

الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الاسمنت الليبية مصطفى صالح عمر اعليجة

الملخص:

ذتتمثل مشكلة الدراسة في ضعف وانخفاض في إدارة التسويق في مصانع الاسمنت الليبية ، وبالتالي هدفت الدراسة الى التعرف على أثر الادارة عن بعد في تحسين كفاءة مصانع الاسمنت الليبية.

وتوصلت الدراسة الى نتيجة مفادها وجود علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين الادارة عن بعد وتحسين إدارة التسويق وجاءت أهم التوصيات بزيادة الاهتمام والدعم لتطبيق برامج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مصانع الإسمنت الليبية وهذه بدورها تدعم عمليات الادارة عن بعد.



Abstract :

The problem of study is represented by the fact that there is a weakness and decline in marketing management in Libyan cement factories. As a result, the study aimed to identify the impact of remote management on improving the efficiency of Libyan cement factories.

The study found that there is a statistically significant relationship between remote management and improving marketing management. The most important recommendation of study is that it is important to support and pay attention to applying information and communication technology programs in Libyan cement industries. In their turn, these programs will support remote management processes.



الجزء الأول: منهجية الدراسة

مشكلة الدراسة:

من خلال الدراسة المكتبية والاستطلاعية، لاحظ الباحث أن مصانع الأسمنت قيد الدراسة على الرغم من وجودها في تسعينات القرن الماضي إلا أن هناك قصور في مواكبة التطور التكنولوجي بجميع أنواعه، حيث أنها تحقق خسائر في السنوات الأخيرة وبشكل مستمر وهذا ما بينته مؤشرات الإنتاج سنة ٢٠٠٥ والتي وصل الإنتاج فيها بنسبة ٦٩ % من المستهدف وبمقارنته بسنة ٢٠١٣ وصل الإنتاج (٣٣.١٠%) أي هناك تراجع في الإنتاج بنسبة (٣٦%)، وأن مؤشر أرباح السنة المالية لسنة ٢٠٠٩ مقارنة بسنة ٢٠١٠ أي بنسبة تراجع ٣٠.٢٣%، ومؤشرات الاستثمار التدريبي كانت سنة ٢٠٠٥ (٢٢%) وتراجعت سنة ٢٠١٣ إلى (٩%)، ومؤشرات الاستثمار التكنولوجي كانت سنة ٢٠٠٥ (١٨%) وتراجعت سنة ٢٠١٣ إلى (٨.٨%).(*)

وعليه يمكن للباحث القول واستنادا على ما سبق ومن خلال الإطلاع على الدراسات السابقة و الدراسة 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 بعد.
ومن هنا يمكن طرح مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

فرضية الدراسة:

لا يوجد تأثير معنوي للإدارة عن بُعد وذلك على إدارة التسويق في مصانع الأسمنت الليبية.



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الأسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الخليفة

أهمية الدراسة:

أ - الأهمية العلمية:

- أ- تساهم هذه الدراسة في تأصيل مفهوم الإدارة عن بُعد وإدارة التسويق.
- ب- تساعد هذه الدراسة على دراسة وتحليل العلاقة بين الإدارة عن بُعد وإدارة التسويق.
- ت- نظرا 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.

ب - الأهمية التطبيقية:

- تتناول هذه الدراسة مجال صناعة الإسمنت لأنها من دعائم الاقتصاد المحلي.
- تشير المؤشرات إلى أن الإنتاج في تناقص لأن مصانع الإسمنت تحقق خسائر في السنوات الأخيرة وبشكل مستمر وهذا ما بينته مؤشرات الإنتاج سنة ٢٠٠٥ والتي وصل الإنتاج فيها بنسبة ٦٩ % من المستهدف وبمقارنته بسنة ٢٠١٣ وصل الإنتاج (٣٣.١٠%) أي هناك تراجع في الإنتاج بنسبة (٣٦%)، وأن مؤشر أرباح السنة المالية لسنة ٢٠٠٩ مقارنة بسنة ٢٠١٠ أي بنسبة تراجع ٣٠.٢٣%، ومؤشرات الاستثمار التدريبي كانت سنة ٢٠٠٥ (٢٢%) وتراجعت سنة ٢٠١٣ إلى (٩%)، ومؤشرات الاستثمار التكنولوجي كانت سنة ٢٠٠٥ (١٨%) وتراجعت سنة ٢٠١٣ إلى (٨.٨%) (*)، وذلك راجع إلي القصور بإتباع تطوير الإدارة عن بُعد وتطوير ومواكبة التقدم التكنولوجي وأساليب العمل عن بعد، والاهتمام بإدارة التسويق.



أهداف الدراسة:

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

الجزء الثاني: الإطار النظري للدراسة

1- المقدمة:

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 المهام والواجبات، فمع تقارب المواقع نتيجة للتقدم التقني والتكنولوجي المذهل طرأت الكثير من التغيرات في عالم الإدارة الرحب والفسيح، وتبدلت الأساليب فأصبح المستحيل ممكناً والخيال واقعا وبإمكان المدير أو المسئول عن الإدارة سواء 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 المرودات 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.

وحتى الآن يوجد أكثر من ١٤ مليون شخص في الولايات المتحدة الأمريكية يعملون من خلال شبكة الإنترنت، ومن المنتظر في عام ٢٠٢٠ أن



يعمل أكثر من ثلث الموظفين في العالم من خلال الإنترنت وليس من مقر الشركات.

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.

٢- أهم دواعي تحول المؤسسات من الإدارة التقليدية إلى الإدارة عن بعد تتمثل

في:

١. الإجراءات والعمليات المعقدة وأثرها على زيادة تكلفة الأعمال.
٢. القرارات والتوصيات الفورية والتي من شأنها إحداث عدم توازن في التطبيق.
٣. العجز عن توحيد البيانات على مستوى المنظمة.⁽ⁱ⁾
٤. صعوبة توفير البيانات المتداولة للعاملين في المؤسسة.
٥. التطور السريع في أساليب وتقنيات الأعمال.
٦. توظيف استخدام التطور التكنولوجي والاعتماد على المعلومات في التوظيف والعمل عن بُعد.
٧. ازدياد المنافسة بين المؤسسات وضرورة وجود آليات للتمييز داخل كل مؤسسة تسعى للتنافس.
٨. حتمية تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل.
٩. التوجه نحو توظيف استخدام التطور التكنولوجي والاعتماد على المعلومات في اتخاذ القرارات.
١٠. تقديم نماذج جديدة من الخدمات.⁽ⁱⁱ⁾
١١. التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين.⁽ⁱⁱⁱ⁾



٣- مكونات نظام سلاسل التوريد:

- اللوجستية: وتشمل النقل وعملية تحريك المواد داخل وخارج حدود المنظمة للعملاء والنقل العكس.
- التخطيط: التنبؤ بهم الطلب على المنتج والتخطيط التعاوني بين الإدارات.
- الشراء: وتشمل المشتريات المركزية والمواد الاستراتيجية وتقليل عدد الموردين.
- إدارة المخزون:- تقليل وإدارة حجم المخزون.
- طرق التصنيع: عملية الوصول الأمثل لتكلفة وجود المنتج والإنتاج بكميات تتناسب حاجة الاستهلاك.
- إدارة الطلبات: الإدارة الالكترونية للطلبات وتشمل عمليات الشراء والدفع.
- الانترنت 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.^(iv)

٤- أهمية سلاسل التوريد:

- تخفيض تكلفة التوريد و تحسين الربح الحدي للمنتج.
- زيادة كفاءة التصنيع (على كل المستويات).
- عائد أفضل على الأصول (صافي الربح بعد التكاليف والفوائد).
- الحاجة إلى تحسين العمليات وتخفيض تكاليف النقل.



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الأسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الخليفة

- رفع مستويات الشراء الخارجي وزيادة ضغوط المنافسة واتساع مدى العولمة.
- تعقيد سلاسل التوريد ومن ثم الحاجة لإدارة فعالة للمخزون.^(v) وتتفق مع دراسة (Michaelan 2008 ، Benedikte 2005)

٥ - العلاقة بين دور الإدارة عن بُعد وكفاءة تحسين سلاسل التوريد:

يري (ياسين ٢٠٠٥) لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات التي تهدف الى تحقيق النجاح والاستقرار ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الإنتاج وتص^{vi}نيف 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 فمثلا 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.
- الزمن: كثيرا ما كان الزمن عقبه كبرى أمام الشركات التي تخوض مضمار المنافسة عالميا أو محليا بعدد تقديم منتجاتها والتركيز على جودة الخدمة.^(vii)



الجزء الثالث: الاطار التطبيقي للدراسة

١- متغيرات الفروض وكيفية قياسها: يبين الجدول التالي متغيرات الفرض وكيفية قياسها.

جدول رقم (١)

متغيرات الفرض وكيفية قياسها

| المتغيرات المستقلة | المتغيرات التابعة |
|---|---|
| <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. | <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. - انتشار مكاتب التوزيع. - اعتماد سعر مناسب للعملاء |

٢- مجتمع الدراسة:

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



ولقد اختار الباحث هذا المجتمع للدراسة الميدانية نظراً لقرب مجتمع الدراسة من محل إقامة الباحث، وأيضاً لعامل الزمن المحدد للدراسة، ونظراً لتمثيل مجتمع الدراسة للقطاع الصناعي الليبي حيث إن هذه الشركات 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.

٣- عينة الدراسة:

قام الباحث باستخدام طريقة العينة الطبقية العشوائية، حيث تم اختيار عينة الدراسة بناءً على إجمالي عدد العاملين في مصانع الاسمنت الليبية والذي بلغ عددهم (٢٤١٧) مفردة، وتم تحديد حجم العينة الخاص بهم حيث كان (٣٣١) مفردة، طبقاً للمعادلة التالية: (viii)

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

حيث إن:

ن: حجم العينة.

ق: نسبة تتراوح بين الصفر والواحد ونفترضها (٠.٥).

١: عدد أفراد المجتمع الكلي.

د: نسبة الخطأ المسموح به ونفترض أنها (٠.٠٥).

د.م: الدرجة المعيارية وهي تساوي ١.٩٦ عند معامل ثقة ٩٥%.

وقام الباحث بتجميع الاستثمارات الموزعة والبالغة (٣٤٦) استثماراً، واستبعد الاستثمارات غير قابلة للتحليل وعددها (٥) استثماراً، لتكون عدد



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الأسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الخليفة

استمارات القابلة للتحليل، ونسبة الاستجابة، كما هي موضحة بالجدول التالي رقم (٢):

جدول رقم (٢)

حجم المجتمع وعينة الدراسة لمصانع الأسمنت الليبية

| حجم المجتمع الدراسة | حجم عينة الدراسة | عدد الاستمارات الموزعة | عدد الاستمارات القابلة للتحليل | نسبة الاستجابة |
|------------------------|---------------------|------------------------------|-----------------------------------|-------------------|
| ٢٤١٧ | ٣٣٢ | ٣٣٢ | ٣٠٠ | ٩٠.٣٦% |

الجدول من إعداد الباحث.

وأما الجدول التالي رقم (٣) يبين توزيع الاستمارات علي مصانع
الأسمنت الليبية كما يلي:

جدول رقم (٣)

توزيع عينة الدراسة الرئيسية علي مصانع الاسمنت (قيد الدراسة)

| النسبة المنوية | توزيع حجم العينة | عدد العاملين | المصنع |
|-------------------|---------------------|--------------|------------------|
| ٢٧.٥٠% | ٩٠ | ٦٥٦ | اسمنت زليتن |
| ٣٥% | ١١٧ | ٨٥١ | سوق الخميس امسحل |
| ٢٤% | ٨٠ | ٥٨١ | اسمنت لبدة |
| ١٣.٥٠% | ٤٥ | ٣٢٩ | اسمنت المرقب |
| ١٠٠% | ٣٣٢ | ٢٤١٧ | الإجمالي |

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.

٤- طرق جمع البيانات:

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

٥- 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:

أ- 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.

ب- الإحصاء الاستدلالي:

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



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الأسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الحليجة

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 (٤) عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأوساط الحسابية، وانحرافات المعيارية وترتيب الأهمية، وذلك علي النحو التالي:

جدول رقم (٤)

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. | ٣.٥١ | ٠.٩٩ | %٢٨.١٢ | %٧٠.١٥ | ٣ |
| تتوافر في المصنع بنى تحتية فعالة للاتصالات. | ٣.٢٥ | ٠.٩٧ | %٢٩.٨٤ | %٦٤.٩٢ | ٧ |
| تستخدم إدارة المصنع البريد الإلكتروني للتعامل مع الأطراف المختلفة. مثل استقبال طلبات ومقترحات العملاء | ٢.٩٧ | ١ | %٣٣.٦٦ | %٥٩.٣٨ | ٨ |



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الأسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الحليجة

| العبارة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | معامل الاختلاف % | الأهمية النسبية % | ترتيب الأهمية النسبية |
|--|---------------|-------------------|------------------|-------------------|-----------------------|
| وتزويدهم بالمعلومات المطلوبة. | | | | | |
| يساهم استخدام الحاسوب في تحقيق وتطوير الخدمة المقدمة للعملاء. | ٤.٠٦ | ٠.٥٨ | %١٤.٣٥ | %٨١.٢٣ | ٢ |
| هل استخدام تكنولوجيا المعلومات يساهم في تعزيز القدرات والمهارات الفنية للعاملين. | ٤.١١ | ٠.٧٧ | %١٨.٨٢ | %٨٢.١٥ | ١ |
| تتوفر متطلبات الإدارة عن بُعد بالمصنع مثل (برامج، اتصالات، أجهزة ومعدات). | ٣.٤٣ | ٠.٨٥ | %٢٤.٦٩ | %٦٨.٦٢ | ٤ |
| هل البرامج المستخدمة في النظام الالكتروني تتفق مع احتياجات معالجة المعلومات. | ٣.٣٢ | ٠.٨٣ | %٢٥.٠١ | %٦٦.٤٦ | ٥ |
| يوجد في المصنع موقع على شبكة الانترنت يتيح للزبائن على اختلاف أنواعهم الحصول على المعلومات على نوع | ٣.٢٩ | ٠.٩٨ | %٢٩.٧٦ | %٦٥.٨٥ | ٦ |



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الأسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الخليفة

| العبارة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | معامل الاختلاف % | الأهمية النسبية % | ترتيب الأهمية النسبية |
|--|---------------|-------------------|------------------|-------------------|-----------------------|
| الخدمة المقدمة من قبله. | | | | | |
| هل البرامج المستخدمة في النظام الإلكتروني تتفق مع احتياجات معالجة المعلومات. | ٣.٣٢ | ٠.٨٣ | %٢٥.٠١ | %٦٦.٤٦ | ٥ |
| المجموع العام للمتغير المستقل | ٣.٦ | ١.٠٣ | %٢٦.٣٠ | %٦٧.٨٥ | |

ويتضح من الجدول السابق رقم (٤) ما يلي:

- أن مفردات عينة الدراسة وفقاً لمحور (الإدارة عن بعد) أشارت إلى الاتجاه بالموافقة لحد ما وقد بلغ المتوسط العام (٣.٦٠) وبمعامل اختلاف (%٢٦.٣٠) وبأهمية نسبية (%٦٧.٨٥) 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 (%٢٨.١٢)، وذلك حسب ترتيب الأهمية النسبية (%٧٠.١٥) وجاءت العبارة الأقل اتفاقاً حسب الأهمية النسبية (يقوم المصنع بعمل تقييم دوري لبرامجه التكنولوجية قياساً بالبرامج في المصانع الأخرى) بأهمية نسبية بلغت (%٥٧.٢٣)، ومعامل اختلاف (%٣٢.٦٢).
- اتفقت وجهات نظر العاملين في ترتيب مؤشرات تكنولوجيا المعلومات الأجهزة البرمجيات وشبكات الاتصال.



٣. ويرى الباحث أن اتفاق وجهات النظر جاء لأن الأجهزة المادية هي المكون الرئيسي للتكنولوجيا وهذا ما أشارت الدراسات السابقة إليه. ويقصد بأقل أهمية للعبارة التي جاءت في المرتبة الأخيرة أن هذه العبارات مهمة في الاهتمام بالبريد الإلكتروني في المنظمة ولكنها تأتي في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية. ما هي درجة موافقتك على الأنشطة التالية والتي تعكس واقع إدارة التسويق في المنظمة التي تعمل فيها؟ ويوضح الجدول التالي رقم (٥) عرض الإحصاءات الوصفية المتمثلة في الأوساط الحسابية، وانحرافات المعيارية ودرجة المرتبة، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٥)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير التابع (إدارة التسويق)

| الرقم | العبارة | الوسط الحسابي المرجح | الانحراف المعياري | معامل الاختلاف % | الأهمية النسبية % | ترتيب الأهمية النسبية |
|-------|--|----------------------|-------------------|------------------|-------------------|-----------------------|
| ١ | موظفو المصنع على استعداد دائم للاستجابة الى طلبات العملاء. | ٣.٢ | ٠.٩ | ٢٨.٠٠% | ٦٤.٠٠% | ٢ |
| ٢ | موظفو المصنع يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم | ٣.٣٥ | ٠.٨٤ | ٢٥.١٤% | ٦٧.٠٧% | ١ |
| ٣ | يضع موظفو المصنع مصلحة | ٣.١ | ٠.٩٦ | ٣٠.٩٤% | ٦٢.٠٠% | ٣ |



الإدارة من بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الأسمننت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الحليجة

| الرقم | العبارات | الوسط الحسابي المرجح | الانحراف المعياري | معامل الاختلاف % | الأهمية النسبية % | ترتيب الأهمية النسبية |
|-------|--|----------------------|-------------------|------------------|-------------------|-----------------------|
| | العميل فوق كل اعتبار | | | | | |
| ٤ | لدى المصنع استراتيجية توضح احتياجات العملاء وكيفية إقامة علاقة مربحة معهم. | ٢.٩٨ | ٠.٩٣ | %٣١.١٦ | %٥٩.٦٠ | ٥ |
| ٥ | من سياسات ادارة المصنع جذب واستقطاب عملاء جدد. | ٣.٠١ | ٠.٩٨ | %٣٢.٧٥ | %٦٠.١٣ | ٤ |
| ٦ | يتم الاعتماد على برامج محفزة لاستقطاب عملاء جدد. | ٢.٧٨ | ٠.٨٩ | %٣٢.١٩ | %٥٥.٦٠ | ٦ |
| | المجموع العام للمتغير المستقل | ٣.٠٧ | ٠.٩١ | %٣٠.٠٣ | %٦١.٤٠ | |

ويتضح من الجدول السابق رقم (٥) :



أن درجة وجود تأثير الإدارة عن بُعد تحسين وزيادة تأثير إدارة التسويق في المنظمات قيد الدراسة (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) كانت مرتفعة حيث كان المتوسط الحسابي الإجمالي (٣.٠٧) وبانحراف معياري بلغ (٠.٩١)، ولتوضيح ذلك أكثر فإنه تم ترتيب متغيرات المتغير التابع (إدارة التسويق) ترتيباً تنازلياً من حيث درجة الأهمية النسبية لوجودها في مصانع الاسمنت الليبية قيد الدراسة، كما يلي:

١. جاءت أكثر العبارات أهمية (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) هي العبارة (موظفو 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 (٣.٣٥)، وبانحراف معياري بلغ (٠.٨٤).

٢. جاءت أقل العبارات أهمية (من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة) هي العبارة المتعلقة ب(يتم الاعتماد على برامج محفزة لاستقطاب 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 (٢.٧٨)، وبانحراف معياري بلغ (٠.٨٩).

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.

اختبار فرضية الدراسة:

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



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق: دراسة ميدانية في مصانع الأسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الخليفة

وحتى يتمكن الباحث من اختبار الفرض قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple linear regression واختبارات المعنوية الخاصة به (t) (f) باستخدام طريقة المربعات الصغرى (OLS) وكانت نتائج اختبار الفرض الفرعي الثاني موضحة في الجدولين التاليين رقم (٦) و(٧):

متغيرات الفرض: المتغير المستقل: الإدارة عن بُعد
المتغير التابع: إدارة التسويق

جدول رقم (٦)

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 | ٠.٣٧٩ | ٤.٦٢ | ٠ | معنوي | ٠.٥٠٤ | ٢.٠٣٣ |

جدول رقم (٧)

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 | ١ ٦٣ | ٢١.٤ | ٠ | معنوي | ٢٥.٤٠% | ٧٤.٦٠% |

Du=1.491 قيم جدولية مستخرجة من جداول

DI=1.439

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

كانت قيمة مستوي الدلالة من جدول ANOVA لاختبار معنوية النموذج الاجمالي ككل اقل 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 يعنى 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 اسمنت 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 يعنى 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 الاسمنت الليبية".



الجزء الرابع: نتائج وتوصيات الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة:

١. نتائج اختبار الفرضيات:

أسفرت نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة باختبار الفرضيات على الرفض
العدم كما هو موضح فيما يلي:

تنص الفرضية على انه "لا يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للإدارة
عن بُعد وذلك على إدارة التسويق في مصانع الاسمنت الليبية".

٢. النتائج العامة للدراسة: توصلت الدراسة إلي ما يلي:

- كما أوضحت الدراسة أن مستوى واقع الادارة عن بُعد في
مصانع الاسمنت الليبية يعتبر متوسطاً إلي حد ما.
- أن مستوى رضا العملاء عن استلام المنتج في الوقت المحدد كان
مقبولاً الى حد ما.
- انه يتم اتخاذ التدابير اللازمة في كيفية بناء واستقطاب عملاء
جدد في المنظمة ولكنها تأتي في المرتبة الأخيرة من حيث
الأهمية.

٣. النتائج المتعلقة بتحقيق أهداف الدراسة:

أظهرت النتائج تحقيق أهداف الدراسة على النحو الموضح في الجدول
التالي رقم (٨):

جدول رقم (٨)

النتائج المتعلقة بتحقيق أهداف الدراسة

| ترتيب | الهدف | مجال تحقيقه | النتيجة |
|-------|--|------------------------------|-----------|
| الأول | ١. التعرف على واقع الإدارة عن بُعد في مصانع الاسمنت | - نتائج التحليل الإحصائي، | تم تحقيقه |



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق دراسة ميدانية في مصانع الاسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الحليجة

| | | | |
|-----------|---|--|--------|
| | من الجدول رقم (٤). | الليبية . | |
| تم تحقيقه | - نتائج التحليل الإحصائي، من الجدول رقم (٥). | ٢. التعرف على واقع إدارة التسويق في مصانع الاسمنت الليبية. | الثاني |
| تم تحقيقه | - نتائج الدراسة الميدانية. - اختبار فرضية الدراسة، من الجدولين رقم (٦) و (٧). | ٣. معرفة طبيعة العلاقة وتأثير الإدارة عن بُعد وإدارة التسويق في مصانع الاسمنت الليبية. | الثالث |

ثانياً: التوصيات:

١. يجب على الإدارة العليا بمصانع الاسمنت الليبية زيادة الاهتمام بمزيج التكنولوجيا، وذلك من خلال الاهتمام توفير معدات التكنولوجيا اللازمة لتشغيل وتطوير الادارات بالمصانع، والتركيز على الانتقال من التدريب التقليدي الى التدريب الالكتروني والاهتمام به جيداً لأنه يساعد على مواكبة التغير والانتقال من الإدارة التقليدية الى الإدارة الالكترونية وبالتالي ينعكس إيجاباً الى تحسين عمليات التسويق.
٢. يجب أن تهتم الإدارة العليا بالمصانع الاهتمام بالعاملين بحيث يتم منح مكافآت وحوافز وتوفير معدات شخصية لهم مثل الحاسبات الشخصية لمواكبة عملية التقدم والتطور وربطهم بالعالم الخارجي ونشر ثقافة الفكر الالكتروني.



الإدارة عن بُعد وتأثيرها على إدارة التسويق. دراسة ميدانية في مصانع الأسمنت الليبية
د. مصطفى صالح عمر الخليفة

المراجع:

- * إحصائيات مكاتب المعلومات والمتابعة بالمصانع محل الدراسة.
* إحصائيات مكاتب المعلومات والمتابعة بالمصانع محل الدراسة.
i. كوهن ستيفن، إدارة الجودة الكلية في الحكومة، ترجمة عبد الرحمن بن أحمد، الرياض، معهد الإدارة العامة، ٢٠٠١.
ii. <http://www.arabproz.com/index.php/D9%85%D8%B1%2013>.
iii. الحيت، أحمد فتحي، مبادئ الإدارة الإلكترونية، دار الحامد، عمان، الأردن، ٢٠١٥.
iv. حسن، محمد، إدارة سلاسل الإمداد والتوزيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠١٥.
v. رفاعي، ممدوح عبد العزيز، إدارة سلسلة التوريد - مدخل تحسين العمليات، كلية التجارة، جامعة عين شمس، الطبعة الثالثة ٢٠٠٩.
vii. ياسين، سعد غالب، الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، دار الفجر، ٢٠٠٥.
8. بازرة، محمود صادق، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، القاهرة، دار النهضة العربية، (٢٠٠٠) ص ١٦١.

