

أثر مصادر المعلومات التصديرية في الأداء التصديري للشركات المصدرة الأردنية

محمد سليمان عواد

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مصادر المعلومات التصديرية التي تستخدمها الشركات الأردنية وأثر هذه المصادر في الأداء التصديري لهذه الشركات، وكذلك التعرف إلى الاختلافات بين الشركات من حيث المصادر المستخدمة على أساس حجم الشركة وخبرتها.

ولتحقيق هذه الأهداف تمت صياغة الفرضيات اللازمة التي تم اختبارها بعدد من الأساليب الإحصائية مثل التحليل العاملي والانحدار المتعدد وتحليل التباين، وقد تم إجراء مسح شمل الشركات الأردنية التي تقع ضمن المدن الصناعية المؤهلة البالغ عددها 496 شركة، وقد بلغ معدل الاستجابة 40% (196 شركة). وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود ثلاثة مصادر رئيسية للمعلومات التصديرية تستخدمها الشركات الأردنية؛ هي: المصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية والمصادر الشخصية حسب الترتيب. إضافة إلى ذلك أظهرت النتائج أن هناك مصدرين فقط من مصادر المعلومات التصديرية لهما تأثير ذو دلالة إحصائية على الأداء التصديري للشركات؛ هما: المصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية، أما المصدر الثالث (المصادر الشخصية) فقد أظهرت النتائج عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية له على الأداء التصديري. كذلك أظهرت النتائج وجود اختلافات بين الشركات من حيث استخدامها للمصادر الشخصية وذلك على أساس حجم الشركة، ووجود اختلاف بين الشركات من حيث استخدامها للمصادر الاستشارية والشخصية وذلك على أساس خبرة الشركة. وقد قدمت الدراسة عدداً من التوصيات تتعلق بتحسين مستوى الأداء التصديري للشركات.

الكلمات الدالة: التصدير، الأداء التصديري، مصادر المعلومات.

1. المقدمة

المنافسة الدولية. وفي ظل هذه الظروف، فإن المستوى المنخفض للسلوك التصديري للشركات والحاجة إلى دعم النمو الاقتصادي من خلال الوصول إلى الأسواق الأجنبية يمثل الاهتمام الأكبر لكل من الحكومات والمهتمين في هذا المجال في معظم دول العالم. وهذا ينطبق بشكل أكبر على الدول النامية ذات الأسواق المحلية الضيقة (مثل الأردن) التي تواجه منافسة شديدة من قبل الدول المتقدمة. ويعلق العديد من الدول، وخاصة النامية منها، آمالا كبيرة على قطاع التصدير كأداة من أدوات تحسين كفاءة الاقتصاد المحلي، ولذلك نجد الكثير منها

أسهمت ظاهرة العولمة وظهور الشركات متعددة الجنسيات في دفع العديد من الشركات إلى التعامل مع الأسواق الأجنبية، وقد عزز هذا التوجه الجديد لمعظم الشركات على مستوى العالم الحوافز المتعلقة بالنمو الكبير والأرباح المحتملة في تلك الأسواق، وكذلك رغبة هذه الشركات في البقاء ومواجهة

تاريخ استلام البحث 2005/9/12، وتاريخ قبوله 2006/8/1.

تستخدمها الشركات المصدرة الأردنية، وتحديد مصادر المعلومات الأكثر أهمية من وجهة نظر هذه الشركات، وماهية الأثر المحتمل للمصادر المستخدمة في الأداء التصديري للشركات، ومدى اختلاف الشركات الأردنية في مصادر المعلومات التي تستخدمها باختلاف حجم الشركة وخبرتها.

أهمية الدراسة

- تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال ما يلي:
1. تعد المعلومات محدداً هاماً جداً لنجاح عملية اتخاذ القرار؛ فطبيعة المعلومات التي يتم الحصول عليها والمصادر المستخدمة للحصول على المعلومات تؤثر بشكل مباشر في القرارات التي تتخذها الشركة (Zaltman and Moorman, 1988).
 2. يعدّ العديد من المصدرين الافتقار إلى المعلومات عائقاً أساسياً أمام الشركات لدخول الأسواق الأجنبية أو التوسع في عمليات التصدير الحالية (Souchon and Diamantopoulos, 1999) ولذلك يُعدّ الحصول على المعلومات من النشاطات الحيوية للشركات التصديرية وذلك من أجل تقليل درجة المخاطرة والشك المصاحبين للنشاط التصديري.
 3. إن الحصول على المعلومات المطلوبة للتصدير للأسواق الأجنبية عملية مكلفة ومعقدة مقارنة مع جمع المعلومات في حال السوق المحلية (Souchon and Diamantopoulos, 1997).
 4. إن فهم عملية جمع المعلومات التصديرية يساعد الشركات في تطوير نشاطاتها التصديرية، كما يساعد الشركات التي لديها الرغبة في ممارسة النشاط التصديري في تحسين عملية جمع المعلومات وكيفية الاستفادة منها بشكل أفضل.

أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
1. تحديد مصادر المعلومات التصديرية التي تستخدمها الشركات المصدرة الأردنية.

تتبنى العديد من المبادرات التي تسعى من خلالها إلى تشجيع قطاع الصادرات وتمييزه لما له من دور في تحسين الأداء الاقتصادي ومعالجة الاختلال في ميزان المدفوعات وأثر ذلك في مستوى الرفاه العام في الدولة.

تواجه الشركات المصدرة أو التي ترغب في التصدير بيئة أكثر تعقيداً تتميز بالتغيرات السريعة، الأمر الذي يزيد من عدم الاستقرار وبالتالي من المخاطرة. إن قرار دخول الأسواق الأجنبية يتطلب الحصول على المعلومات عن هذه الأسواق، ثم إن الحصول على هذه المعلومات وتقييمها يحدد بشكل كبير درجة نجاح (أو فشل) الشركة في الأسواق الأجنبية (Andersen and Strandkov, 1998). لقد أجمعت نتائج الدراسات النظرية والعملية التي نشرت خلال العشرين سنة الماضية على أن القدرة المحدودة للشركات في الحصول على المعلومات والمعرفة حول الأسواق الأجنبية وإدارة النشاطات في هذه الأسواق هو المسؤول الأول عن الانخفاض النسبي لمستوى التصدير والأداء التصديري السيء (Julien and Ramangalahy, 2003). هذه المشكلة مقلقة جداً لأن المعلومات أصبحت مصدراً هاماً وحيوياً في اقتصاد المعرفة والسوق العالمية؛ ليس فقط للشركات كبيرة الحجم وإنما أيضاً للشركات صغيرة الحجم ومتوسطة الحجم.

مشكلة الدراسة

أشارت التقارير الصادرة عن دائرة الإحصاءات العامة الأردنية* إلى أن نسبة الزيادة في حجم الصادرات الكلية كانت 21% خلال عام 2002، أما في عام 2003 فقد كانت نسبة الزيادة في حجم الصادرات الكلية 11%. وهذا يعني أن نسبة الزيادة في حجم الصادرات الأردنية الكلية تراجمت بنسبة 10% بين عامي 2002 و2003. وإذا أخذنا بعين الاعتبار نتائج الدراسات السابقة التي أجمعت على أن الافتقار إلى المعلومات التصديرية حول الأسواق الأجنبية هو المسؤول الأول عن التراجع النسبي لمستوى التصدير والأداء التصديري السيء (Julien and Ramangalahy, 2003)، فإن هذه الدراسة تحاول التعرف إلى المصادر المختلفة للمعلومات التصديرية التي

* www.dos.gov.jo/sdb_ec/_a/index.htm

مصادر معلومات مناسبة يشكل عائقاً لعملية التصدير، كما ان البحث عن المعلومات والتقييم الأولي لجدوى النشاطات التسويقية في الأسواق الأجنبية يمثل نشاطاً حيويًا هاماً وبخاصة إذا كانت الشركة جديدة على النشاط التصديري، فهي بحاجة للبحث عن المعلومات من مصادر خارجية (Cavusgil, 1980)، ويقول (McAuley, 1992) إنه إذا تم التعامل مع مرحلة جمع المعلومات التصديرية بشكل جدي فإنها ستكون ذات فائدة بالنسبة للشركة؛ ذلك أنه كلما كانت الشركة أكثر نشاطاً في جمع المعلومات زادت قدرتها على مواجهة المشاكل المتعلقة بالتصدير. كما يضيف (McAuley, 1992) أن البحث المكثف عن المعلومات سوف يزيد الشركة بالمعلومات حول الأسواق والتوقعات المحتملة فيها، وعليه فإن الشركة المسلحة بالمعلومات سوف تكون في موقع أفضل للاستجابة للتغيرات مقارنة بتلك الشركة التي تفقر لهذه المعلومات.

مصادر المعلومات التصديرية

يمكن النظر إلى مصادر المعلومات على أنها المصادر التي يلمس فيها المستخدمون مستوى من الثقة في قدرتها في المساعدة في اتخاذ القرار (Yeoh, 2000). وقد حددت الأدبيات السابقة العديد من مصادر المعلومات التي تتضمن مصادر شخصية ومهنية (Peters and Brush, 1996)، ومصادر رسمية وغير رسمية (Birley, 1985)، ومصادر موضوعية وغير موضوعية (Kotabe and Czinkota 1992). وقد أشار (Julien and Ramangalahy, 2003) إلى مجموعة من مصادر المعلومات التصديرية الأكثر أهمية من وجهة نظر المصدرين وتشمل الموزعين والأسواق الأجنبية (العملاء، الوكلاء، الممثلين، تجار التجزئة، شركات تسويق الصادرات)، والمزودين (البنوك والموردين)، والقطاع الصناعي (المعارض التجارية، المجالات المتخصصة، الشركات الأخرى، المنظمات الصناعية)، والمنظمات الحكومية (السفارات والقنصليات وغرف التجارة والصناعة والمنظمات الأخرى)، والمصادر الداخلية (قواعد البيانات والموظفين وفروع البيع) وأخيراً المصادر الإلكترونية (قواعد البيانات العامة والخاصة وشبكة الإنترنت). أما (Yeoh, 2000) فقد قسم مصادر المعلومات التصديرية إلى ثلاث فئات هي: المصادر الشخصية (الإنترنت، زيارة الأسواق الأجنبية،

2. تحديد مصادر المعلومات التصديرية الأكثر أهمية من وجهة نظر الشركات المصدرة الأردنية.
3. تحديد أثر مصادر المعلومات التصديرية في الأداء التصديري للشركات الأردنية.
4. تحديد الاختلافات بين الشركات من حيث مصادر المعلومات المستخدمة على أساس حجم الشركة.
5. تحديد الاختلافات بين الشركات من حيث مصادر المعلومات المستخدمة على أساس خبرة الشركة.

2. الإطار النظري

أهمية مصادر المعلومات التصديرية

يزداد عادة نشاط البحث عن المعلومات من مصادر متعددة عندما يواجه متخذ القرار المخاطرة أو الشك. وبشكل أكثر تحديداً، فكلما زادت المخاطرة المدركة المتعلقة باتخاذ قرارات خاطئة زاد نشاط البحث عن المعلومات. وعلى الرغم من تفاوت مستويات المخاطرة المدركة المتعلقة بالنشاطات التصديرية، إلا أن المخاطرة والشك يكونان أكبر بالنسبة للشركات صغيرة الحجم ومتوسطة الحجم (Yeoh, 2000). ولأن القرارات المتعلقة بالتصدير للأسواق الأجنبية تتميز بالتعقيد والمخاطرة فإن العديد من الباحثين يحدّد الحصول على المعلومات من الأدوات الرئيسية لتخفيض احتمالية النتائج السلبية المترتبة على الدخول إلى الأسواق الأجنبية (Walters and Samiee, 1990). وتقول أدبيات التصدير إن الشركات التي لديها خبرة محدودة في النشاط التصديري تدرك عادة مخاطرة عالية في قرارات التصدير مقارنة مع الشركات ذات الخبرة الأكبر.

يقول (Yeoh, 2000) إن أحد أهم العوامل الرئيسية لاستخدام المعلومات هو المنفعة المدركة لمصدر المعلومات التي تعكس "القدرة المحتملة للمعرفة على توفير معلومات فعالة لتحقيق مجموعة من الأهداف". هذا التعريف يُقرّ أن مصادر المعلومات المختلفة يمكن أن تستخدم على أساس المنفعة التي يدركها المستخدم مثل تعزيز المعرفة الإدارية أو تحسين عملية اتخاذ القرار.

ويشير (McAuley, 1992) إلى أن عدم الحصول على

ومعدل نمو الصادرات من أكثر المعايير المستخدمة في الأدبيات السابقة لقياس الأداء التصديري، حيث يسهل نسبياً الحصول على معلومات تتعلق بهذين المعيارين (Julien and Ramangalahy, 2003). وقد أوصى (Kleinschmidt, 1985) باستخدام مقياس الكثافة التصديرية على مدار عدة سنوات وتعزيز هذا المقياس من خلال استخدام مؤشرات أخرى ليست لها علاقة بالكثافة التصديرية مثل إدراك المصدرين لنجاح أو ربحية الأداء التصديري. كما أجرى (Madsen, 1987) مراجعة مكثفة للأدبيات السابقة وصنف معايير الأداء التصديري في أربع مجموعات؛ هي: ربحية الصادرات (مقدار الأرباح أو إدراك ربحية الصادرات مقارنة بالمبيعات المحلية)، وحجم الصادرات (القيمة المطلقة للصادرات أو الصادرات كنسبة من المبيعات الكلية)، ونمو الصادرات (نمو الصادرات كقيمة مطلقة أو كنسبة)، وأخيراً مؤشرات أخرى عديدة (إدراك النجاح، تقلب الصادرات وغيرها). كما حدد (Denis, 1985) أسلوبين لقياس الأداء التصديري؛ الأول كمي بطبيعته يعتمد المعيار الذي يقيس حجم الصادرات وهو مستخدم بشكل أكثر. أما الثاني فهو نوعي يعتمد العديد من المعايير التي تقيس إدراك النجاح في الأسواق الأجنبية مثل السمعة الدولية للشركة. كما اعتمد (Souchon et al., 2003) في قياس الأداء التصديري على نسبة المبيعات الكلية الناتجة عن عمليات التصدير.

أدبيات الدراسة

يشير (Julien and Ramangalahy, 2003) إلى أن موضوع مصادر المعلومات التصديرية وأثره في الأداء التصديري للشركات لم يحظَ باهتمام كبير من قبل الباحثين في هذا المجال، فهناك عدد قليل من الدراسات الميدانية التي تطرقت لهذا الموضوع. وقد أشارت الدراسة التي أجراها (Julien and Ramangalahy, 2003) إلى أن الطاقة المحدودة للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم في الحصول على المعلومات واستخدام المصادر المختلفة يمثل عاملاً رئيسياً في توضيح مستوى الأداء المنخفض لهذه الشركات في الأسواق التصديرية. وقد أشارت النتائج إلى أن الأداء التصديري للشركات صغيرة الحجم ومتوسطة الحجم محدد باستراتيجيتها التنافسية

الاتصال مع الموردين الأجانب، الاتصال مع الموزعين الأجانب، المعارض التجارية الأجنبية)، والمصادر شبه الحكومية (غرف التجارة، برامج ترويج الصادرات الحكومية، الاتفاقات التجارية الأجنبية)، والمصادر الموثقة (المنشورات التجارية، المنظمات التجارية والصناعية، المجلات والدوريات). وقد قدم (Czinkota and Rankainen, 2001) إطاراً يشمل معظم مصادر المعلومات التصديرية التي يمكن أن يلجأ إليها المصدرون للحصول على المعلومات. فالحكومات تُعدُّ من أكثر المصادر التي توفر تشكيلة واسعة من المعلومات من خلال السفارات والقنصليات التي تلعب دوراً هاماً في تعزيز النشاطات التجارية الخارجية. أما المنظمات الدولية (الأمم المتحدة والبنك الدولي ومنظمة التجارة العالمية ومنظمة التنمية والتعاون الاقتصادي وصندوق النقد الدولي) فتلعب دوراً هاماً في تقديم إحصاءات مفيدة للشركات تتعلق بالصادرات والمستوردات، والسكان، ومعدلات النمو والنتائج القومي الإجمالي وغيرها. كما أن المنظمات الخدمية (مثل البنوك، الشركات المحاسبية، شركات الطيران، وكلاء الشحن ومستشاري التجارة الدوليين) تقدم العديد من المعلومات التي تتعلق بالأنشطة التجارية والمتطلبات القانونية أو التشريعية والاستقرار السياسي. كما يمكن أن تقوم المنظمات التجارية (مثل الغرف التجارية المحلية والأجنبية وأندية التجارة العالمية) بتقديم معلومات مفيدة عن الأسواق المحلية والأجنبية. وتقدم الأدلة التجارية والرسائل الإخبارية معلومات عامة عن الشركات، على مستوى محلي ودولي، مثل اسم الشركة والموقع والعنوان والمنتجات والتطورات الدولية المختلفة. أخيراً، تقدم المصادر الإلكترونية حجماً هائلاً من المعلومات بسرعة كبيرة جداً تتعلق بأسعار الصرف والأخبار الدولية وقيود الاستيراد والتصدير وغيرها.

الأداء التصديري

يُعدّ مفهوم الأداء التصديري للشركات موضوعاً مثيراً للكثير من الجدل (Bijmolt and Zwart, 1994)؛ فهناك الكثير من الأدبيات التي اقترحت العديد من المعايير لقياس الأداء التصديري. وقد كشف الجدل حول هذا المفهوم عن العديد من المعايير التي يمكن أن تستخدم لقياسه. وتعتبر الكثافة التصديرية (نسبة المبيعات التصديرية من المبيعات الكلية)

الجاهزية للتصدير تؤثر على نوع مصادر المعلومات التي يتم استخدامها.

كذلك ركزت الأدبيات السابقة على الدور الذي يمكن أن تلعبه خبرة الشركة وحجمها في نوع مصادر المعلومات المستخدمة. ويقول (Crick, 1994) إنه من أجل الحصول على ميزة تنافسية فإن المصدرين بحاجة إلى معرفة متعلقة بالأسواق الأجنبية، والشركات تميل إلى الاستفادة من مصادر مختلفة للحصول على هذه المعرفة بالاعتماد على خبراتها التصديرية. ويقول (Young et al., 1989) إن المصدرين ذوي الخبرة يميلون إلى الاعتماد على مصادر المعلومات الخارجية ويتجاهلون المصادر المؤسسية (مثل المنظمات الحكومية وغيرها)، التي تعدّ المصدر الرئيسي للشركات التي تقوم بالتصدير لأول مرة. كما أشار (Cavusgil, 1984b) إلى أن المصدرين ذوي الخبرة يستخدمون مصادر أكثر للحصول على المعلومات مقارنة بالمصدرين الذين لا يمتلكون الخبرة.

لقد أجريت إحدى أهم الدراسات التي سلطت الضوء على أهمية المعلومات التصديرية في مجلس التجارة الخارجية البريطاني (Bannock and Partners, 1987). وقد أشارت هذه الدراسة إلى أن الافتقار إلى إدراك مصادر المعلومات كان عائقاً هاماً للشركات المصدرة. كما أشارت النتائج إلى أن الشركات صغيرة الحجم استخدمت مجموعة من المصادر شملت الأصدقاء وشركات الأعمال والبنوك والمنظمات التجارية والغرف التجارية والمنشورات التجارية والمكاتب والوكالات ومجلس التجارة الخارجية البريطاني. وقد تم تجنب المستشارين لارتفاع تكلفة استخدامهم، فيما اعتقد الكثيرون أن سفارات الدول الأجنبية في بريطانيا تمثل أهم مصدر للمعلومات التصديرية. أما بالنسبة للشركات الأكبر حجماً فقد كان تركيزها على الزيارات الشخصية للأسواق الدولية. وقد أشارت الدراسة إلى أن الشركات الصغيرة تصبح تدريجياً أكثر دقة في اختيارها لمصادر المعلومات التي تستخدمها كلما زادت خبرتها، أما الشركات الأكثر خبرة فإنها تميل إلى الاعتماد على المصادر الخارجية (الدولية) متجاهلة المصادر الرسمية المحلية (المصادر المؤسسية مثل المنظمات الحكومية والبنوك وغيرها).

أما فيما يتعلق بالدراسات المحلية والعربية، ففي حدود علم

المستخدمة التي تتأثر بدورها بقدرة الشركة على الحصول على المعلومات المتعلقة بالأسواق التصديرية وإدارتها.

اختبر (Denis and Depelteau, 1985) أثر استخدام مصادر المعلومات في توسيع النشاطات التصديرية وتوزيعها، وقد تم تقسيم عينة الدراسة إلى مجموعتين: مصدرين جدد (ليست لديهم خبرة) ومصدرين متمرسين (لديهم خبرة). وقد تم تحديد ثلاثة مستويات للأداء التصديري لكل مجموعة: عالٍ ومتوسط وضعيف، كما تم قياس الأداء التصديري من خلال معدل نمو الصادرات للسنوات الخمس الأخيرة. وقد أشارت النتائج إلى أن الميل إلى المعارض التجارية كان له أثر قوي في الأداء التصديري، بينما لم تكن لعدد مصادر المعلومات المستخدمة أهمية كبيرة. كما قارن (Samiee et al., 1993) بين استخدام مصادر المعلومات من قبل المصدرين المبادرين (Proactive) والمصدرين المقلدين (Reactive)، وقد أشارت النتائج إلى أن المصدرين المبادرين (الذين يصدرون نسبة أكبر من مبيعاتهم بصفقات أكبر) يميلون أكثر إلى استخدام مصادر معلومات ثانوية مثل المجالات التجارية والمنظمات الحكومية وتقارير الأبحاث وغيرها، كما أن لديهم مدى أوسع من المصادر. وقد توصل (Cavusgil, 1984a) إلى النتيجة نفسها.

كما أشار (McAuley, 1993) إلى أن الوكلاء الدوليين كانوا المصدر الأكثر تفضيلاً من بين مصادر المعلومات التصديرية، تبعهم الاتصالات الشخصية الخارجية ومن ثم المعارض التجارية. كما أشار (Reid, 1984) إلى أن المصادر المؤسسية (مثل المنظمات الحكومية وغيرها) تُعدّ الأسلوب الأقل استخداماً كمصدر للمعلومات لأنها لا تُعدّ متخصصة (كما يدركها المصدرون) كما أنها لا تمتلك معلومات صحيحة ودقيقة.

وقد ركزت الأدبيات السابقة كثيراً على الاتصالات الشخصية كمصدر من مصادر المعلومات في عملية التصدير. فقد أشار (Cunningham and Spiegel, 1971) إلى أن الزيارات الشخصية للأسواق الخارجية كانت مفتاح النجاح لجميع الشركات بغض النظر عن حجمها، وكانت هذه الزيارات مصدراً هاماً للمعلومات في جميع مراحل النشاط التصديري. وقد وجد (Noar and Cavusgil, 1981) أن تبادل المعلومات الشخصي كان الأكثر فائدة للمصدرين وكان الأكثر استخداماً من قبلهم، كما أن المرحلة التي تمر فيها الشركة من حيث

- السابقة المتعلقة بموضوع مصادر المعلومات التصديرية وأثرها في الأداء التصديري للشركات المصدرة، فإن الباحث يقترح عدداً من الفرضيات التي سيتم اختبارها، وهذه الفرضيات هي:
1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمصادر المعلومات التصديرية المستخدمة من قبل الشركات الأردنية حول الأداء التصديري لهذه الشركات.
 2. لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية في مصادر المعلومات التصديرية المستخدمة باختلاف حجم هذه الشركات.
 3. لا يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية في مصادر المعلومات التصديرية المستخدمة باختلاف خبرة هذه الشركات.

3. منهجية الدراسة

مجتمع الدراسة

استهدفت هذه الدراسة الشركات الصناعية الأردنية الواقعة ضمن المدن الصناعية المؤهلة في الأردن، والتي تصنف على أنها شركات مصدرة وتحصل على مزايا وتسهيلات تصديرية من قبل الحكومة الأردنية. وقد بلغ عدد هذه الشركات "496" شركة صناعية موزعة على النحو المبين في الجدول رقم (1)*:

الباحث ثمة دراسة واحدة فقط (الضمور، 1997) وقد صنفت هذه الدراسة مصادر المعلومات التصديرية إلى أربع فئات؛ هي مصادر عامة، ومصادر شخصية، ومصادر خاصة ومصادر أخرى، ثم حاولت التعرف على الاختلافات بين الشركات من حيث مدى الاستفادة من هذه المصادر؛ وذلك على أساس معدل نمو المبيعات التصديرية (نمو منخفض، نمو مرتفع)، وحجم الشركة (صغيرة الحجم، كبيرة الحجم) وأخيراً خبرة الشركة التصديرية (خبرة قصيرة، خبرة طويلة). ولكن هذه الدراسة لم تتطرق إلى أثر هذه المصادر في الأداء التصديري للشركات موضع البحث. وتحاول الدراسة الحالية تصنيف مصادر المعلومات التصديرية وبيان أثر هذه المصادر في الأداء التصديري للشركات الأردنية.

أما الدراسات الأخرى فقد كان اهتمامها منصباً بشكل أكبر على معيقات التصدير، فقد استهدفت دراسة الضمور (2003) التعرف على المشاكل التي تعترض منتجي الأزهار الأردنيين عند تصدير منتجاتهم إلى الأسواق الأوروبية، والتعرف على مدى إمكانية تصنيف هذه المشاكل بناء على خصائص المؤسسات المنتجة والمصدرة للأزهار (حجم المبيعات المصدرة، وطول الخبرة في مجال التصدير، وحجم رأس المال). كما استهدفت دراسة الضمور (2004) تصنيف الشركات الصناعية الأردنية حسب مراحل تطورها التصديرية وتحديد أوجه الشبه والاختلاف بينها في ضوء هذه المراحل. وفي دراسة لطمليّة والضمور (2002) كان الهدف هو التعرف إلى العوامل المؤثرة في قرار اختيار نوع القناة التصديرية وأثرها في الأداء التصديري وذلك في قطاع الصناعات الكيماوية. وقد ركزت الدراسة على خصائص الشركة، وخصائص المنتجات المصدرة، وأهداف التصدير، وخصائص الأسواق المصدر إليها ودرجة الالتزام بالتصدير. كما استهدفت دراسة الحلاق (1997) تحديد أسباب تذبذب الصادرات الأردنية في الفترة بين (1970-1991)، وقد ركزت الدراسة على التركيز السلعي والتركيز الجغرافي للصادرات الأردنية.

فرضيات الدراسة

استناداً إلى الإطار النظري للدراسة ومراجعة الأدبيات

* <http://www.jiec.com/Ar/Default-arabic.asp>.

اختلف الباحثون في حصر هذه المصادر، فقد استخدم (Julien and Ramangalahy, 2003) "28" مصدراً مقسمة إلى خمس فئات، كما استخدم (Souchon and Diamantopoulos, 1999) "23" مصدراً مقسمة إلى ثلاث فئات، كذلك استخدم (McAuley, 1993) "17" مصدراً، أما (Crick and Chaudhry, 1997; 1998) فقد استخدموا "14" مصدراً، في حين استخدم (Yeoh, 2000) "11" مصدراً للمعلومات التصديرية. ومن خلال مراجعة هذه الدراسات وبعد دمج مصادر المعلومات المتشابهة مع بعضها البعض فقد خلص الباحث إلى استخدام "14" مصدراً للمعلومات التصديرية.

متغيرات الدراسة وكيفية قياسها

استناداً إلى مراجعة الأدبيات السابقة والإطار النظري، تم تطوير استبانة لقياس متغيرات الدراسة وهي:

- **حجم الشركة:** المقياس الأكثر استخداماً في أدبيات التصدير هو عدد الموظفين وحجم المبيعات (Katsikeas and Morgan, 1994)، ولأن الكثير من الشركات لا ترغب في الإفصاح عن أرقام مبيعاتها التي تتفاوت من سنة لأخرى تبعاً لتفاوت أسعار الصرف وغيره، فقد تم استخدام عدد الموظفين لقياس حجم الشركة. وكانت الفئات المستخدمة: أقل من خمسة موظفين، 5-9 موظفين، 10-19 موظفاً، 20-49 موظفاً، 50-99 موظفاً، 100 موظف أو أكثر (Yeoh, 2000).

- **خبرة الشركة:** تم تقسيم الشركات تبعاً لطول فترة عملها (خبرتها) في مجال التصدير، وكانت الفئات المستخدمة: أقل من خمس سنوات، 5-10 سنوات، 11-25 سنة، أكثر من 25 سنة (McAuley, 1993).

- **وجود قسم خاص بالتصدير:** تم قياس هذا المتغير بسؤال مباشر ثنائي الإجابة (نعم أو لا) حول وجود قسم متخصص في الشركة يتولى القيام بالنشاطات التصديرية أو عدم وجوده.

- **مصادر المعلومات التصديرية:** استناداً إلى الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع، تم تحديد مصادر المعلومات التصديرية المستخدمة من قبل المصدرين، وقد تم سؤال المستجيبين عن مدى استخدام هذه المصادر المختلفة من قبل الشركة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي بحيث يمثل

الجدول رقم (1)

توزيع الشركات الصناعية حسب المدن الصناعية المؤهلة

عدد الشركات	المدن الصناعية المؤهلة
394	مدينة عبدالله الثاني الصناعية / سحاب
86	مدينة الحسن الصناعية / إربد
7	مدينة الحسين بن عبدالله الصناعية / الكرك
496	المجموع

تم توزيع استبانة الدراسة على هذه الشركات جميعها، وبعد عملية المتابعة بلغ عدد الاستبانات التي تم استردادها والتي تصلح لعملية التحليل الإحصائي "196" استبانة بمعدل استجابة مقداره 40%، وهي نسبة جيدة لهذا الأسلوب في جمع البيانات (McAuley, 1993). كذلك عند مقارنة هذا العدد من الشركات الخاضعة للتحليل مع الدراسات السابقة نجد أنه عدد مناسب، حيث بلغ عدد الشركات الخاضعة للتحليل في دراسة (McAuley, 1993) "66" شركة وفي دراسة (Yeoh, 2000) "180" شركة. وبناءً على ما سبق فقد تم إجراء التحليل على "196" شركة وهو عدد يمكن افتراض تمثيله لمجتمع الدراسة. ويمثل الشخص المسؤول عن عمليات التصدير في الشركة وحدة التحليل في هذه الدراسة سواءً أكان مدير الشركة أم مدير التسويق أم تحت أي مسمى آخر.

أداة جمع البيانات

تم الاعتماد في جمع البيانات على الاستبانة التي صممت لهذا الغرض، وقد تم تصميم الاستبانة اعتماداً على الدراسات السابقة وأدبيات التصدير. وتكونت الأداة من قسمين، الأول يحتوي على مجموعة من الأسئلة التي تقيس معلومات عامة تمثلت في امتلاك الشركة لقسم متخصص في التصدير، ونسبة حجم الصادرات من المبيعات الكلية، ونسبة النمو في حجم الصادرات خلال السنوات الخمس الأخيرة، وعدد الموظفين في الشركة وعدد سنوات عمل الشركة في مجال التصدير. أما القسم الثاني من الاستبانة فيتكون من مجموعة من مصادر المعلومات التصديرية المتاحة للشركات، وتم تحديد هذه المصادر من خلال الدراسات السابقة وأدبيات التصدير، حيث

وعند تطبيق هذا الاختبار وجد أن قيمة ألفا لجميع الأسئلة المستخدمة لقياس مصادر المعلومات تساوي 83% وهي نسبة مقبولة لأنها أعلى من النسبة المطلوبة.

خصائص الشركات

تشير النتائج في الجدول رقم (2) الى أن غالبية الشركات تمتلك قسماً متخصصاً في التصدير (96.4%)، وهذا منطقي؛ ذلك أن الشركات التي تم استهدافها في هذه الدراسة هي شركات صناعية تصديرية. وأكثر من نصف الشركات (67.5%) تمتلك خبرة أقل من 10 سنوات في التصدير؛ ذلك أن معظم الشركات الموجودة في المدن الصناعية حديثة التأسيس نسبياً مقارنة مع عمر مؤسسة المدن الصناعية نفسها التي تأسست (*) عام 1984. وأكثر من ثلثي الشركات تُعدّ كبيرة الحجم؛ فهناك (86.3%) من الشركات لديها أكثر من 50 موظفاً (Yeoh, 2000)، والسبب يتمثل في أن جميع هذه الشركات هي شركات صناعية. وكذلك فإن حوالي ثلث الشركات (37.6%) يشكل حجم صادراتها أكثر من نصف حجم المبيعات الكلية، كما أن نسبة قليلة من الشركات (20.8%) حققت نمواً في حجم الصادرات تجاوز 50%، وهذا يؤكد مشكلة الدراسة التي تناقش قضية انخفاض معدل نمو الصادرات في الأردن.

التحليل العاملي

بسبب عدم وجود اتفاق بين الباحثين على تحديد مصادر المعلومات التصديرية التي تلجأ إليها الشركات المصدرة، فقد تم إجراء التحليل العاملي (Factor Analysis) للتعرف على المصادر المستخدمة من قبل الشركات المصدرة في الأردن. وفي البداية تم إجراء اختبار مقياس كفاية العينة (KMO) واختبار بارنلت (Bartlett) لتحديد مدى ملاءمة العينة لاستخدام التحليل العاملي. وقد أشارت النتائج إلى أن قيمة $KMO = 0.762$ ، تقع ضمن المدى المقبول (أقل من 1 وأكبر من 0.5)، وكذلك قيمة المعنوية لاختبار بارنلت $Sig. = 0.000$. وهذه النتائج تشير إلى أن العينة ملائمة لاستخدام التحليل العاملي.

الرقم (5) "مستخدماً دائماً" ويمثل الرقم (1) "غير مستخدم إطلاقاً". كما تم سؤال المستجيبين عن مدى أهمية هذه المصادر بالنسبة للشركة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي بحيث يمثل الرقم (5) "مهماً جداً" ويمثل الرقم (1) "غير مهم أبداً".

- الأداء التصديري: هناك العديد من المقاييس المستخدمة لقياس الأداء التصديري، ولأغراض هذه الدراسة فقد تم قياس الأداء التصديري من خلال معدل النمو في حجم الصادرات (نسبة النمو خلال السنوات الخمس الأخيرة). وكانت الفئات المستخدمة: انخفاض، 0-9%، 10-19%، 20-49%، 50-99%، 100% وأكثر (Zou et al., 1998).

حدود الدراسة

1. اقتصرت هذه الدراسة على مصادر المعلومات التصديرية، ولم تتطرق إلى أنواع المعلومات التصديرية التي سيتم معالجتها في بحث آخر.
2. اقتصرت هذه الدراسة على الشركات الموجودة ضمن المدن الصناعية المؤهلة وهي مدينة عبدالله الثاني الصناعية / سحاب، ومدينة الحسن الصناعية / إربد، ومدينة الحسين بن عبدالله الصناعية / الكرك.

4. تحليل البيانات

صدق الأداة وثباتها

يقصد بصدق الأداة درجة قدرة الاستمارة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، وعلى هذا الأساس تم عرض الاستمارة على عدد من الأشخاص المتخصصين في الدراسات التسويقية لمراجعة المتغيرات كافة، هذا بالإضافة إلى استعراض بعض الدراسات ذات العلاقة للاستفادة منها. أما ثبات الأداة فتعني مدى الحصول على النتائج نفسها في حال تكرار الدراسة في ظروف مشابهة وباستخدام الأداة نفسها، وفي هذه الدراسة تم استخدام مقياس كرونباخ ألفا لتحديد درجة ثبات الأداة، حيث يعد هذا المقياس جيداً وملائماً إذا زادت قيمة ألفا عن 60%، وبالتالي فإنه يعطي نتائج مقبولة (Anderson et al., 1990).

* <http://www.jiec.com/Ar/Default-arabic.asp>

كما تم تحديد الحد الأدنى الضروري لقبول تحميل الأسئلة على العوامل المقابلة بـ 0.5 أو أكبر، وتم استثناء الأسئلة التي يقل تحميلها عن 0.5.

تم إجراء التحليل العاملي باستخدام طريقة تحليل العناصر الرئيسية (Principal Component Analysis) والتدوير المتعامد (Varimax). وتم تحديد عدد العوامل اعتماداً على أن قيمة التباين الكلي المفسر أكبر من واحد (Eigenvalues over one).

الجدول رقم (2)
خصائص الشركات

النسبة	التكرار	الخاصية
%96.4	190	نعم
%3.6	7	لا
%16.2	32	أقل من 5
%51.3	101	5-10
%22.8	45	11-25
%9.6	19	25 وأكثر
%1	2	أقل من 5
%1	2	5-9
%3	6	10-19
%8.6	17	20-49
%8.6	17	50-99
%77.7	153	100 وأكثر
%1	2	%0-9
%25.4	50	%10-19
%36	71	%20-49
%37.6	74	%50-100
%1	2	انخفاض
%11.7	23	%0-9
%39.6	78	%10-19
%26.9	53	%20-49
%13.7	27	%50-100
%7.1	14	%100 وأكثر

الجدول رقم (3)
نتائج التحليل العائلي

ألفا	العوامل			الأبعاد
	3	2	1	
0.74			0.689	المعارض التجارية
			0.651	المؤتمرات والندوات والمننديات التجارية
			0.642	شركات خدمات بحث تسويقية متخصصة مستقلة
			0.608	الغرف التجارية
			0.591	البيانات الموثقة (الكتب والمقالات والمجلات والتقارير والأدلة التجارية)
			0.588	منظمات تجارية (مركز تنمية الصادرات، جمعية المصدرين، وغيرها)
0.63		0.725		شركات الخدمات (قانونية، محاسبية، ضريبية، طيران، شحن)
		0.649		المؤسسات المالية (البنوك وشركات التأمين وغيرها)
		0.634		شبكة الإنترنت وقواعد البيانات الإلكترونية
		0.561		القنصليات والسفارات الأجنبية
				قسم الأبحاث التسويقية داخل الشركة
*0.57	0.798			الزيارات الشخصية للأسواق الأجنبية
	0.758			الاتصالات الشخصية مع الوكلاء والموزعين في الأسواق الأجنبية
				وسائل الإعلام المختلفة (راديو، تلفاز، صحف)
	% 9.519	%12.164	%25.755	التباين المفسر لكل عامل
	%47.438	%37.919	%25.755	التباين الكلي المفسر

*Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation converged in 5 iterations.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

- مصادر استشارية: شركات الخدمات مثل الشركات القانونية والمحاسبية والضريبية وشركات الطيران والشحن، المؤسسات المالية مثل البنوك وشركات التأمين وغيرها، شبكة الإنترنت وقواعد البيانات الإلكترونية، القنصليات والسفارات الأجنبية.
- مصادر شخصية: الزيارات الشخصية للأسواق الأجنبية، الاتصالات الشخصية مع الوكلاء والموزعين في الأسواق الأجنبية.

وتشير نتائج التحليل العائلي في الجدول رقم (3) إلى وجود ثلاثة مصادر رئيسية للمعلومات التصديرية تستخدمها الشركات الأردنية، فسرت ما نسبته 47.438% من التباين الكلي في المصادر المستخدمة، وهذه المصادر هي:

- مصادر شبه حكومية: المعارض التجارية، المؤتمرات والندوات والمننديات التجارية، شركات خدمات بحث تسويقية متخصصة مستقلة، الغرف التجارية، البيانات الموثقة مثل الكتب والمقالات والمجلات والتقارير والأدلة التجارية، منظمات تجارية مثل مركز تنمية الصادرات وجمعية المصدرين وغيرها.

* قيمة ألفا للمصدر الثالث كانت 0.57 وهي أقل من 0.60، وهذا يفسر قلة عدد الأسئلة التي حملت على هذا العامل الذي بلغ سؤالين فقط وهو عدد قليل جدا.

اختبار الفرضيات

حيث كانت قيمة معامل الالتواء لجميع المتغيرات ضمن المدى المقبول كما يشير الجدول رقم (5). وعليه يمكن استخدام أدوات التحليل الإحصائي التي تفترض التوزيع الطبيعي للبيانات.

الجدول رقم (5)

معامل الالتواء لمتغيرات الدراسة بعد التحويل

الالتواء	المتغير	معامل
-0.340	المصادر الحكومية	شبه
0.434	المصادر الاستشارية	
0.267	المصادر الشخصية	

للتأكد من مدى صلاحية نموذج الدراسة لاستخدام تحليل الانحدار، تم الاعتماد على قيمة (F) المحسوبة ومستوى معنويتها. وكما يشير الجدول رقم (6) فإن قيمة (F = 2.823) بمستوى معنوية (Sig. = 0.040 < 0.05) وهي أقل من 0.05 وهذا يعني أن النموذج بمكوناته الثلاثة استطاع أن يفسر التباين في مستوى الأداء التصديري للشركات، مما يشير إلى صلاحية النموذج وبالتالي إمكانية إجراء تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) على بيانات الدراسة.

الجدول رقم (6)

اختبار صلاحية نموذج الدراسة لتحليل الانحدار

المعنوية	قيمة	مربعات	درجات	مجموع	مصدر
Sig.	F	الانحرافات	الحرية	الانحرافات	التباين
0.040	2.823	3.397	3	10.191	الانحدار
		1.203	193	232.256	الخطأ
			196	242.447	المجموع

الفرضية الأولى:

لاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام الانحدار المتعدد (Multiple Regression) وتحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA). وقبل تطبيق هذه الاختبارات، قام الباحث بالتحقق من افتراض التوزيع الطبيعي (Normal Distribution) للبيانات؛ فقد استند الباحث إلى احتساب قيمة معامل الالتواء (Skewness) لمتغيرات الدراسة. ويشير Malhotra and Briks (2000) إلى أن البيانات تقترب من التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة معامل الالتواء (أقل من 1 وأكبر من -1). وقد أشارت نتائج التحليل في الجدول رقم (4) إلى أن هناك مشكلة تتعلق بافتراض التوزيع الطبيعي وبخاصة فيما يتعلق بالمصادر الاستشارية والمصادر الشخصية، حيث كان معامل الالتواء لهذه المتغيرات خارج المدى المقبول.

الجدول رقم (4)

معامل الالتواء لمتغيرات الدراسة

الالتواء	المتغير	معامل
-0.295	المصادر الحكومية	شبه
-1.146	المصادر الاستشارية	
-1.244	المصادر الشخصية	

وللتغلب على هذه المشكلة، تم تحويل البيانات باستخدام اللوغاريتمات لتقريب توزيع هذه المتغيرات إلى التوزيع الطبيعي. وهذه الطريقة مناسبة في حالة الالتواء الموجب، ولكن في حالة الالتواء السالب يتم طرح جميع القيم لكل متغير من قيمة ثابتة تزيد عن أكبر قيمة في هذه القيم بمقدار واحد "1". وبما أن أكبر قيمة في هذه القيم لجميع المتغيرات كانت تساوي خمسة "5"، فقد تم طرح جميع القيم لكل متغير من قيمة ثابتة تساوي ستة "6". وبعد ذلك تم احتساب اللوغاريتم للبيانات بعد طرحها من "6"، وتم احتساب معامل الالتواء للمتغيرات وكانت النتائج تشير إلى أن التوزيع الجديد للبيانات يتبع التوزيع الطبيعي،

التحليل الإحصائي في الجدول رقم (7) إلى أن قيمة (t) تساوي -2.542 وبمستوى معنوية 0.012 وهي أقل من 0.05 ($t = -2.542; \text{Sig.} = 0.012 < 0.05$) وهذا يعني أن المصادر الاستشارية لها تأثير ذو دلالة إحصائية في الأداء التصديري للشركات الأردنية.

▪ فيما يتعلق بالمصادر الشخصية، فقد أشارت نتائج التحليل الإحصائي في الجدول رقم (7) إلى أن قيمة (t) تساوي 0.090 وبمستوى معنوية 0.928 وهي أكبر من 0.05 ($t = 0.090; \text{Sig.} = 0.928 > 0.05$) وهذا يعني أن المصادر الشخصية ليس لها تأثير ذو دلالة إحصائية في الأداء التصديري للشركات الأردنية.

وعليه نستطيع القول إنه تم رفض الفرضية الأولى بشكل جزئي، حيث أظهرت النتائج وجود تأثير للمصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية في الأداء التصديري للشركات الأردنية بينما لم يكن هناك أي تأثير يذكر للمصادر الشخصية في الأداء التصديري للشركات.

الفرضية الثانية:

تتعلق الفرضية الثانية باختلاف مصادر المعلومات التصديرية المستخدمة باختلاف حجم الشركة. ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين، والجدول رقم (8) يشير إلى نتائج التحليل.

تتعلق الفرضية الأولى بتأثير مصادر المعلومات التصديرية في الأداء التصديري للشركات الأردنية. وقد تم تحديد ثلاثة مصادر رئيسية للمعلومات التصديرية من خلال التحليل العاملي، وهذه المصادر هي المصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية والمصادر الشخصية. ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد، والجدول رقم (7) يشير إلى نتائج التحليل.

الجدول رقم (7)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد

المتغير	قيمة بيتا	قيمة t	المعنوية Sig.
المصادر شبه الحكومية	0.16	2.131	0.034
المصادر الاستشارية	-0.196	-2.542	0.012
المصادر الشخصية	0.007	0.090	0.928

▪ فيما يتعلق بالمصادر شبه الحكومية، فقد أشارت نتائج التحليل في الجدول رقم (7) إلى أن قيمة (t) تساوي 2.131 وبمستوى معنوية 0.034 وهو أقل من 0.05 ($t = 2.131; \text{Sig.} = 0.034 < 0.05$) وهذا يعني أن المصادر شبه الحكومية لها تأثير ذو دلالة إحصائية في الأداء التصديري للشركات الأردنية.

▪ فيما يتعلق بالمصادر الاستشارية، فقد أشارت نتائج

الجدول رقم (8)

نتائج اختبار تحليل التباين للاختلافات في المصادر المستخدمة على أساس حجم الشركة

المصادر	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	المعنوية Sig.
شبه الحكومية	بين المجموعات	0.133	5	0.02664	1.301	0.265
	داخل المجموعات	3.910	191	0.02047		
	المجموع	4.043	196			
الاستشارية	بين المجموعات	0.296	5	0.05925	1.850	0.105
	داخل المجموعات	6.117	191	0.03203		
	المجموع	6.413	196			
الشخصية	بين المجموعات	0.447	5	0.08942	2.921	0.015

		0.03062	191	5.848	داخل المجموعات	
			196	6.295	المجموع	

الاستخدام إلى أن الشركات كبيرة الحجم (المتوسط = 4.1111) تميل لاستخدام المصادر الشخصية أكثر من الشركات صغيرة الحجم (المتوسط = 3.5000).

الفرضية الثالثة:

تتعلق الفرضية الثالثة باختلاف مصادر المعلومات التصديرية المستخدمة باختلاف خبرة الشركة. ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين، والجدول رقم (10) يشير إلى نتائج التحليل.

تشير النتائج في الجدول رقم (10) إلى عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية، من حيث استخدامها للمصادر شبه الحكومية (Sig. = 0.890 > 0.05)، وذلك على أساس خبرة الشركة. أما بالنسبة للمصادر الاستشارية والمصادر الشخصية، فتشير النتائج إلى وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات، من حيث استخدامها للمصادر الاستشارية (Sig. = 0.004 < 0.05) والشخصية (Sig. = 0.000 < 0.05) وذلك على أساس خبرة الشركة.

تشير النتائج في الجدول رقم (8) إلى عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية، من حيث استخدامها للمصادر شبه الحكومية (Sig. = 0.256 > 0.05) والمصادر الاستشارية (Sig. = 0.105 > 0.05)، وذلك على أساس حجم الشركة. أما بالنسبة للمصادر الشخصية فتشير النتائج إلى وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية، من حيث استخدامها للمصادر الشخصية (Sig. = 0.015 < 0.05)، وذلك على أساس حجم الشركة.

وعليه نستطيع القول إنه تم رفض الفرضية الثانية بشكل جزئي، حيث أظهرت النتائج عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية من حيث استخدامها للمصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية، بينما كانت هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية من حيث استخدامها للمصادر الشخصية وذلك على أساس حجم الشركة، ولتحديد مصدر الاختلافات تم إجراء اختبار شيفيه (Scheffe Test)، حيث تشير النتائج في الجدول رقم (9) إلى أن الاختلافات في المصادر الشخصية المستخدمة كانت بين الشركات كبيرة الحجم (أكثر من 100 موظف) والشركات صغيرة الحجم (أقل من 5 موظفين)، كما يشير متوسط

الجدول رقم (9)

نتائج اختبار شيفيه للاختلافات في المصادر الشخصية المستخدمة على أساس حجم الشركة

المتوسط	المجموعات عند ألفا = 0.05		عدد الموظفين	الفئات
	2	1		
4.1111		0.1527	153	أكثر من 100
4.2647	0.1633	0.1633	17	49-20
4.0000	0.2339	0.2339	6	19-10
4.5000	0.2386	0.2386	2	9-5
4.0588	0.2443	0.2443	17	99-50
3.5000	0.5396		2	أقل من 5
	0.061	0.986		المعنوية

الجدول رقم (10)

نتائج اختبار تحليل التباين للاختلافات في المصادر المستخدمة على أساس خبرة الشركة

المصادر	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	المعنوية Sig.
مصادر شبه حكومية	بين المجموعات	0.01312	3	0.04373	0.209	0.890
	داخل المجموعات	4.030	193	0.02088		
	المجموع	4.043	196			
مصادر استشارية	بين المجموعات	0.431	3	0.144	4.634	0.004
	داخل المجموعات	5.982	193	0.03100		
	المجموع	6.413	196			
مصادر شخصية	بين المجموعات	0.675	3	0.225	7.722	0.000
	داخل المجموعات	5.620	193	0.02912		
	المجموع	6.295	196			

خبرة (أقل من 5 سنوات)، حيث يشير متوسط الاستخدام إلى أن الشركات الأكثر خبرة (المتوسط = 4.1683) تميل لاستخدام المصادر الشخصية أكثر من الشركات الأقل خبرة (المتوسط = 3.9474).

مصادر المعلومات الأكثر أهمية والأكثر استخداماً

يشير الجدول رقم (13) إلى ترتيب مصادر المعلومات التصديرية حسب درجة استخدامها وأهميتها من وجهة نظر الشركات المصدرة الأردنية. وكما تشير النتائج فقد كانت المصادر شبه الحكومية (المعارض التجارية، المؤتمرات والندوات، الغرف التجارية، البيانات الموثقة، منظمات تجارية) أكثر المصادر استخداماً، تليها المصادر الاستشارية (الشركات القانونية والمحاسبية والضريبية وشركات الطيران والشحن، المؤسسات المالية، الإنترنت، القنصليات والسفارات الأجنبية)، وأخيراً المصادر الشخصية (الزيارات الشخصية والاتصالات الشخصية). أما من حيث الأهمية فقد كانت المصادر الشخصية أكثر المصادر أهمية تليها المصادر الاستشارية وأخيراً المصادر شبه الحكومية.

وعليه نستطيع القول إنه تم رفض الفرضية الثالثة بشكل جزئي، حيث أظهرت النتائج وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية من حيث استخدامها للمصادر الاستشارية والمصادر الشخصية، بينما لم تكن هنالك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الشركات الأردنية من حيث استخدامها للمصادر شبه الحكومية وذلك على أساس خبرة الشركة، ولتحديد مصدر الاختلافات تم إجراء اختبار شيفيه (Scheffe Test)، حيث تشير النتائج في الجدول رقم (11) إلى أن الاختلافات في المصادر الاستشارية المستخدمة كانت بين الشركات الأكثر خبرة (أكثر من 25 سنة) والشركات الأقل خبرة (أقل من 5 سنوات)، حيث يشير متوسط الاستخدام إلى أن الشركات الأقل خبرة (المتوسط = 4.1016) تميل لاستخدام المصادر الاستشارية أكثر من الشركات الأكثر خبرة (المتوسط = 3.6842).

كما تشير نتائج اختبار شيفيه في الجدول رقم (12) إلى أن الاختلافات في المصادر الشخصية المستخدمة كانت بين الشركات الأكثر خبرة (أكثر من 25 سنة) والشركات الأقل

الجدول رقم (11)

نتائج اختبار شيفيه للاختلافات في المصادر الاستشارية المستخدمة على أساس خبرة الشركة

المتوسط	المجموعات عند ألفا = 0.05		عدد الشركات	الخبرة
	2	1		
4.1016		0.1819	32	أقل من 5
4.0569		0.1858	101	10-5
4.0556	0.2349	0.2349	45	25-11
3.6842	0.3395		19	أكثر من 25
	0.111	0.668		المعنوية

الجدول رقم (12)

نتائج اختبار شيفيه للاختلافات في المصادر الشخصية المستخدمة على أساس خبرة الشركة

المتوسط	المجموعات عند ألفا = 0.05		عدد الشركات	الخبرة
	2	1		
3.9474		0.1290	101	أقل من 5
4.0156		0.1792	45	10-5
4.1333		0.1832	32	25-11
4.1683	0.3316		19	أكثر من 25
	1.000	0.630		المعنوية

الجدول رقم (13)

ترتيب مصادر المعلومات حسب أهميتها واستخدامها

حسب الأهمية		المصدر	حسب الاستخدام		المصدر
الانحراف	المتوسط		الانحراف	المتوسط	
0.7749	4.1142	مصادر شخصية	0.8262	4.2170	مصادر شبه حكومية
0.7473	4.0279	مصادر استشارية	0.7839	4.3807	مصادر استشارية
0.7439	3.7022	مصادر شبه حكومية	0.7143	3.8503	مصادر شخصية

5. مناقشة النتائج والاستنتاجات

تقديم جميع أنواع الدعم لتشجيع الشركات المصدرة على توسيع أعمالها في الأسواق الأجنبية، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على هذه المنظمات الاستشارية من حيث توسيع رقعة نشاطاتها لتصل إلى الأسواق الأجنبية وبالتالي زيادة حجم أعمالها وأرباحها خصوصاً في ظل الانفتاح الاقتصادي وزيادة حدة المنافسة العالمية. ومما يعزز هذه النتيجة أن المصادر الأكثر استخداماً من قبل الشركات الأردنية كانت المصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية كما أشارت النتائج في الجدول رقم (13).

أما فيما يتعلق بالمصادر الشخصية فلم يكن لها تأثير ذو دلالة إحصائية على الأداء التصديري للشركات الأردنية، وقد يعود ذلك إلى أن الحصول على المعلومات التصديرية من هذه المصادر يتطلب الكثير من الجهود للقيام بالزيارات الشخصية للأسواق الأجنبية والاتصالات الشخصية مع الوكلاء والموزعين في تلك الأسواق. كما أن تركيز الشركات على المصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية يقلل من اهتمامها بالمصادر الشخصية، فقد كانت المصادر الشخصية أقل المصادر من حيث درجة الاستخدام من قبل الشركات المصدرة الأردنية كما يشير الجدول رقم (13).

والغريب في الأمر أن النتائج في الجدول رقم (13) تشير إلى أن المصادر الشخصية كانت المصادر الأكثر أهمية من وجهة نظر الشركات المصدرة الأردنية، وهذا ينسجم مع النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة (Cunningham and Spiegel, 1971; Cavusgil, 1981)، كما اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الضمور (1997) التي أشارت إلى أن المصادر الشخصية كانت ذات فائدة كبرى لأغراض التصدير. ولكنها في المقابل (أي المصادر الشخصية) كانت الأقل استخداماً والأقل تأثيراً في الأداء التصديري للشركات المصدرة (لا يوجد أثر) وهذا يتناقض مع النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات. ويمكن أن يعزى ضعف استخدام هذه المصادر، وبالتالي عدم الاستفادة منها، لعدم وجود الخبرة الكافية للشركات الأردنية في بناء العلاقات الدولية مع شركاء في الأسواق الأجنبية، الأمر الذي ينعكس سلباً على الجهود الشخصية التي تبذلها هذه الشركات، أضف إلى ذلك المنافسة العالمية الشديدة التي تواجهها الشركات الأردنية في الأسواق

أشارت نتائج التحليل العاملي إلى وجود ثلاثة مصادر رئيسية للمعلومات التصديرية تستخدمها الشركات الأردنية وهي: المصادر شبه الحكومية، والمصادر الاستشارية، وأخيراً المصادر الشخصية. وهذه النتيجة تتفق مع ما توصل إليه Yeoh (2000) الذي قسم مصادر المعلومات إلى مصادر شخصية ومصادر شبه حكومية ومصادر موثقة تقابل المصادر الاستشارية في الدراسة الحالية. كما تتفق هذه الدراسة - إلى حد كبير - مع النتائج التي توصلت إليها دراسة الضمور (1998) التي صنفت مصادر المعلومات إلى أربع فئات: مصادر عامة (تقابل المصادر شبه الحكومية في الدراسة الحالية)، ومصادر شخصية، ومصادر خاصة (تقابل المصادر الاستشارية) ومصادر أخرى (وكانت ضمن المصادر شبه الحكومية في الدراسة الحالية).

كما أشارت نتائج التحليل الإحصائي لفرضيات الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية في الأداء التصديري للشركات المصدرة الأردنية. وهذه النتائج تنسجم مع النتائج التي توصل إليها Denis and Depelteau (1985) الذي أشار إلى أن الميل إلى المعارض التجارية كان له أثر قوي على الأداء التصديري. كما تنسجم هذه النتائج مع ما توصل إليه Samiee et al., (1993) الذين أشاروا إلى أن المصدرين المبادرين يميلون أكثر إلى استخدام مصادر معلومات ثانوية مثل المجالات التجارية والمنظمات الحكومية وتقارير الأبحاث وغيرها.

وقد يعود ذلك إلى تنامي الدور الذي تقوم به المنظمات شبه الحكومية في السنوات الأخيرة والمتعلق بتقديم المساعدات والمعلومات الجاهزة التي يمكن استخدامها بسهولة من قبل جميع الشركات المصدرة الأردنية؛ فقد أنشأت الحكومة الأردنية عدداً من المنظمات التي تقدم خدمات كثيرة للشركات المصدرة مثل مؤسسة تنمية الصادرات وجمعية المصدرين وجمعية رجال الأعمال وغيرها، كما أطلقت الحكومة العديد من المواقع الإلكترونية التي تقدم أيضاً العديد من الخدمات مثل مركز المعلومات الوطني ونظام المعلومات الوطني وغيرها. أضف إلى ذلك ازدياد الدور الذي تقوم به المنظمات الاستشارية في

بالاتصالات وإجراء الزيارات المتبادلة مع الوكلاء والموزعين في تلك الأسواق، وهذه الإمكانيات لا تتوفر للشركات التي لا تمتلك الخبرة الكافية.

التوصيات

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم عدد من التوصيات التي من شأنها مساعدة الشركات المصدرة والمنظمات الحكومية وغير الحكومية القائمة في إدارة النشاط التصديري في الأردن من أجل تحسين مستوى الأداء التصديري لهذه الشركات:

1. إتاحة الفرص للشركات الأردنية، وخاصة الصغيرة منها، للاتصال مع الأسواق الأجنبية من خلال إقامة المعارض الدولية والمؤتمرات والندوات واستضافة الوكلاء والموزعين في الأسواق الأجنبية للمشاركة في هذه المعارض.
 2. العمل على زيادة إدراك الشركات المصدرة الأردنية لأهمية المعلومات المتعلقة بالأسواق الأجنبية التي توفرها المصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية، وذلك من خلال حملات ترويجية تستهدف هذه الشركات.
 3. تسهيل عمليات اتصال الشركات الأردنية بالوكلاء والموزعين في الأسواق الأجنبية من خلال توفير قواعد بيانات تحتوي على المعلومات الضرورية للاتصال بهذه الأطراف بسهولة ويسر.
 4. قيام الجهات الحكومية وشبه الحكومية بدور الوسيط بين الشركات المصدرة الأردنية والوكلاء والموزعين في الأسواق الأجنبية.
 5. تطوير حملات ترويجية للشركات الصناعية الأردنية تستهدف الأسواق الأجنبية لخلق الطلب على منتجات هذه الشركات في الأسواق الأجنبية وجذب المزيد من الصفقات التجارية للمصدرين الأردنيين.
- ### الدراسات المستقبلية
- هنالك العديد من الاتجاهات التي يمكن أن تتخذها الدراسات المستقبلية في دراسة مصادر المعلومات التصديرية وأثرها في الأداء التصديري، ومن هذه الاتجاهات:
1. تدل نسبة التباين الكلي المفسر من خلال التحليل العاملي

الأجنبية والتي تقلل من فرص الحصول على صفقات وعلاقات تجارية في تلك الأسواق.

وقد أشارت النتائج أيضاً إلى عدم وجود اختلافات بين الشركات الأردنية، من حيث استخدامها للمصادر شبه الحكومية والمصادر الاستشارية، وذلك على أساس حجم الشركة. وهذا يعني أن جميع الشركات بغض النظر عن حجمها تستخدم هذه المصادر بالدرجة نفسها، وهذا منطقي لأن هذه المصادر كما أشرنا سابقاً متوفرة لجميع الشركات المصدرة وتقدم معلومات من السهل استخدامها والاستفادة منها. أما بالنسبة للمصادر الشخصية، فأشارت النتائج إلى وجود اختلافات بين الشركات من حيث استخدامها لهذه المصادر وذلك على أساس حجم الشركة. هذه الاختلافات كانت بين الشركات كبيرة الحجم والشركات صغيرة الحجم، حيث تميل الشركات كبيرة الحجم لاستخدام المصادر الشخصية أكثر من الشركات صغيرة الحجم، ويعزى ذلك إلى توفر الإمكانيات المالية والإدارية للشركات كبيرة الحجم التي تمكنها من استخدام هذه المصادر، كما أن هذه الإمكانيات لا تتوفر للكثير من الشركات صغيرة الحجم.

كما أشارت النتائج إلى عدم وجود اختلافات بين الشركات من حيث استخدامها للمصادر شبه الحكومية وذلك على أساس خبرة الشركة. والسبب أن هذه المصادر، كما أشرنا سابقاً، متوفرة لجميع الشركات المصدرة وتقدم معلومات من السهل استخدامها والاستفادة منها. أما بالنسبة للمصادر الاستشارية والمصادر الشخصية، فتشير النتائج إلى وجود اختلافات بين الشركات من حيث استخدامها لهذه المصادر وذلك على أساس خبرة الشركة. هذه الاختلافات كانت بين الشركات الأكثر خبرة والشركات الأقل خبرة، حيث تميل الشركات الأقل خبرة لاستخدام المصادر الاستشارية، فالشركات الأكثر خبرة قد تمتلك أقساماً متخصصة ومستشارين متخصصين؛ الأمر الذي يعني عن استخدام المصادر الاستشارية، بينما الشركات الأقل خبرة بحاجة إلى تقديم الاستشارات التي لا تمتلكها حتى تتمكن من بناء خبرتها الخاصة بها. كما تميل الشركات الأكثر خبرة لاستخدام المصادر الشخصية، ويعزى ذلك إلى امتلاكها للخبرات الكافية في الأسواق الأجنبية التي تمكنها من القيام

- هذه الشركات وأثر ذلك في الأداء التصديري.
4. اقتصرت هذه الدراسة على الحديث عن مصادر المعلومات التصديرية وأثرها في الأداء التصديري، وهنا لا بد من التعرف على أثر أنواع المعلومات التصديرية التي تستخدمها الشركات الأردنية وأثرها في الأداء التصديري لهذه الشركات.
5. يمكن دراسة العلاقة بين مراحل التطور التصديري التي تمر فيها الشركات ونوع مصادر المعلومات التصديرية التي تستخدمها الشركات في كل مرحلة.

- التي بلغت 47.438% على أن هنالك مصادر أخرى يمكن تحديدها ودراستها.
2. يمكن دراسة الاختلافات بين الشركات من حيث مصادر المعلومات المستخدمة على أساس متغيرات أخرى مثل القطاع الذي تنتمي إليه الشركة، وتركيبية السلع المنتجة والمصدرة، والأسواق المستهدفة وغيرها.
3. اقتصرت هذه الدراسة على الشركات الموجودة ضمن المدن الصناعية المؤهلة، وبالتالي لا بد من اعتبار وجهة نظر الشركات العاملة خارج نطاق هذه المدن التي تهتم بنشاطات التصدير والتعرف على المصادر التي تستخدمها

المراجع

- Overseas Trade Board Occasional Papers, London.
- Bijmolt, T.H.A. and Zwart, P.S. 1994. The Impact of Internal Factors on the Export Success of Dutch Small and Medium-sized Firms. *Journal of Small Business Management*, 32(2): 69-83.
- Birley S. 1985. The Role of Networks in the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 1(1): 107-117.
- Cavusgil, S.T. 1980. On the Internationalization Process of Firms. *European Research*, 8(6): 273-281.
- Cavusgil, S.T. 1984a. Changing Nature of Firms' International Market Research Activities During the Internationalization Process. In Kaynak E. (ed.), *International Marketing Management*, 207-218, New York: Praeger Publishing Company.
- Cavusgil, T.S. 1984b. Differences among Exporting Firms Based on Their Degree of Internationalisation, *Journal of Business Research*, 12: 195-208.
- Crick D. and Chaudhry S. 1997. Export Information Requirements of U.K. Firms: An Investigation into the Effect of Firm Size, *Marketing Education Review*, 7(3): 97-102.
- Crick, D. and Chaudhry, S. 1998. Export Information Providers: are they Meeting the Needs of SMEs?, *Marketing Intelligence and Planning*, 16(3): 141-149.
- Czinkota, M.R. and Ronkainen, I.A. 2001. *International*
- الحلاق، سعيد، 1997، تذبذب الصادرات الأردنية: الأسباب والانعكاسات، جامعة الملك عبدالعزيز، *الاقتصاد والإدارة*، المجلد 10.
- الضمور، هاني حامد، 2003، المشاكل التي تعترض تصدير الأزهار الأردنية إلى الأسواق الأوروبية (دراسة ميدانية)، *مجلة دراسات، العلوم الإدارية*، المجلد 30، العدد 1.
- الضمور، هاني حامد، 2004، تصنيف الشركات الصناعية الأردنية حسب مراحل التطور التصديري: دراسة تحليلية، *مجلة دراسات، العلوم الإدارية*، المجلد 31، العدد 2.
- الضمور، هاني حامد، 1998، تصنيف مصادر المعلومات على أساس مدى فائدتها لأغراض التصدير: دراسة تحليلية في الصناعات الغذائية المصدرة، *مجلة دراسات، العلوم الإدارية*، المجلد 25، العدد 1.
- طمليه، أمل فضل و الضمور، هاني حامد، 2002، العوامل المؤثرة على قرار اختيار نوع القناة التصديرية وأثرها على الأداء التصديري، *مؤتة للبحوث والدراسات*، المجلد 17، العدد 1.
- Andersen, P.H. and Strandskov, J. 1998. International Market Selection: A Cognitive Mapping Perspective, *Journal of Global Marketing*, 11(3): 65-84.
- Anderson, D.R., Sweeney, D.J. and Williams, T.A. 1990. *Statistics for Business and Economics*, 4th ed., West Publishing Company.
- Bannock and Partners. 1987. *Into Active Exporting*. British

- Samiee, S., Walters, P.G.P. and DuBois, F.L. 1993. Exporting as an Innovative Behavior: An Empirical Investigation. *International Marketing Review*, 10(3): 5-25.
- Souchon, A.L. and Diamantopoulos, A. 1997. Use and Non-Use of Export Information: Some Preliminary Insights into Antecedents and Impact on Export Performance, *Journal of Marketing Management*, 13 (1-3): 135-51.
- Souchon, A.L. and Diamantopoulos, A. 1999. Export Information Acquisition Modes: Measure Development and Validation. *International Marketing Review*, 16 (2): 143-168.
- Souchon, A.L., Diamantopoulos, A., Holzmuller, H., Axinn, C., Sinkula, J., Simmet, H. and Durden, G. 2003. Export Information Use: A Five-Country Investigation of Key Determinants. *Journal of International Marketing*, 11 (3): 106-127.
- Walters, P. and Samiee, S. 1990. A Model for Assessing Performance in Small U.S. Exporting Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(2): 33-50.
- Yeoh, Poh-Lin. 2000. Information Acquisition Activities: A Study of Global Start-Up Exporting Companies. *Journal of International Marketing*, 8(3): 36-60.
- Young, S., Hamill, J., Wheeler, C. and Davies, J. R. 1989. *International Market Entry and Development*, Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead.
- Zaltman, G. and Moorman, C. 1988. The Importance of Personal Trust in the Use of Research. *Journal of Advertising Research*, 28(3): 16-24.
- Zou, Shao Ming, C. Taylor, and G. Osland. 1998. The EXPERF Scale: A Cross-National Generalized Export Performance Measure, *Journal of International Marketing*, 6(3): 37-60.
- Marketing*. Harcourt, Inc., p. 232-234.
- Denis, J.E. and Depelteau, D. 1985. Market Knowledge, Diversification and Export Expansion. *Journal of International Business Studies*, 7(1): 77-89.
- Julien, P.A and Ramangalahy C. 2003. Competitive Strategy and Performance of Exporting SMEs: An Empirical Investigation of the Impact of Their Export Information Search and Competencies. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27 (3): 227-245.
- Katsikeas, Constantine S. and Morgan, Robert E. 1994. Differences in Perceptions of Exporting Problems Based on Firm Size and Export Market Experience, *European Journal of Marketing*, 28 (5): 17 – 35.
- Kleinschmidt, E.J. 1985. Cross-sectional Export Performance Research: Problems and Possibilities. Proceedings of the *Annual Conference of the Canadian Association of Administrative Science, International Management Section*, 55-64.
- Kotabe, M. and Czinkota, M. 1992. State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis. *Journal of International Business Studies*, 23(4): 637-658.
- Madsen, T.K. 1987. Empirical Export Performance Studies. *Advances in International Marketing*, 2(2): 178-198.
- Malhotra, K.M. and Briks, D.F. 2000. *Marketing Research: An Applied Approach*. European Edition, Prentice Hall, 307.
- McAuley, A. 1993. The Perceived Usefulness of Export Information Sources. *European Journal of Marketing*, 27(10): 52-64.
- Peters, M.P. and Brush, C. 1996. Market Information Scanning Activities and Growth in New Ventures: A Comparison of Service and Manufacturing Businesses. *Journal of Business Research*, 36(1): 81-89.

The Effect of Export Information Sources on the Export Performance of Jordanian Companies

Mohammad S. Awwad

ABSTRACT

This study aims at investigating export information sources used by Jordanian companies and their effect on the export performance of these companies. In addition, the study explores the difference between companies concerning information sources used according to company experience and size. To achieve these objectives, intransitive hypotheses were formulated and tested using factor analysis, multiple regression and analysis of variance. A survey was conducted over 496 Jordanian companies located at qualified industrial zones, with a response rate of 40% (196 companies). The results showed that there are three export information sources used by Jordanian companies, these sources were quasi-government, consultation and personal sources. Additionally, the results showed that there are only two information sources that affect the export performance, which are quasi-government and consultation sources. For the third source (personal), the results showed no significant effect on the export performance. Moreover, the results showed some differences between companies in personal sources used according to company size. Differences between companies in consultation and personal sources used according to company experience were emphasized. Based on these findings, some recommendations were suggested to improve companies' export performance level.

KEYWORDS: *Export, export performance, information sources.*

محمد سليمان عواد

أستاذ التسويق المساعد، جامعة مؤتة، كلية إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال والتسويق.