.
36. Maimunah, I., & Baki, N. U. (2017). Organizational factors of justice and culture leading to organizational identification in merger and acquisition. *European Journal of Training and Development*, 41(8), 687-704.
37. Martin, K. D. & Cullen, J. B. (2006). Continuities and Extensions of Ethical Climate Theory: A Meta Analytic Review. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 175-194.
38. McDonald, G.M. (2009). An Anthology of Codes of Ethics. *European Business Review*, 21(4), 344-372.
39. Miller, V. D., Allen, M., Casey, M. K., & Johnson, J. R. (2000). Reconsidering the Organizational Identification Questionnaire. *Management Communication Quarterly*, 13(4), 626-658.
40. Mulki, J. P., Jaramillo, F., & Locander, W. B. (2006). Effects of Ethical Climate and Supervisory Trust on Salesperson's Job Attitudes and Intentions to Quit. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 26(1), 19-26.
41. Okpara, J. O., & Wynn, P. (2008). The Impact of Ethical Climate on Job Satisfaction, and Commitment in Nigeria: Implications for Management development. *Journal of Management Development*, 27(9), 935-950.
42. Oincer, A. Z., & Yildiz, M. L. (2012). The Impact of Ethical Climate on Relationship between Corporate Reputation and Organizational Identification. *Social and Behavioral Sciences*, 58, 714-723.
43. Parboteeah, K. P., Cullen, J. B., Victor, B. & Sakano, T. (2005). National Culture and Ethical Climates: A Comparison of U.S. and Japanese Accounting Firms. *Management International Review*, 45(4), 459-481.
44. Park, K., Chevalier, F., & Ali, M. (2012). Desirable Ethical Climates Impacts on Organizational Effectiveness: Moderations by Firm Characteristics. *African Journal of Business Management*, 6(14), 4848-4857.

45. Riketta, M. (2005). Organizational Identification: A Meta-Analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384.
46. Rousseau, D.M. (1998), "Why Workers Still Identify with Organizations", *Journal of Organizational Behavior* 19(3), 217-233.
47. Schwepker, Charles H., Jr. (1999). The Relationship between Ethical Conflict, Organizational Commitment, and Turnover Intentions in the Salesforce. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 19(1), 43-49.
48. Sebastian, G., & Barbara, W. (2017). The Relationship Between Informal Controls, Ethical Work Climates, and Organizational Performance. *Journal of Business Ethics*, 141(3), 505-528.
49. Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (6th edition). New York :Willey.
50. Smidts, A., Pruyn, A. T. H., & Van Riel, C. B. M. (2001). The Impact of Employee Communication and Perceived External Prestige on Organizational Identification. *The Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062.
51. Sofia, A. N., Sudiro, A., Hadiwidjaja, D., & Noermijati, N. (2018). The influence of ethical leadership to deviant workplace behavior mediated by ethical climate and organizational commitment. *International Journal of Law and Management*, 60(2), 233-249.
52. Tajfel, H. (1978). *Differentiation between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*. London: Academic Press.
53. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In Hatch M. J. & Schultz M. (Eds.), *Organizational Identity: A Reader* (pp. 56-65), New York: Oxford University Press.
54. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1985). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In *Psychology of Intergroup Relations*. Stephen W. and William G. A. (Eds.), Chicago: Nelson-Hall, 7-24.
55. Tsai, M., & Huang, C. (2008). The Relationship among Ethical Climate Types, Facets of Job Satisfaction, and the Three Components of Organizational Commitment: A Study of Nurses in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 80(3), 565-581.
56. Valentine, S., & Barnett, T. (2003). Ethics Code Awareness, Perceived Ethical Values, and Organizational Commitment. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 23(4), 359-367.
57. Van Aswegen, A. S., & Engelbrecht, A. S. (2009). The Relationship between Transformational Leadership, Integrity and an Ethical Climate in Organizations. *SA Journal of Human Resource Management*, 7(1), 175-184.
58. Van Dick, R., & Wagner, U. (2002). Social Identification Among School Teachers: Dimensions, Foci, and Correlates. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11(2), 129-149.
59. Van Knippenberg, D., & Hogg, M. A. (2001). Editorial: Social Identity Processes in Organizations. *Group Processes & Intergroup Relations*, 4(3), 185-189.

60. Van Knippenberg, D. & Van Leeuwen, E. (2001). Organizational identity after a merger: Sense of continuity as the key to post merger identification. In Hogg, M.A. & Terry, D.J. (Eds.), *Social identity processes in organizational context* (pp. 101-114). London: Psychology Press.
61. Van Knippenberg, D., & Van Schie, E. C. M. (2000). Foci and Correlates of Organizational Identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(2), 137-147.
62. Victor, B., & Cullen, J. B. (1987). A Theory and Measure of Ethical Climate in Organizations. In Frederick, W.C. & Preston L.E. (Eds.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, Greenwich: Jai Press.
63. Victor, B., & Cullen, J.B. (1988). The Organizational Bases of Ethical Work Climates. *Administrative Science Quarterly*, 33(1), 101-125.
64. Wang, Y., & Hsieh, H. (2012). Toward a Better Understanding of the Link between Ethical Climate and Job Satisfaction: A Multilevel Analysis. *Journal of Business Ethics*, 105(4), 535-545.
65. Weeks, W. A., Terry, W. L., Lawrence, B. C., and Kirk, W. (2004). The Effect of Perceived Ethical Climate on the Search for Sales Force Excellence. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 24(3), 199-214.
66. Wimbush, J. C., & Shepard, J. M. (1994). Toward an Understanding of Ethical Climate: Its Relationship to Ethical Behavior and Supervisory Influence. *Journal of Business Ethics*, 13(8), 637-647.
67. Wimbush, J. C., Shepard, J. M. & Markham, J. (1997a). An Examination of the Relationship Between Ethical Climate and Ethical Behavior from Multiple Levels of Analysis. *Journal of Business Ethics*, 16(16), 1705-1716.
68. Wimbush, J. C., Shepard, J. M., & Markham, J. (1997b). An Empirical Examination of the Multi-Dimensionality of Ethical Climate in Organizations. *Journal of Business Ethics*, 16(1), 67-77.

"موارد نُظُم المعلومات وأثرها في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية"

"دراسة ميدانية في المستشفيات الخاصة الأردنية"

د. أسيد العوايشة*

تاريخ وصول البحث: ٢٧/٥/٢٠١٨م

د. منيرة مفلح**

تاريخ قبول البحث: ٢٤/١٠/٢٠١٨م

ملخص

يشهد العصر الحديث تحولاً كبيراً في النمو الإداري نتيجة التطورات المتسارعة في تقنيات الحاسوب ونظمها مما أجبر المنظمات المعاصرة بالتحول إلى الإدارة الإلكترونية في كافة عمليات المنظمة، ومن ضمن الإدارات التي طالها التحول الإلكتروني إدارة الموارد البشرية، تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر موارد نُظُم المعلومات على الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية من وجهة نظر الإداريين في القطاع الصحي وبشكل خاص المستشفيات الخاصة الأردنية الحاصلة على شهادة الاعتمادية الدولية، تم وضع مجموعة من الفرضيات البحثية وتقديم نموذج مفاهيمي، وُزعت الاستبانات بعد سحب عينة عشوائية طبقية متناسبة حجمها (357) موظفاً من العاملين في الإدارة العليا والوسطى والتنفيذية في هذه المستشفيات، وقد تم استرجاع (309) استبانة صالحة للتحليل.

وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لموارد نظم المعلومات بمتغيراتها مجتمعة في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية بمتغيراتها مجتمعة في المستشفيات الخاصة الأردنية. وعلى ضوء نتائج الدراسة قدم الباحثون مجموعة من التوصيات من أبرزها: ضرورة التحول الكامل نحو الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية.

الكلمات المفتاحية: موارد نُظُم المعلومات الإدارة الإلكترونية الموارد البشرية المستشفيات الخاصة الأردنية.

*طالب ماجستير، إدارة أعمال، كلية المال والأعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

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

***مستل من رسالة ماجستير.

Abstract

The modern era has been witnessing a major change in management growth as a result of the accelerated developments in computer technologies and their systems, which have forced modern organizations to move to electronic management in all organization processes. Among the administrations that underwent electronic transformation is human resource management. The study aims to examine the impact of information systems resources on management In the perspective of health sector managers, particularly Jordanian private hospitals with international accreditation, set of research hypotheses was developed and a conceptual model was presented, a simple stratified sample of (357) employees of senior, middle and executive management was chosen, and (309) valid questionnaires were retrieved for analysis.

The study concluded that there is a statistically significant impact of the resources of information systems in the electronic management of human resources at Jordanian private hospitals. In light of the results, the researchers presented a number of recommendations, the most of which is the need for a complete transformation towards the electronic management of human resources.

Keywords: Information Systems Resources, Electronic Management, Human Resources, Jordanian Private Hospitals

من المعلوم أنَّ الثابت الوحيد في بيئة أعمال هذا العصر هو التغير المستمر والمضطرد وعلى كافة الصعد وفي كل المجالات؛ فإن امتلاك التكنولوجيا ووسائل الاتصالات الحديثة من جانب؛ والحصول على البيانات وتحويلها إلى معلومات وتوفيرها لمتخذ القرار في الوقت الملائم من الجانب الآخر؛ أصبحت ميزةً تنافسية تتسابق عليها المنظمات المتميزة.

ونشأ عن هذا التكامل ما بين التكنولوجيا وإدارة المعلومات ما بات يُعرف بنُظُم المعلومات الذي يُعدُّ بمثابة العمود الفقري للمنظمة الحديثة؛ لما تمتاز به من قدرات هائلة في معالجة البيانات وتصنيفها وتبويبها وتخزينها وتسهيل استرجاعها؛ مما سهّل وسرّع مهمة صنّاع القرار ومتخذيها، فقد أحدثت تكنولوجيا الحاسوب في السبعينيات والثمانينات من القرن الماضي تطوراً ملحوظاً في أداء الأعمال؛ خاصّة مع ظهور الحواسيب الشخصية والشبكات، ثم يلي ذلك ظهور قواعد البيانات المصممة لتلبية احتياجات أقسام شؤون العاملين، فظهر ما يُعرف بنُظُم المعلومات. (هوبكنز، ماركهام، ١٨، ٢٠٠٨).

وقد استفادت إدارة الموارد البشرية كما وظائف الإدارة الأخرى من نُظُم المعلومات في ممارسة عملياتها المختلفة الساعية لتوفير الموارد البشرية الملائمة وتدريبها وتطويرها، بحيث بات يعرف بـ (رأس المال البشري) لما تملكه المنظمة من معارف ومهارات متجسدة في أفرادها (جرادات، الصالح، والمعاني، ٣٢٠، ٢٠١١). وقد جاءت الدراسة الحالية كمحاولة لبيان أثر موارد نُظُم المعلومات في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.

١,٢ مشكلة الدراسة Problem of the Study:

يشهد العصر الحديث تحولاً كبيراً في النمو الإداري نتيجة التطورات المتسارعة في تقنيات الحاسبات الإلكترونية ممّا حدا بالمنظمات المعاصرة بالتحويل إلى الإدارة الإلكترونية في كافة عمليات المنظمة؛ بهدف تقليل الكلفة وزيادة كفاءة العمل، ومن ضمن الإدارات التي طالها التحول الإلكتروني إدارة الموارد البشرية فظهر ما أطلق عليه فيما بعد نظام الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية وهو تطبيق معتمد على الويب في النظم المرتبطة بالموارد البشرية ممّا أعطى دوراً أكثر استجابة لاستراتيجية الموارد البشرية ودعم أكبر للإدارة، وتقليل النفقات

الإدارية، وحفظ البيانات بطريقة أكثر دقة، وتحسين كفاءة المعلومات، وخفض المصاريف الإدارية المتعلقة بالموارد البشرية وغيرها من الفوائد.

جاءت هذه الدراسة لبيان أثر استخدام موارد نُظُم المعلومات (الأفراد، الأجهزة، البرمجيات، البيانات، الشبكات والاتصالات) في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية (التوظيف والتدريب والتقييم والتعويضات الإلكترونية) من وجهة نظر الإداريين في قطاع المستشفيات الخاصة الأردنية وذلك من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس:

ما هو أثر موارد نُظُم المعلومات في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية؟ وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- ١) ما أثر بُعد موارد نُظُم المعلومات مجتمعة في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية؟
- ٢) ما أثر بُعد موارد نُظُم المعلومات مجتمعة في التوظيف الإلكتروني والتدريب الإلكتروني وتقييم الموارد البشرية الإلكترونية والتعويضات الإلكترونية للموارد البشرية؟

١,٣ أهمية الدراسة:

- تناولت العديد من الدراسات موارد نُظُم المعلومات وأثرها في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية، وبرأي الباحثين فإن أهمية هذه الدراسة تظهر في الآتي:
- ١) تسهم هذه الدراسة في الوقوف على مدى التأثير الذي يمكن أن تحدثه موارد نُظُم المعلومات في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في بيئة الأعمال.
 - ٢) بيان أهمية الدراسة بالنسبة للباحثين (الإحاطة الفكرية بموضوع البحث وزيادة الرصيد المعرفي من خلال زيادة قدرته على القيام بالأبحاث العلمية).
 - ٣) بيان أهمية الدراسة بالنسبة للمستشفيات الخاصة (التعرف على الواقع الفعلي لأثر موارد نُظُم المعلومات على الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية).
 - ٤) بيان أهمية الدراسة بالنسبة للعلم (المساهمة في روافد المكتبة العامة بالنتائج التي ستتوصل إليها الدراسة في بيان أثر موارد نُظُم المعلومات؛ على الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية، وفتح آفاق جديدة للباحثين لتناول الموضوع بمزيد من البحث.

١,٤ أهداف الدراسة:

- (١) تهدف هذه الدراسة لبيان موارد نُظُم المعلومات (الأفراد، الأجهزة، البرمجيات، البيانات، الشبكات والاتصالات) وأثرها في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية (التوظيف الإلكتروني والتدريب الإلكتروني والتقويم الإلكتروني والتعويضات الإلكترونية) من وجهة نظر الإداريين في قطاع المستشفيات الخاصة الأردنية.
- (٢) التعرف إلى مستوى توفر موارد نُظُم المعلومات المذكورة آنفًا في المستشفيات الخاصة الأردنية.
- (٣) التعرف على مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية (التوظيف الإلكتروني والتدريب الإلكتروني والتقويم الإلكتروني والتعويضات الإلكترونية) في المستشفيات الخاصة الأردنية.
- (٤) التوصل إلى جملة من المقترحات والتوصيات للمستشفيات الخاصة الأردنية؛ فيما يتعلق بموضوع الدراسة.

١,٥ فرضيات الدراسة:

تمّت صياغة فرضيات الدراسة في ضوء مشكلة الدراسة، وعناصرها المختلفة؛ من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

الفرضية الرئيسية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات بمتغيراتها مجتمعة (الأفراد، الأجهزة، البرمجيات، البيانات، الشبكات والاتصالات) في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية. وتندرج منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الاولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في التوظيف الإلكتروني في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.

الفرضية الفرعية الثانية:

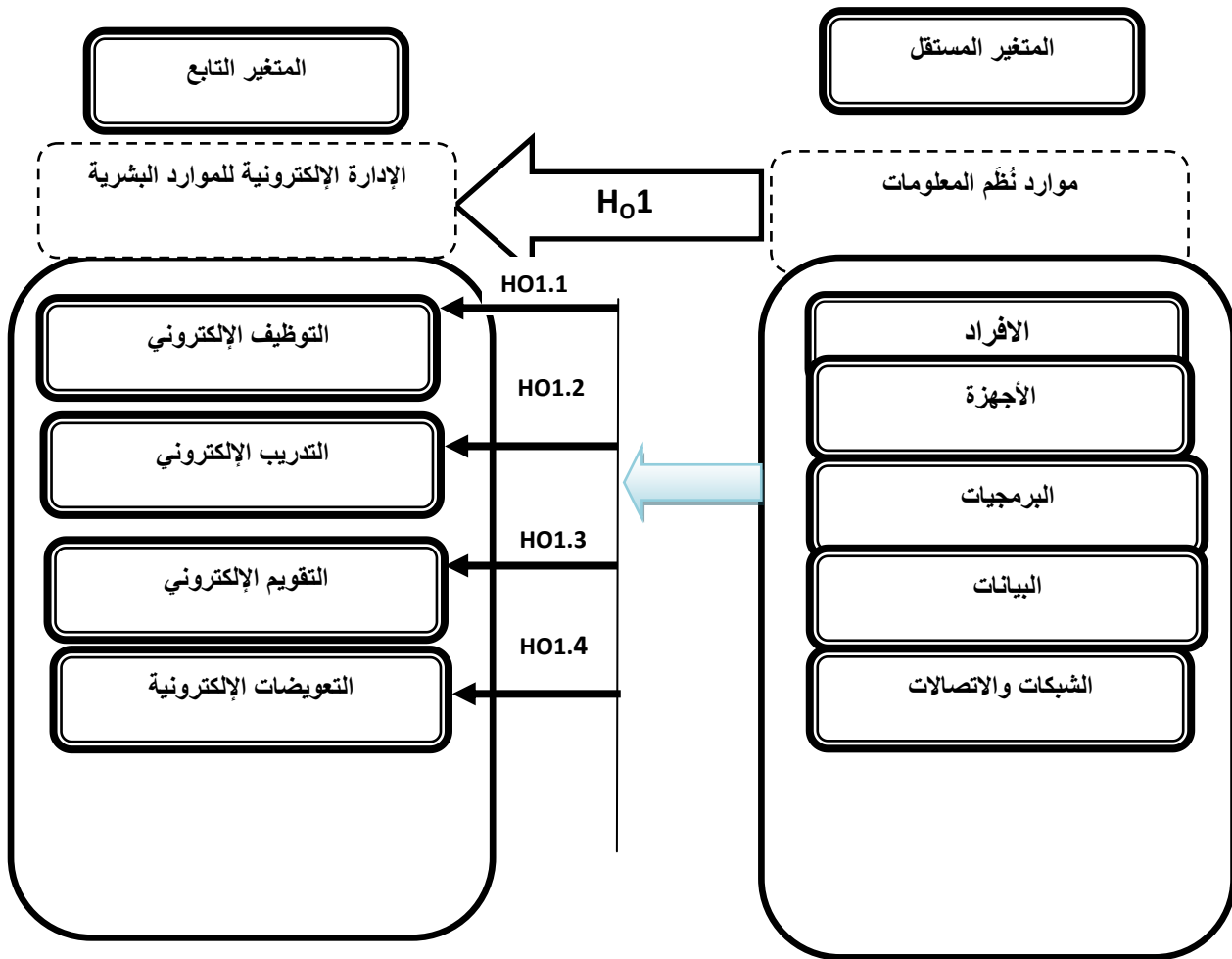
لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في التدريب الإلكتروني في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في تقويم الموارد البشرية الإلكترونية في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.

الفرضية الفرعية الرابعة:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في التعويضات الإلكترونية للموارد البشرية في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.



شكل (١) أمودج الدراسة من اعداد الباحثين

المراجع: المتغير المستقل: (Laudon& Laudon, 2014) (O' Brien, 2004) (النجار، ٢٠١٤).

المتغير التابع: (Stone& Dulebohn, 2013) (Dessler, & Tan, 2006.).

١,٧ منهجية الدراسة:

اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي الذي يلائم الدراسات التي تتبنى المدخل المعرفي في استقصاء الظاهرة التي بلورتها مشكلة الدراسة، وتمّ تحليلها وتفسيرها ومقارنتها وتقويمها وفق أسس منهجية علمية رصينة، بغية الوصول إلى تقويمات ذات مغزى. (النعيمة، البياتي وخليفة، ٢٠٠٩، ١٣٩).

١,٧,١ مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من المستشفيات الخاصة الأردنية الحاصلة على شهادة الاعتمادية الدولية لجودة الخدمات الصحية في مدينة عمان وهي: مستشفى الأردن، والمستشفى التخصصي، ومستشفى الاستقلال، والمركز العربي للقلب، ومستشفى الخالدي. وبذلك فإن عدد المستشفيات محل الدراسة هو خمسة مستشفيات حيث تم اختيارها بناءً على حصولها على شهادة الاعتمادية الدولية لجودة الخدمات الصحية وذلك بالرجوع إلى موقع المستشفيات الخاصة الأردنية من خلال الرابط: (<http://www.hcac.jo>).

١,٧,٢ عينة الدراسة:

بلغ مجموع أفراد مجتمع الدراسة (٥١٢٠) فرداً. ولتحقيق أهداف الدراسة جرى سحب عينة عشوائية طبقية متناسبة من العاملين في الإدارات العليا و الوسطى والدنيا من المستشفيات التي تُشكّل مجتمع الدراسة، وقد بلغ حجم عينة الدراسة من العاملين (٣٥٧) فرداً بحسب جداول Sekaran & Bougie (2007,294) حيث قسم مجتمع الدراسة إلى خمس طبقات تمثل كُبريات المستشفيات الخاصة الأردنية الحاصلة على شهادة الاعتمادية الدولية للرعاية الصحية، وتم سحب عينة عشوائية طبقية متناسبة باستخدام المعادلة التالية Sekaran & Bougie (2007,292):

$$\frac{\text{عدد الكادر في المستشفى} \times \text{حجم العينة}}{\text{عدد الكادر لمجتمع الدراسة}}$$

وقد جرى توزيع الاستبانات على عينة الدراسة البالغة عددها (٣٥٧)، حيث تم استرداد (٣٠٩) استبانة، وهذا يشكل (٨٦,٥%) من الاستبانات الموزعة. وبعد فرزها تبين أن الاستبانات الصالحة للتحليل بلغت (٣٠٩) استبانة وهذا الرقم يشكل ما نسبته (٨٦,٥%) من مجموع الاستبانات الموزعة، وما نسبته (٨٦,٥%) من مجموع الاستبانات المسترجعة والصالحة للتحليل.

١,٧,٣ أداة الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان باستخدام الاستبانة كأداة للدراسة، حيث قاما بتصميم وتطوير الاستبانة بالرجوع للدراسات العربية والأجنبية المرتبطة في مجال الدراسة كما تمت الاستفادة من أصحاب

الرأي والاختصاص في هذا المجال. وقد تم بناء مقياس الدراسة الحالية (الاستبانة) بالاعتماد على مقاييس، خضع بعضها للاختبار وبعضها مطور وبلاسترشاد بخصائص متغيرات الدراسة الحالية، ويجمع بين الاستعارة الكلية والجزئية لفقرات القياس والتكيف والتعديل لفقرات أخرى، وكذلك الحذف والإضافة وبما ينسجم مع بيئة الدراسة والبيئة الأردنية بشكل عام. وبعد الاستئناس بالآراء المختلفة تم الحصول على النسخة النهائية للاستبانة بحيث تكونت من ثلاثة أجزاء رئيسية هي:

الجزء الأول: البيانات والخصائص الديموغرافية الخاصة بعينة الدراسة.

الجزء الثاني : المتغير المستقل في هذه الدراسة وهو (موارد نُظُم المعلومات) حيث قسم إلى خمسة أبعاد فرعية هي: الأفراد، والأجهزة، والبرمجيات، والبيانات، والشبكات والاتصالات.

الجزء الثالث : فتضمن المتغير التابع وهو: (الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية) حيث قُسم إلى أربع أبعاد فرعية هي: التوظيف الإلكتروني، والتدريب الإلكتروني، وتقويم الأداء الإلكتروني، والتعويضات الإلكترونية.

١,٧,٤ صدق أداة الدراسة وثباتها:

قام الباحثان بتحكيم الاستبانة للتحقق من مدى صدقها وقدرتها على قياس الغرض الذي صُممت من أجله، حيث يُعدّ صدق المحتوى ضروري للتأكد من صلتها بالصفة المراد قياسها أو مدى تمثيل بنود الاختبار للسلوك المراد قياسه والتأكد من أن الفقرات المصاغة شملت جميع جوانب الموضوع واستوعبت تفاصيله وإضافة أو حذف بعض العبارات التي لم تنل رضا وموافقة أغلبية المحكمين. حيث قام الباحثان بعرضها على مجموعة من أساتذة الجامعات الأردنية من أصحاب الاختصاص والباع الطويل في مجال الإدارة والأبحاث العلمية، بلغ عددهم (١٥) أستاذًا جامعيًا.

١,٧,٥ المعالجة الإحصائية:

لقد تم إخضاع البيانات الأولية للدراسة لعدد من الأساليب الإحصائية اللازمة لغايات الحصول على نتائج الدراسة، وذلك باستخدام برنامجي PLS,SPSS .

٢. الإطار النظري:

٢,١ موارد نُظُم المعلومات:

١. الأفراد (الموارد البشرية): تحتاج كل منظمة تستخدم نُظُم المعلومات الى الأفراد العاملين لتشغيل وإدارة هذه النظم ومكوناتها، لذلك فإن التدريب والتطوير من الأمور الهامة جداً لمواكبة التحديث في نُظُم المعلومات الإدارية، وتشمل الموارد البشرية عادة على:

- أ- المستخدم النهائي: وهو الفرد الذي يستفيد من مخرجات نظام المعلومات وهذا يتطلب توفير وسيلة تخاطب سهلة معه مثل: المديرين والمحاسبين ورجال البيع والموظفين وغيره.
- ب- مختصي نُظُم المعلومات: وهم الأشخاص الذين يقضون وقتاً كاملاً في نظام المعلومات تطويراً وتحليلاً وتصميماً وتشغيلاً. انظر (النجار، ٥٧، ٢٠١٣).

٢. الأجهزة (الموارد المادية): تتضمن الأجهزة والمكونات المادية والمواد المستخدمة في البيانات إذ لا تتضمن فقط الأجهزة مثل: الحاسوب والطابعة ولوحة المفاتيح وغيرها، بل تشمل أيضاً مدى إمكانية تحديث هذه الأجهزة بشكل دوري منتظم؛ لمواكبة التغيرات المستمرة والاحتياجات المتجددة في المنشأة. (النجار، ٥٨، ٢٠١٣).

٣. موارد البرمجيات: وهي الأنظمة والبرامج التي تشغل الأجهزة من البيانات والمعلومات والمعارف وتحدد العمليات التي ستؤديها الأجهزة (النجار، ٥٨، ٢٠١٣). وتشتمل البرمجيات على: برمجيات التشغيل وبرمجيات التطبيقات والنصوص والإجراءات.

ويرى (الزعيبي، ٢٠١١) أن البرمجيات هي المكونات غير المادية والتي تشتمل على النظم والبرمجيات الأساسية اللازمة لتشغيل أنظمة المعلومات ومنها نُظُم التشغيل و البرمجيات المساندة و تطبيقات نُظُم المعلومات.

٤. موارد البيانات: تعدّ البيانات جزءاً أساسياً من أصول المنشأة، لذلك يجب أن ينظر إلى البيانات كمورد يجب أن ينظم ويدار بكفاءة بحيث يتضمن جميع مكونات تكنولوجيا المعلومات اللازمة للمنشأة حتى تستطيع البيانات خدمة المستخدم النهائي في المنشأة، كما أن إدارة موارد البيانات؛ يجب أن تكون جزءاً متكاملًا مع استراتيجية المنشأة واحتياجاتها، أما تنظيم موارد البيانات في نُظُم المعلومات فقد تكون على شكل: قواعد بيانات، قواعد معرفة، قواعد نماذج، أو بنوك المعلومات التي توفر المعلومات لإعطاء الخبرة في المواضيع المختلفة (النجار، ٥٩، ٢٠١٣).

٥. **موارد الشبكات والاتصالات:** تعتبر الشبكات و الاتصالات جزءاً أساسياً من الموارد في جميع أنواع نُظُم المعلومات المكونة لنظم المعلومات الإدارية، حيث انتشرت العديد من أنظمة خزن المعلومات وتمريرها مثل: الإنترنت، والإنترنت وكذلك الإكسترانت، التي أصبحت تُمثل عوامل النجاح المعيارية في العمليات وفي المنظمات، والتي يتم من خلالها نقل البيانات و المعلومات سواء داخل المنشأة أو خارجها، إذ زاد الاعتماد على الشبكات المحلية و العالمية واسعة الانتشار (النجار، ٢٠١٣، ٥٩).

٢،٢ الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية:

١. **التوظيف الإلكتروني:** يُعدّ التوظيف واحداً من أهم المجالات التي يمكن أن يفيد فيها استخدام نظام للإدارة الإلكترونية للموارد البشرية، حيث يستطيع النظام إحداث تغيير جذري في الطرق التي يتم من خلالها توظيف عمالة جديدة، وتستغرق الطرق التقليدية وقتاً طويلاً حيث تتطلب بذل جهد إداري ضخم للتحقق من أداء العمليات في التوقيت الصحيح.

كما يمكن أن يساعد إدخال نظام الإدارة الإلكترونية بشكل كبير في عملية تسجيل الوقت والحضور، ويتمثل ذلك في إمكانية مراقبة عملية ضبط الوقت والحضور في الوقت الحقيقي، ويمكن لمن يقوم بتسجيل الدخول على أحد النظم الموجودة على الإنترنت الحصول على معلومات فورية تتعلق بالكثير من الأمور (هوبكنز وماركهام، ٢٠٠٨، ١٧٢).

٢. **التدريب الإلكتروني:** تعمل نُظُم الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية على تقليل نفقات عملية التدريب وزيادة فعاليتها، وذلك من خلال العديد من الوسائل، منها: تقدم تلك النظم وسيلة جديدة لتوفير فرص التدريب والتعلم. ولقد أثار نظام التعلم الإلكتروني كثيراً من الجدل في الأعوام الأخيرة، مما يخفي حقيقة أنه تطوير لنظام قائم بالفعل. فبالإمكان توفير فرص التدريب من خلال أجهزة الكمبيوتر المكتبية الخاصة بجميع الموظفين بالشركة، ولم يَعد قاصراً فقط على ما كان يشار إليه بالتدريب القائم على الكمبيوتر أو التدريب باستخدام الوسائط المتعددة، وإنما يشمل العديد من الوسائل الأخرى، فيمكن للمتدربين الاتصال بالمدرسين أو غيرهم من الخبراء عن طريق البريد الإلكتروني، كما تتيح برامج المشاركة للمتدربين الإشتراك في برامج تدريبية أشبه بتلك المعتمدة على نظام الفصول الدراسية وهم جالسون أمام شاشات الكمبيوتر و التواصل مع غيرهم سواء بأصواتهم أو من خلال استخدام لوحة المفاتيح، وقد يستطيعون رؤيتهم من خلال ملفات الفيديو المتدفقة إلى أجهزتهم، وينبغي أن

تكون لدى أصحاب الشركات والمؤسسات القدرة على تحديد نفقات التدريب الحالية، ويعتمد هذا على نوعية التدريب المقدم، فتقل نفقات إعداد برامج التدريب القائمة على نظام ورش العمل وإدارتها نوعاً ما عن غيرها من أشكال التدريب الأخرى، ولكنها تتكلف أيضاً نفقات ليست بالقليلة في كل مرة يتم تنظيمها، وذلك لأنها تشمل نفقات المدرب ونفقات الإنتقالات والإقامة والمعيشة لكل المشتركين بالتدريب، بالإضافة إلى الخسائر الناتجة عن التوقف عن العمل. هذا في حين تتكلف برامج التعلم عن بعد نفقات أكبر ولكن تنخفض نفقاتها إذا تم تقديمها لعدد أكبر من المتدربين. (هوبكنز، وماركهام، ٢٠٠٨، ١٠٦).

٣. **تقويم الموارد البشرية الإلكترونية:** في سبيل متابعة أهداف عملية تقويم الأداء، تقوم كثير من المنظمات بتوفير عملية تقويم أداء إلكترونية لتسهيل إدارة عملية التقويم. وتساعد هذه الأنظمة المدراء على قياس الأداء، كتابة تقارير الأداء وتوفير التغذية الراجعة للعاملين، تستخدم أنظمة مراقبة الأداء المحوسبة في تسهيل عملية قياس الأداء عن طريق قياس متغيرات معينة مثل عدد الوحدات المنتجة، أو الوقت المستغرق لتنفيذ المهام أو معدل الأخطاء.

٤. **تعويضات الموارد البشرية الإلكترونية:** إن أنظمة التعويضات الإلكترونية تستعمل لأغراض تطوير وتنفيذ أنظمة دفع الأجور في المنظمات، تقديم حزم المنافع للعاملين وتقويم فعالية أنظمة التعويضات، وتكون تلك الأنظمة متمتعة بالكفاءة عند قدرتها على تحقيق أهداف المنظمة العامة (Stone & others, 2006, 239).

٢,٣ الدراسات السابقة:

تعدّ الدراسات السابقة رصيلاً معرفياً؛ يستفيد منها الباحثان في التعرف على كيفية تقويم الدراسات واختيار المواضيع التي تم بحثها ضمن متغيرات الدراسة بالإضافة إلى التعرف على نتائجها والتوصيات التي تم تقديمها في هذه الدراسات.

• دراسة (علي وإبراهيم، ٢٠١٦) بعنوان: "دور الخصائص النوعية لمخرجات نظام إدارة الموارد البشرية في تعزيز التميز المنظمي: دراسة تحليلية لآراء القيادات في شركة كورك تيلكوم للاتصالات فرع مدينة أربيل"

هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين الخصائص النوعية لمخرجات نظام إدارة الموارد البشرية بأبعاده (البعد الزمني، البعد الشكلي، البعد المحتوى) والتميز المنظمي بأبعاده (القيادة، الاستراتيجية، الأفراد، العمليات)، في شركة كورك تيلكوم للاتصالات في العراق، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تحليل (٦٠) استبانة تم توزيعها على المدراء ورؤساء الأقسام والوحدات في الشركة، و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها وجود علاقة إيجابية بين الخصائص النوعية لمخرجات نظام إدارة الموارد البشرية والتميز المنظمي، وجود علاقة إيجابية بين أبعاد الخصائص النوعية لمخرجات نظام إدارة الموارد البشرية بأبعاده المذكورة مع التميز المنظمي، كما أن الخصائص النوعية لمخرجات نظام إدارة الموارد البشرية بأبعاده تؤثر في التميز المنظمي.

• دراسة (البطينة، ٢٠١٦) بعنوان: "أثر استراتيجية إدارة الموارد البشرية على الأداء الوظيفي: دراسة ميدانية من وجهة نظر المديرين في البنوك التجارية الأردنية / محافظة إربد"

هدفت الدراسة إلى بيان أثر استراتيجية إدارة الموارد البشرية (التوظيف، التدريب، التعويض، التطوير) على الأداء الوظيفي دراسة ميدانية من وجهة نظر المديرين في البنوك التجارية الأردنية / محافظة إربد، وقد تكون مجتمع الدراسة من المديرين و العاملين في البنوك التجارية في محافظة إربد وبلغت العينة الكلية (٨٧) مدير واستخدم الباحث برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها وجود علاقة ارتباط إيجابية بين كل من استراتيجية التوظيف واستراتيجية التطوير واستراتيجية التدريب والأداء الوظيفي، وعدم وجود علاقة ارتباط إيجابية بين استراتيجية التعويض والأداء الوظيفي.

• دراسة (أبو بكر، 2015) بعنوان: "أثر فاعلية وظائف إدارة الموارد البشرية في ذكاء المنظمة: الدور الوسيط لنُظُم معلومات الموارد البشرية؛ دراسة تطبيقية في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر فاعلية وظائف إدارة الموارد البشرية في ذكاء المنظمة في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن في ظل وجود نُظُم معلومات الموارد البشرية، حيث يكون مجتمع الدراسة من المصارف الإسلامية العاملة في الأردن ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث أداة الاستبانة لجميع البيانات اللازمة وتم

توزيعها على (201) فرد واستخدم أسلوب تحليل المسار، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير لوظائف إدارة الموارد البشرية في ذكاء المنظمة في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن، ووجود تأثير غير مباشر لوظائف إدارة الموارد البشرية في ذكاء المنظمة من خلال نُظُم معلومات الموارد البشرية في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن، وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات منها ضرورة إيلاء وظائف إدارة الموارد البشرية الأهمية القصوى من قِبَل المصارف الإسلامية العاملة في الأردن، نظراً لما تنطوي عليه هذه الوظائف من دور حيوي وهام في ضمان تطور ونجاح واستمرارية هذه المصارف، وذلك من خلال توفير كوادر بشرية مؤهلة ومدربة ذات كفاءة في إدارات الموارد البشرية في المصارف الإسلامية العاملة بالأردن، وتطبيق كافة وظائف إدارة الموارد البشرية من قِبَل المصارف الإسلامية العاملة في الأردن دون استثناء مع التركيز على وضوح كل وظيفة من خلال القياس بشكل مرحلي ممنهج.

ب. الدراسات باللغة الإنجليزية:

● دراسة (Parry, Furtmueller, 2017) بعنوان:

Electronic HRM: four decades of research on adoption and consequences.

(إدارة الموارد البشرية الإلكترونية: أربعة عقود من البحث عن التبني والعواقب)

هدفت الدراسة إلى التعرف على ممارسات الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية، وعلى الرغم من وجود عدد من المراجعات الأخيرة للبحوث الإلكترونية لإدارة الموارد البشرية الإلكترونية، التي لا زالت تفتقر إلى فهم شامل للعوامل التي تؤثر على اعتماد إدارة الموارد البشرية الإلكترونية ونتائجها، فإن هذه الورقة تقدم استعراضاً لأربعة عقود من البحوث في هذا المجال بهدف توفير إطار موجز وإدماجي كأساس للبحوث في المستقبل، وكما توصلت الدراسة إلى وجود عوامل تؤثر على اعتماد إدارة الموارد البشرية الإلكترونية ويمكن تقسيمها إلى ثلاثة مجالات: التكنولوجيا؛ منظمة؛ والناس نشير إلى هذا كإطار "توب". وتماماً مع تقسيم العواقب إلى تلك التي تكون عملية، وعلائقية وتحويلية، وكما توصلت الدراسة أيضاً إلى وجود تحوّل في أهداف إدارة الموارد البشرية الإلكترونية، من الكفاءة إلى تحسين تقديم خدمات الموارد البشرية وإعادة التوجيه الإستراتيجي لإدارات الموارد البشرية، وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات ومن أبرزها هو ضرورة دراسة التحولات التي تُحدثها ممارسة الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية بشكل تفصيلي إلى جانب دراسة الآثار المترتبة على هذه التحولات.

• دراسة (Bondarouk, Harms, Lepak, 2017) بعنوان: Does e-HRM lead to better HRM service?

(هل إدارة الموارد البشرية الإلكترونية تؤدي إلى أفضل خدمة من إدارة الموارد البشرية؟)

هدفت الدراسة إلى البحث عن العلاقة بين إدارة الموارد البشرية الإلكترونية وجودة خدمة إدارة الموارد البشرية وتعالج ندائين من الدراسات الإلكترونية للموارد البشرية والأخيرة، لتسليط الضوء على أهمية التفاعل بين الجوانب التكنولوجية والتنظيمية والنتيجة التي تحسّن إدارة الموارد البشرية في جودة الخدمة نتيجة تنفيذ إدارة الموارد البشرية الإلكترونية. وكما توصلت الدراسة بأن المحركات الرئيسة لجودة خدمة إدارة الموارد البشرية هي نقاط القوة على حد سواء من إدارة الموارد البشرية وإدارة الموارد البشرية الإلكترونية، حيث يمكن أن توسط هذه العلاقة من قبل وتيرة استخدام إدارة الموارد البشرية الإلكترونية. وبالإضافة إلى ذلك، وبناء على نظرية الهيكلية التكيفية، قد تختلف درجة الوساطة داخل أنظمة ارتفاع وانخفاض إدارة الموارد البشرية الإلكترونية. حيث استخدم الباحث تحليل الوساطة معتدلة على عينة من ١٤٠ موظفاً من وحدة إدارية لتسليط الضوء على محركات الأقراص من جودة الخدمة إدارة الموارد البشرية. وبينما حدد التأثيرات المباشرة الإيجابية القوية لقوة إدارة الموارد البشرية وقوة إدارة الموارد البشرية الإلكترونية، فإنه لا يكشف أي من الوساطة أو تأثيرات الوساطة المحتملة، وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات ومن أبرزها ضرورة البحث في إدارة الموارد البشرية الإلكترونية من خلال تحديد سابقة من جودة الخدمة في إدارة الموارد البشرية كقوة لإدارة الموارد البشرية الإلكترونية.

• دراسة (Moghadam, Moradi, & Kabezade, 2016) بعنوان:

Surveying the Relation between Professional Competencies and Instruments of Electronic Human Resource Management (E-HRM) in Shima Parto Co.

(مسح العلاقة بين الكفاءات المهنية وأدوات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية في شركة شيما بارتو) هدفت هذه الدراسة، إلى محاولة التحقيق في أدوات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية، والكفاءات والأدوار. كما تم دراسة العلاقة بين الكفاءات (المتغير المستقل) وأدوارها الفعالة (المتغير التابع) وأدوات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية فيما يتعلق بالمتغيرين. ولهذا الغرض، تم اختيار عينة إحصائية عشوائية من ١٢١ شخص من الموارد البشرية المهنية بين كبار الخبراء في شركة شيما بارتو، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية وكبيرة في البعد المختلف الذي تختلف شدته. وبتحقيق دور أدوات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية في العلاقة بين كفاءات الموارد البشرية المهنية

والتنفيذ الفعال لأدوارها، وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات وكان من أبرزها: ضرورة الاهتمام باستقطاب ذوي المؤهلات والكفاءات المهنية من أجل تحقيق فعالية أكبر لإدارة الموارد البشرية الإلكترونية.

٣. عرض النتائج

٣,١ اختبار فرضيات الدراسة:

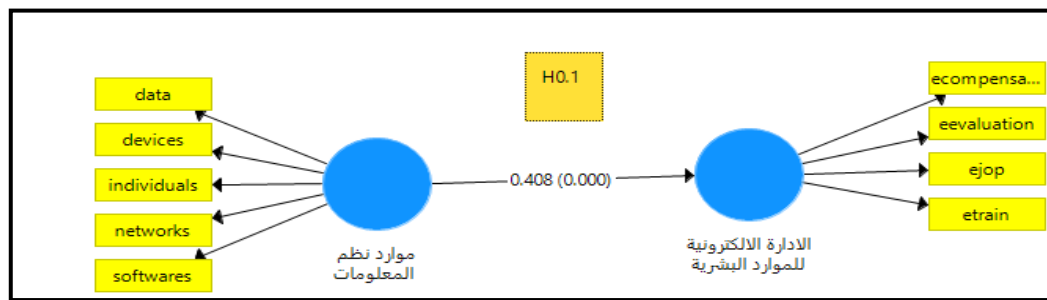
استخدم الباحثان برنامج (SPSS، SEM-PLS) النمذجة بالمعادلة الهيكلية وكانت عينة الدراسة (٣٠٩)

فرد، والشكل (٢) يوضح قيم (α, β) للحكم على الفرضيات بقبولها أو رفضها:

الفرضية الرئيسة:

H_01 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات بمتغيراتها المعروفة

مجتمعةً في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.



شكل (٢) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية
ويبين الجدول رقم (١) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية

الجدول (١) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية

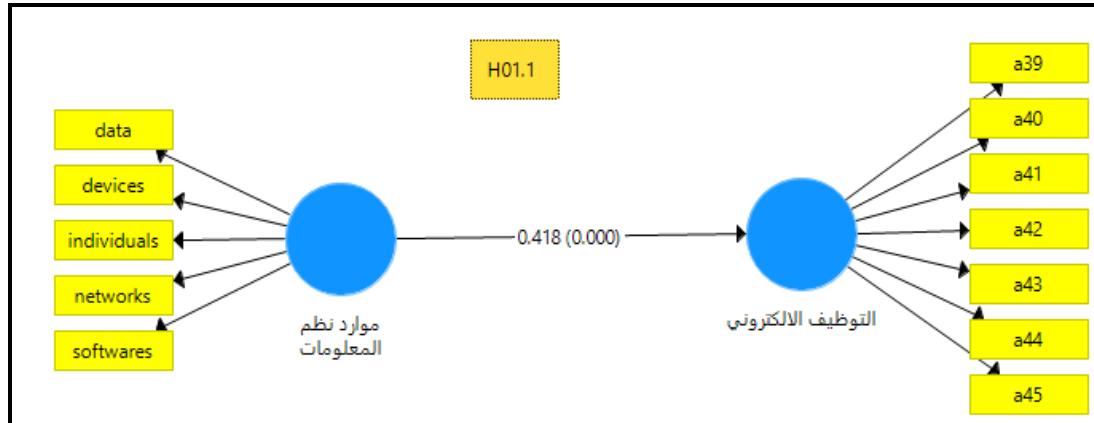
قيمة R-squared للنموذج	قيمة Beta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة	الانحراف المعياري SD
0.167	0.408	8.467	0.000	0.048

وباستقراء النتائج الواردة في الجدول (١) نلاحظ أن قيمة معامل التحديد (R^2) هو (0.167) وهذا يعني أن موارد نُظُم المعلومات بأبعادها مجتمعه تفسر ما نسبته 16.7% من التباين الحاصل في المتغير التابع (الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية) ومن خلال قيمة (Beta) التي تبلغ 0.408 والتي تشير إلى مقدار الزيادة في المتغير التابع نتيجة الزيادة في المتغير المستقل وبدلالة قيمة ($t = 8.467$) أكبر من 1.96 عند مستوى دلالة 0.000 أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث يمكن القول إن الزيادة في موارد نُظُم المعلومات بقيمة وحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة في التحسن في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية بقيمة (40.8%) من هذه الوحدة وفي ضوء هذه النتائج يتم رفض الفرضية الرئيسة وقبول الفرضية البديلة.

وتتفرع من الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى:

H_{01.1}: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة (الأفراد، والأجهزة، والبرمجيات، والبيانات، والشبكات و الاتصالات) في التوظيف الإلكتروني في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية. موضحة بالشكل (٣).



الشكل (٣) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التوظيف الإلكتروني
ويبين الجدول رقم (٢) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التوظيف الإلكتروني.

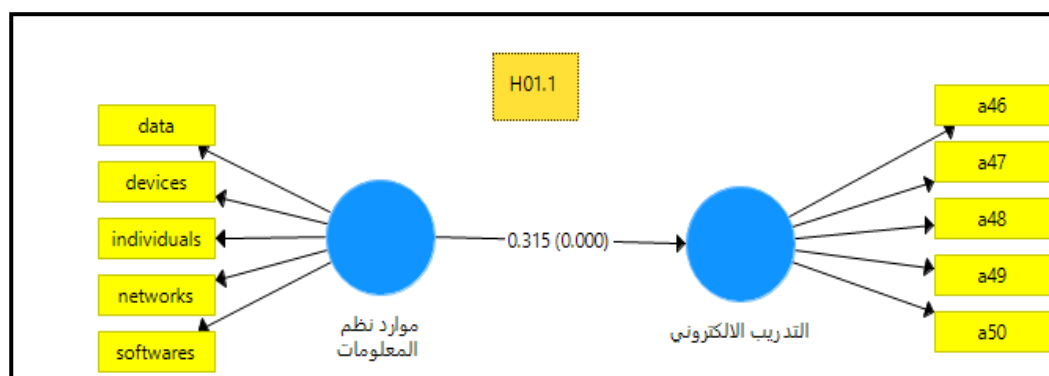
الجدول (٢) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التوظيف الإلكتروني

قيمة R-squared للنموذج	قيمة Beta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة	الانحراف المعياري SD
0.175	0.418	10.170	0.000	0.036

وباستقراء النتائج الواردة في الجدول (٢) نلاحظ أن قيمة معامل التحديد (R^2) هو (0.175) وهذا يعني أن موارد نُظُم المعلومات بأبعادها مجتمعة تفسر ما نسبته 17.5% من التباين الحاصل في المتغير التابع (التوظيف الإلكتروني) ومن خلال قيمة (Beta) تبلغ 0.418 وهي تشير إلى مقدار الزيادة في المتغير التابع نتيجة الزيادة في المتغير المستقل وبدلالة قيمة ($t = 10.170$) أكبر من 1.96 عند مستوى دلالة 0.000 أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث يمكن القول أن الزيادة في موارد نُظُم المعلومات بقيمة وحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة في تحسين التوظيف الإلكتروني بقيمة (41.8%) من هذه الوحدة وفي ضوء هذه النتائج يتم رفض الفرضية الفرعية الأولى وقبول الفرضية البديلة.

الفرضية الفرعية الثانية:

H₀1.2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة (الأفراد، والأجهزة، والبرمجيات، والبيانات، والشبكات و الاتصالات) في التدريب الإلكتروني في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.



الشكل (٤) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التدريب الإلكتروني.

ويبين الجدول رقم (٣) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التدريب الإلكتروني.

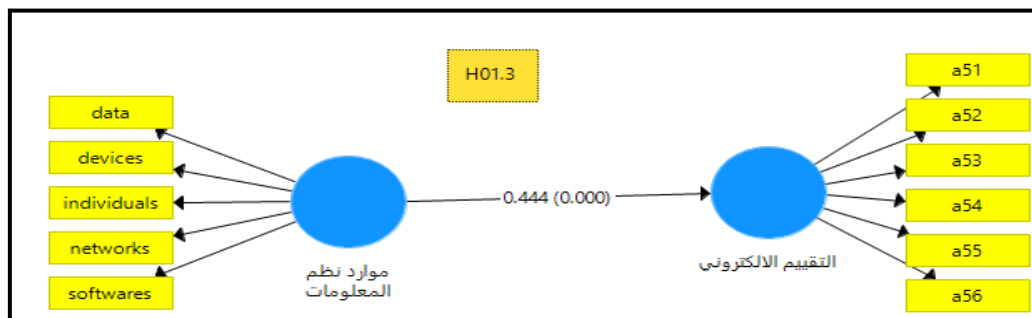
الجدول (٣) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التدريب الإلكتروني.

قيمة R-squared للنموذج	قيمة Beta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة	الانحراف المعياري SD
0.099	0.315	6.049	0.000	0.052

وباستقراء النتائج الواردة في الجدول (٣) نلاحظ أن قيمة معامل التحديد (R^2) هو (0.099) وهذا يعني أن موارد نُظُم المعلومات بأبعادها مجتمعة تفسر ما نسبته 9.9% من التباين الحاصل في المتغير التابع (التدريب الإلكتروني) ومن خلال قيمة (Beta) تبلغ 0.315 وهي تشير إلى مقدار الزيادة في المتغير التابع نتيجة الزيادة في المتغير المستقل وبدلالة قيمة ($t = 6.049$) أكبر من 1.96 عند مستوى دلالة 0.000 أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث يمكن القول أن الزيادة في موارد نُظُم المعلومات بقيمة وحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في تحسين التدريب الإلكتروني بقيمة (31.5%) من هذه الوحدة وفي ضوء هذه النتائج يتم رفض الفرضية الفرعية الثانية وقبول الفرضية البديلة.

الفرضية الفرعية الثالثة:

H01.3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في تقويم الموارد البشرية الإلكترونية في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.



الشكل (٥) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التقويم الإلكتروني

وبين الجدول رقم (٤) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التقويم الإلكتروني.

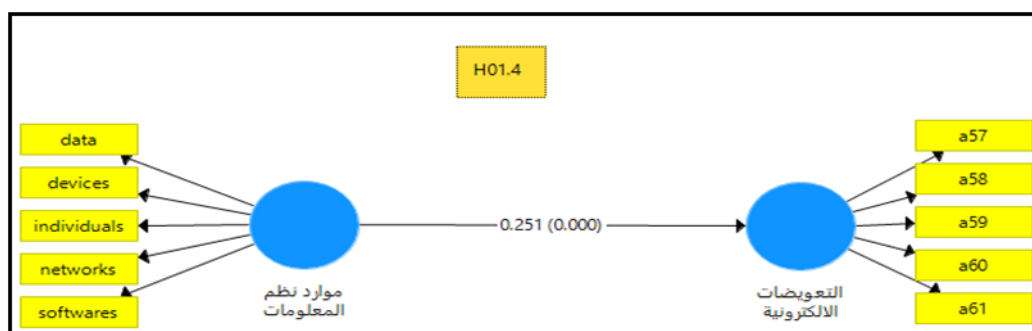
الجدول (٤) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التقويم الإلكتروني

قيمة R-squared للنموذج	قيمة Beta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة	الانحراف المعياري SD
0.198	0.444	8.667	0.000	0.051

وباستقراء النتائج الواردة في الجدول (٤) نلاحظ أن قيمة معامل التحديد (R^2) هو (0.198) وهذا يعني أن موارد نُظُم المعلومات بأبعادها مجتمعة تفسر ما نسبته 19.8% من التباين الحاصل في المتغير التابع (التقويم الإلكتروني) ومن خلال قيمة (Beta) تبلغ 0.444 وهي تشير إلى مقدار الزيادة في المتغير التابع نتيجة الزيادة في المتغير المستقل وبدلالة قيمة ($t = 8.667$) أكبر من 1.96 عند مستوى دلالة 0.000 أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث يمكن القول أن الزيادة في موارد نُظُم المعلومات بقيمة وحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في تحسين التقويم الإلكتروني بقيمة (44.4%) من هذه الوحدة وفي ضوء هذه النتائج يتم رفض الفرضية الفرعية الثالثة وقبول الفرضية البديلة.

الفرضية الفرعية الرابعة:

H01.4: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات المذكورة مجتمعة في التعويضات الإلكترونية للموارد البشرية في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.



الشكل (٦) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التعويضات الإلكترونية.

ويبين الجدول رقم (٥) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التعويضات الإلكترونية.

الجدول (٥) نتائج تحليل المسار PLS-SEM لقياس أثر موارد نُظُم المعلومات مجتمعة على التعويضات الإلكترونية

قيمة R-squared للنموذج	قيمة Beta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة P	الانحراف المعياري SD
0.063	0.251	5.221	0.000	0.048

وباستقراء النتائج الواردة في الجدول (٥) نلاحظ أن قيمة معامل التحديد (R^2) هو (0.063) وهذا يعني أن موارد نُظُم المعلومات بأبعادها مجتمعة تفسر ما نسبته 6.3% من التباين الحاصل في المتغير التابع (التعويضات الإلكترونية) ومن خلال قيمة (Beta) تبلغ 0.251 وهي تشير إلى مقدار الزيادة في المتغير التابع نتيجة الزيادة في المتغير المستقل وبدلالة قيمة ($t = 5.221$) أكبر من 1.96 عند مستوى دلالة 0.000 أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث يمكن القول إن الزيادة في موارد نُظُم المعلومات بقيمة وحدة واحدة يؤدي إلى زيادة في تحسن التعويضات الإلكترونية بقيمة (25.1%) من هذه الوحدة وفي ضوء هذه النتائج يتم رفض الفرضية الفرعية الرابعة وقبول الفرضية البديلة.

٤. مناقشة النتائج والتوصيات:

١,٤ مناقشة النتائج والاستنتاجات:

أظهرت نتائج تحليل الفرضية الرئيسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات بمتغيراتها مجتمعة (الأفراد، الأجهزة، البرمجيات، البيانات، الشبكات والاتصالات) في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية.

وقد اتضح من الاختبار أن العلاقة بين موارد نُظُم المعلومات والإدارة الإلكترونية للموارد البشرية كانت 0.408 ، وهي متوسطة وأن معامل التفسير بين موارد نُظُم المعلومات والإدارة الإلكترونية للموارد البشرية كان ($R^2 = 0.167$) والتي تفيد إلى أن ما مقدار (16.7%) من التغيرات الحاصلة في (الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية)

يمكن تفسيرها من خلال (موارد نُظُم المعلومات) وتشير قيم R^2 إلى قوة الارتباط بين النموذج والبيانات وتعني القيمة الصغيرة أن هذا النموذج يشرح مقداراً صغيراً من التباين في البيانات. ولكن السؤال الذي نريد الإجابة عنه وما نريد اثباته في هذه الدراسة هو أن عوامل مستقلة معينة لها تأثير على المتغير التابع لذلك الارتباط ليس مهماً كما لو كنا نرغب في إنشاء نموذج تنبؤي فهو يعتمد بالدرجة الأولى على القوة التفسيرية. لذا تم اختبار العوامل المستقلة باستخدام اختبار t عند معنوية (0.00 أقل من 0.05)، وعلى ذلك تم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة. وهذه النتيجة تتوافق مع كل من دراسة: (اليمني، ٢٠١٥) و(يحيوي وأم السعد، ٢٠١٥) و(أبو بكر، ٢٠١٥) بوجود أثر معنوي من موارد نُظُم المعلومات الإدارية على الكثير من الجوانب المختلفة من وظائف المنظمة.

أما فيما يتعلق بنتائج تحليل واختبار الفرضية الفرعية الأولى فقد اتضح من الاختبار أن العلاقة بين موارد نُظُم المعلومات والتوظيف الإلكتروني كانت (0.418) وهي متوسطة وأن معامل التفسير بين موارد نُظُم المعلومات والتوظيف الإلكتروني كان ($R^2 = 0.175$) والتي تفيد إلى أن ما مقدار (17.5%) من التغيرات الحاصلة في (الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية) يمكن تفسيرها من خلال (موارد نُظُم المعلومات) وأن المعنوية كانت (0.00 أقل من 0.05)، وعلى ذلك تم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في التوظيف الإلكتروني في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية. وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Khera & Gulti, 2012): حيث تم التعرف على دور موارد نُظُم المعلومات في التوظيف وبيان المساهمة الفاعلة لموارد نُظُم معلومات بكونها عبارة عن مخازن بيانات وفيرة عن العاملين تساعد في التخطيط والاستقطاب السليم، كما أنها تلعب دوراً مهماً في الأنشطة الاستراتيجية للموظفين والمديرين، حيث تساعد في خفض المصاريف والكلف الخاصة بالعمالة والتوظيف.

أما فيما يتعلق بنتائج تحليل الفرضية الفرعية الثانية واختبارها فقد اتضح أن العلاقة ما بين (موارد نُظُم المعلومات) و(التدريب الإلكتروني) كانت بقوة، وهي متوسطة ($B = 0.315$)، وأن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.099$) والتي تفيد إلى أن ما مقداره (9.9%) من التغيرات الحاصلة في (التدريب الإلكتروني) يمكن تفسيرها من خلال (موارد نُظُم المعلومات) وأن المعنوية كانت (0.00 أقل من 0.05)، وعلى ذلك تم رفض الفرضية العدمية

وقبول الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في التدريب الإلكتروني في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية. حيث توافقت هذه الدراسة مع دراسة (المطيري، 2015) بوجود أثر متبادل بين موارد نُظُم المعلومات والتدريب الإلكتروني و في أهمية تدريب الموظفين القائمين على التعامل مع نُظُم المعلومات في المنظمة وأحدث المستجدات فيها بشكل دوري بما يضمن تحديث معلومات المختصين بهذا المجال ومواكبتها للتطورات الحاصلة.

أما فيما يتعلق بنتائج تحليل الفرضية الفرعية الثالثة واختبارها فقد اتضح أن العلاقة ما بين (موارد نُظُم المعلومات) و(تقويم الموارد البشرية الإلكترونية) كانت بقوة متوسطة تبلغ ($B = 0.444$)، وأن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.198$) التي تفيد إلى أن ما مقداره (19.8%) من التغيرات الحاصلة في (تقويم الموارد البشرية الإلكترونية) يمكن تفسيرها من خلال (نُظُم المعلومات الإدارية) وأن المعنوية كانت (0.00 أقل من 0.05)، وعلى ذلك تم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في تقويم الموارد البشرية الإلكترونية في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية. حيث توافقت هذه الدراسة مع دراسة (الرماضنة، 2015) بأن مستوى التمييز التنظيمي يعتمد بالدرجة الأولى على التكنولوجيا المتمثلة بموارد نظم المعلومات الإدارية ودراسة (الشخانة، 2015) في التعرف على أثر نُظُم المعلومات على جودة الأداء الوظيفي ودراسة (حسن وطه، 2015) في التعرف على أثر الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في فاعلية المنظمة في الحصول على مزايا: المرونة، الموارد الكفوءة، الأهداف الفاعلة، تسلسل إجراءات العمل بشكل أفضل، تقليص الوقت الذي يلزم الموظف لإتمام وظيفته بالمظهر الصحيح.

أما فيما يتعلق بنتائج تحليل الفرضية الفرعية الرابعة واختبارها فقد اتضح أن العلاقة ما بين (موارد نُظُم المعلومات) و(التعويضات الإلكترونية) كانت بقوة ($B = 0.251$)، وأن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.063$) والتي تفيد إلى أن ما مقداره (6.3%) من التغيرات الحاصلة في (التعويضات الإلكترونية) يمكن تفسيرها من خلال (موارد نُظُم المعلومات الإدارية)، وعلى ذلك تم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد أثر

ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لموارد نُظُم المعلومات مجتمعة في التعويضات الإلكترونية للموارد البشرية في الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية في المستشفيات الخاصة الأردنية. وقد توافقت هذه الدراسة مع دراسة (الزواهره، 2014) بإيجاد المعوقات والحلول التي تواجهها المستشفيات التي تعتمد الإدارة التقليدية لا الإلكترونية في عدم مراجعة الأجور والمكافآت بشكل دوري وضرورة إعادة النظر بالخطط المعدة معتمدة على نُظُم المعلومات.

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة بأهمية وجود موارد نظم المعلومات 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، لأنها وسيلة فعالة لمجابهة حالات عدم التأكد البيئي ونقص المعلومات، وأداة مهمة تمكن المنظمات على اختلاف أنواعها ونشاطاتها من القدرة على التكيف والاستجابة الفورية والسريعة للتغيرات التي تطرأ على الأسواق المختلفة.

توصلت الدراسة الحالية الى أن الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية حدوثها هو أمر حتمي، و أن هناك ضعفاً واضحاً في إعطاء الادارة الإلكترونية للموارد البشرية الاهتمام الكافي في منظمات الأعمال باختلاف أنواعها و نشاطاتها، و أنه أصبح من الضرورة الملحة لمنظمات الأعمال الاهتمام بالإدارة الإلكترونية للموارد البشرية من خلال العمل على التنبؤ بها والتعامل معها بمنهجية علمية مدروسة للسيطرة عليها.

لذلك، هذه الدراسة تخدم بنتائجها كافة المستشفيات الخاصة الأردنية الحاصلة على الاعتمادية الدولية، وتزيد اهتمامها وتحفيزها على استخدام الادارة الإلكترونية للموارد البشرية بشكل فعال.

٤,٢ التوصيات:

١. المتغيرات المستقلة الخمسة التي تم اختيارها لم تشرح سوى جزء قليل من التباين الموجود في الادارة الالكترونية للموارد البشرية وهذا يعني ان هناك متغيرات لها دور مهم لم يتم التعرض لها في هذه الدراسة، نوصي بالتعرف على مزيد من موارد نظم المعلومات ضمن نموذج تنبؤي جديد، واستخدام متغير معدل التغيرات الالكترونية في القوانين الحالية التي تعنى في الموارد البشرية في الأردن مثل قانون العمل و نظام ديوان الخدمة المدنية.

٢. نوصي بتعزيز التوظيف الإلكتروني من خلال استقبال طلبات التوظيف بشكل دائم-سواء أكان هناك شواغر أو لم يكن-لكونها توفر قاعدة بيانات للطلبات المقدمة لمتخذي القرار، مما يسهل عليهم الرجوع إليها وقت الحاجة.
٣. نوصي بتعزيز ممارسة التدريب الإلكتروني من خلال التنسيق إلكترونياً مع الدوائر المختلفة في المستشفيات في تحديد الاحتياجات التدريبية، بالإضافة إلى ضرورة الاهتمام بعملية التدريب عن بعد من خلال توفير كافة الوسائل الإلكترونية مثل الفيديو، والمؤتمرات المرئية والمحاضرات عن بعد.
٤. نوصي بممارسة تقويم الأداء الإلكتروني من خلال استغلال هذه الممارسة في إشراك عدة جهات ممن لهم صلة بالموطن قيد التقويم في تقديم تقويمهم حوله من خلال الوسائل الإلكترونية التي تتيح ذلك.
٥. نوصي بممارسة التعويضات الإلكترونية من خلال إتاحة الدخول للعاملين لهذا النظام من أي شبكة خارج الشركة، وتوفير الأمن للمعلومات التي يحتويها هذا النظام عن طريق وضع برامج حماية للتحقق من هوية المستخدم لهذا النظام.

٥. قائمة المراجع:

٥,١ مصادر ومراجع اللغة العربية:

١. آل فرج الطائي، محمد عبد (٢٠٠٩). المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية: إدارة تكنولوجيا المعلومات. الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
٢. برايان، هوبكنز، جيمس، ماركهام (٢٠٠٨). ترجمة العامري، خالد، الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية. مصر، القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع.
٣. أبو بكر، مازن شحادة (٢٠١٥). أثر فاعلية وظائف إدارة الموارد البشرية في ذكاء المنظمة: الدور الوسيط لنظم معلومات الموارد البشرية : دراسة تطبيقية في المصارف الإسلامية العاملة في الأردن. أطروحة دكتوراه جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.
٤. بو حديد، ليلي (٢٠١٥). تكنولوجيا المعلومات وانعكاساتها على تنمية الموارد البشرية - دراسة ميدانية لمؤسسة سونلغاز المديرية الجهوية للتوزيع بآتن. جامعة باتنة، الجزائر.
٥. جبر، ميساء محمود (٢٠١٤). أثر إدارة نظم المعلومات على تنمية الموارد البشرية في البنك التجاري الأردني، رسالة ماجستير جامعة عمان العربية، عمان، الأردن.
٦. جرادات، ناصر "محمد سعود"، المعاني، أحمد إسماعيل، والصالح، أسماء رشاد (٢٠١١) إدارة المعرفة. الأردن، عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع.
٧. جودة، محفوظ (٢٠١٤). إدارة الموارد البشرية، الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
٨. حجرات، عزمي عارف (٢٠١٤). أثر نُظُم المعلومات الإدارية على التطوير الإداري - دراسة حالة وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، أطروحة دكتوراه جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.
٩. حسن، شوقي محمد (٢٠٠٩). مجلة التعليم الإلكتروني / تاريخ العدد Aug-2009-01. <http://www.emag.mans.edu.eg.com>
١٠. حسن، نادية ناجي، طه، عبدالرحمن مصطفى (٢٠١٥). الاتجاه لاستخدام الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية ودورها في فاعلية مكاتب المفتشين العاملين. جامعة بغداد، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية العدد ٨٢،
١١. خشمان، أيسر محمد (٢٠١٤). أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية الإلكترونية على أداء الأعمال في قطاع الاتصالات الأردنية من وجهة نظر الموظفين، أطروحة دكتوراه جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.
١٢. درويش، زينب عواد، خوالدة، محمد محمود (٢٠١٤). درجة توفر خصائص أنظمة المعلومات الإدارية في الجامعات الأردنية ودورها في تحسين الأداء الوظيفي من وجهة نظر القادة الإداريين والأكاديميين فيها، مؤتة للبحوث والدراسات سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ٢٩.
١٣. ديسلر، جاري (٢٠١٥). ترجمة عبد المتعال، سيد محمد، إدارة الموارد البشرية، المملكة العربية السعودية، الرياض: دار المريخ للنشر.
١٤. الرواحنة، عبدالله عوده (٢٠١٣). أثر جودة أنظمة إدارة الموارد البشرية الإلكترونية على كفاءة أداء العاملين. رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
١٥. الزعبي، خالد يوسف، الزبيدي، زينب حسين (٢٠١٢). أثر نظم المعلومات الإدارية في عمليات إدارة المعرفة من وجهة نظر العاملين في مراكز الوزارات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال.
١٦. الزواهره، إبراهيم عبدالكريم (٢٠١٤). واقع إدارة الموارد البشرية في قطاع المستشفيات الحكومية الأردنية المعوقات والحلول. أطروحة دكتوراه جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن>
١٧. ولد علي، عماد (٢٠١٧). أثر نظم معلومات الموارد البشرية على دورة حياة الجدارة، الدور المعدل للمنظمة المتعلمة - دراسة تطبيقية في الجامعات الفلسطينية، أطروحة دكتوراه جامعة العلوم الإسلامية، عمان، الأردن.

١٨. الشخانة، مؤيد (٢٠١٥). جودة نظم إدارة الموارد البشرية الإلكترونية وأثرها على جودة الأداء الوظيفي. رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
١٩. الطاهر، أسهمان ماجد، الخفاف، مها مهدي (٢٠١٣). مقدمة في نظم المعلومات الإدارية. الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
٢٠. عبد، هديل علي (٢٠١٣). كفاءة نظام معلومات الموارد البشرية وتأثيره على مستوى فاعلية نظام تقييم أداء العاملين/ بحث ميداني في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد: ١٩ العدد: ٧٣،
٢١. الكرخي، مجيد (٢٠١٦). إدارة الموارد البشرية ، الأردن، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
٢٢. المغربي، محمد الفاتح (٢٠١٦). نظم المعلومات الإدارية. الأردن، عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع.
٢٣. علي، مظفر و إبراهيم، سميرة (٢٠١٦). دور الخصائص النوعية لمخرجات نظام إدارة الموارد البشرية في تعزيز التميز المنظمي: دراسة تحليلية لآراء القيادات في شركة كورك تيلكوم للاتصالات فرع مدينة أربيل. مجلة العلوم الإنسانية، المجلد (٢٠) العدد (٦)، ٢٤٥-٢٦٠ .
٢٤. البطاينة، محمد تركي (٢٠١٦). أثر استراتيجية إدارة الموارد البشرية على الأداء الوظيفي: دراسة ميدانية من وجهة نظر المديرين في البنوك التجارية الأردنية/ محافظة إربد. دراسة مجلة العلوم الإدارية، المجلد ٤٣، العدد ١، ١٧-١٨.
٢٥. مكليود، رايهوند، شيل، جورج (٢٠٠٩). ترجمة سرور، سرور، نظم المعلومات الإدارية ، المملكة العربية السعودية، الرياض: دار المريخ للنشر .
٢٦. النجار، فايز جمعة (٢٠١٣). نظم المعلومات الإدارية: منظور إداري. الأردن، عمان: دار حامد للنشر والتوزيع.
٢٧. النجار، فايز، نبيل، والزعبي، ماجد (٢٠١٣). أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي. الأردن، عمان: دار حامد للنشر والتوزيع.
٢٨. ياسين، سعد غالب (٢٠١٢). أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات. الأردن، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
٢٩. اليماني، إيمان علي (٢٠١٥). أثر نظم المعلومات على جودة القرارات : شبكات التواصل الاجتماعي كمتغير معدل: دراسة ميدانية على شركات التسويق في الأردن. أطروحة دكتوراه جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.

1. Arjomandy, A (2016). **Social media integration in electronic human resource management: Development of a social EHRM framework**. Canadian Journal of Administrative Sciences (John Wiley & Sons, Inc.). Jun2016, Vol. 33 Issue 2, p108-123. 16p.
2. Armstrong, M. And Baron, A. (1998) **Performance management: the new realities**. London: Institute of Personnel and Development.
3. Bondarouk, T., Harms, R., & Lepak, D. (2017). **Does e-HRM lead to better HRM service?**. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(9), 1332-1362.
4. Bondarouk, T., Parry, E., & Furtmueller, E. (2017). **Electronic HRM: four decades of research on adoption and consequences**. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(1), 98-131
5. Davoudi, S. M. M., & Fartash, K. (2012). **Electronic human resource management: New avenues which leads to organizational success**. *Spectrum*, 1(2).
6. Dessler, G., & Tan, C. H. (2006). **Human resource management: An Asian perspective**. Pearson Prentice Hall
7. Johnson, J. W., & Lebreton, J. M. (2004). **History and Use of Relative Importance Indices in Organizational Research**. *Organizational Research Methods* 7(3), 238-257.
8. Khera, S. N., & Gulati, K. (2012). **Human resource information system and its impact on human resource planning: A perceptual analysis of information technology companies**. *IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 6-13
9. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2015). **Management information systems** (Vol. 8). Prentice Hall.
10. . Malik, Z., & Razaullah, D. (2013). **The Role of E-recruitment Towards Attraction of Workforce: A Case of Telecom Sector Organization**. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 6(1).
11. Moghadam, S. K., Moradi, E., & Kabezade, H. 2016 **Surveying the Relation between Professional Competencies and Instruments of Electronic Human Resource Management (E-HRM) in Shima Parto Co**
12. Nivlouei, F. B. (2014). **Electronic human resource management system: the main element in capacitating globalization paradigm**. *International Journal of Business and Social Science*, 5(2).
13. O'Brien, James A.(2004). **Management Information System: Managing Information Technology in The E-Business Enterprise**(6th ed).Irwin, Boston Burr Ridge Mc Graw-Hill Companies, Inc.,p.11.
14. Obeidat, S. M. (2016). **The link between e-HRM use and HRM effectiveness: an empirical study**. *Personnel Review*, 45(6), 1281-1301.
15. Schramm, J. (2006). **Hr technology competencies**. *SHRM Research Quarterly*
16. Stone, D. L., Stone-Romero, E. F., & Lukaszewski, K. (2006). **Factors affecting the acceptance and effectiveness of electronic human resource systems**. *Human Resource Management Review*, 16(2), 229-244.
17. TOTAL, E. G. F. P., & NO, S. **TABLE SHOWING CONSUMERS'OVERALL EXPERIENCE OF GETTING, OWNING AND USING A PARTICULAR MOBILE PHONE SERVICE PROVIDER. CONSUMER PREFERENCES AND SATISFACTION TOWARDS VARIOUS MOBILE PHONE SERVICE PROVIDERS**, 21(2.05), 6..



**The World Islamic Sciences and
Education University (W.I.S.E)**

Al-Mithqal

For Economic & Administrative Sciences

An International Research and Refereed Journal

Volume (5), Number (1), RAJAB 1440, MARCH 2019

 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 (5), Number (1), RAJAB 1440, MARCH 2019

Prof. Hanaa al-huniti

Editorial Staff

Prof. waleed awajan	The World Islamic Science & Education University
Prof. mohammad Bani salameh	The World Islamic Science & Education University
Prof. Abed alra'ouf Bani issa	The World Islamic Science & Education University
Prof. Issa nouri qwaider	The World Islamic Science & Education University
Prof. Saleem Hatamleh	The World Islamic Science & Education University
Prof. Yaser al-hourani	The World Islamic Science & Education University
Dr. Mubarak Altarawneh	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 ALzrqqa	Shoura Legal Consultancy
Prof.Mhammed Althnebat	University of Jordan
Prof.Hesham Al-graibeh	German - Jordanian University
Prof.Yousef Ebrahim Yousef	Kamel Saleh Center / Al - Azhar University

English Language Editor

Dr. Jebreel AL-Saudi



Arabic Language Editor

Dr.Mohammad AL-Batush

Editor Secretary

Reham AL-Faouri