

تأثير المجمع التجاري في نجاح الأعمال الصغيرة: دراسة استطلاعية على الأعمال الصغيرة في مكة مول في مدينة عمان

محمد مفضي الكساسبة*

ملخص

تعد الأعمال الصغيرة محركاً للاقتصاد والنمو الاقتصادي، وحاضنة للإبداع والابتكار، والتعلم، والريادة. وتساعد في التوظيف الذاتي، والحد من الفقر، والبطالة، وتوفير فرص لوظائف جديدة. وبما أن أصحاب الأعمال الصغيرة يواجهون تحديات كثيرة في تحقيق النجاح لأعمالهم فإنهم يبحثون عن الأدوات التي يمكن أن تساعدهم في تحقيق هذا النجاح. وينبغي أن ينظر إلى هذه العملية كمسؤولية وطنية تتطلب جهود تكاملية تجمع بين الحكومة والجامعات والباحثين وتعاون جميع أصحاب المصالح لبناء القاعدة المعرفية عن هذه الأعمال. وجاءت فكرة هذا البحث من أهمية توفير المعلومات عن العوامل المؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة للمستثمرين وأصحاب المصالح، ومن المتوقع أن تساعد هذه الدراسة واضعي السياسات والممارسين والمديرين في تطوير أدوات لنجاح الأعمال الصغيرة ونموها وبقائها. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير مجمع مكة التجاري في نجاح الأعمال الصغيرة في مدينة عمان. فتم تطوير استبانة لجمع البيانات من مالكي أو مديري (160) عملاً من الأعمال الصغيرة في مكة مول. وبينت نتائج الدراسة وجود تأثير لموقع المجمع التجاري وبنيته التحتية، وسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن في نجاح الأعمال الصغيرة، في حين لا يوجد تأثير لتكلفة الإيجار وشروطه في نجاح الأعمال الصغيرة. واستناداً إلى النتائج التي تم التوصل إليها، تم تقديم بعض التوصيات التي قد تساهم في تعزيز نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

الكلمات الدالة: المجمع التجارية، موقع المجمع وبنيته التحتية، تكلفة الإيجار وشروطه، سمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن، نجاح الأعمال الصغيرة، مكة مول في مدينة عمان.

المقدمة

مشاريعهم في ظروف بيئية أقل مخاطرة وأكثر تأكيداً؛ الأمر الذي يوفر لها فرص النجاح والنمو والبقاء، ويؤدي إلى توسيع انتشار هذه الأعمال.

تشير إدارة الأعمال الصغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية بأن 99.7% من جميع الأعمال في الولايات المتحدة صغيرة الحجم، وتستخدم نصف العاملين في الولايات المتحدة، وساعدت الأعمال الصغيرة في إنشاء 60% إلى 80% من الوظائف الجديدة. وتعد الأعمال الصغيرة أصولاً للاقتصاد العالمي، ويجب المحافظة عليها، وزيادة عددها لتأمين الميزة التنافسية للدول (Edwards, 2008).

يتكون القطاع الخاص في الأردن من 147327 شركة منها 144361 شركة صغيرة الحجم، أي ما نسبته 97.99% من حجم القطاع الخاص. وتوظف الشركات الصغيرة

أصبح المستقبل الاقتصادي للدول يعتمد اعتماداً متزايداً على نمو الأعمال الصغيرة التي تخلق فرص عمل، وتساهم في تنويع النشاط الاقتصادي، وتؤدي إلى التنافس بفاعلية في السوق العالمية (البرنوطي، 2005). وتلعب الأعمال الصغيرة دوراً حيوياً في الابتكار والتجديد (الزعيبي، 2012). لذلك فإن الدول المتقدمة تؤسس منظمات تعنى بجمع المعلومات عن الأعمال الصغيرة، وتنفيذ الدراسات المتعلقة بها، وتوفير المعلومات الدقيقة لأصحاب المصالح في المشاريع الصغيرة من أجل إدارة

*استاذ مشارك، جامعة عمان العربية، الأردن.

mkasasbeh2002@yahoo.com

تاريخ استلام البحث 2013/12/20 وتاريخ قبوله 2014/6/26.

الإيجار وشروطه، وسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول؟

فرضيات الدراسة:

في ضوء مراجعة الأدبيات فقد تم صياغة الفرضيات الآتية:

الفرضية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ لموقع المجمع التجاري وبنيتة التحتية في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

الفرضية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ لتكلفة الإيجار وشروطه في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

الفرضية الثالثة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ لسمعة المجمع التجاري وتلبية خدمات الزبائن في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

أهداف الدراسة:

- التعرف إلى تأثير موقع المجمع التجاري وبنيتة التحتية، وتكلفة الإيجار وشروطه، وسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول في عمان.
- التعرف إلى بعض خصائص الأعمال الصغيرة العامة والإستراتيجية.
- المساعدة في البدء بإطلاق قاعدة معرفية عن الأعمال الصغيرة في الأردن بما يشكل الأساس في اتخاذ القرارات من قبل أصحاب المصالح في هذه الأعمال التي تحتاج إلى مزيد من الدعم والرعاية في أي دولة.
- إمكانية التوصل إلى نتائج يمكن من خلالها صياغة بعض التوصيات التي تساعد أصحاب القرار في الأعمال الصغيرة لتطوير منظماتهم باستمرار.

أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة في ما يأتي:
- جذب انتباه العلماء والباحثين إلى أهمية دراسة العوامل المؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة. وإثراء الأساس النظري في هذا المجال.

الحجم 340831 موظفاً من أصل 628554 موظفاً؛ أي ما نسبته 54.22% من مجموع العمالة التي تعمل في القطاع الخاص (Jordan Human Development Report, 2011).

إن الأعمال الصغيرة تحتل مكاناً في الاقتصاد الأردني، لما تتماز به من صفات وخصائص تؤهلها لكي تؤدي دوراً بارزاً في التنمية الاقتصادية، وكذلك تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، مما يعطيها القدرة على الحد من البطالة من خلال اسهامها في توفير فرص العمل (الفواز وآخرون، 2008).

بدأ انتشار المجمعات التجارية في الأردن مع مطلع القرن الحادي والعشرين، نظراً لتغير مقتضيات العصر التي باتت تحتم على الكثيرين من الوصول إلى نقطة واحدة تجتمع فيها كل الاحتياجات كي يشترونها دفعة واحدة. وتم اختيار مكة مول للدراسة باعتباره من أكبر وأقدم المجمعات التجارية في الأردن. وقد تم افتتاحه في عام 2003، ويحتوي على عشرات محلات الملابس والأزياء ذات الماركات العالمية والمطاعم والمقاهي والبازارات، بالإضافة إلى أماكن اللعب الترفيهية ودور السينما (Meccamall Website, 2014)، وبما أن انتشار المجمعات التجارية في الأردن ظاهرة حديثة نسبياً؛ فإن تقييمها ومعرفة تأثيرها على نجاح الأعمال الصغيرة عملية تستحق الدراسة والبحث.

مشكلة الدراسة:

بما أن أصحاب الأعمال الصغيرة يواجهون عدداً من التحديات من أجل تحقيق النجاح في أعمالهم، فإنهم يتطلعون للأدوات التي يمكن أن تساعدهم في النجاح. لذا جاءت فكرة هذا البحث من إحساس الباحث بأهمية توفير معلومات عن العوامل المحددة لنجاح الأعمال الصغيرة في الأردن للمستثمرين وأصحاب المصالح؛ الأمر الذي يساعدهم في بناء أدوات نجاحها ونموها وبقائها، ولعل هذه المسؤولية وطنية وتتطلب من الحكومة والجامعات والباحثين والمهتمين بناء هذه القاعدة المعرفية والمشاركة فيها.

إن الغرض من هذا البحث يتمثل في الإجابة عن السؤال الآتي: ما تأثير موقع المجمع التجاري وبنيتة التحتية، وتكلفة

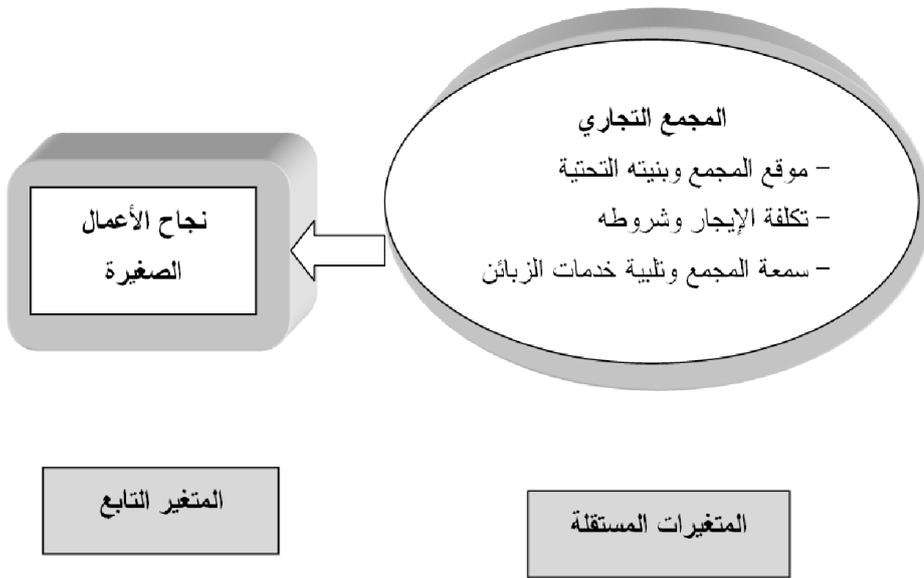
ومتشعب، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتشكّل الخطوة الأولى في طريق الألف ميل لبناء القاعدة المعرفية عن هذه المشاريع في الأردن.

نموذج الدراسة:

يوضح الشكل رقم (1) نموذج الدراسة؛ ويتكون من ثلاثة متغيرات مستقلة هي: (موقع المجمع التجاري وبنية التحتية، وتكلفة الإيجار وشروطه، وسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن)، أما المتغير التابع فهو نجاح الأعمال الصغيرة.

- جذب انتباه المستثمرين وأصحاب المصالح في الأعمال الصغيرة التي تطلق في المجمعات التجارية إلى العوامل المحددة لنجاحها وأبرز خصائصها، خاصة وأن هذه الأعمال هي أعمال وطنية وتتوثر في الاقتصاد؛ ولذلك تسعى الدول إلى البحث عن المعلومات التي تعزز فرص نجاحها وبقائها ونموها لتصبح مشاريع منافسة عالمياً.

- تحاول الدول والجامعات ومراكز البحث والتطوير إجراء الدراسات حول الأعمال الصغيرة وتوفير قاعدة معرفية عنها لأن تأثيرها على المجتمع كبير



شكل (1)
نموذج الدراسة

اعتبرت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO) المشروعات الصغيرة جداً المشروعات التي يعمل فيها 1-4 عمال، والمشروع الذي يعمل فيه 5-19 عاملاً مشروعاً صغيراً (الحموري، واللبيدي، 2003). واعتمدت دائرة الإحصاءات العامة في الأردن التصنيف الآتي لهذه المشروعات بعد عام 2000 لأغراض المسوحات الاقتصادية (دائرة الإحصاءات العامة الأردنية، مسح الاستخدام لعام 2010):

الأساس النظري ومراجعة الأدبيات

مفهوم الأعمال الصغيرة:

تعرف الأعمال الصغيرة الحجم بطائفة واسعة من التعاريف والمقاييس التي تختلف من بلد إلى آخر. ويُعتمد في التعريف على بعض المعايير المستخدمة عادة كعدد العاملين، وإجمالي الأصول، وحجم المبيعات، ومستوى الاستثمار. ولعل التعريف الأكثر شيوعاً هو استخدام معيار حجم العمالة (Chengter and Yi-Fan, 2012).

1-4 عمال مشروع صغير جداً.

5-19 عاملاً مشروع صغير.

20 - 49 عاملاً مشروع متوسط.

العوامل المؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة:

تؤثر عوامل متعددة الأبعاد داخلية وخارجية في نجاح الأعمال الصغيرة. ومن خلال مراجعة بعض الدراسات السابقة يتضح تعدد العوامل المؤثرة في نجاح الشركات الصغيرة الحجم.

تعد البنية التحتية من العوامل الرئيسة لنجاح الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم والتي تضمن كفاءة تشغيلها، وبحثت دراسة Mikhaylo (2013) نظام البنية التحتية للأعمال الصغيرة، من خلال دراسة آليات عمل حاضنات الأعمال وعناصر البنية التحتية للأعمال الصغيرة في أوكرانيا خلال السنوات العشر الماضية. وأظهرت الدراسة أن 5.2% فقط من الميزانيات المحلية تخصص لتطوير البنية التحتية؛ وكنتيجة لذلك، لا تملك غالبية المناطق في أوكرانيا بنية تحتية تمكن من مساعدة الأعمال الصغيرة، مما يقلل من كفاءة البنية التحتية كقوة دافعة للتنمية المحلية عن طريق الأعمال الصغيرة.

حاولت دراسة Shalla (2013) تقييم تأثير مراكز التسوق على قطاع البيع بالتجزئة غير المنظم في مدينة سريناجار (Srinagar) في الهند. وكشفت النتائج أن هناك تأثيراً إيجابياً لمراكز التسوق على صغار تجار التجزئة. ولوحظ الأثر الإيجابي بمقاييس دوران المبيعات والربحية لدى صغار تجار التجزئة في هذه المراكز.

سعت دراسة Uddin & Bose (2013) إلى تحديد العوامل المساهمة في نجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة. وتم جمع البيانات من خلال مقابلات مع 195 مبحوثاً من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة في مدينة خولنا (Khulna) في بنغلاديش. وتم اختيار عدة عوامل من الأدبيات السابقة التي تؤثر في نجاح المشاريع الصغيرة والمتوسطة. وتوصلت الدراسة إلى أن خطة الأعمال، وقنوات التوزيع، ومهارات الإدارة، والدعم الحكومي من أهم العوامل ذات الدلالة الإحصائية المؤثرة في تحديد نجاح

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مدينة خولنا. كان الهدف من دراسة Philip (2011) تحديد العوامل الحاسمة لنجاح الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم في بنغلاديش. وفحصت الدراسة ستة من العوامل التي تؤثر على نجاح الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم. وهذه العوامل: خصائص الشركات الصغيرة والمتوسطة، والإدارة والمعرفة الفنية، والمنتجات والخدمات، وطريقة القيام بالأعمال والتعاون، والموارد والتمويل، والبيئة الخارجية. وأشارت نتائج تحليل الانحدار لهذه الدراسة أن أهم العوامل التي تؤثر في نجاح الأعمال الصغيرة والمتوسطة في بنغلاديش هي المنتجات والخدمات، وطريقة القيام بالأعمال، والإدارة والمعرفة الفنية، والبيئة الخارجية.

حددت دراسة Cevdet et al. (2011) العوامل الحاسمة الرئيسة لنجاح الأعمال الصغيرة في قطاع الفنادق في تركيا بالاستخدام الفعال للإنترنت، وجودة الخدمة، والأداء المالي، والتسويق. وأظهر التحليل العاملي أن استخدام الإنترنت أهم عامل في نجاح الفنادق الصغيرة.

جاءت دراسة Naqvi (2011) بهدف إلقاء الضوء على العوامل الحاسمة في نجاح وفشل الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في باهوالبور (Bahawalpur) في باكستان. وتشير النتائج إلى أن خدمة العملاء، والمعرفة الفنية بالأعمال، والتجربة السابقة للمدير من أهم العوامل الرئيسة للنجاح. في حين أن ضعف إمكانية الحصول على رأس المال، وضعف البنية التحتية، والفساد من أهم عوامل الفشل.

قارنت دراسة Dan and Chen (2010) عوامل النجاح الحاسمة للشركات الصغيرة في الصين مع دراسات سابقة مماثلة أجريت في كل من الولايات المتحدة والمكسيك، ووجدت الدراسة أن عوامل النجاح الحاسمة للشركات الصغيرة في هذه الدول تتشابه بشكل أكثر مما تختلف، الأمر الذي تبدو معه مثل هذه الدراسات مهمة -من وجهة نظر الباحث- لإمكانية الاستفادة من تجارب الآخرين في هذا المجال. ومن القواسم المشتركة التي توصلت إليها الدراسة التشابه بين الصين والمكسيك في عوامل النجاح الحاسمة المتعلقة بالجهد التسويقي والقوى المنافسة. في الوقت الذي كان الاختلاف الأساسي يتعلق بتلبية الاحتياجات المالية،

وهدفت دراسة Reaves (2008) إلى البحث في تجارب 19 من الرياديات النساء الناجحات لتحديد عوامل النجاح المدركة للريادي. وشملت المواضيع المهمة للنجاح بما يلي: دعم الأسرة، والتعاون والعلاقات كموارد، والشخصية، ومهارات الاستماع، والاهتمام بالزبائن، والحماس.

قيمت دراسة Bowen (2008) الدوافع، وعوامل النجاح المدركة، والمشاكل التي تواجهها الرياديات صاحبات الأعمال المتناهية الصغر والصغيرة في جامايكا. وتبين النتائج أن دوافع الرياديات صاحبات الأعمال في إطلاق الأعمال هي الاستقلالية والعوامل الداخلية الآتية: إنشاء عمل خاص بهن، وزيادة فرص دخلهن، والرغبة في أن يكن مديرات أنفسهن وأن يتحكمن في مصيرهن، والحصول على الأمن الشخصي، والحصول على الثروة الشخصية، وبناء مدخرات لفترة التقاعد. وكانت العوامل الحاسمة المدركة في نجاحهن هي: العمل بجد، والمهارات الجيدة في خدمة العملاء، وزيادة المبيعات، والبحث عن أسواق وعملاء جدد، وبيع سلع وخدمات ذات جودة بأسعار منافسة. ومن مشاكل الأعمال الرئيسية التي يواجهونها: ضعف الاقتصاد، وانخفاض حجم المبيعات، ونقص التمويل الكافي، وضعف البنية التحتية، والجريمة والعنف، وارتفاع مستوى المنافسة. وتناولت دراسة أبو مغلي (2007) طبيعة العلاقة بين تحليل السوق وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة في قطاع الخدمات في مدينة عمان في الأردن، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين تحليل كل من الموقع، والسعر، والطلب، والمنافسين من جهة، وجدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة من جهة أخرى.

وتجدر الإشارة إلى أن ظهور مراكز للتسوق، ومجمعات تجارية في بعض المدن كان له تأثير سلبي على الشركات الصغيرة التي كانت منتشرة في الأسواق العادية، لأن الأعمال الصغيرة الموجودة في المجمعات التجارية شكلت منافساً قوياً لهذه المشروعات الصغيرة المنتشرة في الأسواق العادية (Mathenjwa, 2007).

ولعل ما يميز هذه الدراسة عند الدراسات السابقة التركيز على تحديد العوامل المؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول في مدينة عمان باعتبار أن المجمعات التجارية بيئة مختلفة

وموقع الشركات الصغيرة في الصين. هدفت دراسة Wallace (2010) إلى فحص الكثير من العوامل المرتبطة بالشركات العائلية التي تؤدي إلى نجاح الأعمال والربحية. وتم اختبار متغيرات مستقلة مثل: (العمر، والجنس، والأنشطة الإدارية، وحجم الأعمال، والأعمال المنزلية، ومشاكل الأعمال) في التنبؤ بنجاح الأعمال والربحية (المتغيرين التابعين). وأشارت نتائج تحليل الانحدار إلى أن الأنشطة الإدارية، والأعمال المنزلية، وعمر العمل، ومشكلات العمل، ومشكلات التدفق النقدي للعمل ترتبط إحصائياً بالنجاح المدرك للعمل. كما وجد أن حجم العمل يرتبط إحصائياً بالربحية.

وجاءت دراسة Heald-Fisher (2010) بهدف استكشاف البيانات المفيدة التي يمكن أن تساعد في التوصل إلى فهم لمدى فائدة الربط الشبكي في مجال الأعمال، وما إذا كان الرياديون من الذكور والإناث يستخدمون الربط الشبكي على مستوى مختلف. وتشير نتائج هذا البحث إلى أن الرياديين الذين يستخدمون الشبكات كأداة يميلون نحو امتلاك إدراك أعلى لنجاح الأعمال. وكشف هذا البحث أن الرياديين من الذكور والإناث يستخدمون الشبكات بنفس المعدل تقريباً. هدفت دراسة Edwards (2008) إلى التحقق من أهم عوامل النجاح والعقبات التي تواجه صاحبات الأعمال الصغيرة الأمريكيات الإناث من أصل أفريقي. ويمكن أن تشكل المعلومات المستمدة من هذه الدراسة أساساً لتحديد عوامل النجاح الحاسمة والعقبات التي تواجه الريادة في الأعمال لمساعدة واضعي السياسات والممارسين ومديري البرامج في تطوير أدوات لمساعدة الرياديين في الحفاظ على الأعمال وبقائها بغض النظر عن العرق أو الجنس. وتم استخدام منهج البحث النوعي لتحليل الظاهرة. وأجريت مقابلات مع عشر نساء سود من الرياديات في الأعمال، وبعد تحليل البيانات تم التوصل إلى عوامل النجاح الآتية: التعرض المبكر للريادة، والتعليم والتدريب، والخبرة في الأعمال، والسمات الشخصية القيادية، والحماس، والرؤية، والمخاطرة، بالإضافة إلى الجنس والعرق. وكانت أبرز الجوانب الأكثر متعة لصاحبات الأعمال هي تمكين وتعليم الآخرين، بينما كانت أهم العقبات الافتقار إلى الموارد المالية والتوجيه.

الجامعات الأردنية، للتحقق من مدى صدق فقرات الاستبانة، ولقد تم الأخذ بملاحظاتهم، وإعادة صياغة بعض الفقرات، وإجراء التعديلات المطلوبة.

ثبات أداة الدراسة:

تم استخراج معامل الثبات، طبقاً لكرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، وكان معامل الثبات للاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة (0.717)؛ وهي نسبة ثبات مقبولة لأغراض التحليل الإحصائي والبحث العلمي.

المعالجة الإحصائية:

لغرض اختبار فرضيات الدراسة، فقد اعتمد الباحث على الرزمة الإحصائية (SPSS) في التحليل من خلال استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1. مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistical Measures) وذلك لوصف خصائص منظمات الأعمال الصغيرة التي أجريت عليها الدراسة.
2. التحليل العاملي (Factor Analysis) باستخدام أسلوب تدوير العوامل لتحديد العناصر المكونة للعوامل المتعلقة بالمجمع التجاري والمؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة.
3. اختبار معامل تضخم التباين (Variance Inflation Factor) واختبار التباين المسموح به (Tolerance) للتأكد من عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة (Multicollinearity).
4. معامل الالتواء (Skewness) لاختبار التوزيع الطبيعي للبيانات.
5. تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) لاختبار صلاحية النموذج واختبار تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

محددات الدراسة:

بالرغم من إمكانية تعميم نتائج هذه الدراسة على الأعمال

عن وجود الأعمال في الأسواق العادية لما تنبئه المجمعات التجارية من قدرات التكامل والتوافق والتعاقد للأعمال الصغيرة. ولعل هذه الدراسة من أولى الدراسات في الأردن - في حدود علم الباحث- التي تسعى لتحديد العوامل المؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة في المجمعات التجارية.

منهجية الدراسة

طبيعة الدراسة:

تم إجراء دراسة استطلاعية للعوامل المتعلقة بالمجمع التجاري والمؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول في العاصمة عمان من خلال تصميم إستبانة وتوزيعها على مالكي الأعمال أو مديريها لتحديد العوامل المحددة لنجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

مجتمع الدراسة وعينتها:

اشتملت عينة الدراسة على (160) عملاً صغيراً من أصل (193) عملاً صغيراً من الشركات التي تعمل في مكة مول في مدينة عمان، أي ما نسبته (82.9%) من مجتمع الدراسة. وتم اختيار هذه الشركات بطريقة عشوائية.

أداة الدراسة:

تم تطوير استبانة من خلال الإطلاع على الأدبيات ذات العلاقة بالموضوع، لتحديد العوامل المتعلقة بالمجمع التجاري والمؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول، وتكوّنت الاستبانة من جزأين هما:

الجزء الأول: يتضمّن الأسئلة (1-15) المعبرة عن خصائص الشركات العامة والإستراتيجية.

الجزء الثاني: يتضمّن (12) فقرة على مقياس (ليكرت Likert) الخماسي للخيارات المتعدّدة، وتشمل على أسئلة لقياس المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. والملحق رقم (1) يبين استبانة الدراسة.

صدق أداة الدراسة:

لقد تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من الأساتذة المختصين في مجال الإدارة، في مجموعة من

مول؛ ولعل هذا من أهم محددات الدراسة الحالية.
عرض البيانات ومناقشة النتائج
خصائص الأعمال الصغيرة في مكة مول:

الصغيرة التي تعمل في مكة مول، إلا أنه يصعب تعميم نتائجها على الأعمال الصغيرة التي تعمل في المجمعات التجارية الأخرى الموجودة في مدينة عمان في الأردن لأن الدراسة اقتصرت على الأعمال الصغيرة الموجودة في مكة

جدول (1)
الخصائص العامة للأعمال الصغيرة في مكة مول

النسبة المئوية	العدد	فئات المتغير	المتغير
84.4%	135	تجاري	طبيعة نشاط الشركة
15.6%	25	خدمي	
60.6%	97	مؤسسة فردية	الشكل القانوني للشركة
28.1%	45	شركة تضامن	
3.8%	6	شركة توصية بسيطة	
7.5%	12	شركة توصية بالأسهم	
42.5%	68	مؤهلات مهنية	نوع مؤهلات موظفي الشركة
34.4%	55	مؤهلات علمية	
23.1%	37	دون مؤهلات	
77.5%	124	مدينة عمان	مكان زبائن الشركة
10.6%	17	أماكن أخرى في الدولة	
11.9%	19	دول أخرى	
33.1%	53	مرتفع	مستوى دخل زبائن الشركة
55.6%	89	متوسط	
11.3%	18	منخفض	
75.6%	121	المالك / المالكين	مصادر تمويل الشركة
5.0%	8	اقتراض من الأهل / الأصحاب	
1.3%	2	اقتراض من مؤسسات حكومية	
3.8%	6	اقتراض من مؤسسات دولية	
1.9%	3	اقتراض من مؤسسات متخصصة بتمويل الأعمال الصغيرة	
12.5%	20	اقتراض من بنوك تجارية	
29.4%	47	داخل مكة مول فقط	
31.9%	51	لديها فروع أخرى داخل عمان	موقع الشركة وفروعها
16.9%	27	لديها فروع أخرى داخل الأردن	
21.9%	35	لديها فروع أخرى خارج الأردن	

النسبة المئوية	العدد	فئات المتغير	المتغير
43.8%	70	المالك / المالكون	يدبر العمل
56.3%	90	مدير متخصص مقابل راتب شهري.	
70.0%	112	سوق مستهلك نهائي	طبيعة سوق الشركة
17.5%	28	سوق تجاري	
6%	1	سوق صناعي	
1.9%	3	سوق الكتروني	
10.0%	16	سوق دولي	

الشركات المبحوثة، يلي ذلك الافتراض من البنوك التجارية بما نسبته (12.5%) من الشركات المبحوثة، ثم الافتراض من الأهل والأصحاب بما نسبته (5%) من الشركات المبحوثة، ثم الافتراض من مؤسسات دولية بما نسبته (3.8%) من الشركات المبحوثة، ثم الافتراض من مؤسسات متخصصة بتمويل المشاريع الصغيرة بما نسبته (1.9%)، وأخيراً الافتراض من مؤسسات حكومية بما نسبته (1.3%) من الشركات المبحوثة.

ويتضح من الجدول رقم (1) أن ما نسبته (29.4%) من الشركات المبحوثة تعمل في مكة فقط، في الوقت الذي يوجد لما نسبته (31.9%) من الشركات المبحوثة فروع داخل مدينة عمان، ويوجد لما نسبته (16.9%) من الشركات المبحوثة فروع في مناطق أخرى داخل الأردن، ويوجد لما نسبته (21.9%) من الشركات المبحوثة فروع خارج الأردن.

ويستدل من الجدول رقم (1) أن ما نسبته (43.8%) من الشركات المبحوثة تدار من قبل مالكيها، في حين أن ما نسبته (56.3%) من هذه الشركات تدار من قبل مديريين متخصصين مقابل راتب شهري. وأتضح أن ما نسبته (70%) من أسواق الشركات المبحوثة أسواق مستهلك نهائي، في حين ما نسبته (17.5%) من أسواق الشركات المبحوثة أسواق تجارية، و(10%) أسواق دولية، وما نسبته (1.9%) من أسواق الشركات المبحوثة أسواق الكترونية، و(0.6%) من أسواق الشركات المبحوثة فقط أسواق صناعية.

يبين الجدول رقم (1) الخصائص العامة للأعمال الصغيرة في مكة مول، ويتضح من الجدول رقم (1) أن ما نسبته (84.4%) من الأعمال الصغيرة المبحوثة في مكة مول كانت تجارية، في حين كان ما نسبته (15.6%) خدمية، ويتضح أن ما نسبته (60.6%) من الأعمال الصغيرة المبحوثة تتخذ شكل المؤسسة الفردية، ويتخذ (28.1%) من هذه الأعمال شكل شركة التضامن، في حين يتخذ فقط ما نسبته (3.8%) من الأعمال الصغيرة المبحوثة شكل شركة التوصية البسيطة، و(7.5%) شكل شركة التوصية بالأسهم.

ويشير الجدول رقم (1) أن ما نسبته (42.5%) من العاملين في الشركات المبحوثة يحملون مؤهلات مهنية، و(34.4%) يحملون مؤهلات علمية، في حين كان ما نسبته (23.1%) دون مؤهلات. وأتضح أن ما نسبته (75.5%) من زبائن الشركات المبحوثة كانوا من مدينة عمان، في حين كان ما نسبته (10.6%) من الزبائن من مناطق أخرى داخل الدولة، في الوقت الذي كان ما نسبته (11.9%) من الزبائن من دول أخرى. وكان ما نسبته (33.1%) من زبائن الشركات المبحوثة من ذوي الدخل المرتفع، في الوقت الذي كان ما نسبته (55.6%) من الزبائن من ذوي الدخل المتوسط، وكان ما نسبته (11.3%) فقط من الزبائن من ذوي الدخل المتدني.

ويتبين من الجدول رقم (1) أن مصادر تمويل الشركات المبحوثة كانت من المالكين بما نسبته (75.6%) من

جدول (2)

الخصائص الإستراتيجية للأعمال الصغيرة في مكة مول

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة المئوية
دراسات الجدوى للمشروع	تم عمل دراسات جدوى للمشروع قبل التأسيس	137	85.6%
	لم يتم عمل دراسات جدوى للمشروع قبل التأسيس	23	14.4%
الخطة الاستراتيجية للشركة	يوجد خطة استراتيجية للشركة	291	60.8%
	لا يوجد خطة استراتيجية للشركة	31	19.4%
الميزة التنافسية للشركة	الجودة	72	45.0%
	السعر	29	18.1%
	كثافة الخدمة	59	36.9%
موقع الشركة بين المنافسين	قيادي / عمل ريادي	108	67.5%
	تابع / عمل مقلد	52	32.5%
أولويات العمل	الأولوية للكفاءة في الأداء	118	73.8%
	الأولوية للإنسان والمسة الشخصية	42	26.3%
إستراتيجية المخاطرة للعمل	إستراتيجية الحذر (المخاطرة المحدودة)	105	65.6%
	إستراتيجية المجازفة (المخاطرة المحسوبة)	55	34.4%

المجازفة أو المخاطرة المحسوبة.

التحليل العائلي (Factor Analysis):

تم إجراء التحليل العائلي (Factor Analysis) باستخدام أسلوب تدوير العوامل لتحديد العناصر المكونة للعوامل المتعلقة بالمجمع التجاري المؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة. واعتمد الباحث القيمة (0.5) كقيمة مميزة لتحميل المتغير، وهي القيمة التي اعتمدها دراسة Chen et al. (2000)

وأفرزت نتائج التحليل العائلي ثلاثة عوامل هي: العامل الأول موقع المجمع وبنيته التحتية؛ ويرتبط بعنصرين هما موقع المجمع التجاري وبنيته التحتية. والعامل الثاني تكلفة الإيجار وشروطه؛ ويرتبط بعنصرين هما تكلفة الإيجار ومرونة شروط الإيجار. والعامل الثالث سمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن؛ ويرتبط بستة عناصر هي سمعة المجمع، وتوافر خدمات مشتركة للزبائن، وتكامل الأعمال في المجمع، وتوافر كل احتياجات الزبائن، وتصميم المجمع وسهولة حركة الزبائن، ووجود أماكن ترفيه. ويوضح الجدول رقم (3) نتائج التحليل العائلي.

يبين الجدول رقم (2) الخصائص الإستراتيجية للأعمال الصغيرة في مكة مول؛ فيلاحظ من الجدول رقم (2) أن ما نسبته (85.6%) من الأعمال الصغيرة المبحوثة في مكة مول قامت بعمل دراسات جدوى قبل التأسيس، في حين كان ما نسبته (14.4%) من الأعمال المبحوثة لم تقم بعمل دراسات جدوى قبل التأسيس، ويستدل من الجدول رقم (2) أن ما نسبته (80.6%) من الشركات المبحوثة يوجد لديها خطط إستراتيجية، في حين أن ما نسبته (19.4%) من الشركات المبحوثة لا يوجد لديها خطط إستراتيجية.

وأضح أن ما نسبته (45%) من الشركات المبحوثة تنافس بالجودة، في حين ما نسبته (18.1%) من الشركات المبحوثة تنافس بالسعر، و(36.9%) تنافس بكثافة الخدمة. وتبين أن ما نسبته (67.5%) من الشركات المبحوثة شركات قيادية، في حين ما نسبته (32.5%) من الشركات المبحوثة شركات مقلدة. ويشير الجدول رقم (2) إلى أن ما نسبته (65.6%) من الشركات المبحوثة تتبنى إستراتيجية الحذر أو المخاطرة المحدودة، في حين ما نسبته (34.4%) من الشركات المبحوثة تتبنى إستراتيجية

جدول (3)

نتائج التحليل العاظمي (Factor Analysis) للعوامل المؤثرة في الأعمال الصغيرة في مكة مول

القيمة المميزة للتحميل	العناصر	العامل
.581	موقع المجمع	موقع المجمع وبنيته التحتية
.637	البنية التحتية للمجمع	
797	تكلفة الإيجار	تكلفة الإيجار وشروطه
.543	شروط الإيجار	
549	سمعة المجمع	سمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن
690	توافر خدمات مشتركة للزبائن	
.704	تكامل الأعمال في المجمع	
.761	توافر كل احتياجات الزبائن	
.724	تصميم المجمع وسهولة حركة الزبائن	
.589	وجود أماكن ترفيه	

حيث كانت القيم أقل من (1).

جدول (4)

اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح به

ومعامل الالتواء

Skewness	Tolerance	VIF	المتغير المستقل
-.477	.975	1.026	موقع المجمع وبنيته التحتية
-.439	.943	1.061	تكلفة الإيجار وشروطه
-.758	.921	1.085	سمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن

للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة، فقد تم إجراء تحليل التباين للانحدار (Analysis of Variances). ويتبين من المعطيات الإحصائية في الجدول رقم (5) ثبات صلاحية النموذج لاختبار فرضيات الدراسة، استناداً إلى ارتفاع قيمة (F) المحسوبة عن قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة $(0.01 \geq \alpha)$.

اختبار التحقق من ملائمة البيانات للتحليل الإحصائي:

قبل البدء في تطبيق تحليل الانحدار لاختبار فرضيات الدراسة، قام الباحث بإجراء بعض الاختبارات وذلك من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار؛ إذ تم التأكد من عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة (Multicollinearity) باستخدام اختبار معامل تضخم التباين (VIF) واختبار التباين المسموح به (Tolerance) لكل متغير من متغيرات الدراسة، مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين (VIF) للقيمة (10)، وأن تكون قيمة اختبار التباين المسموح به (Tolerance) أكبر من (0.05). كما وتم التأكد من إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution) باحتساب معامل الالتواء (Skewness)، إذ أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة معامل الالتواء تقل عن (1). والجدول رقم (4) يبين نتائج هذه الاختبارات.

يلاحظ أن قيم اختبار معامل تضخم التباين (VIF) للمتغيرات المستقلة تقل عن (10). وأن قيم اختبار التباين المسموح به (Tolerance) أعلى من (0.05)؛ ويُعد هذا مؤشراً على عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة (Multicollinearity). وقد تم التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي باحتساب معامل الالتواء (Skewness)،

جدول (5)

نتائج تحليل التباين للانحدار (Analysis of Variances)

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F	معامل التحديد R2	معامل الارتباط (R)
1	22.997	3	7.666	16.646	0.000 *	.228	.242
	71.839	156	.461				
	94.836	159					

المتغيرات المستقلة: موقع المجمع وبنيته التحتية، وتكلفة الإيجار وشروطه، وسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن.

المتغير التابع: نجاح الأعمال الصغيرة. * ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة $(\alpha = 0.01)$

وللتحقق من هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد. وتشير نتائج التحليل الإحصائي في الجدول رقم (6) أن هناك تأثيراً للمتغير المستقل (موقع المجمع وبنيته التحتية) في المتغير التابع (نجاح الأعمال الصغيرة)، بدلالة ارتفاع معامل (Beta) وبدلالة قيمة (T) المحسوبة (2.337) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.05)$ ؛ مما يقضي رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة والتي تنصّ على وجود تأثير دالّ إحصائياً لموقع المجمع وبنيته التحتية في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

ويتضح من هذا النموذج أن المتغيرات المستقلة مجتمعة تفسّر ما مقداره (22.8%) من التباين في نجاح الأعمال الصغيرة، مما يدلّ على وجود تأثير للمتغيرات المستقلة في المتغير التابع، وبناءً على ثبات صلاحية النموذج يمكن اختبار فرضيات الدراسة باستخدام تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis).

اختبار الفرضيات:

H01 - الفرضية الأولى: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ لموقع المجمع وبنيته التحتية في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

جدول (6)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) لاختبار تأثير المتغيرات المستقلة في نجاح الأعمال

الصغيرة في مكة مول

مستوى دلالة T	قيمة T المحسوبة	المعاملات النمطية		النموذج Model	
		Beta	الخطأ المعياري		
0,014**	2.484		.427	1.061	1 Constant موقع المجمع وبنيته التحتية تكلفة الإيجار وشروطه سمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن
0,021**	2.337	.165	.075	.175	
0,097	1.670	.120	.050	.083	
0,000*	5.436	.395	.080	.436	

المتغير التابع: نجاح الأعمال الصغيرة. * ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة $(\alpha = 0.01)$ ** ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة $(\alpha = 0.05)$

H02- الفرضية الثانية: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ لتكلفة الإيجار وشروطه في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

يشير الجدول رقم (6) إلى أنه لا يوجد تأثير للمتغير المستقل (تكلفة الإيجار وشروطه) في المتغير التابع (نجاح الأعمال الصغيرة) في مكة مول بدلالة انخفاض معامل (Beta) وانخفاض قيمة (T) المحسوبة (1.670) وهي أقل من قيمتها الجدولية، وهي ليست ذات دلالة إحصائية؛ مما يقتضي قبول الفرضية العدمية.

H03- الفرضية الثالثة: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ لسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

يتضح من الجدول رقم (6) أن هناك تأثيراً للمتغير المستقل (سمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن) في المتغير التابع (نجاح الأعمال الصغيرة)، بدلالة ارتفاع معامل (Beta) وبدلالة قيمة (T) المحسوبة (5.436) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \geq 0.01)$ ؛ مما يقتضي رفض الفرضية العدمية، وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على وجود تأثير دال إحصائياً لسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول.

- بنيت التحتية مناسبة لهذه الأعمال.
- أكدت نتائج التحليل الإحصائي للبيانات عدم وجود تأثير دال إحصائياً لمتغير (تكلفة الإيجار وشروطه) في المتغير التابع (نجاح الأعمال الصغيرة) في مكة مول. وربما يدل ذلك على ارتفاع تكلفة الإيجار في مكة مول بالمقارنة مع الأسواق العادية التي تنتشر فيها الأعمال الصغيرة في مدينة عمان.
- أظهرت نتائج التحليل وجود تأثير دال إحصائياً لسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول. وتلقت هذه النتيجة مع بعض نتائج دراسة في مكة مول. Naqvi (2011) التي تشير إلى أن خدمة العملاء من أهم العوامل الرئيسية لنجاح الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في باهالوالبور (Bahawalpur) في باكستان. وهذا يتطلب ضرورة اهتمام المديرين باختيار المجمع التجاري الذي يتمتع بسمعة طيبة، فضلاً عن تقديمه خدمات تلبي حاجات الزبائن.

التوصيات

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحث بما يأتي:

1. ضرورة الاهتمام بتعزيز دور مكة مول في نجاح الأعمال الصغيرة في ضوء النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة باعتبار أن مثل هذا المجمع بيئة مختلفة عن بيئات الأعمال في الأسواق العادية وتساهم في بناء قدرات التكامل والتوافق والتعاقد للأعمال الصغيرة.
2. مراعاة الاهتمام من قبل إدارة مكة مول بتخفيض تكلفة الإيجار على مالكي الأعمال الصغيرة في المجمع لتتنسج مع الأسواق العادية التي تنتشر فيها الأعمال الصغيرة في مدينة عمان.
3. ضرورة إطلاق هيئة وطنية تعنى بتوفير المعلومات باستمرار عن الأعمال الصغيرة الموجودة في المجمعات التجارية في مدينة عمان لجميع أصحاب المصالح.
4. إجراء المزيد من الدراسات حول موضوع العوامل

مناقشة النتائج

جاءت هذه الدراسة لبحث تأثير موقع المجمع التجاري وبنيت التحتية، وتكلفة الإيجار وشروطه، وسمعة المجمع وتلبية خدمات الزبائن في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عدة يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك تأثيراً دالاً إحصائياً لمتغير (موقع المجمع وبنيت التحتية) في نجاح الأعمال الصغيرة في مكة مول. وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما توصلت إليه دراسة Shalla (2013) التي كشفت عن وجود تأثير إيجابي لمراكز التسوق على صغار تجار التجزئة في مدينة سريناجار (Srinagar) في الهند. وهذا يستدعي وجوب اهتمام المديرين باختيار موقع المجمع التجاري، علاوة على أهمية أن تكون

الأردن ومقارنة نتائجها بنتائج هذه الدراسة.

المؤثرة في نجاح الأعمال الصغيرة في مجتمعات تجارية أخرى في مدينة عمان وفي مدن مختلفة في

المراجع

المراجع العربية

المتعلقة بإدارة الموارد البشرية: دراسة ميدانية على مديري منظمات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في الأردن"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 8، العدد 2: 327-352.

الفواز، تركي مجحم، والنيف، خالد لافي، وهوارى، معراج، (2008)، "الصناعات الصغيرة الأردنية ودورها في التنمية الاقتصادية وإدارية معاصرة في مطلع القرن الواحد والعشرين: التحديات والفرص والآفاق المنعقد في جامعة الزرقاء الأهلية في الفترة من 6-2008/5/7.

دائرة الإحصاءات العامة الأردنية، مسح الاستخدام لعام 2010.

أبو مغلي، عزام عزمي مسعود، (2007)، أثر تحليل السوق على جدوى إقامة المشروعات الاستثمارية الصغيرة: دراسة تحليلية على قطاع الخدمات في محافظة العاصمة عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

البرنوطي، سعاد نائف، (2005)، إدارة الأعمال الصغيرة: أبعاد للريادة، عمان: دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع.

الحموري؛ بلال والليدي فضل، (2003) الصناعات الصغيرة جداً في الأردن: الواقع والتحديات، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر منشآت الأعمال الصغيرة والمتوسطة: التحديات والآفاق المستقبلية، جامعة اليرموك، الأردن، 2003.

الزعبي، محمد عمر، (2012) "متطلبات العملية الإبداعية

المراجع العربية باللغة الإنجليزية

Abo-Moghli, A. A. M. (2007), Impact of Market Analysis on the Feasibility of Establishing Small Investment Enterprises: An Analytical Study on the Service Sector at the Governorate of Amman, the Capital, Unpublished Master Thesis, Middle East University.

Alfawaz, T. M., Alnif, K. L., and Houari, M., (2008), "Jordanian Small industries and their Role in Economic Development", Proceedings of The Sixth Scientific Conference Entitled "Issues of Economic and Administrative Contemporary in the Early 21st Century Challenges, Opportunities, Prospects", Zarqa Private University, 6-7 May 2008.

Al-hammouri, B., and AlLabadi, F., (2003), "Micro

Industries in Jordan: Reality and Challenges", Conference of Small and Medium Businesses Enterprises: Challenges and Prospects, Yarmouk University, 2003.

Alzoubi, M. O. (2012), "The Requirements of Creativity Process in HR: An Empirical Study on HR Managers in Small and Medium Firms in Jordan", **Jordan Journal of Business Administration**, 8(2): 327-352.

Barnouti, S., (2005), **Small Businesses Management: Implication for entrepreneurship**, Amman: Dar Wael for Publishing and Distribution.

Department of Statistics, Survey for 2010.

المراجع الأجنبية

- Bowen, M. M., (2008), A Sub-Group Comparison of the Motivations, Perceived Success Factors, Problems and Needs of Jamaican Micro and Small Entrepreneurs, Ph.D. Dissertation, The University of Minnesota.
- Cevdet , A., Huseyin, A., and Oguzhan, I., M. , (2011), "Critical Success Factors for Small Hotel Businesses in Turkey: An Exploratory Study" *Cornell Hospitality Quarterly*, 52 I(2): 153-164.
- Chen L.-D., Soliman, K. S., Mao, E. & Frolick, M. N. (2000). "Measuring User Satisfaction with Data Warehouses: An Exploratory Study," *Information & Management*, 37(3): 103-110.
- Chengter, H. and Yi-Fan, Y., (2012)," The Key Success Factors of Small Business Innovation and Research of Taiwan Automotive Electronics Industry", *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 3(5): 521-524.
- Dan, K., and Chen, J., (2010) "Are Small Business Critical Success Factors Same in Different Countries?" *SIES Journal of Management*, Apr-Aug2010, 7 (1): 1-12.
- Edwards C. C., (2008), Assessing Entrepreneurship and African American Women: Factors of Success, Ph.D. Dissertation, Graduate Faculty of the School of Business and Technology Management, North Central University.
- Heald-Fisher, S. M., (2010), Entrepreneurs Making Connections: Networking by Women Small Business Owners, Ph.D. Dissertation, Capella University.
- Jordan Human Development Report 2011, Ministry of Planning and International Cooperation & United Nations Development Programme. Available on line at http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Jordan/Jordan_NHDR_2011.pdf, Retrived on 15 of June 2014.
- Mathenjwa, A., (2007), "The impact of Jabulani shopping mall on small township businesses and their response", Master Thesis, University of Pretoria.
- Meccamall Website, <http://meccamall.jo/>, Retrived on 15 of June 2014.
- Mikhaylo P., (2013)," Small Business Infrastructure Development : Problems and Ways to Improve", *Socio-Economic Problems & the State*, 8 (1): 6-18.
- Naqvi, S. W. H., (2011), "Critical Success and Failure Factors of Entrepreneurial Organizations: Study of SMEs in Bahawalpur", *Journal of Public Administration and Governance*, 1(2): 17-22.
- Philip, M., (2011) "Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs)", *Amity Global Business Review*, 6 (1): 118-136.
- Reaves, B. B., (2008), Entrepreneurial Success: A Phenomenological Study of the Characteristics of Successful Female Entrepreneurs, Ph.D. Dissertation, University of Phoenix.
- Shalla, S. A., (2013), "Impact of Shopping Malls on Small Retail Outlets: A Case study of Srinagar City", *Indian Journal of Applied Research*, 3(3):230-231.
- Uddin, M. R., & Bose, T. K., (2013), "Factors Affect the Success of SME in Bangladesh: Evidence from Khulna City", *Journal of Management and Sustainability*, 3 (3): 166-172.
- Wallace, J. S., (2010), Family-Owned Businesses: Determinants of Business Success and Profitability, Master Thesis, Utah State University.

Impact of Mall in Small Business Success: An Exploratory Study on Small Businesses at Mecca Mall in Amman

*Mohammed M. AL-Kasasbeh **

ABSTRACT

Small businesses form an engine of the economy and economic growth, an incubator for creativity, innovation, learning, and entrepreneurship. Furthermore; they also help in self-employment, reducing poverty and unemployment, and provide opportunities for new jobs. As small business owners face a number of challenges to achieve success in their businesses, they are looking for tools that can help them succeed. This mission should be viewed as a national responsibility that requires integrative efforts combine government, universities, researchers, and all stakeholders' cooperation to build up the needed knowledge base. So the idea of this research came up from the researcher feel that the importance of providing information on the factors influencing the success of small business to investors and stakeholders, which is expected to assist policy makers, practitioners and managers in developing tools for success, growth, and survival. This study aims at exploring the impact of mall infrastructure and location, rent cost and its conditions, meeting customers' services and mall reputation, in small business success at Mecca Mall in Amman. A questionnaire was developed to collect data from owners or managers of (160) small businesses in Mecca Mall. The results of the study showed the influence of site and mall infrastructure, and meeting the customers' services and mall reputation in small business success, while no influence of rent cost and its conditions in small business success. Based on the findings, some of the recommendations were proposed.

KEYWORDS: Malls; Mall Infrastructure and Location; Rent Cost and its Conditions; Meeting Customers' Services and Mall Reputation; Small Business Success; Mecca Mall in Amman..

* Associate Professor of Business Management, Amman Arab University, Jordan
mkasasbeh2002@yahoo.com
Received on 20/12/2013 and Accepted for Publication on 26/4/2014.