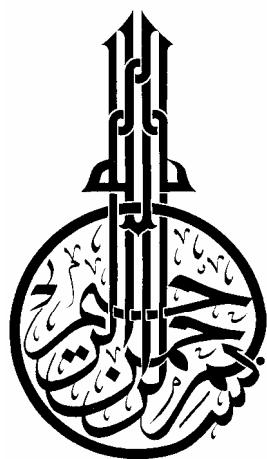


قواعد النشر

- (١) المواهد التي تقبلها المجلة للنشر
- ١- البحوث العلمية: وهي أعمال اصيلة للمؤلف (أو المؤلفين) وتضيف جديداً للمعرفة أو إسهاماً تطبيقياً في التخصصات الإدارية والاقتصادية.
 - ٢- الدراسات النقدية والتحليلية التي تتناول عرض نقدياً أو تحليلياً للبحوث والكتب وتوحدها في التخصصات الإدارية والاقتصادية مما سبق نشرها.
 - ٣- التقارير التوثيقية للفعاليات والأنشطة العلمية والمهنية في التخصصات الإدارية والاقتصادية.
- (ب) هروط النشر
- ١- أن يكون البحث متسمًا بالأصالة والمنهجية العلمية الدقيقة وسلامة اللغة.
 - ٢- أن لا يكون البحث قد سبق نشره أو قدم للنشر لأي جهة أخرى.
 - ٣- أن يتلزم الباحث بإجراء التعديلات المنصوص عليها في تقارير المحكمين وأعداد تقرير بالتعديلات التي أجرتها وتعديل ما لم يتم تعديله.
- (ج) التحكيم
- ١- تخضع جميع البحوث الواردة بالمجلة للتحكيم من قبل متخصصين من ذوي الخبرة البحثية والمكانة العلمية المتميزة.
 - ٢- تخابر هيئة تحرير المجلة ثلاثة ممكرين تحكم كل بحث ويعتمد قرار قرقول أو رفض البحوث المقترنة للنشر على توصية هيئة التحرير والمحكمين.
 - ٣- إذا كان الباحث أو أحد الباحثين من داخل جامعة القسم فإنه يتم اختيار المحكمين من خارج الجامعة.
 - ٤- يجب الا يتضمن متن البحث تعريف مبasher أو غير مبشر بشخصية الباحث للحفاظ على سرية وحيادية عملية التحكيم.
- (د) تعليمات النشر
- ١- أن يقدم الباحث طلباً بنشر بحثه موجهاً إلى رئيس هيئة التحرير، مع تأكيد الباحث على أن البحث لم يسبق نشره ولم يقدم للنشر لأي جهات أخرى.
 - ٢- أن يرسل الباحث نسخة الكترونية في صورة Word على عنوان البريد الإلكتروني للمجلة: QBJournal@gmail.com.
 - ٣- أن يتضمن البحث على ملخص وعلى كلمات مفتاحية (٤-٦ كلمات) باللغتين العربية والإنجليزية، ويجب الا تزيد عدد كلمات كل ملخص عن ٢٠ كلمة.
 - ٤- أن يكتب الباحث عنوان البحث واسمه ولقبه العلمي والجامعة التي يعمل بها ورقم الهاتف على صفحة مستقلة وذلك باللغتين العربية والإنجليزية.
 - ٥- ترقم الجداول والرسومات ترقيمًا مسلسلاً ويكتب عنوان الجدول أو الرسم أعلاه، والمصدر أصله، وإذا تضمن البحث ملخص للجداول والرسومات فلابد تأخذ ترقيمها مستقلة عن ترقيم البحث.
 - ٦- نوع الخط العربي Traditional Arabic ونوع الخط Times New Roman وحجمه ١٢ ومسافات بين الأسطر فريدة Single.
 - ٧- تقوم هيئة تحرير المجلة بإجراء تقييم مبني للباحث المقترنة للنشر، ويتم اختيار الباحث بناءً على نتيجة التقييم خلال ١٥ يوماً من تاريخ استلامه.
 - ٨- بعد اختيار البحث التقييم المبني، يطلب من الباحث تعديل الإقرار والتعهد الخاص بنشر البحث.
 - ٩- تتحمل المجلة تكاليف النشر، ولا تدفع مكافآت مقابل البحث والأعمال المنشورة بها.
 - ١٠- يعطي الباحث نسختان من المجلة وعشرون مسئلة من بحثه المنشورة.
 - ١١- لا يجوز إعادة نشر الأبحاث المنشورة بالمجلة إلا بذكرة من رئيس هيئة التحرير.
 - ١٢- المواهد المنشورة في المجلة تعبر عن آراء مؤلفيها فقط، ولا تعبر عن آراء المجلة.
- (هـ) المهام والمراجع:
- ١- يشار إلى المواهش داخل المتن بأرقام متسلسلة مرتفعة عن السطر بدون أقواس.





المجلة العلمية لجامعة القصيم
(مجلة محكمة)

المجلد (٦) - العدد (٢)

مجلة العلم الإداري والاقتصادي

رجب ١٤٣٤هـ - مايو ٢٠٢٣م

النشر العلمي والترجمة

هيئة التحرير

رئيس التحرير

أ.د. عبدالرحمن علي محمد التويجري

أعضاء هيئة التحرير

أ. د. عبدالحميد عبداللطيف محبوب

أ. د. أحمد أبواليزيد الرسول

أ. د. عبدالله عبدالرحمن البريدي

د. اليزيد مسعود ماطي

د. سامر عبدالجبار البشابشه

/ :

المحتويات

العلاقة بين مستوى جودة الخدمات المصرفية ومؤشرات الأداء التسويقي : دراسة تطبيقية على عينة من البنوك السعودية العاملة بمنطقة القصيم

أثر نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية

محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة التحويلية الأردنية (١٩٩٥ - ٢٠١٠ م) : باستخدام نموذج الجاذبية (Gravity Model)

الإعلانات الحكومية غير المباشرة على استهلاك الطاقة في المملكة العربية السعودية ودورها في نمو الطلب المحلي خلال الفترة ٢٠٠١ - ٢٠١٠ م

التقارير المالية على الإنترنت بواسطة الشركات المساهمة السعودية في موقع تداول (بين ٢٠٠٤ - ٢٠٠٥ م) (الملخص العربي)

(/) - () ()

1

$$(\quad / \quad / \quad \quad \quad / \quad / \quad)$$

.()

) () () ()

10

لقد شهدت الخدمات المصرفية في القرن الواحد والعشرين تطويراً كبيراً، حيث اتجهت البنوك إلى تقديم خدمات بجودة عالية وتكلفة أقل، والاستفادة من التطورات التكنولوجية الحالية في تقديم هذه الخدمات. وأدت زيادة حدة المنافسة بين البنوك إلى العمل باستمرار على تحسين وتطوير مستوى جودة الخدمات المصرفية لضمان المحافظة على حصتها السوقية الحالية، والسعى لكسب حصص سوقية جديدة، وزيادة قدراتها التسويقية من أجل تلبية الحاجات والرغبات والمطلبات المتعددة للعملاء، وتحقيق أهداف البقاء والنمو والاستمرار في السوق المصرفية (الطالب، ٢٠٠٥؛ أبو العلا، ٢٠٠١).

ونتيجة لانضمام المملكة العربية السعودية إلى منظمة التجارة العالمية، فمن المتوقع أن يتسع ويتتنوع حجم السوق المصرفي، ويكون عرضة للدخول منافسين جدد؛ سواء من داخل المملكة أو خارجها، مما يفرض على القطاع المصرفي السعودي ضرورة وضع آليات مناسبة لتحسين مستوى جودة الخدمات المصرفية، من أجل زيادة القدرة على مواجهة المنافسة.

وفي هذا الصدد تشير أدبيات التسويق إلى أن المؤسسات التي ترغب في تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية، لا سبيل أمامها سوى الاهتمام بالأداء التسويقي، وأن كفاءة وفعالية هذا الأداء تتوقف على مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء من أجل تلبية حاجاتهم ورغباتهم المتعددة (الطنبور، ٢٠٠٣). لذلك فإن هذا البحث تناول بالدراسة والتحليل العلاقة بين مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها عينة مختارة من البنوك السعودية في منطقة القصيم ومؤشرات الأداء التسويقي لهذه البنوك.

Banking Services

عرف (2010) Kotler الخدمة بأنها "أي نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها الفرد للأخر، وهي بالضرورة غير ملموسة، ولا تنتج من ملكية شيء، وإننتاجها لا يترب عنده منتج طبيعي مادي".

أما (1999) Stanton فيري الخدمة بأنها "تلك الأنشطة المحددة وغير الملموسة أساساً والتي تشيع احتياجات الأفراد، وتحقق لهم الرضا، وأن الخدمة ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة أخرى".

في ضوء ما تقدم يمكن تعريف الخدمة المصرفية بأنها مجموعة الأنشطة والتصرفات غير الملموسة التي يقدمها القطاع المصرفي وتستهدف تحقيق رضا العملاء وتنمية ولائهم.

Quality of Banking Services

عرف الصحن (١٩٩٤) الجودة بأنها "قدرة الإداره على إنتاج سلعة أو تقديم خدمة قادرة على الوفاء بمحاجات العملاء". وعرف (1992) Derick and James الجودة بأنها "السمات والخصائص الكلية للسلعة، أو الخدمة التي تتطابق مع المطلوب من قبل العملاء وتفي بمحاجاتهم". وكذلك عرفها Denhardt بأنها "قدرة الإداره على إنتاج سلعة أو تقديم خدمة تحقق القدرة على الوفاء بمحاجات المستهلكين والعملاء". وفي نفس السياق يعرف كل من (1994) David and Stanley الجودة بأنها "مقابلة احتياجات العملاء من أول مرة وطوال فترة تعاملهم معها".

وقد عرف (1989) Lewis and Booms Service Quality بأنها "تقديم الخدمة للعملاء وفقاً لرغباتهم، وفي الوقت الذي يرغبون وبتكلفة يرتكضونها، وذلك مع الأخذ في الاعتبار القيود المحيطة بمنظمة الأعمال". أما إدريس والمرسي

(١٩٩٣) فقد عرفا جودة الخدمة بأنها "تقييم العملاء لدى التفوق في أداء الخدمة بصورة كلية أو شاملة".

في الوقت نفسه عرف Parasuraman, et. al. (1985) مستوى جودة الخدمة بأنها "حصيلة أو ناتج مقارنة توقعات العميل مع الأداء الفعلي للخدمة". وأخيراً فقد عرف Cronin and Taylor (1992) جودة الخدمة "بأنها مستوى جودة الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعملاء".

وخلاصة ما تقدم فإنه يمكن تعريف جودة الخدمات المصرفية بأنها قدرة الخدمات المصرفية على تحقيق توقعات العملاء في ضوء مجموعة من الأسس أو المؤشرات التي يستند إليها هؤلاء العملاء في الحكم على مستوى جودة هذه الخدمات، ومنها الاعتمادية، والمادية، والاستجابة، والتعاطف، والأمان.

Marketing Performance

يشير الأداء التسويقي لمنظمة ما إلى نتائج ممارسة الأنشطة التسويقية داخل تلك المنظمة، وهذه النتائج يتم الحصول عليها في ضوء تفاعل هذه الأنشطة مع العناصر المختلفة المكونة للبيتين الداخلي والخارجي للمنظمة (Kotler, 2010).

وقد عرف هامان (٢٠٠٣) الأداء التسويقي بأنه "الخرجات والتنتائج والأهداف المخطط لها ، التي تسعى إدارة التسويق بالمنظمة إلى تحقيقها خلال فترة زمنية معينة". يمكن _ في ضوء _ ذلك تعريف الأداء التسويقي بأنه النتائج الفعلية للأنشطة التسويقية داخل المنظمة والتي تتحدد في ضوء مجموعة من المقاييس أو المؤشرات الملموسة ، وغير الملموسة.

Marketing Performance Evaluation

تقييم الأداء التسويقي هو مجموعة من الأنشطة يتم من خلالها دراسة وتحليل جميع عناصر العملية التسويقية بغية الوقوف على مراكز القوة ومواطن الضعف في النشاط التسويقي بهدف اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب وبالتكلفة المناسبة (هaman، ٢٠٠٣).

كما ذكر شبل (١٩٩٦) و (Kokkinaki and Ambler 1999) أن تقييم الأداء التسويقي هو "عملية مقارنة ما تم إنجازه من النتائج المتصلة بالأهداف والأنشطة التسويقية للمنظمة بالمخطط له خلال فترة زمنية معينة"

كما عرف كل من Ambler and Roberts (2008) تقييم الأداء التسويقي " بأنه عملية تهتم بالمراجعة المستمرة والمنتظمة للأنشطة التسويقية ، من خلال قياس مستوى الأداء الفعلي لهذه الأنشطة خلال فترة زمنية معينة ومقارنتها بالأنشطة المخطط لها خلال نفس الفترة داخل المنظمة".

خلاصة ما تقدم فإن الباحث يرى أن تقييم الأداء التسويقي لمنظمة ما هو مجموعة من الخطوات أو المراحل التي يتم من خلالها مقارنة النتائج الفعلية بالنتائج المتوقعة للأنشطة التسويقية لهذه المنظمة ، في ضوء مجموعة من المقاييس أو المؤشرات المحددة مسبقاً.

Marketing Performance Standards

لقد تم تعريف مؤشرات الأداء التسويقي على أنها تلك المؤشرات التي تمثل ما يجب أن يكون عليه الأداء التسويقي ، والتي يتم مقارنة الأداء التسويقي الفعلي بها ، للحصول على نتائج عملية التقييم ، فهي تستخدم كركائز أساسية في قياس الأداء التسويقي وتحتختلف من منظمة لأخرى. ويمكن تقسيم هذه المؤشرات إلى مؤشرات

سلوكية مثل التعاون مع العملاء وكيفية معالجة الشكاوى، ومؤشرات خاصة بالنتائج النهائى للنشاط التسويقى، سواء أكان هذا الناتج في شكل مخرجات كمية أم مخرجات نوعية (Kotler, 2010).

في ضوء ما سبق ومن وجهة نظر الباحث يمكن القول بأن الأداء التسويقى للمنظمة يتم قياسه في ضوء مجموعة من المؤشرات الكمية أو النوعية، ومنها تكاليف التسويق، وحجم المنتجات المعروضة، وعدد العملاء، وسمعة وشهرة المنظمة في السوق، ومدى رضا العملاء، وغيرها.

)
(:

Boshoff and Port (1996)

أجريت الدراسة على عينة من عملاء البنوك وشركات التأمين وذلك بغرض اختبار العوامل المؤثرة على جودة الخدمة، وقد أوضحت الدراسة أن كل من غموض الدور، وتحديد الهدف والاتصالات الصاعدة Upward Communication والاتصالات النازلة Downward Communication والمعلومات المرتدة عن الأداء، والرضا الوظيفي، تعتبر من العوامل المسيبة للفجوة بين جودة الخدمات المصرفية المتوقعة وجودة الخدمات المصرفية الفعلية، وأن مدى الالتزام التنظيمي يعتبر متغيراً وسيطاً بين العلاقة بين هذه العوامل وجودة الخدمة المصرفية، ويزيد من قوة هذه العلاقة. وقد أوضحت نتائج

الدراسة أن تعارض الدور ليس له تأثير في جودة الخدمة المصرفية، وأن هناك علاقة إيجابية بين تحديد الأهداف Goal Setting وكل من جودة الخدمة والالتزام التنظيمي ، كما أوضحت النتائج عدم وجود علاقة بين المعلومات المرتدة عن الأداء Job Performance Feedback وكل من جودة الخدمة والالتزام التنظيمي ، كما أوضحت نتائج الدراسة أن ملاءمة الأفراد العاملين في الصف الأول للعمل بالبنك يساعد في إثارة دافعيتهم لتقديم مستويات الجودة المرغوبة.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة أوضحت أن هناك فجوة بين جودة الخدمات المصرفية المتوقعة وجودة الخدمات المصرفية الفعلية داخل البنك وشركات التأمين محل الدراسة ، وأن هناك مجموعة من العوامل تتسبب في ذلك ، منها: الرضا الوظيفي ونظام الاتصالات الداخلية والمعلومات المرتدة وغيرها ، وهذا يسهم في تحديد مشكلة الدراسة الحالية ويشير إلى أهميتها.

()

استهدفت الدراسة معرفة معوقات جودة الخدمة المصرفية ، وقد أوضحت الدراسة أن أهم هذه العيقات يتمثل في عدم التوجه الكافي ببحوث التسويق داخل البنك ، يليه عامل الاتصالات لأعلى ، ثم تعدد المستويات الإدارية ، والتزام الإدارة بفلسفة جودة الخدمة ثم إدراك الجودة من قبل إدارة البنك ، كما أكدت الدراسة أن العمل كفريق يأتي في مقدمة محددات جودة الخدمة المصرفية ، يليها سمات وخصائص مقدم الخدمة ، ثم التطور التكنولوجي المعول به في البنك.

في ضوء ذلك نلاحظ أن هذه الدراسة تناولت بالدراسة والتحليل العوامل التي تؤثر في انخفاض جودة الخدمات المصرفية ، ومن هذه العوامل عدم التوجه الكافي ببحوث التسويق داخل البنك محل الدراسة ، مما يؤثر سلبياً في جودة الخدمات المقدمة

للعملاء ، وفي كيفية قياس الأداء التسويقي لهذه البنوك ، وهذا يعطي أهمية خاصة للدراسة الحالية التي تدرس العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ومؤشرات الأداء التسويقي داخل البنك السعودية.

Yahya (2003)

تناولت الدراسة جودة الخدمة المصرفية لدى البنك في المملكة الأردنية الهاشمية ، بهدف دراسة العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ومقومات تمكين الموظفين Job Empowerment Facilities متغيرات : التمكين الوظيفي Job Satisfaction وبين الرضا الوظيفي Job Empowerment Job Satisfaction للعاملين ، وجودة الخدمة المقدمة للعملاء من جانب آخر. وقد أكدت نتائج الدراسة وجود علاقة قوية بين جودة الخدمة المصرفية ومقومات تمكين العاملين ، ومستويات التمكين المتاحة للموظفين داخل البنك والرضا الوظيفي من جانب ، وتأثير ذلك إيجاباً في رضا العملاء عن الخدمات المصرفية بالبنك الأردني من الجانب الآخر.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة أثبتت وجود علاقة قوية بين جودة الخدمات المصرفية وأحد أهم مؤشرات قياس الأداء التسويقي داخل البنك وهو مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة ، مما قد يستفاد من ذلك في وضع بعض فروض الدراسة الحالية.

()

استهدفت هذه الدراسة معرفة آراء وتوجهات عملاء البنك الإسلامية العاملة في المملكة الأردنية الهاشمية فيما يتعلق بجودة الخدمات المصرفية وذلك باستخدام خمسة متغيرات (السرعة والتكلفة ، والملاءمة ، ورضا العملاء ، وسمات مقدم الخدمة) كمتغيرات تعبر عن أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإسلامية ، حيث أوضحت

الدراسة أن هناك انخفاضاً في جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في البنوك الأردنية، وأن ذلك يرجع إلى مجموعة من العوامل التي تحد من جودة هذه الخدمات، منها السرعة في الاستجابة لطلبات العملاء ، والتكلفة ، والملامة ، والقدرة على تحقيق مصالح العملاء ، وسمات مقدمي الخدمة المصرفية الإسلامية.

يتضح مما تقدم أن من أهم نتائج هذه الدراسة أنها أثبتت انخفاض جودة الخدمات المصرفية التي تقدم من قبل البنوك الإسلامية العاملة في المملكة الأردنية الهاشمية ، مما يستفاد منه في تحديد مشكلة الدراسة الحالية ويعتبر مؤشراً على أهميتها.

()

استهدفت هذه الدراسة تقييم الجودة من وجهة نظر عملاء الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات بالتطبيق على البنوك في منطقة القصيم ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها انخفاض اتجاه العملاء نحو الخدمات المصرفية الإلكترونية ، وأنه يوجد رضا نوعاً ما من قبل العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية المتحصل عليها ، وأن مستوى الرضا يختلف باختلاف الأداة المستخدمة في الحصول على هذه الخدمات. كما أوضحت الدراسة انخفاض جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ، وأن ذلك يختلف من خدمة لأخرى. وأخيراً توجد بعض المعوقات التي تواجه العملاء عند الحصول على هذه الخدمات.

ويرى الباحث أن نتائج هذه الدراسة قد ساعدت الباحث في الإفادة منها في تحديد مشكلة الدراسة الحالية ، وفي تحديد أحد مؤشرات الأداء التسويق داخل البنك وهو رضا العملاء.

ويتضح مما تقدم أن بعض الدراسات السابقة التي تناولت جودة الخدمات المصرفية توصلت إلى انخفاض مستوى جودة هذه الخدمات (Boshoff and Port, 1996) ؛

الطالب، ٢٠٠٥ ؛ البصیر، ٢٠٠٨). كما أن هناك بعض هذه الدراسات تناولت العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ومؤشرات الأداء التسويقي (أبو العلا، ٢٠٠١ ؛ Yahya, 2003 ؛ البصیر، ٢٠٠٨). لذلك فقد تمكّن الباحث من خلال تلك الدراسات بلورة وتحديد مشكلة الدراسة الحالية وبعض متغيراتها ، ولكن يعاب على هذه الدراسات أنها لم تتناول بعمق مؤشرات قياس جودة الخدمات بصفة عامة ، والخدمات المصرفية بصفة خاصة.

Li and Atuahene, (2001)

استهدفت هذه الدراسة التعرّف على العلاقة بين تطوير المنتج ومستوى الأداء التسويقي في عدد من الشركات الصينية ، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطوير المنتج ومستوى الأداء التسويقي لهذه المنظمات ، كما أوضحت هذه الدراسة أن السياسات التي تتبعها المنظمات الصينية في تطوير منتجاتها تعتبر أحد العوامل الرئيسة التي تؤثر في أدائها التسويقي ، وأخيراً توصلت الدراسة إلى وجود مجموعة أخرى من العوامل البيئية المحيطة بالمنظمة ، مثل درجة الاستقرار البيئي ، والجوانب المادية في البيئة الداخلية ، ورضا العملاء وغيرها من العوامل تؤثر في الأداء التسويقي لهذه المنظمات.

وبri الباحث أن هذه الدراسة توصلت إلى أن جودة المنتجات تؤثر في الأداء التسويقي للشركات الصناعية ، وهذا يتفق مع ما تهدف الدراسة الحالية من دراسة العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ومؤشرات الأداء التسويقي في الخدمات المصرفية في المملكة العربية السعودية.

Bruce and Ambler (2001)

تناولت هذه الدراسة مؤشرات قياس الأداء التسويقي من وجهة نظر الباحثين والممارسين التسويقيين، حيث أوضحت الدراسة أن هناك تطوراً مستمراً في مؤشرات قياس الأداء التسويقي للمنظمات التسويقية، وأن هذه المنظمات تسعى دائماً وباستمرار إلى تطوير هذه المؤشرات، وذلك من وجهة نظر الممارسين للنشاط التسويقي داخل هذه المنظمات. وقد توصلت الدراسة أيضاً إلى أن الممارسين للنشاط التسويقي داخل المنظمات يرون أن فعالية الأداء التسويقي تعتبر مقياساً جيداً للفعالية الأداء العام للمنظمات التي يعملون بها، كما أوضحت الدراسة أن هناك دراسات وأبحاثاً مستمرة من قبل الباحثين التسويقيين للبحث عن مؤشرات كمية أكثر دقة لقياس الأداء التسويقي للمنظمات المعاصرة.

من وجهة نظر الباحث أن هذه الدراسة توصلت إلى أن هناك مؤشرات كمية ومؤشرات نوعية لقياس الأداء التسويقي، وأن المؤشرات الكمية أفضل من النوعية. كما أوضحت الدراسة أنه ليس هناك اتفاق حتى الآن على هذه المؤشرات وأن هناك اجتهادات من قبل الباحثين لتطور هذه المؤشرات، وهذا يشير إلى أهمية الدراسة الحالية في محاولتها لوضع مؤشرات لقياس الأداء التسويقي داخل البنوك السعودية.

Pont and Shaw (2003)

استهدفت هذه الدراسة التعرف على أهم مقاييس الأداء التسويقي المستخدمة من قبل المسؤولين داخل المنظمات التسويقية. وقد أوضحت هذه الدراسة أن مقاييس الأداء التسويقي تمثل في نوعين أساسيين من المقاييس، هما مقاييس الأداء الشخصية ومقاييس الأداء المالية، كما أوضحت الدراسة أن أكثر

مقاييس الأداء التسويقي المستخدمة هي مقاييس الأداء الشخصية ، مثل مستوى رضا العملاء وشهرة المنظمة في السوق والتي يتم فيها استخدام الحكم من قبل المسؤولين داخل الشركات على مستوى الأداء التسويقي لهذه الشركات مقارنة بالشركات الأخرى المنافسة في السوق ، كما أوضحت الدراسة أن المقاييس الشخصية تعتبر من المقاييس المفضلة لقياس الأداء التسويقي من قبل بعض المنظمات ، وأخيراً أوضحت الدراسة أن مقاييس الأداء المالية ومنها الحصة السوية للمنظمة (عدد العملاء أو حجم المبيعات) تستخدم في كثير من المنظمات بشكل أوسع مقارنة باستخدام مقاييس الأداء الشخصية.

وتعتبر هذه الدراسات من الدراسات التي تتفق مع الدراسة الحالية في بعض مؤشرات قياس الأداء التسويقي ، سواء في مؤشرات الأداء التسويقي الشخصية (مستوى رضا العملاء وشهرة المنظمة في السوق) أو مؤشرات الأداء التسويقي الكمية (عدد العملاء ، حجم المبيعات) ، بالرغم من أن هذه الدراسة قد تناولت الأداء التسويقي للمنظمات الصناعية ، وأما الدراسة الحالية فتناولت الأداء التسويقي للمؤسسات الخدمية.

Chen and Li (2006)

تناولت هذه الدراسة أهم العوامل المؤثرة في مستوى الأداء التسويقي في مجال المنتجات الصناعية ، والتي تمثلت في أربعة عوامل : البنية التحتية ، العلاقات مع العملاء ، قنوات التوزيع ، وولاء العملاء للمنتجات ، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن كلاً من البنية التحتية ، والعلاقات مع العملاء ، وخدمة العملاء لها تأثيرات قوية ذات دلالة إحصائية في الأداء التسويقي للشركات الصناعية الصينية ، وأن قنوات التوزيع لها تأثير ضعيف في الأداء التسويقي لهذه الشركات ، كما

أوضحت الدراسة أن هناك مجموعة أخرى من العوامل التي تؤثر في مستوى الأداء التسويقي وهي دعم الإدارة العليا، وتحقيق المنفعة المتبادلة بين الشركات والأطراف ذات العلاقة، والعمل على تحقيق رضا العملاء والسرعة في تلبية حاجاتهم ورغباتهم، مما يفرض على المنظمات الصينيةأخذ هذه العوامل في الاعتبار عند قياس مستوى الأداء التسويقي لها.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة قد توصلت إلى أن جودة الخدمات المقدمة لعملاء المنظمات الصناعية لها تأثير على مستوى الأداء التسويقي لهذه المنظمات، وهذا ما تسعى الدراسة الحالية إلى التتحقق منه في مجال المؤسسات الخدمية البنكية، الأمر الذي يعطي الدراسة الحالية أهمية خاصة في مجال الخدمات المصرفية.

Ambler and Roberts (2008)

استهدفت هذه الدراسة التعرف على أهم مقاييس الأداء التسويقي داخل المنظمات المعاصرة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن رضا العملاء وإشباع حاجاتهم ورغباتهم، وتلبية متطلباتهم تعتبر من أهم مقاييس الأداء التسويقي داخل المنظمات المعاصرة، كما أوضحت الدراسة أنه من الأفضل أن تكون مؤشرات قياس الأداء التسويقي في شكل كمي، كالعائد على الاستثمار، والتدفقات النقدية، والأرباح الحقيقة ، وأخيراً أوضحت هذه الدراسة أن استخدام العائد على الاستثمار يأتي في الترتيب الأول كأحد مؤشرات قياس الأداء التسويقي ، يليه استخدام التدفقات النقدية ، وأخيراً صافي العائد.

من وجهة نظر الباحث أن هذه الدراسة تتوافق مع الدراسة الحالية في مؤشرات قياس الأداء التسويقي ، وتعتبر هذه الدراسة من أكثر الدراسات السابقة التي أفاد منها

الباحث ، وخاصة في التعرف على مؤشرات قياس الأداء التسويقي ، على الرغم من أن هذه الدراسة قد تناولت هذه المؤشرات داخل المنظمات الصناعية.

Craig (2009)

تناولت هذه الدراسة العلاقة بين الأداء التسويقي للمشروعات المشتركة التايلاندية وجموعة من العوامل المتمثلة في : مدى توافر المواد الخام ، الموارد الرأسمالية ، قنوات التوزيع الدولية ، معرفة التعامل التجاري ، الأمان نتيجة التدخل الحكومي ، المنافسة السعرية ، والتطور التكنولوجي وقد اعتمدت الدراسة على عينة من المسؤولين بالمشروعات المشتركة التايلاندية بلغ حجمها ٨٣١ مفردة وذلك لتجمیع البيانات الازمة ، ومن خلال تحلیل الانحدار المتعدد تم التوصل إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل السابقة ، كل على حدة ، والأداء التسويقي للمشروعات المشتركة في تایلاند.

حيث يتضح أن هذه الدراسة بالرغم من أنها قد تناولت أثر العديد من العوامل على الأداء التسويقي ، إلا أنها لم تتطرق إلى العلاقة بين جودة الخدمات ومؤشرات الأداء التسويقي ؛ وذلك لأن هذه الدراسة قد ركزت على الأداء التسويقي للمشروعات الصناعية ، وأن الدراسة الحالية تركز على الأداء التسويقي للمؤسسات الخدمية البنكية.

ويتضح مما تقدم أن الدراسات السابقة المتعلقة بالأداء التسويقي قد تناولت العوامل المؤثرة في الأداء التسويقي داخل الشركات الصناعية ، وليس داخل المؤسسات الخدمية. كما أن بعض الدراسات (Ambler and Roberts, 2008; Pot and Show, 2003) قد أسهمت في وضع بعض مؤشرات للأداء التسويقي للمنظمات الصناعية ، وأن هناك ندرة في الدراسات السابقة التي تتناول العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ومؤشرات

الأداء التسويقي يتضح وبخاصة البحوث والدراسات العربية يتضح وذلك مقارنة بالبحوث والدراسات الأجنبية ، مما يعطي الدراسة الحالية أهمية خاصة في هذا المجال.

من خلال مراجعة الدراسات السابقة في هذا المجال يتضح أن بعض الدراسات (Boshoff, and Port, 1996؛ الطالب، ٢٠٠٥ ؛ البصیر، ٢٠٠٨) توصلت إلى أن هناك انخفاضاً في مستوى جودة الخدمات المصرفية. كما أن هناك بعض الدراسات السابقة (أبو طالب، ٢٠٠١ ؛ Yahya, 2003 ؛ البصیر، ٢٠٠٨) توصلت إلى وجود علاقة بين جودة الخدمات المصرفية وبعض مؤشرات الأداء التسويقي. لذلك فإن مشكلة هذا البحث تمثل في عدم معرفة مستوى جودة الخدمات المصرفية داخل البنوك السعودية ، بالإضافة إلى غموض العلاقة بينها وبين مؤشرات الأداء التسويقي لهذه البنوك ، وبناء عليه تم صياغتها كما يلي :

- ما مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك السعودية؟
- ما العلاقة بين مستوى جودة الخدمات المصرفية ومؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية التجارية؟

ترجع أهمية البحث إلى ما يلي :

- ١ - أهمية القطاع المصرفى للاقتصاد لدول العالم المتقدم بصفة عامة ، وأهميته في المملكة العربية السعودية بصفة خاصة (البصیر، ٢٠٠٨).

٢ - أن نجاح القطاع المصرفي في تحقيق أهدافه ومواجهة المنافسة في السوق المصرفي يتوقف على مستوى جودة الخدمات التي يقدمها للعملاء (العجارمة، ٢٠٠٥؛ يوسف والصميدعي، ٢٠٠٥).

٣ - أن نتائج هذه الدراسة سوف تسهم في التعرف على العلاقة بين مستوى جودة الخدمات المصرفية والأداء التسويقي للبنوك السعودية التجارية في منطقة القصيم.

بناء على مشكلة البحث وأهميته، فإن البحث الحالي يهدف إلى تحقيق ما يلي :

١ - التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك السعودية التجارية في منطقة القصيم.

٢ - دراسة وتحليل العلاقة بين مستوى جودة الخدمات المصرفية ومؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية التجارية في منطقة القصيم.

٣ - تقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في تحسين الأداء التسويقي للبنوك السعودية التجارية في منطقة القصيم وفقاً لنتائج الدراسة الميدانية للبحث.

في ضوء مشكلة وأهداف البحث يمكن تحديد متغيرات البحث كما يلي :

وتمثلت في مجموعة المؤشرات التي سبق استخدامها لقياس مستوى جودة الخدمات المصرفية (Naceur, 2005; Jayesh and Renulca, 2010 ; Godwin, et. al. 2010).

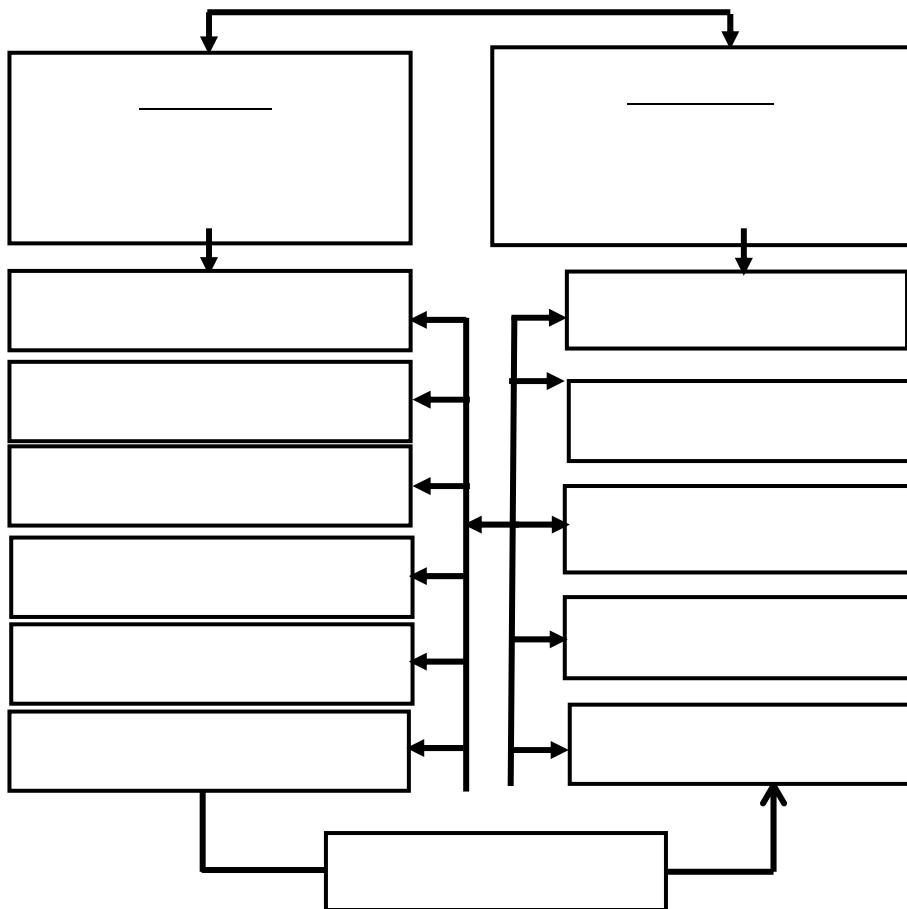
وهذه المؤشرات هي :

- مؤشر المادية Tangibility ، أو مدى توافر الجوانب المادية الملموسة بالجودة المناسبة

- مؤشر الاعتمادية Reliability، أو مدى اعتماد العملاء على البنك في الحصول على الخدمات.
 - مؤشر الاستجابة Responsibility، أو مدى السرعة في الاستجابة لطلبات العملاء.
 - مؤشر التعاطف Sympathy، أو مدى اهتمام البنك بصالح عملائه.
 - مؤشر الأمان Safety، أو مدى شعور العملاء بالأمان في أثناء التعامل مع البنك.
-

ويشتمل على مجموعة المؤشرات التي تقيس الأداء التسويقي داخل البنك السعودية التجارية في منطقة القصيم، مثل مجموعة المؤشرات الكمية ، وغير الكمية التي تم تطبيقها في الدراسات السابقة (Hatem, 2007; Chen and Li, 2006)، وتتلخص هذه المؤشرات فيما يأتي :

- تكاليف التسويق.
 - حجم المبيعات (حجم الخدمات المقدمة).
 - عدد عملاء الجهة المصرفية.
 - عدد الأسواق الجديدة التي استطاع المصرف الدخول إليها والعمل بها.
 - سمعة أو شهرة البنك في السوق.
 - مستوى رضا عملاء البنك.
- ويوضح الشكل رقم (١) متغيرات البحث والعلاقة بينها.



.) .

في ضوء أهداف ومتغيرات البحث تم وضع الفروض الآتية :

: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراكات المسؤولين

داخل البنوك السعودية لمستوى جودة الخدمات المصرفية ويختلف ذلك باختلاف المستوى الإداري.

: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية طردية بين مستوى

جودة الخدمات المصرفية وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.

هذا وقد قسم هذا الفرض إلى خمسة فروض فرعية هي :

١ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الجوانب المادية

الملموسة (المادية) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.

٢ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد العملاء على

البنوك السعودية في الحصول على الخدمات المصرفية (الاعتمادية) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.

٣ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة لطلبات

العملاء (الاستجابة) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.

٤ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام البنوك السعودية

بمصالح العملاء (التعاطف) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.

٥ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين شعور العملاء بالأمان في أثناء

التعامل مع البنك (الأمان) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.

تم تطبيق البحث على مجتمع البنوك السعودية الموجودة في منطقة القصيم

(المليدان الشمالية، البكيرية، القواربة، النبهانية، الرس، المليدان الجنوبية، الأسياح،

عنيزة، المذنب، بريدة، البطين)، والتي تشتمل على ٩٣ فرعاً موزعة داخل هذه

المنطقة (مؤسسة النقد العربي السعودي ، ٢٠٠٩). ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة فقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية. لذلك فقد تم توزيع ٣٠٠ استمارة استقصاء على المسؤولين في هذه الفروع. والجدول رقم (١) يوضح توزيع عينة الدراسة من المسؤولين داخل الفروع محل الدراسة طبقاً للمستوى الإداري.

.

() .

(%)			

اعتمد الباحث في جمع البيانات الأولية من عينة الدراسة على قائمة استقصاء تم تصميمها طبقاً لمتغيرات الدراسة، حيث تكون القائمة من مجموعة من الأسئلة تتعلق ب مدى جودة الخدمات المصرفية داخل البنوك السعودية محل الدراسة، بالإضافة إلى مجموعة من الأسئلة التي تقيس مستوى الأداء التسويقي داخل هذه البنوك، وعلاوة على ذلك فقد احتوت القائمة مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالعوامل الديموغرافية لمفردات العينة من المسؤولين عن هذه البنوك. وقد تم الاعتماد على المقابلات الشخصية للعملاء، بالإضافة إلى التواصل من خلال شبكة المعلومات الدولية باستخدام البريد الإلكتروني، وكذلك التليفون والفاكس كأساليب لجمع البيانات من المستقصى منهم.

للتأكد من صدق وثبات أداة جمع البيانات فقد تم تحكيم قائمة الاستقصاء بواسطة مجموعة من الأساتذة المتخصصين في هذا المجال بكلية الاقتصاد والإدارة بجامعة القصيم. حيث تم توضيح بعض العبارات غير الواضحة، وإلغاء بعض الأسئلة المتكررة ثم تبع ذلك إجراء التجارب الالازمة على عينة محدودة من المقيمين بمنطقة القصيم للتأكد من دقة ومصداقية الأسئلة الموجهة لقياس الظاهرة قيد البحث، وللتتأكد من صدق وثبات أداة جمع البيانات والتواافق والانسجام بين محتوياتها تم حساب معامل ثبات (Alpha Cronbach) للبيانات التي تم الحصول عليها من قائمة الاستقصاء وكانت قيمة (Alpha Cronbach) ٨٧٪، مما يدل على ثبات أداة جمع البيانات والتواافق بين محتوياتها.

على الرغم من تعدد القطاعات الخدمية داخل المملكة العربية السعودية، إلا أن هذا البحث قد ركز على القطاع المصرفي السعودي كأحد القطاعات الخدمية المهمة بالملكة، كما أنه نظراً لصعوبة القيام بالمسح الشامل لكل البنوك التي تعمل داخل هذا القطاع داخل المملكة العربية السعودية فإن هذا البحث قد ركز على مجموعة البنوك الموجودة داخل منطقة القصيم باعتبارها من المناطق المهمة والحيوية بالمملكة، كما أن هذه الدراسة قد اعتمدت على عينة عشوائية من المسؤولين في المستويات الإدارية المختلفة بفروع هذه البنوك للحصول على البيانات الأولية الالازمة لاختبار فرضية البحث ، وأخيراً تم تطبيق هذا البحث وجمع البيانات الالازمة لتحقيق أهدافه خلال العام الجامعي ١٤٣٢/١٤٣٣ هـ.

بعد أن تم إعداد قائمة الاستقصاء تم توزيعها على ٣٠٠ مفردة من المسؤولين داخل فروع البنوك السعودية العاملة في منطقة القصيم، وبعد فحص البيانات التي تم تجميعها، تبين أن هناك ٢٢٠ قائمة من تلك القوائم (٨٣٪ من إجمالي قوائم الاستقصاء الموزعة) صالحة للتحليل الإحصائي. وقد تم تفريغ بيانات الاستبيانات في شكل جداول بعد تحويلها من بيانات نوعية إلى بيانات كمية مستخدماً الأوزان، حيث أعطي الوزن ٥ لموافق جداً ، الوزن ٤ لموافق ، الوزن ٣ لمحايد ، والوزن ٢ لغير موافق ، والوزن ١ لغير موافق جداً، وقد تم تحليل هذه البيانات إحصائياً مستخدماً برنامج SPSS ، وفي ضوء نتائج الدراسة الميدانية فإنه سيتم اختبار فروض البحث كما يلي :

:

الجدول رقم (٢) يوضح آراء مفردات عينة الدراسة فيما يتعلق بمستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك السعودية محل الدراسة.

() .

,	,	()	
,	,	()	
,	,	()	
,	,	()	
,	,	()	

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول رقم (٢) وطبقاً للمتوسط والانحراف المعياري بين آراء المسؤولين فيما يتعلق بمستوى جودة الخدمات المصرفية يتضح أن هذه المتوسطات تزيد عن المتوسط العام (مجموع أوزان المقاييس الخمسة لليكرت مقسوماً على عددهم = $5 \div 1+2+3+4=3$)، الأمر الذي يدل على أن أكثر من نصف عينة المسؤولين داخل البنوك يرون أن الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء تعتبر جيدة. كما يتضح أن توافر الجوانب المادية الملموسة يحتل الترتيب الأول (٣.٦٤)، الأمر الذي يدل على أن البنوك السعودية تهتم أكثر بالجوانب المادية داخل البنك؛ لأن ذلك يؤثر إيجاباً على العميل الذي يتطلع للحصول على الخدمة، وإن اعتماد العملاء على البنك في الحصول على الخدمة يحتل الترتيب الأخير (٣.٣٥)، وهذا يدل على أن كثيراً من العملاء أصبحوا لا يحصلون على الخدمات المصرفية من داخل البنك، وذلك لوجود الخدمات المصرفية الإلكترونية حالياً.

وأخيراً يتضح من خلال الانحراف المعياري أن هناك تشتتاً بسيطاً في آراء المسؤولين داخل البنوك محل الدراسة فيما يتعلق بمدى توافر مؤشرات جودة الخدمات المصرفية، وأن ذلك يختلف من مؤشر لآخر، وأن أكثر الآراء تشتتاً تتعلق بمؤشر اعتماد العملاء على البنك في الحصول على الخدمة، وأن أقل الآراء تشتتاً تتعلق بمؤشر السرعة في الاستجابة لطلبات العملاء، الأمر الذي يدل على أن البنوك السعودية في الوقت الحالي قد أصبحت تحاول تحقيق رضا العملاء من خلال السرعة في الاستجابة لطلباتهم وذلك نظراً لاهتمام العميل بالوقت وخاصة في هذا العصر.

وللتعرف على مدى التباين بين آراء المسؤولين داخل البنوك السعودية محل الدراسة فيما يتعلق بمستوى جودة الخدمات المصرفية، وذلك طبقاً للمستوى الإداري (الإدارة

العليا، الإدارة الوسطى، الإدارة الدنيا)، فقد تم استخدام تحليل التباين أحادى الاتجاه وجاءت النتائج كما هي موضحة بالجدول رقم (٣).

. ()

Sig.	() F	MS	DF	SS	Resource
	,	,		,	
	,	,		,	
	,			,	

($\alpha = .05$)

يتضح من نتائج تحليل التباين أحادى الاتجاه (One Way ANOVA)، عدم معنوية قيمة (F) للتباین بين آراء مفردات العينة من المسؤولين داخل البنك محل الدراسة بمنطقة القصيم فيما يتعلق بمستوى جودة الخدمات المصرفية، وذلك طبقاً للمستوى الإداري (الإدارة العليا، الإدارة الوسطى، الإدارة الدنيا)، حيث إن قيمة (F) الحسوبة (١.٠٢) أقل من قيمتها الجدولية والبالغة (٣.٨٤) عند مستوى معنوية ($\alpha = 0.05$) ودرجات حرية (٢ و ١٨٧)، الأمر الذي يعطي دلالة على قبول الفرض العدلي (H_0) القائل "لا يوجد اختلاف بين آراء مفردات عينة الدراسة من المسؤولين داخل البنك محل الدراسة فيما يتعلق بمستوى جودة الخدمات المصرفية، وذلك طبقاً للمستوى الإداري (الإدارة العليا، الإداره الوسطى)".

في ضوء هذه النتائج وطبقاً لآراء المسؤولين داخل البنك محل الدراسة فإنه يمكن القول بأن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك السعودية داخل منطقة القصيم تعتبر

جيدة إلى حد ما، وأن آراء المسؤولين داخل هذه البنوك لا تختلف من مستوى إداري لأخر، مما يعني أن الفرض البحثي الأول "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراكات المسؤولين داخل البنوك السعودية لمستوى جودة الخدمات المصرفية ويختلف ذلك باختلاف المستوى الإداري" يعتبر فرضًا غير صحيح.

:

حيث توجد مجموعة فروض فرعية تفسر هذا الفرض، هي :

- ١ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الجوانب المادية الملموسة (المادية) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.
 - ٢ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد العملاء على البنوك السعودية في الحصول على الخدمات المصرفية (الاعتمادية) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.
 - ٣ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة لطلبات العملاء (الاستجابة) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.
 - ٤ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام البنوك السعودية بصالح العملاء (التعاطف) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.
 - ٥ - توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين شعور العملاء بالأمان في أثناء التعامل مع البنك (الأمان) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.
- ولا اختبار مدى صحة هذه الفروض الفرعية تم ترميز المتغيرات كما يلي :
- : مؤشرات قياس مستوى جودة الخدمات المصرفية والتي تمثل في الآتي :

X_1 = مؤشر المادية.

X_2 = مؤشر الاعتمادية.

X_3 = مؤشر الاستجابة.

X_4 = مؤشر التعاطف.

X_5 = مؤشر الأمان.

: مجموعة المؤشرات التي تقيس الأداء التسويقي داخل البنك

ال سعودية ، والتي تمثل في الآتي :

Y_1 = تكاليف التسويق.

Y_2 = حجم الخدمات المقدمة.

Y_3 = عدد عملاء الجهة المصرفية.

Y_4 = عدد الأسواق الجديدة.

Y_5 = سمعة أو شهرة البنك في السوق.

Y_6 = مستوى رضا عملاء البنك.

وبناء على ذلك _ وفي ضوء نتائج الدراسة الميدانية _ فإنه سيتم اختبار مدى

صحة الفرض الفرعية كما يلي :

:

()

الجدول رقم (٤) يوضح العلاقة بين جودة الجوانب المادية الملموسة (المادية)

كمتغير مستقل ، وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنك كمتغيرات تابعة .

() . () .

X_6	X_5	X_4	X_3	X_2	X_1	
,	,	,	,	,	,	R
,	,	,	,	,	,	R^2
,	,	,	,	,	,	T
,	,	,	,	,	,	*

($\alpha = ,$)

في ضوء النتائج الموضحة في الجدول رقم (٤) يتضح وجود علاقة طردية بين الجوانب المادية الملموسة وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية بمنطقة القصيم، مما يدل على أنه كلما كانت الجوانب المادية الملموسة من إضاءة وأماكن انتظار العملاء ومواقف السيارات وغيرها داخل البنك جيدة أدى ذلك إلى تحسين الأداء التسويقي للبنوك والعكس، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة Li and Atuahene (2001).

كما يتضح أن رضا العملاء يأتي في مقدمة مؤشرات الأداء التسويقي التي تتأثر إيجاباً بالجوانب المادية وهذا يتفق مع النتائج التي توصلت إليها دراسة Yahya (2003)، يليه سمعة وشهرة البنك، ثم يأتي حجم الخدمات المقدمة في آخر هذه المؤشرات التي تتأثر طرداً بالجوانب المادية، مما يدل على أن الاهتمام بالجوانب المادية داخل البنك من إضاءة، وأماكن انتظار العملاء ومواقف السيارات وغيرها تزيد من حجم الخدمات المقدمة ولكن بنسبة قليلة، ويرى الباحث أن ذلك يرجع إلى أهمية الخدمات البنكية في

الوقت الحالي للعملاء، وبذلك فهم يحصلون عليها دون الاهتمام كثيراً بالجوانب المادية داخل البنك.

ويشير معامل التحديد (R^2) إلى أن توافر الجوانب المادية الملموسة جيدة يختلف تفسيره للتغيرات التي تحدث في الأداء التسويقي للبنك من مؤشر لآخر، وأن أكثر المؤشرات تأثراً بالجوانب المادية داخل البنك هو رضا العملاء. ويرى الباحث أن ذلك يرجع إلى أن معظم الخدمات المصرفية المهمة تتم داخل البنك والتي تحتاج لوقت طويل يتطلبه العميل للحصول على هذه الخدمات مما يفترض وجود جوانب مادية جيدة داخل البنك لتحقيق رضاه عن جودة الخدمة.

وأخيراً يدل معامل T على وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الجوانب المادية الملموسة داخل البنوك السعودية كمتغير مستقل وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي لهذه البنوك كمتغيرات تابعة، مما سبق يمكن القول بأن الفرض الفرعي الأول "توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الجوانب المادية الملموسة (المادية) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية" يعتبر فرضاً صحيحاً.

:

()

ولاختبار مدى صحة الفرض الفرعي الثاني فإن الجدول رقم (٥) يوضح العلاقة بين اعتماد العملاء على البنوك السعودية في الحصول على الخدمات المصرفية (الاعتمادية) وكل مؤشر من مؤشرات قياس الأداء التسويقي.

() .

()

X_6	X_5	X_4	X_3	X_2	X_1	
,	,	,	,	,	,	R
,	,	,	,	,	,	R²
,	,	,	,	,	,	T
,	,	,	,	,	,	

يتضح من هذه النتائج وجود علاقة طردية بين اعتماد العملاء على البنوك السعودية في الحصول على الخدمات المصرفية (الاعتمادية) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي ، الأمر الذي يدل على أنه كلما زاد اعتماد العملاء على الخدمات المصرفية تحسن الأداء التسويقي للبنوك والعكس ، وهذا يتافق مع ما توصلت إليه دراسة Chen and Li (2006). كما يتضح أن زيادة عدد العملاء يأتي في مقدمة مؤشرات الأداء التسويقي التي تتأثر إيجابياً بالاعتمادية ، يليه حجم الخدمات المصرفية ، ثم يأتي تكاليف التسويق في آخر هذه المؤشرات التي تتأثر طرداً بمؤشر الاعتمادية ، ويرى الباحث أن ذلك يرجع إلى أنه كلما زاد اعتماد العملاء على الخدمات المصرفية فإن البنك لا تحتاج إلى زيادة تكاليف التسويق ، وبخاصة تكاليف الترويج ؛ لأن هناك زيادة في الطلب على خدماتها.

ويشير معامل التحديد إلى أن اعتماد العملاء على البنوك في الحصول على الخدمات المصرفية مختلف تفسيره للتغيرات التي تحدث في الأداء التسويقي للبنك من مؤشر لآخر ، وأن أكثر المؤشرات تأثراً بالاعتمادية هو عدد العملاء ثم يليه حجم

الخدمات المقدمة، ويرى الباحث أن ذلك يتمشى مع الواقع، وهو أنه كلما زاد عدد العملاء زاد حجم الخدمات المصرفية المطلوبة. وأخيراً يدل معامل T على وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد العملاء على البنوك السعودية في الحصول على الخدمات المصرفية (الاعتمادية) كمتغير مستقل وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي لهذه البنوك كمتغيرات تابعة.

ويمكن مما سبق القول بأن اعتماد العملاء على البنوك السعودية في الحصول على الخدمات المصرفية (الاعتمادية) يؤثر طرداً على كل مؤشرات الأداء التسويقي لهذه البنوك، مما يؤكد صحة الفرض الفرعى الثانى.

:

()

للتعرف على العلاقة بين سرعة الاستجابة لطلبات العملاء (الاستجابة) وكل مؤشر من مؤشرات قياس الأداء التسويقي للبنوك السعودية، فإن الجدول رقم (٦) يوضح التحليل الإحصائي لآراء مفردات العينة في هذا الشأن.

() .().

X_6	X_5	X_4	X_3	X_2	X_1	
,	,	,	,	,	,	R
,	,	,	,	,	,	R²
,	,	,	,	,	,	T
,	,	,	,	,	,	

في ضوء النتائج الموضحة في الجدول رقم (٧) يتضح أنه توجد علاقة طردية بين سرعة الاستجابة لطلبات العملاء (الاستجابة) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة Chen and Li (2006). كما يتضح أن رضا العملاء يأتي في مقدمة مؤشرات الأداء التسويقي التي تتأثر إيجاباً بسرعة الاستجابة، يليه زيادة عدد العملاء، ثم يأتي عدد الأسواق الجديدة في آخر هذه المؤشرات التي تتأثر طرداً بمتغير (الاستجابة). ويرجع الباحث ذلك إلى انتشار الخدمات المصرفية في جميع مناطق المملكة، وأنه من النادر وجود مناطق جديدة غير متوافرة فيها الخدمات المصرفية.

ويشير معامل التحديد إلى أن سرعة الاستجابة لطلبات العملاء (الاستجابة) يختلف تفسيره للتغيرات التي تحدث في الأداء التسويقي للبنك من مؤشر لأخر، وأن أكثر المؤشرات تأثراً بالاستجابة هو رضا العملاء، ويرى الباحث أن ذلك يتماشى مع خصائص هذا العصر وهو أهمية الوقت والذى يحتاج إلى السرعة في تلبية إنتهاء المعاملات والتي منها الخدمات المصرفية. كما يشير معامل T على وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة لطلبات العملاء كمتغير مستقل وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي لهذه البنوك كمتغيرات تابعة.

وما سبق يمكن القول بأن الفرض الفرعى الثالث القائل "توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة لطلبات العملاء (الاستجابة)، وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية" يعتبر فرضاً صحيحاً ويمكن قبوله.

() :

الجدول رقم (٧) يوضح نتائج التحليل الإحصائي للعلاقة بين اهتمام البنوك السعودية بمصالح العملاء (التعاطف) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي لها.

() . () .

X_6	X_5	X_4	X_3	X_2	X_1	
,	,	,	,	,	,	R
,	,	,	,	,	,	R^2
,	,	,	,	,	,	T
,	,	,	,	,	,	

كما يتضح من نتائج التحليل الإحصائي أنه توجد علاقة طردية بين اهتمام البنوك السعودية بمصالح العملاء (التعاطف) وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي ، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة الطالب (٢٠٠٥). كما يتضح أن رضا العملاء يأتي في مقدمة مؤشرات الأداء التسويقي التي تتأثر إيجابياً بتعاطف البنك مع مصالح العملاء ، يليه سمعة وشهرة البنك في السوق ، ثم يأتي مؤشر تكاليف التسويق في آخر هذه المؤشرات التي تتأثر طرداً بالاهتمام بمصالح العملاء ، ويرى الباحث أن ذلك يرجع إلى أنه عندما تهتم البنوك بمصالح عملائها فإن ذلك يزيد من التكاليف ومنها تكاليف التسويق ، ولكن في نفس الوقت يزيد من عوائد البنك التي تغطي الزيادة في هذه التكاليف.

كما يتضح من معامل التحديد إلى أن اهتمام البنوك السعودية بمصالح العملاء مختلف تفسيره للتغيرات التي تحدث في الأداء التسويقي للبنك من مؤشر لآخر ، وأن أكثر المؤشرات تأثراً هو رضا العملاء ، وهذا يدل على أنه كلما وضع البنك المصالح المشتركة بينه وبين العملاء في الاعتبار عند التعامل معهم زاد رضا العملاء ؛ لأن العميل يريد تحقيق مصلحته عند التعامل مع أي بنك ، كما يشير معامل T على وجود

علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين اهتمام البنوك السعودية بصالح العملاء كمتغير مستقل وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي لهذه البنوك كمتغيرات تابعة. مما سبق ذكره يمكن القول أنه كلما زاد اهتمام البنوك بصالح عملائها كلما أدى ذلك إلى تحسين مؤشرات الأداء التسويقي لهذه البنوك، مما يؤكّد صحة الفرض الفرعي الرابع.

:

()

الجدول رقم (٨) يوضح نتائج التحليل الإحصائي للعلاقة بين شعور العملاء بالأمان في أثناء التعامل مع البنك (الأمان)، وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية.

() .().

X_6	X_5	X_4	X_3	X_2	X_1	
,	,	,	,	,	,	R
,	,	,	,	,	,	R²
,	,	,	,	,	,	T
,	,	,	,	,	,	

في ضوء النتائج الموضحة في الجدول رقم (٨) يتضح علاقة طردية بين شعور العملاء بالأمان في أثناء التعامل مع البنك (الأمان)، وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي ، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (2009) Craig. كما يتضح أن سمعة أو شهرة البنك في السوق يأتي في مقدمة مؤشرات الأداء التسويقي التي تتأثر إيجابياً بتعاطف البنك مع مصالح العملاء ، يليه زيادة عدد العملاء ، وحجم الخدمات المقدمة ، ثم يأتي مؤشر ثم يأتي عدد الأسواق الجديدة في آخر هذه المؤشرات التي تتأثر طردياً بمتغير (الاستجابة) ، ويرى الباحث أن ذلك يرجع إلى التعطية الواسعة التي تتميز بها الخدمات المصرفية في جميع مناطق المملكة.

كما يتضح من معامل التحديد إلى أن شعور العملاء بالأمان في أثناء التعامل مع البنك يختلف تفسيره للتغيرات التي تحدث في الأداء التسويقي للبنك من مؤشر آخر ، وأن أكثر المؤشرات تأثيراً هو سمعة ، وشهرة البنك في السوق ، يليه زيادة عدد العملاء ، وحجم الخدمات المقدمة ، ويرى الباحث أن ذلك يتمشى مع الواقع وهو أنه كلما زادت سمعة وشهرة البنك زاد عدد عملائه ، وبالتالي زاد حجم الخدمات المصرفية المقدمة لهؤلاء العملاء ، كما يشير معامل T على وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الأمان كمتغير مستقل وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي داخل البنوك كمتغيرات تابعة ، الأمر الذي يؤكّد صحة الفرض الفرعي الخامس القائل بأنه "توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية معنوية بين شعور العملاء بالأمان في أثناء التعامل مع البنك (الأمان) ، ومستوى الأداء التسويقي للبنوك السعودية".

في هذا الجزء من البحث سيتم عرض النتائج والتوصيات كما يلي :

في ضوء نتائج التحليل الإحصائي ، واختبارات فروض الدراسة ، تم استخلاص أهم النتائج الآتية :

:

في ضوء نتائج التحليل الإحصائي يتضح الآتي :

- أن المسؤولين داخل البنوك السعودية يرون أن الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء تعتبر ضعيفة ، وهذا يتفق مع نتائج بعض الدراسات السابقة في هذا المجال (Boshoff and Port, 1996؛ الطالب، ٢٠٠٥؛ البصیر، ٢٠٠٨).
- لا يوجد اختلاف بين آراء المسؤولين داخل البنوك السعودية فيما يتعلق بمستوى جودة الخدمات المصرفية ، وذلك طبقاً للمستوى الإداري (الإدارة العليا ، الإدارة الوسطى) الذي يعمل فيه هؤلاء المسؤولين.
- أن توافر الجوانب المادية الملمسة احتل الترتيب الأول كمعيار لجودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء ، يليه في الترتيب الشعور بالأمان عند التعامل مع البنك ، ويأتي في الترتيب الثالث معيار الاهتمام بمصالح العملاء ، ثم في الترتيب الرابع السرعة في الاستجابة لطلبات العملاء ، وفي الترتيب الأخير معيار اعتماد العملاء على البنك في الحصول على الخدمة.

:

- توجد علاقة طردية بين كل معيار من معايير قياس جودة الخدمات المصرفية (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابة، والتعاطف، والأمان) كل على حدة وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية (رضاء العملاء، سمعة وشهرة البنك في السوق، عدد العملاء، حجم الخدمات المقدمة، عدد الأسواق الجديدة، تكاليف التسويق)، وهذا يتفق مع نتائج بعض الدراسات السابقة في هذا المجال (الطالب، Chen and Li, 2005 ؛ Yahya, 2006 ؛ Craig, 2006).
- أن كل معيار من معايير قياس جودة الخدمات المصرفية (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابة، والتعاطف، والأمان) كل على حدة يفسر التغيرات التي تحدث في كل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية (رضاء العملاء، سمعة وشهرة البنك في السوق، عدد العملاء، حجم الخدمات المقدمة، عدد الأسواق الجديدة، تكاليف التسويق) بدرجات مختلفة.
- توجد علاقة ذات دالة إحصائية بين كل معيار من معايير قياس جودة الخدمات المصرفية (الجوانب المادية، والاعتمادية، والاستجابة، والتعاطف، والأمان) كل على حدة ، وكل مؤشر من مؤشرات الأداء التسويقي للبنوك السعودية (رضاء العملاء، سمعة وشهرة البنك في السوق، عدد العملاء، حجم الخدمات المقدمة، عدد الأسواق الجديدة، تكاليف التسويق)، وهذا يتفق مع نتائج بعض الدراسات السابقة في هذا المجال (أبو طالب، Yahya, 2003 ؛ البصیر، ٢٠٠٨).

في ضوء نتائج البحث يمكن تقديم عدد من التوصيات لتحسين جودة الخدمات المصرفية، مما يكون لها أثر إيجابي على الأداء التسويقي لهذه البنوك وهي:

ضرورة زيادة اهتمام المسؤولين داخل البنوك السعودية بتوفير الجوانب المادية الملموسة الجيدة داخل البنك وذلك من خلال الآتي :

- توفير الموقع الملائم للبنك الذي يسهل الوصول إليه وبعيداً عن الضوضاء.
 - زيادة الاهتمام بالتصميمات الهندسية التي تجذب انتباه العميل.
 - التركيز على نشر اللوحات الإرشادية التي تسهل الوصول للأقسام المختلفة داخل البنك .
 - زيادة الاهتمام بتوفير أماكن انتظار كافية ومرحبة للعملاء، مع توفير الوسائل التي تساعده على تقليل الملل في أثناء وقت الانتظار، مثل الجرائد والمجلات التي تتناول أخبار البنك ومشاركته في مختلف المشروعات الإنمائية في المملكة.
 - زيادة التأكيد على نظافة دورات المياه وملاءمتها لتطبعات العملاء.
 - التصميم الداخلي المريح بما يسهل الحصول على الخدمة.
 - ضرورة قيام البنك بالاهتمام بتوظيف أصحاب الكفاءات العالية، والمتخصصين للإسراع في تلبية طلبات العملاء، والرد الفوري على استفساراتهم.
 - ضرورة تحلي العاملين بالبنك بالصدق عند التعامل مع العملاء ؛ من أجل خلق الشعور لدى العملاء بالأمان في أثناء التعامل مع البنك.
 - ضرورة وضع إدارة البنك مصالح العملاء في مقدمة اهتماماتها ، وأن تحاول تحقيق الأهداف المشتركة بينها وبين هؤلاء العملاء.
 - ضرورة اهتمام العاملين داخل البنك بكسب ثقة، وولاء العملاء لهم ، وذلك من خلال الآتي :
- ١- التزام إدارة البنك بتقديم الخدمات في الوقت المحدد الذي لا يستنفد وقت العميل

-٢ الاهتمام بعمل إدارات مستقلة بالبنوك تحت مسمى "إدارة علاقات العميل" للسرعة في حل المشكلات التي تواجه العملاء في أسرع وقت ممكن ؛ لزيادة رضا العميل عن البنك.

-٣ منح العاملين في مجال الخدمات برامج تدريبية تركز اهتمامها على الجودة الشاملة في خدمة العميل ، حتى يستطيع مقدم الخدمة تقديم الخدمة الصحيحة للعميل من المرة الأولى.

- ضرورة قيام البنوك السعودية بتبني برامج تطوير الخدمات التي تستخدمها المؤسسات الخدمية الناجحة في مجالات مختلفة مثل شركات السفر ، وشركات الاتصالات ، والفنادق ، وغيرها من المؤسسات الخدمية الأخرى.

- الاهتمام ببرامج تدريب ، وتنمية قدرات ، ومهارات الموظفين داخل البنك السعودية على كيفية تقديم الخدمات المصرفية الجيدة للعملاء بشكل سليم.

- ضرورة اتجاه البنوك السعودية إلى تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال إنشاء البنك الواقع إلكترونية عبر الإنترن特 باللغة العربية ، لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بجودة أعلى وتكلفة أقل ، على أن تتضمن هذه الواقع كافة وسائل الأمان للعملاء.

- استخدام الوسائل الإعلانية المختلفة التي تؤكد على توافر وسائل الأمان للدفع الإلكتروني لعملاء البنك السعودية ، كبطاقات الائتمان ، والتحويلات المصرفية الإلكترونية ؛ لما في ذلك من زيادة الشعور لدى العملاء بالأمان عند الحصول على هذه الخدمات.

• ضرورة تشجيع البنوك الباحثين ، والمهتمين بالخدمات المصرفية على القيام بالدراسات التطبيقية ، والأبحاث العلمية في هذا المجال ، من خلال إمدادهم بالدعم المالي ، والبيانات المطلوبة للقيام بذلك .

:

إدريس ، ثابت عبد الرحمن وجمال الدين محمد المرسي ، (١٩٩٣). قياس جودة الخدمة وتحليل العلاقة بينهما وبين كل من الشعور بالرضا والميل للشراء ، مدخل منهجي تطبيقي ، المجلة العملية للتجارة والتمويل ، (١)، ٥ - ٤٥ . العجارمة ، تيسير ، (٢٠٠٥). التسويق المصرفي ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان ، ٩ - ٦٧ .

أبو العلا ، حسن عيد لبيب ، (٢٠٠١). تحليل إدراك العملاء لمستوى جودة الخدمات المصرفية ، دراسة مقارنة . رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة بنى سويف ، يوليو ، ٢٩(٣) .

الطنبور ، رامز ، (٢٠٠٣). المشاكل والمعوقات التي تواجه النهوض بالأداء التسويقي في الوطن العربي . الملتقى العربي الثاني للتسويق في الوطن العربي : الفرص والتحديات ، من ٦ - ١ أكتوبر ، قطر ، الدوحة ، ٣١٦ - ٣٢٣ .

يوسف ، ردينة عثمان ومحمود جاسم الصميدعي ، (٢٠٠٥). التسويق المصرفي: مدخل استراتيجي كمي ، تحليلي ، عمان ، دار المناهج للنشر ، ١٤ - ٧٠ .

البصير ، سليمان عبد الله ، (٢٠٠٨). تقييم الجودة من وجهة نظر العميل للخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات (دراسة تطبيقية على

البنوك في منطقة القصيم). آفاق جديدة للدراسات التجارية ، ٢(٣ - ٤)، البنوك في منطقة القصيم).

. ١٤٨ - ١١٣

الطالب ، صلاح عبد الرحمن ، (٢٠٠٥). قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية (دراسة تحليلية ميدانية). جامعة جرش الأهلية ، الأردن ، ١ - ١٥.

شبل ، محمد إسماعيل ، (١٩٩٦). تقييم الأداء التسويقي للمتحف ، دراسة نظرية تطبيقية. رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة جامعة الأزهر ، ١٣ - ٤٥.

الصحن ، محمد فريد ، (١٩٩٤). الجودة المدركة للخدمات المصرفية ، دراسة ميدانية لاختيار محدداتها والنماذج المستخدمة في قياسها. مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية ، جامعة الإسكندرية ، ٢(٣١) ، ١ - ٣٥.

أبو طالب ، محمد محمود ، (٢٠٠١) . إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحسين مستوى الأداء بالجهاز المصرفي : دراسة تطبيقية على البنوك المصرية . رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة حلوان ، ٦ - ٣٥.

مؤسسة النقد العربي السعودي ، (٢٠٠٩). التقرير السنوي ، الإدارة العامة للأبحاث الاقتصادية والإحصاء.

هامان ، حسن علي ، (٢٠٠٣). المنافسة الأجنبية وأثرها في حجم مبيعات الصناعات المحلية في السوق الليبي. الملتقى العربي الثاني: التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات من ٦ - ١ أكتوبر، قطر، الدوحة ، ١٤٥ - ١٨٠.

:

Ambler, Tim and John H. Roberts, (2008). Assessing Marketing Performance: Don't Settle For a Silver Metric. *Journal Of Marketing Management*, 24 (7-8), 733-750.

Boshoff, T. and D. Port, (1996). Quality Perceptions In Financial Services Sector : The Potential Impact Of Internal Marketing . *International Journal Of Service Industry Management* , 7 (5) 5-31.

- Bruce, H. Clark, Tim Ambler, (2001). Marketing Performance Measurement: Evolution Of Research And Practice. *International Journal of Business Performance Management* 3 (2-3-4), 231-244.
- Chen, Jin and Xiaojun, Li, (2006). An Analysis Of The Factors Influencing Marketing Performance Of Semiconductor Manufacturers In China. *International Journal of Technology Marketing*, 1 (3), 301-320.
- Cronin J. Joseph, and Taylor Steven A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*,(56)3, 55-68.
- Craig, C. Julian, (2009). Market Characteristics as an Antecedent of Performance. *International Journal of Trade and Global Markets*, 2 (2),128-147.
- David, L. G. and D. Stanley, (1994). Introduction Total Quality, International Edition, *Prentice Hall*, New York, 12-23.
- Denhardt, R. B.(1991). Public administration: An Action Orientation. *Pacific Grove Brooks* : Cole Publishing company, California, USA, 22-42.
- Derick, W. and D. James ,(1992). Natural Resources Management Policy In Africa: Implementation Challenges For Public Managers. *America Society public administration*, 53Rd National conference, Chicago, April 11-15, 1-32.
- Godwin, Judo, Kallol K. Bagchi and Peeter J. Kirs,(2010). An Assessment Of Customers E-Service Quality Perception, Satisfaction And Intention. *International Journal of Information Management*, 3 (2), 2010, 481-492.
- Hatem, El-Gohary, (2007). The Effect Of E-Marketing On The Marketing Performance Of Small Business Enterprise: A Comparative Study Between Egypt And The UK. *Bradford University, School of Management, 16th EDAMBA Summer Academy. Bradford, West Yorkshire, UK*, 1-14.
- Jayesh, Aagia and Grge Renulca, (2010). Measuring Perceived Service Quality For Public Hospital In The India Context. *International Journal Of Pharmaceutical And Health Care Marketing* .4 (1),60-83.
- Kokkinaki, F. and T. Ambler, (1999). Marketing Performance Assessment: An Exploratory Investigation Into Current Practice And The Role Of Firm Orientation. *Working Paper, Marketing Science Institute. Cambridge*, 99-114.
- Kotler, Philip, (2010). *Marketing management, 10 edition, New Jersey, Prentice Hall International Inc.*, 9-55.
- Lewis, R . and B. Booms, (1989). Quality In Service Sector: A Review . *International Journal of Bank Marketing* , 7 (5), 412-439.
- Li, Haiyany and Kwaku Atuahene, (2001). Product Innovation Strategy And The Performance Of New Technology Ventures In China. *Academy of Management Journal* . 44 (6), 1123-1134.
- Naceur, Jabanoun , (2005). Customized Measure Of Service Quality In The UAE. *Journal Of Managing Service Quality*, 5 (4), 347-388.
- Parasuraman, A. Berry, and L. Zeithmal, (1985). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

- Pont, Marcin and Robin Shaw,(2003). Measuring Marketing Performance: A Critique Of Empirical Literature. *Conference Proceedings Adelaide 1-3 December, Deakin University*, 5-23.
- Stanton,W. J.,(1999). Fundamentals Of Marketing: The Marketing Of Services. *Butterworth Heinemann Ltd.* 6-70.
- Yahya, Melhem, (2003). Employee-Customer Relationships: An Investigation Into The Impact Of Customer-Contact Employees Capabilities On Customer Satisfaction In Jordan Banking Sector. *PhD Thesis, Nottingham University*, 2-40.

The Relation between Quality Level of Banking Services and Marketing Performance Indicators: An Applied Study of a Sample of Saudi Banks Operating in Qassim Region

Sulieman A. I. Alboossir

*Associate Professor, Department of Business Administration
College of Business and Economics, Qassim University
Saudi Arabia*

(Received 21/11/2012; accepted for publication 12/12/2012)

Abstract. This research aimed to determine the relationship between quality level of banking services and the marketing performance of Saudi banks in Qassim Region , using the descriptive analytical method, based on primary data collected through responses to questionnaires that were distributed to 300 individuals at all administrative levels. The results of the study showed that most officials within the Saudi banks in Qassim Region are of the view that banking services are fairly Weak, and that there are no differences among their views which can be related to the administrative level (senior management, middle management and supervisory management). The study also showed that availability of the physical tangible facilities ranks first, safety considerations come in second place, interest of the bank customer in third place, responding to client requests comes fourth, and finally the reliance of customers on their bank to get the service ranks fifth. Finally, the study findings proved that there is a statistical significant relationship among each of the speed in responding to customer requests (response dimension) and the customer's feeling of safety (security dimension) and the availability of the physical tangible facilities (physical dimension) and the attention of customers interests (empathy dimension) and the reliance of customer on the bank (reliability dimension) as independent variables and marketing performance indicators of the investigated Saudi banks as the dependent variable, and this differs from a variable to another.

Keywords: Service, Service Quality, Banking Services, Marketing, Performance.

(/) - () ()

تعمل المنظمات المعاصرة في بيئة تتسم بدرجة عالية من التنافسية، ولكي تتحقق هدفها الأساسية في البقاء والنمو والاستمرار، لابد لها من التعامل مع البيئة التنافسية تأثيراً وتأثيراً، وتعتبر نظم المعلومات الاستراتيجية أحد أهم الوسائل التي تمكن المنظمات المعاصرة من تحقيق النجاح وتقويه مركزها التنافسي.

ولعل نظم المعلومات الاستراتيجية تحظى باهتمام كبير، كونها تمد المديرين متخذي القرارات بالمعلومات الاستراتيجية المهمة التي تحدد فاعليتهم ودورهم في إنجاح منظماتهم. ليس هناك من شك في أن فاعالية المديرين تحدث تغييرات إيجابية في الأهداف، والعمليات، والمنتجات والخدمات، والعلاقات البيئية لتحقيق النجاح. وباعتبار أن نظم المعلومات الاستراتيجية من الإبداعات الحديثة في مجال نظم المعلومات الإدارية، وتسعى معظم المنظمات لامتلاكها والإفادة من ميزاتها لتحقيق النجاحات المتواالية، فإن فاعلية المديرين الشخصية والإدارية والظاهرة، تزداد وتأثر إيجاباً. لذا جاءت هذه الدراسة لمحاولة إلقاء الضوء على قضية مهمة وحديثة في أدبيات الإدارة العربية بشكل عام والأردنية بشكل خاص، وهي تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية.

إن أسس النجاح التقليدية المعتمدة على الموارد الملموسة مثل الأصول المادية، وتتوفر رأس المال، لا تحدد بشكل نهائي فرص النجاح، والقدرات التنافسية في عصر المعلومات والمعرفة، لذا فالمعلومات كأحد أهم موارد المنظمات غير ملموسة والتي يحسن إعدادها واستغلالها وتوزيعها تدعم فاعلية المديرين بجوانبها المختلفة (الإدارية، الشخصية، الظاهرة) الأمر الذي يتترجم بنوعية استجابة وتعامل المنظمات مع بيئتها

التنافسية ، من هنا تكمن مشكلة الدراسة في عدم إدراك الباحث لمستوى توافر عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية في شركات الاتصالات الأردنية وأثرها في فاعلية المديرين في هذه الشركات. لذا تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية :

- ١ - ما هي تصورات المبحوثين لمستوى تطبيق نظم المعلومات الاستراتيجية في شركات الاتصالات الأردنية ؟
- ٢ - ما هي تصورات المبحوثين لمستوى فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية ؟

وترتيباً على ما سبق فإن مشكلة الدراسة يمكن تلخيصها في السؤال الرئيس التالي : ما أثر نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين في شركة الاتصالات الأردنية ؟

تبعد أهمية الدراسة من حيوية وحداثة موضوعها ، والتي تتناول تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين ، كما يستمد البحث أهميته من خلال مساهمه العملية والعلمية ، فعلى المستوى العملي نجد أن المنظمات التي تستخدم تطبيقات نظم المعلومات الاستراتيجية بحاجة إلى نشر الوعي بين المديرين بهذه التطبيقات ودورها في زيادة فاعليةهم في إنجاح منظماتهم. أما على المستوى العلمي فإن أهمية هذه الدراسة تنبع من خلال محاولة ربط الأفكار النظرية للدراسات الإدارية المتخصصة بعلم الاستراتيجية ونظم المعلومات الاستراتيجية مع فاعلية المديرين بالواقع العلمي ، والتعرف على الفجوة _ إن وجدت _ وتقديم التوصيات بهذا الصدد إلى المعنيين في قطاع الاتصالات الأردنية.

تهدف الدراسة إلى محاولة تحليل مدى تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية. وينشئ من هذا المهد الأهداف الفرعية التالية :

- ١ - تقديم إطار نظري لما يتعلّق بموضوع نظم المعلومات الاستراتيجية، وموضوع فاعلية المديرين.
- ٢ - التعرّف على مستوى فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية.
- ٣ - التعرّف على مدى تطبيق نظم المعلومات الاستراتيجية في شركات الاتصالات الأردنية.

: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

لمدخلات نظم المعلومات الاستراتيجية (البيئة الداخلية والخارجية) في فاعلية المديرين (الإدارية، والشخصية، والظاهرية) في شركات الاتصالات الأردنية.

: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

لعمليات نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين (الإدارية، والشخصية، والظاهرية) في شركات الاتصالات الأردنية.

: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

لخصائص مخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية (دقة المعلومات وكميتها وتوقيتها والكلفة/ العائد وموثوقيتها) في فاعلية المديرين (الإدارية، والشخصية، والظاهرية) في شركات الاتصالات الأردنية.

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في شركات مجموعة الاتصالات الأردنية من جميع المستويات الإدارية العليا والوسطى والدنيا. وهذه الشركات هي: (الاتصالات الأردنية للهواتف الثابتة، وشركة موبايلكم، وأي دينشن لتقنيات المعلومات، ونادورو خدمات الإنترنت)، حيث بلغ عددهم (٤١٣٤) موظفاً وموظفةً، وتم الرجوع إلى الإحصاءات الصادرة عن ديوان كل شركة من الشركات المبحوثة للتأكد من مطابقة أعداد العاملين فيها. والجدول رقم (١) يوضح ذلك.

() .

٤٤٥	%٨٨.٦٠٦	٣٦٦٣	()
٥٠	%١٠٠٣٨	٤١٥	()
٢	%٠.٥٣٢	٢٢	()
٣	%٠.٨٢٢	٣٤	()
٥٠٠	%١٠٠	٤١٣٤	

تم اختيار عينة طبقية عشوائية بنسبة تتلاءم مع نسبة كل طبقة من إجمالي مجتمع الدراسة، كما هو موضح في الجدول رقم (١)، حيث قام الباحث بتوزيع (٥٠٠) استبانة، استعاد منها (٤٥٤)، تم استبعاد (١٥) استبانة لوجود معلومات

ناقصة وأخطاء في التعبئة، وبهذا تبقى (٤٣٩) صالحة للتحليل، أي ما نسبته (٪٨٧,٨) من العينة، وهي نسبة مقبولة إحصائيا لغايات تعميم نتائج الدراسة. والمجدول رقم (٢) يوضح خصائص عينة الدراسة.

() .

%			
,			
,			
,			
,			
,		-	
,		-	
,			
,			
,			
,			
,			
,			
,			
,			
,		-	
,		-	
,		-	
,			
-	-	()	
,		()	
,		()	
,		()	

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، والأدوات المستخدمة في دراسة كل من (الغويري، ٢٠٠٤؛ القطارنة، ٢٠٠٦؛ التوبيجر، ٢٠٠٣)، وبعد إجراء التعديلات بعض الفقرات وإضافة فقرات جديدة، تم تطوير استبانة مكونة من (٥٥) فقرة، مقسمة إلى (٣) أجزاء رئيسية هي:

- الجزء الأول: وتمثله الفقرات (١ - ٥) وتشتمل على معلومات ذاتية عن المبحوثين كالنوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة العملية والمستوى الوظيفي.

- الجزء الثاني: ويكون من (٣) أبعاد تمثل المتغير المستقل نظم المعلومات الاستراتيجية كما يلي: المدخلات (٦ - ١٥)، العمليات (١٦ - ٢٤)، المخرجات (٢٥ - ٣٤).

- الجزء الثالث: ويقيس مستوى فاعلية المديرين من خلال (٣) مجالات كما يلي: الفاعلية الإدارية (٣٥ - ٤٠)، الفاعلية الشخصية (٤١ - ٤٦)، الفاعلية الظاهرة (٤٧ - ٥٢).

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي؛ بحيث يعكس مدى توافر مكونات نظم المعلومات الاستراتيجية وأبعاد فاعلية المديرين، بحيث تعكس بدرجة كبيرة جداً (٥) علامات، وبدرجة كبيرة (٤) علامات، بدرجة متوسطة (٣) علامات، بدرجة قليلة (٢) علامتين، وبدرجة قليلة جداً (١) علامة واحدة.

تم عرض الاستبيان على خمسة محكمين من أعضاء الهيئة التدريسية في قسم الإدارة العامة/ جامعة مؤتة للتحقق من صدق محتواها، حيث تم اقتراح بعض

التعديلات عليها، وقد قام الباحث أيضاً بإجراء دراسة اختبارية لعينة مكونة من (٢٠) فرداً من أفراد مجتمع الدراسة للتعرف على درجة وضوح الاستبيان وفهمه، حيث تم في ضوء ذلك إعادة صياغة بعض فقراته، وقد تم استخراج معامل كرونباخ ألفا للاتساق الداخلي لكافة مجالات الدراسة، كما هو مبين في الجدول رقم (٣).

() .

,	.	.	,		.
,	.	.	,		.
,	.	.	,		.

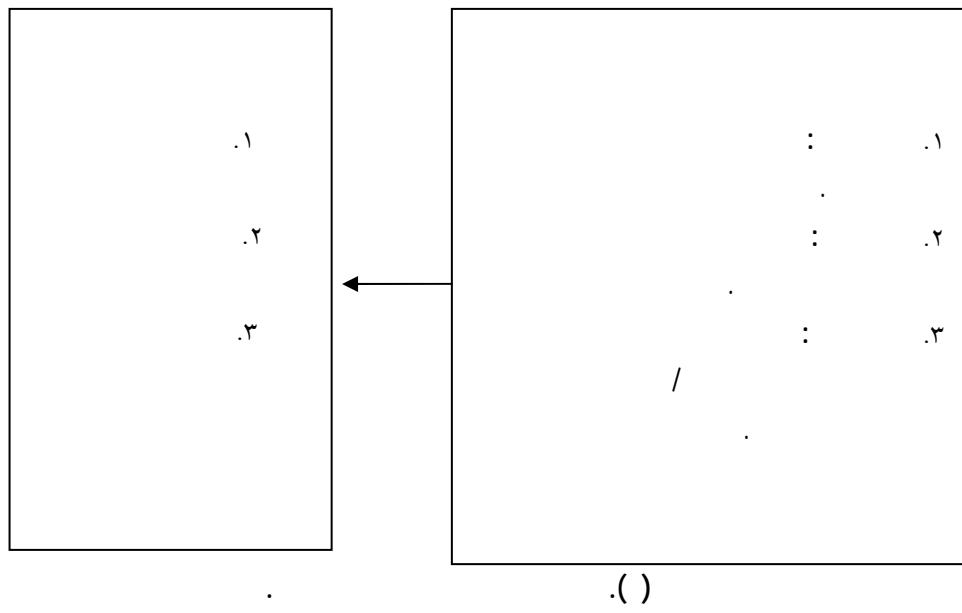
تم الحصول على معلومات الدراسة المتعلقة بالجانب النظري من الكتب والرسائل الجامعية والمراجع والدوريات، وذلك لتغطية الجانب النظري من البحث، أما الجانب الميداني فقد تم تطوير استبيان لجمع المعلومات والبيانات.

تم استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures) الوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابة على أسئلة الدراسة، كما تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لاستخراج خصائص عينة الدراسة. أما تحليل الانحدار

المتعدد، فقد تم استخدامه لتحليل أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع، كما تم استخدام اختبار (F) واختبار (T) لاختبار الفرضيات، وتم أيضاً استخدام تحليل الانحدار المتعدد التدرججي Step Wise Multiple Regression لمعرفة أكثر المتغيرات المستقلة تأثيراً في المتغير التابع.

- نظم المعلومات الاستراتيجية: نظام حاسوبي في أي مستوى تنظيمي يكون قادرًا على تغيير الأهداف أو العمليات أو المنتجات أو الخدمات أو العلاقات البيئية لتمكين المنظمة من الحصول على تقدم تنافسي، وذلك من خلال نشاطاته الرئيسية المتمثلة في :
- المدخلات : وتمثل في البيانات التي يحصل عليها نظام المعلومات من البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة لإنتاج المعلومات التي تستلزم نشاطات المنظمة وقراراتها الاستراتيجية.
- العمليات : ويقصد بها كافة الأنشطة التي تتم على مدخلات النظام ، بهدف تحويل تلك المدخلات إلى مخرجات (معلومات استراتيجية).
- المخرجات : وهي مجموعة المعلومات التي تحصل عليها من النظام والتي تكون في سياق منظم ذات معنى يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرار.
- فاعلية المديرين : وهي تلك الحالة التي يصل عندها المديرون إلى درجة عالية من الفاعلية ، بحيث يحققون عندها أهدافهم الشخصية والتنتائج المتوقعة منهم بحكم المناصب التي يشغلونها ويظهرون فيها بصورة يبدو الواحد منهم فاعلاً. وتكون من الأبعاد الفرعية التالية :

- الفاعالية الإدارية : وهي الدرجة التي يحقق فيها المدير أهدافه الإدارية المرسومة الرسمية ، وغير الرسمية في شركته.
- الفاعالية الشخصية : وهي الدرجة التي يتمكن من خلالها المدير من تحقيق أهدافه على المستوى الشخصي في شركته.
- الفاعالية الظاهرية : وهي مؤشرات ممثلة بتصيرات وسلوكيات ظاهرة للعيان يقوم بها المدير ، ويمكن تفسيرها على أنها تساهم في فاعليته.



:

مع اتساع الدور الذي تقوم به نظم المعلومات في المنظمات على مر السنين، حيث إن أدوار نظم المعلومات في المنظمات قد تغيرت بشكل كبير، خاصة خلال العقود الأخيرة من القرن الماضي ، حتى أواخر السبعينيات ميلادي كان دور نظم المعلومات بسيطاً يقتصر على معالجة البيانات ومسك الدفاتر والمحاسبة التقليدية ، وغيرها من تطبيقات المعالجة الإلكترونية للبيانات (Electronic Data Processing) ، أضيف لها بعد ذلك دور آخر تجلّى بظهور نظم المعلومات الإدارية ، الذي ركز على تزويد رجال الإدارة بالتقارير المحددة مقدماً لتوفير المعلومات التي يحتاجونها لأغراض اتخاذ القرارات (Laudon and laudon, 2011).

بحلول عقد السبعينيات من القرن التاسع عشر ميلادي تبين عدم كفاية منتجات معلومات التقارير المحددة مقدماً لتلبية احتياجات متذبذبي القرارات ، فكان التطور يبروز نظم دعم القرارات (Decision Support Systems) ، والتي تمثل دورها في تزويد المديرين بدعم آني وتفاعلية لعمليات اتخاذ القرارات ، و بما يتوافق مع الأنماط المختلفة للمديرين في اتخاذ القرارات (Laudon and laudon, 2011).

أما عقد الثمانينيات من القرن التاسع عشر ميلادي فقد شهد تطويراً سريعاً لقدرات الحاسوبات الصغيرة وتقدماً في تطبيقات حزم البرمجيات وشبكات الاتصال عن بعد ، الأمر الذي أدى إلى ظهور ما يعرف بنظام حاسوب النهاي End User (Computing Systems) ، والتي مكّنت من استخدام موارد تطبيقات الحاسوب الآلي لإسناد متطلبات الأعمال للمستخدمين النهائيين ، بدلاً من انتظار الإسناد غير المباشر من أقسام خدمات المعلومات في المنظمة ، إلا أنه ظهر بوضوح أن العديد من المديرين

التنفيذيين في مستويات الإدارة العليا والوسطى لا يستخدمون التقارير الناتجة من نظم معلومات التقارير الإدارية، ولا القدرات التحليلية المتوافرة لهم في نظم دعم القرارات. وبالتالي ظهرت نظم معلومات المديرين التنفيذيين (Executive Information Systems)، حيث تعمل هذه النظم على توفير طريقة سهلة للتنفيذيين للحصول على المعلومات الدقيقة والحرجة التي يحتاجونها في الوقت والأسلوب الذي يفضلونه (Laudon and laudon, 2011).

وتلاحت تطورات نظم المعلومات في تطبيقات الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)، في مجالات الأعمال، وبالشكل الذي مكّن النظم الخبيرة (Expert Systems)، وغيرها من النظم القائمة على المعرفة (Knowledge Based Systems) من لعب أدوارٍ مهمة في نظم المعلومات، من خلال ما تقدمه للمديرين من المشورة والخبرات في جوانب محددة، وظهر أخيراً دور جديد لنظم المعلومات في عقد الثمانينات، واستمر في عقد التسعينات من القرن الماضي وما زال مستمراً إلى يومنا هذا، وهو الدور المتعلق باستخدام نظم المعلومات الاستراتيجية، حيث أصبحت المعلومات تمثل سلاحاً تنافسياً ومورداً استراتيجياً (الطائي و الخفاجي ، ٢٠٠٩). إن نظم المعلومات الاستراتيجية قد تطورت بشكل منهجي ومرسوم فقد أشار Hunger and Wheelen, 1997 إلى أن هناك أربع مراحل مميزة لتطور نظم المعلومات الاستراتيجية، وهذه المراحل هي :

- ١ - أن المنظمات تستخدم نظم المعلومات لتحسين كفاءة الأعمال الحالية من خلال ترتيب الزبائن وحصرهم، وهذه المرحلة مكّنت المنظمة من توفير الأموال، إلا أنها لم تكن قابلة للاستخدام في كسب الميزة التنافسية.

٢- أن المنظمات تسعى إلى تمييز نفسها عن منافسيها من خلال استخدام المعلومات لتقديم المنتجات / الخدمات الجديدة ، والتي يتم تسليمها إلكترونياً لزبائنها الحاليين.

٣- أن المنظمات تحاول بيع منتجات / الخدمات الجديدة المعتمدة على المعلومات الاستراتيجية إلى الزبائن الجدد.

٤- أن المنظمات تقوم بتطوير المنتجات / الخدمات الجديدة المبتكرة المعتمدة على المعلومات الاستراتيجية وبشكل مستمر.

هذا وتعددت التعريفات التي أطلقت على نظم المعلومات الاستراتيجية (SISs) Strategic Information Systems التي تدعم أو تشكل الاستراتيجية التنافسية لوحدات الأعمال". أما Laudon and Laudon, 2011 فقد عرفاها بأنها "نظام حاسوبي في أي مستوى تنظيمي يكون قادرًا على تغيير الأهداف أو العمليات أو المنتجات أو الخدمات أو العلاقات البيئية ، لتمكين المنظمة من الحصول على تقدم تنافسي". كما عرفت بأنها تلك النظم التي تعمل على تنفيذ استراتيجيات الأعمال باستخدام الحاسوب ، فضلاً عن كونها تلك النظم التي تطبق فيها موارد خدمات المعلومات لاستغلال فرص الأعمال الاستراتيجية بطريقة تكون فيها لنظم الحاسوب تأثير في منتجات المنظمة وعملياتها .(O'Brien, 2002)

الدور الاستراتيجي لنظم المعلومات The Strategic Role Of Information Systems

تساعد نظم المعلومات المديرين على وضع وتطوير سلاح استراتيجي يستخدم تكنولوجيا نظم المعلومات للحد من تحديات قوى المنافسة التي تواجه أي منظمة ، ومساندة وتطوير وتنفيذ استراتيجيات لتحقيق الميزات التنافسية. ومن أهم أدوار نظم

المعلومات الاستراتيجية والتي تساعد المنظمات في تحقيق الميزة التنافسية ما يلي (الزعبي، ٢٠٠٥؛ الصباغ، ٢٠٠٠؛ O'Brien, 2002) :

أ) تحسين الكفاءة التشغيلية (Improve Operational Efficiency)، وهي تأدية العمليات داخل المنظمة بأقل كلفة، وبأقصى جودة، وي يكن النظر إلى الكفاءة في اتجاهين: الأول هو الكفاءة الداخلية التي تتجلى داخل المنظمة من خلال عملياتها وأنشطتها المختلفة، والثاني هو الكفاءة ما بين المنظمة والموردين والعملاء، حيث ترتبط عملياتهم معاً ضمن شبكة من نظم المعلومات بحيث يزداد تأكيد المعلومات ودقتها بينهم، واقتصرار الوقت، وتقليل الكلفة، وبالتالي تتحقق الكفاءة وتعمل منافعها كافة الأطراف.

ب) تشجيع الإبداع في العمل (Promote Business Innovation)، وذلك من خلال مساهمة نظم المعلومات في تقديم خدمات/منتجات جديدة وفي تطوير مواصفاتها، وبالتالي يمكن أن يؤدي ذلك إلى خلق فرص أعمال جديدة أو تمكين المنظمة من التوسيع في الأسواق الجديدة أو في قطاعات جديدة من الأسواق القائمة فعلاً.

ج) بناء موارد معلومات استراتيجية (Built Strategic Information Recourses)، والذي يتحقق عندما تبني المنظمة الاستثمار في نظم المعلومات الاستراتيجية، إذ يفيد المنظمة في بناء موارد معلوماتية تمكّنها منأخذ فرص التقدّم الاستراتيجي، وتطوير خدمات وسلع جديدة، لأنّه يمكنها من توفير معلومات الإسناد للاستراتيجيات التنافسية للمنظمة والمعلومات عن عمليات وزبائن ومجهزي ومنافسي المنظمة، وغير ذلك من البيانات الاقتصادية والسكانية والتي ينظر إليها الآن كمورد استراتيجي، أي

أنه يستخدم لإسناد التخطيط الاستراتيجي والتسويق الاستراتيجي، وغير ذلك من الفعاليات الاستراتيجية.

Components Of (SISs) and Their Elements

ت تكون نظم المعلومات الاستراتيجية من مكونات استراتيجية تغطي البيئتين الداخلية والخارجية، على اعتبار أن النظام من خلال المخرجات المعلوماتية المتكاملة يحقق الغايات التي يسعى إليها، والتي من أهمها استخدامه كسلاح تنافسي من خلال تأثيره في البيئة الداخلية والخارجية. ويعتبر تكامل مكونات نظام المعلومات الاستراتيجي مطلباً مهماً، بحيث إنه كلما أزداد ارتباط وتكامل هذه المكونات ازدادت فاعلية النظام وقدرته على توفير المعلومات الاستراتيجية والتي تكفل للمنظمة تقدماً تنافسياً ضمن بيئتها المحيطة بها. وقد اعتمدت هذه الدراسة العناصر الأربعة التالية التي شكلت نقطة التقاء عند العديد من الكتاب والباحثين الإداريين، وهذه العناصر هي (الزعبي، ٢٠٠٥؛ الصباغ، ٢٠٠٥) :

- : تمثل مدخلات أي نظام في موارد ذلك النظام التي يحتاجها في عملياته لتحقيق أهدافه، وفيما يختص بنظام المعلومات الاستراتيجي، فإن مدخلاته تتضمن بيانات عن كل من البيئتين الداخلية (بيانات عن أنشطة المنظمة التسويقية والإنتاجية والموارد البشرية والتمويلية)، والخارجية (بيانات عن منافسي المنظمة، والعملاء، والسياسات الحكومية ذات الصلة بعمل المنظمة).

- : ويقصد بها كافة الأنشطة التي تتم على مدخلات النظام، بهدف تحويل تلك المدخلات (البيانات) إلى مخرجات (معلومات استراتيجية)، وقد تعدد آراء الكتاب والباحثين الإداريين حول طبيعة هذه العمليات. وقد اعتمدت

الدراسة على الأنشطة الرئيسية التالية بوصفها العمليات التي يتم من خلالها تحويل البيانات إلى معلومات وهذه الأنشطة هي :

أ) معالجة البيانات : وتتضمن تصفية البيانات بهدف استبعاد غير المفيد منها ، ثم فهرستها وتصنيفها وترتيبها ، بالشكل الذي يحول هذه البيانات إلى معلومات استراتيجية ذات قيمة ومعنى .

ب) تخزين المعلومات : فالمعلومات الناتجة كمخرجات ، قد تستخدم بصفة فورية من قبل المستفيدين ، أو تخزن إلى حين استرجاعها عند الحاجة إليها في عملية لاحقة ، مع الأخذ في الاعتبار أن الحاجة للمعلومات لا تنتهي بمجرد استخدامها مدة معينة ، لذا فإنه يتوجب هنا تخزينها بطريقة تمكننا من التعديل والتحديث عليها ، وكذلك الرجوع إليها وقت الحاجة بسهولة ويسر .

ج) استرجاع المعلومات : وهي التي تشير إلى توفير إمكانيات الاسترجاع الآلي للمعلومات المتراكمة والكبيرة الحجم ، وذلك وفقاً لمتطلبات المنظمة ، ومن المهم هنا عدم إغفال عامل التوقيت عند استرجاع المعلومات ، حتى لا تفقد هذه المعلومات الفائدة المرجوة منها ، إذا ما تأخرت عن توقيت الحاجة إليها .

- : تعتبر المعلومات الاستراتيجية مخرجات نظام المعلومات الاستراتيجي ، وتشير بشكل محدد إلى المدخلات (البيانات) بعد أن أجريت عليها عمليات (المعالجة والتخزين والاسترجاع) ، بحيث أصبحت لها دلالة معينة ، وقد تتخذ هذه المعلومات أشكالاً عديدة كالوثائق الورقية ، والاستجابات الصوتية التي توفر الرسائل الصوتية ، والاستثمارات والتقارير والقوائم والأشكال البيانية ، وما إلى ذلك . وما يجدر ذكره هنا الخصائص التي يجب أن تتصف بها هذه المعلومات ، وكون هذه الدراسة تختص تحديداً بالمعلومات الاستراتيجية فهنالك العديد من الخصائص التي

إن توافرت في بعض المعلومات فيمكن اعتبارها من المعلومات الاستراتيجية التي تمثل فيما يأتي (حيدر، ٢٠٠٢؛ النظاري، ١٩٩٠):

أ) دقة المعلومات والتي تتحدد من خلال انخفاض مستوى الغموض، وكذلك انخفاض مستوى الخطأ في هذه المخرجات، أي أنه بشكل عام يمكن تحديد دقتها من خلال صحتها وقلة التشويش عليها.

ب) كمية المعلومات: والتي قد تتحدد من خلال توافر كافة المعلومات التي تغطي جميع جوانب الحالة التي تجري معالجتها، بحيث تتسم بالشمولية في توفير المعلومات مع الأخذ بالاعتبار أن تغطي هذه المخرجات البيئتين الداخلية والخارجية.

ج) توقيت المعلومات: وهي توافر المعلومات في وقت الحاجة إليها لاتخاذ القرار تحديداً، فالمعلومات تفقد قيمتها بلا شك فيما لو تأخرت حتى ولو لفترة بسيطة عن موعد الحاجة إليها.

د) التكلفة/ العائد: والتي تشير إلى أن المعلومات التي يوفرها النظام توفر خدمات قيمة تبرر تكلفته، فلا بد أن يكون لتلك المعلومات قيمة مترتبة جراء استخدامها لأداء الأعمال الاستراتيجية.

هـ) موثوقية المعلومات: وتشير إلى ما إذا كانت المعلومات تعبر فعلاً عن مؤشرات حقيقة للأحداث التي تعني وتهم المستفيدين، وهل يشعر المستفيدون فعلاً بأنهم يمكن أن يقوموا بأعمالهم بالرجوع إلى المعلومات التي يقدمها لهم النظام، بحيث يولد لديهم الثقة بأهمية النظام وبصدق وشمول وكمال مخرجاته من المعلومات.

- : وتعلق بالمعلومات المرتدة عن النظام من البيئة

الداخلية أو الخارجية، أو الرقابة على النظام بحيث تكشف هذه المعلومات عن مدى تحقيق النظام لأهدافه التي صمم من أجلها، وفي حالة وجود خلل ما بالنظام فإن هذه

المعلومات تحدد موقعه سواءً أكان الخلل بدخلات النظام أم بعملياته التحويلية أم بمخرجاته، لكي يتم اتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة.

() :

تمثل فاعلية المنظمة أحد الموضوعات المهمة، في دراسة وتحليل أداء المنظمات وقدرتها على تحقيق أهدافها، حيث ارتبط مفهوم الفاعلية بكل ظاهرة إدارية، سعياً وراء فهم نجاح أو فشل المنظمات في تأديتها لأعمالها. لقد تعرض مفهوم الفاعلية إلى التفاوت في وجهات النظر الفكرية، من حيث تحديد معناها الشامل والدقيق. فقد عُرفت على أنها مدى قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها (حريم، ٢٠٠٣)، وينظر إليها بعضهم بأنها قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف طويلة وقصيرة الأجل، والتي تعكس موازين القوى للجهات ذات التأثير، ومصالح الجهات المعنية بالتصميم ومرحلة النمو أو التطور الذي يمر به التنظيم (القريوتي، ٢٠٠٠)، إلا أن هناك من يعتبر الفاعلية السبل الكفيلة باستخدام الموارد البشرية والمادية والمعلوماتية المتاحة، استخداماً قادراً على تحقيق الأهداف والتكيف والنمو والتطور (الشمام وكاظم، ٢٠٠٠).

وينظر للفاعلية من خلال الدرجة التي يتحقق عندها المدير النتائج المرتبطة بالمركز الذي يشغلة (Analoui, 1997)، والفاعلية الإدارية هي النتيجة التي يتحققها المدير والقياس الذي يدل على إنجازه للأهداف ومدى ما يتحققه من مخرجات، وترتبط فاعلية المدير بقدرته على اختيار الأهداف المناسبة، وصياغتها بحيث تكون قابلة للقياس، والعمل على تحديد الأنشطة المطلوبة لتحقيق هذه الأهداف، ويساعد المدير في الوصول إلى درجة عالية من الفاعلية قدرته على تحديد الأشياء الصحيحة في العمل ثم إنجازها (الشيخ، ١٩٩٧).

والفعالية أبعد من أن تتحقق ب مجرد توافر صفات ومهارات معينة لدى المديرين ، إلا أن توافر هذه الصفات إلى جانب قدرات وقيم المديرين ، قد يشكل الأساس الذي ينطلق منه المدير نحو تحقيق الفاعلية . ويلعب الموقف الإداري بعناصره المختلفة (الرؤساء ، المسؤولين ، الزملاء ، طبيعة العمل ، المتطلبات التي تليها طبيعة المنصب) تأثيراً واضحاً في مساعدة المدير على تحقيق أهدافه والوصول إلى درجة عالية من الفعالية (الهواري ، ٢٠٠٠).

وليس الفعالية حالة مطلقة تتحقق أو لا تتحقق ، لكنها حالة يمكن النظر إليها من خلال محور يتذبذب بين نقطتين ، يمثل أحد طرفيه الدرجة الأكثر فاعلية ، فيما يمثل الطرف الآخر الدرجة الأقل فاعلية ، ويتدرج المديرون على هذا المحور اقتراضاً وابتعاداً من هذين الطرفين (العديلي ، ١٩٩٥).

ويحدد (حريم ، ٢٠٠٣) ، نماذج فاعلية المنظمة من خلال : نموذج تحقيق الهدف ، ونموذج العمليات الداخلية ، ونموذج رضا الجماعات ، ونموذج فاعلية المديرين والفاعلية التنظيمية ، حيث تشير الفاعلية التنظيمية إلى قدرة المنظمة على تحقيق نتائج إيجابية وبدرجة عالية من الكفاءة ، وعلى قابلية المديرين في اختيار الأهداف والوسائل المناسبة لتحقيقها.

ت تكون فاعلية المديرين من شقين ؛ أولهما : شخصية تتعلق بكيفية إدارة المدير لذاته ، وثانيهما : إدارية تتحقق من خلال ممارسة المدير للإدارة بطريقة متميزة ، وإذا كانت الفاعلية الشخصية متطلباً أساسياً لتحقيق الفاعلية الإدارية فإنه من الضروري أن يختلف المدير عن الآخرين بطريقته الخاصة في الإدارة التي تقود للوصول إلى درجة

عالية من الفاعلية الإدارية. وهناك ثلاثة أنواع من الفاعلية هي : الفاعلية الشخصية ، الفاعلية الإدارية ، الفاعلية الظاهرة (المدهون والجزراوي ، ١٩٩٥).

() : ويستدل عليها من خلال تحقيق المدير لأهدافه الشخصية ، ويسمهم في وصول المدير لهذا النوع من الفاعلية توافر مجموعة من الصفات والمهارات من أهمها (الهواري ، ٢٠٠٠) :

١- القدرة في السيطرة على الذات ، وهذا يعني أن يكون المدير شخصاً إيجابياً ذا عقلية مفتوحة نحو الإنجاز وتحقيق الأهداف ، والبحث عن البديل ، والحلول المتعددة لمواجهة المشاكل ، ومحاولة التأثير في الآخرين.

٢- امتلاك الرؤية المستقبلية الواضحة والاتجاه نحو تحقيق الأهداف ، وجعل الآخرين يتحركون في هذا الاتجاه ، وتنمية وتشجيع التفكير الإبداعي ، والتحليل المنطقي للأشياء.

٣- الالتزام بالقيم والمبادئ ، والسعى لمارستها على أرض الواقع ، والاسترشاد بها كدليل في سبيل الوصول إلى الأهداف.

٤- التمتع بصحة جسمية وعقلية ونفسية جيدة تمكنه من القيام بمهامه وتحقيق أهدافه بفاعلية.

وتتطلب الفاعلية الشخصية التي يسميهما بعضهم إدارة الذات أن يكون المدير قادرًا على وضع الأهداف والتخطيط

وصنع القرار وتنظيم العمل في المنظمة (Labbha and Analoui, 1996). ويتحدث (Drucker, 1995) عن مهارات وقدرات يحتاجها المدير ليكون فاعلاً منها :

- ١ - الإدارة بالتجوال والتي تقتضي أن يتجوّل المدير داخل وخارج المنظمة، وعدم الانتظار في المكاتب وذلك لمواجهة التغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية والاطلاع عن كثب وأولاً بأول على سير العمل.
- ٢ - البحث عن المعلومات وتحمل مسؤولية متطلباتها، والتفكير الدائم في حاجة المديرين والعاملين إلى المعلومات وتأمين مصدرها.
- ٣ - التعلم : ويحتاج المدير لهذه المهارة من أجل تجديد معلوماته و المعارف ، لمواكبة التطورات والتغيرات في كافة المجالات ، وتعد التغذية الراجعة من المبادئ الهامة في عملية التعلم والتي عن طريقها يمكن تحديد مناطق القوة والضعف والإفادة منها ، ولتقاوم المعرفة مع مرور الزمن وال الحاجة لراجعتها من حين آخر فإن ذلك يتطلب أن تكون عملية التعلم عملية مستمرة.
- ٤ - ترتيب الأولويات : فوجود أولوية واضحة من الأمور الضرورية لوصول المدير إلى درجة عالية من الفاعلية ، ذلك أن انهماك المدير في أعمال مختلفة ومتفرقة في نفس الوقت ، واعتقاده بأن الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها واضحة ، مما يجعله يتبع عن مناقشتها مع الآخرين (كالزملاء والرؤساء والمرؤوسين) إضافة إلى عدم إخبارهم بأولوياته ، كل ذلك من الممكن أن ينعكس سلباً على درجة فاعليته .

(إن الفاعلية الإدارية مسألة مقرونة بتحقيق النتائج والمخرجات التي ينجزها المدير ، بحكم المنصب الذي يشغله ، وذلك من خلال ممارسته لسلوكيات تؤدي به إلى تحقيق أهدافه وأهداف التنظيم ، مع التأكيد على الإنجاز الفعلي لا على السلوك ، ويجري الحديث عن ضرورة توافر مجموعة من القدرات والمهارات التي تساعده على وصول المدير إلى درجة عالية من الفاعلية الإدارية منها) (الهواري ، ٢٠٠٠ :

١ - الاهتمام بالإنجاز ، والتفكير بتحقيق النتائج المتوقعة من المنصب الذي يشغله المدير ، وذلك بالبحث عن كيفية ربط حاجات الأفراد ورغباتهم بمتطلبات العمل .

٢ - الطريقة المتميزة في الإدارة ، حيث إن الفاعلية مرتبطة بتحقيق النتائج ، والتي لا تقع على عاتق المدير وحده بل هي مسؤولية الجميع ، لذلك ينبغي أن تكون طريقة المدير ومنهجه في الإدارة طريقة متميزة تعتمد على تحقيق النتائج من خلال الآخرين ، وتشجيع العمل بروح الفريق ، وإشراك المؤرّوسين في وضع أهداف المنظمة وحل مشاكلها ، وتعزيز الرقابة الذاتية وتشجيع الإبداع .

٣ - التفكير بشكل منطقي ووفق منهجية إبداعية ، تقوم على مشاركة الآخرين في صنع واتخاذ القرارات بشكل حقيقي وصولاً إلى قرارات رشيدة قابلة للتطبيق ، والعمل على تحقيق أهداف الأفراد وأهداف التنظيم من خلال إشراك المؤرّوسين لتحقيق أفضل النتائج . ويأتي دور المدير بإعطاء أهمية لأهداف كل منصب إداري في المنظمة ، والتأكد من عدم التعارض فيما بينها ، واستغلال الفرص التي تتطلب المبادأة والابتكار ، والتركيز على الأهداف الرئيسة ، وعدم تشتيت الجهد .

٤ - النظر للتنظيم على أنه نظام للتعاون ، العلاقات والاتصالات فيه عضوية وليس رئيسية ، تسوده روح الفريق والصراحة والمصلحة المتبادلة بين الأفراد من جهة والتنظيم من الجهة الأخرى . وعلاوة على ذلك فإن المدير الأكثر فاعلية مدير يؤمن بأن الالتزام أفضل طرق التحفيز مقارنة مع الحوافر المادية مثلاً ، كما يؤمن بالرقابة الذاتية لتحقيق الهدف الملزّم به ، الأمر الذي يساعد على الاحترام المتبادل بين الأفراد وتشجيع الابتكار والأداء الجيد .

وتحقق الفاعلية الإدارية من خلال فهم السلوك الإنساني والتنظيمي في المنظمة، الناجم عن تفاعل المتغيرات الإنسانية مع المتغيرات التنظيمية، الأمر الذي يسهم في إنجاز الأهداف المشتركة والمرغوبة للأفراد والمنظمة (العديلى، ١٩٩٥). ويأتي الاحتراف المهني كأحد العوامل التي تساعد في تحقيق المدير لفاعليته، ويدل الاحتراف على مستوى الكفاءة في إدارة الأفراد في العمل، وينتج من تكامل المعرفة والمهارات والاتجاهات السلوكية المستمدة من نظام التعليم والخبرات الحياتية (النوري، ١٩٩٩). كما يلعب المناخ الذي يخلقه المدير في المنظمة عاملًا مؤثراً في وصوله إلى درجة عالية من الفاعلية، خصوصاً إذا لازم ذلك تفاعل عاليٍ من الأعضاء، وتوجه إيجابي مرتفع، والتزام بالأهداف بشكل ذاتي من قبل الجميع (الهوارى، ٢٠٠٠).

() : يمارس المدير الأكثر فاعلية مجموعة من السلوكيات،

تفسر على أنها تسهم في وصوله إلى الفاعلية الظاهرة، ومن هذه السلوكيات التزام المدير بمواعيد وأوقات الدوام الرسمي، والسرعة في اتخاذ القرارات، والقدرة على الاتصال الجيد، والتعبير عن الأفكار بوضوح (المدهون والجزراوى، ١٩٩٥).

:

لقد أجرى العمرات (٢٠١٠) دراسة هدفت إلى التعرف على درجة فاعلية أداء مديري المدارس في مديرية التربية البتراء من وجهة نظر المعلمين فيها. لتحقيق هدف الدراسة تم تطوير أداة مكونة من (٥٠) فقرة موزعة على ستة مجالات، كما تم التأكد من صدق الأداة وثباتها، وطبقت الأداة على عينة عشوائية مكونة من (٢٣٦) معلماً ومعلمةً من معلمي المدارس الحكومية في تربية البتراء، وقد بينت النتائج أن درجة فاعلية أداء

مديري المدارس من وجهة نظر المعلمين كانت عالية بوجه عام، وأن درجة فاعلية مجال توظيف التكنولوجيا، والمناخ المدرسي، والتخطيط كانت كبيرة، في حين أن درجة فاعلية الأداء في مجالات الاختبارات المدرسية، والتحصيل الدراسي، والقيادة، كانت متوسطة.

أجرى (الزعبي ، ٢٠٠٩)، دراسة هدفت إلى التعرف على واقع عملية تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في الجامعات الأردنية، وكذلك الكشف عن مستوى ودرجة عدم التأكيد البيئي الذي تواجهه هذه الجامعات، وما هو أثر عدم التأكيد البيئي على فاعلية تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية ، وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن الجامعات الأردنية ما تزال بحاجة إلى بذل مزيد من الجهد حتى تتكامل لديها مداخل تكنولوجيا المعلومات مع المداخل الإدارية والأكاديمية. ولوحظ وجود مستويات مرتفعة من عدم التأكيد البيئي التي تواجه الجامعات الأردنية ؛ لوجود مستويات متباعدة من التنوع والتعقيد، وكذلك وجود ممارسة لعملية تخطيط لنظم المعلومات الاستراتيجية من قبل الإدارة العليا في الجامعات الأردنية، لتحديد احتياجاتها من هذه النظم.

وأجرى (الخفرة ، ٢٠٠٥) دراسة هدفت إلى التعرف على أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على فاعلية القرارات الإدارية في الوزارات في السعودية، واستخدم الباحث مؤشرات (استخدام الحاسوبات ، البرمجيات ، استخدام نظم الاتصالات الحديثة) في قياس استخدام تكنولوجيا المعلومات. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات أدى إلى الإسهام في تحقيق الأهداف المراد إنجازها مثل : تسريع إنجاز المعاملات ، الاستخدام الأمثل للمواد المتاحة. وتوصلت الدراسة إلى

أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وفاعلية القرارات.

وفي دراسة (التسوiger، ٢٠٠٣) التي هدفت إلى معرفة أثر القيم الشخصية والتنظيمية في فاعلية المديرين في الوزارات الأردنية، حيث تم تصميم وتطوير استبانة لغرض جمع البيانات وتوزيعها على أفراد العينة البالغ عددهم (٤١٨) مديراً، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: وجود تصورات عالية لدى أفراد عينة الدراسة عن مستوى فاعليتهم، ووجود أثر للقيم الاجتماعية، والفكيرية في فاعلية المديرين، ووجود أثر لقيم الفريق، والاهتمام بالموظفين، والعدالة، والإبداع، والثقة في فاعلية المديرين. كما أوصت الدراسة بضرورة قيام الوزارات بتعزيز القيم الاجتماعية والفكيرية، وقيم الفريق والاهتمام بالموظفين، والعدالة والإبداع والثقة لأثرها في فاعلية المديرين.

:

أجرى (Newkirk and Lederer, 2008)، دراسة هدفت إلى تحري أثر التغيير في بيئة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات من خلال أفق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية، وأثر ذلك في التوافق بين استراتيجية نظم المعلومات واستراتيجية المنظمة، واتبعت الدراسة منهجية ميدانية تطبيقية لاختبار فرضيات الدراسة حيث تكون مجتمع الدراسة من الشركات الأمريكية، وكانت عينة الدراسة من المديرين التنفيذيين لنظم المعلومات. توصلت الدراسة إلى أنه كلما كانت التغييرات في بيئة الأعمال كبيرة سبب ذلك زيادة أخذ تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية، وأن زيادة أفق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية سيؤدي إلى فاعلية مراحل تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية، حيث

أفاد الباحث من هذه الدراسة في كيفية تناول تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية وفعاليته.

أما دراسة (Ismail and Raja, 2007) فقد هدفت إلى البحث عن أثر ميزات ومحددات تطبيق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في الجامعات العامة الماليزية. وتوصلت الدراسة إلى أن حالة تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في الجامعات العامة الماليزية تسير جنباً إلى جنب مع الاستراتيجيات الحكومية، مما يدفع نحو تطبيق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية بشكل فعال. وأن الجامعات الماليزية ما تزال تحتاج إلى المزيد من التكامل بين تكنولوجيا المعلومات والمدخل الإدارية والتعليمية، وأن المشاركة ودعم الإدارة العليا ضرورة لنجاح تطبيق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية، وأفاد الباحث من هذه الدراسة في كيفية تناول بيئة الجامعات عند التخطيط لنظم المعلومات الاستراتيجية.

وأجرى (Newkrik and Lederer, 2006) دراسة هدفت إلى فحص تأثير مراحل تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية على نجاح تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في ظل مستويين من درجات التأكيد البيئي، تكون مجتمع الدراسة من الشركات الأمريكية والعينة من المديرين التنفيذيين لنظم المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن مرحلة صياغة الاستراتيجية تؤدي إلى فاعلية التخطيط عند درجات مرتفعة من عدم التأكيد البيئي، وأن مرحلة الوعي الاستراتيجي تؤدي إلى فاعلية التخطيط عند درجات منخفضة من عدم التأكيد البيئي، وأشار الباحثان إلى كيفية تناول مراحل تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية وأثره في فاعليته بالاعتماد على درجتين من عدم التأكيد (مرتفع، منخفض).

كما قام (Chi, et. al. 2005) بدراسة هدفت إلى بيان دور التقييم البيئي في زيادة تحقيق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية لأهدافها. حيث قاست الدراسة أثر خصائص تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في التقييم البيئي وأثره في نجاح تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية. تكون مجتمع الدراسة من شركات أمريكية اختيرت بشكل عشوائي ، وتمثلت عينة الدراسة من المديرين التنفيذيين لنظم المعلومات. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك أثراً واضحاً لإجراء تحليل ومسح بيئي على تحقيق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية لأهدافها ، وأكملت على ضرورة أن يكون أفق تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية للمنظمة بعيد الأمد ليعزز من نجاح نظم المعلومات الاستراتيجية.

دراسة (Kumar and Paves, 2001) التي أوضحت أن استخدام الإدارة العليا لنظم المعلومات يسهم في توفير المعلومات اللازمة للمدراء التنفيذيين ، بغية عملية اتخاذ القرارات ، ولا سيما في إطار العولمة وانتشار الشركات بفروعها المختلفة في أنحاء العالم ، إذ إن الحاجة أصبحت أكثر إلحاحاً من قبل للمعلومات الداخلية المتوافرة في قاعدة البيانات ، وكذلك الحاجة إلى المعلومات الخارجية حول البيئة التنافسية والفرص الاستثمارية والتهديدات التي يواجهها نشاط الأعمال ، وكذلك ظهرت الحاجة إلى المعلومات المبنية على الحاسوب الآلي. وقد دلت النتائج التي تخصمت عنها الدراسة على ما يلي : التأكيد على أهمية نظم المعلومات وتوفيرها للإدارة العليا في عملية اتخاذ القرارات ، إبراز أهمية نظم المعلومات التي تطلبها الشركات العالمية والشركات متعددة الجنسيات ، التأكيد على أهمية تنظيم المعلومات التي يتم بها تغطية احتياجات المدراء التنفيذيين من المعلومات المحلية والعالمية.

ما هي تصورات المبحوثين لمستوى تطبيق نظم

المعلومات الاستراتيجية في شركات الاتصالات الأردنية؟

() .

	,	,	,		-
	,	,	,		-
	,	,	,		-
-	,	,	,		-
	,	,	,		-
	,	,	,		-
-	,	,	,		-

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول رقم (٤) إلى أن تصورات المبحوثين لفقرات أبعاد المتغير المستقل (نظم المعلومات الاستراتيجية) قد جاءت مرتفعة بمتوسط حسابي (٣.٩٣)، وانحراف معياري (٠.٦٣٩)، حيث جاء بعد المدخلات في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤.٠٤)، تلاه بعد العمليات بمتوسط حسابي (٣.٩٥)، وجاء أخيراً بعد المخرجات (٣.٨١)، كما أن جميع قيم معاملات الانحراف المعياري المذكورة

تُعدّ مقبولة بشكل عام. وما سبق يتبيّن أن مستوى تطبيق نظم المعلومات الاستراتيجية بدرجة مرتفعة تمكنها من الإلقاء منها في تدعيم فاعلية المديرين ، وتفق هذه النتيجة مع دراسة العمرات (٢٠١٠) ، حول ممارسة عملية التخطيط لنظم المعلومات الاستراتيجية .
ما هي تصورات المبحوثين لمستوى فاعلية المديرين في

شركات الاتصالات الأردنية ؟

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول (٤) إلى أن المتوسط الحسابي العام لتصورات المبحوثين نحو مستوى فاعلية المديرين قد جاء مرتفعاً ، وقد بلغ (٣.٥٧)، وانحراف معياري (٠.٧٩٢) ، حيث احتلُّ بعد الفاعلية الشخصية المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣.٥٨) ، وانحراف معياري (٠.٩١١) ، تلاهُ بعد الفاعلية الظاهرية بمتوسط حسابي (٣.٥٧) ، وانحراف معياري (٠.٨٩٤) ، وجاء أخيراً بعد الفاعلية الإدارية بمتوسط حسابي (٣.٥٣) ، وانحراف معياري (٠.٨٧١) ، ويستدل من النتائج أعلاه على توافر مستوى مرتفع من فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية وفقاً لتصورات المبحوثين ، وتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من العمرات (٢٠١٠) والتويجر (٢٠٠٣) حول فاعلية توظيف تقنية المعلومات.

للتأكد من عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة (Multicollinearity) قام الباحث بإجراء معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor- VIF) ، واختبار التباين المسموح به "Tolerance" لكل متغير من المتغيرات المستقلة ، والقاعدة أنه إذا كان معامل تضخم التباين (VIF) للمتغير لا يتجاوز (١٠) وكانت قيمة التباين المسموح به أقل من (٠.٠٥) فإنه يمكن القول بأن هذا المتغير له ارتباط عالٍ مع متغيرات مستقلة أخرى ، وبالتالي سيؤدي إلى حدوث مشكلة في تحليل الانحدار. وقد تم الاعتماد على

هذه القاعدة لاختبار الارتباط (Multicollinearity) بين المتغيرات المستقلة. وكما يشير الجدول رقم (٥) الذي يحتوي على المتغيرات المستقلة وقيمة معامل تصخم التباين (VIF) والتباين المسموح به (Tolerance) لكل متغير، نلاحظ أن قيمة (VIF) لجميع المتغيرات كانت أقل من (١٠) وتتراوح بين (٢.٢١٦-١.٣١٤) كما نلاحظ أن قيمة التباين المسموح به لجميع المتغيرات كانت أكبر من (٠.٠٥٥) وتتراوح بين (٠.٣١٣-٠.٥٦١) ولذلك يمكن القول بأنه لا يوجد ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة.

() .

Skewness	(VIF)	Tolerance	
,	,	,	
,	,	,	
,	,	,	
,	,	,	
,	,	,	
,	,	,	
,	,	,	
,	,	,	
,	,	,	/
,	,	,	

ومن أجل التحقق من افتراض التوزيع الطبيعي (Normal Distribution) للبيانات فقد تم الاستناد إلى احتساب قيمة معامل الانتواء (Skewness) للمتغيرات ، وكما يشير الجدول رقم (٥) فإن قيمة معامل الانتواء لجميع متغيرات الدراسة كانت أقل من (١)

ولذلك يمكن القول بأن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي. وسيتم التأكد من صلاحية النموذج لكل فرضية على حدة.

(Analysis Of variance)

.()

		R2	F	F
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*
		*	*	*

$(\alpha \leq 0.05)$

يوضح الجدول (٦) صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة، فبالنسبة للفرضية الأولى يتبيّن ارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية على مستوى دلالة (≤ 0.05)، حيث إن مدخلات نظم المعلومات الاستراتيجية تفسّر (٣٦٠.٣٪) من التباين في (فاعلية المديرين)، حيث تفسّر (٤٠.١٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الإدارية) كبعد من أبعاد فاعلية المديرين، وتحسب أيضًا (٥٠.٢٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الشخصية) كبعد من أبعاد فاعلية المديرين، وأخيراً فسرت نظم المعلومات الاستراتيجية (٤٩.٩٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الظاهرية) كبعد من أبعاد فاعلية المديرين.

كما يبيّن الجدول صلاحية نموذج اختبار فرضية الدراسة الثانية، ونظراً لارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية على مستوى دلالة (≤ 0.05)، حيث إن عمليات نظم المعلومات الاستراتيجية تفسّر (٥٨.٢٪) من التباين في (فاعلية المديرين)، كما تفسّر (٣٦.٩٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الإدارية) كبعد من أبعاد فاعلية المديرين، وتحسب أيضًا (٥٩.٧٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الشخصية) كبعد من أبعاد فاعلية المديرين، وأخيراً فسرت (٤٠.٩٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الظاهرية) كبعد من أبعاد فاعلية المديرين.

كما يبيّن الجدول صلاحية نموذج اختبار فرضية الدراسة الثالثة، ونظراً لارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية على مستوى دلالة (≤ 0.05)، حيث إن مخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية تفسّر (٥٢٪) من التباين في (فاعلية المديرين)، كما تفسّر (٤٧.٢٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الإدارية) كبعد من أبعاد فاعلية المديرين، وتحسب أيضًا (٤٦.٨٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الشخصية) كبعد من

أبعاد فاعلية المديرين ، وأخيراً فسرت نظم المعلومات الاستراتيجية (٤١.٩٪) من التباين في بُعد (الفاعلية الظاهرة) كبعد من أبعاد فاعلية المديرين.

$(\alpha \leq 0.05)$

:

() ()
() ()

() .()
() ()

					*T
	(Beta=0.350) (${}^*t= 7.665$)	(Beta=0.234) (${}^*t= 4.038$)	(Beta=0.413) (${}^*t= 6.606$)	(Beta=0.356) (${}^*t= 6.442$)	0.000
	(Beta=0.215) (${}^*t= 4.816$)	(Beta=0.229) (${}^*t= 3.860$)	(Beta=0.192) (${}^*t= 3.499$)	(Beta=0.111) (${}^*t= 2.640$)	0.000

$(\alpha \leq 0.05)$

يتضح من الجدول (٧)، ومن متابعة قيم اختبار (t) أن بعديّ (البيئة الداخلية والخارجية) لمدخلات نظم المعلومات الاستراتيجية لها تأثير في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية، وذلك استناداً إلى قيم (t) المحسوبة، وهي قيم معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). وما سبق يقتضي ما يلي : رفض الفرضية الصفرية واستبدالها بالفرضية التالية : يوجد أثر مهم ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

لدخلات نظم المعلومات الاستراتيجية (البيئة الداخلية والخارجية) في فاعلية المديرين الإدارية، والشخصية، والظاهرية) في قطاع الاتصالات الأردنية.

وعند إجراء تحليل الانحدار المتعدد التدرجي (Stepwise Multiple Regression) لتحديد أهمية كل متغير مستقل على حدة في الإسهام في النموذج الرياضي، الذي يمثل أثر مدخلات نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية، يتضح من الجدول (٨) والذي يبيّن ترتيب دخول المتغيرات المستقلة في معادلة الانحدار، فإن البيئة الداخلية قد احتلت المرتبة الأولى، وفسّرت ما مقداره (٥٠.٧٪) من التباين في المتغير التابع، ودخلأخيراً متغير البيئة الخارجية، حيث فسرَ مع البيئة الداخلية ما مقداره (٦٠.٣٪) من التباين في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية كمتغير تابع، وهذا يفسّر الدور الحيوي الذي تلعبه مدخلات البيانات من البيئة الداخلية والخارجية لنظم المعلومات الاستراتيجية في نجاح المديرين في أداء وظائفهم وتحقيق أهدافهم، وبالتالي زيادة فاعليتهم الإدارية والشخصية والظاهرية كأبعاد لفاعلية المديرين، وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع نتيجة مع دراسة الخفارة (٢٠٠٥) حول وجود علاقة بين استخدام تقنية المعلومات وفاعلية القرارات.

() .

T	T	R2	
,	*	,	,
,	*	,	,

 $(\alpha \leq 0.05)$

$(\alpha \leq 0.05)$

)

(

.()

					T
	(Beta=0.277) (* t= 6.491)	(Beta=0.229) (* t=4.493)	(Beta= 0.365) (* t= 7.574)	(Beta=0.268) (* t= 5.591)	0.000
	(Beta=0.219) (* t= 4.373)	(Beta=0.102) (* t= 2.172)	(Beta=0.223) (* t= 4.833)	(Beta=0.128) (* t= 2.863)	0.000
	(Beta=0.234) (* t= 5.122)	(Beta=0.221) (* t= 4.285)	(Beta=0.349) (* t= 6.751)	(Beta=0.289) (* t= 6.427)	0.000

$(\alpha \leq 0.05)$

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (٩)، ومن متابعة قيم اختبار (t) أن الأبعاد الفرعية (معالجة البيانات، وتخزين المعلومات، واسترجاع المعلومات) لها تأثير في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية، استناداً إلى قيم (t) المحسوبة، وهي قيم معنوية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$. وما سبق يقتضي رفض الفرضية الصفرية واستبدالها بالفرضية التالية: يوجد أثر مهم ذو دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ لعمليات نظم المعلومات الاستراتيجية (معالجة البيانات، خزن المعلومات، استرجاع المعلومات) في فاعلية المديرين (الإدارية، والشخصية، والظاهرية) في شركات الاتصالات الأردنية.

وعند إجراء تحليل الانحدار المتعدد التدريجي لتحديد أهمية كل بعد على حدة في الإسهام في النموذج الرياضي، الذي يمثل أثر عمليات نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية، يتضح من الجدول (١٠) والذي يبين ترتيب دخول التغيرات المستقلة في معادلة الانحدار، فإنّ بُعد استرجاع المعلومات قد احتلّ المرتبة الأولى، وفسّرت ما مقداره (٤٩.٢٪) من التباين في المتغير التابع، تلاه بُعد معالجة البيانات، وفسّر مع بُعد استرجاع المعلومات (٥٦.٥٪) من التباين في المتغير التابع، ودخل أخيراً بُعد تخزين المعلومات، حيث فسر مع الأبعاد السابقة ما مقداره (٥٨.٢٪) من التباين في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية كمتغير تابع، وهذا يدلّ على دور نشاطات نظم المعلومات الاستراتيجية والتمثلة في معالجة البيانات وسهولة ودقة تخزينها، وسهولة استرجاعها في دعم المديرين، حيث إن نشاطات المديرين من تنظيم وتنظيم وتوجيه واتخاذ قرار يتحدد نجاحها بجودة عمليات نظم المعلومات الاستراتيجية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Kumar and Paves, 2001) حول أهمية تنظيم المعلومات التي يتم بها تغطية احتياجات المدراء التنفيذيين.

() .

T	* T	R2	
,	*	,	,
,	*	,	,
,	*	,	,

 $(\alpha \leq 0.05)$

$(\alpha \leq 0.05)$

:

) () (/

.()

					T
	(Beta=0.354) (* t=11.189)	(Beta=0.348) (* t= 10.046)	(Beta=0.207) (* t=8.676)	(Beta=0.291) (* t= 8.910)	0.000
	(Beta=0.314) (* t=8.621)	(Beta=0.287) (* t= 7.858)	(Beta=0.255) (* t=6.591)	(Beta=0.252) (* t= 6.065)	0.000
	(Beta=0.339) (* t= 9.868)	(Beta=0.301) (* t= 9.866)	(Beta=0.365) (* t= 7.574)	(Beta=0.336) (* t= 8.590)	0.000
/	(Beta=0.277) (* t= 6.491)	(Beta=0.229) (* t= 4.493)	(Beta=0.231) (* t= 4.054)	(Beta=0.231) (* t= 4.054)	0.000
	(Beta=0.350) (* t= 7.665)	(Beta=0.273) (* t= 6.564)	(Beta=0.309) (* t= 7.103)	(Beta=0.258) (* t= 5.396)	0.000

$(\alpha \leq 0.05)$

يتضح من النتائج الإحصائية الواردة في الجدول (١١)، ومن متابعة قيم اختبار (t) أن المتغيرات الفرعية (دقة المعلومات، وكمية المعلومات، وتقويم المعلومات، والكلفة/ العائد للمعلومات، وموثوقية المعلومات) لها تأثير في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية، استناداً إلى قيم (t) المحسوبة، وهي قيم معنوية عند

مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$). مما سبق يقتضي رفض الفرضية الصفرية واستبدالها بالفرضية التالية: يوجد أثر مهم ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لخصائص مخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية (دقة المعلومات، وكمية المعلومات، وتقويم المعلومات، والكلفة/ العائد للمعلومات، وموثوقية المعلومات) في فاعلية المديرين الإدارية، والشخصية، والظاهرة) في شركات الاتصالات الأردنية.

وعند إجراء تحليل الانحدار المتعدد التدرجي لتحديد أهمية كل متغير مستقل على حدة في الإسهام في النموذج الرياضي، الذي يمثل أثر خصائص مخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين في قطاع الاتصالات الأردنية، يتضح من الجدول (١٢) والذي يبيّن ترتيب دخول المتغيرات المستقلة في معادلة الانحدار، فإن متغير دقة المعلومات قد احتل المرتبة الأولى، وفسّر ما مقداره (٣٦.١٪) من التباين في المتغير التابع، تلاه متغير تقويم المعلومات، وفسّر ما مقداره (٤٤.٢٪) من التباين في المتغير التابع، تلاه متغير كمية المعلومات، وفسّر ما مقداره (٤٨.٨٪) من التباين في المتغير التابع، تلاه متغير موثوقية المعلومات، وفسّر ما مقداره (٥١.٤٪) من التباين في المتغير التابع، وجاء أخيراً متغير الكلفة/ العائد للمعلومات، حيث فسّر ما مقداره (٥٢٪) من التباين في فاعلية المديرين في شركات الاتصالات الأردنية كمتغير تابع. وهذه النتيجة مقبولة حيث إن جودة مخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية والمتعلقة بدقة المعلومات وتقويمها تتوفرها عند الحاجة إليها وكلفتها ومدى موثوقيتها، تلعب دوراً حيوياً في فاعلية المديرين، وهذا يفسر مستوى جيد (٥٢٪) من فاعلية المديرين حيث إن الجزء الباقى من التغيير في الفاعلية للمديرين يعزى لعوامل أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة.

() .

T	T	R2	
,	*	,	
,	*	,	
,	*	,	
,	*	,	
,	*	,	/

 $(\alpha \leq 0.05)$

لقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي حققت الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها والمتمثلة بمعرفة مستوى تطبيق نظم المعلومات الاستراتيجية، ومستوى فاعلية المديرين، ومدى تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين. كما خلصت إلى مجموعة من التوصيات، وفيما يلي أهم نتائجها:

١ - دلت النتائج على أن تصورات المبحوثين في شركات الاتصالات الأردنية لمستوى تطبيق نظم المعلومات الاستراتيجية جاءت بمستوى مرتفع وبمتوسط حسابي .٪٣.٩٣

٢ - دلت النتائج على أن تصورات المبحوثين في شركات الاتصالات الأردنية لمستوى فاعلية المديرين جاءت بمستوى مرتفع وبمتوسط حسابي .٪٣.٥٧

٣ - بيّنت النتائج وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمدخلات نظم المعلومات الاستراتيجية بأبعادها في فاعلية المديرين بأبعادها، من وجهة نظر المبحوثين في شركات

الاتصالات الأردنية، حيث فسّرت مدخلات نظم المعلومات الاستراتيجية ٦٠,٣٪ من التغير في التغيير التابع.

-٤- بيّنت النتائج وجود أثر ذي دلالة إحصائية لعمليات نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين بأبعادها بمستويات متفاوتة، من وجهة نظر المبحوثين في شركات الاتصالات الأردنية، حيث فسّرت عمليات نظم المعلومات الاستراتيجية ٥٨,٢٪ من التغير في التغيير التابع.

-٥- بيّنت النتائج وجود أثر ذي دلالة إحصائية لمخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية بأبعادها بمستويات متفاوتة في فاعلية المديرين من وجهة نظر المبحوثين في شركات الاتصالات الأردنية، حيث فسّرت مخرجات نظم المعلومات الاستراتيجية ٥٢,٠٪ من التغير في التغيير التابع.

في ضوء ما تقدم من نتائج فإن الدراسة توصي بما يأتي :

١- توعية إدارات شركات الاتصالات بأهمية متابعة وتفعيل الاهتمام بالاستثمار في البنية التحتية لتقنية المعلومات، والمتمثلة في الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات والشبكات الإلكترونية، والأمن، وذلك من خلال تحديث برمجيات التطبيقات، وبرمجيات الأمان والشبكات لما لها من دور حيوي في فاعلية المديرين.

٢- توعية إدارات شركات الاتصالات نحو تطوير المهارات والاتجاهات السلوكية للعاملين، والمتعلقة بتوظيف عناصر نظم المعلومات الاستراتيجية للمحافظة على مستوى فاعلية المديرين فيها لرفع قدرتها التنافسية.

٣- توعية إدارات شركات الاتصالات نحو إدخال كل ما هو جديد من برمجيات ذكية ومتقدمة من شأنها تحسين جودة نظم المعلومات الاستراتيجية لتعزيز فاعلية المديرين والعمليات فيها.

٤ - توجيه أنظار الباحثين للقيام بدراسات أخرى للبحث في فاعلية التخطيط لنظم المعلومات الاستراتيجية ونظم دعم القرارات ، ونظم دعم الإدارة الاستراتيجية في فاعلية العمليات الداخلية.

:

التوبيحر، أنس محمد (٢٠٠٣). القيم الشخصية والتنظيمية وأثرها في فاعلية المديرين في الوزارات الأردنية. رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الدراسات العليا ، جامعة مؤتة ، الكرك.

حريم، حسين محمد (٢٠٠٣). إدارة المنظمات : منظور كلي ، الطبعة الأولى ، عمان ، الحامد للنشر والتوزيع.

حيدر، معالي فهمي (٢٠٠٢). نظم المعلومات : مدخل لتحقيق الميزة التنافسية ، الطبعة الأولى ، مصر ، الدار الجامعية.

الخفرة، نايف علي (٢٠٠٥). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على فاعلية القرارات الإدارية في الوزارات في المملكة العربية السعودية : دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الأردنية ، الأردن.

الزعبي، حسن علي (٢٠٠٥). نظم المعلومات الاستراتيجية : مدخل استراتيجي ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، دار وائل للنشر والتوزيع.

الزعبي، هيثم محمد (٢٠٠٩). أثر عدم التأكد البيئي على فاعلية تخطيط نظم المعلومات الاستراتيجية في الجامعات الأردنية ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عمان للدراسات العليا ، الأردن.

الشمام، خليل حسن وحمود صقير كاظم (٢٠٠٠). نظرية المنظمة ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان.

الشيخ، سوسن سالم (١٩٩٧). "قيم وسلوك المسؤولين كمتغير وسيط بين قيم وسلوك الرؤساء والفعالية التنظيمية: بحث ميداني إسلامي ، المجلة العلمية لكلية التجارة ، فرع جامعة الأزهر للبنات، ١٨(١٤)، ١٧٥ - ١٩٣ .

الصياغ، عماد عبدالوهاب (٢٠٠٠). نظم المعلومات: ماهيتها ومكوناتها ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الطائي، محمدعبد حسين والخفاجي، نعمة عباس (٢٠٠٩). نظم المعلومات الاستراتيجية: منظور الميزة التنافسية الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

العديلي، ناصر محمد، (١٩٩٥). السلوك الإنساني والتنظيمي: منظور كلي مقارن ، الطبعة الأولى معهد الإدارة العامة ، الرياض.

العمرات، محمد سالم (٢٠١٠). درجة فاعلية أداء مديرى المدارس في مديرية تربية البتراء من وجها نظر المعلمين فيها ، المجلة الأردنية في العلوم التربوية جامعة اليرموك ، ١٤(٤)، ٨٨ - ١٠٧ .

الغوبري، عمر عوض (٢٠٠٤). تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في شركتي الملكية الأردنية وموبايلكم ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة مؤتة ، الأردن.

القريوتي، محمد قاسم (٢٠٠٠). نظرية المنظمة والتنظيم ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ، عمان.

القطارنة، زياد حمد (٢٠٠٦). أثر إدارة المعرفة في فاعلية المديرين في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن.

المدهون، موسى توفيق والجزراوي، إبراهيم محمد (١٩٩٥). تحليل السلوك التنظيمي: سيكولوجياً وإدارياً للعاملين والجمهور، الطبعة الأولى، المركز العربي للخدمات الدراسية، عمان.

النطاري، محمد عبد الرحمن (١٩٩٠). نظم المعلومات وأثرها على فاعلية القرارات في المصادر التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية.

النوري، قيس نعمة (١٩٩٩). السلوك الإداري وخلفياته الاجتماعية، الطبعة الأولى، مؤسسة حمادة للخدمات والدراسات الجامعية، إربد.

الهواري، سيد محمد (٢٠٠٠). المدير الفعال للقرن الـ ٢١، الطبعة الخامسة، مكتبة عين شمس، القاهرة.

:

- Analoui, Farhad, (1997). How Effective is Senior Managers in the Romanian Public Sector?. *Journal of Management Development*, 16 (7), 502-517.
- Chi, Le, Jones, Kiku; Leader, Albert and Li, Pentgao, (2005). Environmental Assessment in Strategic Information Sestem Planning. *International journal of information Magnement*, 25(3), 253-269.
- Drucker, Peter, (1995). The Information Executive Truly Need. *Harvard Business Review*, Jan- Feb. , pp. 55-61.
- Hunger, J. David and Wheelen, Thomas L. (1997). *Strategic Management*. 6th edition, An Imprint of Addison Wesley Longman, Inc, 3.
- Ismail, Noor Aziz and Raja, Mohd Ali,(2007). Strategic Information System Planning in Malaysian Public Universities. *Campus- wide information systems*, 24(5),331-341.
- Kumar, A. and Paves P. (2001). Management Issues in a Global Executive Information System, *Management and Data Systems*, 101(4), 153-164.
- Labbha, Hassam and Analoui, Farhad, (1996) . Senior Managers Effectiveness: The case of Steel Industry in Iran. *Journal Of Management Development*, 15(9), 47-64.
- Laudon, Kenneth C., and Laudon, Jane P.,(2011). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. 12th edition, New Jersey: Prentice-Hall, Person Education, Upper Saddle River, 55.
- NewKirk, Henry. E and Lederer Albert L, (2006). Incremental and Comprehensive Strategic Information Systems Planning in An Uncertain Environment, *LEE Transactions on Engineering Management*, 53(3), 380-394.
- NewKirk, Henry and Albert Lederer L,(2008). The Impact of Business and IT Change on Strategic Information System Alignment. *Proceedings for the Northeast Region Decision Sciences institute*, 6(1), pp. 9-23.
- O'Brien, James. A.O, (2002). *Management Information System, Managing Information Technology in the E-Business Enterprise*. 5th edition. McGraw-Hill/Irwin.
- Turban, Eframe, (2010). *Information Technology for Management*. 6th edition, John Wiley & Sons Inc,.

بسم الله الرحمن الرحيم

بين أيديكم استبانة تتعلق بالبحث الموسوم بـ(تأثير نظم المعلومات الاستراتيجية في فاعلية المديرين) وقد وقع عليكم الاختيار للإجابة على أسئلة الاستبانة المرفقة ، آملاً أن تتم قراءتها بعمق والإجابة عنها بدقة تامة ، علماً بأن نتائج هذه الدراسة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط .

وتفضوا بقبول فائق الاحترام ...

:

: (٧)

()	()	:	-
()	-	()	:
()	()	-	

()	()	:	-
()	()		

() () ()	() () ()	:	-
()	() ()	()	

()	-	()	:	-
()	-	()	-	
		()		

:

: (✓)

أ) تتضمن مدخلات نظام المعلومات الاستراتيجي الحالي بيانات تغطي كل فقرة
من الفقرات أدناه :

)		
)	(
						()	
				()	
				()			
					()		
					()		

ب) تحقق العمليات التحويلية لنظام المعلومات الاستراتيجي الحالي في المنظمة
استفاده قصوى من خلال :

ج) تسمم مخرجات نظام المعلومات الاستراتيجي (المعلومات الاستراتيجية)
بالخصائص أدناه :

د) يحقق نظام المعلومات الاستراتيجي الحالي للمنظمة مساهمة في تحقيق فاعلية المديرين ، وذلك من خلال :

The Impact of Strategic Information Systems upon Managers' Effectiveness in Jordanian telecommunication Companies

Khaled Mohammed Abdul Aziz Abo Alganam

*Assistant Professor, Department of Computer and Information Technology
Faculty of Arts and Sciences - King Abdulaziz University
Saudi Arabia*

(Received 26/2/2012; accepted for publication 19/12/2012)

Abstract. This study aims at examining the impact of strategic information systems upon managers' effectiveness in Jordanian telecommunication companies. To achieve the objective of this study, self administrated questionnaire was used to collect the data. It was developed and distributed to (500) respondents from the (4) Jordanian telecommunication companies. The retrieved questionnaires valid for analyses were (439) questionnaires. The Statistical Package for Social Sciences (SPSS) was used to analyze the data, and the most important findings were as follows: The perceptions of employees in Jordanian telecommunication companies toward the availability of strategic information systems were at high level, and so was their perception toward the level of managers' effectiveness. There is an impact of strategic information systems dimensions (inputs, process, and outputs) on the managers' effectiveness level (managerial, personal, and) in Jordanian telecommunication companies. The study recommends that the managers of Jordanian telecommunication companies must focus on strategic information systems dimensions through developing the information technology infrastructure, software, and networks for its positive impact on managers' effectiveness. The study also recommends further research to investigate the role of planning strategic information systems, and decision support systems in internal process effectiveness.

Keywords: Strategic information systems, manager's effectiveness.

(/) - () ()

شهد الاقتصاد العالمي منذ تحول الجات General Agreement on tariffs and Trade (GATT) إلى منظمة التجارة العالمية (W.T.O) في عام ١٩٩٥ ما يمكن أن يطلق عليه تدويل العملية الإنتاجية، أو عولمة رأس المال بفعل التحرير الاقتصادي الذي يعتمد فيه التبادل التجاري على آلية السوق، وحركة رؤوس الأموال والمنشآت المعدية للجنسيات، بل تحول الصراع الدولي إلى منافسة اقتصادية للسيطرة على أسواق العالم. وينظر للاستثمار الأجنبي المباشر (F.D.I) سواء من خلال المنشآت المعدية للجنسيات، أو المشاريع المشتركة أو غيرها وسيلة لتسريع النمو الاقتصادي في الدول النامية ؛ إذ أصبح الاستثمار الأجنبي المباشر - في ظل هذه التحولات والتحديات الاقتصادية العالمية - أكثر الصور تعبيراً عن اقتصاديات المشاركة الدولية والنظام السائد في التمويل الخارجي للتنمية الاقتصادية (داود، ٢٠١٠).

ازدادت أهمية الدور الذي تؤديه الصناعة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ؛ باعتبارها المقياس والمؤشر الأساس لتطور الدول وتختلفها ، ومن القطاعات المختلفة التي يتضمنها القطاع الصناعي يُعدّ قطاع الصناعة التحويلية الركيزة الأساسية للتصنيع (داود، ٢٠٠٠). وعلى الرغم من هذه الأهمية ؛ فإننا نجد أن شركات الصناعة التحويلية الأردنية توصف بأنها شركات صغيرة نسبياً ومتدينة الكفاءة (الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، ٢٠٠٦).

من ناحية أخرى ، تسعى السياسة الاستثمارية منذ متتصف التسعينيات إلى استقطاب تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر ؛ باعتبار أن هذه التدفقات يمكنها تحقيق العديد من المزايا ومنها تحسين الكفاءة الاقتصادية للدولة المصنعة من خلال زيادة

درجة التنافسية ودعم قدراتها التصديرية ومن ثم زيادة قدرة المنتجات الأردنية على الولوج إلى الأسواق الدولية ؛ وما يتربّع عليه من زيادة في توفير فرص العمل ، واجتذاب رأس المال ، ونقل التقنيات الحديثة والمهارات التنظيمية والإدارية الالزامـة لعملية التصنيع .

بالرغم من التسهيلات والحوافز المطبقة في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الأردن فإن مساهمة هذا الاستثمار في التنمية الاقتصادية الأردنية ما زال ضئيلاً . وتتطلع الحكومة الأردنية - كغيرها من حكومات الدول المضيفة - إلى بذل كل الجهود من أجل استقطاب رأس المال الأجنبي إلى صناعتها المحلية لما له من فوائد . وتهدف هذه هدف الدراسة إلى تحديد أهم العوامل المؤثرة على الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة التحويلية الأردنية ، ليس على المستوى الكلي للصناعة التحويليةحسب ، بل على فروعها التفصيلية أيضاً ؛ إذ قد يُخفى التحليل على مستوى الصناعة التحويلية ككل بعض الاعتبارات المهمة عبر الفروع . ولذلك فإن من المتوقع أن توفر هذه الدراسة بعض المقترنات العلمية التي يمكن أن يستأنس بها متخدمو القرار السياسات الاقتصادية وراسموها في أثناء معالجة المشكلة موضوع البحث .

أن أحد الأسباب الكامنة وراء عدم انسجام نتائج الأبحاث المتعلقة بمحـدـدـات الاستثمار الأجنبي المباشر هو أن معظم التحلـيلـات تـمـتـ علىـ المستـوىـ الكـلـيـ

للاقتصاد؛ وبالتالي تم إهمال السمات الخاصة بكل قطاع، والتي سوف تحدد في النهاية التأثير الموجب أو السالب للاستثمار الأجنبي المباشر في الاقتصاد. في ضوء ما تقدم - ولغايات تحقيق هدف هذه الدراسة - فقد صيغت فرضية الدراسة على النحو الآتي:

عدم انسجام محددات الاستثمار الأجنبي المباشر عبر فروع الصناعة التحويلية، وأنه من غير الممكن الاستدلال على محددات الفروع المختلفة للصناعة التحويلية من خلال محددات الصناعة التحويلية على المستوى الكلي.

استئناساً لما تشير إليه أدبيات هذه الدراسة وبخاصة موضوعها؛ فشمة محاولات عدّة قيمت آثار الاستثمار الأجنبي المباشر FDI على الاقتصادات المضيفة، إلا أنها ركزت فقط على مناقشة تلك الآثار على الاقتصاد المضيف دون التركيز على الأسباب التي تؤدي بالمستثمر الأجنبي للاستثمار والمخاطر برأس المال في الدولة المضيفة (مثل دراسة Abdul Rehman and Raza, 2011 ؛ دراسة Acharyya, 2009 ؛ دراسة Leitao and Ghosh and Wang, 2009 ؛ دراسة Buckley, et.al. 2007 دراسة Baptista, 2011)، مما يثير لدى الباحث تساؤلاً حول الأسباب التي تدفع بالمستثمر الأجنبي للاستثمار في الدولة الأجنبية؟

وقد أشارت أدبيات الدراسة إلى أن دافع المستثمر الأجنبي للاستثمار هو تعظيم الربح المعدل للمخاطرة (Caves, 2007)، ولعل ذلك ما دفع البعض لتحديد مصادر أرباح الشركات المعدية للجنسيات بثلاثة مصادر (Zhang, 2001) :

- ١ - عوامل داخلية في المنشأة تسمح لها بالنمو والتميز عن الآخرين في الدولة والأم أو في الخارج وتمثل في "المعرفة".
 - ٢ - عوامل في الدولة المضيفة تسمح للمنشأة الأجنبية بمركز أفضل لتحقيق الأرباح وتمثل في "رخص الأيدي العاملة، الحواجز الضريبية، حجم السوق".
 - ٣ - عوامل مرتبطة بفضلة المنشأة بين الاستثمار الأجنبي المباشر FDI والصادرات والتراخيص ، وتمثل في "تكاليف التبادل".
- وفي ضوء ذلك قامت إحدى الدراسات - وبالاعتماد على تحليل مقطعي وبيانات السلسل الرزمية The Panel Data - بتقييم آثار مزايا التمركز "الموقع" والسياسات الحكومية على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في الصين للفترة ١٩٨٧ - ١٩٩٨" ، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن حجم السوق الصيني والبنية التحتية ونظام التحرير التجاري ؛ هي العوامل المسؤولة عن جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الصين (Zhang, 2001).

كما طور أحد الباحثين نموذجاً لتحليل محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة الغذائية البولندية ، وتوصل إلى أن حجم المنشأة ، سرعة التخاصة ، القيمة المضافة وحصة المستوردة ، هي العوامل المسؤولة عن جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الصناعة البولندية (Walkenhorst, 2001).

وقام الباحثان Anand و Kogut بتقييم الدوافع التقنية المحفزة للشركات الأجنبية للاستثمار في أمريكا ، وحدد المتغير التابع في النموذج بالاستثمار الأجنبي المباشر - لدولة معينة- في أمريكا ، وحددت المتغيرات المستقلة لقياس (Anand and Kogut, 1997) :

١ - المقدرة التقنية والمزاحمة Technological Capabilities and Rivalry : وذلك بطرح إتفاق الأجانب على البحث والتطوير من الإنفاق الأمريكي على البحث والتطوير، فإذا تم الحصول على معامل موجب الإشارة فإن ذلك يوحي بأن البحث والتطوير الأمريكي يجذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

٢ - جاذبية السوق Market Attractiveness : وتم استخدام معلومات عن معدلات التمركز، ومقاييس الإعلان، وقيمة الشحن، والمستوردات. وتوصل التحليل إلى وجود دليل على أن الصناعات التقنية الأمريكية مسؤولة عن جذب حصة مهمة من الاستثمار الأجنبي المباشر FDI.

وتوصل عدد من الباحثين من خلال استخدام منهجة التكامل المشترك وباستخدام نموذج تصحيح الخطأ؛ إلى أن الانفتاح، ونوعية عنصر العمل هما العاملان المهمان والمؤثران في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى ماليزيا على المدى الطويل، في حين أنه في المدى القصير كان لنوعية البنية التحتية الدور المهم Sharma, (et.al. 2012).

وفي السياق نفسه قام الباحثان Yang Wei-guo (٢٠٠٩) بدراسة محددات الموقع للاستثمار الأجنبي المباشر للولايات المتحدة في الصين للفترة ١٩٨٣ - ٢٠٠٦، وباستخدام نموذج VEC، واختبار السبيبية لجرائم. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة مستقرة للاستثمار الأجنبي المباشر الأمريكي في الصين. يضاف إلى ذلك أن الناتج المحلي الإجمالي للصين، واستثمارات الأصول الثابتة في الصين، ومخزون الاستثمار الأجنبي المباشر للولايات المتحدة على المدى الطويل؛ هي المحددات المهمة للاستثمارات الأجنبية للولايات المتحدة في الصين.

يتضح من العرض السابق لأدبيات الدراسة، وجود اتفاق بين الباحثين فيما يتعلق بالعوامل المسئولة عن جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، وأهم هذه العوامل: حجم السوق، وتكاليف العمل، ونوعية العمل، وتكاليف النقل، والانفتاح الاقتصادي:

- ١ - حجم السوق Market Size: وهو يؤثر على عوائد الشركات المتعددة للجنسيات وخاصة الاستثمار الباحث عن السوق. فكلما كان حجم السوق أكبر كان السوق أكثر جاذبية للاستثمار الأجنبي المباشر.
 - ٢ - تكاليف العمل Labor Costs: وخاصة للمستثمر الأجنبي ذي التوجه التصديرى والسلع الكثيفة والأيدي العاملة.
 - ٣ - تكاليف النقل Transportation Costs: يتطلب الاستثمار الأجنبي شبكة اتصالات ومواصلات متطرورة تسهل عملية التوزيع. لذا فإن تقليل هذه التكاليف يسمح للشركات متعددة الجنسيات ببيع السلعة بأسعار أكثر تنافسية.
 - ٤ - الانفتاح Openness: يواجه المستثمر الأجنبي مخاطر أقل في الاقتصاد المفتوح، نظراً للقواعد والقوانين التي تحمي رأس المال الأجنبي في هذا الاقتصاد.
 - ٥ - نوعية العمل Labor Quality: ويؤثر التعليم على الإنتاج بطريقتين: الأولى من خلال زيادة الإنتاج، والثانية من خلال السماح للمنشأة باستخدام التكنولوجيا في عملية الإنتاج.
 - ٦ - عوامل أخرى كالتضخم، وأسعار الفائدة، والموقع.
- وعلى الصعيد الوطني قام العزّام (١٩٩٤) بدراسة قياسية لمحددات الطلب على الاستثمارات الأجنبية في الأردن، بهدف تحليل مناخ الاستثمار في الأردن، ومحددات الطلب على الاستثمارات الخارجية للفترة ١٩٧٢ - ١٩٩٤. وتوصل إلى أن أهم

المحددات المفسرة لتدفقات الاستثمارات الأجنبية هي : فترات الاستقرار السياسي والاقتصادي ، وسعر صرف الدينار ، والناتج المحلي الإجمالي ، وشروط التجارة . وتوصل الباحث إلى أن الأردن يتمتع ببيئة استثمارية ملائمة للاستثمار الأجنبي .

وفي السياق نفسه قام عجمي (٢٠٠٢) بدراسة حجم الاستثمار الأجنبي المباشر ومحدداته في الأردن خلال الفترة ١٩٨٥ - ١٩٩٩ ، وهدفت دراسته إلى التعرف على اتجاهات الاستثمار الأجنبي المباشر وحجمه في الأردن . واستخدمت طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية OLS . وتوصلت الدراسة إلى أن الناتج المحلي الإجمالي هو أهم عامل في تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في الأردن ، والاستنتاجات الأخرى كانت : الحاجة لعكس المعادلة الحالية من الاعتماد على القروض الخارجية إلى الاستثمار الأجنبي المباشر لتمويل التنمية الاقتصادية في الأردن ، وضرورة تشجيع رأس المال المحلي للاستثمار في الأردن بدلاً من البحث عن الأسواق الخارجية ، والعمل على رفع القدرة التنافسية .

إن تركيز الدراسات السابقة على التحليل الكلي المباشر لل الاقتصاد Aggregate يقيد قدرة هذه الدراسات على رسم سياسات محددة للقطاعات الاقتصادية المختلفة ؛ ولهذا تتبع هذه الدراسة الجوانب التفصيلية Disaggregate للقطاع الصناعي وخاصة قطاع الصناعة التحويلية وفروعه ، وفق نهج بعض الدراسات الأجنبية التي ركزت على الاختلافات في آثار ومحددات الاستثمار الأجنبي المباشر عبر القطاعات . فقد توصلت إحدى الدراسات في تحليلاتها لأربعة قطاعات في دول أوروبا الشرقية Central and Eastern European Countries (CEECs) إلى أن استجابة الاستثمار الأجنبي المباشر لتغيرات السوق تختلف عبر القطاعات . (Resmini, 2000)

ولعل مثل هذا المستوى من التحليل يسمح لصانع القرار برسم السياسات الحالية والمستقبلية التي يمكن أن تؤثر في سلوك الاستثمار الأجنبي المباشر في مختلف الصناعات؛ لأن جذب الاستثمارات لتلك الصناعات هو استجابة للتوقعات الإيجابية لتلك الصناعات. إذ تشير نظرية المنشأة إلى أنه لكي تقوم هذه المنشآت بالاستثمار في الخارج، يجب عليها أن تكون قادرة على استغلال المزايا المحلية، بالإضافة لمزاياها التنافسية الخاصة كي تكون قادرة على المنافسة.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة التحويلية الأردنية؛ ليس على المستوى الكلي للصناعة التحويلية فحسب؛ وإنما لفروعها التفصيلية أيضاً. إذ اقتضى الأمر إلى ضرورة توافر سلسلة زمنية لبيانات وفقاً للدول الأم للشركات المستمرة في الصناعات التحويلية. وقد اعتمدت الدراسة على نموذج الجاذبية (Gravity) لتفسير العوامل المؤثرة في توزيع الاستثمار الأجنبي المباشر عبر الصناعات والدول (Linneman, 1966; Tinbergen, 1963).

لتوضيح كيفية الوصول إلى نموذج الجاذبية الخاص بقياس محددات الاستثمار الأجنبي المباشر، استخدمنا الصيغة البسيطة لنموذج التدفقات الدولية للسلع، والذي يأخذ الشكل الآتي (Shim, 2006) :

$$trade_{ij} = A \cdot y_i^{a_1} \cdot y_j^{a_2} \Big/ dist_{ij}^{a_3}$$

حيث إن :

$trade_{ij}$: ترمز إلى تدفق السلع من المنطقة i إلى المنطقة j .

y_i, y_j : يشيران للناتج المحلي الإجمالي في المنطقة i والمنطقة j .

a_3 : يشير للمسافة بين المنطقة α والمنطقة β .

a_2, a_1 : يشيران لمرونة الدخل للتجارة.

a_3 : مرونة المسافة.

A : معلمة تشير للمتغيرات الأخرى المؤثرة على التدفق بين الإقليمين.

وتحدر الإشارة إلى أن علاقة الجاذبية هي علاقة فизيائية بالأصل، لذا اقترح بعض الاقتصاديين أطراً نظرية لنموذج الجاذبية مبنية على اختلاف مكان المصدر، والمسافة كتقريب لتكاليف التبادل (Anderson and Gatignon, 1986). في حين اقترح آخرون أطراً نظرية أخرى معتمدين على المنافسة الاحتكارية، وعلى نظرية هكشر - أولين لتوضيح التخصص (Bergstrand, *et.al.* Bergstrand, 1985 ; Deardorff, 1998 (2013;

ونظراً للتتشابه بين تدفقات التجارة الدولية وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، أصبح استخدام نماذج الجاذبية واسع النطاق في تحليل الاستثمار الأجنبي المباشر في السنوات الأخيرة، ويرجع ذلك إلى نجاح هذه النماذج في توضيح التدفقات الدولية للسلع (Evenett and Keller, 2002).

وتفترض هذه النماذج أن تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر دالة في الحجم النسبي لكل من الدولة الأم والدولة المصيفة، والمسافة الجغرافية بينهما، وكذلك الخصائص الأخرى للدولة مثل تكاليف رأس المال، وتكاليف وحدة العمل، وحجم القطاع، وكثافة التجارة وغيرها (Shim, 2006). لذا يرى الباحث أن التحليل التطبيقي لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر عبر مختلف الصناعات التحويلية الأردنية يتطلب اختيار مجموعة الخصائص المتعلقة بالاقتصاد الأردني وقطاع الصناعة والتي تمثل البنية الاقتصادية للمستثمرين الأجانب على النحو الآتي :

Economic Size: تميل الدول الكبيرة لتوليد استثمارات

-

أجنبية أكثر من الدول الصغيرة، لذلك فإنه مع افتراض بقاء العوامل الأخرى ثابتة فإن الاستثمار الأجنبي المباشر يتوقع أن يزداد مع زيادة الناتج المحلي الإجمالي GDP للدولة المستثمرة (Shim, 2006).

Geographic Proximity: تميل المنشآت في الدول القريبة

-

لالأردن إلى مواجهة تكاليف أقل في إدارتها وإشرافها على المنشآت التابعة لها في الأردن، كما أنه من الممكن أن تواجه ظروفًا مؤسسية أكثر تشابهًا (Shim, 2006).

ويسمح القرب الجغرافي في تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر العمودي؛ لأن المستثمرين يرون في الدولة موقعاً منخفضاً لتكاليف الإنتاج، ولكن في ظل استيراد الدولة الأهم للسلع الوسيطة؛ فإن انخفاض تكاليف النقل والتجارة تكون مرغوبة. أما إذا كانت تكاليف النقل وشحن البضائع مرتفعة؛ فإنه يفضل الإنتاج المحلي على شحن الصادرات للسوق الأردني؛ لهذا فإن الإشارة المتوقعة لمتغير المسافة يمكن أن تكون موجبة أو سالبة. ويتوقع من الدول القريبة من الأردن أن تزوده بكميات أكبر نسبياً من الاستثمار الأجنبي المباشر.

Capital Costs: تعمل المنشآت التي تواجه أسعار فائدة

-

عالية في دولتها الأم على الإفاده من الخارج، إذ يمكنها أن تحصل على قرويل رخيص نسبياً لفروعها في الدولة المضيفة، لذا تميل إلى الإنتاج في الخارج "في الدولة المضيفة". لذا يتوقع أن يستقطب الأردن استثمارات أجنبية أكثر من الدول ذات معدلات الفائدة المرتفعة.

Relative Unit Cost Of Labor: يمكن

-

استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال انخفاض التكلفة النسبية لوحدة العمل،

فالمنشآت في الدول ذات الأجور المرتفعة يكون لها حافز قوي للاستثمار في الدولة المضيفة ذات الأجور المنخفضة نسبياً.

Sector Size: يرى بعض الاقتصاديين أن المساهمة الكبيرة

للصناعة التحويلية في الاقتصاد القومي يوحي بأن لفرع التحويلي ميزة نسبية، ويُعد هذا مؤشراً قوياً نسبياً لافتراض الاستثمار في الخارج. لذا يتوقع حصول الأردن على استثمارات أكبر من الدول التي تمثل فيها الصناعة المعنية نسبة عالية من الناتج المحلي الإجمالي، والعكس صحيح.

Trade Intensity: هناك دلائل تطبيقية تشير إلى أن العلاقة

بين التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر يمكن أن تكون علاقة تكاملية أو علاقة إحلالية.

وتتجدر الإشارة إلى أن موضوعات الاقتصاد الاجتماعي على أهميتها، لا يتسعتناولها في هذا النموذج؛ والذي يركز على التحليل المقطعي للفروع الصناعية في دولة واحدة^(١).

وللوقوف على محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة التحويلية الأردنية، سوف يتم استخدام صيغة معدلة للنموذج القياسي المستخدم في بعض الدراسات الاقتصادية التطبيقية المتعلقة بقياس هذه المحددات على النحو الآتي (Shim, 2006) :

$$FDI_{i,j} = f(GDP_i, Distance_i, Interest_i, Wage_i, Sector_{i,j}, Trade_{i,j}) \quad \dots(1)$$

حيث أن :

J الفرع الصناعي التحويلي و I الدولة المستمرة

FDI_{i,j} : التدفقات المتراكمة للاستثمار الأجنبي من الدولة I إلى قطاع الصناعة التحويلية.

GDP_i : المتوسط السنوي لنسبة الناتج المحلي الإجمالي في الدولة I إلى الناتج المحلي الإجمالي للأردن.

Distance_{i,j} : الجذر التربيعي للمسافة بالآلاف من الكيلومترات بين عاصمة الدولة المستمرة وعمان.

Interest_i : نسبة معدل الفائدة في الدولة I إلى معدل الفائدة في الأردن.

Wage_i : نسبة "عوائد العاملين مقسومة على القيمة المضافة لكل عامل في الدولة I" إلى "عوائد العاملين مقسومة على القيمة المضافة لكل عامل في الأردن".

Sector_{i,j} : حجم القطاع Z في الدولة i "المتوسط السنوي لمساهمة الفرع الصناعي التحويلي في الناتج المحلي الإجمالي".

Trade_{i,j} : كثافة التجارة بين الأردن والدولة المستمرة في المنتجات الصناعية "المتوسط السنوي لمساهمة تجارة الفرع الصناعي التحويلي في محمل تجارة الفرع الصناعي التحويلي الأردني".

وتتشتمل عينة الدول المختارة على أهم ثانوي دول مستفيدة من قانون تشجيع الاستثمار الأردني رقم (١٦) لسنة ١٩٩٥ ؛ وهي : أمريكا وبريطانيا وبلجيكا وال سعودية ومصر والكويت والعراق والإمارات. مع ملاحظة أن هذا الأسلوب لا يشمل الدول الأم جميعها للشركات المستمرة في الصناعة التحويلية الأردنية ، بمعنى أن المنشآت الأجنبية في الصناعة الأردنية تابعة لدول مختلفة لكل منها خصائصها

الخاصة بها، وهذا يعني إن المتغير التابع يخضع للحد الأقل^(٢). لذا فإن تقنيات تقدير الاحتمال الأعظم Maximum Likelihood سوف يتم استخدامها في هذه الحالة، ومثل

هذا النموذج يمكن كتابته على النحو الآتي (Maddala, 1986) :

$$FDI^* = \beta' X + \mu \quad (1a)$$

and

$$FDI \begin{cases} 0 & , \text{if } FDI^* \leq 0 \\ FDI^* = \beta' X_i + \mu & , \text{if } FDI^* > 0 \end{cases}$$

$$\mu_i \sim iid (0, \sigma)$$

حيث إن :

FDI^* : يمثل المتغير غير الملاحظ "التدفق المحتمل للاستثمار الأجنبي المباشر من دولة معينة".

FDI : هو القيمة الملاحظة للمتغير التابع "التدفق الفعلي للاستثمار الأجنبي المباشر".

X : هو متجه Vector للمتغيرات المستقلة للدولة : "الناتج المحلي الإجمالي ، والقرب الجغرافي ، والفائدة ، والأجور ، وحجم القطاع ، والتجارة".

β : هو متجه Vector لمعاملات الانحدار (الميل) Slopes.

μ : حد الخطأ ، حيث إنه (i.e.) .independently and identically distributed

()

$$L = \left\{ 1 \frac{1}{\sqrt{2 \pi \sigma_u^2}} \right\}^n e^{-\frac{1}{2 \sigma_u^2} \sum_{i=1}^n \left(Y_i - \hat{b}_0 - \hat{b}_1 X_i \right)^2}$$

وتجدر الإشارة إلى أن نماذج TOBIT معاملات الانحدار لا تمثل التأثيرات الحدية؛ لذلك تبعاً للأدبيات في هذا الخصوص يمكن كتابة المعادلة السابقة على النحو الآتي (Greene, 1993):

$$E[FDI] / X = \left\{ \Pr ob[FDI^* > 0] \hat{\beta} \right\} (1b)$$

- ١ - استخدمت بيانات دائرة الإحصاءات العامة المتعلقة بالاستثمار الأجنبي المباشر حسب النشاط الاقتصادي والدولة المستمرة لعامي ١٩٩٥ و ٢٠١٠ ، والمرتبة حسب التعديل الثالث للتصنيف الصناعي القياسي الدولي -3 ISIC.
- ٢ - اعتمدت بيانات البنك الدولي ، وتقارير التنمية في العالم للوقوف على نسبة الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة لكل دولة أجنبية إلى الناتج المحلي الأردني.
- ٣ - اعتمد على موقع www. timeanddate.com /world clock لحساب الجذر التربيعي بالكيلومتر بين عاصمة الدولة المستمرة والعاصمة عمان.
- ٤ - اعتمدت تقارير التنافسية والصادرة عن المنتدى الاقتصادي الدولي للوقوف على تعويضات العاملين للدولة I مقسومةً على تلك النسبة لكل عامل الخاصة للأردن.
- ٥ - حجم القطاع أي نصيب الفرع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي كنسبة تم الحصول عليه من بيانات الكترونية صادرة عن البنك الدولي.
- ٦ - استخدمت إحصائيات التجارة الخارجية "دائرة الإحصاءات العامة" المتعلقة بنسبة مستوررات الفرع الصناعي من كل شريك تجاري رئيس للأردن إلى إجمالي مستوررات الفرع الصناعي الأردني.

لقياس محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة التحويلية الأردنية وتحليلها خلال الفترة (١٩٩٥ - ٢٠١٠)، وبالاعتماد على نموذج الجاذبية وباستخدام البيانات بشكل مقطعي (Cross-Sectional) لجمل الصناعة التحويلية لعامي ١٩٩٥ و ٢٠١٠؛ قدرت المعادلة رقم (١) حسب طريقة الاحتمال الأعظم Maximum Likelihood (ML)، وباستثناء خصائص الدولة والتي لا يوجد لها دلالة إحصائية من النموذج، تم التوصل إلى أربعة سيناريوهات متتالية (من I1 إلى I4)، ويوضح ذلك في الجدول رقم (١)، ويمكن توضيح تلك النتائج على النحو الآتي :

- ١ - أن جميع المعاملات في السيناريو الأول I1 ذات دلالة إحصائية باستثناء معدل الفائدة، الذي تم استثنى من التقدير في السيناريو الثاني I2؛ والذي أظهرت نتائجه أن حجم القطاع ليس ذا دلالة إحصائية، لذا تم استثناؤه من التقدير ليتم الحصول على السيناريو الثالث I3، والذي يظهر عدم معنوية القرب الجغرافي "المسافة"، لذا استثنى متغير القرب الجغرافي في السيناريو الرابع I4.
- ٢ - معاملات الحجم الاقتصادي، وتكاليف وحدة العمل، وكثافة التجارة تنسجم مع التوقعات (السيناريو I4)، وأنها ذات دلالة إحصائية، بينما المعاملات الأخرى ليست ذات دلالة إحصائية.

၂၇၅

...

" FDI : " Tobit .()

I ₅		I ₄		I ₃		I ₂		I ₁		
M.E	M.L									
-2422.34	-2948.94***	-739.65	-900.44**	-583.56	-710.42**	-726.67	-884.64**	-1,696.53	-2,065.34**	constant
	(-3.07)		(-2.58)		(-2.00)		(-2.30)		(-2.49)	
98.75	120.21***	70.36	85.66***	78.42	95.47***	77.78	94.69***	83.53	101.69***	GDP
	(8.08)		(7.04)		(7.17)		(7.20)		(7.45)	
-11.27	-13.73***			-4.19	-5.10	-4.78	-5.82*	-6.38	-7.77**	Distance
	(-3.69)				(-1.63)		(-1.80)		(-2.20)	
1,122.23	1,366.19**							776.15	944.88	interest
	(2.01)								(1.63)	
2,035.03	2,477.43***	944.83	1,150.23***	1,003.06	1,221.12***	986.61	1,201.09***	1,344.88	1,637.25***	Relative Wage
	(4.61)		(2.72)		(2.88)		(2.85)		(3.25)	
2,429.62	2,957.80**					983.67	1,197.51	1,607.95	1,957.51*	Sector size
	(2.28)						(1.15)		(1.75)	
		4,363.74	5,312.38***	3,666.94	4,464.10***	3,466.77	4,220.42***	3,154.28	3,839.99***	Trade intensity
			(4.52)		(3.56)		(3.36)		(3.06)	
	12.54***		37.54***		26.22***		23.99***		24.55***	Chi-squared
	(d.f. = 5)		(d.f. = 3)		(d.f. = 4)		(d.f. = 5)		(d.f. = 6)	

* /

** /

*** /

٣ - عدم استقرار النتائج عبر السيناريوهات من الأول II وحتى الرابع I^(٣)؛ يُظهر وجود مشكلة الاعتماد الخطي Multicollinearity. فنماذج الجاذبية بشكلاها التقليدي استخدمت لتوضيح تدفقات التجارة كدالة في الحجم الاقتصادي للدولة المستمرة والمضيفة، والمسافة الجغرافية بينهما، وعوامل أخرى. وهناك دلائل على وجود ارتباط موجب بين الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة وفق ما أظهرته مصفوفة الارتباط Correlation Matrix في الملحق رقم (١).

بناءً على ما تقدم، يمكن القول : إذا كانت كثافة التجارة دالة في المتغيرات التفسيرية لمعادلة الجاذبية ؛ فإن ذلك سيكون سبباً في عدم استقرار النتائج في السيناريو I وعدم معنوية المحددات المهمة الأخرى.

٤ - لاختبار أثر الاعتماد الخطي على نتائج الانحدار ؛ يمكن حذف كثافة التجارة من نموذج الانحدار كما هو موضح في المعادلة (١*). وهذا الحذف يؤدي إلى السيناريو الخامس I₅ ، إذ تحولت معاملات المسافة الجغرافية، ومعدلات الفائدة، وحجم القطاع إلى محددات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٥٪. إضافة إلى الدلالة الإحصائية لتغييري الناتج المحلي والأجور.

ولهذا فإن معادلة الجاذبية الأساسية المدعومة بخصائص الدولة والمتمثلة بتكاليف رأس المال، وتكاليف وحدة العمل، وحجم القطاع ؛ يظهر أنها أداة قوية لتوضيح تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الصناعة التحويلية الأردنية.

$$FDI_{i,j} = f(GDP_b, Distance_b, Interst_b, Wage_b, Sector_{i,j}) \dots (1*)$$

إن أحد التساؤلات الأساسية في هذا الدراسة هو اختبار مدى تواجد انسجام بين محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في الصناعة التحويلية ككل Aggregate وفروعها؛ لأن التحليل على مستوى الصناعة التحويلية ككل ربما يخفي الاختلافات بين القطاعات. فالسلع ذات المزايا الخاصة من المتوقع أن يكون إنتاجها أكثر تقدماً من السلع الأساسية؛ لذا فإن القرب الجغرافي على سبيل المثال قد يكون عاملاً مهماً لتغيرات الاستثمار الأجنبي المباشر للسلع الأساسية.

ومن أجل اختبار هذه الفرضية، تم تقدير نموذج الجاذبية على مستوى الصناعة التحويلية، بالاعتماد على المعادلة رقم (١) كما يتضح من الملحق رقم (٢). حيث توجد ثانية سيناريوهات من ١٥١ إلى ١٥٨، وتنسجم جميعها مع التصنيف القياسي الدولي للصناعة -٣ ISIC: فرع المواد الغذائية والمشروبات والتبغ، وفرع الألبسة والمنسوجات والمصنوعات الجلدية، وفرع صناعة الخشب ومنتجاته، وفرع الورق ومنتجاته، والطباعة والنشر، وفرع المنتجات البترولية والكيماوية، وفحm الكوك والمطاط، وفرع صناع المنتجات المعادن اللافلزية الأخرى، وفرع الصناعات المعادنة الأساسية، وفرع المنتجات المعدنية والمصنعة والآلات المشكّلة.

ويعرض الملحق رقم (٢) ملخصاً لنتائج الانحدار، ويمكن توضيح هذه النتائج على النحو الآتي :

١- حُذفت المتغيرات ذات المعلمات ذات المعنوية من المعادلة الخاصة بكل سيناريو.

٢- يوجد اختلاف مهم فيما يتعلق بمحددات الاستثمار الأجنبي المباشر عبر الفروع المختلفة للصناعة التحويلية، والقطاع الوحيد الذي يملك محددات ذات دلالة

إحصائية مشابهةً للمحدّدات على مستوى الصناعة التحويلية ككل هو قطاع المنسوجات والملابس ودباغة الجلود.

٣- تعد تكاليف العمل عاملاً مهمّاً كمحدد لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في معظم فروع الصناعة التحويلية باستثناء فرع صناعة المنتجات اللافلزية. بيد أن التنافسية التي تم قياسها من خلال حجم القطاع في دولة الأم المستثمرة، وتكلفة رأس المال يظهران محددين مهمين في عدد محدود من الفروع الصناعية.

٤- إن محددي تكاليف رأس المال وحجم القطاع يظهران أنهما ذوا دلالة إحصائية في ثلاث صناعات، ولكن لا توجد دلالة إحصائية للقطاعات الخمسة الأخرى.

٥- اتضح أن المكونين الأساسيين لمعادلة الجاذبية -أي الناتج المحلي الإجمالي والتقارب- محددان مهمان لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في معظم الصناعات، مما يؤكّد انسجام أسلوب نموذج الجاذبية على تحليل الاستثمار الأجنبي المباشر. والاستثناء الوحيد هو فروع منتجات المعادن المشكّلة والمكائن والمعدات، حيث تظهر النتائج أن كلّاً من الناتج المحلي والتقارب ليسا محددين ذوا دلالة إحصائية للاستثمار الأجنبي المباشر في الأردن. ويمكن تفسير ذلك بأن فرع صناعة المعادن المشكّلة وما يلحق به من فرع صنع المعدات والآلات وفرع صنع الآلات والأجهزة الكهربائية وفرع صنع المركبات وفرع معدات النقل الأخرى؛ تتميّز جميعها بالقيمة المضافة المرتفعة وضآلّة أهمية تكلفة النقل فيها. لذا فإن الأداء غير الجيد لنموذج الجاذبية في توضيح الاستثمار الأجنبي المباشر في منتجات هذه الصناعات يرجع أساساً إلى المرحلة المتقدمة لعولمة هذه المنتجات، بحيث أصبح حجم الأسواق المحلية والأجنبية والمسافة بين الدولة المستثمرة والدولة المصيّفة لا تؤثّر على قرارات الاستثمار في هذه الصناعات.

- ٦ - توجد علاقة موجبة بين الاستثمار الأجنبي والتجارة، مما يسوغ للاعتقاد بتكمالية العلاقة بينهما.
- ٧ - عند الأخذ بعين الاعتبار أثر خصائص الدول الأخرى على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر للأردن، يتبيّن اختلافات مهمة عبر فروع الصناعة التحويلية :
- أ) تتشابه محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الصناعة التحويلية ككل في قطاع واحد فقط وهو فرع الملبوسات والملابس والجلود.
- ب) يوجد قطاعان فقط لهما نفس المحددات هما قطاعا المنتجات الورقية والمعادن الأساسية.
- ٨ - يلاحظ أن متغير المسافة ليس ذا دلالة إحصائية عالية دائمًا بالرغم من أنه سالب في جميع السيناريوهات. فالم المنتجات الغذائية والمشروبات ومنتجات المعادن الأساسية مثلًا، ذات تكاليف نقل مرتفعة نسبيًا كنسبة من القيم النهائية لهذه المنتجات، لذلك فإن الإنتاج في الأردن ربما يكون بديلاً مرغوباً مقارنةً مع الشحن الدولي. وأحد التوضيحات المحتملة للأهمية الواسعة للقرب في معظم الفروع الصناعية هو أن تكاليف الإدارة والإشراف على الفروع الأجنبية يمكن أن تزداد مع المسافة الجغرافية كما أن اختلاف الثقافة الاجتماعية يبدو أكثر وضوحاً.
- وعليه ؛ تؤكد النتائج فرضية الدراسة : عدم انسجام محددات الاستثمار الأجنبي المباشر عبر فروع الصناعة التحويلية، وأنه من غير الممكن الاستدلال على محددات الفروع المختلفة للصناعة التحويلية من خلال محددات الصناعة التحويلية على المستوى الكلي.

:

:

١ - إن المكونين الأساسيين لمعادلة الجاذبية -أي الناتج المحلي الإجمالي والتقارب- محددان مهمان لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في معظم الصناعات التحويلية، مما يؤكّد انسجام أسلوب نموذج الجاذبية على تحليل محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع الصناعة التحويلية وفروعها.

٢ - يوجد اختلاف مهم فيما يتعلق بمحددات الاستثمار الأجنبي المباشر عبر الفروع المختلفة للصناعة التحويلية ، إذ اتضح أنَّ :

أ) القطاع الوحيد الذي يملّك محددات ذات دلالة إحصائية مشابهة للمحددات على مستوى الصناعة التحويلية ككل هو قطاع المنسوجات والملابس ودباغة الجلد.

ب) محدداً تكاليف رأس المال وحجم القطاع يظهران أنهما ذوا دلالة إحصائية في ثلاث صناعات ، ولكن لا توجد دلالة إحصائية للقطاعات الخمسة الأخرى.

ج) تكاليف العمل عاملاً مهمًا كمحدد لتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في معظم فروع الصناعة التحويلية باستثناء فرع صناعة المنتجات اللافلزية. ييد أن التنافسية والتي تم قياسها من خلال حجم القطاع في دولة الأم المستثمرة ، وتكلفة رأس المال يظهران أنهما محددان مهمان في عدد محدود من الفروع الصناعية.

د) متغير المسافة ليس ذا دلالة إحصائية عالية دائمًا بالرغم من منطقية إشارة معلمته (فمعلمته سالبة في جميع السيناريوهات).

وعليه ؛ تؤكد النتائج فرضية الدراسة وهي : عدم انسجام محددات الاستثمار الأجنبي المباشر عبر فروع الصناعة التحويلية ، وأنه من غير الممكن الاستدلال على محددات الفروع المختلفة للصناعة التحويلية من خلال محددات الصناعة التحويلية على المستوى الكلي .

: - - - :

- ١ - يتطلب من الاستراتيجية الوطنية للاستثمار أن تتمايز عبر الصناعات والدول المستمرة ، لذا يجب أن يكون هدف هذه الاستراتيجية إلى توجيه الاستثمارات نحو قطاع الصناعة التحويلية وخاصة نحو بناء الصناعات الإنتاجية والصناعات ذات القيمة مضافة العالية . وإلى توفير الحوافز المالية وغير المالية للمشروعات التي توفر فرص عمل ذات قيمة مضافة عالية وترفع مستوى معيشة المواطن الأردني ، وتهيئة البيئة الاستثمارية لقطاعات غير تقليدية تستخدم الأيدي العاملة الأردنية .
- ٢ - العمل على توسيع سياسات التجارة الحرة ؛ فتجارة السلع الإنتاجية والتقنية يمكن أن تولد معرفة لبيئة الأعمال المحلية ، وتعزز الثقة بين شركاء الأردن التجاريين ، والذين قد ينتقلون لاحقاً لإنتاج هذه السلع محلياً في شكل استثمارات أجنبية طويلة الأجل . ويعزز ذلك العلاقة التكاملية بين الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الخارجية .
- ٣ - تعديل وتطوير النظم والتشريعات المنظمة للعملية الاستثمارية والتي لا تتلاءم وسياسة الانفتاح الاقتصادي والقطاعات التي ترغب الحكومة بتحريرها ، ولا بد من توحيد المراجعات القانونية والحكومية التي يتعامل معها .
- ٤ - دعم الصناعات المحلية ، بالتوافق مع توسيع اتفاقيات التجارة الحرة والتي لها أثر كبير .

٥ - العمل على زيادة تنافسية الصناعات المتوسطة والعلية التقنية بالتواري مع تشجيع تدفقات الاستثمار الأجنبي إليها.

:

الأمم المتحدة، (٢٠٠٦). نقل التكنولوجيا إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة وتحديد فرص الاستثمار المحلي والأجنبي المباشر في قطاعات مختارة: حالة تجمعات الشركات الصغيرة والمتوسطة في صناعتي الأغذية الزراعية والملابس. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، واشنطن.

العزم، نضال، (١٩٩٤). محددات الطلب على الاستثمار الأجنبي في الأردن. أطروحة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة يرموك، الأردن.

داود، حسام، (٢٠٠٠). دور تجارة الأردن الخارجية في نمو وتطور الصناعة التحويلية للفترة ١٩٦٨ - ١٩٩٨. أطروحة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات العربية، جامعة الدول العربية، مصر.

داود، حسام، (٢٠١٠). آثار الاستثمار الأجنبي المباشر على قطاع الصناعة التحويلية للفترة ١٩٩٤ - ٢٠٠٦. أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الأعمال، الجامعة الأردنية، الأردن.

عجمي، هيل، (١٩٩٩). الاستثمار الأجنبي المباشر الخاص في الدول النامية: الحجم والاتجاه المستقبلي. مركز الإمارات للدراسات، أبوظبي.

- Abdul-Rehman, Organgzab and Ali Raza, (2011). Determinant of Foreign Direct Investment and its Impact on GDP growth in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2 (9), 198-205.
- Acharyya, Joysri, (2009). FDI, Growth and the Environment: Evidence From India on CO₂ Emission During the Last Two Decades. *Journal of Economic Development*, 34, (1), 43-58.
- Anand, Jaideep and Bruce Kogut, (1997). Technological Capabilities of Countries, Firm Rivalry and FDI. *Journal of International Business Studies*, 28 (3), 445-465.
- Anderson, Erin and Hubert Gatignon, (1986). Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions. *Journal of International Business Studies*, 17 (3), 1-26.
- Bergstrand, H., (1985). The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence. *Review of Economics and Statistics*, 67, (3), 474-81.
- Bergstrand, H., Peter Egger and Mario Larch, (2013). Gravity Redux: Estimation of Gravity-Equation Coefficients, Elasticities of Substitution, and General Equilibrium Comparative Statics under Asymmetric Bilateral Trade Costs. *Journal of International Economics*, 89, (1), 110-21
- Buckley, Peter; Chengqi Wang and Jeremy Clegg, (2007). The Impact of Foreign Ownership, Local Ownership and Industry Characteristics on Spillover Benefits from Foreign Direct Investment in China. *International Business Review*, 16 (2), 142-158.
- Caves, Richard, (2007). *Multinational Enterprise and Economic Analysis*. Third edition. Cambridge Surveys of Economic Literature. Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- Deardorff, Alan, (1998). Determinants of Bilateral Trade: Does Gravity Work in a Neoclassical World? In *The Regionalization of the World Economy*. edited by Jeffrey A. Frankel. Chicago: University of Chicago Press, pp. 7-22, NBER Project Report series. Chicago and London: University of Chicago Press
- Evenett, Simon, and Wolfgang Keller, (2002). On Theories Explaining the Success of the Gravity Equation. *Journal of Political Economy*, 110, (2), 281-316.
- Ghosh, Madanmohan and Weimin Wang, (2009). Does FDI Accelerate Economic Growth? The OECD Experience Based on Panel Data Estimates for the Period 1980-2004. *Global Economy Journal*, 9, (4), 1-21.
- Greene, William, (1993). *Econometric Analysis*. New York: Macmillan.
- Leitao, Joao and Rui Baptista, (2011). Inward FDI and ICT: Are They a Joint Technological Driver of Entrepreneurship?. *International Journal of Technology Transfer and Commercialization*, 10 (3/4), 268-288.
- Linneman, Hans, (1966). *An Econometric Study of International Trade Flows*. Thesis--Netherlands School of Economics. North-Holland, Amsterdam.

- Maddala, G., (1986). Limited-Dependent and Qualitative Variables in Econometrics. Econometric Society Monographs series, No. 3. Cambridge; New York and Sydney: Cambridge University Press.
- Resmini, Laura, (2000). The Determinants of Foreign Direct Investment in the CEECs: New Evidence from Sectoral Patterns. *Economics of Transition*, 8, (3), 665-89.
- Sharma, Kisher; James Nayagam and Hui Chung, (2012). Determinants of Foreign Direct Investment In Foreign Malaysia: new Evidence From Cointegration and error correction Model. *Journal of Developing Areas*, 46, (1), 71-89.
- Shim, K., (2006). Border Effects and FDI. Doctor Dissertation, University of Virginia, United State of America.
- Tinbergen, Jan., (1963). Shaping the World Economy. *International Executive*, 5 (1), 27-30.
- Walkenhorst, Peter, (2001). Determinants of Foreign direct Investment in Food Industry: the Case of Poland. *Agribusiness*, 17, (3), 383-395.
- Wei-guo, Xiaq and Zhao Yang, (2009). A Study on the Location Determinants of the US FDI in China. Canadian Research & Development Center of Sciences and Cultures, 3 (2), 210-230.
- Zhang, Kevin., (2001). What Attracts Foreign Multinational Corporations to China?. *Contemporary Economic Policy*, 19 (3), 336-346.

YVV

...

Correlation Matrix

.()

TRADE	SECTOR	WAGE	INTEREST	DISTANCE	GDP	FDI	
All manufacturing							
					1.00		FDI
					1.00	0.74	GDP
				1.00	0.27	-0.05	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	-0.34	INTEREST
		1.00	-0.55	-0.13	0.13	0.45	WAGE
	1.00	0.19	-0.40	0.10	0.20	0.29	SECTOR
1.00	0.19	0.44	-0.28	-0.29	0.24	0.68	TRADE
Food products...							
					1.00		FDI
					1.00	0.72	GDP
				1.00	0.27	-0.07	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	-0.38	INTEREST
		1.00	-0.55	-0.13	0.13	0.41	WAGE
	1.00	-0.28	-0.06	0.18	-0.13	-0.11	SECTOR
1.00	-0.06	0.46	-0.30	-0.31	0.22	0.69	TRADE
Textiles and leather...							
					1.00		FDI
					1.00	0.37	GDP
				1.00	0.27	-0.20	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	-0.16	INTEREST
	1.00	-0.55	-0.13		0.13	0.34	WAGE
	1.00	-0.24	0.08	0.10	-0.03	-0.05	SECTOR
1.00	-0.05	0.40	-0.26	-0.24	0.15	0.91	TRADE
Wood products...							
					1.00		FDI
					1.00	0.14	GDP
				1.00	0.27	-0.20	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	-0.41	INTEREST
		1.00	-0.55	-0.13	0.13	0.40	WAGE
	1.00	0.39	-0.33	0.15	-0.03	0.51	SECTOR
1.00	0.06	0.35	-0.11	-0.30	0.15	0.63	TRADE

.()

TRADE	SECTOR	WAGE	INTEREST	DISTANCE	GDP	FDI	
Paper products...							
					1.00	FDI	
					1.00	GDP	
				1.00	0.27	0.06	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	-0.16	INTEREST
		1.00	-0.55	-0.13	0.13	0.27	WAGE
	1.00	0.28	-0.22	0.08	0.08	0.15	SECTOR
1.00	0.11	0.50	-0.28	-0.36	0.09	0.62	TRADE
Chemical products...							
					1.00	FDI	
					1.00	GDP	
				1.00	0.27	-0.11	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	-0.16	INTEREST
		1.00	-0.55	-0.13	0.13	0.24	WAGE
	1.00	0.03	-0.34	-0.03	0.14	0.10	SECTOR
1.00	0.18	0.44	-0.31	-0.34	0.21	0.40	TRADE
Nonmetallic minerals							
					1.00	FDI	
					1.00	GDP	
				1.00	0.27	-0.20	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	-0.14	INTEREST
		1.00	-0.55	-0.13	0.13	0.09	WAGE
	1.00	-0.15	-0.14	-0.08	-0.11	-0.07	SECTOR
1.00	0.03	0.22	-0.05	-0.33	0.16	0.52	TRADE
Basic metals...							
					1.00	FDI	
					1.00	GDP	
				1.00	0.27	-0.12	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	0.20	INTEREST
		1.00	-0.55	-0.13	0.13	0.05	WAGE
	1.00	0.19	-0.21	0.04	-0.08	-0.16	SECTOR
1.00	-0.05	0.37	-0.18	-0.37	0.10	0.23	TRADE
Metal products...							
					1.00	FDI	
					1.00	GDP	
				1.00	0.27	0.07	DISTANCE
			1.00	0.10	-0.23	-0.22	INTEREST
		1.00	-0.55	-0.13	0.13	0.42	WAGE
	1.00	0.41	-0.41	0.04	0.39	0.66	SECTOR
1.00	0.45	0.42	-0.27	-0.23	0.32	0.65	TRADE

¶¶¶

...

"

FDI :

" Tobit

.()

IV b		IV a		III		IIb		IIa		M.L		
M.E	M.L	M.E	M.L	M.E	M.L	M.E	M.L	M.E	M.L			
-81.45	-253.4**	-82.44	-256.48	-52.42	-146.78**	-293.22	-547.34**	-500.16	-933.63*	constant		
	(-2.32)		(-1.48)		(-2.17)		(-2.05)		(-1.89)			
1.48	4.6**	1.48	4.61**	1.87	5.24***	28.21	52.67***	29.66	55.36***	GDP		
	(2.23)		(2.12)		(4.96)		(6.83)		(7.29)			
-0.43	-1.32*	-0.43	-1.33*	-0.75	-2.1***	-4.69	-8.75***	-5.05	-9.43***	Distance		
	(-1.95)		(-1.92)		(-4.20)		(-3.36)		(-3.77)			
0		0.74	2.32	32.48	90.96**			81.4	151.95	interest		
			(0.02)		(2.01)				(0.48)			
79.17	246.31**	79.56	247.52**	45.97	128.73***	531.43	992***	624.81	1,166.32***	Relative Wage		
	(2.19)		(1.99)		(3.40)		(3.65)		(3.73)			
2,366.81	7,363.42**	2,377.14	7,395.55*	713.58	1,998.03***			2,387.28	4,456.26*	Sector size		
	(1.99)		(1.87)		(3.26)				(1.77)			
	47.64***		47.65***		14.78***		187.52***		1,74.73***	Chi-squared		
	(4.02)		(4.01)		(4.36)		(5.44)		(5.47)			

✓ *

*

✓ ◊

**

✓ \

χΛ•

()

VIb				VIa				
M.E	M.E	M.E	M.L	M.E	M.L	M.E	M.L	
-87.86	-189.24	-131.22	-282.63	-314.51	-587.09***	-311.34	-581.16***	<i>constant</i>
	(-0.93)		(-0.68)		(-3.47)		(-3.45)	
9.56	20.59***	9.67	20.82***	9.84	18.37***	9.79	18.28***	<i>GDP</i>
	(3.22)		(3.26)		(7.69)		(7.64)	
-2.15	-4.63**	-2.1	-4.51**	-0.79	-1.47**	-0.79	-1.48**	<i>Distance</i>
	(-2.11)		(-2.09)		(-2.54)		(-2.56)	
0		36.72	79.09	155.52	290.31***	152.71	285.07***	<i>interest</i>
			(0.29)		(2.66)		(2.61)	
167.78	361.37*	186.18	401.01*	235.32	439.26***	228.87	427.22***	<i>Relative Wage</i>
	(1.78)		(1.66)		(3.64)		(3.45)	
		-96.6	-208.05			257.27	480.23	<i>Sector size</i>
			(-0.09)				(0.37)	
	141.11***		140.63***		60.74***		60.58***	<i>Chi-squared</i>
	(4.93)		(4.88)		(5.50)		(5.51)	

¶\`

...

()

VII b		VII a		VII b		VIIa			
M.E	M.E	M.E	M.L	M.E	M.L	M.E	M.L		
-82.76	-257.46**	-72.93	-226.91*	118.61	207.56**	-21.86	-38.26	<i>constant</i>	
	(-2.21)		(-1.85)		(2.01)		(0.07)		
1.48	4.59**	1.39	4.32**	8.46	14.81*	8.53	14.92*	<i>GDP</i>	
	(2.37)		(2.18)		(1.92)		(1.83)		
-0.5	-1.57*	-0.48	-1.51*	-3.54	-6.19**	-3.57	-6.24**	<i>Distance</i>	
	(-1.89)		(-1.74)		(-2.27)		(-2.24)		
64.76	201.48**	60.06	186.84**			75.86	132.75	<i>interest</i>	
	(2.35)		(2.16)				(0.37)		
46.91	145.95**	43.76	136.13**			100.25	175.44	<i>Relative Wage</i>	
	(2.18)		(2.01)				(0.59)		
		-389.94	-1,213.14			-254.74	-445.79	<i>Sector size</i>	
			(-0.65)				(-0.04)		
	26.95***		26.61***		188.34***		188.65***	<i>Chi-squared</i>	
	(4.08)		(4.09)		(5.56)		(5.52)		

¶¶

()

IXc		IXb		IXa			
M.E	M.L	M.E	M.L	M.E	M.L		
-765.43	-1260.71***	-775.72	-1,277.66***	-1,140.34	-1,878.21***	<i>constant</i>	
	(-3.33)		(-3.36)		(-2.83)		
		8.83	14.54	12.74	20.99*	<i>GDP</i>	
			(1.39)		(1.89)		
				-1.98	-3.26	<i>Distance</i>	
					(-1.11)		
				405.03	667.11	<i>interest</i>	
					(1.38)		
620.13	1,021.39**	650.06	1,070.68**	749.75	1,234.89***	<i>Relative Wage</i>	
	(2.36)		(2.46)		(2.76)		
4,192.35	6,905.04***	3,522.33	5,801.48***	4,158.29	6,848.94***	<i>Sector size</i>	
	(3.48)		(2.79)		(3.27)		
	308.16***		298.1***		283.43***	<i>Chi-squared</i>	
	(5.79)		(5.82)		(5.84)		

Determinants of Inward Foreign Direct Investment in Jordan's Manufacturing Sector (1995-2010) Empirical Study

Taleb Awad⁽¹⁾, Ahmed Oran⁽²⁾, and Hussam Ali Daoud⁽³⁾

(1)Professor, Department of Business Economics, Faculty of Business, The University of Jordan, Jordan

(2)Professor, Department of Business Economics, Faculty of Business, The University of Jordan, Jordan

(3)Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Economics and Business, Zerqa Private University, Jordan

(Received 15/9/2012; accepted for publication 9/4/2013)

Abstract. Due to the increase of foreign share in Jordanian manufacturing industry, the objective of this study is to evaluate the determinants of inward FDI in Jordan's manufacturing sector during the Period 1995-2010. An econometric model "Gravity model" was used to evaluate the factors that influence the distribution of FDI across industries and countries of investor-origin A disaggregated analysis allows us to consider the determinants of inward FDI industrial manufacturing sectors; these determinants are not uniform across the industries. Such analysis will allow us to determine the implications for existing and potential policies that affect FDI behavior in these different sub-industries. Maximum likelihood estimation techniques based on the Tobit Model have been used to evaluate the determinants of inward FDI. The results are largely confirmed with the validity of the Gravity Model approach for determinants of FDI analysis. GDP and geographical proximity were found to be significant determinants of FDI inflows for the manufacturing sector for aggregate analysis; on the other hand for disaggregate analysis, seven out of eight manufacturing industries were significant. Concerning the influence of other country characteristics on FDI inflows, the study shows that there is considerable diversity across manufacturing industries. The study also supports a positive correlation between foreign investment and trade "exports and imports" in Jordan. This suggests that FDI and trade are complementary, rather than substitutes. The study findings have a number of policy implications for Jordan. First, the difference in determinants across manufacturing industries suggests that investment promotion strategies should be differentiated across industries and countries. Second, the findings on the complementarity of trade and FDI in Jordan should convince policy makers about the benefit of liberal trade policy; therefore if Jordan's choice is still in favor of promoting FDI inflows, Jordan should continue with an open trade policy.

Key words: Foreign Direct Investment, Manufacturing, Gravity Model, Maximum Likelihood Method.

(/) - () ()

-

(/ / /)

%

% - % ,

:

تمثل الإعلانات غير المباشرة المقدمة لمستهلكي الطاقة أحد القضايا التي تشغل حيزاً كبيراً من الاهتمام لدى كافة شرائح المجتمع بالنظر لأهمية استهلاك الطاقة في المجتمع. فالأنشطة العائلية تعتمد على استهلاك الطاقة الكهربائية في المسكن أو المشتقات النفطية الالزامية لوسائل النقل خارجه. كما أن أعمال الإنتاج وقطاع الأعمال والحركة التجارية تعتمد كلية على استهلاك الطاقة ، وهو ما يؤثر في تخصيص الموارد وتسعير المنتجات. كما يعمد قطاع الأعمال إلى نقل جزء من هذا التأثير للمستهلكين بطريقة أو بأخرى بحسب نوع السلعة والخدمة ودرجة مرونتها السعرية ، وهو ما يعزز من تأثير المعونات على استهلاك الطاقة وجعل تأثيرها مضاعفا. من جهة أخرى فإن المعونات على استهلاك الطاقة تؤثر بشكل مباشر على المداخيل الحكومية من خلال بيع الطاقة لمستهلكيها بأسعار مخفضة ، مما يؤدي إلى تحفيض الإيرادات الحكومية. هذه الآثار المباشرة وغير المباشرة للمعونات الحكومية على استهلاك الطاقة يشغل أهمية واسعة النطاق لدى صناع القرار والباحثين لبحث صافي الأثر النهائي للمعونات الحكومية غير المباشرة المقدمة لمستهلكي الطاقة.

فالإعلانات على استهلاك الطاقة تعمل على تشويه آلية بناء التكاليف والأسعار في الاقتصاد ومن ثم التقليل من كفاءة نتاج واستهلاك الطاقة. إذ تؤدي الإعلانات إلى سوء استخدام الطاقة وتبيدها والتقليل من كفاءة استخدامها (World Bank, 1997). إضافة إلى ذلك فإن استهلاك الطاقة خاصة الهيدروكربونية يكون مصحوباً بآثار بيئية غير محذدة. إذ يعمل على رفع مستوى التلوث بشاني أكسيد الكربون ، ومن ثم زيادة مستوى الاحتباس الحراري وتلوث الهواء في المدن والمراکز الحضارية. كما تؤدي الإعلانات على استهلاك الطاقة إلى تخفيض الموازنات العامة وحرمان الاقتصاديات

الوطنية من مجالات واسعة لتعزيز وتطوير الخدمات العامة بفعل تقديم الإعلانات على استهلاك الطاقة والتي عادة ما تكون كبيرة على المستوى الكلي.

وحيث إن المملكة العربية السعودية تعتبر الأكبر من بين مصدري الطاقة، ومن الأكبر استهلاكاً لها بمتوسط استهلاك الفرد على مستوى العالم فإن المعونات المقدمة محلياً على استهلاك الطاقة تبقى الأكبر أثراً على حاضر ومستقبل صناعة واقتصاديات الطاقة محلياً وعالمياً. كما يرتبط ذلك بشكل مباشر بقضية التنمية المستدامة، والمحافظة على مصادر الطاقة، والتخصيص الأمثل للموارد الاقتصادية. وحيث إن جل الطاقة المستهلكة في المملكة العربية السعودية هيdro كربونية المصدر فإن الآثار البيئية لا تقل أهمية عن الآثار الاقتصادية لها، خاصة أن الدراسات الاقتصادية بصفة عامة ترى في الإعلانات غير المباشرة على استهلاك الطاقة مضامين آثار سلبية تتجاوز في كثير منها آثارها الإيجابية.

لهذا تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الإعلانات الحكومية غير المباشرة لاستهلاك الطاقة في المملكة العربية السعودية خلال العقد المنصرم بين الأعوام ٢٠٠١ - ٢٠١٠ وطبيعة هذه الإعلانة وحجمها في الاقتصاد السعودي، وكذلك دورها في النمو غير المسبوق للطلب المحلي على الطاقة، حيث سيتلو ذلك دراسات أخرى عن الكفاءة الاقتصادية والبيئية لاستهلاك الطاقة في ظل التقيد السعرى الحكومي لأسعار الطاقة بأقل من سعرها السوقى العالمي، وهو ما يعتبر إعلانة غير مباشرة على استهلاك الطاقة. يتطلب ذلك بطبيعة الحال الحديث بشيء من الإيجاز عن الطاقة في الاقتصاد السعودي وأهميتها الخاصة، وتحديد هدف الدراسة، وكذلك تعريف المقصود بالإعلانة الحكومية على استهلاك الطاقة وطريقة قياسها، وذلك في القسمين التاليين. يلي ذلك عرض للدراسات المعنية بالإعلانات غير المباشرة لاستهلاك

الطاقة في القسم الرابع. أما القسم الخامس من هذه الدراسة فسيتم فيه دراسة الأسباب والدواعي التي تدفع الحكومات بصفة عامة لتقديم معونة غير مباشرة على استهلاك الطاقة، ليتم بعدها توضيح منهجية الدراسة في القسم السادس. يلي ذلك في القسم السابع توضيح نموذج تقدير حجم الإعانة الحكومية وبيانات الدراسة. أما تقدير حجم الإعانة الحكومية غير المباشرة على استهلاك الطاقة في الاقتصاد السعودي بشكل تفصيلي لمكونات الطاقة وبشكل إجمالي فسيكون في القسم الثامن. يلي ذلك القسم التاسع للدراسة القياسية المتعلقة بتحديد دور الإعانة الحكومية غير المباشرة في نمو الطلب المحلي على استهلاك الطاقة باستخدام طريقة جوهانسن للتكمال المشترك Cointegration مع تحديد اتجاه جرanger للسبيبية، حيث تختتم الدراسة بخاتمتها وجداولها وأشكالها البيانية وفهارسها في الأجزاء الثلاثة الأخيرة منها.

:

تعتمد المملكة العربية السعودية في اقتصادها المعاصر على إنتاج وتصدير الطاقة بشكل كبير؛ إذ تتصدر المملكة قائمة الدول الأكثر احتياطياً من النفط بما يقرب من خمس الاحتياطيات العالمية منه. ومع أن المملكة بدأت الإنتاج النفطي منذ ما يزيد على الخمسين عاماً فإن النفط ما يزال يشكل العمود الفقري لاقتصاد المملكة حيث يصل الإنتاج اليومي لنحو ١٠ مليون برميل تسهم في نحو ٨٧٪ من عائدات الميزانية العامة، في الوقت الذي يمثل فيه إنتاج مصادر الطاقة نحو ٥٣٪ من الناتج المحلي في العام ٢٠١١ (مؤسسة النقد، ٢٠١٢). كما تلعب المملكة دوراً مهماً في السوق العالمي للنفط باعتبارها تتبوأ الصدارة في تصديره خلال العقود الماضيين، حيث تمثل الصادرات النفطية نحو ٩٠٪ من الإيرادات العامة. بيد أن النمو الاقتصادي الكبير

المصاحب لارتفاع الإيرادات النفطية وارتفاع معدل النمو السكاني، صاحبه نمو كبير في استهلاك الطاقة النفطية محلياً خلال العقدين الفائترين بمعدلات تفوق نمو الناتج المحلي والنمو السكاني إلى الحد الذي يبعث على القلق حول استمرار المملكة في المدى المتوسط في الاحتفاظ بمكانها التصديرية له. ويتركز الاستهلاك المحلي للطاقة في توليد الطاقة الكهربائية، وتغذية إنتاج المياه المحلاة والصناعات البتروكيميائية، بالإضافة إلى تأمين حركة النقل المتنامية والمعتمدة على النقل الخاص، حيث شهدت السنوات الماضية نمواً مطرداً في الطلب على مصادر الطاقة المنحصرة بالطاقة البترولية والغاز الطبيعي. ونظراً لأن السعر يمثل المتغير الأهم المؤثر في حجم الطلب ونحوه. وحيث تخضع أسعار الطاقة المباعة محلياً في المملكة لمعونات غير مباشرة فإن هذه الدراسة تهدف للتعرف على حجم المعونات غير المباشرة لاستهلاك الطاقة ومدى إسهامها في زيادة معدل الطلب على الطاقة في المملكة خلال فترة الدراسة المتمثلة بالعقد الأول من الألفية الحالية.

يعتبر البدء بتعريف واضح وجلي للإعانة الحكومية على استهلاك الطاقة أمراً أساسياً في هذه الدراسة، حيث لا يوجد إجماع بين الدراسات والتقارير الرسمية وغير الرسمية حول تعريف مناسب لها. إذ تعتبر أكثر التعريفات تضييقاً لمعنى الإعانة على استهلاك الطاقة بذلك المبلغ الذي المقدم من الحكومة لقاء الاستهلاك المباشر للطاقة، بينما التعريف الأكثر توسيعاً ذلك الذي يشير بالإعانة على استهلاك الطاقة لأي تشريع أو سياسة حكومية تجعل من السعر المائع فيه مصدر الطاقة أقل مما يمكن أن يباع به في حالة عدم وجود هذه السياسة أو التشريع. مما يعني أن ذلك يشمل السياسات

والتشريعات التي تؤثر في التكاليف أو الأسعار. فعلى سبيل المثال فإن تعريف تقرير منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OECD عن الإعانات على الطاقة (IEA, 2010) يعرف إعانات الطاقة بأي إجراء من شأنه تخفيض سعر الوحدة للمستهلك بأقل من مستوى سعره السوقى أو رفع السعر للمنتج بأعلى من سعره السوقى. ومثل ذلك تعريف وكالة الطاقة الدولية بأن إعانات الطاقة تشمل الإجراءات الحكومية المستهدفة لقطاع الطاقة والتي من شأنها تخفيض تكلفة إنتاج الوحدة من الطاقة، بحيث يحصل المنتج على أعلى مما يحصل عليه من البيع بسعر السوق، أو يحصل المستهلك على الوحدة من الطاقة بأقل من سعرها السوقى .

وعلى هذا تعدد أساليب وطرق تقديم معونات الطاقة الحكومية مما تتعدد معه أساليب تقسيم أنواعها. بيد أنه يمكن تقسيمها بحسب كونها معونات مباشرة أو غير مباشرة. وعلى هذا يمكن التمييز بين نوعين من الإعانات الحكومية للطاقة على النحو التالي :

- ١ - الإعانات المالية المباشرة أو الصريحة أو المعلنة والمتمثلة في المبالغ التي يتم إدراجها وتخصيصها سنويًا في الموازنة العامة للدولة من أجل توفير الطاقة ، أو المساعدة في توفيرها بأسعار تقل عن تكلفة الإنتاج أو الاستيراد ، ومن أمثلتها :

 - تحويل المبالغ النقدية للمستهلكين أو المنتجين ، أو تقديم قروض معفاة ، أو التأمين ضد المسؤولية ، أو كذلك تقديم منح خاصة عينية للمستهلكين أو المنتجين.
 - تقديم تخفيضات ضريبية للمنتجين أو المستهلكين للطاقة سواء أكانت ضرائب على الدخل أو الاستيراد أو المبيعات وخلافه.

- ٢ - والسيطرة عليها ، ويتمثل في الفرق بين تكلفة الفرصة البديلة والمتمثلة ببيع المنتج من الطاقة وفق سعره المرجعي العالمي ، وبين سعره الإلزامي الذي تحدده

الحكومة لهذه السلع أو الخدمات ، وإلزام الجهات المنتجة للطاقة بأنواعها المختلفة بالبيع عند هذه الأسعار الإلزامية ، وذلك على الرغم من انخفاض هذه الأسعار عن مثيلتها من السلع المستوردة ، أو عن أسعار تصديرها للخارج . وغالباً ما تكون هذه الأسعار أقل من الأسعار التي يكون المستهلك على استعداد لدفعها للحصول على هذه السلعة ، ومن أمثلة هذه السلع في المملكة البنزين والديزل والكيروسين والغاز والغاز الطبيعي والنفط الخام والكهرباء .

يتزايد الاهتمام العالمي يوماً بعد آخر بشؤون الطاقة واقتصادياتها بالنظر لأهمية الطاقة المتزايد في حياة الفرد والمجتمع . فالطاقة هي المحرك الرئيس للقوة الاقتصادية المعاصرة في عالم اليوم . لذا تسعى الدول والمنظمات العالمية والإقليمية وال محلية لدراسة شؤون وقضايا الطاقة الفنية والبيئية والعلمية والاقتصادية . ومن هذه القضايا التي يتزايد الاهتمام العالمي بها _ بما لها من دور في الحصول على الطاقة وتوزيعها واستهلاكها _ قضية تسعير الطاقة ومصادرها والدور الحكومي تجاه أسعارها . فالطاقة خاصة الأحفوري منها _ بما تملكه من خصائص فيزيائية وكيميائية _ تجعلها في مقدمة مصادر الطاقة استخداماً وتفضيلاً . هذه الرغبة في استخدام الطاقة الهيدروكروبونية وهيمنتها على مصادر الطاقة الأخرى جعل الدول تتفاوت في كيفية التعامل معها تقييداً لأسعارها أو لكمياتها أو تحميلاً بضرائب ورسوم تحد بأسواقها عن الأسواق الكاملة . ييد أن الاهتمام العلمي قد انصب في مجال اقتصاديات الطاقة على الإعلانات التي تقدمها الحكومات لقطاع الطاقة بالنظر إلى طبيعة الإعلانات الحكومية وأنواعها وقياسها ودورها في صناعة الطاقة واقتصاديات الطلب عليها وعرضها . دراسة فريق صندوق

النقد الدولي حيال إعانت استهلاك الطاقة ترى أن تقديم إعانت حكومية على استهلاك الطاقة يمثل أحد المظاهر السلبية في اقتصاد الدول النامية خاصة الغنية بالطاقة. من هنا ترى هذه الدراسة ضرورة إصلاح قطاع الطاقة في الدول النامية ورفع الإعانت الحكومية المقدمة لاستهلاك الطاقة بغرض تخفيض التكلفة على الحكومة وتخفيف الطلب على الطاقة (Coady, *et.al.* 2010). فالإعانت التي تقدمها الحكومات لاستهلاك الطاقة تتزايد في علاقة طردية مع زيادة استهلاك الطاقة والطلب عليها. لهذا فإن دراسة دانيس سعت إلى التعرف على إعانت الطاقة في الدول الصاعدة الكبيرة ودراسة إمكانية تخفيض هذه الإعانت. كما حاولت هذه الدراسة للتعرف على العلاقة بين الحالة السياسية وطبيعة النظام السياسي ودوره في توفير الإعانت الحكومية حيث لم تتوصل هذه الدراسة إلى وجود علاقة دالية بين شكل الحكومة ومنح الإعانة (Dansie, *et. al.* 2010). فهناك من يعتقد أن دواعي تقديم الإعانت الحكومية غير المباشرة إنما يتم لأسباب سياسية وليس اقتصادية. يتبع ذلك ما إذا كانت النظم الأكثر ديموقراطية أكثر تقديمًا للإعانت من غيرها أو العكس (Schedler, 2002). ومن دون أن يكون هناك إجابة محددة يرى سريفاستافا أن الحكومات تعمد لتقديم إعانت على استهلاك الطاقة لتحفيز النمو الاقتصادي وزيادة مستويات التنمية والاستثمار الإنتاجي، بالإضافة إلى تحقيق الرفاهة الاجتماعية، وزيادة نشر استخدام الطاقة، وتحسين مستويات منخفضي الدخول (Srivastava, *et.al.* 2003). ففي دراسة شاملة للبنك الدولي في العام ١٩٩٢ تم تقدير الإعانت المقدمة لصناعة الطاقة لتصل إلى نحو ٢٣٠ بليون دولار (UNEP, 2004). وبالمثل قدرت وكالة الطاقة الدولية أن هذه الإعانت تصل لـ ٩٤ بليون دولار في ٨ دول من خارج المجموعة (IEA, 1999)، بينما بلغ تقديرها لهذه الإعانت في العام ٢٠٠٦ قرابة الـ ٢٢٠ بليون دولار لـ ٢٠ دولة من خارج مجموعة دول منظمة التنمية

والتعاون الدولي، ليزداد حجم التقدير في العام الذي يليه إلى ٣١٠ بليون دولار كمعونات مقدمة في الغالب لاستهلاك الطاقة (IEA, 2008). وتتوزع هذه المعونات المقدمة لاستهلاك الطاقة لتشمل المقدمة لأعمال التصنيع وإنتاج الطاقة الكهربائية، بالإضافة للطاقة المستخدمة في النقل والمتمثلة في дизيل والبنزين (GTZ, 2007). كما تشير دراسات أخرى إلى استمرار التنامي في الإعانات على استهلاك الطاقة لتصل حسب بعض التقديرات في العام ٢٠٠٨ لما نسبته ١٪ من إجمالي الناتج العالمي (Lin, et.al. 2009). هذه الزيادة في الإعانات أسهمت في محدودية كفاءة استهلاك الطاقة، حيث أشارت بعض الدراسات إلى أن إصلاح نظام الإعانات سيسهم في تحسين كفاءة استخدام الطاقة البيئية والاقتصادية (OECD, 2000). كما أن تخفيض حجم الإعانات سيتبعه انخفاض ملموس في الطلب على الطاقة (Saunders and Schneider, 2000).

وبالمثل تخلص غالبية الدراسات إلى أن أحد المظاهر غير الصحيحة في اقتصادات العالم يتمثل في ازدياد المعونات الحكومية خاصة غير المباشرة منها على استهلاك الطاقة. فتقرير الأمم المتحدة لبرنامج البيئة (UNEP, 2004) ينتهي إلى أن إعانات الطاقة في الدول النامية والدول التي تمر اقتصادياتها بمرحلة انتقالية تقدم إعانات تفوق الإعانات التي تقدمها دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، حيث تتخذ الإعانات غالباً أسلوب الإعانات غير المباشرة المعتمدة على تحديد الأسعار بمستوى أقل من التكلفة الاقتصادية الكاملة. لهذا فإن زعماء مجموعة دول العشرين G20 دعوا في اجتماعهم في سبتمبر ٢٠٠٩م، لإجراءات إضافية لدعم الجهود التي تبذلها الدول الأعضاء لإصلاح وإزالة الدعم عن الوقود الأحفوري، وتقدير الآثار الاقتصادية والسياسية لهذا الإصلاح (Cust, et.al. 2007)، حيث يسود الدعم على الوقود الأحفوري في الدول التي يكون فيها قطاع الطاقة قطاعاً عاماً. إذ يتم التعامل مع

شركات الدولة بوصفها كيانات غير ربحية تهدف للخدمة العامة. وهذه الصور من إعانت الطاقة تنتشر في الدول المنتجة للطاقة مثل إيران واندونيسيا وال سعودية. أما الدول المستوردة للطاقة فتعمد إلى تقديم إعانت مباشرة لإنتاج الطاقة بدلاً من استهلاكها. فترى منظمة السلام الخضر الدولية أن دول منظمة التعاون والتنمية قدمت نحو ٩٠٪ من معوناتها لقطاع الطاقة خلال العقد الفائت بشكل معونات مباشرة (Greenpeace International, 2010)، بينما تشير بعض المنظمات إلى تجاوز المعونات المقدمة لإنتاج الطاقة الـ ١٠٠ بليون دولار خلال العقد المنصرم ليصل إجمالي الإعانت للمستهلكين والمتوجين إلى أكثر من ٧٠٠ بليون دولار (World Bank, 2009). وبينما لا يوجد تتبع وتقدير لحجم المعونات غير المباشرة لاستهلاك الطاقة في المملكة تأتي هذه الدراسة مستهدفة تحديد حجم المعونات الحكومية غير المباشرة دورها في تحفيز حجم الطلب ومعدل نموه في المملكة.

يربط مفهوم الإعانة بالتدخل الحكومي في الظواهر الاقتصادية لتحقيق أهداف المجتمع. فالإعانة تتضمن تدخل الدولة لتضمن لسلعة أو خدمة معينة سعراً أدنى من السعر الذي تحدده قوى العرض والطلب في لحظة معينة. كما أن مصطلح الإعانة يشير إلى بعض صور الإعانت والتيسيرات التي تمنحها الدولة للأفراد والمشروعات بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بقصد التخفيف من تكاليف وأعباء المعيشة المتزايدة على المستهلكين، أو زيادة أرباح وتحفيز المتوجين. وهذا يعني أن الإعانة هي أحد أدوات السياسة الاقتصادية التي يتم بمقتضاها بيع السلع أو الخدمات إلى المستهلكين بسعر يقل عن أسعار التكلفة الفعلية لإنتاج هذه السلعة أو الخدمة، أو تكلفة الفرصة البديلة

والمتمثلة بسعر بيع المنتج من الطاقة في السوق العالمي إذا كانت تُنتج محلياً، أو بسعر يقل عن تكلفة استيرادها إذا كانت تستورد من الخارج، متضمنة تكلفة الإنتاج أو الاستيراد مع أعباء توصيل هذه السلعة أو الخدمة لنقطة البيع. ويثل هذا الهدف المدف المباشر للإعلانات الحكومية لاستهلاك الطاقة من حيث رغبة السلطات التشريعية والتنفيذية تقليل الكلفة الاستهلاكية على استهلاك الطاقة في الداخل. كما أن بعض الحكومات ترغب من وراء الإعلانات على استهلاك الطاقة من تقليل التكلفة على الإنتاج السمعي والخدمي لبعض السلع والخدمات من أجل تخفيض سعرها للمستهلك النهائي أو زيادة منافستها للمنتجات السلعية للمنتجين الأجانب، وذلك مثل المنتجات البتروكيمياوية والصناعات التعدينية والخدمات الكهربائية، حيث تعتمد هذه السلع والخدمات على الطاقة بشكل كبير. بيد أن أغلب الإعلانات على استهلاك الطاقة تتم بناء على اعتبارات سياسية أو اجتماعية أكثر منها اقتصادية بالنظر إلى آثارها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية غير المحبذة. لذا فإن محاولات التخفيض أو الإلغاء غالباً ما تواجه بمعارضة واسعة من قبل المستفيدين محاسباً من الإعانة.

تهدف هذه الدراسة إلى قياس حجم المعونات غير المباشرة لاستهلاك الطاقة في المملكة العربية السعودية، ومدى تأثيرها في نمو الطلب على الطاقة. لذا فهي تشتمل على مستويين تحليليين لتحقيق نتائج هذه الدراسة. إذ تبدأ هذه الدراسة بالتعرف على حجم المعونات غير المباشرة لاستهلاك الطاقة باستخدام أحد النماذج الرياضية المعبرة لحساب حجم الإعانة لكل نوع من أنواع الطاقة وتجمعها في مرحلة لاحقة. ومع وجود بعض الجدل بين الاقتصاديين حيال كون الإعلانات المتمثلة بتخفيض أسعار منتجات

الطاقة المحلية عن أسعار السوق العالمية تتضمن تقديم إعانت غير مباشرة لاستهلاك الطاقة، أم أن انخفاض السعر مرد لانخفاض التكاليف والميز النسبية لإنتاج الطاقة في المملكة فإن هذه الدراسة ستعتمد التكاليف الاقتصادية أو تكلفة الفرصة البديلة التي تعتمد عليها أكثر النماذج شهرة وأكثرها منطقية وقبولاً في حساب فجوة أسعار الطاقة في المملكة وتقدير حجم الإعانة. وعند تقدير حجم الإعانة والتأكد من وجودها فسيتم بعد ذلك تحليل العلاقة الاقتصادية بين الإعانة غير المباشرة كعامل مستقل ومدى تأثيرها في النمو الكبير للطلب على مصادر الطاقة باستخدام أنساب النماذج القياسية للعلاقات الاقتصادية.

وحيث إن تحديد هذه النماذج يعتمد على دراسة بيانات الدراسة قياسياً في المقام الأول فإن منهجية تحديد العلاقة بين متغيرات الدراسة تعتمد في البداية على اختبار استقرار بيانات متغيرات الدراسة الأساسية المتمثلة بحجم الإعانت غير المباشرة ومعدل نمو الاستهلاك المحلي للطاقة، والنمو السكاني ومعدل نمو الناتج المحلي الإجمالي. وحيث إن نتائج اختبارات وحدة الجذور لبيانات الدراسة قد جاءت سلبية في المستوى فإن منهجية الدراسة ستعتمد دراسة إمكانية وجود تكامل مشترك لبيانات الدراسة ومدى إمكانية وجود علاقة مستمرة في متغيرات الدراسة، حيث يلي ذلك في المستوى الثالث تحديد اتجاه السببية في البيانات التي تثبت فيها وجود علاقة تكامل مشتركة وفقاً لآلية اختبارات جرأنجر لتحديد اتجاه السببية.

نموذج تقدير حجم الإعانة الحكومية على استهلاك الطاقة وبيانات الدراسة على الرغم من أن هذه الدراسة تتبنى تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OECD للإعانت على استهلاك الطاقة (IEA, 2010)، فإن من الضروري ترجمة هذا التعريف بشكل نموذج رياضي يسهل عملية حساب حجم الإعانت على

استهلاك الطاقة في المملكة العربية السعودية خلال العقد المنصرم بين العام ٢٠٠١ و٢٠١٠ م. ويعتبر نموذج دوج كوبلو (Koplow, et. al. 2009)، والذي تبنته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية في تقريرها عن الطاقة العالمية، نموذجاً مناسباً لهذه الدراسة بالنظر لوضوحه وإمكانية قياسه كميّاً. ويتمثل مقترن دوج كوبلو لقياس حجم إعانة الطاقة بما يمكن تسميته بفجوة السعر Price-Gap حيث يتم تقدير الفجوة أو الانحراف بين أسعار الطاقة المحلية والأسعار المرجعية العالمية. هذا الأسلوب وجد شيوعاً بين المعنيين بقياس الإعانة لكونه يمثل وجهة نظر المستهلكين أو المعنيين بالإعانة. فتكون الصيغة الرياضية لتقدير حجم الإعانة على النحو التالي :

$$(1) \quad PG_t = M_t - P_t$$

حيث تمثل PG_t فجوة السعر المنتج للطاقة في العام t ، بينما تمثل M_t السعر المرجعي للطاقة في الفترة t بدون الإعانة، و P_t للسعر المحلي بعد الإعانة الذي تبعه منتجات الطاقة خلال الفترة t .

ووفقاً لبيانات استهلاك وإننتاج الطاقة في المملكة العربية السعودية فإن المملكة تستهلك معظم إنتاجها من المشتقات النفطية بالإضافة لجميع إنتاجها من الغاز الطبيعي. بينما تلجأ لاستيراد المشتقات النفطية في فترات الذروة وأوقات الصيانة لحطات التكرير، والتصدير للفائض في أحوايين أخرى. أما النفط الخام والغاز الطبيعي فيباع محلياً للمستهلكين الكبار كشركة الكهرباء والمؤسسة العامة لتحلية المياه وشركة سابك بأسعار مدعومة P_t أقل من الأسعار العالمية المرجعية M_t . وحيث لا تقوم الحكومة بفرض ضرائب على مستورداتها النفطية في حال استيراد المشتقات النفطية فسيتم الاكتفاء بـ M_t معبراً عن السعر المرجعي دون إضافة تكاليف النقل أو أي ضرائب على السعر المرجعي. وبدلًاً من ذلك سيكون الاعتماد على

الأسعار العالمية المعلنة من قبل وكالة الطاقة الدولية لمنتجات الطاقة محل الإعانة IEA ، أو من قبل هيئة معلومات الطاقة الأمريكية EIA ، وذلك وفقاً لسعر المنتجات النفطية في خليج المكسيك قبل حساب الضرائب الجمركية والنقل وضرائب المبيعات. ويمكن تبرير اختيار الأسعار العالمية لمنتجات الطاقة M_t كأسعار مرجعية لكونها تعكس تكلفة الفرصة البديلة الحقيقية لبيع منتجات الطاقة ، ولتفادي التعقيدات التي تتبعها النظم الداخلية لتسعير المنتجات النفطية في مختلف دول العالم. بيد أنه يجب الأخذ في الحسبان أن اختيار السعر المرجعي M_t ينطوي على بعض الفروض التي قد تؤدي إلى بعض الفروق الحسابية لدى باحثين آخرين كافتراض التجانس لمنتجات النفطية عالمياً ، وتوحيد سعر الصرف بين العملة المحلية الريال مقيماً بالدولار وفقاً لتسعيرته المثبتة من قبل مؤسسة النقد العربي السعودي خلال تاريخ الدراسة (مؤسسة النقد العربي السعودي ، ١٤٢٩).

ونظراً لتتنوع مقاييس الطاقة ومصادرها فإن هذه الدراسة ستعتمد معدل تحويل كل من البترول بمقاييسه العالمي بالبرميل والغاز الطبيعي بمقاييسه العالمي بالقدم المكعب إلى معدل الطاقة الحرارية البريطاني BTU والذي يرمز للكمية من مصدر الطاقة اللازمة لرفع درجة حرارة رطل واحد من الماء بمقدار درجة فهرنهait واحدة (Wikipedia, 2012) ، وفقاً للمتعارف عليه عالمياً حيث يساوى البرميل من النفط ٥.٥٥١٤ uMMBt في الوقت الذي يساوي فيه الألف قدم مكعب من الغاز الطبيعي ١.٠٣١ MMBtu (Juggler Unit, 2012) ليكون متغير غزو استهلاك الطاقة من خلال المستهلك من الوحدات الحرارية لمصادر الطاقة الهيدروكرbone ، حيث يتم تقدير معدلات النمو السنوية لتلك المتغيرات خلال فترة الدراسة استناداً إلى نموذج المعادلة الأسيّة (Exponential Model).

أما الأسعار المحلية لمنتجات الطاقة المباعة محلياً فتختلف بحسب نوع المنتج من الطاقة، حيث يوجه بعضها للعامة كالبنزين والديزل لاستخدامها غالباً في النقل والزراعة والخدمات والصناعة. وحيث يباع في السوق السعودي نوعان من البنزين فقد اعتمد في الدراسة متوسطاً غير مرجح للسعرين. أما الأنواع الأخرى من منتجات الطاقة المكررة فقد تم إهمالها لانخفاض أهميتها النسبية في الإعانة أو لكونها تباع وفق السعر المرجعي. كما تشمل الطاقة المستهلكة في المملكة الغاز الطبيعي والنفط الخام وزيت الوقود، وهي المستخدمة في إنتاج الطاقة الكهربائية وتحلية المياه المالحة والأغراض الصناعية. وتتسم عملية تبادل هذه المنتجات على عمليات تسعير ودفع ومحاسبة داخل المؤسسات الحكومية والشركات ذات الملكية الحكومية بالأغلبية. وفي هذه الحالة يصعب تحديد أسعار الطاقة المباعة وكيفياتها تفصيلاً بسبب عدم الإعلان عنها ونشرها في التقارير الدورية للجهات ذات العلاقة. كما تبقى في كثير من الحالات عملية الدفع عرضة لتعارض المصالح بين الأجهزة الحكومية؛ بحيث تتطوّر عملية الدفع على تأخير أو تنازل أو إعادة جدولة، تنتهي بعدم تحديد دقيق لعملية الإعانة كما في حالة النفط الخام والغاز الطبيعي المباع لشركة الكهرباء السعودية والمؤسسة العامة لتحلية المياه وشركتي سابك وأرامكو حيث تستهلك هذه المؤسسات الجزء الأكبر من منتجات الطاقة المدعومة محلياً. لذا يلجأ في تقديرها لعملية تقدير تحمل بعض الفروق في الكميات والسعر مع التقديرات الأخرى لباحثين آخرين حيال حجم الإعانة، مع ميل في هذه الدراسة للأخذ بأكثر البيانات تحفظاً في الأسعار والكميات وحجم الإعانة.

أما البيانات المرجعية لأسعار النفط الخام فقد اعتمدت هذه الدراسة على الأسعار المعلنة وفق تقارير مؤسسة النقد العربي السعودي للنفط العربي الخفيف

خلال السنوات العشر الممثلة في هذه الدراسة، في مقابل أسعار الغاز الطبيعي وفق بيانات وكالة الطاقة الدولية وفقاً لأسعار FOB في خليج المكسيك خلال فترة الدراسة. وبالمثل فإن بيانات الاستهلاك المحلي من منتجات الطاقة قد تم استقصاؤها من التقارير السنوية لمؤسسة النقد العربي السعودي خلال فترة الدراسة، بالإضافة إلى التقارير السنوية لوكالة الطاقة الدولية. كما تم اعتماد مقاييس هيئة بيانات الطاقة الأمريكية (IEA) مرجعاً في حساب تحويل الكميات بين المقاييس المختلفة لوسائل الطاقة المختلفة.

تعدد مصادر الطاقة المستهلكة والمستخدمة في الاقتصاد السعودي، وتتنوع بين الاستخدامات الاستهلاكية والتجارية والصناعية. ورغم اختلاف مصادرها فهي تتفق في كونها لا تخرج عن المصادر الهيدروكروبونية. فهي إما نفط خام أو غاز طبيعي أو أحد المشتقات النفطية المكررة. ورغم هذا الاختلاف فسيتم الاقتصر في هذه الدراسة على أكثرها أهمية من حيث الاستخدام والحجم، حيث سيتم تقدير حجم الإعانة على استهلاك الطاقة من خلال مبيعات النفط الخام والغاز الطبيعي والبنزين والديزل للاستهلاك المحلي للأغراض المختلفة. والغالب في استهلاك المصادرين الأوليين هو استخدامهما لأغراض صناعية أو لإنتاج الكهرباء أو لتحلية المياه، بينما تتعدد استخدامات المنتجين الآخرين البنزين والديزل ليستخدما _ غالباً _ في النقل والزراعة والصناعة والخدمات الأخرى. أما الطاقة الكهربائية فتم استبعادها من حساب الإعانة؛ لكون الإعانة على استهلاك الطاقة الكهربائية تتم بطريق غير مباشر من خلال تزويد شركة الكهرباء بالوقود المدعوم

منخفض الكلفة مع تسعير الطاقة الكهربائية مركزياً من قبل الحكومة من خلال نظام الشرائح المختلفة للاستهلاك السكني والتجاري والصناعي والزراعي ، خاصة أن التقارير المالية لشركة الكهرباء تظهر تحقيقها أرباحاً عادلة في فترة الدراسة (الشركة السعودية للكهرباء ، ٢٠١١).

ورغم أن السنوات الأولى من فترة الدراسة تظهر تفاوتاً في حجم الإعانة ونسبتها بين أنواع الطاقة ، فإنها تتفق في الغالب في كونها مدعومة بشكل كبير أدى إلى تسارع النمو في استهلاكها بشكل لافت خلال فترة الدراسة. فوفقاً لنموذج فجوة السعر تظهر البيانات حجم معونة سالب للبنزين خلال السنوات الثلاث الأولى من الدراسة بخلاف الأنواع الأخرى من مصادر الطاقة. بيد أن جميع المصادر محل الدراسة أصبحت موجبة الإعانة وبشكل متناهٍ خلال فترة الدراسة بنسب نمو متفاوتة حسب نوع المصدر على النحو التالي :

()

تم التركيز على كل من البنزين والديزل ؛ نظراً لضخامة حجم استهلاكهما وارتفاع نسبة النمو السنوي في الطلب على كل منهما. ويتسم هذان النوعان من مصادر الطاقة بشيوع استخدامهما خاصة في النقل الخاص الذي تقوم عليه بنية صناعة النقل في المملكة. كما يتسم هذان النوعان بثبيت سعريهما من قبل الحكومة ؛ حيث تقوم شركة أرامكو الحكومية بتأمينهما من خلال مصافي التكرير التابعة لها ، أو من خلال الشراء من السوق العالمي. وقد تم إعادة تسعير كل من البنزين والديزل وتحفيضهما في العام ٢٠٠٦ لتزداد بعد ذلك قيمة الإعانة بعد أن كانت الإعانة سالبة في البنزين للسنوات الثلاث الأولى من فترة الدراسة. ويظهر الجدولان ١ و ٢ الكميات المستهلكة والأسعار المرجعية وقيمة الإعانة لكل منها خلال فترة الدراسة. كما تظهر

الأشكال البيانية لتطور حجم الإعانة ونسبة النمو لكل منهما. وتبلغ الإعانة على استهلاك البنزين للعشر سنوات ١٦٤,٧٣٤ مليار ريال على الرغم من تحقيق الحكومة أرباحاً من بيعها للبنزين خلال السنوات الثلاث الأولى. إلا أن النمو الكبير في الاستهلاك وتخفيف السعر في العام ٢٠٠٦ لتكون السعودية ثاني دولة في العالم ضمن قائمة الدول الأقل سعراً للبنزين أدى إلى رفع قيمة الإعانة. وتمثل نسبة الإعانة على استهلاك البنزين من إجمالي حجم الإعانة المقدرة على استهلاك الطاقة خلال فترة الدراسة ١٢٪. هذه النسبة من الإعانة أسهمت بارتفاع مطرد ونمو مستمر في الطلب على البنزين بمتوسط نمو بلغ ٦٪ خلال فترة الدراسة.

أما дизيل فكان سعره في الأساس منخفضاً بشكل كبير حتى عن السعر المرجعي وحتى قبل التخفيض الأخير لسعره ليكون дизيل مدعاوماً طيلة فترة الدراسة. فقد كان السعر المرجعي يفوق السعر المحلي بنحو ٢,٥ مرة ضعف السعر المحلي. لكنه مع نهاية فترة الدراسة بلغ حجم السعر المرجعي ١٢ مرة ضعف السعر المحلي، وذلك بسبب التنامي في سعره العالمي بخلاف سعره محلياً حيث تم تخفيضه وتبنيه في منتصف فترة الدراسة. من هنا فإن هذه الدراسة تنتهي إلى تقدير حجم الدعم لاستهلاك дизيل خلال فترة الدراسة بمبلغ ٤٢,١ مليار ريال. ويأتي هذا المبلغ في المرتبة الثانية ضمن قائمة فاتورة دعم استهلاك الطاقة في المملكة بنسبة ٣٢٪ من إجمالي الإعانة المقدرة على استهلاك الطاقة. مثل هذا القدر من الإعانة أسهم — مع أسباب أخرى — في تناٍ مستمر في حجم الاستهلاك من дизيل بمتوسط قدره ٥,٦٪ سنوياً خلال فترة الدراسة.

۳۰۳

...

.()

	())	()	/ /	/ /	
-2305	9988.1438	12293.1	13659	0.73125	0.9	2001
-2752.7	10460.262	13212.96	14681.07	0.7125	0.9	2002
-570.85	13129.596	13700.45	15222.72	0.8625	0.9	2003
4243.24	18791.487	14548.25	16164.72	1.1625	0.9	2004
11529	26901.047	15372.03	17080.03	1.575	0.9	2005
23283.8	32787.429	9503.603	18102.1	1.81125	0.525	2006
29840.2	40284.277	10444.07	19893.47	2.025	0.525	2007
41045.9	52313.381	11267.5	21461.9	2.4375	0.525	2008
24777.4	36738.942	11961.52	22783.84	1.6125	0.525	2009
35642.9	48117.949	12475.02	23761.95	2.025	0.525	2010
164734						

.()

	()	()	()	/ /	/ /	
'	'	'		'	'	2001
'	'	'	'	'	'	2002
'	'	'		'	'	2003
'	'	'		'	'	2004
'	'	'		'	'	2005
'	'			'	'	2006
'	'	'		'	'	2007
'	'			'	'	2008
'	'			'	'	2009
'	'	'		'	'	2010
'						

()

يمثل الغاز الطبيعي مصدراً مهماً من مصادر الطاقة والذي تزايد الاهتمام به عاماً بعد آخر بسبب انخفاض ثمنه مقارنة بأسعار النفط ومشتقاته، واستخداماته المتعددة في الصناعات البتروكيماوية، وانخفاض إسهامه في الاحتباس الحراري والتأثيرات البيئية الضارة مقارنة بغيره من مصادر الطاقة غير المتجددة. كما يتزايد الاستخدام العالمي له في إنتاج الطاقة الكهربائية بغرض توفير النفط ومشتقاته للاستخدامات الأخرى. وعادة ما يتم استهلاكه في السعودية لإنتاج الكهرباء وتحلية المياه والصناعات البتروكيماوية. وقد عمل تثبيت سعر بيعه للقطاعات المستهلكة له خلال فترة الدراسة مع تنامي سعره العالمي على ارتفاع فجوة السعر، ومن ثم ارتفاع قيمة الإعانة المقدرة على استهلاكه ليصل إجمالي حجم الإعانة خلال العقد محل الدراسة إلى نحو ٤٨١.٨ مليار ريال. لذا يتزعم الدعم المقدر لاستهلاك الغاز الطبيعي صدارة فاتورة الدعم لمنتجات الطاقة المستهلكة في المملكة بنسبة ٢٥٪ من إجمالي حجم الإعانة المقدرة.

مثل هذا المبلغ الكبير للإعانة كان أحد الأسباب لتناامي الطلب عليه من قبل المستهلكين الكبار الذين بدورهم يقومون بتسويق منتجاتهم من المياه المحلاة والكهرباء والمنتجات البتروكيماوية بأسعار منخفضة تسهم في رفع الطلب عليها، ليصل متوسط نسبة النمو على الطلب على الغاز الطبيعي خلال فترة الدراسة إلى ٥٪ سنوياً. ورغم أن هناك رغبة في زيادة حصة الغاز الطبيعي ضمن مصادر الطاقة في المملكة وزيادة نسبة نفو استهلاكه إلا أن صعوبة تأمين إمدادات مستقلة له داخل المملكة ت العمل على تقييد الخطط الوطنية لإحلاله محل المشتقات النفطية الأخرى، خاصة مع التنامي المستمر لاستهلاكه. ويظهر الجدول (٣) تقدير حجم الإعانة على استهلاك الغاز الطبيعي خلال فترة الدراسة

() .

)	()) (/	/	/	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	
,	,	,	,	,	,	

:

()

تمثل الإعانة المقدمة للنفط الخام المستهلك محلياً بواسطة المستهلكين الكبار خاصة لإنتاج الطاقة الكهربائية خمس إعانة إجمالية المقدمة لاستهلاك الطاقة في المملكة خلال فترة الدراسة، حيث يأتي غالب استهلاك النفط الخام محلياً كوقود لتوليد الطاقة الكهربائية. وتبلغ الإعانة المقدرة لاستهلاك النفط الخام محلياً خلال فترة الدراسة مبلغ ٢٧٧,٩٧٣ مليار ريال. هذه الإعانة المباشرة تتعكس بشكل إعانة غير مباشرة على استهلاك الطاقة الكهربائية، حيث تقدم الخدمة الكهربائية بشرائحها المختلفة الاستهلاكية والصناعية والزراعية والتجارية والحكومية بأسعار منخفضة مقارنة بالأسعار العالمية. ييد أنه _ تفادي للازدواجية في حساب الإعانة _ قد تم الاقتصر في تقدير الإعانة على الطاقة

المستخدمة في إنتاج الطاقة الكهربائية على الإعانة المقدرة للنفط الخام والغاز الطبيعي. ويشير الجدول ٤ إلى حجم الإعانة السنوية على استهلاك النفط الخام، حيث يظهر التنامي المستمر لحجم الاستهلاك، ومن ثم حجم المعونة الذي يزداد سنويًا بمعدل ٨.٦٪. هذه النسبة غير المسبوقة عالمياً تعبّر عن نسبة النمو الكبير في استهلاك الطاقة الكهربائية والتي تتراوح حول ٨٪ سنويًا خلال فترة الدراسة، والتي ترجع إلى حجم المعونات على استهلاك الوقود المستخدم في إنتاج الطاقة الكهربائية، إضافة إلى النمو الاجتماعي والاقتصادي في المملكة. ييد أن ارتفاع نسبة المعونة المقدمة لمستهلكي النفط الخام يضعف من دافعية المستهلكين لرفع كفاءة استهلاك الطاقة، وتقليل حجم الاستهلاك الكهربائي على مستوى الوحدة الاقتصادية.

() .

()	()	()	/	/ /	/ /	
,	,	,		,	,	
,				,	,	
,	,	,		,	,	
,	,	,		,	,	
,	,	,		,	,	
,	,	,		,	,	
,	,	,		,	,	
,	,	,		,	,	
,						

يشير الجدول (٥) إلى تقدير لحجم الإعانة على استهلاك الطاقة في المملكة العربية السعودية خلال فترة الدراسة الممتدة ما بين العامين ٢٠٠١ و ٢٠١٠ م ونسبة الإعانة لكل من المكونات الرئيسية للإعانة المقدرة على استهلاك الطاقة. ونظراً لفارق الكبير بين السعر المحلي والسعر المرجعي ونحو هذا الفارق مع الزمن والتنامي الكبير في استهلاك الطاقة فإن مبلغ الإعانة المقدرة قد حقق نمواً كبيراً خلال العشر سنوات محل الدراسة. في بينما نما استهلاك الطاقة بنسبة ٦.٦٪ سنوياً (أنظر الشكل ١ في ملحق الدراسة) فإن مبلغ الإعانة نما بمتوسط سنوي مقداره ١٨٪ سنوياً خلال فترة الدراسة، حيث يعود الفرق بين النسبتين لكون نمو الإعانة يرجع لزيادة الاستهلاك المحلي بالإضافة لتنامي فجوة السعر مع الزمن، كما هو في الجدول (٥) الذي يوضح إجمالي حجم الإعانة. فقد كانت الإعانة المقدرة على استهلاك الطاقة مبلغ ٣٧.٣ مليار ريال في بداية الفترة، لكنها ازدادت لتصل نهاية الفترة مبلغ ٤٤٠ مليار ريال؛ أي ما نسبته ٥٤٣٪. هذه الزيادة الكبيرة في نسبة الإعانة المقدرة على استهلاك الطاقة جعلت إجمالي الإعانة المقدرة خلال فترة الدراسة تربو على التريليون ريال وثلث. ورغم أن هذا المبلغ يمثل تقديرًا حسابيًّاً للإعانة غير المباشرة لاستهلاك الطاقة غير مدفوعة إلا أنه يجب أخذها في الحسبان كتكلفة فرصة بديلة لبيع مصادر الطاقة للاستهلاك المحلي، حيث الفارق الكبير بين الثمن المدفوع للحكومة لقاء الحصول عليها وبين السعر العالمي المرجعي لها. مثل هذا الفارق الكبير مع الدور التأثيري للسعر في التخصيص الأمثل للموارد الاقتصادية وفقاً لأمثلية باريتو يسهم في دعم التوجهات السلبية للطلب المحلي على الطاقة غير المسبوق عالمياً، حيث القلق المتامي على مستقبل صناعة الطاقة ومواردها المالية للحكومة والمجتمع. كما يؤيد النتائج التي تم التوصل إليها في بحث

سابق عن الدور السلبي للقيود السعرية وفرض أسعار غير سوقية على التخصيص الأمثل للموارد الاقتصادية (العمر، ٢٠١١).

()

() .

,	,	,	,	,	-2305
,	,	,	,	,	-2752.7
,	,	,	,	,	-570.85
,	,	,	,	,	4243.24
,	,	,	,	,	11529
,	,	,	,	,	23283.8
,	,	,	,	,	29840.2
,	,	,	,	,	41045.9
,	,	,	,	,	24777.4
,	,	,	,	,	35642.9
,	,	,	,	,	164734
%٢٥.٤٧	%٣٠.٣١	%٧	%٢٢	%٣٩	

:

هذه النتائج لتقدير حجم الإعانة ومصادرها وتوزيعها وهيكلها في سوق الطاقة محلياً وتأثيرها المباشر على أسعار الطاقة محلياً تتضمن التأثير المباشر في نمو الطلب على الطاقة في المملكة؛ حيث يتطلب استكمال هذه الدراسة تحديد دور الإعانة الحكومية غير المباشرة على استهلاك الطاقة ومسؤوليتها عن الارتفاع المستمر لمعدل نمو الطلب على الطاقة محلياً ضمن العوامل الأخرى المتحمل تأثيرها في نمو الاستهلاك المحلي للطاقة.

تعدد العوامل المؤثرة في الطلب على الطاقة كسلعة اقتصادية عادية. بيد أن السعر يعتبر من الناحية النظرية العامل الأكثر أهمية في تحديد مستوى ومعدل نمو الطلب. من هنا تعتبر الإعانات غير المباشرة ذات الأثر المباشر في انخفاض الأسعار لها الصدارة في التأثير على مستوى ومعدل نمو الطلب على الطاقة؛ حيث يهدف هذا الجزء من الدراسة إلى قياس تأثيرها مع الناتج المحلي الإجمالي والنمو السكاني في الطلب المحلي على الطاقة. وكمثل غالبية السلالس الزمنية الاقتصادية الكلية التي تتسم بعدم استقرارها في المستوى (Nelson and Plosser, 1982) فإن من المناسب بدء تحليل العلاقات الاقتصادية بين نمو الطلب على الطاقة في المملكة وحجم الإعانة ونمو الناتج المحلي الإجمالي والنمو السكاني باختبار وحدة الجذور لهذه السلالس الزمنية من خلال اختبار ديكري فلر المعدل (Dickey and Fuller, 1979) على النحو التالي :

$$\Delta Y_t = \alpha + \delta Y_{t-1} + u_t \quad \dots \quad (2)$$

حيث ترمز Δ للفرق من الدرجة الأولى و Y_t للسلسلة الزمنية محل الاختبار، بينما ترمز كل من α و δ للمعلمات محل التقدير. ويظهر الجدول (٦) اختبارات وحدة الجذور للسلالس الزمنية محل الدراسة، حيث يظهر جميعها عدم استقرارها في المستوى ، بخلاف إعادة الاختبار عندأخذ الفروق من الدرجة الأولى.

() .

3.843	0.025*	0.933	0.726	
5.299	0.003*	2.949	0.074	
4.233	0.013*	2.569	0.129	
5.131	0.004*	3.131	0.057	

.%

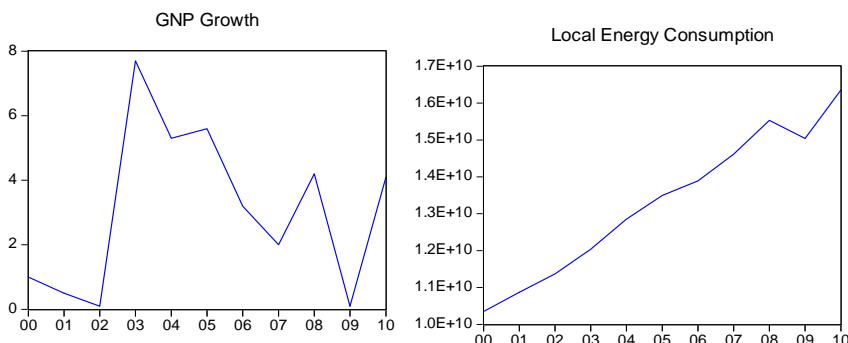
*.

في مثل هذه الحالة يمكن استخدام اختبار جوهانسن للتكمال المشترك Cointegration بطريقة اختبار التتبع للمتغيرات محل الدراسة لقياس أي من العوامل ترتبط بقواسم تأثيرية مشتركة مع الزيادة في معدل الطلب على الطاقة في المملكة، خلال العقد المنصرم. فالجددول (٧ - ١٠) تشير إلى نتائج اختبار التكمال المشترك باستخدام طريقة جوهانسن بين نمو الطلب المحلي على الطاقة والعوامل الأخرى محل الدراسة المتمثلة بالناتج الإجمالي المحلي والنمو السكاني والمعونات غير المباشرة. فالجدول (٧) يشير إلى نتائج تحليل جوهانسن للتكمال المشترك بين نمو الطلب المحلي على الطاقة ونحو الناتج الإجمالي المحلي، حيث تشير قيمة الاحتمال إلى عدم إمكانية رفض فرض عدم بما يشير إلى انعدام العلاقة التكمالية بين الطلب على الطاقة والناتج الإجمالي المحلي.

() .

3869	5.49471	0.772438	0.520951	None
0.1427	.841466	.148858	.212398	At Most 1

كما يمكن الاستدلال على هذه النتيجة من خلال الرسوم البيانية لكل من متغيري الدراسة في الشكل (١):



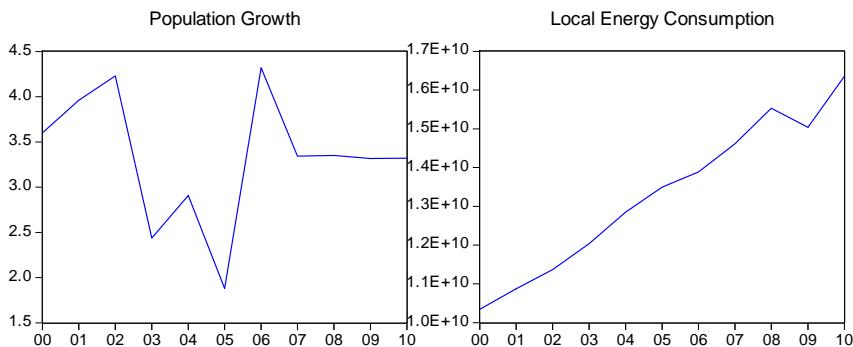
. () .

وبالمثل يشير الجدول (٨) إلى نتائج تحليل جوهانسن للتكمال المشترك بين نمو الطلب المحلي على الطاقة والنمو السكاني ، باعتباره عاملًا محتملاً للمسؤولية عن زيادة معدل الطلب المحلي على استهلاك الطاقة ، حيث تشير قيمة الاحتمال إلى عدم إمكانية رفض فرض العدم بما يشير إلى انعدام العلاقة التكمالية بين نمو الطلب المحلي على الطاقة والنمو السكاني.

() .

0.6658	15.49471	6.251783	0.424522	None
0.2581	3.841466	1.278796	0.132456	At Most 1

كما يظهر الشكل (٢) تطور كل من الطلب المحلي على الطاقة والنمو السكاني وبالتالي بينهما.



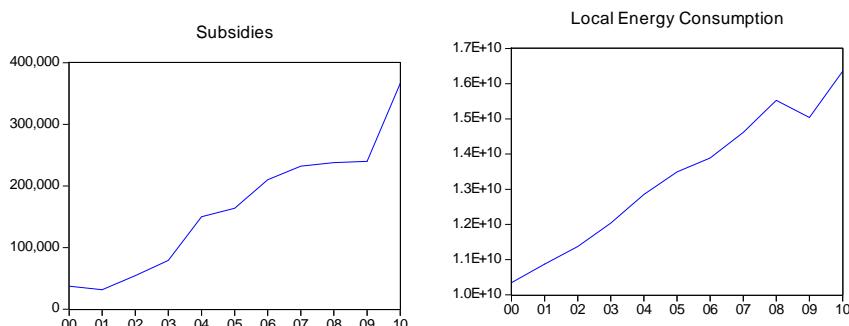
() .

أما التأثير المحتمل للإعانة الحكومية غير المباشرة على استهلاك الطاقة فيشير الجدول (٩) إلى نتائج تحليل جوهانسن للتكمال المشترك بين نمو الطلب المحلي على الطاقة والإعانة الحكومية على استهلاك الطاقة، حيث تشير قيمة الاحتمال إلى رفض فرض العدم بما يشير إلى وجود علاقة تكمال مشتركة بين المتغيرين.

() .

0.042	15.49471	15.99627	0.8309	None
0.035	14.785436	18.439616	0.650243	At Most 1

هذه النتيجة أيضاً يمكن ملاحظتها من اتجاه المتغيرين من خلال الشكل (٣) لكل منها.



() .

حيث يظهر تحليل جوهانسن للتكمال المشترك بين نفو الطلب المحلي على الطاقة ونفو الإعلانات غير المباشرة، وكذلك اتجاه المتغيرين بيانياً من بين المتغيرات الأخرى إلى اطراد العلاقة بينهما.

يستبع ذلك البحث في مصدر السببية بين المتغيرين الآخرين، وما إذا كانت علاقة التكمال المشترك بينهما مصحوبة بتأثير سببي أحادي أو مزدوج الاتجاه. فوفقاً لاختبار جرانجر للسببية (Granger, ١٩٦٩)، فإن مفهوم السببية بين متغيرين تثبت علاقة سببية جرانجر بينهما من جهة واحدة أو من كلا الجهتين، لا يتضمن كون أحدهما سبباً لوجود الآخر بقدر ما يتضمن مقدار التغيير في أحدهما بسبب تغير سابق في المتغير الآخر. من أجل ذلك فإن علاقة سببية جرانجر يمكن تقديرها من خلال نموذج الانحدار التالي:

$$ES_t = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i (ES)_{t-i} + \sum_{j=1}^n \tau_j (ED)_{t-j} + u_t \quad \dots \quad (3)$$

$$ED_t = \alpha\theta + \sum_{i=1}^p \phi_i(ED)_{t-i} + \sum_{j=1}^q v_j(ES)_{t-j} + \epsilon_t \quad \dots \quad (4)$$

حيث تمثل ES و ED كلاً من الإعانات غير المباشرة على استهلاك الطاقة والطلب المحلي على الطاقة على التوالي. هاتان المعادلتان يتم تقديرهما بطريقة المربعات الصغرى لاختبار أربع فرضيات تحدد العلاقة بين المتغيرين ES و ED على النحو التالي:

- اختبار علاقة سببية جرanger أحادية الاتجاه من الإعانات غير المباشرة للطلب المحلي على الطاقة وفقاً للفرضية $\sum_{j=1}^n \tau_j \neq 0, \sum_{j=1}^n v_j = 0$

- اختبار علاقة سببية جرanger أحادية الاتجاه من الطلب المحلي على الطاقة للإعانات الحكومية غير المباشرة وفقاً للفرضية $\sum_{j=1}^n \tau_j = 0, \sum_{j=1}^n v_j \neq 0$

- اختبار علاقة سببية جرanger مزدوجة الاتجاه من الطلب المحلي على الطاقة للإعanات الحكومية غير المباشرة والعكس، وفقاً للفرضية $\sum_{j=1}^n \tau_j \neq 0, \sum_{j=1}^n v_j \neq 0$. وفي هذه الحالة يكون التأثير السببي من الاتجاهين، بحيث يؤثر كل منهما في الآخر.

- اختبار استقلالية كل من الطلب المحلي على الطاقة عن الإعانات غير المباشرة والعكس، وفقاً للفرضية $\sum_{j=1}^n \tau_j = 0, \sum_{j=1}^n v_j = 0$. وفي هذه الحالة لا يثبت تأثير أحدهما في الآخر.

وتمثل n فترة الإبطاء التي ينبغي أن تكون من الطول لتشمل فترة التأثير المتوقعة للعامل المستقل على المتغير التابع. وحيث إن الطلب على الطاقة آني وسريع الاستجابة فقد اقتصر على فترة إبطاء واحدة بين متغيري الدراسة. ويشير الجدول ١٠ إلى نتيجة اختبار جرanger للسببية بين المعونات غير المباشرة والطلب على الطاقة.

() .

	<i>F</i>	
0.0151	10.2238	Indirect Governmental Subsidies Do not Granger Cause Local Energy Demand Change.
0.9536	0.00364	Local Energy Demand Change Does not Granger Cause Indirect Governmental Subsidies.

ومن الواضح من اختبار جرanger للسبيبية وجود علاقة من طرف واحد من المعونات على استهلاك الطاقة إلى الطلب على استهلاك الطاقة بما يتواافق مع النظرية الاقتصادية.

هذه النتيجة القياسية لعلاقة الطلب المحلي على الطاقة بالمتغيرات الاقتصادية الرئيسية، ودور المعونات غير المباشرة في نمو الطلب على الطاقة تؤكد ضرورة البحث في سبل تعزيز اقتصاديات الطاقة بالمملكة ووضع استراتيجية تتناسب مع دور المملكة العالمي في إنتاج الطاقة، وبما يكفل الكفاءة في الاستفادة من الطاقة المستهلكة محلياً وزيادة معدل إنتاجيتها للمستويات العالمية المقبولة، وهو ما يستتبع مزيداً من البحث والدراسة حول كفاءة استخدام الطاقة في المملكة وتأثير الإعانة الحكومية غير المباشرة على كفاءة استهلاك الطاقة.

يعتمد الاقتصاد السعودي بصفة خاصة على الطاقة كمصدر لتشغيل وتمويل التنمية والرفاهية الاجتماعية. وفي سبيل ذلك تعمد الحكومة إلى تقديم إعانات غير مباشرة بشكل تقييد سعرى لمتنيجات الطاقة المباعة محلياً بأقل من الأسعار التي تباع بها في السوق العالمي. وعلى الرغم من أن هذه الإعانات بشكلها غير المباشر المتمثل بتقييد أسعار الطاقة محلياً بأقل من أسعارها البديلة العالمية ليست وليدة فترة الدراسة، بل متدا

تاربخياً لعدة عقود، فإن وتيرة نموها تتزايد في الفترة الأخيرة بما يهدد معه موقع المملكة كدولة مصدرة للطاقة. لهذا جاءت هذه الدراسة لتوضيح حجم الإعانات الحكومية غير المباشرة على استهلاك الطاقة خلال العقد المنصرم. فالإعانات على استهلاك الطاقة تعتبر أحد المحددات الرئيسية في استهلاك الطاقة، نظراً لتأثيرها المباشر في الأسعار. كما سعت هذه الدراسة بعأً لتوضيح توزيع الإعانات الحكومية غير المباشرة بين مصادر الطاقة وتتأثيرها في نمو الطلب المحلي على استهلاك الطاقة. وقد تبين عند تطبيق نموذج دوج كوبيلو على مصادر الطاقة في المملكة أن المملكة تعتمد سياسة التقييد السعري لمصادر الطاقة بأقل من سعرها المرجعي العالمي، وهو ما يمثل تقديم الحكومة لإعانات على استهلاك الطاقة كقيم للصناعات البتروكيميائية أو لاستخدامها مباشرة في توليد الكهرباء أو في أعمال النقل والزراعة والصناعة والخدمات. هذه الإعانات اتسمت من خلال الدراسة بخصائصين، إحداهما: كبر حجمها ، حيث وصلت قيمة المعونة المقدرة على استهلاك الطاقة في المملكة ما يعادل ١.٣٧ تريليون ريال خلال فترة الدراسة. أما الأخرى فتمثلت بالتنامي المستمر لحجم الإعانة، نتيجة ارتفاع الأسعار المرجعية العالمية مقابل ثبات الأسعار المحلية وانخفاضها لتبلغ نسبة نمو الإعانة في متوسطها السنوي ٢٥٪ في منتصف فترة الدراسة. كما اتسم سوق الطاقة المحلي في المملكة _ بالإضافة إلى ارتفاع حجم الاستهلاك المحلي من مصادر الطاقة المختلفة _ بالنمو المتسارع، لتبلغ نسبة متوسط نمو الاستهلاك السنوي ٦.٥٧٪. ويأتي في مقدمة الطلب على مصادر الطاقة الطلب على النفط الخام المستخدم غالباً في توليد الطاقة الكهربائية بنسبة نمو تقارب نسبة نمو الطلب على الكهرباء خلال فترة الدراسة والمتمثلة بـ٨٪ سنوياً، حيث قدرت الدراسة نمو الإعانة بنسبة ٣٠٪. يليه الطلب على البنزين بنسبة نمو تبلغ ٦.٣٦٪ سنوياً والذي يعتمد عليه قطاع النقل بشكل كبير مع نمو موازٍ في

حجم الإعانة على استهلاك البنزين بنسبة ٣٩٪. يليه الطلب على الغاز الطبيعي بنسبة ٥,٧٧٪ والمستخدم غالبا في الصناعة وإنتاج الكهرباء والمياه وبنسبة نحو في حجم الإعانة تبلغ ٧٪. يلي هذه المصادر الطلب على дизيل متعدد الاستخدامات بنسبة نحو في الطلب تبلغ ٥,٥٤٪ مع نسبة نحو في المعونة الحكومية تبلغ ٢٢٪.

هذه الإعانات بمتوسط نحوها السنوي استخدمت في الدراسة القياسية لاختبار مدى مسؤوليتها عن النمو المتزايد للطلب المحلي على الطاقة. وذلك ضمن العوامل الأخرى المؤثرة في نمو الطلب المحلي على الطاقة، حيث اشتملت هذه الدراسة على تقدير قياسي لإمكانية وجود علاقة تكامل مشترك Cointegration وسببية بين كل من الإعanات غير المباشرة على استهلاك الطاقة ونمو الناتج الإجمالي المحلي والنمو السكاني كمتغيرات مستقلة، وبين الطلب المتنامي محليا على استهلاك الطاقة كمتغيرتابع. وقد أظهرت نتيجة اختبار وجود تكامل مشترك بين المتغيرات الثلاث ونمو الطلب المحلي عدم إمكانية رفض فرض العدم لوجود علاقة بين نمو الطلب المحلي على استهلاك الطاقة ونمو الناتج المحلي الإجمالي والنمو السكاني، في الوقت الذي أمكن فيه رفض فرضية العدم لهذه العلاقة مع الإعanات غير المباشرة، وهو ما يشير إلى مسؤولية الإعانات غير المباشرة على استهلاك الطاقة لتحفيز الطلب عليها وزيادته بشكل غير مسبوق عالمياً. هذه النتيجة استدعت استخدام اختبار جرانجر للسببية Causality Test لتحديد اتجاه السببية بين الطلب المحلي للطاقة والإعanات غير المباشرة على استهلاك الطاقة لتظهر نتيجة اختبار جرانجر للسببية التأثير الأحادي الاتجاه من الإعانات غير المباشرة إلى الطلب المحلي على استهلاك الطاقة دون العكس.

هذه النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة تحفز لمزيد من الدراسات حول الآثار الاقتصادية وغير الاقتصادية المرتبطة بمنح الإعانات غير المباشرة على استهلاك الطاقة، وبما يسهم في إعادة إصلاح نظام الإعانة على استهلاك الطاقة. إذ تتمثل عملية إصلاح نظام الإعانات الحكومية على استهلاك الطاقة وتوظيف الإعانات نحو المقصود المباشر منها والمتمثل بتحقيق العدالة الاجتماعية ومساعدة ذوي الدخول المنخفضة أمراً بالغ الأهمية للمحافظة على استمرارية الطاقة عبر الأجيال المتعاقبة، وتحقيق العدالة الاجتماعية، ورفع الكفاءة الاقتصادية لاستخدام الطاقة، بما يكفل استدامة التنمية في المملكة.

:

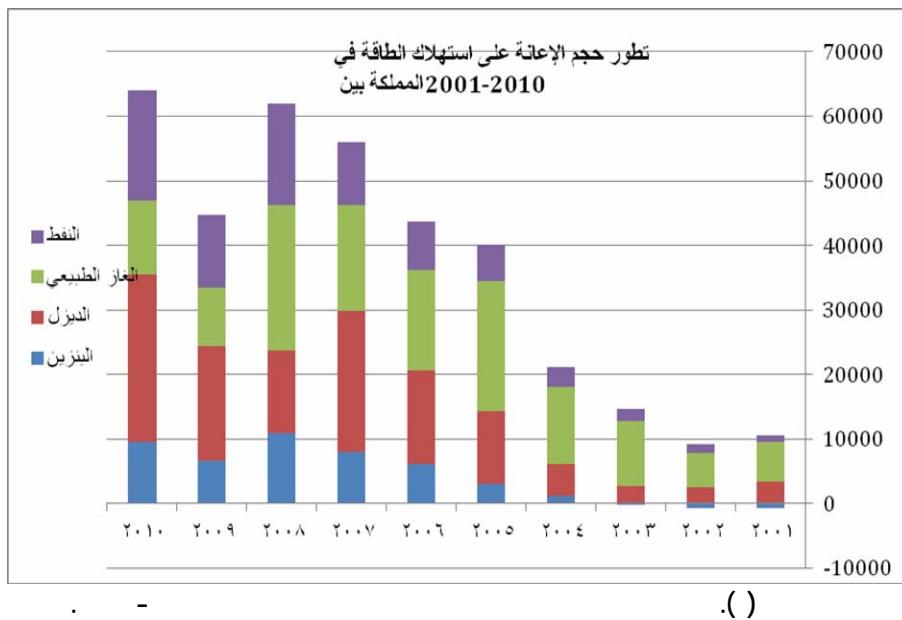
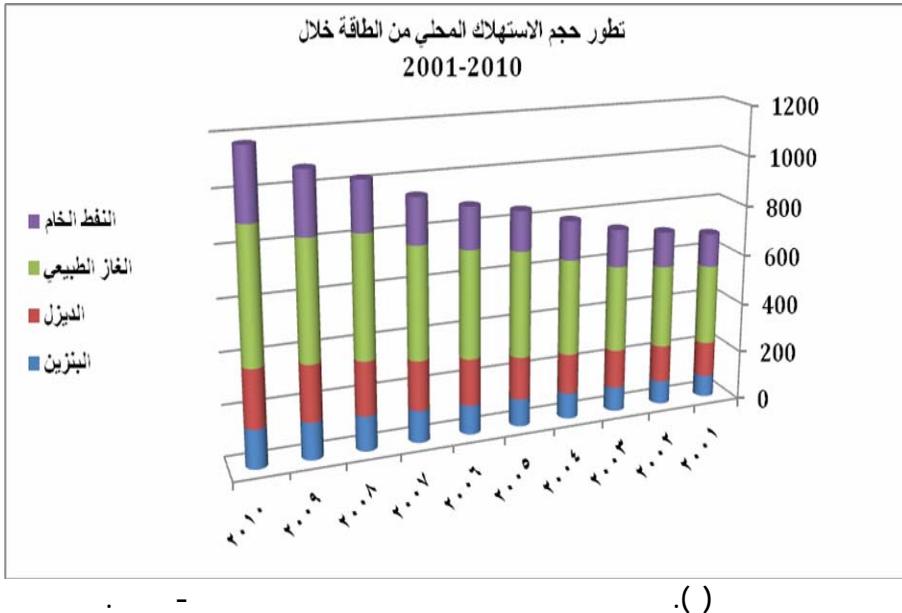
الشركة السعودية للكهرباء، (٢٠١١)، التقرير السنوي، الرياض.
مؤسسة النقد العربي السعودي، (١٤٢٩). التقرير السنوي الرابع والأربعون،
الرياض.

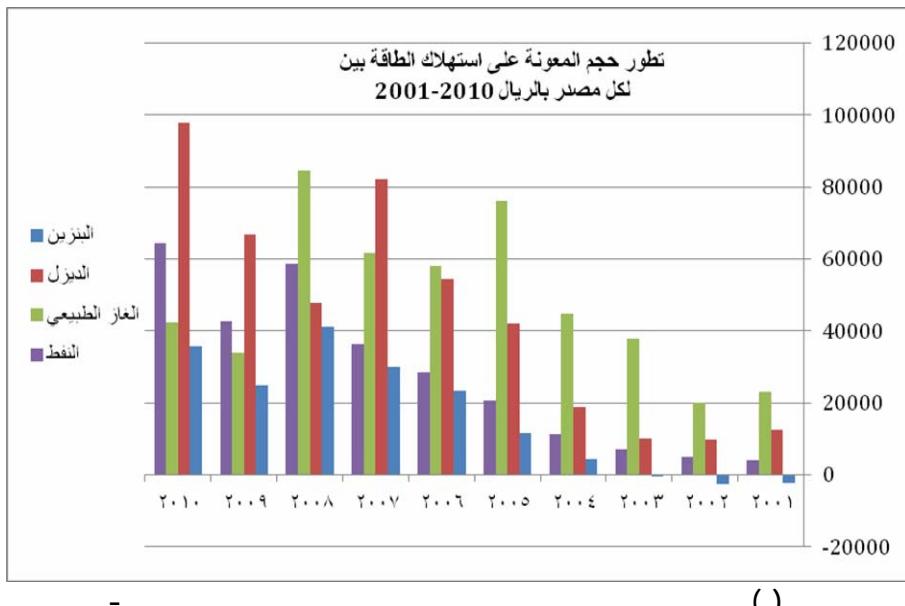
العمر، إبراهيم صالح، (٢٠١٢)، أثر التقييد السعري للسلع الاقتصادية على فائض المستهلك : دراسة نظرية ، مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية ، جامعة القصيم ، ٥ (١)، ٤٧ - ٣٩ .

:

Coady, David, Gillingham, Robert, Ossowski, Rolando, Piotrowski, John, Tareq, Shamsuddin, and Tyson, Justin, (2010). *Petroleum Product Subsidies: Costly, Inequitable, and Rising*, I M F, Staff Position Note. Washington D.C.
Cust, J., Singh, A. and Neuhoff, K., (2007). Rural Electrification in India: Economic and Institutional Aspects of Renewables, *Cambridge EPRG Working Paper* 07/30.

- Dansie, Grant, Lanteigne, Marc, and Overland, Indra, (2010). Reducing Energy Subsidies in China, India and Russia: Dilemmas for Decision Makers, *Sustainability*, 2, 475-493.
- Dickey, D.A. and W.A. Fuller, (1979). Distribution of the Estimator for Autoregressive Time Series with a Unit Root, *Journal of the American Statistical Association*, 74, 427-431.
- Granger, C. W. J., (1969). Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-spectral Methods, *Econometrica* 37 (3), 424–438
- Greenpeace International, (2010). *Energy Revolution, a Sustainable World Energy outlook*, report 3rd edition, Germany.
- GTZ, (2007). *Annual Report*, Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, German Technical Cooperation, Germany.
- IEA, (1999). *World Energy Outlook Insights, Looking at Energy Subsidies: Getting the Prices Right*, OECD, Paris.
- IEA, (2008). *World Energy Outlook 2008*. OECD, Paris.
- IEA, (2010). *World Energy Outlook 2010*. OECD, Paris.
- Juggler Unit (2012). <http://www.unitjuggler.com/index.html>.
- Koplow, Doug and Track, E., (2009). *Measuring Energy Subsidies Using the Price-Gap Approach: What does it leave out?*, International Institute for Sustainable Development, Trade Investment and Climate Change Series, IISD, Copenhagen.
- Lin, B.Q., Jiang, Z.J., Lin, J., (2009). The Analysis and Design of China's Residential Electricity Tariff Subsidies (in Chinese), *Financial Research Journal*, 11, 48–58.
- Nelson, Charles R. and Plosser, Charles I., (1982). Trends and Random Walks in Macroeconomic Time Series: Some Evidence and Implications, *Journal of Monetary Economics*, 10 (2), 139–162
- OECD, (2000). *Environmental Effects of Liberalizing Fossil Fuels Trade: Results from the OECD Green Model*, OECD, Paris.
- Saunders, M., Schneider, K., (2000). Removing Energy Subsidies In Developing And Transition Economics, ABARE Conference, Paper 23rd, *Annual IAEE International Conference*, International Association of Energy Economics, Sydney.
- Schedler, A. J. (2002). Elections Without Democracy: The Menu of Manipulation, *Journal of Democracy*, 13(2). 36-50.
- Srivastava, D.K., Rao, C.B. Chakraborty, P., Rangamannar, T.S., (2003). *Budgetary Subsidies in India: Subsidising Social and Economic Services*; National Institute of Public Finance and Policy, India.
- UNEP, (2004). *Reforming energy subsidies: opportunities to contribute to the climate change agenda*, http://www.unep.org/pdf/pressreleases/reforming_energysubsidies.pdfs.
- Wikipedia, (2012). At: http://en.wikipedia.org/wiki/British_thermal_unit
- World Bank, (1997). *CO2 emissions (metric tons per capita), working paper*, At: <http://data.worldbank.org/indicator/EN.ATM.CO2>.
- World Bank, (2009). *World Development Report*, world Bank, Washington, DC.





Indirect Energy Subsidies and their Effects on Growth of the Local Demand in Saudi Arabia during 2001-2010

Ibrahim S. Alomar

*Associate Professor, Economics and Finance Department
College of Business and Economics, Qassim University
Saudi Arabia*

(Received 10/10/2012; accepted for publication 30/3/2013)

Abstract. Despite the fact that the Kingdom of Saudi Arabia is the largest oil exporter, it is also one of the largest energy consumers per capita in the world, which leads to more concern about the future of energy in the kingdom. This is due to the governmental subsidies in the form of restricted low prices for domestic oil, natural gas, gasoline, and diesel compared to worldwide prices. The study aims to clarify the size and effect of governmental subsidies. As a result, the price gap between domestic prices and international prices increased rapidly by an average of 5.5-8% annually. This led to a rapid growth of the subsidies during the period 2001-2010. The study showed that the subsidies reached one trillion and third of trillion of S.R. In addition, this study showed that a cointegration exists between the rapid growth of local energy demand and the indirect governmental subsidies with one direct Granger queasily from the indirect governmental subsidies. The results showed a great need for a reform in the governmental subsidies system and energy policy to achieve desired Sustainable development.

Key Words: Governmental subsidies, energy Consumption, Saudi Arabia, Subsidies on Energy Consumption, Price Gap, Cointegration between Subsidies and Energy Consumption.

Guidelines for Authors

A. Materials eligible for publication:

1. Scientific research papers, which are genuine and contribute to the theory or applications in the fields of Business and Economics.
2. Critiques or analyses of published papers or books in the fields of Business and Economics.
3. Documentary reports of scientific or professional conferences, symposiums, workshops, etc. in the fields of Business and Economics.

B. Terms of publication:

1. The paper must have a sound methodology and must be written in a fluent language.
2. The paper should not have been published or submitted for publication in another journal.
3. The researcher must implement all the remarks recommended by the referees, and must submit a report to the Board of Editors, containing all his / her responses to such remarks.

C. Refereeing:

1. All published papers in this journal are reviewed by professional referees in the specific fields of those papers.
2. The Editorial Board accepts the paper for publication depending on the recommendations of three referees.
3. If the author(s) is (are) from Qassim University, all three referees are chosen from outside the university.
4. Papers should not contain any direct or indirect identification of the author(s) in order to keep the reviewing process secret and unbiased.

D. Submission procedures:

1. The researcher submits his / her paper to the Journal Editor, along with a statement confirming that the paper was neither published nor submitted for publication in any other journal.
2. The submitted paper must be written in Microsoft Word format and be sent by e-mail to: QBJournal@gmail.com
3. The paper must include 4 - 6 keywords in English and in Arabic, plus an abstract in English and in Arabic, each of which should not exceed 200 words.
4. Along with the paper, the author submits a separate page containing (in English and Arabic) his / her name, academic title, affiliation, the complete address, the telephone number(s) as well as the title of the paper.
5. Tables and diagrams in the text should independently be numbered, and those in the appendix should have a separate numbering. In all cases, the table or diagram must have a title on top and a source at the bottom.
6. The used font size and type are 14 Traditional Arabic for Arabic writing and 12 Times New Roman for English. In all cases line spacing is Single.
7. The Editorial Board performs a preliminary screening to determine the eligibility of the submitted paper, and the author is informed about the results within 15 days.
8. The author of an eligible paper receives a form to be completed and signed, concerning the publication property rights of his / her paper.
9. The Journal bears all the costs of published papers, and does not pay rewards for such publications.
10. For each published paper, the author receives 2 copies of the Journal and 20 extracts of his/her paper.
11. Republishing the published papers should not be done without a written permission from the Journal Editor.
12. Opinions in the published papers express the views of their authors not the Journal's.

E. Footnotes and Reference List:

Footnotes:

1. Footnotes are given serial numbers, written as superscript without parentheses.
2. Footnotes are not used for reference citation, instead citation must be done in the text between parentheses (.) using the last name of the single author or both co-authors if they are two, and the year of publication. If there are more than two authors, citation is done by the last name of the first one followed by ",et al." and the year of publication. Examples of possible citation cases:

- One or more authors for the same reference (Enders, 1995), (Riezman and Summers, 1998), (Berry, et al. 2002).
- More than one reference for the same author (Smith, 1998, 2003).
- More than one reference (Smith, 2003; Sears, 1999).
- More than one reference for the same author and the same year, use a, b, ... such as (Taylor, 2005a), (Taylor, 2005b).
- If the name of the author was mentioned in the text, it need not be repeated in the parentheses, such as Goodwin (1998).

3. In case of quotation, the page number must be added, for example: (Teddle, 1998: 78)
4. References should be listed at the end of the paper in alphabetical order without serial numbering. Each word in the book title, the journal name, and the research title must start with a capital letter, except for (a, an, the, in, of, to, between, against, and, but, for, nor, or, so, yet) as long as they do not come at the start of the sentence.
5. References should be written as follows: The last name of the main author, followed by his/her first and the middle names, the names of co-authors (if applicable) in the normal way (first name first), the year of publication between parentheses, the title of the cited research, the name of the journal in italic, the volume number (the issue number in parentheses) and finally the page number(s).
6. Page numbers of a paper should be written in full. For example, if the paper pages are from 419 to 435, they must be written as follow 419-435.
7. In listing books, the author name is listed as in journals, and then comes the book's title in italic bold font, the year of publication between parentheses, the edition number and the city and country of publication

Examples of listing references:

- Olsen, Mancur, (1993). Dictatorship, Democracy and Economic Performance. *American Political Science Review*, 87(1), 22-34.
- Blanckena, William F. and Simpson, Nicole B., (2004). Public Education Expenditures and Growth. *Journal of Development Economics*, 73(2), 242-257.

In case of more than one reference for the same author:

- Addison, Tony, (2003). *From Conflict to Recovery in Africa*. Oxford University Press, UK.
- -----, (2006). *Fiscal Policy for Development: Poverty, Reconstruction and Growth*. Palgrave Macmillan, UK.

Subscription and Exchange

Kingdom of Saudi Arabia, Qassim University, College of Business and Economics
Journal of Administrative and Economic Sciences
P. O. Box 6633, Buraidah 51452



**In The Name of ALLAH,
Most Gracious, Most Merciful**



Volume (6) – NO.(2)

Journal of ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES

May 2013 – Rajab 1434H

Scientific Publications & translation

Editorial Board

Chief Editor

Prof. Abdulrahman A. M. Al-Twaijry

Editorial Members

Prof. Abdelhamid A. Mahboub

Prof. Ahmed A. El-Rasoul

Prof. Abdullah A. Al-Beraidi

Dr. Yazid M. Mati

Dr. Samer A. Al-Bashabsheh

Contents

Page

English Section

- The Internet Financial Reporting by Listed Saudi Companies on Tadawul Website: (Between 2004 and 2005)
Nizar Saleh Alshowaiman 13

Arabic Section

- The Relation between Quality Level of Banking Services and Marketing Performance Indicators: An Applied Study of a Sample of Saudi Banks Operating in Qassim Region (English Abstract)
Suleiman A. I. Alboossir 199
- The Impact of Strategic Information Systems upon Managers' Effectiveness in Jordanian telecommunication Companies (English Abstract)
Khaled Mohammed Abdul Aziz Abo Alganam 250
- Determinants of Inward Foreign Direct Investment in Jordan's Manufacturing Sector (1995-2010) Empirical Study (English Abstract)
Taleb Awad, Ahmed Oran, and Hussam Ali Daoud 283
- Indirect Energy Subsidies and their Effects on Growth of the Local Demand in Saudi Arabia during 2001-2010 (English Abstract)
Ibrahim S. Alomar 322

The Internet Financial Reporting by Listed Saudi Companies on Tadawul Website: (Between 2004 and 2005)

Nizar Saleh Alshowaiman

*Assistant Professor, Accounting Department,
College of Business and Economics, Qassim University
Saudi Arabia*

(Received 27/9/2012; accepted for publication 1/5/2013)

Abstract. This study uses a self-constructed Internet Financial Reporting (IFR) index to examine the extent to which companies in Saudi Arabia, a developing country with an emerging financial market, use the Internet for financial disclosure. The paper also considers factors affecting such disclosure. According to data collected from the Tadawul Website for all listed companies in years 2004 and 2005, all 74 Saudi Listed Companies (SLCs) had active and accessible websites during that period. In addition to descriptive analyses, hypotheses were tested to identify the determinants of Internet-based financial disclosure. It was found that, the Saudi Capital Market Authority (CMA) emerges as the most significant factor affecting IFR in Saudi Arabia as minimum IFR requirements are applied. Aside from the employment of the BIG-4 international auditors that they implement IFR, the empirical results show that banking industry and the location of main cities play an important role in the implementation of IFR. Moreover, in both years government and foreign ownerships were shown to be insignificant for IFR adoption. These current findings indicate that exploitation of the full potential of Internet financial disclosure by Saudi companies has yet to be made.

Keywords: Tadawul; Capital Market Authority; Voluntary financial disclosures; Internet financial reporting; Saudi listed companies.

Introduction

This paper investigates listed Saudi companies' use of the Internet to disseminate financial and other corporate information, and the factors that affect this use. This topic is important because information is critical to the functioning of a capital market (Lee, 1987; Saudagaran and Diga, 1997). The Saudi government has made considerable efforts to develop the capital market, particularly the stock market. Stock trading in Saudi Arabia began in 1935 when the first public company, the Arab Automobile Company was established. However, the market remained informal and trading did not become organised until the early 1980s, when the Saudi government embarked on a rapid development programme. In 1984, the Saudi government placed all stock trading under the supervision and control of the Saudi Arabian Monetary Agency (SAMA) and authorised commercial banks to act as brokers. Currently, there are ten commercial banks working in Saudi Arabia. Only one bank is not being listed on the Saudi stock market.

A major development in the Saudi stock market was the introduction of an electronic stock trading system named Tadawul, in October, 2000. This technology provides investors with the opportunity to invest from the comfort of their own homes or offices, via the Internet. Market prices, news and corporate information are available to everyone, as they emerge, within Saudi Arabia and abroad. This new technology has boosted the transparency of the Saudi stock market, with issuers submitting regulatory announcements, such as financial statements, which are then released immediately to the public, via the Internet.

The scope of this investigation includes factors identified as being relevant to voluntary corporate disclosures in the mature economies. I also distinguish among dimensions of IFR (e.g., presentation format, content and audit) over two years. The primary focus, however, is on factors unique to the Saudi Arabian context, such as the existence of state ownership dominance and considering Saudi's strong push to attract foreign investment. Our sample consists of all 74 listed companies that have issued shares. I found that a significant number of those companies voluntarily undertake IFR.

The rest of this paper is organized as follows. Section 2 reviews prior studies of IFR. Section 3 shows the study five hypotheses. Section 4 describes our methodology, sample, and data. Section 5 reports the results and analyses. Section 6 relates the results with hypotheses. The last section presents a summary.

This study sought to explore IFR and auditing by Saudi Arabian listed companies. Specifically, its aim is to examine the extent to which Saudi companies adopt Internet reporting, identify determinants of Internet reporting in Saudi Arabia and discover how Internet reporting relates to auditing. Further, the study tries to contribute to the literature by confirming the low level of IFR implementation in Saudi Arabia and in SLCs (Saudi Listed Companies) in particular. It also shows that this level is significantly lower than the level required by the users of companies' financial statements in Saudi Arabia. This study highlights to Saudi CMA (Capital

Market Authority), SLCs, policy makers in Saudi Arabia and any related party the need and importance of implementing IFR to the level required by the Saudi market.

Literature Review

Several studies have attempted to identify determinants of IFR (Internet Financial Reporting) in developed countries. Ashbaugh, et. al. (1999), Craven and Marston (1999), and Ettredge, et. al. (2001) found that larger US and UK companies are more likely to provide financial information on the Internet. Pirchegger and Wagenhofer (1999) found that whereas firm size and profitability affect the IFR of Austrian companies, they do not affect German companies' IFR choices.

A problem in interpreting and integrating the findings of these early studies is that they provide little theoretical underpinning for their analysis. Two recent studies have attempted to alleviate this problem. Both use voluntary disclosure theories to generate hypotheses. Ettredge, et. al. (2002) studied the determinants of voluntary IFR in the US. A distinction is made between disclosure of items that are mandated by the SEC (Securities and Exchange Commission), and those not required by regulation. The findings indicate that the former are associated with company size and information asymmetry between the company and investors whereas the latter vary with company size, information asymmetry, demand for external capital, and disclosure reputation. However, the study only examined the content aspect of disclosure. It also did not explore the potential spillover effect between mandated and voluntary disclosure items (Verrecchia, 2001).

Debrecceny, et. al. (2002) found that voluntary adoption of IFR in 22 countries is associated with company size and listing on an US stock exchange, but not with leverage, risk, and Internet penetration in those countries. In contrast to Ettredge, et. al. (2002), this study distinguished between presentation format and disclosure content. It found that the level of technology and disclosure environment are associated with presentation format, but not with content. However, the study did not distinguish between the disclosure of mandated and non-required items. Moreover, by including companies without a Web site and classifying them as non-disclosing companies, the strong (and debatable) implicit assumption was made that corporate disclosure is the only or primary motivation for companies to establish a Web site. Another shortcoming of these studies is treating Internet-based disclosure as if it were just an electronic version of hard copy reporting. By overlooking the innovation aspect of the former, they fail to engage the insights from studies of how innovations are adopted and spread (Wolfe, 1994).

Some studies have attempted to identify determinants of IFR in developed countries. Craven and Marston (1999), Ashbaugh, et. al. (1999), and Ettredge, et. al. (2001) discovered that bigger UK and US corporations are more liable to provide financial information online. Another study by Pirchegger and Wagenhofer (1999) discovered that whereas profitability and firm size influence the IFR of Austrian corporations, they do not influence German corporations' IFR selections.

A difficulty in understanding and incorporating the results of these early studies is that they give little hypothetical foundation for their investigation. Two recent studies have attempted to reduce this difficulty. These studies together employ voluntary disclosure theories to produce hypotheses. Ettredge, et. al. (2002) considered in their study the determinants of voluntary IFR in the US. A distinction is made between disclosures of objects that are mandated by the Securities and Exchange Commission (SEC) in the US, and those not required by law. The results show that the former are associated with company size and information abnormality between the company and investors whereas the latter differ with company size, information asymmetry, demand for external capital, and disclosure reputation. However, the study only examines the content aspect of disclosure. Additionally, it did not explore the potential effect between mandated and voluntary disclosure objects (Verrecchia, 2001).

For fifty-six firms managers' views have been used along with data gathered from websites, a recent study by (Aerts, et. al. 2006) examined how multinational firms' executives' motivations map into corporate website performance disclosure which focused on managements' beliefs about the relevance of financial, social and environmental performance disclosures and how these beliefs relate to the firm's website disclosure practices. The study found that executives' perceptions of stakeholders' importance affect their firms' web-based disclosure practices. Furthermore, media, profitability, size of business, leverage, analyst following and strategic focus are found powerful in explaining types of disclosures completed.

A survey of 17 UK-based professionals in the accounting/Internet conducted by (Xiao, et. al. 2005) developed a conceptual framework of the impact of the Internet on corporate financial reporting on the basis of the issues. That framework provides a basis for mapping existing and future studies on Internet reporting and constructing scenarios of future Internet-based financial reporting.

Within a few years after the Internet technology, the occurrence of large companies disclosing FI online has significantly improved. IFR can be characterised as (1) exclusively another distribution channel for existing printed material, (2) having the ability to interact with Internet instruments such as email tools and search engines or (3) providing enhanced or expanded information that could not be cost effectively (or even possibly) produced in paper form and which may be interrogate using interactive analysis tools (Lymer and Debreccen, 1999).

The continued growth of IFR within and beyond countries with capital market orientations is evident from replicated descriptive studies undertaken in numerous countries since 2000 (for example Barac, 2003; Nasir, et. al. 2003; Joshi and Al-Madhaki, 2003; Allam and Lymer, 2003; Bonson and Escobar, 2002; Fisher, et. al. 2000).

The potential of IFR is well documented. The possibilities of extracting data from underlying databases, tailoring content to match user needs, using multimedia communications to generate dynamic and responsive content, and using artificial intelligence applications to make possible interactive exchanges between preparers and users all lend credence to the claim that IFR 'democratises' corporate reporting

(Xiao, et. al. 2002; FASB, 2000; Trites, 1999; Ashbaugh, et. al. 1999; Lymer, 1999; Spaul, 1998; Tapscott, 1996).

A study by (Smith and Pierce, 2005) focused on the integrity IFR by reference to the adequacy of underlying corporate governance procedures. Using a sample of 100 large European companies, a questionnaire survey was used to identify whether or not governance procedures that specifically address the distinguishing features of web-based financial reporting are used by large companies. The results confirm the trend identified in prior research of increasing Internet usage to replicate paper-based FI.

A research by (Allam and Lymer, 2003) focuses on the very largest companies in five countries around the world. It examined online reporting practices of 250 companies at the end of 2001 and in early 2002 by creating a detailed attribute analysis of common factors across the companies examined. Also, the study shows developments in IFR practices since the previous extensive studies were conducted in 1999 and early 2000. The results provide new insight into recent changes in this domain. Further, the research addresses the relationship between the size of companies and its level of reporting practices, and the differences between reporting practices of large companies listed primarily in the different countries examined. These results illustrate that reporting practices differ significantly between companies in different domains.

Azwadi, et. al. (2005) conducted a study that investigated possible causes of the extent of the IFR of organisations traded under Kuala Lumpur Companies Index. While 77 of 97 companies practice some IFR activities, 74 firms used PDF format and 69 of them also used HTML. In this study's findings, financial leverage and company size were found to influence the extent of IFR, while no significant association between both industry and profitability with the extent of IFR.

The extent to which the Internet is used for financial reporting in the Netherlands was investigated in a study by (Lybaert, 2002). Results show that corporate reporting via the Internet seems to be a recognized fact. Most large companies have websites, and a growing percentage of those companies are placing business reporting information, including financial data, on their sites. Further results show that Dutch corporations differ not only in their stage of Web-use, but also in the depth or volume of released information (divided into financial statement information and other investor related information). More to the point, there is considerable variability in the manner in which the data are delivered, as shown by the scores of timeliness, technology and user support. Focussed on two sectors, it is found that the reporting behaviour within a single sector seems to be more or less consistent.

A research study of the use of the Internet for communicating corporate financial information to stakeholders was carried out by (Gowthorpe, 2004). Senior officers in a sample of smaller listed companies in the UK were interviewed about their use of the Internet for reporting corporate financial information, and about the ways in which they identify corporate stakeholders and their needs. It was found that assessment of stakeholder requirements is random, but is informed in many cases by

an intention to correct long-standing inequities in the provision of corporate information. Because the assessment of needs is largely intuitive, it is difficult to judge the effectiveness of the Internet as a mechanism for communication of corporate financial information. However, it is clear that the additional medium of communication offered by the Internet has not so far radically changed the essential nature of the dialogue between company and stakeholder, which remains irregular.

Olivier (2004) examined the evolution of business reporting on the Internet and its likely consequences for accounting, accountants and assurance services provided by auditors. It then reviews the evolving regulatory framework, noting that this is reaching into new areas, including environmental reporting, social reporting and corporate governance. It concludes with an examination of the paradoxes of globalization in the context of accounting regulation.

Wai and Nilmini (2006) maintain in their study the powerful of the Internet as communication device and their paper explores this new opportunity for the internet; as a voluntary disclosure medium. This is done by extending previous studies, which have examined the effect public accounting firm quality has on the adoption of IFR and testing this in the Australian context. The empirical results show that, while accounting firm size plays a significant role in explaining the IFR quality, the public accounting firm quality is not important for the IFR adoption which in turn has far reaching implications for using the Internet as a tool for disclosing financial information online.

Hypotheses

State Ownership

SLC's have, as companies in other countries, several types of ownership. Those types are divided to three classes as follow:

First, shares held by government agencies. According to the Saudi (CMA, 2005), 28 SLCs' 36% had shares held by government agencies. Government ownership ranged between (0.44% and 74.15%) in 2006. Second, shares held by private agencies (private individuals or private companies). As of April 2006, the shares of 13 of 78 SLCs were held by the private sector ranging from 8.00% to 88.36% for private individuals and from 4.00% to 79.00% for private companies. Third, shares held by foreign companies. As of April 2006, only 10 SLCs had shares were held by foreign companies, ranging from 3.56% to 40%. Efficiency, competence or profitability are not the goal of the state agencies. Rather they seek some specific objective. For example, government may place top priority on maintaining social order and creating job opportunity, which may favour companies employing more workers than is dictated by efficiency or profitability concerns (Xu and Wang, 1999). Further, with less restrictions government agencies usually have direct access to inside information (Defond, et. al. 1999). Like China, in Saudi Arabia political pressure might be expected on companies where government holds proportion of their total shares. Wang (2003) suggests that government investors might be subject to a high degree of political control due to simply being

government representatives.(Xiao, et. al. 2004) support that firms with government agency-held ownership perform significantly worse than other types of firms. So these would reduce IFR because it might be surmised that companies with a higher percentage of government ownership have less motivations to employ IFR than other ownership types. It is therefore hypothesised that:

H1: The extent of IFR is negatively associated with the proportion of government ownership.

Foreign listing/share ownership

Agency theory implies that Saudi firms with foreign listings would voluntarily disclose more information, including that designed for foreign investor use. More extensive voluntary disclosures and a widened dissemination of financial information also can create an impression of greater transparency, which may be particularly important for foreign investors. Along the lines of this argument, Cooke (1998), Ferguson, et. al. (2002), and Xiao, et. al. (2004) report that firms that are listed on several stock exchanges make more information disclosures. It is understandable that foreign investors or shareholders in general would want to have reports presented in accordance with International Accounting Standards (IAS) or the accounting standards of foreign countries which will lead to additional disclosure and the requirement to be audited by one of the big-4 audit firms. Auditing by the big-4 firms should enhance the implementing IFR. Consequently, it is hypothesised:

H2: The extent of IFR is positively associated with the proportion of foreign ownership.

Auditor type

Agency theory posits that auditing assists to alleviate the interest conflicts between management and shareholders. Commonly, because they have more to lose from losses of reputation, larger audit firms have a greater incentive to uphold their independence and to enforce tougher and more extensive disclosure standards (DeAngelo, 1981; Malone, et. al. 1993; Xiao, et. al. 2004). Therefore, larger auditors are more likely to be engaged by managements who recognise probable gains from objective high level evaluation and assessment by outside agents. This assumption is in accord with signalling theory. Organizational administrators appreciate the motivations which drive reputable auditors to demand top quality disclosure, and their engagement of such auditors is an indication of their acceptance of such demands (Datar, et. al. 1991; Healy and Palepu, 2001; Xiao, et. al. 2004). Xiao, et. al. (2004) supported the findings of Craswell and Taylor (1992) and Inchausti (1997) which indicate a positive link between firms employing bigger auditors and their level of disclosure. To the extent that IFR stands for more extensive disclosure, both agency and signalling theories imply a positive relation with the hiring of a large audit firm with the engagement of a big audit firm. The fashion perspective of

innovation diffusion supports such anticipation too by considering auditors as change agents. In contrast to smaller Saudi auditors, large auditors, especially Big-4 international audit firms, are more likely to facilitate the transmission of innovative practices, as well as IFR. First, these auditors' reputation provides safety against the improbability and failure of control from disclosure via the Internet. Second, they can both serve as role models and provide implementation assistance. After considering agency and, signalling theory, and innovation diffusion theory, it is hypothesised:

H3: The extent of IFR is greater among Saudi companies audited by Big-4 international audit firms.

Industry type

Prior studies on voluntary disclosure have found evidence that firms from some industries disclose more information than others. (Inchausti, 1997; Ferguson, et. al. 2002). However, Craven and Marston (1999) did not find any relationship between industry type and IBD extent. SLCs are the most important of all Saudi companies to the economy and the banking industry is one of the most important industries due to the leading role in commercial and financial activities. Also, it is the only industry that is supervised both by Saudi Arabian Monetary Agency (SAMA) and the Saudi Capital Market Authority (CMA). Banking companies are more likely than other companies to adopt IBD because of their expertise with the Internet. Saudi banks have more accurate and advanced financial reporting system since they are supervised and controlled by two parties (SAMA, 2005). In addition, banks have unique and advanced system that relates banks with their customers online, this system called Internet banking system. It allows customers to deal with their accounts and business easily, fast and secure (SAMA, 2003).

Cohen and Levinthal (1990) argue that organisations with a better prior related knowledge to incorporate and use new knowledge are more likely to adopt novelties.

H4: The extent of IFR is greater among Saudi companies in the banking industry than in other industries.

Location

Companies in large cities enjoy better information technology infrastructure. For example, it is easier for them to be connected to the Internet, to obtain the necessary resources (such as trained Internet experts) for establishing and maintaining a Website and for converting financial data from hardcopy report to Web formats. In Saudi Arabia more than three-quarters of its listed companies are in main cities. Statistically, 56 (76%) of SLCs are located in three main cities, namely, Riyadh, Jeddah, and Dammam (CMA, 2005). In addition, in Saudi small cities, using the Internet is limited since the Internet might not be available all the time. As a result of that, companies in small cities would be more interested in using printed

disclosure rather than the Internet disclosure. According to Al-Htaybat and Napier (2005), if Internet usage is relatively limited in a particular location, then we would expect that companies would be comparatively slow to use the Internet to supplement printed disclosure. Further, main cities are more likely to be the location of larger firms or their headquarters. For example in Saudi Arabia more than three-quarters of its listed companies are in main cities. Statistically, 56 (76%) of SLCs are located in three main cities, namely, Riyadh, Jeddah, and Dammam (CMA, 2005). Larger companies are more likely to be located in bigger or main cities, hence I hypothesize:

H5: The extent of IFR is greater among companies in main Saudi cities than in other cities.

Methodology

Sample

My sample was 74 Saudi listed companies (in terms of total assets for two periods of time, at December 31, 2004 and 2005, respectively). This sample was used for three reasons. First, consistent with prior studies, I assumed that listed companies are more likely to have the resources to adopt IFR, and their failure to do so is more likely reflect the result of a deliberate choice. Second, Saudi listed companies make the most important contribution to the Saudi Arabian economy. Third, the sample size of all 74 SLCs as of Dec. 2004 satisfied the resource needs for data collection.

Disclosure index

I developed a disclosure index of 75 items based on the framework of Web-based disclosure proposed by Xiao, et. al. (2004) and Debreceny, et. al. (2001), with further reference to other prior studies by Deller, et. al. (1999), Pirchegger and Wagenhofer (1999), Marston and Polei (2004), Ettredge, et. al. (2002), Debreceny and Gray (1999), Fisher, et. al. (2004), Cook (1999), and Azwadi, et. al. (2005). The index encompassed 38 items of disclosure content, 12 items about presentation format, and 25 items about audit. The content items show what Saudi companies disclosed on their Web site (e.g., current year financial statement, current year cash flow statement). The presentation format items dealt with how the information was presented (e.g., whether in a processable format) and its convenience of use (e.g., whether there were flash files, search engine or table of contents). The audit items such as whether the auditor report of the current year was included, or the financial statements were audited by big 4 audit firms. There are 19 items in the index below which have not been adopted in prior studies, but they were included because some of them were found in a number of the reporting companies' websites e.g. item number 9 (third quarter report of last year) or item number 56 (auditor scanned seal of current year report). In addition, some items were unique to Arab societies like Saudi Arabia society such as item number 43 (Arabic language Web pages). It gave

an indication to the researcher that they could be interesting to the users of the reporting companies' financial statements if considered. Moreover, two items that were not found in the reporting companies' websites or that were not unique to Saudi Arabian culture, namely items 58 (publishing details on the website about the external auditor) and 75 (financial statements are hyperlinked to unreliable third party websites), were included "because the reliability of Web-based information is a major concern to users" (Xiao, et. al. 2002).

Disclosure index analyses and results

Descriptive analyses

There are two datasets for the index disclosure analyses for 74 companies used. The researcher looked at the total number of items disclosed on the Tadawul Website in the same years for those companies. He found that, in 2004 and 2005, all 74 companies disclosed board information, historical share prices financial year end, while, none of them disclosed management report/analysis of current year, management report/analysis of last year, correction or revision to current year annual report, or Internet banking.

Table (1). Contents, presentation and audit items of Internet-based disclosure by all Saudi listed firms on Tadawul Website (as of Dec. 2004 and Dec. 2005).

Item No.	Disclosure items	Overlap with previous studies*	No. & % of companies disclosing this item on Tadawul Website for 2004 and 2005				
			2004		2005		
Content items				#	%	#	%
1	Company Web site.	10	74	100	74	100	
2	First quarter report of current year.	1,5,10	64	86.5	74	100	
3	Second quarter report of current year.	10	64	86.5	74	100	
4	Third quarter report of current year.	10	60	81.1	74	100	
5	Fourth quarter report of current year.	10	3	4.1	0	0	
6	Annual report of current year.	1	0	0.0	0	0	
7	First quarter report of last year.	1	64	86.5	74	100	
8	Second quarter report of last year.		67	90.5	74	100	
9	Third quarter report of last year.		69	93.2	74	100	
10	Fourth quarter report of last year.		54	73.0	74	100	
11	Annual report of last year.	1	70	94.6	74	100	
12	Half year report of current year.	1,2,3,4,10	63	85.1	74	100	
13	Half year report of last year	1	67	90.5	74	100	
14	Annual report of current year (full text).	1,3,4,5,10	0	0.0	0	0	
15	Annual report of last year (full text).	1,4	0	0.0	74	100	
16	Annual report of two years ago (full text).		0	0.0	74	100	
17	Annual report of three years ago (full text).		0	0.0	74	100	
18	Annual report of current year (quotation).		0	0.0	74	100	
19	Balance sheet of current year.	1,2,3,4,5,6	0	0.0	0	0	
20	Balance sheet of last year.	1,2	71	95.9	74	100	
21	Income statement of current year.	1,2,3,4,5,6	0	0.0	0	0	
22	Income statement of last year.	1,2	73	98.6	74	100	
23	Cash flow statement of current year.	1,2,3,4,5,6	0	0.0	0	0	
24	Cash flow statement of last year.	1,2	73	98.6	74	100	
25	Notes to financial statements of current year.	1,2,3,4,5,6	0	0.0	0	0	
26	Notes to financial statements of last year.	1,2	72	97.3	74	100	
27	Management Report/Analysis of current year.	1,2,3,4	0	0.0	0	0	
28	Management Report/Analysis of last year.		0	0.0	0	0	
29	Correction or revision to current year annual report.		0	0.0	0	0	
30	Internet Banking.		0	0.0	0	0	

Item No.	Disclosure items	Overlap with previous studies*	No. & % of companies disclosing this item on Tadawul Website for 2004 and 2005		
			2004	2005	
Content items					
31	Board information.		74	100.0	74
32	Financial year end.		74	100.0	74
33	Date company established.	0	0.0	74	100
34	Historical share prices.	1,4,5	74	100.0	74
35	Current share price/ average trading price.	1,2,3,4,5,6	56	75.7	74
36	E-mail address for investors.	1,2,3,4,5	74	100.0	74
37	Phone number for investors.	1,5	74	100.0	74
38	Postal address for investors.	1,3,5	74	100.0	74
Presentation items					
39	Help information / Email form.	1,4,5	0	0.0	74
40	Table of content/ Sitemap.	1,3,4,5	0	0.0	74
41	Internal search engine.	1,2,3,4,5	0	0.0	74
42	English language Web pages.	1,3,5	54	72.9	74
43	Arabic language Web pages.		58	78.4	74
44	Hyperlinks inside the annual report.	1,2,3,4,5	0	0.0	0
45	Annual report in PDF-format.	1,2,4,5,10	0	0.0	0
46	Annual report in html-format.	1,5,10	0	0.0	74
47	Clear direction for annual report.		0	0.0	0
48	Use video files in the annual report.	1,3,5	0	0.0	0
49	Use audio files in the annual report.	1,5	0	0.0	0
50	Use flash files in the annual report.	1,5	0	0.0	0
Audit items					
51	The name of the external auditor.		71	95.9	74
52	Auditor report of current year.	1,2,3,4,5	0	0.0	0
53	Auditor report of last year.	1,2	0	0.0	74
54	Auditor scanned signature of current year report.	1	0	0.0	0
55	Auditor scanned signature of last year report.	1	0	0.0	74
56	Auditor scanned seal of current year report.		0	0.0	0
57	Auditor scanned seal of last year report.		0	0.0	74
58	Publishing details on the website about the external auditor.		0	0.0	0
59	Auditor's report is posted along with the statements.	9	0	0.0	74
60	Links to the external auditor's Website.	9	0	0.0	0
61	Links from the auditor's report to the company's home.	7,8	0	0.0	0
62	Links from the auditor's report to the company's financial statements.	7,8	0	0.0	0
63	Links from the auditor's report to the company's other web pages.	7,8	0	0.0	0
64	Direct link to auditor's report from the company's other WebPages.	8	0	0.0	0
65	Warning users when leaving audited pages.	8	0	0.0	0
66	The auditor's report is available on-line all the time.	8	0	0.0	74
67	The auditor's report is on demand basis.	8	0	0.0	0
68	The auditor's report is dated.	8	18	0	0.0
69	Audit firm logo is placed in the audit report.	8	0	0.0	0
70	Audit report is listed in table of contents.	8	10	0	0.0
71	Audited financial statements are distinguished from non-audited statements.	8	16	0	0.0
72	Audit report on the website is complete.	1	18	0	0.0
73	The financial statements on the website are comprehensive.	1	0	0.0	0
74	Indication on the company's website if it is audited by one of the big-4 audit firms.	1	35	35	47.3
75	Financial statements are hyperlinked to unreliable third party websites.		0	0	0.0

Notes: 1= Xiao, et. al. (2004), 2= Deller, et. al. (1999), 3= Pirchegger and Wagenhofer (1999), 4= Debreceny, et. al. (2001), 5= Marston and Polei (2004), 6= Ettredge, et. al. (2002), 7= Debreceny and Gray (1999), 8= Fisher, et. al. (2004), 9= Cook (1999), and 10= Azwadi, et. al. (2004)

Each content item is assigned either a 1 or a 0 depending on whether it is disclosed or not.

Table (1) above lists all 75 index items and whether these are disclosed in two time periods; Tadawul Websites in 2004 (dataset 1), Tadawul Websites in 2005 (dataset 2). It also shows which items overlap those in prior related studies, and which are unique to my study to reflect special features of the Saudi environment.

There are 19 of the 75 items in the index below which have not been adopted in prior studies. They were included because some of them were found in some of the reporting companies' websites e.g. item number 9 (Third quarter report of last year) or item number 56 (Auditor scanned seal of current year report). In addition, some items were unique to Arabic societies like Saudi Arabia society such as item number 43 (Arabic language Web pages). It gave an indication to the researcher that they could be in interest of the users of the reporting companies' financial statements if they considered. Moreover, two items that were not found in the reporting companies' websites or were not unique items to Saudi Arabia culture, they are item 58 (Publishing details on the website about the external auditor) and item 75 (Financial statements are hyperlinked to unreliable third party websites), these two items were included "because the reliability of Web-based information is a major concern to users" (Xiao, et. al. 2002).

The first dataset on Table (1) shows some interesting results from the descriptive statistics. While 27% of the 74 companies published an annual report in PDF format, only 8.1% provided an annual report in HTML format. Further, even though 22.9% put current share prices, only 8.1% published the historical share prices. Just 2.7% showed corrections or revision to the current year annual report. Additionally, 60.8% used Arabic and English publishing their financial information. The most often disclosed content items include the phone number for investors 64.9%, the email for investors 62.1%, postal address for investors 60.8%, date the company was established 44.5%, the financial year end 43.2%, and board information 37.8% The three most frequently included presentation format items were English and Arabic Web pages 60.8%, help information/email form 29.7%, and clear direction to annual report 31%. The most often disclosed audit items include the financial statements audited by big 4 audit firms 47.2%, the name of the external auditor 27%, followed by all of the auditor report of last year. Auditor's report is posted along with statements, direct link to auditor's report from the company's other WebPages, auditor's report is available on-line all the time, date on the auditor's report, and completed audit report in the clients' Websites with a percentage of 24.3%, and distinguishing between audited and non-audited financial statements 21.6%. None of the dataset firms used video or audio files in the annual report, showed a clear relationship between the company and its external auditor, provided links to the external auditor's Website or links from the auditor's report to the company's homepage, financial statements, or the Website's other Web pages, warned users when leaving audited pages, provided the auditor's report on demand basis, or placed the audit firm logo on the audit report. Moreover, financial statements on company's Website differed from those on the central Website, and

clients' financial statements were hyperlinked to unreliable third party Websites. Findings also reveal that just one company published an annual report of the current year (full text), one company published an annual report of the current year (quotation), one company used hyperlinks inside the annual report, one company used flash files in the annual report, and very few companies presented an annual report of current year. Just two companies provided revision to the current year annual report. I myself also faced difficulty using the Web sites in general. For example, only 21.6% of the sites had an internal search engine, and only 17.5% had a table of contents/site map.

The second dataset on Table (1) states some interesting observations. While 25.7% of the 74 companies published an annual report in PDF format, less than in 2004, 10.8% provided an annual report in HTML format, a higher percentage than in 2004. Further, while 23% published current share prices, no more than 17.6% published the historical share prices. Only one company showed corrections or revision to the current year annual report. While, 54.1% published using the Arabic language, 63.5% published using the English language.

Similar to dataset 1, in year 2004, the most often disclosed content items include the phone number for investors 64.9%, the email for investors 60.8%, the postal address for investors 59.5%, the date the company was established 55.4%, both the financial year end and the board information 43.2%. The three most frequently included presentation format items were English Web pages 63.5%, Arabic Web pages 63.5%, help information/email form 33.8%, and clear direction to the annual report 29.7%. The most often disclosed audit items include financial statements audited by big 4 audit firms 47.2%, the name of the external auditor 28.4%, followed by all of the auditor report of last year, auditor's report is posted along with statements, direct link to auditor's report from the company's other WebPages, auditor's report is available on-line all the time, date on the auditor's report, and completed audit report in the clients' Websites with a percentage of 25.7%, and distinguishing between audited and non-audited financial statements 20.3%.

Moreover, similar to dataset 2004, none of the 2005 dataset firms used video or audio files in the annual report, showed a clear relationship between the company and its external auditor, provided links to the external auditor's Website, links from the auditor's report to the company's homepage, financial statements, or the company's other Web pages, warned users when leaving audited pages, provided the auditor's report on a demand basis, or placed the audit firm logo on the audit report. In addition, financial statements on a company's Website are differed from those on the central Website, and clients' financial statements were hyperlinked to unreliable third party Websites. Further, there are more items with a zero score, which meant they were not disclosed in 2005, such as the forth quarter and annual reports of the current year, full text of annual report, management report/analysis of current year, and auditor scanned seal of 2005. Also, findings indicate that just one company published an income statement of the current year, one company published corrections or revision to the current year annual report, one company used

hyperlinks inside the annual report, one company used flash files in the annual report, and an auditor scanned signature on the current year report. Only three companies presented an annual report of the current year (quotation). The researcher faced difficulty finding information needed from companies' Websites, in 2005. He found that only 27% of all SLCs sites had an internal search engine, and 20.3% had a table of contents/site map.

Table (2). Explanation of dependent and independent variables

Variables	Explanation
Dependent variables	
TOTALSCORE	Total score for all 75 disclosure items
CONTENT	Total score for content items
FORMAT	Total score for presentation items
AUDIT	Total score for audit items
Test Variables	
GASHARE	Shares held by government agencies as a proportion of total shares in 2005
FRSHARE	Foreign shares as a proportion of total shares in 2005
BIG-4	1 for companies audited by a Big-4 auditing firm in 2004, 0 if not
INDUSTRY	1 for Banking companies in 2004, 0 if not
LOCATION	1 for companies located in Saudi main cities: Riyadh, Jeddah, or Dammam, 0 if not
Control Variables	
SIZE	The natural Logarithm of the paid capital of companies at December 31, 2005
FIXED ASSETS	Fixed assets over total assets in each of the years 2004 and 2005
LEVERAGE	The ratio of total liabilities to total assets in each of the years 2004 and 2005
RTA	Return on Total Assets in each of the years 2004 and 2005

Table (2) above provides a summary of all the variables used in the hypothesis tests of this research. The dependent variables are constructed from the items in the disclosure index. Four measures of IFR were used; the main measure is TOTALSCORE, a company's total disclosure score across the entire 75 items. The remaining measures are constructed from different subsets of the 75 items to focus on specific aspects of disclosure. Consistent with Xiao, et. al. (2004), the researcher differentiates between CONTENT, FORMAT and AUDIT (a company's disclosure scores for the content, presentation format, and audit items respectively).

Table (3). Descriptive statistics for categorised variables

Panel A: Categorical variables (test variables):		
	Number of companies (#)	Percentage (%)
BIG-4	35	47.3
INDUSTRY	9	12.2
LOCATION	57	77

Table (3) states the descriptive statistics for the categorised variables, it indicates that 35 (47.3%) of companies had a Big-4 auditor. As a point of reference, Xiao, et. al. (2004) reported a corresponding statistic of 17.2% for their sample of 300 listed Chinese companies as of 2004. It also shows 9 (12.2%) of companies

were in the Banking industry, and 57 (77%) were located in Saudi main cities (i.e. Riyadh, Jeddah, and Dammam) as of December 2005.

Table (4). Mean, Standard deviation and Paired T-tests for four IFR measures

YEAR	2004		2005		2004-2005	
Mean, Standard Deviation & M. Diff.	Mean	Standard Deviation	Mean	Standard Deviation	Mean Difference	
Tadawul Website	TotalScore	23.18	3.80	43.46	.50	-20.28***
	Format	20.16	3.21	27.00	.00	-6.84***
	Content	1.51	.83	7.00	.00	-5.49***
	Audit	1.43	.57	9.47	.50	-8.04***

*** Significant at p= .001 level of significance (2-tailed significance)

Table (4) displays the four dependent variables TOTALSCORE, CONTENT, FORMAT and AUDIT and shows what the trend is across the Tadawul Website over two years. The mean and standard deviation for each combination of YEAR is given along with paired samples t-test results comparing the mean scores for each of the four IFR measures across the 2 years at Tadawul Website.

The paired samples t-test results reveal that for the Tadawul Website, there is a significant difference over the two years, with the mean scores being higher in 2005 compared to 2004 for each of the four index disclosure measures.

For the Tadawul Website, the researcher initially looked at the 2004 and 2005 datasets separately and then a combined analysis over the two years is carried out. Mean scores have sharply increased from 23.18 in 2004 to 43.46 in 2005 for all 75 items, from 20.16 in 2004 to 27 in 2005 for the format items, from 1.51 in 2004 to 7 in 2005 for the content items, and from 1.43 in 2004 to 9.47 in 2005 for the audit items. Further, on Tadawul Website, the standard deviation for all disclosure indices has in general decreased from 2004 to 2005. The significant changes between the two years on Tadawul Website might have occurred because of the establishment of the Saudi CMA by the Capital Market Law, issued by Royal Decree No. (M/30) dated 16th June, 2003. In 2004, following its foundation, CMA began through new regulations to enforce gradually all SLCs to publish some required financial information on the CMA's Website, which is Tadawul Website. The CMA, for example, requires all SLCs to publish their quarterly financial statements online immediately and no later than fifteen days after every quarterly report, and for annual statements (i.e. end of year reports), no later than forty days. To make that easy, CMA or Tadawul provides specific online forms to be filled in, usually by one of the SLCs' coordinators who enter new data with a unique password that has been provided by Tadawul.

Tadawul Website's datasets:

The following two subsections survey and analyse the financial information available in the Tadawul Website which belongs to the Saudi CMA in 2004 and 2005, respectively. As previously indicated, the Saudi CMA regulates the disclosure

of all financial information items needed by users. The Saudi CMA requires companies to publish some of this information at specific times in the financial year.

Tadawul Websites in 2004:

As shown above, Table (1) indicates that 74 companies were linked to Tadawul and have Websites. No annual reports of current year, no annual report of current year (full text), no annual report of last year (full text), no annual report of two years ago (full text), no annual report of three years ago (full text), and no balance sheet nor income statement of current year of all of the 74 SLCs were disclosed on the Tadawul Website. On the other hand, all of the SLCs show board information, historical share price and financial year end. Yet, all of them put some useful information for investors such as email addresses, phone numbers, and postal addresses.

Table (5) shows that for the 74 companies, the mean score for all 75 items in the disclosure index is 23.18 (range: 9–27). Mean scores for the 38 content items, 12 presentation format items, and 25 audit items are 20.16, 1.51, and 1.43, respectively with ranges of 7-23, 0-2, and 0-2, respectively.

Table (5). Descriptive statistics for IFR measure variables (Tadawul Website 2004)

	Minimu m	Maximum	Mea n	Media n	Std. dev.	Skewnes s	Kurtosis
Dependent variables							
TOTALSCORE	9	27	23.1 8	25	3.80	-2.05	3.91
CONTENT	7	23	20.1 6	21	3.21	-2.38	5.52
FORMAT	0	2	1.51	2	.83	-1.22	-.41
AUDIT	0	2	1.43	1	.57	-.39	-.75

Note: Variables are defined in Table (2).

Univariate analysis and multicollinearity diagnostics (Tadawul Website 2004)

Table (6) shows a number of significant correlations among dependent and independent variables which provide support for some of the hypotheses. INDUSTRY is significantly and positively correlated with TOTALSCORE, FORMAT and AUDIT. Also, BIG-4 has significantly positive correlations with TOTALSCORE, CONTENT, FORMAT and a highly significant correlation (0.80) with AUDIT. LOCATION has significantly positive correlations with TOTALSCORE, CONTENT and FORMAT. FRSshare has a significantly positive correlation with FORMAT. SIZE has a significant correlation with FORMAT. RTA has significant correlations with TOTALSCORE and CONTENT while FIXEDASSETS has a negative correlation with AUDIT.

Among the independent variables, a slightly high correlation exists between FRSshare and INDUSTRY (.59) while there is a moderately negative significant correlation between FIXEDASSETS and INDUSTRY (-.50). All remaining correlations are relatively low. To further assess the potential for multicollinearity, the researcher regressed TOTALSCORE on all explanatory variables, and obtained

Variance Inflation factors (VIF) below 2.5 and tolerance levels above 0.40 for all independent variables (see Table (7) below). Therefore, multicollinearity should not be a serious concern in the study.

In the robustness tests section of this chapter, the researcher looks at models excluding industry to see if there were any changes in relation to the hypotheses, given the fairly high correlation between the test variables INDUSTRY and FRSHARE.

Table (6). Pearson correlation coefficients (Tadawul Website 2004)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 TOTALSCORE	1											
2 CONTENT	.95	1										
3 FORMAT	.51	.31	1									
4 AUDIT	.50	.35	.16	1								
5 GASHARE	.03	.00	.08	- .05	1							
6 FRSHARE	.04	- .02	.20	.12	- .16	1						
7 BIG-4	.41	.24	.30	.80	- .01	.26	1					
8 INDUSTRY	.26	.19	.22	.37	- .10	.59	.39	1				
9 LOCATION	.26	.20	.34	.08	.01	.19	.13	.20	1			
10 SIZE	.12	.03	.31	.14	.43	.30	.31	.39	.16	1		
11 FIXD ASSETS	- .05	.05	- .14	- .24	.32	- .32	- .33	- .50	- .34	- .07	1	
12 LEVERAGE	.05	.02	.09	.16	.18	- .08	.17	- .20	.04	.23	.22	1
13 RTA	.22	.23	.09	.10	- .01	- .14	.15	- .13	.02	.07	.18	- .14

1. Variables are defined in Table (2).

2. All coefficients are based on 74 observations

3. Coefficients that are significant at $p= 0.05$ or better (one-tailed) are highlighted in bold type

Table (7). Tolerance and Variance Inflation Factors (Tadawul Website 2004)

	B	Tolerance	VIF
(Constant)	20.36***		
1 GASHARE	.24	.62	1.61
2 FRSHARE	-6.74	.60	1.68
3 BIG-4	2.76***	.66	1.52
4 INDUSTRY	4.23**	.43	2.32
5 LOCATION	2.51**	.84	1.19
6 SIZE	-.39	.52	1.93
7 FIXD ASSETS	3.43*	.53	1.88
8 LEVERAGE	.01	.70	1.44
9 RTA	.08	.77	1.30

Notes:

1. Dependent variable is TOTALSCORE.

2. Variables are defined in Table (2).

3. VIF = variance inflation factor.

4. *, **, and ***—Significant at $p = 0.10$, $p = 0.05$, and $p = 0.01$ respectively (one-tailed probabilities).

Multivariate hypothesis tests (Tadawul Website 2004)

Table (8) shows the outcome of four regression models used to test all disclosure index hypotheses of this research. These models were derived from crossing four alternate measures of IFR (TOTALSCORE, CONTENT, FORMAT, and AUDIT) with two ownership variables, GASHARE, and FRSHARE, and three independent categorical variables, BIG-4, INDUSTRY, and LOCATION.

In Table (8), I found no heteroscedasticity detected in any of these OLS models using White's test. Among the test variables, for INDUSTRY, three out of four coefficients are positive and significant, the exception being FORMAT. Also, BIG-4 is positively and highly significantly associated with two of the IFR measures: TOTALSCORE and AUDIT. LOCATION is significantly and positively associated with three out of four IFR measures, TOTALSCORE, CONTENT and FORMAT. FRSHARE has a significantly negative association with the AUDIT IFR measure.

Further, among the control variables SIZE is significantly and negatively correlated with the AUDIT IFR measure, while FIXEDASSETS is significantly and positively associated with TOTALSCORE and CONTENT. In contrast, the coefficients for GASHARE, RTA and LEVERAGE are all insignificant.

Table (8). Regression results for 74 companies (Tadawul Website 2004)

Ordinary least squares regressions				
	TOTALSCORE	CONTENT	FORMAT	AUDIT
Constant	20.36***	18.54***	.13	1.36***
GASHARE	.24	-.38	.01	-.01
FRSHARE	-6.74	-6.21	.49	-1.01*
BIG-4	2.76***	1.31	.30	.91***
INDUSTRY	4.23**	4.08**	.06	.50***
LOCATION	2.51**	1.92**	.57**	.00
SIZE	-.39	-.40	.11	-.07*
FIXD ASSETS	3.43*	3.56*	.14	.18
LEVERAGE	.01	.01	.00	.00
RTA	.08	.08	.01	.00
Model summary				
Adjusted R-squared	.23	.13	.12	.65
F- ratio	3.35***	2.22*	2.06*	16.05***

Notes:

1. Variables are defined in Table (2).
2. *, ** and *** —Significant at p= 0.10, p= 0.05, and p= 0.01 respectively (one-tailed probabilities for explanatory variables and two-tailed probabilities for constants, model summary and diagnostics).
3. Heteroscedasticity Test Passed (no heteroscedasticity is detected using White's Test)

Tadawul Website in 2005:

As previously observed in Table (4) above, Tadawul disclosed more SLC's financial information in 2005 than in 2004. In 2005 (as was the case in 2004), 74 SLC's Websites were linked to Tadawul Website (from Table (1)). Table (9) shows that for the 74 companies, the mean score for all 75 items in the disclosure index is 43.46 (range: 43–44). Mean scores for the 38 content items, 12 presentation format items, and 25 audit items are 27, 7, and 10, respectively with ranges of 27–27, 7–7, and 9–10, respectively. It should be noted that there is no variation for the content and format scores in 2005 on the Tadawul Website; that is, for all 74 companies, the same number of items is disclosed for these two disclosure indexes.

Table (9). Descriptive statistics for IFR measure variables (Tadawul Website 2005)

	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. dev.	Skewness	Kurtosis
Dependent variables							
TOTALSCORE	43	44	43.46	43	.50	.17	-2.03
CONTENT	27	27	27	27	.00	-	-
FORMAT	7	7	7	7	.00	-	-
AUDIT	9	10	9.47	9	.50	.11	-2.04

Note: Variables are defined in Table (2).

Univariate analysis and multicollinearity diagnostics (Tadawul Website 2005)

Table (10) shows a number of significant correlations among dependent and independent variables which provide support for some of the hypotheses. As FORMAT and CONTENT scores do not vary, correlations cannot be computed for these IFR measures. INDUSTRY, BIG-4, FRSHARE all have significant and positive correlations with both TOTALSCORE and AUDIT with the correlation coefficients for BIG-4 being particularly high. Also, SIZE has significantly positive correlations with both TOTALSCORE and AUDIT while FIXEDASSETS has significantly negative correlations with each IDB measure.

Among the independent variables, a slightly high correlation exists between FRSHARE and INDUSTRY ($b=.59$) while there is a moderately negative significant correlation between FIXEDASSETS and INDUSTRY (-.48). All remaining correlations are relatively low.

To further assess the potential for multicollinearity, the researcher regressed TOTALSCORE on all explanatory variables, and obtained variance inflation factors (VIF) below 2.5 and tolerance levels above 0.40 for all independent variables (see Table (11)). Therefore, multicollinearity should not be a serious concern in the study.

In the robustness tests section of this chapter, the researcher looks at models excluding industry to see if there were any changes in relation to the hypotheses, given the fairly high correlation between the test variables INDUSTRY and FRSHARE.

Table (10). Pearson correlation coefficients (Tadawul Website 2005)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	TOTALSCORE	1											
2	CONTENT	a	a										
3	FORMAT	a	a	a									
4	AUDIT	.97	a	a	1								
5	GASHARE	-.08	a	a	-.10	1							
6	FRSHARE	.22	a	a	.21	-.16	1						
7	BIG-4	.86	a	a	.84	-.01	.26	1					
8	INDUSTRY	.40	a	a	.39	-.10	.59	.39	1				
9	LOCATION	.12	a	a	.07	.01	.19	.13	.20	1			
10	LOGSIZE	.21	a	a	.23	.43	.30	.31	.39	.16	1		
11	FIXDASSETS	-.31	a	a	-.26	.32	-.33	-.27	-.48	-.31	-.05	1	
12	LEVERAGE	.15	a	a	.14	.11	-.08	.24	-.20	.08	.27	.21	1
13	RTA	.02	a	a	.02	-.02	-.15	.08	-.14	-.04	.07	.16	-.03
													1

Notes: 1. Variables are defined in Table (2).

2. All coefficients are based on 74 observations.

3. Coefficients that are significant at $p = 0.05$ or better (one-tailed) are highlighted in bold.

a. Cannot be computed because Content and Format scores are constant.

Table (11). Tolerance and Variance Inflation Factors (Tadawul Website 2005)

	B	Tolerance	VIF
(Constant)	43.20***		
1 GASHARE	-.14	.61	1.64
2 FRSHARE	-.45	.60	1.67
3 BIG-4	.86***	.68	1.46
4 INDUSTRY	.14	.42	2.38
5 LOCATION	.00	.85	1.17
6 LOGSIZE	-.01	.48	2.07
7 FIXD ASSETS	-.05	.58	1.71
8 LEVERAGE	.00	.66	1.52
9 RTA	.00	.85	1.17

Notes: 1. Dependent variable is TOTALSCORE.

2. Variables are defined in Table (2).

3. VIF = variance inflation factor.

4. *, **, and *** —Significant at $p = 0.10$, $p = 0.05$, and $p = 0.01$ respectively (one-tailed probabilities).

Multivariate hypothesis tests (Tadawul Website 2005)

CONTENT and FORMAT dependent variables were not computed since all scores were the same. Table (1)2 presents the outcomes of two regression models for TOTALSCORE and AUDIT. These models were also used to test the disclosure index hypotheses. No heteroscedasticity is detected in any of these OLS regression models using White's test. BIG-4 is positively and highly significantly associated with both the IFR measures TOTALSCORE and AUDIT. The coefficients for GASHARE, FSHARE, INDUSTRY, LOCATION, SIZE, LEVERAGE, and RTA are insignificant.

Table (12). Regression results for 74 companies (Tadawul Website 2005)

Ordinary least squares regressions				
	TOTALSCORE	CONTENT	FORMAT	AUDIT
Constant	43.20***			9.06***
GASHARE	-.14			-.31
FRSHARE	-.45			-.53
BIG-4	.86***			.85***
INDUSTRY	.14			.14
LOCATION	.00			-.04
SIZE	-.01			.02
FIXD ASSETS	-.05			.08
LEVERAGE	.00			.00
RTA	.00			-.01
Model summary				
Adjusted R-squared	.74			.69
F- ratio	23.95***			19.29***

Notes:

1. Variables are defined in Table (2).
2. * , ** ,and *** —Significant at p= 0.10, p= 0.05, and p= 0.01 respectively (one-tailed probabilities for explanatory variables and two-tailed probabilities for constants, model summary and diagnostics).
3. Heteroscedasticity Test Passed (no heteroscedasticity is detected using White's test).

Tadawul Website 2004-2005 combined model

In this section, the researcher combines the two years of data for the Tadawul Website in one model using GEE (Generalised Estimable Equations). Since there was a difference over the two years in the dependent variables, the results of individual regressions from each year are given and then the two years are combined using GEE in SPSS 15 Statistical software. GEE is used as there are repeated measurements for each company, that is, two years. As the observations are not independent, a pooled OLS regression is not used.

The results of this model are shown in Table (1)3.

From Table (1)3, first focusing on the test variables; BIG-4 and INDUSTRY coefficients are positive and significant for all IFR measures apart from FORMAT. In addition, the coefficient for LOCATION is positive and significant for all IFR measures apart from AUDIT. Contrary to the expectations of H2, FRSHARE has a significantly negative coefficient in the AUDIT model and has negative coefficients in the TOTALSCORE and CONTENT models, but they are insignificant. GASHARE is insignificant in all four models.

Among the control variables, the coefficient of RTA is positive and significant in the TOTALSCORE and CONTENT models while FIXEDASSETS has a significant and positive association in the CONTENT model. SIZE and LEVERAGE are insignificant in all four IFR models. YEAR is significantly and positively associated in all four IFR models.

Table (13). Regression coefficients from GEE models for Tadawul Website (years 2004 and 2005 combined)

	TOTALSCORE	CONTENT	FORMAT	AUDIT
Constant	21.72***	19.45***	.83**	1.27***
GASHARE	.13	-.10	.01	-.08
FRSHARE	-3.46	-2.96	.25	-.68*
BIG-4	1.81***	.65*	.15	.85***
INDUSTRY	2.15**	2.00**	.02	.35***
LOCATION	1.24**	.94**	.28**	-.04
SIZE	-.21	-.21	.05	-.04
FIXD ASSETS	1.65	1.72*	.07	.05
LEVERAGE	.00	.00	.00	.00
RTA	.03*	.04**	.00	.00
YEAR	20.25***	6.80***	5.48***	8.04***

Notes:

1. Variables are defined in Table (2).
2. *, **, and *** — Significant at p= 0.10, p= 0.05, and p= 0.01 respectively (one-tailed probabilities for explanatory variables and two-tailed probabilities for constant).

As shown above there were some useful statistical analysis, i.e. descriptive statistics for IFR measure variables (Tadawul Website 2005), univariate analysis and multicollinearity diagnostics (Tadawul Website 2005), Pearson correlation coefficients (Tadawul Website 2005), and tolerance and Variance Inflation Factors (Tadawul Website 2005). Also, multivariate hypothesis tests (Tadawul Website 2005) was also shown by using regression results for 74 companies (Tadawul Website 2005). Moreover, a combining model of the two years (2004-2005) of data for the Tadawul Website in one model using GEE (Generalised Estimable Equations) was used and regression coefficients from GEE models for Tadawul Website (years 2004 and 2005 combined) was adopted and results of this model are shown in Table (1)3 above.

Relating results to hypotheses

H1 states that the extent of IFR is negatively associated with the proportion of government ownership. Results show that two coefficients for GASHARE are positive and two are negative without significance in 2004. In contrast, in 2005, the two coefficients for GASHARE are negative without significance. Tadawul Website and a combination of both are all insignificant with only one exception. The exception is that GASHARE has a positive and significant association with audit-related IFR. This association might arise from the control of SOCRA as government regulator on the audit firms in Saudi Arabia. So we can say that H1 (GASHARE) is not supported in either year 2004 or in 2005.

H2 proposes that the extent of IFR is positively associated with the proportion of foreign ownership. In the combined analysis for the two years, 2004 and 2005, three out of four coefficients for FRSHARE were negative and in the AUDIT model, the coefficient was negative and significant.

H2 is not supported in relation to the Saudi background for two reasons: first, the average foreign ownership in the Saudi stock market is too small (4%). This small percentage does not help to push the SLCs' tendencies to adopt IFR. This is so even though it is difficult for non-Arabic investors to deal with the Arabic language.

The implication of the fact that H2 is unsupported is that policy makers should work to facilitate, encourage, and increase foreign investment. This would depend on ensuring that all financial information published online could be easily and completely comprehensible. Such clarity would be helped by the addition of certain rules prior to the publication of financial information online. For example, regulators could introduce a rule that SLCs and Tadawul should, as far as possible, work on translating all financial information bilingually (Arabic and English), or at least the main information that could affect foreign investment decisions. However, regulators and reporting companies should also take into account the cost of publishing and maintaining translated financial information. Furthermore, the non-support case of the hypothesis carries implications for foreign users. Since they are interested in the Saudi stock market, they should take more care to obtain a complete picture of Saudi culture, including learning Arabic. This would help them to understand the trends of the Saudi exchange market and make appropriate investment decisions.

H3 contends that IFR is greater among Saudi companies audited by BIG-4 international audit firms; the coefficients for BIG-4 are positive and significant for both years of Tadawul Website in most models, the only exception being the FORMAT model on the Tadawul Website (years 2004 and 2005 combined).

Consistent with Xiao, et. al. (2004), the study's test variable (BIG-4), H3 is completely connected with IFR. Xiao, et. al. (2004) show that the presentation format of IFR is associated with the employment of a BIG-five¹ audit firm.

In the Saudi context, this hypothesis is supported: some previous studies have indicated a positive link between firms employing larger auditors and their level of disclosure (e.g., Craswell and Taylor, 1992). Xiao, et. al. (2004) and Inchausti (1997), in particular, shows a positive association between employment of larger auditors and the level of disclosure online. In contrast to smaller Saudi auditors, large auditors, especially BIG-4 international audit firms, are more likely to facilitate the transmission of innovative practices, as well as IFR. Firstly, these auditors' reputation provides safety against the improbability and failure of control from disclosure via the Internet. Secondly, they can both serve as role models and provide implementation assistance. In addition, perhaps H3 was supported in this study because CMA might request that SLCs are audited by one of the BIG-4 audit firms to pay more attention to online annual reports and other financial information, along with a hard copy version.

H4 contends that IFR is greater among Saudi companies in the banking industry than in other industries. The coefficients for INDUSTRY are positive and mostly significant at high levels, so the expectation for INDUSTRY is completely

¹ The BIG-4 with the addition of Arthur Anderson audit firm.

supported, the only exception being the FORMAT model on the Tadawul Website (years 2004 and 2005 combined). Therefore, the results imply that companies in the banking industry disclose more information, and have more extensive and elaborate presentation formats than do other companies.

As a point of reference for the industry test variable H4, while this study shows that the presentation format of IFR is associated with companies in the banking industry, Xiao, et. al. (2004) demonstrate that the presentation format of IFR is associated with the employment of the IT industry.

Saudi banks are relatively more advanced in using their Websites as tools of communication with their customers and investors because Saudi banks want to have a complete satisfaction of their customers and investors. In addition, Saudi banks are supervised and controlled by two parties, the SAMA and the Saudi CMA; they tend to have more accurate and advanced financial reporting systems (SAMA, 2005). Moreover, banking in Saudi Arabia is one of the most important industries, due to its leading role in commercial and financial activities. In addition, banks have a unique and advanced system, called the Internet banking system that relates them with their customers online. This allows customers to deal with their accounts and business easily, quickly and securely (SAMA, 2003).

Since the banking sector is one of the most important sectors, policy makers in Saudi Arabia must focus on protecting their system security from Internet hacking or changing important information either on the Tadawul Website or on the SLCs' own Website. However, users would feel more comfortable knowing that this sector is supervised by two government entities. As a result, this dual supervision would encourage more financial information users and more investors to invest in the banking sector, since companies in the sector deal better with IFR and provide more financial information online. In addition, auditors would have to audit carefully for these companies for two reasons. First, the Internet banking system, mentioned above, that relates banks with their customers online, allows more users, beside the investors, to gain access to their Website, although it also exposes them to the risks of hacking and spying. Second, it is the only industry that is supervised by both Saudi SAMA and the Saudi CMA.

H5, the hypothesised effects of location on companies in the three Saudi main cities indicated that, in 2004, three out of four coefficients for LOCATION were significant, the coefficient for the AUDIT model being insignificant, and this is consistent when the two years are combined in one model for the Tadawul Website.

Taking into account the coefficients for the Tadawul Website in 2004 and in the combined analyses, results suggest that companies in the main cities, Riyadh (the capital), Jeddah, and Dammam, relatively disclose more information than do companies in other Saudi cities. Signalling theory, agency theory, and cost benefit analysis theory, all agree that there could be a positive association between location and the Internet disclosure.

This hypothesis was formulated and tested because, as indicated earlier, in Saudi Arabia more than three-quarters of its listed companies are in the main cities. Statistically, 56 (76%) of SLCs are located in three main cities, namely, Riyadh,

Jeddah, and Dammam (CMA, 2005). In addition, in small Saudi cities, Internet use is limited, since the Internet might not be available all the time; as a result, companies in small cities would be more interested in using printed rather than Internet disclosure. According to Al-Htaybat and Napier (2005), if Internet usage is relatively limited in a particular location, then we would expect companies to be comparatively slow to use the Internet to supplement printed disclosure.

Regulators should look at the amount of Internet disclosure made by SLCs in all Saudi cities, the three main Saudi cities and others. In addition, they should encourage companies with less Internet disclosure to increase this as much as possible, which would help users to care not only about those located in Riyadh, Jeddah and Dammam, but also in other cities. Furthermore, regulators should be aware of the poor Internet services in those areas not located in the three major cities, and then help improve Internet services there. This would allow users, investors and auditors in those areas to use the Internet with the same quality as in the major cities.

Auditors in particular should not differentiate between audit work in the main cities and that in others, even if there is more IFR in the three Saudi main cities. Such discriminative action would result in audit firms being centralised only in Riyadh, Jeddah or Dammam.

Table (14). Hypothesis summary

Hypotheses	2004	2005	combined
H1	not support	not support	not support
H2	not support	not support	not support
H3	support	support	support
H4	support	support	support
H5	support	support	support

Robustness tests

A number of implicit assumptions and design choices were made in this analysis. Therefore, three tests were performed to assess the robustness of the results.

New and conventional auditing items

In the analysis of section 7.3, the total number of auditing items consisted of 25 items which included 5 new auditing items introduced by the researcher compared to previous studies. Regression analyses for auditing were carried out consisting of a total for the conventional auditing items used in previous studies and excluding the 5 new auditing items. The results were consistent with those of section 7.3 with the exception that in the Tadawul 2004 model, industry (INDUSTRY) was no longer significant in the model excluding the new auditing items. Therefore, interesting findings after adding up these five new audit items indicate that those

conventional auditing items made the coefficients significant in the first model of Tadawul Website (in 2004).

Correlation between industry and foreign share

Although multicollinearity did not appear to be a major factor in the study, there was a moderately high correlation between industry (INDUSTRY) and foreign share (FRSHARE) and the researcher looked at this further. The researcher reran models where INDUSTRY was excluded and found that, for the companies' own Websites, the coefficient of FRSHARE changed depending on whether or not INDUSTRY was present.

The exclusion of INDUSTRY in the Tadawul Website models only had an impact on the AUDIT model in 2004. In this instance, the coefficient for FRSHARE was negative and significant initially but became insignificant, although still negative when INDUSTRY was excluded.

Summary and conclusions

Results based on data relating to the 74 SLCs derived from the Tadawul Website support the expectation that IFR by SLCs is affected by certain systematic influences. An examination of all companies listed in the Saudi Stock Market in 2004 and 2005 from the Tadawul Website revealed evidence of differences in how companies used the Internet for publishing financial statements online. Significant development in this regard was also evident over the course of one year, from the end of 2004 to the end of 2005. Following a survey of the Tadawul homepage over the two years, 2004 and 2005, to assess the level of IFR use by all 74 SLCs in Saudi Arabia, it was apparent that apart from the employment of BIG-4 auditors, a significant role was played by industry and location in the implementation of IFR. Furthermore, the contribution of government and foreign ownerships to IFR adoption was found to be insignificant in both years. Coefficients for BIG-4 are positive and significant for both years of Tadawul Website in most models, the only exception being the FORMAT model on the Tadawul Website (years 2004 and 2005 combined). Companies in the banking INDUSTRY, disclose more information, and have more extensive and elaborate presentation formats than do other companies. Companies in the three Saudi main cities indicated that, in 2004, three out of four coefficients for LOCATION were significant, the coefficient for the AUDIT model being insignificant, and this is consistent when the two years are combined in one model for the Tadawul Website.

The principal implications of this paper's findings, both for future research and policy-making by companies, users and reporting companies, are that the full potential of Internet financial disclosure by Saudi companies has yet to be made. An interesting aspect of future research would be a comparison between the findings from the same companies on the Tadawul Website and the Websites of those companies during the same period (from 2004-2005) or with other periods of time after 2005 to explore changes in practice. Similarly, it would be interesting to

compare findings from the Websites of those companies with other disclosing sources, e.g. the Saudi Central Website. Moreover, a comparison of the findings with those obtained from similar economies, beside Saudi Arabia, would also be of interest. This paper clearly indicates the need and importance of implementing IFR, at the level required by the Saudi context, for the Saudi CMA and SLCs, as well as the users of financial statements and policy making.

References

- Aerts, W., Cormier, D., Gordon, I., and Magnan M., (2006). Performance disclosure on the web: an exploration of the impact of managers' perceptions of stakeholder concerns. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 6(12), 159-194.
- Al-Htaybat, K. A., and Napier, C., (2005). Online Corporate Financial Reporting In Developing Countries: The Case Of Jordan. BAA's Annual Conference, Southampton, University of Southampton, UK.
- Allam, A., and Lymer A., (2003). Developments in Internet Financial Reporting: Review and Analysis Across Five Developed Countries. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 3(6), 165-199.
- Ashbaugh, H., Johnstone, K. and Warfield, T., (1999). Corporate Reporting on the Internet. *Accounting Horizons*, 13(3), 241-258.
- Azwadi, A., Hafiza, H., and Zalailah, S., (2005). Internet Financial Reporting by Leading Public Listed Companies in Malaysia. Kuala Terengganu, University College of Scince and Technology Malaysia.
- Barac, K., (2003). Internet Reporting in South Africa. the Financial Reporting and Business Communication Research Unit Sixth Annual Conference. Cardiff, UK.
- Bonson, E. and Escobar, T., (2002). A Survey on voluntary Disclosure on the Internet: Empirical Evidence from 300 European Union Companies. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 2(1), 27-51.
- CMA, (2005). Capital Market System, Riyadh, Saudi Arabia.
- Cohen, W. M., and Levinthal, D. A., (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128–152.
- Cook, J., (1999). Information and Communication Technology: The Internet and Company Law. Cambridge, ESRC centre for Business Research, University of Cambridge, UK.
- Cooke, T. E. (1998). Regression analysis in accounting disclosure studies. *Accounting and Business Research*, 28(3), 209–224.
- Craswell, A., and Taylor, S. L., (1992). Discretionary disclosure of reserves by oil and gas companies: An economics analysis. *Journal of Business, Finance, and Accounting*, 19(2), 295–309.
- Craven, B. M., and Marston, C. L., (1999). Financial reporting on the Internet by leading UK companies. *European Accounting Review*, 8(2), 321–333.

- Datar, S., Feltham, G., and Hughes, J. (1991). The role of auditor and audit quality in valuing new issues. *Journal of Accounting and Economics*, 14, 3–49.
- DeAngelo, L., (1981). Auditor size and audit quality. *Journal of Accounting and Economics*, 3(3), 183-199.
- Debreceny, R., and Gray, G., (1999). Financial reporting on the Internet and the external audit. *European Accounting Review*, 8(2), 335-350.
- Debreceny, R., Gray, G., and Mock, T., (2001). Financial Reporting Web Sites: What users Want in Terms of Form and Content. *The international Journal of Digital Accounting Research*, 1(1), 1-23.
- Debreceny R., Gray G. L., and Rahman, A., (2002). The determinants of Internet financial reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 21(4-5), 371-394.
- Defond, M. L., Wong, T. J., and Li, S., (1999). The impact of improved auditor independence on audit market concentration in China. *Journal of Accounting and Economics*, 28(3), 269–305.
- Deller, D., Stubenrath, M., and Weber, C., (1999). A survey on the use of the Internet for investor relations in the USA, UK and Germany. *European Accounting Review*, 8(2), 351–364.
- Ettredge, M., Richardson, V. J. and Scolz, S., (2001). The presentation of financial information at corporate Web sites. *International Journal of Accounting Information Systems*, 2(1), 149–168.
- Ettredge, M., Richardson, V. J. and Scolz, S., (2002). Dissemination of information for investors at corporate Web sites. *Journal of Accounting and Public Policy*, 21(4), 357–369.
- FASB (2000). Electronic Distribution of Business Reporting Information. Connecticut. Financial Accounting Standards Board, USA
- Ferguson, M. J., Lam, K. C. K. and Lee, G. M., (2002). Voluntary disclosure by state-owned enterprises listed on the stock exchange of Hong Kong. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 13(2), 125–152.
- Fisher, R., F. Laswad And Oyelere, P., (2000). Financial Reporting on the Internet. *Chartered Accountants' Journal*, 79(3) 68-72.
- Gowthorpe, C., (2004). Asymmetrical dialogue? Corporate financial reporting via the Internet. *Corporate Communications: An International Journal*, 9(4), 283–293.
- Fisher R., Oyelere, P. and Laswad, F., (2004). Corporate reporting on the Internet: Audit issues and content analysis of practices. *Managerial Auditing Journal*, 19(3), 412-439.
- Healy, P. M. and Palepu, K. G., (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital market: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1-3), 405–440.
- Inchausti, B. G., (1997). The influence of company characteristics and accounting regulation on Information disclosed by Spanish firms. *European Accounting Review*, 6(1), 45–68.

- Joshi, P., and Al-Modhahk, J., (2003). Financial reporting on the Internet: Empirical evidence from Bahrain and Kuwait. The Financial Reporting and Business Communication Conference. Cardiff Business School, Cardiff, UK.
- Lee, J., (1987). Accounting infrastructure and economic development. *Journal of Accounting and Public Policy*, 6(2), 75–85.
- Lybaert, N., (2002). On-Line Financial Reporting. An Analysis of the Dutch Listed Firms. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 2(4) 195-234.
- Lymer, A., (1999). The Internet and the future of corporate reporting in Europe. *The European Accounting Review*, 8(2), 289-301.
- Lymer, A. and Debreceny, R., (1999). Business Reporting On the Internet. A Report prepared for the International Accounting Standards Committee (IASC).
- Malone, D., Fries, C. and Jones, T., (1993). An Empirical Investigation of the Extent of Corporate Financial Disclosure in the Oil and Gas Industry. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 8(3), 249-273.
- Marston, C. and Polei, A., (2004). Corporate reporting on the Internet by German companies. *International Journal of Accounting Information Systems*, 5(3), 285-311.
- Nasir, N., Said, J., Ghani, E., Hashim, A., and Othman, R., (2003). Enhancing Corporate Governance of Malaysian Local Authorities through Internet Financial Reporting. the 4th International Conference for the British Accounting Association Special Interest Group in Corporate Governance. Liverpool, UK.
- Olivier, H. (2004). Business and Management, Accounting and IT and Innovation. *European Accounting Review*, 9(4), 603-624.
- Pirchegger, B. and Wagenhofer, A., (1999). Financial reporting on the Internet: A survey of the homepages of Austrian companies. *European Accounting Review*, 8(2), 383–395.
- SAMA (2003). the thirty-ninth annual report, SAMA. Riyadh, Saudi Arabia.
- SAMA (2005). The forty one annual report, SAMA. Riyadh, Saudi Arabia.
- Saudagaran S. M. and Diga J. G., (1997). Financial reporting in emerging capital markets: Characteristics and policy issues. *Accounting Horizons*, 11(2), 41-64.
- Smith, B. and Pierce A., (2005). An Investigation of the Integrity of Internet Financial Reporting. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 5(9), 47-78.
- Spaul, B., (1998). Corporate Dialogue in the Digital Age. Institute of Chartered Accountants in England and Wales. London, UK.
- Tapscott, D., (1996). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, McGraw-Hill Education, USA.
- Trites, G., (1999). The Impact of Technology on Financial and Business Reporting. Canadian Institute of Chartered Accountants. Canada.
- Verrecchia, R., (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1), 97–180.

- Wang, J. W., (2003). Governance role of different types of state-share holders: Evidence from China's listed companies. PhD Thesis, Hong Kong University of Science and Technology. Hong Kong.
- Wai Kin, C., Nilmini, W., (2006). Using the internet for financial disclosures: the Australian experience. *International Journal of Electronic Finance*, 1(1), 118-150.
- Wolfe, R. A., (1994). Organisational innovation: Review, critique and suggested research directions. *Journal of Management Studies*, 31(3), 405–431.
- Xiao, J., Jones, M. and Lymer A., (2005). A Conceptual Framework for Investigating the Impact of the Internet on Corporate Financial Reporting. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 5(10), 131-169.
- Xiao, J., Yang, H. and Chow, C., (2004). The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies. *Journal of Accounting and Public Policy*, 23(3), 191-225.
- Xiao, J. Z., Jones, M. J. and Lymer, A., (2002). Immediate trends in Internet reporting. *European Accounting Review*, 11(2), 245–275.
- Xu, X. and Wang, Y., (1999). Ownership structure and corporate performance in Chinese stock companies. *Chinese Economic Review* 10(1), 75–98.

(-)

(/ / / /)

()

