

بسم الله الرحمن الرحيم



المناصرة

للبحوث والدراسات

مجلة علمية متخصصة محكمة

سلسلة الأعمال

تصدر عن جامعة آل البيت

ISSN: 2958 – 2393 (Print)

ISSN: 2958 – 2407 (Online)

المجلد الثاني، العدد (٢)، ذو الحجة ١٤٤٤هـ/ حزيران ٢٠٢٣م

عنوان المجلة: جامعة آل البيت - المفرق - المملكة الأردنية الهاشمية

ص.ب: ١٣٠٤٠ هاتف: ٦٢٩٧٠٠٠ (٩٦٢٢)، فاكس: ٦٢٩٧٠٣١ (٩٦٢٢)

البريد الإلكتروني: manara@aabu.edu.jo

هيئة التحرير

رئيس هيئة التحرير

الأستاذ الدكتور عاكف الفقراء
عميد البحث العلمي

رئيس تحرير سلسلة الأعمال

الأستاذ الدكتور عبد الرحمن الدلايخ
كلية الأعمال / جامعة آل البيت

الأعضاء

الأستاذ الدكتور وليد العواودة	كلية الأعمال / جامعة آل البيت
الأستاذ الدكتور سالم العون	كلية الأعمال / جامعة آل البيت
الأستاذ الدكتور غازي الرقيبات	كلية الأعمال / جامعة آل البيت
الأستاذ الدكتور سيف الشبيل	كلية الأعمال / جامعة آل البيت
الأستاذ الدكتور حسين الزيود	كلية الأعمال / جامعة آل البيت

محرر اللغة الإنجليزية

د. هناء أبو موسى

محرر اللغة العربية

د. رجب الخالدي

أمانة سر المجلة

وليد معابرة

تنضيد وإخراج

هبه الزعبي

ما ورد في هذا العدد يعبر عن آراء الكتاب أنفسهم، ولا يعكس بالضرورة آراء هيئة التحرير

المنارة للبحوث والدراسات

مجلة علمية متخصصة محكمة تصدر عن جامعة آل البيت

شروط النشر:

- تستوفي المجلة مبلغ ٢٠٠ دولار عن كل بحث يقبل للنشر في المجلة.
- تنشر مجلة المنارة البحوث العلمية الأصيلة للباحثين في تخصصات العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، من داخل جامعة آل البيت وخارجها، مكتوبة باللغة العربية أو الإنجليزية. ويشترط في البحث ألا يكون قد نشر أو قدم للنشر في أي مكان آخر، وعلى الباحث أن يتعهد بذلك خطياً عند تقديمه للبحث للنشر.
- تخضع البحوث للتقويم حسب الأصول العلمية المتبعة، وتقسم إلى ثلاثة أنواع:
 - أ) البحوث الأصيلة.
 - ب) المراجعات النقدية.
 - ج) الملاحظات العلمية والمقالات العلمية القصيرة.

تعليمات النشر:

١. أن يكون البحث مطبوعاً على جهاز حاسوب، بمسافات مزدوجة بين الأسطر شريطة أن لا تزيد عدد كلماته عن الـ ٧٠٠٠ كلمة بحده الأقصى، وترسل بواسطة البريد الإلكتروني للمجلة manara@aabu.edu.jo، وتكتب أسماء الباحثين من ثلاثة مقاطع، كما تذكر عناوين ووظائفهم الحالية ورتبهم العلمية، ويجب أن يتضمن المخطوط عنوان البحث واسم الباحث أو الباحثين والملخصين، والكلمات المفتاحية، والمقدمة، ومنهج البحث، المناقشة والنتائج وقائمة المراجع، كما يجب أن يستخدم نظام الوحدات الدولي، ويمكن استعمال مختصرات المصطلحات العلمية المعروفة، شريطة أن تكتب كاملة أول مرة ترد في النص.
٢. يكتب ملخص باللغة العربية وآخر بالإنجليزية على ألا يزيد عدد كلماته على (١٠٠) كلمة، ويتبعان بالكلمات المفتاحية.
٣. ترقيم الجداول والأشكال على التوالي حسب ورودها في المخطوط، وتزود بعناوين، ويشار إلى كل منها بالتسلسل نفسه من متن المخطوط، وتقدم بأوراق منفصلة، وترسم المخططات بالحبر الأسود على ورق رسم كالك (tracing paper).
٤. إثبات الهوامش إلكترونياً وتقتصر على الملاحظات الضرورية بالحد الأدنى، ولا تكون لأغراض ذكر معلومات النشر.
٥. التوثيق: يتم توثيق المصادر والمراجع داخل النص، حسب نظام الأقواس (مؤلف، سنة، صفحة) ويثبت فيه نهاية البحث قائمة بالمراجع مرتبة هجائياً وحسب ما يأتي:

(أ) المصادر:

عند ذكر المصدر لأول مرة على النحو التالي: ذكر اسم المؤلف كاملاً مع ذكر تاريخ وفاته - إن كان متوفى - بالهجري والميلادي موضوعاً بين قوسين. وذكر اسم المصدر كاملاً مكتوباً بالبنط الغامق إذا كان عربياً، وبحروف مائلة إذا كان بإحدى اللغات الأوروبية. ذكر عدد الأجزاء أو المجلدات وأقسامها، ذكر اسم المحقق ودار النشر، واسم المطبعة، ورقم الطبعة ومكان النشر، ويلى ذلك المجلد ثم رقم الصفحة مثال:

الطبري، محمد بن جرير (ت ٣٦٠هـ/ ٩٤٥م). تاريخ الرسل والملوك، ١٠م، تحقيق أبو الفضل إبراهيم، دار المعارف، القاهرة ١٩٦٩م، ٣م، ص ٢٥، سيشار لهذا المصدر فيما بعد هكذا: الطبري، تاريخ.

(ب) المراجع:

يذكر اسم المؤلف كاملاً مع ذكر تاريخ وفاته، إن كان متوفى، وتاريخ ميلاده، إن كان لا يزال على قيد الحياة - إن أمكن - ثم يذكر اسم المرجع كاملاً مكتوباً بالبنط الغامق إن كان عربياً، أو بالحرف المائل إن كان باللغات الأجنبية، وذكر عدد الأجزاء أو المجلدات وأقسامها - إن وجدت - ثم اسم المطبعة، واسم الناشر، وتاريخ النشر، ومكان النشر، ورقم الصفحة.

(ج) محاضر المؤتمرات:

ذكر اسم المؤلف كاملاً، وذكر اسم الدراسة أو المقالة موضوعة بين علامتي اقتباس هكذا " "، ذكر اسم الكتاب كاملاً، ذكر اسم المحرر(ين) إن كانوا غير واحد، والإشارة للأول وإردافه بكلمة ورفقائه، ذكر اسم المطبعة والجهة الناشرة، ومكان النشر وتاريخ النشر ثم الصفحة.

(د) المجلات:

ذكر اسم صاحب المقالة كاملاً، ذكر اسم المقالة كاملة موضوعة بين علامتي اقتباس هكذا " "، ذكر اسم المجلة بالبنط الغامق للعربية، وبالحروف المائلة للأوروبية n رقم المجلد (السنة ما بين قوسين) ثم العدد ورقم الصفحة.

٦. ملحوظات أخرى:

(أ) عند الإشارة إلى الصفحة أو الصفحات المقتبس منها في الحواشي يراعى ما يأتي:

إذا كان الاقتباس من مصدر أو مرجع عربي، فإنه يوضع الرمز (ص) فقط وإن تعددت الصفحات، وإذا كان المصدر أو المرجع أجنبياً تكتب p واحدة، إذا كان موطن الاقتباس من صفحة واحدة في حين توضع pp إذا كان موطن الاقتباس أكثر من صفحة.

(ب) عند ورود آية قرآنية كريمة يذكر رقمها واسم سورتها وذلك بين قوسين.

(ج) عند ورود حديث نبوي شريف يجب ذكر مطلق تخريجه ومصادره مع ذكر الجزء - إن وجد - ورقم الصفحة في حاشية سفلية أو ختامية.

(د) عند ورود بيت أو أبيات من الشعر، يذكر اسم الشاعر والبحث ومصادر تخريجه.

(هـ) عند الاستشهاد بمخطوط يذكر اسم المؤلف كاملاً وعنوان المخطوط كاملاً، ويذكر اسم المكان المحفوظ فيه هذا الاقتباس ويشار إلى تاريخ النسخة، وعدد أوراقها، ويذكر رقم الورقة مع بيان الوجه أو الظهر المأخوذ منه الاقتباس، ويشار لوجه الورقة بالرمز (أ) كما يشار لظهرها بالرمز (ب).

(و) عند ورود أسماء أعلام أجنبية في متن البحث فإنها تكتب بحروف عربية (ولاتينية بين قوسين) ويذكر الاسم كاملاً عند وروده لأول مرة.

(ز) عند ورود أسماء أعلام في متن البحث فإنها تكتب كاملة مع ذكر تاريخ الوفاة بالهجري والميلادي موضوعة بين قوسين -إن أمكن- إذا كان اسم العلم معاصراً، ويذكر تاريخ وفاته إن كان متوفى.

(ح) تقدم الأشكال مرسومة بالحبر الهندي على ورق رسم مصقول أو على ورق شفاف Tracing Paper على أن تشمل جميع الإيضاحات الضرورية، ويقدم على شكل أو رسم على ورقة منفصلة لا تتجاوز أبعادها حجم الصفحة.

(ط) يراعى أن تكون الصور الفوتوغرافية واضحة المعالم ومقدمة على ورق مصقول من حجم البطاقة البريدية.

(ي) الأشكال والرسوم والبيانات التوضيحية الأخرى توضع في أماكن مناسبة مع ما يشير إليها في محتوى البحث.

(ك) يراعى أن تكون صفحات البحث متسلسلة الترقيم، بحيث يشمل ذلك صفحات البحث جميعها بما في ذلك الصور الفوتوغرافية والأشكال والرسوم والبيانات التوضيحية الأخرى.

(ل) عند كتابة أسماء ومصطلحات عربية وإسلامية بالحرف اللاتيني؛ فإنه يراعى في ذلك النظام المتبع في دائرة المعارف الإسلامية.

٧. يعطى صاحب البحث المنشور نسخة واحدة من العدد الذي نشر فيه بحثه بالإضافة إلى (٢٠) مستلة من ذلك البحث، ويجوز أن يطلب أعداداً إضافية من المستلات مقابل مبلغ يقدره رئيس تحرير مجلة المنارة.

ترسل البحوث وجميع المراسلات المتعلقة بالمجلة إلى:

رئيس هيئة تحرير مجلة
المنارة للبحوث والدراسات
جامعة آل البيت
المفرق - المملكة الأردنية الهاشمية
E-mail: manara@aabu.edu.jo

محتويات العدد

(باللغة العربية)

الصفحة	اسم البحث	الباحث/الباحثون
١١٠-٧٣	أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان	- صفاء الزيود طارق بني خالد
١٤٠-١١١	أثر ممارسة الذكاء الاجتماعي في تعزيز التميز التنظيمي: دراسة حالة في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية	- صلاح الحواتمة محمد محاسنة
١٦٨-١٤١	أثر القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية	- مهند الشبيبيل سيف الشبيبيل عون الشبيبيل
١٩٠-١٦٩	The Mediating Effect of Tourists' Satisfaction on the Relationship Between Destination Image and Tourists' Loyalty: A Study of Selected Archaeological Sites of Jordan	- عطا الله السرحان عبد الفتاح العزام



المنارة للبحوث والدراسات

مجلة علمية متخصصة محكمة
تصدر عن جامعة آل البيت

قسمة اشتراك

أرجو قبول اشتراكي في مجلّة المنارة:
لمدة () سنة، ابتداءً

من:

الاسم:

العنوان:

.....

.....

طريقة الدفع: شيك: حوالة بنكيّة: حوالة بريديّة:

(رقم:، تاريخ:) (.....)

التوقيع: التاريخ:

تملأ هذه القسمة وترسل مع قيمة الاشتراك إلى العنوان التالي:

الأستاذ الدكتور رئيس تحرير مجلّة المنارة للبحوث والدراسات -
جامعة آل البيت المفرق - المملكة الأردنية الهاشمية

قيمة الاشتراك السنوي:

◆ للأفراد: (١٠) عشرة دنانير أردنيّة.

◆ للمؤسسات: (١٥) خمسة عشر ديناراً أردنيّاً.

The Impact of Intellectual Capital on Earnings Management in the Industrial Companies Listed on Amman Stock Exchange

Safaa Ali Alzyoud⁽¹⁾

Tareq Oudeh Bani-Khalid^{(2)*}

(1) Budget Analyst, General Budget Department, Ministry of Finance, Amman – Jordan.

(2) Associate Prof, Department of Accounting, School of Business, Al al-Bayt University, Mafrq - Jordan.

Received: 12/02/2023

Accepted: 24/05/2023

Published: 29/06/2023

* *Corresponding Author:*
tareq_alkhaldi@aabu.edu.jo

Abstract

This study aimed to find out the impact of intellectual capital on the management of profits of industrial companies in the Jordanian business environment, according to this basic objective, data were collected from 56 manufacturing companies listed on the Amman Stock Exchange (ASE) during the period from 2013 to 2019. The number of total views used in the analysis reached (359) views, during the entire study period.

The study relied on the intellectual value-added coefficient to measure the impact of the independent variable, the intellectual capital with its three components (human capital, structural capital, and capital employed). Also, profit management was measured by the absolute value of estimated benefits by using the modified Jones model. In addition, the two control variables were measured: (the size of the company as measured by the natural logarithm of total assets, and the ratio of indebtedness

through total debt to total assets).

The study used the method of multiple regression analysis in the statistical program (E-views) to test the study hypotheses, and the results showed that earnings management was significantly influenced by intellectual capital. Specifically, it turned out that earnings management was negatively affected by the components of intellectual capital (human, structural and capital employed).

Based on the results, the researchers recommend that companies pay more attention to employees by increasing bonuses and salaries, which improves the efficiency of their performance and increases profitability, as well as providing a rational investment environment of high quality, which in turn achieves high profits on the long term. Therefore, undesirable practices such as profit management and others disappear, and finally, working to educate users of financial statements about the risks of high indebtedness which may prompt management to take some management practices that may negatively reflect on their investment decisions.

Keywords: Intellectual Capital, Earnings Management, Industrial Companies, ASE.

أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان

طارق عوده بني خالد^(٢)

صفاء علي الزيود^(١)

(١) محلل موازنة، دائرة الموازنة العامة، وزارة المالية، عمان - الأردن.

(٢) أستاذ مشارك، قسم المحاسبة، كلية الأعمال، جامعة آل البيت، المفرق - الأردن.

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على إدارة أرباح الشركات الصناعية في بيئة الأعمال الأردنية، وفقاً لهذا الهدف الأساسي تم جمع البيانات من ٥٦ شركة تصنيع مدرجة في بورصة عمان خلال الفترة من ٢٠١٣ إلى ٢٠١٩، وقد بلغ عدد المشاهدات الكلية المستخدمة في التحليل (٣٥٩) مشاهدة، خلال فترة الدراسة كاملة.

اعتمدت الدراسة على معامل القيمة المضافة الفكرية لقياس أثر المتغير المستقل رأس المال الفكري بمكوناته الثلاث (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، ورأس المال المستغل)، كذلك تم قياس إدارة الأرباح من خلال القيمة المطلقة للاستحقاقات التقديرية باستخدام نموذج جونز المعدل. إضافة إلى أنه تم قياس المتغيرين الضابطين وهما: (حجم الشركة مقاساً باللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول، ونسبة المديونية من خلال إجمالي الديون إلى إجمالي الأصول).

استخدمت الدراسة أسلوب تحليل الانحدار المتعدد في البرنامج الإحصائي (E-views) لاختبار فرضيات الدراسة، وأظهرت النتائج أن إدارة الأرباح تأثرت بشكل كبير برأس المال الفكري. على وجه التحديد، تبين أن إدارة الأرباح تأثرت سلباً بمكونات رأس المال الفكري (رأس المال البشري والهيكلية والمستغل). بناءً على النتائج، يوصي الباحثان بأن تولي الشركات مزيداً من الاهتمام بالموظفين من خلال زيادة المكافآت والرواتب، مما يحسن كفاءة أدائهم ويزيد الربحية، وكذلك توفير بيئة استثمارية رشيدة ذات جودة عالية مما يحقق أرباحاً عالية وعلى المدى الطويل، بالتالي تتلاشى الممارسات غير المرغوب فيها كإدارة الأرباح وغيرها وأخيراً العمل على توعية مستخدمي البيانات المالية حول مخاطر ارتفاع نسبة المديونية التي قد تدفع الإدارة إلى اتخاذ بعض الممارسات الإدارية التي يمكن أن تنعكس سلباً على قراراتهم الاستثمارية.

الكلمات المفتاحية: رأس المال الفكري، إدارة الأرباح، الشركات الصناعية، بورصة عمان.

المقدمة:

أصبح رأس المال الفكري يمثل أحد أهم الموارد الاقتصادية الفعالة للشركات والتي يساهم بشكل كبير في تحقيق ميزات تنافسية عدة من خلال المساهمة في خلق القدرات المعرفية والتنظيمية لدى الأفراد العاملين في الشركة التي يمكن استخدامها لإيجاد القيمة الاقتصادية المنشودة والتي بدورها تجعل الشركة تعمل بنشاط في المحيط العالمي وتمكنها من استخدام التقنيات الحديثة وتحقيق رضا المتعاملين معها من خلال الاستجابة السريعة لمطالبهم، فهي تعد بمثابة سلاح تنافسي قوي بيد الشركة، وبالتالي فإن رأس المال الفكري ساهم في تحول دول العالم الأول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاديات المعرفة؛ لذلك فإن توفير المعلومات المتعلقة به ضمن البيانات والتقارير المالية للشركات يعتبر من المعلومات المهمة والمؤثرة في قرارات مستخدمي البيانات المالية (Bataineh et al., 2022).

تتوافق العديد من الدراسات على أن رأس المال الفكري يتكون من رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال المستغل، حيث يمثل رأس المال البشري في المورد البشري وما اكتسبه من خبرات ومهارات متميزة، أما رأس المال الهيكلي يتمثل في القدرات التنظيمية والهيكل التنظيمي، ورأس مال المستغل وهو يشير رأس المال المستخدم إلى الاستثمار والتوسع (أبو الهيجاء وآخرون ٢٠١٩، للمشهداني، ٢٠١٩ وحسين ٢٠١٥)

وبالرغم من أن البيانات المالية تعد بناءً على العديد من السياسات والمعايير المحاسبية والتي تلزم الشركات بالإفصاح المحاسبي لها عند نشرها، إلا أن ذلك لا يمنع إدارة الشركات إلى السعي لإظهار بياناتها بشكل يلبي مصالحها من خلال ممارسة إدارة الأرباح (Brown & Hillegeist, 2006). وبالتالي فإن أي ممارسة تقوم بها إدارة الشركات لإدارة الأرباح سواء بالزيادة أو بالنقص ستؤثر على درجة موثوقية بياناتها المالية المنشورة.

وفي هذا الصدد يذكر (Siswanto et al., 2022) أن إدارة الأرباح تعتبر من الممارسات التي تخفض من مصداقية البيانات المالية، لذا فإن وجود معلومات مفصحة عن رأس المال الفكري لدى الشركات الصناعية الأردنية سيزيد من قيمتها في أسواق رأس المال حيث يعد الاستثمار في رأس المال الفكري في تلك الشركات مؤشراً لارتفاع أرباحها واستمراريتها وإمكانية التنبؤ بها، الأمر الذي بدوره سيساعد في الحد من الممارسات غير المرغوب فيها، منها إدارة الأرباح لما لها من

آثار مهمة تنعكس على البيانات المالية المنشورة للشركات، ومن ثم على القرارات الاستثمارية والتمويلية لمن يستخدم تلك البيانات.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

لقد أدى فشل بعض الشركات في الآونة الأخيرة إلى زيادة الطلب على رأس المال الفكري من قبل أصحاب المصلحة، حيث تعدُّ الموارد غير الملموسة مصدر اهتمام كل من المستثمرين والإدارة على حدٍ سواء. فهو لا يعتبر فقط قوة دافعة ومورداً مهماً في خلق القيمة والتنمية المستدامة للشركات ولكن أيضاً كمصدر للابتكار وعامل رئيسي في نمو الأرباح (Sugiyanto, 2021). وبالتالي فإن الشركات مطالبة بإيلاء المزيد من الاهتمام للموارد الداخلية غير الملموسة، وكذلك إعطاء الأولوية لاستخدام هذه الموارد بحيث تصبح موارد ذات قيمة يصعب تقليدها وغير قابلة للاستبدال (البشتاوي و طه، ٢٠١٤)؛ الأمر الذي يؤدي إلى النمو المتزايد في أرباح تلك الشركات، لضمان استمرارية ونجاح أعمالها إلا أن عدم اهتمام بعض الشركات بكفاءة رأس المال الفكري في ظل اقتصاد المعرفة قد يؤثر على نتائج أعمالها وبالتالي قد تلجأ بعض الشركات إلى ممارسة إدارة الأرباح لضمان الاستمرار في العمل وتحسين أدائها لتحقيق أهداف محددة أو لاكتساب بعض المزايا التنافسية من خلال التعديل على نتائجها المالية؛ لذا يحتم اعتماد جهات كثيرة على البيانات المالية لأغراض اتخاذ القرارات تقييم مدى تأثير كفاءة رأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال السؤال الرئيس التالي والذي ينبثق عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

السؤال الرئيس: هل يؤثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان؟

السؤال الفرعي الأول: هل يؤثر رأس المال البشري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان؟

السؤال الفرعي الثاني: هل يؤثر رأس المال الهيكلي على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان؟

السؤال الفرعي الثالث: هل يؤثر رأس المال المستغل على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان؟

أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح وذلك في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، حيث تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أبرزها:
- ١- بيان أثر رأس المال البشري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان.
 - ٢- بيان أثر رأس المال الهيكلي على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان.
 - ٣- بيان أثر رأس المال المستغل على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من محاولتها استخدام العديد من المتغيرات المستقلة التي تسهم في معرفة أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، ففي ظل التغيرات التي عرفها الاقتصاد العالمي على مختلف الأصعدة، ولما لها من تأثير على الشركات باعتبارها الدعامة الأساسية لأي اقتصاد، فقد تحولت دول العالم الأول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاديات المعرفة الأمر الذي استدعانا في هذه الدراسة إلى الانتباه لأهمية دراسة إثر رأس المال الفكري على ممارسات إدارة الأرباح في الشركات، وبالتالي يمكن تلخيص الأهمية إلى:

- **الأهمية العملية:** يمكن القول إن الإدارة تسعى جاهدة لكسب ثقة أصحاب المصالح لديها، من خلال إضافة وتعزيز الثقة على بياناتها المالية وبامتلاكها موارد مالية تم إنتاجها وتطويرها داخلياً، في حين مستخدمى هذه البيانات الخارجيون كالمستثمرين لا يمتلكون المعرفة الكافية حول النشاط الكامل للشركة فيما يتعلق بخلق القيمة للمساهمين أو توزيع الأرباح في كثير من الأحيان، وبالتالي فإن مساهمة هذه الدراسة في تحسس بعض المشاكل في قطاع الشركات الصناعية ستساعد في خدمة هذا القطاع من حيث الاهتمام برأس المال الفكري في الشركات من خلال تحديده وقياسه والتعرف على مدى تأثيره في إدارة الأرباح، بالإضافة إلى تحسين مجالات زيادة الكفاءة والفاعلية، والأهم من ذلك فإنه يتوقع أن تنعكس نتائج هذه الدراسة على مختلف الفئات المستفيدة من التقارير المالية سواء كانوا مساهمين ومستثمرين أو مقرضين ودائنين وغيرهم من الأطراف الأخرى.

- **الأهمية النظرية:** - على حد علم الباحث - ومن خلال المقارنة مع المساهمات الأكاديمية في الدول المتقدمة يمكن القول إن هناك عدد قليل من دراسات التي ربطت رأس المال الفكري وأثره على ممارسات إدارة الأرباح في المنطقة العربية بشكل عام وفي السياق الأردني على وجه الخصوص خاص، تأسيساً على ذلك، يمكن اعتبار هذا البحث أيضاً مساهمة متواضعة تم إجراؤه في أحد الأسواق الناشئة مثل السوق الصناعي الأردني لتوفير إطار نظري شامل لتحليل وشرح وتفسير دور رأس المال الفكري وأثره في ممارسات إدارة الأرباح في البيئة الأردنية.

الإطار النظري:

رأس المال الفكري:

ويُعدُّ موضوع رأس المال الفكري من الموضوعات الحديثة، فهو لم يبرز بوصفه موضوعاً مستقلاً إلا قبل بضعة سنوات، ففي عام (١٩٩٤) بُدلت جهود ريادية في الولايات المتحدة وأخرى في اسكندنافيا أسفرت عن إيجاد إدراك وتصور لموضوع رأس المال الفكري، ولقد صدر تقرير سنوي لأول مرة في أيار عام (١٩٩٥) لرأس المال الفكري من شركة (Skandia) وهي أكبر شركة لخدمات التمويل والتأمين في اسكندنافيا الذي تم تبنيه لاحقاً من قبل العديد من الشركات، وفي عام (١٩٩٦)، أقيم مؤتمر لرأس المال الفكري الذي كانت إحدى توصياته ضرورة تبني هذا الموضوع ليصبح بمثابة المرتكز للتقارير السنوية للمنظمات الحديثة (Yusoff et al., 2019). ويشير (Mojtahedi, 2018) بأن الشركات التي تمتلك موجودات قائمة على المعرفة ستكون الطريق نحو النجاح في القرن ٢١ الأمر الذي أدى إلى توليد رأس المال الفكري من هذه الجهود المبذولة، وبالتالي يشير مصطلح رأس المال الفكري بأنه القدرة على إبقاء المؤسسة في عالم المنافسة لمدة طويلة، من خلال تبني مهارات العاملين ومعارفهم إذا كانت هذه المهارات والمعارف متميزة ولا يوجد من يمتلكها في المؤسسات الأخرى (Buonomo et al., 2020). في حين عرفه (Rehman et al., 2021) بأنه مجموعة من العاملين الذين يمتلكون قدرات عقلية عناصرها المعرفة والمهارة والخبرة والتي يمكن استثمارها في تحسين عمليات الشركة وتطوير مساحة إبداعاتها بشكل يحقق علاقات فاعلة مع جميع الأطراف المتعاملة. في هذا الصدد يذكر كل من: (Welly et al., 2021) Mojtahedi, (2018) أن رأس المال الفكري مبني على المعرفة والملكية

الفكرية، والمعلومات والخبرة التي يمكن توظيفها لخلق أصول ذات قيمة أعلى، بمعنى أن المعرفة لا تصبح رأس مال إلا إذا تم العثور عليها وتوظيفها بحيث يمكن استخدامها لصالح تلك الشركات. وفقاً للمشهداني (٢٠١٩) وحسين (٢٠١٥) يعدُّ رأس المال الفكري مورد إستراتيجي تنافسي ودعائم القوة لأي شركة؛ إذ أصبح رأس المال الفكري في ظل الاقتصاد المعرفي قضية تفرض علينا الاهتمام به في ظل التحدي العلمي والتقني المعاصر، وهذا ما أكده العديد من الدراسات مثل (Xu & Liu, 2020) أن الفشل في عملية خلق القيمة، ناتج من إهمال رأس المال الفكري؛ الأمر الذي بدوره قد يؤدي إلى سلسلة من الخسائر على مستوى الشركة وبالتالي تخصيص غير متوازن للموارد مما يحدد من قدرة الشركة على التنبؤ بقيمة أعمالها المستقبلية. لذلك يمكن القول إنَّ رأس المال الفكري هو جوهر الميزة التنافسية للشركة؛ باعتبار أن الإبداع والتميز لا يتحقق إلا من خلال النتائج الفكرية، وبالتالي يعدّ اعتماد الشركات على قدراتها التنافسية فيما يتعلق برأس المال الفكري تستند إلى أصولها المعرفية، كذلك يعتبر رأس المال الفكري مصدراً لتوليد الثروة للشركة والأفراد وتطويرهما، وهو قادر على توليد ثروة خيالية من خلال قدرته على تسجيل براءات اختراع، وهذا ما أكدته البيانات المالية لشركة (Apple) لعام ٢٠١٨، حيث تمثل القيمة الدفترية أقل من ١% من القيمة السوقية، وهذا دليل على ميل كبرى الشركات العالمية إلى الاستثمار في الأصول غير الملموسة نظراً للعوائد التي تحققها هذه الاستثمارات.

عناصر رأس المال الفكري:

أولاً: رأس المال البشري Human Capital

أصبح رأس المال البشري من أهم مكونات رأس المال الفكري، والذي يتمثل بالقوى العاملة التي تمتلك المقدرة على التفكير والإبداع، ويشير (Melo & Velásquez, 2022) إلى أن رأس المال البشري هو مجموعة من القدرات لاستخلاص أفضل الحلول من معارف القوى العاملة لدى الشركة، ويحتل هذا العنصر أهمية كبيرة لكونه مصدراً للإبداع والتجديد الاستراتيجي، ويمكن تمييزه من خلال العصف الذهني في مختبرات البحوث، وإعادة هندسة العمليات وتحسين المهارات الشخصية. كما أن رأس المال البشري يعرف بأنه مجموعة المعارف والمهارات والإبداع ومقدرة العاملين لإنجاز مهام الشركة، ويتضمن قيم الشركة وثقافتها وفلسفتها. ويعرف (Adyaningrum & Soenarno, 2022)

رأس المال البشري بأنه المعرفة والمهارات التنافسية، وتشمل الأفراد المعنيين بالنشاط الاقتصادي للشركة فهو الأساس لوجود رأس المال الهيكلي والمستغل.

ثانياً: رأس المال الهيكلي Structure Capital

إن رأس المال الهيكلي هو عبارة عن مقدرة الشركة لتلبية متطلبات السوق من براءات الاختراع والعلامات التجارية، فضلاً عن نظام المعلومات الخاص بها؛ بحيث يتضمن الأساليب لتنفيذ الأعمال الروتينية التي تدعم سعي العاملين لتحقيق الأداء الفكري الأمثل. ويشير (Shehada, 2019) إلى أن رأس المال الهيكلي يتكون من إستراتيجيات المنظمة وشبكاتنا الداخلية، ومجموعة النظم وقواعد المعلومات، فضلاً عن الحقوق القانونية للتقنية والعمليات والمخترعات وحقوق التأليف والنشر والعلامة التجارية. ويعرف رأس المال الهيكلي بأنه الدعم أو البنية التحتية بواسطتها يمكن للشركة إمداد رأس المال البشري، فهو يشمل الدعم المباشر أو غير مباشر سواء عناصر ملموسة (مادية) وأخرى غير ملموسة (Tarighi et al., 2022).

ثالثاً: رأس المال المستغل Capital Employed

يُعد رأس المال المستغل المكون الرئيس الثالث من مكونات رأس المال الفكري، وتعتمد قيمة الشركة على قدرتها لتجميع رأسمالها ونقله واستخدامه لتحقيق أهدافها الشمولية، كما أن رأس المال المستغل لا يتمثل بالمعدات والأجزاء المادية للحواسيب فقط، إذ إن رأس المال المستغل يتمثل بمقدرة المنظمة لاستخدام هذه الأدوات لزيادة الربحية (Buonomo et al., 2020). ويبين (Melo & Velásquez, 2022) مفهوماً شمولياً لرأس المال المستغل بأنه أي شيء في الشركة يدعم العاملين (رأس المال البشري) أو أنظمتها (رأس المال الهيكلي). ويؤكد (Jaya et al., 2021) بأن رأس المال المستغل يتمثل بالبنية التحتية الداعمة للعاملين، إضافة إلى البنية التحتية الداعمة لأنظمة الشركة ويمتلك رأس المال المستغل من قبل الشركة ويبقى معها حتى عند مغادرة العاملين لها، ويتضمن رأس المال المستغل الأشياء التقليدية كالبنائيات، والأجزاء المادية للحواسيب والبرمجيات.

إدارة الأرباح:

تعود بدايات ظهور الجدل حول إدارة الأرباح إلى الثمانينيات من القرن الماضي عندما بدأت الشركات باستغلال المرونة في القوانين المحاسبية لإظهار أرباحاً وهمية لديها وذلك عندما شهدت

العديد من هذه الشركات حالة من الفشل الاقتصادي؛ وقد أطلق على إدارة الأرباح ما يسمى بالمحاسبة الإبداعية، وذلك لأن مثل هذه الممارسات لا تتبع معايير أو قوانين معينة إنما هي نابعة من إبداع إدارة الشركات من خلال قيامها بإعادة ترتيب الحقائق التي لديها لإظهار بيانات مالية مغايرة للواقع بحيث تتماشى مع أهدافها وتتفق مع توقعات الأطراف ذات المصلحة (Al Qahtani, 2014).

وقد تعددت التعاريف لإدارة الأرباح؛ فقد عرّف (Kharashgah et al., 2019) إدارة الأرباح على أنها تدخل مقصود تمارسه الإدارة لدى إعداد التقارير الخارجية التي تصدرها الشركة من أجل تحقيق مكاسب خاصة لمصلحتها. ويشير (Ghaleb et al., 2021) بأن إدارة الأرباح عملية يستخدم فيها المليون معرفتهم بالقواعد المحاسبية للتظليل بالأرقام المعروضة في الشركات أو أنها الإجراءات أو الخطوات التي تستخدم للتظليل بالأرقام المالية، وذلك من خلال الاستفادة من الخيارات والمبادئ المحاسبية المتاحة، وأي إجراء أو خطوة باتجاه إدارة الأرباح أو تمهيد الدخل في البيانات المالية (Hashed & Almaqtari, 2021).

ورغم أن معظم الكُتّاب والباحثين يصنفون السمعة السلبية على إدارة الأرباح، إلا أن هناك دراسات مثل (Sincerre et al., 2016) اتخذت موقفاً معاكساً حين وصفها أنها إجراءات معقولة ومقبولة من الناحية القانونية، يقصد بها إذا مورست مثلاً ضمن أسلوب تمهيد الدخل لتحقيق الثبات النسبي للأرباح، الذي يجعلها قابلة للتنبؤ. ويؤكد (Hastuti et al., 2022) أن إدارة الأرباح تنقسم إلى نوعين؛ الأول هو إدارة الأرباح الحيدة وهي إدارة الأرباح التشغيلية التي تحدث عندما تتخذ الإدارة القرارات الاختيارية التي من شأنها المحافظة على الاستقرار في الأداء المالي، أمّا النوع الثاني فهو إدارة الأرباح السيئة بحيث يهدف هذا النوع إلى إخفاء الربح التشغيلي الحقيقي بواسطة إنشاء بعض القيود الاصطناعية أو استخدام تقديرات غير منطقية ومن الأمثلة على ذلك تخفيض تقديرات مخصص الديون المشكوك في تحصيلها.

هناك العديد من الأساليب التي تستخدم في تقييم مدى ممارسة إدارة الأرباح ومنها مقارنة المبادئ المحاسبية المستخدمة من قبل الشركة بتلك المستخدمة في الصناعة بشكل عام والشركات المنافسة، وما إذا كانت هذه المبادئ تؤدي إلى تضخيم الأرباح مع مراجعته أي تغييرات حدثت في تلك

المبادئ المحاسبية لتحديد ما إذا كانت تؤدي إلى تضخيم الأرباح أم لا. كذلك يمكن أن تكوم من خلال تحديد ما إذا كانت المصروفات الاختيارية مثل الدعاية والإعلان قد تم تأجيلها ومقارنتها بمثلاتها في الفترات السابقة. وتحديد تكلفة استبدال المخزون والأصول الأخرى، وتقييم ما إذا كانت الشركة تولد تدفقات نقدية كافية لاستبدال أصولها. كذلك يمكن أن يكون التقييم من خلال مراجعة الملاحظات المرفقة بالبيانات المالية لتحديد ما إذا كانت هناك خسائر محتملة قد تقلل الأرباح والتدفقات النقدية مستقبلاً. ومراجعة العلاقة بين المبيعات وحسابات المدينين لتحديد ما إذا كانت الحسابات تزداد بزيادة المبيعات. (Haider et al., 2022; Alsultan, 2017; Al Qahtani, 2014)

الدراسات السابقة:

يعرض هذا المبحث أهم الدراسات التي اهتمت أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح، ولقد حظي هذا النوع من الدراسات باهتمام عدد من الكتاب والباحثين في مختلف دول العالم خلال السنوات الماضية، وقد تم ترتيب هذه الدراسات حسب التسلسل التاريخي لها ومن ثم بيان ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أو المساهمة العلمية والإضافة العلمية للدراسة الحالية قياساً بالدراسات السابقة.

Sugiyanto, S. (2021). Intellectual Capital & Earning Management, To Future Stock Return.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري في إدارة الأرباح من جهة، والتعرف على أثر كل من رأس المال الفكري وإدارة الأرباح في عوائد الأسهم من جهة أخرى، وقد ضمت عينة الدراسة (٨٤) مشاهدة للشركات الصناعية المدرجة في سوق أندونيسيا المالي، خلال الفترة الممتدة من عام ٢٠١٤ إلى عام ٢٠١٩. حيث تم التعبير عن رأس المال الفكري من خلال معامل القيمة المضافة الفكرية والمقاس من خلال مجموع كل من كفاءة رأس المال البشري وكفاءة رأس المال الهيكلية وكفاءة رأس المال المستغل، كما تم التعبير عن إدارة الأرباح بالقيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية باستخدام نموذج جونز المعدل، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام الانحدار المتعدد، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على إدارة الأرباح، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الفكري وإدارة

الأرباح على عوائد الأسهم.

Putra & Ratnadi, (2021) “Intellectual capital and its disclosure on firm value: evidence of Indonesian banking industries”

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على القيمة السوقية من جهة، والتعرف على الإفصاح عن أثر رأس المال الفكري على القيمة السوقية من جهة أخرى. وقد تكونت عينة الدراسة من جميع البنوك المدرجة في بورصة أندونيسيا للأوراق المالية، خلال الفترة الممتدة بين عام ٢٠١٥ إلى عام ٢٠١٩. حيث تم التعبير عن رأس المال الفكري من خلال كفاءة رأس المال البشري وكفاءة رأس المال الهيكلي وكفاءة رأس المال المستغل. كما استخدمت الدراسة نسبة القيمة السوقية إلى إجمالي القيمة الدفترية وذلك للتعبير عن القيمة السوقية، كما تم التعبير عن الإفصاح عن أثر رأس المال الفكري من خلال (٣٦) عنصر، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام أسلوب تحليل المحتوى وأسلوب الانحدار المتعدد وذلك لتحليل نتائج الدراسة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لكفاءة رأس المال الفكري على القيمة السوقية للبنوك الأندونيسية، في حين دلت النتائج إلى وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للإفصاح عن كفاءة رأس المال الفكري على القيمة السوقية.

Jaya et al., (2021). Impact of intellectual capital on earnings management

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح، وقد تكونت عينة الدراسة من (٧٧٠) مشاهدة للشركات المدرجة في بورصة أندونيسيا للأوراق المالية، خلال الفترة الممتدة من عام ٢٠٠٨ إلى عام ٢٠١٩، حيث تم التعبير عن رأس المال الفكري من خلال معامل القيمة المضافة الفكرية والمقاس من خلال كل من كفاءة رأس المال البشري وكفاءة رأس المال الهيكلي وكفاءة رأس المال المستغل، كما تم التعبير عن إدارة الأرباح بالقيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية وذلك باستخدام نموذج جونز المعدل، ومن أجل تحليل فرضيات الدراسة تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد والتوزيع الطبيعي والتحليل الوصفي، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على إدارة الأرباح، أي أنه كلما ازدادت قيم رأس المال الفكري لدى الشركات؛ ارتفعت معها نسبة ممارسة إدارة الأرباح فيها.

Kasoga (2020) “Does investing in intellectual capital improve financial performance?”

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين رأس المال الفكري وأداء الشركة المالي، وقد تكونت عينة الدراسة من (٢٢٠) مشاهدة للشركات الصناعية المدرجة في سوق تنزانيا المالي، خلال الفترة الممتدة بين عام ٢٠١٠ إلى عام ٢٠١٩، حيث تم التعبير عن رأس المال الفكري من خلال كفاءة رأس المال البشري وكفاءة رأس المال الهيكلية وكفاءة رأس المال المستغل، كما استخدمت الدراسة معدل العائد على الأصول للتعبير عن أداء الشركة المالي، وقد استخدمت الدراسة عدّة متغيرات ضابطة منها؛ نوع الصناعة ونسبة الديون، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام الانحدار المتعدد حيث أشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية لكفاءة رأس المال البشري على أداء الشركة المالي، في حين أظهرت النتائج وجود علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية لكفاءة رأس المال الهيكلية وكفاءة رأس المال المستغل على أداء الشركة المالي، أي أنه كلما ارتفع استثمار الشركة في رأس المال الهيكلية والمستغل أدى ذلك إلى انخفاض في ربحية الشركات التي ضمتها العينة.

Rachmawati, (2020). Moderating effect of profitability on intellectual capital and real earnings management.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح؛ إضافة إلى التعرف على أثر الربحية على إدارة الأرباح. تكونت عينة الدراسة من (٨٠) شركة صناعية مدرجة في سوق تايبوان المالي، خلال الفترة 2014-2019. تم التعبير عن رأس المال الفكري من خلال معامل القيمة المضافة الفكرية من خلال مجموع كل من كفاءة رأس المال البشري والهيكلية والمستغل، في حين تم استخدام التدفقات النقدية والمصاريف الاختيارية غير الطبيعية للتعبير عن إدارة الأرباح، كما استخدمت الدراسة معدل العائد على الأصول لقياس ربحية الشركة، كما استخدمت الدراسة عدة متغيرات ضابطة منها، حجم الشركة مقاساً بإجمالي الأصول، ونسبة المديونية من خلال إجمالي الديون إلى إجمالي الأصول. ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام الانحدار المتعدد وأظهرت النتائج أن رأس المال الفكري له تأثير سلبي على إدارة الأرباح، إضافة إلى وجود أثر سلبي ذي دلالة إحصائية لرأس المال البشري والهيكلية والمستغل على إدارة الأرباح، في حين بينت النتائج عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية لحجم الشركة ونسبة المديونية على إدارة الأرباح، وقد بينت النتائج بأنه لا يمكن للربحية أن تقوي تأثير رأس المال الفكري على إدارة الأرباح.

Gupta et al., (2020). “Intellectual capital & profitability in an emerging insurance market”

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر رأس المال الفكري على ربحية الشركات، وقد تكونت عينة الدراسة من (260) مشاهدة من شركات الأدوية المدرجة في السوق للأوراق المالية الهندي، خلال الفترة ٢٠٠٩-٢٠١٨. حيث تم التعبير عن رأس المال الفكري من خلال كل من رأس المال البشري المستغل والعلائقي. في حين تم التعبير عن ربحية الشركة من خلال ROA و ROE، وقد استخدمت الدراسة عدة متغيرات ضابطة منها؛ عمر الشركة وحجم أصول الشركة، ونسبة إجمالي الديون إلى إجمالي الأصول، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم استخدام الانحدار المتعدد حيث أشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية لرأس المال البشري ورأس المال العلائقي ورأس المال المستغل في زيادة ربحية الشركة، كما بينت الدراسة أن تنظيم رأس المال الفكري يساعد في تحليل وتنظيم القرارات المتعلقة بالاستثمار لدى شركات الأدوية إضافة إلى خلق الميزة التنافسية وتعزيز الكفاءة الإنتاجية.

Ramírez et al., (2020) “How does intellectual capital efficiency affect firm performance? The moderating role of family management”

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين رأس المال الفكري والأداء المالي من جهة، وتحليل الدور الوسيط للإدارة العائلية في العلاقة بين رأس المال الفكري والأداء المالي في الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم من جهة أخرى، وقد تكونت عينة الدراسة من (٦,١٣٢) مشاهدة من الشركات الصناعية المدرجة في سوق إسبانيا المالي، خلال الفترة الممتدة بين عام ٢٠٠٠ إلى عام ٢٠١٣، حيث تم التعبير عن رأس المال الفكري من خلال معامل القيمة المضافة الفكرية والذي تم قياسه من خلال مجموع كل من كفاءة رأس المال البشري وكفاءة رأس المال الهيكلية وكفاءة رأس المال المستغل، كما استخدمت الدراسة معدل العائد على الأصول عن أداء الشركة المالي، في حين تم التعبير عن الإدارة العائلية من خلال المتغير الوهمي بحيث يتم إعطاء الرقم (١) إذا كان هناك أفراد من العائلة أو أقارب يشغلون مناصب إدارية عليا في الشركة، والرقم (٠) بخلاف ذلك، وقد استخدمت الدراسة عدة متغيرات ضابطة، منها: نوع الصناعة، وحجم الشركة مقاساً بالإجمالي الأصول، ونسبة المديونية من خلال إجمالي الديون إلى إجمالي الأصول، ولتحقيق أهداف الدراسة

فقد تم استخدام الانحدار المتعدد لتحليل نتائج الدراسة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية لكفاءة رأس المال البشري على أداء الشركة المالي، كما أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية لكفاءة رأس المال الهيكلية وكفاءة رأس المال المستغل على أداء الشركة المالي، في حين دلت النتائج على وجود الأثر السلبي للإدارة العائلية في العلاقة بين رأس المال الفكري والأداء المالي في الشركات الإسبانية.

أبو الهيجاء وآخرون، (٢٠١٩) "أثر رأس المال الفكري على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية حسب نموذج Public دراسة تطبيقية"

هدفت الدراسة الحالية على دراسة أثر رأس المال الفكري على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية وفقاً لنموذج public، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكون مجتمع الدراسة من قطاع البنوك التجارية في الأردن والمدرجة في بورصة عمان خلال للفترة (٢٠٠٩-٢٠١٤)، حيث بلغ عددها (١٣) بنكاً مدرجاً، أظهرت الدراسة وجود علاقة إحصائية إيجابية بين كل من رأس المال الفكري ومؤشرات الأداء المالي للبنوك الأردنية (العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية والعائد للسهم للبنوك الأردنية)، وفقاً لتلك النتائج خلصت الدراسة إلى عدة توصيات كان أهمها التأكيد ضرورة زيادة الاهتمام برأس المال الفكري والحرص على إدارته كما يدار أي موجود نقدي في البنوك التجارية، باعتباره عنصر مهماً للتوجه الاستراتيجي للبنوك الأردنية وهذا يدعو إدارة البنوك الأردنية إعادة التفتيش عن المهارات القدرات البشرية المعطلة فيها وإعادة تفعيلها لتكون ذات بصمة، واستحداث إدارة تخص الموارد البشرية بشكل منفصل تعمل بشكل مستمر على الاستثمار برأس المال الفكري لديها.

العثامنة، (٢٠١٨). "رأس المال الفكري وأثره في الأداء المؤسسي لشركات الاتصالات الأردنية".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على تحسين الأداء المؤسسي، وقد تكونت عينة الدراسة من شركات الاتصالات الأردنية فقد تم توزيع استبانة على (٣٠٠) فرد من العاملين في فروع إقليم الشمال لشركات الاتصالات الأردنية، في حين بلغ عدد المستجيبين (٢٦٢) فرداً، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة بإجراء عدد من الاختبارات الإحصائية من خلال استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والانحدار المتعدد، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها: مستوى رأس المال الفكري ومستوى الأداء المؤسسي في شركات الاتصالات من وجهة نظر

العاملين في فروع إقليم الشمال كان متوسطاً، وأن هناك أثر لرأس المال الفكري على الأداء المؤسسي في هذه الشركات، وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أبرزها: بضرورة تعريف العاملين في كل قسم أو دائرة بمراحل تطور العمليات الخاصة بهم، لاطلاعهم على هذه المراحل وأسبابها والآثار التي ترتبت عنها، من أجل تحفيز أفكارهم نحو ابتكار نماذج جديدة للعملية أو التعديل على طرق العمل الحالية.

Mojtahedi, (2018). The Impact of Intellectual Capital on Earning Quality: Evidence from Malaysian.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على جودة الأرباح، وقد تكونت عينة الدراسة من (١٠٠) شركة من الشركات المدرجة في بورصة ماليزيا للأوراق المالية، خلال الفترة الممتدة من عام ٢٠٠٠ إلى عام ٢٠١١. وقد تم التعبير عن رأس المال الفكري من خلال معامل القيمة الفكرية المضافة والمقاس من خلال كل من كفاءة رأس المال البشري وكفاءة رأس المال الهيكلي، كما تمّ التعبير عن جودة الأرباح بالقيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية وذلك باستخدام نموذج جونز المعدل، كما استخدمت الدراسة عدة متغيرات ضابطة منها، حجم الشركة مقاساً باللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول، ونسبة المديونية من خلال إجمالي الديون إلى إجمالي الأصول، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر سلبي ذي دلالة إحصائية لرأس المال البشري ورأس المال الهيكلي على القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية وسليبي مع جودة الأرباح، في حين بينت النتائج وجود أثر سلبي ذو دلالة إحصائية بين نسبة المديونية وبين القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية وإيجابي مع جودة الأرباح.

من خلال استعراض الدراسات السابقة، يبدو جلياً اختلاف نتائج الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح، وكما يبدو واضحاً وجود ندرة في الدراسات المحلية في هذا المجال على الرغم من أهميته - حسب علم الباحثين - وفقاً لذلك، يمكن لهذه الدراسة أن تسهم في ملئ جزء من الفجوة في هذا المجال، وتضيف نتيجة بحثية جديدة في بيئة الأعمال الأردنية، فعلى الرغم من وجود عدد من الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح، إلا أن هذه الدراسة أجريت في بيئة مختلفة من حيث التطور المهني، والمتطلبات القانونية والتنظيمية، بالإضافة إلى اختلاف مستوى تطور السوق المالي فيها وخصائصه، ومستوى الإفصاح والشفافية.

فرضيات الدراسة:

- بناءً على ما سبق يمكن صياغة الفرضية الرئيسية للدراسة كالتالي H_0 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان". وتتنبق عنها الفرضيات الفرعية التالية:
- H_{0-1} : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان".
- H_{0-2} : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان".
- H_{0-3} : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال المستغل على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان".

قياس متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: لقياس رأس المال الفكري تم استخدام نموذج معامل القيمة المضافة الفكرية (VAIC) والمستخدم في العديد من الأدبيات السابقة (Tarighi et al., 2022; Boeske and) حيث تم احتساب معامل القيمة المضافة الفكرية للمكونات الأساسية التالية: كفاءة رأس المال البشري، ورأس المال الهيكلي، ورأس المال المستغل وفقاً للخطوات التالية:

$$VAit = Output it - Input it \dots\dots (1)$$

حيث إن:

القيمة المضافة للشركة أ في السنة t	VAit
إجمالي الدخل للشركة أ في السنة t	Output it
مجموع النفقات التشغيلية (باستثناء تكاليف الموظفين)، واستهلاك الأصول الثابتة واستهلاك الأصول غير الملموسة للشركة أ في السنة t.	Input it

$$HCit = IHR it \dots\dots\dots (2)$$

حيث إن:

رأس المال البشري للشركة أ في السنة t	HCit
الاستثمار في القوى العاملة (إجمالي رواتب وأجور الموظفين) للشركة أ في السنة t.	IHRit

$$HCEit = VAit / HCit \dots\dots (3)$$

حيث إن:

كفاءة رأس المال البشري للشركة أ في السنة t	HCEit
القيمة المضافة للشركة أ في السنة t.	VAit
رأس المال البشري للشركة أ في السنة	HCit

$$SCit = VAit - HCit \dots\dots (4)$$

حيث إن:

رأس المال الهيكلي للشركة أ في السنة t	SCit
القيمة المضافة للشركة أ في السنة t.	VAit
رأس المال البشري للشركة أ في السنة	HCit

$$SCE it = SC it / VA it \dots\dots (5)$$

حيث إن:

كفاءة رأس المال الهيكلي للشركة أ في السنة t	SCE it
---	--------

$$CEE it = VA it / CE it \dots\dots (6)$$

حيث إن:

كفاءة رأس المال المستغل للشركة أ في السنة t	CEE it
القيمة المضافة للشركة أ في السنة t.	VA it
إجمالي الأصول الثابتة والمتداولة للشركة أ في السنة t	CE it

$$VAIC it = HCE it + SCE it + CEE it \dots\dots (7)$$

حيث إن:

تمثل معامل القيمة المضافة الفكرية للشركة i في السنة t	VAIC it
---	-----------

- **المتغير التابع:** تم استخدام نموذج جونز المعدل لقياس إدارة الأرباح، خلال فترة (٢٠١٣-٢٠١٩)، للشركات الصناعيّة المدرجة في بورصة عمان، حيث أشارت دراسة (Durana et al., 2021) إلى أنه الأقوى بين النماذج المستخدمة في الكشف عن إدارة الأرباح، كما أن (Putri and Sujana, 2018) قدم الدليل على أن المستحقات الاختيارية المقدرّة بواسطة هذا النموذج يتم تسعيرها بواسطة السوق، إلا أنّ معامل المستحقات الاختيارية أقل قيمة من معامل المستحقات غير الاختيارية، وهذا يعني أن أطراف السوق تنظر إلى المستحقات الاختيارية باعتبارها عنصراً أقل موثوقية، مما يعني أن المستحقات الاختيارية أكثر عرضة للتظليل، لذلك فهي مقياس صالح لقياس ممارسات إدارة الأرباح لدى الشركات، في هذه الدراسة سوف يتم أيضا احتساب إدارة الأرباح باستخدام المستحقات الاختيارية (Ghaleb et al., 2021) وفقا للخطوات التالية:

الخطوة ١: احتساب المستحقات الكلية بالفرق بين صافي الربح التشغيلي والتدفق النقدي من العمليات التشغيلية:

$$TAC_{i,t} = NI_{i,t} - CFO_{i,t} \dots \dots \dots (1)$$

حيث إن:

المستحقات الكلية للشركة i في السنة t	TAC it
صافي الدخل للشركة i في السنة t	NI it
التدفق النقدي التشغيلي للشركة i في السنة t	CFO it

الخطوة ٢: احتساب المستحقات غير الاختيارية بتقدير معالم نموذج جونز المعدل من خلال معادلة الانحدار لمجموع شركات العينة في كل سنة على حدا على النحو التالي:

$$TAC_{it}/TA_{it-1} = \alpha_1 (1/TA_{it-1}) + \alpha_2 [(\Delta REV_{it})/TA_{it-1}] + \alpha_3 (PPE_{it}/TA_{it-1}) + \epsilon_{it} \dots \dots \dots (2)$$

حيث إن:

المستحقات الكلية إلى إجمالي الأصول للشركة أ في السنة t	TACit/TAit-1
مجموع الأصول للشركة أ في السنة t	TAit-1
التغير في إيرادات الشركة أ في السنة t	$\Delta REVit$
الحجم الإجمالي للعقارات والممتلكات والمعدات للشركة أ في السنة t	PPEit
خطأ التقدير العشوائي.	ϵit

الخطوة ٣: تحديد قيمة المستحقات غير الاختيارية لكل شركة على حدة وخلال كل سنة من سنوات الدراسة من خلال معالم النموذج السنوية المقدرة أعلاه ($\alpha 1, \alpha 2, \alpha 3$) من خلال المعادلة التالية:

$$NDACit = \hat{\alpha} 1 (1/TAit-1) + \hat{\alpha} 2 [(\Delta REVit - \Delta RECit)/TAit-1] + \hat{\alpha} 3 (PPEit/TAit-1) \dots\dots\dots (3)$$

حيث إن:

المستحقات غير الاختيارية للشركة أ في السنة t	NDACit
التغير في الحسابات تحت التحصيل للشركة أ في السنة t،	$\Delta RECit$

الخطوة ٤: احتساب المستحقات الاختيارية بالفرق بين المستحقات الكلية والمستحقات غير الاختيارية كما يلي:

$$DACCit = TACCit - NDACCit.$$

حيث أن:

المستحقات الاختيارية للشركة أ في السنة t	DACCit
--	--------

المتغيرات الضابطة:

- حجم الشركة: يعتبر حجم الشركة مقياس للميزة التنافسية إضافة إلى أنه يتم الاعتماد عليه لتقييم كفاءة وربحية الشركة؛ فالشركات الكبيرة تستفيد من وفورات الحجم الأعلى والتي لا توجد في الشركات ذات الحجم الأقل، ونتيجة لذلك، فحجم الشركة الأكبر يجعل هذه الشركات يتمتعون بتكاليف

أقل مع زيادة إنتاجهم (Alareeni, 2019).

- نسبة المديونية: أشارت العديد من الدراسات مثل (Putri & Sujana, 2018) إلى أن نسبة إجمالي الديون إلى إجمالي الأصول تعتبر كمؤشر قوي للتعبير عن نسبة المديونية، بما في ذلك المخاطر المحتملة التي ستواجه العميل فيما يتعلق بعبء الديون، وأن ارتفاع هذه النسبة يؤدي إلى ارتفاع احتمالية ممارسة الشركة إدارة الأرباح سواءً بالزيادة أو النقص، لذلك سوف يتم استخدام نسبة المديونية كمقياس لمتغير ضابط في هذه الدراسة.

النموذج القياسي للدراسة:

اعتماداً على المنهجية المستخدمة في الدراسات السابقة (Tarighi et al., 2022; Boeske & Murray, 2022; Sugiyanto, 2021; Durana et al., 2021; Ghaleb et al., 2021; Jaya et al., 2021; Rachmawati, 2020)؛ استخدمت الدراسة الحالي النماذج القياسية التالية لقياس أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح:

$$|DACC_{it}| = \beta_0 + \beta_1 VAIC_{it} + \beta_2 LnSize_{it} + \beta_3 leverage_{it} \varepsilon \dots \dots \dots (1)$$

$$|DACC_{it}| = \beta_0 + \beta_1 HCE_{it} + \beta_2 SCE_{it} + \beta_3 CEE_{it} + \beta_4 LnSize_{it} + \beta_5 leverage_{it} \varepsilon \dots \dots \dots (2)$$

حيث إن:

القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية للشركة أ في السنة t.	$ DACC_{it} $
ثابت المعادلة (نقطة التقاطع).	β_0
معامل القيمة المضافة الفكرية للشركة أ في السنة t.	$VAIC_{it}$
كفاءة رأس المال البشري للشركة أ في السنة t.	HCE_{it}
كفاءة رأس المال الفكري للشركة أ في السنة t.	SCE_{it}
كفاءة رأس المال الهيكلي للشركة أ في السنة t.	CEE_{it}
حجم الشركة: اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول للشركة أ في السنة t.	$LnSize_{it}$
نسبة المديونية للشركة: نسبة إجمالي الديون إلى إجمالي الأصول أ في السنة t.	$leverage_{it}$
خطأ التقدير العشوائي.	E

منهجية الدراسة:

تحقيقاً لأهداف الدراسة قام الباحثان بقياس رأس المال الفكري للشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان باستخدام نموذج معامل القيمة المضافة الفكرية (VAIC) حيث أن معامل القيمة المضافة الفكرية يتكون من ثلاثة مكونات هي: كفاءة رأس المال البشري، وكفاءة رأس المال الهيكلية، بالإضافة إلى كفاءة رأس المال المستغل واستخدام نموذج جونز المعدل لقياس إدارة الأرباح واعتماداً على المنهج الوصفي التحليلي للتعرف لمتغيرات الدراسة والانحدار المتعدد لاختبار فرضيات الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات الأردنية في قطاع الصناعة المدرجة في بورصة عمان على مدار سبع سنوات والبالغ عددها (٦١) شركة، وذلك من عام ٢٠١٣ - ٢٠١٩. تم استبعاد خمس شركات؛ بسبب عدم توافر البيانات اللازمة لقياس متغيرات الدراسة، وعليه فقد أصبحت عينة الدراسة (٥٦) شركة صناعية، أي ما نسبته (٩١.٨%) من إجمالي مفردات المجتمع، وقد بلغ عدد المشاهدات السنوية الإجمالية (٣٩٢) مشاهدة، فُيِل منها بعد حذف المشاهدات الشاذة (Outliers) من البيانات (٣٥٩) مشاهدة، أي نسبته (٩١.٦%) من المجموع الكلي للمشاهدات المقبولة.

وصف مجتمع الدراسة:

تم استخدام الوصف التحليلي لمتغيرات الدراسة؛ وهذا يساهم في إعطاء القارئ صورة متكاملة عن هذه المتغيرات، ويُسهل عملية تحليل البيانات واختبار الفرضيات، وفيما يلي استعراض الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة لعينة الدراسة المتمثلة ب (٥٦) شركة مدرجة في بورصة عمان خلال سنوات الدراسة السبع.

جدول (١) الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة من العام ٢٠١٣ - ٢٠١٩.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أقل قيمة	أكبر قيمة	المتغيرات
16.457	6.481	-38.381	169.496	معامل القيمة الفكرية المضافة
15.720	5.140	-22.803	168.186	رأس المال البشري
3.624	0.320	-38.409	14.115	رأس المال الهيكلي
2.132	1.005	-2.767	20.819	رأس المال المستغل
20.633	73.989	0.689	1211.466	حجم الشركة (مليون دينار)
1.382	16.866	13.442	20.915	اللوغاريتم الطبيعي لحجم الشركة
23.75	38.21	0.400	95.86	نسبة المديونية
0.1470	0.1359	0.0003	0.8515	القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية

يبين الجدول ٢ نتائج الإحصاء الوصفي فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة بناءً على إجمالي المشاهدات والتي بلغت ٣٥٩ من البيانات التي تم اختبارها، على وجه التحديد يلاحظ من الجدول أعلاه أن الوسط الحسابي لمتغير القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية بلغ نحو ٠.١٣٥، وانحراف معياري بلغ نحو ٠.١٤٧، وأن أكبر قيمة للمستحقات الاختيارية بلغت نحو ٠.٨٥١، في حين بلغ أقلها نحو ٠.٠٠٣؛ الأمر الذي يشير إلى وجود ممارسة لإدارة الأرباح من قبل الشركات التي تتضمنها العينة، كما يظهر الجدول ٢ قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير رأس المال البشري المقاس على أساس القيمة المضافة والذي بلغت قيمته في المتوسط ٥.١٤٠ لدى الشركات المفحوصة وانحراف معياري قيمته ١٦.٤٥٧، مما يعني أن توزيع بيانات متغير رأس المال البشري لم يتم بالتساوي لدى هذه الشركات، أما فيما يتعلق بمتغيري رأس المال الهيكلي المقاس بناءً على القيمة المضافة ورأس المال المستغل المقاس بناءً على القيمة المضافة فنلاحظ أن المتوسطات الحسابية للمتغيرين قد بلغت ٠.٣٢٠ لبيانات القيمة المضافة لرأس المال الهيكلي و ١.٠٠٥ لبيانات القيمة المضافة لرأس المال المستغل، وانحرافات معيارية قيمتها ٣.٦٢٤ و ٢.١٣٢ على التوالي، مما يشير إلى أنه لم يكن هناك تباين كبير في بيانات القيمة المضافة لرأس المال الهيكلي ورأس المال المستغل لدى الشركات المفحوصة بافتراض أن قيم الانحراف المعياري كانت قليلة نسبياً وأن المشاهدات تميل إلى أن تكون قريبة من المتوسط الحسابي (Field, 2009).

كما يبين من الجدول 3 أن أكثر مكونات رأس المال الفكري كفاءة للشركات التي تكونت منها عينة الدراسة كفاءة رأس المال البشري، حيث بلغت أكبر قيمة نحو ١٦٨.١٨، في حين بلغت أقل قيمة نحو ٢٢.٨٠٣-، وأن الوسط الحسابي لكفاءة رأس المال البشري بلغ نحو ٥٠.١٤٠، بانحراف معياري ١٥.٧٢٠؛ مما يدل على أنه مقابل كل دينار يقدم للموظفين؛ هناك قيمة مضافة للشركة قدرها ٥.١٤ دينار. وهو ما تم الإشارة إليه في دراسة كل من (D'Amato, 2021) إلى أنه عندما تزداد معدلات الرواتب والأجور للموظفين في الشركة؛ يساهم العاملون في تلك الشركات بشكل أكبر في زيادة قيمة الشركة مقارنة مع الشركات ذات معدلات الأجور والرواتب الأقل، الأمر الذي بدوره يفسر سبب أهمية رأس المال البشري للشركة. ويلاحظ أيضاً من الجدول أعلاه، أن مكونات الأخرى لرأس المال الفكري وهي رأس المال الهيكلي ورأس المال المستغل؛ حيث بلغت أقل قيمة نحو ٣٨.٤٠٩- و 2.767- على التوالي، في حين بلغت أعلى قيمة بلغت نحو ١٤.١١٥ و ٢٠.٨١٩ على التوالي، مما يشير إلى ضرورة التركيز بشكل كبير على كفاءة رأس المال البشري في الشركات الصناعية الأردنية في حال رغبت تلك الشركات في إنتاج المزيد من رأس المال الفكري وتحسين الأداء لديها.

ويبين الجدول (٢) أن الوسط الحسابي لإجمالي الأصول بلغ نحو 73,989,457 ديناراً، وأن أكبر شركات العينة حجماً هي شركة مناجم الفوسفات الأردنية؛ إذ بلغ حجمها نحو 1,211,466,000 ديناراً، في حين أقلها حجماً فهي تعود إلى الشركة العامة للتعددين حيث بلغ حجمها نحو 688,507 دينار أردني، كما بلغ الانحراف المعياري نحو 206,334,320 دينار. ولغايات التحليل الإحصائي لفرضيات الدراسة فقد استخدمت الدراسة في نموذج الدراسة اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول، والذي يبينه الجدول ذاته رقم (٢). كما يبين الجدول (٢) أن متوسط نسبة المديونية في شركات العينة مرتفعة إلى حد ما في درجة اعتمادها في تمويل أصولها من الديون؛ حيث بلغ متوسطها الحسابي نحو ٣٨.٢١%، وانحراف معياري نحو ٢٣.٧٥%، وأن أكبر شركات العينة مديونية هي شركة الأردنية لإنتاج الأدوية؛ إذ بلغ حجم مديونيتها نحو ٩٥.٨٦% من إجمالي أصولها؛ في حين أقلها مديونية تعود إلى شركة المصانع العربية الدولية للأغذية والاستثمار حيث بلغ حجمها نحو ٠.٤٠% من إجمالي أصولها أردني، كما بلغ الانحراف المعياري نحو ٢٣.٧٥ دينار.

اختبار الفرضيات.

باعتبار أن بيانات الدراسة Panel Data ذات طبيعة مقطعية (Cross-Sectional) وعبر السنوات (Time Series) (٢٠١٣-٢٠١٩)، بمجموع مشاهدات (٣٥٩) مشاهدة، فإن نموذج الانحدار الملائم لاختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية هو نموذج الانحدار المتعدد. الفرضية الرئيسية H_0 : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان".

جدول (٢) اختبار الفرضيات

المتغيرات	Coefficient	p-Value
معامل القيمة الفكرية المضافة	-0.0029	0.001
اللوغاريتم الطبيعي لحجم الشركة	-0.0138	0.012
نسبة المديونية	0.0097	0.008
R Square	Adjusted R Square	
0.139	0.133	
Sig.	F	
0.000	19.261	

$$|DACCit| = \beta_0 + \beta_1 VAIC_{it} + \beta_2 LnSize_{it} + \beta_3 leverage_{it} + \epsilon_{i,t} \dots \dots \dots (1)$$

حيث أن:

- $|DACCit|$: القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية للشركة i في السنة t .
- β_0 : ثابت المعادلة (نقطة التقاطع).
- $VAIC_{it}$: معامل القيمة المضافة الفكرية للشركة i في السنة t .
- $LnSize_{it}$: حجم الشركة: اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول للشركة i في السنة t .
- $leverage_{it}$: نسبة المديونية للشركة: نسبة إجمالي الديون إلى إجمالي الأصول i في السنة t .
- $\epsilon_{i,t}$: يمثل خطأ التقدير العشوائي.

يظهر الجدول (٣)، أن قيمة معامل التحديد (R Square) للنموذج الأول هي ١٣.٩%، وكذلك قيمة معامل التحديد المعدل (Adjusted R Square) هي ١٣.٣%، أي أن المتغيرات المستقلة التي

يتضمنها النموذج تفسر ما نسبته ١٣.٣%، من الاختلافات في إدارة الأرباح بين الشركات التي تتكون منها العينة. ويتضح أيضاً أن قيمة (F) تساوي ١٩.٢٦١، وأن القيمة الاحتمالية لها تساوي ٠.٠٠٠٠ أي أن النموذج ذو دلالة إحصائية عند مستوى (1%)

ويلاحظ من الجدول (٣) أن معامل الميل (Coefficient) للقيمة الفكرية المضافة كان سالباً، أي أنه أي ارتفاع في القيمة الفكرية المضافة لدى الشركات؛ سيساهم في الحد من إدارة الأرباح المحتمل من الإدارة، كما أن الإدارة التنفيذية لدى الشركات الصناعية تكون متفائلة عند ازدياد مستويات رأس المال الفكري؛ وذلك بسبب قناعاتهم بأن ارتفاع مستويات رأس المال الفكري سيساعدهم على نمو الإيرادات في المدى الطويل؛ مما يشير إلى ارتفاع ربحية تلك الشركات؛ الأمر الذي بدوره يؤدي إلى انخفاض ممارسة تظليل في البيانات المالية لدى الشركات، وبالتالي انخفاض إدارة الأرباح. ويلاحظ أيضاً أن معامل القيمة الفكرية المضافة يفسر ما نسبته ٠.٠٠٠٢٩، من التغيير الواقع في إدارة الأرباح، وكذلك نلاحظ أن القيمة الاحتمالية (p-Value) تساوي ٠.٠٠٠٠١، وهي أقل من ٠.٠٠٥، وهذا يعني أن له دلالة إحصائية في النموذج، وبالتالي ترفض الدراسة الحالية الفرضية العدمية، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Sumiati et al., 2022; Tarighi et al., 2022; Sugiyanto,) (Putra & Ratnadi, 2021) (Welly et al., 2021; Setyaningsih et al., 2021; Welly et al., 2021) غير أنها تختلف مع دراسة

أما فيما يتعلق بالمتغيرات الضابطة فنجد أن معامل الميل (Coefficient) لحجم الشركة كان سالباً وأنه يفسر ما نسبته ٠.٠١٣٨ من التغيير في إدارة الأرباح، مما يعني أن الشركات كبيرة الحجم والتي تتمتع بحجم مالي أكبر ومركز مالي أكبر وارتفاع احتمالية تحقيق الأرباح في تلك الشركات؛ وبالتالي فهي أقل احتمالية للتحريفات في البيانات المالية، الأمر الذي بدوره يؤدي إلى انخفاض إدارة الأرباح لدى الشركات، ويلاحظ من الجدول ذاته أيضاً أن القيمة الاحتمالية (p-Value) تساوي ٠.٠٠١٢، وهي أقل من ٠.٠٠٥، وهذا يعني أن له دلالة إحصائية في النموذج، وبالتالي وجود أثر لحجم الشركة كمتغير ضابط، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Rachmawati, 2020; Tran & Vo, 2020).

وبالنظر إلى المتغير الضابط الثاني فيبين الجدول (٣) أن معامل الميل (Coefficient) لمتغير نسبة المديونية كان موجِباً، وأنه يفسر ما نسبته ٠.٠٠٠٩٧ من التغير في إدارة الأرباح؛ أي أنه كلما ارتفعت نسبة المديونية ازدادت معها احتمالية مواجهة الشركات للعديد من المخاطر المالية، الأمر الذي يشير إلى أن الشركات التي تتميز بدرجة كبيرة في اعتمادها على التمويل الخارجي، وهذا بدوره يهدد إمكانية استمرارية الشركة في المدى الطويل وذلك بسبب ارتفاع التكلفة المتمثلة بالفوائد المدينة، وبالتالي ارتفاع احتمالية تظليل في البيانات المالية في تلك الشركات وارتفاع إدارة الأرباح فيها، ويلاحظ من الجدول ذاته أيضاً أن القيمة الاحتمالية (p-Value) تساوي ٠.٠٠٠٨، وهي أقل من ٠.٠٥، وهذا يعني أن له دلالة إحصائية في النموذج، وبالتالي وجود أثر نسبة المديونية كمتغير ضابط، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Tarighi et al., 2022; Sugiyanto, 2021).

الفرضية الفرعية الأولى H₀₁₋₁: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال البشري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان".

جدول (٣): اختبار الفرضيات

المتغيرات	Coefficient	p-Value
رأس المال البشري	-0.0018	0.000
رأس المال الهيكلي	-0.0115	0.002
رأس المال المستغل	-0.0048	0.046
اللوغاريتم الطبيعي لحجم الشركة	-0.0096	0.002
نسبة المديونية	0.0011	0.002
R Square	Adjusted R Square	
0.187	0.175	
Sig.	F	
0.000	16.214	
$ DACC_{it} = \beta_0 + \beta_1 HCE_{it} + \beta_2 SCE_{it} + \beta_3 CEE_{it} + \beta_4 LnSize_{it} + \beta_5 leverage_{it} \varepsilon_{it} \dots$		
(2)		

<p>حيث إن:</p> <ul style="list-style-type: none"> • $DACCit$: القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية للشركة i في السنة t. • β_0: ثابت المعادلة (نقطة التقاطع). • $HCE it$: كفاءة رأس المال البشري للشركة i في السنة t. • $SCE it$: كفاءة رأس المال الفكري للشركة i في السنة t. • $CEE it$: كفاءة رأس المال الهيكلية للشركة i في السنة t. • $LnSizeit$: حجم الشركة: اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول للشركة i في السنة t. • $leverageit$: نسبة المديونية للشركة: نسبة إجمالي الدين إلى إجمالي الأصول i في السنة t. • $\epsilon_{i,t}$: يمثل خطأ التقدير العشوائي.
--

يشير الجدول (٤)، أن قيمة معامل التحديد (R Square) للنموذج الأول هي ١٨.٧%، وكذلك قيمة معامل التحديد المعدل (Adjusted R Square) هي ١٧.٥%، أي أن المتغيرات المستقلة التي يتضمنها النموذج تفسر ما نسبته ١٧.٥% من الاختلافات في إدارة الأرباح بين الشركات التي تتكون منها العينة، ويتضح أيضاً أن قيمة (F) تساوي ١٦.٢١٤، وأن القيمة الاحتمالية لها تساوي ٠.٠٠٠٠. أي أن النموذج ذو دلالة إحصائية عند مستوى (1%) .

ويلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل الميل (Coefficient) لرأس المال البشري كان سالباً، أي أنه كلما ازدادت تكاليف رأس المال البشري ارتفعت معها كفاءته، وبالتالي ارتفاع احتمالية تحقيق الأرباح؛ الأمر الذي يساعد في الحد من أية تظليل محتمل في الأرباح من قبل الإدارة، كما أن التكاليف التي من المحتمل أن تتكبدها إدارة الشركات مثل تغيير أو تقليل القوى العاملة (وهي ما تسمى بتكاليف التعديل) عند انخفاض حجم الإنتاج تكون عادة أعلى من تكاليف الاحتفاظ؛ الأمر الذي يجعل إدارة تلك الشركات من الصعب تقليل عدد العمال، وبالتالي ارتفاع الاستثمار في رأس المال البشري، ويدعم هذا الرأي العديد من الدراسات مثل دراسة (Zhang et al., 2021) في العينة الصينية ودراسة (Agomor, 2022) في العينة الإفريقية والتي بينت أن تكاليف التعديل المطلوبة عند نقصان مستويات النشاط يجعل إدارة الشركات عدم تسريح القوى العاملة لديها وذلك بسبب الخبرات التي تمتلكها؛ الأمر الذي يشير إلى المحافظة مستويات كفاءة رأس المال الفكري في الشركة وارتفاع تحقيق الأرباح على المدى الطويل؛ وانخفاض إدارة الأرباح في هذه الشركات.

ويلاحظ أيضاً أن القيمة الاحتمالية (p-Value) تساوي ٠،٠٠٠٠٠، وهي أقل من ٠،٠٠٥، وهذا يعني أن له دلالة إحصائية في النموذج، وبالتالي ترفض الدراسة الحالية الفرضية العدمية، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال البشري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعيّة المدرجة في بورصة عمّان، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Sugiyanto, 2021; Setyaningsih et al., 2021; Welly et al., 2020; Jaya et al., 2021; Kasoga, 2020; Septiansyah & asmara 2021) غير أنها تختلف مع دراسة (؛

الفرضية الفرعية الثانية H₀₁₋₂: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على إدارة الأرباح في الشركات الصناعيّة المدرجة في بورصة عمّان".

ينبني من الجدول (٤) أن معامل الميل (Coefficient) لرأس المال الهيكلي كان سالباً، أي أنه كلما ازدادت تكاليف رأس المال الهيكلي ارتفعت معه الموارد والقدرات غير الملموسة في الشركة، الأمر الذي يشير إلى ارتفاع الربحية لدى الشركة في الأجل الطويل جراء هذه الموارد؛ وبالتالي انخفاض ممارسة إدارة الأرباح في هذه الشركات، كما أن الإدارة التنفيذية للشركات ذات رأس المال الهيكلي المرتفع أكثر تفاعلاً فيما يتعلق بمستويات حجم الانتهاج المستقبلية؛ وذلك بسبب امتلاكهم لقواعد أنظمة معلومات تقنية تجعل من السهل الوصول إليها والتعامل معها، مما يؤدي إلى ارتفاع الأرباح المستقبلية وانخفاض ممارسة إدارة الأرباح، ويلاحظ أيضاً أن القيمة الاحتمالية (p-Value) لرأس المال الهيكلي تساوي ٠،٠٠٠٠٢، وهي أقل من ٠،٠٠٥، وهذا يعني أن له دلالة إحصائية في النموذج، وبالتالي ترفض الدراسة الحالية الفرضية العدمية، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على إدارة الأرباح في الشركات الصناعيّة المدرجة في بورصة عمّان، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Jaya et al., 2021; Kasoga, 2020; Rachmawati, 2020; Tran & Vo, 2020) غير أنها تختلف مع دراسة (Abdel-Aziz, 2020; Shehada, 2019)

الفرضية الفرعية الثالثة H₀₁₋₃: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرأس المال المستغل على إدارة الأرباح في الشركات الصناعيّة المدرجة في بورصة عمّان".

ويلاحظ من الجدول (٤) أن معامل الميل (Coefficient) لرأس المال المستغل كان سالباً، أي أنه كلما ازدادت تكاليف رأس المال المستغل ازدادت معه كفاءته، وبالتالي ارتفاع احتمالية تحقيق الأرباح المستقبلية لدى الشركة؛ الأمر الذي يشير إلى انخفاض ممارسة إدارة أرباح من قبل الإدارة. ويرجع السبب وراء ذلك إلى أن التكاليف التي قد تتكبدها الشركات في التخلص من أصولها أكبر من تكاليف الاحتفاظ فيها؛ الأمر الذي يؤدي إلى الاحتفاظ في أصولها وزيادة الاستثمار فيها حتى في مستويات الإنتاج المنخفض، ويدعم هذا الرأي العديد من الدراسات مثل دراسة (Aljuboori et al., 2021) في العينة الماليزية ودراسة (Limijaya et al., 2021) في العينة الأندونيسية، والتي أظهرت أن الشركات التي لديها المزيد من الموجودات الإنتاجية للحفاظ على أنشطتها المستقبلية؛ تتمتع بكفاءة رأس مال مستغل جيد، الأمر الذي بدوره يؤدي إلى ارتفاع الأرباح في المدى الطويل، وبالتالي تلاشي ممارسة إدارة الأرباح لدى هذه الشركات، ويلاحظ أيضاً أن القيمة الاحتمالية (p-Value) لرأس المال المستغل تساوي 0.046، وهي أقل من 0.05، وهذا يعني أن له دلالة إحصائية في النموذج، وبالتالي ترفض الدراسة الحالية الفرضية العدمية، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية لرأس المال المستغل على إدارة الأرباح في الشركات الصناعاتية المدرجة في بورصة عمان، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Gupta et al., 2020; Ramírez et al., 2020; Mojtahedi, 2018;) غير أنها تختلف مع دراسة (Abdel-Aziz, 2020; Shehada, 2019)

أمّا فيما يتعلق بالمتغيرات الضابطة فيشر الجدول ذاته أن معامل الميل (Coefficient) لحجم الشركة كان سالباً، مما يعني أن الشركات ذات الحجم الأكبر تنخفض فيها دوافع ارتكاب ممارسة إدارة الأرباح وذلك بسبب حجم الاستثمارات المرتفع وزيادة معدلات الربحية لديها مقارنة بالشركات صغيرة الحجم والتي تتمتع بحجم مالي أقل، وكما يلاحظ من الجدول ذاته أيضاً أن القيمة الاحتمالية (p-Value) لمتغير حجم الشركة تساوي 0.0002، وهي أقل من 0.05، وهذا يعني أن له دلالة إحصائية في النموذج، وبالتالي وجود أثر لحجم الشركة كمتغير ضابط، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Rachmawati, 2020; Tran & Vo, 2020).

وبالنظر إلى المتغير الضابط الثاني فيبين الجدول (٤) أن معامل الميل (Coefficient) لمتغير

نسبة المديونية كان موجبا؛ أي أنه كلما ارتفعت نسبة المديونية يؤدي ذلك إلى ارتفاع احتمالية عدم قدرة الشركة على السداد في المواعيد المحددة، وبالتالي ارتفاع احتمالية المبالغة في الأرباح، وكما يلاحظ من الجدول ذاته أيضاً أن القيمة الاحتمالية (p -Value) لمتغير نسبة المديونية تساوي ٠.٠٠٠٢، وهي أقل من ٠.٠٠٥، وهذا يعني أن له دلالة إحصائية في النموذج، وبالتالي وجود أثر نسبة المديونية كمتغير ضابط، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Gupta et al., 2020; Ramírez et al., 2020; Mojtahedi, 2018).

النتائج:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر رأس المال الفكري على إدارة الأرباح، وذلك في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، خلال الأعوام ٢٠١٣-٢٠١٩، ولتحقيق أهداف الدراسة، صيغت عدة فرضيات، وفي ضوء نتائج الاختبارات الإحصائية الموضحة تفصيلها سابقاً، يمكن تلخيص النتائج التي خلصت إليها الباحثان على النحو التالي:

- وجود أثر سلبي ذي دلالة إحصائية لرأس المال الفكري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان، أي أنه عند ارتفاع القيمة الفكرية المضافة لدى الشركات؛ سيساهم في الحد من أية تظليل محتمل من الإدارة، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Sumiati et al., 2022; Tarighi et al., 2022; Sugiyanto, 2021; Setyaningsih) Putra & Ratnadi, 2021) غير أنها تختلف مع دراسة (et al., 2021; Welly et al., 2021).
- وجود أثر سلبي ذي دلالة إحصائية لرأس المال البشري على إدارة الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان؛ أي أنه كلما ازدادت تكاليف رأس المال البشري ارتفعت معها كفاءته، وبالتالي ارتفاع احتمالية تحقيق الأرباح فكل دينار يقدم للموظفين يعطي قيمة مضافة للشركة قدرها ٥.١٤ دينار؛ الأمر الذي يساعد في الحد من ممارسة إدارة أرباح من قبل الإدارة، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Sugiyanto, 2021; Setyaningsih et al., 2021; Welly et al., 2021; Jaya et al., 2021; Kasoga, 2020) غير أنها تختلف مع دراسة (Septiansyah & asmara 2021).

- وجود أثر سلبي ذي دلالة إحصائية لرأس المال الهيكلي على إدارة الأرباح في الشركات الصناعيّة المدرجة في بورصة عمان؛ أي أنه كلما ازدادت تكاليف رأس المال الهيكلي ارتفعت معه الموارد والقدرات غير الملموسة في الشركة، الأمر الذي يشير إلى ارتفاع الربحية لدى الشركة في الأجل الطويل جراء هذه الموارد؛ وبالتالي انخفاض ممارسة إدارة الأرباح في هذه الشركات، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Jaya et al., 2021; Kasoga, 2020; Rachmawati, 2020; Tran & Vo, 2020) دراسة (Abdel-Aziz, 2020; Shehada, 2019)
- وجود أثر سلبي ذي دلالة إحصائية لرأس المال المستغل على إدارة الأرباح في الشركات الصناعيّة المدرجة في بورصة عمان؛ أي أنه كلما ازدادت تكاليف رأس المال المستغل ازدادت معه كفاءته، وبالتالي ارتفاع احتمالية تحقيق الأرباح المستقبلية لدى الشركة؛ الأمر الذي يشير إلى انخفاض أي تظليل محتمل في الأرباح من قبل الإدارة، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Gupta et al., 2020; Ramírez et al., 2020; Mojtahedi, 2018) غير أنها تختلف مع دراسة (Abdel-Aziz, 2020; Shehada, 2019).
- وجود أثر سلبي لحجم الشركة كمتغير ضابط؛ فقد بينت النتائج أن الشركات كبيرة الحجم والتي تتمتع بحجم مالي أكبر ومركز مالي أكبر يكون هناك احتمالية أكبر لتحقيق الأرباح في تلك الشركات؛ وبالتالي فهي أقل احتمالية للتحريفات في البيانات المالية، الأمر الذي بدوره يؤدي إلى انخفاض إدارة الأرباح لدى الشركات، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Rachmawati, 2020; Tran & Vo, 2020).
- وجود أثر إيجابي لنسبة المديونية كمتغير ضابط؛ أي أنه كلما ارتفعت المديونية ازدادت احتمالية مواجهة الشركات للعديد من المخاطر المالية، الأمر الذي يشير إلى ارتفاع احتمالية التحريفات في البيانات المالية في تلك الشركات وارتفاع إدارة الأرباح فيها، وقد توافقت هذه النتيجة مع العديد من الدراسات مثل (Gupta et al., 2020; Ramírez et al., 2020; Mojtahedi, 2018).

التوصيات:

الاستنتاج العملي الرئيسي لهذا البحث هو أن الشركات الأردنية يجب أن تركز بشكل خاص على ترقية رأس مالها البشري وزيادة رأس مالها الهيكلي والمستغل على سبيل المثال إنشاء أنظمة معلومات ملائمة وفعالة، وتصميم وتطبيق آليات وأدوات لتكثيف التعاون وتبادل المعلومات بين موظفيها، والفهرسة التنظيمية المعرفة، وتوفير وصول سهل إلى جميع المرافق المذكورة أعلاه ولجميع روابط سلسلة الإنتاج، بناءً على ما سبق يوصي الباحثان بالتالي، والأمل أن تكون في خدمة جميع الفئات المستفيدة من البيانات المالية، سواء أكانوا مساهمين ومستثمرين، أو مقرضين ودائنين وغيرهم من الأطراف الأخرى؛ وذلك من خلال لفت انتباههم مدى تأثير رأس المال الفكري على إدارة الأرباح.

- التركيز أكثر على محفزات تحسين كفاءة رأس المال الهيكلي وكفاءة رأس المال المستغل من خلال توفير بيئة استثمارية رشيدة ذات جودة عالية مما يحقق أرباح عالية وعلى المدى الطويل، بالتالي تتلشى الممارسات غير مرغوب فيها مثل إدارة الأرباح وغيرها.
- يتوجب على الشركات التوسع أكثر في مجالات الإبلاغ الخاص برأس المال الفكري، وذلك من خلال تضمين تقارير المالية معلومات أوسع عن مكونات رأس المال الفكري مثل: عدد الموظفين في فروع الشركة وأقسامها وعدد الشركات التابعة لها، وهذا من شأنه أن يساعد في اتخاذ القرار الاستثمارية الناجحة من قبل أصحاب المصالح الداخليين والخارجيين.
- يجب على إدارة الشركات استحداث فرع داخل قسم الموارد البشرية يختص فيما يتعلق محفزات رأس المال الفكري من الذكاء العاطفي والوعي بالذات والتنظيم الذاتي والمهارات الاجتماعية.
- يتوجب على هيئة الأوراق المالية الأردنية الاستمرار بتوعية مستخدمي البيانات المالية بشكل عام والمستثمرين بشكل خاص عن مخاطر ارتفاع نسبة المديونية التي قد تدفع الإدارة إلى ممارسة إدارة الأرباح لتحسين صورة بياناتها مما يؤثر وينعكس على قراراتهم الاستثمارية.
- وأخيراً يوصي الباحثان بتوجيه المزيد من الدراسات والأبحاث المستقبلية المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، حيث يُعدُّ موضوع الدراسة الحالية من الموضوعات المتشعبة، والتي يصعب تغطيتها في دراسة واحدة، وكذلك تطبيق هذا الموضوع على القطاع الخدمي والمالي، والذي تم

استبعاده من هذه الدراسة مثلاً: مدى تأثير رأس المال الفكري على استمرارية الأرباح في الشركات الصناعية المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية.

المراجع:

- أبو الهيجاء، محمد فوزي؛ عبد الجبار، أسامة عبد المنعم؛ عكور، سامر محمد، (٢٠١٩)، "أثر رأس المال الفكري على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية حسب نموذج PUBLIC دراسة تطبيقية"، *مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية*، المجلد (٣)، العدد (١٠).
- العثامنة، محمد حسين علي، (٢٠١٨). "رأس المال الفكري وأثره في الأداء المؤسسي لشركات الاتصالات الأردنية"، *رسالة ماجستير غير منشور*، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.
- البشناوي، سليمان حسين وبني طه إسماعيل احمد. (٢٠١٤). "أثر رأس المال الفكري في تحسين ربحية شركات الصناعات الدوائية الأردنية"، *المجلة الأردنية لإدارة الأعمال*، (٢) ١٠.
- المشهداني، خالد، (٢٠١٩). *رأس المال الفكري بمنظور علمي متقدم*، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الفضل مؤيد (٢٠٠٩) "العلاقة بين رأس المال الفكري وخلق القيمة: دراسة ميدانية على الصناعة المصرفية في دول الخليج العربي"، *مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية*، العراق، مجلد ١١، العدد ٣، ص ١٨١-١٨٠.
- حسين، وليد حسين، (٢٠١٥). *رأس المال الفكري*، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- Abdel-Aziz, M. (2020). Effect of Intellectual Capital on Firm Value and Financial Performance: An Empirical Study on Companies Listed on Egyptian Stock Exchange, *Alexandria Journal of Accounting Research*, 3 (4), 160-196.
- Agomor, P. E., Onumah, J. M., & Duho, K. C. T. (2022). Intellectual capital, profitability and market value of financial and non-financial services firms

- listed in Ghana. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 19 (4), 312-335.
- Alareeni, B. A. (2019). The associations between audit firm attributes and audit quality-specific indicators. *Managerial Auditing Journal*. 34 (1), 6-43.
 - Alsultan, A. S. (2017). *Audit Quality, IPOs and Earnings Management: Evidence from Saudi Arabia*. (Doctoral dissertation, University of Portsmouth) United Kingdom.
 - Adyaningrum, O. M., & Soenarno, Y. N. (2022). Intellectual capital and financial performance measured by CAMELS perspective. *Journal of Financial Studies*, 12 (7), 11-24.
 - Al Qahtani, S. A. M. (2014). *Top Management Teams' Influence on Strategic Decision Making and Firms' Outcome in the Case of Saudi Arabia's Private Sector*. (Doctoral dissertation, University of Southampton) United Kingdom.
 - Aljuboori, Z. M., Singh, H., Haddad, H., Al-Ramahi, N. M., & Ali, M. A. (2021). Intellectual capital and firm performance correlation: the mediation role of innovation capability in Malaysian manufacturing SMEs perspective. *Sustainability*, 14 (1), 1-27
 - Bataineh, H., Abbadi, S.S., Alabood, E. and Alkurdi, A. (2022), "The effect of intellectual capital on firm performance: the mediating role of family management", *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13 (5), 845-863.
 - Boeske, J., & Murray, P. A. (2022). The Intellectual Domains of Sustainability Leadership in SMEs. *Sustainability*, 14(4), 1-19.
 - Buonomo, I., Benevene, P., Barbieri, B., & Cortini, M. (2020). Intangible assets and performance in nonprofit organizations: a systematic literature review. *Frontiers in Psychology*, 11, 729.
 - Brown, S., Hillegeist, S.A. How disclosure quality affects the level of information asymmetry. *Review of Accounting Studies*, 12(1), 443–477

- D'Amato, A. (2021). Does intellectual capital impact firms' capital structure? Exploring the role of firm risk and profitability. *Managerial finance*, 47(9), 1337-1356.
- Durana, P., Michalkova, L., Privara, A., Marousek, J., & Tumpach, M. (2021). Does the life cycle affect earnings management and bankruptcy? *Oeconomia Copernicana*, 12(2), 425-461.
- Field, A., (2009) *Discovering Statistics Using SPSS*, SAGE Publications Ltd, London.
- Ghaleb, B. A. A., Qaderi, S. A., Almashaqbeh, A., & Qasem, A. (2021). Corporate social responsibility, board gender diversity and real earnings management: The case of Jordan. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1883222.
- Gupta, K., Goel, S., & Bhatia, P. (2020). Intellectual capital and profitability: Evidence from Indian pharmaceutical sector. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 24(2), 204-216.
- Haider, M. J., Awan, T., & Khan, W. (2022). The effect of earnings management on stock price crash risk: a comparative study of developing and developed Asian economies. *International Research Journal of Management and Social Sciences*, 3(2), 38-54.
- Hashed, A., & Almaqtari, F. (2021). The impact of corporate governance mechanisms and IFRS on earning management in Saudi Arabia. *Accounting*, 7(1), 207-224.
- Hastuti, R. T., Andrew, R., & Prajogi, M. B. (2022, May). Profitability Effect on Smoothing of Income with Size of Firm as Moderating Variable in Manufacturing Corporates. In *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)* (pp. 80-86). Atlantis Press.
- Jaya, I. M. L. M., Agustia, D., & Nasution, D. (2021). Impact of intellectual capital on earnings management: financial statement fraud in Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(06). 723-733.

- Kasoga, P. S. (2020). Does investing in intellectual capital improve financial performance? Panel evidence from firms listed in Tanzania DSE. *Cogent Economics & Finance*, 8(1), 1-26.
- Kharashgah, K. A., Amran, N. A. B., & Ishak, R. B. (2019). The Impact of Audit Committee Characteristics on Real Earnings Management: Evidence from Jordan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(4), 84-97.
- Limijaya, A., Hutagaol-Martowidjojo, Y., & Hartanto, E. (2021). Intellectual capital and firm performance in Indonesia: The moderating role of corporate governance. *International Journal of Managerial and Financial Accounting*, 13(2), 159-182.
- Pedraza Melo, N. A., & Gala Velásquez, B. D. L. (2022). The mediating role of structural capital in the relationship between human capital and performance in the public administrations of Mexico and Peru. *Estudios Gerenciales*, 38(164), 320-333.
- Mojtahedi, P. (2018). The Impact of Intellectual Capital on Earning Quality: Evidence from Malaysian Firms. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(2) 535-540.
- Putra, I. N. W. A., & Ratnadi, N. M. D. (2021). Intellectual capital and its disclosure on firm value: evidence of Indonesian banking industries. *International Journal of Finance & Banking Studies*. 10(1), 86-95.
- Putri, Y. K. W., & Sujana, I. K. (2018). The influence of bid-ask spread and leverage on earnings management with good corporate governance as moderating variable. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 5(3), 8-21.
- Rachmawati, S. (2020). Moderating effect of profitability on intellectual capital and real earnings management. *The Accounting Journal of Binaniaga*, 5(01), 33-44.
- Ramírez, Y., Dieguez-Soto, J., & Manzaneque, M. (2021). How does intellectual capital efficiency affect firm performance? The moderating role of

- family management. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 70(2), 297-324.
- Ur Rehman, S., Elrehail, H., Alsaad, A. and Bhatti, A. (2022), Intellectual capital and innovative performance: a mediation-moderation perspective, *Journal of Intellectual Capital*. 23 (5) 998-1024.
 - Septiansyah, t., & Asmara, r. Y. (2021). The influence of earning management, intellectual capital, and capital intensity ratio on sticky cost behavior and their impact on accounting conservatism. *International Journal of Management Studies & Social Science Research*. ٣(5). 183-193.
 - Setyaningsih, E., Andriyani, L., Sudriani, N., & Waluyoajati, P. (2021). Banking Digitalization In Improving Services To Customer Satisfaction (Case Study Of Mandiri Syariah Bank Kc Bekasi). *Humanities, Management and Science Proceedings*, 2(1). 114-126
 - Shehada, M. M. (2019). *The Relationship Between Intellectual Capital Efficiency and Earnings Quality: An Applied Study (Unpublished Doctoral dissertation)*, Al-Azhar University- Gaza.
 - Sincerre, B. P., Sampaio, J. O., Famá, R., & Santos, J. O. D. (2016). Debt issues and earnings management. *Revista Contabilidade & Finanças*, 27 (1), 291-305.
 - Siswanto, H. P. (2022, May). The Effects of External Audit, Independent Commissioner, and Firm Size on Earnings Management. In *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2021)* (pp. 330-337). Atlantis Press.
 - Soewarno, N. and Tjahjadi, B. (2020), Measures that matter: an empirical investigation of intellectual capital and financial performance of banking firms in Indonesia, *Journal of Intellectual Capital*. 21 (6) 1085-1106.
 - Sugiyanto, S. (2021). Intellectual Capital And Earning Management, To Future Stock Return. *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1), 558-567.
 - Sumiati, S., Wijayanti, R., Yuana, P., & Nikmah, C. (2022). Improving company value: the role of human capital, structural capital, capital employed, investment

- decisions, and manager's attitude to risk. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 14(2), 110-123.
- Tarighi, H., Salehi, M., Moradi, M., & Zimon, G. (2022). Social Capital, Intellectual Capital, and Audit Fee: Conflicting Evidence from Iran. *Economies*, 10(2), 1-39.
 - Tran, N. P., & Vo, D. H. (2020). Human capital efficiency and firm performance across sectors in an emerging market. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-15.
 - Welly, Y., Ikhsan, A., & Situmeang, C. (2021). The Effect of Capital Employed, Human Capital and Structural Capital on Financial Performance on the Consumer Goods Sector Period 2015-2019. *International Journal of Trends in Accounting Research*, 2(1), 72-86.
 - Xu, J., & Liu, F. (2020). The impact of intellectual capital on firm performance: A modified and extended VAIC model. *Journal of Competitiveness*, 12(1), 161-176
 - Yusoff, Y. M., Omar, M. K., Zaman, M. D. K., & Samad, S. (2019). Do all elements of green intellectual capital contribute toward business sustainability? Evidence from the Malaysian context using the Partial Least Squares method. *Journal of Cleaner Production*, 234, 626-637.
 - Zhang, L., Godil, D. I., Bibi, M., Khan, M. K., Sarwat, S., & Anser, M. K. (2021). Caring for the environment: How human capital, natural resources, and economic growth interact with environmental degradation in Pakistan? A dynamic ARDL approach. *Science of the Total Environment*, 774, 145553.

The Impact of Practicing Social Intelligence in Enhancing Organizational Excellence: A Case Study in the Jordanian Civil Status and Passports Department

Salah K. Al-Hawatmeh^{(1)*}

Mohamed A. Al-Mahasneh⁽²⁾

(1) Mu'tah University, Karak – Jordan.

(2) Mu'tah University, Karak – Jordan.

Received: 06/03/2023

Accepted: 14/05/2023

Published: 29/06/2023

* *Corresponding Author:*
salahalha6@gmail.com

Abstract

The study aimed to reveal the impact of the practice of social intelligence on organizational excellence in the Jordanian Department of Status and Passports. The study population consisted of all senior and middle leaderships, and the study relied on a comprehensive survey of (350) respondents to collect data. After conducting the analysis of the study data and its hypotheses, the study concluded that there is a statistically significant effect of social intelligence in its dimensions on organizational excellence. The study recommended promoting organizational excellence and linking it with excellence, goals

and performance results on the short and long terms, as well as expanding the use of information technology and electronic transformation to maintain its ability to reinforce organizational excellence.

Keywords: Social Intelligence, Organizational Excellence, The Jordanian Civil Status and Passports Department.

أثر ممارسة الذكاء الاجتماعي في تعزيز التميز التنظيمي: دراسة حالة في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية

محمد عبد الرحيم محاسنة^(٢)

صلاح خالد الحواتمة^(١)

(١) جامعة مؤتة، الكرك - الأردن.

(٢) جامعة مؤتة، الكرك - الأردن.

ملخص

هدفت الدراسة الى الكشف عن أثر ممارسة الذكاء الاجتماعي في التميز التنظيمي في دائرة الأحوال والجوازات الأردنية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع القيادات العليا والمتوسطة، واعتمدت الدراسة المسح الشامل والذي بلغ (٣٥٠) مبحوثاً لجمع البيانات، وبعد إجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة وفرضياتها توصلت الدراسة إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للذكاء الاجتماعي بأبعاده في التميز التنظيمي، وأوصت بتعزيز ممارسة الذكاء الاجتماعي وربطها بالتميز والأهداف ونتائج الأداء على المدى القصير والبعيد بالإضافة الى التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والتحول الإلكتروني من أجل المحافظة على مقدراتها في تعزيز التميز التنظيمي.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاجتماعي، التميز التنظيمي، دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

المقدمة:

يشهد هذا العصر ثورة في المعلومات والاتصالات، حيث يمثل الذكاء الاجتماعي الأداة الفاعلة في العديد من مواقف الحياة اليومية كجانباً من التفاعل اليومي وقدرة الفرد على فهم مشاعر الآخرين وأفكارهم وسلوكهم، ما يسهل عملية الاندماج والتواصل بين الأفراد والجماعات، مما يعزز ارتباط الذكاء الاجتماعي بالمعرفة والذكاء العاطفي (أحمد وجمعة، ٢٠١٨)

لذا أصبح الذكاء الاجتماعي بمثابة الحل الأمثل للجنس البشري في كثير من المشكلات التي تواجههم، مما يعزز قدرة الأفراد المتميزين على إيجاد الحلول المثلى للمشكلات، سيما وأن التميز التنظيمي بشكل عام هو أسلوب حياة، ويمكن أن يتم تحقيقه سواء في منظمة كبيرة كانت أو صغيرة، حكومية تقوم على تقديم الخدمات أو خاصة تقوم على صناعة أو إنتاج السلع، لذلك يعتبر نمط فكري وفلسفة إدارية تعتمد على إستراتيجية ترتبط بكيفية إنجاز نتائج ملموسة، ولذلك سوف نتناول

هذه الدراسة أثر ممارسات الذكاء الاجتماعي في تعزيز التميز التنظيمي (بن سالم وآخرون، ٢٠١٨).

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

في ظلّ عدم توافر الدراسات التي تناولت ممارسة الذكاء الاجتماعي أو التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية فإن توافر الذكاء الاجتماعي في الدائرة أو درجة تحقيقه لكل بعد من أبعاده ومدى قدرته على تعديل سلوكيات المنظمة أو درجة تأثير إستراتيجيتها في مقدرتها على تحقيق وتعزيز التميز التنظيمي سواء كان الذكاء الاجتماعي مقياساً بوصفه متغيراً كاملاً أم على مستوى كل بعد من أبعاده، وكذلك درجات تأثير ممارسات الذكاء الاجتماعي في مقدرتها تعد غير معلومة ويكتنفها الغموض، وتجسد مظاهر هذا الغموض مثار المشكلة البحثية التي يُمكن صياغتها بالتساؤلين (أثر ممارسات الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في تعزيز التميز التنظيمي بأبعاده (تميز القيادة، تميز الهيكل، تميز المرؤوسين، تميز الخدمات) عند تصورات الباحثين في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية).

وتفرع على السؤال الرئيس لمشكلة الدراسة الأسئلة الفرعية التالية:-

- ١- ما مستوى ممارسة الذكاء الاجتماعي في كل بعد من أبعاده من وجهة نظر الباحثين في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية؟
- ٢- ما مستوى تطبيق التميز التنظيمي في كل بعد من أبعاده من وجهة نظر الباحثين في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية؟

الأهمية العلمية والعملية للدراسة:

(١) الأهمية العلمية: Theoretical Contribution

تكمن الأهمية العلمية في الآتي:

أولاً: تبرز أهمية الدراسة الحالية كونها تعدّ استكمالاً للجهود العلمية المبذولة والتي تسلط الضوء على مفهوم الذكاء الاجتماعي والتركيز على حسن ممارسته والانتفاع به.

ثانياً: إثراء المكتبة العربية والأردنية بالمعرفة النظرية حول مفهوم الذكاء الاجتماعي وتقديم إطار نظري حول متغيرات الدراسة المتعلقة بالذكاء الاجتماعي والتميز التنظيمي.
ثالثاً: في ظل نقص الدراسات التي تناولت العلاقة بين الذكاء الاجتماعي والتميز التنظيمي، فهي بذلك تسد ولو جزء يسير من الفجوة البحثية بهذا الصدد.
رابعاً: توفير القاعدة الأولية التي يمكن أن تنطلق منها الدراسات المستقبلية التي يمكن أن تجرى باستخدام متغيرات الدراسة بتطبيقها على عينات مختلفة من قطاعات أخرى.
خامساً: قد تكون هذه الدراسة مرجعاً مهماً للأكاديميين والباحثين للانطلاق منها لدراسة جوانب أخرى متعلقة بالذكاء الاجتماعي والتميز التنظيمي.

٢) الأهمية العملية: Practical importance

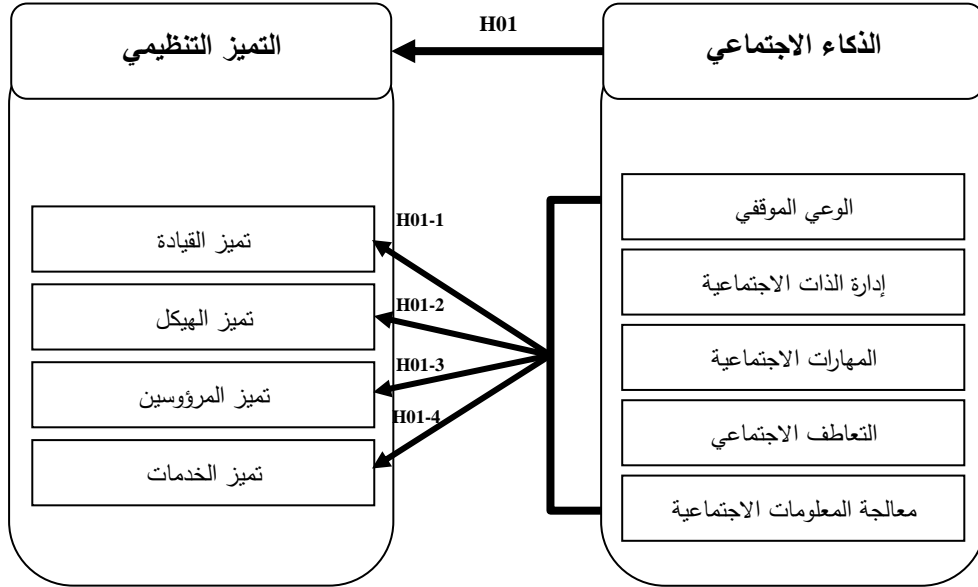
وتنبثق الأهمية العملية لهذه الدراسة من خلال:
أولاً: تعميق الفهم على الصعيد التطبيقي حول البحث في أثر ممارسات الذكاء الاجتماعي في تعزيز التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات.
ثانياً: تقديم التوصيات التي من شأنها مساعدة القائمين على إدارة هذه الدائرة ومتخذي قراراتها الإستراتيجية للتعرف على فاعلية ممارسات مظاهر الذكاء الاجتماعي في تحسين مقدرتها على التميز التنظيمي، وذلك من خلال التركيز على الوعي الموقفي، والتحفيز، والضمير، والتعاطف، وتنظيم الذات، وتميز القيادة، وتميز الهيكل، وتميز المرؤوسين، وتميز الخدمات وكذلك بالتعاون مع بقية المنظمات الأخرى في نفس القطاع وشركائها في الخدمة.
ثالثاً: تسليط الضوء على أهمية نتائج العلاقة التي تربط بين متغيرات الدراسة والتي تركز على المتغيرات وأبعادها المختلفة ذات التأثير الأعلى لمتخذي القرار في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.
رابعاً: تسعى للتعرف على مدى إدراك شاغلي الوظائف الإدارية في الإدارات العليا والوسطى من المدراء ومساعديهم ومدراء الإدارات والمديريات وأمناء المكاتب ومساعديهم في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية لأهمية ممارسة الذكاء الاجتماعي وأبعاده وتأثيرها في تعزيز التميز التنظيمي.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية في ضوء مشكلتها وتساؤلاتها إلى تحقيق الأهداف التالية:-
أولاً: التعرف على مستوى ممارسة الذكاء الاجتماعي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.
ثانياً: التعرف على مستوى تطبيق التميّز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.
ثالثاً: تحليل أثر ممارسات الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في تعزيز التميّز التنظيمي بأبعاده (تميّز القيادة، تميّز الهيكل، تميّز المرؤوسين، تميّز الخدمات) في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

أ نموذج الدراسة:

تكون أ نموذج الدراسة من المتغيرات الافتراضية المبينة في الشكل رقم (1):



شكل رقم (1)

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة المذكورة أناه:

أولاً: لقد قد تم الإستناد في تحديد أبعاد المتغير المستقل حسب الدراسات التالية: (Paul-Odouard, 2006), (Nkeobuna & Ugoani, 2019), (PeymaniZad et al., 2013)
ثانياً: لقد قد تم الإستناد في تحديد أبعاد المتغير التابع حسب الدراسات التالية: (Muchechetereet al., 2014), (Rubin, 1986)، (البحيصي، ٢٠١٤).

فرضيات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى اختبار الفرضية الرئيسية الأولى وأربعة فرضيات فرعية وهي:

H01: الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في تعزيز التميز التنظيمي بأبعاده مجتمعة (تميز القيادة، تميز الهيكل، تميز المرؤوسين، تميز الخدمات) في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية، ويفرغ منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: H01₁: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في (تميز القيادة) كأحد أبعاد التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

الفرضية الفرعية الثانية: H01₂: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في (تميز الهيكل) كأحد أبعاد التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

الفرضية الفرعية الثالثة: H01₃: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في (تميز المرؤوسين) كأحد أبعاد التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

الفرضية الفرعية الرابعة: H01₄: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية،

التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في (تميز الخدمات) كأحد أبعاد التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

اعتمد الباحث في دراسته على العلاقة بين المتغير المستقل (الذكاء الاجتماعي) وأثره على المتغير التابع (التميز التنظيمي) لما لها من أهمية كمدخل للحياة الإدارية المعاصرة والتي أكدت عليها العديد من الدراسات السابقة بأن أهمية الذكاء الاجتماعي تكمن في كونه ضروري لنمو العلاقات الاجتماعية بين الأفراد مما دعا الباحث لدراسة تلك العلاقة في مختلف القطاعات (حكومي، خاص)، حيث اعتمد الباحث في دراسته على توضيح أهمية مفهوم الذكاء الاجتماعي كمتغير مستقل من حيث الأبعاد المتمثلة في (الوعي الموقفي الاجتماعي وإدارة الذات الاجتماعية والمهارات الاجتماعية والتعاطف الاجتماعي ومعالجة المعلومات الاجتماعية)، والمتغير التابع من حيث الأبعاد المتمثلة في (تميز القيادة، وتميز الهيكل التنظيمي، وتميز المرؤوسين، وتميز الخدمات).

إن الإنسان بطبيعته كائن اجتماعي لا يستطيع أن يعيش بعيداً عن الآخرين، لذلك يجب أن يتحلى بنوع من الذكاء الاجتماعي الذي يجعل لديه القدرة على تكوين العلاقات الاجتماعية الناجحة والتواصل مع الآخرين، وعرف إدوارد ثورنديك الذكاء الاجتماعي بأنه "القدرة على الفهم والتعامل مع الرجال والنساء والصبيان والنبات والتصرف بحكمة في العلاقات الإنسانية" وأن الذكاء الاجتماعي هو أحد الأوجه للذكاء العاطفي، إلا أنه في تلك الفترة ظهرت وجهات نظر أخرى أكثر تشاؤماً بالنسبة للذكاء الاجتماعي حيث وصفوه بأنه القدرة على خداع الآخرين وجعلهم يفعلون ما تريد سواء بإرادتهم أو رغماً عنهم. (Thorndike, 1920)

وكما أورد ترميسة (٢٠١٩) في دراستها بعنوان الذكاء الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية للطالب الجامعي بجامعة العربي بن مهدي بأم البواقي " والتي بينت على استمرارية بعض الدراسات والتي هدفت إلى بناء مقياس الذكاء الاجتماعي منها محاولة جورج واشنطن، واستمرت الدراسات إلى أن جاءت دراسة أظهرت استقلالية الذكاء الاجتماعي عن الذكاء العام بالاعتماد على مقياس جيلفورد، حيث توصلت إلى أن الأفراد الذين يتميزون بذكاء اجتماعي عالي يتمركزون بين الأفراد من أصحاب الذكاء العام المرتفع

والمنخفض عبد الصاحب (٢٠١١)، وتعرف أبو هديوس (٢٠١٥) الذكاء الاجتماعي أنه "هو قدرة الفرد على حسن التصرف في المواقف الاجتماعية والتعرف على الحالة النفسية للآخرين، وإضافة إلى سلامة الحكم على السلوك الإنساني، حيث تؤدي تلك القدرة إلى مزيد من التوافق الاجتماعي لدى الفرد"، وفي حين عرفته محمود (٢٠١٦) بأنه قدرة الفرد على التكيف مع المواقف الاجتماعية المختلفة من خلال فهم المشاعر والأفكار، بينما ترى قنيطرة (٢٠١٦) بأن الذكاء الاجتماعي يتمثل في قدرة الفرد على بناء علاقات اجتماعية إيجابية والترابط بالآخرين وفق المعايير والقيم المجتمعية.

ويعدُّ الذكاء الاجتماعي من الجوانب المهمة في شخصية الفرد كونه يرتبط بقدرة الفرد على التعامل مع الآخرين وعلى تكوين علاقات اجتماعية ناجحة، وتتضح أهمية الذكاء الاجتماعي بكونه يمثل نوعاً من القدرات المعرفية الضرورية للتفاعل الاجتماعي الكفء والخلاق بين الفرد نفسه وأفراد المجتمع من حوله والتفاعل الإنساني بشكل عام والتفاعل التربوي بشكل خاص (الغرابية والعنوم، ٢٠١٢).

تتمثل أهمية الذكاء الاجتماعي أيضاً كما ترى دراسة ابن كافو في قدرته على تحقيق التوافق الاجتماعي والنجاح في الحياة العامة والمهنية، والمساعدة في تكوين علاقات اجتماعية ناجحة بينه وبين زملائه وأفراد مجتمعه، مما يؤدي إلى تقوية دافعية التعلم لديهم نحو النجاح والتفوق الدراسي وتنمية المهارات الاجتماعية والحياتية للمتعلم، وتحقيق التوافق النفسي والاجتماعي مما يؤدي إلى الوصول بالمتعلم إلى فهم أعمق للقدرات الإنسانية والتوازن النفسي والشعور بالرضا. (ابن كافو، ٢٠١٨)

الوعي الموقفي: عرف النجاجة (٢٠١٩) الوعي الموقفي بأنه عبارة عن فهم الناس والإحساس بمشاعرهم والتعاطف معهم في جميع المواقف المختلفة وذلك من خلال الاعتماد على المعرفة العملية في الطبيعة البشرية، ولديك الامتلاك للاهتمام الحقيقي بالآخرين وليس الانغماس في الأحاسيس والإحتياجات والإهتمامات الذاتية.

إدارة الذات الاجتماعية: تعرف إدارة الذات بأنها "معرفة الشخص لقدراته واستخدامه الأمثل لهذه القدرات من أجل تحقيق الهدف الذي يسعى إليه"، حيث يتسم هذا المفهوم بالمرونة وذلك لاختلاف الأفراد بين بعضهم البعض سيما وأنه قد يفاوت باختلاف الأفراد فيما بينهم من حيث المواقف (نجاجة، ٢٠١٩). لقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن إدارة الذات تتكون من ثلاثة مكونات وهي: مراقبة الذات؛ وتتمثل في زيادة الوعي الخاص من خلال تعليم الفرد لمراقبة سلوكه. تقييم الذات؛ وتتمثل

في عملية التقييم للذات من خلال الملاحظة الذاتية التي تمكن الفرد من تقييم تحقيقه لأهدافه من أجل الانتقال للمرحلة الأخرى في حال تم تحقيق الأهداف. وتعزيز الذات؛ حيث يقوم الفرد بمكافأة نفسه في حال تحقيق الهدف. (الجمل، ٢٠٢١)

المهارة المجتمعية: يعتبر مفهوم المهارة الاجتماعية ناتجة عن تفاعل الأفراد من خلال نشاط اجتماعي، ويتطلب منه القدرة لموائمة ما يفعله الفرد، فقد عُرف بأنه " إجراء ديناميكي يشمل قدرات الفرد المعرفية واللغوية والاجتماعية، وتطوير هذه القدرات بحيث تصبح إستراتيجية فعالة في مختلف البيئات" (عتروس، ٢٠٢١)، وأكدت العديد من الدراسات السابقة أن أهمية المهارات الاجتماعية تكمن في كونها ضرورية لنمو العلاقات الاجتماعية بين الأفراد، وأيضاً تساهم في اندماج الفرد في المجتمع، مما ينعكس إيجابياً على صحته النفسية، وتساهم في غرس مبدأ التكيف مع الآخرين وإشباع الحاجات العاطفية والاجتماعية للفرد. (بوخشم، ٢٠٢٠)

التعاطف الاجتماعي: يعتبر التعاطف الاجتماعي من أبعاد الذكاء الاجتماعي وهو يدعو إلى تدقيق النظر في مدى الوعي بحق مشاعر الآخرين ومراعاتها، وهل لدى الأشخاص القدرة على التعامل مع الآخرين، إن الدلالة المعتادة للتعاطف أن تكون متعاطفاً مع شخص آخر وتقدر مشاعره أو مشاركته فيها، إلا أن هنالك في سياق الذكاء الاجتماعي مستوى إضافياً آخر أكثر عمقاً يشجع الناس على التعاون، إن التعاطف الاجتماعي حالة من الشعور الإيجابي بين شخصين تكون الحالة بينهما مبنية على المودة والألفة (البريخت، ٢٠٢٣، ١٣٧).

معالجة المعلومات الاجتماعية: تعرف معالجة المعلومات الاجتماعية بأنها القدرة على إنجاز سلسلة من العمليات المعرفية التي تنتج السلوك المناسب لحل مشكلات قد يتعرض لها شخص في موقف تعليمي، بحيث تصبح أكثر مرونة في التعامل مع ما يتم تعلمه ويمكن الاستفادة منها في الحياة العامة العلمية والعملية، وذلك من خلال استخدام عدّة مهارات منها التذكر والتطبيق وكذلك التفسير والتلخيص والتعرف على الأنماط والعلاقات وتقاس بالدرجة التي يحصل عليها الشخص أو الأشخاص في اختبار مهارات معالجة المعلومات. (حسين، ٢٠١٩)

أما فيما يتعلق بالمتغير التابع (التميز التنظيمي) والمتمثل في أبعاده:
تميز القيادة: تُعد القيادة الكفوة أحد أهم عناصر النجاح في المنظمات عموماً، فهي المحرك الأساسي للمنظمة التي تعمل ضمن إستراتيجية عمل واضحة وهادفة، فالقيادة هي قدرة الفرد على التأثير في شخص، أو المجموعة، وتوجيههم وإرشادهم من أجل كسب تعاونهم، وحفزهم على العمل بأعلى درجة من الكفاية في سبيل تحقيق الأهداف المحددة، وتعرف القيادة على أنها مجموعة من الإستراتيجيات والمهارات والسلوكيات، التي يتبناها القادة العاملون في المنظمة؛ من أجل تحقيق الأهداف الموضوعية بكفاءة وفاعلية، وهو قدرة القائد المتميزة على استغلال الفرص التنظيمية، وتوفير الفرص التطويرية، وقبول الأعمال الإبداعية، بصورة تساعد المنظمة على مواجهة العمليات المضطربة، والأزمات المتعددة (البارودي، ٢٠١٥).

تميز الهيكل التنظيمي: الهيكل التنظيمي هو الإطار الرسمي الذي يحدد العلاقات القائمة في المنظمة وأنشطتها عمودياً وأفقياً، وهو الوسيلة الأساسية لتجميع الأنشطة وتحديد العلاقات الوظيفية بين المستويات المختلفة للدائرة، ويعني تميز هيكلها التنظيمي هو الاعتماد على هيكل تنظيمي يتعد عن الروتين والبيروقراطية قدر الإمكان (عبد الوهاب، ٢٠١٦). ويُعرف الهيكل التنظيمي بأنه النظام الذي تحدد فيه المهام والعلاقات والمسؤوليات بين الأفراد لتحقيق أهداف المنظمة، مما يُمكن المنظمة على القدرة التنافسية (مناع، ٢٠٢٢).

يُعتبر الهيكل التنظيمي بمثابة خريطة تنظم مستويات الوظائف داخل المنظمة وتحديد مسؤوليات شاغلي هذه الوظائف ونطاق الإشراف، مما يسمح بانسياب التنسيق الفعال بين أقسام المنظمة ويسهل عملية الاتصال فيما بين المستويات التنظيمية (أبي هريرة وآخرون، 2021).

تميز المرؤوسين: وهو تمتع المرؤوسين بقدر كافٍ من الكفاءات والمهارات والسلوكيات، التي تمكنهم من أداء أعمالهم بفاعلية، والتعامل مع المواقف في مكان العمل، والشعور بالانتماء والولاء للمنظمة، وهو اتصاف أعضاء المنظمة بالحماس المتميز في تأدية مهام المنظمة، بامتلاكها قدرات عقلية وإمكانات إبداعية متميزة، تساعد على تخطي العقبات التي تواجهها، وتشجيع الآخرين على المشاركة الفعالة التي تعزز تحقيق أهداف المنظمة (الزهراني، ٢٠٢٠).

تميز الخدمات: تُعرف الخدمة بأنها "أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر، وتكون

غير ملموسة، ولا تنتج عنها أية ملكية" (البيشي و ناصر، ٢٠١٩) ، فالخدمة المتميزة هي التي تفوق احتياجات متلقي الخدمة وتخلو من العيوب وتنعكس إيجابياً على رضا العميل (Ovretveit 2015). فالخدمة المتميزة لها عدة أبعاد تتكون من التميز المادي وتميز المنظمة والتميز النفاقي، فالتميز المادي يتمثل في البيئة التي تقدم فيها الخدمة، أما تميز المنظمة فيتمثل في الصورة والانطباع العام للمنظمة، والتميز النفاقي يتمثل في المخرجات التي تنتج عن التفاعل مع العملاء والشركاء فيما بينهم. لقد أكدت الدراسات السابقة على أهمية تحسين الخدمات المقدمة وتميزها لضمان الجودة في تأدية الخدمات وفق أفضل المعايير وبما يفوق توقعات متلقي الخدمة، والذي من شأنه توفير العدالة والمساواة والتنمية المستدامة في المجتمعات بحسب ميثاق جنيف لجودة الخدمات عام ٢٠١١ (حططاش، ٢٠١٧).

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

لقد استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في تحديد المفاهيم الأساسية بمتغيراتها وتعزيز الجانب النظري والمنهجي لها، كما استفادت من المتغيرات التي أشارت إليها سواء ما يتعلق بالأبعاد المرتبطة بالمتغير المستقل أو التابع واستفادت كذلك من تحديد الإطار النظري للدراسة بشكل كبير ومما سبق وفي ضوء عرض وتحليل الدراسات السابقة ومناقشتها يمكن توضيح الجوانب المميزة للدراسة الحالية على النحو التالي:

أولاً: على الرغم من ثراء الدراسات التي تناولت العلاقة بين ممارسة الذكاء الاجتماعي والتميز التنظيمي في البيئة العربية والأجنبية إلا إنه من الملاحظ أن محدودية الدراسات التي تناولت العلاقة بينما متغيرات الدراسة التي تبحث في دوائر الخدمة العامة وخاصة دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

ثانياً: معظم الدراسات التي تناولت التميز التنظيمي أخذته بأبعاد مختلفة إلا أن هذه الدراسة تم اعتماد الأبعاد التالية (تميز الهيكل، وتميز القيادة، وتميز المرؤوسين، تميز الخدمات) الذي جاء بعض منها في دراسات مختلفة كأبعاد للتميز التنظيمي كونها من أكثر الأبعاد استخداماً والأكثر تناسباً لأهداف هذه الدراسة التي تقيس التميز التنظيمي في المؤسسات التي تقدم الخدمة العامة سيما وأن القياس يتم من خلال وجهة نظر القيادة العليا والوسطى لهذه الدائرة محل الدراسة، والذي يعتبر مبرراً كافياً لأخذ هذه الأبعاد، سيما وأنها تعتبر مناسبة لطبيعة الدراسة.

ثالثاً: تُعدُّ الدّراسة الحالية اختباراً تجريبياً للعلاقة والأثر بين متغيّرات الدّراسة آنفة الذكر في ظل عدد من الأبعاد وبهذا تتسم بإبراز مقياس شامل ومتكامل من ناحية الأبعاد لكل متغيّر ينسجم تطبيقه في الدائرة المبحوثة.

منهج الدراسة:

تبنت الدراسة المنهج الوصفي مستخدمة الاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين.

مجتمع الدراسة:

تشكّل مجتمع الدراسة من جميع القيادات في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية (مدير عام ومساعدين ومدراء إدارات ومديريات ومدراء مكاتب ومساعدين) واعتمدت المسح الشامل الذي بلغ (٣٥٠) مبحوثاً وتم استبعاد (٩) استبانات لعدم صلاحيتها للتحليل مما يعني أن حجم العينة الخاضع للتحليل الإحصائي للبيانات بلغ (٣٤١) استبانة بنسبة بلغت (٩٧.٤) بين أعداد المدراء والمساعدين ومدراء المكاتب ومساعدتهم في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

صدق أداة الدراسة وثباتها:

(١) صدق فقرات متغير الذكاء الاجتماعي وثباتها

يوضح الجدول (١) نتائج صدق فقرات متغير الذكاء الاجتماعي وثباتها.

الجدول (١)

نتائج صدق فقرات متغير الذكاء الاجتماعي وثباتها

الفقرات	تشبعات الفقرات	معدل التباين المستخرج	قيمة كرونباخ ألفا	قيمة الثبات المركب
1	0.839			
2	0.756			
3	0.805			
4	0.834			
5	0.730			
6	0.777			
		0.655	0.902	0.917

الفقرات	تشبعات الفقرات	معدل التباين المستخرج	قيمة كرونباخ ألفا	قيمة الثبات المركب
7	0.818			
8	0.825			
9	0.822			
10	0.825			
11	0.701			
12	0.850			
13	0.826			
14	0.763			
15	0.851			
16	0.720			
17	0.875			
18	0.857			
19	0.795			
20	0.654			
21	0.772			
22	0.828			
23	0.886			
24	0.839			
25	0.926			

وتشير النتائج الواردة في الجدول (1) إلى أن جميع تشبعات فقرات متغير الذكاء الاجتماعي جاءت أكبر من (0.50)، كما أن قيمة معدل التباين المستخرج (AVE) لفقرات هذا المتغير قد بلغت (0.655) وهي تعدُّ قيمةً مقبولةً لأنها أكبر من (0.50)، مما يعني تحقق الشرط المطلوب لصدق أداة الدراسة لمتغير الذكاء الاجتماعي. ومن حيث ثبات الفقرات، تشير النتائج في الجدول نفسه إلى أن قيمة معامل كرونباخ ألفا بلغت (0.902) وقيم الثبات المركب بلغت (0.917) وهما أكبر من (0.70)، مما يعني تحقق الشرط المطلوب لثبات أداة الدراسة لمتغير الذكاء الاجتماعي.

٢) صدق فقرات متغير التميز التنظيمي وثباتها:
ويوضح الجدول رقم (٢) نتائج صدق فقرات متغير التميز التنظيمي وثباتها.

الجدول (٢)

نتائج صدق أداة الدراسة وثباتها لمتغير التميز التنظيمي

الفقرات	قيم تشبعات الفقرات	معدل التباين المستخرج	قيمة كرونباخ ألفا	قيمة الثبات المركب
26	0.793			
27	0.836			
28	0.776			
29	0.781			
30	0.696			
31	0.937			
32	0.740			
33	0.863			
34	0.910			
35	0.776	0.696	0.908	0.942
36	0.725			
37	0.847			
38	0.794			
39	0.723			
40	0.917			
41	0.889			
42	0.914			
43	0.905			
44	0.860			
45	0.932			

تم حساب صدق أداة الدراسة بالاعتماد على قيم تشبعات الفقرات التي يُفترض فيها ألا تقل عن (٠.٥٠)، وقيم معدل التباين المستخرج (Average Variance Extracted) التي يجب أن

تزيد على (0.50) كذلك، وتم التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha Coefficient) ومعامل الثبات المركب (Composite Reliability)، مع ملاحظة أن قيم مؤشرات الثبات يجب ألا تقل عن (0.70).

وتبين النتائج الواردة في الجدول (2) أعلاه أن فقرات متغير التميز التنظيمي تتسم بالصدق والثبات؛ إذ جاءت تشبعات جميع الفقرات أكبر من (0.50)، وجميع قيم معدل التباين المستخرج أكبر من (0.50)، وجميع قيم معاملات كرونباخ ألفا والثبات المركب أكبر من (0.70)، مما يعني تحقق شروط صدق الفقرات وثباتها.

عرض النتائج:

يشتمل الفصل على عرض نتائج تحليل بيانات الدراسة المتعلقة بخصائص عينتها، وترتيب متغيراتها وفقرات قياسها بحسب قيم متوسطاتها الحسابية وانحرافاتها المعيارية، ومعاملات الارتباط بين متغيراتها وأبعادها كما ظهرت في مصفوفة الارتباط التي اعتمدت معامل ارتباط بيرسون، واختبار فرضياتها التي أجريت باستخدام برنامج التحليل الإحصائي Smart PLS 3.0.

الجدول (3)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المعلومات الديموغرافية والوظيفية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	217	63.6
	أنثى	124	36.4
العمر	أقل من 30 سنة	7	2.1
	من 30 - أقل من 40 سنة	97	28.4
	من 40 - أقل من 50 سنة	153	44.9
المؤهل العلمي	50 سنة فأكثر	84	24.6
	دبلوم كلية مجتمع	105	30.8
	بكالوريوس	189	55.4
	ماجستير	31	9.1

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
عدد سنوات الخبرة	دكتوراه	16	4.7
	أقل من 10 سنوات	52	15.2
	من 10 - أقل من 15 سنوات	59	17.3
	من 15 - أقل من 20 سنة	99	29.0
المستوى الوظيفي	20 سنة فأكثر	131	38.4
	مدير عام/مساعد/مدير إدارة	8	15.2
	مدير مديرية	15	17.3
	أمين مكتب	127	29.0
	مساعد أمين مكتب	191	38.4
	المجموع	341	100%

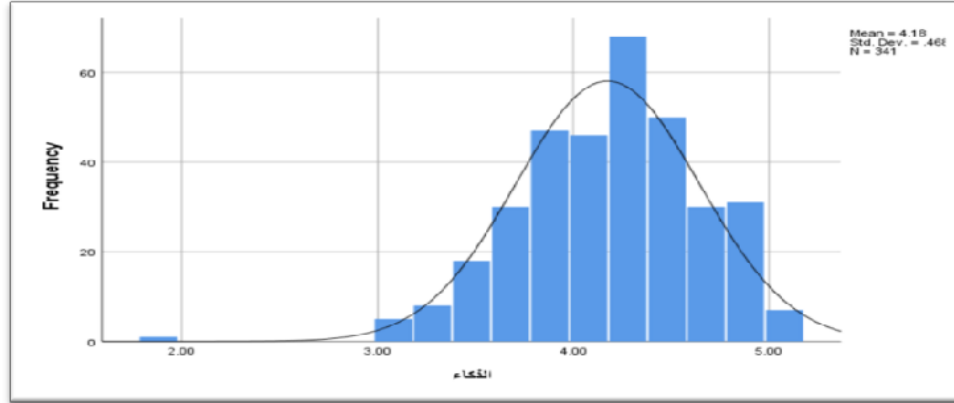
(١) اختبار التوزيع الطبيعي: يبين الجدول (٤) نتائج التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة الذي أجري بالاعتماد على قيم اختبار كولموجوروف سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) التي يفترض فيها أن تكون غير دالة إحصائياً إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي. وفي حال ظهرت قيم الاختبار دالة إحصائياً؛ أي: مستوى دلالتها أقل من ٠.٠٥ فإن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

الجدول (٤)

نتائج التوزيع الطبيعي لبيانات متغيرات الدراسة (ن = ٣٤١)

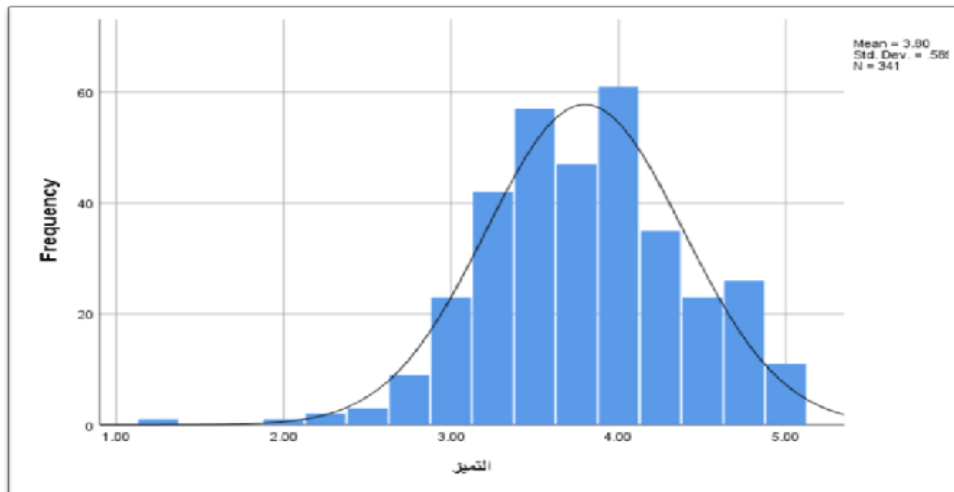
النتيجة	مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة الاختبار	المتغير
البيانات تقترب من التوزيع الطبيعي	0.001	341	0.066	الذكاء الاجتماعي
البيانات تقترب من التوزيع الطبيعي	0.022	341	0.053	التمييز التنظيمي

يتضح من النتائج في الجدول (٤) أن بيانات متغيرات الدراسة (الذكاء الاجتماعي، والتمييز التنظيمي) تقترب من التوزيع الطبيعي؛ إذ جاءت قيم اختبار كولموجوروف سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov) التي بلغت (٠.٠٦٦، ٠.٠٥٣) على التوالي دالة إحصائياً، وهذا يعني أن توزيع البيانات الحالية يقترب من التوزيع الطبيعي، وذلك بخلاف الشرط الذي يرى ضرورة أن تكون قيمة الاختبار غير دالة إحصائياً لتأكيد أن توزيع البيانات لا يختلف عن التوزيع الطبيعي، ويوضح شكل رقم (٢) أن بيانات متغير الذكاء الاجتماعي تقترب من التوزيع الطبيعي إذ تميل بدرجة بسيطة إلى جهة اليمين.



شكل رقم (٢): التوزيع الطبيعي لبيانات متغير الذكاء الاجتماعي (ن = ٣٤١)

أما شكل رقم (٣) فبيّن التوزيع الطبيعي لبيانات متغير التميّز التنظيمي ويُلاحظ منه أنها تقترب أيضاً التوزيع الطبيعي؛ إذ تميل بدرجة بسيطة إلى جهة اليمين، أي أنها لا تتوزع طبيعياً حول متوسطها الحسابي نوعاً ما، وهذا يؤكد نتيجة اختبار كولموجروف سميرونوف التي أظهرت أن بيانات متغير التميّز التنظيمي تقترب من التوزيع الطبيعي.



شكل رقم (٣): التوزيع الطبيعي لبيانات متغير التميز التنظيمي (ن = ٣٤١)

٢) صلاحية نموذج الدراسة: تم الاعتماد على مؤشر القدرة التنبؤية للنموذج (Q^2) ومؤشر حجم التأثير (f^2) وقيمة مؤشر جودة المطابقة (Goodness of Fit-GoF) للحكم على صلاحية نموذج الدراسة قبل اختبار فرضياتها، كما يظهر في الجدول (٥). ويتضح منه أن جميع قيم القدرة التنبؤية للنماذج أكبر من (صفر)، كما أن جميع قيم حجم التأثير (f^2) أكبر من (0.35)، وجميع قيم مؤشر جودة المطابقة (GoF) أكبر من (٠.٣٥) مما يعدُّ دليلاً على صحة النماذج المستخدمة لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى لتأثير الذكاء الاجتماعي في التميز التنظيمي.

الجدول (٥)

نتائج صحة نموذج الدراسة

النموذج	AVE	Q^2	f^2	R^2	GoF
الذكاء الاجتماعي	0.655	0.421	0.667	0.400	0.520
التميز التنظيمي	0.696	0.171			

اختبار الفرضيات:

- ١- اختبار الفرضية الرئيسية الأولى: أثر الذكاء الاجتماعي في التميز التنظيمي:
 - $H01$: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في تعزيز التميز التنظيمي بأبعاده مجتمعة (تميز القيادة، تميز الهيكل، تميز المرؤوسين، تميز الخدمات) في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.
- يصور الشكل (٤) نتيجة اختبار الفرضية الرئيسية الأولى باستخدام النموذج الذي يوضح أن متغير الذكاء الاجتماعي بوصفه متغيراً مستقلاً بأبعاده الفرعية (الوعي المعرفي، وإدارة الذات الاجتماعية، ومعالجة المعلومات الاجتماعية، والتعاطف الاجتماعي، والمهارات الاجتماعية) التي تم قياسها باستخدام الفقرات (١-٢٥). وفي المقابل، استخدمت أبعاد التميز التنظيمي (تميز القيادة، وتميز الهيكل التنظيمي، وتميز المرؤوسين، وتميز الخدمات) بوصفها مؤشرات لهذا المتغير.

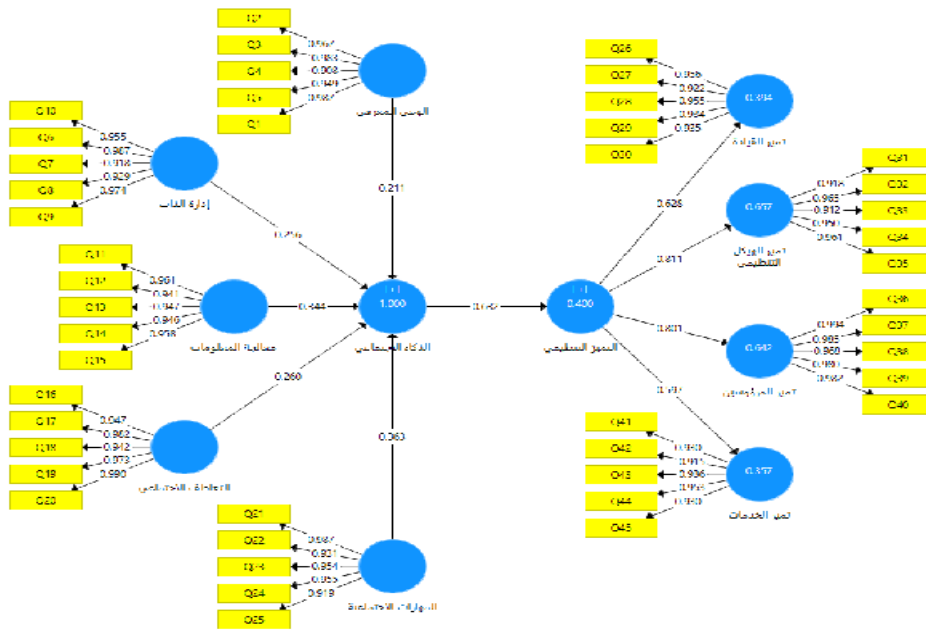
وقد بينت النتائج وجود درجة تأثير مقدارها (0.632) للمتغير المستقل (الذكاء الاجتماعي) في المتغير التابع (التميز التنظيمي). ومن أجل التعرف إلى مستوى دلالة هذا الأثر تم رصد النتائج التفصيلية في الجدول (٦).

الجدول (٦)

نتيجة اختبار الفرضية الصفرية الرئيسية الأولى (H01)

المتغيرات والمسارات بينها	قيمة (R ²)	درجة التأثير (β)	قيمة (ت) (Critical Value)	مستوى الدلالة (p-value)	النتيجة
الذكاء الاجتماعي ← التميز التنظيمي	0.400	0.632	12.636	0.000	رفض

يُلاحظ من الجدول (٦) أن درجة تأثير الذكاء الاجتماعي (β) قد بلغت حوالي (0.63) وقيمة (ت) بلغت (12.636) بمستوى دلالة (0.000).



الشكل (٤): نتيجة اختبار الفرضية الصفرية الرئيسية الأولى (H01)

القدرة التنبؤية (Q^2) للذكاء الاجتماعي = (٠.٤٢١) وهي أكبر من صفر، ومؤشر حجم التأثير (f^2) = (٠.٦٦٧) وهو أكبر من (٠.٣٥)، وقيمة مؤشر جودة المطابقة (GoF) = (٠.٥٢٠) وهي أكبر من (٠.٣٥)؛ أي: حجم تأثير قوي؛ مما يعني صلاحية النموذج لاختبار الفرضية. درجة تأثير الذكاء الاجتماعي في التمييز التنظيمي (Estimate) = (٠.٦٣٢) عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥)، وقيمة معامل التحديد (R^2) = (٠.٤٠٠).

وعليه، تم رفض الفرضية الصفرية الرئيسية الأولى وقبول الفرضية البديلة التي نصت على "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في تعزيز التمييز التنظيمي بأبعاده مجتمعة (تميز القيادة، تميز الهيكل، تميز المرؤوسين، تميز الخدمات) في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية".

٢- اختبار الفرضيات الفرعية:

- الفرضية الفرعية الأولى (H01-1): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في (تميز القيادة) كأحد أبعاد التمييز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

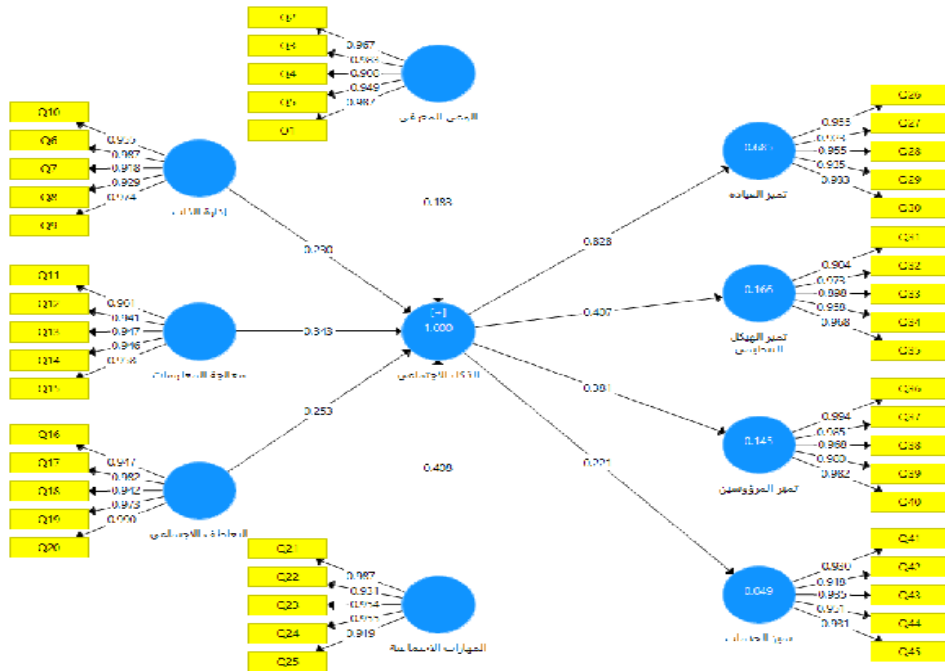
تم اختبار الفرضية الفرعية الأولى (H01-1) باستخدام النموذج الوارد في الشكل (٥) التالي بعد التأكد من صلاحية النموذج لاختبار جميع الفرضيات المنبثقة من الفرضية الصفرية الأولى المتعلقة باختبار أثر الذكاء الاجتماعي بأبعاده مجتمعة في كل بُعد من أبعاد التمييز التنظيمي. وقد أشارت نتيجة اختبار الفرضية كما يظهر في الجدول (٧) بوجود أثر ذي دلالة إحصائية للذكاء الاجتماعي في البعد الأول من أبعاد التمييز التنظيمي وهو تميز القيادة؛ إذ بلغت درجة التأثير (β) ما قيمته (٠.٨٢٨) عند قيمة (ت) التي بلغت (٤٤.٣٦) بمستوى دلالة أقل من ٠.٠٥. ويتضح من الجدول (٧) أن قيمة معامل التحديد أو التفسير (R^2) قد بلغت (٠.٦٨٥)؛ مما يعني أن الذكاء الاجتماعي بأبعاده مجتمعة يُفسر ما نسبته (٦٩%) من التباين في المتغير التابع (تميز القيادة). وعليه، تم رفض الفرضية الصفرية

الفرعية الأولى (H01-1) وقبول الفرضية البديلة التي تنصُّ على وجود أثر للذكاء الاجتماعي في تميز القيادة في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

الجدول (٧)

نتيجة اختبار الفرضيات الصفرية الفرعية (H01-1: H01-4)

المتغيرات والمسارات بينها	قيمة (R ²)	درجة التأثير (β)	قيمة (ت)	مستوى الدلالة	النتيجة
الذكاء الاجتماعي ← تميز القيادة	0.685	0.828	44.362	0.000	رفض
الذكاء الاجتماعي ← تميز الهيكل التنظيمي	0.166	0.407	8.801	0.000	رفض
الذكاء الاجتماعي ← تميز المرؤوسين	0.145	0.381	6.394	0.000	رفض
الذكاء الاجتماعي ← تميز الخدمات	0.049	0.221	3.610	0.000	رفض



الشكل (٥): نتيجة اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى (H01-1، H01-2،3، H01-4)

- **الفرضية الفرعية الثانية (H01-2):** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في (تميز الهيكل التنظيمي) كأحد أبعاد التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

أشارت النتائج في الشكل (٥) السابق الموضحة بالتفصيل في الجدول (٧) السابق بوجود أثر ذي دلالة إحصائية للذكاء الاجتماعي بأبعاده مجتمعة في البعد الثاني من أبعاد التميز التنظيمي وهو تميز الهيكل التنظيمي؛ إذ تبين أن درجة التأثير (β) قد بلغت (٠.٤٠٧) عند قيمة (ت) التي بلغت (٨.٨٠) عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥). وعليه، تم رفض الفرضية الصفرية الفرعية الثانية (H01-2) وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للذكاء الاجتماعي في تميز الهيكل التنظيمي.

- **الفرضية الفرعية الثالثة (H01-3):** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في (تميز المرؤوسين) كأحد أبعاد التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

أظهرت النتائج الموضحة في الشكل (٥) السابق أن درجة تأثير الذكاء الاجتماعي بأبعاده مجتمعة في البعد الثالث من أبعاد التميز التنظيمي وهو تميز المرؤوسين قد بلغت (٠.٣٨١) وهي درجة تأثير مقبولة إحصائياً بحسب النتائج التي بيّنها الجدول (٧) السابق؛ إذ بلغت قيمة (ت) حوالي (٦.٤٠) عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥). لذا، تم رفض الفرضية الصفرية الثالثة (H01-3) وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للذكاء الاجتماعي في تميز المرؤوسين.

- **الفرضية الفرعية الرابعة (H01-4):** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لممارسة الذكاء الاجتماعي بأبعاده (الوعي الموقفي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) في (تميز الخدمات) كأحد أبعاد التميز التنظيمي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية.

ورد في الشكل (٥) السابق أن درجة تأثير الذكاء الاجتماعي بأبعاده مجتمعة في البعد الرابع من أبعاد التميز التنظيمي وهو تميز الخدمات قد بلغت (٠.٢٢١) وهي درجة تأثير دالة إحصائياً؛ إذ جاءت عند قيمة (ت) تساوي (٣.٦١) بمستوى دلالة أقل من (٠.٠٥) كما ورد في الجدول (٧) السابق؛ مما يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية للذكاء الاجتماعي في تميز الخدمات. ويُلاحظ من نتائج اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى أن البعد الأكثر تأثراً بالذكاء الاجتماعي هو تميز القيادة؛ إذ تبين أن الذكاء الاجتماعي يفسر حوالي (٦٩%) من التباين في تميز القيادة، يليه تميز الهيكل التنظيمي؛ إذ يفسر الذكاء الاجتماعي حوالي (١٧%) من التباين فيه، ثم تميز المرؤوسين بنسبة تفسير وصلت إلى (١٥%). أما نسبة تفسير الذكاء الاجتماعي من التباين في تميز الخدمات فقد بلغت حوالي (٥%) فقط.

مناقشة نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

ينضمن هذا الجزء نتائج اختبار فرضيات الدراسة لأثر ممارسة الذكاء الاجتماعي والتميز التنظيمي وإستراتيجيات التمكين الإداري كما يلي:

أثبتت النتائج وجود أثر مهم لمتغير ممارسة الذكاء الاجتماعي وكل بُعد من أبعاده (الوعي الموقفي الاجتماعي، إدارة الذات الاجتماعية، المهارات الاجتماعية، التعاطف الاجتماعي، معالجة المعلومات الاجتماعية) مجتمعة في متغير التميز التنظيمي كمتغير تابع وكل بُعد من أبعاده (تميز القيادة، تميز الهيكل التنظيمي، تميز المرؤوسين، تميز الخدمات) في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية) حيث إنها اتفقت مع دراسة (PeymaniZad et al., 2013) بعنوان العلاقة بين الذكاء العاطفي والتميز المؤسسي على أساس نموذج EFQM حيث أظهرت نتائج الدراسة بوجود علاقة إيجابية قوية بين مكونات الذكاء العاطفي (الوعي الموقفي، المهارات الاجتماعية، التحفيز الذاتي) والتميز المؤسسي، حيث خلصت الدراسة إلى أن أبعاد الذكاء الاجتماعي منه أهم عوامل التنبؤ في التميز المؤسسي. وأن درجة تأثير الذكاء الاجتماعي (β) قد بلغت حوالي (٠.٦٣) وقيمة (ت) بلغت (١٢.٦٣٦) بمستوى دلالة (٠.٠٠٠٠) حيث اتفقت هذه الدراسة مع دراسة (Paul-Oudouard, 2006) بعنوان الذكاء الاجتماعي وحل المشكلات الاجتماعية والديموغرافيا كمتنبئين للرفاهية لدى النساء ذات الأدوار المتعددة حيث إنَّ

النتائج أظهرت بأن الذكاء الاجتماعي مرتبط بشكل إيجابي مع معالجة المشكلات المجتمعية والرفاه النفسي، وعززت دراسة (Thor, 2012) بعنوان العلاقة بين الذكاء الاجتماعي والمشاركة في العمل عند خبراء تحسين العمليات حيث أظهرت نتائج الدراسة بوجود علاقة إيجابية بين الذكاء الاجتماعي والمشاركة في العمل، مما يعني أن دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية تدرك أهمية أبعاد ممارسة الذكاء الاجتماعي من حيث الوعي الموقفي والمهارات الاجتماعية.

وكذلك يظهر أن الدائرة لديها اهتمام بالتميز التنظيمي من خلال اهتمام المديرين في الإدارة العليا والوسطى في دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية بالذكاء الاجتماعي كسبيل مهم لتنمية تميز القيادة كأحد أبعاد التميز التنظيمي؛ إذ بلغت درجة التأثير (β) ما قيمته (0.828) عند قيمة (ت) التي بلغت (44.36) بمستوى دلالة أقل من 0.05، ويتضح من الجدول (7) أن قيمة معامل التحديد أو التفسير (R^2) قد بلغت (0.685) وهذا يعني تحريك الأفراد في الاتجاه الذي يحقق مصلحة الدائرة على المدى البعيد، حيث تُعتبر القيادة الناجحة منهج ومهارة وعمل يهدف إلى التأثير في الآخرين سيما أن الشخص القيادي هو الذي يحتل مرتبة متقدمة في المجموعة والمتوقع منه تأدية عمله بأساليب تتناسب مع تلك المرحلة، وتُعتبر هي التأثير الإستراتيجي في الآخرين الذي يجعلهم يؤدون الأعمال التي يريدها القائد والمراد إنجازها، وقدرة القائد على التأثير في الآخرين للعمل بحماس وثقة لإنجاز الأعمال المطلوبة منهم، كذلك القائد يجب أن يكون لديه القدرة على إقناع الآخرين لتحقيق الأهداف المحددة بحماس وتحريك المجموعات والأفراد باتجاه محدد ومخطط، وذلك بحثهم على العمل باختيارهم لتحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية وهذا ما أكدته دراسة (Muchechetera et al., 2014) بعنوان تأثير الذكاء العاطفي على تمكين قادة الأعمال؛ إذ خلُصت إلى وجود علاقة بين الذكاء العاطفي مع تميز قادة الأعمال من خلال تطبيق المهارات الاجتماعية والتأثير على الآخرين وتحفيزهم بشكل فعال.

ومن ناحية أخرى فقد أظهر اهتمام دائرة الأحوال المدنية والجوازات بممارسة الذكاء الاجتماعي في تميز الهيكل التنظيمي، وهو أيضاً أحد عناصر التميز التنظيمي الرئيسية؛ إذ تبين أن درجة التأثير (β) قد بلغت (0.407) عند قيمة (ت) التي بلغت (8.80) عند مستوى دلالة أقل من (0.05) والذي يتمثل بمجموعة من الخصائص من أهمها التخصص وتوزيع الموظفين بحيث يكون بإمكانهم تأدية المهام بشكل واضح في مجال تخصصهم والتنسيق بين مختلف نشاطات الدائرة، وتجنب التكرار الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق التكامل بين مختلف الأقسام بالإضافة إلى تجنب الهدر والإسراف وجود نظام

رقابة فعال وانفتقت دراسة (Nkeobuna & Ugoani, 2019) بعنوان الإدارة بالذكاء ولماذا هي مهمة في التميز المؤسسي؛ حيث إن نتائج الدراسة أظهرت بأن الذكاء الاجتماعي يفسر التميز التنظيمي مما يعزز الارتباط الإيجابي بين مستوى الذكاء الاجتماعي ومستوى التميز التنظيمي للمؤسسة. وكذلك فقد وجدنا حرص دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية على استخدام ممارسة الذكاء الاجتماعي في تمييز المرؤوسين كأحد عناصر التميز التنظيمي؛ إذ بلغت درجة التأثير (٠.٣٨١) وهي درجة تأثير مقبولة إحصائياً بحسب النتائج التي يبينها الجدول (٧) السابق؛ إذ بلغت قيمة (ت) حوالي (٦.٤٠) عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥). والذي يشمل موظفون يتميّزون بذكاء اجتماعي، لديهم سرعة البديهة وسرعة الفهم والقدرة على الاستمرارية في العمل والممارسة بالإضافة إلى التميز بضبط النفس وكذلك تميز بالمرح والدعابة بالشكل المنطقي والمعقول ولديهم القدرة على الإقناع والقدرة على وضع الخطط واتخاذ القرارات الصعبة والتي انفتقت مع دراسة (Rubin, 1986) بعنوان الذكاء الاجتماعي والمهارات الاجتماعية بين مجموعات التشخيصية حيث أظهرت الدراسة بأن الذكاء الاجتماعي يرتبط بالمهارات الاجتماعية من خلال تمييز المرؤوسين.

وكذلك وجدنا حرص دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية على استخدام ممارسة الذكاء الاجتماعي في تمييز الخدمات كأحد عناصر التميز التنظيمي؛ إذ بلغت درجة التأثير (٠.٢٢١) وهي درجة تأثير دالة إحصائياً؛ إذ جاءت عند قيمة (ت) تساوي (٣.٦١) بمستوى دلالة أقل من (٠.٠٥) والذي يشمل توفير خدمات متوافقة ومنسجمة ومرتبطة بمعايير برامج إدارة الجودة في الدائرة والتي تهدف إلى تحقيق مستويات عالية من جودة الخدمة المقّمة لمتلقي الخدمة والتحسين المستمر لها وبالمقابل تسعى الدائرة على الحرص على المعايير الخاصة بالقطاعات المختلفة مثل التحول الإلكتروني وإدارة السلامة العامة وإدارة المخاطر وإدارة أمن المعلومات وإدارة استمرارية الأعمال وبالتالي التحسين المستمر في الجودة للخدمة بشكل يلبي حاجات ورغبات متلقي الخدمة لا بل تطمح الدائرة إلى إسعاد متلقي الخدمة من خلال الإهتمام الأكثر بتحسين جودة الخدمة وهذا ما أكدته دراسة (Jiang and Leng, 2017) بعنوان تكوين التصنيع الاجتماعي: طريقة ذكاء اجتماعي نحو التصنيع الموجه نحو الخدمة حيث خلصت

الدراسة إلى أن الذكاء الاجتماعي له أثر وموجه نحو الخدمة حيث اعتمد تقديم تقنيات الذكاء الاجتماعي باعتبارها تضمن المعرفة لدورة حياة المنتج مما يساهم في تعزيز الإنتاج الفردي والمخصص لغايات التصنيع وتميز الخدمات.

التوصيات:

بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج توصي بما يلي:

- ١- تحفيز ممارسات مستوى الذكاء الاجتماعي في دائرة الأحوال المدنية والجوازات وتعزيزه وربطه بالأهداف الإستراتيجية ونتائج الأداء على المدى القصير والبعيد وزيادة الدعم والمساندة للموظفين في جميع المواقف ولتحقيق هذا الهدف يمكن اتباع بعض الإجراءات من خلال تحديد معايير ومؤشرات الأداء المتعلقة بمجال الذكاء الاجتماعي وتحديد المستويات المطلوبة لكل وظيفة في الدائرة بالإضافة إلى توفير التدريب والتعلم المناسب للموظفين على مهارات الذكاء الاجتماعي، وضمن خطط التدريب السنوية والمستمرة بالإضافة إلى دعم الموظفين وتحفيزهم لتحسين أدائهم في مجال الذكاء الاجتماعي، وذلك من خلال تقديم المكافآت والمساندة اللوجستية والتقنية اللازمة.
- ٢- تعزيز التميز التنظيمي من خلال زيادة اهتمام الإدارة العليا بالتركيز على العمل الجماعي وتشجيع المبادرة والإبداع والابتكار وتقبل وجهات النظر ولتحقيق ذلك يمكن اتباع بعض الإجراءات، مثل تطوير إستراتيجية واضحة تركز على التنظيمي وتحفز على الابتكار والإبداع والعمل الجماعي، وكذلك توفير التدريب والتطوير للموظفين لتنمية مهاراتهم وقدراتهم في المجالات المطلوبة.
- ٣- الحاجة لتحفيز الموظفين وتشجيعهم على تقديم المبادرات والأفكار الجديدة وتطويرها من خلال إنشاء منصة (ركن المعرفة) لغايات جمع الأفكار والمقترحات من جميع الموظفين وتقييمها بشكل دوري وإطلاق المسابقات والجوائز المادية والمعنوية لأفضل المبادرات والأفكار كذلك يتطلب من الإدارة العليا العمل على تحسين بيئة العمل والتفاعل ما بين الموظفين وتشجيع التعاون والتنسيق بين الأقسام والفروع المختلفة، وكذلك إقامة جلسات دورية لمناقشة الأداء وتحديد النواحي التي يمكن تحسينها وتطويرها.

- ٤- التركيز على تحسين الهيكل التنظيمي من خلال مراجعة العلاقات التنظيمية بين المستويات الإدارية بشكل يعكس المرونة في استيعاب التغيرات التي تحتاجها طبيعة العمل وإجراء مراجعة شاملة للعلاقات التنظيمية بين المستويات الإدارية مع التركيز على تحقيق المرونة في استيعاب التغيرات التي تحتاجها طبيعة العمل ووضع خطط عمل واضحة ومحددة الأهداف لتنفيذ هذا الهدف بما في ذلك تحديد الجهات المسؤولة عن تنفيذ المراجعة وتحديد الموارد اللازمة لهذا الغرض، ويجب تطوير إطار عمل محدد لتوضيح الصلاحيات والمسؤوليات لكل مستوى إداري مع التركيز على تطوير القدرات وتوفير التدريب اللازم للموظفين لتحسين أدائهم وتعزيز قدراته والعمل على تحسين سير العمليات من خلال هندسة الإجراءات لضمان سيرها بشكل منظم بعيداً عن العشوائية بشكل يعكس السلطة والمسؤولية بالإضافة إلى الصلاحيات للعاملين بشكل واضح .
- ٥- التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والتحول الإلكتروني من أجل المحافظة على مقدراتها في تعزيز التميز التنظيمي من خلال أتمتة خدمات دائرة الأحوال المدنية والجوازات الأردنية وتسهيل الحصول على الخدمات بكل سهولة ويسر بما يهدف الى رفع رضا متلقي الخدمة، وكذلك أتمتة كافة الاجراءات الداخلية بما يهدف الى رفع رضا مقدمي الخدمة.

المصادر:

المصادر باللغة العربية:

١. أبو هدروس، ياسرة محمد. (٢٠١٥). إدارة الذات وعلاقتها بالذكاء الاجتماعي في ضوء الأنظمة التمثيلية وبعض المتغيرات لدى عينة من الطالبات المتفوقات في جامعة الأقصى. مجلة العلوم التربوية النفسية جامعة البحرين، ١(16).
٢. أحمد، ن. (٢٠١٨). دور الذكاء الاجتماعي للقادة في تحقيق الإبداع الإداري للمنظمة. مجلة البحوث المالية والتجارية، ١١١-١٥٥.
٣. ابن كافو، عبير محمد أبو القاسم. (٢٠١٨). تنمية الذكاء الاجتماعي لدى طالبات الجامعة كمدخل لتحسين جودة الحياة. جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، ١٩(15).

٤. أبو هريرة، ز.، معتوق، ف.، مدياني، م. / م. (٢٠٢١). تأثير المناخ التنظيمي على تميز الموارد البشرية. Doctoral Dissertation.
٥. البارودي، منال أحمد. (٢٠١٥). القائد المتميز وأسرار الإبداع الإداري. المجموعة العربية للتدريب والنشر، ط١، القاهرة.
٦. البجصي، ع. ا. م. (٢٠١٤). دور التمكين العاملين في تحقيق التميز المؤسسي. منشور مقدم في إدارة الأعمال لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر.
٧. البيشي، م. ب. ن.، & محمد بن ناصر. (٢٠١٨). هل رضا العميل وتميز الخدمة الحكومية حق أم منحة؟. التجارة والتمويل، ٣٨(٤)، ٥٣-٨٨.
٨. الجمل، & ناهد خليل. (٢٠٢١). مستوى ممارسة إدارة الذات لدى مديري المدارس الثانوية من وجهة نظرهم في محافظة الخليل.
٩. الزهراني، ن. ع. (٢٠٢٠). التمكين وعلاقته بالتميز التنظيمي من وجهة نظر القيادات الأكاديمية في جامعة أم القرى. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ٢٨(٥)، ٤٠-٦٤.
١٠. بوخشم، دربال، بعيو، فضيلة، عابدية، & أحلام (مشرفا). (٢٠٢٠). وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بجودة المهارات الاجتماعية لذي الطفل المراهق (Doctoral dissertation).
١١. حسين، ع. (٢٠١٩). الذكاء الاجتماعي ومعالجة المعلومات الاجتماعية. جامعة الإسكندرية، مجلة تكنولوجيا التعليم، كلية التربية.
١٢. حطاش، نشيدة. (٢٠١٧). جودة الخدمة العمومية في ظل الحكومة الالكترونية الذكية-تجربة حكومة دبي. مجلة رؤى، ٧(١٢).
١٣. رميسة، ط. (٢٠١٩). الذكاء الاجتماعي وعلاقته بالصحة النفسية للطلاب الجامعي بجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي.
١٤. عبد الصاحب، م. م. (٢٠١١). أنماط الشخصية على وفق نظرية الانكيزام القيم والذكاء الاجتماعي. دار صفاء للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٦-٢٠٢.
١٥. عبد الوهاب، محمود أسامة. (٢٠١٦). الشفافية الإدارية وأثرها على التميز التنظيمي. مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، ١٢٨-١٦٤.

١٦. عتروس، نبيل. (٢٠٢١). تنمية المهارات الاجتماعية للحد من سلوك العدوان لدى فئة الشباب،
El-Khaldounia Journal of Human and Social Sciences.
١٧. قنيطرة، زهور سمير. (٢٠١٦). الذكاء الاجتماعي ومفهوم الذات لدى مستخدمي الانترنت من
طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة. الجامعة الإسلامية، غزة.
١٨. محمود، س. م. إ. (٢٠١٦). النمذجة البنائية للعلاقات بين الحكمة والذكاء الاخلاقي والذكاء
الشخصي والذكاء الاجتماعي لدى طالبات المرحلة الجامعية. دراسات عربية في التربية وعلم
النفس، رابطة التربويين العرب، ٧٦.
١٩. مناع، يوسف حامد يوسف. (2022). أثر الاستقامة التنظيمية على التميز التنظيمي: دراسة
ميدانية على العاملين بالبنوك التجارية التابعة للقطاع العام. المجلة العلمية للدراسات والبحوث
المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط.
٢٠. مناع، ي. ح. ي.، & يوسف حامد يوسف. (٢٠٢٢). أثر الاستقامة التنظيمية على التميز
التنظيمي دراسة ميدانية على العاملين بالبنوك التجارية التابعة للقطاع العام. المجلة العلمية
للداسات والبحوث المالية والتجارية، ٣(٢)، ٤٢-١.
٢١. نجاجرة، سهير. (٢٠١٩). إدارة الذات وعلاقتها بالتوافق المهني لدى المرشدين التربويين في
المدارس الحكومية في محافظة بيت لحم. المستودع الرقمي في جامعة الخليل.

المصادر باللغة الإنجليزية:

- 23- Paul-Oudouard, R. (2006). Emotional Intelligence, Social Problem Solving,
And Demographics As Predictors Of Well-Being In Women With Multiple
Roles. Adelphi University, The Institute Of Advanced Psychological Studies.
- 24- Mucchetere, C., Ganesh, L., &Karambwe, S. (2014). Effect Of Emotional
Intelligence On Empowerment Of Business Leaders In Zimbabwe.
International Journal Of Science And Research, 3(1), 302-307.

- 25- Ugoani, J. (2019). Management by emotional intelligence and why it matters in organizational excellence. *American Journal of Marketing Research*, 5(4), 42-53.
- 26- Ovretveit, J. (2015). *Measuring Service Excellence: Practical Guidelines*. Technical Communications.
- 27- Zad, H. P., Sekkeh, S. M. H., & Asadi, N. (2013). A Study On The Relationship Between Emotional Intelligence And Organizational Excellence Based On EFQM Model In Physical Education Offices And Sport Committees Of Northern Khorasan Province. *Life Science Journal*, 10(5), 382-386.
- 28- Rubin, A. (1985). *Social Intelligence And Social Competence Among Psychiatric Diagnostic Groups*. Hofstra University.
- 29- Shahab, M. A., Sobari, A., & Udin, U. (2018). Empowering Leadership And Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Roles Of Psychological Empowerment And Emotional Intelligence In Medical Service Industry. In *International Journal Of Economics And Business Administration: Vol. VI (Issue 3)*.
- 30- Thor, S. (2012). *Organizational Excellence: A Study Of The Relationship Between Emotional Intelligence And Work Engagement In Process Improvement Experts*.
- 31- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence And Its Use. *Harper's Magazine*, 140, 227-235.
- 32- Trevino, J. O. (2014). *Emotional And Social Intelligence: A Study Of Interpersonal, Intrapersonal, Social Awareness, And Social Facility Skills Of Information Technology Professionals In Higher Education*. Texas A&M University-Corpus Christi.
- 33- Jiang, P., & Leng, J. (2017). The configuration of social manufacturing: a social intelligence way toward service-oriented manufacturing. *International Journal of Manufacturing Research*, 12(1), 4-19.

The Impact of Ethical Leadership in the Relationship between the Disclosure of Social Responsibility and Financial Performance in Jordanian Public Shareholding Industrial Companies

Mohannad O. Alshbail^{(1)*}

Seif O. Alshbiel⁽²⁾

Awn M. Shbail⁽³⁾

(1) Department of Accounting, School of Business, Al al-Bayt University, Mafraq - Jordan.

(2) Department of Accounting, School of Business, Al al-Bayt University, Mafraq - Jordan.

(3) Department of Accounting, School of Business, Al al-Bayt University, Mafraq - Jordan.

Received: 09/02/2023

Accepted: 14/05/2023

Published: 29/06/2023

* *Corresponding Author:*
mohannadobeid87@aabu.edu.jo

Abstract

This study aimed to identify the impact of ethical leadership in the relationship between the disclosure of social responsibility and financial performance in Jordanian Public Shareholding industrial companies. The study population consisted of all of the (53) Jordanian Public Shareholding industrial companies listed in Amman Stock Exchange. To achieve the objectives of the study, a questionnaire was developed and distributed to (237) financial managers, heads of accounting departments, internal control managers, and internal auditors in these companies. As (181) questionnaires were retrieved, (169) of them were valid for analysis. In order to test the hypotheses, the structural equation model (PLS-SEM) was used.

The study reached a number of results the most important of which is that ethical leadership has a positive impact on the relationship between disclosure of social responsibility and financial performance in Jordanian Public Shareholding industrial companies. Based on the results of this study, the researchers recommended many recommendations, the most important of which are: increasing the direction of the Jordanian Public Shareholding industrial companies by promoting disclosure of the social responsibility activities for environmental protection, as well as the necessity for the companies' management to maintain positive relations with their subordinates and all employees. Additionally, the researchers recommend that the managements of these companies increase employee motivation and participation in order to improve the performance and productivity that they seek. Moreover, the researchers recommend conducting more studies on the impact of ethical leadership on the relationship between the disclosure of social responsibility and financial performance in other sectors and comparing their results with those in this study.

Keywords: Ethical Leadership, Disclosure of Social Responsibility, Financial Performance, Jordanian Public Shareholding Industrial Companies.

أثر القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية

عون الشبيل^(٣)

سيف الشبيل^(٢)

مهند الشبيل^(١)

(١) قسم المحاسبة، كلية الأعمال، جامعة آل البيت، المفرق - الأردن.

(٢) قسم المحاسبة، كلية الأعمال، جامعة آل البيت، المفرق - الأردن.

(٣) قسم المحاسبة، كلية الأعمال، جامعة آل البيت، المفرق - الأردن.

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، تكوّن مجتمع الدراسة من جميع الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان والبالغ عددها (٥٣) شركة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير استبانة وتوزيعها على ٢٣٧ من المدراء الماليين، رؤساء أقسام المحاسبة، مدراء الرقابة الداخلية، والمدققين الداخليين في هذه الشركات، حيث تم استعادة (١٨١) استبانة، كان منها (١٦٩) صالحة للتحليل، ولغاية اختبار الفرضيات تم استخدام نموذج المعادلة الهيكلية (PLS-SEM).

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها: وجود أثر للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي، كذلك وجود أثر إيجابي للقيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

بناء على نتائج هذه الدراسة أوصى الباحثون العديد من التوصيات كان أهمها: زيادة اهتمام إدارات الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية بتعزيز الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخاصة بحماية البيئة، كذلك ضرورة أن تقوم إدارة الشركات بالحفاظ على العلاقات الإيجابية مع المرؤوسين وجميع العاملين فيها، علاوة على ذلك يوصي الباحثون إدارات هذه الشركات بزيادة تحفيز الموظفين ومشاركتهم وذلك لتحسين الأداء والإنتاجية التي تسعى لها.

أضف إلى ذلك يوصي الباحثون بإجراء المزيد من الدراسات حول أثر القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في قطاعات أخرى ومقارنة نتائجها مع نتائج هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: القيادة الأخلاقية، الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، الأداء المالي، الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

١ - المقدمة:

أصبحت المنظمات في السنوات الأخيرة تدرك أن التركيز على المسؤولية الاجتماعية للمنظمات كجزء من إستراتيجية أعمالها الأساسية يخلق أصولاً إستراتيجية قيمة للمنظمة من خلال خلق ميزة تنافسية (Isa & Loke, 2019) إضافة إلى ذلك ترتبط أنشطة المسؤولية الاجتماعية بالأداء المالي الأفضل، وارتفاع معدل الرضا الوظيفي الذي ينعكس بشكل كبير على قيمة الشركة (Ridley-Duff & Bull, 2019)، وبالتالي اكتسبت المسؤولية الاجتماعية مكانة بارزة لتكون أحد العوامل المهمة التي تؤدي إلى تحسين مؤشرات الأداء الرئيسية للمنظمة (Thuy et al, 2021). يعتبر مفهوم الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية من الأمور التي تهتم المنظمات وتدخل في نطاق ممارساتها، وذلك لان الاستثمار في أنشطة المسؤولية الاجتماعية من الأمور المهمة التي يجب مراعاتها من قبل هذه المنظمات، ولا سيما في تأثيرها على الأداء المالي (عمر وآخرون، ٢٠١٤). ووفقاً لنظرية أصحاب المصلحة يعد الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية عنصراً مهماً للمنظمات يمكن استخدامها لإدارة أو الاستجابة لمجموعة متنوعة من أصحاب المصلحة (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995)، الأمر الذي قد ينعكس على أداء المنظمات بشكل عام والأداء المالي بشكل خاص، حيث أشار (Tsang & Yang, 2012) أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات قد يكون مفيداً بقدر ما يمكن أن تؤثر مبادرات المسؤولية الاجتماعية على قيمة المنظمة وأدائها، وفي هذا الصدد، أكد (Nekhili et. al, 2017) بأن نظرية أصحاب المصلحة يمكن أن توفر إطاراً قوياً للعلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وأداء المنظمات. من جانب آخر تعتبر القيادة الإدارية عنصراً مهماً وحيوياً في استمرارية المنظمات وتحسين نشاطها وعملياتها المختلفة (الزعيبي والبطاينة، ٢٠١٤)، حيث إن تحقيق أهداف هذه المنظمات يعتمد بشكل كبير على نجاح وفاعلية القيادة الإدارية (حواطي، ٢٠٢٠) التي تعد أحد ركائز العملية الإدارية الهامة الموجهة أساساً نحو إدارة الأفراد والتفاعلات الاجتماعية والتأثير على المرؤوسين لتحقيق أهداف المنظمة (Skansi, 2000)، كما تشكل القيادة محوراً مهماً ترتكز عليه مختلف النشاطات في المنظمات، حيث إن القائد بخصائصه ونمطه القيادي يؤدي دوراً حاسماً في أداء الموارد البشرية (شهير ولحلو، ٢٠٢٠)، الأمر الذي يعني إن القادة قادرون على التأثير على

سلوك موظفيهم من خلال تبني أساليب وأنماط قيادة مختلفة (Keskes, 2014)، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات في هذا المجال والتي أشارت إلى أن اختلاف أنماط القيادة سيؤدي إلى تباين في سلوك الموظفين مما ينعكس إيجاباً أو سلباً على أداء المنظمات (مزهودة وقرزة، ٢٠١٧، وبني عيسى والعتاري، ٢٠١٩).

أشارت دراسات سابقة إلى نتائج متضاربة حول العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي، كما أن هذه العلاقة لا تزال موضوع بحث ونقاش مستمر بين الباحثين، حيث توصلت بعض هذه الدراسات إلى وجود أثر إيجابي بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي، كدراسة (الحسن، ٢٠١٣)، (عمر وآخرون، ٢٠١٤)، (الناس، ٢٠١٥)، (خليفة وآخرون، ٢٠١٥)، (العامري والعتاري، ٢٠٢٠)، (الجرد، ٢٠٢٠)، كذلك دراسة كل من:

(Shruti, 2014), (DeKalai and Sbais, 2019), (Aula & Sumiyati, 2022) (Hang & Nagos, 2018) (Saleh & Zulkifli, 2010), (Wang et. al, 2016), (Thuy et al, 2021).

وفي المقابل توصلت دراسة (Riyadh et. al, 2019) إلى عدم وجود علاقة بين متغير الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، كما إن بعض الدراسات أكدت وجود أثر سلبي بين المتغيرين كدراسة كل من: (Nguyen, et.al, 2022)، (Zreقات et. al, 2021)، علاوة على ذلك قام كل من (Margolis and Walsh, 2001) بإجراء تحليل للدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية وأداء المنظمات، حيث توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن حوالي نصف الدراسات التجريبية أشارت إلى وجود أثر إيجابي للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على الأداء، بينما أشارت ربع هذه الدراسات إلى عدم وجود علاقة بينهما، و٥% من هذه الدراسات أشارت إلى وجود علاقة سلبية بين المتغيرين (Nguyen, et.al, 2022).

هدفت هذه الدراسة بشكل أساسي إلى التعرف على أثر القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، حيث يعتبر القطاع الصناعي ركيزة رئيسية من ركائز ومكونات الاقتصاد الوطني، ويظهر ذلك جلياً من خلال مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي والتي تصل إلى حوالي ٢٥% بصورة مباشرة، هذا بالإضافة إلى مساهمته غير المباشرة والتي تظهر من خلال ارتباطه بالعديد

من القطاعات الاقتصادية الأخرى خاصّة في ضوء ما يمتلكه القطاع من مزايا وإمكانيات تمكنه من لعب هذا الدور الحيوي والمهم (جمعية المستثمرين الأردنية، ٢٠٢٣)، إضافة إلى ذلك تتجلى أهمية هذه الدراسة من أهمية المتغير المعدل للقيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، حيث تعتبر القيادة الأخلاقية نمط من أنماط القيادة المهمة في المنظمات والتي تساهم في تعزيز القيم التنظيمية بطريقة سلسة تؤدي إلى تحقيق الأهداف التنظيمية والاستدامة في المنظمات (Nauman & Qamar, 2018)، كما تلعب دوراً مهماً في المنظمات من خلال خلق ثقافة إيجابية في مكان العمل، حيث يساهم هذا النوع من القيادة في زيادة تحفيز الموظفين ومشاركتهم مما يؤدي إلى تحسين الأداء والإنتاجية (Qi & Chen, 2017)، كذلك يمكن للقيادة الأخلاقية التي تمنح الأولوية لمصالح جميع أصحاب المصلحة أن تساعد أيضاً في بناء سمعة إيجابية للمنظمة، وجذب العملاء والمستثمرين والموظفين وتعزيز ثقة أصحاب المصلحة (Kim & Lee, 2016)، علاوة على ذلك تعمل القيادة الأخلاقية على المساعدة في تقليل السلوك غير الأخلاقي من خلال وضع معايير أخلاقية عالية ونمذجة السلوك الأخلاقي في المنظمات (Chiu & Chan, 2015).

لذلك يمكن للقيادة الأخلاقية أن تساعد المؤسسات على تحسين الأداء المالي التي تسعى له، وذلك من خلال تعزيز ثقافة تقدر السلوك الأخلاقي واتخاذ القرار، وإظهار التزام المنظمة بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية من خلال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية التي تعكس بدقة أنشطة المنظمة، وتجنب تضليل أصحاب المصلحة (Butt, et al., 2022)، حيث تعتبر القيادة الأخلاقية مهمة للإفصاح الفعال عن المسؤولية الاجتماعية للشركات لأنها تعزز الشفافية والمساءلة، وتبني الثقة مع أصحاب المصلحة، وتساعد على تحسين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات.

تأسيساً على ما سبق تتمحور مشكلة هذه الدراسة في الإجابة عن السؤال التالي: هل يوجد أثر للقيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية؟

٢- الإطار النظري والدراسات السابقة:

٢.١ الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي:

زاد الاهتمام من قبل الشركات في الوقت الحاضر تجاه الإيفاء بالمسؤولية الاجتماعية وذلك

للاستجابة لمطالب عملائها (Wang, et al, 2022)؛ إذ إن العديد من تلك المنظمات أصبحت تنفذ أنشطة المسؤولية الاجتماعية لتحسين صورة الشركة وتحسين أدائها المالي وغير المالي، حيث أشار (Adeneye & Ahmed , 2015) بأن المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر بشكل إيجابي على الأداء المالي للشركة، وفي هذا الصدد أكد كل من (Chen and Wang, 2011) , (Wang, et al, 2022) أن سمعة وصورة العلامة التجارية ورضا الموظفين والعملاء التي تعززها أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات تساهم بشكل كبير في تعزيز الأداء المالي، والذي يعتبر من أهم المعايير المستخدمة لتقييم أداء المنظمات، وقياس مدى فاعلية استغلال الموارد المتاحة فيها لتحقيق الأهداف التي تسعى إليها، كما يتميز الأداء المالي بكونه من الجوانب الحيوية والمستمرة التي يتم من خلالها تقييم أداء المنظمات ونشاطاتها (الروابدة، ٢٠١٧) كذلك يعبر الأداء المالي عن مدى النجاح الذي تستطيع فيه الشركات أن تعظم ثروة ملاكها، وذلك من خلال الحصول على أعلى عائد ممكن على استثماراتهم (عمر، وآخرون، 2014)، لذلك اتجهت العديد من الشركات إلى الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية رغبة منها في تحسين أدائها، علاوة على ذلك يعتمد العديد من مدراء هذه المنظمات إلى التركيز على الأنشطة الاجتماعية التي تهم أصحاب المصالح وتلبي رغباتهم، وذلك من خلال الإفصاح عن تلك الأنشطة المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية لهذه الفئات، حيث إن نجاح هذه المنظمات وتحسين أدائها يعتمد - إلى حد كبير - على قدرتها على تلبية متطلبات أصحاب المصالح.

أشارت العديد من الدراسات السابقة إلى وجود علاقة إيجابية بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي وبالمقابل أشارت أخرى إلى وجود علاقة سلبية بين المتغيرين، كذلك أكدت دراسات عدم وجود علاقة بينهما، وفيما يلي استعراض أهم هذه الدراسات: اجري كل من (Saleh & Zulkifli) (2010) في الدراسة التي تم تطبيقها في ماليزيا العلاقة بين الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي على ٢٠٠ شركة صناعية ماليزية، وكان من أبرز النتائج التي توصلوا إليها وجود علاقة إيجابية بين الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي لهذه الشركات، كذلك الدراسة التي أجراها الحسن (٢٠١٣) والتي أجريت في البيئة الجزائرية وتم تطبيقها على قطاع النفط فقد توصل إلى وجود دور للمسؤولية الاجتماعية في تحسين الأداء المالي، أضف إلى ذلك الدراسة التي قام بها عمر وآخرون (٢٠١٤) في البيئة

الأردنية والتي هدفت إلى بيان أثر محاسبة المسؤولية على الأداء المالي وكيفية الإفصاح عنها، والتي تم تطبيقها على ٥٨ شركة صناعية، توصل الباحثون إلى عدة نتائج كان أبرزها وجود أثر للأنشطة الخاصة بجودة المنتج على الأداء المالي، في حين لم يكن هنالك أثر للمجالات الأخرى الخاصة بالمجتمع والبيئة والعاملين على الأداء المالي.

أمّا الدراسة التي أجراها (Shruti, 2014) على ثلاث شركات تعمل في استخراج النفط والغاز الطبيعي وكذلك شركات صناعة الأدوية في الولايات المتحدة الأمريكية للفترة ٢٠٠٨ - ٢٠١٢ فكانت نتائج دراسته قد توصلت إلى عدم وجود أثر للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات العاملة في البيئة الأمريكية، وفي دراسة تم تطبيقها على القطاع الصناعي قام النامس (٢٠١٥) بإجراء دراسة على عينة من الشركات الصناعية الأردنية هدفت إلى تحليل العلاقة بين الإفصاح عن الأداء البيئي والأداء المالي وفق نظرية الإشارة لتحديد انعكاسات تلك العلاقة على الميزة التنافسية، توصل فيها إلى عدة نتائج مهمة كان أبرزها وجود ترابط وثيق بين الإفصاح عن المسؤولية البيئية وكل من الأداء المالي والميزة التنافسية، أمّا الدراسة التي أجراها خليف وآخرون (٢٠١٥) والتي تم تطبيقها في دولتين في قارة إفريقيا هما المغرب وجنوب إفريقيا والتي هدفت إلى التعرف على العلاقة بين الإفصاح الاجتماعي والبيئي وأداء الشركات خلال الفترة من ٢٠٠٤ إلى ٢٠٠٨، حيث توصلت إلى عدة نتائج كان أبرزها أن الإفصاح الاجتماعي والبيئي له تأثير إيجابي على أداء هذه الشركات، وفي العام نفسه قام (De Klerk et al, 2015) بتطبيق دراسته على الشركات البريطانية الكبرى عن الفترة ٢٠٠٧ و ٢٠٠٨، حيث خلصت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين مستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وأسعار الأسهم لهذه الشركات.

كما بين (Wang et. al, 2022) أن العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي تختلف باختلاف مستوى التنمية الاقتصادية في الدولة، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي في الدول الاقتصادية المتقدمة، بينما في كانت العلاقة سلبية بين المتغيرين في البلدان النامية. كذلك أجرى كل من (Malik & Kanwal, 2018) دراسة هدفت إلى التعرف على أثر

الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي على قطاع الأدوية في باكستان للفترة الممتدة من عام ٢٠٠٥ - ٢٠١٤، حيث كانت أهم النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة أن متوسط معدل الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يزداد سنوياً لهذه الشركات مما أدى إلى تحسن ملحوظ لأدائها المالي التي تسعى إليه، كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أن شركات الأدوية تفصح بشكل كبير جداً عن المعلومات المتعلقة بتنمية المجتمع مقارنة بنشاطات المسؤولية الاجتماعية الأخرى، وفي دراسة أجريت في البيئة العراقية قام (العامري والعذاري، ٢٠٢٠) هدفت إلى التعرف على الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وأثرها على أداء الشركات قام بتطبيقها على الشركة العامة للإسمنت الجنوبية إحدى أهم الشركات الصناعية والتابعة لوزارة الصناعة والمعادن العراقية، توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج كان أبرزها وجود علاقة إيجابية بين أنشطة المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، حيث تبين أن النشاط المتعلق بتنمية العاملين الأكثر تأثيراً على الأداء المالي، ومن ثم نشاط المساهمات العامة، يليه النشاط المتعلق بحماية البيئة، أما النشاط الأقل تأثيراً على الأداء المالي فكان النشاط المتعلق بجودة المنتج.

أما في فيتنام فقد بحث (Hang & Nagos, 2018) أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والعائد على الأصول للشركات الفيتنامية المدرجة في البورصة خلال الفترة ٢٠٠٦-٢٠١٦ حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والعائد على الأصول لهذه الشركات، وفي دراسة أخرى ولكن تم تطبيقها على الشركات التونسية فقد توصل (Kalai & Sbais, 2019) إلى أن الإفصاح عن نشاطات المسؤولية الاجتماعية لها أثر إيجابي على الأداء المالي لهذه الشركات، وبشكل مشابه قام (Thuy et al, 2021) بدراسة العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات والأداء المالي للشركات الفيتنامية المدرجة في البورصة خلال الفترة ٢٠١٤-٢٠١٨، وذلك باستخدام تحليل محتوى التقارير المالية، حيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي لهذه الشركات.

كذلك أجرى (Riyadh et. al, ٢٠١٩) دراسة هدفت إلى التعرف على اثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية، وخصائص مجلس الإدارة على شركات الطاقة العالمية خلال الفترة ٢٠١٦-٢٠١٨، حيث كانت أهم النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة: إن خصائص مجلس الإدارة كان لها أثر إيجابي على الأداء، كما بينت هذه النتائج عدم وجود أثر للإفصاح عن المسؤولية

الاجتماعية على أداء هذه الشركات، وفي دراسة (الجرد، ٢٠٢٠) التي تم تطبيقها على الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، تبين أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية أثر إيجاباً على مؤشرات الأداء العائد على الأصول والعائد على الملكية. أمّا الدراسة التي أجريت في البيئة الأردنية حديثاً من قبل (Zreقات et.al, 2021)، والتي هدفت إلى بيان أثر الإفصاح عن المسؤولية على أداء الشركات، وتم تطبيقها على ٤٢ شركة مدرجة في بورصة عمان للفترة ٢٠١٤-٢٠١٩، توصل الباحثون فيها إلى عدة نتائج كان أبرزها وجود أثر سلبي للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على أداء الشركات الأردنية، وفي دراسة حديثة أيضاً تم تطبيقها على المصارف الإسلامية في أندونيسيا توصل (Aula & Sumiyati, 2022) إلى أن هنالك علاقة إيجابية بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، حيث أشارت هذه الدراسة إلى أن الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية قد انعكس بشكل إيجابي على العائد على الأصول والعائد على الملكية لهذه المصارف.

٢.٢ القيادة الأخلاقية:

يمكن للقيادة الأخلاقية أن تلعب دوراً يؤثر على العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، حيث تعتبر القيادة الأخلاقية نموذجاً يعزز الشفافية والمساءلة في المنظمات، مما يؤدي إلى زيادة وتحسين الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، وهذا بدوره يمكن أن يعزز سمعة الشركة ومصداقيتها، مما قد يؤثر بشكل إيجابي على أدائها المالي (Kim, et.al, 2021)، علاوة على ذلك يمكن للقيادة الأخلاقية أن تساعد في التخفيف من الآثار السلبية للإفصاح غير الكافي عن معلومات المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي من خلال تعزيز ثقافة السلوك الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية (Butt, et al., 2022)، وبالتالي يمكن للقيادة الأخلاقية في المنظمات أن تعمل على تحسين العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي مما يجعلها أقوى وأكثر إيجابية. وفي هذا الصدد أشارت دراسات عديدة أن القيادة الأخلاقية قد تلعب دوراً مهماً في التأثير على العلاقة بين العديد من المتغيرات كالرضا الوظيفي والأداء، والمسؤولية الاجتماعية وسلوك المواطن، كذلك بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والاستدامة والعدالة التنظيمية، Babalola, et.al,

(2016)، (Shin, et.al, 2015)، (Philipp & Lopez, 2013)، (Kim, et.al, 2021). كما أشارت دراسات أخرى إلى أهمية دور القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للشركات وتحسين قيمة الشركات، ولذلك يمكن للقيادة الأخلاقية أن تساعد المؤسسات على تحسين الأداء المالي التي تسعى له وذلك من خلال تعزيز ثقافة تقدر السلوك الأخلاقي واتخاذ القرار، وإظهار التزام المنظمة بالمسؤولية الاجتماعية والبيئية من خلال الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية التي تعكس بدقة أنشطة المنظمة، وتجنب تضليل أصحاب المصلحة (Butt, et al., 2022).

مما سبق واعتمادا على الإطار النظري والدراسات السابقة يمكن صياغة الفرضيات التالية:
الفرضية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(P \leq 0.05)$ للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.
الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(P \leq 0.05)$ للقيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

٣- منهجية الدراسة:

اتخذت الدراسة منهج البحث الوصفي للتعامل مع مضامين التوجهات النظرية والدراسات السابقة ذات العلاقة بمضمون هذه الدراسة، ومنهج البحث الميداني لاستطلاع آراء وحدة المعاينة، كذلك التحليل الموضوعي للبيانات والإجابات الواردة من استجابات العينة، وتكاملت هذه الدراسة من خلال تأصيل محاورها وتثبيت مقوماتها وفق التالي:

٣.١ مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان والبالغ عددها (٥٣) شركة (هيئة الأوراق المالية)، حيث تطوير استبانة وتوزيعها على ٢٣٧ من المدراء الماليين، رؤساء أقسام المحاسبة، مدراء الرقابة الداخلية، والمدققين الداخليين في هذه الشركات، تم استعادة (١٨١) استبانة، كان منها (١٦٩) صالحة للتحليل (بمعدل الاستجابة

(٣٠.٧١٪).

٣.٢ أداة الدراسة:

قام الباحثون بتطوير استبانة بالاعتماد على البحوث والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع هذه الدراسة، تضمنت هذه الاستبانة مجموعة من العبارات والبنود ذات العلاقة بمتغيراتها، حيث تم تقييم الخصائص السيكومترية لعناصر مقياس استبيان الدراسة وفق (Henseler, Ringle & Sinkovics, 2009)، وبشكل عام أشار المحكمون أن الاستبيان كان واضحاً وبسيطاً، ومن ثم لم يتطلب الاستبيان مزيداً من التعديل نظراً لأن جميع الفقرات الواردة في الاستبيان قد تم تكيفها اعتماداً على دراسات سابقة ذات علاقة بمتغيرات هذه الدراسة، وعليه فإنه تم التأكد من فقرات الاستبانة من حيث الصلاحية والموثوقية، أمّا من حيث صحة البناء فقد تم تأكيده من خلال مراجعة الأدبيات السابقة ذات العلاقة بالموضوع، كما تم استخدام عبارات تقييمية لتحديد إجابات وحدة المعاينة في الدراسة بناءً على مقياس ليكرت الخماسي (The Likert-type scale)، وقد تكونت الاستبانة من ثلاثة محاور رئيسية:

- المحور الأول: يمثل المتغير المستقل (الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية) Disclosure of social responsibility، وتضمن (١٠) فقرات، وتمّ قياسه بناءً على دراسة- Angus (2010)، Leppan et al. (2010)، (Butt, et al., 2022)
- المحور الثاني: يمثل المتغير الوسيط (القيادة الأخلاقية) Ethical leadership styles، وتضمن (7) فقرات، وتمّ قياسه اعتماداً على دراسة (Kalshoven et al. (2022) and Ejaz et al. (2011).
- المحور الثالث: يمثل المتغير التابع (الأداء المالي) Financial performance، وتضمن (13) فقرة، وتمّ قياسه بناءً على دراسة (AL-Mawali, 2015)، (Taha et al. , 2022)، (Hoque, 2005).

٣.٣ تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

٣.٣.١ تحليل البيانات

تم استخدام تحليل نمذجة المعادلات الهيكلية، The partial least squares (PLS-SEM)

structural equation، والذي يعتبر ملائماً لنوع هذا النوع ومتغيراته من الدراسات (Henseler, 2017)، كما أشارت الدراسات السابقة إلى ملائمة (PLS-SEM) للأبحاث ذات النماذج المعقدة، مع التركيز على النمذجة التنبؤية (Alshurafat et al., 2021)، أضيف إلى ذلك أن PLS مناسب للاستخدام في الدراسات التي تحتوي على متغير معدل، حيث يتم إنشاء مقاييس ومسارات هيكلية جديدة (Al Shbail et al., 2021)، ومن ثم تم إجراء التحليل باستخدام Smart-PLS statistical software package version 3، وحسب (Hair, et al., 2016)، ودراسة (Ringle et al., 2017) يتم التحليل على مرحلتين: مرحلة تقييم نموذج القياس، ومن ثم مرحلة تقييم النموذج الهيكلي. وفيما يلي توضيح ذلك:

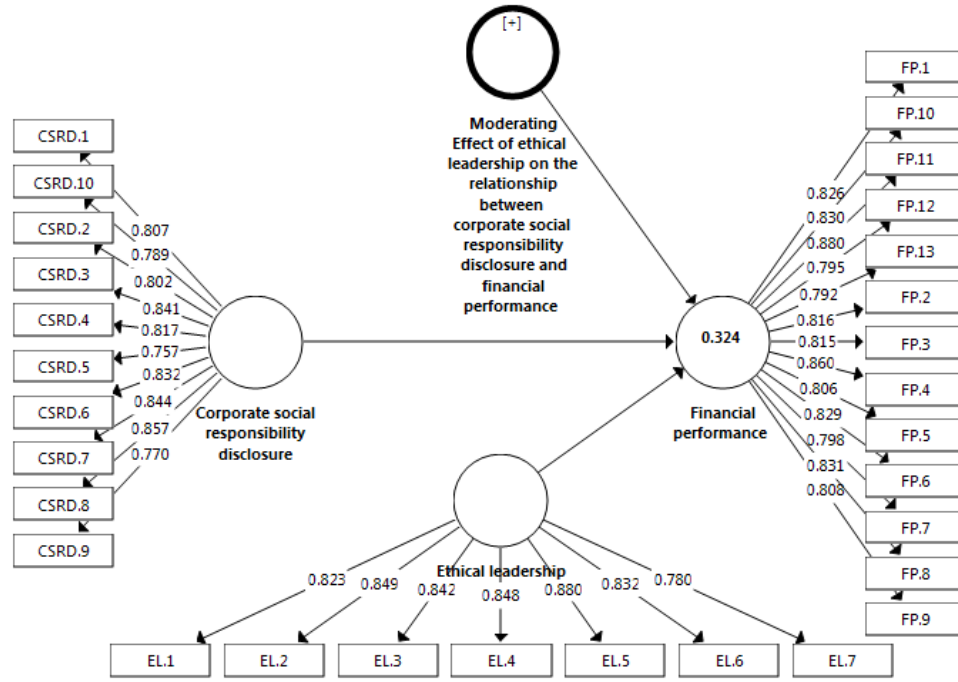
أولاً: تقييم نموذج القياس: Evaluation of Measurement Model

يحتوي النموذج في هذه الدراسة على ثلاثة متغيرات كامنة مع نموذج قياس عاكس لإيجاد تقديرات بين المتغيرات الكامنة والظاهرة، حيث قيمت هذه الدراسة نموذج القياس (النموذج الخارجي) من خلال ملاحظة تحميل عامل عنصر القياس الفردي (Factor loading) لهذه المتغيرات (لتوضيح مدى انتساب الفقرة إلى كل متغير من أداة القياس)، حيث واستناداً لدراسة Hair et. al. 2016 يتم استبعاد أي عنصر من عناصر القياس الفردية التي تقل قيمتها عن 0.70. كما تم اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) وذلك لقياس مدى التناسق في إجابات المبحوثين على كل الأسئلة الموجودة في المقياس، حيث إن القيم إذا كانت (70%) وما فوق تكون مقبولة (Sekaran, 2015). كذلك تم اختبار قيم موثوقيتها المركبة (CR) مع متوسط التباين المفسر (AVE) لتأكيد الصلاحية المتقاربة (Hair et al., 2017). علاوة على ذلك، تم تأكيد صلاحية نموذج البحث من خلال استخدام معيار Fornell and Larcker (1981)، ونسبة الارتباطات غير المتجانسة (HTMT)، كما هو مقترح في الأدبيات السابقة (على سبيل المثال، Henseler et al., 2015). والجدول رقم (1)، والشكل رقم (1) نتائج تقييم نموذج القياس.

الجدول رقم (١)

نموذج القياس

Construct	Code	Loadings	VIF	CA	CR	AVE
Disclosure of corporate social responsibility	CSR.D.1	0.807	2.723	0.943	0.951	0.660
	CSR.D.2	0.802	2.952			
	CSR.D.3	0.841	3.023			
	CSR.D.4	0.817	2.339			
	CSR.D.5	0.757	2.963			
	CSR.D.6	0.832	2.469			
	CSR.D.7	0.844	2.863			
	CSR.D.8	0.857	3.073			
	CSR.D.9	0.770	2.464			
	CSR.D.10	0.798	2.499			
Ethical leadership	EL.1	0.823	2.840	0.929	0.942	0.700
	EL.2	0.849	3.054			
	EL.3	0.842	2.220			
	EL.4	0.848	2.185			
	EL.5	0.880	2.227			
	EL.6	0.832	2.388			
	EL.7	0.780	2.109			
Financial performance	FP.1	0.826	1.946	0.960	0.964	0.676
	FP.2	0.816	1.580			
	FP.3	0.815	2.469			
	FP.4	0.860	3.049			
	FP.5	0.806	2.705			
	FP.6	0.829	2.538			
	FP.7	0.798	1.714			
	FP.8	0.831	2.231			
	FP.9	0.808	2.975			
	FP.10	0.830	1.873			
	FP.11	0.880	2.153			
	FP.12	0.795	2.202			
	FP.13	0.792	2.491			



الشكل رقم (١) نتائج تقييم نموذج القياس

يوضح الجدول رقم (١)، والشكل رقم (١) أن نتائج جميع قيم التحميل (Factor loading) كانت أكبر من ٧٠% لذلك لم يتم استبعاد أي عنصر من العناصر الفردية، بالإضافة إلى ذلك، تشير نتائج التحليل إلى مستوى جيد من الاتساق الداخلي، حيث تتجاوز قيم (Cronbach Alpha) و (CR) حاجز (٠.٧٠) إذ تراوحت قيم (Cronbach Alpha) بين (0.929- 0.960) وأيضاً تراوحت قيم (CR) بين (0.942- 0.964)، وهذا يدل على تمتع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثابت عالٍ وبقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة، علاوة على ذلك، فإن قيم متوسط التباين المفسر (AVE) لمتغيرات الدراسة قد تجاوزت ٥٠% لجميع متغيرات الدراسة وهذا يدعم صحة القياس (Hair et al., 2017)، حيث كانت قيم متوسط التباين المفسر (AVE) لمتغير لقيادة الأخلاقية

(0.700)، وللإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية (0.660)، أمّا لمتغير الأداء المالي فكانت (0.676) مما يشير إلى صلاحية النموذج. كذلك تم تأكيد صحة التمايز (Discriminate Validity) لنموذج البحث من خلال استخدام معيار (Fornell & Larcker, 1981)، ونسبة الارتباطات غير المتجانسة (HTMT) كما هو مقترح في الأدبيات السابقة (Henseler et al., 2015)، حيث أشار Hair et al., 2016 بأن قيمة HTMT يجب أن تكون أقل من 0.85 وهذا الاختبار يستخدم للكشف عن عدم وجود علاقة خطية متعددة بين المتغيرات، حيث يبين الجدول (٢) أن جميع قيم HTMT كانت أقل من (0.85). كما يتضح من الجدولين رقم (٢ و ٣) جذور AVE التريبعية للتركيبات الكامنة، حيث كانت القيم أكبر من ارتباطات المتغير الكامن المقابل (Fornell & Larcker, 1981)، مع بقاء قيم نسبة HTMT أقل من (0.85) مما يشير إلى وجود صلاحية نموذج البحث. بعد التحقق من صلاحية وموثوقية نموذج القياس تم تحليل النموذج البنائي كخطوة تالية، ووفقاً لتوصيات (Benitez et al, 2020) تم تحليل ملائمة النموذج باستخدام متوسط الجذر التربيعي للباقي المعيارية (SRMR)، وكما يتضح في الجدول رقم (٣) كانت القيمة التي تم الحصول عليها (0.061) وهي أقل من (0.08)، مما يدل على ملائمة نموذج الدراسة.

الجدول رقم (٢)

صحة التمايز على أساس معيار Fornell-Larcker

Construct	1	2	3
Corporate social responsibility disclosure	0.812		
Ethical leadership	0.697	0.837	
Financial performance	0.544	0.435	0.822

الجدول رقم (٣)

صحة التمايز على أساس معيار HTMT

Construct	1	2	3
Corporate social responsibility disclosure	-		
Ethical leadership	0.758	-	
Financial performance	0.547	0.441	-

SRMR composite model = 0.061

ثانياً: تقييم النموذج البنائي (الهيكلية): Evaluation of structure Model

من خلال نموذج القياس السابق تأكد الباحثون من موثوقية بناء نموذج هذه الدراسة وصلاحيته، والخطوة التالية هي تقييم النموذج البنائي، ولكن قبل التقييم يجب فحص العلاقة الخطية المتداخلة بين المتغيرات من خلال تقييم عامل تضخم التباين (VIF)، حيث إن اختبار العلاقة الخطية المتداخلة ضروري في هذه الدراسة، لأن تحليل الاعتدال يتضمن أكثر من بناء واحد يتنبأ بمتغير آخر، ووفقاً لما اقترحه Diamantopoulos & Siguaw (2006) يجب أن تكون قيمة VIF أقل من (٣.٣) لتأكيد عدم وجود علاقة خطية متداخلة، وكما هو مبين في الجدول رقم (١)، كانت جميع قيم (VIF) أقل من (٣.٣) وبالتالي، لم تكن هناك مشكلة علاقة خطية متداخلة.

٣.٣.٢ اختبار الفرضيات: Hypotheses Test

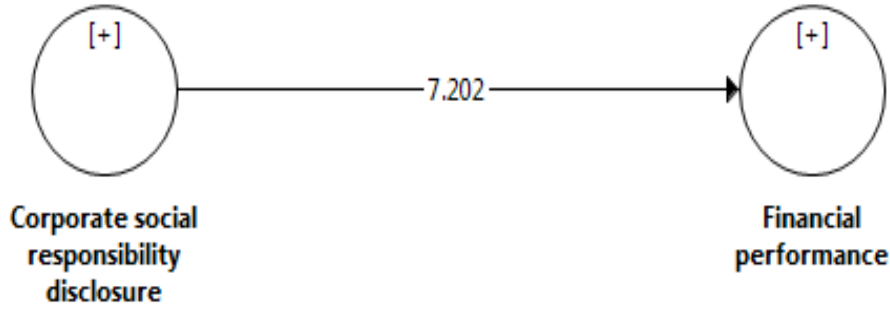
تم استخدام تحليل نموذج المعادلة الهيكلية (PLS-SEM) لاختبار فرضيات الدراسة، حيث تبين نتائج اختبار الفرضيات أن جميع معاملات الانحدار للنموذج البنائي كانت ذات دلالة إحصائية كما هو مبين في الجدول رقم (٤)، حيث تم تقييم الصلة (العلاقة) التنبؤية والعلاقات بين التركيبات، وقوة النموذج الهيكلية وجودته من خلال حساب معامل التحديد (R^2) ومؤشر العلاقة التنبؤية (Q^2)، فكما هو مبين في الجدول رقم (٤) كانت قيمة معامل التحديد R^2 (0.324) والتي اعتبرت معتدلة بناءً على (Hair et al, 20017)، إضافة إلى ذلك بلغ مؤشر العلاقة التنبؤية Q^2 بشكل فعال كمياري للتنبؤ حيث بلغ (٠.٢٢٧) وهي أكبر من صفر، وبالتالي، فإن المتغير الخارجي للدراسة له علاقة تنبؤية بمتغيرها الداخلي (Hair et al., ٢٠١٧).

الجدول رقم (٤)
معاملات الانحدار

Structural path	β and t-values	Conclusion	f^2	R^2	Q^2
H1: Corporate social responsibility disclosure - >Financial performance	0.543 (7.202)	Supported	0.207	0.324	0.227
H2: Ethical leadership moderates relationship between Corporate social responsibility disclosure and Financial performance	0.759 (14.116)	Supported			

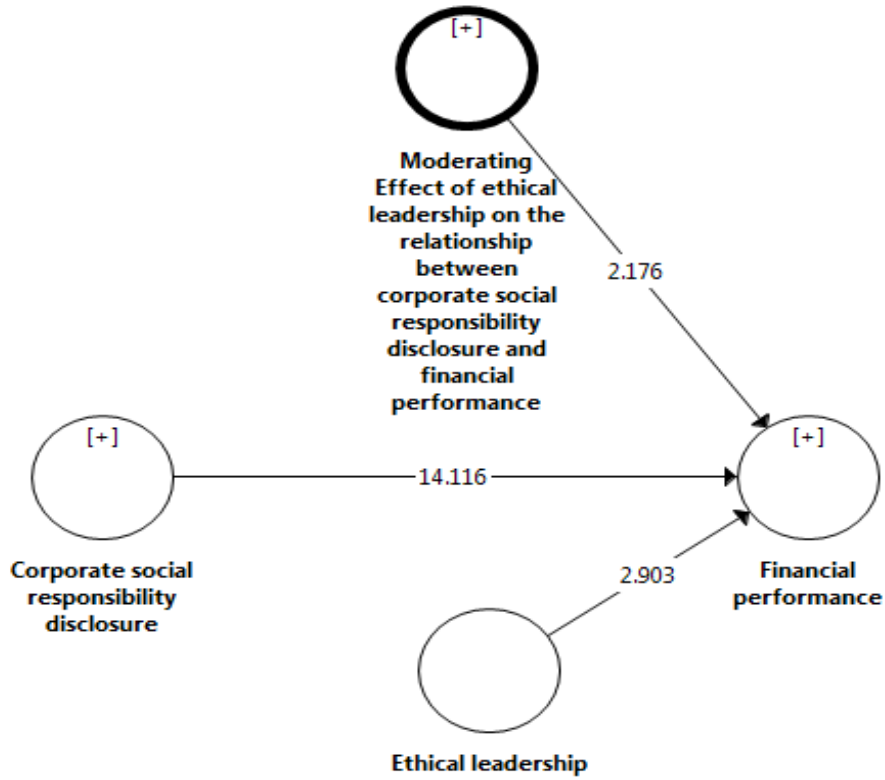
وفيما يلي يتم عرض نتائج فرضيات الدراسة:

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.05$) للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية. لاختبار الفرضية الأولى تم تطبيق اختبار Bootstrapping على النموذج، كما تم استخدام الإجراء غير المعياري (٥٠٠٠ إعادة عينة) لإنتاج قيم t والأخطاء المعيارية لاستخدامهما في تقييم أهمية معاملات المسار في نموذج PLS حيث يتضح من الجدول رقم (٤) والشكل رقم (٢) أن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية يؤثر بشكل إيجابي على الأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، حيث بلغت قيمة T (7.202) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.000)؛ إذ بلغت قيمة B (0.543)، لذا نقبل الفرضية الأولى التي تنص على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.05$) للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية".



الشكل رقم (٢): اختبار الدلالة دون المتغير المعدل

H2: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.05$) للقيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، لاختبار الفرضية الثانية تم استخدام أسلوب من مرحلتين في تحليل الاعتدال، يولد هذا الأسلوب شروط التفاعل بين المتغيرات (دخول المتغير المعدل) مع قوة إحصائية أعلى من تلك الناتجة عن العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع دون وجود المتغير المعدل، حيث تظهر نتائج تأثير التفاعل في التغير الكبير في قيمة (T) و (B) عند استخدام المتغير المعدل (القيادة الأخلاقية) في العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع، حيث يبين الجدول رقم (٤)، والشكل رقم (٣) هذا التأثير، فكما هو موضح كان تأثير التفاعل دخول المتغير المعدل (القيادة الأخلاقية) بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي مهماً وإيجابياً، هذا يعني أن متغير القيادة الأخلاقية يعتبر متغيراً مهماً بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي، حيث يظهر من الجدول رقم (٤) بأن قيمة T قد بلغت (14.116) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.000)؛ إذ بلغت قيمة B (0.759)، لذا نقبل الفرضية الثانية التي تنص على أنه " يوجد أثر إيجابي مهم ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($P \leq 0.05$) للقيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية".



الشكل رقم (٣): اختبار الدلالة مع المتغير المعدل

مناقشة نتائج الدراسة:

أشارت نتائج هذه الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية؛ حيث يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية تقصح في عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية رغبةً منها في تحسين أدائها المالي الذي تسعى له، حيث إنه تبين هذه الشركات تقوم بالإفصاح بشكل كبير

عن البنود المتعلقة بتنمية العاملين والمساهمات العامة، كذلك الإفصاح عن الأنشطة المتعلقة بجودة المنتج، وبشكل أقل عن الإفصاح عن الأنشطة المتعلقة بحماية البيئة، كل بينت النتائج بأن الشركات الصناعية الأردنية تركز على الأنشطة الاجتماعية التي تهتم أصحاب المصالح وتلبي رغباتهم، مما انعكس إيجاباً على أدائها المالي من خلال تحسين مؤشرات العائد على الأصول والعائد على الملكية ومؤشرات الأداء المالي الأخرى، حيث إن نجاح هذه الشركات وتعزيز أدائها يعتمد إلى حد كبير على قدرتها على تلبية متطلبات أصحاب المصالح، وهذا يتماشى مع نظرية أصحاب المصالح، حيث أكد (Nekhili et. al, 2017) بأن نظرية أصحاب المصلحة توفر إطاراً قوياً للعلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية وأداء المنظمات، كما تتوافق مع نظرية الإشارة التي تحدد انعكاسات الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية على تحسين مؤشرات الأداء المالي التي تسعى لها هذه الشركات. تتفق نتيجة هذه الفرضية من نتائج الدراسات السابقة لكل من: الحسن (٢٠١٣)، عمر وآخرون (٢٠١٤)، النامس (٢٠١٥)، خليف وآخرون (٢٠١٥)، (العامري والعذاري، ٢٠١٧)، (الجرد، ٢٠٢٠) كذلك دراسة كل من:

(Shruti, 2014), (DeKalai and Sbais, 2019), (Aula & Sumiyati, 2022), (Hang & Nagos, 2018), (Saleh & Zulkifli, 2010), (Wang et. al, 2016), (Thuy et al, 2021). كما تختلف هذه النتيجة التي تمّ التوصل لها في هذه الدراسة مع النتائج التي توصل لها (Riyadh et. al, 2019) والتي أشارت إلى عدم وجود علاقة بين كل من الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء، وتختلف أيضاً عن نتائج الدراسات السابقة التي أكدت وجود أثر سلبي بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء كالدراسات التي أجراها كل من (Nguyen, et.al, 2022)، (Zreقات et. al, 2021).

أمّا فيما يخص نتائج الفرضية الثانية فقد أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن المتغير المعدل (القيادة الأخلاقية) كان له أثر إيجابي مهم في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، حيث يمكن تفسير هذا الأثر بأن القيادة الأخلاقية في الشركات الصناعية الأردنية تؤثر بشكل كبير ومهم في الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية مما ينعكس إيجاباً على الأداء المالي الذي تسعى هذه الشركات إلى تحسينه وتعزيزه باستمرار، ويكون ذلك من خلال اهتمام القادة في هذه الشركات على الإفصاح عن جميع ما

يتعلق بأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تعكس بدقة أنشطة هذه الشركات، وذلك لتجنب تضليل أصحاب المصلحة وتعزيز ثقتهم وبناء السمعة الإيجابية لهذه الشركات الأمر الذي ينعكس إيجاباً على تحسين مؤشرات الأداء المالي لها، وهذا يتفق مع ما أكدته (Kim & Lee, 2016)، كما تتفق مع ما توصل له (Butt, et al., 2022)، حيث تعتبر القيادة الأخلاقية مهمة للإفصاح الفعال عن المسؤولية الاجتماعية للشركات لأنها تعزز الشفافية والمساءلة، وتبني الثقة مع أصحاب المصلحة، وتساعد على تحسين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات مما ينعكس بشكل إيجابي على الميزة التنافسية وقيمة الشركة وتعزيز الأداء المالي الذي تسعى له.

تتفق نتيجة هذه الفرضية مع نتائج دراسة (Tsang & Yang, 2012) التي أكدت بأن الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية للمنظمات قد يكون مفيداً بقدر ما يمكن أن تؤثر مبادرات المسؤولية الاجتماعية على قيمة المنظمة وأدائها، كما تتفق مع دراسة (Kim, et.al, 2021) التي أشارت بأن القيادة الأخلاقية تعتبر نموذجاً يعزز الشفافية والمساءلة في المنظمات مما يؤدي إلى زيادة وتحسين الإفصاح عن معلومات المسؤولية الاجتماعية، وهذا بدوره يمكن أن يعزز سمعة الشركة ومصداقيتها، مما يؤثر بشكل إيجابي على أدائها المالي.

التوصيات والدراسات المستقبلية:

بناء على نتائج هذه الدراسة يوصي الباحثون إدارات الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية بتعزيز الإفصاح عن أنشطة المسؤولية الاجتماعية الخاصة بحماية البيئة، كذلك ضرورة أن تقوم إدارة الشركات بالحفاظ على العلاقات الإيجابية مع المرؤوسين وجميع العاملين فيها، علاوة على ذلك يوصي الباحثون إدارات هذه الشركات في زيادة تحفيز الموظفين ومشاركتهم وذلك لتحسين الأداء والإنتاجية التي تسعى لها.

أضف إلى ذلك يوصي الباحثون إجراء المزيد من الدراسات حول أثر القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في قطاعات أخرى ومقارنة نتائجها مع نتائج هذه الدراسة، كما نوصي بعمل دراسات أخرى للتعرف على أثر القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء الكلي للشركات (المالي وغير المالي)، كذلك إجراء

دراسات للتعرف على أثر القيادة الأخلاقية على متغيرات أخرى، مثل أثر القيادة الأخلاقية في العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والميزة التنافسية في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، وأخيراً يوصي الباحثون بدراسة عوامل أخرى يمكن أن تؤثر على العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي على سبيل المثال وليس الحصر دراسة اثر الثقافة التنظيمية أو الحاكمية المؤسسية على العلاقة بين الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية والأداء المالي في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

- بني عيسى، إيمان والعطاري، عارف (٢٠١٩) أنماط سلوك القادة كما يدركها أعضاء هيئة التدريس في جامعات شمال الأردن وصلتها ببعض المتغيرات، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، المجلد، ١٠، عدد ٢٧.
- الجرد، رشا بشير (٢٠٢٠) أثر الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية في الأداء المالي للشركة (دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية)، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد ٣٦، عدد ١، ص ٥١-٩٨.
- حواطي، ربيحة (٢٠٢١)، دور القيادة الإدارية في تطبيق المسؤولية الاجتماعية في منظمات الأعمال، أطروحة دكتوراة، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر.
- الزعبي، محمد عمر والبطاينة، محمد تركي (٢٠١٤)، القيادة الإدارية، دار وائل للنشر، الأردن.
- شهير، عدلان ولحو، طيوش (٢٠٢٠) أثر الأنماط القيادية على أداء الموظفين الإداريين - دراسة ميدانية على بلدية وجانا، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، الجزائر.
- صالح، ماهر، وتجيل، علي، ومحمود، محمد (٢٠٢١). الإفصاح المحاسبي عن المسؤولية الاجتماعية وتأثيرها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة: (بحث تطبيقي في الشركة العامة للصناعات الغذائية - معمل ألبان الديوانية). مجلة دراسات محاسبية ومالية، ١٦(٥٥)، ٢٠١-٢٢٠.

- العامري، سعود جايد مشكور والعداري، محمد عامر راهي (٢٠٢٠) المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الأداء المالي للشركات الصناعية: دراسة تطبيقية في الشركة العامة للاسمنت الجنوبية. مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والإدارية والمالية، مج. ١٢، ع. ٤، ص ص. ٤٣٥-٤٥٨.
- عمر، بلال، وزلوم، نضال، والشعار، إسحق (٢٠١٤)، أثر الإفصاح عن محاسبة المسؤولية الاجتماعية على الأداء المالي للشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، مجلة دراسات للعلوم الإدارية، مجلد ٤١، عدد ٢، ص ٢٤٠-٢٥٨.
- مزهودة، نور الدين وقرزة، أسمهان (٢٠١٧) أثر أنماط القيادة الإدارية على ممارسة سلوكيات المواطنة التنظيمية من وجهة نظر الأفراد العاملين في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد السادس، الجزائر.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- Al Shbail, M. O., Alshurafat, H., Ananzeh, H., & Al-Msiedeem, J. M. (2022). Dataset of Factors affecting online cheating by accounting students: The relevance of social factors and the fraud triangle model factors. *Data in Brief*, 40, 107732.
- Alshurafat, H., Al Shbail, M. O., Masadeh, W. M., Dahmash, F., & Al-Msiedeem, J. M. (2021). Factors affecting online accounting education during the COVID-19 pandemic: An integrated perspective of social capital theory, the theory of reasoned action and the technology acceptance model. *Education and Information Technologies*, 26(6), 6995-7013.
- Al-Mawali, H. (2015). Strategic Management Accounting Usage, Environmental Uncertainty and Organizational Performance. *European Journal of Business and Management*, 7(18), 219- 226
- Angus-Leppan, T., Metcalf, L., & Benn, S. (2010). Leadership styles and CSR practice: An examination of sensemaking, institutional drivers and CSR leadership. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 189-213.

- Aula, R., & Sumiyati, S. (2022). Mai. MU (2022). The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on the Performance of Islamic Banks in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(1), 93-107.
- Bae, J., & Lawler, J. J. (2000). Organizational and HRM strategies in Korea: Impact on firm performance in an emerging economy. *Academy of management journal*, 43(3), 502-517.
- Babalola, M. T., Stouten, J., & Euwema, M. (2016). Frequent change and turnover intention: The moderating role of ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 134, 311-322.
- Benitez, J., Henseler, J., Castillo, A., and Schuberth, F. (2020) 'How to perform and report an impactful analysis using partial least squares: Guidelines for confirmatory and explanatory IS research,' *Information & management*, Vol. 57, No. 2, pp. 103168.
- Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational behavior and human decision processes*, 97(2), 117-134.
- Bull, M., & Ridley-Duff, R. (2019). Towards an appreciation of ethics in social enterprise business models. *Journal of Business Ethics*, 159, 619-634.
- Butt, S., Mubeen, I., & Ahmed, A. (2022). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance: Moderating role of Ethical Leadership and Social Capital. *JISR management and social sciences & economics*, 20(1), 165-186.
- Butt, A., Butt, A., & Ayaz, M. (2016). Impact of ethical leadership on organizational performance and mediating role of corporate social responsibility: Evidence from banking sector of Pakistan. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 5(6).
- Chen, C. H. (2022). The mediating effect of corporate culture on the relationship between business model innovation and corporate social responsibility: A perspective from small-and medium-sized enterprises. *Asia Pacific Management Review*, 27(4), 312-319.
- Chen, Y. R. R., & Hung-Baesecke, C. J. F. (2014). Examining the internal aspect of corporate social responsibility (CSR): Leader behavior and

- employee CSR participation. *Communication research reports*, 31(2), 210-220.
- Chiu, R. K., & Chan, D. K. (2015). Ethical leadership, employee job satisfaction, and organizational financial performance. *Journal of Business Ethics*, 124(2), 279-290.
 - De Klerk, M., De Villiers, C., & Van Staden, C. (2015). The influence of corporate social responsibility disclosure on share prices: Evidence from the United Kingdom. *Pacific Accounting Review*.
 - Diamantopoulos, A., & Sigauw, J. A. (2006). Formative versus reflective indicators in organizational measure development: A comparison and empirical illustration. *British journal of management*, 17(4), 263-282.
 - Ejaz, T., Anjum, Z. U. Z., Rasheed, M., Waqas, M., & Hameed, A. A. (2022). Impact of ethical leadership on employee well-being: the mediating role of job satisfaction and employee voice. *Middle East Journal of Management*, 9(3), 310-331.
 - Fornell&Larcker (1981) Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39–50.
 - Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks, CA: Sage.
 - Henderson, J. C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 228-239.
 - Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135.
 - Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. In R. R. Sinkovics & P. N. Ghauri (Eds.), *Advances in international marketing* (pp. 277–320). Bingley: Emerald.

- Hoque, Z. (2005). Linking environmental uncertainty to non-financial performance measures and performance: a research note. *The British Accounting Review*, 37(4), 471-481.
- Huselid, M. A. (1995). The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance. *Academy of management journal*, 38(3), 635-672.
- Isa, S. M., &Loke, C. K. (2019). Effect of Ethical Leadership of Company's CSR on Employee CSR Engagement in the Era of Digital Industry Revolution. *KnE Social Sciences*, 666-686.
- Kalai, L., &Sbais, Y. (2019). The impact of corporate social responsibility disclosure in terms of quantity and quality on the financial performance of companies in Tunisia. *International Review of Management and Marketing*, 9(3), 9-18.
- Kalshoven, K., Den Hartog, D. N., & De Hoogh, A. H. (2011). Ethical leadership at work questionnaire (ELW): Development and validation of a multidimensional measure. *The leadership quarterly*, 22(1), 51-69.
- Keskes, I. (2014). Relationship between leadership styles and dimensions of employee organizational commitment: A critical review and discussion of future directions. *Intangible Capital*, 10(1), 26-51.
- Kim, B. J., Kim, M. J., & Kim, T. H. (2021). "The power of ethical leadership": The influence of corporate social responsibility on creativity, the mediating function of psychological safety, and the moderating role of ethical leadership. *International journal of environmental research and public health*, 18(6), 2968.
- Kim, T. Y., & Lee, J. Y. (2016). The moderating effect of ethical leadership on the relationship between ethical climate and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 133(3), 447-460.
- Lamia Kalai&YosrSbais, 2019. "The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure in Terms of Quantity and Quality on the Financial Performance of Companies in Tunisia," *International Review of Management and Marketing*, Econjournals, vol. 9(3), pages 9-18.

- Malik, M. S., & Kanwal, L. (2018). Impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance: case study of listed pharmaceutical firms of Pakistan. *Journal of Business Ethics*, 150, 69-78.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of management review*, 26(1), 117-127.
- Nauman, R., & Qamar, A. (2018). The impact of ethical leadership on employee productivity. *Journal of Management and Human Resource (JMHR)*, 1, 66-84.
- Nekhili, M., Nagati, H., Chtioui, T., & Rebolledo, C. (2017). Corporate social responsibility disclosure and market value: Family versus nonfamily firms. *Journal of Business Research*, 77, 41-52.
- Nguyen, C. T., Nguyen, L. T., & Nguyen, N. Q. (2022). Corporate social responsibility and financial performance: The case in Vietnam. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2075600.
- Nunnally, J. C., and I. H. Bernstein. 1994. The assessment of reliability. *Psychometric Theory* 3 (1):248-92.
- Philipp, B. L., & Lopez, P. D. J. (2013). The moderating role of ethical leadership: Investigating relationships among employee psychological contracts, commitment, and citizenship behavior. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20(3), 304-315.
- Platonova, E., Asutay, M., Dixon, R., & Mohammad, S. (2018). The impact of corporate social responsibility disclosure on financial performance: Evidence from the GCC Islamic banking sector. *Journal of Business Ethics*, 151, 451-471.
- Qi, L. & Chen, Y. (2017). Ethical leadership, corporate social responsibility, and firm financial performance: A moderated mediation model. *Journal of Business Ethics*, 141(4), 623-639.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2017). SmartPLS 3. Bönningstedt: SmartPLS
- Riyadh, H. A., Sukoharsono, E. G., & Alfaiza, S. A. (2019). The impact of corporate social responsibility disclosure and board characteristics on corporate performance. *Cogent Business & Management*, 6(1), 1647917.

- Saleh, M., Zulkifli, N., & Muhamad, R. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 25(6), 591-613.
- Shin, Y., Sung, S. Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2015). Top management ethical leadership and firm performance: Mediating role of ethical and procedural justice climate. *Journal of business ethics*, 129, 43-57.
- Shruti, S. (2014). Impact of corporate social responsibility disclosure on the financial performance of firms in the UK. *Department of Business Administration-Financial Management, Faculty of School of Management and Governance, University of Twente, Netherland*.
- Skansi, D. (2000). Relation of managerial efficiency and leadership styles–empirical study in Hrvatskaelektroprivreda dd. *Management: journal of contemporary management issues*, 5(2), 51-67.
- Taha, N., Alshurafat, H., & Al Shbail, M. O. (2022). The impact of different intellectual capital dimensions on banks operational and financial performance. In *Explore Business, Technology Opportunities and Challenges After the Covid-19 Pandemic* (pp. 946-956). Cham: Springer International Publishing
- Thuy, C. T. M., Khuong, N. V., Canh, N. T., & Liem, N. T. (2022). The mediating effect of stock price crash risk on the relationship between corporate social responsibility and cost of equity moderated by state ownership: Moderated-mediation analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1384-1395.
- Wang, Q., Dou, J., & Jia, S. (2016). A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: The moderating effect of contextual factors. *Business & society*, 55(8), 1083-1121.
- Zraqat, O., zureigat, Q., Al-Rawashdeh, H. A., Okour, S. M., Hussien, L. F., & Al-Bawab, A. A. (2021). The effect of corporate social responsibility disclosure on market performance: Evidence from Jordan. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(8), 453-463.

The Mediating Effect of Tourists' Satisfaction on the Relationship Between Destination Image and Tourists' Loyalty: A Study of Selected Archaeological Sites of Jordan

Atalla Fahed Al-Sarhan^{(1)*}

Abdelfattah M. Al-Azzam⁽²⁾

(1) Assistant Prof., Department of Business Administration, Al al-Bayt University, Mafrq - Jordan.

(2) Assistant Prof., Department of Business Administration, Al al-Bayt University, Mafrq - Jordan.

Received: 14/03/2023

Accepted: 14/05/2023

Published: 29/06/2023

* *Corresponding Author:*
satallaserhan2006@gmail.com

Abstract

Tourism has become an essential sector for the economy of many countries. The tourism industry in Jordan has been rapidly developing due to its unique and remarkable assets, such as Petra, the Dead Sea, and Mount Nebo. This study aimed to investigate the mediating effect of tourists' satisfaction on the relationship between destination image and tourists' loyalty in selected archaeological sites of Jordan. A conceptual model was developed based on previous empirical studies, and data were collected by distributing questionnaires to a random sample of 380 tourists who visited archaeological sites in Jordan specifically: Petra, mount Nebo, The Dead Sea and The Baptismal site. The findings of this study revealed that destination image had a significant impact on tourists' satisfaction and

loyalty. Moreover, tourists' satisfaction mediated the relationship between destination image and tourists' loyalty. The study also found that tourists' satisfaction had a significant impact on their loyalty towards the archaeological sites. These findings suggest that enhancing the destination image and improving tourists' satisfaction can lead to increased loyalty towards archaeological sites in Jordan. The study provides valuable insights for managers of archaeological sites to develop effective strategies for improving the tourism industry in Jordan, the most important of which is to focus on developing the destination image through promoting the unique historical aspects for the archaeological sites, as well as increasing the marketing efforts toward them, and creating a digital map for archaeological sites that would help tourists to explore and access these sites easily, in addition to improving the quality of services, facilities and infrastructure to meet the expectations of tourists and enhance their satisfaction.

Keywords: Destination Image, Tourists, Satisfaction, Loyalty, Tourist places, Jordan.

التأثير الوسيط لرضا السائحين على العلاقة بين صورة الوجهة وولاء السياح: دراسة مواقع أثرية مختارة في الأردن

عطاالله فهد السرحان^(١) عبد الفتاح محمود العزام^(٢)

(١) أستاذ مساعد، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة آل البيت، المفرق - الأردن.

(٢) أستاذ مساعد، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة آل البيت، المفرق - الأردن.

ملخص

أصبحت السياحة قطاعاً رئيسياً لاقتصاد العديد من البلدان، وشهدت صناعة السياحة في الأردن تطوراً سريعاً نظراً لطبيعة وجهاتها السياحية الفريدة، مثل البتراء والبحر الميت وجبل نيبو. هدفت هذه الدراسة إلى معرفة التأثير الوسيط لرضا السائحين في العلاقة بين صورة الوجهة وولاء السائحين في مواقع أثرية مختارة في الأردن. حيث تم تطوير نموذج مفاهيمي اعتماداً على دراسات تجريبية سابقة. وتم جمع البيانات من خلال توزيع استبانات على عينة عشوائية مكونة من ٣٨٠ سائحاً زاروا المواقع الأثرية في الأردن وبالتحديد: البتراء وجبل نيبو والبحر الميت وموقع المغطس.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أن صورة الوجهة كان لها تأثير كبير على رضا السياح وولائهم. بالإضافة لذلك، توسط رضا السائحين في العلاقة بين صورة الوجهة السياحية وولاء السائحين. كما بينت الدراسة أن رضا السائحين كان له أثر كبير على ولائهم للمواقع الأثرية. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن تحسين صورة الوجهة وتحسين رضا السائحين يمكن أن يؤدي إلى زيادة الولاء تجاه المواقع الأثرية في الأردن. توفر هذه الدراسة توصيات قيمة لمديري المواقع الأثرية لتطوير إستراتيجيات فعالة لتحسين صناعة السياحة في الأردن. من أهمها ضرورة التركيز على تحسين صورة الوجهة من خلال الترويج للجوانب الفريدة والتاريخية للمواقع الأثرية، وزيادة الجهود التسويقية حيالها، وإنشاء خريطة رقمية للمواقع السياحية تساعد السائح على استكشافها والوصول إليها بسهولة، بالإضافة إلى التركيز على تحسين جودة الخدمات والمرافق والبنية التحتية لتلبية توقعات السائحين وتعزيز رضاهم.

الكلمات المفتاحية: صورة الوجهة، السائح، الرضا، الولاء، الأماكن السياحية، الأردن.

1. Introduction:

Tourism has become a significant driver of economic growth and development for many countries worldwide. Jordan is one such country that has been actively promoting its unique and remarkable archaeological sites to attract tourists from all over the world (Toussaint et al, 2016). Jordan has turned into a rich destination

that attracts tourists from all over the world, as a result of attractions such as Petra, the Dead Sea, and Mount Nebo. Tourism is extraordinary compared to other solution for individuals to eliminate their stress and live sound, safe, and agreeable life. It likewise gives a possibility to learning, assists with understanding the living styles of individuals in various pieces of the world and assists with bettering social relations (Raman, 2019). The tourism industry has achieved incredible fame and has become a typical term in each alcove and corner of the world. The tourism industry is considered as a monetary development engine to pull the improvement of different ventures and the by and large economy (Salleh et al, 2013).

The tourism industry is a likewise key mainstay of Jordan's economy. This industry area is viewed as quite possibly the most encouraging in Jordan. Jordan is a rich nation of archeological and social legacy locales and assets (Al Majali, 2012). Tourists rush to the nation to see the famous ancient city of Petra, which was also named one of the New7Wonders of the World in the year 2007. Petra recorded the highest number of tourists in the decade in Jordan. The second most popular tourist sites after Petra in Jordan are Wadi Rum. It was also included in UNESCO World Heritage Site in the year 2011. Furthermore, Mount Nebo where Moses was buried on the mountain, the city of Jerash which is praised as 'the Pompeii of the East' and Dead Sea located on the border between Israel and Jordan; are the famous archaeological sites in Jordan. According to the Ministry of Tourism and Antiquities (MOTA), the travel industry area in Jordan was comparable to about 12.5% of GDP (2019). The third quarter of 2019 additionally enlisted an increase in tourists' appearances by 6.5%. The Central Bank of Jordan's (CBJ) figures uncovered that travel industry in 2019 (third quarter), were equivalent to JD 1,290.7 million (an expansion of 7.7% over same period last year).

Maintaining tourists' satisfaction is very important because it can lead to repeat tourists'. Tourists' satisfaction is directly depending on destination image which means perceptions held by potential tourists about an area. The concept of destination image has recently aroused increased attention from government

because it is the engine to haul the development in the overall economy. It has been one of the key areas of tourism research. However, empirical studies of destination image related to tourists' satisfaction and tourists' loyalty in the context of Jordan have been very limited. Owing these factors, the study was conducted in Jordan as the number of tourists in the country increased significantly. Considering theoretical and contextual gaps on how destination image affects tourists' loyalty, this study made an attempt to test the implications of destination image on tourists' loyalty by collecting primary data through field surveys from the tourists in the year 2021, conducted statistical analysis using regression technique and discussed outcomes of the study.

The independent variable in this study is the destination image. Destination image refers to tourists' perceptions and expectations of a destination based on its reputation, attractiveness, and uniqueness. It is an essential factor in attracting tourists to visit a particular destination. In this study, the destination image of selected archaeological sites in Jordan is investigated as a predictor of tourists' loyalty. The dependent variable in this study is tourists' loyalty towards archaeological sites in Jordan. Tourists' loyalty is defined as their willingness to revisit the same destination and recommend it to others. Loyalty is critical for the sustainability of the tourism industry as it contributes to the continuity of tourist flows and generates positive word-of-mouth marketing. Thus, understanding the factors that influence tourists' loyalty towards archaeological sites in Jordan can help tourism managers and policymakers to develop effective strategies for enhancing visitors' experiences and promoting sustainable tourism development. The intermediate variable in this study is tourists' satisfaction. Tourists' satisfaction is defined as their overall evaluation of their experiences at archaeological sites in Jordan. It is a critical factor that mediates the relationship between destination image and tourists' loyalty. Tourists' satisfaction influences their intention to revisit the same destination and recommend it to others.

This research is divided into five sections: introduction, literature review and hypotheses, research methodology, results and discussions, and conclusion.

2. Literature Review and Hypotheses:

2.1 Research goals:

This research aims to achieve the following goals:

1. Explore the relationship between destination image and tourists' loyalty in selected archaeological sites of Jordan.
2. Identify the factors that contribute to tourists' loyalty in archaeological sites in Jordan.
3. Examine the mediating effect of tourists' satisfaction on the relationship between destination image and tourists' loyalty in selected archaeological sites of Jordan.
4. provide recommendations for improving tourists' loyalty and enhancing the tourism industry in selected archaeological sites of Jordan

2.2 Research problem:

Although the tourism industry in Jordan is developing rapidly due to its unique and fascinating assets, such as Petra and the Dead Sea, there is a need to investigate the effect of destination image on tourist loyalty in selected archaeological sites in Jordan.

The study problem focuses on identifying the mediating effect of tourist satisfaction on the relationship between the image of the tourist destination for the tourist places in Jordan and enhancing the loyalty of tourists after their visit to these archaeological sites.

2.3 The impact of destination image on tourists' satisfaction and tourists' loyalty

Destination image (DI) refers to the expression of all objective knowledge, impressions, prejudice, imaginations, and emotional thoughts an individual or group might have of a specific place. It is the most important component of tourist decision making. It is a subjective term and different researchers used different components to determine destination image. Rajesh (2013) used attractions, accessibility, lodging, dining, and environment, shopping events & activities as the proxy variables for destination image. Furthermore, Andreea (2018) selected comfort and discomfort of the destination, infrastructure and transport, accommodation and food services, and tourist attractions for destination image. The research by

Alcocer and Ruiz (2019) used natural resources, infrastructure, leisure and recreation tourism, culture, history, art, political and economic factors, to measure the destination image.

Al-Ababneh (2013) examined tourists' perceptions towards quality tourism services provided at Petra historical site in Jordan. Information was gathered with the assistance of surveys from 180 tourists. Multiple regression was used to examine the relationship between service quality and tourist satisfaction. The sample included 52% females, 48% males, 45% college education holders, 51% individuals who worked in private area. The author used destination facilities, destination accessibility, destination attractions to measure service quality. Furthermore, the research highlighted that service quality has a positive relationship with tourist satisfaction. It was additionally discovered that tourists in Petra were respectably happy with the degree of the travel industry administrations.

Johann and Anastassova (2014) conducted a survey during 2010 to 2013 on 1212 tourists who spare their summer vacations in Bulgaria. The demographic picture showed that 51% were females and 49% males. The results highlighted a positive and strong correlation among different variables namely standard of rooms, quality of meals provided by hotels, level of customer service, entertainment facilities, and the price charged by hotels. The research found the quality gaps like deficient cleaning, insufficient client support regarding challenges with imparting, hostile mentality towards Polish sightseers, absence of Polish channels on the TV restricted admittance to free Wi-Fi. Furthermore, Aliman et al (2014) conducted the research on 482 tourists visiting Langkawi in 2013. The findings demonstrated that all the three predictors (tourist expectations, perceived quality, and destination image) had positive critical relationships with perceived value and satisfaction. Destination image was the foremost vital antecedent of perceived value and tourist satisfaction. The research suggested incorporating more lifts at the Langkawi air terminal ought, foundation of more open latrines at the sea shores and at the little close by islands; fabricating more reasonable chalets for the low and center pay gatherings of guests; offer moderate bundles for the youthful guests and control the costs of food and private vehicle rentals.

Andreea (2018) examined the impact of destination image on tourists'

satisfaction and loyalty in the context of domestic tourism in Romania on a sample of 205 tourists. The sample included 75% females, 25% males, 39% young people aged 18-21, and 50% have an average education with monthly income around 2,000 RON. The results revealed that variables including destination's comfort, tourist attractions, accommodation and food services have a significant influence on the satisfaction and loyalty of tourists. The author found that the destination's comfort has the greatest among all variables. Moreover, the research conducted by Keni, Oktora, and Wilson (2018) on 150 respondents highlighted a positive and significant impact of destination image and perceived quality on tourists' satisfaction and also on tourists' loyalty.

Alcocer & Ruiz (2019) tried to find out whether the destination image has played any role in tourist satisfaction. The data was collected from 511 tourists visited the archaeological park during the months of April and May 2017. PLS-SEM was applied for analysis. The authors divided destination image into cognitive image, affective image, and overall image. Natural resources, general infrastructure, tourism infrastructure, leisure and recreation tourism, culture, history, and art, political and economic factors, natural environment, political environment were the variables used to measure the destination image. The individual reliability as well as composite reliability was examined before testing of hypotheses. The results using PLS-SEM revealed significant relationship between destination image and tourists' satisfaction. Similarly, another study conducted by Elsayeh (2020) in Egypt including tourists from (Finland, UK, USA, and Egypt) also concluded that destination image has a positive impact on tourists' satisfaction and on tourists' loyalty. The study suggested of developing a strong image of Egypt as a travel destination like Jordan for the development of economy.

2.4 Hypotheses Developed

Based on the literature presented above, the following hypotheses are proposed:

H₁: Destination image has a significant impact on tourists' satisfaction.

H₂: Destination image has a significant impact on tourists' loyalty.

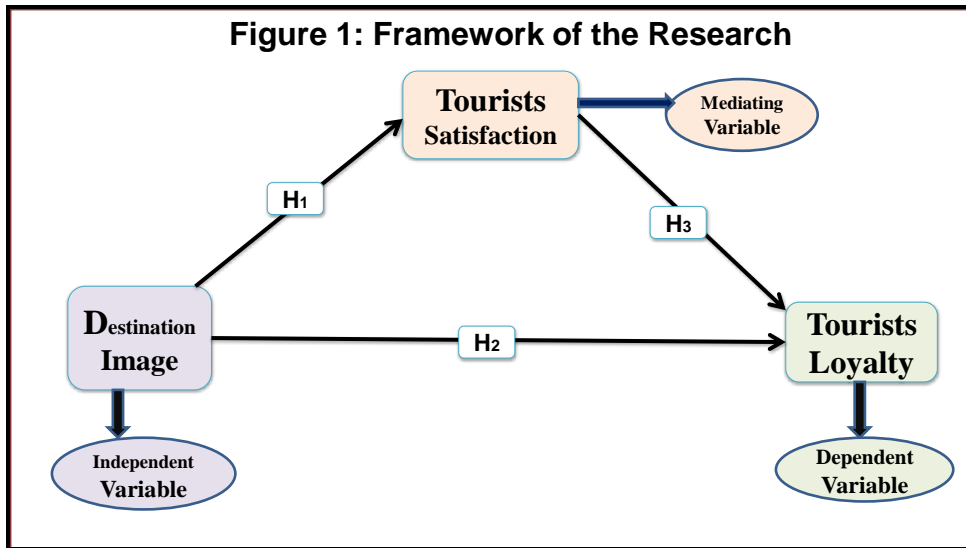
H₃: Tourists' satisfaction has a significant impact on tourists' loyalty.

H₄: The quality of services and facilities in archaeological sites positively influence tourists' satisfaction.

3. Research Methodology:

3.1 Conceptual Framework of the study

The conceptual framework as shown in figure 1 was constructed as per the objectives of the study. Destination image was the independent variable which was measured by five components on the basis of previous empirical research and on the basis of research gap. These include historical and cultural heritages, ambience, accommodation, gastronomy, and prices. The special care was laid that no single factor left behind which was left by previous researchers. Tourists' satisfaction was the mediating variable and tourists' loyalty was the dependent variable.



3.2 Sampling Technique

Random sampling was executed in the research since all tourists have equivalent chance at being including for the sample. The benefit is that the enormous number of respondents can be acquired rapidly and advantageously at lower cost. The necessary number of samples to direct the research was identified

through the formula particularly where large and unknown population.

$$\text{Sample Size} = Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$$

Where, $Z=1.96$; $P=0.5$ (Proportion for unknown Population);

C =margin of error ($0.04=\pm 4\%$)

According to the above formula, 384 should be the required sample size.

3.2 Questionnaire

The current study used a structured questionnaire (see table 2) that was prepared under the expert guidance. It was designed on five-point Likert scale that ranged from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). This method was also used previously by Kim and Kwon (2018), Hung et al. (2021). Twenty-two items (Table 2) were used to measure the aforementioned seven variables. Most of the items were adapted from previous studies and some of them were developed by me. The study was conducted in a single time frame during July 2021 to November, 2021. 500 structured questionnaires were distributed to the tourists visiting selected archaeological sites to get the sample size of 384. However, 420 questionnaires were received back wherein 380 were found reliable for testing hypothesis. Thus, sample size for the study remains 380.

3.3 Characteristics of Sample

Table 1 highlights the demographic profile of the selected respondents. The highest number of respondents (171) was belonging to the age group of 40-55 years. The respondents belong to the age group of 25-40 years were 38%. Only 10% of respondents were more than 55 years. Besides, the study finds 53% males, 47% females, 62% married respondents, and unmarried or single or divorced tourists were 38% only. Moreover, the highest number of respondents was graduates followed by postgraduates and thereafter undergraduates. The questionnaire also asked the nationality of tourists. The highest number of tourists was from European countries and the lowest tourists were from Arab countries. Tourists from American countries stand second. 15% were from Asian countries and 8% were Jordanians.

Table 1: Characteristics of Sample

Attributes		Frequency	Percent
Age (in years)	Less than 25 Years	27	7
	25-40 Years	144	38
	40-55 Years	171	45
	Above 55 Years	38	10
	Total	380	100
Gender (N=340)	Male	201	53
	Female	179	47
	Total	380	100
Marital Status	Married	236	62
	Unmarried/Single	144	38
	Total	380	100
Education	Undergraduates	84	22
	Graduates	144	38
	Postgraduates	95	25
	Others	57	15
	Total	380	100
Nationality	American	95	25
	Europeans	183	48
	Asians	57	15
	Arabs	15	4
	Jordanians	30	8
	Total	380	100

Table 1 provides information about the characteristics of the sample used in the study. It includes demographic variables such as gender, age, education, Marital Status, and nationality. The table also shows the number and percentage of respondents for each category of these variables. This information is essential to understand the profile of the participants and to ensure that the sample is representative of the population being studied.

4. Analysis:

4.1 Alpha Reliability

Table 2 shows the result produced by SPSS after the application of Cronbach alpha. Alpha values on all constructs were greater than 0.6 which are matched with the guidelines issued by Taber (2018). This brought me on the conclusion that data was suitable for testing hypotheses.

Table 2: Alpha Reliability

Variables	Indicator	Alpha
Historical and cultural heritages	You are glad after visiting historical heritages.	0.911
	Cultural heritages overwhelmed you.	0.871
	Festivals and events at the destination impressed you to the core.	0.654
Ambience	The climatic conditions of the destination are most convenient to you.	0.773
	You like the safety and cleanliness of the destination.	0.667
	Local citizens are friendly and polite.	0.634
	There are possibilities of entertainment at the destination.	0.779
Accommodation	There is proper network of stores.	0.792
	There is proper availability of internet services.	0.642
	There is availability of hotels and good quality of rooms.	0.633
Gastronomy	Review of cooking techniques.	0.724
	Food is quite delicious.	0.758
	Local food eating habits and serving style is appreciable.	0.690
Prices	The prices of food and accommodation are reasonable.	0.935
	The prices of transport service are reasonable.	0.768
	You get value for the money.	0.914
Tourists Satisfaction	The overall experience of visiting Jordan is satisfying.	0.754
	I think my decision to visit Petra and other places was a wise one.	0.738
	These places meet most of my expectations.	0.729

Variables	Indicator	Alpha
Tourists Loyalty	I will continue to visit this country.	0.687
	I will recommend this country to others.	0.664
	I will say positive things about this place to others.	0.752

Table 3: Correlation Matrix

	HCH	Ambience	AC	GS	Prices	TS	TL
HCH	1						
Ambience	0.887**	1					
AC	0.796**	0.854**	1				
GS	0.744*	0.767**	0.804**	1			
Prices	0.692**	0.839*	0.711*	0.677**	1		
TS	0.901*	0.857**	0.928*	0.796*	0.844 **	1	
TL	0.822**	0.770*	0.796**	0.823**	0.937*	0.809*	1

Note: HCH: Historical and Cultural Heritages; AC: Accommodation; GS: Gastronomy, TS: Tourists' Satisfaction; TL: Tourists' Loyalty

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

4.3 Correlation Matrix

Table 3 highlights the correlation among dependent and independent variables used in the study. Some of the variables were correlated significantly at 5% and some were significant at 1% confidence level. It was found that none of the variable was insignificant either at 5% or at 1% confidence level. The results were supported the previous findings Jayampathi & Munasinghe (2019) and Alcocer & Ruiz (2020).

Table 4: Multiple Regression Results [H₁ and H₂]

Independent Variables	Dependent Variables					
	Model 1			Model 2		
	Tourists' Satisfaction (TS)			Tourists' Loyalty (TL)		
	β	t-statistics	p	β	t-statistics	p
Historical and cultural heritages (HCH)	0.503	3.457	0.000	0.577	9.745	0.001
Ambience	0.479	5.449	0.001	0.405	1.347	0.000
Accommodation	0.287	6.207	0.000	0.342	7.442	0.002
Gastronomy	0.339	1.499	0.002	0.441	6.085	0.000
Prices	0.279	4.557	0.004	0.366	1.273	0.000
ANOVA (F Value) = 65.745			ANOVA (F Value) = 101.227			
Adjusted R ² =0.521			Adjusted R ² =0.601			
Durbin Watson =1.457			Durbin Watson =1.944			

4.4 Multiple Regression Results [H₁ and H₂]

Table 4 highlights the multiple regression results produced by SPSS related with H₁ and H₂ in simplified manner. The adjusted R square (0.521) indicates that 52% of the variations in the tourists' satisfaction can be predicted from the destination image. The model constructs were also validated (F=65.745; p<0.005). Besides, beta coefficients on HCH (β =0.503), Ambience (β =0.479) accommodation (β =.287) gastronomy (β =0.339) and prices (β =0.279). All beta coefficients were significant to tourist satisfaction. Hence, H₁ is accepted.

Under model 2, the adjusted R square (0.601) indicates that 60% variations in tourists' loyalty can be predicted from the destination image. The model constructs were also validated (F=101.227; p<0.005). Furthermore, the results highlighted that all independent variables of destination image were significantly associated with the tourists' loyalty. HCH (β =0.577), Ambience (β =0.405), accommodation (β =0.342), and gastronomy (β =0.441) and prices (β =0.366). All these were significant to tourist loyalty. Thus, H₂ is accepted. The findings related

with H₁ and H₂ were supported with the previous studies Guzman-Parra et al. (2016); Gim (2018); Herle (2018); Clue (2019); Raman (2019); Hung et al. (2021).

Table 5: Simple Regression [TS and TL]

Model	Adjusted R ²	β	Standard Error	t value	ANOVA F Value	P Value	Result
3	0.722	0.637	0.60987	30.741	112.989	0.000	Accepted

Significant at 5%

4.5 Simple Regression Results [H₃ and H₄]

Table 5 highlights the results of H₃. The adjusted R square (0.722) indicates that 72% variations in tourists' loyalty can be predicted from tourist satisfaction. The model constructs were also validated (F=112.989; p<0.005). Furthermore, tourist satisfaction was significantly associated with tourists' loyalty (β=0.637, p<0.01). Thus, H₃ is accepted. It also proved that tourist satisfaction fully mediates the relationship between destination image and tourists' loyalty. These findings were consistent with the previous studies Alrousan and Abuamoud (2013); Wang et al (2017); Chenini and Touaiti (2018); Kim and Kwon (2018); Kanwel et al (2019); and Huwae et al (2020). And it was found that there is a positive statistical relationship between the effect of the intermediate variable of tourist satisfaction on the relationship between the destination image of the Jordanian tourist places and the quality of services and facilities provided to them and the tourists' satisfaction with these services as an element of the marketing mix that enhances tourist loyalty in the future.

5. Discussion of the results:

The results of the multiple regression analysis indicate that the destination image has a significant impact on both tourists' satisfaction and loyalty. The adjusted R-square values for both models suggest that a significant proportion of the variations in tourists' satisfaction (52%) and loyalty (60%) can be explained

by the destination image. The beta coefficients show that the constructs of HCH, ambience, accommodation, gastronomy, and prices are significant predictors of both tourists' satisfaction and loyalty. These findings support H1 and H2, which suggest that the destination image has a positive effect on both tourists' satisfaction and loyalty. Additionally, the results are consistent with previous studies, which have also found a significant relationship between destination image, tourists' satisfaction, and loyalty. Therefore, the results provide further evidence to support the importance of destination image in shaping tourists' attitudes and behaviors.

the study aimed to investigate the mediating role of tourist satisfaction on the relationship between destination image and tourists' loyalty. The adjusted R square value of 0.722 indicates that 72% of the variation in tourists' loyalty can be predicted from tourist satisfaction. The F-value of 112.989 and p-value of <0.005 indicate that the model constructs were validated. The beta coefficient of 0.637 and p-value of <0.01 show that tourist satisfaction was significantly associated with tourists' loyalty. These results indicate that H3 is accepted, and it proves that tourist satisfaction fully mediates the relationship between destination image and tourists' loyalty.

the findings of the study are consistent with previous studies conducted by Alrousan and Abuamoud, Wang et al., Chenini and Touaiti, Kim and Kwon, Kanwel et al., and Huwae et al. The paragraph further explains that there is a positive statistical relationship between the effect of the intermediate variable of tourist satisfaction and the quality of services and facilities provided to tourists in Jordanian tourist places. This positive relationship enhances tourist loyalty in the future, indicating the importance of considering tourist satisfaction as a crucial element of the marketing mix in enhancing tourist loyalty.

6. Conclusion:

Jordan is a rich nation of archeological and social legacy sites. The tourism industry is a key mainstay of Jordan's economy. Tourism is considered as an economic growth engine to haul the development of other industries and the

overall economy. Due to the importance of tourism, the present research was conducted to examine the impact of destination image on tourists' loyalty by using tourists' satisfaction as the mediating variable. A conceptual model was created based on past empirical studies to explore the relationship between destination image and tourists' loyalty. The model considers historical and cultural heritages, ambience (environment), gastronomy, and prices to quantify destination image. Tourists' satisfaction was used as the mediating variable whereas tourists' loyalty was the dependent variable. A structured questionnaire consisted of 22 statements was used to collect primary data. Besides, the collected data was tabulated and transferred from Microsoft Excel to Statistical Package for Social Science (SPSS) to apply regression to test the hypotheses. The study developed three hypotheses. All the hypotheses were accepted which portrays the significant impact of destination image on tourist satisfaction as well as on tourists' loyalty. It was also proved that tourist satisfaction played a mediating role in tourist loyalty.

With regards to previous studies, there has been insufficient empirical research testing how destination image can impact tourists' satisfaction and tourists' loyalty. This study will contribute to a better understanding of the implications of destination image in the tourism industry and fill research gaps accordingly. Satisfied and happy tourists have strong propensities to become loyal and be more willing to revisit and recommend it to their family, relatives, and friends. It is very necessary for hotels, transport providers, to satisfy more tourists' needs, and make them not only satisfied but also happy to encourage loyalty. Consequently, by maintaining these loyal customers, government can bring much optimism to the sustainable tourism economy, mainly in terms of income, GDP, generation of employment, and economic growth.

7. Limitations and directions for future research

- A. This study depends on information gathered through field survey from 380 visitors. Structured questionnaires were used to gather the reactions of tourists' during the year 2021. Lack of cooperation in filling out the questionnaires by tourists' and biasness with respect to researcher may make variety in outcomes. Therefore, future research ought to be conducted with enormous

sample size.

- B. The research has considered famous archaeological sites in Jordan only. New research should include some other archaeological sites or similar study might be conducted in other Middle East countries.
- C. Regression technique was used for analyzing the impact of study variables. PLS-SEM might be used for the upcoming research by including some more variables like tourists motivation.
- D. Random sampling was used for selecting 380 tourists, although it might not able to represent the whole population. It means scholars in the future might use some another sampling technique.

8. Research recommendations:

Based on the results of this study, this study recommends several recommendations to improve the loyalty of tourists and enhance the tourism industry. **Firstly**, there is a need to focus on improving the image of the destination by promoting the unique and historical aspects of the archaeological sites, increasing marketing efforts, and creating a digital map of the tourist sites that helps the tourist to explore and access tourist sites easily.

Secondly, managers should focus on improving the quality of services, facilities, and infrastructure to meet the expectations of tourists and enhance their satisfaction. Third, creating positive experiences for tourists, such as offering guided tours, interactive activities, and providing information and educational materials, can also enhance tourist satisfaction and loyalty. Fourth, managers should consider offering loyalty programs and incentives to encourage tourists to revisit and recommend sites to others. Finally, demographic factors must also be considered, and strategies tailored to different segments of tourists based on age, gender and income must be developed. By implementing these recommendations, managers of archaeological sites in Jordan can increase tourist loyalty and contribute to the growth of the country's tourism industry.

References:

- Abu Alroub, A, Alsaleem, A. and Daoud, A. (2012) ‘Service quality and its impact on customer satisfaction tourist restaurants (a field study on the tourist restaurants/Amman)’, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(1), pp. 364-379.
URL: <https://journal-archieives18.webs.com/364-379.pdf>
- Al-Ababneh, M. (2013), ‘Service quality and its impact on tourist satisfaction’, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 4, No. 12, pp. 164-177. URL: <https://journal-archieives31.webs.com/164-177.pdf>
- Aliman, N.K., et al (2014), ‘Tourist expectations, perceived quality and destination image: effects on perceived value and satisfaction of tourists visiting Langkawi Island, Malaysia’, *Asian Journal of Business and Management*, Vol. 2, Issue 03, pp. 212-222.
URL: <https://www.ajouronline.com/index.php/AJBM/article/view/1397>
- Al Majali, M.M. (2012), ‘International Tourists Satisfaction: Case of Jordan.’ *International Business Research*; Vol. 5, No. 9; doi:10.5539/ibr.v5n9p210
- Alrousan, R.M., and Abuamoud, I.M. (2013), ‘The mediation of tourists’ satisfaction on the relationship between tourism service quality and tourists loyalty: five stars hotel in Jordanian environment’ *International Business Research*; Vol. 6, No. 8; pp. 79-90. doi:10.5539/ibr.v6n8p79
- Celeste E. and Vieira, A.L. (2011), ‘Destination attributes’ evaluation, satisfaction and behavioural intentions: a structural modelling approach, *International Journal of Tourism Research*, 15(1), pp. 66-80. DOI: [10.1002/jtr.877](https://doi.org/10.1002/jtr.877)
- Chen, C.F., and Chen, F.S. (2010), ‘Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists’ *Tourism Management*, 31(1), pp.29–35. DOI: 10.1016/j.tourman.2009.02.008
- Chia, S.K.S., et al (2021), ‘Impact of destination image on tourist satisfaction: the moderating effect of information technology (IT)’. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 34(1), pp. 88–93. DOI: 10.30892/gtg.34112-623
- Clue. (2019). The impact of destination image on tourist satisfaction, and destination loyalty: a case of forbidden city. Available at:

- <https://nairaproject.com/projects/3831.html>.
- Chenini, A., & Touaiti, M. (2018). Building destination loyalty using tourist satisfaction and destination image: a holistic conceptual framework. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 4(2), pp.37-43, DOI: 10.5281/zenodo.1490491
 - Elsayeh, Y. M. (2020), 'The impact of destination image on tourists' satisfaction and loyalty: a case of Egypt' *International Tourism and Hospitality Journal*, 3(3), pp.1-13. DOI: 10.2478/midj-2018-0007
 - Guzman-Parra, V.F. et al, (2016), 'Exploring the effects of cognitive destination image attributes on tourist satisfaction and destination loyalty: a case study of Málaga, Spain'. *Tourism & Management Studies*, 12(1), pp. 67-73 DOI: 10.18089/tms.2016.12107 67
 - Herle Flavia-Andreea, (2018), 'The impact of destination image on tourists' satisfaction and loyalty in the context of domestic tourism'. *MID Journal*, Vol. 1, Issue 2, pp.14-26. DOI: 10.2478/midj-2018-0007
 - Hung, V.V. et al (2021), 'The influence of tourists' experience on destination loyalty: a case study of Hue City, Vietnam.' *Sustainability*, 13, pp.8889, DOI: 10.3390/su13168889
 - Huwae, V.E. et al (2020). The mediating role of destination value, tourist satisfaction, and tourist engagement on the relationship between destination image and tourist loyalty in Maluku, Indonesia, *Leisure/Loisir*, 44:4, pp.587-620, DOI: [10.1080/14927713.2020.1815563](https://doi.org/10.1080/14927713.2020.1815563)
 - Jayampathi, EK and Munasinghe, AK. (2019), 'The mediating role of tourist satisfaction on the relationship between service quality and tourist re-visit intention: with reference to the SME hotels in Mirissa tourist destination, Sri Lanka.' *Journal of Management Matters Vol. 6, No. 2*, pp.61-76.
 - Jordanian Ministry of Tourism & Antiquities (2020), 'Tourism statistics in Jordan' [Online]. Available at: <http://www.tourism.jo>
 - Johann, M. and L. Anastassova (2014). The perception of tourism product quality and tourist satisfaction: the case of polish tourists visiting Bulgaria. *European Journal of Tourism Research*, 8, pp.99-114.

URL: <file:///C:/Users/hp/Downloads/152.pdf>

- Kanwel S, et al. (2019), ‘The Influence of destination image on tourist loyalty and intention to visit: testing a multiple mediation approach.’ *Sustainability*, 11(22), pp. 6401. DOI: 10.3390/su11226401
- Keni, K., Oktor, F., and Wilson, N. (2018), ‘The impact of destination image and perceived quality on tourist loyalty in the Indonesian tourism industry. Proceedings of the 7th International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM Untar 2018), pp.67-75. DOI: 10.5220/0008488300670075
- Khuong, M.N. and My Duyen, H.T. (2017), ‘‘The effects of destination image, perceived value and service quality on tourist return intention through destination satisfaction— a study in Ho Chi Minh City, Vietnam.’ *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 8, No. 5, pp.401-408.
- Kim, H.Y. (2013), ‘Statistical notes for clinical researchers: assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis.’ DOI:10.5395/rde.2013.38.1.52
- Kim, S.B., and Kwon, K.J. (2018), ‘Examining the relationships of image and attitude on visit intention to Korea among Tanzanian college students: the moderating effect of familiarity’ *Sustainability*, 10, pp.360; doi:10.3390/su10020360.
- Lee, T. H., & Hsu, F. Y. (2011), ‘Examining how attending motivation and satisfaction affects the loyalty for’. *International Journal of Tourism Research*, pp.1-17, doi:10.1002/jtr.
- Lucio Hernández-Lobato, et al (2006), Tourism Destination Image, Satisfaction and Loyalty: A Study in Ixtapa-Zihuatanejo, Mexico, *Tourism Geographies*, 8:4, pp.343-358, DOI: [10.1080/14616680600922039](https://doi.org/10.1080/14616680600922039)
- Marine-Roig E. (2021), ‘Measuring online destination image, satisfaction, and loyalty: evidence from Barcelona Districts.’ *Tourism and Hospitality*, 2(1), pp.62-78. DOI:10.3390/tourhosp2010004
- Mohamed M. Battour, Moustafa M. Battor & Mohd Ismail. (2012). The mediating role of tourist satisfaction: a study of muslim tourists in Malaysia, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29:3, pp. 279-297, DOI: [10.1080/10548408.2012.666174](https://doi.org/10.1080/10548408.2012.666174)

- Mohammad, M., Alsatat, R. and Hoda, T. (2016), ‘The effect of destination image on tourist satisfaction, intention to revisit and wom: An empirical research in foursquare social media.’ *10th International Conference on e Commerce with focus on e-Tourism*, Isfahan, Iran. DOI: 10.1109/ECDC.2016.7492964
- Munir Salleh, et al. (2013), ‘Tourist Satisfaction in Malaysia.’ *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), pp.221-226. URL: https://ijbssnet.com/journals/Vol_4_No_5_May_2013/25.pdf
- Nuria Huete Alcocer and Víctor Raúl López Ruiz (2019): The role of destination image in tourist satisfaction: the case of a heritage site, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33:1, pp. 2444-2461. DOI: 10.1080/1331677X.2019.1654399
- Osman, Z. and Sentosa, I. (2013). Mediating effect of customer satisfaction on service quality and customer loyalty relationship in Malaysian rural tourism. *International Journal of Economics and Management Studies*, 2(1), pp. 25-37. URL: <https://ssrn.com/abstract=2196815>
- Puad, A., et al. (2011), ‘A critical analysis of tourist satisfaction and destination.’ Paper presented at 2nd International Conference on Business and Economic Research. Proceeding, pp.2556-2561. URL: https://www.researchgate.net/publication/227439517_A_critical_analysis_of_tourist_satisfaction_and_destination_loyalty
- Rajaratnam, S.D., Nair, V., Sharif, S.P., and Munikrishnan, U.T. (2015). Destination quality and tourists' behavioural intentions: rural tourist destinations in Malaysia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), pp.463-472, DOI: 10.1108/WHATT-06-2015-0026
- Rajesh, (2013), ‘Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model.’ *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 11, No. 3, Special Issue, pp. 67-78. URL: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88128048007.pdf>
- Rasoolimanesh, S.M., Dahalan, N., and Jaafar, M. (2016), ‘Tourists' perceived value and satisfaction in a community based homestay in the Lenggong Valley

- World Heritage Site.' *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26, pp. 72-81. DOI:10.1016/j.jhtm.2016.01.005
- Raman, R.K. (2019), 'Effect of destination image and destination service quality on tourist behaviour: the case of Buddhist circuit in India' Unpublished PhD Thesis, Department of Tourism & Hotel Management, Kurukshetra University, Kurukshetra, India. URL: <http://hdl.handle.net/10603/299105>
 - San Martín, H. and Rodríguez, I.A. (2008), 'Exploring the cognitive affective nature of destination image and the role of psychological factors in its formation' *Tourism Management*, 29 (2), pp.263-277. DOI:10.1016/j.tourman.2007.03.012
 - Taber, K.S. (2018), 'The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education.' *Res Sci Educ* 48, 1273–1296. DOI:10.1007/s11165-016-9602-2
 - Tae-Hyoung Tommy Gim. (2018). Tourist satisfaction, image, and loyalty from an interregional perspective: an analysis of neighboring areas with distinct characteristics. *Sustainability*, pp.10, 1283; DOI:10.3390/su10041283
 - Toussaint, L. et al. (2016), 'Effects of lifetime stress exposure on mental and physical health in young adulthood: how stress degrades, and forgiveness protects health.' *Journal of Health Psychology*, Vol. 21(6), pp.1004–1014, DOI: 10.1177/1359105314544132
 - Wang B, et al. (2017), 'Car tourism in Xinjiang: The mediation effect of perceived value and tourist satisfaction on the relationship between destination image and loyalty.' *Sustainability*, 9(1), pp.22, DOI: 10.3390/su9010022
 - Watkins, M.W. (2018), 'Exploratory Factor Analysis: A Guide to Best Practice.' *Journal of Black Psychology*, 44(3), pp.219–246, DOI: 10.1177/0095798418771807
 - Zhang, H., et al (2014), 'Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis.' *Tourism Management*, pp. 213-223, DOI: 10.1016/j.tourman.2013.06.006
 - <https://www.mota.gov.jo/contents/stat2019.aspx>
 - <https://www.jic.gov.jo/wp-content/uploads/2018/07/Sector-Profile-Tourism-Final-Apr-2018-2.pdf>
 - <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=JO>

Refereed Journal Articles:

Include the name of the author or authors, article title, and the name of the journal in bold, year of publication, volume and number in parentheses, pages.

Al-Hadidi, Mona; Smadi, Jamil; Khatib, Jamal, "Pressures on families of children with disabilities", Dirasat Journal (Sciences of Humanities) 34-7, (1) 21.1994.

Bleak, L. and Frederick, M. "Superstition behavior in sport levels effectiveness and determinants of use in three collegiate sports", Journal of Sport Behavior, 1998, 21 (1), 1-15.

Conferences proceedings:

Family name of the author, first name: the title of the article. Conference Name in bold, folder, place of publication, publisher, year of publication, followed by page numbers.

Abdul Rahman, Afif: "Jerusalem and its place among Muslims and a reflection of the heritage books." Third International Conference of the history of the Levant. "Volume 3, University of Jordan, Amman, .265-224, 1983.

Theses:

Family name of the author, first names: Address of thesis in bold (Master / PhD), university, country, year.

Sarhan, Sayel, "The impact of NATO expansion on the Arab national security" (Master) Al al-Bayt University, Mafraq - Jordan, 2001.

Research and all correspondence relating to the Al-Manara are sent to:

AL-Manarah Editor-in-Chief

Address: P.O.Box: 130040 Mafraq-Jordan

E-mail:manara@aabu.edu.jo

Tel: (9622) 6297000

13. Documentation: researchers should follow the Chicago Manual of Style (author-date) in documenting their manuscripts. Otherwise, they may adopt the following documentation style:

First: Documentation in the text:

1. References should be parenthetically cited in the text on the basis of the Surname, year of publication (Harazallah, 1992), and (Ghazali, al-Baghdadi, 2003). In the case of three or more authors, it is documented as: (Baghdadi et al, 2008).
2. In the case of two references of two different authors, they are to be arranged alphabetically (Smith, 2005; Roland, 2003).
3. In the case of more than one reference in the same year by the same author they should be differentiated using alphabets (Elbert, 2000a), (Elbert, 2000b).
4. In the case of textual quoting, page numbers/reference should be included (Jones, 2003, P: 65).
5. Footnotes/endnotes should be electronically organized, using font size 10. They should be kept to the minimum.
6. In referring to a verse from the Holy Qur'an, Ottoman fonts should be used, followed by the name of the Sura and number of the verse parenthetically cited (Albaqara: 252). The same is followed with the Prophet's sayings.
7. When referring to Pioneer names in the text, write the full name and the date of death parenthetically; and if the name belongs to one who is alive, the date of birth should be cited.

Second: Documentation at the end of the manuscript:

All references cited to in the text must be included in the list of references at the end of the manuscript before the indexes - if any - and organized alphabetically (a list for Arabic references and another for non-Arabic references, as follows:

Special sources

- Al-Ahadith (sayings): include the author's name, the title of the book, (year of publication), edition, publisher, place of publication, the saying, volume, and page number.
Example: Bukhari, Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim bin al-Mughira al-Ja'fai Bukhari ,Aljami' Al-Sahih Manual of the sayings of the Prophet of Allah peace be upon him. For example: (Mohammed Zuhair bin Nasser Nasser), a book (1422 e) i 1, Dar al-hayah, Beirut, No. 6718, vol. 8, p 146.
If repeated ibid. documentation is as follows:
Bukhari, a former source, the saying, volume, number, and page number.
- Poetry or verses of poetry are documented by mentioning the name of the poet, prosody, and discharged sources.
- A Manuscript is documented by mentioning the full name of the author, and the full title of the manuscript, the name of the place where it is saved, the quotation referred to as version history, number of pages. The face with a statement or quotation taken from the manuscript should be included at the back paper, as well. The face is referred to as the face of the paper and abbreviated as (a) the back as (b).
- Court rulings: include the name of the court, and the decision in the Year (619/2004) in bold, and the name of the magazine, and number, and year of publication, place of publication.
- Example: discrimination rights, 383/91, the magazine of the Jordanian Lawyers' Association, p 1/3, 1993, Amman.
- Copying from newspapers: in the case of an event: the name of the newspaper, issue number, date, and place of publication should be cited (Addustour, p 9253, 13 June 1993, Oman). In the case of an article, the author's name, title of the article in bold, the name of the newspaper, and the issue number, date, and place of publication should all be incorporated (Mahmoud Darwish, The Eleven Planets, Addustour, Amman, 31 March 1993, p 1965).

Books:

Al-Nahawi, Adnan Ali Rida, Muslims between secular and human rights, second edition, Dar Al-Nahawi for publication and distribution, Riyadh, 1997.178 to 188.
Bransford J., D. and Stein B., The (IDEAL) Problem Solving, A Guide For Improving thinking, Learning, and creativity, Second Edition, New York, 1995, 100-115.

AL-MANARA FOR RESEARCH AND STUDIES

A blind peer-reviewed academic research journal issued by Al al-Bayt University

Scope

Al-Manarah is a blind peer-reviewed academic research journal issued by Al Al-Bayt University, Mafraq, Jordan, and is published by the Deanship for Academic Research at Al Al-Bayt University. The journal publishes genuine research articles and welcomes original research on current topics based on recent theoretical developments and latest international scholarship in the Arts, humanities, social & educational sciences, law, religion and theology, business and finance.

Manuscripts should be submitted in English or Arabic (other modern languages may be considered). Submitted articles will be subject to academic blind peer-review by competent referees selected by the editor-in- chief confidentially. Decisions are made by the Editorial Board based on the referees' reports.

All correspondence should be addressed to

Editor-in-Chief

AL-Manarah

P.O. Box: 130040

Mafraq-Jordan

E-mail: manara@aabu.edu.jo

Tel: (9622) 6297000

1. Publication fees: Al- Manarah charges 200 USD Once an Article is accepted for Publication.
2. By submitting their manuscripts, authors assure that their manuscripts have neither been previously published nor are being considered for publication elsewhere. However, if an author decides to withdraw his/her manuscript, they have to pay to Al Al-Bayt University all expenses incurred in processing their manuscript. Information about the researcher should include his/her name, academic rank, address, and affiliation.
3. Copyright: a statement transferring copyright from the author(s) to Al Al-Bayt University is required prior to the manuscript acceptance for publication. The copyright transfer form is to be submitted along with the paper. Reproduction or republication of any part of the contents of a published work is forbidden without a prior written permission by the Editor-in-Chief.
4. Manuscripts are subject to standard Academic blind peer-review.
5. The manuscript should be printed using Word and should follow all edit and bibliographic instructions (follow the sample provided).
6. The number of pages should not exceed 35 electronic pages and must include the title, the name(s) of the researcher(s), the English and Arabic abstracts, Keywords. Arabic and English abstracts should not exceed (100) words. Keywords in Arabic and English should follow the abstracts.
7. Manuscripts should be double-spaced, typed in a 12 point font (Times New Roman) with 2.5 cm margins. Manuscript pages should be numbered.
8. Tables and figures should be respectively included.
9. Arab and Islamic names and items written in Latin should take into account the system used in the Department of Islamic Information.
10. The International System of units and a standard abbreviation style should be followed.
11. *Al-Manarah* has the right to ask the contributors to omit, reformulate, or reword their manuscripts or any part thereof in the manner that conforms to the publication policy.
12. A final copy of the manuscript in its final shape for publication is e-mailed to the researcher for proofreading. Researchers should send back the proofread version within the deadline stated. No addition or extractions are allowed.

In the Name of Allah, the Compassionate the Merciful

Copyright

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or copied in any form or by any means –electronic, mechanical photocopying, recording or storing in a retrieval form- prior to six months of the date of its publication in AL-MANARAH. Thereafter, prior written permission from the Editor –in- Chief must be obtained.□

Editorial

Editor-in-Chief:

Prof. Dr. Akif Al-Fugara

Editor-in-Chief, Al-Manarah
Dean of the Deanship of Scientific
Research Al al-Bayt University, Mafraq
25113, Jordan.
Tel: 00 962 2 6297000 Ext. 2150
akifmohd@aabu.edu.jo

Business Series Editor-in-Chief:

Prof. Dr. Abdel- Rahman kh. El- Dalabeeh School of Business/ Al AlBayt University

Editorial Board:

Prof. Dr. Waleed M. Al-Awawdeh School of Business/ Al AlBayt University
Prof. Dr. Salem Safah Al-Oun School of Business/ Al AlBayt University
Prof. Dr. Ghazi Abdulmajeed Al-rgaibat School of Business/ Al AlBayt University
Prof. Dr. Seif Obeid Al Shbeil School of Business/ Al AlBayt University
Prof. Dr. Hussein Al-zeaud School of Business/ Al AlBayt University

Editorial Office:

Waleed Maabrah

Mr. Waleed Maabrah
Deanship of Scientific Research
Al al-Bayt University, Mafraq 25113,
Jordan.
Tel: 00 962 2 6297000 Ext. 2208
manara@aabu.edu.jo

Production:

Hiba Ali Al-Zou'bi

The views expressed in this issue are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the Editorial Board or the policies of Al al-Bayt University



AL - MANARAH

For Research and Studies

A REFEREED RESEARCH JOURNAL

Business Series

Published By
AL al-Bayt University

ISSN: 2958 – 2393 (Print)

ISSN: 2958 – 2407 (Online)

Volume (2), No. (2), Tholhejah 1444 A.H./ June 2023 A.D.

Address: P.O. Box: 130040 Mafraq – Jordan

Tel: (9622) 6297000, Fax: (9622) 6297031

Email: manara@aabu.edu.jo