

الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الاسمنت الليبية

Remote Management and its Impact on Marketing Management

- FIELD STUDY ON LIBYAN CEMENT FACTORIES -

د. مصطفى صالح إعليجة

الملخص:

تتمثل مشكلة الدراسة في ضعف وانخفاض في إدارة التسويق في مصانع الاسمنت الليبية، وبالتالي هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الإدارة عن بُعد في تحسين كفاءة مصانع الإسمنت الليبية، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الإدارة عن بُعد وتحسين إدارة التسويق وجاءت أهم التوصيات بزيادة الاهتمام والدعم لتطبيق برامج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مصانع الإسمنت الليبية وهذه بدورها تدعم عمليات الإدارة عن بُعد.

الجزء الأول

منهجية الدراسة

الدراسات السابقة:

1- دراسة (مدحت 2010)⁽¹⁾:

بعنوان: العوامل المؤثرة على نوايا المديرين والمرؤوسين لتبني أسلوب

العمل عن بُعد في مدينة العاشر من رمضان في مصر.

1- مدحت، بسمة، العوامل المؤثرة على نوايا المديرين والمرؤوسين لتبني أسلوب العمل عن بُعد في مدينة العاشر من رمضان في مصر، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 2010.

وتهدف الدراسة إلى:

- كيفية البحث في ظاهرة العمل عن بعد وذلك بالنظر إلى العوامل التي قد تؤثر على نوايا المديرين والمرؤوسين في البيئة المصرية لتبني هذا المفهوم داخل الشركات في مدينة العاشر من رمضان في مصر.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن هناك مجموعة من العناصر لتمثيل نموذج يشكل نوايا المديرين لتبني أسلوب العمل عن بُعد وهي: الموقف اتجاه العمل عن بُعد - فوائد العمل عن بعد - سهولة استخدام العمل عن بعد - دوافع استخدام العمل عن بعد.

2- دراسة (Deniss Sceulovs 2010)⁽¹⁾:

بعنوان: الأدوات الإلكترونية الضرورية لوجود التعرف على تسويق الشركة في البيئة الإلكترونية - النظرية والواقع العملي.
وتهدف الدراسة إلى: معرفة الأدوات الإلكترونية المختلفة لحل احتياجات أعمال الشركة.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- يوجد أثر للبيئة الإلكترونية والشركات تستخدم الأدوات الإلكترونية المختلفة وأعمال الأفراد الأكثر نشاطاً تتراوح بين 25-38 سنة.
- هناك علاقة توضح أن أكبر جيل سناً يحتاج إلى تنمية تعلمهم الرقمي لأنهم في هذه الأونة هم رؤساء الشركات أو لديهم مناصب رئيسية في الشركات.

1- Deniss ņSeulovs and Elīna Gaile-Sarkane ECONOMICS AND MANAGEMENT: 2010. 15

3- دراسة (Derrick J. Neufeld 2010)⁽¹⁾:

بعنوان: القيادة عن بُعد فعالية الاتصال وأداء القائد.

وتهدف الدراسة إلى: كيفية تأثير البعد التكنولوجي على فعالية الاتصال

الإداري بين التابع والقائد وأداء القائد من خلال نمط القيادة.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- وجود علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين سلوك القيادة التحويلية وأداء القيادة المدركة.

- تؤكد النتائج أن القيادة الفعالة كانت ترتبط إيجابياً بفعالية البعد التكنولوجي والاتصال.

4- دراسة (Aldmour & al-Jaafreh , 2011)⁽²⁾:

بعنوان: مدى ملائمة العوامل التنظيمية لتبني العمل عن بُعد.

وتهدف الدراسة إلى:

- التعرف على العوامل الإدارية الملائمة لتطبيق أسلوب العمل عن بُعد وذلك

بالتطبيق على قطاع الاتصالات في الأردن، في تطبيق أسلوب العمل عن بعد.

- معرفة مستوى المرونة الإدارية الدعم الذي يقدمه المديرون للعاملين.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن مستوى المرونة الإدارية، وتكنولوجيا المعلومات، والإدارة بالأهداف، والتدريب

الإلكتروني، من أكثر العوامل اللازمة لنجاح تطبيق أسلوب العمل عن بُعد.

1- Derrick J. neufeld. zeying wan-yulin fang Group Decis Negdt (2010) springer.

2- Aldmour,f.mand al-jaafreh,a.o.," the appropriateness of the organizational factors for the adoption of teleworking. application the context of " mobile telecommunications sector ", European journal of science research, vol.57,no.4,2011,pp.601-"614.

5- دراسة (عبدالله 2012)⁽¹⁾:

- بعنوان: متطلبات تطبيق أسلوب العمل عن بُعد وأثره علي نواتج العاملين-
دراسة تطبيقية على الشركات العاملة بالقرية الذكية.
تهدف هذه الدراسة إلى:
- معرفة ما مدي تأثير تكنولوجيا المعلومات للعاملين عن بعد في تطبيق أسلوب العمل عن بعد (وقت كامل، جزئي).
- التعرف على أثر العوامل التنظيمية علي تطبيق نظام العمل عن بُعد (وقت كامل، جزئي).
- قياس تأثير تطبيق أسلوب العمل عن بُعد (وقت كامل، جزئي) للعاملين عن بُعد.
وتوصلت الدراسة للنتائج التالية:
- يوجد تأثير معنوي لتطبيق أسلوب العمل عن بعد علي نواتج العاملين عن بعد.
- يوجد تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات لتطبيق أسلوب العمل عن بعد.
- يوجد تأثير معنوي تتمثل في دعم الإدارة العليا، البنية التكنولوجية، علي تطبيق أسلوب العمل عن بُعد (وقت كامل، جزئي).
6- دراسة (So and Sun, 2010)⁽²⁾:

بعنوان: استراتيجية تكامل الموردين لتبني التصنيع المرن في سلسلة التوريد الإلكترونية.

1- عبد الله، ياسمين، متطلبات تطبيق أسلوب العمل عن بعد وأثره علي نواتج العاملين-دراسة تطبيقية على الشركات العاملة بالقرية الذكية، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، كلية التجارة، 2012.
2- SO S , and , Sun , H , Supplier Integration Strategy For Lean Manufacturing Adoption in electronic Supply Chain , Internation Journal Of Supply Chain Management , Vol 15 , No 6 , PP.474-478. 2010.

وتهدف الدراسة إلى: معرفة أثر تطبيق استراتيجية التكامل مع الموردين على قرار نظام الإنتاج المرن في سلسلة التوريد الإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- هناك عوامل لها تأثير مباشر على اتخاذ قرار تطبيق نظام الإنتاج المرن ودورة الشراء والفحص في الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم أهمها استراتيجية التكامل مع الموردين والمشاركة في المعلومات ونظم التجارة الإلكترونية. دراسة (Mckeon, 2010)⁽¹⁾:

بعنوان: تكامل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وإمكانيات التجارة الإلكترونية. وتهدف الدراسة إلى:

- معرفة قيمة عمل تكنولوجيا المعلومات إلى بيئة العمل الإلكترونية.
 - التوكيد على التكامل التكنولوجي الذي تعمل في ظلّه التجارة الإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:
 - التأكيد على أن تكنولوجيا المعلومات تأثر وبشكل قوي على المورد.
- مشكلة الدراسة:**

من خلال الدراسة المكتبية والاستطلاعية، لاحظنا أن مصانع الإسمنت قيد الدراسة على الرغم من وجودها في تسعينات القرن الماضي إلا أن هناك قصوراً في مواكبة التطور التكنولوجي بجميع أنواعه، حيث أنها تحقق خسائر في السنوات الأخيرة وبشكل مستمر وهذا ما بينته مؤشرات الإنتاج سنة 2005 والتي وصل الإنتاج فيها بنسبة 69% من المستهدف وبمقارنته بسنة 2013 وصل الإنتاج

1- Mckeon, inforaton technology and the new worked Economy – New York. Harcourt.

(33.10%) أي هناك تراجع في الإنتاج بنسبة (36%)، وأن مؤشر أرباح السنة المالية لسنة 2009 مقارنة بسنة 2010 أي بنسبة تراجع وصلت 30.23%-، ومؤشرات الاستثمار التدريبي كانت سنة 2005 (22%) وتراجعت سنة 2013 إلى (9%)، ومؤشرات الاستثمار التكنولوجي كانت سنة 2005 (18%) وتراجعت سنة 2013 إلى (8.8%)*.

وعليه يمكن للباحث القول واستناداً على ما سبق ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية فإن الباحث يرى أن مشكلة الدراسة تتمثل في وجود انخفاض في إدارة التسويق وأنه يمكن معالجة هذا الانخفاض من خلال القيام بتفعيل دور الإدارة عن بُعد.
فرضية الدراسة:

لا يوجد تأثير معنوي لدور الإدارة عن بُعد وذلك على إدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية.

أهمية الدراسة:

أ - الأهمية العلمية:

1. تساهم هذه الدراسة في تأصيل مفهوم الإدارة عن بعد وإدارة التسويق.
2. تساعد هذه الدراسة على دراسة وتحليل العلاقة بين الإدارة عن بعد وإدارة التسويق.
3. نظراً لحدثة الموضوع وقلة الكتابات العربية المكتبية التي تناولته، مقارنة بما تحفل به المؤلفات المكتبية الأجنبية من الكتب والمجلات عن هذا المفهوم وتطبيقاته وأهميته والنتائج المترتبة علي تطبيقه، وهو الأمر الذي يحتاج إلي توجيه الكثير من جهود الباحثين لمواكبة التوجهات العالمية أكاديمياً.

*- إحصائيات مكاتب المعلومات والمتابعة بالمصانع محل الدراسة.

ب - الأهمية التطبيقية:

1. تتناول هذه الدراسة مجال صناعة الإسمنت لأنها من دعائم الاقتصاد المحلي.
2. تشير المؤشرات إلى أن الإنتاج في تناقص، لأن مصانع الإسمنت تحقق خسائر في السنوات الأخيرة وبشكل مستمر وهذا ما بينته مؤشرات الإنتاج سنة 2005 والتي وصل الإنتاج فيها بنسبة 69% من المستهدف وبمقارنته بسنة 2013 وصل الإنتاج (33.10%) أي هناك تراجع في الإنتاج بنسبة (36%)، وأن مؤشر أرباح السنة المالية لسنة 2009 مقارنة بسنة 2010 أي بنسبة تراجع 30.23%-، ومؤشرات الإستثمار التدريبي كانت سنة 2005 (22%) وتراجعت سنة 2013 إلى (9%)، ومؤشرات الإستثمار التكنولوجي كانت سنة 2005 (18%) وتراجعت سنة 2013 إلى (8.8%)*، وذلك راجع إلى القصور باتباع تطوير الإدارة عن بُعد وتطوير ومواكبة التقدم التكنولوجي وأساليب العمل عن بعد، والاهتمام أكثر بإدارة التسويق.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على واقع الإدارة عن بُعد في مصانع الإسمنت الليبية.
2. التعرف على واقع إدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية.
3. معرفة طبيعة العلاقة بين الإدارة عن بُعد وإدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية.

الجزء الثاني

الإطار النظري للدراسة

مقدمة:

لم يعد بُعد المسافة عائقاً أمام الإدارة في العصر الحالي لإنجاز كافة مهامها بالسرعة والدقة المطلوبة، فليس للمكان حالياً دور ملموس وحاسم في ممارسة كافة

* - إحصائيات مكاتب المعلومات والمتابعة بالمصانع محل الدراسة.

المهام والواجبات، فمع تقارب المواقع نتيجة للتقدم التقني والتكنولوجي المذهل طرأت الكثير من التغييرات في عالم الإدارة الرحب والفسيح، وتبدلت الأساليب فأصبح المستحيل ممكناً والخيال واقعاً وبإمكان المدير أو المسئول عن الإدارة سواءً كان في قطاع خاص أو حكومي أن يتحرك في كل اتجاه، ومن أي دولة أو منطقة أو مدينة، يستطيع إدارة دقة العمل، وعقد الاجتماعات، وإبلاغ التوجيهات، والحصول على المعلومات، والتخطيط وتوزيع الأدوار، ببساطة يمكن إدارة جُلّ الفعاليات عن بُعد، والحد من تحكم المكان في الإنجاز، وتحقيق المردودات والعوائد المجزية، ولذا يمكن النظر إلى هذا الأسلوب من الإدارة بمنظور استثماري، والسعي لترشيد النفقات، واختصار الجهد والوقت، وتقليل المصروفات، وتبادل الخبرات والمعلومات مع الجهات الأخرى، والكوادر الاستشارية المتميزة واختيار الكفاءات المؤهلة من أي مكان في العالم⁽¹⁾.

وحتى الآن يوجد أكثر من 14 مليون شخص في الولايات المتحدة الأمريكية يعملون من خلال شبكة الإنترنت، ومن المنتظر في عام 2020 أن يعمل أكثر من ثلث الموظفين في العالم من خلال الإنترنت وليس من مقر الشركات⁽²⁾.
أما إذا رغبت في التميز والتطور والنماء فإن الأمر لا يحتاج إلى مجرد مواكبة التقدم ومتابعة جديدة فقط، بل يحتاج أن تكون هذه المنظمات سباقة لاكتشاف ومعرفة الجديد من خلال تشجيع التطوير والابتكار وطرح الأفكار الجديدة بين العاملين.

أ- أهم دواعي تحول المؤسسات من الإدارة التقليدية إلى الإدارة عن بُعد تتمثل في:

1- جري، ماك، دليل العمل عن بعد، ترجمة، العيسي، عمر، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2001.

2- Miguel R. olives-Lujan, jacobo Ramirez and laura Zapata-cantu.2007 Competiveness, Intonation journal of manpower, vol.2840.5

1. الإجراءات والعمليات المعقدة وأثرها على زيادة تكلفة الأعمال.
 2. القرارات والتوصيات الفورية والتي من شأنها إحداث عدم توازن في التطبيق.
 3. العجز عن توحيد البيانات على مستوى المنظمة⁽¹⁾.
 4. صعوبة توفير البيانات المتداولة للعاملين في المؤسسة.
 5. التطور السريع في أساليب وتقنيات الأعمال.
 6. توظيف استخدام التطور التكنولوجي والاعتماد على المعلومات في التوظيف والعمل عن بعد.
 7. ازدياد المنافسة بين المؤسسات وضرورة وجود آليات للتمييز داخل كل مؤسسة تسعى للتنافس.
 8. حتمية تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل.
 9. التوجه نحو توظيف استخدام التطور التكنولوجي والاعتماد على المعلومات في اتخاذ القرارات.
 10. تقديم نماذج جديدة من الخدمات⁽²⁾.
 11. التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين⁽³⁾.
- ب- مكونات نظام التسويق:
- اللوجستية: وتشمل النقل وعملية تحريك المواد داخل وخارج حدود المنظمة للعملاء والنقل العكس.
 - التخطيط: التنبؤ بهم الطلب على المنتج والتخطيط التعاوني بين الإدارات.

1- كوهن ستيفن، إدارة الجودة الكلية في الحكومة، ترجمة عبدالرحمن بن أحمد، الرياض، معهد الإدارة العامة، 2001.

2- <http://www.arabproz.com/index.php/D9%85%D8%B1%-2013>.

3- الحيت، أحمد فتحي، مبادئ الإدارة الإلكترونية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015.

- الشراء: وتشمل المشتريات المركزية والمواد الاستراتيجية وتقليل عدد الموردين.
- إدارة المخزون: تقليل وإدارة حجم المخزون⁽¹⁾.
- طرق التصنيع: عملية الوصول الأمثل لتكلفة وجود المنتج والإنتاج بكميات تتناسب حاجة الاستهلاك.
- إدارة الطلبات: الإدارة الإلكترونية للطلبات وتشمل عمليات الشراء والدفع.
- الإنترنت الدائم للسلسلة: ربط السلسلة بالاستهلاك التنسيق الداخلي بين كافة المستويات كمحرك أساسي.
- نظم المعلومات الإدارة السلسلة: دخول العملاء لنظام المعلومات الإدارة سلسلة الإمداد.
- إدارة علاقات العملاء: إدارة التقنية والعمليات والمعلومات والعاملين.
- المؤشرات والوسائل الرقابة وإدارة تحسين الأداء.
- الصيانة: وهي النشاط الذي يقوم بمتابعة سير العمل والقيام بالصيانة الوقائية والعلاجية⁽²⁾.
- ج- أهمية ادارة التسويق:
- تخفيض تكلفة التوريد و تحسين الربح الحدى للمنتج.
- زيادة كفاءة التصنيع (على كل المستويات)⁽³⁾.
- عائد أفضل على الأصول (صافي الربح بعد التكاليف والفوائد).

1- Fiala , p.2005, Information Sharing In Supply chain - International Journal of Management Science, vol.33.Nu 5 , p.419.

2- حسن، محمد. إدارة سلاسل الإمداد والتوزيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2015.

3- الكتبي، محسن، التسويق والتجارة الالكترونية، المعهد العالي للإدارة والحاسب الآلي، رأس البر، غير مبين تاريخ النشر.

- الحاجة إلى تحسين العمليات وتخفيض تكاليف النقل.
- رفع مستويات الشراء الخارجى وزيادة ضغوط المنافسة واتساع مدى العولمة.
- تعقيد سلاسل التوريد ومن ثم الحاجة لإدارة فعالة للمخزون⁽¹⁾.
- د- العلاقة بين دور الإدارة عن بُعد وكفاءة تحسين إدارة التسويق⁽²⁾:
- لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات التي تهدف الى تحقيق النجاح والاستقرار ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الإنتاج وتصنيف المنتجات بانتظار العملاء لكن في مجال الخدمات فان العملاء والموظفين يتعاملون معاً من اجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى. فعلى المؤسسات الاهتمام بالموظفين والعملاء معاً، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة ما يلي:
- نمو مجال الخدمة لقد ازداد عدد المنظمات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلاً نصف المنظمات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات.
- ازدياد المنافسة: حيث أن الإدارة عن بعد سوف تؤدي إلى وجود منافسة شديدة بسبب اعتمادهم على جودة الخدمة مما يعطي لها ميزات تنافسية عديدة.
- فهم العملاء: أن العملاء يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز على جودة الخدمة فلا يكفي تقديم خدمات ذات جودة وسعر معقول دون توفير معاملة جيدة⁽³⁾.

- 1- رفاعي، ممدوح عبد العزيز، إدارة سلسلة التوريد-مدخل تحسين العمليات، كلية التجارة، جامعة عين شمس، الطبعة الثالثة 2009.
- 2- المصري، مصطفى، إدارة التسويق - دراسات الجدوى التسويقية - الأزمات - التجارة الإلكترونية، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، 2015.
- 3- حسن، محمد. إدارة سلاسل الإمداد والتوزيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2015.

- الزمن: كثيراً ما كان الزمن عقبه كبرى أمام الشركات التي تخوض مضمار المنافسة عالمياً أو محلياً بعدد تقديم منتجاتها والتركيز على جودة الخدمة⁽¹⁾.

الجزء الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

أ- متغيرات الفروض وكيفية قياسها:

جدول رقم (1) متغيرات الفروض وكيفية قياسها

المتغيرات التابعة	المتغيرات المستقلة
<p>إدارة التسويق:</p> <ul style="list-style-type: none"> • دور ادارة التسويق: - اعتماد جودة الخدمة لأنها تؤثر على رضا العملاء. - الاهتمام بالصيانة لأنها تقلل من التوقفات. - يعتمد المصنع رضا العملاء لأنهم سر بقاء المنظمة. 	<p>الإدارة عن بُعد:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تكنولوجيا المعلومات: - تعتمد المنظمة على برامج حديثة ومتطورة. - اعتماد المنظمة على المعدات المتطورة بأنواعها. • التدريب الالكتروني: - اعتماد المنظمة على الانترنت. - القيام بدورات تدريبية الكترونية. • إدارة المعرفة: - اكتساب المعرفة.

ب - مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين (مدراء ورؤساء أقسام وموظفين في جميع المستويات الإدارية) بمصانع الإسمنت الليبية وتشمل هذه المصانع ما يلي: (مصنع إسمنت زليتن - مصنع إسمنت سوق الخميس امسيحل - مصنع إسمنت لبدة - مصنع إسمنت المرقب).

1- ياسين، سعد غالب، الإدارة الالكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، دار الفجر، 2005.

ولقد اختار الباحث هذا المجتمع للدراسة الميدانية نظراً لقربه من محل إقامة الباحث، ونظراً لتمثيل مجتمع الدراسة للقطاع الصناعي الليبي حيث إن هذه المصانع تخضع لنفس القوانين والتشريعات والظروف والأوضاع البيئية والإدارية علي مستوى الدولة، وفضلاً عما يقدمه من سلع وخدمات وما يوفره من فرص عمل للعديد من شرائح المجتمع، هذا بالإضافة إلي انتشار العديد من الممارسات غير الأخلاقية بشكل متزايد.

ج- عينة الدراسة:

قام الباحث باستخدام طريقة العينة الطبقية العشوائية، حيث تم اختيار عينة الدراسة بناءً على إجمالي عدد العاملين في مصانع الإسمنت الليبية والذي بلغ عددهم (2417) مفردة، وتم تحديد حجم العينة الخاص بهم حيث كان (332) مفردة، طبقاً للمعادلة التالية (1)

$$n = \frac{q(1-q)}{\frac{d^2}{2} + \frac{q(1-q)}{1n}}$$

حيث إن:

ن: حجم العينة.

ق: نسبة تتراوح بين الصفر والواحد ونفترضها (0.5).

1: عدد أفراد المجتمع الكلي.

د: نسبة الخطأ المسموح به ونفترض أنها (0.05).

1- بازرعة، محمود، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، القاهرة، دار النهضة العربية، (2000)، ص161.

د.م: الدرجة المعيارية وهي تساوى 1.96 عند معامل ثقة 95%.

وقام الباحث بتجميع الاستثمارات الموزعة والبالغة (332) استثماراً، واستبعد الاستثمارات غير قابلة للتحليل وعددها (32) استثماراً، لتكون عدد استثمارات القابلة للتحليل، ونسبة الاستجابة، كما هي موضحة بالجدول التالي.

جدول رقم (2) يوضح حجم المجتمع وعينة الدراسة لمصانع الإسمنت الليبية

حجم مجتمع الدراسة	حجم عينة الدراسة	عدد الاستثمارات الموزعة	عدد الاستثمارات القابلة للتحليل	نسبة الاستجابة
2417	332	332	300	90.36%

- الجدول من إعداد الباحث.

وأما الجدول التالي رقم (3) يبين توزيع الاستثمارات على المنظمات الصناعية الليبية كما يلي:

جدول رقم (3) توزيع عينة الدراسة الرئيسية على مصانع الإسمنت الليبية

المصنع	عدد العاملين	توزيع حجم العينة	النسبة المئوية
إسمنت زليتن	656	90	27.5%
سوق الخميس امسيحل	851	117	35%
إسمنت ليدة	581	80	24%
إسمنت المرقب	329	45	13.5%
الإجمالي	2417	332	100%

- الجدول من إعداد الباحث.

ولقد اختار الباحث عينة الدراسة بالطريقة العشوائية الطبقية نظراً للأسباب

التالية:

- مجتمع العاملين غير متجانس، حيث يضم مجموعة من العاملين الذين تختلف تخصصاتهم ومؤهلاتهم ودرجاتهم العلمية والوظيفية.

- يوجد إطار كامل غير متقدم لمفردات مجتمع الدراسة حيث يوجد سجلات وكشوفات بأسماء وعناوين العاملين.

د- طرق جمع البيانات:

قام الباحث بإعداد وتصميم قائمة استقصاء تم توجيهها إلى جميع العاملين بالمصانع (قيد الدراسة)، بالإضافة إلى القيام ببعض المقابلات الشخصية مع بعض العاملين في جميع المستويات الإدارية والمتمثلين في (مدراء الإدارة العليا، ومدراء الإدارات الوسطى، و رؤساء الأقسام).

هـ- أساليب التحليل الإحصائي:

بعد الانتهاء من جمع البيانات تم الاستعانة بالحاسب الآلي والاعتماد على برنامج SPSS17 لتفريغ البيانات وجدولتها وإجراء التحليل الإحصائي المناسب لتحليل البيانات واختبار صحة فروض الدراسة، تطلب ذلك تطبيق بعض أساليب الإحصاء الوصفي والإحصاء التحليلي كالاتي:

1- الإحصاء الوصفي:

تم الاعتماد على الإحصاء الوصفي وكل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لتوصيف متغيرات الدراسة من خلال البيانات التي تم جمعها وكذلك تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ (Cron Bach's Alpha)، والذي يستخدم لقياس مدى الصدق والثبات للأسئلة الموجودة في الاستقصاء وكذلك التأكد من مدى أهمية هذه الأسئلة في التحليل.

2- الإحصاء الاستدلالي:

حيث اعتمد الباحث في تحليل بيانات الدراسة على أساليب الإحصاء التحليلي للتعرف على إثبات صحة الفروض وهذه الأساليب كما يلي:

أ- تحليل الانحدار الخطي البسيط واختبارات المعنوية Simple linear regression وهو أسلوب يستخدم لمعرفة العلاقة وكذلك حجم التأثير لمتغير واحد يسمى متغيراً مستقلاً على متغير وحيد يسمى المتغير التابع وذلك بطريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) Ordinary Least Squares.

- ما هي درجة موافقتك على الأنشطة التالية والتي تعكس واقع الإدارة عن بُعد في المنظمة التي تعمل فيها؟.

يوضح الجدول التالي رقم (4) عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأوساط الحسابية، وانحرافات المعيارية وترتيب الأهمية، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (4)

الأهمية النسبية والانحرافات المعيارية للمتغير المستقل (الإدارة عن بُعد)

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
تتوافر في المصنع البرامج والإمكانات التي تؤدي إلى استرجاع المعلومات في الوقت المناسب	3.51	0.99	28.12%	70.15%	3
تتوافر في المصنع بنى تحتية فعالة للاتصالات	3.25	0.97	29.84%	64.92%	
تستخدم إدارة المصنع البريد الإلكتروني للتعامل مع الأطراف المختلف. مثل استقبال طلبات ومقترحات العملاء وتزويدهم بالمعلومات المطلوبة	2.97	1.00	33.66%	59.38%	7
يساهم استخدام الحاسوب في تحقيق وتطوير الخدمة المقدمة للعملاء	4.06	0.58	14.35%	81.23%	2
هل استخدام تكنولوجيا المعلومات يساهم في تعزيز القدرات والمهارات الفنية للعاملين	4.11	0.77	18.82%	82.15%	1
تتوفر متطلبات الإدارة عن بُعد بالمصنع مثل (برامج، اتصالات، أجهزة ومعدات)	3.43	0.85	24.69%	68.62%	4
هل البرامج المستخدمة في النظام الإلكتروني تتفق مع احتياجات معالجة المعلومات	3.32	0.83	25.01%	66.46%	5

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
يوجد في المصنع موقع على شبكة الانترنت يتيح للزبائن على اختلاف أنواعهم الحصول على المعلومات على نوع الخدمة المقدمة من قبله	3.29	0.98	29.76%	65.85%	6
هل البرامج المستخدمة في النظام الالكتروني تتفق مع احتياجات معالجة المعلومات	3.32	0.83	25.01%	66.46%	5
المجموع العام للمتغير المستقل	3.60	1.03	26.30%	67.85%	

ويتضح من الجدول السابق رقم (4) ما يلي:

1- أن مفردات عينة الدراسة وفقاً لمحور (الإدارة عن بعد) أشارت إلى الاتجاه بالموافقة لحد ما وقد بلغ المتوسط العام (3.60) وبمعامل اختلاف (26.30%) وبأهمية نسبية (67.85%) وقد جاء ترتيب البعد على النحو التالي (الأجهزة، البرمجيات، شبكات الاتصال) وفقاً لردود عينة الدراسة جاءت أكثر العبارات اتفاقاً على بنود محور (البرمجيات) وذلك حسب ترتيب الأهمية النسبية عبارة (تتوافر في المصنع البرامج والإمكانات التي تؤدي إلى استرجاع المعلومات في الوقت المناسب)، وذلك بمعامل اختلاف (28.12%)، وذلك حسب ترتيب الأهمية النسبية (70.15%) وجاءت العبارة الأقل اتفاقاً حسب الأهمية النسبية (يقوم المصنع بعمل تقييم دوري لبرامجه التكنولوجية قياساً بالبرامج في المصانع الأخرى) بأهمية نسبية بلغت (57.23%)، ومعامل اختلاف (32.62%).

2- اتفقت وجهات نظر العاملين في ترتيب مؤشرات تكنولوجيا المعلومات الأجهزة البرمجيات وشبكات الاتصال.

3- ويرى الباحث أن اتفاق وجهات النظر جاء لأن الأجهزة المادية هي المكون الرئيسي للتكنولوجيا وهذا ما أشارت الدراسات السابقة إليه.

ويقصد بأقل أهمية للعبارات التي جاءت في المرتبة الأخيرة أن هذه العبارات مهمة في الاهتمام بالبريد الإلكتروني في المنظمة ولكنها تأتي في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية.

2- كانت أقل العبارات أهمية (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) هي العبارة رقم (10) في الاستبيان والمتعلقة بـ(تحافظ المنظمة علي حقوق الآخرين في العمل) تقدم المنظمة المصلحة العامة علي مصلحة الشخصية، فقد جاءت في الترتيب الأخير من حيث درجة الموافقة (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) على وجودها في المنظمات قيد الدراسة، حيث بلغت نسبة المتوسط الحسابي لهذه الموافقة (2.86)، وبانحراف معياري بلغ (1.17).

3- إن المتوسط الحسابي العام للمتغير المستقل (أخلاقيات الأفراد) بلغ (3.31)، وأكبر من المتوسط الحسابي لمقياس ليكرت الخماسي وهو (3)، وهذا يشير إلى أن أكثر من (50%) من أفراد العينة يؤكدون على أن درجة وجود أخلاقيات الأفراد في المنظمات الصناعية قيد الدراسة كانت متوسطة إلي حد ما.

مما سبق يتضح أن اتجاهات مفردات عينة الدراسة قد أظهرت اتجاهًا عامًا نحو وجود اهتمام متوسط بأخلاقيات الأفراد في المنظمات الصناعية الليبية.

ما هي درجة موافقتك على السلوكيات التالية والتي تعكس واقع إدارة التسويق في المنظمة التي تعمل فيها؟

ويوضح الجدول التالي رقم (5) عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأوساط الحسابية، وانحرافات المعيارية ودرجة المرتبة، وذلك علي النحو التالي:

جدول رقم (5)

يوضح المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير التابع (إدارة التسويق)

الرقم	العبارات	الوسط الحسابي المرجح	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية %	ترتيب الأهمية النسبية
1	موظفو المصنع على استعداد دائم للاستجابة الى طلبات العملاء	3.20	0.90	%28.00	%64.00	2
2	موظفوا المصنع يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم	3.35	0.84	%25.14	%67.07	1
3	يضع موظفوا المصنع مصلحة العميل فوق كل اعتبار	3.10	0.96	%30.94	%62.00	3
4	لدى المصنع استراتيجية توضح احتياجات العملاء وكيفية إقامة علاقة مريحة معهم.	2.98	0.93	%31.16	%59.60	5
5	من سياسات ادارة المصنع جذب واستقطاب عملاء جدد.	3.01	0.98	%32.75	%60.13	4
6	يتم الاعتماد على برامج محفزة لإستقطاب عملاء جدد.	2.78	0.89	%32.19	%55.60	6
	المجموع العام للمتغير المستقل	3.07	0.91	%30.03	%61.40	

ويتضح من الجدول السابق رقم (5) أن:

درجة وجود تأثير الإدارة عن في تحسين وزيادة تأثير إدارة التسويق في المنظمات قيد الدراسة (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) كانت مرتفعة حيث كان المتوسط الحسابي الإجمالي (3.07) وانحراف معياري بلغ (0.91)، ولتوضيح ذلك أكثر فإنه تم ترتيب متغيرات المتغير التابع (إدارة التسويق) ترتيباً تنازلياً من حيث درجة الأهمية النسبية لوجودها في مصانع الإسمنت الليبية قيد الدراسة، كما يلي:

1- جاءت أكثر العبارات أهمية (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) هي العبارة (موظفوا المصنع يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم) في الاستبيان والمتعلقة في الترتيب الأول من حيث درجة الموافقة (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) علي وجود اهتمام من قبل الموظفين بالعملاء في المنظمات قيد الدراسة، حيث بلغت نسبة المتوسط الحسابي لهذه الموافقة (3.35)، وبانحراف معياري بلغ (0.84).

2- جاءت أقل العبارات أهمية (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) هي العبارة رقم (6) في الاستبيان والمتعلقة بـ(يتم الاعتماد على برامج محفزة لإستقطاب عملاء جدد) في الترتيب الأخير من حيث درجة الموافقة (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) علي وجود هذا السلوك في المنظمات قيد الدراسة، حيث بلغت نسبة المتوسط الحسابي لهذه الموافقة (2.78)، وبانحراف معياري بلغ (0.89).

ويقصد بأقل أهمية للعبارات التي جاءت في المرتبة الأخيرة أن هذه العبارات مهمة في كيفية بناء واستقطاب عملاء جدد في المصانع ولكنها تأتي في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية.

و- اختبار فرضية الدراسة:

لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للعناصر المجتمعة للإدارة عن بُعد وذلك على إدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية.

وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple linear regression واختبارات المعنوية الخاصة به (f)(t) باستخدام طريقة المربعات الصغرى (OLS) وكانت نتائج اختبار الفرض الفرعي الثاني موضحة في الجدولين التاليين رقم (6) و(7):

- متغيرات الفرض: المتغير المستقل: الإدارة عن بُعد

- المتغير التابع: إدارة التسويق

جدول رقم (6)

بوضّح اختبار معاملات الانحدار ونتائج الارتباط

المتغير المستقل	معامل الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	معامل ارتباط بيرسون r	قيمة ديرين واتسون Dw
الإدارة عن بُعد	0.379	4.62	0.0	معنوي	0.504	2.033

جدول رقم (7)

بوضّح تحليل التباين ANOVA

مصادر الاختلاف	درجات الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار عند $\alpha=0.05$	معامل التحديد r ²	النسبة الغير مفسرة %
الانحدار البواقي	1 63	21.4	0.0	معنوي	25.4%	74.6%

من النتائج السابقة يتضح للباحث ما يلي: $Du=1.491$ ، $DI=1.439$ قيم جدولية مستخرجة من جداول ديرين واتسون

من النتائج السابقة يتضح للباحث ما يلي:

كانت قيمة مستوى الدلالة في الجدول الخاص باختبار معامل ارتباط بيرسون وكذلك معامل الانحدار للعلاقة بين الإدارة عن بُعد وإدارة التسويق أقل من قيمة مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ومما يعنى أنه يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للإدارة عن بُعد وذلك على إدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية.

كانت إشارة معامل ارتباط بيرسون وكذلك معامل الانحدار في العلاقة السابقة إشارة موجبة وهذا يعنى أنه كلما زاد الاعتماد على الإدارة عن بعد أدى ذلك لزيادة إدارة التسويق.

كانت قيمة مستوي الدلالة من جدول ANOVA لاختبار معنوية النموذج الاجمالي ككل أقل من قيمة مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$) وهذا يعنى أنه يمكن الاعتماد على النتائج وكذلك يمكن تعميم نتائج تلك العينة على مجتمع الدراسة.

كانت قيمة معامل التحديد $r^2 = 25.4\%$ وهذا يعني أن التغيرات التي تحدث في الإدارة عن بُعد مسؤولة عن تفسير ما نسبته 25.4% من التغيرات التي تحدث في إدارة التسويق من وجهة نظر العاملين بمصانع إسمنت في ليبيا وهناك ما نسبته 74.6% يرجع إلى حد الخطأ العشوائي random error.

للتحقق مشكلة الارتباط الذاتي Auto correlation كانت قيمة إحصائية ديرين واتسون المحسوبة $DW=2.03$ وبالنظر إلى القيم الجدولية نجد أن تلك القيمة تنحصر بين القيمتين الجدوليتين $(Du, 4-Du)$ مما يعني أنه لا وجود لمشكلة الارتباط الذاتي بين بواقي الانحدار.

الرسم البياني التالي يوضح أن البواقي لها التوزيع الطبيعي المعياري مما يتفق مع افتراضات المربعات الصغرى OLS.

مما سبق يمكن للباحث رفض الفرض العدمي وقبول الفرض في الصورة البديلة التي نصت علي أنه "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للإدارة عن بُعد وذلك على إدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية".

الجزء الرابع

نتائج وتوصيات الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة:

1- نتائج اختبار الفرضيات:

أسفرت نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة باختبار الفرضيات علي الرفض العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه "يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للإدارة عن بُعد وذلك على إدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية".

2- النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى ما يلي:

- أن مستوى واقع الإدارة عن بُعد في مصانع الإسمنت الليبية يعتبر متوسطاً إلى حد ما.
- أن مستوى رضا العملاء عن استلام المنتج في الوقت المحدد كان مقبولاً إلى حد ما.
- إنه يتم اتخاذ التدابير اللازمة في كيفية بناء واستقطاب عملاء جدد في المنظمة ولكنها تأتي في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية.
- 3- النتائج المتعلقة بتحقيق أهداف الدراسة:
- أظهرت النتائج تحقيق أهداف الدراسة علي النحو الموضح في الجدول التالي رقم (8):

جدول رقم (8)

النتائج المتعلقة بتحقيق أهداف الدراسة

ترتيب	الهدف	مجال تحقيقه	النتيجة
الأول	1. التعرف على واقع الإدارة عن بُعد في مصانع الإسمنت الليبية	- نتائج التحليل الإحصائي، من الجدول رقم (4).	تم تحقيقه
الثاني	2. التعرف على واقع إدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية	- نتائج التحليل الإحصائي، من الجدول رقم (5).	تم تحقيقه
الثالث	3. معرفة طبيعة العلاقة وتأثير الإدارة عن بُعد وإدارة التسويق في مصانع الإسمنت الليبية.	- نتائج الدراسة الميدانية. - اختبار فرضية الدراسة، من الجدولين رقم (6) و(7)	تم تحقيقه

ثانياً: التوصيات:

- 1- أن تقوم وزارة الصناعة باعتبارها الجهة المسؤولة عن الصناعة بتحديث التشريعات والقوانين واللوائح الخاصة بمصانع الإسمنت، لكي تواكب تطلعات وتحديات المستقبل.
- 2- أن تقوم الإدارة العليا بمصانع الإسمنت زيادة الاهتمام بمزيج التكنولوجيا، وذلك من خلال الاهتمام توفير معدات التكنولوجيا اللازمة لتشغيل وتطوير الإدارات بالمصانع، والتركيز على الانتقال من التدريب التقليدي إلى التدريب الإلكتروني

والاهتمام به جيداً لأنه يساعد على مواكبة التغيير والانتقال من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية وبالتالي ينعكس إيجاباً على تحسين عمليات التسويق.

3- أن تهتم الإدارة العليا بالعاملين بحيث يتم منح مكافآت وحوافز وتوفير معدات شخصية لهم مثل الحاسبات الشخصية لمواكبة عملية التقدم والتطور وربطهم بالعالم الخارجي ونشر ثقافة الفكر الإلكتروني.

المراجع

- 1- المصري، مصطفى، إدارة التسويق - دراسات الجدوى التسويقية - الأزمات - التجارة الإلكترونية، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، 2015.
- 2- الكتبي، محسن، التسويق والتجارة الإلكترونية، المعهد العالي للإدارة والحاسب الآلي، رأس البر، غير مبين تاريخ النشر.
- 3- الحيت، أحمد فتحي، مبادئ الإدارة الإلكترونية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2015.
- 4- بازرعة، محمود صادق، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، القاهرة، دار النهضة العربية، (2000)، ص161.
- 5- جري، ماك، دليل العمل عن بعد، ترجمة، العيسى، عمر، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2001.
- 6- حسن، محمد، إدارة سلاسل الإمداد والتوزيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2015.
- 7- رفاعي، ممدوح عبد العزيز، إدارة سلسلة التوريد - مدخل تحسين العمليات، كلية التجارة، جامعة عين شمس، الطبعة الثالثة 2009.
- 8- كوهن ستيفن، إدارة الجودة الكلية في الحكومة، ترجمة عبدالرحمن بن أحمد، الرياض، معهد الإدارة العامة، 2001.
- 9- عبدالله، ياسمين، متطلبات تطبيق أسلوب العمل عن بعد وأثره علي نواتج العاملين - دراسة تطبيقية على الشركات العاملة بالقرية الذكية، رسالة دكتوراه، جامعة المنصورة، كلية التجارة، 2012.
- 10- مدحت، بسمة، العوامل المؤثرة علي نوايا المديرين والمرووسين لتبني أسلوب العمل عن بُعد في مدينة العاشر من رمضان في مصر، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 2010.

- 11- ياسين، سعد غالب، الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، دار الفجر، 2005.
- 12- Aldhmour, f.mand al-jaafreh,a.o.," the appropriateness of the organizational factors for the adoption of teleworking. application the context of "mobile telecommunications sector", European journal of science research, vol.57, no.4, 2011, pp. 601-614.
- 13- Fiala, p.2005, Information Sharing In Supply chain - International Journal of Management Science, vol.33. Nu 5, p. 419.
- 14- Miguel R. olives-Lujan, jacob Remirez and laura Zapata-cantu.2007 Competiveness, Intonation journal of manpower, vol.2840.5
- 15- Deniss čŠeulovs and Elīna Gaile-Sarkane ECONOMICS AND MANAGEMENT: 2010.
- 16- Derrick J. neufeld. zeying wan-yulin fang Group Decis Negdt (2010) springer.
- 17- Fiala, p.2005, Information Sharing In Supply chain - International Journal of Management Science, vol.33. Nu 5, p.419.
- 18- Mckee, information technology and the new worked Economy – New York. Harcourt.
- 19- Miguel R. olives-Lujan, jacob Remirez and laura Zapata-cantu. 2007 Competiveness, Intonation journal of manpower, vol.2840.5
- 20- <http://www.arabproz.com/index.php/D9%85%D8%B1%-2013>.
- 21- SO S, and Sun, H, Supplier Integration Strategy For Lean Manufacturig Adoption in electronic Supply Chain , Internation Journal Of Supply Chain Management, Vol 15, No 6, PP.474-478. 2010.