

أثر الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد والبيئة التنافسية على شركات السياحة في الأردن

دكتور/ أيمن صالح مصطفى حرب

استاذ المساعد في كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية - قسم المحاسبة - جامعة الزرقاء - الأردن
البريد الإلكتروني: aymansharb@yahoo.com

الملخص

هدفت هذه الدراسة للتعرف على أثر الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد والبيئة التنافسية في الشركات السياحية في الأردن ، من خلال تحديد تأثير الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن ، وتحديد تأثير الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن. ولتحقيق هذه الأهداف ، قام الباحث بتصميم استبانة مكونة من (18) فقرة ، تم توزيعها على مجتمع الدراسة المكون من شركات السياحة في الأردن ، وعددها (8) شركات سياحة وسفر مع نهاية عام 2015 ، علماً بأن الدراسة لا يوجد فيها اختيار للعينة من المجتمع ، فعينة الدراسة شملت جميع أفراد المجتمع ، وتمثلت وحدة التحليل بالأفراد العاملين في أقسام المحاسبة (المدرء الماليين والمحاسبين)، والدوائر والأقسام الأخرى في قطاع السياحة و السفر مع نهاية عام 2015 ، حيث تم توزيع (90) استبانة على الأفراد العاملين في هذه الدوائر والأقسام ، وقد بلغ عدد الإستبانات غير المعيبة (12) استبانة. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أنه يوجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية (للفرضية الأولى) لتأثير الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن ، حيث بلغت قيمة العلاقة بين المتغيرين (0.738)، وتعتبر هذه القيمة لها دلالة إحصائية . وذلك لأن قيمة (f) المحسوبة والبالغة (104.12) لها دلالة إحصائية بمستوى دلالة (0.000)، وهو أقل من (5%). وتشير هذه النتيجة إلى أثر الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن. وكذلك توصلت هذه الدراسة إلى أنه يوجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية (للفرضية الثانية) تبين تأثير الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن ، حيث بلغت قيمة العلاقة بين المتغيرين (0.765). وتعتبر هذه القيمة لها دلالة إحصائية ، وذلك لأن قيمة (f) المحسوبة والبالغة (122.59) لها دلالة إحصائية بمستوى دلالة (0.001)، وهو أقل من (5%)، وتشير هذه النتيجة إلى أثر الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن.

الكلمات المفتاحية : الإفصاح المحاسبي- المستثمرين الجدد - البيئة التنافسية.

Abstract

This study aimed to identify the impact of accounting disclosure to new investors and competitive environment in the tourist companies in Jordan, by selecting the effect of accounting disclosure to new investors in the tourism companies in Jordan, and to determine the effect of accounting disclosure on the competitive environment in the tourism companies in Jordan. To achieve these goals, the researcher designed a questionnaire consisting of (18) items were distributed to the population of the study consists of tour operators in Jordan, and their number (8) Travel and Tourism companies by the end of 2015, noting that the study where there is no option for a sample of the community, set it study included all members of society, and represented the unit of analysis to individuals working in the accounting departments (financial, accountants, managers), circles and other sections in the tourism and travel industry with the end of 2015, with the distribution of (90) to identify the individuals working in these departments and sections , and the number of questionnaires filled is reached (12) questionnaire. This study has concluded that there is a statistically significant effect (first hypothesis) to the effect of accounting disclosure to new investors in the tourism companies in Jordan, where he reached the relationship between two variables value (0.738), and considers this value is statistically significant, because the value of (f) calculated the (104.12)

have a statistically significant level of significance (0.000), which is less than (5%), and indicate this result to the impact of accounting disclosure to new investors in the tourism companies in Jordan. As well as the study concluded that there is a statistically significant effect (for the second hypothesis) to the effect of accounting disclosure on the competitive environment in the tourism companies in Jordan, where he reached the relationship between two variables value (0.765), and considers this value is statistically significant, because the value of (f) calculated the (122.59) have a statistically significant level of significance (0.001), which is less than (5%), and indicate this result to the impact of accounting disclosure on the competitive environment in the tourism companies in Jordan.

Keyword : Accounting Disclosure - New Investors - Competitive Environment.

المقدمة :-

نلاحظ انه بسبب عمليات الإنفتاح التي حدثت في العالم وانهبير الشيوعية، فأصبحت الرأسمالية هي المسيطرة ، ولأن عنصر المال والثروة هو الحافز القوي للمنظمات ، مما دفع بكثير من الدول الى تتبع سياسة الخصخصة ، فأخذ القطاع الخاص يقوى تدريجيا حتى اصبح ذات نفوذ تحكومية تحكم سياسات وادارات الاعمال والمشاريع، لذلك اخذت الحكومات دورا مراقباً ومشرفاً على سير الخطط الإقتصادية بأخذ الضرائب والمساهمة في جزء من مشاريع القطاع الخاص ، فأحدثت تلك العوامل طفرة اقتصادية هائلة في القطاع الخاص وبالإستثمار والتنافس على البيئة التنافسية في مختلف القطاعات الإقتصادية.

ويعتبر التنافس الإستثماري أحد المهام الأساسية للتطورات التي تقوم عليها المنظمات، فكثيراً من المنظمات قامت عن طريق التنافس مع المنظمات الأخرى ، ولكن السؤال الذي يطرح نفسه ما هو العمل عند الإستثمار الجديد للبيئة التنافسية، وما هي خطورة هذا الإستثمار الجديد على البيئة التنافسية وما هو هدف الإستثمار الجديد ، هل يوجد معلومات محاسبية كافية ، ومن أين أحصل على هذه المعلومات المحاسبية للإستثمار الجديد.

ومن هنا ظهرت أهمية الإفصاح المحاسبي في جميع القطاعات والمنظمات والشركات ، حيث تظهر المشاكل بين المنظمات عندما يظهر مستثمر جديد وقوي على الساحة التنافسية ، خاصة عندما يكون هذا المستثمر والمتنافس الجديد قائم على اسس وقواعد صلبة وقوية جداً ، لذلك بدأت كثير من الشركات تهتم بالمنافسين الجدد مثلما تهتم بالمنافسين القدامى ، فنحن نسمع عن كثير من الشركات التي انهارت فجأة رغم قوتها وذلك بسبب عدم قدرتها على مواجهة المستثمرين والمتنافسين القدامى والجدد .

مشكلة الدراسة :-

تأتي هذه الدراسة كدراسة تتعلق بموضوع تأثير الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في البيئة التنافسية في الشركات السياحية في الأردن ، وما هو التأثير الذي تسببه هذه العلاقة على المستثمرين في عمليات اتخاذ قرارات الإستثمار والحصول على البيانات المحاسبية لإتخاذ القرارات الإستثمارية والدخول إلى المنافسة في الشركات السياحية .

عناصر مشكلة الدراسة:-

ستحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة التالية:-

1- ما تأثير الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن ؟

2- ما تأثير الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن ؟
أهمية الدراسة:-

يساعد الإفصاح المحاسبي في عمليات الإستثمار التي لها أهمية كبيرة في البيئة التنافسية ، وكذلك لها أهمية كبير في تخفيض عنصر المخاطرة ، وخاصة مع وجود الكم الهائل من الشركات التنافسية في جميع القطاعات ، فالإفصاح المحاسبي المبني على إسس علمية وعملية يمكن أن تخفض من كثير من المشاكل المحاسبية والإفلاس المالي في المستقبل.

أهداف الدراسة:-

تهدفت هذه الدراسة إلى معرفة العوامل التي تؤثر على تقييم البيئة التنافسية في ظل وجود مستثمرين جدد وتأثير الإفصاح المحاسبي الجديد عليهم ، وقد هدفت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ، من أهمها :-
1- تحديد تأثير الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة.
2- تحديد تأثير الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة.

فرضيات الدراسة :-

سيتم في هذه الدراسة اختبار الفرضيات التالية :-

الفرضية الأولى :-

HO : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن.

الفرضية الثانية :-

HO : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن.
أما متغيرات هذه الدراسة ، فيوجد ثلاثة متغيرات ، تنقسم إلى متغير مستقل واحد ومتغيرين تابعين اثنين ، وتتمثل على النحو التالي :-

(أ) المتغير المستقل :- الإفصاح المحاسبي.

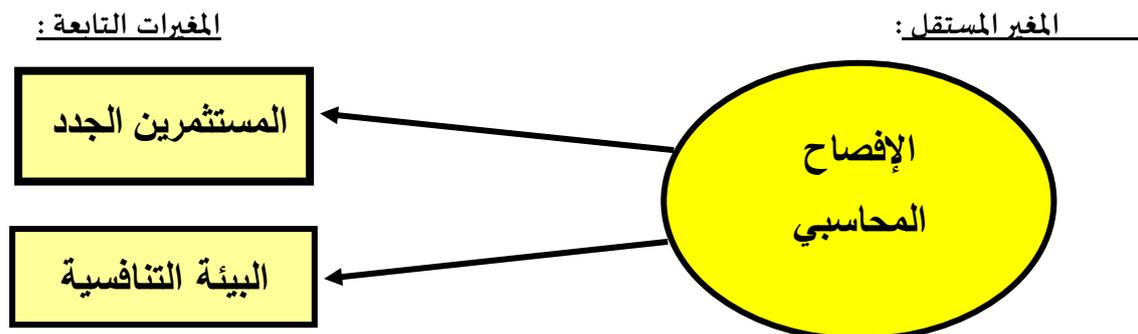
(ب) المتغير التابع :- يتمثل في :-

1- المستثمرين الجدد .

2- البيئة التنافسية .

وفيما يلي نموذج لهذه الدراسة :-

نموذج الدراسة:-



أدبيات الدراسة :

(1) دراسة (كحالة ، 2010) ، بعنوان ، " تحسين جودة القرارات الإستثمارية بإستخدام معلومات المحاسبة الإدارية ". هدفت دراسة (كحالة) التي أجريت في (جامعة العلوم التطبيقية) في الأردن ، على المتغيرات الإقتصادية التي تتسم بظروف عدم التأكد والمخاطرة التي يعيشها العالم اليوم ، فنشأت الحاجة إلى ابتكار مناخ استثماري يتسم بالمصادقية والملاءمة والشفافية في المعلومات المحاسبية ، الأمر الذي يساعد على اتخاذ القرارات الإستثمارية ، ويكون مدعاة لجذب الإستثمارات ، وبالتالي تحقق التنمية الإقتصادية ، خاصة وأن اهتمام الإعلام المحاسبي يتركز أساساً في عملية القياس والإفصاح المحاسبي ، ليصبح قادراً على توفير المعلومات المحاسبية اللازمة لترشيد القرارات الإستثمارية للمستثمرين من خلال توفير المعلومات المحاسبية التي تبين التوقعات المستقبلية لأرباح الشركة .

(2) دراسة (Ghose , 2006) ، بعنوان ، (The Economic Impact of Regulatory Information Disclosure on Information Security Investments, Competition, and Social Welfare).

ركزت مقالة (Rajan , Ghose) على تأثير الإفصاح للمعلومات الإقتصادية والإستثمارية لتأمين معلومات دقيقة وصحيحة للمستثمرين المنافسين ، حيث أن دقة الإفصاح للمعلومات يقلل من المخاطر لإدارة المنظمات ، ويزيد من سلامة البيانات والمعلومات المتدفقة للشركة ، ويقوي الشركة في السوق الإستثماري المنافس.

(3) دراسة (جيجان ، 2012) ، بعنوان ، " أثر الإفصاح المحاسبي عن التكاليف البيئية في ترشيد قرارات الإستثمار والتمويل وتحقيق ميزة تنافسية للشركات " .

بينت دراسة (جيجان) التي اجريت في مجلة الإدارة والإقتصاد في العراق على محاسبة البيئة ، كأداة تمد المستفيدين ومتخذي القرارات بمعلومات محاسبية متعلقة بتكاليف الأداء البيئي ، فهي تتضمن بيانات عن الأداء البيئي إلى جانب بيانات ومعلومات تتعلق بالنواحي المالية ، وتمثل مشكلة البحث في أن الإفصاح عن التكاليف البيئية في الشركات عموماً ، وفي الشركات الصناعية بشكل خاص تتطلب المزيد من الإهتمام والدراسة ، خصوصاً في ظل الإنفتاح الإقتصادي والتطور التكنولوجي ، وازدياد حدة المنافسة وكبر حجم الشركات لما لهذه الشركات من تأثير على البيئة ، ويهدف إلى بيان أثر الإفصاح المحاسبي من التكاليف البيئية في التقارير المالية ، وعلى ترشيد قرارات الإستثمار والتمويل وتحقيق ميزة تنافسية للشركات .

(4) دراسة (Gao , 2008) ، بعنوان ، (Discloure Quality , Cost of Capital , and Investor Welfare).

تطرقت دراسة (Gao) التي اجريت في جامعة (شيكاغو) على التوقعات في تحسين نوعية الإفصاح لصالح وخدمة المستثمر بواسطة تخفيض تكلفة رأس المال ، وقد بينت هذه الدراسة كيف يؤثر نوعية الإفصاح على تكلفة رأس المال المستثمرون والمستثمرون الجدد ، وكذلك تأثيرها على القرارات الإستثمارية للشركة ، فالبيئة الإستثمارية تؤثر على عمليات الإفصاح واتخاذ القرارات الإستثمارية ، فالإفصاح النوعي يعمل لصالح المستثمرون الجدد كأفضل حماية اقتصادية في اكتساب نتائج اقتصادية جيدة ، وتخفيض المخاطر في السوق الإستثماري.

5) دراسة (الشمري ، 2009) ، بعنوان ، " دور الميزة التنافسية في بناء المحفظة الكفوة ". ركزت دراسة (الشمري) على وظيفة الإستثمار كعملية صعبة وذات مخاطرة كبيرة، فالمتغيرات البيئية سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية أم قانونية، ذات تأثيرات كبيرة على نجاح أو فشل عملية الإستثمار ، لذا فأتخاذ أي قرار استثماري بإسلوب رشيد ، يتطلب أن يكون على أسس فهم وادراك عميقين لأثر هذه المتغيرات منفردة أو مجتمعة في نجاح أو فشل هذا القرار ، وأن إغفال المستثمرين لأهمية وأثر تلك المتغيرات ، قد تؤدي إلى تحملهم خسائر فادحة ، وبالتالي قد تؤدي إلى تركهم هذا الميدان الحيوي من ميلدين نهوض أي اقتصاد من اقتصاديات العالم ، وكانت من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي :-

أ – تؤدي الإستراتيجية المالية دوراً هاماً في تطبيق الإستراتيجية التنافسية العامة للمنظمات.
ب – يمكن الإعتماد على مؤشرات الميزة التنافسية والأداء في التوصل إلى نماذج تنبؤية في تصنيف الأوراق المالية.

6) دراسة (زويلف ، 2010) ، بعنوان ، " الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المستقبلية ودورها في الحد من آثار الأزمة المالية العالمية عن سوق المالي ".
تناولت دراسة (زويلف) التي اجريت في جامعة الزيتونة الأردنية على الكشف عن مدى مساهمة الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المستقبلية في الحد من آثار الأزمة المالية العالمية على السوق المالي، وبيان أهمية توفير هذه المعلومات للمستثمرين ، وقد كان من نتائج هذه الدراسة أن الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المستقبلية ، تلعب دوراً في التخفيف من آثار الأزمة المالية العالمية على الأسواق المالية.

7) دراسة (الفضل والزبيدي وراضي ، 2014) ، بعنوان ، " العلاقة بين كفاءة مجلس الإدارة وجودة الإفصاح المحاسبي في ضوء نظرية الوكالة ".
تطرقت دراسة (الفضل والزبيدي وراضي) إلى بيان العلاقة بين كفاءة مجلس الإدارة وجودة الإفصاح المحاسبي في ضوء نظرية الوكالة ، وقد كانت عينة الدراسة مكونة من جميع الشركات المسجلة في سوق العراق للأوراق المالية لسنة 2012 ، والبالغ عددها (91 شركة) ، وقد توصلت الدراسة إلى جملة نتائج منها تباين الأهمية النسبية للمعلومات التي يتم الإفصاح عنها في التقارير المالية للشركات العراقية ، وإن أكثر المعلومات أهمية بالنسبة للمستخدم العراقي ، هي تلك المتعلقة بالجوانب المالية للنشر والتي تفصح عنها القوائم المالية.

8) مقالة (الرشيد ، 2002) ، بعنوان ، " أهمية الإفصاح المحاسبي للمستثمرين بدولة الكويت ".
هدفت دراسة (الراشد) على أهمية عناصر الإفصاح المحاسبي للمستثمرين على وجه الخصوص وللمستخدمي البيانات المالية عامة بدولة الكويت ، وقد تم التركيز على أربع نواحي من الإفصاح المحاسبي. بالإضافة إلى التقرير المالي السنوي ، واجتماع الجمعية العامة والتقارير الدورية للمنشآت ، والتي تسبق نشر بياناتها المالية المدققة ، ومن خلال تتبع حركة التداول وأسعار الأسهم ، علاوة على عوائد عينة من المنشآت المحلية المدرجة في سوق الأوراق المالية بالكويت ، فقد تم اختبار تلك العناصر الأربعة وبيان تأثيرها على قرارات المستثمرين ، وقد أظهرت النتائج أهمية الإفصاح المحاسبي في قرارات المستثمرين .

9) دراسة (البياتي ، 2007) ، بعنوان ، "الإفصاح المحاسبي في ضوء المعايير المحاسبية الدولية". تأتي دراسة (البياتي) من حقيقة كون غالبية قراء التقارير المالية ليس لهم الحق في الإطلاع على سجلات المنظمات ، والتي يأملون في الإطلاع على التقارير المالية ، رغم أن العديد من المعايير التي تؤكد على أهمية الإفصاح المحاسبي ، فالأسس المحددة للمعلومات هي التي تدخل في مجال الوظيفة المحاسبية ، لذلك يجب تحديد طريقة إيصال المعلومات بشكل مناسب مع استخدام الإفصاح .

10) دراسة (حمزة ، 2007) ، بعنوان ، " دور المعلومات المحاسبية في ترشيد قرارات الإستثمار في سوق عمان للأوراق المالية ".

بينت دراسة (حمزة) التي أجريت في مجلة جامعة دمشق على التغيرات المتسارعة في مجال المعلومات والإتصالات ، وعلى قيام منظمات الأعمال بالإفصاح عن نتائج خططها الإستثمارية بشفافية عالية ضمن المحتوى المعلوماتي للتقارير المحاسبية ، وذلك كمدخل لترشيد قرارات الإستثمار في أسواق الأوراق المالية .

المساهمة المتوقعة من الدراسة الحالية :-

لقد ركزت الأبحاث والدراسات السابقة على أهمية الإفصاح في جانب الأزمات المالية والمعايير الدولية ، خاصة في تقديم البيانات والتقارير في الإستثمارات ، وستكون الدراسة الحالية إضافة جديدة في موضوع الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد والبيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن .

الإطار النظري للدراسة ((الإفصاح المحاسبي للمستثمرين الجدد في البيئة التنافسية)) :-

مفهوم وأهمية الإفصاح المحاسبي:-

عرف (حماد ، 2000 ، ص 53) الإفصاح المحاسبي " بأنه اتباع سياسة الوضوح الكامل واظهار جميع الحقائق المالية الهامة التي تعتمد عليها الأطراف المهتمة بالمشروع " .

أما (Gibson , 2004 , 14 page) فقد عرف الإفصاح المحاسبي " بأنه اظهار القوائم المالية التي تصدرها المنشأة بقيمتها الحقيقية العادلة ، بعيدة عن التضليل لمن يستخدم هذه القوائم في عملية اتخاذ القرارات " .

ويرى الباحث بأن الإفصاح المحاسبي عبارة عن المعلومات والبيانات والحقائق المالية اللازمة والهامة لجميع مستخدميها (الداخلي والخارجي) بصورة عادلة بعيدة عن التضليل والتغيير، لتساعد الجهات المستخدمة لهذه البيانات والمعلومات الإستفادة في عمليات اتخاذ القرارات المناسبة.

وللإفصاح المحاسبي أهمية كبيرة في التقارير لمختلف القطاعات الإقتصادية ، منها ازالة الغموض وتجنب التضليل في عرض المعلومات المالية والمحاسبية ، ومساعدة متخذي القرارات على صياغة قرارات سليمة مبنية على معلومات دقيقة ، وبالذات في الجانب الإستثماري (النقيب، 2004، ص 204).

أنواع والمقومات الأساسية للإفصاح المحاسبي :-

وقد تعددت أنواع وأشكال الإفصاح المحاسبي وهي (حنان ، 2009 ، ص 216 - 218) :-

1- الإفصاح الكامل (الشامل) : أي أنه يشير إلى مدى شمولية التقارير المالية وأهمية تغطيتها لأي معلومات ذات

- 1- تأثير محسوس على قرارات مستخدمي تلك التقارير.
- 2- الإفصاح الكافي : وهو عبارة عن الحد الأدنى الواجب نشره من المعلومات.
- 3- الإفصاح العادل : وهو الإفصاح الصادق وهو مطلباً أخلاقياً في الإشارة إلى مدى كفاية الإفصاح بصورة مقبولة عند إبداء رأي المدقق في عدالة القوائم المالية.
- 4- الإفصاح التفاضلي : ويتم التركيز في القوائم المالية بصورة ملخصة ومختصرة على (التفاضل) بين البنود بعقد المقارنات لتوضيح التغيرات الجوهرية وتحديد الإتجاه العام لتلك التغيرات.

ويركز الإفصاح المحاسبي على المقومات الأساسية الرئيسية التالية (النقيب، 2004 ، ص 204):-

- 1- تحديد المستخدم المستهدف للمعلومات المحاسبية.
- 2- تحديد الأغراض التي ستستخدم فيها المعلومات المحاسبية.
- 3- تحديد طبيعة ونوع المعلومات المحاسبية التي يجب الإفصاح عنها.
- 4- تحديد أساليب وطرق الإفصاح عن المعلومات المحاسبية.
- 5- توقيت الإفصاح عن المعلومات المحاسبية.

مفهوم الإستثمار والبيئة التنافسية :-

تؤثر البيئة الخارجية على نجاح وفشل المنظمات بشتى انواعها ، إن كانت بيئة اعمال او بيئة صناعية او بيئة خدمات, حيث انه لكل بيئة ظروفها الاقتصادية والسياسية والمالية والاجتماعية والتكنولوجية, وهذه البيئة لها تأثيرات تنافسية داخلية وخارجية لا يمكن السيطرة عليها ، لذلك يجب على اي منظمة ان تقوم بمعرفة نقاط القوة والضعف للطبيعة التي تواجهها من فرص وتهديدات للبيئة التنافسية. فبعد دخول المستثمرين الجدد الى البيئة التنافسية يحدث هنا صراع بين المستثمرين الجدد والمستثمرين القدامى ، ويشهد هذا الصراع بينهما خاصة في إظهار الخدمة أو السلع للزبائن ، فمن يقدمها بشكل افضل ومن ناحية اخرى يشهد الصراع بين المنافسين ، فمن يبقى في الساحة التنافسية ومن يخرج من حلبة التنافس ، كما يحدث تماما في حلبة الملاكمة والمصارعة فالقوي والمنتصر دائما هو الذي يبقى مستمراً في الحلبة ، أما الضعيف والمهزوم فانه سوف يخرج من الحلبة ، إما عليه أن يخرج من هذه الحلبة التنافسية نهائياً أو يبقى يأخذ وينفذ الأوامر من المنظمات والمنافسين الأقوياء والمنتصرين، فالقوي والمنتصر هو الذي يقوم بفرض جميع شروطه على المهزوم ، فالقوة الآن هي التي تسيطر على عالمنا الإقتصادي والاجتماعي والسياسي.

فقد عرف (نور و ابراهيم) الإستثمار هو أحد الموجودات التي تحتفظ بها المنشأة لغرض زيادة مواردها أو تنمية الثروة من خلال ما تحصل عليه من توزيعات (على شكل فوائد أو عوائد من حقوق الإمتياز أو توزيعات الأرباح أو العائد من الإيجارات) أو لغرض ارتفاع قيمته الرأسمالية أو لغرض الحصول على منافع اخرى مماثلة لتلك التي تحصل عليها من خلال العلاقات التجارية أو إنشاء مشروعات بإستخدام خبراته وجهوده وأمواله (نور و ابراهيم ، 2011 ، ص 237).

وقد عرف (حبتور) البيئة التنافسية على أنها عبارة عن فهم حقيقة مهمة وهي أن أية حركة استراتيجية لأية مؤسسة في بيئة التنافس تؤثر بصورة واضحة في المؤسسات الأخرى في تلك البيئة ، أي أن أية حركة من أية مؤسسة

تؤدي الى رد فعل من قبل المؤسسات الأخرى (حبتور، 2004، ص73).

اما (النجار) فقد عرف البيئة التنافسية على أنها عبارة عن القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو واستقرار وتوسع وإبتكار وتجديد (النجار، 2000، ص11).

ونلاحظ من التعريفات ان المنظمات في البيئة التنافسية معتمدة على بعضها في اعطاء حافز في عمليات اتخاذ القرارات السليمة لكي تواجه ما قد يحدث للبيئة التنافسية في ظل التقدم التكنولوجي الهائل والسرعة في الحصول على المعلومات عن السوق التنافسي.

ويقوم القرار الإستثماري الناجح على ثلاث مقومات أساسية هي (مطر، 2005، ص 19) :-

1- تبني استراتيجية ملائمة للإستثمار.

2- الإسترشاد بالإسس والمبادئ العلمية لإتخاذ القرار.

3- مرعاة العلاقة بين العائد والمخاطرة.

المقومات الأساسية للإستثمار وتحليل قوى المنافسة والقدرة التنافسية :-

إن طبيعة درجة المنافسة في المنظمات تتوقف على خمسة عوامل هي:- التهديدات الداخلية من الجدد ، قوة مساومة المجهزين ، قوة مساومة المشتريين ، تهديدات منتجات أو خدمات بديلة ووجود منافس قوي ضمن المشاركين في المنافسة (ياسين ، 2002 ، ص 72) .

وحتى يتم الحصول على حصة في السوق يجب ان يتم من خلال فرض قدرات تنافسية لكي يتم من خلال هذه القدرات (اي فرض الواقع، وهي القدرات والقوة التنافسية) ، لأن أي صراع تنافسي مع وجود منافس جديد يجب معرفة نقاط قوته وضعفه ، وما هي التأثيرات التي يمكن ان يحدثها في الساحة التنافسية.

ويعرف (مرسي) القدرات التنافسية بأنها يجب ان تتصف بها المنظمات التنافسية من أجل الأسواق ، وتعد القدرة التنافسية بمثابة عاملا هاما في تحديد مدى النجاح او فشل منظمة ما، وهي تعبر عن جوانب التميز والتفوق التي تحقق للمنظمة خبره تنافسية ، وتحدد القدرة التنافسية مدى فعالية منظمة ما في الوفاء بإحتياجات المستهلكين مقارنة بالمنظمات الأخرى التي تقدم سلعا او خدمات مماثلة ، وهنا العديد من الطرق التي تمكن منظمات الاعمال من التنافس مع المنظمات الأخرى ومن أمثلة هذه الطرق (مرسي ، 2003 ، ص 29) :-

- 1- السعر: يعبر عن المبلغ الذي يدفعه العميل من اجل الحصول على السلع او الخدمة.
- 2- الجودة: تشير على المواد الخام والبراعة في العمل وكذلك التصميم.
- 3- تميز السلعة أو الخدمة: تشير إلى اي صفات خاصة (مثل التصميم ، التكلفة ، الجودة ، سهولة الاستخدام ، الموقع الملائم ، الضمان) مما يجعل المشتري يدرك السلعة أو الخدمة المقدمة من جانب الشركة المنافسة.
- 4- المرونة: هي المقدرة على التجاوب مع التغيير والسرعة ، ويعني ذلك أن الشركة الأفضل هي التي تستجيب للتغيرات ، مما يزيد من ميزتها التنافسية عن شركة أخرى لا تستجيب.
- 5- التوقيت: وتشير الى مدى السرعة في تسليم السلعة او تقديم الخدمة للعميل، وما هي المقدرة على تطوير وتنمية السلع والخدمات الجديدة الى السوق ، ومعدلات السرعة في عمليات التحسينات في المنتجات.

بعد دخول المستثمرين الجدد الى البيئة التنافسية يحدث هنا صراع بين المستثمرين الجدد والمستثمرين القدامى ،

ويشتد هذا الصراع بينهما خاصة في إظهار الخدمة او السلع للزبائن ، فيمن يقدمها بشكل افضل ومن ناحية أخرى يشتد الصراع بين المتنافسين فمن يبقى في الساحة التنافسية ومن يخرج من حلبة التنافس كما يحدث تماما في حلبة الملاكمة والمصارعة فالقوي والمنتصر دائما هو الذي يبقى مستمراً في الحلبة ، أما الضعيف والمهزوم فانه سوف يخرج من الحلبة (إن كان قادم جديد أو قديم) ، إما عليه أن يخرج من هذه الحلبة التنافسية نهائياً او يبقى يأخذ وينفذ الأوامر من المنظمات والمنافسين الأقوياء والمنتصرين (أن كان قادم جديد أو قديم). فالقوي والمنتصر هو الذي يقوم بفرض جميع شروطه على المهزوم ، فالقوة الآن هي التي سيطرت عالمناً الإقتصادي والإجتماعي والسياسي ، لذلك يجب على الداخل الى البيئة التنافسية أن يتسلح بالخبرات وعناصر القوة التي تؤهله للصراع بين المنافسين القدامى لأن المنافس القديم يكون لديه خبرة اكثر.

تختلف استراتيجيات الإستثمار التي يتبناها المستثمرين، وذلك حسب اختلاف أولوياتهم الإستثمارية ، وتمثل أولويات المستثمر بما يعرف بمنحى تفضيله الإستثماري ، والذي يختلف بالنسبة لأي مستثمر وفق ميله تجاه العناصر الأساسية الثلاثة التالية (مطر وتيم ، 2005 ، ص 19) :-

1- الربحية.

2- السيولة.

3- الأمان.

وينقسم المستثمرون بشكل عام إلى ثلاثة أنماط هي :-

1- المستثمر المتحفظ : وهو المستثمر الذي يعطي عنصر الأمان الأولية على ما عداه.

2- المستثمر المضارب : وهو المستثمر الذي يعطي الأولية لعنصر الربحية على عداه.

3- المستثمر المتوازن : وهو المستثمر الرشيد الذي يوجه اهتماماته لعنصري العائد والمخاطرة بقدر متوازن.

المنهج والإجراءات :

مجتمع وعينة الدراسة :-

يتكون مجتمع الدراسة من شركات السياحة والطيران مع نهاية عام 2015 والمنحصرة في مدينة عمان، فقد شمل مجتمع الدراسة (8) شركات سياحة وسفر في مدينة عمان ، مما أعطى مرونة للبحث في اختيار العينة (عينة الدراسة). وأن وحدة التحليل هم الأفراد العاملين في شركات السياحة والسفر (وعدهم 90 ، (N = 90)). وقد اشتملت العينة العشوائية البسيطة لمجتمع الدراسة على (8) شركات سياحة وسفر، انحصرت في :-

1- شركة الشرق الأوسط للسياحة والسفر.

2- شركة الخطوط التركية.

3- شركة طيران الكاتي باسفيك.

4- شركة هولندي للسياحة والسفر.

5- شركة البتراء للسياحة والسفر.

6- الشركة الأهلية للسياحة والسفر.

7- شركة دالاس للسياحة والسفر.

8- شركة طيران الإمارات.

وسوف يتم توزيع الاستبانات على الأفراد العاملين في شركات السياحة والسفر ، المنحصرين في مدراء ورؤساء شركات السياحة والسفر وعلى المديرين ورؤساء أقسام المحاسبة ، ويرجع السبب في إختيار هؤلاء إلى اعتقاد الباحث بأن تلك الفئة من العاملين هي الجهة المعنية في موضوع الدراسة ، لذلك تم توزيع الاستبانات على الفئات التالية :-

- 1- المدراء الماليين.
- 2- رؤساء أقسام المحاسبة والمحاسبين.
- 3- مدراء ورؤساء شركات السياحة والسفر.
- 4- مدراء أو رؤساء دائرة التدقيق الداخلي (إن وجد).
- 5- رؤساء أقسام تكنولوجيا المعرفة (إن وجد).
- 6- مسؤولين الذمم (إن وجد).

وسيتم استخدام العينة العشوائية البسيطة ، ومن خلال تلك المجموعة المختارة من العينة التي تشكل عينة الدراسة ، فسيتم توزيع (90) استبانة على الأفراد العاملين في شركات السياحة والسفر. أما بالنسبة للفترة الزمنية لمجتمع الدراسة ، فقد شملت نهاية السنة المالية لعام 2015 .

نوع الدراسة :-

هذه الدراسة وصفية تحليلية وميدانية، لأنها تختبر وتحلل وتصف أثر الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في البيئة التنافسية على شركات السياحة في الأردن .

محددات الدراسة :-

وتتمثل محددات الدراسة في :-

- 1- حجم العينة المختارة عبارة عن عينة عشوائية بسيطة ضمن شروط محددة لإختيار العينة.
- 2- قلة المراجع والدراسات السابقة حول موضوع الدراسة ، وخاصة في مجال السياحة والسفر.
- 3- تم اختيار العينات التي تعمل في مدينة عمان.

أساليب جمع البيانات :-

تم جمع البيانات من مصادر ثانوية وأولية والخبرة الشخصية لدى الباحث في مجال شركات السياحة والسفر ، كما يلي:-

أ) المصادر الثانوية ، وتتكون من :-

- 1- المعلومات الجاهزة والمتوفرة في المكتبات من كتب ومراجع ودوريات ومقالات تدور حول موضوع الدراسة ، ودراسات سابقة ، وقد تم الإعتماد عليها في تحديد الإطار النظري للدراسة.
- 2- التقارير السنوية الصادرة عن شركات السياحة والسفر في الأردن.

(ب) المصادر الأولية :- وتتمثل في استبانة يتم توزيعها على الأفراد العاملين في الشركات السياحية المتمثلين في عينة الدراسة (التي ذكرت سابقاً) ، وقد تناولت الإستبانة كل أهداف البحث والتي تم تصميمها في ضوء البيانات الثانوية . لذلك سوف يتم توزيع (90) استبانة على الأفراد العاملين في شركات السياحة والسفر.

عدد الاستبانات الموزعة (لدى الباحث) = 90 استبانة

عدد الاجابات عن الاستبانات (لدى الباحث) = 78 استبانة

عدد الاستبانات التي لم يستجيب عليها عينة الدراسة = 12 استبانة

ويتضح أن النسبة المئوية للاستجابة تساوي ($90 \div 78 = 86.7\%$) ، وهذه النسبة تعتبر نسبة مقبولة في الدراسة.

الأساليب الإحصائية :-

لتحليل بيانات الدراسة ، اعتمد الباحث الأساليب الإحصائية والمؤشرات القياسية ، وأهم الأساليب المستخدمة هي :-

(أ) الإحصاء الوصفي ، ومنها :-

1- الوسط الحسابي لبيان مدى أهمية فقرات الاستبانة عند أفراد العينة.

2- الإنحراف المعياري لبيان مدى اتفاق أفراد العينة وتقارب الإجابات.

3- النسبة المئوية لبيان درجة تأثير هذه العوامل.

(ب) الإحصاء الإستدلالي ، ومنها :-

1- اختبار T-Test.

2- تحليل الإنحدار البسيط .

ملاحظة :- ستم استخدم (SPSS) لتحليل البيانات. (SPSS : Statistical Package for Social Sciences.)

اختبار فرضيات الدراسة :-

يمثل هذا الجزء من الدراسة تحليل المتغيرات المستقلة والتابعة واختبار الفرضيات وذلك على النحو التالي:-
يمثل جدول (1-5) نتائج ثبات مجال الإفصاح المحاسبي ومجالات المستثمرين الجدد في البيئة التنافسية بإسلوب (ألفا كرونباخ) للإتساق الداخلي:-

الرقم	المجال	عدد الفقرات	قيمة كرونباخ الفا
1	الإفصاح المحاسبي (المتغير المستقل)	6	0.818
2	المستثمرين الجدد (المتغير التابع الأول)	6	0.847
3	البيئة التنافسية (المتغير التابع الثاني)	6	0.835
	الاستبيان ككل	18	0.930

تشير نتائج الجدول رقم (1-5) إلى أن قيمة كرونباخ ألفا قد بلغت (0.818) للإفصاح المحاسبي للمتغير المستقل ، وبلغت (0.847) للمستثمرين الجدد للمتغير التابع الأول ، وبلغت (0.835) للبيئة التنافسية للمتغير التابع الثاني ، كما بلغت للدرجة الكلية للإستبيان (0.930) ، وتعتبر جميع هذه القيم مناسبة وكافية لأغراض هذا البحث ، حيث

تعتبر جميعها مرتفعة لأنها قريبة من واحد صحيح والتي تعتبر أكبر قيمة قد يصلها التبات.

الرقم	المجالات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	المستوى	الرتبة
3	يوفر الإفصاح المحاسبي المعلومات المالية اللازمة في اتخاذ القرارات الإستثمارية.	4.01	0.89	80.2	مرتفع	1
6	يساعد الإفصاح المحاسبي في اعداد الموازنات التقديرية في الشركات السياحية.	3.97	0.95	79.4	مرتفع	2
1	تفصح الشركة عن القوائم المالية بالقدر الكافي.	3.84	0.88	76.8	مرتفع	3
4	يساهم الإفصاح المحاسبي في تحديد التكاليف والأسعار الخاصة في السياحة.	3.82	0.95	76.4	مرتفع	4
5	يقلل الإفصاح المحاسبي من شكوك المستثمرين بعدالة القوائم المالية.	3.80	0.93	76.0	مرتفع	5
2	يوفر الإفصاح المحاسبي الدقة والوضوح والثقة والمصدقية في المعلومات المحاسبية للإطراف ذات العلاقة.	3.78	0.99	75.6	مرتفع	6
	الافصاح المحاسبي	3.87	0.67	77.4	مرتفع	

أولاً :- تحليل المتغيرات :-

1- تحليل المتغير المستقل (الإفصاح المحاسبي) :- قام الباحث بإيجاد قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لكل فقرة من فقرات متغيرات الدراسة ، حيث استخدم الباحث المقياس التصنيفي لوصف قيم المتوسطات الحسابية التي تم تقديرها ، وقد كانت تعني تأثير بعض القيم أقل من (2.33) تعني تأثير منخفض ، ومن (2.33 – 3.67) تعني تأثير متوسط ، ومن (3.67 – 5.00) تعني تأثير مرتفع .

جدول رقم (2-5) للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المتغير المستقل (الإفصاح المحاسبي) مرتبة

ترتيباً تنازلياً على النحو التالي:-

يلاحظ من الجدول رقم (2-5) أن مستوى الإفصاح المحاسبي (المتغير المستقل) كان مرتفعاً ، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.87) بأهمية نسبية مقدارها (77.4)، وانحراف معياري مقدارها (0.67)، وجاء مستوى فقرات المتغير مرتفعاً، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.01 – 3.78) ، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة رقم (3) والتي تنص على " يوفر الإفصاح المحاسبي المعلومات المالية اللازمة في اتخاذ القرارات الإستثمارية " ، بمتوسط حسابي مقداره (4.01) وبأهمية نسبية مقدارها (80.2) ، وجاءت الفقرة رقم (2) والتي تنص على " يوفر الإفصاح المحاسبي الدقة والوضوح والثقة والمصدقية في المعلومات المحاسبية للإطراف ذات العلاقة " ، بمتوسط حسابي مقداره (3.78) وبأهمية نسبية مقدارها (75.6).

2- تحليل المتغير التابع الأول (المستثمرين الجدد):

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في الجدول رقم (5-3) لفقرات المتغير التابع الأول (المستثمرين الجدد) مرتبة ترتيباً تنازلياً على النحو التالي :-

جدول رقم (3-5) للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المتغير التابع الأول (المستثمرين الجدد) مرتبة ترتيباً تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	المستوى	الرتبة
4	يوفر الإفصاح المحاسبي عن الإستثمارات بيئة استثمارية فعالة للمستثمرين الجدد.	4.03	0.88	80.6	مرتفع	1
5	يساهم الإفصاح المحاسبي في تطور وتدفع الإستثمارات في السوق السياحي.	3.98	1.00	79.6	مرتفع	2
1	يساهم الإفصاح المحاسبي في جذب المستثمرين الجدد في الشركات السياحية.	3.94	1.03	78.8	مرتفع	3
2	تقوم الشركة بالإفصاح عن الإستثمارات الخاصة بها في الشركات السياحية.	3.93	0.94	78.6	مرتفع	4
6	يساهم الإفصاح المحاسبي في عمليات الإستثمار في تخفيض عنصر المخاطرة.	3.90	0.88	78.0	مرتفع	5
3	تفصح الشركة عن التغيرات في حقوق المساهمين كجزء مستقل في بياناتها المالية.	3.81	1.00	76.2	مرتفع	6
	المتغير التابع الأول (المستثمرين الجدد)	3.93	0.72	78.6	مرتفع	

يلاحظ من الجدول (3-5) أن مستوى المتغير التابع الأول (المستثمرين الجدد) كان مرتفعاً ، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.93) بأهمية نسبية مقدارها (78.6)، وانحراف معياري مقدارها (0.72) ، وجاء مستوى فقرات المتغير مرتفعاً، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.03 – 3.81) ، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة رقم (4) والتي تنص على "يوفر الإفصاح المحاسبي عن الإستثمارات بيئة استثمارية فعالة للمستثمرين الجدد " ، بمتوسط حسابي مقداره (4.03) وبأهمية نسبية مقدارها (80.6) ، وجاءت الفقرة رقم (3) والتي تنص على "تفصح الشركة عن التغيرات في حقوق المساهمين كجزء مستقل في بياناتها المالية "، بمتوسط حسابي مقداره (3.81) وبأهمية نسبية مقدارها (76.2).

3- تحليل المتغير التابع الثاني (البيئة التنافسية):-

يبين الجدول رقم (4-5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المتغير التابع الثاني (البيئة التنافسية) مرتبة ترتيباً تنازلياً على النحو التالي :-

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	المستوى	الرتبة
4	يحسن الإفصاح المحاسبي للعمليات التسويقية في الشركات السياحية.	4.11	0.76	82.2	مرتفع	6
1	يعزز الإفصاح المحاسبي للمعلومات المالية في التأثير على الموقف التنافسي للمستثمرين الجدد في الشركات السياحية.	4.01	0.85	80.2	مرتفع	1
3	يساهم الإفصاح المحاسبي في التوسع في الأسواق التنافسية في الشركات السياحية.	3.97	0.87	79.4	مرتفع	4
5	يحقق الإفصاح المحاسبي الميزة التنافسية بين الشركات التنافسية عبر التقارير المالية.	3.96	0.84	79.2	مرتفع	5
2	يساهم الإفصاح المحاسبي في زيادة الإستثمار والتنافس في الشركات السياحية.	3.92	0.91	78.4	مرتفع	3
6	يساهم الإفصاح المحاسبي للتكاليف السياحية في مواجهة الأسواق التنافسية في الشركات السياحية.	3.87	0.93	77.4	مرتفع	2
	المتغير الت-ابع الثاني (البيئة التنافسية)	3.97	0.64	79.4	مرتفع	

يلاحظ من الجدول (4-5) أن مستوى المتغير التابع الثاني (البيئة التنافسية) كان مرتفعاً ، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (3.97) بأهمية نسبية مقدارها (79.4) ، وانحراف معياري مقدارها (0.64)، وجاء مستوى فقرات المتغير مرتفعاً ، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.11 – 3.87) ، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة رقم (4) والتي تنص على "يحسن الإفصاح المحاسبي للعمليات التسويقية في الشركات السياحية " ، بمتوسط حسابي مقدارها (4.11) وبأهمية نسبية مقدارها (82.2) ، وجاءت الفقرة رقم (6) والتي تنص على " يساهم الإفصاح المحاسبي للتكاليف السياحية في مواجهة الأسواق التنافسية في الشركات السياحية " . بمتوسط حسابي مقدارها (3.87) وبأهمية نسبية مقدارها (77.4).

ثانياً :- اختبار فرضيات الدراسة :-

الفرضية الأولى :-

HO : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن. لإختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط ، ويوضح جدول (5-5) نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط ، أثر الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن وعلى النحو التالي :-

المتغير المستقل	r	R ²	f	Sig f	β_0	β	t	Sig t
الإفصاح المحاسبي	0.738	0.575	104.12	*0.000	0.874	0.790	10.20	0.000

الفرضية الثانية :-

HO : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن. لإختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط ، ويوضح جدول (6-5) نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط ، أثر الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن وعلى النحو التالي:-

المتغير المستقل	r	R ²	f	Sig f	β_0	β	t	Sig t
الإفصاح المحاسبي	0.765	0.585	122.59	*0.000	1.166	0.725	11.07	0.000

النتائج والتوصيات :

النتائج :-

- بعد تحليل نتائج بيانات عينة الدراسة واختبار فرضيات الدراسة ، يمكن تلخيص نتائج الدراسة على النحو الآتي :-
- 1- يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية (للفرضية الأولى) لتأثير الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن ، حيث بلغت قيمة العلاقة بين المتغيرين (0.738)، وتعتبر هذه القيمة لها دلالة إحصائية ، وذلك لأن قيمة (f) المحسوبة والبالغة (104.12) لها دلالة إحصائية بمستوى دلالة (0.000)، وهو أقل من (5%)، وتشير هذه النتيجة إلى أثر الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن.
 - 2- وتبين قيم المعامل (β) أثر الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن في نموذج الانحدار الذي تم التوصل إليه، حيث بلغت قيمة هذا التأثير (0.790).
 - 3- كما تبين قيمة (t) الأهمية الخطية للمعامل (β) الذي تم التوصل إليه، وحيث ان قيم مستوى الدلالة البالغ (0.000) لمتغير الإفصاح المحاسبي كانت اقل من (5%) ، فان قيم المعاملات التي تم التوصل إليها تعتبر ذات أهمية في نموذج الانحدار.
 - 4- وتشير قيم (R^2) إلى نسبة تباين المتغير التابع، والذي يمكن تفسيره من خلال المتغير المستقل وقد بلغت هذه النسبة (57.5%) ، وتبين هذه النسبة مدى قدرة المتغير المستقل في التنبؤ بالمتغير التابع.
 - 5- وبهذه النتيجة يتم رفض فرضية الدراسة الصفرية وقبول البديلة أي هنالك أثر للإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في شركات السياحة في الأردن.
 - 6- يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية (للفرضية الثانية) لتأثير الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات

- السياحة في الأردن ، حيث بلغت قيمة العلاقة بين المتغيرين (0.765)، وتعتبر هذه القيمة لها دلالة إحصائية ، وذلك لأن قيمة (f) المحسوبة والبالغة (122.59) لها دلالة إحصائية بمستوى دلالة (0.000)، وهو أقل من (5%)، وتشير هذه النتيجة إلى أثر الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن.
- 7- وتبين قيم المعامل (β) أثر الإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن في نموذج الانحدار الذي تم التوصل إليه، حيث بلغت قيمة هذا التأثير (0.725).
- 8- كما تبين قيمة (t) الأهمية الخطية للمعامل (β) الذي تم التوصل إليه، وحيث ان قيم مستوى الدلالة البالغ (0.001) لمتغير إدارة الدخل كانت اقل من (5%)، فان قيم المعاملات التي تم التوصل اليها تعتبر ذات أهمية في نموذج الانحدار.
- 9- وتشير قيم (R^2) إلى نسبة تباين المتغير التابع، والذي يمكن تفسيره من خلال المتغير المستقل وقد بلغت هذه النسبة (58.5٪) ، وتبين هذه النسبة مدى قدرة المتغير المستقل في التنبؤ بالمتغير التابع.
- 10- وهذه النتيجة يتم رفض فرضية الدراسة الصفرية وقبول البديلة أي هنالك أثر للإفصاح المحاسبي على البيئة التنافسية في شركات السياحة في الأردن.
- 11- يؤثر الإفصاح المحاسبي على مصداقية المعلومات المالية والمحاسبية ، وتؤثر على صدق البيانات المقدمة للأطراف ذات العلاقة بالشركة من مستثمرين ومنافسين .

التوصيات :-

- بعد تحليل فرضيات الدراسة المتعلقة أثر الإفصاح المحاسبي على المستثمرين الجدد في البيئة التنافسية على شركات السياحة في الأردن ، ولتحقيق هذه الأمور يوصي الباحث بما يلي:-
- 1- النتائج ايجابية يفترض تعزيزها للمحافظة على صدق ودقة المعلومات والبيانات المالية والمحاسبية زيادة الإهتمام بالإفصاح المحاسبي ، مع ضرورة توسيع مجتمع الدراسة في الدراسات اللاحقة ، بحيث لا يقتصر على فقط على القطاع السياحي ، بل يتعدى ذلك القطاعات الأخرى ليشمل (القطاع الصناعي، والجامعات، والمستشفيات ، والتأمين ، والاتصالات، وقطاعات اخرى) ، والعمل على الزام المؤسسات بكافة أشكالها لزيادة الإفصاح المحاسبي في التقارير السنوية.
- 2- رفع مستوى أقسام المحاسبة وتحفيزهم على تقديم تقارير دورية عن الأداء المالي لحماية مصالح المستثمرين.
- 3- تفعيل دور الجامعات والكليات والمعاهد ، لتحمل مسؤوليتها الأكاديمية بكافة مجالاتها بالإهتمام بموضوع الإفصاح المحاسبي ، مع ضرورة توزيع منشورات ودوريات في الجامعات والكليات والمعاهد وجميع القطاعات الأخرى ، على أهمية الإفصاح المحاسبي في تقييم الأداء المالي والمحاسبي والإستمرارية في السوق التنافسي والإستثماري ، لكي يتم حماية أصحاب المصالح في جميع القطاعات الإستثمارية .

المراجع

أولاً: المراجع العربية :-

- 1- البياتي ، غازي عبد العزيز سليمان، (2006)، "الإفصاح المحاسبي في ضوء المعايير المحاسبية الدولية"، المعهد التقني كركوك - العراق ، <http://www.google.com>
- 2- الراشد ، وائل ابراهيم ، (2002) ، " أهمية الإفصاح المحاسبي للمستثمرين بدولة الكويت "، مقالة في مجلة الإقتصاد و الإدارة ، جامعة الملك عبد العزيز- السعودية ، <http://www.google.com>-(on-line).

- 3- الشمري ، ابراهيم راشد ، (2009) ، " دور الميزة التنافسية في بناء المحفظة الإستثمارية الكفؤة "، مجلة الإدارة والإقتصاد ، العدد الخامس والسبعون-العراق ، <http://www.google.com>-(on-line).
- 4- الفضل ، مؤيد محمد علي والزبيدي وراضي ، فراس خضير ونوال حربي ، (2014) ، " العلاقة بين كفاءة مجلس الإدارة وجودة الإفصاح المحاسبي في ضوء نظرية الوكالة (دراسة اختبارية لحالة العراق) " ، - العراق ، <http://www.google.com>.
- 5- النجار ، فريد ، (2000) ، " المنافسة والترويج التطبيقي " ، مؤسسة شباب الجامعة ، عمان – الأردن.
- 6- النقيب ، كمال عبد العزيز ، (2004) ، " مقدمة في نظرية المحاسبة " ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان – الأردن.
- 7- جيجان ، حزام فالح ، (2012) ، "أثر الإفصاح المحاسبي على التكاليف البيئية في ترشيد قرارات الإستثمار والتمويل وتحقيق ميزة تنافسية للشركات" ، مقبول للنشر، مجلة الإدارة والإقتصاد ، السنة الخامسة والثلاثون- عن واحد وتسعون - العراق ، <http://www.google.com>-(on-line).
- 8- حبتور ، عبد العزيز صالح ، (2004) ، " الإدارة الإستراتيجية " ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان – الأردن.
- 9- حماد ، طارق عبد العال ، (2000) ، " التقارير المالية (اسس الإعداد والعرض والتحليل) " ، الدار الجامعية ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس – مصر.
- 10- حمزة ، محي الدين ، (2007) ، " دور المعلومات المحاسبية في ترشيد قرارات الإستثمار في سوق عمان المالي "، مجلة جامعة دمشق كلية للعلوم الإقتصادية – المجلد 23 ، العدد الأول – جامعة دمشق – سوريا، <http://www.google.com>-(on-line).
- 11- حنان ، رضوان ، (2009) ، "مدخل النظرية المحاسبية " ، الطبعة الثانية ، دار وائل للنشر، عمان - الأردن.
- 12- زويلف ، إنعام محسن حسن ، (2010) ، " الشفافية في الإفصاح عن المعلومات المستقبلية ودورها في الحد من آثار الأزمات المالية العالمية على سوق عمان المالي "، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان – الأردن ، <http://www.google.com>-(on-line).
- 13- كحالة ، جبرائيل جوزيف ، (2010) ، "تحسين جودة القرارات الإستثمارية بإستخدام معلومات المحاسبة الإدارية" ، جامعة العلوم التطبيقية ، عمان - الأردن ، <http://www.google.com>-(on-line).
- 14- مرسي ، نبيل محمد ، (2003) ، " الإدارة الاستراتيجية " ، دار الجامعة الجديد للنشر ، الإسكندرية – مصر.
- 15- مطر ، محمد عطيه والحبيالي والراوي ، وليد ناجي وحكمت أحمد ، (1996) ، " نظرية المحاسبة واقتصاد المعلومات " ، الطبعة الأولى ، دار حنين للنشر والتوزيع ، عمان – الأردن.
- 16- مطر ، محمد وتيم ، فايز ، (2005) ، " إدارة المحافظ الإستثمارية " ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر، عمان – الأردن.
- 17- نور ، عبد الناصر ابراهيم و ابراهيم ، ايهاب نظمي ، (2011) ، " المحاسبة المتوسطة " ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والطباعة ، عمان – الأردن.
- 18- ياسين ، سعد غالب ، (2002) ، " الإدارة الإستراتيجية " ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان – الأردن.

ثانياً : المراجع الأجنبية :-

- 19- FASB , 1978 , NO 1.
- 20- Gao, Pingyang , (2008), “**Discloure Quality, Cost of Capital, and Investor Welfar**”, American Accounting Association , The University of Chicago, "(on-line). Available: <http://www.yahoo.com>.
- 21- Gao, Pingyang , (2008), “**Financial Reporting Analysis**”, 9 E, The University of Toledo, by South – Western, printed in the United States of America, "(on-line). Available: <http://www.yahoo.com>.
- 22- Ragan and Ghose, Uday and Anindya, (March , 2006), “**The Economic Impact of Regulatory Information Disclosure on Information Security Investments, Competition, and Social Walfare**”, Leonard Stern School of Business , New York University, Ross School of Business , University of Michigan, "(on-line). Available: <http://www.yahoo.com>.