



جامعة العلوم الإسلامية العالمية

المثقال

للعلوم والاقتصاد والإدارة

مجلة علمية عالمية محكمة

تصدر عن عمادة البحث العلمي في جامعة العلوم الإسلامية العالمية

عمان / المملكة الأردنية الهاشمية

المجلد الثالث - العدد الأول: جمادى الآخر ١٤٣٨هـ / آذار ٢٠١٧م

ISSN 2311-0988

تعريف بالمجلة

مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية، مجلة علمية عالمية دورية محكمة تصدر عن مركز البحث العلمي وإحياء التراث 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 بعمق أحد فروع المعرفة التي تنتمي إلى 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 إلى تخصص المجلة، على أن تلتزم هذه المراجعات حسب الأصول المتعارف عليها.
- ٥ - تنشر المجلة ما يردّها من تعقيبات متعمقة وجادة على البحوث والدراسات المنشورة فيها بما يساعد على فتح آفاق جديدة في البحث في مجال الدراسة، وتشجع وتسعى إلى نشر ملخصات الرسائل الجامعية ذات العلاقة بفروع المعرفة التي تنتمي إلى تخصص المجلة.

شروط عامة للنشر:

- يشترط في المخطوط المقدم للنشر في المجلة أن لا يكون قد نشر أو قدّم للنشر في مجلة أخرى، وعلى الباحث أن يُقدم إقراراً خطياً بذلك عند تقديم المخطوط للنشر.
- تخضع جميع المخطوطات المقدّمة للنشر في المجلة للتحكيم العلمي الدقيق حسب الأصول المتبعة مع الحفاظ على سرية التحكيم.
- 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.

- للمجلة أن تطلب إجراء تعديلات على المخطوط قبل إجازته للنشر، كما أن لها الحق في إدخال قدر من "التحرير" على المخطوطات المجازة.
- تحتفظ المجلة بالحق في عدم نشر أي مخطوط دون إبداء الأسباب، ويُعد قرارها نهائياً.
- يلتزم الباحث بدفع النفقات المترتبة عن اجراءات التحكيم إذا رغب الباحث بإيقافها.
- لا يجوز نشر أي جزء من هذه المجلة أو اقتباسه دون الحصول على موافقة مسبقة من رئيس التحرير، والأبحاث المنشورة في المجلة تعبر عن آراء أصحابها ولا تعكس بالضرورة آراء هيئة التحرير أو الجامعة.

قواعد تفصيلية للنشر:

١. أن لا يزيد حجم المخطوط مع المصادر والهوامش والجداول والملاحق عن (٣٥) صفحة بواقع (٩٠٠٠) كلمة، خط (Arabic Transparent) حجم الحرف 14، مطبوعة بمسافات مزدوجة بين الأسطر على ورق حجم A4، مع الترقيم المتسلسل للصفحات في وسط أسفل الصفحة باستثناء الصفحة الأولى.
٢. ترقم الجداول والأشكال بالأرقام العربية (١، ٢، ٣...) بالترتيب كما وردت في المخطوط، وتزود الجداول بعناوين في الأعلى والأشكال في الأسفل وهوامشها في الأسفل، ويطبع كل منها على صفحة مستقلة في نهاية المخطوط مع تحديد موقع الجدول أو الشكل في المتن على نحو: "شكل (٢) هنا تقريباً".
٣. تشمل 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. تشمل 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. تشمل 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. يُرسل الباحث ثلاث نسخ ورقية ونسخة إلكترونية متطابقة مطبوعة على برنامج Word.

١٠. لا تنظر هيئة التحرير في المخطوطات غير المنسجمة مع قواعد النشر في المجلة، لذا يرجى من الباحثين الكرام التأكد من ذلك قبل إرسال المخطوط.

كيفية التوثيق في متن المخطوط:

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

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

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

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

٢-المجلات المتخصصة

Scholarly and Professional Journals

طريقة التوثيق:

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

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

٣- وقائع مؤتمر، أوراق علمية وملخصات:

Conference Proceedings, Papers and Abstracts

طريقة التوثيق:

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

مثال:

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

٤- الأطروحات الجامعية وبراءات الاختراع

Theses and Patents Dissertations

طريقة التوثيق:

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

مثال:

Moreno Cruz, Juan, Essays on the 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 الالكترونية ومصادر الانترنت

Electronic Journals and Internet Sources.

أ. المجلات الالكترونية (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.html> .

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- في حالة الأحاديث الشريفة، يذكر اسم المؤلف (سنة النشر)، وعنوان الكتاب، والطبعة، والكتاب، والباب، ورقم الحديث، والجزء، والصفحة، والناشر، ومكان النشر.

إجازة النشر:

تقوم المجلة بإبلاغ المؤلف عن إجازة المخطوط للنشر بعد استيفاء جميع الشروط والإجراءات اللازمة. يقدم للباحث المنفرد أو الرئيس نسخة من العدد الذي نشر فيه المخطوط وعدد محدود من المستلات من البحث.

- توجه جميع المراسلات إلى المجلة على العنوان التالي:

رئيس تحرير مجلة المقال للعلوم الاقتصادية والإدارية

عمادة البحث العلمي / جامعة العلوم الإسلامية العالمية

المملكة الأردنية الهاشمية

ص.ب (١١٠١) الرمز البريدي (١١٩٤٧)

هاتف (+٩٦٢ ٦ ٥٦٠٠٢٣٠) فاكس (+٩٦٢ ٦ ٥٦٠٠٢٣٧)

البريد الإلكتروني: al_mithqal.journal@wise.edu.jo

موقع الجامعة الإلكتروني: www.wise.edu.jo

محتويات العدد

الصفحات	عنوان البحث	الباحث / الباحثون
11	المرونة المالية للشركة وتأثيرها في خيارات النمو	أ. د. هناء محمد هلال الحنيطي أ. د. ارشد فؤاد مجيد التميمي
37	مستوى الإفصاح الالكتروني الاختياري في الشركات الأردنية والعوامل المالية المؤثرة على مستوى هذا الإفصاح	د. احمد علي بني ياسين د. سليمان حسن عطية د. بكر احمد العدوان
73	خفة الحركة الاستراتيجية ودورها في تعزيز أثر الجداريات الجوهرية في تحقيق الميزة التنافسية	د. فايز عبدالرحمن الفروخ د. هاني جزاع إرتيمه
93	أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف	ناصر الغبابشة د. قاسم إبراهيم الشعار
123	أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية	محمد عبدالرحيم المناصير د. خالد محمود الشوابكة

المرونة المالية للشركة وتأثيرها في خيارات النمو دراسة تطبيقية في عينة من الشركات الصناعية الأردنية المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية

أ. د. ارشد فؤاد مجيد التميمي**

أ. د. هناء محمد هلال الحنيطي*

تاريخ قبول البحث: ٢٠١٦/١٢/٢١م

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٦/٦/٨م

الملخص

يعد البحث الحالي محاولة للتوصل إلى توليفة لبعض مؤشرات المرونة المالية للشركة التي تؤثر في خياراتها للنمو ولعينة من الشركات المساهمة الأردنية والمدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية وعددها ١٢ شركة. هادفاً من هذه المحاولة إلى تحليل أثر هذه المؤشرات ومنها (الرافعة المالية الحالية، واحتياطي الرافعة المالية، ومستوى ضمان الدين، وسعة خدمة الديون) في خيارات النمو (معبراً عنها بنسبة القيمة السوقية للشركة إلى قيمتها الدفترية).

وقد تم اختبار معنوية تأثير هذه المؤشرات عبر فرضية رئيسة (لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لمؤشرات المرونة المالية في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل نمو المبيعات) وخمس فرضيات فرعية تتعلق بكل مؤشر من مؤشرات المرونة المالية المعتمدة بالدراسة، وذلك باستعمال السلاسل الزمنية وعلى وفق بيانات ذات طبيعة مقطعية (CROSS-SECTIONAL)، والنموذج الملائم للقياس هو الانحدار المشترك (Pooled Data Regression)، وبطريقة المربعات الصغرى العادية (Ordinary Least Squares).

وقد أشارت نتائج اختبار الفرضيات إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية معنوية لمؤشرات المرونة المالية في خيارات النمو. وتبين أن المرونة المالية لها علاقة خطية بخيار النمو تختلف طبيعتها حسب المؤشر المعتمد في تشخيص الشركات المرنة مالياً من عدمه. وتم التوصية بضرورة احتفاظ الشركات المساهمة بشكل عام والصناعية بشكل خاص بمرونة مالية عالية تجنبها الصدمات المالية واللجوء إلى أسواق رأس المال لتأمين احتياجاتها المالية لاسيما عندما تكون تلك الأسواق غير تامة الكفاءة لأن ذلك ربما يحملها كلف مخاطر اللامثال في المعلومات بين المستثمرين والمدرءاء.

الكلمات المفتاحية:- المرونة المالية، خيارات النمو، الشركات الصناعية، بورصة عمان للأوراق المالية

*أستاذ دكتور الإدارة المالية والمصرفية، كلية المال والأعمال، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
**أستاذ دكتور، الإدارة المالية والمصرفية، كلية المال والأعمال، كلية البرهي الجامعية-سلطنة عمان.

Abstract

The current research tries to find the best combination of financial flexibility indicators of a firm that influences its growth options. Twelve Jordanian firms listed in the Amman Stock Market were selected as the sample of this research. The main objective of this research is to analyse the impact of flexibility indicators such as the current financial leverage, spare financial leverage, spare debt service, and debt guarantee on growth options. The impact of a main hypothesis indicating there is no significant effect of financial flexibility on growth options according to firm size and sales growth rate is investigated along with five sub-hypotheses that are related to each indicator.

The research uses the time series of the cross-sectional data as well as the pooled data regression in accordance with the ordinary least squares method. Results of the effect of these indicators on growth options suggest that the financial flexibility factor does have a significant effect and that the financial flexibility is relevant to the indicator of growth. The main recommendation of the research is that firms at large and industrial ones in specific must maintain a higher financial flexibility in order to avoid financial shocks and capital markets to fulfil their financial needs especially when markets are insufficient, which would negatively influence both investors and managers.

Keyword: Financial flexibility, growth options, industrial companies, Amman Stock Market.

المقدمة:

نالت المرونة المالية بعد تفاعلات الأزمة العالمية الأخيرة سنة ٢٠٠٨ أهمية في الفكر المالي المعاصر بوصفها واحدة من معطيات تصميم هيكل رأس المال في الشركات بشكل عام، والشركات المساهمة بشكل خاص، هذا بجانب علاقتها المباشرة بقدرة الشركة على تعقب الفرص الاستثمارية الفاعلة للنمو والاستقرار في الأجل الطويل. لذلك تعد المرونة المالية من موجهات إدارة الشركة نحو خياراتها بسياسات الاحتفاظ بالرفع المالي والترتيبات المتعلقة بتمويل المديونية، إذ إن بعض الشركات ربما تبني سياسة رفع منخفضة في ظل فرص نمو محدودة لغرض صيانة مرونتها المالية في المستقبل لضمان استدامة تدفق الأموال والتهيؤ لمواجهة الزيادات المتوقعة وغير المتوقعة لفرص النمو في الأجل الطويل. لذلك فإن الشركات المرنة ماليا تكون قادرة على دخول أسواق رأس المال لمقابلة احتياجاتها لتمويل الفرص الاستثمارية التي تحقق النمو المستديم وتعزيز قيمتها السوقية في الأجل الطويل. في حين تعاني الشركات غير المرنة مالياً (ذات الرفع المالي المتزايد) من عدم قدرتها على تغطية احتياجاتها المالية من سوق رأس المال لغرض تمويل وتعقب الفرص الجديدة أو تعزيز القائمة منها، وبلوغ مستويات النمو التي تعزز من ثروة المالكين. وبناءً على ما تقدم فإن المرونة المالية للشركة ترتبط بقدرة الشركة على ترتيب أولويات التمويل للفرص الاستثمارية بناءً على خيارات النمو المتاحة أمامها وفي إطار يضمن عدم تعرضها إلى مخاطر مالية إضافية نتيجة لتعديل مستويات هيكل رأس المال وفقاً لاحتياجاتها غير المتوقعة من الأموال لتعقب الفرص الاستثمارية ذات النمو. ولذلك يشكل البحث محاولة لبيان ماهية عناصر المرونة المالية للشركة ومدى قدرتها على تفسير مقدرات الشركة في خيارات النمو، من جانب، ومن جانب آخر فإن استهداف المرونة المالية وعناصرها من قبل الباحثين وردت بمتغيرات متعددة ومتنوعة نتيجة لحدثة الموضوع الذي لاح أفقه بشكل ملحوظ بعد الأزمة العالمية الأخيرة، ولا سيما في الأسواق الناشئة لقلة الدراسات بهذا المجال، وعلى هذا الأساس يحاول البحث الحالي أن يستعرض أولاً بعض الدراسات السابقة في هذا المجال بهدف تشخيص طبيعة المشكلة وعناصرها ومحاولة الخروج بمؤشرات أكثر توافقاً بين الدراسات السابقة.

- بعض الدراسات السابقة:

١- دراسة (بلعلمي ٢٠١٢) بعنوان:

(المرونة المالية وقرارات هيكل رأس المال في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية).

الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في تحديد مدى تأثير المرونة المالية في قرارات هيكل رأس المال لدى الشركات الصناعية الأردنية المدرجة في السوق المالي للفترة ٢٠٠٠م-٢٠٠٩م. ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على نموذج Simultaneous Equation Mode، وذلك باستخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين. وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين مؤشرات المرونة المالية: (حجم الشركة، ونسبة الأرباح المحتجزة، ونسبة توزيعات الأرباح)، وقرارات الشركة التمويلية (الرافعة المالية) تشكل علاقة خطية، وذلك بعكس ما توقعته الدراسة، أي أنه كلما زاد حجم الشركات الصناعية وزادت فرص نموها، قلَّ اهتمامها بالمرونة المالية عند اتخاذ قرارات هيكل التمويل. كما أظهرت النتائج أنه كلما زاد حجم الشركات قيد

الدراسة وزادت فرص نموها زاد ميلها إلى استخدام الدين في هيكل التمويل، بدلاً من الاعتماد على إصدار أسهم جديدة، كذلك وجدت أن العلاقة بين نسبة المديونية في هيكل التمويل للشركات قيد الدراسة وبين مؤشرات المرونة المالية تمثل علاقة خطية يختلف اتجاهها من متغير لآخر.

وبناء على هذه النتائج، اقترحت الدراسة أن تتجه الشركات الصناعية نحو التمويل عن طريق استخدام مصادر التمويل الداخلي والديون الآمنة، وهذا من أجل تجديد المرونة المالية بدلاً من الاعتماد على الاقتراض بشكل كبير في تمويل استثماراتها.

٢- دراسة (الجنابي والتميمي، ٢٠١٥) بعنوان:

(أثر سعة المديونية والتدفقات النقدية الحرة في أداء الشركة)

استهدف البحث تحليل أثر سعة المديونية والتدفقات النقدية الحرة في أداء الشركة، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (12) شركة من الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية، مثلت 16% تقريباً من مجتمع البحث وللمدة (2009-2013). متغيرات البحث ثلاث متغيرات رئيسة، وكان المتغير المستقل الرئيس الأول سعة المديونية وتمثلت من خلال نسبة تغطية الموجودات، ونسبة تغطية الدين، ونسبة تغطية الفائدة، أما المتغير المستقل الثاني فتمثل بالتدفق النقدي الحر، وأما المتغير المعتمد فكان أداء الشركة وقد تم التعبير عنه بمعدل العائد على الاستثمار، وتم اختبار أثر هذه المتغيرات باستخدام أسلوب Panel Analysis لمعادلة الانحدار المتعدد على فرضية رئيسة مفادها لا يوجد أثر لكل من سعة المديونية والتدفقات النقدية الحرة في أداء الشركة معبراً عنه بمعدل العائد على الاستثمار، وانبثق عنها ثلاث فرضيات فرعية جمعت المتغيرات المستقلة بشكل تدريجي لبيان مدى التغير الذي يحصل في القوة التفسيرية لكل من مؤشرات سعة المديونية: (نسبة تغطية الموجودات، ونسبة تغطية الدين، ونسبة تغطية الفائدة)، والتدفق النقدي الحر للتباين في أداء الشركة. نتائج اختبار الفرضية أشارت إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية معنوية لسعة المديونية والتدفقات النقدية الحرة في أداء الشركة. وتوصل من خلالها الباحثان إلى استنتاج مفاده أن (نسبة تغطية الموجودات ونسبة تغطية الدين والتدفق النقدي الحر) هي الأفضل في تفسير التباين في معدل العائد على الاستثمار، وهذا الاستنتاج توافق مع الإطار المعرفي لسعة المديونية والتدفقات النقدية الحرة.

٣- دراسة (Lemmon and Zender, 2008) بعنوان:

"Debt Capacity and Tests of Capital Structure Theories"

استهدفت الدراسة بيان أثر عمليات الاندماج في إطار مفهوم سعة المديونية وعلى أساس نظريات هيكل رأس المال، وقد توصلت الدراسة إلى أن الأموال المتولدة داخلياً تبدو المصدر المفضل للتمويل لجميع الشركات، وإذا كانت هناك حاجة إلى الأموال الخارجية، في ظل غياب مخاوف سعة المديونية، فإن الدين يبدو أفضل من الملكية. والمخاوف بشأن سعة المديونية تفسر إلى حد كبير استخدام تمويل جديد خارجي من خلال شركات التداول العام. كما قدم الباحث أدلة على أن الشركات المربحة وذات الرافعة المالية المنخفضة مع الحد الأدنى من تكاليف المعاملات لإصدار أوراق مالية جديدة تبدو إنها تتمتع بسعة مديونية

فضلي. هذه الأدلة تتفق مع نظرية ترتيب اولويات التمويل (Pecking-order Theory) ولا تتوافق مع نظرية المبادلة (المقايضة) (Trade-off Theory).

٤- دراسة (Liow 2010) بعنوان:

"Firm Value, Growth, Profitability and Capital Structure"

استهدفت الدراسة فحص خصائص الأداء المالي في عينة من الشركات العقارية الناجحة والمدرجة في بورصة ٢٤ دولة وللفترة ٢٠٠٠-٢٠٠٦ وبقائمة سوقية لا تقل عن مليون دولار. إذ بلغت عدد الشركات ٣٣٦ شركة من اسيا واوروبا وامريكا الشمالية. فرضية الدراسة مفادها أن النمو والربحية والرافعة المالية هي محددات رئيسة لقيمة الشركة. أما المعيار المعتمد في تحديد الشركات الناجحة فقد اعتمدت نموذج شارب وجنسون للأداء، إذ أكدت الدراسة أن الشركات العقارية الناجحة هي في العموم شركات كبيرة الحجم وتحتل قيمة سوقية للأسهم جاذبة للمستثمرين الأمر الذي يعزز من مرونتها المالية ويمنحها التمتع بنسب رافعة مالية مستدامة لتمويل استثماراتها، مع الأخذ بنظر الاعتبار معدلات النمو المستديم في الأجل الطويل ويمكن الشركات العقارية من التنويع الدولي في الأسواق العقارية، وتجدر الإشارة هنا إلى أن الدراسة اعتمدت ١١ مؤشراً لتحديد خصائص الأداء المالي للشركة وهي: (نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية، وحجم الشركة، ومعدل النمو المستديم، ومعدل العائد على حق الملكية، ونسبة الدين، وكلفة حق الملكية، وهامش السهم المتوقع، ونسبة الموجودات الثابتة الملموسة، ونسبة احتجاز الارباح، ومعدل النمو الحقيقي، ومعدل العائد على الموجودات).

٥- دراسة (Bancel & Mittoo 2011) بعنوان:

"Financial Flexibility and the Impact of global Financial Crisis"

هدف الدراسة تمحور بالبحث في مضمون المرونة المالية للشركات الفرنسية بعد الأزمة العالمية الأخيرة عام ٢٠٠٨م. بالإضافة إلى استكشاف مدى إدراك المديرين الماليين لأهمية المرونة المالية وعبر أربع أسئلة مثلت عناصر مشكلة الدراسة: (ماهية مصادر المرونة المالية للشركة وكيفية قياسها، وهل أن الشركات عانت من الأزمة المالية العالمية الأخيرة بسبب انخفاض مرونتها المالية، وهل أن المرونة المالية لها علاقة بمرونة الأعمال ومدى أهميتها لقرارات هيكل رأس المال). اعتمدت الدراسة أسلوب الاستبانة والمقابلات مع مديري المالية لعينة من الشركات المدرجة في بورصة باريس للأوراق المالية. كما فحصت الدراسة مدى تأثير الأزمة في سيولة الشركات واستثماراتها وهيكل رأس المال. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الشركات التي لا تتمتع بمرونة مالية عالية قد عانت من الأزمة المالية وأن الشركات التي تعتمد التمويل الداخلي لاستثماراتها لها رافعة مالية منخفضة ونسبة عالية من النقد لذلك فهي لم تتأثر كثيراً بنتائج الأزمة المالية. وتجدر الإشارة هنا إلى أن دالة اثنان تعد مؤشراً مهماً للمرونة المالية للشركة مقارنة بنسبة الرافعة المالية. وأهم استنتاجات الدراسة أكدت أن المرونة المالية تشكل جزءاً مهماً من استراتيجيات أعمال الشركة ومهمة لقرارات هيكل رأس المال.

٦- دراسة (Iqbal, Hameed and Ramzan 2012) بعنوان:

“The Impact of Debt Capacity on Firms Growth”

فحصت الدراسة العلاقة بين نسبة الدين ونسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية (مؤشراً للنمو) وعلى عينة من الشركات غير المالية المدرجة في بورصة كراتشي للأوراق المالية والتي بلغت ٥٣ شركة وللفترة ٢٠٠١م-٢٠٠٨م. فرضية الدراسة أكدت عدم وجود علاقة عكسية بين الرافعة المالية (إجمالي المطلوبات\إجمالي الموجودات) والنمو: (نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية للسهم)، باستخدام معادلة الانحدار الخطي البسيط، نتائج الاختبار أشارت إلى عدم قبول فرضية البحث إذ وجدت العلاقة موجبة وهي معنوية عند مستوى دلالة ٥%. وبرر الباحثان هذه النتيجة بكون شركات العينة هي من الشركات المربحة وضمن المؤشر العام القياسي لبورصة كراتشي، وعليه فإن سعة المديونية للشركة سواء انخفضت أو زادت فإن ذلك لا يؤثر في نمو الشركة.

٧- دراسة (Ogden & Wu 2013) بعنوان:

“Reassessing the Effect of growth options on Leverage”

هدفت الدراسة إلى إعادة تقييم أثر خيارات النمو في نسبة الرافعة المالية طبقاً لنظرية المبادلة لهيكل رأس المال وعلى أساس اختبار فرضية مفادها توجد علاقة بين نسبة الرافعة المالية وخيارات الشركة للنمو معبراً عنه بنسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية لحق الملكية. وتم اختبارها على عينة من الشركات الأمريكية غير المالية وللفترة ١٩٧١م-٢٠١٠م. نتائج اختبار الفرضية أشارت إلى وجود علاقة عكسية وذات تحذب كبير في إطار نظرية المبادلة الساكنة، وهذا التحذب هو معكوس الاس لنسبة خيار النمو، (القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية لحق الملكية) وتوصلت الدراسة إلى استنتاج مفاده إلى أن العلاقة العكسية القوية بين الرافعة المالية السوقية المثلى، وخيارات النمو في الربحية هي محور التأثير في قرارات ادارة الشركة في تعقب الفرص الاستثمارية.

٨- دراسة (Darabi, Mohammadi, GHAsmi and Forozan 2013) بعنوان:

“The Relationship between Financial Flexibility and Capital Structure Decisions”

هدف الدراسة تركز بالبحث في العلاقة بين المرونة المالية وقرارات هيكل رأس المال في عينة من الشركات المدرجة في بورصة طهران للأوراق المالية، التي تألفت من ٨٢ شركة وللفترة من ٢٠٠٦م، ولغاية ٢٠١٠م. استخدم الباحثون أسلوب تحليل Panel Data وثلاث فرضيات رئيسة تضمنت متغيراتها المستقلة (التغير في النقد، وقيمة هامش النقد، والتغير في نفقات البحث والتطوير، والتغير في مقسوم الأرباح، والتغير في الموجودات الثابتة، وحجم تمويل الشركة، والتغير في كلفة الفائدة، ونفقات الاندثار كمؤشر للحجم والقيمة النهائية للمرونة المالية) أما المتغيرات المعتمدة: وتركزت على العوائد غير العادية لحملة الأسهم العادية ونسبة الرافعة المالية. وباستخدام نموذج Faulkner & Wang 2006 لاختبار فرضية البحث ونموذج Clark 2010 لتحديد القيمة النهائية للمرونة المالية، توصلت الدراسة إلى أن المرونة المالية مهمة

لأنها تعزز من قدرات الشركة في تعقب الفرص الاستثمارية المربحة وعلى وجه التحديد الفرص غير المتوقعة من قبل إدارة الشركة، كما أكدت الدراسة أن الاحتفاظ بالنقدية الفائضة مؤثر لواحدة من عناصر المرونة المالية للشركة بدون أن يحمل الشركة تكلفة الفرصة البديلة.

٩- دراسة (Hando & Sharma 2014) بعنوان

“A Study on determinations of Capital Structure in India”

تمحور هدف الدراسة حول المحددات الرئيسة لهيكل رأس المال لعينة من الشركات المدرجة في بورصة بومباي للأوراق المالية وبلغت ٨٧٠ شركة وللفترة ٢٠٠٠م-٢٠٠٦م. اعتمدت الشركة ١٠ متغيرات مستقلة بضمنها سعة خدمة الدين (Debt Serving Capacity) معبرا عنها بنسبة تغطية الفائدة بالأرباح التشغيلية كمؤشر للمرونة المالية. أما المتغيرات التابعة فهي نسبة كل من الديون القصيرة الأجل والديون الطويلة الأجل وإجمالي الديون انفراداً إلى إجمالي الموجودات، وباستخدام اختبار الانحدار المتعدد والبسيط أشارت النتائج إلى عوامل كل من الربحية والنمو والموجودات الملموسة وحجم الشركة وكلفة الدين ونسبة الضريبة بالإضافة إلى سعة خدمة الدين لهما تأثير معنوي في هيكل الرافعة المالية الذي تختاره الشركة. وتوصلت الدراسة إلى استنتاج مفاده إلى أن مبادلة الشركة بين المرونة المالية وضوابط النظام المالي يعد من أهم الاعتبارات في تحديد هيكل رأس المال.

- ما يميز البحث الحالي عن الدراسات السابقة:

اتضح من تناول إسهامات الدراسات السابقة أن موضوع المرونة المالية ومتغيراتها تم تناوله وعلى وجه التحديد حول العلاقة بين المرونة المالية وهيكل رأس المال بوصفها العلاقة التي لم يتم تناولها من قبل المنظرين في الهيكل المالي الأمثل لاسيما تلك التي تتعلق بمساهمات موديكلياني وملير (M&M)، لذا فإن الاستفادة من تلك الدراسات كانت في صياغة مضامين الإطار المفاهيمي للمرونة المالية، وبعض المؤشرات التي تناولتها تلك الدراسات لتحليل المتغيرات المعتمدة وقياسها في البحث بغية تحقيق أهداف البحث، لذا جرت المحاولة في هذا البحث للتمييز في المجالات الآتية:-

أ. تجميع أكثر من متغير من متغيرات المرونة المالية وتطبيقها حصراً في القطاع الصناعي لإمكانية توفر المعلومات الخاصة بحساب هذه المتغيرات.

ب. التركيز على الديون ذات الفائدة الطويلة الأجل في حساب الرافعة المالية لكونها الأكثر مجالاً في توسيع دائرة المخاطر المالية على الشركة. على العكس من الدراسات السابقة التي ركزت على إجمالي الديون نسبة إلى إجمالي الموجودات في حساب الرافعة المالية.

ج. استناداً إلى أهمية كل من حجم الشركة ومعدل النمو في المبيعات فإن البحث اعتمدها كمؤشرات ضابطة للعلاقة بين المتغيرات المرونة المالية وخيارات النمو.

منهجية البحث:

١- مشكلة البحث وأهميته:

يوصف موضوع المرونة المالية بالقضية الأكثر اهتماماً لدى مديري الشركات المساهمة، والذي لم يحظَ بالرصد الكافي من الناحية الفكرية والتطبيقية بالفكر المالي المعاصر، وقد شكلت الحلقة المفقودة في نظريات هيكل رأس المال نتيجة لإهمال افتراضات تلك النظريات لموضوع المرونة المالية للشركة، على الرغم من المساهمات الفكرية لموديكلياني وميلر (M&M) عام ١٩٥٨م، التي أكدت عدم وجود علاقة لهيكل رأس المال الأمثل بقيمة الشركة، وطروحاتهم عام ١٩٦١م، حول فكرة الميزة الضريبية للدين وأثرها في أسعار الأسهم.

لذلك لا زالت المفاهيم النظرية لهذا الموضوع والمؤشرات الدالة على عناصره غير مشخصة بدقة، فضلاً عن عدم وجود اتفاق بين الباحثين حول هذه المؤشرات وأهميتها في تحسين قدرات الشركة على تعديل سياساتها التمويلية من الدين بما يتناسب وخياراتها للنمو وتحقيق الأداء الأفضل واستدامته في الأجل الطويل. وبناءً على ذلك فإن مشكلة البحث تنصب في جوانبها التطبيقية أكثر من كونها معرفية لأن مؤشرات المرونة المالية تعتمد بدرجة كبيرة على تقديرات الإدارة لفرص النمو المتوقعة وغير المتوقعة في المستقبل، وعليه فإن البحث يحاول الإجابة عن التساؤلات الآتية:-

أ. ما هي المرونة المالية وما هي طبيعة مؤشراتنا.

ب. هل للمرونة المالية تأثير في خيارات النمو للشركة معبرا عنه بنسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية.

ج. هل تختلف القوة التفسيرية للمؤشرات الدالة للمرونة المالية للتباين الحاصل في خيارات النمو تبعا لاختلاف الأساس المعتمد في حساب المرونة.

وفي ضوء طبيعة المشكلة ومعالمها جاءت أهمية البحث في المرونة المالية للكشف عن أهميتها في تفسير قدرات الشركة على تعقب الفرص الاستثمارية من جانب وتحليل أثر مؤشراتنا في خيارات النمو في الشركات المساهمة المدرجة في الأسواق الناشئة بشكل عام وبورصة عمان للأوراق المالية بشكل خاص من جانب آخر.

٢- أهداف البحث:

أ. بيان مفهوم وأهمية المرونة المالية والمؤشرات الدالة لعناصر المرونة وعلى وفق الإطار المفاهيمي لها.

ب. تشخيص القدرة التفسيرية للمرونة المالية لقدرات الشركة على تعقب الفرص الاستثمارية ذات النمو.

ج. بيان أثر المرونة المالية للشركة في خيارات النمو وللشركات عينة البحث.

- فرضيات البحث:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لمؤشرات المرونة المالية في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل نمو المبيعات.

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

١. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لنسبة الرافعة المالية في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل نمو المبيعات.
 ٢. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاحتياطي الرافعة المالية في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل نمو المبيعات.
 ٣. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لنسبة تغطية الموجودات في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل نمو المبيعات.
 ٤. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لنسبة تغطية الفائدة في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل نمو المبيعات.
 ٥. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لنسبة تغطية الدين في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل نمو المبيعات.
- ٣- مجتمع البحث وعينته:

اعتمد البحث على شركات القطاع الصناعي المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية لتمثل المجتمع، ولقد أختير القطاع الصناعي لإمكانية تطبيق مؤشرات البحث بدرجة واضحة من جانب، ولكون الشركات الصناعية تستخدم جميع أنواع التمويل تقريباً من جانب آخر. وتم سحب عينة قصدية وبواقع (12) شركة صناعية شكلت نسبة 16% تقريباً من أصل ٧٥ شركة مثلت مجتمع البحث، ووصفت العينة بكونها قصدية كونها توفرت بها التقارير المالية السنوية لكل شركة خلال مدة البحث (٢٠٠٩م-٢٠١٥م) بغية الحصول على أكبر قدر من البيانات اللازمة لاحتساب متغيرات البحث، كما أن لهذه الشركات تداول مستمر خلال مدة البحث.

٤- أساليب جمع البيانات والمعلومات والمعالجات الإحصائية لاختبار فرضيات البحث:

تعد الكتب والدوريات والرسائل الجامعية والأبحاث والمقالات، باللغتين العربية والإنجليزية المرجع الأساس لإغناء الجوانب النظرية للبحث. كما اعتمد على التقارير المالية السنوية للشركات الممثلة لعينة البحث للمدة (٢٠٠٩م-٢٠١٥م)، والمنشورة على الموقع الإلكتروني لبورصة عمان للأوراق المالية لجمع البيانات اللازمة لاحتساب متغيرات البحث. إن بيانات البحث بيانات سلاسل زمنية ذات طبيعة مقطعية (CROSS-SECTIONAL TIME SERIES)، والنموذج الملائم لقياس العلاقة بين المتغيرات هو الانحدار المشترك (Pooled Data Regression)، وبطريقة المربعات الصغرى العادية (Ordinary Least Squares).

- التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث وكيفية حسابها:
أولاً: المتغيرات المستقلة:

١- الرافعة المالية الحالية (Current Financial Leverage, CFL)

لأغراض البحث يقصد بالرافعة المالية نسبة الديون الطويلة الأجل إلى إجمالي الموجودات، وسوف تعتمد القيمة الدفترية لكل من القروض الطويلة الأجل وإجمالي الموجودات والمفصح عنهما بالميزانية العمومية للشركات عينة البحث لحساب نسبة الرافعة المالية الحالية وفق الآتي:-

$$Current Financial Leverage = \frac{Long - Term Debt}{Total Asset} \dots\dots\dots (1)$$

ومبرر التركيز على الديون الطويلة الأجل لأنها الأكثر تأثيراً في المركز الائتماني للشركة في حال تراكمها أو عندما تواجه الشركة صعوبات في خدمة الدين وفوائده. كما ان الدائنين ينظرون إلى الشركات التي تركز على التمويل بالدين طويل الأجل بأنها أكثر مخاطرة، فتعكس على المرونة المالية للشركة.

٢- احتياطي الرافعة المالية (Spare Financial Leverage SFL)
هو ذلك المستوى من الديون الطويلة الأجل نسبة إلى اجمالي الموجودات، والذي يعزز من قدرة الشركة على الاقتراض من الغير دون ان يعرض مركزها الائتماني إلى الانخفاض، ويحدد على أساس نسبة انحراف الرافعة المالية الحالية عن متوسط الرافعة للفترة قيد الدراسة، وفق الآتي (Ogden & Wu, 2013, 183):-

$$SFL = CFL - AFL \dots\dots\dots (2)$$

إذ أن (SFL) يشير اختصاراً لاحتياطي الرافعة المالية (Spare Financial Leverage)، أما (CFL) يشير اختصاراً إلى نسبة الرافعة المالية الحالية للشركة، في حين يمثل (AFL) متوسط الرافعة المالية خلال الفترة قيد الدراسة والتحليل لتعبر عن نسبة الرافعة المتوقعة. وتجدر الإشارة هنا إلى أن الفرق الموجب يعني أن الشركة لا تتمتع بالمرونة المالية والنتيجة السالبة تشير إلى أن الشركة مرنة مالياً وتمتلك احتياطياً يمكنها من الاقتراض.

٢- مستوى ضمان الدين (Asset Coverage Ratio ACOR):

لأغراض البحث سوف تعتمد نسبة تغطية موجودات الشركة لديونها كمؤشر لجودة ومستوى ضمانه الدين وبالتالي مؤشراً لمرونة الشركة مالياً، والمعيار المقبول لهذه النسبة هو (٢) مرة (التميمي والجنابي، ٢٠١٥م)

$$(3) \dots\dots\dots Asset Coverage Ratio = \frac{Fixed Asset Tangibility + Net Working Capital}{Total Debt}$$

٣- سعة خدمة الدين:

لأغراض البحث سوف يعتمد متغيرين كمؤشر لقدرة الشركة على خدمة ديونها وعلى وفق الآتي:-
أ- نسبة تغطية فائدة الدين (Interest Coverage Ratio ICOR)
وهي تمثل قدرة الشركة على تغطية الفائدة المترتبة عليها من الاقتراض من أرباحها التشغيلية، وتحسب وفق الآتي (Gitman & Zutter, 2012, 78) (Hando & Sharma, 2014)

$$\text{Interest Coverage Ratio} = \frac{\text{EBIT}}{I} = \text{Times} \quad \text{.....(٤)}$$

يمثل (EBIT) اختصاراً للربح قبل الفائدة والضريبة (Earnings Before Interest and Tax) والمفصّل عنه في قائمة الدخل، (I) اختصاراً لمبلغ الفائدة السنوي والمعلن في قائمة الدخل.
ب- نسبة تغطية الدين (Debt Coverage Ratio DCOR)
وهي تمثل قدرة الشركة على تغطية الدين من تدفقاتها النقدية التشغيلية وتحسب (الزبيدي، ٢٠١١، ٣٣٦):-

$$\text{Debt Coverage Ratio} = \frac{\text{OCF}}{\text{TD}} \quad \text{.....(٥)}$$

إذ إن (OCF) التدفق النقدي التشغيلي (Operating Cash Flow) ولأغراض البحث يحسب هذا التدفق على أساس صافي الربح بعد الضريبة مضاف إليه قسط الاندثار (الاهتلاك) السنوي، كما هو مفصّل عنه في قائمة الدخل، (TD) إجمالي الديون طويلة الأجل (Total Long Term Debt)، كما في الميزانية العمومية للشركة.
ثانياً: المتغير التابع:

خيار النمو Growth Option

اتفقت معظم الدراسات السابقة على أن نسبة القيمة السوقية لأسهم الشركة إلى قيمتها الدفترية (MTB) مؤشراً لخيارات نمو الشركة. ولأغراض البحث سوف تعتمد هذه النسبة كمؤشر لخيارات النمو للشركات عينة البحث، وفق الآتي: (Liow, 2010, 124-125) (Iqbal, Hammed & Raman, 2012) :

$$\text{MTB Ratio} = \frac{\text{Stock Market Value}}{\text{Stock Book Value}} \quad \text{.....(6)}$$

إذ أن MTB تعني القيمة السوقية لأسهم الشركة Market Value of Stock نسبة إلى القيمة الدفترية لأسهم الشركة ذاتها Book Value

ثالثاً:- المتغيرات الضابطة:

١- حجم الشركة (Firm Size): لأغراض البحث سوف يتم استخدام اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الموجودات كمؤشر للحجم (Talebnia et al, 2010, 268).

٢- معدل النمو بالمبيعات (Growth Rate, GR): لأغراض البحث سوف يحسب معدل النمو على أساس نسبة التغير السنوي في المبيعات، بوصف المبيعات العنصر الأساسي في التأثير في الربح التشغيلي للشركة ومتغير حاكم لعلاقة المرونة المالية بخيارات النمو (Utami & Eno, 2011, 13). وفق الآتي:-

$$GrowthRate = \frac{SaleRevenue_t - SaleRevenue_{t-1}}{SaleRevenue_{t-1}} \dots\dots\dots (7)$$

الإطار المفاهيمي للمرونة المالية للشركة:

١- مفهوم المرونة المالية Financial Flexibility Concept:

تُعد عملية تصميم هيكل رأس المال، وفقاً للمزيج الأمثل عند المفاضلة بين أدوات الدين والملكية، من القرارات المالية المعقدة والحساسة لارتباطها الوثيق بقيمة الشركة من جانب، وقدرة إدارة الشركة على توفير احتياجاتها من التمويل بما يتناسب وحجم الفرص الاستثمارية الحالية والمتوقعة وغير المتوقعة في المستقبل من جانب آخر، فعلى الرغم من المساهمات المعرفية لنظريات هيكل رأس المال بخصوص المنافع المتحققة من استخدام الدين في تمويل الفرص الاستثمارية، فإن العديد من الشركات لاسيما السائلة والمربحة منها تميل إلى اعتماد سياسة دين منخفضة لغرض تجنب كلف الافلاس أو لتخفيض مخاطر التعرض إلى هذه الكلف (Graham, 2000) بجانب إسناد قدراتها بالدخول إلى أسواق الدين والملكية لتأمين احتياجاتها المالية لغرض اتخاذ الإجراءات الوقائية لحالات الطوارئ غير المتوقعة في المستقبل بهدف المحافظة على قيمة الشركة (Chue, 2012).

وبعبارة أخرى إن ميل أغلب الشركات نحو اعتماد سياسة الرفع المنخفضة هو لغرض تحقيق ما يسمى بالمرونة المالية (Marchica & Mura, 2010, 1340-1343)، لتأمين مصادر تمويل مستدامة سواء داخلياً (التدفقات النقدية التشغيلية)، أو من خارج الشركة التي ترتبط أساساً بقدرة الشركة على دخول الأسواق المالية بالوقت المناسب للحصول على التمويل الكافي ووفقاً لمفهوم المزيج الأمثل لهيكل رأس المال. وهنا المرونة المالية ترتبط بمرونة الأعمال في قدرتها على توليد تدفقات نقدية من العمليات الجارية أو من موجودات ذات سيولة مهمة تحقق مبالغ تمكن الشركة من توفير التمويل وتعزيز قدرتها على تجميع الموارد المالية في الوقت المناسب وبما يتناسب مع حجم الفرص الاستثمارية المتاحة (Hess & Philip, 2014, 24).

لذا الشركة المرنة مالية تكون قادرة على تجنب الضائقة المالية وقت الصدمات غير المرغوب بها وبشكل يضمن لها سهولة تمويل الفرص المربحة (Gamba & Triantis, 2008, 2263, Poulsen et al, 2013, 327). ووصف Rayan 2007 المرونة المالية بأنها قدرة الشركة على تحريك الموارد المالية استجابة إلى الأنشطة من أجل زيادة قيمة الشركة وصولاً إلى ما يسمى بهدف تعظيم قيمتها (Darabi et al., 2013, 3843)، فهي إذا تتطلب استهداف رافعة مالية منخفضة لتمثل القوة الافتراضية غير المستغلة Untapped Borrowing Power للشركة في الأجل الطويل. (Marchica & Mura, 2009, 1341-1342) (Denis & Sibilkov, 2010, 180). ويركز بعضهم مفهوم المرونة المالية على مقدار النقدية المحتفظ بها لدى الشركة ومستوى خطوط الائتمان المتاحة لها في السوق المصري (Lozana, 2012, 2696). بينما يرى بعضهم أن المرونة المالية ترتبط بالاحتفاظ بنسبة دفع أرباح منخفضة مع رافعة مالية منخفضة إذا كانت تواجه الشركة تقلبات في صافي تدفقاتها النقدية (Darabi et al., 2013, 3843).

٢- المؤشرات الدالة للمرونة المالية للشركة:

استناداً إلى مساهمة (DeAngelo & DeAngelo 2007): فإن المرونة المالية تشكل حلقة الوصل المفقودة في كل النظريات المتعلقة بتصميم هيكل رأس المال (مزيج الرفع المالي)، كون مؤشرات لا زالت غير مشخصة بدقة، لأن الاحتفاظ بالمرونة المالية تعتمد بالدرجة الأساس على تقييم الإدارة للفرص الاستثمارية المتوقعة في المستقبل (Marchica & Mura, 2010, 1341-1342)، ومع ذلك جرت محاولات من قبل العديد من الباحثين في تناول مؤشرات عبرت في مضمونها عن المرونة المالية للشركة وفق الآتي:-

أ- الرافعة المالية واحتياطي الرافعة المالية:

حظيت الرافعة المالية باهتمام الفكر المالي المعاصر، بوصفها مدخلاً متكاملًا لتصميم الهيكل الأمثل لرأس المال (كيفية اختيار المزيج الأمثل لحجم الدين في الهيكل المالي والذي يعظم من قيمة الشركة وتخفيض كلفة رأس المال) من جانب، ولتحقيق الاستفادة من المزايا الضريبية وتجنب كلف الإفلاس التي تتعرض لها الشركة نتيجة للإفراط في استخدام الدين من جانب آخر، ومع ذلك يركز مدراء الشركات على مفهوم المستوى المتعلق للرافعة المالية، وهو المستوى الذي يحقق مبدأ الكلفة - المنفعة من استخدام الدين في تمويل استثمارات الشركة، لذا إن المستوى المتعلق من استخدام الدين سوف يعزز من المرونة المالية للشركة ودخول أسواق الدين في كل الظروف الاقتصادية التي تشهدها دورة أعمال الشركة، لتأمين الأموال اللازمة لاستثماراتها المتوقعة وغير المتوقعة (Brigham & Ehadart, 2011, 843).

أي أن المستوى المتعلق من الرفع المالي هو المستوى الذي يعزز من احتياطي الرافعة المالية أو ما يسمى بالترادف (احتياطي سعة المديونية Spare Debt Capacity)، والذي يقاس بانحراف الرافعة المالية الحالية للشركة عن وسيط الرافعة المالية من نفس الصناعة، أو انحراف الرافعة المالية الحالية للشركة عن الرافعة المالية المقدرة، فإذا كان الانحراف سالباً في كلا الحالتين فإن الشركة تستخدم سياسة دين متحفظة مما يجعلها مرنة مالياً، أما الانحراف الموجب فيؤشر أن سياسة الشركة في استخدام الدين يكون فوق المتوسط ربما يضعف من قدرتها على دخول أسواق الدين لزيادة الرفع المالي وتغطية احتياجاتها التمويلية بهدف التخفيف من الصدمات المالية (Ogden & Wu, 2013, 183). وعليه فإن الشركة التي تمتلك

الانحرافات السالبة للرافعة الحالية عن المستهدفة وفقاً للصناعة أو وفقاً للرافعة المقدرة، دالة على أن الشركة لها القدرة على تعديل هيكل مديونتها وزيادتها بما يتناسب واحتياجاتها المالية لتحقيق المنافع الضريبية وتجنب كلف الإفلاس وصولاً إلى القيمة المستهدفة للرافعة المالية. والعكس أيضاً صحيح إذ يتعذر على الشركة التي لها انحرافات موجبة من تعديل رافعتها المالية لأن أي زيادة سوف تؤدي إلى ارتفاع مخاطر كلف الإفلاس بأعلى من المنافع الضريبية للدين مما يؤدي إلى تخفيض سعر السهم (تيم، ٢٠١١، ٣٤١). وبناء على ما تقدم فإن المستوى المتعقل للدين هو الوصف الحقيقي للقدرة الافتراضية غير المستغلة للشركة نتيجة لاتباعها سياسة دين متحفظة لتعزز من مرونتها المالية تجاه خيارات النمو، في ظل ظروف السوق المالية ومدى قبول المستثمرين لأدوات الدين التي تصدرها الشركة (2014 Handoo & Sharma, 171).

ب- طبيعة الموجودات ومستوى ضمانها للدين:

تعد الموجودات أحد أهم المجالات المعززة لمرونة الشركة المالية، بوصفها الضمانات المناسبة لحصول الشركة على احتياجاتها المالية من الأسواق وتنويع هيكل رافعتها المالية لمواجهة خيارات النمو المتوقعة وغير المتوقعة في المستقبل، وبطبيعة الحال إن درجة تكنولوجيا الموجودات المستخدمة وسيولتها، تلعب دوراً في تحديد مستوى الضمانة التي تؤهل الشركة للحصول على أموالها الإضافية، لذا يجب اقتناء الموجودات ذات النوعية التي تؤمن درجة سيولة تعزز من مرونة الشركة المالية، وبشكل يضمن تخطي الصدمات المالية في أوقات ذروة تدفق الفرص الاستثمارية غير المتوقعة مستقبلاً. إذ أن الاستثمار بالموجودات الملموسة بكفاءة يساهم في زيادة جودة الإيراد المتحقق من تشغيل تلك الموجودات التي تساهم في تجنب الشركة صعوبات دفع التزاماتها للدائنين. كما أن الاحتفاظ بموجودات متداولة مناسبة (التي تتصف بالقابلية التسويقية العالية) يعزز من مستوى ضمانة هذه الموجودات للديون الإضافية التي تنوي الشركة الحصول عليها لإسناد خيارات النمو، لذلك فإن مستوى تغطية هذه الموجودات لديون الشركة يعد مؤشراً للمرونة المالية للشركة (التميمي والجناي، ٢٠١٥). إن الموجودات الثابتة الملموسة التي تمتلكها الشركة تستعمل كضمانه لمقدرة الشركة على تغطية الديون والتي تقلل من كلف الإفلاس المالي وكلفة الوكالة للدين (Ogden & Wu, 2013, 185) وتزداد هذه الضمانة متانة بدرجة سيولة الشركة المطلقة والمتمثلة بصافي رأس المال العامل، وكلما كانت مرات التغطية ضمن المعيار النمطي المقبول لمرات التغطية (١,٥) مرة، وعلى مستوى الصناعة يجب أن لا يقل عن (٢) مرة، كلما يجنب الشركة فرص الدخول بالعسر المالي، من جانب، ويعزز مقدرتها على دخول الأسواق المالية ولا سيما أسواق الدين من جانب آخر، وتقاس النسبة وفق المعادلة رقم (٢).

ج- سعة خدمة الديون Debt Serving Capacity:

على الرغم من أن استخدام الدين يحقق الميزة الضريبية للشركة، بوصف الفوائد المترتبة على الشركة تعالج على أنها مصروف يستقطع قبل الضريبة مما تساهم في تخفيف العبء الضريبي، إلا أنه بالمقابل

هذه الفوائد وأصل الدين تشكل التزاما ثابتا واجب الدفع عند الاستحقاق، وبغض النظر عن الموقف المالي للشركة، ووفقا للقيود المنصوص عليها في عقد الدين، لذلك لا بدّ من أن تتمتع الشركة بمقدرات مالية لخدمة الدين وفوائده، والتي تتمثل بالإيرادات المتحققة من النشاط الفعلي للشركة بوصفها مجالا مهما ومعززا لسعة خدمة الديون، وبالتالي معززا للمرونة المالية للشركة. ومعنى آخر ارتفاع نسبة تغطية أصل الدين وفوائده دال على زيادة سعة الشركة في خدمة ديونها وبالتالي يؤهلها لاقتراض المزيد من الأموال دون أن يتعرض تصنيفها الائتماني إلى الانخفاض، كما أن الدائنين بحاجة إلى معرفة سعة خدمة مديونية الشركة لتحديد احتياجات الشركة الفعلية من الأموال، ولتحديد معدل الفائدة وآجال استحقاقات الدين المناسبة لها (Kolker, 2013, 32). ويتضح مما تقدم أن سعة خدمة الدين ترتبط أساساً بقدرة الشركة على تسديد التزاماتها من أرباحها التشغيلية وتدفقاتها النقدية، وعليه فإن المؤشرات الدالة على قدرة الشركة في خدمة ديونها يمكن حصرها بالمؤشرات الآتية (الزبيدي، ٢٠١١، ٣٣٦).

أولاً- نسبة تغطية الفائدة Interest Coverage Ratio:

تمثل الفائدة على الدين كلفة تمويل ثابتة تعالج وفقا للمنظور المحاسبي على أنها مصروف تشغيلي يستقطع من الأرباح التشغيلية قبل الضريبة، لذلك قدرة الشركة على تغطية الفائدة هو مؤشر لملائتها في الأجل الطويل، كون أن نسبة التغطية تمثل المدى الذي يمكن أن تنخفض به الأرباح قبل الفائدة والضريبة وتستمر الشركة في خدمة ديونها دون أن تتجه نحو مخاطر الإفلاس، لذلك الشركة التي لها نسبة تغطية عالية للفائدة لديها مرونة عالية للدخول إلى الأسواق الخارجية وتعديل رافعتها المالية دون أن يتعرض تصنيفها الائتماني إلى الانخفاض، لذا يفضل أن تكون هذه النسبة أكبر من الواحد الصحيح، ويشير معظم محلي الأوراق المالية في الأسواق المالية لا سيما التي تكون أدوات الدين فيها نشطة، إلى أن المؤشر المرجعي المفضل لهذه النسبة هو (٣) مرة والبعض الآخر يفضل (٥) مرة كمؤشراً مرجعياً لتعزيز سعة الشركة في خدمة ديونها.

ثانياً- نسبة تغطية الدين Debt Coverage Ratio:

إن سعة الشركة في خدمة ديونها لا ينحصر في نسبة تغطية الفائدة فقط، بل إن ما تملكه الشركة من مقدرات مالية لتسديد أصل الدين هو الآخر مؤشر مهم لسعة خدمة الدين، وهنا تُعد التدفقات النقدية التشغيلية (متملاً بصافي الربح بعد الضريبة مضافاً إليه الكلف الثابت غير النقدية) (الاندثار على سبيل المثال)، والتدفقات النقدية التشغيلية المفصّل عنها في قائمة التدفقات النقدية) المجال الأكثر تركيزاً في التعبير عن قدرة الشركة في تغطية أصل الدين، إن هذه التدفقات تمثل مصدراً للنقدية الداخلة للشركة والتي تمكنها من تسديد التزاماتها الثابتة بشكل عام والأقساط الدورية لأصل الدين بشكل خاص، وعليه فإن الشركات التي تتسم تدفقاتها النقدية التشغيلية بالاستقرار و/ أو بالارتفاع تمتلك سعة أعلى لخدمة الدين وبالتالي مرونة أعلى في تعديل رافعتها المالية لمواجهة خيارات النمو وقت الصدمات الإيجابية، ولذلك يفضل أن تكون نسبة تغطية الدين أكبر من الواحد الصحيح.

العلاقة النظرية بين المرونة المالية للشركة وخياراتها للنمو:

تُعد نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية (Market Value To Book Value (MV/BV مؤشراً دالاً على القيمة التي يبدي المستثمر استعدادَه لدفعها مقابل كل دينار واحد من قيمته الدفترية، فهو مؤشر لتحديد جاذبية الفرص الاستثمارية المتوقعة وللميزة التنافسية لأسهم الشركة (النعيمي والتميمي، ٢٠٠٨، ١٠٨). لذلك فإن الشركة التي تمتلك نسبة MV/BV أكبر من الواحد الصحيح يكون محفزاً للمتعاملين بالسوق المالية على تداولات أسهم الشركة، وذلك لشراء النمو المتوقع من خياراتها الاستثمارية المعززة لثروة المساهمين، بينما لا ينظر المستثمر للشركة إذا كانت نسبة MV/BV أقل من الواحد الصحيح لضعف فرص النمو المتوقعة مستقبلاً نتيجة لعدم جدوى خيارات النمو المتاحة لها.

وبناءً على ذلك فإن هذا المؤشر واقعي وذا قيمة للمستثمرين الذين يبحثون عن النمو في الثروة وبأسعار مقبولة تعمل على تصحيح توقعات السوق بشأن أداء الشركة ولضمان عدم تحقيق عوائد سلبية. فهو مؤشر يعتمده المتعاملون في السوق للحكم على أداء الشركة من جانب ويعكس نظرة المستثمر للشركة وإدارتها وربحياتها وآفاق نموها المتوقعة من جانب آخر (Barnhart et al., 1994). إن الشركات التي تسعى للاحتفاظ بخيارات النمو المتزايد (زيادة نسبة MV/BV) سوف تعتمد سياسة دفع منخفضة للأرباح (نسبة احتجاز مرتفعة) ورافعة مالية هي الأخرى منخفضة، لتحقيق أعلى معدل للنمو المستديم، والاحتفاظ بمستوى أعلى للمرونة المالية وبشكل يسمح للشركة في استيعاب ذروة صدمات الفرص الاستثمارية وعلى وجه الخصوص غير المتوقعة، وتمكينها من التوسع وتعقب تلك الفرص التي تعزز من توليد القيمة لحملة الأسهم، مما ينعكس بدوره على زيادة نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية (Liow, 2010, 124-125). وبمعنى آخر فإن العلاقة بين خيارات النمو (معبّر عنها بنسبة MV/BV) وسياسة الرفع المالي المنخفض عكسية (Ogden & Wu, 2013, 182-183)، وهذا لا يعني أن الرفع المنخفض يؤدي إلى زيادة القيمة السوقية للشركة، بل إن ذلك يعني أن الشركة تميل إلى التمويل من خلال مصادرها الداخلية (احتجاز النسبة الأكبر من أرباحها) في أوقات انحسار الفرص الاستثمارية، وبنسب تفوق نسبة التمويل بالدين أو إصدار أسهم إضافية، ويعود السبب في ذلك إلى أنها تسعى لتحقيق أعلى معدل نمو مستديم يعزز من المرونة المالية للشركة في أوقات انتعاش الفرص المتاحة أمامها ولمواجهة الصدمات المالية للفرص غير المتوقعة والتي تفوق قدراتها التمويلية من المصادر الداخلية، ولذلك فإن سياسة الرفع المالي المنخفضة دالة للعلاقة الطردية بين خيارات النمو والمرونة المالية للشركة.

بعض الاختبارات الإحصائية الإجرائية لبيانات متغيرات البحث:

يعرض الجدول (١) وصفاً لمتغيرات البحث واختبار التوزيع الطبيعي لبيانات متغيرات البحث خلال المدة (٢٠٠٨م - ٢٠١٤م) ومنه يتضح أن نتائج اختبار (Jarque-Bera) أشارت إلى التوزيع الطبيعي للبيانات لأن احتمالية الاختبار J-B أكبر من ٠,٠٥، وعدم وجود قيم متطرفة تؤثر في نتائج البحث (Gujarati, 2004). أما الجدول رقم (٢) يعرض مصفوفة الارتباط ونتائج الارتباط المتعدد بين متغيرات البحث، ومنه يتضح أن قيم معامل الارتباط بين المتغيرات كانت أقل من (٠,٨٠) وهذا يدل على عدم وجود ظاهرة الارتباط الخطي

المتعدد بين المتغيرات المستقلة، لذا فإن العينة تخلو من مشكلة الارتباط الخطي العالي المتعدد وفقا إلى معامل تضخم التباين VIF، التي كانت جميع قيمه أكبر من العدد ١، وأقل من العدد ١٠ (Gujarati, 2004, 253).

جدول (١)

الإحصاء الوصفي واختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات البحث وللمدة (٢٠١٤-٢٠٠٩)

MTBV	Size	GS	CFL	SFL	DCOR	ICOR	ACOR	
2.24	181,801.3	12.1	17.11	0.18	3.12	28.52	10.56	الوسط الحسابي
3.36	350,973.5	37.85	12.86	5.64	7.21	58.73	17.86	الانحراف المعياري
18.53	1,223,269	145.7	50.30	13.90	37.52	319.00	97.94	أعلى قيمة
0.32	5,801	-53.4	0.13	-14.6	0.02	0.07	0.52	أدنى قيمة
7.381	2.763	3.518	5.589	3.204	3.169	2.479	6.079	Jarque - Bera
0.052	0.254	0.168	0.072	0.201	0.211	0.277	0.063	Sig

جدول (٢)

مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة للبحث واختبار معامل تضخم التباين وللشركات عينة البحث

Size	GS	CFL	SFL	DCOR	ICOR	ACOR	
						1.000	ACOR
					1.000	0.730**	ICOR
				1.000	0.641**	0.657**	DCOR
			1.000	0.051	0.0123	0.072	SFL
		1.000	0.407**	0.455**	0.506**	0.546	CFL
	1.000	0.197	0.001	0.164	0.250*	0.180	GS
1.000	0.083	0.243*	0.064	0.402**	0.148	0.008	Size
١,٥٥٦	١,٠٨٩	٢,٠٤٧	١,٣٥٢	٢,٤٧	٣,٦٦٤	٤,٤٧٧	VIP

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

تحليل نتائج اختبار الفرضية الرئيسة والفرعيات لها:

١- يشير الجدول رقم (٣) إلى نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى، ومنه يتضح أن أثر المتغيرات المستقلة في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية هو أثر معنوي ودال إحصائياً، وفقاً لقيمة F المحسوبة البالغة (24.503)، وبمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من 0.05، تفسر ما نسبته (48.8%) من التباين في (القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية) على وفق معامل التحديد، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة. لكن معامل الانحدار البالغ قيمته ($B = -0.004$) يشير إلى أن أثر نسبة الرافعة المالية غير معنوي، وفقاً لقيمة t المحسوبة (-0.556) وبمستوى دلالة (0.580) وهي أكبر من 0.05. إلا أن قيمة معامل الانحدار لحجم الشركة بلغ ($B = 0.762$) وهو معنوي لأن قيمته الاحتمالية (0.000) وهي أقل من 0.05، ووفقاً لقيمة t المحسوبة (8.874)، بينما كانت قيمة معامل الانحدار لنمو المبيعات ($B = -0.001$) وهو غير معنوي، لأن قيمته الاحتمالية (0.925) أكبر من 0.05، ووفقاً لقيمة t المحسوبة (-0.095)، وعليه تقبل الفرضية الفرعية الأولى "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لنسبة الرافعة المالية في خيارات النمو"، وتجدر الإشارة هنا إلى أن معنوية النموذج كانت تعزى إلى دور المتغير الضابط (حجم الشركة) في تعزيز خيارات النمو للشركة بوصفه متغيرات ضابطاً لعلاقة الرافعة المالية الحالية وأثرها في نسبة القيمة السوقية للشركة إلى قيمتها الدفترية.

جدول (٣)

نتائج اختبار أثر نسبة الرافعة المالية في خيار النمو وللشركات عينة البحث في إطار المتغيرات الضابطة

Dependent Variable (MTB)			
Probability(P- Value)	T-Test	β	Independent Variables
0.580	-0.556	-0.004	CFL
0.000	8.874	0.762	Size Firm
0.925	- 0.095	- 0.001	Growth Sales
0.000	Sig	٢٤,٥٠٣ F المحسوبة	(R ²): % 48.8

٢- يعرض الجدول رقم (٤) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية ومنه يتضح أن أثر المتغيرات المستقلة في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية، هو معنوي ودال إحصائياً عند مستوى 0.05، وفقاً لقيمة F المحسوبة البالغة (24.772)، وأن النموذج وفقاً لهذه المتغيرات يفسر ما نسبته (49.1%) من التباين في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية وفقاً لمعامل التحديد (R^2)، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة. علماً أن قيمة معامل الانحدار لحجم الشركة ($B = 0.739$) له الأثر المعنوي والدال إحصائياً عند مستوى 0.05، وفقاً لقيمة t المحسوبة (11.895)، كما أن قيمة معامل الانحدار لنمو المبيعات ($B = -0.003$) هو الآخر ليس له أثر معنوي، إذ كانت قيمة t المحسوبة (-0.150). إلا أنه تجدر الإشارة هنا أن معامل

الانحدار لمتغير احتياطي الرافعة المالية البالغ ($B=-0.008$) يشير إلى أنه ليس له أثر معنوي وغير دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0,05، استناداً إلى قيمة (t) المحسوبة (-0.695)، وعليه تقبل الفرضية الفرعية الثانية ومفادها "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لاحتياطي الرافعة المالية في خيارات النمو في إطار حجم الشبكة ومعدل النمو في المبيعات".

جدول (٤)

نتائج اختبار أثر احتياطي الرافعة المالية في خيار النمو وللشركات عينة البحث في إطار المتغيرات الضابطة

Dependent Variable (MTB)			
Probability(P- Value)	T-Test	β	Independent Variables
0.489	-0.695	-0.008	SFL
0.000	11.895	0.739	Size Firm
0.881	- 0.150	- 0.003	Growth Sales
0,000	Sig	٢٤,٧٧٢	F المحسوبة: 49.1 % (R ²):

٣- يوضح الجدول رقم (٥) نتائج اختبار فرضية البحث الفرعية الثالثة، ومنه يتضح أن أثر المتغيرات المستقلة في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية هو معنوي ودال إحصائياً بمستوى دلالة (0.05) وفقاً لقيمة F المحسوبة البالغة (39.315)، كما أن النموذج يفسر ما نسبته (60.5%) من التباين في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية للشركات عينة البحث، علماً أن معامل الانحدار لمتغير تغطية الموجودات بلغ ($B=-0.009$) وله أثر معنوي عند مستوى دلالة 0,05، وفقاً لقيمة t المحسوبة والبالغة (2.691)، كما كانت قيمة معامل الانحدار لمتغير حجم الشركة ($B=0.873$) وله أثر معنوي دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0,05، وفقاً لقيمة (t) المحسوبة (14.069)، وعليه ترفض الفرضية الفرعية الثالثة، وتقبل البديلة لها ومفادها "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لنسبة تغطية الموجودات في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل النمو في المبيعات" وتجدر الإشارة إلى أن معامل الانحدار لمتغير نمو المبيعات بلغ ($B=-0.001$) وليس له أثر معنوي، وفقاً لقيمة (t) المحسوبة (-0.868).

٤- يعرض الجدول رقم (٦) نتائج اختبار فرضية البحث الفرعية الرابعة، ومنه يتضح أن متغيرات الفرضية المستقلة لها أثر معنوي في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية وللشركات عينة البحث، هو أثر دال إحصائياً عند مستوى 0.05، إذ كانت قيمة (F) المحسوبة (32.869)، والنموذج يفسر وعلى وفق معامل التحديد ما نسبته (56.2%) من التباين في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية، واستناداً إلى الأثر المعنوي والدال إحصائياً لكل من معامل الانحدار لمتغير نسبة التغطية للفوائد البالغ ($B=0.002$) وله قيمة (t)

المحسوبة (5.147) ومعامل الانحدار لمتغير حجم الشركة البالغ ($B=0.824$) وله قيمة t المحسوبة (13.755).

علماً أن قيمة معامل الانحدار لمتغير نمو المبيعات بلغ ($B=-0.002$) وهو غير المعنوي إذ كانت قيمة (t) المحسوبة (-1.066) وبمستوى دلالة (0.290)، وعليه ترفض الفرضية الفرعية الرابعة، وتقبل البديلة ومفادها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لنسبة تغطية الفوائد في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل النمو في المبيعات".

جدول (٥)

نتائج اختبار أثر نسبة تغطية الموجودات في خيار النمو وللشركات عينة البحث في إطار المتغيرات الضابطة

Dependent Variable (MTB)			
Probability(P- Value)	T-Test	β	Independent Variables
0.009	2.691	-0.009	ACOR
0.000	14.069	0.873	Size Firm
0.388	- 0.868	- 0.001	Growth Sales
0.000 Sig	39,315	F المحسوبة:	(R ²): 60.5 %

جدول (٦)

نتائج اختبار أثر نسبة تغطية الفائدة في خيار النمو وللشركات عينة البحث في إطار المتغيرات الضابطة

Dependent Variable (MTB)			
Probability(P- Value)	T-Test	β	Independent Variables
0.000	5.147	0.002	ICOR
0.000	13.755	0.824	Size Firm
0.290	- 1.066	- 0.002	Growth Sales
0.000 Sig	32,869	F المحسوبة:	(R ²): 56.2 %

٥- الجدول رقم (٧) يوضح نتائج اختبار فرضية البحث الفرعية الخامسة المتعلقة بمدى معنوية أو عدم معنوية أثر نسبة تغطية الدين في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية في إطار حجم الشركة ومعدل النمو في المبيعات. ومنه يتضح أن المتغيرات المستقلة لها أثر معنوي في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية، ودال إحصائياً عند مستوى 0.05، إذ كانت قيمة F المحسوبة (35.131) وبقيمة احتمالية (0.000)، وأن النموذج يفسر ما نسبته (57.8%) من التباين في القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية، وعلى وفق معامل

التحديد، علماً أن معامل الانحدار لمتغير نسبة تغطية الدين بلغ (B=0.136) وله أثر معنوي دال إحصائياً، إذ كانت قيمة t المحسوبة (2.951) وبقيمة احتمالية (0.004)، كما كانت قيمة معامل الانحدار لحجم الشركة (B=0.736) وله أثر معنوي دال إحصائياً إذ كانت قيمة t المحسوبة (12.652) وبقيمة احتمالية (0.000)، بينما قيمة معامل الانحدار لمتغير نمو المبيعات (B=-0.003) ليس له أثر معنوي، إذ كانت قيمة t المحسوبة (-1.483) وبقيمة احتمالية (0.142)، وعليه ترفض الفرضية الفرعية الخامسة، وتقبل البديلة لها ومفادها "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لنسبة تغطية الدين في خيارات النمو وفي إطار حجم الشركة ومعدل النمو في المبيعات"

جدول (V)

نتائج اختبار أثر نسبة تغطية الدين في خيار النمو وللشركات عينة البحث في إطار المتغيرات الضابطة

Dependent Variable (MTB)			
Probability(P- Value)	T-Test	β	Independent Variables
0.004	2.951	0.136	DCOR
0.000	12.652	0.736	Size Firm
0.142	- 1.483	- 0.003	Growth Sales
0.000	Sig	35,131	F المحسوبة: %57.8 (R ²)

٦- يبين الجدول رقم (٨) نتائج اختبار الفرضية الرئيسة للبحث وعلى أساس متغيرات المرونة المالية مجتمعة وفي إطار المتغيرات الضابطة، ومنه يتضح أن التباين الذي يحصل في خيارات النمو (القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية) وللشركات عينة البحث يفسر بناء على ما تمتلكه الشركة من مرونة مالية، وعلى هذا الأساس فإن المرونة المالية للشركة قد فسرت ما نسبته (67%) من توجهات الشركة نحو خيارات النمو، وإن هذا الأثر دال إحصائياً، إذ كانت قيمة F المحسوبة (21.154)، وبمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من 0.05.

أما المعاملات التي أظهرت تفوقاً في العلاقة والأثر المعنوي والدال إحصائياً في خيارات النمو، فهي نسبة الرافعة المالية الحالية وبقيمة B بلغت (0.036) عند قيمة t المحسوبة (3.221)، وبمستوى دلالة (0.002)، بينما قيمة B لاحتياطي نسبة الرافعة المالية فهي سالبة وبلغت (-0.045) وعند قيمة t المحسوبة (-5.020)، وبمستوى دلالة (0.000)، في حين بلغت قيمة B لنسبة تغطية الموجودات (-0.050) وبقيمة t المحسوبة (-2.369)، وبمستوى دلالة (0.021). كما كانت قيمة B لنسبة تغطية الدين قد بلغت (0.136) وبقيمة t المحسوبة (2.951)، وبقيمة احتمالية (0.004). أما قيمة B لحجم الشركة فقد بلغت (0.736) ولها قيمة t المحسوبة (12.652)، أما بالنسبة لمعاملات الانحدار التي لم تثبت علاقتها بخيارات النمو فهي نسبة تغطية الفوائد وبقيمة B بلغت (0.001) لأن قيمة t المحسوبة (0.189) وبقيمة احتمالية (0.851) وهي أكبر من 0.05، بينما كانت قيمة B لمعدل نمو المبيعات قد بلغت (-0.003) وبقيمة t المحسوبة (-1.483) وبمستوى دلالة (0.142)، وهي أكبر من 0.05، وبناءً على النتائج أعلاه فإن معظم متغيرات النموذج للمرونة المالية قد فسرت خيارات النمو كلا حسب طبيعة علاقته بالقيمة السوقية إلى

القيمة الدفترية، وعليه يتم قبول الفرضية البديلة للفرضية الرئيسة للبحث ومفادها "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية معنوية لمؤشرات المرونة المالية (الرافعة المالية الحالية، واحتياطي الرافعة المالية، ونسبة تغطية الدين، ونسبة تغطية الموجودات) في خيارات النمو في إطار حجم الشركة ومعدل نمو المبيعات"

جدول (٨)

نتائج اختبار أثر مؤشرات المرونة المالية في خيار النمو وللشركات عينة البحث في إطار المتغيرات الضابطة

Dependent Variable (MTB)			
Probability(P- Value)	T-Test	β	Independent Variables
٠,٠٠٢	٣,٢٢١	٠,٠٣٦	CFL
٠,٠٠٠	- ٥,٠٢٠	- ٠,٠٤٥	SFL
٠,٠٣١	- ٢,٣٦٩	- ٠,٠٥٠	ACOR
٠,٨٥١	٠,١٨٩	٠,٠٠١	ICOR
0.004	2.951	0.136	DCOR
0.000	12.652	٠.736	Size Firm
0.142	- 1.483	- 0.003	Growth Sales
0.000	Sig	21.154	F المحسوبة: %67 (R ²):

الاستنتاجات:

١- إن المرونة المالية تميل لكفة الحجم بمعدل تغيير أكبر من نسبة تغطية الفوائد، وربما يعود السبب في ذلك إلى أن كبر حجم الشركة يمكنها من توسيع وتنويع انشطتها بشكل يضمن تحقيق ربح تشغيلي يجنبها مخاطر التعثر في تسديد الفوائد، وما يبرر ذلك العلاقة الطردية لنسبة تغطية الشركة لديونها من تدفقاتها النقدية التشغيلية، وبالتالي فإن المرونة المالية وفقاً لنسبة تغطية الفائدة والدين يعززان من كفاءة الشركة في الأجل الطويل.

٢- إن طبيعة علاقة مؤشرات المرونة المالية للشركة بخيارات النمو تختلف باختلاف المؤشر ومحتواه النوعي و/أو الكمي. كما أظهرتها نتائج اختبار فرضية البحث الرئيسة في الجدول رقم (٨). إذ إن مؤشر نسبة تغطية الدين والرافعة المالية الحالية لهما علاقة خطية طردية بخيارات النمو للشركة، أي أن هذه المؤشرات معززة لمرونة الشركة المالية وتزيد من قيمتها السوقية مقارنة بقيمتها الدفترية، نتيجة لقدرتها على تعقب الفرص الاستثمارية لا سيما غير المتوقعة ودون أن يتعرض مركزها الائتماني إلى الانخفاض في أسواق الدين، بينما نسبة تغطية الموجودات واحتياطي الرافعة المالية لهما علاقة خطية معنوية تشير في ظاهرها إلى العلاقة العكسية ولكن في محتواها فإن الاحتياطي السالب يعني الشركة مرنة مالياً وإن احتفاظ

الشركة بموجودات ذات جودة وفقاً لمعيارها النمطي على مستوى الصناعة (٢) مرة سوف يعزز من مرونتها المالية. أي بمعنى ليس كل زيادة في الموجودات يعزز من الطاقة الافتراضية غير المستغلة للشركة بل إن جودة تلك الموجودات لها أثر الأكبر في مرونة الشركة المالية، وهذا اتفق مع الطروحات النظرية للبحث.

التوصيات:

- أ. على الشركات المساهمة بشكل عام والصناعية الاحتفاظ بمرونة مالية عالية تجنبها اللجوء إلى أسواق رأس المال لتأمين احتياجاتها المالية لا سيما عندما تكون تلك الأسواق غير تامة الكفاءة، لأن ذلك ربما يحملها كلف مخاطر الائتمائل في المعلومات بين المستثمرين والمديرين.
- ب. على الشركات اعتماد سياسات الرفع المالي المنخفض بشكل يضمن لها اللجوء إلى أسواق الائتمان في وقت الصدمات المالية لتمكينها من تعقب الفرص الاستثمارية لاسيما غير المتوقعة منها والتي من شأنها أن تعظم من القيمة السوقية للشركة، هذا فضلاً عن أن التمويل بالدين، ووفقاً للطروحات النظرية ذات كلفة أرخص كونها تحقق ميزة ضريبية للشركة.

المراجع:

- ١) الزبيدي، حمزة محمود، 2011، "التحليل المالي: لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل"، الطبعة الثانية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان/ الأردن.
- ٢) النعيمي، عدنان تايه، والتميمي، ارشد فؤاد، 2008، "التحليل والتخطيط المالي اتجاهات معاصرة"، دار اليازوري، عمان/ الأردن.
- ٣) تيم، فايز، 2011، "مبادئ الإدارة المالية"، الطبعة الثانية، إثراء للنشر والتوزيع، عمان/ الأردن.
- ٤) التميمي، ارشد فؤاد والجناي، رائد كاظم (٢٠١٥)، أثر سعة المديونية والتدفق النقدي الحر في أداء الشركة، بحث مقبول للنشر في مجلة العلوم الاقتصادية.
- 5) Bancel, F. and Mittoo, U.R, 2004, "The Determinats of Capital Structure Choice: A Survey of European Firm", Financial Management, Vol. 33, PP. 103-132.
- 6) Bitro and John, 2001, "The Leverage and Growth Opportunity", Journal of Accounting Education, No. (17), PP. 111-122.
- 7) Brigham, E.F and Ehrhardt, M.C. (2011), "Financial Management", thirteen editions, South-Western, U.S.A.
- 8) Chue, S.N., 2012, "Cash Holding, Capital Structure and Financial Flexibility", Ph.D. Thesis, University of Nottingham.
- 9) Darabi, Roya, Mohamadi, Salah, GHasemi, and Forozan, Shamaz (2013), "The Relationship between Finanacial Flexibility and Capital Structure Decisions, Research

Journal of Applied Science, Engineering and Technology, Vol. 5, No. 14 Pp 3843-3850.

- 10) DeAngelo, H. and DeAngelo, L., 2007, "**Capital Structure, Payout Policy, and Financial Flexibility**", SSRN Working Paper 916093.
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=916093
- 11) Gamba, A. and Triantis, A., 2008, "**The Value of Financial Flexibility**", *The Journal of Finance*, VOL. (63), NO. (5), PP. 2263-2296.
- 12) Gitman, L.J., and Zutter, C.J., 2012, "**Principles of Managerial Finance**", Thirteen Editions, Prentice Hall, U.S.A.
- 13) Graham, J., 2000, "**How Big Are the Tax Benefits of Debt**, *Journal of Finance*, Vol. (55), PP. 1901-1924.
- 14) Gujarati, D.N. 2003. "**Basic Econometrics**". 4th ed., New York, McGraw Hill, USA.
- 15) Handoo, Anshu and Sharma, Kapil (2014), "**A study on determinants of Capital Structure in India**, *Journal of IIMB Management Review*", Vol. 26, Pp 170-182.
- 16) Hess, D. and Philipp, I., 2014, "**How Much Is Too Much?: Debt Capacity and Financial Flexibility**", Working Papers, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1990259.
- 17) Iqbal, A., Hameed, I., and Ramzan, N., 2012, "**The Impact of Debt Capacity on Firms Growth**", *America Journal of Scientific Research*, , Issue 59, PP. 109-115.
- 18) Kolker, K., 2013, "**Debt Capacity for Short-Term financing In Financial Crises**", *The Bonn Journal of Economics*, Vol. (2), No. (1), PP. 31-42.
- 19) Lemmon, M.L., and Zender, J.F., 2010, "**Debt Capacity and Test of Capital Structure Theories**", *Journal of Quantitative Financial Analysis*, 45, PP. 1161-1187.
- 20) Liow, Kim Hang (2010), "**Firm Value, growth, profitability and Capital Structure of listed real estate Companies**, *Journal of Property Research*, Vol. 27, No. 2, June, Pp119-146.
- 21) Lozano, Maria Belen (2012), "**Analyzing the effect of excess Cash accumulation on financial decisions**, *Applied Economics*, Vol. 44, Pp 2687-2698.
- 22) Marchica, M.T., and Mura, R., 2010, "**Financial Flexibility Investment Ability, and Firm Value: Evidence from Firms with Spare Debt Capacity**", *Financial Management*, winter, PP. 1339-1365.

- 23) Ogden, Joseph P. and Wu, Shan hong (2013), “**Reassessing of the effect of growth on Leverage**, **Journal of the Corporate Finance**”, Vol. 23, Pp 182-195.
- 24) Poulsen, Michael, Faff, Robert and Gray, **Stephen** (2013) **Financial Inflexibility and the Value Premium**, **International Review of Finance**, Vol. 1, No. 3, Pp 327-344.
- 25) Talebnia G , Valipour H, Shafiee S, (2010), **Empirical Study of the Relationship between Ownership Structure and Firm Performance: Some Evidence of Listed Companies in Tehran Stock Exchange**, **Journal of Sustainable Development**, Vol. 3, No. 2.
- 26) Ultami S R, Eno L I, (2011) ,**Agency Costs of Free Cash Flow, Dividend Policy, and Leverage of Firms in Indonesia**,**European, Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences**, Issue 33.pp 7-24.

مستوى الإفصاح الإلكتروني الاختياري في الشركات الأردنية والعوامل المالية المؤثرة على مستوى هذا الإفصاح

(دراسة تطبيقية على جميع الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان)

د. أحمد علي بني ياسين*

د. سليمان حسن عطية**

د. بكر أحمد العدوان***

تاريخ قبول البحث: ٢٠١٧/٢/٨م

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٥/١٢/٨م

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الإفصاح الإلكتروني في جميع الشركات المساهمة العامة الأردنية، وعلى العوامل المالية المؤثرة في الإفصاح الإلكتروني، كما تناولت مستوى إفصاح البنود المالية وغير المالية المستخدمة لغايات هذه الدراسة، واعتمدت هذه الدراسة على بيانات الشركات لعام (2012).

ولتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام مؤشر للإفصاح الإلكتروني مكون من (40) بنداً مالياً وغير مالي، كما تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد، وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال المواقع الإلكترونية للشركات المساهمة العامة الأردنية ومن خلال التقارير المالية السنوية المنشورة لعام (2012)؛ وتكون مجتمع الدراسة من كافة الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان لعام (2013)، بمجموع (270) شركة مقسمة إلى أربع قطاعات، ومجموع (1890) مشاهدة، إضافة إلى مشاهدات قياس مستوى الإفصاح الإلكتروني.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن عدد الشركات التي تمتلك مواقع إلكترونية تبلغ (132) شركة وبنسبة بلغت (48.9%) في حين أن عدد الشركات التي لا تمتلك مواقع إلكترونية بلغت (138) شركة وبنسبة بلغت (51.1%)، أما مستوى الإفصاح الإلكتروني لدى الشركات الأردنية فقد بلغت (6.6%) على مستوى جميع الشركات الأردنية، كما أشارت النتائج إلى وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين كل من حجم الشركة، والسيولة، والربحية، وحجم مكتب التدقيق وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني، في حين توصلت الدراسة إلى عدم وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين الكفاءة والرفع المالي ونسبة الدين إلى حقوق الملكية وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني.

* أستاذ مساعد، قسم المحاسبة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

** أستاذ مشارك، قسم المحاسبة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

*** أستاذ مساعد، قسم المحاسبة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

Abstract

This study aims at identifying three basic matters. First, the level of electronic disclosure for financial and non-financial information in Jordanian corporations listed in the Amman Stock Exchange (ASE) Market. Second, the financial factors that influence electronic disclosure for Jordanian corporations. Third, the level for each financial and non-financial item depending on the 2012 data.

To achieve the aims of the study, an Internet Disclosure Index (IDI) of 40 items are constructed, and a simple and multiple linear regression analysis for data variables is adopted for this purpose. The study data has been collected from the web site for each corporation, and from the published annual financial report, which was published in 2012. The community of the study is represented by all Jordanian public shareholders listed in the Amman Stock Exchange Market, which consists of (270) corporations, distributed among the four sectors of banking, insurance, services, and industry.

The results show that one hundred and thirty two (132) scoring a percentage of (48.9) had web sites and one hundred and thirty eight (138) forming the percentage of (51.1) did not have web sites. The study also reveals that the level of electronic disclosure in Jordanian corporations was (6.6%) regarding all the Jordanian companies. Finally the study finds that there is an association ($\alpha \leq 0.05$) between the company's size, liquidity, profitability, audit size, and between the its level of electronic disclosure at the time that there is not an association between its efficiency, leverage, debt to the reservation of rights, and the level of electronic disclosure.

Keywords: Electronic Disclosure, Electronic Disclosure Index, Internet, Financial Factors affecting Electronic Disclosure, Jordanian Public Shareholding.

إن شبكة المعلومات العالمية تمثل وسيلة لتقديم معلومات عن الصناعة بشكل عام وعن عمليات الشركات وأدائها المالي بشكل خاص، وتمكن المستثمرون من الحصول على المعلومات التي يحتاجونها لأغراضهم الخاصة، كما توفر فرصة للشركات لاستخدام التكنولوجيا، وينبغي على الشركات تقييم ماهية المعلومات التي ستوفر عبر شبكة المعلومات العالمية وآلية استخدام هذه التكنولوجيا، والأهم من ذلك هو كيفية تنظيم مواقعها على شبكة المعلومات العالمية؛ بحيث يمكن للمستخدمين العثور على المعلومات التي يحتاجونها واللازمة لاستخداماتهم الخاصة بكل سهولة ويسر.

إن التقارير المنشورة عبر شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، ليست مجرد إصدار إلكتروني فحسب، بل إنها تملك من الإمكانيات ما يجعلها بديلاً عن التقارير الورقية التقليدية؛ فشبكة المعلومات العالمية تمثل بيئة جديدة للإبلاغ، سواء أكان ذلك في محتوى التقرير أم في شكل التقرير للشركات، وتجدر الإشارة إلى أنه بموازاة النمو في نشر التقارير المالية عبر شبكة المعلومات العالمية كان هناك نمو ملحوظ في الاستثمار عبر تلك الشبكة؛ حيث إن هناك مجموعة كبيرة من المستثمرين الذين يقومون بأعمالهم بصورة منتظمة عبر شبكة المعلومات العالمية، والكثير منهم يقومون بأعمالهم دون مساعدة من الوسطاء أو خبراء الاستثمار (Ashbaugh et al, 1999).

إن الكثير من الشركات المحلية والعالمية أصبحت تملك مواقع الكترونية على شبكة الإنترنت، كأداة اتصال لنشر البيانات المالية التي تساعد متخذي القرارات في اتخاذ القرارات، حيث قامت العديد من المنظمات بنشر القوائم والبيانات المالية الخاصة بها على موقعها الإلكتروني، وذلك لزيادة ثقة المستخدمين بالمنظمة، ولسرعة وصول التقارير المالية لمتخذ القرار (عبد الوهاب، 2005)، إلا أن هذا الإفصاح (النشر) ما زال حتى الآن في الفكر المحاسبي اختيارياً (طوعياً)، لغايات عديدة منها تحسين صور الشركة وتعزيز العلاقات مع الأطراف ذات المصالح (توفيق، 2002).

لا تقتصر خدمات استخدام نظام الإفصاح الإلكتروني على تزويد البيانات المالية فقط، بل تتعداها إلى كافة الإفصاحات المتعلقة باجتماعات مجلس الإدارة والهيئات العامة السنوية والأخبار الصحفية ومعلومات عن كبار المساهمين وغيرها من المعلومات سواء أكانت مالية أم غير مالية. وإن تطبيق هذا النظام يؤدي إلى زيادة الاستثمارات المتدفقة للأردن، وتساعد في التسعير العادل للأوراق المالية المدرجة في البورصة (خريسات، 2012).

المبحث الأول: الإطار العام للدراسة:

مشكلة الدراسة:

نتيجة للتطور التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية عبر شبكة المعلومات العالمية، ورغبة المستثمرين في الحصول على المعلومات ونتائج أعمال الشركات بسرعة ويسر لاتخاذ القرار الاستثماري،

أضحت الحاجة ملحة على الشركات توفير هذه المتطلبات ومواكبة التطور عن طريق الإفصاح الإلكتروني عبر شبكة المعلومات العالمية، وتبرز مشكلة الدراسة في التعرف على مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية من خلال مواقعها الإلكترونية الخاصة بهم ومعرفة العوامل المالية المؤثرة على مستوى الإفصاح، ويمكن التعبير عن مشكلة الدراسة من خلال التساؤلات التالية:

- أ. ما مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟
- ب. ما هي العوامل المالية التي تؤثر على مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟

وستحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- هل يؤثر حجم الشركة في مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟
- 2- هل تؤثر ربحية الشركة في مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟
- 3- هل تؤثر كفاءة الشركة في مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟
- 4- هل تؤثر السيولة في مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟
- 5- هل يؤثر حجم مكتب التدقيق في مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟
- 6- هل يؤثر الرفع المالي في مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟
- 7- هل تؤثر نسبة الديون لحقوق الملكية في مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر كل من: (حجم الشركة، والربحية، وكفاءة الشركة، والسيولة، وحجم مكتب التدقيق، والرفع المالي، ونسبة الديون إلى الملكية)، في مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية للشركات المساهمة الأردنية عبر شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)، وعليه فإنه يمكن تلخيص أهداف الدراسة بما يلي:

- التعرف على مستوى استخدام شبكة المعلومات العالمية في الإفصاح عن المعلومات المالية وغير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية.
- التعرف على بعض العوامل المالية التي تؤثر في مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية؟ وغير المالية في شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) للشركات المساهمة العامة الأردنية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في المكانة التي يحتلها الإفصاح عن المعلومات المحاسبية في واقع الممارسة المحاسبية، بالإضافة إلى أن الفكر المحاسبي يشير إلى الأهمية القصوى التي تحتلها المعلومات والإفصاح عنها في أسواق رأس المال.

لذلك تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تركز على مدى الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة واستخدامها من قبل الشركات المساهمة في البيئة الأردنية، لنشر تقاريرها وبياناتها على شبكة المعلومات العالمية، إذ إن التطور السريع في شبكة المعلومات العالمية، والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات يتيح للمستخدمين توافر التقارير المالية، التي يحتاجونها في الوقت المناسب وفي أي مكان يتواجدون فيه وبأقل التكاليف، مما يعزز البيئة الاستثمارية في الشركات الأردنية.

فرضيات الدراسة:

بناءً على مشكلة الدراسة ولغايات تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها تم اشتقاق الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية الاولى:

H01: هناك مستوى إفصاح الكتروني متدنٍ من قبل الشركات المساهمة العامة الأردنية.

الفرضية الرئيسية الثانية:

H02: لا يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية بين مستوى الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر الإنترنت والعوامل المالية المؤثرة علياً في الشركة.

ويتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات التالية:

H02-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم الشركة، وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني عن البيانات المالية، وغير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية.

H02-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الربحية وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني، عن البيانات المالية وغير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية.

H02-3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين كفاءة الشركة، وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني عن البيانات المالية وغير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية.

H02-4: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم السيولة وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني عن البيانات المالية وغير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية.

H02-5: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم مكتب التدقيق وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني عن البيانات المالية وغير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية.

H02-6: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الرفع المالي وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني عن البيانات المالية وغير المالية للشركات المساهمة العامة الأردنية.

H02-7: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نسبة الديون لحقوق الملكية وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني عن البيانات المالية وغير المالية عبر الشركات المساهمة العامة الأردنية.

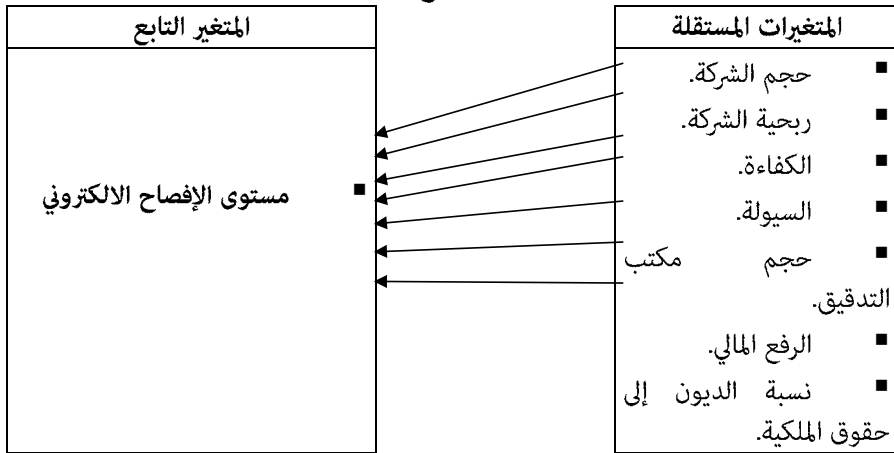
منهجية الدراسة:

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استعراض الأدب المحاسبي والدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة في مجال الإفصاح الإلكتروني. ومن ثم تم اشتقاق الفرضيات الملائمة لموضوع البحث، واستكمالاً لتحقيق هدف الدراسة، تم قياس مستوى الإفصاح الإلكتروني عن البيانات المالية وغير المالية، ومن ثم تم اختبار فرضيات الدراسة من خلال الدراسة التطبيقية على جميع الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي، من أجل الوصول إلى مدى ممارسة هذه الشركات للإفصاح الإلكتروني للبيانات المالية وغير المالية والتعرف على بعض العوامل المالية التي قد يكون لديها تأثير في ممارسة الإفصاح الإلكتروني لهذه الشركات.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي ويبلغ عددها حسب دليل الشركات لعام 2013 (270) شركة مساهمة عامة وهي موزعة على (4) قطاعات كالآتي: (قطاع البنوك 16 بنكاً، وقطاع التأمين 26 شركة، والقطاع الصناعي 76 شركة، وقطاع الخدمات 152 شركة).

أموذج الدراسة



* الشكل رقم (1): نموذج الدراسة وهو من إعداد الباحثين.

متغيرات الدراسة:

تم تقسيم متغيرات الدراسة على النحو التالي:

1- المتغير التابع: مستوى (مؤشر) الإفصاح الإلكتروني (Internet Disclosure Index (IDI)

2- المتغيرات المستقلة:

لأغراض تحقيق أهداف هذه الدراسة تم اختيار مجموعة من المتغيرات المستقلة تشتمل على الآتي:
أ. حجم الشركة: ولغايات هذه الدراسة تم قياس هذا المتغير من خلال أخذ اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول (Larran and Giner, 2001).

- ب. **السيولة:** ولأغراض هذه الدراسة تم استخدام نسبة التداول، التي يمكن قياسها من خلال قسمة الأصول المتداولة على الخصوم المتداولة (Aly et al, 2009).
- ج. **الرفع المالي:** يمكن قياس الرفع المالي من خلال قسمة إجمالي المطلوبات (الالتزامات) على إجمالي الأصول (Aly et al, 2009).
- د. **الربحية:** ولغايات هذه الدراسة تم استخدام العائد على حقوق الملكية والذي يتم من خلالها قسمة صافي الدخل على إجمالي حقوق الملكية (Agyei-Mensah, 2011).
- هـ. **الكفاءة:** ويمكن قياس هذا المتغير من خلال نسبة المصاريف التشغيلية إلى إجمالي المبيعات (بالصافي) (Peter et al, 2000).
- و. **حجم مكتب التدقيق:** وقد تم تمثيل هذا المتغير من خلال إعطاء الشركة التي يتم تدقيقها من قبل أحد مكاتب التدقيق الأربعة الكبار رقم (1) أما في حال كانت لا يتم تدقيقها من قبل مكتب تدقيق من غير الأربعة الكبار فتعطى رقم (0) (Kelton and Yang, 2004).
- ز. **نسبة الديون إلى حقوق الملكية:** يتم قياسها من خلال نسبة التمويل الخارجي (الديون) إلى التمويل الداخلي (حقوق الملكية).
- نماذج الدراسة:**

1- نموذج قياس مستوى الإفصاح الإلكتروني:

وقد تم تقدير المعادلة التالية لدراسة وتحديد مستوى الإفصاح الإلكتروني (Dutta and Bose, 2008., Hamid et al, 2008):

$$IDI = \frac{\text{Total score of the individual company (items)(TD)}{\text{Maximum possible score obtainable by company (40)(M)}} * 100\%$$

حيث إن:

IDI: مستوى الإفصاح الإلكتروني.

TD: إجمالي عدد البنود المفصّل عنها لكل شركة (1 إذا تم الإفصاح عنه ، 0 لم يفصّل عنه)، وتم استخدام 40 بند مالي وغير مالي كما هو موضح في الجدول رقم (6) و (7).

M: أقصى قيمة يمكن لكل شركة الإفصاح عنها (درجة حصلت عليها الشركة).

2- نموذج قياس العلاقة بين المتغيرات المستقلة وبين المتغير التابع (مستوى الإفصاح الإلكتروني):

تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لتحديد أهمية المتغيرات المستقلة والتي تؤثر على الإفصاح الإلكتروني (على شبكة الإنترنت) وبناء عليه فإن صيغة المعادلة تكون كالآتي (Agyei-Htay, 2012; Mensah, 2012):

$$Y = \alpha + \beta_1 (\text{Size}) + \beta_2 (\text{Profitability}) + \beta_3 (\text{Efficiency}) + \beta_4 (\text{Liquidity}) + \beta_5 (\text{audit Firm size}) + \beta_6 (\text{Leverage}) + \beta_7 (\text{debt to equity}) + \mu$$

حيث إن:

Y : هي مؤشر الإفصاح الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت.

α : الثابت

$\beta_1 (\text{Size})$: حجم الشركة.

$\beta_2 (\text{Profitability})$: ربحية الشركة.

$\beta_3 (\text{Efficiency})$: الكفاءة.

$B_4 (\text{Liquidity})$: السيولة.

$B_5 (\text{audit size } B_4)$: حجم مكتب التدقيق.

$B_6 (\text{Leverage})$: الرفع المالي.

$B_7 (\text{debt to equity})$: الديون إلى حقوق الملكية.

μ : الخطأ العشوائي.

أسلوب جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة بشكل رئيسي في الحصول على البيانات على شبكة الإنترنت، حيث تم الحصول على المعلومات الخاصة بالشركات وأنواع القطاعات من خلال موقع مركز إيداع الأوراق المالية، ومن ثم استخدام محرك البحث الإلكتروني Google.jo للوصول إلى المواقع الإلكترونية التي تمتلكها الشركات، ومن ثم الولوج إلى هذه المواقع والبحث عن البنود المالية وغير المالية التي استخدمتها الدراسة والبالغ عددها (40) بنداً.

أما لغايات جمع البيانات الخاصة للمتغيرات المستقلة فقد تم التوصل إليها من خلال التقارير المالية السنوية للشركات المساهمة العامة لعام 2012 من خلال موقع بورصة عمان، وفي حال عدم توفرها تم أخذ متوسطات لمدة تمتد إلى 3 سنوات (2010, 2011, 2012).

الدراسات السابقة:

- دراسة (توفيق، 2002) مدى الحاجة لتنظيم التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال بالتطبيق على القطاع المصرفي وأساليب التنفيذ والمحاسبة عن عمليات التجارة الإلكترونية. هدفت هذه الدراسة إلى البحث في التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال، من خلال التعريف به وبيان مدى قيام وحدات القطاع المصرفي العاملة في مصر باستخدام هذا التوزيع، لنشر معلوماتها إلكترونياً على شبكة الإنترنت، وبيان أهم سبل تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية.

وتناول البحث ذلك من خلال إجراء دراسة اختبارية للخصائص المفصلة لاستخدام وحدات هذا القطاع لهذا التوزيع المعاصر لمعلوماتها غير المالية والمالية، وبيان مدى الحاجة لتنظيم الجانب المالي من

هذه الممارسات من خلال المعايير المحاسبية، ومن ثم بيان وتقييم أهم سبل تنفيذ والمحاسبة عن عمليات التجارة الإلكترونية.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود فروق معنوية بين متوسطات قيم متغيرات حجم الأصول والدخل وحقوق المساهمين والقروض والودائع ومعدل حقوق الملكية للأصول بين مجموعة البنوك المستخدمة للتوزيع الإلكتروني للمعلومات ومجموعة البنوك غير المستخدمة له.

- دراسة (الشجيري، ورمضان، 2009) دور الإبلاغ المالي الإلكتروني في تفعيل جودة المعلومات المحاسبية. هدفت الدراسة إلى بيان وإيضاح طبيعة نظم الإبلاغ المالي الإلكتروني ومشاكلها ومستلزمات تطبيقها ومنافعها، وبما يساعد في تبنيها في البيئة المحلية لما تتمتع بها من مزايا كبيرة جعل المجتمع الاقتصادي يندفع نحوها بسرعة، كما هدفت إلى إيضاح دور نظم الإبلاغ المالي الإلكتروني في دعم وتفعيل خصائص المعلومات المحاسبية ومستلزمات ذلك، وبما يساعد في الإيفاء بمتطلبات الأطراف المستفيدة.

لغايات تحقيق أهداف الدراسة قام الباحثون باختيار عينة مكونة من فئتين رئيسيتين، هما فئة معدي البيانات المحاسبية (45) شخصاً وفئة مستخدمي البيانات المحاسبية (120) شخص في إقليم كردستان في العراق، حيث تألفت العينة من الأكاديميين ومحاسبين وأساتذة جامعات أما من حيث فئة المستخدمين فقد تم اختيار عينة من المستثمرين المساهمين في الشركات بالإضافة إلى عينة من مديري الشركات المساهمة العامة، وتم استخدام استبانة معدة لغايات تحقيق أهداف هذه الدراسة.

توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للإبلاغ المالي الإلكتروني في معايير جودة المعلومات المحاسبية، من حيث سرعة إعداد ونشر والوصول إلى المعلومات مما يزيد من خاصية الملائمة، كما توصلت الدراسة إلى دور الإبلاغ المالي الإلكتروني في تفعيل خاصية الموثوقية لإمكانية الاتصال المباشر بين الأطراف المستفيدة والوحدة الاقتصادية بهدف التأكد من صحة ودقة البيانات المنشورة، كما توصلت إلى أن جميع أفراد العينة من شركات لا يعتمدوا الإنترنت لأغراض نشر البيانات المالية على الرغم من إدراكها بمنافع استخدامها التي تفوق النشر الورقي للقوائم والتقارير المالية.

- دراسة (المطيري، 2012) "العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية على الإنترنت في القوائم المالية الصادرة عن الشركات المساهمة العامة الكويتية". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام شبكة الإنترنت في الإفصاح عن المعلومات المالية للشركات المساهمة العامة الكويتية، وإلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية على شبكة الإنترنت على القوائم المالية الصادرة عن الشركات المساهمة العامة الكويتية، ومعرفة الخصائص التي تميز الشركات التي لديها مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت عن الشركات التي ليس لديها مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت.

ولغرض تحقيق أهداف هذه الدراسة استخدم الباحث 16 بنداً لقياس مستوى الإفصاح، حيث تم تطبيقها على جميع الشركات المساهمة العامة الكويتية المدرجة في سوق الكويت المالي لعام 2011 والبالغ عددها 202 شركة، كما استخدم الباحث ولغايات إجراء الدراسة طريقة تحليل المحتوى ثم إجراء عمليات التحليل الإحصائي اللازمة.

توصلت الدراسة إلى أن 77.23% من الشركات الكويتية لديها موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت، كما وجدت الدراسة أن حجم الشركة كان له تأثير إيجابي في امتلاك موقع إلكتروني للشركة كما أن له تأثير إيجابي في مستوى إفصاح الشركات عن بياناتها على مواقعها الإلكترونية، كما توصلت إلى أن الربحية والسيولة كان لها تأثير إيجابي في امتلاك موقع إلكتروني للشركة ولكن بدون أي تأثير لها في مستوى إفصاح الشركات عن بياناتها على مواقعها الإلكترونية، كذلك توصلت إلى أن كل من عمر الشركة ونوع القطاع الذي تنتمي إليه لا يوجد لهما أي تأثير سواء امتلاك الشركات لمواقع الكترونية أو مستوى إفصاح الشركات عن بياناتها المالية.

- دراسة (Spanos and Mylonakis, 2006) "التقارير المالية للشركات المنشورة عبر شبكة الإنترنت في اليونان" هدفت هذه الدراسة للتعرف على ممارسات الشركات اليونانية المتعلقة باستخدام الإنترنت لنشر التقارير المالية على مواقعها الخاصة. كما هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي: المساهمة الأدبية من خلال فحص التقارير المالية المنشورة عبر الإنترنت للشركات الصغيرة في سوق رأس المال الأوروبي، ثم تقديم نموذج للنشر الإلكتروني لجميع الشركات اليونانية، وذلك باستخدام مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت (IDI) المكون من 50 بنداً.

تم فحص ما مجموعه 141 موقعاً للشركات سواء بشكل جزئي أو إجمالي للنشر وتبين أن الشركات اليونانية لديها الكثير من العمل الذي يتعين عليها القيام به من أجل تعزيز العلاقة مع المستثمرين على شبكة الإنترنت، وفي المتوسط فقد وجد أن الشركات التي نشأت حديثاً لديها مستويات أعلى من الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية من الشركات القديمة.

أما ما يتعلق بالإسهام الأدبي فقد أظهرت الدراسة وصفاً لكيفية ممارسة الشركات في أسواق البلدان الأوروبية الناشئة الخاصة بنشر التقارير المالية، كما قدمت بعض الأفكار المفيدة في نشر التقارير المالية عبر شبكة الإنترنت للشركات الصغيرة الحجم والمدرجة في البورصة.

- دراسة (Momany and Pillai, 2013) *Internet Financial Reporting in UAE- Analysis and Implications* جاءت هذه الدراسة للتحقق من مدى استخدام الإنترنت في نشر التقارير المالية للشركات المدرجة في سوق أبوظبي للأوراق المالية ADX في دولة الإمارات العربية المتحدة. وتكونت العينة من 65 شركة مدرجة في السوق الأولي لأبوظبي مقسمة إلى 10 قطاعات. وقد قام الباحثان بفحص أثر 8 خصائص للشركات على الإفصاح الإلكتروني وهذه الخصائص تشمل ما يلي: حجم الشركة، والربحية، السيولة، والرفع المالي، وتركيز الملكية، وحجم مكتب التدقيق، وحوكمة الشركات، وعمر الشركة.

وقد بينت نتائج الدراسة أن 89% من هذه الشركات المدرجة لها موقع إلكتروني في حين 11%، من هذه الشركات لا تمتلك موقعاً إلكترونياً. وكذلك بينت الدراسة أن 60% من هذه الشركات التي تمتلك موقع إلكتروني تقوم بالإفصاح عن المعلومات المالية على موقعها الإلكتروني في حين أن ما نسبته 40%، من هذه الشركات لا يحتوي موقعها الإلكتروني على أية معلومات مالية، واستخدمت البيانات المالية لعام 2010 في الدراسة.

وتوصل الباحثان إلى أن هناك علاقة إيجابية بين كل من حجم الشركة والربحية وتركيز الملكية وحجم مكتب التدقيق وبين الإفصاح على شبكة الإنترنت، في حين أن هناك علاقة سلبية بين كل من عمر الشركة، والسيولة، والرفع المالي، وحوكمة الشركات، والإفصاح الإلكتروني.

– دراسة (Khan and Ismail, 2012 (An Empirical Study on the Indexes of Internet Financial Reporting: the Case of Malaysia).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على البنود التي تعدّ مهمة في الإنترنت المستخدمة في إعداد التقارير المالية (IFR) وذلك من خلال وجهة نظر معدي التقرير السنوي وتم استخدام استبانة لأغراض البحث.

وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تركيزاً في الإفصاح عن خمس قوائم من حيث بعد المحتوى: وهي قائمة الدخل والميزانية العمومية وقائمة التدفقات النقدية وتقرير مدقق الحسابات والتقرير السنوي للعام الحالي (النص الكامل). أما من حيث بعد العرض: فقد أظهرت الدراسة أن الاهتمام يتركز في الإفصاح عن ثلاثة بنود وهي: طول الوقت المستغرق لتحميل موقع الشركة على الإنترنت، شكل التقرير السنوي PDF، والتحليل المالي علماً بأن هذه الدراسة استخدمت 87 بنداً في القوائم المالية.

المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة:

الإفصاح الإلكتروني:

تعدّ المنشأة المصدر الأساسي للمعلومات كونه يتوافر لديها قدر كبير من المعلومات عن نشاطاتها المختلفة وبشكل أكبر مما قد يوفره أي مصدر خارجي، حيث أن تكلفة إنتاج المعلومات تعتبر قليلة مقارنة بالتكاليف التي يمكن أن تتحملها المصادر الخارجية كما أن المعلومات المقدمة من المنشأة تتمتع بدرجة أعلى من الثقة فيما لو حصلت عليها من مصادر خارجية، لكن مع التطور السريع في تكنولوجيا شبكات الاتصال، فقد أصبح تزويد المعلومات بسرعة فائقة من خلال شبكة المعلومات المتصلة مباشرة وفورياً (online) بملايين المستخدمين وفي أماكن مختلفة من العالم وبوسائل مختلفة سواء كانت سمعية أم مرئية أو غيرها، مع إمكانيات فائقة الجودة من حيث تحليل البيانات ورفع ملفاتها إلى الشبكة وإنزالها إلى المستخدمين (توفيق، 2002).

يشير الإطار الفكري للمحاسبة (FASB) ومعايير المحاسبة والإبلاغ المالي الدولية، إلى أنه لكي تكون المعلومات المحاسبية مفيدة لمتخذي القرار فيجب أن تتوافر في هذه المعلومات مجموعة من الخصائص، منها الملائمة (Relevance) والموضوعية (Objectivity) والثقة (Reliability) والتوقيت المناسب. إن التطور التكنولوجي (شبكات الاتصال) وما رافقه من ثورة معلوماتية كان له أثر كبير في التقارير التقليدية الورقية، والتي تحتاج إلى وقت طويل لتوفيرها وتوصيلها إلى مجموعة محددة من المستخدمين، وهذا بدوره كان له أثر كبير في خصائص المعلومات وخاصة خاصية التوقيت المناسب، والذي بدوره يفقد المعلومات الفائدة المرجوة منها عند اتخاذ القرارات (توفيق، 2002).

إن التغير السريع في بيئة الأعمال، شكل ضغط على الشركات لتطوير وتبني استراتيجيات متطورة للتقارير المالية التي يمكن أن توفر لها العديد من المزايا التنافسية (Burras, 1997, Ashbaughe et al, 1999).

إن التطور في الإنترنت أصبح يشكل المفتاح لتواصل الأعمال والمعلومات، حيث أصبح الأطراف ذات العلاقة يستخدمون هذه المعلومات المتوفرة على الإنترنت كلا حسب احتياجاته (Hicks, 2008)، إن الإنترنت يمثل فرصة لتزويدنا بمعلومات أكثر تفصيلاً عن الشركات مثل عمليات الشركات، والأداء المالي وعن القطاع كائناً، كما أنه يوفر فرصة للشركات لاستخدام التكنولوجيا بشكل كفو للإفصاح عن المعلومات المالية، كما أن استخدام التكنولوجيا يعني أن المعلومات يجب أن تكون متوفرة بكل يسر وسهولة ويجب أن تكون ملائمة وحالية وكاملة وواضحة ومنظمة بشكل جيد (Ashbaughe et al, 1999).

إن الكثير من الشركات المحلية والعالمية أصبحت تمتلك مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت، كأداة اتصال لنشر البيانات المالية التي تساعد متخذي القرارات في اتخاذ القرارات، حيث قامت العديد من المنظمات بنشر القوائم والبيانات المالية الخاصة بها على موقعها الإلكتروني، وذلك لزيادة ثقة المستخدمين بالمنظمة، وسرعة وصول التقارير المالية لمتخذ القرار (عبدالوهاب، 2005)، إلا أن هذا الإفصاح (النشر) ما زال حتى الآن في الفكر المحاسبي اختياريًا (تطوعي)، لغايات عديدة منها تحسين صور الشركة وتعزيز العلاقات مع الأطراف ذات المصالح (توفيق، 2002).

مفهوم الإفصاح الإلكتروني المالي:

يعرف الإفصاح الإلكتروني على أنه "العملية التي يتم من خلالها تقديم الوسائط المطبوعة بصيغة يمكن استقبالها وقراءتها عبر شبكة الإنترنت، هذه الصيغة تتميز بأنها صيغة مضغوطة ومدعومة بوسائط وأدوات كالأصوات والرسوم ونقاط التوصل التي تربط القارئ بمعلومات فرعية أو بمواقع على شبكة الإنترنت" (السقا، والحمداني، والطائي، 2007).

كما يعرف الإفصاح الإلكتروني (التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال) على أنه "قيام الشركة بإنشاء موقع أو أكثر لها على الشبكات الدولية للمعلومات كوسيط نقل سريع بهدف توزيع ونشر مباشر (فوري Online reporting) لمعلومات مالية وغير مالية على قطاعات واسعة من المستخدمين المتصلين بالشبكة" (توفيق، 2002).

ويعرف أيضاً على أنه "يمثل أحد أساليب الإفصاح المحاسبي الذي يعتمد على إمكانية الاستفادة من وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في توصيل نتائج الأعمال التي قامت بها الشركة لتلبية حاجات مستخدمي القوائم والتقارير المحاسبية من البيانات والمعلومات المحاسبية" (شريف، ومحمدي، 2013).

أما (Craven and Marston, 1999) فقد عرفوه بأنه "إفصاح اختياري تفصح فيه الشركات عن معلوماتها المالية على مواقعها على الإنترنت" (المطيري، 2012).

وبناء على ما سبق فإنه يمكن تعريف الإفصاح الإلكتروني على أنه تزويد الأطراف ذات المصالح بالبيانات والمعلومات المالية وغير المالية من خلال المواقع الإلكترونية للشركات أولاً بأول.

المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة وعرض النتائج.

قياس المتغيرات المستقلة:

استخدم الباحث العديد من البرامج لغايات تجميع وتنظيم وتحليل بيانات الدراسة، حيث تم استخدام برنامج Excel لتجميع وتنظيم البيانات، وبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإنسانية والاجتماعية (SPSS) لغايات تقدير معالم نموذج المتغيرات التي من الممكن أن تؤثر في مستوى الإفصاح الالكتروني، للحصول على مقاييس كمية مثل: (الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، وأدنى وأعلى قيمة، والتكرارات، والنسب المئوية) عند مستوى دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$).

ولغايات اختبار فرضيات الدراسة، فقد تم استخدام الانحدار الخطي البسيط Simple linear regression وذلك لاختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية، وأخيراً تم استخدام الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية.

١. اختبار صدق (ثبات) الأداة للدراسة:

اختبار الارتباط الخطي المتعدد: Multicollinearity Tests

من فرضيات نموذج الانحدار أن تكون المتغيرات التفسيرية مستقلة وغير مرتبطة خطياً، لكن من الناحية العملية كثيراً ما تكون المتغيرات المستقلة على علاقة خطية تامة أو شبه تامة، مما يخلق ما يعرف بمشكلة الارتباط الخطي المتعدد (عوض، 2009).

وللتحقق من وجود هذه المشكلة من عدمها، يتم عادة استخدام ما يعرف بمعامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation وكما هو مبين في الجدول رقم (١٠) المتعلق بمعاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة المستقلة.

جدول رقم (٢): مصفوفة الارتباط Correlations Matrix

المتغير	الحجم	السيولة	الربحية	الرفع المالي	مكتب التدقيق	الكفاءة	نسبة الدين إلى حقوق الملكية	مستوى الإفصاح
الحجم	1							
السيولة	-0.102	1						
الربحية	0.122	0.026	1					
الرفع المالي	0.218*	-0.102	-0.010	1				
مكتب التدقيق	0.379*	-0.111	0.020	-0.069	1			
الكفاءة	-0.101	0.032	-0.110	-0.075	-0.048	1		
نسبة الدين إلى حقوق الملكية	0.229	-0.109	-0.029	0.736*	-0.047	-0.067	1	
مؤشر مستوى الإفصاح	0.583*	0.125*	0.134*	0.035	0.460*	0.039	0.070	1

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

عند استعراض الجدول رقم (٢) نلاحظ وجود العلاقة المعنوية بين (مؤشر مستوى الإفصاح) و(حجم الشركة) والذي بلغ (0.583) والسيولة والذي بلغ (0.125)، والربحية والذي بلغ (0.134)، وكذلك (حجم مكتب التدقيق) والذي بلغ (0.460). مما يشير إلى أن الزيادة في (مؤشر مستوى الإفصاح) يرافقها زيادة في قيم هذه المؤشرات، أما بقية المتغيرات (الرفع المالي، والكفاءة، ونسبة الدين إلى حقوق الملكية) فلم يظهر الجدول وجود علاقة معنوية بينها وبين (مؤشر مستوى الإفصاح).

وقد تم إيجاد معاملات ارتباط بيرسون كما هو موضح في الجدول (٢) وتبين خلو البيانات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد بين متغيرات الدراسة، حيث كانت بعض قيم معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(*)0.05$ ، والبعض الآخر غير دال إحصائياً، وكان أعلى ارتباط بين المتغيرات المستقلة هو (0.736) بين المتغيرين (الرفع المالي) و(نسبة الدين إلى حقوق الملكية) في حين إن قيم معامل ارتباط بين المتغيرات المستقلة الأخرى كان أقل من ذلك، وهذا يدل على عدم وجود ظاهرة الارتباط الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة، حيث يعتبر الارتباط الذي يصل إلى أعلى من (0.80) مؤشراً لوجود هذه المشكلة، لذا نقول إن العينة تخلو من مشكلة الارتباط الخطي العالي المتعدد. ولتأكيد النتيجة التي تم الحصول عليها من قيم معاملات الارتباط؛ تم احتساب قيمة معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor عند كل متغير حسب الفرضية التي يتم اختبارها، وكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (٣)

نتائج اختبار الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة

الفرضية	معامل تضخم التباين VIF
H02-1	3.129
H02-2	7.272
H02-3	5.602
H02-4	4.548
H02-5	6.662
H02-6	8.419
H02-7	8.651
H02	7.548

يبين الجدول أعلاه أن قيم معامل تضخم التباين كانت جميعها أكبر من العدد 1، وأقل من العدد 10، مما يشير إلى عدم وجود مشكلة الارتباط الخطي المتعدد بين متغيرات الدراسة.

٢- اختبار الارتباط الذاتي: Autocorrelation:

من شروط الانحدار خلو البيانات من مشكلة الارتباط الذاتي، والتي تعرف بوجود ارتباط بين حدود الخطأ العشوائي في نموذج الانحدار، مما ينتج عنه تحيز في قيمة المعلمات المقدرة *estimated parameters*، وبالتالي ضعف قدرة النموذج على التنبؤ. ويتم التأكد من ذلك بإجراء اختبار ديربن - واتسون (Durbin-Watson Test). ويعتمد هذا الاختبار على مقارنة (D-W) الجدولية عند مستوى معنوية (α) لعينة حجمها (n) وعدد متغيراتها (k) مع نتيجة (D-W) المحسوبة، حيث يوجد قيمتان جدولتا لإحصاء (D-W) وهما (dl) القيمة الصغرى و (du) القيمة العظمى، حيث يتم رفض وجود مشكلة الارتباط الذاتي إذا كانت قيمة (D-W) المحسوبة أكبر من (du)، (Montgomery et al, 2001) وقد كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (٤)
اختبار مشكلة الارتباط الذاتي

الفرضية	قيمة D-W المحسوبة	du	dl	النتيجة
H02-1	1.801	1.779	1.758	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02-2	1.799	1.779	1.758	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02-3	1.780	1.779	1.758	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02-4	1.792	1.779	1.758	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02-5	1.992	1.779	1.758	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02-6	2.050	1.779	1.758	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02-7	1.984	1.779	1.758	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02	1.883	1.718	1.820	لا يوجد ارتباط ذاتي

نلاحظ أن قيم D-W للمتغيرات في الفرضيات المذكورة جميعها أكبر من du مما يشير لخلو البيانات من مشكلة الارتباط الذاتي أي عدم وجود ارتباط بين حدود الخطأ العشوائي في نموذج الانحدار.

٣- الاختبارات الوصفية:

يعرض هذا الجزء من الدراسة الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة والمقاييس الإحصائية التي تم استخدامها، وهي التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، والقيمة العظمى والقيمة الدنيا.

جدول رقم (٥)

توزيع الشركات حسب توفر موقع إلكتروني للإفصاح عن البيانات

القطاع	مجموع شركات القطاع	شركات لديها موقع إلكتروني	النسبة	شركات بدون موقع إلكتروني	النسبة	الإجمالي
البنوك	16	16	100%	0	0%	100%
التأمين	26	21	80.7%	5	19.3%	100%
الخدمات	152	58	38.2%	94	61.8%	100%
الصناعة	76	37	48.7%	39	51.3%	100%
جميع القطاعات	270	132	48.9%	138	51.1%	100%

يبين الجدول رقم (٥) أن نسبة الشركات التي لديها مواقع إلكترونية للإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية قد بلغت (48.9%)، في حين كانت نسبة الشركات التي ليس لديها مواقع إلكترونية (51.1%)، وقد احتل قطاع البنوك المرتبة الأولى، حيث تبين أن جميع البنوك لديها مواقع إلكترونية ونسبة (100%)، تلاه قطاع التأمين ونسبة (80.7%) من شركات التأمين، وقد جاء قطاع الصناعة بالمرتبة الثالثة حيث كانت نسبة الشركات الصناعية التي لديها مواقع (48.7%)، أما قطاع الخدمات فقد احتل المرتبة الأخيرة، حيث بلغت نسبة شركات قطاع الخدمات التي لديها مواقع إلكترونية (38.2%).

جدول رقم (٦)
توزيع الشركات حسب مستوى الإفصاح الإلكتروني

مستوى الإفصاح الإلكتروني (حسب عدد البنود)	التكرار (عدد الشركات التي تفصح عن هذه البنود)	نسبة التكرار % (للشركات)	التكرار المتراكم	نسبة المتراكم %
لا تفصح 0%	138	51.1	138	51.1
أقل من 20%	64	23.7	202	74.82
من 20% - أقل من 40%	6	2.22	208	77.03
من 40% - أقل من 60%	4	1.48	212	78.52
من 60% - أقل من 80%	27	10.00	239	88.52
من 80% - 100%	31	11.48	270	100
المجموع	270	100%		

يبين الجدول رقم (٦) أن (51.1%) من الشركات المدرجة في بورصة عمان لا تقوم بالإفصاح الإلكتروني، في حين بلغت نسبة الشركات التي تفصح بأقل من 20% بحوالي (23.7%)، لتصبح نسبة التكرار التراكمي للشركات (74.82%) تقوم بالإفصاح عن أقل من 20%. كما بلغت نسبة الشركات التي تفصح (بين 20%-وبين أقل من 40%) بحوالي (2.22%)، في حين بلغت نسبة الشركات التي تفصح (بين 40%- وبين 60%) (1.48%) لتصبح نسبة التكرار المتراكم لجميع الشركات التي تفصح بما دون 60% حوالي (78.52%) من إجمالي الشركات المدرجة في بورصة عمان. وبإضافة نسبة الإفصاح الخاصة بالشركات التي تفصح بما مستواه (بين 60%-وبين 80%) وهي (10%) تصبح نسبة التكرار المتراكم لجميع الشركات التي تفصح بما دون 80% حوالي (88.52%)، أما الشركات التي تفصح بنسبة 80% فأكثر فقد شكلت (11.48%) من إجمالي الشركات، ومن خلال النتائج السابقة يرى الباحثون أن مستوى الإفصاح متدني في الشركات الأردنية وعليها القيام بالكثير من العمل لتطوير مستوى الإفصاح الإلكتروني.

٣- أ. الإحصاء الوصفي لمتغير الإفصاح الإلكتروني:
الفرضية الأولى: هناك مستوى إفصاح إلكتروني متدني من قبل الشركات المساهمة العامة الأردنية.

مستوى الإفصاح الإلكتروني د. احمد علي بني ياسين د. سليمان حسن عطية د. بكر احمد العدوان

جدول رقم (٧): الإحصاء الوصفي لمتغير الإفصاح الإلكتروني (بيانات مالية وغير مالية) على مستوى جميع الشركات الأردنية

نسبة الإفصاح الإلكتروني %	البنوك	التأمين	الخدمات	الصناعة	الكلي
الوسط الحسابي	79.1	9.5	15.4	14.5	6.6
الانحراف المعياري	6.3	8.9	28.9	27.9	32.0
القيمة القصوى	90.0	30.0	92.5	97.5	97.5
القيمة الدنيا	70.0	0.0	0.0	0.0	0.0

يبين الجدول رقم (٧) أن متوسط نسبة الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة قد بلغ (6.6%)، وبانحراف معياري (32.0%). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (97.5%)، وكانت أدنى قيمة (0.0%). وقد بلغ متوسط نسبة الإفصاح الإلكتروني في قطاع البنوك (79.1%)، وبانحراف معياري (6.3%). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (90.0%)، وكانت أدنى قيمة (70.0%). في حين بلغ متوسط نسبة الإفصاح الإلكتروني في قطاع التأمين (9.5%)، وبانحراف معياري (8.9%). وبلغت أكبر قيمة تم تسجيلها ما نسبته (30.0%)، وكانت أدنى قيمة (0.0%). أما في قطاع الاستثمار فقد بلغ متوسط نسبة الإفصاح الإلكتروني (15.4%)، وبانحراف معياري (28.9%). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (92.5%)، وكانت أدنى قيمة (0.0%). وأخيراً، فقد بلغ متوسط نسبة الإفصاح الإلكتروني في قطاع الصناعة (14.5%)، وبانحراف معياري (27.9%). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (97.5%)، وكانت أدنى قيمة (0.0%)، وبناءً على ما سبق فإنه يمكن القول إن نسبة الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية متدنٍ، وعليه نقبل الفرضية الرئيسية الأولى ونرفض الفرضية البديلة التي تنص على أنه: هناك مستوى إفصاح إلكتروني مرتفع من قبل الشركات المساهمة العامة الأردنية.

٣-ب. الإحصاء الوصفي لمتغير الإفصاح الإلكتروني:

جدول رقم (٨): الإحصاء الوصفي لمتغير الإفصاح الإلكتروني (بيانات مالية وغير مالية) على مستوى الشركات الأردنية التي تمتلك موقع إلكتروني:

نسبة الإفصاح الإلكتروني %	البنوك	التأمين	الخدمات	الصناعة	الكلي
الوسط الحسابي	79.1	39.3	40.3	29.8	41.9
الانحراف المعياري	6.3	30.9	34.6	34.0	34.6
القيمة القصوى	90.0	87.5	92.5	97.5	97.5
القيمة الدنيا	70.0	5.0	2.5	2.5	2.5

يشير الجدول رقم (٨) إلى أن مستوى الإفصاح الإلكتروني للشركات الأردنية التي تمتلك مواقع إلكترونية هو بالمتوسط جيد حيث بلغت نسبته على المستوى الكلي (41.9%)، وجاء في المرتبة الأولى قطاع البنوك وبنسبة (79.1%) وهذا من الطبيعي كون أن جميع البنوك الأردنية تمتلك مواقع إلكترونية، والكثير من الإمكانات المادية والبشرية اللازمة للقيام بالإفصاح الإلكتروني، ويأتي قطاع الصناعة في المرتبة الثانية قطاع الخدمات وبنسبة (40.3%) بالإضافة إلى قطاع التأمين الذي احتل المرتبة الثالثة وبنسبة (39.3%)، ويلاحظ أن كلا القطاعين متقاربين في نسبة الإفصاح الإلكتروني كون أن قطاع التأمين يعتبر أيضاً نوعاً ما مشابه لقطاع الخدمات وترتبط أعمال القطاعين بتقديم الخدمات للعملاء فعليه فإن هذين القطاعين لدهما اتصالات مباشرة مع العملاء وحتى المستثمرين وبالتالي زيادة حاجتهم لامتلاك موقع إلكتروني تلبية لرغبات ومتطلبات الكثير من الأطراف ذات العلاقة، وأخيراً جاء في المرتبة الأخيرة قطاع الصناعة وبنسبة بلغت (29.8%) وهي نسبة متدنية.

جدول رقم (٩): الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة المستقلة:

التحليل الوصفي	الحجم (ملايين الدنانير)	السيولة	الربحية	الرفع المالي	مكتب التدقيق	الكفاءة	الدين/حقوق الملكية
الوسط الحسابي	492.82	4.02	0.01	2.92	0.40	1.37	3.07
الانحراف المعياري	3502.05	11.22	0.48	4.92	0.49	4.34	0.78
القيمة القصوى	49056.94	157.64	3.30	58.62	1.00	34.09	4.00
القيمة الدنيا	0.44	0.00	-4.69	1.01	0.00	0.00	1.00

يعرض الجدول رقم (٩) وصفاً لمتغيرات الدراسة المستقلة، حيث بلغ متوسط حجم الشركات المساهمة (492.82) مليون دينار، وانحراف معياري (3502.05) مليون دينار، في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (49056.94)، وكانت أدنى قيمة (0.44)، كما بلغ متوسط نسبة السيولة (4.02)، وانحراف معياري (11.22)، في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (157.64)، وكانت أدنى قيمة (157.64)، وبلغ متوسط العائد على صافي الأصول ما نسبته (0.01)، وانحراف معياري (0.48). وقد تراوحت قيم العائد على صافي الأصول ما بين (3.30) كأعلى قيمة، و(-4.69) كأقل قيمة. قد بلغ متوسط الرفع المالي ما نسبته (2.92)، وانحراف معياري (4.92). وقد تراوحت قيم الرفع المالي ما بين (58.62) كأعلى قيمة، و(1.01) كأقل قيمة. وبلغ متوسط حجم مكتب التدقيق (0.40) وانحراف معياري (0.49). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (1.00)، وكانت أدنى قيمة (0.00). وكان متوسط الكفاءة (1.37)، وانحراف معياري (4.34). في حين بلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (34.09)، وكانت أدنى قيمة (0.00). وقد بلغ متوسط نسبة الدين إلى حقوق الملكية (3.07) وانحراف معياري (0.78). وبلغت أكبر قيمة تم تسجيلها (4.00)، وكانت أدنى قيمة (1.00).

٣-ج. وصف البنود حسب نسبة الإفصاح:

الجدول رقم (١٠) يعرض نسبة الإفصاح عن كل بند من البنود التي تم اعتمادها في احتساب نسبة الإفصاح الإلكتروني، حيث تشير نسبة الإفصاح في الجدول إلى نسبة الإفصاح عن البند الواحد في الشركات التي لها مواقع إلكتروني.

جدول رقم (١٠): نسبة الإفصاح حسب البنود المالية

الرقم	البند	نسبة الإفصاح %
1	قائمة الدخل للعام الحالي	46.72
2	قائمة المركز المالي للعام الحالي	47.45
3	قائمة التدفقات النقدية للعام الحالي	45.26
4	قائمة التغير في حقوق الملكية للعام الحالي	45.99
5	تقرير مدقق الحسابات للعام الحالي	40.88
6	التقارير الدورية للعام الحالي	13.87
7	ملاحظات القوائم المالية للعام الحالي	42.34
8	نسخة عن القوائم المالية باللغة الإنجليزية	28.47
9	قائمة الدخل للعام الماضي	47.45
١٠	السياسات المحاسبية	43.80
11	قائمة المركز المالي للأعوام الماضية	45.99
12	قائمة التدفقات النقدية للأعوام الماضية	43.80
13	التقارير الدورية للأعوام الماضية	13.87
14	تقرير مدقق الحسابات للأعوام الماضية	40.15
15	ملاحظات عن القوائم المالية للأعوام الماضية	40.88
16	معلومات عن توزيعات الأرباح	37.23
17	تحليلات عن المخاطر الرئيسية للشركة	41.61
18	تقارير الإدارة التحليلية للعام الحالي	41.61
١٩	النسب المالية المختلفة	33.58
20	ملخص عن النسب المالية عن 5 أعوام ماضية	32.12
٢١	أسعار الأسهم التاريخية	26.28
٢٢	معلومات عن مشاريع الشركة	38.69
٢٣	خرائط لأسعار الأسهم	10.95
٢٤	المبيعات الأسبوعية أو الشهرية للشركة أو معلومات تشغيلية	١٦,٠٦
٢٥	قائمة التغيرات في حقوق الملكية أعوام ماضية	44.53

يلاحظ من خلال الجدول السابق أن هناك تفاوتاً ملحوظاً في نسب مستوى الإفصاح عن البيانات المالية، حيث يشير الجدول إلى أن أعلى نسبة إفصاح للبيانات المالية هو بند قائمة المركز المالي للسنة الحالية وبنسبة بلغت (47.45%)، تلتها قائمة الدخل أيضاً للعام الحالي وبنسبة بلغت (46.72%)، ويلاحظ من خلال الجدول أيضاً أن الشركات تقوم بالإفصاح عن البيانات المالية والمتمثلة بالقوائم المالية بمعنى أنها تركز فقط على ما هو مطلوب منها حسب الإفصاح الإجمالي المطلوب منها من قبل الهيئات التنظيمية، في حين أن البنود التي تعد غير إجبارية فنجد أنها لا تشكل نسبة كبيرة، ومثالها خرائط لأسعار الأسهم حيث بلغت

نسبتها (10.95%)، وكما هو الحال في المعلومات عن المبيعات اليومية أو الأسبوعية أو حتى الشهرية فقد بلغت نسبتها (16.06%) وهي نسبة متدنية، ويمكن القول إن على الشركات الأردنية زيادة مستوى الإفصاح والاهتمام بالإفصاح عن هذه البيانات كونها تمثل وسيلة جذب للاستثمارات.

جدول رقم (١١):نسبة الإفصاح حسب البنود غير المالية

الرقم	البند	نسبة الإفصاح %
١	صفحة web باللغة الانجليزية	91.97
٢	معلومات عامة عن الشركة	94.16
٣	تقرير رئيس مجلس الإدارة	41.61
٤	أسماء أعضاء مجلس الإدارة	64.96
٥	أسماء أكبر 5-10 أشخاص من حملة الأسهم	38.69
٦	سرعة الوصول من قبل المستخدمين للمعلومات	45.99
٧	معلومات عن حملة الأسهم	38.69
٨	تقارير عن المسؤولية الاجتماعية	40.15
٩	عنوان الشركة	94.16
١٠	توقيع المدير التنفيذي على التقارير	37.23
١١	اجتماعات مجلس الإدارة	3.65
١٢	رابط الوصول إلى سوق عمان المالي من خلال الشركة	21.90
١٣	أخبار حديثة الزمن	43.80
١٤	أرقام هواتف خاصة بإدارة العلاقات مع المستثمرين	6.57
١٥	معلومات عن الموظفين	51.09

من خلال الجدول أعلاه نجد أن أعلى نسبة إفصاح عن البيانات غير المالية لبند معلومات عامة عن الشركة وبنسبة (94.16%) وبند عنوان الشركة وبنسبة بلغت (94.16%) تلاه بند صفحة ويب باللغة الانجليزية وبنسبة بلغت (91.97%)، وهي تشكل نسب ممتازة، ومن خلال الجدول أيضاً وبما أن نسبة امتلاك موقع إلكتروني باللغة الإنجليزية مرتفع فمن المؤمل أن تكون نسبة امتلاك تقارير مالية باللغة الانجليزية مرتفعة إلا أنه نرى بأنها متدنية حيث بلغت (28.47%)، وأخيراً فإن أدنى نسبة إفصاح للبنود غير المالية كانت لبند اجتماعات مجلس الإدارة فقد بلغت (3.65%) ويمكن أن يعزى سبب ذلك إلى أن الكثير من الشركات ترى أن هذه الاجتماعات تشكل أهمية قصوى كونها تحتوي على معلومات بالغة الحساسية والخطورة منها مبيعات الشركة وخططها المستقبلية لذلك تمثل أهداف واستراتيجيات الشركة التي ترغب الشركة أن تحققها دون أن تفصح عنها للمنافسين، وكذلك نجد أن بند أرقام هواتف خاصة بإدارة العلاقات مع المستثمرين وبنسبة بلغت (6.57%) وهذا يعطي انطباعاً بأن الشركات لا تولي أي

اهتمام بالمستثمرين الأمر الذي يؤثر في وضع الشركة، حيث قد تواجه الشركات مشكلة في زيادة رأس المال أو الاقتراض ما يعني تكلفة رأس مال أكبر.

٤- اختبار الفرضيات:

نستعرض في هذا الجزء من الدراسة اختبار الفرضيات، حيث تم إخضاع الفرضية الرئيسية الثانية لتحليل الانحدار المتعدد، في حين تم استخدام لتحليل الانحدار الخطي البسيط Simple linear regression لتحليل الفرضيات المتفرعة من الفرضية الرئيسية الثانية، وقد كانت النتائج كما يلي:

الفرضية الرئيسية الثانية H02: لا يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين مؤشر الإفصاح عن البيانات المالية عبر الإنترنت والعوامل المؤثرة فيه.

جدول رقم (١٢): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

المتغير التابع	معامل الارتباط	R	معامل التحديد	R ²	F المحسوبة	Sig F.	معاملات الانحدار			
							البيان	β	الخطأ المعياري	T المحسوبة
مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت	0.621	0.386	21.884	0.000			حجم الشركة	8.530	1.000	8.530
							نسبة السيولة	0.118	0.149	0.792
							نسبة الربحية	6.378	2.422	2.633
							الرفع المالي	-0.440	0.884	-0.497
							حجم مكتب التدقيق	12.441	3.561	3.494
							كفاءة الشركة	0.107	0.381	0.280
							نسبة الدين إلى حقوق الملكية	0.929	0.934	0.994

- يكون التأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

وبالاعتماد على بيانات الجدول (١٢) يمكن كتابة النموذج الأول على النحو التالي:

$$\text{Dis level} = -131.389 + 8.530\text{Size} + 0.118\text{Liq} + 6.378\text{Prof} - 0.440\text{Lev} + 12.441\text{Audit} + 0.107\text{Eff} + 0.929\text{DE} + e_i$$

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (21.884)، وبمستوى دلالة (Sig F = 0.000) وهو أقل من 0.05، في حين كان معامل الارتباط ($R = 0.621$) فيشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، بالإضافة إلى أن قيمة معامل التحديد كانت ($R^2 = 0.386$) وهي تشير إلى أن

38.6% من التباين في (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) يمكن تفسيره من خلال التباين في المؤشرات الخاصة بالشركة مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

أما معاملات الانحدار (β) فهي تشير إلى أن الأثر الكلي لحجم الشركة والربحية وحجم مكتب التدقيق كان أثراً معنوياً، حيث كانت قيم (t) المحسوبة ذات دلالة إحصائية (Sig) أقل من 0.05، أما بقية المؤشرات فلم يكن لها أثر معنوي، حيث كانت قيمة (t) عنده بمستوى دلالة (Sig) أكبر من 0.05. وذلك عند دراسة المؤشرات الخاصة بالشركة مجتمعة. وعليه نرفض الفرضية الرئيسية الأولى ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية بين مؤشر الإفصاح عن البيانات المالية عبر الإنترنت والمؤشرات الخاصة بالشركة.

الفرضية الفرعية الأولى H02-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم الشركة وبين مستوى (مؤشر) الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

وقد تم إخضاع هذه الفرضية إلى تحليل الانحدار البسيط، حيث إن المتغير التابع هو مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت والمتغير المستقل هو حجم الشركة.

جدول رقم (13): نتائج اختبار العلاقة بين حجم الشركة ومؤشر الإفصاح عبر الإنترنت

المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	F المحسوبة	Sig F* مستوى الدلالة	معامل الانحدار			
					البيان	β	الخطأ المعياري	T المحسوبة Sig* مستوى الدلالة
مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت	0.583	0.340	66.852	0.000	حجم الشركة	10.795	1.320	8.176 0.000

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

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أثر المتغير المستقل (حجم الشركة) على المتغير التابع (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (66.852)، وبمستوى دلالة (Sig F = 0.000) وهو أقل من 0.05، في حين كان معامل الارتباط ($R = 0.583$) فيشير إلى العلاقة الموجبة بين المتغيرين، بالإضافة إلى أن قيمة معامل التحديد كانت ($R^2 = 0.340$) وهي تشير إلى أن 34.0% من

التباين في (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) يمكن تفسيره من خلال التباين في (حجم الشركة)، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة.

أما معامل الانحدار ($\beta = 10.795$) فهو يشير إلى الأثر الكلي لحجم الشركة في مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت وهو أثر معنوي، حيث كانت قيمة (t) عنده هي (8.176) ومستوى دلالة (Sig = 0.000)، وعليه نرفض الفرضية الرئيسية الثانية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم الشركة ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

الفرضية الفرعية الثانية H02-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الربحية، ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية عبر شبكة الإنترنت.

جدول رقم (١٤)

نتائج اختبار العلاقة بين الربحية ومؤشر الإفصاح عبر الإنترنت

المتغير التابع	R معامل الارتباط	R ² معامل التحديد	F المحسوبة	Sig F* مستوى الدلالة	معامل الانحدار			
					البيان	β	الخطأ المعياري	t المحسوبة
مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت	0.134	0.018	4.845	0.029	الربحية	9.126	4.146	2.201
								0.029

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

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أثر المتغير المستقل (الربحية) على المتغير التابع (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) هو أثر دال إحصائياً، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (4.845)، ومستوى دلالة (Sig F = 0.029) وهو أقل من 0.05، في حين كان معامل الارتباط ($R = 0.134$) فيشير إلى العلاقة بين المتغيرين، بالإضافة إلى أن قيمة معامل التحديد كانت ($R^2 = 0.018$) وهي تشير إلى أن 1.8% من التباين في (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) يمكن تفسيره من خلال التباين في (الربحية)، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة.

أما معامل الانحدار ($\beta = 9.126$) فهو يشير إلى الأثر الكلي للربحية على مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت وهو أثر معنوي، حيث كانت قيمة (t) عنده هي (2.201) ومستوى دلالة (Sig = 0.029)، وعليه نرفض الفرضية الرئيسية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الربحية ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية عبر شبكة الإنترنت.

الفرضية الفرعية الثالثة H02-3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نسبة السيولة، ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية عبر شبكة الإنترنت.

جدول رقم (١٥)

نتائج اختبار العلاقة بين نسبة السيولة ومؤشر الإفصاح عبر الإنترنت

المتغير التابع	R	R ² معامل التحديد	F المحسوبة	Sig F* مستوى الدلالة	معامل الانحدار			
					البيان	β	الخطأ المعياري	t المحسوبة
مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت	0.125	0.016	4.215	0.041	نسبة السيولة	0.365	0.178	2.053
								0.041

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

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أثر المتغير المستقل (نسبة السيولة) على المتغير التابع (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) هو أثر دال إحصائياً، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (4.215)، ومستوى دلالة (Sig F = 0.041) وهو أقل من 0.05، في حين كان معامل الارتباط ($R = 0.125$) فيشير إلى العلاقة الضعيفة بين المتغيرين، بالإضافة إلى أن قيمة معامل التحديد كانت ($R^2 = 0.041$) وهي تشير إلى أن 4.1% من التباين في (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) يمكن تفسيره من خلال التباين في (نسبة السيولة)، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة.

أما معامل الانحدار ($\beta = 0.365$) فيشير إلى الأثر الكلي لنسبة السيولة على مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت وهو أثر غير معنوي، حيث كانت قيمة t عنده هي (2.053) ومستوى دلالة (Sig = 0.041).

وعليه نرفض الفرضية الرئيسية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نسبة السيولة ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

الفرضية الفرعية الرابعة H02-4: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين نسبة الرفع المالي ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

جدول رقم (١٦)

نتائج اختبار العلاقة بين مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت ونسبة الرفع المالي

معامل الانحدار					Sig F*	F	R ²	R	المتغير التابع
Sig*	t	الخطأ	β	البيان	مستوى	المحسوبة	معامل	معامل	
الدلالة	المحسوبة	المعياري			الدلالة	بـ	التحديد	الارتباط	
0.694	0.394	0.455	0.179	نسبة الرفع المالي	0.694	0.155	0.001	0.035	مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت

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

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أثر المتغير المستقل (نسبة الرفع المالي) على المتغير التابع (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) هو أثر غير دال إحصائياً، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (0.155)، ومستوى دلالة ($\text{Sig F} = 0.695$) وهو أقل من 0.05، في حين كان معامل الارتباط ($R = 0.035$) فيشير إلى العلاقة الضعيفة بين المتغيرين، بالإضافة إلى أن قيمة معامل التحديد كانت ($R^2 = 0.001$) وهي تشير إلى أن 0.10% من التباين في (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) يمكن تفسيره من خلال التباين في (نسبة الرفع المالي)، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة.

أما معامل الانحدار ($\beta = 0.179$) فهو يشير إلى الأثر الكلي لنسبة الرفع المالي على مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت وهو أثر غير معنوي، حيث كانت قيمة t عنده هي (0.394) ومستوى دلالة ($\text{Sig} = 0.905$)، وعليه نقبل الفرضية الرئيسية الخامسة التي تنص على أنه: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين نسبة الرفع المالي ومستوى الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

الفرضية الفرعية الخامسة H02-5: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين حجم مكتب التدقيق ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

جدول رقم (١٧)

نتائج اختبار العلاقة بين حجم مكتب التدقيق ومؤشر الإفصاح عبر الإنترنت

المتغير التابع	R	R ²	F	Sig F*	معامل الانحدار				
					البيان	β	الخطأ المعياري	t	Sig*
المستوى الدلالة	معامل الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	مستوى الدلالة	حجم مكتب التدقيق	31.846	5.439	5.855	0.000
مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت	0.460	0.211	34.277	0.000					

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

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أثر المتغير المستقل (حجم مكتب التدقيق) على المتغير التابع (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (34.277)، وبمستوى دلالة (Sig F = 0.000) وهو أقل من 0.05، في حين كان معامل الارتباط ($R = 0.460$) فيشير إلى العلاقة الموجبة بين المتغيرين، بالإضافة إلى أن قيمة معامل التحديد كانت ($R^2 = 0.211$) وهي تشير إلى أن 21.1% من التباين في (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) يمكن تفسيره من خلال التباين في (حجم مكتب التدقيق)، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة.

أما معامل الانحدار ($\beta = 31.746$) فهو يشير إلى الأثر الكلي لحجم مكتب التدقيق على مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت وهو أثر معنوي، حيث كانت قيمة t عنده هي (5.855) وبمستوى دلالة (Sig = 0.000)، وعليه نرفض الفرضية الرئيسية السادسة ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين حجم مكتب التدقيق ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

الفرضية الفرعية السادسة H02-6: لا يوجد اثر ذو دلالة إحصائية بين كفاءة الشركة ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

جدول رقم (١٨)

نتائج اختبار العلاقة بين كفاءة الشركة ومؤشر الإفصاح عبر الإنترنت

المتغير التابع	R	معامل الارتباط	R ² معامل التحديد	F المحسوبة	Sig F* مستوى الدلالة	معامل الانحدار			
						البيان	β	الخطأ المعياري	t المحسوبة
مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت	0.039	0.002	0.195	0.659	0.195	كفاءة الشركة	-0.466	1.055	-0.442
									0.659

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

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أثر المتغير المستقل (كفاءة الشركة) على المتغير التابع (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) هو غير دال إحصائياً، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (0.195)، ومستوى دلالة (Sig F = 0.659) وهو أقل من 0.05، في حين كان معامل الارتباط ($R = 0.039$) يشير إلى العلاقة الضعيفة بين المتغيرين، بالإضافة إلى أن قيمة معامل التحديد كانت ($R^2 = 0.002$) وهي تشير إلى أن 0.2% من التباين في (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) يمكن تفسيره من خلال التباين في (كفاءة الشركة)، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة.

أما معامل الانحدار ($\beta = -0.466$) فهو يشير إلى الأثر الكلي لكفاءة الشركة على مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت وهو أثر غير معنوي، حيث كانت قيمة t عنده هي (-0.442) ومستوى دلالة (Sig = 0.659)، وعلاقته سلبية مع مستوى الإفصاح الإلكتروني، وعليه نقبل الفرضية الرئيسية السابعة بالصيغة العدمية التي تنص على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين كفاءة الشركة ومستوى الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

الفرضية الفرعية السابعة H02-7: لا أثر ذو دلالة إحصائية بين نسبة الدين إلى حقوق الملكية ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

جدول رقم (١٩)

نتائج اختبار العلاقة بين نسبة الدين إلى حقوق الملكية ومؤشر الإفصاح عبر الإنترنت

المتغير التابع	R	R ²	F	Sig F*	معامل الانحدار			
					البيان	β	الخطأ المعياري	t
Sig*	معامل الارتباط	معامل التحديد	المحسوبة	مستوى الدلالة				المحسوبة
0.426	0.070	0.005	0.637	0.426	نسبة الدين إلى حقوق الملكية	0.380	0.477	0.798

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

تشير نتائج الجدول أعلاه أن أثر المتغير المستقل (نسبة الدين إلى حقوق الملكية) على المتغير التابع (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) هو غير دال إحصائياً، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (0.637)، وبمستوى دلالة (Sig F = 0.426) وهو أقل من 0.05، في حين كان معامل الارتباط ($R = 0.070$) يشير إلى العلاقة الضعيفة بين المتغيرين، بالإضافة إلى أن قيمة معامل التحديد كانت ($R^2 = 0.005$) وهي تشير إلى أن 0.5% من التباين في (مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت) يمكن تفسيره من خلال التباين في (نسبة الدين إلى حقوق الملكية)، مع بقاء جميع المتغيرات الأخرى ثابتة.

أما معامل الانحدار ($\beta = 380$) فهو يشير إلى الأثر الكلي لنسبة الدين إلى حقوق الملكية على مؤشر الإفصاح عبر الإنترنت وهو أثر غير معنوي، حيث كانت قيمة (t) عنده هي (0.798) وبمستوى دلالة (Sig = 0.426)، وعليه نقبل الفرضية الرئيسية الثامنة بالصيغة العدمية التي تنص على أنه: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الدين إلى حقوق الملكية ومؤشر الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية عبر شبكة الإنترنت.

الاستنتاجات:

إن أهم استنتاجات الدراسة التي تم التوصل إليها تتلخص بالآتي:

شركة وبنسبة مئوية تبلغ (48.9%)، في حين بلغ عدد الشركات التي لا تمتلك مواقع إلكترونية (138) شركة وبنسبة مئوية تبلغ (51.1%).

2- تنوعت مستويات الإفصاح الإلكتروني بين الشركات الأردنية التي تمتلك مواقع الكترونية، حيث بلغ عدد الشركات التي تفصح بنسبة أقل من 20% (64) شركة، في حين بلغت من يفصح عن ما نسبته بين ما نسبته 20% إلى ما نسبته أقل من 60% (6) شركات، في حين وجد أن هناك (4) شركات فقط تفصح عن ما نسبته من 40% إلى أقل من 60%، وكذلك وجدت أن (27) شركة تفصح عن ما نسبته ما بين 60% إلى أقل من 80%، أيضاً وجدت أن هناك (31) شركة تفصح عن ما نسبته ما بين 80% إلى 100%، وأخيراً فإن الشركات التي لا تمتلك مواقع الكترونية فإن نسبة الإفصاح الإلكتروني هي صفر.

3- بلغت نسبة الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية ما نسبته (6.6%)، وهي نسبة متدنية جداً وبالمقارنة مع دراسات سابقة في دول مختلفة فمثلاً بلغت نسبة الإفصاح الإلكتروني في اليونان (45.7%)، وفي بنغلادش بلغت (21.33%) وفي مصر (56%)، وفي الهند بلغت (29.5%)، أما نسبة الإفصاح الإلكتروني على مستوى الشركات التي تمتلك موقعاً إلكترونياً فقط فقد بلغت ما نسبته (41.9%) وهي نسبة جيدة.

وتنوعت مستويات الإفصاح حسب تصنيف القطاعات للشركات المساهمة العامة الأردنية (4) قطاعات، حيث بلغت نسبة الإفصاح الإلكتروني في قطاع البنوك ما نسبته (79.1%)، وبلغت أعلى قيمة (90%) في حين أن أدنى قيمة بلغت (70%)، أما على مستوى الشركات التي تمتلك موقع إلكتروني فقط بلغت نفس النسبة كون جميع البنوك تمتلك موقعاً إلكترونياً، أما قطاع التأمين فقد بلغت نسبة الإفصاح الإلكتروني (9.5%) وبلغت أعلى قيمة (30%) وأدنى قيمة بلغت (0%)، وعلى مستوى الشركات التي تمتلك موقع الكتروني بلغت (39.3%) وهي نسبة جيدة، أما قطاع الخدمات فقد بلغت نسبة الإفصاح الإلكتروني (15.4%) وأعلى قيمة بلغت (92.5%) وأدنى قيمة (0%) في حين بلغت على مستوى الشركات التي تمتلك موقع إلكتروني بلغت (40.3%) وهي نسبة جيدة، وأخيراً فقد بلغت نسبة الإفصاح الإلكتروني في قطاع الصناعة (14%) وأعلى قيمة بلغت (97.5%) وأدنى قيمة بلغت (0%) أما على مستوى الشركات التي تمتلك موقعاً إلكترونياً بلغت (29.8%).

4- وجدت الدراسة أن هناك أثراً ذا دلالة إحصائية بين حجم الشركة وبين مستوى (مؤشر) الإفصاح الإلكتروني، وقد توافقت هذه النتيجة مع الكثير من الدراسات السابقة مثل (Larran and Giner, 2001) (Agyei-Mensah, 2012)، مما يدل على أن الشركات كبيرة الحجم لديها القدرات والإمكانات المادية والبشرية لاستخدام الإفصاح الإلكتروني، حيث أن الشركات كبيرة الحجم لديها أنظمة تقارير داخلية أكثر تطوراً من الشركات الصغيرة الحجم كما أن الشركات كبيرة الحجم لديها العديد من المصادر والموارد

كما إن الشركات كبيرة الحجم لديها منتجات أكثر وشبكات توزيع أكثر تعقيداً والتي تحتاج إلى أنظمة معلومات إدارية أكبر، وأكثر تعقيداً وقاعدة بيانات لأغراض الرقابة الإدارية، كما أن استخدام شبكة الإنترنت من قبل الشركات سيعطي ذلك إشارة على أن هذه الشركة لديها جودة عالية في المعلومات وستظهر الشركة متبعة للحدثة يوم بيوم ومواكبة للعصر باستخدامها أحدث التقنيات التكنولوجية، بخلاف الشركات ذات الطابع القديم التقليدي المقاوم لأي تغييرات وتطورات.

5- وجدت الدراسة أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين ربحية الشركة وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني، إن تحقيق الشركة للأرباح يعتبر حافزاً ودافعاً لكثير من الشركات وذلك لإظهار أن الشركة لديها ربحية جيدة وبالتالي زيادة رأس المال بدون أي تكاليف رأسمالية إضافية على الشركة، كذلك فإن ربحية الشركة تمكنها من الحصول على التمويل اللازم وبدون أي معوقات لذلك تلجأ كثير من الشركات إلى المزيد من الإفصاحات لتعطي صورة جيدة للأسواق المالية عن الشركة (تحسين صورتها)، وتجدر الإشارة إلى أنه واستناداً إلى نظرية الإشارة فإن الشركات تفصح عن بياناتها المالية وغير المالية حتى تتبع باقي الشركات في نفس القطاع حتى لا تعطي إشارة سلبية إلى أن هناك أخبار أو نتائج سيئة للشركة لا تريد الإفصاح عنها، هذا بالإضافة إلى اتجاه المدراء إلى الإفصاح عن ربحية الشركة لما له من أثر ايجابي مباشر عليهم من حيث محافظتهم على وظائفهم ومكافأتهم.

6- توصلت الدراسة إلى أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين نسبة السيولة وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني، إن الشركات التي لديها نسبة سيولة جيدة أو عالية ستلجأ إلى الإفصاح عن المزيد من البيانات وذلك لتمييز نفسها عن باقي الشركات التي لديها نسب سيولة متدنية غير مفضلة، وتفترض نظرية الإشارة أن الشركات التي لديها سيولة متدنية من الممكن أن تقوم بالإفصاح عن المزيد من المعلومات وذلك لإرضاء المساهمين والدائنين الذين يرغبون بالمزيد من المعلومات.

7- وجدت الدراسة أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الرفع المالي وكفاءة الشركة ونسبة الدين إلى حقوق الملكية وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني، ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن قطاع البنوك وقطاع التأمين ليس لديها مديونية كبيرة مقارنة مع باقي القطاعات كون هذه القطاعات لديها نسب سيولة عالية، لذا فإنها لا تحتاج إلى الاقتراض من مؤسسات أخرى، كما أن طبيعة عمل البنوك هو الإقراض.

8- من خلال نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها أن هناك أثراً ذو دلالة إحصائية بين حجم مكتب التدقيق وبين مستوى الإفصاح الإلكتروني، من المنطقي أن الشركات كبيرة الحجم ستوكل شركات تدقيق كبرى نظراً للحجم الكبير من العمل وبالتالي الحاجة إلى شركات تدقيق لديها كافة المؤهلات سواء المادية أو الكادر المؤهل علمياً وعملياً، وبناء عليه فإن شركات التدقيق كبيرة الحجم لديها متطلبات أكبر من تلك الشركات الصغيرة الحجم، وعليه فإن الشركات التي لديها شركات تدقيق كبرى ستكون أكثر ميولاً إلى تزويد المزيد من المعلومات والبيانات في تقاريرها المالية (إفصاحات)، حيث إن شركات التدقيق كبيرة الحجم تولي اهتماماً كبيراً إلى اسمها (Brand Name) وسمعتها (Reputation).

واستناداً إلى نظرية الإشارة فإن اختيار الشركة لمكتب التدقيق يعتبر إشارة على قيمة الشركة ومدى جودة إفصاحات الشركة، وتعد جودة التدقيق أحد العوامل المهمة التي تؤدي إلى تحسين أنشطة وممارسات الشركات وخاصة التقارير المالية، كما إن مكاتب التدقيق الدولية أكثر قابلية للمساعدة في تسهيل انتشار وتطوير الممارسات مثل الإفصاح الإلكتروني.

9- بناء على نتائج الدراسة ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة، يمكن تفسير التفاوت إلى مجموعة من الأسباب منها الاختلاف بين الدول من حيث مستوى التطور التكنولوجي، وكذلك الاختلاف في بيئة الأعمال واختلاف الثقافة والتباين في التكاليف والمنافع، كما يمكن أن يكون نتيجة الاختلاف في تصنيف القطاعات (عدد القطاعات) والاختلاف في أعداد الشركات (حجم العينة) حيث أن الأعداد الصغيرة قد تعطي نتائج مغايرة لنتائج العينة كبيرة الحجم والتباين في حجم الطلب على مثل هذا النوع من الإفصاحات وأخيراً الاختلاف في هيكل وبنية الموارد بين الشركات.

التوصيات:

بعد مناقشة النتائج والاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة والمتعلقة بالتعرف على مستوى الإفصاح الإلكتروني في الشركات المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان، وتحليل العوامل التي من الممكن أن تؤثر في مستوى الإفصاح الإلكتروني، فإنه يمكن بيان أهم التوصيات التي يوصي بها الباحث كما يلي:

1- ينبغي على الشركات التي لا تمتلك مواقع إلكترونية أو التي تمتلك مواقع الكترونية ولا تستخدم هذه المواقع لغايات الإفصاح الإلكتروني عن بياناتها المالية وغير المالية على تحسين وتطوير استخدامها لمواقعها الإلكترونية نظراً للاستفادة الكبيرة التي توفرها لها شبكة الإنترنت.

2- أن تعمل الشركات التي لديها مواقع إلكترونية وتفصح عن بيانات مالية وغير مالية على زيادة حجم الإفصاحات لديها ونوعية البيانات المفصح عنها.

3- يوصي الباحث بإجراء دراسات حول نفس الموضوع باستخدام مؤشر إفصاح موزون واستخدام المقابلات والاستبانات، حيث إن الدراسة الحالية استخدمت مستوى (مؤشر) الإفصاح غير الموزون (Un Weighted)، بمعنى أن جميع بنود البيانات أخذت نفس درجة الأهمية بالنسبة للمستثمرين، لذا يمكن مستقبلاً إجراء دراسات باستخدام مؤشر إفصاح موزون (Weighted)، ويمكن استخدام المقابلات سواء مع إدارة الشركات أو مع المستثمرين أو من خلال الاستبانة الموجهة للأطراف ذات المصالح (Stakeholders) لتحديد شكل وطبيعة وحجم وطرق الإفصاح عن البيانات المالية وغير المالية التي يرغبون في الحصول عليها، أو ترتيبها حسب درجة الأهمية لمستخدميها.

4- يوصي الباحثون بإجراء دراسات مستقبلية يربط بها تأثير مستوى الإفصاح الإلكتروني على قيمة الشركة.

5- من خلال الدراسة تبين أن هناك متغيرات ذات دلالات إحصائية مؤثرة في مستوى الإفصاح الإلكتروني، وهناك متغيرات ليس لها تأثير مثل الرفع المالي وكفاءة الشركة وحجم الديون إلى حقوق الملكية، وعليه

يمكن أن تأخذ الدراسات في المستقبل بمتغيرات أخرى مثل الديانة والثقافة والخصائص الديموغرافية ومتغيرات تنظيمية، من الممكن أن تؤثر على مستوى الإفصاح الإلكتروني بالإضافة إلى زيادة عدد البنود للبيانات المالية وغير المالية التي تقيس نسبة الإفصاح الإلكتروني.

6- يجب أن تبني الجهات التنظيمية لعلم المحاسبة سواء كانت من مجلس معايير المحاسبة الدولية أو من قبل التنظيم داخل حدود الدولة أن تعمل على وضع إطار مفاهيمي ومعايير خاصة بالإفصاح الإلكتروني.

7- على جهات التدقيق الأخذ على عاتقها التغيرات التكنولوجية وما يرافقها من تغير في أداء الأعمال ما ينعكس على طريقة وأسلوب عمل مهنة التدقيق وعلى المعايير الخاصة بمهنة التدقيق، كما توصي الدراسة بتطوير معيار للتدقيق بحيث يتضمن التوثيق اللازم للتقارير والمعلومات الموزعة إلكترونياً.

المراجع العربية:

- الحياي، وليد (٢٠٠٧م). نظرية المحاسبة. من منشورات الأكاديمية العربية المفتوحة في الدمامك.
- الشجيري، محمد حويش، ورمضان، نادر، ٢٠٠٩م، دور الإبلاغ المالي الإلكتروني في تفعيل جودة المعلومات المحاسبية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دهوك، العراق.
- المطيري، غزاي، ٢٠١٢، العوامل المؤثرة في مستوى الإفصاح عن المعلومات المالية على الإنترنت في القوائم المالية الصادرة عن الشركات المساهمة العامة الكويتية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- تركي، هبة أنور، ٢٠٠٩م، أهمية الإفصاح الإلكتروني وأثره على ترشيد قرارات المستثمرين في الشركات المساهمة السعودية بمحافظة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبدالعزيز، جدة، السعودية.
- توفيق، محمد شريف، ٢٠٠٢، مدى الحاجة لتنظيم التوزيع الإلكتروني لمعلومات تقارير الأعمال بالتطبيق على القطاع المصرفي وأساليب التنفيذ والمحاسبة عن عمليات التجارة الإلكترونية، مؤتمر التجارة الإلكترونية: الآفاق والتحديات - كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، المجلد الأول، ص ٢٣٩ - ٣١٤.
- خريسات، رامي، نقلة نوعية في الإفصاح الإلكتروني، الرأي، عمان، ٩ نيسان ٢٠١٢م، <http://alrai.com/article/504726.html>.
- زيود، لطيف، وقيطيم، حسان، ومكية، نغم، ٢٠٠٧م، دور الإفصاح المحاسبي في سوق الأوراق المالية في ترشيد قرار الاستثمار، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد (٢٩) العدد ١٥.
- هيئة الأوراق المالية الأردنية.

المراجع الأجنبية

- Agyei-Mensah, B. (2012). "Corporate Financial Reporting: Fir Characteristics and the Use of Internet As a Medium of Communication by Listed Firms in Ghana", *African Journal of Business Management* Vol. 6, pp.2299-2309, 15 February, 2012.
- Aly, D., and Simon, J., and Hussainey., K. (2009). "Determinants of Corporate Internet Reporting: Evidence from Egypt", *Managerial Auditing Journal* Vol. 25 No. 2, 2010 pp. 182-202.
- Ashbaugh, H., and Johnstone, K., and Warfield. (1999). "Corporate reporting on the Internet", *accounting Horizons*, vol. 13 No. 3, pp 241-257.
- Dutta , P., and Bose , S. (2008). Corporate Environmental Reporting on the Internet in Bangladesh: An Exploratory Study", *International Review of Business Research Papers* Vol. 4 No.3 June 2008 Pp.138-150.
- Hamid, M., and kumar, B., Paul, S. (2008). "Corporate Internet Reporting Practice in Developing Economic: Evidence from Bangladesh", Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1430004>.
- Htay, S. (2012). "The Impact of Corporate Governance on the Voluntary Accounting Information Disclosure in Malaysian Listed Banks" *Global Review of Accounting and Finance* Vol. 3. No. 2. September 2012. Pp. 128 – 142.
- Kenneth C. Laudon1 & Carol Guericio Traver1 (2001). E-commerce1 Eyewire1 USA.
- Kelton, A., and Yang, y. (2004). "The Impact of Corporate Governance on Internet Financial Reporting", 2004. Online Available: <http://web.chapman.edu/asbe/faculty/bdehning/JISNSRW/2005/010%20kelton.pdf>.
- Khan, M., and Ismail, N. (2012). "An Empirical Study on the Indexes of Internet Financial Reporting: The Case of Malaysia", *African Journal of Business Management* Vol. 6(5), pp.2086-2100, 8 February, 2012.
- Larran, M., and Giner, B. (2001). "The Use of the Internet for Corporate Reporting by Spanish Companies", *The International Journal of Digital Accounting Research* Vol. 2, No. 1, pp. 53-82.

- Momany, M., and Pillai, R. (2013). " Internet Financial Reporting in UAE- Analysis and Implications", Global Review of Accounting and Finance Vol. 4. No. 2. September 2013. Pp. 142 – 160
- Peter, B., and Fawzi, L., and Richard, F. (2000). " Corporate Financial Reporting: Firm characteristics and the Use of the Internet As A Medium of Communication", Commerce Division Discussion Paper No. 81. Online Available: <http://www.academicjournals.org/ajbm/pdf/pdf2012/15Feb/Agyei-mensah.pdf>
- Spanos, L., and Mylonakis, J. (2006)." Internet Corporate Reporting in Greece", European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, Issue7. Online Available: <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/42997>.

خفة الحركة الاستراتيجية ودورها في تعزيز أثر الجدارات الجوهرية في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات الخلوية الأردنية)

د. هاني جزاع إرتيمه**

د. فايز عبدالرحمن الفروخ*

تاريخ قبول البحث: ٢٠١٧/٢/٨م

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٦/١٢/٢١م

الملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى أثر الجدارات الجوهرية في تحقيق الميزة التنافسية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كوسيط حيث تكون مجتمع الدراسة من شركات الاتصالات الخلوية في الأردن والبالغ عددها (٣) وهي: شركة زين؛ وشركة أورنج؛ وشركة أمني، حيث تم اختيار عينة من الإدارة العليا والوسطى في الشركات الثلاث، حيث تمثلت وحدة التحليل من كافة المديرين ورؤساء الأقسام وقادة الفرق العاملين، والبالغ عددهم (٣٩٠) موظفاً. وبعد توزيع الاستبانات تبين أن عدد الاستبانات الصالحة لعملية التحليل الإحصائي (٣٢١) استبانة بنسبة (٩٥,٢٥%) من إجمالي عدد الاستبانات المسترجعة.

توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للجدارات الجوهرية بأبعادها (العمل الجماعي، وتمكين العاملين، الإتصال والتأثير) في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط.

الكلمات المفتاحية: خفة الحركة الاستراتيجية، الجدارات الجوهرية، الميزة التنافسية، شركات الاتصالات الخلوية، الأردن.

* باحث.

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

Abstract

This study aims at investigating the role of strategic agility dimensions in enhancing the effect of core competencies in achieving a competitive advantage in Jordanian cellular telecommunications companies. The population of the study consists of (3) Jordanian Cellular Telecommunications companies, which are: Zain, Orange, and Umniah.

The sample randomly selected (390) members of the administrative staff in these Jordanian cellular telecommunications companies.

The unit of analysis included (321) managers, heads of departments, and team leaders in these companies. The study finds that there is a significant effect at level ($P \leq 0.05$) of the core competencies including teamwork, employees' empowerment, communication, and influence in relation to achieving a competitive advantage in these Jordanian companies through strategic agility as an intermediate variable.

Keywords: Core Competencies; Strategic Agility; Competitive Advantage; and Jordanian Cellular Telecommunications Companies.

١. المقدمة والخلفية النظرية:

تعيش منظمات اليوم في ظروف تتسم بتغيرات ديناميكية مستمرة، تتسارع فيها حالات المنافسة، سواء في القطاع السلعي أم الخدمي، فتوصف صناعة الخدمات بأنها صناعة ديناميكية تسعى فيها المنظمات إلى تحقيق معدلات عالية جداً من تجديد الخدمات المقدمة لتواكب نوع وحجم الطلب في الأسواق (Hall & Jones, 1999, 222).

إن الدور الإستراتيجي للجدارات لا يمكن إخفاؤه، لكونها إحدى الموارد المهمة للمنظمات، لذا لا بد من أن يتم استخدام الجدارات التي تمتلكها المنظمة بطريقة يمكن من خلالها بناء قدرات ديناميكية، متنوعة تساعد في مواجهة التغير البيئي، من خلال خفة الحركة الاستراتيجية*، بوصفها مدخلاً يساعد المنظمة على إدراك الفرص البيئية، والعمل على تخطيط وتنفيذ التغيير بشكل سريع وفعال (Ojha, 2008, 28) ونظراً لإتخاذ نظريات الأعمال مرجعيات، متعددة بعضها تسويقي، والآخر استراتيجي، وبعضها الآخر منها تنافسي، أخذت النظرة الحديثة للنجاح التنظيمي منحى جديداً يعتمد على الجدارات الموجودة في المنظمة (Banerjee, 2003, 254)، والتي من المفترض على المنظمات أن توازن وتختار مستوى تفوقها في أية جدارة، بالاعتماد على جداراتها التنافسية (بالمقارنة مع المنافسين)، لتلبية احتياجات ومتطلبات تعاملها وبعبارة أخرى، فإنه يتوجب على المنظمات أن تمتلك مجموعة من الجدارات التي تعمل سوياً لتمكين المنظمة من التوجه المستمر نحو الفرص الجديدة التي تظهر في بيئة الأعمال.

ولأن الجدارات تعدّ أحد الموارد الاستراتيجية التي تتضمن الإدارة الفطنة؛ ومعرفة السوق، ومهارة التعامل مع ثقافات متنوعة؛ إذ إن جدارة المنظمات النموذجية تتضمن عرضاً مبتكراً بهدف إشباع احتياجات المستهلكين، وعمليات فعّالة وكفؤة؛ من أجل إيجاد عروض قيمة، واسم تجاري يساعد في استمالة عقل وعاطفة المستهلك (Dess, et. al., 2006).

ظهر الاهتمام بخفة الحركة الاستراتيجية بوصفها من الموجهات الأساسية لتفوق منظمات الأعمال، إذ شكلت السمة المميزة للمنظمات المعاصرة، إذ قدمت العديد من الدراسات تعاريف متنوعة لخفة الحركة الاستراتيجية بوصفها عاملاً مؤثراً في تحقيق المنظمة لأهدافها والتفوق على منافسيها في بيئة أعمالها. فيما حدد (Weill, et. al., 2002, ٤) بأن خفة الحركة الاستراتيجية ترتبط بمجموعة من المبادرات التي تتبناها المنظمة والتي تستطيع تنفيذها بسهولة ويسر، وقدم Sull & Bryant (٢٠٠٦: ٣) مفهوماً لخفة الحركة الاستراتيجية، يعكس قدرة المنظمة وإمكاناتها في ظل البيئة المضطربة، من خلال الإشارة إلى أنها تمثل القدرة على استغلال الفرص البيئية التي يتباطأ المتنافسون في استغلالها؛ واجتياز الأزمات التي لم تستطع تجاوزها منظمات أخرى. ويتفق مع هذا الرأي Becker (٢٠٠٧: ٤) الذي شدد على أن خفة الحركة الاستراتيجية تعكس مستوى قدرة المنظمة في فهم مضامين فرصها البيئية، وآليات الاستفادة من تلك الفرص، من خلال التخطيط لإجراء تغييرات تأخذ المنحى الاستراتيجي.

* تم اختيار هذه الترجمة كون أن أغلب الدراسات العربية التي تناولت الموضوع سمتة بهذه التسمية من جانب، والجانب الآخر أنها تعكس سرعة المنظمة في اقتناص الفرص البيئية.

تعدّ الجدارات الجوهرية جزءاً من استراتيجية الأعمال والتي تساعد المنظمات لتحقيق ميزة تنافسية. إذ أكد Hafeez, et al., (٢٠٠٢، ٢٩) حاجة المنظمات لتطوير جدارات من أجل تحقيق موقع تنافسي، وكسب ميزة تنافسية، واستدامتها، وقد عرفها Hodgkinson (٢٠٠٦، ١) بأنها قدرة المنظمات والأفراد العاملين فيها على العمل في إطار محددات عقلية ومعرفية، بطريقة تمكّنهم من المحافظة على مستوى استجابة لمختلف المواقف بصورة ملائمة ومنسجمة، وبسياق آخر، وشدد Hsu, et. al., (٢٠٠٣، ٣٧) على أهمية الجدارات الجوهرية من خلال إيجاد جو من الثقة بين المنظمة والعاملين فيها، وأنها تعطي قدرة عالية لإدارة المنظمة على التفكير الحرج، وحل المشكلات بطرق ابتكارية (Garman & Johnson, 2006, 13).

أما فيما يتعلق بالميزة التنافسية فقد عرفت بأنها الوسيلة التي تتمكن المنظمة من خلالها بتحقيق أكثر من مركز تنافسي. (Liu, 2003: 15)، وأكد (Stevenson, 2007: 4) بأن الميزة التنافسية لمنظمة ما تهدف لتحقيق رغبات واحتياجات الزبائن، وأشار (Evans, et.al., ٢٠٠٧: 118) بأن الميزة التنافسية هي إعلان قدرة المنظمة على تفوقها في مجالي التسويق والمالية، كأولوية أولى، وهي بدورها تتطلب فهم الإطار العام للمنظمة من خلال تحديد الادارة العليا لحاجات ورغبات الزبون وكيفية إيصالها له عبر سلسلة توريد، وذلك من أجل مقابلة الزبون في توصيله وتسليمه للسلعة أو الخدمة في الوقت المناسب، بالإضافة إلى أخذها بنظر الاعتبار معدل القدرات التشغيلية.

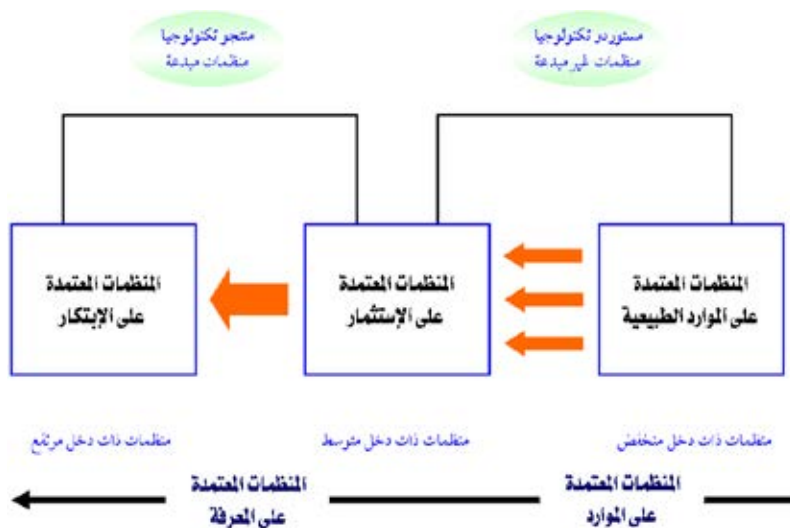
أما فيما يتعلق بالعلاقة بين الجدارات الجوهرية والميزة التنافسية، أوضح Bhattacharya & McCubbins (١٩٩٦، ٤٧ - ٥٥) عبر مناقشة ذلك بإطار فلسفي بحث، بأن التغير في طبيعة العلاقة بين البيئة الخارجية، والعملية الاستراتيجية، والهيكل التنظيمي والأداء قد تغيرت بمرور الوقت: فبعد أن كانت علاقة أحادية الاتجاه، تبدأ بتقرير البيئة لنوع الاستراتيجية، والتي بدورها تحدد نوع الهيكل الذي يؤثر في الأداء، انتقلت إلى علاقة تبادلية (ليست أحادية الجانب)، حيث إن البيئة تؤثر في كل من الاستراتيجية والهيكل، وإن الاستراتيجية والهيكل يتبادلان التأثير؛ لينعكس ذلك على الأداء، ثم انتقلت العلاقة إلى مرحلة حرجة بفعل الجدارات، والتي سلّطت الأضواء بفعل دراسات Manikutty, 2010 لـ (Prahalad & Hamel, 1990)؛ و (Stalk, et.al, 1992) حيث إن الجدارات تلعب دوراً مهماً في تحقيق الميزة التنافسية، وتؤثر في زيادة المشاركة في أداء العمليات والوظائف، وفي الوقت الذي تكون فيه الجدارات الاستراتيجية متفردة، وصعبة التقليد، فهي تساعد المنظمة على تحقيق الميزة التنافسية وبناءها الذي يعتمد على نقاط القوة الداخلية للمنظمة.

ويرى Jones (2007، ١٣) أن الميزة التنافسية تنبع من الجدارات الجوهرية التي تتضمن مهارات المديرين، وقدراتهم في نشاطات إيجاد القيمة مثل: التصنيع والبحث والتطوير وإدارة تكنولوجيا جديدة، أو التصميم التنظيمي والتغير، فالجدارات الجوهرية تسمح للمنظمة بتطوير استراتيجية تساعد على تجاوز المنافسين، وتقديم منتجات أفضل، ولكن بكلفة أقل، وهو ما يعكس جانباً من جوانب الميزة التنافسية.

كما يمكن تصنيف المنظمات وفق مراحل تطور تنافسياتها اعتماداً على نموذج Porter الخاص بمراحل تطور المزايا التنافسية كما هو موضح في الشكل (١) التالي.

الشكل (١)

مراحل تطور المزايا التنافسية



المصدر: إعداد الباحثين

وقد أكدت دراسة Bani-Hani & AL-Hawary (٢٠٠٩، ٩٣ - ١٠٤) أن الجداريات الجوهرية تؤثر تأثيراً معنوياً في تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين الأردنية، كما توصل النعيمي (٢٠٠٧، ١٠) أيضاً لذلك بالتأكيد على أن الجداريات الجوهرية تشكل حلقة استراتيجية أساسية ضمن شمولية النظرة، والتسلسل المنطقي لعمليات ونشاطات المنظمة لتحقيق الميزة التنافسية، إذ توفر الفرصة لتبني آليات وخطوات مدروسة باتجاه الحفاظ على المركز التنافسي المتميز لمدة زمنية طويلة نسبياً، وكذلك توصلت دراسة Agha, et.al. (٢٠١٢، ١٩٢ - ٢٠٤) إلى تعضيد نتائج الدراسات التي سبقتها في البيئتين الأجنبية والعربية، إذ توصلت إلى أن الجداريات تؤثر تأثيراً واضحاً في تحقيق الميزة التنافسية، وتطوير الأداء المنظمي في شركات صناعة الأصباغ في دولة الإمارات العربية المتحدة. لذلك طالبت الدراسة بالاستفادة من نتائجها التطبيقية، كونها قدمت دليلاً تجريبياً على أن الأخذ بتلك النتائج سيسهم في صياغة الاستراتيجيات التي تعمق وتحقق الميزة التنافسية من جهة، وتعزز الأداء المنظمي من جهة أخرى، كما اتفقت مع ذلك دراسة Al-Zoubi (2012، 234-247) التي كشفت أن جداريات القيادة تؤثر في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الأردنية، فضلاً عن أن تلك الشركات تمتلك قيادة محاذية بقوة (مقتربة أو منسجمة) مع المعايير العالمية.

ويذكر Macmillan & Tampoe (٢٠٠٠، ١٢٢) أن انبثاق الجدارات الجوهرية في المنظمات يستند بالأساس على مجموعة من الموارد، وكما هو موضح بالشكل (٢) التالي.

الشكل (٢)
جذور الجدارات الجوهرية



Source: Macmillan, Hugh & Tampoe, Mahen, (2000), "Strategic Management", Oxford University Press, New York: 122

وفيما يتعلق بالعلاقة بين الجدارات الجوهرية وخفة الحركة الاستراتيجية، فقد بين Ojha (٢٠٠٨، ٢٦) أن عملية تطبيق خفة الحركة الاستراتيجية في منظمات الأعمال تتطلب مجموعة من الجدارات، تتمثل بالجدارات التكنولوجية وتطبيقاتها، التي أسهمت بوصفها أدوات مساعدة لتحسين قدرة المنظمة على امتلاكها إمكانات الحركة الخفيفة والسريعة، في بيئة مضطربة وشديدة التغيير، وجدارات الموارد البشرية التي تحرص على ضرورة امتلاك المنظمة لنظام موارد بشرية، يتم من خلاله امتلاك الأيدي العاملة الثمينة والنادرة والمتميزة وغير القابلة للاستبدال، ويصعب على المنافسين تقليدها أو الاستحواذ عليها وركزت الجدارات التشغيلية على تحديد الأعمال الأساسية، والعمليات والقدرات التي تمكن المنظمة من مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية، أما ما يتعلق بالعلاقة بين خفة الحركة الاستراتيجية والميزة التنافسية، فقد بينت دراسة AL-Mahamid (٢٠١٠) وذلك من خلال إجراء مسح ميداني لـ (١١٢) مديري من مختلف

الصناعات في الأردن، أن خفة الحركة تؤثر بشكل إيجابي في الميزة التنافسية، وأنه كلما زاد الاهتمام بخفة الحركة من قبل المنظمات أدى ذلك إلى تحقيق الميزة التنافسية لها.

٢. مشكلة الدراسة:

إن للدور الكبير الذي تلعبه خفة الحركة الاستراتيجية في تعزيز أنشطة المنظمات من خلال جعلها سريعة الاستجابة للتغيرات البيئية الحادة، ولحاجة المنظمات ومنها شركات الاتصالات الخلوية لمعرفة ما يدور حولها من تغيرات والاستعداد لها والتكيف معها من خلال استغلال مواردها بشكل أمثل لمجابهة تهديدات المنافسين وتحقيق ميزة تنافسية، إذ إن التطورات المستمرة التي تعمل فيها شركات الاتصالات الخلوية تتميز بكثرة وسرعة متغيراتها، وشدة المنافسة التي تشهدها أسواقها، والبقاء فيها مرهون بقدرتها على التميز عن المنافسين من خلال تعزيز جداراتها الجوهرية، مما يجعلها سباقة في مجال عملها من حيث تحديد احتياجات ورغبات الزبائن المتغيرة، ولأن النشاطات سابقة الذكر تحتاج من شركات الاتصالات الخلوية الاستفادة من جداراتها على نحو يمكنها من تحقيق ميزة تنافسية وذلك من خلال الاستفادة من عمليات المسح البيئي بالإضافة إلى تحويل استراتيجياتها بشكل يمكنها من مجاراة حاجات ومتطلبات زبائناتها، وهو ما يتطلب منها أن تكون خفيفة الحركة استراتيجياً؛ وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالتساؤل الآتي:

" ما هو دور خفة الحركة الاستراتيجية في تعزيز أثر الجدارات الجوهرية في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية؟"

٣. أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من خلال الآتي:

أ. تشخيص واقع خفة الحركة الاستراتيجية، والجدارات الجوهرية والميزة التنافسية في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر الإدارتين العليا والوسطى.

ب. اعتبار الدراسة الحالية امتداداً للدراسات التي اهتمت بخفة الحركة الاستراتيجية، والجدارات الجوهرية والميزة التنافسية في منظمات الأعمال كما يمكن اعتبارها إضافة إلى المعرفة العلمية في ميدان وحقل الاستراتيجية والإدارة الاستراتيجية.

ج. تختبر نموذجاً مفترضاً لبيان دور خفة الحركة الاستراتيجية في تعزيز أثر الجدارات الجوهرية في تحقيق الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية.

د. ستفضي الدراسة الحالية إلى إجراء المزيد من الدراسات والبحوث حول موضوعاتها ومتغيراتها الفرعية، في ضوء تحليلاتها ونتائجها النهائية.

٤. أهداف الدراسة:

سعت الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

أ. بيان مستوى خفة الحركة الاستراتيجية والميزة التنافسية والجدارات الجوهرية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية من وجهة نظر الإدارة العليا والوسطى.

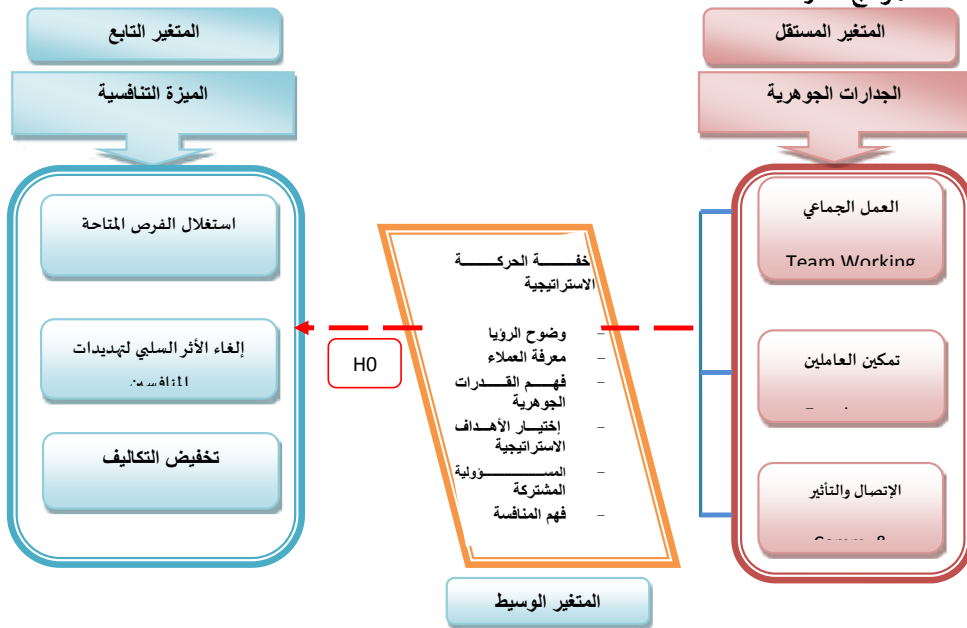
ب. بيان دور خفة الحركة الاستراتيجية بأبعادها في تعزيز أثر الجدارات الجوهرية في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية من وجهة نظر المديرين ومساعدتهم ورؤساء الأقسام وقادة الفرق.

ج. التوصل إلى نتائج، ووضع توصيات ومقترحات تشكل طرفاً لتعزيز خفة الحركة الاستراتيجية، والميزة التنافسية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية من وجهة نظر المديرين ومساعدتهم ورؤساء الأقسام وقادة الفرق.

5. فرضية الدراسة:

H0: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للجدارات الجوهرية بأبعادها (العمل الجماعي، تمكين العاملين، الاتصال والتأثير) في الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط".

6. نموذج الدراسة:



شكل (3): نموذج الدراسة

المصدر: تم الاستناد إلى ما حدده كل من أورده (Long, 2000, 25-28) فيما يتعلق بخفة الحركة الاستراتيجية، وما يرتبط بالجدارات الجوهرية، فقد تم الاعتماد على ما حدده (الشيخلي والكبيسي، ٢٠١١)، وأخيراً ما يرتبط بالميزة التنافسية فقد استند الباحث على (Sigalas, et..al, 2013: 320-342).

٧. مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من شركات الاتصالات الخلوية في الأردن والبالغ عددها (٣) وهي شركة زين؛ وشركة أورنج؛ وشركة أمنيه. أما عينة الدراسة فقد شملت على عينة عشوائية بسيطة، حيث تم اختيار عينة من الإدارة العليا والوسطى في الشركات الثلاث، تمثلت وحدة التحليل من كافة المديرين ورؤساء الأقسام وقادة الفرق العاملين في شركات الاتصالات الخلوية في الأردن وهي شركة زين، وشركة أورنج، وشركة أمنيه، والبالغ عددهم (٣٩٠) فرداً، وقد تم توزيع (٣٩٠) استبانة على وحدة التحليل من كافة المديرين ورؤساء الأقسام العاملين في شركات الاتصالات الخلوية في الأردن، استرجع منها (٣٣٧) بنسبة (٨٦,٤١)%. وبعد فحص الاستبانات لبيان مدى صلاحيتها للتحليل الإحصائي، استبعد منها (١٦) استبانة لعدم صلاحيتها لعملية التحليل الإحصائي. وبهذا يصبح إجمالي عدد الاستبانات الصالحة لعملية التحليل الإحصائي (٣٢١) استبانة بنسبة (٩٥,٢٥)٪ من إجمالي عدد الاستبانات المسترجعة.

٨. وصف متغيرات الدراسة:

لوصف وتحليل الجدارات الجوهرية (العمل الجماعي؛ تمكين العاملين والاتصال والتأثير) والميزة التنافسية (استغلال الفرص المتاحة في السوق، إلغاء الأثر السلبي لتهديدات المنافسين تخفيض التكاليف) في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والاختيار التائي "t" للتحقق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضح بالجدول (1)؛ (2)، (3).

جدول (١)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لابعاد الجدارات الجوهرية

#	الجدارات الجوهرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	Sig. مستوى الدلالة	المستوى
١	العمل الجماعي	4.00	.648	.٠٠٠٠	مرتفعة
٢	تمكين العاملين	4.03	.633	.٠٠٠٠	مرتفعة
٣	الاتصال والتأثير	3.856	.610	.٠٠٠٠	مرتفعة

إذ يوضح الجدول (١) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بأبعاد متغير الجدارات الجوهرية وهي (العمل الجماعي، وتمكين العاملين، والاتصال والتأثير) في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية حيث كان المتوسط الحسابي لهذه الأبعاد على التوالي (4.00، 4.03، 3.86)، والذي يشير إلى المستوى المرتفع لهذه الأبعاد في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية كما بلغت الانحرافات المعيارية لها (0.648، 0.633، 0.610).

0.610) ويعكس التشنت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة التقارب في وجهات نظرهم حول مستوى الجدارات الجوهرية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية.

ويعزو الباحثان هذه النتائج لما يلي: أولاً، إن اهتمام الشركات محل الدراسة بجدارة العمل الجماعي يعد الخطوة الأولى نحو النجاح في تحقيق أهدافها، إذ أن جدارة العمل الجماعي تسهم بشكل أساسي في التنسيق بين مهارات وخبرات الأفراد العاملين بما يعزز قدرة الشركات على مواجهة التحديات وتحقيق الميزة التنافسية. ثانياً، إن التمكين يحقق للشركات النجاح في تنفيذ القرارات بفعالية، إضافة إلى أن التمكين يعتبر مدخلاً في تحقيق ميزة للشركات محل الدراسة كونه يكشف عن أفضل الوسائل والطرق في تحقيق رغبات الزبائن على المدى البعيد. وأخيراً، إن جدارة الاتصال والتأثير تضمن فهم كافة العاملين لأهداف وسياسات شركتهم وتوصيات إدارتهم العليا إضافة إلى أن الاهتمام بجدارة الاتصال والتأثير يساهم في رفع الروح المعنوية للعاملين كونها تمكنهم من المشاركة في اتخاذ القرارات.

جدول (٢)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لابعاد الميزة التنافسية

#	الميزة التنافسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	Sig. مستوى الدلالة	المستوى
١	استغلال الفرص المتاحة في السوق	3.76	0.81	٠,٠٠٠	مرتفعة
٢	إلغاء الأثر السلبي لتهديدات المنافسين	3.60	٠.78	٠,٠٠٠	متوسط
٣	تخفيض التكاليف	3.52	٠.81	٠,٠٠٠	متوسط

إذ يوضح الجدول (٢) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بأبعاد متغير الميزة التنافسية وهي (استغلال الفرص المتاحة في السوق، إلغاء الأثر السلبي لتهديدات المنافسين، و تخفيض التكاليف) في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية حيث كان المتوسط الحسابي لهذه الأبعاد على التوالي (3.76، 3.60، 3.52)، والذي يشير إلى المستوى المتوسط لهذه الأبعاد في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية ما عدا استغلال الفرص المتاحة في السوق حيث كانت مرتفعة، كما بلغت الانحرافات المعيارية لها (0.810، 0.78، 0.810). ويعكس التشنت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة التقارب في وجهات نظرهم حول مستوى الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية.

ويعزو الباحثان هذه النتائج لما يلي: أولاً إن استغلال الفرص المتاحة في السوق يعكس المستوى العالي من قبل الشركات في تحديد تحركاتها الاستراتيجية لتخفيض التهديدات التي تواجهها والتفوق على المنافسين، حيث إن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية تستخدم الاستراتيجية الاستباقية في تحقيق أهدافها. ثانياً إلغاء الأثر السلبي لتهديدات المنافسين، وهذا منطقي حيث إنه مهما قامت الشركات محل الدراسة بالعمل على تخفيض تهديدات المنافسين باستخدام استراتيجيات دفاعية؛ فإنه بالمقابل فإن الشركات المنافسة بالمقابل تقوم وبشكل مستمر بتطوير أعمالها واستحداث أساليب واستراتيجيات جديدة لزيادة حصتها السوقية وتحقيق أهدافها. وأخيراً وهذا منطقي حيث إن تخفيض التكاليف يعد جانباً مهماً من جوانب تحقيق الميزة التنافسية، إلا أنه يبقى طريقة ذات بعد واحد ويستخدم لتحقيق ميزة تنافسية على المدى البعيد وهو ما برز في نتيجة متغير تخفيض التكاليف وبشكله العام متوسط حيث إن الاهتمام ينصب على عوامل أخرى كالمرونة والسرعة والجودة على سبيل المثال.

جدول (٣)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد خفة الحركة الاستراتيجية

#	خفة الحركة الاستراتيجية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	Sig* مستوى الدلالة	المستوى
١	وضوح الرؤية	4.03	0.56	٠,٠٠٠	مرتفعة
٢	معرفة العملاء	3.97	0.61	٠,٠٠٠	مرتفعة
٣	فهم القدرات الجوهرية	4.06	0.60	٠,٠٠٠	مرتفعة
٤	اختيار الأهداف الاستراتيجية	4.0	0.58	0.000	مرتفعة
٥	المسؤولية المشتركة	4.08	.566	0.000	مرتفعة
٦	فهم المنافسة	4.14	.550	0.000	مرتفعة
٧	اتخاذ الأفعال	4.07	.602	0.000	مرتفعة

إذ يوضح الجدول (٣) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بأبعاد متغير خفة الحركة الاستراتيجية وهي: (وضوح الرؤية، ومعرفة العملاء، وفهم القدرات الجوهرية، واختيار الأهداف الاستراتيجية، المسؤولية المشتركة، فهم المنافسة، اتخاذ الأفعال) في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية حيث كان المتوسط الحسابي لهذه الأبعاد على التوالي (4.03، 3.97، 4.06، 4.0، 4.08، 4.14، 4.07) والذي يشير إلى

المستوى المرتفع لهذه الأبعاد في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية كما بلغت الانحرافات المعيارية لها (0.56، 0.61، 0.60، 0.58، 0.566، 0.550، 0.602) ويعكس التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة التقارب في وجهات نظرهم حول مستوى خفة الحركة الاستراتيجية في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية.

ويعزو الباحثان هذه النتائج بما يلي:

أولاً: إن وضوح الرؤية في الشركات محل الدراسة يعدّ الأساس الذي تتبناه الشركات في صياغة وتوجيه خططها الاستراتيجية الهادفة إلى تحقيق الأهداف وتحقيق ميزة تنافسية على المدى البعيد.

ثانياً: إن معرفة احتياجات ورغبات وتوقعات العملاء يعدّ من أهم مؤشرات النجاح للشركات محل الدراسة، إذ إن معرفة احتياجاتهم ورغباتهم وتوقعاتهم يعزز من تحقيق ميزة تنافسية وتغلب على المنافسين.

ثالثاً: إن اهتمام الشركات محل الدراسة بفهم القدرات الجوهرية على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي والمرتبط بالمنافسين سيعطيها القدرة على تطوير جداراتها الجوهرية، وذلك لأن تطوير الجدارات الجوهرية يرتبط أساساً بقدرات وموارد الشركة، وهو ما انعكس في المستوى المرتفع للقدرات الجوهرية.

رابعاً: إن تحقيق النجاح وتحقيق ميزة تنافسية يتطلب من الشركات محل الدراسة تحديد أهدافها بشكل دقيق، وذلك لأن الاختيار الصحيح للأهداف الاستراتيجية مرتبط بقدرة الشركة على إدارة عملياتها الاستراتيجية وتنفيذ استراتيجياتها بشكل صحيح، ولكون الشركات محل الدراسة متميزة في أعمالها فمن البديهي أن يكون اختيار الأهداف الاستراتيجية فيها مسألة مهمة، وهو ما انعكس على مستوى أهميتها من وجهة نظر أفراد وحدة التحليل. خامساً: وهذه نتيجة منطقية كون أن شركات الاتصالات الخلوية الأردنية تعتمد بالأساس في أعمالها على مفهوم فرق العمل، وهي تكون مسؤولة ومسؤولية تامة عن تحقيق أهداف الشركة. وبهذا تتوزع المسؤولية بين فرق العمل وكل أفرادها. سادساً: إن تفسير هذه النتيجة يبين أن الشركات محل الدراسة تقوم بشكل مستمر بتحليل قطاع صناعيتها وأشكال التنافس التي تواجهها أو قد تواجهها على المدى البعيد، لهذا كان متغير فهم المنافسة ومضامينها من وجهة نظر أفراد وحدة التحليل مرتفعاً. وأخيراً: إن التطورات الحادة والسريعة في طبيعة أعمال شركات الاتصالات الخلوية يتطلب منها مواكبة التغييرات واتخاذ القرارات والبدء بالتنفيذ بشكل سريع، لأن المماثلة في اتخاذ الأفعال والتنفيذ السريع سيعرقل من تحقيق الشركات لأهدافها وبالتالي عرقلة التميز والتفوق على المنافسين.

٩. اختبار فرضية الدراسة

H_0 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للجدارات الجوهرية بأبعادها: (العمل الجماعي، وتمكين العاملين، والاتصال والتأثير) في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط".

لاختبار هذه الفرضية تمت الاستعانة بتحليل المسار Path Analysis باستخدام برنامج SPSS Amos Ver. 21 المدعوم ببرنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وذلك للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر للجدارات الجوهرية مجتمعة في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط، وكما هو موضح بالجدول (٤).

إذ يوضح الجدول (٤) نتائج تحليل المسار لتأثير الجدارات الجوهرية مجتمعة على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للجدارات الجوهرية مجتمعة على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط، إذ بلغت قيمة χ^2 المحسوبة (46.792)، وهي ذات دلالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$.

وبلغت قيمة Goodness of Fit Index (GFI) وهو مؤشر ملاءمة الجودة ما قيمته (٠,٩١٧)، وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح (الملاءمة التامة)، وبنفس السياق بلغ مؤشر المواءمة المقارن CFI Comparative Fit Index (٠,٨٩٨)، وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح، وبلغت قيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) Root Mean Square Error of Approximation (0.037) وهي مساوية لقيمة الصفر. وقد بلغ التأثير المباشر للجدارات الجوهرية مجتمعة في خفة الحركة الاستراتيجية (٠,٧٥٦)، وهو ما يشير إلى أن الجدارات الجوهرية مجتمعة تؤثر في خفة الحركة الاستراتيجية، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بالجدارات الجوهرية من قبل شركات الاتصالات الخلوية الأردنية من شأنه توليد تأثير في خفة الحركة الاستراتيجية، وبذات السياق بلغ التأثير المباشر لخفة الحركة الاستراتيجية على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية (٠,٤١٩)، وهو ما يشير إلى أن خفة الحركة الاستراتيجية تؤثر في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية، وبالتالي فإن زيادة الاهتمام بخفة الحركة الاستراتيجية من شأنه توليد تأثير على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية. وقد بلغ التأثير غير المباشر للجدارات الجوهرية مجتمعة على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية (٠,٣١٧)، وهو ما يؤكد الدور الذي تلعبه خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط في تأثير الجدارات الجوهرية مجتمعة على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية. كما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الأول (الجدارات الجوهرية ← خفة الحركة الاستراتيجية) (٢٠,٦٦٣)، وهي ذات دلالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، فيما بلغت قيمة T المحسوبة للمسار الثاني (خفة الحركة الاستراتيجية ← الميزة التنافسية) (٨,٢٥٣)، وهي ذات دلالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ ، وهذه النتيجة تشير إلى أن هناك تأثيراً للجدارات الجوهرية مجتمعة على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية متغير وسيط.

إذ إن زيادة الاهتمام بالجدارات الجوهرية في ظل وجود خفة الحركة الاستراتيجية من شأنه توليد تأثير في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية، وهي نتيجة عملية تساهم بتحقيق جزء من أهداف الدراسة. وعليه ترفض الفرضية الصفريّة (العدمية) وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

"وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($0.05 \leq \alpha$) للجدارات الجوهرية بأبعادها (العمل الجماعي، وتمكين العاملين، والاتصال والتأثير) في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسي".

جدول (٤): نتائج اختبار تحليل المسار للتحقق من الأثر المباشر وغير المباشر للجدارات الجوهرية في الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط."

البيان	Chi ² المحسوبة	GFI	CFI	RMSE A	Sig* مستوى الدلالة	Direct Effect قيم معاملات التأثير المباشر	Indirect Effect قيمة معامل التأثير غير المباشر	T المسار المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
الجدارات الجوهرية على الميزة التنافسية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية	٤٦,٧٩٢	٠,٩١٧	0.898	٠,٠٣٧	0.000	0.756		CC ← SA	٠,٠٠٠
						0.419	*0.317	SA ← CA	٠,٠٠٠

GFI	: Goodness of Fit Index must Proximity to one	مؤشر ملاءمة الجودة ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح
CFI	: Comparative Fit Index must Proximity to one	مؤشر المواءمة المقارن ومن المفترض أن يقترب من الواحد صحيح
RMSE A	: Root Mean Square Error of Approximation	مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي ومن المفترض أن تكون قيمتها محصورة بين ٠,٠٥ ، ٠,٠٨
CC	: Core Competencies	الجدارات الجوهرية
SA	: Strategic Agility	خفة الحركة الاستراتيجية
CA	: Competitive Advantage	الميزة التنافسية

* The Indirect effect is multiplied by the direct effect values between variables
* التأثير غير المباشر عبارة عن حاصل ضرب معاملات قيم التأثير المباشر بين المتغيرات

١٠. النتائج:

يشير واقع عينة البحث إلى وجود اهتمام بالجدارات الجوهرية، وقد تبين ذلك من خلال ما تم التوصل إليه من التحليل الوصفي لأبعاد الجدارات الجوهرية والمتجسد باعتماد شركات الاتصالات الخلوية الأردنية على فرق العمل لإنجاز مهامها، والفهم المتبادل لأهداف فرق العمل والتأكيد على مبدأ المشاركة بالمعرفة بالإضافة إلى اعتماد التمكين لتطوير مهارات اتخاذ القرار لدى العاملين؛ حيث يساعد لتمكين العاملين في تعزيز جهود شركات الاتصالات الخلوية الأردنية في اتخاذ القرارات، وبالتالي تسهيل وتسريع التعامل مع القضايا والمشاكل اليومية دون الحاجة إلى تعطيل العمل وهذا يعتبر ميزة تنافسية وخاصة في قطاع الاتصالات الخلوية، كما أظهرت نتائج التحليل الوصفي لمتغير الجدارات الجوهرية بأبعادها المختلفة من وجهة نظر أفراد وحدة التحليل أن مستوى أهميته كان مرتفعاً، وهذا يدل على أن الأفراد العاملين بشركات الاتصالات يُقدرون مسؤولياتهم بشكل دقيق ويدركون مدى انعكاس ذلك على ديمومة نشاطات شركاتهم، ويدركون أيضاً أهمية دورهم في العمل، وأثر التباطؤ في إنجازه على مستويات إنجاز أهداف شركاتهم، كما أظهرت نتائج التحليل الوصفي لمتغير خفة الحركة الاستراتيجية بأبعادها في شركات الاتصالات الخلوية الأردنية من وجهة نظر أفراد وحدة التحليل أن مستوى أهميتها كانت مرتفعة، وقد يعزى ذلك إلى أن قطاع الاتصالات الخلوية في الأردن قطاع صغير مما يمكن من سهولة فهم أبعاد وأساليب المنافسة.

أما فيما يتعلق بمتغير الميزة التنافسية فإن مستوى أهميتها كان متوسطاً (أنظر جدول (٢))، وقد يعود ذلك لتشابه الخدمات التي تقدمها شركات الاتصالات الخلوية الأردنية، وكذلك تشابه الحاجات لدى المتعاملين مع هذه الشركات، فيجب على شركات الاتصالات الخلوية الأردنية التنبؤ بالخدمات التي تتلاءم مع الحاجات المستقبلية لعملائها الحاليين والمتوقعين وذلك بإيجاد الترابطات والحلول التي تتسجم مع تلك الخدمات؛ من خلال تحديث عملياتها التشغيلية، وذلك لتحقيق التميز والتفوق في الأسواق من خلال ربط تطوير عملياتها التشغيلية باحتياجات العملاء.

كما أظهرت النتائج وجود أثر للجدارات الجوهرية بأبعادها (العمل الجماعي، تمكين العاملين، الاتصال والتأثير) على الميزة التنافسية لشركات الاتصالات الخلوية الأردنية بوجود خفة الحركة الاستراتيجية كمتغير وسيط، وهذا يؤكد أن هنالك ترابط وعلاقة أثر بين هذه المتغيرات والتي قد تشكل منظومة تمكن الشركة من التميز والتفرد في السوق إذا ما تمكنت من استغلالها، وهذه النتائج تتفق مع دراسة (Ojha, 2008)، التي بينت بأن خفة الحركة الاستراتيجية لا تؤثر بشكل مباشر على الأداء المالي، وإن القدرات التنافسية تعزز من تأثير خفة الحركة الاستراتيجية على الأداء المالي، كما أن القدرات التنافسية للمصانع تؤثر في الأداء المالي، وتتفق أيضاً مع نتائج دراسة الفيومي (٢٠١٠م) التي أوضحت بأن الأصول غير الملموسة المتضمنة رأس المال البشري، ورأس المال التنظيمي، ورأس المال العلاقي، ورأس المال المعلوماتي لها أثر في تحقيق التميز وسرعة الاستجابة، في ظل تبني معايير إدارة الجودة الشاملة بالجامعات الرسمية والخاصة في الأردن.

إن التغيرات السريعة والمستمرة التي تشهدها بيئة عمل شركات الاتصالات الخلوية الأردنية تُحتمل عليها العمل في ظل الظروف البيئية الديناميكية غير المستقرة وسريعة التغير، الأمر الذي يتطلب منها

السعي نحو توافر قدرات ديناميكية مرهونة بقدرتها على توظيف نشاطاتها وإمكاناتها الداخلية، في ضوء تحليل دقيق واستجابة سريعة لعوامل البيئة الخارجية والتنافسية من أجل اختيار الاستراتيجيات الملائمة التي تتمكن من خلالها تحقيق خفة الحركة الاستراتيجية لديها.

١١. التوصيات:

أ. قيام شركات الاتصالات الخلوية الأردنية بتقييم جداراتها الجوهرية وبشكل دوري ومستمر وذلك من أجل إعادة بناء جداراتها الجوهرية وبما ينسجم مع متطلبات وظروف كل مرحلة استراتيجية وبما يضمن تحقيق ميزات تنافسية لها، وذلك من خلال:

- (١) تنشيط حلقات صناعة القرارات في كل مستوى تنظيمي دون استثناء، واعتبار الآراء التي يقدمها العاملون من المستوى الأدنى بمثابة مدخلات إلى المستوى الأعلى، بشكل يخلق الشراكة الحقيقية في الموارد لدى مختلف المستويات للوصول إلى قرارات سليمة.
- (٢) الاهتمام بمنهج التحضير للمستقبل عبر تعزيز ثقافة الأفراد والمستويات الإدارية على الاهتمام بالمستقبل ومطالبة المديرين أياً كانت مواقعهم بمتابعة هذه الحالة وتطويرها.
- (٣) تفعيل مبدأ التعاون سواء في حل المشكلات أو التشارك بالمعرفة عبر التحفيز المادي والمعنوي بحيث يتلاءم هذا مع حجم الجهود المبذولة.

ب. ضرورة قيام الشركات محل الدراسة بالتوجه والتحول إلى شركات تمتاز بخفة الحركة الاستراتيجية، من خلال إنشاء وحدات تنظيمية متخصصة في إدارة المعرفة وعملياتها، تسند إليها مهمة تحقيق التواصل بين الشركة والزبائن، وكذلك التعلم المستمر لكل ما هو جديد في مجال عملها.

ج. تبني التنافسية كمطلب أساسي هو تحد قائم أمام الشركات المبحوثة، لذا يجب السعي لتحقيقها بأساليب أكثر معاصرة وواقعية، دون الحاجة إلى الأساليب التقليدية (تقليد طرق الشركات الأخرى)، والذي يمكن الوصول له من خلال:

- (١) إدارة التكاليف بشكل يجعل عملية تخفيضها ممكنة في إطار حجم الطلب دون التخفيض من مستوى الجودة، وذلك عن طريق التركيز على الكفاءة والفاعلية في الرقابة والمقارنة المرجعية المستمرة (Continues Benchmarking).
- (٢) رصد التغيرات الحاصلة في محيط المنافسة باستخدام أكثر من وسيلة، مثل الاستخبارات التسويقية، التقارير العالمية، حركة الأسواق المالية، التنبؤات إلخ.
- (٣) بناء السيناريوهات التي تضمن التنبؤ بتحركات المنافسين وفق أسلوب (ماذا لو - What If).

المراجع والمصادر:

- ١) الشبخلي، مهند محمد ياسين والكبيسي، صلاح الدين عواد. (٢٠١١). "دور المعرفة الضمنية في بناء المقدرات الجوهرية دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري ديوان الرقابة المالية في العراق"، **مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والإدارية**، ٣ (٦)، ٤٦ - ٧٣.
- ٢) الفيومي، أحمد محمد (٢٠١٠) أثر الأصول غير الملموسة في تحقيق الميزة التنافسية في ظل تبني معايير إدارة الجودة الشاملة: دراسة مقارنة على عينة من الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.
- ٣) النعيمي، صلاح عبد القادر. (٢٠٠٧). "كيف يمكن للمنظمات أن تحقق ميزتها التنافسية"، بحث منشور، وقائع المؤتمر العلمي الثاني لجامعة الإسراء، كلية العلوم الإدارية والمالية، عمان: الأردن.
- 4) Agha, Sabah; Alrubaiee, Laith & Jamhour, manar, (2012), "Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance", **International Journal of Business and Management**, Vol. 7, No. 1: 192 – 204.
- 5) AL- Mahamid, Soud; Awwad, Abdulkareem & McAdams, Arthur C. (2010), "Effects of Organizational Agility and Knowledge Sharing on Competitive Advantage: An Empirical Study in Jordan", **International Journal of Management**, Vol. 27 No. 3: 387 – 404.
- 6) Al-Zoubi, Majed Radi, (2012), "Leadership Competencies and Competitive Advantage: Empirical Study on Jordan Telecommunications", **European Journal of Business and Management**, Vol 4, No.7: 234-247.
- 7) Banerjee, P. (2003). "Resource dependence and core competence: insights from Indian software firms". **Technovation**, Vol. 23: 251-263.
- 8) Bani-Hani, Jehad S & AL-Hawary, Faleh Abdelgader, (2009), "The Impact of Core Competencies on Competitive Advantage: Strategic Challenge", **International Bulletin of Business Administration**, October, No.6: 93 – 104.
- 9) Becker, Bob. (2007). "Strategic Agility: The Ultimate Competitive Advantage". www.sa-advantage.com: 1-9.

- 10) Bhattacharya, A.K & McCubbins, A.M, (1996), "Strategy Formulation: Focusing on Core Competencies and Processes", **Business Change & Re-engineering**, Vol.3, No.1: 47-55.
- 11) Dess, G. G; Lumpkin, G. T & peridis, T. (2006). "**Strategic Management: Creating Competitive Advantages**". Canadian Ed, McGraw-Hill Ryerson: U.S.A., 255-256
- 12) Evans, James Robert; Evans, James Robert & Collier, David A, (2007), "**Operations management: an integrated goods and services approach**", Thomson/South-Western, U.S.A.
- 13) Garman A.N & Johnson, M.P, (2006), "Leadership competencies: an introduction", **Journal of Healthcare Management**, Vol.51, No.1: 13-17.
- 14) Hafeez, K; Yan Bing, Zhang & Malak, N, (2002), "Core competence for sustainable competitive advantage: a structured methodology for identifying core competence", **IEEE Transactions on Engineering Management**, Vol.49, No.1: 28-35
- 15) Hall, Robert E & Jones, Charles I. (1999). "Why Do Some Countries Produce So Much More Output Per Worker Than Others?", **The Quarterly Journal of Economics**, Vol. 114, No. 1: 220-253
- 16) Hsu, M. K; Jiang, J. J; Klein, G & Tang, Z. (2003), "Perceived career incentives and intent to leave", **Information & Management**, Vol.40, No.5 361-369.
- 17) Jones, Gareth R, (2007), "**Organizational Theory: Design & Change**", 5th ed., Pearson Education Inc.
- 18) Liu. Tsai-Lung. (2003). "Organization Learning and Social Network Market Orientation: The Role of Resource-Based View Strategy in Gaining Dynamic, Capabilities Advantage" available at www.hicbusiness.org
- 19) Macmillan, Hugh & Tampoe, Mahen, (2000), "**Strategic Management**", Oxford University Press, New York: 122.
- 20) Manikutty, S, (2010), "C.K Prahalad and His Work: An Assessment", **Vikalpa**, Vol.35, No.2: 1 -7.

- 21) Ojha, Divesh, (2008). "Impact of Strategic Agility on Competitive Capabilities and Financial Performance". **A Dissertation Presented to the Graduate School of Clemson University In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy Management**
- 22) Sparrow, Paul R. & Hodgkinson, Gerard P., (2006), "What Is Strategic Competence and Does It Matter? Exposition of the Concept and a Research Agenda", **CAHRS Working Paper Series**, Paper 458: 1– 44.
- 23) Stevenson, William, J., (2007), "**Production / Operations Management**", 8th Ed, Von Hoffmann Press.
- 24) Sull, Donald & Bryant, Ben, (2006). "**Discussion for Strategic Agility**". Working Paper: 1-6.
- 25) Weill, P.; Subramani, M. & Broadbent, M., (2002),"Building IT Infrastructure for Strategic Agility", **Sloan Management Review**,Vol.44 No.1: 57-66.
- 26) Long, Carl. (2000). "Measuring your strategic agility". **Consulting to Management**, 11(3), 25-28.
- 27) Sigalas, Christos; Economou, Victoria Pekka & Georgopoulos, Nikolaos B, (2013). "Developing a measure of competitive advantage". **Journal of Strategy and Management**, 6 (4) 320-342.

أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف

دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية

ناصر الغباشية *

د. قاسم إبراهيم الشعار **

تاريخ وصول البحث: ٢١/١٢/٢٠١٦م

تاريخ قبول البحث: ٢٨/٢/٢٠١٧م

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف (دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية)، حيث تكونت عينة الدراسة من (١٧٤) فرداً، تم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية البسيطة من المديرين ورؤساء الأقسام في الإدارة العليا والوسطى في قطاع الاتصالات الأردنية في مركزها الرئيس في العاصمة عمان، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة اعتمدت على مقياس ليكرت الخماسي وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:

- أظهرت نتائج اختبار الفرضية الأولى وجود أثر معنوي لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف، وقد كان لوجود المعلومات الأثر الأبرز.

- أظهرت نتائج اختبار الفرضية الثالثة وجود فروق معنوية في استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لخصائص التعريفية: (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة العملية)، إلا أن الفروق المعنوية لم تظهر بين المستويات الوظيفية.

أما أبرز توصيات الدراسة كانت كما يلي:

١- ضرورة استغلال شركات الاتصالات الأردنية وسائط التواصل الاجتماعي للتواصل مع شريحة واسعة من المستخدمين، للحصول على الكفاءات اللازمة وقت الحاجة وذلك من عمل موقع خاص لتقديم الطلبات التوظيف لكل شركة.

٢- التأكد من جودة المعلومات المستمدة من وسائط التواصل الاجتماعي، وعدم اعتمادها في عمليات اتخاذ القرارات إلا بعد التثبت من موثوقية المعلومات المستمدة، وضرورة ربط المعلومات الخاصة بالمتقدمين والمستمدة من وسائط التواصل الاجتماعي بعملية التوظيف وفرز البيانات التي تحتوي على أخطاء من خلال توظيف اصحاب الخبرة في هذا المجال في فرز المعلومات.

الكلمات المفتاحية: وسائط التواصل الاجتماعي ، استراتيجية التوظيف ، قطاع الاتصالات الاردنية.

* باحث.

Abstract

This study aims at revealing the impact of the characteristics of social media on the recruitment strategy. The study is based upon a random sample of (174) individuals consisting of directors and heads of departments in the head divisions of the Telecommunication sector in Amman. The study made use of a questionnaire as the tool for data collection, and the following findings were reached: First, the major finding is that there is not any significant impact of the characteristics of social media on the recruitment strategy, whereas the quality of information occupies the most prominent impact. Second, the results of the second hypothesis show a significant difference in the use of social media in relation to the defining demographic variables of gender, age, educational qualification, and practical experience.

The major recommendations of the study focus upon the need of the Jordanian telecommunications companies and social media to communicate with a wide range of users in order to obtain the required expertise when needed as well as to guarantee the quality of information derived from social media.

Keywords: Social media, recruiting strategy, the Jordanian telecommunication sector.

المقدمة:

تعرضت المجتمعات الحديثة لتطورات مستمرة وبوتيرة سريعة في جميع المجالات السياسية منها، و الاقتصادية، و الاجتماعية وغيرها ، فقد أسهمت في تحقيق رفاهية الأفراد، ومن بين التطورات التي تحدث باستمرار تلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وما تبلغه من أهمية من ناحية توفير خدمات الاتصال بمختلف أنواعها، وتوفير المعلومات اللازمة للأشخاص والمنظمات. (جابر وعثمان، ٢٠٠٨م، ١٠١).

وتعود هذه الأهمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى الخصائص التي تمتاز بها بما فيها الانتشار الواسع، وسعة التحمل سواء بالنسبة لعدد الأشخاص المشاركين أو المتصلين، أو بالنسبة لحجم المعلومات المنقولة، كما أنها تتسم بسرعة الأداء وسهولة الاستعمال وتنوع الخدمات؛ بالتالي أصبح استخدام الإنترنت وسيلة من وسائل التوظيف، فمن خلال وسائط التواصل الاجتماعي يمكن للشركات استقطاب واختيار المرشحين. (السلمي، ٢٠١٢، ٣٢).

حيث تمتلك المنظمات العديد من الموارد التي تستخدمها لتحقيق أهدافها لكن الموارد الأكثر أهمية و أكثر تأثير هي الموارد البشرية والتي تعتبر الثروة الأولى والجوهرية للمنظمة وأحد العوامل الأساسية للأداء، حيث تسمح للمؤسسة بالبقاء والاستمرار والنمو ضمن بيئة غير مستقرة وأسواق متقلبة ومنتجات أكثر تعقيداً، بالإضافة على صعوبة إرضاء الزبون وتحقيق المستوى الأعلى من الإنتاجية والفاعلية. (حسن، ٢٠٠٩، ٧٦).

فال مورد البشري يمثل جميع العاملين في المؤسسة وعلى اختلاف مستوياتهم و مؤهلاتهم و أدوارهم ، في حين تعد دائرة الموارد البشرية إحدى أهم ركائز أي منظمة وتعتمد عليها بشكل كبير؛ لذلك فهي تبذل جهوداً كبيرة لانتقاها أفضل الموظفين للعمل في هذا المجال، فتعين القوى العاملة غاية في الأهمية، وهي تعتمد بشكل كلي على عملية التوظيف الفاعلة، وإجراءات الاختيار؛ حيث إن التوظيف أهم ما تقوم به إدارة الموارد البشرية لذا فقد أدت هذه الوظيفة التي يقوم بها قسم الموارد البشرية إلى إيجاد رأس مال بشري يمثل أساس المنظمة، فنجاح الشركة في المستقبل يعتمد في معظم الأحيان على نجاح الجهود التي تبذلها دائرة الموارد البشرية، والتي تتطور من خلال تحديد وجذب موظفين أكفاء جدد بفضل إجراءات التوظيف الفعالة. (Miao, Kuo& Lee 2011,103).

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من أهمية كل من الموارد البشرية ووسائط التواصل الاجتماعي حيث تبرز أهمية وسائط التواصل الاجتماعي في تقديم الخدمة للعديد من الأفراد، فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة معهم في اهتماماتهم، وقد أسهمت وسائط التواصل الاجتماعي (كالفيس بوك) وغيرها في زيادة

الخدمات المقدمة، ومن ذلك تبادل المعلومات والآراء والأفكار في العديد من المجالات الصحية، والرياضية، والثقافية، والإعلامية وغيرها.

كما تتأتى أهمية الدراسة من خلال النظر لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي ومنها (الانتشار وجودة المعلومات) ومساهمتها في إثراء التفكير الشخصي، والاجتماعي، والمنظمي، ومساعدة هذه المواقع للأفراد في الدراسة عن وظائف أو شواغر وظيفية في الشركات ومن ضمنها شركات الاتصالات الخلوية في الأردن وضمن البلد ككل أو الاقليم أو على المستوى العالمي الذي زاد عدد مستخدميها في الآونة الأخيرة بشكل متسارع، واتساع نطاق استخدامها الإيجابي بالنسبة للأفراد الباحثين عن فرص عمل في الشركات التي لديها مواقع استقطاب على الشبكة الإلكترونية، كما تبرز أهمية الدراسة كونها تطبق في إحدى القطاعات الأردنية الرائدة وهو قطاع الاتصالات.

أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو التعرف على أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي (الانتشار وجودة المعلومات) في استراتيجية التوظيف (الاستقطاب والاختيار) في قطاع الاتصالات الأردنية. وينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

- ١- معرفة مستوى تطبيق استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية.
- ٢- اختبار أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي (الانتشار وجودة المعلومات) في الاستقطاب في قطاع الاتصالات الأردنية.
- ٣- اختبار أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي (الانتشار وجودة المعلومات) في الاختيار في قطاع الاتصالات الأردنية.
- ٤- التعرف على الفروقات الإحصائية في إجابات المبحوثين تجاه وسائط التواصل الاجتماعي تعزى للعوامل الديموغرافية والوظيفية (الخصائص التعريفية).

مشكلة الدراسة:

تواجه استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية العديد من التحديات التي ظهرت نتيجة لعوامل تكنولوجية، واقتصادية، وبيئية، مما أدى إلى الاستعانة بضوابط وفاعليات تساند استراتيجية التوظيف (الاستقطاب، الاختيار) حتى يتم تنفيذ العمليات الفرعية لاستراتيجية التوظيف بفاعلية وتنسيق أكبر، في حين أن العديد من المؤسسات الرسمية وغير الرسمية لجأت إلى أسلوب التوظيف الإلكتروني لاستقطاب أصحاب المؤهلات العلمية والخبرات العملية التي تناسب الوظائف الشاغرة لديها؛ لذا جاءت

هذه الدراسة لبيان أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي (الانتشار، جودة المعلومات) في استراتيجية التوظيف (الاستقطاب، الاختيار) في قطاع الاتصالات الأردنية، وذلك من خلال التساؤل الرئيس التالي:

ما هو أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية؟

كما تأتي الدراسة للإجابة عن الأسئلة الفرعية الآتية:

- ١- ما مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية؟
- ٢- ما أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي في الاستقطاب في قطاع الاتصالات الأردنية؟
- ٣- ما أثر خصائص وسائط التواصل الاجتماعي في الاختيار في قطاع الاتصالات الأردنية؟

فرضيات الدراسة:

لقد تم بناء فرضيات الدراسة التالية اعتماداً على مشكلة الدراسة وعناصرها المختلفة لأجل تحقيق أهداف الدراسة فكانت كما يلي:

الفرضية الرئيسة الأولى:

Ho.1 "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي (الانتشار و جودة المعلومات) في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية".

وينبثق عن الفرضية الرئيسة الأولى الفرضيات الفرعية التالية:

Ho1.1 "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لانتشار وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية".

Ho1.2 "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لجودة معلومات وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية".

الفرضية الرئيسة الثانية:

Ho.2 "لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) بين إجابات المبحوثين نحو خصائص وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية".

وينبثق عن الفرضية الرئيسة الثالثة الفرضيات الفرعية التالية:

التعريفات النظرية والاجرائية:

وسائط التواصل الاجتماعي: مجموعة من التطبيقات تساهم في زيادة التفاعلات الاجتماعية وتوفير مساحات مشتركة من التعاون وإتاحة فرصة الاتصالات الاجتماعية وتعزيز وتبادل المعلومات بشكل هائل في بيئة الإنترنت. (البسيوني، ٢٠٠٩، ١٢).

جودة المعلومات: هي الدرجة العالية من النوعية أو القيمة، وهي إتمام الأعمال الصحيحة في الأوقات الصحيحة. (عبيدات، ٢٠٠٤، ٤٧).

الانتشار: هي إلغاء الحواجز الجغرافية والمكانية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب بيسر وسهولة. (مجاهد، ٢٠١٠، ٥٤).

استراتيجية التوظيف: هي إحدى استراتيجيات إدارة الموارد البشرية والتي تقوم على عملية استقطاب العناصر البشرية للعمل في المنظمة ومن ثم القيام بعملية الاختيار وتعيين أفضل الكفاءات. (عليان، ٢٠٠٧، ١٢١).

الاستقطاب: هي العملية التي يتم بموجبها جذب أكبر عدد من القوى العاملة حسب المواصفات التي تحددها الشركات، وتلجأ إليها عندما تكون بحاجة إلى الموارد البشرية المؤهلة القادرة على ممارسة العمل المحدد والمطلوب شغله من قبل طالبي العمل. (درة والصباغ، ٢٣٤، ٢٠١٠).

الاختيار: عملية يتم من خلالها المفاضلة بين المتقدمين للوظيفة نظراً لاعتبارات معينة بحيث تحدد صلاحية الفرد للوظيفة. (السلمي، ٢٠١٢، ٢٠٩).

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

دراسة نش ودكاني (٢٠١٥) بعنوان : تأثير استخدام وسائط التواصل الاجتماعي على قيم الشباب الجامعي الجزائري : دراسة لعينة من مستخدمين موقع الفيس بوك:

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى أثر استخدام وسائط التواصل الاجتماعي (وبالأخص موقع الفيس بوك) وتأثيرها على قيم الشباب الجامعي، حيث تعد القيم إحدى العوامل الأساسية التي تكون سلوك الفرد وتقوم مجموعة من الوظائف الأخلاقية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم فيها الباحث أسلوب الاستبانة الإلكترونية، بحيث كان عدد العينة ٩٩ مفردة بحثية، ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن موقع (الفيس بوك) يمكن الطلبة من الحوار والمناقشة في العديد من الأماكن، والتعرف على ثقافات الشعوب، والحصول على المعرفة والثقافة، وكذلك تحسين مستوى التحكم في اللغات الأجنبية.

دراسة الجريري (٢٠١١) بعنوان: "أثر استراتيجية التوظيف في تحقيق المزايا التنافسية : دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية".

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر التوافق بين الاستراتيجية التنظيمية واستراتيجية الموارد البشرية مع استراتيجية التوظيف في تحقيق المزايا التنافسية، وكذلك التوافق بين كل نوع من أنواع الاستراتيجية التنظيمية واستراتيجية الموارد البشرية مع استراتيجية التوظيف، وأثره في تحقيق المزايا التنافسية المتمثلة في استقرار العاملين وارتفاع أداؤهم، حيث تكونت عينة الدراسة من (٥٧) شخصاً من مختلف المراكز الوظيفية، وأظهرت أن هناك أثراً بين استراتيجية الموارد البشرية واستراتيجية التوظيف في تحقيق المزايا التنافسية.

دراسة عريقات (٢٠١٠) بعنوان: أثر تطبيق معايير الاستقطاب والتعيين في تحقيق الميزة التنافسية: حالة دراسية بنك الإسكان للتجارة والتمويل الأردني.

تهدف هذه الدراسة إلى بيان أهمية العنصر البشري كمكون أساسي من مكونات المنظمة، متعرضة لتجربة مصرف الإسكان للتجارة والتمويل من خلال تعرف إلى مصادر الاستقطاب التي استخدمها المصرف في سبيل تعيين أفضل الموظفين، ومعرفة أثر معايير الاستقطاب التي استخدمها المصرف في سبيل تحقيق الميزة التنافسية، فخلصت الدراسة إلى أن أسباب نجاح البنك في عملية الاستقطاب تتمحور في أنه اعتمد على وكالات التوظيف بالدرجة الأولى، ثم الجامعات كما أن البنك سعى إلى تحقيق النوعية لدى الاستقطاب.

الدراسات الأجنبية:

دراسة (Wazed & Eddy, 2015) بعنوان:

"College is recruiting using social media: how to increase applicant reach and reduce recruiting costs"

استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في عملية الاستقطاب: كيفية زيادة الوصول إلى الباحثين عن العمل وتقليل تكلفة الاستقطاب.

هدفت هذه الدراسة إلى إيجاد بدائل أخرى لعملية التوظيف التقليدي، وهي استخدام وسائط التواصل الاجتماعي وبالأخص استخدام (الفايس بوك) وكيفية جذب طالبي العمل لاستخدام هذه المواقع وتحديد طلاب الجامعات. بينت نتائج الدراسة أن استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف فوائد عدة من أهمها السرعة في عملية التوظيف من قبل الباحثين عن العمل ومن قبل الشركات ، وقدرة أصحاب العمل في الوصول إلى طالبي العمل وبالأخص طلاب الجامعات بسهولة، وتقليل التكلفة على أصحاب العمل بتوظيفهم لطلاب الجامعات.

دراسة (Zide, Elman & Shahani, 2014) بعنوان:

"LinkedIn and recruitment: how profiles differ across occupation"

لينكدان والاستقطاب: كيف تختلف الملفات الشخصية عبر المهن:

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى عناصر برنامج لينكدان، ومن ثم التعرف على أهمية العناصر في اللينكدان التي تركز عليها المنظمات الباحثة عن الموظفين، قام الباحث بإجراء الدراسة على ٢٥ منظمة تستخدم موقع اللينكدان، وبينت نتائج هذه الدراسة تزايد استخدام هذا الموقع من قبل الباحثين عن العمل، ومن قبل أصحاب العمل لسهولة استخدامه، واهتمام الرجال أكثر من النساء في التواصل عبر موقع اللينكدان لاهتمام الرجال في التواصل مع الآخرين أكثر من النساء، ويعد هذا الموقع من أكثر المواقع استخداماً من قبل الباحثين عن العمل.

دراسة (Heyman, 2014) بعنوان:

"Evaluating social media privacy settings for personal and advertising purposes"

تقييم خصوصية وسائط التواصل الاجتماعي للأهداف الشخصية والإعلانات.

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى أنواع الخصوصية المتوفرة في وسائط التواصل الاجتماعي، وما هي الفائدة من وجود الخصوصية فيها، توصلت نتائج هذه الدراسة إلى ضرورة وجود خصوصية في وسائط التواصل الاجتماعي وبالأخص المعلومات الشخصية، كما قام الباحث بعمل هذه الدراسة تطبيقياً على مواقع (الفايس بوك وتويتر)، والمقارنة فيما بينهما من حيث الخصوصية.

خصائص وسائط التواصل الاجتماعي:

تلعب المعلومات أثراً حيوياً في حياة الأفراد والمجتمعات؛ فهي عنصر لا غنى عنه في أي نشاط نمارسه، وهي المادة الخام للبحوث العلمية، والمحك الرئيس لاتخاذ القرارات الصحيحة ومن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب، يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يستند إلى العلم في كل شيء ولا يسمح بالارتجال والعشوائية. (جابر، ٢٠٠٨، ٨).

وإذا كانت صناعة المنتجات تعتمد على استغلال مجموعة من الموارد الاقتصادية المعروفة، فإن صناعة القرار لا تخرج عن هذه القاعدة؛ فهي لا تنتج من فراغ، بل تعتمد بأثرها على استغلال الموارد ولعل أهمها هو المعلومات، حيث نجد أن عملية صنع القرار تتم من خلال مجموعة من الخطوات العملية بالاعتماد على جملة من المعلومات خاصة تلك التي تمتاز بالجودة العالية التي أصبحت تستخدم في الواقع العملي بغية التوصل إلى ذلك القرار السليم والجيد، لذا أصبح المسؤولون في المؤسسات يستغلون مختلف المعلومات المتاحة لهم في عملية صنع قراراتهم سواء منها العادية أو الاستراتيجية، ومن أهمها قدرة إدارة

الموارد البشرية في جمع المعلومات حول المتقدمين للوظائف الشاغرة من هوايات، ومهارات، وخبرات من خلال البحث في وسائط التواصل الاجتماعي الخاصة بهم. (راضي، ٢٠٠٩، ٤٤)

جودة المعلومات:

جودة المعلومات هي تلك الخصائص النوعية التي يجب أن تتمتع بها المعلومات الإلكترونية المفيدة، أي أن توافر هذه المعلومات على تلك الخصائص يجعلها ذات فائدة كبيرة للأطراف المختلفة المستفيدة منها. (عبيدات، ٢٠٠٤، ٤٧)

يرى (حسان، ٢٠٠٨، ١٦) أن جودة المعلومات تتحدد بطريقة استخدامها بواسطة متخذ القرار، بمعنى آخر إن جودة المعلومات تتحدد بقدراتها على تحفيز الفرد متخذ القرار ليتخذ موقفاً معين، كذلك بقدرتها على جعل الفرد متخذ القرار يصل إلى قرارات أكثر فعالية.

وبناءً على ذلك فقد تحدث (حسان، ٢٠٠٨، ١٨) عن ثلاثة عوامل تحدد درجة جودة المعلومات وذلك من قبل من يستخدم هذه المعلومات، وتشمل هذه العوامل: منفعة المعلومة لمتخذ القرار، ودرجة الرضا عن المعلومات من قبل متخذ القرار، والأخطاء والتحيز، وتتمثل منفعة المعلومة في صحة المعلومة وسهولة استخدامها، فكلما تطابق شكل المعلومات مع متطلبات متخذ القرار، وتوفرت في الوقت الذي يحتاج إليه، ومن الممكن الوصول إليها والحصول عليها بسهولة، كلما كانت قيمة هذه المعلومات عالية، أما درجة الرضا عن المعلومات فتحدد من قبل متخذ القرار بناءً على ما توفره له المعلومة من المساعدة في عملية اتخاذ القرار، بينما تتعلق خاصية الأخطاء والتحيز، فكلما قلت نسبة الخطأ وقل التحيز تحسنت جودة المعلومات من وجهة نظر متخذ القرار.

الانتشار:

بالنظر إلى وسائط التواصل الاجتماعي بشيء من التدقيق، سنجد أنها تملك العديد من الخصائص التي تميزها، وتنفرد بها عن غيرها من المواقع الأخرى، الأمر الذي أدى إلى انتشارها السريع وتحقيقها تلك الشهرة الفائقة، وتلك العوامل المميزة لها يمكن أن نوجزها في الآتي:

- وسيلة للتعبير عن الرأي: من بين العوامل المميزة لوسائط التواصل الاجتماعي التي كانت سبباً في شهرتها وانتشارها، ومضاعفة أعداد مستخدميها خلال فترة وجيزة، هو أن وسائط التواصل الاجتماعي، أو بمعنى أدق النسبة الغالبة منها، تعد منابر مجانية لإبداء الرأي وإعلانه على الملأ. (نوايسة، ٢٠٠٩، ١٢).

- وسيلة ترفيهية: إن الفئة العمرية الأكثر استخداماً لوسائط التواصل الاجتماعي، هي الفئة المنتمة إلى مرحلة المراهقة، وبالتالي فمن البديهي أن يكون الترفيه أحد أبرز وسائل الجذب وأهمها، بل إن بعض الخبراء يرون أن أكثر من ٩٠% من المستخدمين الحاليين لوسائط التواصل الاجتماعي على اختلافها حين سجلوا اشتراكهم الأول بهذا النوع من المواقع، كان سعيًا وراء الترفيه والحصول على أوقات ممتعة ليس إلا،

حتى وإن اختلفت نظرهم إلى وسائط التواصل الاجتماعي فيما بعد، أصبحت تمثل بالنسبة لهم شيئاً يفوق في أهميته وسائل الترفيه. (الكندري، ٢٠١٣، ٨٧).

● الثقافة والمعرفة: هذا العامل لا يشكل فقط وسيلة جذب للمستخدمين، أو مجرد سبب أسهم في خلق الشهرة التي حققتها وسائط التواصل الاجتماعي، بل إنه يعد من بين مميزات هذا النوع من المواقع، والعامل الأساسي الذي يوجد لها أهمية ويخلق لها مكانة؛ فصفحات وسائط التواصل الاجتماعي على وجه العموم تنشر عليهم عدداً لا نهائياً من الصفحات المعنية بأمور الثقافة والمعرفة، منها ما هو متخصص في مجال محدد، ومنها ما يتسم بطابع أكثر شمولية، وفي النهاية فإن صفحات مثل هذه تقدم لمستخدميها خدمة مجانية، فالقائمون عليها يهتمون بتغذية الصفحة وإمدادها بكل جديد، سواء مقالات علمية أو كتب مترجمة أو مقاطع فيديو شارحة وغير ذلك. (مجاهد، ٢٠١٠، ٥٤).

وضمن استعانة الشركات بالتقنيات الجديدة، ومع ما يسرته شبكة الإنترنت من التوفيق بين المتقدمين للوظائف وفرص العمل، لا تقتصر الشركات على البحث في الكلمات الرئيسية لإيجاد المرشحين المناسبين، إذ تحاول الاستفادة من تحليلات أكثر تطوراً، في حين فرضت ظاهرة العولمة عبر آلياتها الاقتصادية والسياسية والفكرية، السائدة حالياً على الساحة العالمية تحديات عديدة على المنظمات بشكل عام، وإدارة الموارد البشرية بشكل خاص، مما يستوجب التفكير في مواجهتها، وإيجاد الاستراتيجية المناسبة لذلك، من هنا، تعد إدارة الموارد البشرية في المنظمات العامة ومنها والخاصة، حجر الزاوية في العملية الإدارية، وذلك لاعتماد هذه المنظمات في تحقيق أهدافها التنظيمية على مواردها البشرية. (صالح، ٢٠٠٨، ١٣).

ويحاول مديرو الموارد البشرية والشركات إضفاء صبغة أكثر علمية وكفاءة على استراتيجية التوظيف، مع ما يحيط بها من مشكلات وصعوبات في اتخاذ القرارات الملائمة. وقد يعني ذلك بالنسبة للباحثين عن عمل، ضرورة الاعتناء ببياناتهم على الإنترنت، بالقدر نفسه تقريباً الذي يعطونه لتطوير مهاراتهم وإعداد سير ذاتية دقيقة، وربما لا تُمثل السيرة الذاتية الجيدة والخبرات السابقة ثم اجتياز المقابلة الشخصية، الأسباب الوحيدة لنجاح المرء في الحصول على وظيفة، فبجانب مسؤولو التوظيف، مثل حال مجالات أخرى، إلى تحليلات البيانات الضخمة، والبحث في مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الأساليب الجديدة، لاختيار أنسب المتقدمين للوظائف.

في حين يرى كثيرٌ من المتخصصين بالتوظيف، أن الطرق المُبتكرة لاختبار شخصيات المتقدمين للوظائف تُكمل دون أن تُغني تماماً عن تحليلات البيانات الضخمة، فيستفيد أرباب العمل من تحليل البيانات القديمة لعشرات الملايين من طالبي العمل، سواء تم قبولهم أم لا، في التنبؤ بالأفضل من بين المرشحين الجدد للوظائف من خلال مقارنة بياناتهم بالمسارات المهنية والسمات الشخصية ومؤشرات موظفين ناجحين في السابق.

حيث تسعى إدارة الموارد البشرية إلى توفير عناصر كفوة وصاحبة مؤهلات جيدة تتم من خلال عمليات التوظيف، يتم من خلالها استقطاب الأفراد المؤهلين لشغل الوظيفة، وتهدف هذه العملية إلى توفير التكلفة على المنظمات من خلال استقطاب أفراد مؤهلين يمكن لهم القيام بالمهام الموكولة إليهم، حيث إن عمليات التوظيف الخاطئة قد تلحق بالمنظمات خسائر كبيرة. (الجريري، ٢٠٠٩، ٢١٧)

أما استراتيجيات التوظيف فهي الاستقطاب، والاختيار، والتعيين، فالاستقطاب هو إحدى العمليات التي يتم من خلالها جلب المتقدمين للوظيفة حتى يتم شغلها بأي وسيلة كانت، وأما الاختيار فيعني العملية التي يتم من خلالها اختيار أصحاب الكفاءات وفق أسس موضوعية وعادلة في ضوء شروط ومواصفات خاصة، بما يمكن هؤلاء الأفراد من أداء المهام الموكولة إليهم، وتحقيق أهداف المنظمات، ورفع مستوى إنتاجيتها وخدماتها. (جودة، ٢٠١٠، ٥٣)

وقد جرى قياس معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient)، لمتغيرات الدراسة ولأبعادهما ولأداة الدراسة ككل، لمعرفة مدى الاتساق في الإجابات؛ وذلك على النحو التالي:

جدول (١): قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة

الرقم	البعد	قيمة ألفا
1	الانتشار	0.646
2	جودة المعلومات	0.663
3	خصائص وسائط التواصل الاجتماعي	0.744
4	الاستقطاب	0.801
5	الاختيار	0.723
6	استراتيجية التوظيف	0.820

نلاحظ أن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لفقرات أداة الدراسة تراوحت (٠,٦٤٦ - ٠,٨٢٠)، وبالتالي تكون جميع القيم أكبر من (٠,٦٠) وهذا مؤشر على الاتساق بين فقرات أداة الدراسة، وموثوقية أداة الدراسة وإمكانية الاعتماد عليها لإجراء التحليل الإحصائي.

ملاءمة نموذج الدراسة للأساليب الإحصائية المستخدمة:
اختبار ملاءمة نموذج الدراسة:

لاختبار مدى ملاءمة بيانات الدراسة لتحليل الانحدار الخطي والاختبارات المعلمية، وقد تم اختبار الارتباط الخطي المتعدد والارتباط الذاتي، وذلك على النحو التالي:

اختبار الارتباط الخطي المتعدد Multicollinearity

وتشير 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 قيمة معامل بين المتغيرات المستقلة، حسب نموذج الدراسة، وقد كانت النتائج كما يلي:

جدول (٢): مصفوفة الارتباط للمتغيرات المستقلة

المتغير	الانتشار	جودة المعلومات
الانتشار	1.000	
جودة المعلومات	0.571**	1.000

(**) عند مستوى دلالة 0.01

يبين الجدول (٢) أن قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين (الانتشار) و(جودة المعلومات)، قد بلغ (0.571)، وهذا قد يدل على عدم وجود ظاهرة الارتباط الخطي المتعدد بين المتغيرين المستقلين، حيث تعتبر قيمة معامل الارتباط التي تتجاوز (0.80) مؤشراً على وجود مشكلة الارتباط الخطي العالي المتعدد (Guajarati, 2004, 359).

ولتأكيد النتيجة السابقة تم احتساب معامل تضخم التباين كل من المتغيرات المستقلة للتأكد من عدم وجود ارتباط خطي متعدد، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (٣): نتائج اختبار الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة

المتغير	معامل تضخم التباين VIF	Tolerance
الانتشار	1.483	0.674
جودة المعلومات	1.483	0.674

يبين الجدول (٣) أن قيمة معامل تضخم التباين كانت أكبر من العدد ١ وأقل من العدد ١٠، مما يشير إلى عدم وجود مشكلة الارتباط الخطي المتعدد بين متغيري الدراسة.

٢-١ الارتباط الذاتي AUTOCORRELATION:

من شروط الانحدار خلو البيانات من مشكلة الارتباط الذاتي، والتي تعرف بوجود ارتباط بين حدود الخطأ العشوائي في نموذج الانحدار، مما ينتج عنه تحيز في قيمة المعلومات المقدرة **estimated parameters**، وبالتالي ضعف قدرة النموذج على التنبؤ. ويتم التأكد من ذلك بإجراء اختبار (Durbin-Watson Test) الذي يعد الأكثر شيوعاً واستخداماً، وتتراوح قيمة هذا الاختبار بين العددين (٠ و ٤). ويتم رفض وجود ظاهرة الارتباط الذاتي إذا كانت قيمة (D-W) تساوي العدد ٢، أو يقترب منه (Gujarati, 2004, 496). والجدول التالي يبين نتائج اختبار (Durbin-Watson Test) لفرضيات الدراسة، كما يلي:

الجدول (٤): اختبار مشكلة الارتباط الذاتي

الفرضية	قيمة D-W المحسوبة	النتيجة
H01-1	1.873	لا يوجد ارتباط ذاتي
H01-2	1.922	لا يوجد ارتباط ذاتي
H01	1.971	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02	1.789	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02-1	1.989	لا يوجد ارتباط ذاتي
H02-2	1.895	لا يوجد ارتباط ذاتي

نلاحظ أن قيم D-W للمتغيرات في الفرضيات المذكورة جميعها تقترب من العدد ٢، مما يشير لخلو البيانات من مشكلة الارتباط الذاتي أي عدم وجود ارتباط بين حدود الخطأ العشوائي في نموذج الانحدار.

تحليل أسئلة الدراسة:

١- الانتشار:

الجدول (٥): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لفقرات الانتشار

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
١	تسهل وسائط التواصل الاجتماعي في تسريع عملية التواصل مع المشتركين وقت الحاجة	3.879	0.838	7	مرتفعة
٢	تعتبر وسائط التواصل الاجتماعي بوابة سهلة في التواصل مع شرائح المجتمع المختلفة	3.943	0.743	5	مرتفعة
٣	تعتبر وسائط التواصل الاجتماعي وسيلة سهلة بتناقل الأخبار (الأحداث)	4.057	0.719	3	مرتفعة
٤	إن خيارات وسائط التواصل الاجتماعي تمكن الشركة من تصنيف المعلومات (البيانات) عند الحاجة	3.937	0.769	6	مرتفعة
٥	لدى وسائط التواصل الاجتماعي إمكانية الفنية لاستقبال أي ملفات حاسوبية (word , excel , PowerPoint)	4.086	0.728	2	مرتفعة
٦	سرعة الاستجابة من خلال وسائط التواصل الاجتماعي تمكن الإدارات من اتخاذ القرار بالوقت المناسب	3.954	0.905	4	مرتفعة
٧	تساعد وسائط التواصل الاجتماعي في نقل التوجيهات والأوامر بطريقة واضحة	3.856	0.754	8	مرتفعة
٨	لدى وسائط التواصل الاجتماعي إمكانية الفنية للتفاعل المباشر مع المعنيين بالتواصل	4.178	0.824	1	مرتفعة
المعدل العام	3.986			مرتفعة	

نلاحظ من الجدول (٥) أن الأهمية النسبية للمتوسط العام لفقرات الانتشار مرتفعة، حيث بلغ المتوسط العام (٣,٩٨٦) وانحراف معياري (٠,٤٢٢). وقد جاءت الفقرة "لدى وسائط التواصل الاجتماعي إمكانية الفنية للتفاعل المباشر مع المعنيين بالتواصل" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,١٧٨) وبأهمية نسبية مرتفعة، في حين حلت الفقرة "تساعد وسائط التواصل الاجتماعي في نقل التوجيهات والأوامر بطريقة واضحة" بالمرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي (٣,٨٥٦)، وبأهمية نسبية مرتفعة.

وتأتي الأهمية النسبية المرتفعة لخاصية انتشار وسائط التواصل الاجتماعي، من كونها وسيلة سهلة لتناقل الأخبار، ولتمكين الإدارة من سرعة الاستجابة واتخاذ القرارات بالوقت المناسب، خاصة وانها تمتلك إمكانية الفنية للتفاعل المباشر مع المعنيين بالتواصل.

١- جودة المعلومات:

الجدول (٦): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لفقرات جودة المعلومات

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
٩	يمكن التثبت من موثوقية المعلومات المستمدة من وسائط التواصل الاجتماعي	3.649	0.751	8	متوسطة
١٠	تساعد وسائط التواصل الاجتماعي على فرز البيانات التي تحتوي على اخطاء	3.747	0.850	6	مرتفعة
١١	التنوع في المعلومات التي يمكن الحصول عليها من خلال وسائط التواصل الاجتماعي يحقق الشمولية	4.172	0.988	1	مرتفعة
١٢	تمتاز طريقة الحصول على المعلومات المطلوبة من وسائل التواصل الاجتماعي بالمرونة الكافية (كإضافة أو تحديث أو استرجاع البيانات المطلوبة)	3.695	0.725	7	مرتفعة
١٣	تسمح مواقع التواصل الاجتماعي بتداول المعلومات (البيانات) ونشرها	3.954	0.866	3	مرتفعة
١٤	تمتاز المعلومات التي توفرها وسائط التواصل الاجتماعي بالوضوح	4.052	0.914	2	مرتفعة
١٥	تمتاز المعلومات التي توفرها وسائط التواصل الاجتماعي بالتفصيل	3.920	0.870	4	مرتفعة
١٦	لدى وسائط التواصل الاجتماعي الامكانية على المحافظة على سرية المعلومات	3.828	0.808	5	مرتفعة
المعدل العام		3.877			مرتفعة

نلاحظ من الجدول (٦) أن الأهمية النسبية للمتوسط العام لفقرات جودة المعلومات مرتفعة، حيث بلغ المتوسط العام (٣,٨٧٧) وبانحراف معياري (٠,٤١٨). وقد جاءت الفقرة "التنوع في المعلومات التي يمكن الحصول عليها من خلال وسائط التواصل الاجتماعي يحقق الشمولية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,١٧٢) وبأهمية نسبية مرتفعة، في حين حلت الفقرة "يمكن التثبت من موثوقية المعلومات المستمدة من وسائط التواصل الاجتماعي" بالمرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي (٣,٦٤٩)، وبأهمية نسبية متوسطة.

وتأتي الأهمية النسبية المرتفعة لجودة معلومات وسائط التواصل الاجتماعي، من كونها توفر معلومات متنوعة يمكن الحصول عليها وتحقيق الشمولية، والوضوح. إلا أنها تحتاج لمزيد من المرونة اللازمة للإضافة والتحديث.

والجدول التالي يعرض مقارنة بين خصائص وسائط التواصل الاجتماعي، على النحو التالي:

الجدول (٧): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الرتبة	الأهمية النسبية
١	الانتشار	3.986	1	مرتفعة
٢	جودة المعلومات	3.877	2	مرتفعة
	خصائص وسائط التواصل الاجتماعي	3.932		مرتفعة

تشير نتائج الجدول (٧) إلى أن مستوى مقياس خصائص وسائط التواصل الاجتماعي من حيث الأهمية النسبية مرتفع، إذ بلغ الوسط الحسابي (٣,٩٣٢) وانحراف معياري (٠,٣٧٢)، وكذلك أظهر الجدول أن بعد (الانتشار) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (٣,٩٨٦) وانحراف معياري (٠,٤٢٢)، وبأهمية نسبية مرتفعة، بينما جاء بعد (جودة المعلومات) بالمرتبة الثانية، والأخيرة بمتوسط (٣,٨٧٧) وانحراف معياري (٠,٤١٨)، وبأهمية نسبية مرتفعة.

وقد يفسر سبب ذلك في أن انتشار وسائط التواصل الاجتماعي من أهم المميزات التي تمكن من الحصول على المعلومات الجديدة والمتنوعة، وهو أمر خارج عن سيطرة الإدارات، في حين أن إدارات الموارد البشرية تستطيع تمييز المعلومات الجيدة من غير الجيدة حسب المعايير والأسس والسياسات التي تتبناها كل شركة.

ثانياً: استراتيجية التوظيف، وتتضمن:

١- الاستقطاب:

الجدول (٨): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لفقرات الاستقطاب

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
١٧	تقوم المنظمة بالإعلان عن حاجاتها من العاملين بمختلف الوسائل	4.276	0.786	2	مرتفعة
١٨	يتوفر في المنظمة قسم متخصص لاستقطاب الأفراد الراغبين بالعمل	4.310	0.623	1	مرتفعة
١٩	تحرص المنظمة على مقابلة أكبر عدد من المرشحين كما هو مخطط له لانتقاء الأفضل من بينهم	4.017	0.843	4	مرتفعة
٢٠	تأخذ المنظمة بعين الاعتبار مدى ملاءمة المرشحين ورغبتهم في العمل للوظائف المعلن عنها	4.172	0.815	3	مرتفعة
٢١	تعتمد المنظمة على الاستقطاب الداخلي ملء الشواغر	3.718	0.830	6	مرتفعة
٢٢	تعتمد المنظمة على الاستقطاب الخارجي ملء الشواغر	3.707	0.805	7	مرتفعة
٢٣	تهدف المنظمة من وراء عملية الاستقطاب زيادة فاعلية الاختيار	3.954	0.789	5	مرتفعة
٢٤	تهتم المنظمة بعملية الاستقطاب لتوصيل رسالتها إلى المرشحين لأنها المكان المناسب لهم	3.609	0.838	9	متوسطة
٢٥	تسعى المنظمة من وراء عملية الاستقطاب زيادة معدل استقرار العاملين	3.690	0.837	8	مرتفعة
	المعدل العام	3.939			مرتفعة

نلاحظ من الجدول (٨) أن الأهمية النسبية للمتوسط العام لفقرات الاستقطاب مرتفعة، حيث بلغ المتوسط العام (٣,٩٣٩) وانحراف معياري (٠,٤٩٦). وقد جاءت الفقرة "يتوفر في المنظمة قسم متخصص لاستقطاب الأفراد الراغبين بالعمل" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٣١٠) وبأهمية نسبية مرتفعة، في حين حلت الفقرة "تهتم المنظمة بعملية الاستقطاب لتوصيل رسالتها إلى المرشحين لأنها المكان المناسب لهم" بالمرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي (٣,٦٠٩)، وبأهمية نسبية متوسطة.

وتأتي الأهمية النسبية المرتفعة لاستراتيجية الاستقطاب من أهمية العنصر البشري في شركات الاتصالات، حيث أن الشركات الخدمية ومنها شركات الاتصالات تسعى لبناء رأس المال البشري في داخل الشركة، واعتباره إحدى أصولها الفكرية، ومن أهم مكونات الميزة التنافسية لديها، ولهذا نجد أن معظم الشركات صرحت بوجود أقسام أو أفراد متخصصين باستقطاب الكفاءات والمهارات المتميزة.

الجدول (٩): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لفقرات الاختيار

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
٢٦	تعتمد المنظمة سياسات إدارية واضحة تنظم عملية الاختيار في الوظائف المختلفة.	4.098	0.677	1	مرتفعة
٢٧	تعتمد المنظمة سياسات إدارية واضحة لتنظيم اختيار العاملين.	4.055	0.845	3	مرتفعة
٢٨	تهدف سياسات الاختيار المتبعة لانتقاء الأفراد الملائمين للوظيفة	3.701	0.673	8	مرتفعة
٢٩	تقوم المنظمة بتنقيح الطلبات المقدمة للعمل وحسب الشروط	3.851	0.527	6	مرتفعة
٣٠	تقوم المنظمة بإجراء اختبارات شخصية وعقد مقابلات متنوعة للمرشحين	4.029	0.700	4	مرتفعة
٣١	تختار المنظمة مجموعة ممن اجتازوا بنجاح الاختبارات والمقابلات اختياراً مبدئياً	3.810	0.708	7	مرتفعة
٣٢	تنمي عملية الاختيار الفاعل الرضا لدى العاملين الذين تم اختيارهم	3.931	0.916	5	مرتفعة
٣٣	تقوم المنظمة بإجراء فحص طبي لمن تنطبق عليهم شروط الاختيار	4.059	0.743	2	مرتفعة
	المعدل العام	3.942			مرتفعة

نلاحظ من الجدول (٩) أن الأهمية النسبية للمتوسط العام لفقرات الاختيار مرتفعة، حيث بلغ المتوسط العام (٣,٩٤٢) وبانحراف معياري (٠,٤٢٧). وقد جاءت الفقرة "تعتمد المنظمة سياسات إدارية واضحة تنظم عملية الاختيار في الوظائف المختلفة" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,٠٩٨) وبأهمية نسبية مرتفعة، في حين حلت الفقرة "تهدف سياسات الاختيار المتبعة لانتقاء الأفراد الملائمين للوظيفة" بالمرتبة الأخيرة، وبمتوسط حسابي (٣,٧٠١)، وبأهمية نسبية مرتفعة.

وتأتي الأهمية النسبية المرتفعة لاستراتيجية الاختيار من خلال توافرها مع الحاجات الوظيفية في الشركة، حيث إن اختيار أفراد يمتلكون مهارات وكفاءات تشبه المهارات والكفاءات المتوفرة لدى الأفراد الحاليين لا يضيف قيمة كبيرة لعمل الشركة. ولهذا نجد أن غالبية الشركات لديها سياسات إدارية واضحة لتنظيم عملية الاختيار في الوظائف المختلفة.

والجدول التالي يعرض مقارنة بين بعدي استراتيجية التوظيف، على النحو التالي:

الجدول (١٠): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لبعدي استراتيجية التوظيف

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الرتبة	الأهمية النسبية
١	الاستقطاب	3.939	2	مرتفعة
٢	الاختيار	3.942	1	مرتفعة
	استراتيجية التوظيف	3.941		مرتفعة

تشير نتائج الجدول (١٠) إلى أن مستوى مقياس استراتيجية التوظيف من حيث الأهمية النسبية مرتفع، إذ بلغ الوسط الحسابي (٣,٩٤١) وانحراف معياري (٠,٣٨٧)، وكذلك أظهر الجدول أن بعد (الاختيار) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (٣,٩٤٢) وانحراف معياري (٠,٤٢٧)، وبأهمية نسبية مرتفعة، بينما جاء بعد (الاستقطاب) بالمرتبة الثانية، والأخيرة بمتوسط (٣,٩٣٩) وانحراف معياري (٠,٤٩٦)، وبأهمية نسبية مرتفعة.

ويمكن تفسير ذلك من أهمية عملية الاختيار كإحدى استراتيجيات التوظيف التي تربط عملية الاختيار الحالية بالأهداف الاستراتيجية للشركة.

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسة الأولى:

1. H_o "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي (الانتشار، جودة المعلومات) في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية".

لاختبار الفرضية الرئيسة الأولى، تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (١١): نتائج اختبار أثر أبعاد خصائص وسائط التواصل الاجتماعي مجتمعة في استراتيجية التوظيف

ملخص النموذج					تحليل التباين					جدول المعاملات				
Model Summary					ANOVA					Coefficient				
R	معامل الارتباط	معامل التحديد	R ²	F	درجة الحرية	Sig F	البيان	β	الخطأ المعياري	t	Sig t			المتغير التابع
0.586	0.343	44.640	2	0.000	0.085	0.069	الانتشار	0.000	6.991	0.070	0.489	جودة المعلومات		استراتيجية التوظيف

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

تشير نتائج الجدول (١١) أن معامل الارتباط ($R = 0.586$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (خصائص وسائط التواصل الاجتماعي) على المتغير التابع (استراتيجية التوظيف) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (44.640)، ومستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهو أقل من 0.05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.343$) وهي تشير إلى أن (34.3%) من التباين في (استراتيجية التوظيف) يمكن تفسيره من خلال التباين في (خصائص وسائط التواصل الاجتماعي) مجتمعة.

أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند (الانتشار) قد بلغت (0.085) وأن قيمة t عنده (1.231)، ومستوى دلالة ($Sig = 0.220$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي. أما قيمة B عند (جودة المعلومات) قد بلغت (0.489) وأن قيمة t عنده هي (6.991)، ومستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي.

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية الرئيسية الأولى ونقبل الفرضية البديلة التي نصها:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي (الانتشار، جودة المعلومات) في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية"

وقد تفسر نتيجة الفرضية بالاعتماد على أهمية توفر المعلومات، وقيام الإدارة بتقييم جودة تلك المعلومات بما يتوافق مع استراتيجيات التوظيف، كما أن عملية انتشار وسائط التواصل الاجتماعي هو أمر خارج عن إدارة الشركة، ويعتمد على مدى استخدام أفراد المجتمع لتلك الوسائط.

1. Ho1 "لايوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لانتشار وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية"

جدول (١٢): نتائج اختبار أثر (الانتشار) في استراتيجية التوظيف

جدول المعاملات					تحليل التباين			ملخص النموذج		المتغير التابع
Coefficient					ANOVA			Model Summary		
Sig t*	t	الخطأ المعياري	β	البيان	Sig F*	درجة الحرية	F	r2	r	
مستوى الدلالة	المحسوبة				مستوى الدلالة	Df	المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	
0.000	5.622	0.064	0.362	الانتشار	0.000	١	31.607	0.155	0.394	استراتيجية التوظيف

تشير نتائج الجدول (١٢) أن قيمة ($r = 0.394$)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين (الانتشار) و(استراتيجية التوظيف). ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2 = 0.155$)، وهذا يعني أن (الانتشار) قد فسّر ما مقداره (15.5%) من التباين في (استراتيجية التوظيف)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (31.607) 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 ($B = 0.362$) وأن قيمة ($t = 5.622$) عند مستوى ثقة ($Sig = 0.000$) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية العدمية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية الفرعية البديلة التي تنص: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لانتشار وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية"

2. Ho1 "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لجودة معلومات وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية"

جدول (١٣): نتائج اختبار أثر (جودة المعلومات) في استراتيجية التوظيف

جدول المعاملات					تحليل التباين			ملخص النموذج		المتغير التابع
Coefficient					ANOVA			Model Summary		
Sig t*	t	الخطأ المعياري	β	البيان	Sig F*	درجة الحرية	F	r2	r	
مستوى الدلالة	المحسوبة				مستوى الدلالة	Df	المحسوبة	معامل التحديد	معامل الارتباط	
0.000	9.354	0.058	0.538	جودة المعلومات	0.000	١	87.502	0.337	0.581	استراتيجية التوظيف

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

تشير نتائج الجدول (١٣) أن قيمة ($r = 0.581$)، وهذا يعني أن هناك علاقة موجبة بين (جودة المعلومات) و(استراتيجية التوظيف). ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2 = 0.337$)، وهذا يعني أن (جودة المعلومات) قد فسّر ما مقداره (33.7%) من التباين في (استراتيجية التوظيف)، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما يتبين أن قيمة (F) قد بلغت (87.502) 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 ($B = 0.538$) وأن قيمة ($t = 9.354$) 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 الثانية ونقبل الفرضية الفرعية البديلة التي تنص: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) لجودة معلومات وسائط التواصل الاجتماعي في استراتيجية التوظيف في قطاع الاتصالات الأردنية"

الفرضية الرئيسة الثانية:

3. Ho "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين تجاه وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية والوظيفية".

وقد تم إخضاع الفرضية الفرعية الأولى لاختبار **Independent Sample t-test**، في حين تم إخضاع بقية الفرضيات الفرعية لاختبار **Oneway ANOVA**، وقد كانت النتائج كما يلي:

1. Ho3 "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين نحو خصائص استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للنوع الاجتماعي"

جدول (١٤): اختبار الفروق في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة الفرق	قيمة t	Sig
ذكر	3.8652	0.4005	-0.1608	-2.866	0.005
أنثى	4.0260	0.3065			

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

يشير الجدول (١٤) أن الفرق بين متوسطي استجابات الذكور والإناث حول مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي قد بلغ (0.1608) ولصالح الإناث، وهو فرق دال احصائياً، حيث كانت قيمة **t** المحسوبة هي ($t = -2.866$) وبمستوى دلالة ($\text{Sig} = 0.005$) وهي أقل من 0.05 ، وعليه يمكن القول بوجود فروق معنوية في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى للجنس.

وعليه نرفض الفرضية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية البديلة التي نصها: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين تجاه خصائص استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للجنس"

2. Ho3 "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين نحو خصائص استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للعمر"

جدول (١٥): اختبار الفروق في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر

لعمر	مصدر التباين	مجموع المربعات SOS	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	قيمة F المحسوبة	Sig
مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	1.591	3	0.530	4.029	0.008
	داخل المجموعات	22.372	170	0.132		
	المجموع	23.963	173			

يبين الجدول (١٥) وجود فروق معنوية في استجابات أفراد العينة حول مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر، حيث تبين أن قيمة (F) المحسوبة وعند ٣ درجات حرية دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (4.029) ومستوى دلالة (Sig = 0.008) وهي أقل من (٠,٠٥)، وعليه يمكن القول بوجود فروق معنوية في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى للعمر.

وعليه نرفض الفرضية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية البديلة التي نصها: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين تجاه خصائص استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للعمر"

ولتحديد مصدر الاختلاف تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (١٦): نتائج (Scheffe) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لبيان الفروق في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر

الفئة	المتوسط	أقل من ٣٠ سنة	٣٠ - أقل ٤٠ سنة	٤٠ - أقل من ٥٠	٥٠ سنة فما فوق
أقل من ٣٠ سنة	4.1285		3.8508	3.9727	4.0182
٣٠ - أقل ٤٠ سنة	3.8508	0.2777*			
٤٠ - أقل من ٥٠	3.9727	0.1558	-0.1219		
٥٠ سنة فما فوق	4.0182	0.1103	-0.16734	-0.0455	

(*) دالة عند مستوى دلالة 0.05

ويظهر الجدول (١٦) أن هنالك اختلافاً ذو دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة حول مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر بين الفئة العمرية (أقل من ٣٠ سنة) وفئة (٣٠ - أقل من ٤٠ سنة)، حيث كانت قيمة الفرق (٠,٢٧٧٧) لصالح فئة (أقل من ٣٠ سنة).

3. Ho3 "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين نحو مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للمؤهل العلمي"

جدول (١٧): اختبار الفروق في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	مصدر التباين	مجموع المربعات SOS	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	قيمة F المحسوبة	Sig
مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	1.104	3	0.368	2.738	0.045
	داخل المجموعات	22.859	170	0.134		
	المجموع	23.963	173			

يبين الجدول (١٧) وجود فروق معنوية في استجابات أفراد العينة حول مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المؤهل العلمي، حيث تبين أن قيمة (F) المحسوبة وعند ٣ درجات حرية دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (2.738) ومستوى دلالة ($\text{Sig} = 0.045$) وهي أقل من (٠,٠٥)، وعليه يمكن القول بوجود فروق معنوية في خصائص استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى للمؤهل العلمي.

وعليه نرفض الفرضية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة التي نصها: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين نحو خصائص استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للمؤهل العلمي" ولتحديد مصدر الاختلاف تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (١٨) : نتائج (Scheffe) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لبيان الفروق في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المؤهل العلمي

الفئة	المتوسط	دبلوم	بكالوريوس	دبلوم عالي	دراسات عليا
		4.0694	3.9627	3.7143	3.8565
دبلوم	4.0694				
بكالوريوس	3.9627	0.1067			
دبلوم عالي	3.7143	0.3552*	0.2484		
دراسات عليا	3.8565	0.2130	0.1062	-0.1422	

(*) دالة عند مستوى دلالة 0.05

ويظهر الجدول (١٨) أن هنالك اختلافاً ذا دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة حول مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المؤهل العلمي بين الفئة (دبلوم) وفئة (دبلوم عالي)، حيث كانت قيمة الفرق (٠,٣٥٥٢) لصالح فئة (دبلوم).

4. **Ho3** "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين نحو خصائص استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للخبرة العملية"

جدول (١٩): اختبار الفروق في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الخبرة العملية

الخبرة العملية	مصدر التباين	مجموع المربعات SOS	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	قيمة F المحسوبة	Sig
مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	1.468	3	0.489	3.699	0.013
	داخل المجموعات	22.495	170	0.132		
	المجموع	23.963	173			

يبين الجدول (١٩) وجود فروق معنوية في استجابات أفراد العينة حول مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الخبرة العملية، حيث تبين أن قيمة (F) المحسوبة وعند ٣ درجات حرية دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (3.699) وبمستوى دلالة ($\text{Sig} = 0.013$) وهي أقل من (٠,٠٥)، وعليه يمكن القول بوجود فروق معنوية في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى للخبرة العملية.

وعليه نرفض الفرضية الفرعية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة التي نصها: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين نحو مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للخبرة العملية" ولتحديد مصدر الاختلاف تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (٢٠): نتائج (Scheffe) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لبيان الفروق في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الخبرة العملية.

الفئة	المتوسط	أقل من ٥ سنوات	٥ - أقل ١٠ سنة	١٠ - أقل ١٥ سنة	١٥ سنة فأكثر
		4.1193	4.0337	3.8549	3.9107
أقل من ٥ سنوات	4.1193				
٥ - أقل ١٠ سنة	4.0337	0.0857			
١٠ - أقل ١٥ سنة	3.8549	0.2645	0.1788*		
١٥ سنة فأكثر	3.9107	0.2086	0.1229	-0.0559	

(*) دالة عند مستوى دلالة 0.05

ويظهر الجدول (٢٠) أن هنالك اختلافاً ذا دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة حول مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الخبرة العملية بين الفئة (٥ - أقل ١٠ سنة) وفئة (١٠ - أقل من ١٥ سنة)، حيث كانت قيمة الفرق (٠,١٧٨٨) لصالح فئة (٥ - أقل ١٠ سنة).

5. **Ho3** "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين نحو مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للمستوى الوظيفي"

جدول (٢١): اختبار الفروق في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى الوظيفي

المستوى الوظيفي	مصدر التباين	مجموع المربعات SOS	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	قيمة F المحسوبة	Sig
مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	0.222	3	0.074	0.530	0.663
	داخل المجموعات	23.741	170	0.140		
	المجموع	23.963	173			

يبين الجدول (٢١) عدم وجود فروق معنوية في استجابات أفراد العينة حول مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى الوظيفي، حيث تبين أن قيمة (F) المحسوبة وعند ٣ درجات حرية غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بقيمة بلغت (0.530) ومستوى دلالة (Sig= 0.663) وهي أكبر من (٠,٠٥)، وعليه يمكن القول بعدم وجود فروق معنوية في مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى للمستوى الوظيفي.

وعليه نقبل الفرضية الفرعية الخامسة التي نصها: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$) في إجابات المبحوثين نحو مستوى استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في قطاع الاتصالات الأردنية تعزى للمستوى الوظيفي"

النتائج والتوصيات والاستنتاجات:

أولاً: النتائج:

من خلال تحليل البيانات، واختبار الفرضيات، فقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

١- كانت اتجاهات أفراد العينة من المديرين العاملين في شركات الاتصالات الأردنية نحو الأهمية النسبية المرتفعة لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي، وقد تميز خاصية انتشار وسائط التواصل الاجتماعي عن خاصية جودة معلومات وسائط التواصل الاجتماعي، حيث احتلت خاصية (الانتشار) في المرتبة الأولى، تلتها خاصية (جودة المعلومات)، وفي ذلك أشاره إلى الموافقة على انتشار وسائط التواصل الاجتماعي بين الأفراد، إلا أن درجة الموافقة كانت أقل فيما يخص جودة المعلومات المتحصلة من وسائط التواصل الاجتماعي، علماً أن الخاصيتين كانتا بأهمية نسبية مرتفعة.

٢- كانت اتجاهات أفراد العينة من المديرين العاملين في شركات الاتصالات الأردنية نحو الأهمية النسبية المرتفعة لاستراتيجية التوظيف، وقد تميز خاصية (استراتيجية الاختيار) عن (استراتيجية الاستقطاب)، حيث احتل (الاختيار) في المرتبة الأولى، تلاه (الاستقطاب)، وفي ذلك أشار إلى الموافقة على أن شركات الاتصالات الأردنية تهتم بعملية الاختيار أكثر من عملية الاستقطاب، علماً بأن الاستراتيجيتين كانتا بأهمية نسبية مرتفعة. وهذا قد يفسر بأن عملية الاستقطاب لا تتم إلا لشغل مناصب ومهام محددة لا يتقنها الكثيرون، كما أن شركات الاتصالات تمتلك من الكفاءات العدد الكافي، ناهيك عن أن الكثير من الباحثين عن العمل في المجتمع الأردني هم من أصحاب الكفاءات، ولهذا فإن اهتمام الشركات بعملية اختيار الأفضل كانت بدرجة موافقة أكبر من قبل أفراد العينة.

٣- أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الأولى، وجود أثر معنوي لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي على استراتيجية التوظيف، وقد كان لخاصية (جودة المعلومات) الأثر الأبرز عند دراسة أثر الخاصيتين معاً، وهذا قد يعود أن اعتماد الشركات على وسائط التواصل الاجتماعي في عملية التوظيف لا يكون على مدى انتشار تلك الوسائط ووصول المعلومات لأكبر عدد من المستخدمين، وإنما يكون على جودة المعلومات التي تقدمها لطلب الوظيفة، ولجودة المعلومات الخاصة بمقدمي الطلبات.

٤- أظهرت نتائج اختبار الفرضيتين الأولى والثانية والمتفرعتين عن الفرضية الرئيسة الأولى، وجود أثر معنوي لكل من خاصية (الانتشار) و(جودة المعلومات) وذلك عند دراسة أثر كل منهما بشكل منفرد، وهذا

يؤكد أهمية الخصائص في عملية التوظيف، كما يؤكد أهمية خاصة (الانتشار)، مع بقاء الأثر الأبرز لخاصية (جودة المعلومات).

٥- أظهرت نتائج الفرضية الرئيسية الثانية وجود فروق معنوية في استخدام وسائط التواصل الاجتماعي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة العملية)، إلا أن الفروق المعنوية لم تظهر بين المستويات الوظيفية.

ثانياً: الاستنتاجات:

- توصلت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات بناء على تفسير ومناقشة النتائج، ومن أهمها:
- ١- تبين من النتائج وجود أثر لخصائص وسائط التواصل الاجتماعي على استراتيجية التوظيف، وقد كان لخاصية (جودة المعلومات) الأثر الأبرز.
 - ٢- لقد تبين وجود أثر للانتشار و(جودة المعلومات) وذلك عند دراسة أثره بشكل منفرد، كما يؤكد أهمية خاصة (الانتشار).
 - ٣- و تبين وجود أثر لجودة المعلومات وذلك عند دراسة أثره بشكل منفرد، وكان الأثر الأبرز لخاصية (جودة المعلومات) على (الانتشار).
 - ٤- وتبين أيضاً تميز خاصية (استراتيجية الاختيار) عن (استراتيجية الاستقطاب)، حيث احتل (الاختيار) في المرتبة الأولى، تلاه (الاستقطاب)، وفي ذلك أشار إلى الموافقة على أن شركات الاتصالات الأردنية تهتم بعملية الاختيار أكثر من عملية الاستقطاب.

ثالثاً: التوصيات:

- استناداً إلى ما تم التوصل إليه من نتائج، فإن الباحثين يوصي بما يلي:
- ١- إمكانية استغلال شركات الاتصالات الأردنية وسائط التواصل الاجتماعي للتواصل مع شريحة واسعة من المستخدمين، للحصول على الكفاءات اللازمة وقت الحاجة وذلك من خلال عمل موقع خاص لتقديم الطلبات التوظيف لكل شركة.
 - ٢- التأكد من جودة المعلومات المستمدة من وسائط التواصل الاجتماعي، وعدم اعتمادها في عمليات اتخاذ القرارات إلا بعد التثبت من موثوقية المعلومات المستمدة، وضرورة ربط المعلومات الخاصة بالمتقدمين والمستمدة من وسائط التواصل الاجتماعي بعملية التوظيف وفرز البيانات التي تحتوي على أخطاء من خلال توظيف أصحاب الخبرة في هذا المجال في فرز المعلومات.
 - ٣- تبني وسائط التواصل الاجتماعي من قبل شركات الاتصالات الأردنية، والتي تمتاز بالانتشار بين أكبر عدد من المستخدمين، والتي تمتاز بالمرونة الكافية لتعديل وتحديث واسترجاع المعلومات.

- المراجع باللغة العربية:

- (١) البسيوني، محمد علي، (٢٠٠٩م). دولة ال Face Book. مصر، القاهرة، دار الشروق.
- (٢) جابر، سامية محمد، عثمان، نعمات أحمد (٢٠١٠م)، الاتصال والإعلام (تكنولوجيا المعلومات)، مصر، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
- (٣) الجريري، صالح (٢٠٠٩م)، "أثر استراتيجية التوظيف في تحقيق المزايا التنافسية: دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية"، رسالة ماجستير، جامعة المستنصرية، بغداد.
- (٤) جودة، محفوظ (٢٠١٠م). إدارة الموارد البشرية. الأردن، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- (٥) حسان، محمد محمود (٢٠٠٨م). نظم المعلومات الإدارية، مصر، الاسكندرية، الدار الجامعية الإبراهيمية.
- (٦) حسن، حسن (٢٠٠٩م). استراتيجية التوظيف للموارد البشرية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية. الأردن، عمان، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط.
- (٧) درة، عبدالباري، والصباغ، زهير (٢٠١٠م). إدارة الموارد البشرية في القرن الحادي والعشرين: منحنى نظمي. الأردن، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- (٨) راضي، زاهر (٢٠٠٩م)، استخدام وسائط التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، الأردن، عمان، جامعة عمان الأهلية، ٣(١٥).
- (٩) السلمي، علي (٢٠١٢م)، إدارة الموارد البشرية والكفاءة الانتاجية، مصر، دار غريب للنشر والتوزيع.
- (١٠) عبيدات، محمد (٢٠٠٤م)، إدارة الموارد البشرية المعاصرة. الأردن، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.
- (١١) عريقات، أحمد (٢٠١٠م)، أثر تطبيق معايير الاستقطاب والتعيين في تحقيق الميزة التنافسية: حالة دراسية بنك الاسكان للتجارة والتمويل الأردني، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، ١٠(٢).
- (١٢) عليان، ربحي (٢٠٠٧م)، أسس الإدارة المعاصرة الأردن، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع.
- (١٣) الكندري، يعقوب (٢٠١٣م)، استخدام شبكة التواصل الاجتماعي وأهميتها وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الاجتماعية: دراسة على عينة من الشباب في المجتمع الكويتي، مجلة الاجتماع والخدمة الاجتماعية جامعة الكويت، ٤(١٢).
- (١٤) مجاهد، أماني (٢٠١٠م)، توظيف بعض إمكانات الشبكة العنكبوتية ويب لتقديم خدمات متطورة في المكتبات، مصر، جامعة المنوفية، رسالة دكتوراه.
- (١٥) نش، عزوز، ودكاني، لطفي (٢٠١٥)، تأثير استخدام وسائط التواصل الاجتماعي على قيم الشباب الجامعي الجزائري: دراسة لعينة من مستخدمي موقع الفاييس بوك، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، ٨(٦).
- (١٦) النوايسة، كفى محمود عبدالله، (٢٠٠٩م)، أثر جودة تكنولوجيا نظام المعلومات الإدارية المدركة في السلوك الإبداعي لدى مستخدمي نظام المعلومات في جامعة البلقاء التطبيقية. مجلة دراسات-العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، ٣٦(٢).

-المراجع باللغة الإنجليزية:

- 1) Hayman, kilr. (2014), Evaluating social media privacy settings for personal and advertising purposes , Emerald insight.
- 2) Miao, L. &Kuo, P-J., & Lee, B-Y. (2011). Consumers' responses to ambivalent online hotel reviews: The role of perceived source credibility and pre-decisional disposition. International Journal of Hospitality Management, 30(1).
- 3) Wazed.F & Eddy .G (2015), College is recruiting using social media: how to increase applicant reach and reduce recruiting costs , Emerald insight, 43(6).
- 4) Zide.D & Elman .K&Comila.J (2013) LinkedIn and recruitment: how profiles differ across occupations, Emerald insight, 30(5).

أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي

دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية

د. خالد محمود الشوابكة **

محمد عبدالرحيم المناصير *

تاريخ قبول البحث: ٢٠١٧/٣/٦م

تاريخ وصول البحث: ٢٠١٦/١٢/٢١م

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى استراتيجية التدريب بدلالة أبعادها: (تحديد الاحتياجات التدريبية، وتصميم البرامج التدريبية، وتنفيذ البرامج التدريبية، وتقييم ومتابعة البرامج التدريبية) وأثرها في الالتزام المنظمي بدلالة أبعاده: (الالتزام الاستمراري، و الالتزام المعباري، و الالتزام العاطفي) في المصارف التجارية الأردنية؛ ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بتصميم استبانة شملت (٣٥) فقرة؛ لجمع البيانات الأولية من عينة الدراسة والمكونة من (١٥٠) مدير من مستوى الإدارة العليا والوسطى في المصارف التجارية الأردنية. وفي ضوء ذلك تم جمع البيانات، وتحليلها، واختبار الفرضيات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). وتم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية لتحقيق أهداف الدراسة والتوصل إلى نتائجها، ومنها تحليل الانحدار المتعدد وتحليل الانحدار المتعدد المتدرج.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أبرزها ما يلي: وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بدلالة أبعادها: (تحديد الاحتياجات التدريبية، وتصميم البرامج التدريبية، وتنفيذ البرامج التدريبية، وتقييم ومتابعة البرامج التدريبية) في الالتزام المنظمي بدلالة أبعاده: (الالتزام الاستمراري، والمعباري، والعاطفي) في المصارف التجارية الأردنية.

وعلى ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، فقد أوصى الباحثان بجملة من التوصيات، ومن أهمها: ضرورة العمل على تطوير استراتيجيات وسياسات تزيد من فاعلية البرامج التدريبية؛ لزيادة أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي كاستخدام الحوافز والتكنولوجيا في العمل .

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التدريب، الالتزام المنظمي، المصارف التجارية الأردنية.

* باحث

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

Abstract

The study aims at identifying the training strategy in terms of the following dimensions: Defining needs, designing training programs, implementing training programs, and evaluating and following-up training programs and their impact on organizational commitment in terms of the dimensions of the continuous commitment, the normative commitment, and the emotional commitment in the Jordanian commercial banks. In order to achieve the objectives of the study, the researchers designed a questionnaire consisting of (35) paragraphs; to collect preliminary data from the study's sample, which consisted of (150) directors of middle and senior management levels in the Jordanian commercial banks.

Therefore, data was collected and analyzed, and the hypotheses were tested using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Many statistical methods were used to achieve the objectives of the study and to analyze its results, including the multiple regression analysis.

The study finds that there is asignificant impact at the level ($\alpha \leq 0.05$) to the training strategy in terms of its dimensions regarding defining needs, designing training programs, implementing training programs, and evaluating and following-up training programs and their impact on organizational commitment in terms of the following dimensions: The continuous commitment, the normative commitment, and the emotional commitment in the Jordanian commercial banks.

According to the study results, the researchers recommend aset of recommendations, including: The need to develop strategies and policies that increase the effectiveness of training programs and to increase the impact of the training strategy in the organizational commitment through the use of incentives and technology at work.

Keywords: Training Strategy, Organizational Commitment, Jordanian Commercial Banks

المقدمة:

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة ولا يزال تطورات وتغييرات جوهرية لامست معظم جوانب وأنشطة المنظمات، وأصبحنا نعيش في عالم تكتنفه العولمة والتكنولوجيا والتقلبات المتسارعة. وأسهمت تلك التغيرات والثورات التكنولوجية والتقنية والمعرفية في إعادة النظر للموارد البشرية في منظمات الاعمال؛ كونها العنصر والمورد الأهم ضمن موارد المنظمات. وظهرت الحاجة إلى ضرورة التحول نحو المنظمات المتعلمة واستثمار كافة طاقات الموارد البشرية.

وفي ظل تلك التغيرات المتسارعة والبيئة المضطربة وغير المستقرة، ظهرت الحاجة إلى نوعية جديدة من الموارد البشرية وطريقة جديدة لإدارة تلك الموارد؛ فكان لا بد من التحول من النظرة التقليدية لإدارة الموارد البشرية إلى النظرة الاستراتيجية للموارد البشرية باعتبارها مصدراً أساسياً للقدرات التنافسية والمورد الأكثر أهمية في تحديد سبل النجاح المنظمي.

وهنا بدأت الأفكار الاستراتيجية بالتغلغل في وظائف إدارة الموارد البشرية؛ لتواكب تلك التقلبات والتغيرات المستمرة. وأصبح مدير إدارة الموارد البشرية عضواً فاعلاً في الإدارة العليا؛ يساهم في اتخاذ القرارات الاستراتيجية في المنظمة ويحقق من خلال إدارته للموارد البشرية تكاملاً مع الاستراتيجية العامة للمنظمة. ومن أهم استراتيجيات إدارة الموارد البشرية هي استراتيجية التدريب.

أما الالتزام المنظمي فقد حظي بمزيد من اهتمام الباحثين والمنظمات؛ كونه من السلوكيات المرغوبة ومؤشراً من مؤشرات الاستقرار الذي يكفل تحقيق النجاح المنظمي. وبناءً على ذلك لا بد من تعزيز الالتزام المنظمي من قبل المنظمات كونه يولد لدى المورد البشري إحساساً عالياً بالانتماء والاندماج مع المنظمة؛ مما ينعكس إيجابياً على المنظمات وصولاً لتحقيق الميزة التنافسية، لذلك جاءت هذه الدراسة لبيان أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي، وذلك من خلال دراسة تطبيقية في المصارف التجارية الأردنية.

2. أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة الحالية من أهمية استراتيجية التدريب ودورها في الالتزام المنظمي في المصارف التجارية الأردنية، باعتبار المصارف التجارية الأردنية أحد أهم دعائم العمل المصرفي والمالي في المملكة الأردنية الهاشمية؛ مما يستدعي ضرورة الاهتمام بمواردها البشرية ومدى الالتزام المنظمي فيها.

كما تبرز أهمية الدراسة من خلال ما يلي:

- أ- **الأهمية النظرية:** وتكمن من خلال طرح موضوعين في غاية الأهمية وهما التدريب بمراحله والالتزام المنظمي بأبعاده المختلفة لتقديم إطار نظري بصورة واضحة وبما ينسجم مع الواقع، وذلك من خلال توضيح المفاهيم الرئيسة والعلاقة فيما بينهما. كما تبرز أهمية الدراسة العلمية من خلال الأهمية النظرية للدراسة باعتبارها امتداداً للدراسات التي اهتمت باستراتيجية التدريب والالتزام المنظمي.
- ب- **الأهمية العملية:** تستمد هذه الدراسة أهميتها العملية من المتغيرات التي تدرسها، وبيان أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي في المصارف التجارية الأردنية ومن خلال دراسة تطبيقية. كما تبرز أهمية الدراسة من خلال التوصل إلى نتائج واستنتاجات وتوصيات توضع بين أيدي متخذي القرار والباحثين في قطاع الدراسة؛ للعمل على تعزيز نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف حول متغيرات الدراسة.

٣. أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيس للدراسة الحالية في محاولة التعرف إلى أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي في المصارف التجارية الأردنية ومن خلال ما يلي:
- التعرف إلى أثر استراتيجية التدريب بدلالة أبعادها: (تحديد الاحتياجات التدريبية، وتصميم البرامج التدريبية، وتنفيذ البرامج التدريبية، وتقييم ومتابعة البرامج التدريبية) في الالتزام المنظمي بدلالة أبعاده وهي: (الالتزام الاستمراري، والالتزام المعياري، والالتزام العاطفي) في المصارف التجارية الأردنية.
 - التعرف إلى مستوى تطبيق استراتيجية التدريب في المصارف التجارية الأردنية.
 - التعرف إلى مستوى الالتزام المنظمي في المصارف التجارية الأردنية.

٤. مشكلة الدراسة:

إن النمو الاقتصادي والتغيرات المتسارعة التي تشهدها منظمات الأعمال وخصوصاً المصارف التجارية والتي تعيش في بيئة تتصف بشدة المنافسة والبحث عن النمو والتقدم جعل عليها لازماً الاهتمام بتقديم الخدمات المصرفية على أحسن وجه لكسب أكبر حصة سوقية في ظل منافسة شديدة وظروف اقتصادية أفرزتها الأزمات الاقتصادية المتتالية.

ولأن الإنسان هو المحرك الرئيس لأنشطة المنظمات والوصول إلى الميزة التنافسية؛ يعد الالتزام المنظمي من أهم الموضوعات ذات العلاقة بدراسة سلوك تلك الموارد البشرية داخل المنظمات.

كما يعد الالتزام المنظمي من أحد محددات النجاح في منظمات الأعمال. وتعاني المنظمات المعاصرة جملة من المشاكل المتعلقة بعدم الالتزام الوظيفي وترك العمل وعدم الاستقرار الوظيفي نتيجة الظروف

والمتغيرات المتسارعة؛ ومن هنا نرى أن الالتزام المنظمي يسهم بشكل كبير وواضح للوصول إلى التمايز والنجاح المنظمي واستقرار بيئة العمل؛ لذلك جاءت هذه الدراسة لتحديد أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي في المصارف التجارية الأردنية، وذلك من خلال السؤال الرئيس التالي:

(ما هو أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي في المصارف التجارية الأردنية؟).

٥. فرضيات الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وأسئلتها تم صياغة الفرضية الرئيسة والفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الرئيسة الأولى:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) لاستراتيجية التدريب والمتمثلة ب: (تحديد الاحتياجات التدريبية، تصميم البرامج التدريبية، تنفيذ البرامج التدريبية وتقييم ومتابعة البرامج التدريبية) في الالتزام المنظمي بدلالة أبعاده: (الالتزام الاستمراري، الالتزام المعياري، والالتزام العاطفي) في المصارف التجارية الأردنية وينبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

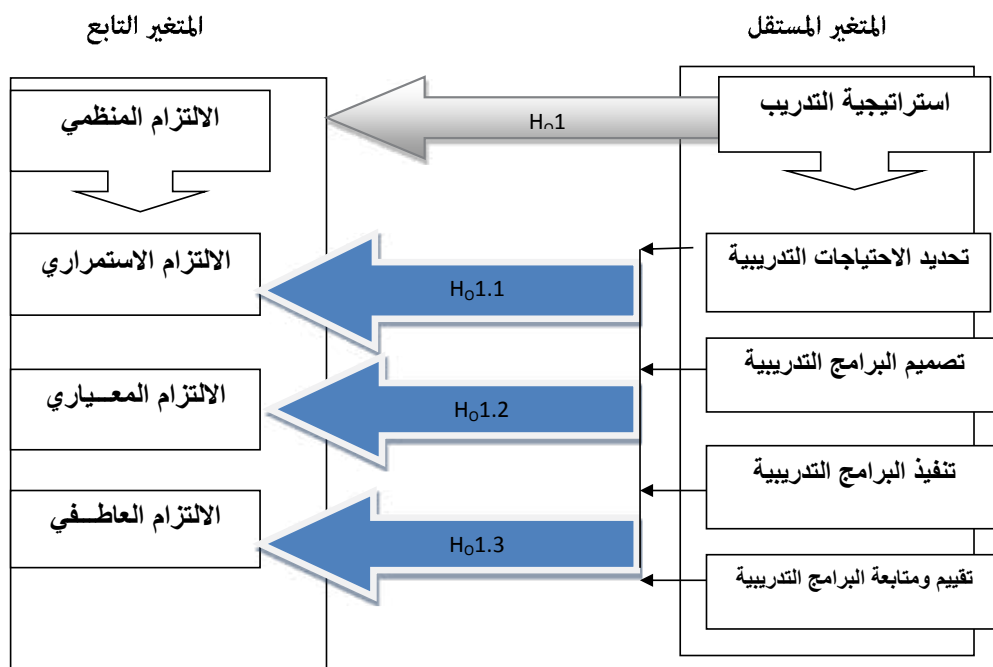
H01-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام الاستمراري في المصارف التجارية الأردنية.

H01-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام المعياري في المصارف التجارية الأردنية.

H01-3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام العاطفي في المصارف التجارية الأردنية.

6. أُمُودَج الدراسة:

شكل رقم (١) أُمُودَج الدراسة



الأُمُودَج من تصميم الباحثين اعتماداً على المصادر التالية وبتصرف:

المستغير المستقل: (Dessler, 2011)؛ (Noe, Hollen, John, Gerhrty, & Wright, 2012).

المستغير التابع (الالتزام التنظيمي): (Porter, Steers, Mowday & Boulian, 2006, 312- 322)؛ (Meyer & Allen 2007, 68).

7. التعريفات الإجرائية:

- **استراتيجية التدريب:** فهي مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى تصميم وتنفيذ مجموعة من الممارسات والسياسات المتعلقة بتدريب الموارد البشرية وبالطريقة التي يحقق من خلالها المساهمة في تحقيق أهداف المصارف التجارية الأردنية. وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (١- ٢٠).
- **تحديد الاحتياجات التدريبية:** مجموع التغييرات والتحسينات المطلوب احداثها في معلومات ومهارات واتجاهات العاملين في المصارف التجارية الأردنية؛ بقصد التغلب على المشكلات التي تعترض سير العمل وتحول دون تحقيق أهداف المنظمة ومسايرة التقدم الاستراتيجي. وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (١- ٥).
- **تصميم البرامج التدريبية:** عملية تُعنى بتحديد الأهداف التدريبية والتعليمية وانتقاء مفردات البرامج وتتابعها وتوقيتاتها والأساليب التدريبية التي ستعتمد في المصارف التجارية الأردنية، وشروط المشاركة بالبرنامج التدريبي وتحديد معايير تقييم وقياس فاعلية البرنامج. وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (٦- ١٠).
- **تنفيذ البرامج التدريبية:** مرحلة لنقل البرنامج التدريبي الذي تم تصميمه بناءً على الاحتياجات التدريبية من الواقع النظري إلى الميدان العملي في المصارف التجارية الأردنية، حيث تبدأ عملية التنفيذ الفعلي للبرنامج. وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (١١- ١٥).
- **تقييم ومتابعة البرامج التدريبية:** خطة لتقييم ومتابعة البرنامج التدريبي في المصارف التجارية الأردنية؛ للتأكد من مدى تحقيق أهداف التدريب والوقوف على المعوقات والمشاكل التي تواجه العملية التدريبية في تلك المصارف. وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (١٦- ٢٠).
- **الالتزام المنظمي:** وهي درجة الرغبة لموظفي المصارف التجارية الأردنية في ان يكون عضواً فيها، ويقبل أهدافها محاولاً الحفاظ على عضويته فيها، وقد اعتمدت الدراسة الأبعاد التالية للالتزام التنظيمي والتي طورها (Meyer & Allen, 2007) وهي: وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (٢١- ٣٥).
- **الالتزام الاستمراري:** وهو رغبة الأفراد في البقاء والاندماج في المصارف التجارية الأردنية؛ لشعوره بفقدان التكاليف التي قد تنتج عن ترك العمل، والأشخاص الذين يتمتعون بالالتزام الاستمراري، يرغبون في العمل لاضطرارهم لذلك بسبب احتياجاتهم للعمل، لحاجتهم للرواتب والمزايا التي توفرها المنظمة لهم، وأن تركهم لها سيرتب خسائر فادحة اقتصادياً واجتماعياً. وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (٢١- ٢٥).
- **الالتزام المعياري:** وهو الالتزام الذي يقوم على الرغبة بالاندماج في المصارف التجارية الأردنية، والأفراد الذين يتمتعون بالالتزام أخلاقي، يرغبون في العمل لاعتقادهم بانهم يجب أن يقوموا بذلك، لأن المصرف الذي يعملون فيه استثمار الموارد في تأهيل الأفراد وتدريبهم وتحفيزهم، فيشعر بالالتزام أخلاقياً لرد الجميل للمنظمة. وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (٢٦- ٣٠).

- **الالتزام العاطفي:** وهو الالتزام الذي يقوم على دمج هوية الفرد مع المصرف الذي يعمل فيه، ويتميز الفرد المتمتع بالالتزام العاطفي بتنوع مهاراته ودرجة من الاستقلالية في العمل، إضافة إلى تمتعه بالمشاركة الفعالة. وتقاس في أداة الدراسة (الاستبانة) بالأسئلة من (٣١-٣٥).

٨. حدود الدراسة:

- ١- الحدود البشرية: اقتصر الدراسة على العاملين من المستويات الإدارية العليا، والوسطى في المصارف التجارية الأردنية فقط.
- ٢- الحدود المكانية: اقتصر الدراسة على المصارف التجارية الأردنية في المركز الرئيس لها في العاصمة عمان (الإدارات الرئيسة).
- ٣- الحدود العلمية: اقتصر على دراسة أبعاد استراتيجية التدريب ممثلة بمراحل العملية التدريبية، كما اقتصرت الدراسة على دراسة أبعاد الالتزام المنظمي والمتمثلة بالالتزام الاستمراري، الالتزام المعياري، والالتزام العاطفي، وكما هو مبين في أنموذج الدراسة.

٩. محددات الدراسة:

- عدم التعاون من بعض أفراد مجتمع الدراسة في مرحلة جمع البيانات الأولية. وصعوبة الوصول إلى بعض المستويات العليا في المصارف التجارية الأردنية.

١٠. الإطار النظري للدراسة:

١.١٠ استراتيجية التدريب.

١.١.١٠ تمهيد: يملك التدريب دوراً أساسياً في التأثير في زيادة فاعلية وكفاءة المنظمات، ويعدّ التدريب من النشاطات الأساسية المسندة لإدارة الموارد البشرية، بعد أن ازدادت الحاجة لتدريب العاملين؛ للقيام بأعمال المستقبلية ذات الطبيعة المتغيرة (نصرالله، ٢٠٠٣، ٢٠٩).

وتسعى كل منظمة تحتاج إلى امتلاك عاملين على درجة عالية من الخبرة والمهارة حتى تتمكن من تحقيق أهدافها المخططة، والحفاظ على مكانتها السوقية، وهو ما يبرز أهمية التدريب في استراتيجيات الشركات الكبيرة والمنظمات العالمية (عامر، ٢٠١١، ١٥٢).

٢.١.١٠ مفهوم التدريب:

يعدّ التدريب من الأنشطة الرئيسة في إدارة الموارد البشرية، وتنفق أموالاً باهظة في تدريب الموارد البشرية وتنميتها؛ أملاً في أن تؤدي تلك الجهود التدريبية إلى رفع كفاءة العاملين ورفع إنتاجيتهم وصولاً إلى تحقيق الأهداف العامة للمنظمة (درة والصباغ، ٢٠١٠، ٣٠١).

ويرى ديسلر Dessler (٢٠١١، ٢٥٦) أن التدريب يتمثل بعملية تزويد الموظفين بالمهارات اللازمة للقيام بوظائفهم بنجاح، وتتكون البرامج التدريبية هنا من خمس خطوات أساسية تتمثل في: تحديد الاحتياجات التدريبية، وتصميم عملية التدريب، واختبار مدى ملائمة محتوى البرنامج التدريبي، وتنفيذ البرنامج التدريبي، وصولاً إلى تقييم البرنامج التدريبي.

كما يحاول بعض الباحثين التفرقة بين مفهومي التدريب والتنمية للموارد البشرية على أساس المدى الزمني، فالتدريب يهتم بالوظائف أو الأعمال الحالية، أي أن الهدف من التدريب هو تحقيق نمو الشخص عن طريق تمكينه من المهارات والمؤهلات الضرورية لكي يتقن عمله الحالي. أما تنمية الموارد البشرية فتهم بالوظائف أو الأعمال المستقبلية، إذ تسعى إلى توسيع مهارات الفرد وتنميتها وإعداده لعمل أعلى مرتبة من عمله الحالي (السالم، ٢٠١٤).

3.1.10 خطوات استراتيجية التدريب (عناصر العملية التدريبية):

تتمثل مكونات عملية التدريب بالآتي: تحديد الاحتياجات التدريبية، مرحلة تصميم البرامج التدريبية، مرحلة تنفيذ البرامج التدريبية، ومرحلة تقييم ومتابعة البرامج التدريبية. وفيما يلي أهم مراحل عملية التدريب (Noe et al., 2012, 209):

1.3.1.10 مرحلة تحديد الاحتياجات التدريبية: تعدّ مرحلة تحديد الاحتياجات التدريبية هي الخطوة الرئيسية في العملية التدريبية بعد جمع وتحليل البيانات، كما يعد نشاط تحديد الاحتياجات التدريبية في المنظمة بمثابة الخطوة الأساسية لترصين كفاءة وفعالية البرنامج التدريبي (الحمود والخرشة، ٢٠١٠، ١٣١).

ويرى ياغي (٢٠١٠، ٨) أن تحديد الاحتياجات التدريبية وفق تحليل التنظيم يقصد به دراسة الأوضاع والأنماط التنظيمية والإدارية لتحديد المواقع داخل التنظيم والتي يكون فيها التدريب ضرورياً، والهدف الرئيسي من تحليل التنظيم هو تحديد مواطن الحاجة إلى التدريب في منظمة ما وتحديد نوع التدريب الذي يلزمها.

إن عملية تحديد الاحتياجات التدريبية هي الأساس الذي يعتمد عليه وضع خطة التدريب العامة للمنظمة، فعملية تحديد الاحتياجات التدريبية هي الخطوة الأولى في مرحلة التخطيط، إذ إنها بمثابة التشخيص والتحليل للمشاكل قبل إقرار وسائل حلها. إن الحاجة للتدريب تعني وجود فرق حالي أو في المستقبل بين وضع قائم وبين وضع مأمول فيما يتعلق بأداء الفرد أو أداء المنظمة. (جودة، ٢٠١٠، ١٨٦).

2.3.1.10 مرحلة تصميم البرامج التدريبية:

حتى يمكن تصميم نظم التدريب الفعالة فإنه يجب دراسة مدى تقبل الموظفين للتدريب. ولا بدّ للمديرين أن يلعبوا دوراً مشجعاً في النشاط التدريبي عن طريق تحفيز العاملين ودفعهم للتعلم وتقبل البرامج التدريبية والاستفادة منها.

إن تصميم البرنامج التدريبي عملية تُعنى بتحديد الأهداف التدريبية والتعليمية وانتقاء مفردات البرامج وتتابعها وتوقيتاتها والأساليب التدريبية التي ستعتمد وشروط المشاركة بالبرنامج التدريبي وتحديد معايير تقييم وقياس فاعلية البرنامج (السالم، ٢٠١٤، ٢٧٨).

وتبدأ مرحلة تصميم البرامج التدريبية من حيث تنتهي مرحلة تحديد الاحتياجات التدريبية، ويعتمد نجاح هذه المرحلة على نتائج المرحلة السابقة، وهنا يتم تحويل وترجمة الاحتياجات التدريبية والأهداف إلى أنشطة وفعاليات تشمل محتوى ومضمون ووحدات ومفردات لكل اسبوع ولكل يوم ولكل ساعة تدريبية يتكون منها البرنامج التدريبي (الكبيسي، ٢٠١٠، ١١).

3.3.1.10 مرحلة تنفيذ البرامج التدريبية:

تعد مرحلة التنفيذ بمثابة مرحلة لنقل البرنامج التدريبي الذي تم تصميمه بناءً على الاحتياجات التدريبية من الواقع النظري إلى الميدان العملي، حيث تبدأ عملية التنفيذ الفعلي للبرنامج (الهيبي، ٢٠١٠، ٢٤١).

- وتتطلب مرحلة تنفيذ التدريب القيام بأمور عديدة من أجل ضمان حسن تنفيذ البرنامج وأهمها ما يلي: (السالم، ٢٠١٤، ٢٧٨)

❖ بالنسبة للمتدربين: التأكد من العمل على وصول دعوات الاشتراك إليهم، والموافقة من الجهات ذات العلاقة على اشتراكهم، ووجود قوائم بأسمائهم ومؤهلاتهم ووظائفهم وعناوينهم، واستقبالهم وتهيئة أماكن الإقامة لهم إن تطلب الأمر ذلك، وتأمين وصولهم إلى مكان التدريب.

❖ بالنسبة للمدربين: التأكد من سلامة الاتصالات بين المدرب والجهة المنظمة للبرنامج، وتهيئة وصول المدرب إلى المكان الذي يعقد فيه البرنامج، وتوفير المستلزمات التي يحتاجها المدرب، والحرص على تقديم المدرب للمتدربين بشكل مناسب، ودفع المخصصات التي يستحقها المدرب في الوقت المناسب.

❖ بالنسبة للتسهيلات التدريبية: التأكد من وجود أماكن مناسبة للتدريب، ووجود بطاقات بأسماء المشتركين، ووجود أجهزة للعرض، إضافة إلى توفير المواد التدريبية مطبوعة.

❖ بالنسبة لما بعد إنتهاء البرنامج التدريبي: التأكد من كتابة التقرير النهائي للبرنامج، وصرف مستحقات المدربين، وكتابة التوصيات والملاحظات فيما يتعلق بالبرنامج التدريبي المنعقد.

4.3.1.10 مرحلة تقييم ومتابعة البرنامج التدريبي:

لا بدّ وأن يرافق أي خطة عمل واضحة المعالم لمتابعتها وتقييمها؛ للتأكد من مدى تحقيق أهداف تلك العملية. وهنا لا بدّ من وضع خطة لتقييم ومتابعة البرنامج التدريبي؛ للتأكد من مدى تحقيق أهداف التدريب والوقوف على المعوقات والمشاكل التي تواجه العملية التدريبية.

وتعرف مرحلة تقييم ومتابعة البرامج التدريبية على أنها التأكد من صحة تطبيق المتدربين لما تعلموه وذلك على أرض الواقع أي في أعمالهم التي يمارسونها واطلاع المتدرب على الأخطاء التي وقع فيها أثناء تدريبه وتنميته، وما هي الأسباب التي أدت إلى وقوعها وكيفية معالجتها (جودة، ٢٠١٠، ١٩٧).

ويمكن للإدارة وضع عدة معايير يمكن استخدامها في تقييم مدى فاعلية البرنامج التدريبي، ومن أهمها ما يلي: (Noe et al., 2012, 234)

❖ ردود فعل المتدربين: ويجري ذلك أثناء التدريب أو بعده فوراً أو بعد مرور وقت محدد، ويحاول تسجيل ردود فعل المتدربين نحو سلسلة من العوامل.

❖ التعلم الذي اكتسبه المتدرب: حيث يتم تحديد مدى استفادة المتدرب من البرنامج التدريبي، من حيث التغير النسبي الثابت في سلوك المتدرب ومدى اكتسابه معارف ومهارات جديدة.

❖ سلوك المتدرب في العمل: أي قياس مدى التغير الحاصل في سلوك المتدرب في العمل نتيجة لاشتراكه في البرنامج التدريبي، ومقارنته مع سلوكه السابق قبل المشاركة بالبرنامج التدريبي.

❖ النتائج على مستوى المنظمة: أي قياس مدى تأثير العملية التدريبية على أرباح المنظمة والتكاليف التي تنفقها أو تأثيرها على بقاء المنظمة في السوق.

2.10 الالتزام المنظمي:

1.2.10 مفهوم الالتزام المنظمي:

يعتبر الالتزام المنظمي أحد المواضيع التي حظيت باهتمام الباحثين وكانت دراسة عالم الاجتماع Becker عام ١٩٦٠ في الولايات المتحدة أول الدراسات في هذا المفهوم والتي تقوم عليها جميع البحوث الحالية حيث أعرب عن اعتقاده بأن الالتزام ظاهرة نفسية، وذلك لأن الفرد يبقى في المنظمة طالما تزداد حوافره وتعويضاته وتعد هذه الدراسة الأساس الذي تقوم عليه جميع البحوث في موضوع الالتزام المنظمي. ولقد عرف العالمان (Meyer & Allen) الالتزام المنظمي بأنه حالة نفسية تنشأ من العلاقة العاطفية للأفراد بالمنظمة، ورغبة الأفراد في المحافظة على العضوية المنظمة.

أما العمري فقد عرف الالتزام المنظمي بأنه: الارتباط الوظيفي الذي يربط الفرد بالمنظمة التي عمل فيها؛ مما يدفعه إلى الاندماج في العمل ويتبنى قيم المنظمة. (العمري، ٢٠٠٤، ١١٥)

وقد ذكر (الخشروم، ٢٠١١) أن الالتزام المنظمي يشير إلى: نوعية العلاقة بين الفرد والمنظمة، ويرسخ الشعور الإيجابي لدى الموظف تجاه منظمته، ويعكس مدى ارتباطه بها ورغبته في أن يبقى عضواً فاعلاً فيها.

إذن يمكن تعريف الإلتزام المنظمي على أنه الشعور الداخلي المنبثق من الفرد والذي يضبط عليه الفرد للعمل بالطريقة التي يمكن من خلالها تحقيق مصالح المؤسسة.

2.2.10 أهمية الالتزام المنظمي:

أكدت العديد من الدراسات في أهمية الالتزام المنظمي، ومدى تأثيره على المستوى الفردي والمنظمي، بل وتعدت بعض الدراسات إلى تأثير الالتزام على المستوى الاجتماعي، حيث يعد الالتزام عنصراً حيوياً هاماً يمثل العلاقة بين المنظمة، وأفرادها، وتظهر فوائده في الأوقات الحرجة التي تمر بها المنظمة عندما تستعد للتغيير أو عندما لا تستطيع المنظمة الوفاء بمتطلبات الأفراد (جرينبرج وبارون، ٢٠٠٤، ٢١٥).

وتبرز أهمية الالتزام المنظمي من خلال عدد من الأسباب، نذكر منها ما يأتي (عبدالباقي، ٢٠٠٦، ٣١٦).

أ. يمثل الالتزام المنظمي أحد المؤشرات الأساسية للتنبؤ بعدد من النواحي السلوكية، كمعدل دوران العمل، وعليه ينبغي بقاء الأفراد الملتزمين في المنظمة أطول فترة زمنية ممكنة، وأكثر عملاً نحو تحقيق أهداف المنظمة.

ب. إن مفهوم الالتزام المنظمي قد جذب كلاً من المديرين ومفكري السلوك الإنساني؛ لكونه يمثل سلوكاً مرغوباً فيه.

ج. يمكن أن يساعدنا الالتزام المنظمي إلى حد ما في تفسير الكيفية التي يتم بموجبها تحديد الأفراد لهدف معين لحياتهم.

كما تكمن أهمية الالتزام المنظمي في أنَّ مجال الالتزام المنظمي قد جذب اهتمام كل من علماء السلوك والمديرين باعتباره من السلوكيات المرغوب بها من قبل المنظمات، كما ويعدُّ أحد المؤشرات المهمة للتنبؤ بالكثير من النواحي السلوكية، لا سيما معدل دوران العمل والرغبة في البقاء في المنظمة وبذل المزيد من الجهود للإنجاز والإبداع لتحقيق أهداف المنظمة، حيث إن العاملين الملتزمين والذين يملكون الرغبة في البقاء في منظماتهم هم الأطول بقاءً في المنظمة والأقدر على تحقيق أهدافها (Wasti, 2005, 304).

3.2.10 أبعاد الالتزام المنظمي:

1.3.2.10 الالتزام العاطفي Affective Commitment:

ويعرف الالتزام العاطفي بأنه: (الارتباط العاطفي والشعور القوي بالانتماء والاندماج والمشاركة في المنظمة). وبهذه الطريقة ينبغي أن يحقق الالتزام العاطفي ثلاثة مجالات تتمثل بـ (تشكيل الارتباط العاطفي بالمنظمة، والشعور القوي بالانتماء إليها، والرغبة في الاحتفاظ بالعضوية المنظمة، والمروءوس سيقوم بتطوير ارتباطه العاطفي بمنظمته عندما يتعرف على أهدافها، وتتطابق قيمه مع قيم المنظمة ويكون قادراً على غرس قيم المنظمة وأهدافها في ذاته. وبذلك سيكون هناك اندماج نفسي مع منظمته وافتخار بالانتماء إليها والارتباط بها، وبالتالي فإن العاملين ذوي الالتزام العاطفي العالي سيقفون ملتزمين في أعمالهم لأنهم يرغبون في ذلك (Allen&Meyer, 2007, 24).

ويعبر الالتزام العاطفي عن الارتباط الوجداني بالمنظمة ويتأثر بمدى إدراك الفرد للخصائص المتميزة لعمله، من استقلالية واكتساب المهارات، وطبيعة علاقة بالمشرفين، كما يتأثر بدرجة احساس الفرد بالبيئة التنظيمية استقلالية واكتساب المهارات، وطبيعة علاقته بالمشرفين، كما يتأثر بدرجة احساس الفرد بالبيئة

التنظيمية التي يعمل فيها تسمح بالمشاركة الفعالة في عملية اتخاذ القرارات، سواء فيما يتعلق بالعمل أو العاملين (Weibo, Kaur & Jun 2010, 17)

2.3.2.10 الالتزام الاستمراري:

يعتمد البعد الثاني من أبعاد الالتزام على نظرية الرهان لـ (Becker) حيث تفترض هذه النظرية أنه عندما يبقى الأفراد في العمل في أي مؤسسة لفترات زمنية طويلة فإنهم يتبنون الامتيازات التي تشمل على الوقت والجهد الوظيفي والمهارات المكتسبة والمزايا والمكافأة التي تشيهم عن السعي للحصول على عمل بديل في منظمة أخرى، حيث يعد الالتزام المستمر أحد أشكال الارتباط السيولوجي مع المنظمة التي تعكس إدراك الموظف للخسارة التي يمكن أن يعاني منها فيما لو قرر ترك العمل (Kazalauskaite, Buciuniene, & Turauskas, 2006, 300).

إن الالتزام الاستمراري يختلف عن أشكال الالتزام المنظمي، إذ إنه قائم على الحاجات، فالالتزام الاستمراري يصف الحاجة الذاتية الداخلية المدركة لدى العامل بأنها تستمر مع التنظيم بعكس الاحتياجات المنظمة النابعة من الخارج، إن العاملين الذين يظهرون الالتزام المستمر يشعرون بالحاجة إلى البقاء في العمل مع التنظيم الحالي، كما يشير إلى الوعي بالتكاليف المترتبة على ترك المنظمة (Boehmen, 2006, 217).

ويشير الرابعة (٢٠١٥، ٦٤) إلى أن الفرق بين الالتزام العاطفي والالتزام الاستمراري يظهر من كون أن الفرد الملتزم عاطفياً يفضل البقاء في المنظمة، لأنه يريد ذلك ولديه الرغبة شعورياً بذلك، أما الفرد الملتزم استمراري فهو يفضل البقاء في المنظمة ما دامت تقدم له المنافع والمكافآت (أي في إطار من تبادل المنافع).

3.3.2.10 الالتزام المعياري:

ويشير هذا النوع من الالتزام إلى شعور الفرد العامل بالالتزام كعضو في المنظمة لشعوره بمشاعر الالتزام، وهذه المشاعر تنشأ نتيجة الضغوط على الفرد قبل وبعد الانضمام للمنظمة، أما قبل الانضمام فمن خلال الأسرة وعمليات التنشئة الاجتماعية التي تضغط باتجاه الالتزام والولاء، وأما بعد الانضمام للمنظمة فشعور الفرد باستثمار المنظمة بالموارد البشرية كتدريب الموظف وما ترتب عليه من مبالغ مالية تشعره أخلاقياً بعدم ترك المنظمة والالتزام معها ورد الجميل لها (Seckin, 2011, 352).

وهناك عدة مؤثرات تؤثر في الالتزام المعياري للعاملين وتتمثل خصائص الأفراد وشخصياتهم وضغوط العمل والعوامل المنظمة والمؤثرات المجتمعية، وتتضمن خصائص الأفراد: (القيم والمعتقدات والمشاعر والاتجاهات والتعليم والخبرة وغيرها من المتغيرات الذاتية للأفراد)، أما العوامل المنظمة:

(فتشمل مثلاً ليس على سبيل الحصر المناخ المنظمي وفلسفة الإدارة وممارستها والحوافز والاتصالات ومختلف العلاقات والمعطيات المنظمية)، أما المؤثرات المجتمعية وتشمل ما يلي: (القيم والظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها من عناصر البناء المجتمعي) (عواملة، ١٩٩٦، ٧٣).

11. الدراسات السابقة

1.11 الدراسات المحلية:

دراسة (الخرابشة، ٢٠١٥) بعنوان: "الأثر التتبعي لاستراتيجية إدارة التدريب والتفكير الإبداعي في بناء الكفايات الجوهرية: دراسة ميدانية في شركات صناعة الأدوية المدرجة في بورصة عمان" والتي هدفت التعرف إلى الأثر التتبعي لاستراتيجية إدارة التدريب والتفكير الإبداعي في بناء الكفايات الجوهرية في شركات صناعة الأدوية المدرجة في بورصة عمان، وذلك من خلال الأبعاد الأساسية للدراسة التي مثلها كل من المتغير المستقل استراتيجية التدريب: (التزام ودعم الإدارة العليا، تبني واستخدام الأساليب الحديثة، وجود البرامج التدريبية وتنوعها) في المتغير التابع وهو الكفايات الجوهرية وذلك من خلال التفكير الإبداعي كمتغير وسيط. وتكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات في صناعة الأدوية المدرجة في بورصة عمان وعددها (٦) شركات وتم توزيع (١٧١) استبيان على كافة المستويات الإدارية في تلك الشركات.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لاستراتيجية التدريب في بناء الكفايات الجوهرية لدى شركات صناعة الأدوية المدرجة في بورصة عمان بينما هدفت دراسة (خليفة، ٢٠١٥) بعنوان: "دراسة حول أثر استراتيجية الاحتفاظ بالموظفين الموهوبين في الالتزام التنظيمي: دراسة على فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة" التعرف إلى دور استراتيجية الاحتفاظ بالموظفين الموهوبين في فنادق الخمسة نجوم في منطقة العقبة في خلق وتعزيز التزامهم التنظيمي كهدف رئيس للدراسة. وتم اعتماد إبعاد الالتزام التنظيمي الثلاثة، وهي: بعد الالتزام العاطفي، وبعد الالتزام المعياري، وبعد الالتزام الاستمراري.

وقد استخدم الباحث أسلوب المنهج الوصفي والتحليلي لتحقيق أهداف الدراسة من خلال عرض الأدبيات والدراسات السابقة والتحليل النظري وتطوير استبانة لقياس متغيرات الدراسة وبيان أثر المتغير المستقل في المتغير التابع، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج وتوصيات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لاستراتيجية الاحتفاظ بالموظفين الموهوبين في الالتزام التنظيمي بأبعاده: (البعد العاطفي، والبعد المعياري، والبعد الاستمراري).

كما هدفت دراسة (الغامدي، ٢٠١٤) بعنوان: "دور التدريب في رفع كفاءة أداء موظفي القطاع العام: دراسة حالة وزارة الشؤون الاجتماعية بمنطقة الباحة" التعرف إلى مدى الاستفادة من الدورات التدريبية التي يحصل عليها الموظفون في وزارة الشؤون الاجتماعية، ومدى دور التدريب في تطوير ورفع كفاءة أدائهم، وكما هدفت الدراسة التوصل إلى المشاكل التي تواجه العملية التدريبية عن طريق تحديد الأسباب التي تؤثر في عملية التدريب المقدمة للمتدربين، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة محل الدراسة واستخدم لجمع البيانات أسلوب المقابلات والملاحظات وفحص السجلات وبلغ مجموع عينة البحث (٤٠) مفردة موزعة على فروع مكاتب الضمان الاجتماعي بمنطقة الباحة.

أما دراسة (بلفقية، ٢٠١٢) بعنوان: "أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية على الالتزام التنظيمي: دراسة ميدانية في المستشفيات الخاصة في اليمن" فقد هدفت هذه الدراسة التعرف إلى أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية المتمثلة ب: (إجراءات التوظيف، والتدريب والتطوير، وتقييم الأداء، والمكافآت والتعويضات والتمكين على الالتزام المنظمي لدى الموظفين في المستشفيات الخاصة في العاصمة صنعاء. وتمثل مجتمع الدراسة بجميع العاملين في المستشفيات الخاصة بالعاصمة اليمنية، وأظهرت الدراسة أن مستوى تطبيق ممارسات إدارة الموارد البشرية في المستشفيات الخاصة من وجهة نظر العاملين كان متوسطاً أما بخصوص الالتزام المنظمي كان متوسطاً وحسب الأبعاد التالية: (الالتزام المعياري، والالتزام المستمر، والالتزام العاطفي). كما بينت هذه الدراسة أن هنالك فروقات في إجابات العينة على أداة الدراسة الخاصة بالالتزام المنظمي يعزى للمنظمات الديمغرافية حيث كان لها تأثير في الالتزام (العاطفي والمستمر) بينما لم يكن لها تأثير في البعد المعياري للالتزام.

2.11 الدراسات الأجنبية:

- هدفت دراسة (Nkosi, 2015) بعنوان:

"Effects of Training on Employees Commitment, Retention, and Performance: A Case Study of a Local Municipality in South Africa".

(آثار التدريب على التزام الموظفين والاحتفاظ بهم، والأداء: دراسة حالة للبلدية المحلية في جنوب أفريقيا) التعرف إلى تحليل آثار التدريب في إلتزام الموظفين والاحتفاظ بهم والأداء في بلدية المحلية الواقعة في مقاطعة مبومالانغا في جنوب أفريقيا. ولقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في دراسته، حيث تكون مجتمع الدراسة من العاملين في البلدية المحلية مقاطعة مبومالانغا في جنوب أفريقيا، وتم توزيع (١٣٠) استبانة على العاملين كعينة عشوائية بسيطة، واستناداً إلى التحليل الإحصائي لإجابات أسئلة الدراسة التي وزعت على (١٣٠) مستجيباً، فقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج، من أهمها: وجود علاقة إيجابية بين التدريب والالتزام والاحتفاظ والأداء بالنسبة للموظفين في البلدية المحلية في مقاطعة

مبومالانغا في جنوب أفريقيا. ووجود أثر ذي دلالة إحصائية للتدريب في التزام الموظفين من وجهة نظر العاملين في مقاطعة مبومالانغا في جنوب أفريقيا.

- أما دراسة (Ling, Qing& Shen, 2014) بعنوان:

"Can Training Promote Employee Organizational Commitment? The Effect Of Employability And Expectation Value".

(هل من الممكن أن يعزز التدريب الالتزام المنظمي للعاملين؟ تأثير التوظيف والقيمة المتوقعة)

فقد هدفت هذه الدراسة إلى تقديم تحليل نظري ودراسة ميدانية حول العلاقة بين التدريب والالتزام المنظمي، كما هدفت الدراسة إلى تحليل دور المتغير الوسيط وهو: التوظيف والقيمة المتوقعة وتحليل العلاقة فيما بينهما، وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية: يرتبط التدريب بشكل إيجابي في الالتزام المنظمي والتوظيف، وعلاوة على ذلك، فإن التوظيف يتوسط جزئياً العلاقة بين التدريب والالتزام المنظمي، أما القيمة المتوقعة فإنها تملك علاقة إيجابية بين فرص العمل والالتزام التنظيمي.

- أما دراسة ريبيكا (Rebecca , 2013) بعنوان:

"Organization Commitment and Job Performance Among the Academic and Administrative Personnel of A chartered University".

فقد هدفت التحقق من وجود علاقة بين الالتزام المنظمي والأداء لموظفي الجامعات (أكاديميين وإداريين)، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية طبقية، وقد تم استخدام نموذج (Allen & Meyer, 2007) لقياس الالتزام المنظمي من خلال أبعاده: (العاطفي، والمعياري والاستمراري)، أما الأداء الوظيفي فقد تم قياسه باستخدام تقرير تقييم الأداء المتبع بالجامعات، وقد جاءت نتائج الدراسة كما يلي: ان موظفي الجامعات (إداريين وأكاديميين) لديهم التزام عاطفي قوي نحو جامعتهم، لديهم رغبة قوية للبقاء في الجامعة، كما أشارت إلى ان الموظفين الأكاديميين لديهم إلتزام استمراري معتدل. في حين ان الإداريين كان التزامهم الاستمراري قوياً، إضافة إلى أن الالتزام المعياري جاء قوياً جداً لكل من الإداريين والأكاديميين على حد سواء.

- وكما جاءت دراسة (Imran& Ahmed, 2012) بعنوان:

"Impact of Human Resource Practices on Organizational Commitment – A Study among Service Sector Employees in Pakistan".

(اثر ممارسات الموارد البشرية في الالتزام المنظمي: دراسة العاملين في قطاع الخدمة في الباكستان)

للتعرف على أثر وفعالية ممارسات إدارة الموارد البشرية في الالتزام المنظمي من خلال التوجه نحو دراسة توجهات العاملين في قطاع الخدمة في الباكستان، ولقد استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في دراستهم، حيث تكون مجتمع الدراسة من العاملين في جميع مستويات الإدارة والعاملين في إدارات الموارد البشرية في قطاع الخدمات في الباكستان، وتم توزيع (٦٠٠) استبانة على العاملين كعينة عشوائية بسيطة، وتوصل الباحثان إلى جملة من النتائج، من أهمها:

- وجود علاقة إيجابية بين ممارسات إدارة الموارد البشرية والالتزام المنظمي في قطاع الخدمة في الباكستان. ووجود أثر ذي دلالة إحصائية لممارسات إدارة الموارد البشرية (التعويضات، التدريب، جودة بيئة العمل والتمكين) في الالتزام المنظمي من وجهة نظر العاملين في قطاع الخدمة في الباكستان.

12. منهجية الدراسة:

1.12 نوع وطبيعة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ حيث تعدّ هذه الدراسة تطبيقية (Applied) من حيث الطبيعة، وإيضاحية (Explanatory) من حيث الغرض، أما من حيث تخطيط وضبط الدراسة فهي غير مخططة (Non Contrived Research)؛ لأنها تجرى في البيئة الطبيعية للمنظمة، كما تعتبر دراسة مقطعية (Cross – Sectional) من حيث الأفق الزمني لأنها تجرى على عينة في وقت واحد.

2.12 الاستراتيجيات المتبعة في الدراسة:

اعتمد الباحثان استراتيجية المعاينة، حيث تم سحب عينة عشوائية بسيطة ممثلة لمجتمع الدراسة.

3.12 مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع مديري الإدارات العليا والوسطى في المصارف التجارية الأردنية وعددها (١٣) مصرفاً تجارياً أردنياً وقد بلغ عدد المديرين العاملين في تلك المستويات (٢٦٥) مديراً، والملحق رقم (١) ببيان قائمة بأسماء المصارف التجارية الأردنية التي مثلت مجتمع الدراسة.

4.12 عينة الدراسة:

اعتمد الباحثان العينة العشوائية البسيطة لاختيار العينة من مجتمع الدراسة، حيث تم اختيار سبعة مصارف تجارية أردنية بطريقة عشوائية بسيطة في (الإدارات الرئيسة، عمان) وهي تمثل ما نسبته (٥٤%) من مجتمع الدراسة كعينة للدراسة، ويشير الملحق رقم (٢) قائمة بالمصارف السبعة التي تم اختيارها كعينة للدراسة. (Sekaran & Bougie, 2010, 295).

وعند الرجوع إلى إدارات تلك المصارف تبين أن عدد المديرين في المستويات الإدارية العليا والوسطى قد بلغ (١٥٧) مديراً؛ ونظراً لصغر حجم العينة وسهولة عملية توزيع الاستبانة، فقد تم توزيع استبانة الدراسة على جميع المديرين في عينة الدراسة والبالغ عددهم (١٥٧) مديراً، وتم استرداد (١٥٥) استبانة، خمس منها غير صالحة للتحليل؛ ليصل مجموع الاستبانات الصالحة لأغراض التحليل (١٥٠) استبانة، أي ما نسبته (٩٦%) من الاستبانات الموزعة.

5.12 وحدة التحليل:

تمثلت وحدة التحليل في العاملين في المستويات الإدارية العليا والوسطى في المصارف التجارية الأردنية.

6.12 طرائق جمع البيانات:

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب الدراسة التطبيقية، واعتمدت الدراسة على عدة طرائق لجمع البيانات اللازمة والمتمثلة بما يلي:

1.6.12 البيانات الثانوية: تم جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة (الإطار النظري) من خلال الرجوع إلى الكتب العلمية والدراسات والأبحاث السابقة والعديد من الأطاريح ورسائل الماجستير سواء العربية منها أو الأجنبية.

2.6.12 أداة الدراسة:

تم جمع البيانات الضرورية لمتغيرات الدراسة من خلال استبانة مكونة من ثلاثة أجزاء، اشتمل الجزء الأول على بيانات تتعلق بالمعلومات الديموغرافية المتمثلة بـ: (النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة العملية، والعمر)، أما الجزء الثاني فقد اشتمل على المتغيرات المستقلة التابعة: (استراتيجية التدريب، والالتزام المنظمي)، ولقد تم تطوير الاستبانة بناءً على مقياس ليكرت (Likert Scale) الخماسي حيث حددت خيارات الإجابة بخمسة مستويات وهي: موافق تماماً (٥ درجات)، موافق (٤ درجات)، موافق لحد ما (٣ درجات)، غير موافق (درجتين) وغير موافق إطلاقاً (درجة واحدة)، وقد بلغ المجموع الكلي لفقرات هذه المجالات (٣٥) فقرة.

4.6.12 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 الباحثان 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 (39) فقرة، واستقر العدد إلى (35) فقرة بعد إجراء التعديلات المطلوبة التي اقترحها المحكمون.

5.6.12 اختبار ثبات أداة الدراسة:

لقد تم استخدام معامل الاتساق الداخلي كروتباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، حيث كانت النتائج كما يلي لمتغيرات الدراسة جميعها:

جدول رقم (1): قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة

الرقم	البعد	قيمة ألفا
1	تحديد الاحتياجات التدريبية	0.659
2	تصميم البرامج التدريبية	0.819
3	تنفيذ البرامج التدريبية	0.798
4	تقييم ومتابعة البرامج التدريبية	0.838
5	مراحل العملية التدريبية	0.917
6	الالتزام الاستمراري	0.828
7	الالتزام المعياري	0.651
8	الالتزام العاطفي	0.745
9	الالتزام المنظمي	0.890
	جميع الفقرات	0.940

نلاحظ من الجدول (1) أن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لفقرات أداة الدراسة (٠,٦٥١ - ٠,٩١٧)، بالإضافة إلى أن قيمة ألفا لجميع الفقرات كانت (٠,٩٤٠)، وبالتالي تكون جميع القيم أكبر من (٠,٦٠) وهذا مؤشر على الاتساق بين فقرات أداة الدراسة، وموثوقية أداة الدراسة وامكانية الاعتماد عليها لإجراء التحليل الإحصائي (Sekar & Bougie, 2010, 290).

7.12 الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for - Social Sciences -SPSS) في إجراء التحليلات والاختبارات الإحصائية المختلفة ولغايات تحقيق أغراض الدراسة فقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية: اختبار تحليل الانحدار المتعدد (Mutiple Linear Regression)؛ واختبار تحليل الانحدار المتعدد المتدرج (Stepwise Mutiple Regression).

13. تحليل البيانات واختبار الفرضيات

1.13 وصف خصائص عينة الدراسة:

تم اختيار مجموعة من العوامل الديموغرافية والوظيفية التي تتعلق بالأمور الشخصية والوظيفية؛ من أجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بعينة الدراسة، وتبين النتائج المشار إليها في فيما يلي خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث: (النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة العملية، والعمر).

حيث تبين أن نسبة الذكور هي النسبة الأعلى في عينة هذه الدراسة إذ شكل الذكور ما نسبته (٥٨,٧%) من عينة الدراسة، والنسبة للإناث فقد بلغت نسبتهن (٤١,٣%) من عينة الدراسة. تعود زيادة نسبة الذكور على نسبة الإناث لطبيعة المجتمع الأردني والنظرة الاجتماعية لطبيعة عمل المرأة الذي من المفضل أن يكون مقصوراً على مجالات محددة كالتيقلم والصحة، إضافة إلى أنه كان هناك توجهاً سائداً نحو توظيف الذكور أكثر من الإناث؛ لما يتميز به الذكور عن الإناث من خبرات متنوعة واستقرار أكثر وإمكانية العمل في فروع وأماكن مختلفة، كما أن نسبة كبيرة من الإناث ترك العمل بعد فترة بسبب الزواج والإنجاب والرغبة في التفرغ للأمور العائلية، إلا أن هذا الاختلاف في النسبة بدأ يتلاشى شيئاً فشيئاً نتيجة لتقبل المجتمع لعمل المرأة وخوضها العديد من مجالات العمل.

أما بالنسبة للمؤهل العلمي لأفراد عينة الدراسة فقد تبين أن نسبة الأشخاص الحاصلين على الدبلوم بلغت (١٥,٣%)، أما بالنسبة للحاصلين على الشهادة الجامعية الأولى (البكالوريوس) فبلغت نسبتهم (٥٨,٠%) وهذا يعود لارتفاع أعداد الحاصلين على الدرجة الجامعية الأولى (البكالوريوس) وتنافسهم في الحصول على الوظيفة، وارتفاع المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة، وبالنسبة للحاصلين

على دراسات عليا فبلغت النسبة (٢٦,٧%). وهذا يشير إلى أن موظفي المصارف التجارية الأردنية عينة الدراسة هم أصحاب مؤهلات علمية وخبرة وكفاءة وهذا يدل على اهتمام المصارف التجارية الأردنية بأن تضم الكفاءات المؤهلة التي تعمل على الارتقاء بالعمل نحو تقديم الخدمة الأفضل والأداء المتميز.

أما بالنسبة للخبرة العملية فقد أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة الأشخاص ذوي الخبرات (أقل من ٥ سنوات) بلغت (٢٠,٧%)، وبالنسبة لذوي الخبرات (٥-أقل من ١٠ سنوات) بلغت (٢٨,٠%); أما بالنسبة لذوي الخبرات (١٠ سنوات-أقل من ١٥ سنة) بلغت ما يقرب (٣٨,٧%) وهي النسبة الأعلى في هذه الدراسة وهذا يتفق مع المستويات الوظيفية وعمر الموظف المشار إليهم في الدراسة، حيث إن الفئة (١٠-أقل من ١٥ سنة) تتناسب مع العمر حيث أن أعلى نسبة كانت (٣٠ سنة - أقل من ٤٠ سنة). كما أن طبيعة الأعمال المصرفية تحتاج إلى مستوى معين من الخبرات، وأخيراً، بالنسبة لذوي الخبرات (١٥) سنة فأكثر فبلغت (١٢,٧%).

أما بالنسبة للعمر فقد أظهرت نتائج الدراسة أن ذوي الأعمار من (أقل من ٣٠ سنة) بلغت (٢٧,٣%)، أما بالنسبة لذوي الأعمار (٣٠ سنة - أقل من ٤٠ سنة) فبلغت النسبة (٥٢,٠%)، وبالنسبة لذوي الأعمار (٤٠ سنة -أقل من ٥٠ سنة) فبلغت النسبة (١٨,٧%)، وأخيراً، بالنسبة لذوي الخبرات (٥٠ سنة فأكثر) فبلغت النسبة (٢,٠%). نلاحظ بأن نسبة الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم (٣٠ سنة - أقل من ٤٠ سنة) هي النسبة الأكبر وهذا يتفق مع ما سبق ذكره عند تحليل الفقرات المتعلقة بالمؤهل العلمي وعدد سنوات الخبرة.

2.13 تحليل أسئلة الدراسة:

يعرض هذا الجزء من الدراسة وصفاً لمتغيرات الدراسة وفقرات الاستبانة، وقد تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات؛ من خلال تحليل البيانات الإحصائية التي تم جمعها من الاستبانة، وقد تم الاعتماد على مقياس "ليكرت" الخماسي، إذ تضمنت الاستبانة درجة الموافقة على كل فقرة مقسمة إلى (٥) فئات وهي (موافق تماماً = ٥، موافق = ٤، موافق لحد ما = ٣، غير موافق = ٢، غير موافق إطلاقاً = ١).

وبناء على الرموز المعطاة للاستجابة تم احتساب المتوسط الحسابي للاستجابات بغرض الحكم على درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات الاستبانة، وتم الحكم على قيم المتوسط الحسابي لغرض تحديد "درجة الموافقة" وذلك طبقاً للصيغة التالية (Sekaran & Bougie, 2010):

الأهمية النسبية = $\frac{1 - 0}{1,33} =$	الأهمية النسبية = الحد الأعلى للبديل - الحد الأدنى للبديل
--	---

علماً بأن عدد المستويات هو ثلاثة مستويات وهي: منخفض، ومتوسط، ومرتفع. وبذلك يكون:

المستوى المنخفض: إذا بلغ الوسط الحسابي من (١- أقل من ٢,٣٤).

المستوى المتوسط: إذا بلغ الوسط الحسابي من (٢,٣٤- أقل من ٣,٦٧).

المستوى المرتفع: إذا بلغ الوسط الحسابي من (٣,٦٧- ٥).

وكانت النتائج التي تبين الأهمية النسبية للمتغيرات التي تعكس مستوى التطبيق كما يلي:

المجال الأول: استراتيجية التدريب:

والجدول (٢) التالي يبين وصفاً لأبعاد استراتيجية التدريب، وعلى النحو التالي:

الجدول (٢): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية "للمتغير المستقل"

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
1	تحديد الاحتياجات التدريبية	4.375	0.430	1	مرتفعة
2	تصميم البرامج التدريبية	4.231	0.626	3	مرتفعة
3	تنفيذ البرامج التدريبية	4.256	0.674	2	مرتفعة
4	تقييم ومتابعة البرامج التدريبية	4.112	0.648	4	مرتفعة
	مراحل العملية التدريبية	4.243			مرتفعة

تشير نتائج الجدول (٢) إلى أن مستوى مقياس مراحل العملية التدريبية من حيث الأهمية النسبية مرتفع، إذ بلغ المتوسط الحسابي (٤,٢٤٣)، وكذلك أظهر الجدول أن بعد (تحديد الاحتياجات التدريبية) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (٤,٣٧٥)، وبأهمية نسبية مرتفعة، بينما جاء بعد (تقييم ومتابعة البرامج التدريبية) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط (٤,١١٢)، وبأهمية نسبية مرتفعة، مما يشير إلى أن المصارف التجارية الأردنية مجتمعة الدراسة تهتم بتطبيق استراتيجية التدريب وفق مراحلها المتعددة بشكل مرتفع وخصوصاً

إيلاء المرحلة الأولى وهي تحديد الاحتياجات التدريبية الأهمية الكبرى لما لها من أثر في بناء باقي المراحل والخطوات وبما يشكل الأساس العملي لها، كما لا بد من الإشارة هنا إلى ضرورة زيادة الاهتمام بعملية متابعة وتقييم البرامج التدريبية وبشكل دوري ومستمر.

المجال الثاني: الالتزام المنظمي:

يبين الجدول التالي وصفاً لأبعاد الالتزام المنظمي، وعلى النحو التالي:

الجدول (٣): المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لأبعاد الالتزام المنظمي

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
1	الالتزام الاستمراري	3.596	0.749	3	متوسطة
2	الالتزام المعياري	3.729	0.554	1	مرتفعة
3	الالتزام العاطفي	3.652	0.686	2	متوسطة
	الالتزام المنظمي	3.659			متوسطة

تشير نتائج الجدول إلى أن مستوى مقياس الالتزام المنظمي من حيث الأهمية النسبية متوسط، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.659)، وكذلك أظهر الجدول أن بعد (الالتزام المعياري) جاء في المرتبة الأولى بمتوسط (3.729)، وبأهمية نسبية مرتفعة، بينما جاء بعد (الالتزام الاستمراري) بالمرتبة الأخيرة بمتوسط (3.596)، وبأهمية نسبية متوسطة، وهنا يجدر الإشارة إلى درجة اهتمام المصارف التجارية الأردنية بالالتزام المنظمي بكافة أبعاده وبدرجة متوسطة؛ مما يستدعي دراسة العوامل التي تؤثر في الالتزام المنظمي لزيادة فعاليتها، كما تبين أن مستوى الالتزام الاستمراري في المصارف التجارية الأردنية جاء بالمرتبة الأخيرة مما يستدعي الاهتمام بالوسائل والعوامل التي من شأنها أن ترفع نسبة الالتزام الاستمراري في المصارف والحد من نسبة ترك العمل.

3.13 اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسة الأولى:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب والمتمثلة ب: (تحديد الاحتياجات التدريبية، تصميم البرامج التدريبية، تنفيذ البرامج التدريبية وتقييم ومتابعة البرامج التدريبية) في الالتزام المنظمي بدلالة أبعاده: (الالتزام الاستمراري، الالتزام المعياري، والالتزام العاطفي) في المصارف التجارية الأردنية.

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

جدول (٤): نتائج اختبار أثر H بعداد استراتيجية التدريب مجتمعة في الالتزام المنظمي

المتغير للتابع	ملخص النموذج Model Summary		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coefficient				
	R معامل الارتباط	R2 معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T	Sig t
الالتزام لمنظمي	0.703	0.494	35.359	4	0.000	تحديد الاحتياجات التدريبية	0.044	0.146	0.303	0.762
						تصميم البرامج التدريبية	0.419	0.101	4.152	0.000
						تنفيذ البرامج التدريبية	0.167	0.085	1.959	0.052
						تقييم ومتابعة البرامج التدريبية	0.118	0.075	1.584	0.115

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

تشير نتائج الجدول (٤) أن معامل الارتباط ($R = 0.703$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أبعاد استراتيجية التدريب) في المتغير التابع (الالتزام المنظمي) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (35.359)، ومستوى دلالة ($\text{Sig} = 0.000$) وهو أقل من 0.05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.494$) وهي تشير إلى أن (49.4%) من التباين في (الالتزام المنظمي) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أبعاد استراتيجية التدريب) مجتمعة.

أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند (تحديد الاحتياجات التدريبية) قد بلغت (0.044) وأن قيمة t عنده (0.303)، ومستوى دلالة (Sig = 0.762)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي. أما قيمة B عند (تصميم البرامج التدريبية) قد بلغت (0.419) وأن قيمة t عنده هي (4.152)، ومستوى دلالة (Sig = 0.000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. كما كانت B عند (تنفيذ البرامج التدريبية) بقيمة بلغت (0.167) وكانت قيمة t (1.959)، ومستوى دلالة (Sig = 0.052)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي، أما قيمة B عند (تقييم ومتابعة البرامج التدريبية) فقد بلغت (0.118) وقيمة t عنده هي (1.584)، ومستوى دلالة (Sig = 0.115)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي.

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية الرئيسية الثانية ونقبل الفرضية البديلة التي نصها:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب والمتمثلة بـ: (تحديد الاحتياجات التدريبية، وتصميم البرامج التدريبية، وتنفيذ البرامج التدريبية وتقييم ومتابعة البرامج التدريبية) في الالتزام المنظمي بدلالة أبعاده: (الالتزام الاستمراري، الالتزام المعياري، والالتزام العاطفي) في المصارف التجارية الأردنية".

ولتحديد أي من أبعاد استراتيجية التدريب، كان له الأثر الأبرز في الالتزام المنظمي، تم تطبيق تحليل الانحدار المتعدد المتدرج Stepwise Multiple Regression، وكانت النتائج كما يلي:

جدول (5): ملخص النموذج وتحليل التباين لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى

النموذج	ملخص النموذج			تحليل التباين ANOVA		
	R معامل الارتباط	R ² معامل التحديد	الخطأ المعياري	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
١	0.664	0.441	0.442	1	116.634	0.000
٢	0.696	0.485	0.425	2	69.210	0.000

عند استعراض الجدول نجد أن النموذج الأول الناتج عن تحليل الانحدار المتدرج يشير إلى أن متغير (تصميم البرامج التدريبية) قد فسر ما نسبته (٤٤,١%) من التباين الكلي الحاصل في (الالتزام المنظمي)، وقد وصلت نسبة تفسير التباين الكلي الحاصل في (الالتزام المنظمي) إلى (٤٨,٥%)، وذلك عند

إضافة (تنفيذ البرامج التدريبية) إلى (تصميم البرامج التدريبية) في النموذج الثاني، علماً أن مستويات (F) المختلفة في النموذجين تقع ضمن مستوى معنوية أقل من ($\text{Sig} = 0.000$) وهذه تؤكد معنوية الانحدار.

جدول (٦): ملخص نتائج معاملات الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسة الأولى

النموذج	الالتزام المنظمي	B	قيمة t المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
الأول	تصميم البرامج التدريبية	0.624	10.800	0.000
الثاني	تصميم البرامج التدريبية	0.451	6.100	0.000
	تنفيذ البرامج التدريبية	0.244	3.553	0.001

وباستعراض نتائج الجدول نجد أن قيم B في النموذجين عند مستويات t المختلفة تقع عند مستوى الدلالة ($\text{Sig} = 0.001$) أو أقل وللمتغيرين ضمن نماذج الانحدار المتدرج والتي جاءت أقل من (0.05)، وهذا يؤكد معنوية معاملات الانحدار، مما يشير أن أثر المتغيرات في النموذجين هو تأثير ذو دلالة إحصائية. كما تبين أن أثر (تحديد الاحتياجات التدريبية) و(تقييم ومتابعة البرامج التدريبية)، كان أثراً غير معنوي.

وبناءً على ما سبق لا يمكن قبول الفرضية العدمية الرئيسة الأولى وتُقبل الفرضية البديلة القائلة:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب والمتمثلة بـ: (تحديد الاحتياجات التدريبية، تصميم البرامج التدريبية، وتنفيذ البرامج التدريبية وتقييم ومتابعة البرامج التدريبية) في الالتزام المنظمي بدلالة أبعاده: (الالتزام الاستمراري، والالتزام المعياري، والالتزام العاطفي) في المصارف التجارية الأردنية".

وقد تم اخضاع الفرضيات المتفرعة عن الفرضية الرئيسية الأولى لتحليل الانحدار الخطي المتعدد، وكانت النتائج كما يلي:

H01-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام الاستمراري في المصارف التجارية الأردنية.

جدول (٧): نتائج اختبار أثر ابعاد استراتيجية التدريب مجتمعة في الالتزام الاستمراري

جدول المعاملات Coefficient				تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig t	T	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig F	درجة الحرية	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط
0.110	1.608	0.202	0.325	تحديد الاحتياجات التدريبية	0.000	4	24.025	0.399	0.631
0.448	0.761	0.140	0.107	تصميم البرامج التدريبية					
0.261	1.129	0.118	0.134	تنفيذ البرامج التدريبية					
0.000	3.931	0.104	0.407	تقييم ومتابعة البرامج التدريبية					

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

تشير نتائج الجدول (٧) أن معامل الارتباط ($R=0.631$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أبعاد استراتيجية التدريب) في المتغير التابع (الالتزام الاستمراري) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (24.025)، وبمستوى دلالة (Sig = 0.000) وهو أقل من 0.05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.399$) وهي تشير إلى أن (39.9%) من التباين في (الالتزام الاستمراري) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أبعاد استراتيجية التدريب) مجتمعة.

أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند (تحديد الاحتياجات التدريبية) قد بلغت (0.325) وأن قيمة (t) عنده (1.608)، وبمستوى دلالة (Sig = 0.110)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي، أما قيمة (B) عند (تصميم البرامج التدريبية) قد بلغت (0.107) وأن قيمة t عنده هي (0.761)، وبمستوى دلالة (Sig=0.448)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي. كما كانت B عند (تنفيذ البرامج التدريبية) بقيمة بلغت (0.134) وكانت قيمة t (1.129)، وبمستوى دلالة (Sig = 0.261)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي. أما قيمة B عند (تقييم ومتابعة البرامج التدريبية) فقد بلغت (0.407) وقيمة t عنده هي (3.931)، وبمستوى دلالة (Sig = 0.000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي.

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية البديلة التي نصها:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام الاستمراري في المصارف التجارية الأردنية".

Ho1-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام المعياري في المصارف التجارية الأردنية.

جدول (٨): نتائج اختبار أثر ابعاد استراتيجية التدريب مجتمعة على الالتزام المعياري

ملخص النموذج				تحليل التباين		جدول المعاملات			
Model Summary				ANOVA		Coefficient			
المتغير التابع	R	R ²	F	درجة الحرية	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T
الالتزام المعياري	0.682	0.465	31.475	4	0.000	تحديد الاحتياجات التدريبية	0.170	0.141	1.203
						تصميم البرامج التدريبية	0.408	0.098	4.172
						تنفيذ البرامج التدريبية	0.145	0.083	1.752
						تقييم ومتابعة البرامج التدريبية	0.035	0.072	0.483

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

تشير نتائج الجدول (٨) أن معامل الارتباط ($R = 0.682$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (ابعاد استراتيجية التدريب) على المتغير التابع (الالتزام المعياري) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة هي (31.475)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.000$) وهو أقل من 0.05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.465$) وهي تشير إلى أن (46.5%) من التباين في (الالتزام المعياري) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أبعاد استراتيجية التدريب) مجتمعة.

أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند (تحديد الاحتياجات التدريبية) قد بلغت (0.170) وأن قيمة t عنده (1.203)، وبمستوى دلالة ($Sig = 0.231$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي، أما

قيمة B عند (تصميم البرامج التدريبية) قد بلغت (0.408) وأن قيمة t عنده هي (4.172)، ومستوى دلالة (Sig = 0.000)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي، كما كانت B عند (تنفيذ البرامج التدريبية) بقيمة بلغت (0.145) وكانت قيمة t (1.752)، ومستوى دلالة (Sig = 0.082)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي، أما قيمة B عند (تقييم ومتابعة البرامج التدريبية) فقد بلغت (0.035) وقيمة t عنده هي (0.483)، ومستوى دلالة (Sig = 0.630)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي.

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية البديلة التي نصها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام المعياري في المصارف التجارية الأردنية".

Hol-3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام العاطفي في المصارف التجارية الأردنية.

جدول (٩): نتائج اختبار أثر أبعاد استراتيجية التدريب مجتمعة في الالتزام العاطفي

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summary		تحليل التباين ANOVA			جدول المعاملات Coefficient			
	R معامل الارتباط	R ² معامل التحديد	F المحسوبة	درجة الحرية Df	Sig F	البيان	B	الخطأ المعياري	T
الالتزام العاطفي	0.653	0.427	26.966	4	0.000	تحديد الاحتياجات التدريبية	0.362	0.181	2.003
						تصميم البرامج التدريبية	0.743	0.125	5.932
						تنفيذ البرامج التدريبية	0.223	0.106	2.107
						تقييم ومتابعة البرامج التدريبية	0.017	0.093	0.188

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

تشير نتائج الجدول (٩) أن معامل الارتباط ($R = 0.653$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أبعاد استراتيجية التدريب) في المتغير التابع (الالتزام العاطفي) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة (F) المحسوبة هي (26.966)، ومستوى دلالة (Sig)

(0.000 = وهو أقل من 0.05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.427$) وهي تشير إلى أن (42.7%) من التباين في (الالتزام العاطفي) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أبعاد استراتيجية التدريب) مجتمعة.

أما جدول المعاملات فقد أظهر أن قيمة B عند (تحديد الاحتياجات التدريبية) قد بلغت (0.362) وأن قيمة t عنده (2.003)، ومستوى دلالة ($Sig = 0.047$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي، أما قيمة B عند (تصميم البرامج التدريبية) قد بلغت (0.743) وأن قيمة t عنده هي (5.932)، ومستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي، كما كانت B عند (تنفيذ البرامج التدريبية) بقيمة بلغت (0.223) وكانت قيمة t (2.107)، ومستوى دلالة ($Sig = 0.037$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد معنوي. أما قيمة B عند (تقييم ومتابعة البرامج التدريبية) فقد بلغت (0.017) وقيمة t عنده هي (0.188)، ومستوى دلالة ($Sig = 0.851$)، مما يشير إلى أن أثر هذا البعد غير معنوي.

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة التي نصها: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام العاطفي في المصارف التجارية الأردنية".

14. مناقشة النتائج، والاستنتاجات، والتوصيات:

1.14. مناقشة نتائج تحليل فرضيات الدراسة:

1.1.14 دلت النتائج أن استراتيجية التدريب بدلالة أبعادها: (تحديد الاحتياجات التدريبية، وتصميم البرامج التدريبية، وتنفيذ البرامج التدريبية وتقييم ومتابعة البرامج التدريبية) لها تأثير في الالتزام المنظمي في المصارف التجارية الأردنية، وذلك حسب تحليل الانحدار المتعدد حيث تبين أن معامل الارتباط ($R = 0.703$) يشير إلى العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (أبعاد استراتيجية التدريب) في المتغير التابع (الالتزام المنظمي) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.494$) وهي تشير إلى أن (49.4%) من التباين في (الالتزام المنظمي) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أبعاد استراتيجية التدريب).

كما تم إجراء تحليل الانحدار المتدرج الذي يشير إلى أن متغير (تصميم البرامج التدريبية) قد فسر ما نسبته (44.1%) من التباين الكلي الحاصل في (الالتزام المنظمي)، وقد وصلت نسبة تفسير التباين الكلي الحاصل في (الالتزام المنظمي) إلى (48.5%)، وذلك عند إضافة (تنفيذ البرامج التدريبية) إلى (تصميم البرامج التدريبية) في النموذج الثاني، كما تبين أن أثر (تحديد الاحتياجات التدريبية وتقييم ومتابعة البرامج

التدريبية)، كان أثراً غير معنوي، وتفسر هذه النتيجة على أن استراتيجية التدريب ستعمل على تحسين الالتزام المنظمي بكافة أبعاده.

- وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة ذياب وعجلوني (2015، Diab & Ajlouni)؛ والتي توصلت إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتدريب في (أداء الموظفين، وجودة الخدمات الطبية، والالتزام المنظمي) في المستشفيات الخاصة الأردنية، كما اتفقت هذه النتيجة مع دراسة دراسة (بللفية، ٢٠١٢)؛ التي توصلت إلى وجود أثر لممارسات إدارة الموارد البشرية في المستشفيات الخاصة بالعاصمة اليمنية من وجهة نظر العاملين في الالتزام المنظمي.

- وبهذا تتفق الدراسة الحالية مع دراسة (Nkosi, 2015)؛ والتي توصلت إلى وجود علاقة إيجابية بين التدريب والالتزام والاحتفاظ والاداء بالنسبة للموظفين في البلدية المحلية في مقاطعة مبومالانغا في جنوب أفريقيا، كما تتفق الدراسة الحالية مع دراسة لينج، كينج وشين (Ling, Qing& Shen, 2014)؛ التي توصلت إلى أن التدريب يعزز الالتزام المنظمي بشكل كبير في المنظمات الصينية.

وقد جاءت نتائج الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى كما يلي:

❖ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام الاستمراري في المصارف التجارية الأردنية، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.399$) وهي تشير إلى أن (39.9%) من التباين في (الالتزام الاستمراري) يمكن تفسيره من خلال في (أبعاد استراتيجية التدريب).

❖ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام المعياري في المصارف التجارية الأردنية. حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.465$) وهي تشير إلى أن (46.5%) من التباين في (الالتزام المعياري) يمكن تفسيره من خلال (أبعاد استراتيجية التدريب).

❖ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0.05$) لاستراتيجية التدريب بأبعادها مجتمعة في الالتزام العاطفي في المصارف التجارية الأردنية، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.427$) وهي تشير إلى أن (42.7%) من التباين في (الالتزام العاطفي) يمكن تفسيره من خلال التباين في (أبعاد استراتيجية التدريب).

2.14 الاستنتاجات:

توصلت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات، ومن أهمها ما يلي:

١. قدمت نتائج الدراسة وصفاً لخصائص مجتمع الدراسة التعريفية (الديموغرافية)، من حيث النوع الاجتماعي، والمؤهل العلمي، والخبرة العملية، والعمر.
٢. توصلت الدراسة إلى أن المصارف التجارية الأردنية تهتم باستراتيجية التدريب في جميع الإدارات والأقسام.
٣. تمارس المصارف التجارية الأردنية استراتيجية التدريب بمستوى مرتفع من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة وبمتوسط حسابي عام بلغ (4.243).
٤. تهتم وتدعم الإدارة العليا في المصارف التجارية الأردنية جميع الأنشطة التي تحقق استراتيجية التدريب بكافة مراحلها.
٥. توصلت الدراسة إلى أن العاملين في المصارف التجارية الأردنية يملكون التزاماً منظماً متوسطاً في كافة أبعاده (الاستمراري والمعياري والعاطفي) وبمتوسط حسابي عام بلغ (3.659).

3.14 توصيات الدراسة:

توصل الباحثان إلى طرح جملة من التوصيات تتمثل في الآتي:

- ١- تطوير استراتيجيات وسياسات تزيد من فاعلية البرامج التدريبية؛ لزيادة أثر استراتيجية التدريب في الالتزام المنظمي كاستخدام الحوافز والتكنولوجيا في العمل وتوفير فرص النمو والارتقاء للعاملين.
- ٢- ضرورة اهتمام المصارف التجارية الأردنية بمتابعة المتدربين بعد انتهاء فترة التدريب (متابعة وتقييم البرامج التدريبية)؛ للتأكد من مدى تحقيق التدريب لأهدافه، وذلك من خلال الاعتماد على تقييم الأداء الفعلي قبل وبعد العملية التدريبية؛ لتحديد الاحتياجات التدريبية وقياس مدى فاعلية البرامج التدريبية.
- ٣- تعزيز أبعاد الالتزام المنظمي المختلفة لدى العاملين في المصارف التجارية الأردنية من خلال تبني مبدأ العدالة في العمل والحوافز وبما يحقق للعاملين الشعور بالإنصاف.
- ٤- التأكيد على شمولية جميع العاملين في المصارف التجارية الأردنية بالتدريب، وذلك من خلال زيادة مخصصات وموازنة التدريب وعدم اقتصار التدريب على فئات ومستويات إدارية محددة.
- ٥- تعزيز الالتزام المنظمي لدى العاملين في المصارف التجارية الأردنية من خلال عقد الندوات وورش العمل بحيث يكون محورها تعزيز الممارسات الإيجابية للعاملين وبما يخدم أهداف المنظمة وبما يعزز الالتزام المنظمي للعاملين في تلك المصارف.

الملحق (١)

قائمة بأسماء المصارف التجارية الأردنية مجتمع الدراسة الحالية، مدرجة حسب تاريخ التأسيس

الرقم	اسم البنك	تاريخ التأسيس
١-	البنك العربي	١٩٣٠
٢-	البنك الأهلي الأردني	١٩٥٦
٣-	بنك الأردن	١٩٦٠
٤-	بنك القاهرة عمان	١٩٦٠
٥-	بنك الإسكان للتجارة والتمويل	١٩٧٤
٦-	البنك الأردني الكويتي	١٩٧٧
٧-	البنك التجاري الأردني	١٩٧٨
٨-	بنك الاستثمار العربي الأردني	١٩٧٨
٩-	بنك المؤسسة العربية المصرفية- الأردن	١٩٨٩
١٠-	البنك الاردني للاستثمار والتمويل	١٩٨٩
١١-	بنك الاتحاد للادخار والاستثمار	١٩٩١
١٢-	بنك المال الأردني	١٩٩١
١٣-	بنك سوسيته جنرال/ الأردن	١٩٩٣

المصدر: جمعية البنوك في الأردن (٢٠١٥). دليل البنوك العاملة في الأردن. الأردن، عمان.

الملحق (2)

الاستبانات الموزعة والمستردة على المصارف التجارية في مراكزها الرئيسية

الرقم	اسم البنك	العدد الكلي		غير صالحة للتحليل	العدد النهائي
		موزعة	مستردة		
١	الإسكان للتجارة والتمويل	٢٣	٢٢	١	٢١
٢	الاستثمار العربي الأردني	٢٢	٢٢	١	٢١
٣	بنك القاهرة عمان	٢٣	٢٢	٢	٢٠
٤	البنك الأردني الكويتي	٢٢	٢٢	-	٢٢
٥	بنك المؤسسة العربية المصرفية	٢٢	٢٢	١	٢١
٦	بنك الأردن	٢٢	٢٢	-	٢٢
٧	البنك التجاري الأردني	٢٣	٢٣	-	٢٣
	المجموع	١٥٧	١٥٥	٥	١٥٠

المصدر: من إعداد الباحثين.

- المراجع باللغة العربية:

- (١) بلفقيه، أبوبكر حداد (٢٠١٢). أثر ممارسات إدارة البشرية على الالتزام المنظمي: دراسة ميدانية في المستشفيات الخاصة في اليمن. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.
- (٢) جرينبرج، جيرالد، بارون، روبرت، (م٢٠٠٤). إدارة السلوك في المنظمات. السعودية، الرياض: دار المريخ للنشر، ترجمة رفاعي إسماعيل.
- (٣) جودة، محفوظ أحمد (٢٠١٠م). إدارة الموارد البشرية. الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- (٤) الحمود، كاظم، والخرشة، ياسين (٢٠١٠م). إدارة الموارد البشرية. الأردن، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

- ٥) الخرابشة، سامي عواد (٢٠١٥م). الأثر التتبعي لاستراتيجية إدارة التدريب والتفكير الإبداعي في بناء الكفايات الجوهرية: دراسة ميدانية في شركات صناعة الأدوية المدرجة في بورصة عمان. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.
- ٦) الخشروم، محمد مصطفى (٢٠١١م). تأثير مناخ الخدمة في الالتزام التنظيمي: دراسة ميدانية على العاملين في المعاهد التقنية التابعة لجامعة حلب. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية. ٣٧(٣).
- ٧) خليفة، قصي قحطان (٢٠١٥م). أثر استراتيجية الاحتفاظ بالموظفين الموهوبين في الالتزام التنظيمي: دراسة على فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.
- ٨) درة، عبد الباري إبراهيم، والصباغ، زهير نعيم (٢٠١٠م). إدارة الموارد البشرية في القرن الحادي والعشرين: منحى نظمي. الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- ٩) ربابعة، جهاد محمد (٢٠١٥م). أثر الثقافة التنظيمية في أداء العاملين في المستشفيات الحكومية في إقليم الشمال: الالتزام التنظيمي متغيراً وسيطاً. أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.
- ١٠) السالم، مؤيد سعيد (٢٠١٤م). إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي تكاملي. الأردن، عمان دار إثراء للنشر والتوزيع.
- ١١) عامر، سامح عبدالمطلب (٢٠١١م). استراتيجيات إدارة الموارد البشرية. الأردن، عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.
- ١٢) عبد الباقي، صلاح الدين محمد (٢٠٠٦م). الجوانب العلمية والتطبيقية في إدارة الموارد البشرية بالمنظمات. جمهورية مصر العربية، الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- ١٣) عبد الباقي، صلاح الدين، مسلم، علي عبد الهادي (٢٠٠٩م). إدارة الموارد البشرية إدارة الموارد البشرية، مركز الإسكندرية للكتاب.
- ١٤) العمري، عبيد بن عبدالله (٢٠٠٤م). بناء نموذج نسبي لدراسة تأثير كل من الولاء التنظيمي والرضا الوظيفي وضغوط العمل على الأداء الوظيفي و الفعالية التنظيمية. مجلة جامعة أم القرى للعلوم التربوية و الاجتماعية والإنسانية، ١٦ (١).
- ١٥) عواملة، نائل (١٩٩٦م). الالتزام التنظيمي لدى مدراء الخدمة العامة في الأردن. مجلة التطوير الإداري الجامعة الأردنية، ٥.

- ١٦) الغامدي، خالد عبدالله (٢٠١٤م). دور التدريب في رفع كفاءة أداء موظفي القطاع العام: دراسة حالة وزارة الشؤون الاجتماعية بمنطقة الباحة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الباحة، الباحة، المملكة العربية السعودية.
- ١٧) الكبيسي، عامر خضير (٢٠١٠م). سيكولوجية التدريب. المملكة العربية السعودية، الرياض: مركز الدراسات والبحوث
- ١٨) المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح (٢٠٠٨م). الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات إدارة الموارد البشرية. جمهورية مصر العربية، القاهرة: المكتبة العصرية
- ١٩) نصرالله، حنا (٢٠٠٣م). إدارة الموارد البشرية. الأردن، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- ٢٠) الهيتي، خالد عبدالرحيم (٢٠١٠م). إدارة الموارد البشرية. الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- ٢١) ياغي، محمد عبدالفتاح (٢٠١٠م). التدريب الإداري بين النظرية والتطبيق. الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- المراجع باللغة الإنجليزية:

- 1) Boehmen, J., (2006). *Affective, Continuance and Normative Commitment Among Student Affairs Professionals*, Dissertation Abstracts International. 67, 217.
- 2) Dessler, G. (٢٠١١). *Human resource management*. Global edition (13 ed), Pearson Education.
- 3) Diab, Salah, & Ajlouni, Musa, (2015). The Influence of Training on Employee's Performance, Organizational Commitment and Quality of Medical Services at Jordanian Private Hospitals. *International Journal of Business and Management*, 10(2). Canadian Center of Science and Education.
- 4) Imran, Asmam., & Ahmad, Mehboob, (2012). Impact of Human Resource Practices on Organizational Commitment – A Study among Service Sector Employees in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(2), Institute of Interdisciplinary Business Research.
- 5) Kazalauskaite, Ruta, Buciniene, Ilona & Turauskas, linas, (2006), "building Employee Commitment In The Hospitality Industry, *Baltic Journal of Management*, 1(3), Available at www.emeraldinsight.com. Retrived on 25/6/2016 at 7:00 pm.
- 6) Ling, Ling, Qing, Tao, & Shen, Beng, (2014). Can training promote employee organizational commitment? The effect of employability and expectation value.

- Nankai Business Review International*. 5(2).
- 7) Meyer, J., & Allen, N., (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization, *Journal of Occupational Psychology*, 1-18.
 - 8) Meyer, J., & Allen, N., (2007). A three Component Conceptualization of Organizational Commitment: Some Methodological Consideration, *Human Management Recourse Review*.
 - 9) Muhammad, Usman (2012). Exploring Effect of Organizational Commitment on Employee Performance Implication for Human Resource, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(11), 248-255.
 - 10) Nkosi, Simon Mafika (2015). Effects of training on employee commitment, retention and performance: A case study of a Local Municipality in South Africa. *European Journal of Business and Management*, 7(15).
 - 11) Noe, Raymond A, Hollenbeck, John R, Gerhart, Barry, & Wright, Patrick M. (2012), *Fundamentals of human resource management* (4th ed.). Boston: McGraw-Hill.
 - 12) Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (2006). Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology*, (59), from EBSCO Host Database.
 - 13) Rebecca C., Tolentino, (2013). Organization Commitment and Job Performance among the Academic and Administrative Personnel of a chartered University, *International Journal of Information Technology and Business Management*, 15(1).
 - 14) Seckin & Zeliha, (2011). *Organizational Commitment Management and Organizational Behavior*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, New York, USA.
 - 15) Sekaran, Uma, & Bougie, Roger (2010). *Research methods for business: A skill-building approach* (5th ed.). New York, NY: John Wiley & Sons Inc.
 - 16) Wasti, S. (2005). Commitment Profiles: Combinations of Organizational Commitment Forms and Job Outcomes, *Journal of Vocational Behavior*. 67, 290-308.

Commitment: Acritical Review (1960-2009), *African Journal of Business Management*, 4, 12- 20.

Al- Mithqal

For Economic & Administrative Sciences

An International Research and Refereed Journal

Volume (3), Number (1), jumada al_akher1438, March 2017

Prof. Hanaa al-huniti

Editorial Staff

Prof. Mahmoud al sartawi	The World Islamic Science & Education University
Prof. Anwr abuswalim	Mu'tah University
Prof. Farouq al-Rousan	The World Islamic Science & Education University
Prof. Mohamed al-Arnaout	The World Islamic Science & Education University
Prof. Nawaf Kanaan	The World Islamic Science & Education University
Prof. Yaser al-hourani	The World Islamic Science & Education University
Prof. Ahmed al-katamin	Arab Open University
Dr. Omar Mohammad Al-Momani	The World Islamic Science & Education University

English Language Editor

Dr. Laila El Omari



Arabic Language Editor

Dr. Hussen ghwanmeh

Editor Secretary

Fatima Atiat



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



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

Al-Mithqal

For Economic & Administrative Sciences

An International Research and Refereed Journal

Volume (3), Number (1), jumada al_akher1438, March 2017

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