

دراسات

في الاقتصاد والتجارة
مجلة علمية محكمة



2017 - 2016

المجلدان الخامس والثلاثون والسادس والثلاثون

المقالات والبحوث

هل القطاع السياحي في ليبيا قاطرة للنمو الاقتصادي المستدام؟

أ. حسين فرج الحويج

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات.

د. أحمد سعد الشريف

رأس المال الفكري وعلاقته بريادة الأعمال: بحث ميداني على مديري الإدارات العاملين بجامعة بنغازي.

د. رندة محبوب بوكر
أ. حنان مصطفى بازيينة
أسالمة مفتاح المصراي

عرض الكتب

مبادئ العلاقات الدولية

أ. خالد خميس السحاتي

الملخصات

تأثير العوامل الموقفية على تطبيق مقاييس الأداء المختلفة في الصناعة المصرفية: حالة ليبيا.

د. جمعة محمد الفاخري

عوامل النجاح الحرجة لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في قطاع الصحة العام في ليبيا.

د. عبدالسلام محمد عبدالحفيظ سعد
د. أشرف عبدالسلام الفيتوري

دليل رسائل الماجستير

مجلة نصف سنوية يصدرها مكتب البحوث بكلية الاقتصاد جامعة بنغازي — ليبيا

Subscription	قسمة الاشتراك
Journal of Dirasat (in Economics and Business) Issued by the Research Office Faculty of Economics, University of Benghazi	مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة تصدر عن مكتب البحوث كلية الاقتصاد - جامعة بنغازي
Name	الاسم :
Address	العنوان بالكامل:
Issue No	رقم العدد أو المجلد المطلوب
Quantity	عدد النسخ:
Subscription periodYear (s)	مدة الاشتراك: سنة (سنوات)
طريقة الدفع :	
☐ نقداً / Cash	
☐ حوالة نقدية / Money Transfer	

Subscription	قيمة الاشتراك
2LYD for Individuals (\$2)	2 دينار ليبي للأفراد
3LYD for Institutions (\$3)	3 دنانير ليبية للمؤسسات
Payable to: Journal of Dirasat (in Economics and Business)	ترسل قسمة الاشتراك باسم مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة مرفقة بقيمة الاشتراك .
Research Office, Faculty of Economics University of Benghazi Benghazi P.O.Box 1308	مكتب البحوث - كلية الاقتصاد - جامعة بنغازي بنغازي ص . ب 1308



دراسات في الاقتصاد والتجارة

رئيس التحرير

مدير التحرير

أعضاء هيئة التحرير

سكرتير التحرير

الهيئة الاستشارية

مجلة نصف سنوية يصدرها مكتب البحوث والاستشارات
بكلية الاقتصاد - جامعة بنغازي . ولاتعبر الآراء التي تنشر
في هذه المجلة إلا عن رأي أصحابها ، ولا تمثل وجهة نظر
هيئة التحرير أو جامعة بنغازي .

د. فيصل سالم الكيخيا

د. علي عوض زاقوب

د. خالد خليل الطييرة

د. عبدالسلام محمد المغربي

أ. خالد خميس السحاتي

صالح فضل الله الشاعري

د. عطية المهدي الفيتوري

د. عبدالجليل آدم المنصوري

د. إدريس عبدالسلام اشتيوي

د. علي سعيد البرغثي

د. سالم مفتاح القمطاي

قواعد وإجراءات النشر في المجلة

5. يتعهد صاحب البحث أو المقالة المقبولة للنشر في المجلة ألا يعيد نشر نفس البحث أو المقالة في أية جهة إلا بإذن كتابي من المجلة.

6. أن تتقيد الدراسة أو المقالة بالمنهج العلمي للبحث والإسناد والموضوعية، كأن تحتوي الدراسة أو المقالة على مقدمة واضحة تبين منهج الدراسة، وعلى متن يتضمن الموضوع المطروح، وخاتمة تتضمن خلاصة البحث ونتائجه.

7. تقبل المجلة البحوث باللغتين العربية والإنجليزية.

8. ترحب المجلة بما يصلها من ملخصات الرسائل الجامعية (التي تمت مناقشتها وإجازتها) على أن تكون من إعداد صاحب الرسالة نفسه.

9. يلتزم الباحث باتباع نظام هارفرد في توثيق وإثبات المراجع.

10. توضع قائمة للمراجع في نهاية البحث، وترتب وفقاً للنظام المشار إليه في الفقرة السابقة.

11. تطبع الملاحق (إن وجدت) على أوراق معنونة ومرقمة بشكل منفصل، مع توضيح مكان الملحق في متن البحث.

12. تقدم البحوث أو الدراسات مطبوعة على ملف (word)، مرفقة بقرص مدمج (CD) يحتوي على البحث، أو تُرسل من خلال بريد المجلة الإلكتروني.

ترحب المجلة بالبحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجالات العلوم الاقتصادية والمحاسبية وإدارة الأعمال والعلوم السياسية، والتسويق والتمويل والإدارة العامة، وأية دراسات أخرى تهدف إلى إثراء البحث العلمي في مجال العلوم الاجتماعية بشكل عام. كما ترحب المجلة بإنتاج المفكرين المتخصصين في المجالات المذكورة، وكذلك نقدمهم وملاحظاتهم حول ما ينشر من بحوث أو دراسات بهذه المجلة.

وتقبل البحوث والدراسات وفقاً للشروط التالية:

1. أن تكون فكرة البحث أو الدراسة أصلية، ولم يسبق نشرها في أية مجلة أو مطبوعة أخرى (تعبئة النموذج المعد بالخصوص).

2. تقبل المجلة نشر مواضيع من رسائل علمية (دكتوراة) شريطة ألا يتعدى الجزء المستخدم من الأطروحة 30% من المقال أو البحث، ويشار إلى الجزء المستخدم بصفحاته صراحةً.

3. تنشر المجلة عرض ومراجعات الكتب من الإصدارات الحديثة في مجالات اهتمامها، على أن تقدم مطبوعة وبما لا يزيد عن خمس صفحات.

4. تقبل المجلة نشر البحوث التي سبق وأن قدمت في مؤتمرات أو ندوات علمية إلا أنها لم تنشر، بشرط إعادة تقييمها وصياغتها بما يتلاءم وسياسة المجلة.

17. تقوم المجلة بإخطار أصحاب الأبحاث بقبولها من عدمه.

18. البحوث والدراسات المقدمة وغير المقبولة للنشر لا تُعاد لأصحابها، وكذلك ملاحظات المقيمين.

19. تعبر البحوث والمقالات المنشورة عن آراء كتابها، ولا تعكس بالضرورة رأي المجلة أو كلية الاقتصاد بجامعة بنغازي.

20. يُمنح صاحب البحث أو الدراسة المنشورة نسختين مجانيّتين من العدد المتضمن للبحث أو الدراسة.

13. يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن 25 صفحة مطبوعة مقاس (A4) بما في ذلك الصفحات المحتوية على رسومات وخرائط وجداول وغيرها.

14. يعد الباحث ملخصاً لبحثه باللغة الإنجليزية إذا كانت اللغة العربية هي لغة البحث الأصلية، ويرسل ملخصاً باللغة العربية إذا كانت لغة البحث إنجليزية. وذلك بما لا يجاوز 300 كلمة تتضمن كلمات مفتاحية (Key Words) وفكرة البحث ونتائجه.

15. يكتب الباحث أو المؤلف اسمه ثلاثياً وجهة عمله وبريده الإلكتروني.

16. يخضع كل ما يقدم للمجلة للتقييم حسب الأصول العلمية المتعارف عليها، وتُعرض البحوث على اثنين من المقيمين في مجال الاختصاص، وللمجلة أن تطلب من الكاتب بناءً على رأي لجنة التقييم، إجراء أية تعديلات شكلية أو موضوعية جزئية أو كلية على البحث أو الدراسة قبل إجازتها للنشر، ويحق للمجلة إجراء التعديلات الشكلية البسيطة.

المراسلات: تُرسل باسم مدير تحرير مجلة " دراسات في الاقتصاد والتجارة "

كلية الاقتصاد – جامعة بنغازي. ص. ب 1308

هاتف / فاكس : 00218 – 61 – 2240736

بريد إلكتروني : drasat.Journal@uob.edu.ly

رقم الإيداع القانوني بدار الكتب الوطنية : (2017/238)

رقم التصنيف الدولي (ISSN): 2663 -7847 (Print) / 2663 -7855 (Online)

المحتويات

مقدمة العدد

○ المقالات والبحوث:

- هل القطاع السياحي في ليبيا قاطرة للنمو الاقتصادي المستدام؟1
أ. حسين فرج الحويج
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات.....18
د. أحمد سعد الشريف
- رأس المال الفكري وعلاقته بريادة الأعمال: بحث ميداني على مديري الإدارات العاملين بجامعة بنغازي...39
د. رندة محجوب بوكري أ.سالمة مفتاح المصراطي أ. حنان مصطفى بازينة

○ عرض الكتب:

- مبادئ العلاقات الدولية55
أ. خالد خميس السحاتي

○ الملخصات:

- تأثير العوامل الموقفية على تطبيق مقاييس الأداء المختلفة في الصناعة المصرفية - حالة ليبيا.....63
د. جمعة محمد الفاخري
- عوامل النجاح الحرجة لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في قطاع الصحة العام في ليبيا64
د. عبدالسلام محمد عبدالحفيظ سعد د. أشرف عبدالسلام الفيتوري

○ دليل رسائل الماجستير:

- دليل رسائل الماجستير (2016-2017)67

مقدمة العدد

يسرنا أن نُسهم بهذا الجهد المتواضع في مجال البحث العلمي من خلال نشرنا لمجلة " دراسات في الاقتصاد والتجارة " وذلك بإصدار المجلدين الخامس والثلاثين والسادس والثلاثين لعامي 2016 - 2017م، اللذين يتضمنان عددا من المقالات التي أعدت وقبلت للنشر في عامي 2017 - 2018م، وذلك في مجالات الاقتصاد وإدارة الأعمال والمحاسبة والعلوم السياسية والتسويق والتمويل والإدارة العامة. كما يتضمن هذا العدد دليلاً لبحوث الماجستير بالكلية التي تمت مناقشتها وإجازتها عن الفترة من 2016.1.1م إلى 2017.12.31م، وذلك بهدف مساعدة طلبة الدراسات العليا والباحثين في هذا المجال على الاطلاع على الموضوعات التي تم بحثها.

وترحب المجلة بالبحوث والدراسات النظرية والتطبيقية في مجالات العلوم الاقتصادية، وأية دراسات أخرى تهدف إلى إثراء البحث العلمي في مجال العلوم الاجتماعية بشكل عام. كما ترحب المجلة بإنتاج المفكرين المتخصصين في المجالات المذكورة، وكذلك نقدم وملاحظاتهم حول ما ينشر من بحوث أو دراسات بهذه المجلة.

وأخيراً، كُلنا أمل أن تكون هذه المجلة وسيلة للاتصال العلمي بين المهتمين بالشؤون الاقتصادية والإدارية والمالية في ليبيا وغيرها من دول العالم.

والله ولي التوفيق

" هيئة التحرير "

المقالات والبحوث

هل القطاع السياحي في ليبيا
قاطرة للنمو الاقتصادي المستدام؟

أ.حسين فرج الحويج
قسم الاقتصاد ، كلية الاقتصاد والتجارة-
جامعة المرقب

ملخص:

يهدف البحث إلى اختبار فرضية Tourism Led Growth TLG في ليبيا، وتقضي هذه الفرضية إلى أن السياحة قطاع قائد للنمو الاقتصادي. ولأجل تحقيق هذا الهدف اعتمد البحث على الأسلوب القياسي المبني على تحليل السلاسل الزمنية، وقد تم توظيف نموذج الانحدار الذاتي لفترات الإبطاء الموزعة ARDL لهذا الغرض.

بناءً على نتائج اختبار الحدود Bounds Test تم إثبات وجود علاقة توازنية طويلة الأمد بين متغيرات البحث، وقد ارتبط متغير الإيرادات السياحية خلال الأجل الطويل بعلاقة عكسية مع المتغير التابع "النمو الاقتصادي"، وخلال الأجل القصير تم التوصل إلى نفس النتائج من خلال تقدير نموذج تصحيح الخطأ UECM، وقد أثبت اختبار السببية لجرانجر عدم وجود علاقة سببية بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي في ليبيا، الأمر الذي يعني أن هذه الفرضية لا تنطبق على حالة الاقتصاد الليبي، وفي الاتجاه المقابل توجد علاقة سببية تتجه من المتغير التابع "النمو الاقتصادي" إلى الإيرادات السياحية.

الكلمات المفتاحية: الإيرادات السياحية، اختبار الحدود، فرضية TLG، الانحدار الذاتي، النمو الاقتصادي.

مقدمة:

وتُعتبر السياحة من القطاعات الاقتصادية الديناميكية، التي شهدت تطوراً كبيراً خلال العقود الماضية، وهي في طريقها لأن تكون أكبر القطاعات الاقتصادية في العالم (WTO, 2012)، وقد كان النصف الأخير من القرن المنصرم ومطلع القرن الحالي شاهدين على أكبر التطورات التي حققتها حركة السياحة في العالم (Tang & Abosedra, 2014)، حيث بلغت عوائد السياحة الدولية سنة 1950 ما

تُعد الاستدامة من أهم مستهدفات برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول النامية والدول المتقدمة على حد سواء، وتعاني جل الدول النامية ومنها ليبيا في الوقت الحاضر من تركيز مصادر الدخل والنمو في قطاعات محدودة، وهي غالباً من القطاعات الربعية غير المستدامة، الأمر الذي يجعل مسألة النمو معتمدة إلى حد كبير على فترات الرواج التي تشهدها تلك القطاعات.

على المورد النفطي الناضب يمثل القطاع السياحي أهمية بالغة، بوصفه أحد أبرز الأنشطة المرشحة للمساهمة في تنويع مصادر الدخل، وذلك نظراً لما تتمتع به ليبيا من مقومات سياحية قادرة على جعلها قبلة للسواح من مختلف دول العالم.

يسعى البحث لقياس العلاقة بين النشاط السياحي والنمو الاقتصادي في ليبيا، وذلك في إطار اختبار الفرضية المعروفة بـ "Tourism-Led Growth Hypotheses TLG"، التي تنص على أن السياحة الدولية تعد عاملاً إستراتيجياً محتملاً للنمو الاقتصادي (Brida et al., 2008)، وعلى هذا تتلخص المشكلة البحثية لهذا البحث في معاناة الاقتصاد الليبي من اختلالات هيكلية تتجسد في السيطرة المفرطة للقطاع النفطي على تكوين الدخل والناتج في الاقتصاد، ورغم الجهود التنموية التي بذلت إبان العقود الماضية، فإن ظاهرة التركيز القطاعي للناتج المحلي الإجمالي في القطاع النفطي لا تزال لصيقة بالاقتصاد الليبي إلى يومنا هذا (الحويج، 2018)، وتتوفر في ليبيا مقومات سياحية معتبرة، قادرة - لو تم استغلالها والتخطيط لها بشكل صحيح - على إحداث التنويع الهيكلي المنشود (الحويج، 2015)، وعلى هذا فإن البحث يحاول الإجابة عن التساؤل الآتي: "ما طبيعة العلاقة بين النشاط السياحي والنمو الاقتصادي في ليبيا؟"، وينطلق من فرضية مؤداها أن النشاط السياحي يمارس تأثيراً إيجابياً على معدلات النمو الاقتصادي في ليبيا، وبذلك فإن البحث يفترض انطباق الفرضية المعروفة بـ TLG على حالة الاقتصاد الليبي.

مقداره مليار دولار، ووصلت سنة 2008 إلى ما يقدر بـ 942 مليار دولار، بمعدل نمو سنوي قدره 11% (Tang & Abosedra, 2014)، وتجاوز عدد السواح الدوليين المليار سائح سنة 2012 لأول مرة في التاريخ (WTO, 2012)، وقد بلغت مساهمة السياحة في إجمالي الناتج العالمي سنة 2013 ما مقداره 9.5%، ويتوقع أن تصل سنة 2024 إلى 10.3% (WTTC, 2014)، وبلغت مساهمتها في التوظيف على المستوى العالمي ما نسبته 8.9%، ويتوقع أن تصل سنة 2024 إلى 10.2% (WTTC, 2014).

ويلعب القطاع السياحي دوراً ريادياً في تعزيز مستويات النمو الاقتصادي، وقد صارت عملية التعويل عليه من الإستراتيجيات المهمة للنمو الاقتصادي بالنسبة لمعظم الدول النامية والمتقدمة على حد سواء (Chen & Chiou, 2009)، وتتأكد هذه النتيجة من خلال العديد من الدراسات التطبيقية التي أجريت في تلك الدول، والتي أكدت على العلاقة الإيجابية بين تطوير النشاط السياحي و تزايد معدلات النمو الاقتصادي (Isabel et al., 2009)، ولهذا فإن السياحة قطاع مرشح لأن يلعب دوراً رائداً، وقائداً لعملية النمو المستدام في الدول التي تحظى بمقومات سياحية معتبرة.

وفي الحالة الليبية فإن تركيز مصادر الدخل في القطاع النفطي قد عرّض الاقتصاد الليبي للعديد من الأزمات المالية الناجمة عن تقلبات أسعار النفط، وفي إطار الجهود المبذولة لتنويع هيكل الاقتصاد الليبي والتقليل من حدة الاعتماد

وتتبع أهمية البحث ومبرراته من الأهمية التي يحتلها القطاع السياحي في ليبيا باعتباره المرشح الأبرز للمساهمة في تنويع مصادر الدخل والمساهمة في استدامة مصادر النمو الاقتصادي من ناحية، ومن حاجة الاقتصاد الليبي للتنويع والاستدامة من ناحية أخرى.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

استناداً إلى Balaguer & Cantavella (2002) تعتمد فرضية TLG على فرضية ELG - Export Growth Hypotheses، حيث أن تأثير السياحة على النمو الاقتصادي يتحقق أساساً من خلال مساهمة العوائد السياحية "الصادرات السياحية" من العملات الأجنبية foreign exchange في تعزيز عملية الإنتاج وبالتالي النمو الاقتصادي، وقد أكد هذه الحقيقة كل من Demirhan (2015) و Kadir & Karim (2012)، ومن ناحية أخرى وفقاً لـ Balaguer & Cantavella (2002) فإن السياحة الدولية تؤدي لزيادة المنافسة بين الشركات السياحية المحلية والدولية، الأمر الذي يقود للكفاءة، وتؤدي أيضاً لتسهيل استغلال وفورات الحجم Economies of Scale في الشركات السياحية المحلية، الأمر الذي يعزز من معدلات النمو الاقتصادي، وقد أكد Kadir & Karim (2012) على أن النمو السريع للقطاع السياحي يمكن أن يؤدي إلى النمو الاقتصادي في البلد المضيف للسياح الدوليين بشكل مباشر، أو بشكل غير مباشر عن طريق تأثير المضاعف Multiplier effects، إضافة إلى التأثير

الذي تحدثه السياحة في تطوير البنية التحتية، ونقل التكنولوجيا، وتوفير فرص العمل.

وفقاً لما سبق ذكره تستند فرضية TLG على النموذج النيوكلاسيكي للنمو الاقتصادي Neoclassical Growth Model الذي يؤكد وفقاً لكل من Balassa (1978) و Ram (1987) على التأثير الإيجابي لتوسع الصادرات على النمو الاقتصادي، ومن ناحية أخرى تستند هذه الفرضية على نموذج Heckscher-Ohlin للتجارة الدولية الذي يؤكد وفقاً لـ Chhor & Salah (2014) على أن توسيع التجارة الخارجية من شأنه أن يؤدي إلى زيادة مستوى الإنتاجية وكفاءة استغلال الموارد عن طريق التخصص في إنتاج وتصدير السلع والخدمات التي تعتمد على المورد الوفير "مقومات الجذب السياحي في حالة السياحة"، الأمر الذي يقود في النهاية إلى زيادة معدلات النمو الاقتصادي.

بناءً على هذا الأساس النظري أجريت العديد من الدراسات التجريبية Empirical Studies التي هدفت لاختبار هذه الفرضية في العديد من دول العالم النامي والمتقدم، وقد تنوعت هذه الدراسات من حالات تم فيها اختبار هذه الفرضية بالنسبة لدولة فردية، إلى تلك التي تم فيها اختبار الفرضية بالنسبة لمجموعة من الدول Cross - Country Studies، ومن الدراسات التي أجريت على بلدان فردية Balaguer & Cantavella (2002) في إسبانيا، و Oh (2005) في كوريا، وكذلك دراسة كل من Chen & Chiou (2009)،

قد تكون عائدة للمنهجية المستخدمة في القياس، فالاختلافات التي قد تظهر في نتائج الاختبارات هي وفقاً لـ Arslanturk et al (2011) حساسة لبعض المتغيرات مثل الدولة قيد الدراسة، والفترة الزمنية، والمنهجية المستخدمة، لذا فإن العلاقة السببية وفقاً لظاهرة time-varying قد تكون موجودة في بعض الفترات الزمنية وليست موجودة في بعضها الآخر، وقد توصلت دراسة Solarin (2018) في مورشيوس إلى إثبات هذه الفرضية في قطاعات سياحية معينة دون القطاعات السياحية الأخرى التي شملتها الدراسة، وقد أثبتت العديد من الدراسات في العديد من الدول هذه الفرضية، انظر على سبيل المثال: Eugenio et al., (2004), Fayissa et al., (2008), Narayan et al., (2010), Demirhan (2015), Paci & Marrocu (2014), Shahzad et al., (2017).

بالنسبة للأسلوب المستخدم في القياس فقد تركزت في جل الدراسات السابقة التي تمت مراجعتها حول تحليل السببية المشترك Granger Causality، وأسلوب التكامل المشترك Johansen Cointegration، وفي الدراسات التي تعاملت مع مجموعة من الدول تم الاعتماد بالدرجة الأولى على أسلوب Panel Data، وقد استخدمت هذه الدراسات بعض المتغيرات التي تدل على النشاط السياحي، كعوائد السياحة Tourism Receipts، والإنفاق السياحي Tourism expenditure، وعدد السواح Tourism Arrivals، وضُمنت مع هذه المتغيرات بعض المتغيرات الأخرى ذات العلاقة بالنمو الاقتصادي، من أهمها، التكوين الرأسمالي الثابت Gross fixed capital formation، وسعر الصرف

وBrida, et al., (2008) في المكسيك، أضيف إلى ذلك دراستي Ozturk & Arslanturk et al., وAcaravci (2009) في تركيا، ودراسة Kadir & Karim (2012) في ماليزيا، وChor & Salah (2014) في لبنان، إضافة إلى Belloumi (2010) في تونس، وعلوية (2014) في مصر، وKhoshnevis et al., (2017) في إيران، ودراسة Solarin (2018) في مورشيوس، ودراسة Kyophilavong et al., (2018) في لاوس.

وقد أثبتت جل هذه الدراسات الأثر الإيجابي للسياحة على النمو الاقتصادي، وبالتالي فقد توصلت إلى إثبات انطباق فرضية TLG على اقتصادات تلك الدول، ويستثنى من ذلك دراسة Oh (2005) في كوريا، ودراسة Ozturk & Acaravci (2009) في تركيا، ودراسة Kyophilavong et al., (2018) في لاوس التي توصلت إلى إثبات عدم وجود علاقة سببية بين السياحة والنمو الاقتصادي، ورغم ذلك فقد توصلت دراسة Arslanturk et al (2011) التي اختبرت فرضية TLG في الاقتصاد التركي أيضاً خلال الفترة 1963-2006 إلى وجود علاقة سببية بين السياحة والنمو الاقتصادي إجمالاً، ولكن هذه العلاقة تظهر بعد سنة 1983، وقد استخدمت هذه الدراسة لتقدير طرق Rolling window and time-varying coefficients estimation methods الأمر الذي يؤكد على أن الاختلاف بين نتائج كل من Ozturk & Acaravci (2009) وArslanturk et al., (2011)

التي جرت العادة على استخدامها ضمن هذا النموذج، وذلك استناداً لكل من Demirhan و Shahraki et al., (2012) Cobb – Douglass (2015)، وتتسم دالة بأنها دالة خطية متجانسة بعوائد حجم ثابتة Linear homogeneous function with constant returns of scale، ويمكن توصيفها بالصيغة الآتية:

$$Y = A_t K_t^\alpha L_t^{1-\alpha}$$

يمثل A_t الحد الثابت Function Intercept، و L_t يمثل عنصر العمل، ويمثل K_t عنصر رأس المال، أما α فتمثل المرونة الجزئية للإنتاج بالنسبة لعنصر رأس المال، وتمثل $1-\alpha$ المرونة الجزئية للإنتاج بالنسبة لعنصر العمل، وقد طورت هذه الصيغة لتشمل بعض المتغيرات الأخرى، ومن ذلك ما قام به كل من Mario Holzner (2010) الذي أضاف متغير الاستثمار السياحي، و Demirhan (2015) الذي أضاف العوائد السياحية، إضافة إلى Paci & Marrocu (2014) اللذين أضافا عدد الليالي السياحية Tourism Nights، و Fayissa, et al., (2008) اللذين أضافوا متغير العوائد السياحية، والتكوين الرأسمالي الثابت، وبجعل $(A=\alpha, \alpha=\beta_1, 1-\alpha=\beta_2)$ وإضافة متغير الإيرادات السياحية، وأخذ هذه الدالة في صيغتها اللوغاريتمية المزدوجة نحصل على:

الحقيقي الفعال Real effective exchange rate REER، وتتجسد المساهمة العلمية لهذه الورقة في أنه لم يتم اختبار هذه الفرضية في ليبيا، وعلى هذا فإن نتائج هذا البحث سوف تساعد المخططين للقطاع السياحي والتنمية الاقتصادية بشكل عام على وضع السياسات الملائمة للارتقاء بمساهمة السياحة في النمو الاقتصادي، الأمر الذي يعزز من استدامة النمو الذي يركز على مورد ناضب هو النفط.

منهجية البحث:

يتبنى هذا البحث الأسلوب القياسي econometric technique، ويعتمد على بيانات ثانوية Secondary Data منشورة من قبل وزارة السياحة الليبية، ومصرف ليبيا المركزي، ومركز بحوث العلوم الاقتصادية، وبعض المؤسسات الأخرى العربية والدولية، وتغطي هذه البيانات الفترة 1990-2012.

يعتمد البحث على الأسلوب القياسي Econometric Technique المبني على تحليل السلاسل الزمنية Time series analysis، وسيتم من خلال ذلك تحليل استقرارية السلاسل الزمنية للبيانات الممثلة لمتغيرات البحث Time Series Stationary، ومن ثم اختيار طريقة القياس المناسبة، وحيث أن البحث ينطلق من النموذج النيوكلاسيكي للنمو Neoclassical Growth Model، فسيتم استخدام دالة الإنتاج Cobb-Douglas

$$\ln RPCGDP = \alpha + \beta_1 \ln SCH + \beta_2 \ln RGFCF + \beta_3 \ln RTOUR + \varepsilon_i$$

النتائج والمناقشة:

اختبار استقرارية السلاسل الزمنية:

تفادياً للحصول على انحدار زائف Spurious Regression بين المتغيرات قيد البحث سيتم في هذه الفقرة اختبار استقرار السلاسل الزمنية Time Series Stationary الخاصة بالبيانات الممثلة لهذه المتغيرات، وذلك اعتماداً على اختبار ديكي- فولر المعدل Augmented Dickey - Fuller test، الذي يعد من الاختبارات المتخصصة في الكشف عن مدى وجود جذر الوحدة Unit Root في السلاسل الزمنية (Damodar, 2004)، وسيتم تدعيمه باختبار Phillips - Perron test (PP)، وهو من الاختبارات اللامعلمية Non Parametric tests المفيدة للتغلب على احتمال معاناة سلسلة البواقي Residual الخاصة بانحدار نموذج Dickey - Fuller من مشكلة الارتباط المتسلسل Serial Correlation، الأمر الذي لا يمكن تفاديه باستخدام اختبار Augmented Dickey-Fuller test (Hij et al., 2004). بالنظر للجدول رقم (1) الذي يبين نتائج اختباري ADF و PP لاستقرارية السلاسل الزمنية لمتغيرات البحث يتضح جلياً أن المتغيرين $\ln RGFCE$ و $\ln RTOUR$ هما مستقران عند الفرق الأول First Difference، ويتضح ذلك من خلال قيم احصاءات ADF و PP، التي تفوق القيم الحرجة لهذا الاختبار، إضافة لقيم الاحتمال المرافقة لها التي تدل على ذلك، أما المتغيران $\ln RPCGDP$ و $\ln SCH$ فهما مستقران عند المستوى، ويتضح ذلك من خلال نتائج الاختبارين المبينة في الجدول.

يعبر $\ln RPCGDP$ عن اللوغاريتم الطبيعي للناتج المحلي الاجمالي الحقيقي لكل فرد Natural log of Real Per Capita GDP، كمتغير تابع، ويمثل النمو الاقتصادي، ويعبر $\ln SCH$ على اللوغاريتم الطبيعي لنسبة القيد في المدارس School Enrolment، كمتغير مستقل ويمثل الاستثمار في العنصر البشري "عنصر العمل"، ويعبر $\ln RGFCE$ على اللوغاريتم الطبيعي للتكوين الرأسمالي الثابت الاجمالي الحقيقي Natural log of Real Gross Fixed Capital Formation كمتغير مستقل، ويمثل الاستثمار في رأس المال المادي، ويعبر $\ln RTOUR$ على اللوغاريتم الطبيعي لعوائد القطاع السياحي Natural log of Real International tourism receipts كمتغير مستقل، ويدل على النشاط السياحي، وتعبر ϵ_i عن حد الخطأ العشوائي، وتعد هذه المتغيرات الأكثر استخداماً في معظم الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، ومن هذه الدراسات (Chen & Chiou, 2009)، (Demirhan, 2015)، (Oh, 2005)، (Bala-guer & Cantavella, 2002)، وحيث أن البحث يتبنى الشكل اللوغاريتمي للدالة الممثلة للعلاقة بين متغيراته، فإن المعلمات α ، β_1 ، β_2 ، β_3 تمثل المرونات الجزئية للنمو الاقتصادي تجاه المتغيرات المستقلة كلاً على حدة.

الجدول رقم (1): نتائج اختبار جذر الوحدة للمتغيرات قيد البحث باستخدام
اختبار Augmented Dickey-Fuller

variables		ADF Test				Decision
		ADF constant included		ADF constant and trend included		
		level	1 st D	Level	1 st D	
lnRPCGDP	*	-4.079523	-9.403452	-0.219998	-9.730803	I (0)
	**	-3.004861	-3.012363	-3.644963	-3.644963	
	***	0.0050	0.0000	0.9964	0.0000	
lnSCH	*	-5.020761	-9.213174	-5.598645	-9.046481	I (0)
	**	-3.004861	-3.012363	-3.632896	-3.644963	
	***	0.0006	0.0000	0.0009	0.0000	
lnRGFCF	*	-2,135764	-6.073670	-2.334832	-6.211491	I (1)
	**	-3.004861	-3.012363	-3.632896	-3.644963	
	***	0.2336	0.0001	0.3999	0.0003	
lnRTOUR	*	-2.142726	-5.579386	-3.630849	-5.261825	I (1)
	**	-3.004861	-3.012363	-3.632896	-3.644963	
	***	0.231153	0.000196	0.050190	0.001994	

* ADF Statistic Value, ** Critical Value (5%), *** Prob.

تابع الجدول رقم (1): نتائج اختبار جذر الوحدة للمتغيرات قيد البحث باستخدام اختبار Phillips-Perron

variables		PP Test				Decision
		PP constant included		PP constant and trend included		
		level	1 st D	level	1 st D	
lnRPCGDP	*	-4.076574	-9.292695	-4.217291	-9.730803	I (0)
	**	-3.004861	-3.012363	-3.632896	-3.644963	
	***	0.0051	0.0000	0.0158	0.0000	
lnSCH	*	-5.024853	-10.84905	-5.598645	-10.91954	I (0)
	**	-3.004861	-3.012363	-3.632896	-3.644963	
	***	0.0006	0.0000	0.0009	0.0000	
lnRGFCF	*	-2.039012	-6.073670	-2.321408	-6.211491	I (1)
	**	-3.004861	-3.012363	-3.632896	-3.644963	
	***	0.2693	0.0001	0.4064	0.0003	
lnRTOUR	*	-2.142726	-5.571842	-3.630849	-5.169565	I (1)
	**	-3.004861	-3.012363	-3.632896	-3.644963	
	***	0.231153	0.000200	0.050190	0.002409	

*PP Statistic Value, ** Critical Value (5%), *** Prob.

أم أنها تتكون من خليط من الحالتين، لكنه في ذات الوقت لا يتقبل وجود سلاسل زمنية مستقرة عند الفرق الثاني (2)، وعلى هذا فإن اختبارات جذر الوحدة تجرى غالباً في هذه الحالة للتأكد من عدم وجود سلاسل زمنية مستقرة عند الفرق الثاني (Pesaran et al., 2001).

الجدير بالذكر هنا أن نموذج ARDL لا يتطلب فحصاً مسبقاً لخصائص السلاسل الزمنية من حيث درجة تكاملها (استقرارها)، حيث أنه من الممكن استخدام هذا النموذج سواء أكانت السلاسل الزمنية للمتغيرات المفسرة مستقرة عند المستوى I(0)، أم عند الفرق الأول I(1)،

النموذج القياسي وطريقة التقدير:

النموذج القياسي:

بناءً على نتائج اختبار جذر الوحدة Unit root test، وحيث أن المتغيرات قيد الدراسة متكاملة من رتب مختلفة، وبالتحديد "I(1)"، "I(0)"، فإن النموذج الأنسب للتعامل مع هذه الحالة هو نموذج الانحدار الذاتي لفترات الإبطاء الموزعة (Pesaran et al., 2001) Autoregressive Distributed lag Model ARDL، الذي يستخدم لاختبار التكامل المشترك

Cointegration بين متغيرات البحث عن طريق اختبار الحدود Bound Test الذي تم تطويره بواسطة Pesaran et al., (2001)، وذلك في ظل نموذج تصحيح الخطأ غير المقيد Unrestricted Error Correction Model UECM، وبعد النموذج ARDL من أهم النماذج لتحديد علاقات التكامل المشترك في العينات الصغيرة، كما أنه يستخدم لتقدير العلاقة في الأجلين القصير والطويل في معادلة واحدة (Elbeydi, 2014)، ويمكن صياغة الشكل العام للنموذج كالآتي:

$$\Delta(\ln RPCGDP_t) = c + \lambda \ln RPCGDP_{t-1} + \phi_1 \ln SCH_{t-1} + \phi \ln RGFCF_{t-1} + \theta \ln RTOUR_{t-1} + \sum_{i=1}^k a_{1i} * \Delta(\ln RPCGDP_{t-i}) + \sum_{i=0}^k a_{2i} * \Delta(\ln SCH_{t-i}) + \sum_{i=0}^k a_{3i} * \Delta(\ln RGFCF_{t-i}) + \sum_{i=0}^k a_{4i} * \Delta(\ln RTOUR_{t-i}) + \varepsilon_i$$

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ ، ويعبر ε_i عن حد الخطأ العشوائي.

نتائج التقدير:

تم اختيار فترات الإبطاء المثلى Optimum number of lags باستخدام برنامج Eviews 9.5 بشكل آلي اعتماداً على معيار Akaika Info Criterion AIC، وقد مرت عملية تقدير النموذج بالمراحل الآتية:

تعتبر $\Delta(\ln RPCGDP_t)$ عن الفرق الأول للمتغير التابع، وينقسم الحد الأيمن للنموذج إلى قسمين، يتكون الأول من $\ln SCH_{t-1}$ ، $\ln RPCGDP_{t-1}$ ، $\ln RGFCF_{t-1}$ ، $\ln RTOUR_{t-1}$ ، التي تعبر عن علاقة الأجل الطويل، ويعبر القسم الآخر الذي يتكون من مجموع إبطاءات المتغير التابع والمتغيرات المستقلة عن علاقة الأجل القصير، وتعتبر C عن ثابت المعادلة Equation Intercept، و λ عن معامل تصحيح الخطأ Error Correction Term ECT، أما ϕ, θ, λ فهي مقدرات تستخدم للتوصل للمرونيات الجزئية للمتغيرات المستقلة بنموذج التكامل المشترك

اختبارات كفاءة النموذج:

تم اختبار كفاءة النموذج المستخدم من خلال الاختبارات الآتية:

1. الاختبارات الخاصة بسلسلة البواقي:

تم الكشف عن مدى وجود ارتباط تسلسلي Serial Correlation في سلسلة البواقي باستخدام اختبار Serial Correlation LM test، وقد أكدت النتائج كما يتضح من الجدول التالي رقم (2) أن النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط المتسلسل، حيث دلت قيمة الاحتمال الخاص بإحصاءة Breusch - Godfrey التي ساوت 0.0766 على أن قيمة هذا الاختبار قد كانت غير معنوية عند مستوى دلالة 5%، الأمر الذي يعني قبول فرض عدم الذي يقضي بأن النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط التسلسلي.

تم أيضاً اختبار التوزيع الطبيعي لسلسلة البواقي باستخدام اختبار Jargue Bera Normality test فكانت النتائج جيدة، حيث بلغت قيمة الاحتمال الخاص بإحصاءة Jargue Bera ما قيمته 0.406369 الأمر الذي يعني أنها غير معنوية عند مستوى دلالة 5%، ولهذا نقبل فرض عدم القاضي بأن سلسلة البواقي موزعة توزيعاً طبيعياً Normally Distributed، وتم أيضاً الكشف عن مشكلة عدم تجانس التباين Heteroskedasticity باستخدام اختبار Breusch-Pagan-ARCH TEST، واختبار Godfrey test، فكانت النتائج جيدة، حيث كانت إحصاءة الاختبارين غير معنوية عند مستوى دلالة 5%، ولهذا نقبل فرض عدم القاضي بأن سلسلة البواقي لا تعاني هذه المشكلة.

الجدول رقم (2): اختبارات سلسلة البواقي Residuals

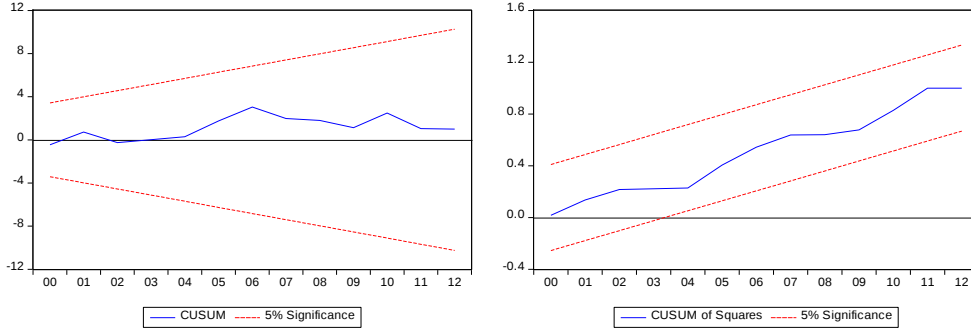
TEST	Statistic Value	Probability
Breusch-Godfrey serial correlation LM test	5.137907	0.0766
Normality test (Jargue Bera)	1.800989	0.406369
Heteroskedasticity ARCH test	0.130016	0.7184
Breusch-Pagan-Godfrey	1.165519	0.9917

2. الاختبارات الخاصة باستقرار هيكل النموذج:

للتأكد من استقرار هيكل النموذج تم الاعتماد على إحصاءتي CUSUM، COSUM of SQUARES، وأكدت النتائج

أن النموذج يتسم بالاستقرارية، وتتسم معلماته بالثبات عند المعاينات المتكررة، حيث وقع الشكل البياني لإحصاءة هذا الاختبار في الحالتين كما يتضح من الشكل رقم (1) بين الحدود الحرجة critical 5% bounds.

الشكل رقم (1): اختبار استقرار هيكل النموذج وفقاً لإحصاءة COSUM و CUSOM of SQUARES



قيمة F المحسوبة تزيد عن الحد الأعلى للقيم الحرجة (1) لاختبار Bounds Test عند كل مستويات المعنوية المعطاة، ولذلك فإن النتائج تدل على وجود علاقة توازنية طويلة المدى بين متغيرات البحث، حيث يتم رفض فرض عدم القاسي بأن المتغيرات قيد البحث لا ترتبط بعلاقة توازنية طويلة المدى.

اختبار التكامل المشترك باستخدام Bounds Test:

يهدف اختبار التكامل المشترك بمنهجية اختبار الحدود Bounds Test لاختبار فرض العدم $H_0: \lambda = \phi = \varphi = \theta = 0$ القاسي بأن متغيرات النموذج لا ترتبط بعلاقة توازنية في المدى الطويل، مقابل الفرض البديل $H_1: \lambda \neq \phi \neq \varphi \neq \theta \neq 0$ القاسي بارتباط هذه المتغيرات بعلاقة توازنية في المدى الطويل، وبالنظر للجدول رقم (3) يتضح من خلال مقارنة قيمة F المحسوبة مع القيم الحرجة بجدول Pesaran أن

الجدول رقم (3) نتائج اختبار ARDL Bound test

Test statistic	value	K
F statistic	8.858226	3
Bound's Critical values		
Significance	I (0)	I(1)
10%	2.37	3.2
5%	2.79	3.67
2.5%	3.15	4.08
1%	3.05	4.66

تقدير نموذج التكامل المشترك:

وعليه فسيتم في هذه الفقرة تقدير نموذج التكامل المشترك الذي يبين هذه العلاقة، وبالنظر للجدول رقم (4) يمكن التعرف على معلمات المدى الطويل، وهي معنوية تماماً عند مستوى دلالة 5%.

أثبت اختبار Bound Test وجود علاقة توازنية طويلة الأجل تتجه من المتغيرات المستقلة إلى المتغير التابع،

الجدول رقم (4): نتائج تقدير نموذج التكامل المشترك

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.228020	0.528139	15.33652	0.0000
LnRGFCF	0.228020	0.043372	5.257365	0.0002
lnRTOUR	-0.072636	0.016244	-4.471653	0.0006
lnSCH	-0.278185	0.116745	-2.382840	0.0331

تتجاوز نسبة الإيرادات السياحية إلى إجمالي الصادرات الليبية ما نسبته 0.95% خلال الفترة 1995-2011 (منظمة التعاون الإسلامي، 2013).

تقدير نموذج تصحيح الخطأ:

يبين الجدول التالي رقم (5) نتائج تقدير نموذج تصحيح الخطأ الذي يتعلق بديناميكيات المدى القصير، ويتبين من الجدول أن كل هذه التقديرات معنوية إحصائياً عند مستوى دلالة 5%، ويلاحظ من خلال الجدول أن التكوين الرأسمالي الثابت في الفترة t يرتبط طردياً مع النمو الاقتصادي، ويرتبط معه عكسياً في الفترة $t-1$ ، أما الإيرادات السياحية فترتبط عكسياً مع النمو الاقتصادي في الفترة t ، وهذا يدل على أن العلاقة بين النمو الاقتصادي والإيرادات السياحية هي نفسها في المدى الطويل وال المدى القصير، أما المعامل

يلاحظ من خلال الجدول أن العلاقة بين النمو الاقتصادي والتكوين الرأسمالي الثابت علاقة طردية وقوية ومتوافقة مع النظرية الاقتصادية، وتدل المرونة الجزئية للتكوين الرأسمالي الثابت بالنسبة للنمو الاقتصادي أن كل تغير بمقدار 1% في التكوين الرأسمالي الثابت يصاحبه تغير في النمو الاقتصادي بمقدار 22.8% تقريباً، أما بالنسبة لمعدل القيد في التعليم فقد ارتبط على غير المتوقع بعلاقة عكسية وقوية مع النمو الاقتصادي، حيث بلغت المرونة الجزئية لهذا المتغير ما مقداره 0.0726، أما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد ارتبط مع النمو الاقتصادي على غير المتوقع بعلاقة عكسية وضعيفة، حيث أن المرونة الجزئية لهذا المتغير إزاء النمو الاقتصادي قد بلغت ما مقداره -0.0726، ويدل ذلك على ضعف العلاقة بين النمو الاقتصادي والنشاط السياحي، ويعود هذا الضعف إلى تدني الاهتمام بالنشاط السياحي، حيث لم

قيمتها سالبة وأنه معنوي إحصائياً، وبحسب هذا النموذج فإن 79% من عدم التوازن في العام السابق يتم تصحيحه في العام الحالي.

CoinEq₍₋₁₎ فهو يمثل معامل تصحيح الخطأ الذي يعبر عن سرعة العودة الى الوضع التوازني نتيجة أية انحرافات قد تحدث في المدى القصير، ويتوفر في هذا المعامل الشرطان الضروري والكافي، وهما أن

الجدول رقم (5): نتائج تقدير نموذج تصحيح الخطأ UECM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(lnRGFCF)	0.295100	0.021036	14.028168	0.0000
D(lnRGFCF(-1))	-0.079033	0.024343	-3.246669	0.0064
D(lnRTOUR)	-0.026749	0.009313	-2.87232	0.0131
CointEq(-1)	-0.794215	0.104358	-7.610464	0.0000

اختبار السببية وجود علاقة في اتجاه واحد بين المتغيرين تتجه من النمو الاقتصادي إلى الإيرادات السياحية، أي أن النمو الاقتصادي يسبب في زيادة الإيرادات السياحية، والعكس غير صحيح.

وقد تم أيضاً إجراء اختبار السببية Granger Causality بين النمو الاقتصادي والإيرادات السياحية لتبيين العلاقة المتبادلة بينهما فكانت النتائج كما هو مبين في الجدول رقم (6)، حيث أثبت

الجدول رقم (6): نتائج تحليل السببية Granger Causality بين النمو الاقتصادي والإيرادات السياحية

Null Hypothesis:	F-Statistic	Prob.
LN_RTOUR does not Granger Cause LNRPCGDP	1.970855	0.171736
LNRPCGDP does not Granger Cause LN_RTOUR	7.382775	0.005351

اختبار العلاقة طويلة المدى بين المتغير التابع ومجموعة المتغيرات المستقلة، وقد أثبت لاختبار الحدود Bound Test وجود علاقة توازنية في المدى الطويل تتجه من المتغيرات المستقلة للمتغير التابع، وقد تم تقدير نموذج التكامل المشترك لهذه العلاقة فأثبت التقدير الذي كان معنوياً إحصائياً أن

الخلاصة:

اعتمد هذا البحث في محاولة اختبار مدى انطباق فرضية TLG على الأسلوب القياسي من خلال تحليل السلاسل الزمنية، وقد تم توظيف نموذج الانحدار الذاتي لفترات الإبطاء ARDL، الذي تم من خلاله

في النمو الاقتصادي لا تنطبق على حالة الاقتصاد الليبي، حيث أن ميزانية التنمية تمول بالكامل من القطاع النفطي، وبالتالي فإن الإيرادات السياحية لا تذهب لتمويل برامج التنمية التي تنعكس بدورها في النمو الاقتصادي، وعلى هذا فإن فرضية TLG لا تنطبق على حالة الاقتصاد الليبي، وفي الاتجاه المقابل وجدت الدراسة بحسب تحليل السببية أن النمو الاقتصادي يرتبط بعلاقة سببية مع الإيرادات السياحية.

قائمة المراجع:

1. المراجع العربية:

- الحويج، حسين فرج. 2015. القطاع السياحي وإمكانات التنوع الهيكلي في الاقتصاد الليبي. ورقة قدمت في المؤتمر العلمي الأول لكلية الآداب/ جامعة طرابلس، طرابلس، ليبيا، 18-20 مايو.
- الحويج، حسين فرج. 2018. ضرورات ومتطلبات التنوع الهيكلي في الاقتصاد الليبي في ظل الأزمة النفطية الراهنة. مجلة الدراسات الاقتصادية. كلية الاقتصاد، جامعة سرت، المجلد 2، العدد 3، ص ص 142-171.
- صندوق النقد العربي وآخرون، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، 2000، 2001، 2007، 2010، 2012، 2016.
- عليوة، زينب توفيق السيد. 2014. تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر. مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 65، ص ص 67-94.
- مركز بحوث العلوم الاقتصادية، البيانات الاقتصادية والاجتماعية في ليبيا عن الفترة 1962-2006، بنغازي، 2010.
- مصرف ليبيا المركزي، النشرة الاقتصادية، المجلد 53، الربع الرابع 2013، المجلد 59، الربع الرابع، 2016.
- منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث

العلاقة التي تربط متغير الدراسة "الإيرادات السياحية" بالمتغير التابع ضعيفة وسلبية على عكس المتوقع "علاقة عكسية"، ويعود ضعف هذه العلاقة إلى أن الإيرادات السياحية لا تمثل نسبة كبيرة من إجمالي الصادرات الليبية "موارد الصرف الأجنبي، وقد نجم هذا الأمر عن عدم الاهتمام بالقطاع السياحي كمصدر محتمل للدخل، أما التكوين الرأسمالي الثابت فقد ارتبط بعلاقة قوية وموجبة كما هو متوقع وفقاً للنظرية الاقتصادية، وارتبط معدل القيد في المدارس بعلاقة عكسية مع المتغير التابع المتمثل في النمو الاقتصادي.

تم تقدير نموذج تصحيح الخطأ الذي يبين العلاقة بين متغيرات الدراسة في المدى القصير، وكانت نتائج التقدير معنوية إحصائياً، وارتبط متغير الإيرادات السياحية بعلاقة سلبية وضعيفة مع النمو الاقتصادي، وبلغ معدل تصحيح الخطأ - 0.794 الأمر الذي يعني أن سرعة العودة للتوازن عند أية اختلالات في المدى القصير تبلغ 79.4%، ويتم العودة للتوازن خلال سنة وثلاثة شهور.

وبما أن نموذج التكامل المشترك يتضمن أن المتغيرات تتحرك مع بعضها في المدى الطويل، فقد تم اختبار العلاقة السببية التي تربط الإيرادات السياحية بالنمو الاقتصادي للحكم بانطباق الفرضية TLG في ليبيا، وذلك باستخدام تحليل السببية لجرانجر، فأثبت هذا الاختبار أن الإيرادات السياحية لا ترتبط بعلاقة سببية مع النمو الاقتصادي، ويفسر ذلك بأن الآلية النظرية لتأثير الإيرادات السياحية

- Damodar, N. G., 2004. *Basic Econometrics*. 4th edn, McGraw Hill.
- Demirhan, B., 2015. Tourism-Led Growth Hypothesis in Mediterranean Countries: Evidence from a Panel Cointegration and Error Correction Model. *Applied Economics and Finance*, Vol. 3, No. 1, PP. 38-53.
- Elbeydi, K. R., 2014. An Empirical Analysis of the Impact of Selected Macroeconomic Variables on Capital Formation in Libya 1970–2010, Engineering and Technology. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, Vol. 8, No. 2, PP. 490-493.
- Eugenio-Martín, Juan Luis; Morales, Noelia Martín; Scarpa, Riccardo. 2004. Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach. *Nota di Lavoro*, No. 26.2004, Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM), Milano
- Fayissa, B., Nsiah, C., & Tadasse, B., 2008. Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, Vol. 14, No. 4, PP. 807-818.
- Heij, C., Heij, C., de Boer, P., Franses, P. H., Kloek, T., & van Dijk, H. K., 2004. *Econometric methods with applications in business and economics*. Oxford University Press.
- Kadir, N., & Karim, M. Z. A., 2012. Tourism and Economic Growth in Malaysia: Evidence from Tourist Arrivals from Asean-S Countries. *Economic Research-Ekonomska Is-*

الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، أنقرة، تركيا، 2013.

2. المراجع الإنجليزية:

- Arslanturk, Y., Balcilar, M., & Ozdemir, Z. A., 2011. Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy. *Economic Modelling*, Vol. 28, No. 1, PP. 664-671.
- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M., 2002. Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, Vol.34, No.7, PP. 877-884.
- Balassa, Bella .1978. Exports and Economic Growth: Further evidence. *Journal of Development Economics*, No. 5, PP. 181-191.
- Belloumi, M., 2010. The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in Tunisia. *International Journal of Tourism Research*, Vol.12, No. 5, PP. 550–560.
- Brida, Juan Gabriel, Edgar J Sanchez Carrera, and W. Adrian Risso .2008. Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth. *Economics Bulletin*, Vol. 3, No. 21 PP. 1-8
- Chen, C. F., & Chiou-Wei, S. Z., 2009. Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, Vol. 30, No. 6, PP. 812-818.

trazivanja, Vol. 25, No. 4, PP. 1089-1100.

- Khoshnevis Yazdi, S., Homa Salehi, K., & Soheilzad, M., 2017. The relationship between tourism, foreign direct investment and economic growth: Evidence from Iran. *Current Issues in Tourism*, Vol. 20, No. 1, PP. 15-26.

- Kyophilavong, P., Gallup, J. L., Charoenrat, T., & Nozaki, K., 2018. Testing tourism-led growth hypothesis in Laos?. *Tourism Review*, Vol. 73, No. 2, PP. 242-251.

- Mario Holzner. 2010. Tourism and Economic Development: the Beach Disease. *the Vienna Institute for International Economic Studies*, Working Papers, No. 66.

- Narayan, P. K., Narayan, S., Prasad, A., & Prasad, B. C., 2010. Tourism and economic growth: a panel data analysis for Pacific Island countries. *Tourism economics*, Vol. 16, No. 1, PP. 169-183.

- Oh, C. O., 2005. The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism management*, Vol. 26, No. 1, PP. 39-44.

- Ozturk, I., & Acaravci, A., 2009. On the causality between tourism growth and economic growth: empirical evidence from Turkey. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, Vol. 5, No. 25, PP. 73-81.

-Paci, R & Marrocu, E., 2014. Tourism and regional growth in Europe, proceedings of the 53rd Congress of the European Regional Science

Association: Regional Integration: Europe. *the Mediterranean and the World Economy*, PP. 27-31 August 2013, Palermo, Italy.

- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J., 2001. Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of applied econometrics*, Vol. 16, No. 3, PP. 289-326.

- Ram, Rati. 1987. Exports and economic growth in developing countries: evidence from time-series and cross-section data. *Economic development and cultural change*, Vol. 36, No. 1, PP. 51-72.

- Shahraki, J., Talebi, M & Roshanroo, M., 2012. neoclassical theory of growth in ten selected Asian countries using panel data. *interdisciplinary journal of contemporary research in business*, Vol. 4, No. 2, PP. 228 – 235.

- Shahzad, S. J. H., Shahbaz, M., Ferrer, R., & Kumar, R. R., 2017. Tourism-led growth hypothesis in the top ten tourist destinations: New evidence using the quantile-on-quantile approach. *Tourism Management*, Vol. 60, PP. 223-232.

- Solarin, S. A., 2018. Does tourism-led growth hypothesis exist in Mauritius? Evidence from disaggregated tourism markets. *Current Issues in Tourism*, Vol. 21, No. 9, PP. 964-969.

- Tang, C. F., & Abosedra, S., 2014. Small sample evidence on the tourism-led growth hypothesis in Lebanon. *Current Issues in Tourism*, 17(3), 234-246.

- World bank, online database,
<http://data.worldbank.org/>

- World Travel and Tourism Council
WTTC. 2012, Travel and tourism
economic impact. World.

- World Travel and Tourism Council
WTTC. 2014, Travel and tourism
economic impact. World:

<http://ar.knoema.com>

IndexMundi,
<http://www.indexmundi.com>.

Index Mundi database.
<https://www.indexmundi.com/>

Knoema database.
<http://blog.knoema.com/>

Arab monetary found AMF. Statistical
online database.
[http://www.amf.org.ae/ar/arabic_economic_database:](http://www.amf.org.ae/ar/arabic_economic_database)

د. أحمد سعد الشريف

قسم التسويق، كلية الاقتصاد- جامعة بنغازي

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
في تعزيز ممارسات تسويق
الخدمات بالمنظمات.

ملخص:

في مجال التسويق، غيّرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتطبيقات المرتبطة بها، كالتجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني شكل وطريقة الممارسات التسويقية فضلاً عن الطرق التي تتعامل بها المنظمات، لاسيما الخدمية منها، مع زبائنهم. لذا، استهدف هذا البحث تقديم إجابة عن السؤال التالي: ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات؟ لغرض الإجابة عن السؤال السابق، وانطلاقاً من الطبيعة النظرية للبحث، تم استخدام المنهج الوصفي والذي تم بموجبه استعراض وتحليل المفاهيم والمساهمات البحثية ذات العلاقة في هذا الصدد. وقد أمكن استخلاص بعض المضامين التي تمّ بموجبها تقديم مجموعة من التوصيات التي قد تضمن خطوة مُقدمة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات في المنظمات.

مقدمة:

من تطبيقات متنوعة كالتجارة الإلكترونية E-commerce، والتسويق الإلكتروني E-marketing، وغيرها، فتحت الطريق إلى عهد الاقتصاد الرقمي وأعادت صياغة مفاهيم النمو والتطور الاقتصادي، والقدرة التسويقية والتنافسية لمنظمات الأعمال المعاصرة. ضمن سياق التسويق، الهادف إلى خلق القيمة للزبائن وبناء علاقات مربحة معهم، فإن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنظمات، بالذات الخدمية منها، أدى إلى إحداث تغييرات ملحوظة سواءً على مستوى كيفية ممارسة الأنشطة التسويقية، ومتطلبات تقديم المنتّجات وجودتها، أم على مستوى النتائج المترتبة عنها، وبالتبعية

شهدت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات Information and Communications Technology (ICT) تطوراً كبيراً خلال العقدين الأخيرين، حيث اتسع نطاق استخدامها لتشمل أشكالاً مختلفة من الأدوات الإلكترونية الدقيقة، والاتصالات السلكية واللاسلكية، مثل الإنترنت عبر الألياف البصرية، والاتصالات اللاسلكية وأجهزة الكمبيوتر المحمول، والهواتف الذكية، والتلفزيون الرقمي، والكاميرات الرقمية، وغيرها. علاوة على ذلك أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مركزاً لتجميع وتحليل وتخزين واسترجاع وعرض ونقل البيانات والمعلومات في المنظمات المختلفة. هذه التطورات وما نتج عنها

على مستوى تحقيق هذه المنظمات لأهدافها المرغوبة.

انطلاقاً مما تقدّم، تتمحور قضية هذا البحث في محاولة تقديم إجابة عن السؤال الآتي: ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات؟ وفقاً للطبيعة النظرية للبحث، فإن الإجابة عن هذا السؤال تستدعي استخدام المنهج الوصفي، والذي يتم بموجبه عرض وتحليل المفاهيم والمساهمات البحثية ذات العلاقة بموضوع البحث لاستخلاص بعض المضامين، وتقديم مجموعة من التوصيات في هذا الصدد. وهو الأمر الذي سوف يتم تناوله تباعاً من خلال ثلاثة محاور، يتناول المحور الأول منها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في حين يتناول المحور الثاني مجال تسويق الخدمات، كما يستعرض المحور الثالث دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات.

1. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

على الرغم من جهود الباحثين في تنمية إطار محدد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أن مراجعة الأدبيات في هذا الخصوص تُشير إلى تباين وجهات النظر فيما يتعلق بتعريف هذا المصطلح والتحديد الواضح لمكوناته. فعلى سبيل المثال، يرى (Blurton, 2002) أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تُشير

إلى مجموعة متنوعة من الأدوات والموارد التكنولوجية المستخدمة للتواصل، وإنشاء وتخزين وإدارة المعلومات، وأن الحاسوب، والإنترنت، وتقنيات البث (الراديو والتلفزيون)، والهواتف والاتصال اللاسلكي هي أمثلة لهذه التكنولوجيات. كما يرى Daft (كما استشهد به: حمد وصالح، 2018) أن تكنولوجيا المعلومات تعبّر عن الأجزاء المادية للحاسوب والبرمجيات والاتصالات وإدارة قواعد البيانات، فضلاً عن التكنولوجيا ذات الصلة بتخزين المعلومات وتحديثها واسترجاعها بهدف استخدامها في اتخاذ القرارات السليمة. كما يرى آخرون أن تكنولوجيا المعلومات تتمثل في المكونات المادية للحاسبات، والبرامج الجاهزة سواءً بـبرامج نُظم، أم بـبرامج تطبيقات، بالإضافة إلى شبكات الاتصالات وغيرها من الأجهزة للقيام بمعالجة وتخزين وعرض واسترجاع المعلومات بالدقة والسرعة المطلوبة (فرغلي وموسى، 2007).

ومن وجهة نظر (الطويل وحكمت، 2005) تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة فاعلة لإنجاز وتطوير العمليات الإدارية للمنظمات، وتتضمن مجموعة من الأجهزة والمعدات والبرمجيات والاتصالات والبُعد البشري والتي يترتب عنها جمع البيانات الخاصة بنشاطات المنظمة ومعالجتها، وخزن المعلومات وتجهيزها واسترجاعها وتحديثها بمرونة عالية وسرعة كبيرة. في ذات السياق تورد بعض الهيئات الرسمية تعريفات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لعل من أبرزها تعريف

- خدمات إدارة البيانات:
Services of Data Management

تُخزّن بيانات المنظمة، وتزود بالقدرات اللازمة لتحليل البيانات.

- خدمات التطبيقات البرمجية:
Services of Software Application

تزود بالقدرات اللازمة على كافة مستويات المنظمة مثل تخطيط موارد المنظمة، وإدارة العلاقة مع الزبون، وإدارة سلسلة القيمة، ونظم إدارة المعرفة التي ترتبط مع جميع وحدات الأعمال في المنظمة.

- خدمات إدارة التجهيزات المادية:
Services of Physical Facilities Management

تطور وتدير التجهيزات المادية المطلوبة لخدمات الحوسبة والاتصالات وإدارة البيانات.

- خدمات إدارة تكنولوجيا المعلومات:
Services of IT Management

تخطط وتطور البنية التحتية وتنسق مع وحدات الأعمال، من أجل خدمات تكنولوجيا المعلومات، وإدارة حسابات الإنفاق في هذا الشأن.

- خدمات ضوابط تكنولوجيا المعلومات:
Services of IT Standards

تزود المنظمة ووحدات الأعمال الموجودة فيها بالسياسات التي تصف نوع تكنولوجيا المعلومات الواجب استخدامها، ومتى، وكيف.

- خدمات تعلم تكنولوجيا المعلومات:
Services of IT Education

تُسهّل تدريب الموظفين على كيفية استخدام النظام، وتدريب المديرين حول

الجمعية البريطانية للحاسبات BCS الذي يُشير إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باعتبارها مصطلح يتعلق بال تخصصات التكنولوجية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في معالجة المعلومات ومعالجتها ونشرها من خلال تطبيقات الحواسيب والربط الشبكي والاتصالات، وتكاملها مع الأفراد والمعدات وما يرتبط بها من مسائل اجتماعية واقتصادية وثقافية.

من جانب آخر، يرى Laudon and Laudon (كما استشهد به : ملكاوي، 2016) أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات تتضمن مجموعة من الأجهزة المادية والتطبيقات البرمجية اللازمة لتشغيل المنظمة بشكل كامل، وهي أيضاً مجموعة من الخدمات الشاملة للمنظمة، والتي توضع لها ميزانية خاصة، وتشمل المقدرات البشرية والتقنية، وتتضمن هذه الخدمات ما يلي:

- القواعد أو المنصات الحاسوبية:
Computing Platforms

تزود بالخدمات الحاسوبية التي تربط الموظفين والزبائن والموردين من خلال بيئة رقمية مترابطة منطقياً، وتتضمن العديد من وحدات المعالجة المركزية والحاسبات الشخصية والمحمولة، والمساعدة الإلكترونية للأفراد، وتطبيقات الإنترنت.

- خدمات الاتصالات:
Communications Services

تزود البيانات والصوت والصورة بشكل تفاعلي إلى الموظفين والزبائن والمورد.

كيفية التخطيط للاستثمار في تكنولوجيا المعلومات، وإدارة هذا الاستثمار.

- خدمات البحث والتطوير لتكنولوجيا المعلومات

Services of IT Development & Research:

تزود المنظمة بالأبحاث والدراسات عن المشاريع والاستثمارات في تكنولوجيا المعلومات المحتملة في المستقبل، والتي تسهم في تميز المنظمة ونموها.

انطلاقاً مما سبق، ولأغراض البحث الحالي، يمكن النظر إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باعتبارها مجموعة واسعة من تكنولوجيات المعلومات والاتصالات المحوسبة، والتي تشمل سلع وخدمات مثل أجهزة الكمبيوتر بأنواعها والإنترنت، والهواتف الذكية وغيرها، فضلاً عن جميع أنواع البرمجيات مثل أنظمة التشغيل، والتطبيقات المؤسسية والاجتماعية، وأدوات الإنتاجية الشخصية وغيرها. والتي تُسهّل في مجملها الحصول على البيانات والمعلومات وتجهيزها وتخزينها وإدارتها وتبادلها وعرضها في المنظمات المختلفة.

أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

ساهمت التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما نتج عنها من تطبيقات كالتجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، وغيرها، في حدوث تغييرات جوهرية في بيئة الأعمال العالمية من خلال تشكيل العالم في قرية صغيرة، وإتاحة التواصل والتفاعل بين

المستخدمين بغض النظر عن الزمان والمكان، وظهور نوعية من المنظمات تعتمد في وجودها وممارستها لأعمالها على التكنولوجيا الرقمية بشكل كامل (انظر على سبيل المثال: google.com)، وبالتالي أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أساسيات النمو الاقتصادي، والقدرة التنافسية للمنظمات، وحتى للدول القادرة على توظيفها بشكل فعال. (Vehovar and Lesjak, 2007).

بصفة عامة تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال المنافع والإيجابيات المتحققة لمستخدميها من المنظمات، والتي يمكن الإشارة إلى أبرزها من خلال النقاط التالية (حمد وصالح، 2018):

- تصميم وتطوير المنتجات بجودة عالية وتكلفة منخفضة من خلال اعتماد أنظمة التصنيع المؤتمتة كأنظمة التصنيع بواسطة الحاسوب CAM، والتصميم بواسطة الحاسوب CAD.

- توفير القدرة على توسيع أنشطة المنظمة وأعمالها بأقصر وقت، مما يمكن من تحقيق قيمة مضافة، وبالتالي تدعيم القدرة التنافسية للمنظمة.

- تحسين قدرة المنظمة على التواصل مع الزبائن والموردين وغيرهم، وتحديد احتياجاتهم، وإتمام عقد الصفقات معهم بشكل سريع ودقيق بغض النظر عن الزمان والمكان.

- توفير المعلومات بالخصائص اللازمة لمساعدة المديرين على اتخاذ القرارات السليمة دون أعباء نفسية وفكرية عالية

الإنترنت، مجال الأعمال الإلكترونية الذي ينطوي على تنفيذ الأنشطة والتعاملات الداخلية والخارجية للمنظمات من خلال التكنولوجيا الرقمية. وما ترتب عن ذلك من ظهور تطبيقات متنوعة من أهمها التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني.

1. التجارة الإلكترونية:

ترتبط التجارة الإلكترونية بعملية شراء وبيع المنتجات (السلع والخدمات) وتبادلها بكفاءة عالية وتكلفة منخفضة من خلال استخدام النظم الإلكترونية؛ خاصة الإنترنت (Vehovar and Lesjak, 2007). كما تشمل التجارة الإلكترونية نطاقاً واسعاً من العمليات التجارية لعل من أشهرها تجارة التجزئة عبر الإنترنت، والتي تتضمن بيع المنتجات المادية Physical مثل أجهزة الكمبيوتر وتوصيلها للزبون بشكل تقليدي، فضلاً عن بيع المنتجات الرقمية Digital مثل البرامج التي يمكن تحميلها مباشرةً إلى حاسوب الزبون.

وبصفة عامة، يمكن تصنيف قطاع التجارة الإلكترونية، على أساس الأطراف المشاركة في التعاملات التجارية، إلى الأنواع الرئيسية التالية (Kotler and Armstrong, 2010)؛ (Vinod, Tasleem, and Malik, 2014):

- التعاملات التجارية فيما بين منظمات الأعمال:

Business to Business

تتم هذه التعاملات إلكترونياً بين منظمة وأخرى بغرض بيع أو شراء السلع، أو تنفيذ بعض الخدمات. كما هو الحال في

من خلال أنظمة دعم القرارات، والأنظمة الخبيرة، والذكاء الصناعي.

- تحقيق التنسيق العالي، وتطوير نظام اتصالات فعال بين الأقسام والوحدات المختلفة بالمنظمة من خلال بناء شبكة اتصالات بالاتجاهات كافة، وعلى أعلى مستوى من الدقة والسرعة والاستجابة الآنية.

- تمكين المنظمة من التفاعل والتواصل المستمر مع متغيرات البيئة الخارجية، والتكيف معها، بما يتناسب مع متطلبات المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة.

في إطار ما تقدم، يرى (Brady and Fellenz, 2008) أن النشر الناجح لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنظمات يتطلب إحداث التكامل بين التكنولوجيا والمتخصصين بها، والوظائف التنظيمية الأخرى من خلال مداخل إستراتيجية وتنفيذية متماسكة ومتسقة لتقديم عروض القيمة للزبائن. في ذات الاتجاه يرى (Manochehri, Al-Esmail and Ashrafi, 2012) أن الاستفادة من اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم خدمات أفضل، واستكشاف الفرص التجارية الجديدة، تتطلب الإيفاء بثلاثة شروط على الأقل تتمثل في توفر بنية تحتية مناسبة، وعمالة متخصصة، فضلاً عن ميزانية للاستثمار في هذا الخصوص.

تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

أبرزت التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالذات شبكة

اعتبار عدد مستخدمي الإنترنت أحد أهم المؤشرات التي تعكس، بشكل غير مباشر، واقع التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في الدول المختلفة.

2. التسويق الإلكتروني:

يُشير التسويق الإلكتروني، بصفة عامة، إلى استخدام البيانات والتطبيقات الإلكترونية للقيام بالأنشطة التسويقية للمنظمات (El-Gohary, 2010). في هذا الإطار، فإن التسويق الإلكتروني يمثل الجانب التسويقي من التجارة الإلكترونية، إلا أنه يختلف عن الأخيرة فيما يتعلق بالمضمون والغرض وبيئة التنفيذ ودرجة التكامل. فالتسويق، وفقاً لمفهومه الحديث، لا يقتصر على عمليات البيع والشراء فحسب كما في حال التجارة الإلكترونية، بل يتعداها ليشمل نطاقاً واسعاً من الأنشطة والعمليات التسويقية التي تبدأ عملياً بتحليل الأسواق وتحديد احتياجات الجمهور المستهدف ومواصفات السلع والخدمات التي ينبغي إنتاجها، فضلاً عن اتخاذ القرارات المتعلقة بالمنتجات وتحديد أسعارها وطرق ترويجها وتوزيعها. ولا تنتهي العملية التسويقية بعقد صفقات بيعية مع الزبائن، إذ تستمر هذه العملية على محوريين يتعلق أولهما بتقديم خدمات مصاحبة للمنتج مثل خدمات التوصيل والتركيب والصيانة وتنفيذ الضمانات الممنوحة للزبون، في حين يتعلق المحور الثاني بدراسة سلوك وشعور الزبون بعد شرائه للمنتج واستهلاكه أو الانتفاع به، وذلك للتأكد من مدى رضا الزبون بغرض المحافظة عليه. في إطار ما تقدم، يمكن القول بأن التسويق الإلكتروني، كأحد

التعاملات بين المنظمة وتاجر الجملة، أو بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة. (انظر على سبيل المثال: dell.com).

- التعاملات التجارية بين منظمات الأعمال، والزبائن الأفراد:

Business to Consumer

وهي تتم إلكترونياً بغرض بيع سلع وخدمات المنظمة إلى الزبائن. كما هو الحال في التعاملات بين المنظمة، أو تاجر التجزئة مع الزبائن. (انظر على سبيل المثال: amazon.com).

- التعاملات التجارية بين الزبائن الأفراد، ومنظمات الأعمال:

Business to Consumer

في هذا النوع من التعاملات تقوم المنظمة بالإعلان عن حاجتها لشراء سلع أو خدمات معينة يتم توفيرها إلكترونياً عن طريق زبائن قادرين على تقديمها. كما هو الحال في طلب مواقع العمل عن بُعد لخدمات أفراد متخصصين في الكتابة والبرمجة والتصميم، والتعاقد معهم عن طريق مثل هذه المواقع. (انظر على سبيل المثال: upwork.com).

- التعاملات التجارية فيما بين الزبائن الأفراد:

Consumer to Consumer

تتم هذه التعاملات بين الزبائن الأفراد عن طريق مواقع إلكترونية معينة، بغرض بيع أو شراء أو تبادل السلع والخدمات فيما بينهم بشكل مباشر بدون تدخل أحد من الوسطاء. (انظر على سبيل المثال: ebay.com، opensooq.com).

وقد ترتب عن ارتباط التجارة الإلكترونية بالإنترنت، في المقام الأول،

- إن كلاهما يمكنه أن يعكس بشكل جيد التفكير في إستراتيجيات إدارة علاقات الزبائن، وتخطيط موارد المؤسسات فضلاً عن المساهمة في تحسين تكامل الخدمات المتعددة مثل المنتج، والتوريد، والتسويق، وتوثيق العلاقة مع الزبائن وفهم مطالبهم والتنبؤ بها، وتعزيز الابتكار الإداري.

2. تسويق الخدمات:

الخدمات (المضامين والخصائص):

برز قطاع الخدمات خلال العقود الأخيرة كأسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في الاقتصاد العالمي، وقد صاحب هذا النمو انخفاض موازٍ في أهمية الصناعات الأولية مثل الزراعة وصيد الأسماك وعدد من الصناعات التحويلية. ويرجع النمو في قطاع الخدمات إلى تنامي دور وأهمية الخدمات في حياة الأفراد والمنظمات، نتيجة العديد من الأسباب لعل من أهمها ارتفاع مستويات المعيشة في الدول المتقدمة، وتطور توقعات الأفراد والطلب على الخدمات الشخصية مثل الرعاية الصحية، والتعليم، والاتصالات، والترفيه وغيرها، ناهيك عن تنامي متطلبات التجارة وما ترتب عنها من ظهور خدمات جديدة للمصارف وشركات الوساطة المالية، فضلاً عن تزايد درجة تعقيد المنتجات تقنياً وظهور الحاجة إلى خدمات الدعم الفني والصيانة وما شابه ذلك. كما تزايدت، في هذا السياق، أهمية قطاع الخدمات في الاقتصاد العالمي، حيث يساهم في الوقت الحاضر بنسبة تقارب (64%) من إجمالي الناتج المحلي للعالم (www.wikipedia.org). ناهيك عن دوره في دعم اقتصاديات الدول من

مظاهر التسويق الحديث، يرتبط باستخدام كافة أشكال التكنولوجيا الرقمية كالإنترنت؛ وما يرتبط بها من تطبيقات الشبكة الداخلية والخارجية Intranet & Extranet؛ والهواتف الذكية، وغيرها، للقيام بالأنشطة التسويقية التي تسبق عمليات إنتاج السلع والخدمات، وأثناءها، وبعد الحصول عليها أو الانتفاع بها بهدف إشباع حاجات الزبائن، وتحقيق رضائهم، وضمن ولائهم للمنظمة.

من جانب آخر، وعلى الرغم من وجود عدد من الفروقات بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني فيما يتعلق بالمضمون والغرض وبيئة التنفيذ ودرجة التكامل كما تم الإشارة إليه سابقاً، إلا أنهما يرتبطان بشكل وثيق من خلال مجموعة من الخصائص المشتركة، التي يمكن إيجاز أهمها فيما يلي (Xiaoming, 2009):

- إن كلاهما يعتمد على نفس تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المحوسبة، بالذات شبكات الإنترنت السلكية أو اللاسلكية، والهواتف الذكية، فضلاً عن قواعد البيانات، والدفع الإلكتروني، والأمن والحماية وغيرها.

- إن كلاهما لديه محتوى مماثل للأنشطة التجارية بسبب وجود نفس وظيفة الترويج، مثل عرض منتجات التجارة الإلكترونية، وتعزيز مواقع الويب، وإرسال معلومات تسويق المنتجات وغيرها.

- إن كلاهما لديه نفس الخصائص الزمنية والمكانية، فنطاق العملية الإلكترونية غير مقيد بالوقت والحدود الجغرافية.

والتركيب والتدريب، بغرض التمايز والحفاظ على الميزة التنافسية.

وعلى الرغم من تباين وجهات نظر الباحثين بشأن الخصائص المميزة للخدمات عن السلع، إلا أن هناك اتفاقاً عاماً حول أربع خصائص رئيسية للخدمات يمكن إيجازها في ما يلي (Kotler and Armstrong 2010 ؛ Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1985):

- **عدم الملموسية** Intangibility ، ليس للخدمة كيان مادي كما هو الحال بالنسبة للسلعة ، ومن ثم لا يمكن اختبارها بالحواس، أو امتلاكها، كما يصح من الصعوبة بمكان تقييم جودتها قبل شرائها أو الحصول عليها .

- **عدم قابلية الانفصال** Inseparability ، تتميز الخدمة بأن تقديمها واستهلاكها يحدث في آن واحد ؛ باستثناء بعض الخدمات كما هو الحال في خدمات التأمين، كما أنه من الصعب في أغلب الحالات فصل الخدمة عن تقديمها والذي يعتبر جزءاً من الخدمة ذاتها، ومن ثم فإن سلوك مقدم الخدمة يؤثر بشكل كبير على جودة الخدمة وتقييمها من قبل الزبون.

- **عدم التجانس** (التغاير) Variability ، تتصف الخدمة بالتغاير وعدم تجانس الأداء، حيث أن أدائها يختلف من مقدم خدمة لآخر، كما يختلف من وقت لآخر بالنسبة لمقدم الخدمة نفسه، ففي حين أن السلعة يمكن أن تنتج بكميات كبيرة وتكون متجانسة فإن نفس الشيء لا ينطبق على الخدمة. ويقتضي التنويه في هذا السياق

خلال توفير فرص جديدة للتوظيف ومعالجة مشاكل البطالة، فضلاً عن أفضلية قطاع الخدمات؛ بالمقارنة مع القطاع الصناعي؛ في الحفاظ على الموارد الطبيعية، واستخدام التكنولوجيا الصديقة للبيئة (Abbasi and Dahiya, 2016).

إن نمو قطاع الخدمات وتعظيم أهميته في الاقتصاد العالمي حفز الكثير من الباحثين في هذا المجال للقيام بعدة محاولات لتحديد مفهوم الخدمات، وخصائصها، وتصنيفاتها التي تختلف عن السلع المادية، وطرق تسويقها مما أدى لظهور العديد من الدراسات التي ساهمت في تشكيل الإطار المفاهيمي للخدمات وفلسفة تسويقها. وبالنظر إلى محاولات الباحثين بخصوص تعريف مفهوم الخدمات وطبيعتها، فإن التعريف المقدم من قبل (Kotler and Armstrong, 2010) يبرز كأحد أهم التعريفات وأكثرها شيوعاً حيث ينظر إلى الخدمات باعتبارها "أنشطة أو منافع أو اشباعات معروضة للبيع، وهي غير ملموسة لا يترتب عليها تملك لشيء ما، وغالباً ما يرتبط تقديمها بسلعة مادية". وبذلك يتسع نطاق الخدمات ليشمل أنواعاً عديدة كالخدمات الصحية والتعليمية والسياحية والمصرفية وخدمات النقل والاتصالات والاستشارات وغيرها من الخدمات التي يتم تقديمها إلى المستفيدين منها من الأفراد والمنظمات عن طريق المنظمات الربحية وغير الربحية، فضلاً عن المؤسسات الحكومية. بيد أنه يقتضي التنويه أن مفهوم الخدمات، في الإطار السابق، لا يشمل تلك الخدمات التي تقدمها المنظمات الصناعية والوسطاء مع السلع المباعة للزبائن كخدمات النقل

عن محاولات التمييز بين السلع والخدمات بشكل مستقل. في ذات الاتجاه، يؤكد Vargo and Lusch (كما استشهد به: Brady and Fellenz, 2008) أن جميع المنتجات تُدرك قيمتها فقط من خلال استخدامها، وأن جميعها توجد لتقديم "خدمة" لزبون ما، وبالتالي، فإن جميع التبادلات الاقتصادية في الواقع هي أساساً عمليات تبادل للخدمات.

الإطار المفاهيمي لتسويق الخدمات:

يمثل التسويق؛ وفقاً لمفهومه الحديث؛ العمليات التي يمكن للمنظمات من خلالها خلق القيمة للزبائن، وبناء علاقات قوية معهم بهدف الحصول على قيمة من الزبائن في المقابل (Kotler and Armstrong, 2010). وعلى اعتبار أن الخدمات غير ملموسة، وبالتالي لا يمكن الفصل بين عملية إنتاجها وتقديمها للمستفيدين منها، فإن الطرق التقليدية لممارسات التسويق الخارجي تُعد ذات فعالية محدودة عند تطبيقها في مجال الخدمات قياساً على السلع المادية، حيث أن أداء العاملين مقدمي الخدمة يمثل المنتج الذي يُقدم الي الزبائن، وأحد وسائل المنظمة للتمييز في السوق. في هذا السياق فإن التفاعل بين مقدم الخدمة والزبون أثناء التقابل الخدمي Service Encounter يؤثر إلى حد كبير في تقييم الزبون لمخرجات الخدمة ذاتها، والعمليات التي أدت إلى هذه المخرجات، وبالتالي على إدراك الزبون لجودة الخدمة المقدمة، والذي من شأنه أن يؤثر في درجة رضائه عنها والاستمرار في شرائها مستقبلاً (Gronroos, 1984).

أنه بالرغم من صعوبة تنميط الخدمة، فقد أمكن تحقيق ذلك في بعض الحالات من خلال الأتمتة Automation مثل أجهزة الصراف الآلي ATM's في البنوك. كما أمكن في بعض الحالات تنميط عملية تقديم الخدمة عن طريق ما يُعرف بسيناريو الخدمة Service Script، والالتزام الصارم بدورة الخدمة. فمثلاً، تتبع العديد من مطاعم الخدمة السريعة خطوات دورة الخدمة التي تبدأ بتحية الزبون، باستخدام العبارات القياسية، وصولاً إلى توديعه.

- **قابلية التعرض للتلف Perishability**، لا يمكن حفظ الخدمة، أو تخزينها، أو إعادتها حيث تنتهي الخدمة بمجرد حصول الزبون عليها سواء تمت أم لم تتم الاستفادة منها. إلا أنه تجدر الإشارة إلى وجود استثناءات في هذا الصدد مثل العديد من الخدمات المستندة على المعلومات، والتي يمكن تسجيلها وحفظها في الوسائط الإلكترونية وإعادة إنتاجها عند الطلب عليها.

في إطار ما تقدم، يرى بعض الباحثين أن خصائص الخدمات قد تكون مفيدة للمناقشة حول الخدمات، إلا أنها غالباً ما تتقاطع مع خصائص السلع في الواقع العملي، فأغلب السلع، سواء كانت استهلاكية أم صناعية، تتطلب خدمات داعمة حتى تكون ذات قيمة، في حين تتطلب معظم الخدمات سلعاً مساندة حتى تكون ذات قيمة. ومن ثم، قد يكون من الأنسب في هذا السياق أن يتم النظر إلى السلع والخدمات من منظور العلاقة المستمرة القائمة على التداخل بينهما بدلاً

ولعل من أكثر المساهمات التي لاقت قبولاً من أغلب الباحثين والممارسين في هذا المجال تلك التي قدمها Booms and Bitner (كما استشهد به: Hirankitti, Mechinda and Manjing, 2009)، والمتمثلة في نموذج المزيج التسويقي الموسع Extended Marketing Mix؛ الذي يُطلق عليه (7 Ps)؛ والذي يتضمن العناصر الأساسية الأربعة لمزيج التسويق التقليدي وهي، المنتج Product، السعر Price، الترويج Promotion، المكان Place بالإضافة إلي ثلاثة عناصر جديدة تتناسب مع خصوصية الخدمات وطبيعتها وهي، الناس (المشاركين) People، الدليل المادي (Physical Evidence)، العمليات Processes، حيث تمثل هذه العناصر في مجموعها تركيبة من المتغيرات الداخلية تستخدمها الإدارة التسويقية لإحداث استجابات مرغوبة في الأسواق التي تتعامل فيها المنظمة. وفي ما يلي عرض موجز لمضمون تلك العناصر (Hirankitti, et al., 2009؛ Chand, 2017):

- **المنتج (الخدمة):** تمثل الخدمات محور المزيج التسويقي للمنظمات الخدمية باعتبارها تؤمن المنافع والحلول للمشاكل التي يواجهها الزبائن. لذا فإن على المنظمات الخدمية النظر إلي الخدمات من منظور قيمتها لدي الزبائن والعمل على تخطيط الخدمات وتصميم أنظمتها مع الأخذ في الاعتبار نوعية ونطاق الخدمات المقدمة، ومواصفاتها ومستويات جودتها بما يضمن تحقيق الإشباع والرضا للمستفيدين منها.

- **السعر:** من وجهة النظر التسويقية، يمثل السعر التعبير النقدي لقيمة المنتج

في إطار ما تقدم، يتضح بأن التسويق الفعال للخدمات لا يتطلب تسويقاً خارجياً فقط بل يتطلب أيضاً؛ نظراً لخصوصية الخدمات وطبيعتها؛ تسويقاً داخلياً، وتسويقاً تفاعلياً. وهو الأمر الذي عبّر عنه (Zeithamal and Bitner, 2000) بما يُعرف بمثلث تسويق الخدمات Marketing Triangle Services الذي يتضمن ثلاثة أطراف هي المنظمة، العاملين مقدمي الخدمات، الزبائن. والتي ترتبط فيما بينها بثلاثة أنواع من التسويق، يتمثل النوع الأول منها في التسويق الخارجي الذي يرتبط بفكرة تسويق الوعود بجودة الخدمات للزبائن من خلال الأنشطة التي تقوم بها إدارة المنظمة لتهيئة تقديم الخدمات وترويجها. في حين يتمثل النوع الثاني في التسويق الداخلي القائم على فلسفة النظر إلى مقدمي الخدمات كزبائن داخليين ينبغي على إدارة المنظمة تلبية احتياجاتهم وتأهيلهم وتحقيق رضائهم، وبالتالي تجهيزهم بشكل أفضل لخدمة الزبائن الخارجيين وتسهيل الوفاء بوعود جودة الخدمات لهم. كما يتمثل النوع الثالث في التسويق التفاعلي Interactive الذي يرتبط بفكرة أن تقييم الزبائن لمصداقية وعود جودة الخدمات المقدمة يعتمد بشكل أساسي على تقييمهم لمهارات مقدمي الخدمات وجودة العلاقات التفاعلية معهم أثناء التفاعلات الخدمية.

وبالرغم من اعتماد تسويق الخدمات بشكل أساسي على فلسفة وأبعاد المفهوم التسويقي الحديث، إلا أن الاعتراف بالخصائص الفريدة للخدمات وتمييزها عن السلع المادية دفع بالعديد من الباحثين لمحاولة تكييف المزيج التسويقي التقليدي ليصبح أكثر ملاءمة لتسويق الخدمات.

التي تحققها الخدمة أكثر من الخدمة ذاتها، وترسيخ الصورة الذهنية الأفضل لدى الزبائن عن المنظمة وخدماتها.

- **المكان (التوزيع):** يُشير مفهوم التوزيع في مجال الخدمات إلى عملية إتاحة الخدمات للمستفيدين منها في الوقت والمكان المناسبين من خلال قنوات مباشرة تتصف بغياب الوسطاء بين مقدمي الخدمة والزبائن، أو من خلال قنوات غير مباشرة عن طريق الوسطاء. بصفة عامة، تتصف قنوات توزيع الخدمات بأنها أكثر بساطة مقارنة بقنوات توزيع السلع، ويرجع ذلك إلى خاصية عدم ملموسية الخدمة، وما يترتب عنها من اهتمام مُسوق الخدمة بدرجة أقل بمواضيع مثل التخزين والنقل والمناولة وغيرها من الأنشطة التي تتطلبها عملية توزيع السلع، كما يرجع ذلك أيضاً إلى الارتباط الوثيق بين الخدمة والشخص الذي يتولى تقديمها، وما يترتب عن ذلك من ضرورة استخدام قنوات قصيرة ومباشرة لتسليم الخدمة إلى الزبائن المستفيدين منها.

- **الناس (المشاركون):** يُشير هذا العنصر إلى جميع الأطراف المشاركة في إنتاج وتقديم الخدمة أثناء التفاعل الخدمي المباشر أو غير المباشر، حيث أن إنتاج وتقديم الخدمات لا يقتصر فحسب على العاملين مقدمي الخدمات بل يتضمن أيضاً، في العديد من الحالات، الزبائن المستفيدين منها. في هذا السياق يتمثل نمط مشاركة الزبون في عملية إنتاج وتقديم الخدمة في تزويد مقدم الخدمة بالمعلومات التي يستند إليها هذا الأخير كمُدخلات في

في وقت ومكان معين. في مجال الخدمات يرتبط السعر عادةً بالتكلفة الثابتة والمتغيرة المصاحبة لإنتاج وتقديم الخدمة للزبائن، لذا فإن تحديد التكلفة هي نقطة البداية لتحديد السياسة التسعيرية المناسبة في المنظمات. كما تجدر الإشارة في هذا السياق إلى اختلاف مُسميات السعر في المنظمات الخدمية لتعكس طبيعة العلاقة بين الزبون ومقدم الخدمة، فمن ضمن مُسميات السعر على سبيل المثال، الأجرة، الرسوم، الفائدة، الأتعاب، العمولة، الاشتراكات وغيرها. من جانب آخر، وبالنظر إلى طبيعة الخدمات غير الملموسة، فإنه يصبح من الصعب تقييم جودتها قبل شرائها أو الحصول عليها، لذا فإن الزبائن غالباً ما يلجؤون إلى اتخاذ السعر كمؤشر لجودة ما يطلبونه من خدمات.

- **الترويج:** يتضمن الترويج مجموعة الاتصالات التي تجريها المنظمات بالزبائن بغرض تعريفهم بالمنتجات المطروحة في الأسواق وإقناعهم بها، وإغرائهم لشرائها. ولتحقيق ذلك، تعتمد المنظمات على ما يُعرف بالمزيج الترويجي Promotion Mix والذي يتضمن تركيبة من العناصر وهي، الإعلانات، البيع الشخصي، ترويج المبيعات العلاقات العامة والنشر، التسويق المباشر وقواعد البيانات. من ناحية أخرى، وبالنظر إلى اختلاف خصائص الخدمات عن السلع بالذات ما يتعلق منها بعدم ملموسية الخدمة، وما يترتب عنها من صعوبة تجربة الزبون للخدمة قبل شرائها، كان لزاماً على المنظمة الخدمية التركيز في رسالتها الترويجية على إبراز المنافع

تحديد رغبة الزبون ومساعدته في تقديم أفضل مستوى ممكن من جودة الخدمة، فضلاً عن الاستفادة من ردود أفعال الزبون أثناء وبعد انتهاء التفاعل الخدمي في تطوير جودة الخدمة، والتعرّف على مستوى رضا الزبون عنها. من جانب آخر، فإن إدراك الزبون لجودة الخدمة وشعوره بالرضا عنها يعتمد إلى حد كبير على تقييمه لسلوكيات مقدم الخدمة وخبراته الفنية ومهارته الاتصالية أثناء التفاعل الخدمي بينهما. من منطلق ما تقدم، يمكن القول بأن مقدم الخدمة والمستفيد منها يُشكلان جزءاً مهماً من الخدمة ذاتها، ومن عملية إنتاجها وتقديمها، وهو الأمر الذي يتفق مع خاصية عدم الانفصال في الخدمة من ناحية، ومفهوم التسويق التفاعلي في المنظمات الخدمية من ناحية أخرى.

- الدليل المادي: يتم إنتاج وتقديم الخدمات في إطار بيئة مادية تؤثر على حكم الزبائن على الخدمة وجودتها. وتتكون البيئة المادية للخدمة من عدد كبير من الأدلة المادية مثل التصميم الداخلي والخارجي لمقر الخدمة، والمعدات والأثاث، ومظهر العاملين، وما شابه ذلك. كما يقتضي التنويه في هذا السياق، أنه يمكن النظر إلى الأدلة المادية من خلال كونها أدلة شكلية يمكن للزبون نقلها أو امتلاكها، مثل تذكرة السفر، أو أدلة أساسية لا يمكن نقلها أو امتلاكها مثل جهاز التكييف في غرفة الفندق. بصفة عامة، تتكامل الأدلة المادية بالذات مع عنصري الترويج والمشاركين للتأثير في تقييم الزبائن لجودة الخدمات من خلال زيادة مستوى الجوانب الملموسة في عمليات إنتاج وتقديم الخدمات.

- العمليات: يرتبط مفهوم العمليات بسلسلة الإجراءات التي تشمل تدفق الأنشطة اللازمة لإنتاج الخدمات، وتنفيذ خطوات تقديمها إلى الزبائن، وتزويدهم بمجموعة من الأدلة المادية للتعامل معها. وبالنظر إلى مشاركة الزبائن، في العديد من الحالات، في إنتاج وتقديم الخدمات فإن وتيرة العمليات ومهارات مقدمي الخدمات يمكن ملاحظتها بشكل مباشر من قبل الزبائن، وبالتالي فهي تشكل الأساس في تقييمهم لجودة الخدمات من عدمه. في هذا السياق، فإن العمليات الخدمية التي يتم تصميمها بشكل غير فعال يترتب عنها استياء الزبائن بسبب البطء والبيروقراطية والتقديم غير الجيد للخدمات، كما أنها تجعل من الصعب على مقدمي الخدمات القيام بعملهم بالصورة المطلوبة، مما يؤدي إلى فشل عملية تقديم الخدمات، وبالتالي عدم تحقيق رضا الزبائن عنها.

في إطار ما تقدم، يمكن القول بأن الخصائص المعقدة للخدمات، وتعدد أبعادها، والمنافع الناتجة عنها، والتفاعلات المصاحبة لها، يترتب عنها عدد من التحديات التي يواجهها المسوقون في المنظمات الخدمية، والتي يتمثل أهمها في سياق التساؤلات التالية:

- كيف يمكن تصميم الخدمات، وتحديد جودتها وتحسينها، عندما يكون المنتج الخدمي ذاته غير ملموس وغير قياسي؟
- كيف يمكن تحديد أسعار تنافسية تأخذ في الاعتبار تصورات الزبائن عن جودة الخدمات، عندما يكون من الصعب تحديد التكاليف الفعلية لإنتاج وتقديم الخدمات؟

تسويق الخدمات التقليدي الذي يتضمن المنظمة، العاملين مقدمي الخدمات، الزبائن، لتشكيل هرم مع التكنولوجيا كُبعد جديد، وقد نظر النموذج الهرمي لتسويق الخدمات بوضوح في آثار التكنولوجيا على أدوار المنظمة ومقدمي الخدمات والزبائن في تقديم وتلقي الخدمات.

وفي ذات السياق، ركّز (Bitner, 2000) على قاعدة النموذج الهرمي لتسويق الخدمات، التي تربط بين مقدمي الخدمات والزبائن، لدراسة كيفية تحسين المقابلات الخدمية من خلال الاستخدام الفعال للتكنولوجيا. من جانب آخر، وعلى الرغم من إدعاء بعض الباحثين بعدم وجود تأثيرات مهمة لاستثمارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على قيمة المنظمات وميزتها التنافسية (انظر على سبيل المثال: Carr, 2003). إلا أن مراجعة الأدبيات ذات الصلة تؤيد وجود تأثيرات إيجابية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى الممارسات التسويقية في المنظمات، بالذات الخدمية منها. فعلى سبيل المثال يؤكد (Breznik, 2012) إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تمثل موارد مهمة للميزة التنافسية للمنظمات. كما أشار (Naude and Holland, 2004) إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تؤثر إلى حد كبير في الهدف الرئيسي لإستراتيجيات التسويق والمتمثل في تأمين علاقات مربحة مع الزبائن والحفاظ على استمراريتها.

- كيف يمكن ضمان توصيل صورة ذهنية متسقة عن المنظمة وخدماتها للزبائن، في ظل تعدد عناصر المزيج التسويقي ذات الصلة بما فيها مقدمي الخدمات أنفسهم؟

- كيف يمكن توصيل الجودة والقيمة للزبائن، عندما يكون العرض الخدمي غير ملموس، ولا يمكن تجربته بسهولة؟

- كيف تستوعب المنظمة تقلب الطلب على خدماتها عندما تكون السعة ثابتة، والخدمات نفسها قابلة للتلف؟

- كيف يمكن للمنظمة ضمان عدم تقليد خدماتها الجديدة من قبل المنافسين؟

3. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات:

يُعدّ تلبية احتياجات الزبائن وإرضائهم التحدي الرئيسي لممارسات تسويق الخدمات، وبهذا المعنى تحتاج المنظمات لأن تكون موجهة بالزبون. علاوة على ذلك، تعتمد القدرة التنافسية للمنظمات على مهارتها في التكيف مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوظيفها فيما يتعلق بالأنشطة التسويقية، ومتطلبات تقديم الخدمات، ومستوى جودتها ومرونتها، للارتقاء بالأداء التسويقي وتحقيق الأهداف المرغوبة. في إطار ما تقدم، واعترافاً بأهمية دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسويق الخدمات، حاولت العديد من الدراسات توضيح طبيعة هذا الدور وتأثيراته في المنظمات، فعلى سبيل المثال، اقترح (Parasuraman, 2000) تعديل مثلث

أصبح بمقدور المنظمات بناء علاقات وثيقة مع زبائنهم من خلال استخدام الإنترنت للتواصل معهم، والإجابة عن جميع استفساراتهم، وتلبية احتياجاتهم في أقل وقت ممكن وبتكلفة تكاد تكون معدومة. ويأتي ذلك في سياق إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية e-CRM القائمة على استخدام قنوات التعامل المباشر مع الزبائن من خلال الإنترنت مثل البريد الإلكتروني، ومواقع الويب، وغرف الدردشة وغيرها من القنوات التي يتم من خلالها جمع أكبر كمية ممكنة من المعلومات حول احتياجات ومواقف الزبائن بهدف تحسين مستوى جودة الخدمة، وتلبية احتياجات الزبائن الفردية بشكل أفضل، وزيادة معدلات الاحتفاظ بهم وبالتالي زيادة قيمة المبيعات الناجمة عن تعاملاتهم مع المنظمات.

من جانب آخر، غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أيضاً في الكيفية التي تمارس بها المنظمات الأنشطة التسويقية المختلفة. فعلى سبيل المثال، ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير القدرات البحثية للمنظمات، حيث أمكن إجراء البحوث التسويقية باستخدام الاستقصاءات والمقابلات الشخصية وغيرها من خلال الإنترنت والهواتف الذكية بشكل أكثر سرعة وفعالية، وبتكاليف أقل بالمقارنة مع الأساليب التقليدية في هذا المجال. الأمر الذي ترتب عنه تسهيل حصول المنظمات على البيانات والمعلومات المرتبطة باحتياجات الزبائن ورغباتهم وسلوكياتهم الشرائية في الأسواق المستهدفة، فضلاً

كذلك يعتقد (Naidu, Prasad and, Ramamurthy, 2001) أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تزود التسويق بقدرة استثنائية على استهداف مجموعات محددة من الأفراد بدقة، وتمكين التخصيص الشامل مع إستراتيجيات التسويق الشخصي المباشر one-to-one من خلال تكييف الاتصالات وعناصر المزيج التسويقي الأخرى وفقاً لقطاعات واحتياجات الزبائن المستهدفين. في ذات السياق يرى Chaffey (كما استشهد به: الطائي، وآخرون، 2010) إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعمل على تفعيل عناصر المزيج التسويقي للمنظمة، وما يترتب عن ذلك من تخفيض للتكاليف المرتبطة بتقديم المنتجات للزبائن، ناهيك عن تقليص دور الوسطاء بين المنظمة وزبائنهم من خلال استخدام شبكة الإنترنت، والهواتف الذكية، وغيرها.

في إطار ما تقدم، يمكن القول بأن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لاسيما الإنترنت والهواتف الذكية ساهم بشكل كبير في تغيير طرق تعامل الكثير من المنظمات مع زبائنهم، وبالتالي تغيير توقعات الزبائن بشأن كيفية تواصلهم وتفاعلهم مع المنظمات. فمثلاً، أصبح بالإمكان عرض العديد من الخدمات وتقديمها إلكترونياً مثل دفع الفواتير، والتحقق من السجلات، وطلب المعلومات، والاستشارات، ناهيك عن أتمتة عمليات تقديم بعض الخدمات ذاتياً عن طريق استبدال العاملين مقدمي الخدمات بالأجهزة بغرض تقليل التكاليف، وزيادة كفاءة تقديم الخدمات كما هو الحال في أجهزة الصراف الآلي في البنوك. كما

الموضوعات وعرضها وفقاً لاحتياجاتهم وتفضيلاتهم الشخصية.

- **السعر:** غيّرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من هيكل أسعار المنتجات الخدمية وأساليبها وإجراءاتها. فعلى سبيل المثال، أصبحت المنظمات قادرة بشكل أفضل على تحديد التكاليف المرتبطة بإنتاج وتقديم الخدمات وتقييم إستراتيجيات التسعير البديلة لها في إطار الطلب السوقي المتوقع، وبالتالي تحديد الأسعار المناسبة والعادلة وعرضها في إطار من الشفافية السعريّة Price Transparency. في هذا السياق تجدر الإشارة إلى أسلوب Freemium Pricing كأحد أساليب التسعير التي حققت نجاحاً ملحوظاً عبر الإنترنت، والذي يتم بموجبه عرض الخدمة، أو مجموعة أساسية من الخدمات، بشكل مجاني لفترة معينة من الوقت، ومن ثمّ فرض رسوم محددة مقابل استمرارية توفير الخدمة للزبائن، أو مقابل حصولهم على خدمة مُحسّنة بمزايا إضافية، الأمر الذي يُشجّع للمنظمة إمكانية توسيع قاعدة زبائنها في وقت قصير (www.accountingtools.com). من جانب آخر يتيح التداول عبر الإنترنت إمكانية التسعير المرن Fluid Pricing كأحد أساليب التسعير الإبداعية التي تعكس قدرة المنظمات على زيادة أسعار الخدمات أو تخفيضها بسرعة للتكيف مع ظروف السوق وطلبات الزبائن. في ذات الاتجاه أصبح بمقدور الزبائن استخدام برنامج البحث Shop Bot عبر الإنترنت للحصول على معلومات فورية عن الخدمات المعروضة ومقارنة أسعارها، مما ترتب عنه زيادة قدرة الزبائن على

عن المعلومات المتعلقة بالمنافسين، والموردين، وغيرهم، وتخزينها ضمن قواعد البيانات مع تأمين السهولة والسرعة في الاسترجاع والاستقبال المناسب للبيانات والمعلومات، واستخدامها لترشيد القرارات التسويقية في المنظمات. في إطار تسويق الخدمات، كان لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات دور مهم في تطوير آليات وعناصر المزيج التسويقي للخدمات، وذلك على النحو التالي:

- **المنتج الخدمي:** ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير وابتكار المنتجات الخدمية الجديدة. حيث أصبح تصميم الخدمات واختبارها تسويقياً، بشكل تجريبي، يتم عن طريق الحاسوب وتطبيقات الواقع الافتراضي Reality Virtual بدلاً عن الأساليب التقليدية في هذا المجال (الطائي، وآخرون، 2010). كما أصبحت المنظمات قادرة على إنتاج وتقديم خدمات جديدة، أو مُحسنة، بدون حاجة الزبائن إلى الاتصال المادي المباشر مع مقدمي الخدمات، كما هو الحال في الخدمات المصرفية الإلكترونية e-Banking Services، والسفر الإلكتروني e-Travel، والتعليم عن بُعد Distance Education، وغيرها، وما يقترن بها من الخدمات التكميلية الداعمة مثل خدمات المعلومات والاستشارات، واستلام الطلبات، وإصدار الفواتير، والدفع وما إلى ذلك. فضلاً عن دور التكنولوجيا في تعزيز قدرة المنظمات على تطوير معايير أكثر اتساقاً في تصميم وتقديم الخدمات، فعلى سبيل المثال توفّر The Wall Street Journal طبعة تفاعلية من الصحيفة عبر الإنترنت تتيح للمشتركين تنظيم محتواها من

التفاوض مع المنظمات للحصول على أفضل الأسعار (الطائي، وآخرون، 2010).

- **الترويج:** ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وفي مقدمتها الإنترنت، في إحداث تغييرات جوهرية في اتجاهات وآليات أنشطة الترويج التقليدية بالذات في مجال تسويق الخدمات. فعلى سبيل المثال، أصبح بإمكان المنظمات عرض الرسائل الترويجية للزبائن المستهدفين من خلال مواقعها الإلكترونية على الشبكة، فضلاً عن استخدام البريد الإلكتروني، ومحركات البحث، ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها. في ذات السياق، أصبح بمقدور المنظمات استخدام وسائل الترويج الإلكتروني الجديدة التي تُصنّف ضمن آليات التسويق المباشر وقواعد البيانات Direct & Database Marketing والتي يتمثل أهمها، على سبيل المثال، في الكتالوجات الإلكترونية البريد الإلكتروني، التسويق عبر الهاتف Telemarketing، التسوّق الإلكتروني E-shopping، التسوّق التلفزيوني أو المنزلي TV-shopping، وذلك لاستهداف فئات محددة من الزبائن وحثهم على الاستجابة المباشرة للإعلان (Kotler and Keller, 2016). من جانب آخر، أصبح بالإمكان استخدام تكنولوجيا قواعد البيانات والإنترنت، والهواتف الذكية في أنشطة البيع الشخصي، وتخصيص العروض الإلكترونية للزبائن، مما يسمح لمندوبي المبيعات بأداء الأنشطة البيعية بكفاءة وسرعة، ناهيك عن توسيع عمليات البيع لتشمل بناء علاقات طويلة الأجل مع الزبائن، إلى جانب التركيز على إتمام الصفقات البيعية معهم. في إطار

ما تقدم، يقتضي التنويه أنه على الرغم من تنامي استخدام وسائل الترويج الإلكتروني للمنتجات، إلا أن العديد من الوسائل التقليدية كالصحف والمجلات والراديو والإعلان الخارجي Outdoor لا تزال وسائل ترويجية مهمة لدى المنظمات (Winer, 2009).

- **المكان (التوزيع):** غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات آليات توزيع وإتاحة المنتجات الخدمية للزبائن من خلال تقليص دور الوسطاء التقليديين في هذا المجال. فعلى سبيل المثال، أصبح بإمكان الزبائن، عن طريق الإنترنت إجراء مقارنات بين المنتجات المعروضة على الخط الفوري المباشر on line، وفي الوقت الحقيقي Real Time لتحديد أفضل العروض المتاحة والحصول عليها. كما تستخدم المنظمات لهذا الغرض عدداً من القنوات الإلكترونية E-channels من أبرزها الكتالوجات الإلكترونية، التي تتضمن توصيف للمنتجات المعروضة وأسعارها وكيفية الحصول عليها، فضلاً عن موقع الويب للمنظمة لتمكين الزبائن من الاطلاع على تفاصيل المنتجات وأسعارها، وإتمام الصفقات البيعية بشكل مباشر، أو عن طريق البريد الإلكتروني، إلى جانب مواقع الويب الخاصة بوسطاء المعلومات الإلكترونية infomediary التي توفر معلومات متخصصة عن المنتجات والأسعار وتربط بين البائعين والمشتريين. ففي تجارة التجزئة، على سبيل المثال، يُعدّ موقع (Shopping.com) موقعاً لمقارنة الأسعار على الإنترنت لأنواع عديدة من المنتجات مثل الملابس والإلكترونيات

والجرافيك، والعرض المرئي، والصوت، وغيرها. أمكن للمنظمات تجسيد واقع بيئتها المادية في صورة رقمية، بحيث يمكن لزائري الإنترنت من الزبائن الوصول إليها بسهولة، والاطلاع عليها، وتلقي الخدمات المتاحة بشكل إلكتروني في الوقت الحقيقي عبر قارات العالم المختلفة (الطائي، وآخرون. 2010).

- **العمليات:** سبق الإشارة إلى ارتباط مفهوم العمليات بسلسلة الإجراءات التي تشمل تدفق الأنشطة اللازمة لإنتاج الخدمات، وتنفيذ خطوات تقديمها إلى الزبائن، وتزويدهم بمجموعة من الأدلة المادية للتعامل معها. في هذا السياق ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تصميم العمليات الخدمية بشكل فعال، بحيث أصبحت العديد من عمليات وإجراءات تقديم الخدمات تتم بشكل إلكتروني سواءً عن طريق الإنترنت، أم الهواتف الذكية في الوقت الحقيقي. فعلى سبيل المثال، توفر شركة FedEx للبريد السريع معلومات للزبائن، في الوقت الحقيقي عبر الإنترنت عن الحركة الفعلية للطرود البريادية من إرسالها وحتى وصولها. كما تم في هذا الجانب استبدال بعض عناصر تقديم الخدمات مثل مقارنة الأسعار والتفاوض، بعمليات أبسط يتولاها الزبائن أنفسهم من خلال عمليات الخدمة الذاتية.

في إطار ما تقدم، يمكن القول بأنه على الرغم من المخاطر التي تصاحب استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل عمليات الاحتيال عبر الإنترنت، والقرصنة الإلكترونية، وغيرها. إلا أن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

والسلع المنزلية وغيرها. حيث يجمع الموقع مراجعات الزبائن، ويسمح لمستخدمي الإنترنت بقراءة هذه التعليقات، ويوصي الزبائن المحتملين بزيارة مواقع الويب الخاصة بالشركات المرتبطة مثل eBay.com / walmart.com/amazon.com وغيرها.

- **الناس (المشاركون):** غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من شكل ومضمون التفاعلات الخدمية بين الأطراف المشاركة في إنتاج وتقديم الخدمات. حيث أتاحت الفرصة لمقدمي الخدمات والزبائن للتواصل والتعامل المباشر من خلال موقع المنظمة على الإنترنت، أو عن طريق البريد الإلكتروني، كما أتاحت في العديد من الحالات استبدال مقدمي الخدمات أنفسهم بالأجهزة والبرمجيات لخدمة عمليات تقديم بعض الخدمات ذاتياً. الأمر الذي ترتب عنه تقليص التفاعلات الخدمية المباشرة بين مقدمي الخدمات والزبائن، وتقليل احتمالات التأخير في الاستجابة، أو تباين مستوى الجودة في أداء العديد من الخدمات بسبب التفاعلات الخدمية التي تعتمد على البشر. وقد انعكس ذلك على طبيعة العلاقات التفاعلية بين مقدمي الخدمات والزبائن، بحيث أصبحت تتم بشكل أفضل وعلى مدار الساعة.

- **الأدلة المادية:** ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إحداث نقلة نوعية في بيئة الخدمة المكانية وأدلتها المادية من خلال تحويلها إلى بيئة افتراضية غير مقيدة بالمكان والزمان. فمن خلال تكنولوجيا مواقع الويب الافتراضية Websites، والبرمجيات، والوسائط المتعددة Multimedia،

خصوصاً أصبح واقعاً تُمليه الظروف المتغيرة، والتعقيدات البيئية والتنافسية التي تعمل بها المنظمات، والتي قد تؤثر على بقائها وقدرتها على العمل بكفاءة وفاعلية. لاسيما تلك المنظمات التي يعتمد وجودها، من الأساس، على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما يرتبط بها من تطبيقات إلكترونية.

- إن النشر الناجح لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها في المنظمات، يتطلب توفير بيئة تحتية ملائمة وميزانية للاستثمار في هذا المجال، فضلاً عن ضرورة إحداث التكامل بين التكنولوجيا، والعمالة المتخصصة، والوظائف التنظيمية الأخرى، عبر مداخل إستراتيجية وتشغيلية متماسكة ومتسقة لتقديم عروض القيمة للزبائن.

- إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا تمثل نوعاً من الارتباط بالنظم الإلكترونية فحسب، بل تمثل أيضاً تغييراً في فلسفة المنظمة وإستراتيجيتها باتجاه خلق علاقات فعالة ومستمرة مع الشركاء والزبائن.

- إن اختلاف بيئة وعناصر الخدمات الإلكترونية عن بيئة وعناصر الخدمات التقليدية، يستدعي بالضرورة اهتمام المنظمات الخدمية، بشكل خاص، بالتعامل مع هذه الاختلافات، وتصميم أنظمة محكمة لإدارتها بشكل فعال، يضمن تحقيق الفوائد المرجوة منها سواء للزبائن أم المنظمات.

- إن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنظمات لم يُغيّر توقعات الزبائن حيال كيفية تفاعلهم مع

في التسويق بصفة عامة، وتسويق الخدمات بصفة خاصة، يساهم إلى حد كبير في إحداث تأثيرات إيجابية سواء على مستوى كيفية ممارسة الأنشطة التسويقية، ومتطلبات تقديم المنتجات وجودتها، أم على مستوى النتائج المترتبة عنها. ويظهر ذلك جلياً للدرجة التي يقترح معها بعض الباحثين تغيير تهجئة لفظ التسويق من Marketing إلى Mark-IT-ing لتعكس الأهمية المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات، واتساع نطاق استخداماتها لدعم ممارسات التسويق المعاصر (Brady, Saren, and Tzokas, 2002).

4. المضامين والتوصيات:

تمحورت قضية هذا البحث في محاولة تقديم إجابة عن السؤال الآتي: ما هو دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات؟ في سياق الإجابة عن السؤال السابق، وانطلاقاً من الطبيعة النظرية للبحث، تم استعراض وتحليل المفاهيم والمساهمات البحثية ذات العلاقة بموضوع البحث. وقد أمكن، في هذا الصدد استخلاص بعض المضامين، واقتراح مجموعة من التوصيات التي قد تضمن فعالية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات تسويق الخدمات بالمنظمات.

1. المضامين:

- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز ممارسات التسويق عموماً، وتسويق الخدمات

ومعالجة حوادث الخدمات ذات الجودة الرديئة بشكل مُنظم، وتقليل معدلات حصولها في المنظمات.

- ينبغي على المنظمات تجميع الموارد وتنسيق الجهود، من أجل تنظيم الندوات وورش العمل، لتوعية الزبائن والأطراف ذات العلاقة، بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعامل مع المنظمات.

المنظمات فحسب، بل غير أيضاً من الكيفية التي تُمارس بها الأنشطة التسويقية في الفضاء الرقمي.

- إن التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت؛ كأحد أهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ قد فرض نفسه كأسلوب جديد يتكامل مع أساليب التسويق التقليدية لتحسين آليات الأداء التسويقي ومخرجاته في المنظمات.

2. التوصيات:

- ضرورة استحداث، أو تفعيل، التشريعات والقوانين المنظمة للتعاملات الإلكترونية عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في بيئة عمل المنظمات.

- التأكيد على أهمية دعم الإدارة العليا في المنظمات لاستخدام التعاملات الإلكترونية بشكل فعال من خلال الاستثمار المناسب في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والعمالة الفنية المتخصصة، إلى جانب ضمان موثوقية وخصوصية التعاملات الإلكترونية مع الزبائن.

- ينبغي على المنظمات العمل على توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال التسويق، لاسيما التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت، بما يضمن تسهيل عمليات التواصل مع الزبائن والأطراف ذات العلاقة، وتلبية طلباتهم ومعالجة مشاكلهم بشكل فعال، ويحافظ في الوقت ذاته على تميز واستمرارية العلاقات معهم.

- على المنظمات استحداث إطار تنظيمي تكنولوجي، لديه القدرة على مراقبة

قائمة المراجع:

1. المراجع العربية:

1- الطويل، أكرم ورشيد، حكمت. 2005. أثر تقانة المعلومات في إدارة المعرفة: دراسة ميدانية على عينة من الشركات في محافظة نينوى. مجلة بحوث مستقبلية، العدد العاشر.

2- الطائي، حميد والصميدعي، محمود والعلاق، بشير والقرم، إيهاب. 2010. التسويق الحديث: مدخل شامل. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

3- حمد، سعد وصالح، ماجد. 2018. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأثرها في تسويق الخدمة السياحية: دراسة ميدانية في عينة من المنظمات السياحية في محافظة بغداد. مجلة جامعة بابل للعلوم التطبيقية والهندسية، المجلد (26)، العدد الأول.

4- فرغلي، عبد الله وموسى، على. 2007. تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، القاهرة: إيتراك للطباعة والنشر.

5- ملكاوي، نازم. 2016. تطبيق تكنولوجيا المعلومات في قطاع الخدمات السياحية: أثر استخدام نظام الحجز الإلكتروني في تحسين خدمة الزبائن في فنادق الخمس نجوم في الأردن. مجلة جامعة الأقصى، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد (20)، العدد الأول.

8- Chand, S., 2017. Elements used in Marketing Mix for Services. *Your Article Library*.
www.yourarticlelibrary.com.

9- El-Gohary, H., 2010. E-Marketing - A literature Review from a Small Businesses perspective. *International Journal of Business and Social Science*, 1 (1).

10- Freemium Pricing Definition .2018.www.accountingtools.com

11- Gronroos, C., 1984. A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18 (4).

12- Hirankitti, P., Mechinda, P., and Manjing, S., 2009. Marketing Strategies of Thai Spa Operators in Bangkok Metropolitan. *The International Conference on Applied Business Research (ICABR)*, Valletta, Malta.

13- Kotler, P., and Armstrong, G., 2010. *Principles of Marketing*. 14th Ed, Prentice-Hall, J

14- Kotler, P., and Keller, k., 2016. *Marketing Management*. 15th Ed, Pearson Edu. Inc.

15- Manochehri, N., Al-Esmail, R., and Ashrafi, R., 2012. Examining the Impact of ICTs on Enterprise Practices: A Preliminary Perspective from Qatar. *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, 51 (3).

16- Naude, P., and Holland, C., 2004. The Role of Information

6- مساهمة قطاع الخدمات في الاقتصاد العالمي
www.wikipedia.org .(2017)

2. المراجع الانجليزية:

1- Abbasi, H., and Dahiya, M., 2016. Services Marketing: Challenges and Strategies. *International J. on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, 4 (5).

2- Bitner, M., Brown, S., and Meuter, M ., 2000 . Technology Infusion in Service Encounters. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (1).

3- Blurton, C., 2002. *New Directions of ICT-Use in Education*.
www.unesco.org.

4- Brady, M., Saren, M., and Tzokas, N., 2002. Integrating Information Technology into Marketing. *Journal of Marketing Management*, 18 (5/6).

5- Brady, M., and Fellenz, M .2008. Managing the Innovative Deployment of Information and Communication Technologies (ICTs) for Global Service Organisations. *International Journal of Technology Marketing*, 3 (1).

6- Breznik, L., 2012. Can Information Technology be a Source of Competitive Advantage? *Economic and Business Review*, 14

7- Carr, N., 2003. IT doesn't Matter. *Harvard Business Review*, 81 (5).

and Communications Technology in Transforming Marketing Theory and Practice. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 19 (3).

17- Parasuraman, A., 2000. Technology Readiness Index (TRI) : A Multiple-Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies. *Journal of Services Research*, 2 (4) .

18- Prasad, V., Ramamurthy, K., and Naidu, G., 2001. The Influence of Internet-Marketing Integration on Marketing Competencies and Export Performance. *Journal of International Marketing*, 9 (4) .

19- Role of Technology in Service Marketing Process. (2018).
www.accountlearning.com.

20- Vehovar, V., and Lesjak, D., 2007. Characteristics and Impacts of ICT investments: Perceptions among Managers. *Industrial Management and Data Systems*, 107 (4).

21- Vinod, K., Tasleem, A., and Malik, M., 2014. Role of ICT in Driving e-Commerce Business in Ddeveloping Countries. *National Conference on Recent Innovations and Advancements in Information Technology (RLAIT)*.

22- Winer, R., 2009. New Communications Approaches in Marketing: Issues and Research Directions. *Journal of Interactive Marketing*, 23 (2).

23- Xiaoming, M., 2009. Developing Model of E-commerce, E-marketing. *International Symposium on Information Processing (ISIP'09)*, Huangshan, China .

24- Zeithaml, V., Parasuraman, A., and Berry, L., 1985. Problems and Strategies in.

25- Zeithaml, V., and Bitner, M., 2000. *Services Marketing Integrating Customer Focus across the Firm*. 2th Ed, McGraw-Hill .

د.رندة محجوب بوكر

قسم الإدارة العامة، كلية الاقتصاد- جامعة بنغازي

أ.سالمة مفتاح المصراطي

قسم الإدارة العامة، كلية الاقتصاد- جامعة بنغازي

أ.حنان مصطفى يازينة

قسم الإدارة العامة، كلية الاقتصاد- جامعة بنغازي

**رأس المال الفكري وعلاقته بريادة الأعمال:
بحث ميداني على مديري الإدارات العاملين
بجامعة بنغازي.**

ملخص:

يهدف هذا البحث للتوصل إلى معرفة العلاقة بين رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة (البشري والهيكلية والعلاقاتية) وريادة الأعمال لدى مديري الإدارات بجامعة بنغازي. ويتكون مجتمع الدراسة من جميع المدراء العاملين بجامعة بنغازي، والبالغ عددهم (60) مديراً. وقد تم في هذا السياق إعداد استمارة استبيان بالاستبانة ببعض الدراسات السابقة، وبعد توزيع الاستبيان واسترجاعه، تبين أن هناك (47) استمارة تم تعبئتها من قبل المشاركين. ومن خلال إخضاع البيانات والمعلومات الواردة فيها للتحليل، توصل البحث إلى أنه لا توجد علاقة ارتباط معنوي بين رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة وريادة الأعمال لدى مدراء الإدارات بجامعة بنغازي. كما أظهرت النتائج وجود ممارسة جيدة لمفهوم ريادة الأعمال. وقد أوصى البحث بضرورة الاهتمام برأس المال الفكري وأبعاده الثلاثة لما له أهمية في تحقيق الأداء المتميز، كما أوصى بزيادة الوعي الإداري بمفهوم ريادة الأعمال من أجل الارتقاء بمستوى الجامعة.

مقدمة:

ومن جهة أخرى فقد أصبحت ريادة الأعمال هدفاً من أهداف المنظمات له أولوية في خططها وإستراتيجيتها، التي تسعى عن طريقها لتكون الأولى بمجال تخصصها، والعمل على تقديم كل جديد من السلع والخدمات، وتبني طرق الابتكار والإبداع واستخدام التكنولوجيا، لتعكس حقيقة أهمية الدور الذي تؤديه الريادة في المجال الاقتصادي في العالم.

وانطلاقاً من ذلك، يسعى هذا البحث إلى التعريف برأس المال الفكري ومكوناته: رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقاتية، وإظهار

مع تزايد الضغوط والتحديات الكبيرة التي تواجهها المنظمات في الوقت الحاضر، والتي تتمثل في التغيرات المعقدة المتسارعة للظروف البيئية المحيطة، ووجود الصراعات الداخلية والخارجية في البيئة المتمثلة بظاهرة العولمة والاقتصاد المعرفي التي جعلت العالم بأسره عبارة عن قرية صغيرة، وما نجم عنه من بروز أهمية حاجة المنظمات إلى كوادر بشرية متعلمة، تمتلك طاقات ذهنية وفكرية يكون لها دور كبير في تحويلها من حالة ضعف وانحدار إلى منظمات رائدة في مجال أعمالها.

بين رأس المال الفكري ومكوناته الثلاثة وريادة الأعمال لدى مدراء الإدارات بجامعة بنغازي.

مدى علاقته بريادة الأعمال لدى مدراء الإدارات العاملين بجامعة بنغازي.

مشكلة البحث:

بسبب التقدم التكنولوجي وظهور العولمة والخصخصة التي كان لها أثر كبير في بيئة الأعمال، والبيئة التنافسية للمنظمات المحلية والدولية والعالمية، يعتبر رأس المال الفكري وريادة الأعمال من المفاهيم الاقتصادية العامة التي أصبحت محل اهتمام من قبل الكثير من الباحثين، وعلى الرغم من أهمية هذه المفاهيم إلا أن الجامعات الليبية بصورة عامة وجامعة بنغازي بصورة خاصة تقتصر إلى مفهوم ومعنى شامل لكل من مفهوم رأس المال الفكري ومكوناته، ومفهوم وخصائص ريادة الأعمال.

ومن هنا فإن مشكلة البحث تكمن في الإجابة عن السؤال التالي:

ما علاقة رأس المال الفكري ومكوناته الثلاثة (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقتي) بريادة الأعمال لدى مدراء الإدارات بجامعة بنغازي؟

فرضيات البحث:

يسعى البحث الى اختبار الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

تنص الفرضية الرئيسية للبحث على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية

وتتنبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين رأس المال البشري وريادة الأعمال.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الهيكلي وريادة الأعمال.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين رأس المال العلاقتي وريادة الأعمال.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف على مفهوم رأس المال الفكري وأبعاده الثلاثة (رأس المال البشري ورأس المال الهيكلي ورأس المال العلاقتي) لدى مدراء الإدارات بجامعة بنغازي.
2. معرفة مدى الاهتمام بريادة الأعمال لدى مدراء الإدارات بجامعة بنغازي.
3. توضيح طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري وأبعاده الثلاثة (البشري والهيكلية والعلاقاتية) بريادة الأعمال.

أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته من النقاط التالية:

1. أهمية متغيرات البحث المتمثلة في رأس المال الفكري وأبعاده الثلاثة وريادة الأعمال.

2. توضيح طبيعة العلاقة بين رأس المال الفكري وأبعاده الثلاثة بريادة الأعمال.

3. يُسهم هذا البحث في إثراء المكتبة العربية بموضوع جديد قد يحظى باهتمام الباحثين ويُعد نقطة انطلاق لدراسات جديدة.

منهجية البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يتضمن أسلوب المسح المكتبي، وذلك بالرجوع إلى المصادر العلمية المتوفرة، بهدف بناء إطار نظري لهذا البحث، إلى جانب أسلوب المسح الشامل الميداني لجمع البيانات بواسطة أداة البحث (الاستبيان) وتحليلها إحصائياً لاختبار صحة الفرضيات والإجابة عن أسئلتها. ولقد حُدد مجتمع البحث في مدراء الإدارات بجامعة بنغازي البالغ عددهم (60) شخصاً، كما تم توزيع استمارة استبيان على العدد المذكور. وقد بلغ عدد الاستثمارات المستلمة (47) استثماراً، أي بنسبة 78% من المجتمع ككل.

الإطار النظري:

رأس المال الفكري (مفهومه ومكوناته):

1. مفهوم رأس المال الفكري:

على الرغم من الأهمية المتزايدة لرأس المال الفكري والدور الفعال الذي يلعبه لضمان استمرارية ونجاح منظمات الأعمال في العصر الحديث، إلا أنه لا يوجد اتفاق على تعريف محدد وشامل لهذا المفهوم. ونظراً لتعدد المفاهيم المرتبطة

برأس المال الفكري، فسوف نتعرض لأهم هذه المفاهيم. فقد عرفه زايد بأنه: "ناتج التفاعلات بين خبرات ومعارف كل الموارد البشرية بمنظمات الأعمال والذي يساعد على تحسين كفاءة تلك المنظمات" (زايد، 2003: 205).

أما (توماس ستيوارت T. Stewart) فقد عرفه بأنه: "يتمثل في المعرفة والمعلومات وحقوق الملكية الفكرية والخبرات التي يمكن توظيفها لإنتاج الثروة وتدعيم القدرات التنافسية للمنظمة" (خديجة وعاشور، 2001: 2).

ويرى العنزي وصالح بأن رأس المال الفكري "يعتبر أساساً مهماً في بناء المنظمات الذكية، وذلك من خلال توفير العقول المتميزة بذكائها وقدرتها على استثمار باقي الموارد وتسخيرها لصالح توسيع مساحة التميز لمنظمتهم" (العنزي وصالح، 2009: 173). في حين يرى Darker "أن رأس المال الفكري يتمثل في مهارات العاملين والمعارف إذا كانت هذه المهارات وتلك المعارف متميزة ولا يوجد من يمتلكها في المؤسسات الأخرى" (الهالي، 2011: 24).

كما عرف كل من ناصر وآخرون رأس المال الفكري بأنه: "القدرات التي يتمتع بها عدد محدود من الأفراد العاملين في المؤسسة والتي تمكنهم من تقديم إسهامات فكرية تمكن المؤسسة من زيادة إنتاجيتها وتحقيق مستويات أداء عالية مقارنة بالمؤسسات المماثلة". (ناصر وآخرون، 2011)، حيث يركز رأس المال الفكري داخل المؤسسة على أبعاد

(ب) رأس المال الهيكلي:

يصنع رأس المال الهيكلي المعرفة الصريحة التي يتم الاحتفاظ بها في هياكل وأنظمة وإجراءات المنظمة، فهو يمثل كل القيم التي تبقى في المنظمة عندما تطفئ الأضواء فيها في آخر يوم العمل. ويشير ماك إيلروي (M.W. Mc Elroy) إلى رأس المال الهيكلي بالقول " إنه كل الأشياء التي تدعم رأس المال البشري، ولكنه يبقى في المنظمة عندما يترك الأفراد منظمتهم ويذهبون إلى بيوتهم، ولأن رأس المال الهيكلي بوصفه المعرفة الصريحة فإنه يمثل ما ينضج من معارف وخبرات الأفراد ليتحول إلى قواعد بيانات وإجراءات وأدلة عمل وبرمجيات تظل في المنظمة " (عبدالرازق ونذير، 2012:7).

(ج) رأس المال العلاقتي:

يشير رأس المال العلاقتي والذي يطلق عليه أحياناً رأس المال الزبائني أو رأس المال الخارجي إلى طبيعة العلاقات التي تربط المؤسسة بعملائها ومورديها أو أي طرف آخر يساعد في تطوير الفكرة إلى منتج أو خدمة (حسن، 2002:368). ويمكن توضيح مكونات رأس المال الفكري من خلال الشكل رقم (1) التالي:

أساسية كرأس المال البشري ورأس المال العلاقتي ورأس المال الهيكلي (Bonit & Wei Choo, 2002: 7).

وكتعريف شامل لرأس المال الفكري، فهو مجموعة من الخبرات والقدرات والمهارات والكفاءات التي يمتلكها مجموعة من أفراد المنظمة ومجموعة أفراد مبدعة ومبتكرة لكل ما هو متميز بالنسبة للمنظمة. ولا يركز رأس المال الفكري في مستوى إداري معين، بل إنه يمثل مجموعة من القدرات المعرفية المتميزة التي يمكن أن توجد في جميع المستويات الإدارية.

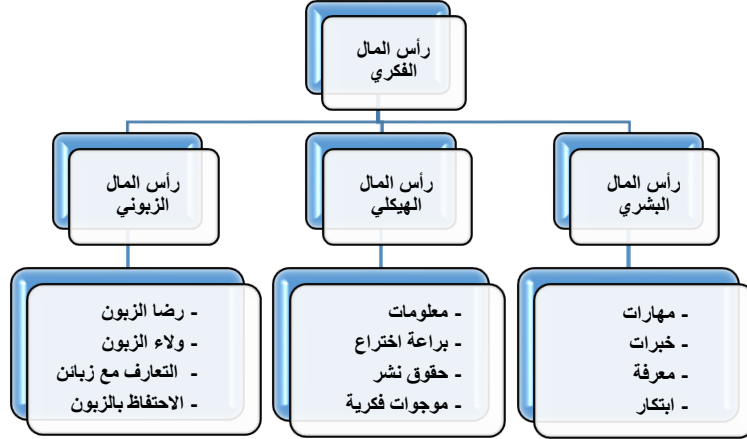
2. مكونات رأس المال الفكري:

لقد قدمت نماذج عديدة لمكونات رأس المال الفكري، ولعل أهمها النموذج الذي قدمه توماس ستيورات (T. Stewart) والذي يحدد مكونات رأس المال الفكري، في ثلاث فئات، هي رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، ورأس المال الزبائني "العلاقتي"، وهو الأكثر شيوعاً واستخداماً لأنه يتضمن المكونات الأساسية لرأس المال الفكري. وفيما يلي بعض التعريفات لمكونات رأس المال الفكري:

(أ) رأس المال البشري:

يعرف رأس المال البشري على أنه "مجموعة من الخبرات والمعارف والطاقت والإبداعات والصفات التي يمتلكها العاملون في المؤسسة ويستثمرونها في العمل" (عبد الستار وآخرون، 2006:343).

الشكل رقم (1) مكونات رأس المال الفكري



المصدر: حسين، عجلان. 2008. إستراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، عمان، دار الإثراء للنشر، ص 133.

3. مفهوم ريادة الأعمال:

أما الناصري فقد عرف الريادة بأنها "قدرة المنظمات على إيجاد أشياء جديدة (منتجات أو خدمات) تتسم بالتقدير من خلال قدرات إبداعية والبراعة في تشخيص الفرص البيئية والعمل على استغلالها والاستعداد للتعامل مع المخاطرة التي قد ترافقها من أجل تحقيق النجاح والتفوق" (الناصرى، 2006: 200). كذلك "يعرفها القاموس الدولي للاقتصاد بأنها: "من الأركان الأساسية للإبداع في الإنتاج بعد رأس المال الفكري، المكان، والأموال في منظمات المشاريع" (Rutherford, 2005: 131)، حيث تتأسس ريادة الأعمال على عملية خلق قيمة، سواء كان من قبل الأفراد أم المنظمات وتتضمن هذه العملية بتميز الفرص واستعمال المصادر. إن هذه العملية ليست بسيطة بل تتطلب استخدام الإستراتيجيات التجارية للدخول في المغامرة (إسماعيل، 2010: 70).

لقد أشارت أدبيات الإدارة إلى العديد من نماذج التعريب لمصطلح ريادة الأعمال، ولمصطلح رائد الأعمال ومن الترجمات التي اقترحت لهذا المصطلح: المبادرة، الريادة، المبادأة، العمل الحر، وبالمقابل بوصف الشخص بأنه المبادر، الرائد، المبادئ وغيرها (الشميمري والمبيرك، 2016: 6).

وقد وردت عدة تعريفات لريادة الأعمال، حيث يرى مراد الريادة "هي القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال ذات الصلة بها، حيث يعتبر المشروع الريادي الأساسي في بناء وتطوير منظمات الأعمال القادرة على المنافسة والدخول إلى الأسواق الخارجية" (مراد، 2010: 6).

3. تشخيص وتبني المبادرات التي يقدمها العاملون في التنظيم.
4. إعادة التفكير في توجهات الشركة والفرص المتاحة لها أو ما يسمى بالتجديد الإستراتيجي.

الدراسات السابقة:

فيما يلي استعراض بعض الدراسات السابقة التي تناولت جوانب تتعلق بموضوع البحث:

1. دراسة العساف (2013)، التي استهدفت التعرف على أثر رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة المتمثلة في (رأس المال البشري، رأس المال الهيكلي، رأس المال العلاقتي) على تحقيق الميزة التنافسية في شركة الاتصالات الأردنية، علي عينة من (245) موظفا وإداريا تم سحبهم بالطريقة العشوائية البسيطة تمثل حوالي (42.3%) من إجمالي مجتمع الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك أثر إيجابي لرأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة المتمثلة في (رأس المال البشري والهيكلية والعلاقاتي) على تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الأردنية.

2. دراسة أبو مدللة والعجلة (2013)، التي حاولت تحديد أهم التحديات التي تقف في وجه الشباب للمبادرة في مجال الأعمال المتمثلة في مشكلات التمويل والتسويق والخدمات اللوجستية والتعليم والتدريب، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: نقص التدريب وقصور المهارات لإنشاء المشاريع الريادية، وعدم اهتمام مؤسسات التعليم بأساليب التعليم

وفي نفس السياق يرى "Mc Clelland" أن الريادي "هو الانسان غير التقليدي الذي يقوم بأعمال بطريقة متميزة ومبتكرة ولديه دافعية قوية لبلوغ الهدف" (بودرامة، 2012:420). في حين يعرف كل من الشميمري والمبيرك رائد الأعمال " بأنه ذلك الشخص الذي يمتلك ويدير عمله بنفسه" (الشميمري والمبيرك، 2016:12).

ويمكن تحديد أهم الخصائص التي يتصف بها رائد الأعمال، وهي (آل فيحان ومحسن، 2012:310):

1. الرغبة في المسؤولية الشخصية عن نتائج المخاطرة والسيطرة الذاتية على المواد لتحقيق أهداف محددة.
2. التفاؤل والثقة في قابلية النجاح.
3. درجة عالية من الالتزام صوب نجاح المنظمة.
4. الطموح والتوجه نحو المستقبل.
5. مستوى عال من الطاقة والجهد غير المتوقع.
7. المرونة من خلال القابلية على التكيف مع الطلبات المتغيرة للزبائن والأعمال.
8. التفكير الإبداعي والرؤية السبابة.

أهداف الريادة:

هناك عدة أهداف تسعى ريادة الأعمال إلى تحقيقها (الحدراوي، 2013:96):

1. تهيئة المناخ العام لممارسة ريادة الأعمال على مستوى التنظيم المؤسسي.
2. إقامة المشروعات الجديدة أو استغلال المشروعات الجديدة أو الوحدات داخل المنظمات.

المعتمد على الابتكار والإبداع ومن ثم التي تؤسس لخريجين رياديين، تقصي في القوانين اللازمة لتنظيم العمل الريادي وتشجيعه.

3. الحدراوي (2013)، التي استهدفت أيضاً التعرف على أثر رأس المال الفكري بمكوناته (رأس المال البشري والهيكلية والعلاقاتية) في تحقيق ريادة الأعمال من وجهة نظر الأطباء العاملين في مستشفى بغداد التعليمي، وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ارتباط وتأثير لرأس المال الفكري في ريادة الأعمال.

4. دراسة قنصوه (2016)، التي ركزت على التعرف على علم ريادة الأعمال باعتباره عنصراً هاماً في بناء الشخصية الريادية ودور الريادي في إنتاجية وربحية المؤسسة، بهدف معرفة دور ريادة الأعمال في كفاءة الأداء وتوضيح الفرق بين الأداء والعبقرية والابتكار ووصف تحليل ريادة الأعمال من خلال دراسة تطبيقية (شركة كونكريت). وتوصلت الدراسة من خلال التحليل الإحصائي لبيانات الشركة أنها تحقق تعادل بين الإيرادات والمصروفات للفترة 2011-2014 م كما توصلت إلى أن هناك زيادة متواصلة لعدد وقيمة المشروعات التي قامت الشركة بتنفيذها حتى بلغ عددها 53 مشروعاً، وقد نالت رضا العملاء من خلال جودة منتجاتها والشهادات التي حازت عليها.

5. دراسة لويضة (2016)، التي حاولت من جانبها تحديد دور رأس المال الفكري بأبعاده المتمثلة في (رأس المال البشري، رأس المال الزبوني، رأس المال الهيكلي)

وتحقيق الميزة التنافسية بأبعاده المتمثلة في (الجودة، الكفاءة، الإبداع، الاستجابة) في شركة الإسمنت، عين التوتة. وقد كانت أهم النتائج هي: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال الفكري بأبعاده الثلاثة وتحقيق الميزة التنافسية في الشركة محل الدراسة، حيث وضحت الدراسة توفر أبعاد كل من رأس المال البشري والهيكلية بدرجة تفوق أبعاد رأس المال الزبوني، حيث يسهم كل منهما في تحقيق الميزة التنافسية أكثر من رأس المال الزبوني.

بعد استعراض الدراسات السابقة نلاحظ أن هذا البحث يلتقي مع بعض الدراسات السابقة التي تناولت كلاً من موضوعي ريادة الأعمال ورأس المال الفكري في بعض المتغيرات والأبعاد. ولكن ما يميزه عن غيره من الأبحاث أنه يحاول دراسة العلاقة بين رأس المال الفكري وأبعاده المتمثلة في (رأس المال البشري والهيكلية والعلاقاتية) وريادة الأعمال لدى مديري الإدارات بجامعة بنغازي. وبناءً على ما سبق يحاول البحث الحالي سد النقص الحاصل في هذا المجال.

الجانب التطبيقي:

تحقيقاً لمتطلبات منهجية البحث واختبار فرضيته الرئيسية والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها، يعرض هذا الجانب وصفاً تحليلياً لمتغيرات البحث المعتمدة على البرامج الإحصائية المناسبة لها.

تحليل البيانات:

2. اختبار (t) لعينة واحدة.

3. معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين المتغيرات.

ويوضح الجدول رقم (1) التالي توزيع الخصائص العامة لمفردات البحث.

لتحليل بيانات البحث التي تم تجميعها، تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

1. أساليب الإحصاء الوصفي: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية.

جدول رقم (1) الخصائص العامة لمفردات البحث

المتغير	فئة المتغير	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	24	51.1%
	أنثى	23	48.9%
	المجموع	47	100%
العمر	أقل من 25 سنة	7	14.9%
	من 25 إلى أقل من 35 سنة	20	42.6%
	من 35 إلى أقل من 45	13	27.7%
	من 45 إلى أقل من 55	4	8.5%
	من 55 فما فوق	3	6.4%
	المجموع	47	100%
المؤهل العلمي	دبلوم متوسط	8	17%
	دبلوم عالي	10	21.3%
	بكالوريوس أو ليسانس	27	57.4%
	ماجستير	1	2.1%
	دكتوراة	1	2.1%
	المجموع	47	100%
مدة الخدمة	أقل من 5 سنوات	19	40.4%
	من 5 إلى 10 سنوات	7	14.9%
	من 10 إلى 15 سنة	11	23.4%
	من 15 إلى 20 سنة	3	6.4%
	20 سنة فأكثر	7	14.9%
	المجموع	47	100%

العمل، كما يتبين أن مفردات البحث وفقاً للمؤهل العلمي هم من حملة المؤهلات الجامعية (بكالوريوس أو ليسانس) ونسبة (57.4%)، وهذا يشير بوضوح إلى أن مفردات البحث ذات مؤهلات علمية جيدة، مما يدل على أن الجامعة تستقطب كوادر بشرية من حملة المؤهلات العليا، ويؤشر

يتضح من الجدول رقم (1) أن أغلب مفردات مجتمع البحث من الذكور، حيث بلغت نسبتهم (51.1%)، بينما بلغ عدد الإناث ما نسبته (48.9%)، وأن الغالبية تتراوح أعمارهم من 25 إلى أقل من 45 سنة ونسبة (70.3%) يمثلون فئة الشباب مما يدل على وجود مهارات في

1. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعنوية واختبار (t):

لمعرفة ميول مفردات مجتمع البحث تم حساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحاولات البحث، واختبار (t) لعينة واحدة لمعرفة مكونات رأس المال الفكري الأكثر توفراً وتقبله لمفردات البحث، وكذلك معرفة مستوى التوفر والممارسة لمفهوم ريادة الأعمال، وذلك لتحقيق أهداف البحث.

في نفس الوقت على توفر المعلومات والمعرفة الجيدة لديهم في مجال أعمالهم، وعند التدقيق في سنوات الخدمة لدى مفردات البحث تبين أن (59.6%) لديهم خبرات طويلة نسبياً تعكس قدرتهم على الأداء الجيد في مجالات العمل المختلفة داخل الجامعة، بينما كانت نسبة (40.4%) خبراتهم أقل من 5 سنوات. وبصفة عامة يشير تحليل هذه البيانات إلى إمكانية الحصول على إجابات دقيقة من مفردات البحث فيما يتعلق بمفهوم رأس المال الفكري وعلاقته بريادة الأعمال.

جدول رقم (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

الرتبة	معنوي أو غير معنوي	قيمة p-Value*	قيمة (t)	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المحاور
3	غير معنوي	0.252	-1.160	0.93085	2.8426	رأس المال البشري
2	غير معنوي	0.321	-1.003	0.78546	2.8851	رأس المال الهيكلي
1	غير معنوي	0.225	1.230	0.80617	3.1447	رأس المال العلاقتي
	غير معنوي	0.702	-0.386	0.75660	2.9574	المتوسط العام لرأس المال الفكري
	معنوي	0.000	10.802	0.53451	3.8422	المتوسط العام لمحور ريادة الأعمال

مستوى معنوية 0.05

درجة الحرية: 46

على وجود تقبل منخفض من وجهة نظر مفردات البحث تجاه توفر هذا البعد، لأن قيمة المتوسط الحسابي أقل من المتوسط الفرضي (3).

3. متوسط رأس المال العلاقتي بلغ (3.14) وبانحراف معياري (0.8061)، وهذا يدل على وجود تقبل إيجابي من قبل مفردات البحث تجاه توفر هذا البعد لأن المتوسط الحسابي أعلى من المتوسط الفرضي (3).

يتبين من الجدول رقم (2) الآتي:

1. متوسط رأس المال البشري بلغ (2.84) وانحراف معياري (0.930)، وهذا يدل على وجود تقبل منخفض من وجهة نظر مفردات البحث تجاه توفر هذا البعد لأن قيمة المتوسط الحسابي أقل من المتوسط الفرضي (3).

2. متوسط رأس المال الهيكلي بلغ (2.55) وبانحراف معياري (0.7854)، وهذا يدل

4. وفقاً لما تقدم فإن المتوسط العام لمتغير رأس المال الفكري حسب أبعاده الثلاثة بلغ (2.957) وبانحراف معياري (0.7566) ، وهذا يدل على تقبل منخفض نسبياً اتجاه توفر أبعاد رأس المال الفكري من قبل مفردات البحث، حيث بلغت قيمة (-0.386) (t=0.702) وذلك يعني ليس هناك اختلاف معنوي للمتوسط الحسابي.

5. إذ يلاحظ بأن بُعد رأس المال العلاقتي جاء في المرتبة الأولى، لأنه تحصل على أعلى قيمة للمتوسط الحسابي، وهذا يدل على وجود علاقات جيدة سواء داخل الجامعة أم خارجها، حيث بلغت قيمة (1.230) (t=0.225) أي ليس هناك اختلاف معنوي لأن القيمة الاحتمالية أكبر من مستوي المعنوية 0.05.

6. بُعد رأس المال البشري تحصل على أقل متوسط حسابي وبلغت (-1.160) (t=0.252) هذا يعني ليس هناك اختلاف معنوي، لأن القيمة الاحتمالية أكبر من مستوي المعنوية 0.05، مما يدل

على عدم الاهتمام بالخبرات والمهارات المعرفية التي يمتلكها الأفراد.

7. قد تحصل المتغير التابع (ريادة الأعمال) على متوسط حسابي (3.842) وبانحراف معياري (0.5345) ، وهذا يدل على وجود تقبل إيجابي مرتفع من قبل مفردات البحث تجاه توفر هذا البعد، لأن المتوسط الحسابي أعلى من المتوسط الفرضي (3) ، حيث بلغت قيمة (10.502) (t=0.000) أقل من مستوى المعنوية 0.05 وهذا مؤشر جيد على وجود بعض الممارسات لمفهوم ريادة الأعمال لدى مفردات البحث.

2. اختبار العلاقة بين رأس المال الفكري وريادة الأعمال:

لمعرفة العلاقة بين مكونات رأس المال الفكري وريادة الأعمال تم استخدام معامل الارتباط البسيط (بيرسون). وبين الجدول رقم (3) نتائج معامل الارتباط بين متغيرات البحث.

جدول (3) نتائج معامل الارتباط بين متغيرات البحث

المتغيرات	رأس المال البشري	رأس المال الهيكلي	رأس المال العلاقتي	رأس المال الفكري
Pearson Correlation	.125	.280	.332	.266
Sig. (2-tailed)	.404	.056	.023	.071
N	47	47	47	47

مستوي المعنوية 0.05

الفرضية الرئيسية:

تنص الفرضية الرئيسية على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأس المال

الفكري وريادة الأعمال لدى مدراء الإدارات بجامعة بنغازي. ومن أجل

إعطاء إجابة دقيقة بشأن إثبات صحة هذه الفرضية أو عدم صحتها، ينبغي أولاً اختبار صحة الفرضيات المنبثقة عنها أو عدم صحتها وذلك كما يأتي:

أ. العلاقة بين رأس المال البشري وريادة الأعمال:

نستنتج من الجدول رقم (3) أنه لا يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال البشري وريادة الأعمال، إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.125)، وبالتالي ترفض الفرضية الفرعية الأولى.

ب. العلاقة بين رأس المال الهيكلي وريادة الأعمال:

لا يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال الهيكلي وريادة الأعمال، حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (0.280)، وبالتالي ترفض الفرضية الفرعية الثانية.

ج. العلاقة بين رأس المال العلائقي وريادة الأعمال:

هناك ارتباط معنوي ضعيف بين رأس المال العلائقي وريادة الأعمال، حيث بلغت قيمة الارتباط بينهما (0.331)، وبالتالي يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

بناءً على ما تقدم، حيث تم اختبار الفرضيات الفرعية الثلاثة للفرضية الرئيسية، نستنتج أنه لا يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال الفكري وريادة الأعمال لدى مدراء الإدارات بجامعة بنغازي، حيث بلغ معامل الارتباط بينهما (0.071)، وعليه ترفض الفرضية الرئيسية.

إن ربط التحليل الإحصائي سابق الذكر بالسياق القائم في مؤسسة جامعة بنغازي وحلول "بُعد رأس المال العلائقي" في المرتبة الأولى يؤثر على وجود اتصالات خارجية وداخلية جيدة سواء داخل الجامعة أم خارجها (كأنشطة مكتب التعاون الدولي بالجامعة والتواصل النسبي مع مؤسسات المجتمع على سبيل المثال). فيما يشكل حلول رأس المال البشري في المرتبة الأخيرة مؤشراً على عدم الاهتمام بالاستثمار في الخبرات والمهارات المعرفية والبحثية لكوادر المؤسسة.

وفي هذا السياق، يعتبر ضعف "المخرجات والنواتج البحثية والإبداعية" في نواحي النشر والإبداع وتقديم الحلول للمجتمع دليلاً على ضعف هذا المكون. إن هذا التراجع والضعف يتوازى مع ضعف موارد بيئة العمل المتصلة بما تعانيه الجامعة الآن من تقطع في نظم بياناتها ومواردها ومكوناتها المادية (المقر، قواعد البيانات، الموارد المالية). وبموجب ربط الإطار المفاهيمي والنظري بالتحليل التجريبي الإحصائي، توصل البحث إلى تقديم نتائج وتوصيات للبحوث المستقبلية.

الاستنتاجات والتوصيات:

1. الاستنتاجات:

توصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

1. أظهرت نتائج البحث عدم الاهتمام بمفهوم رأس المال الفكري ومكوناته لدى مدراء الإدارات بجامعة بنغازي.

تأثيرها الإيجابي في تحقيق الريادة في العمل.

6. العمل على استقطاب موارد بشرية ذات مؤهلات علمية عالية للاستفادة من خبرتها وقدراتها المتميزة في تطبيق الأساليب العلمية الحديثة بأفضل أداء ممكن.

قائمة المراجع

1. المراجع العربية:

1. أبو مدده، سمير مصطفى والعجيله مازن صلاح. 2013. التحديات التي تواجه ريادة الأعمال بين الشباب في فلسطين. مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات، العدد الخامس، ص 88-108.
2. آل فنجان، إيثار عبد الهادي ومحسن سعدون. 2012. دور حاضنات الأعمال في تعزيز ريادة المنظمات. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 30، ص 69-97.
3. الحاج نعاس، خديجة ومزرق عاشور. 2011. دور إدارة الجودة الشاملة في تنمية رأس المال الفكري للمنظمات. ورقة عمل مقدمة لمؤتمر رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، (13-14 ديسمبر).
4. الحدراوي، حامد كريم. 2013. الريادة كمدخل لمنظمات الأعمال المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال الفكري: دراسة ميدانية في مستشفى بغداد التعليمي. مجلة الغربي للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الكوفة، ص 85-128.
5. الشميمري، أحمد والمبيرك وفاء. 2016. مبادئ ريادة الأعمال لغير المتخصصين. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
6. العساف، أحمد هاشم. 2013. أثر رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية في شركات الاتصالات الأردنية. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 6، العدد 4، ص 498-519.

2. أظهرت النتائج وجود ممارسة جيدة لمفهوم ريادة الأعمال لدى مفردات البحث.
3. لا يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال الفكري وريادة الأعمال.
4. لا يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال البشري وريادة الأعمال.
5. كما أنه لا يوجد ارتباط معنوي بين رأس المال الهيكلي وريادة الأعمال.
6. توجد استجابة ضعيفة لرأس المال العلاقتي لدى مفردات البحث، مما يدل على وجود تواصل واتصالات داخلية وخارجية في الجامعة.

7. التوصيات:

يوصي البحث بالآتي:

1. ضرورة اهتمام الجامعة بشكل كبير برأس المال الفكري وأبعاده الثلاثة (البشري والهيكلية والعلاقاتية) لما له من أهمية في تحقيق الأداء المتميز.
2. استحداث بعض البرامج التدريبية لتنمية المهارات وقدرات العاملين على العمل كمجموعة وبناء فرق العمل.
3. ضرورة العمل على تطوير الهيكل التنظيمي باستمرار، وجعله أكثر مرونة بما يسمح بتوفير بيئة داعمة لتنمية رأس المال الفكري.
4. زيادة الوعي الإداري بمفهوم ريادة الأعمال عن طريق عقد المؤتمرات والدورات التي تساهم في ترسيخ هذا المفهوم.
5. ضرورة توظيف مكونات رأس المال الفكري بشكل أكثر فاعلية، من أجل تعزيز

17. قنصوه، عبيد أحمد. 2016. دور ريادة الأعمال في كفاءة أداء المؤسسات في شركة كونكرت الهندسية المحدودة في السودان. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.

18. مراد، زائد. 2010. الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة. الملتقى الدولي حول: التكوين وفرص الأعمال بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر.

19. مهدي، هند وصباح رقيقة. 2011. دور رأس المال الفكري في الإبداع وتحقيق الميزة التنافسية داخل منظمات الأعمال. ورقة عمل مقدمة لمؤتمر رأس المال الفكري في منظمات العمال العربية في الاقتصاديات الحديثة، (13 - 14 ديسمبر).

20. ناصر وآخرون. 2011. إدارة المعرفة. عمان: دار إثراء للنشر والتوزيع.

21. نجم، عيود نجم. 2004. إدارة المعرفة والمفاهيم والإستراتيجيات والعمليات. عمان، دار الوراق للنشر.

2. المراجع الإنجليزية:

1. Bonit, Nick, and Wei Choo, Chun. 2002. *The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge*. Oxford University Press.

2. Rutherford, Donald. 2005. *Rutledge Dictionary of Economics*. Taylor & Francis Group, London and New York.

7. العنيزي، سعد علي وصالح أحمد علي. 2009. إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

8. الناصري، طارق كاظم. 2016. ريادة المنظمات في إطار ممارسات القيادة الإستراتيجية: دراسة ميدانية في وزراء النفط. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 22، العدد 87، ص ص 191-212.

9. الهاللي، الشربيني الهاللي. 2011. إدارة رأس المال الفكري وقياسه وتنميته كجزء من إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي. مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، عدد 22، ص ص 1-66.

10. حسين، عجلان حسين. 2008. إستراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال. عمان: دار الإثراء للنشر والتوزيع.

11. راوية، حسن. 2002. مدخل إستراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية. القاهرة: الدار الجامعية.

12. زايد، عادل محمد. 2003. إدارة الموارد البشرية: رؤية إستراتيجية. القاهرة: جامعة القاهرة.

13. سلام، عبد الرازق وبوسهوه نذير. 2012. دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والكبيرة. مداخلة، ملتقى حول إستراتيجيات التنظيم ومراقبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (الجزائر: 18-19 أبريل).

14. عبد الستار العي وآخرون. 2006. مدخل إدارة المعرفة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

15. علي، اسماعيل. 2010. خصائص الريادي في المنظمات الصناعية وأثرها على الإبداع التقني: دراسة حالة لشركة الأثاث. مجلة الفادسية، المجلد 12، العدد 4، ص ص 66-90.

16. فرحات، لويضة. 2016. دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية في ظل اقتصاد المعرفة: دراسة حالة شركة الإسمنت - عين التوتة. رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة محمد خضير - بسكرة، الجزائر.

عرض الكتب

مبادئ العلاقات الدولية

المؤلفان: Karen A. Mingst & Ivan M. Arreguin

الناشر: دار الفرقد للطباعة والنشر والتوزيع : دمشق

تاريخ النشر: 2013.

عدد الصفحات: 584 صفحة

عرض : أ. خالد خميس السحاتي

ندرس نظرية العلاقات الدولية؟، ما هي مساهمة "النظرية السلوكية"؟، ما هي المقاربات البديلة التي نافست المقاربات التقليدية، ولماذا؟. وخلص المؤلفان في هذا الفصل إلى ضرورة إيجاد معنى للعلاقات الدولية، حيث تم هنا تقديم النظريات الرئيسية للعلاقات الدولية، وهي: الواقعية والليبرالية والراديكالية والأطر البنائية، وتقدم هذه النظريات أطرا لطرح السؤال والجواب في المسائل الأساسية الجوهرية، وللإجابة عن تلك الأسئلة يعود الباحثون في القضايا الدولية إلى مجالات معرفية كثيرة أخرى، تشمل التاريخ والفلسفة وعلم النفس السلوكي والدراسات النقدية، فالعلاقات الدولية فرع من المعرفة التعددية والانتقائية (كما يرى المؤلفان). ولفهم تطور "نظرية العلاقات الدولية" نحتاج إلى دراسة الاتجاهات التاريخية العامة للتطورات في الدولة القومية والنظام الدولي، لا سيما في قارة أوروبا خلال القرنين التاسع عشر والعشرين.

وينتقل المؤلفان في الفصل الثاني لتناول: "السياق التاريخي للعلاقات الدولية المعاصرة"، وذلك من خلال التركيز على الفترات التاريخية التي كان لها التأثير الأكبر في تطور العلاقات الدولية،

كثيرة هي الكتب والدراسات العلمية التي كتبت في السنوات الماضية حول حقل العلاقات الدولية (International Relations)، سواء من النواحي النظرية أم النواحي التطبيقية، وهذا الحقل باعتباره فرعاً رئيسياً من فروع علم السياسة، يختص بدراسة علاقات التفاعل بين أطراف النظام الدولي المختلفة.. ولقد أثمرت جهود المفكرين والباحثين وإسهاماتهم العلمية في هذا المجال (على اختلاف توجهاتهم ومدارسهم الفكرية) كثيراً من التطورات المهمة، التي نجمت عن كم هائل من الجدالات النظرية والمحاولات التفسيرية لواقع البيئة الدولية في فترات تاريخية مختلفة. ضمن هذا السياق، نقدم للقارئ عرضاً لكتاب مهم هو "مبادئ العلاقات الدولية" لكارين أ. منغست (Karen A. Mingst)، أستاذة في كلية الدبلوماسية جامعة باترسون وجامعة كنتكي، وإيفان م. أريغوين (Ivan M. Arreguin)، أستاذ في جامعتي: هارفارد وشيكاغو.

يتكون هذا الكتاب من عشرة فصول، الفصل الأول: "مقاربات للعلاقات الدولية"، ويجيب على مجموعة من التساؤلات منها: كيف تؤثر العلاقات الدولية على حياة الفرد اليومية؟، لماذا

السابقة إلى دول مستقلة، بعد حروب دامية كحربي البوسنة وكوسوفو (التي قادت إلى تدابير اتخذتها الأمم المتحدة وحلف الناتو). واتسمت سنوات التسعينيات من القرن الماضي بصراع الحلفاء والأعداء السابقين من أجل إيجاد هويات جديدة ومصالح مترابطة، في عالم مجرد من حقائق الحرب الباردة وبساطتها.. لكن التغيير الأكبر في السياسة ما بين الدول بعد نهاية الحرب الباردة هو تصاعد الإرهاب - الذي كان في الماضي تهديدا ضئيلا - من مشكلة تطبيق القانون إلى مشكلة "الأمن الوطني" الحيوي.. بالنسبة لكل الدول في عالم ما بعد الحرب الباردة، كانت المسألة الأساسية التي تتحرك قدما هي إلى أية غايات يجب أن نكرس طاقاتنا الوطنية العسكرية والاقتصادية والثقافية والدبلوماسية والسياسية؟.

فهل احتواء أو استئصال الإرهاب يغدو الهدف الوطني الجديد للدول؟، هل سيمنع ذلك الكارثة البيئية العالمية؟، تتغير تلك الأهداف والغايات باستمرار، تبعاً لتغير ظروف ومصالح الدول المختلفة، وفيما يتقدم القرن الحادي والعشرون تغدو طبيعة هذه الغايات غير واضحة أكثر فأكثر.

وفي الفصل الثالث الذي عنوانه: "منظورات متنافسة" تم التطرق إلى: كيفية التفكير بالعلاقات الدولية نظريا، وأسباب اهتمام الباحثين بمشكلة مستوى التحليل، والأسس النظرية الرئيسة للواقعية والواقعية الجديدة، وأسس النزعة المؤسسية الليبرالية والليبرالية الجديدة، وأسس النزعة الراديكالية والنزعة

والجذور التاريخية للدولة ولنظام "توازن القوى" الأوروبي، وكيف أمكن للحرب الباردة أن تكون سلسلة من المواجهات بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفييتي السابق و"سلاما طويلا" في الوقت نفسه؟، كما تم تناول أبرز الأحداث الرئيسة التي شكلت عالم ما بعد الحرب الباردة، بالإضافة إلى الأسباب التي دفعت الباحثين في العلاقات الدولية إلى استخدام اتفاقيات وستفاليا كمعيار في هذا الحقل، حيث أن تأثيرها كان عميقا على ممارسة العلاقات الدولية؛ لأنها تبنت فكرة السيادة، فأحرزت كل الدول الصغيرة في وسط أوروبا آنذاك، بضربة واحدة عمليا، واحتضرت الإمبراطورية الرومانية المقدسة، وبعد تلك الاتفاقية سعى قادة بلدان أوروبا الأكثر قوة إلى إنشاء جيوشها الوطنية الخاصة الدائمة، كما أسست اتفاقية وستفاليا مجموعة مركزية من الدول التي هيمنت على العالم حتى نهاية القرن التاسع عشر: النمسا، روسيا، بروسيا (ألمانيا)، إنجلترا، فرنسا، والأقاليم المتحدة (المنطقة التي تشكل الآن هولندا وبلجيكا).

بعد ذلك تم استعراض مراحل تاريخية مهمة في العلاقات الدولية هي: السلام في مركز النظام الأوروبي، الإمبريالية والاستعمار في النظام الأوروبي، توازن القوى، الانهيار: تصليب الأحلاف، سنوات ما بين الحربين والحرب العالمية الثانية، الحرب الباردة وجذورها، حقبة ما بعد الحرب الباردة، وأهمية هذه الأخيرة، تم تناول جملة من أبرز أحداثها، ومنها: سقوط جدار برلين وانهيار الاتحاد السوفييتي السابق، وتفكيك يوغسلافيا

في ذلك.

وفي الفصل الرابع تناول الكتاب: "النظام الدولي"، باعتبار أن مفهوم "النظام" أداة وصفية وتفسيرية قوية، ولذلك تم التركيز هنا على رؤية كل نظرية من النظريات محل الدراسة (الواقعية والليبرالية والثورية أو الراديكالية والبنائية) للنظام الدولي، وكيفية تفسير كل من المنظورات الفكرية المتنافسة للتغيير في النظام الدولي، ومشكلات أو نقاط ضعف فكرة النظام الدولي.

وقد وصف كل منظور من تلك المنظورات الفكرية المتنافسة نظاماً دولياً معيناً، فمفهوم النظام الدولي بالنسبة للواقعيين والثوريين (الراديكاليين) حيوي لتحليلاتهم، في حين أنه بالنسبة لليبراليين أقل دقة كآلية تفسير وأقل أهمية، أما بالنسبة للبنائيين فمفهوم "النظام الدولي" يرتبط بفكرة "التغيير". وخلص المؤلفان في هذا الفصل إلى أنه من كل المقاربات النظرية يلقي مستوى تحليل النظام الدولي الاهتمام الأكبر من قبل الواقعيين والراديكاليين، بالنسبة للواقعيين الخاصة الرئيسية التي تعرف النظام الدولي هي "القبطية"، وبالنسبة للراديكاليين هي "الطبقيّة"، وفي المنظورين النظام الدولي يقيد سلوك الدولة. وينظر الليبراليون للنظام الدولي باعتباره حلبة وعملية للتفاعل. بينما أنصار النظرية البنائية فيتنبنون مقارنة تطورية، تؤكد على أن "التغيير في المعايير والأفكار يشكل النظام"، ويرون الفارق الضئيل بين الأنظمة الدولية والمحلية، ويقللون من شأن

المحافظة. واستهل المؤلفان هذا الفصل بطرح سؤال رئيسي مهم مفاده: كيف يمكن للنظرية أن تساعدنا على صنع معنى للعلاقات الدولية؟، وتم استخدام مثال حرب العراق عام 2003 لبحث نظريات العلاقات الدولية الرئيسة وتفسيراتها للأحداث السياسية. لماذا غزت الولايات المتحدة وشركاؤها في التحالف العراق؟، ولماذا وصل هذا الأخير في تلك الفترة رفض الامتثال لمطالب الجماعة الدولية؟، نحن نحتاج للبدء بدراسة السجل التاريخي، الذي يقدم السياق الرئيسي لفهم تصرفات الولايات المتحدة. حيث أن الجماعة الدولية كانت مهتمة بسلوك الرئيس العراقي السابق صدام حسين وأسلحة العراق، وإمكانية أن يكون صدام يدعم النشاطات الإرهابية الدولية، وبعد هجمات 11 سبتمبر 2001 على أراضي الولايات المتحدة غدا ذلك القلق أكثر إلحاحاً. وعام 2002 ضم الرئيس الأمريكي السابق جورج دبليو بوش العراق إلى ما وصفه "محور الشر". وبعد استعراض النظريات السالف الإشارة إليها، تم التطرق إلى "النظرية في العمل: تحليل حرب العراق عام 2003"، حيث يسمح لنا تحليل تلك الحرب باستخدام هذه النظريات المختلفة ومقارنتها، ومقابلتها في الممارسة.. وباختصار: "رؤية العالم من خلال العدسات النظرية": حيث يعتمد كل منا على عدساته النظرية في طريقة رؤيته للعلاقات الدولية، هل ترى الأشياء من خلال إطار واقعي؟، هل تميل باتجاه تفسير ليبرالي؟، أم هل تعتقد وجهة نظر إلى العالم ثورية أو بنائية؟، فهذه المنظورات تتضمن آراء مختلفة بشأن إمكانية التغيير في النظام الدولي والرغبة

الأهمية التي يعطيها المفكرون الآخرون لبنية "النظام الدولي".

وفي الفصل الخامس: "الدولة" تناول المؤلفان تعريف الدولة، باعتبارها القوة الرئيسية في العلاقات الدولية، وتم توضيح وجهات النظر المختلفة التي تتبناها المنظورات الفكرية المتنوعة حول الدولة (الواقعية، الليبرالية، الراديكالية، البنائية)، والطرق المختلفة التي تستخدمها الدول في ممارسة سلطاتها، وطبيعة قوة الدولة ومصادرها، وكيفية ممارستها عبر الدبلوماسية، والاقتصاد، واستخدام القوة أو التهديد باستخدامها.. ثم تم التطرق إلى الديمقراطية والسياسة الخارجية، ونماذج صنع قرار السياسة الخارجية (النموذج العقلاني، النموذج البيروقراطي المؤسسي/النموذج التعددي). وتم بعد ذلك تناول أبرز التحديات التي تواجهها الدولة، ومنها: العولمة، والجريمة العابرة للحدود الوطنية، والحركات العابرة للحدود الوطنية، والحركات الإثنية، وغيرها..

وفي الفصل السادس: "الفرد" تطرق المؤلفان للأفراد الأكثر أهمية في العلاقات الدولية، والعوامل السيكولوجية التي لها تأثير على النخب التي تصنع قرارات السياسة الخارجية، وخاصة القادة، الذين يعتبرون إحدى مجموعات الأفراد التي تصنع فرقا في العلاقات الدولية، من خلال خصائصهم الشخصية.. وتم تناول هذه الخصائص، وتأثيرها على توجهات السياسة الخارجية. كما تم التطرق للأفراد خارج المناصب العامة ودورهم في تشكيل العلاقات الدولية، وكذلك السمات المشتركة للنخب والجماهير، وتأثير الرأي العام في

النخب، وأهمية الأفراد بالنسبة للمنظورات الفكرية المختلفة (الليبرالية، الواقعية والواقعية الجديدة، الراديكالية، البنائية).

وفي الفصل السابع: تم تناول "المنظمات بين الحكومية والمنظمات غير الحكومية والقانون الدولي"، وطرحنا هنا عدة أسئلة منها: لماذا تشكل المنظمات بين الحكومية (IGO)؟، وماذا قدمت المنظمات بين الحكومية مثل الأمم المتحدة للسلم والأمن الدوليين، ما الدور الذي تلعبه المنظمات غير الحكومية (NGO)؟، ما دور القانون الدولي في العلاقات الدولية؟، وكيف يرى الباحثون في حقل العلاقات الدولية المنظمات بين الحكومية والمنظمات غير الحكومية والقانون الدولي؟.

والفصل الثامن: "الحرب والكفاح" تناول المؤلفان موضوع "الأمن" كقيمة دائمة في العلاقات الدولية، وكيفية مساعدة مستويات التحليل في هذا الحقل على تفسير أسباب الحرب، ومتى تكون حربا عادلة؟، وما هي الحروب غير التقليدية؟، وخصائص الإرهاب الدولي في الوقت الراهن، وملامح اختلاف المقاربات الفكرية المتنافسة في توضيح "إدارة عدم الأمن".

أما الفصل التاسع: "الاقتصاد السياسي الدولي" فتطرق فيه المؤلفان إلى الأسس النظرية للاقتصاد السياسي الدولي، والأدوار التي تلعبها الشركات المتعددة الجنسية والمؤسسات الاقتصادية الدولية في الاقتصاد السياسي الدولي، واختلاف

والزمن، وتدنت قدرة الدولة على إدارة ذلك التدفق الهائل للمعلومات، وتآكل أحد جوانب سيادة الدولة، وأصبحت هناك مسائل عابرة للحدود الوطنية، منها الصحة والأمراض المعدية، البيئة، مسائل السكان، مسائل الموارد الطبيعية، حقوق الإنسان، عولمة حقوق المرأة، الجريمة العابرة للحدود الوطنية.. وتم تناول تأثير المسائل العابرة للحدود الوطنية، حيث أن هذه الأخيرة تطورت من مسائل ثانوية وأخلاقية إلى اهتمامات رئيسية وحيوية كنتيجة للتقدم في تقنية الاتصالات..

وأشار المؤلفان في نهاية الكتاب إلى أنه في هذه الفصول العشر تم بحث التطور التاريخي للعلاقات الدولية، من تطور نظام الدولة إلى فكرة نظام دولي وجماعة دولية وحوكمة عالمية. وتم تقديم منظورات مختلفة وذلك ساعدنا على تنظيم منظوراتنا حول دور النظام الدولي والدولة والفرد والمنظمات الحكومية وغير الحكومية في العلاقات الدولية.

ملاحظات ختامية:

لوحظ أن هذا الكتاب المهم يتضمن عددا كبيرا من الصور الفوتوغرافية والأشكال التوضيحية والخرائط والجداول المتعلقة بالمواضيع والقضايا المطروحة، كما اختتم كل فصل من فصول الكتاب ما عدا (الفصل الأول) بمنظورات عالمية، هي بمثابة أمثلة تطبيقية على كل موضوع من مواضيع الكتاب (منها تفسير نهاية الحرب الباردة: وجهة نظر من الاتحاد السوفييتي السابق، آراء كندية حول الحرب في أفغانستان، النظام الدولي:

وجهات نظر أنصار النظرية الميركانتلية (أنصار الدولة) والراдикаليين عن وجهات النظر الاقتصادية لليبراليين، وي طرح المؤلفان سؤالا مهما في هذا السياق يتمثل في كيف أصبح النظام الاقتصادي الدولي معولما في المجالات الأساسية في الوقت الحاضر (النقد الدولي، التجارة الدولية، التنمية العالمية)؟، وكيف غيرت أسواق النفط الدولية "العولمة الاقتصادية"؟، باعتبار أن النفط أكثر سلعة مفردة ترتبط بالعولمة الاقتصادية.. كما تم تناول أبرز التحديات الناشئة التي تواجه تلك الظاهرة، ومنها: الأزمة المالية الآسيوية.. وتطرق الكتاب أيضا إلى الأزمة المالية العالمية (2008-2009) من خلال دراسة ميدانية على الاقتصاد الدولي، أشارت إلى أن ما بدا أزمة مالية متمركزة في الولايات المتحدة الأمريكية سرعان ما غدا أزمة اقتصادية عالمية، وكانت الردود على هذه الأزمة وحيدة الجانب غالبا، حيث اتخذت الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي خطوات غير مسبقة، فقدمت المساعدات للبنوك وشركات الضمان لاستعادة عمل أسواق الدين ثمانية وتحفيز ثقة المستثمرين.. وامتدت الأزمة باتجاه البلدان النامية التي واجهت إمكانية نمو منخفضة بشدة، وتآكلت المكاسب من النمو الذي دفعته العولمة..

وفي الفصل العاشر والأخير من الكتاب الذي عنوانه: "مسائل عابرة للحدود الوطنية" تناول المؤلفان الخصائص الأساسية للمسائل العابرة للحدود الوطنية، حيث أن ثورة الاتصالات والتكنولوجيا قلصت الموقع الحاسم للجغرافيا، وقوضت أولوية الدول الإقليمية، وتم ضغط المسافة

الدولي...، وغيرها من المجالات والحقول
المعرفية الأخرى.

وجهة نظر من الصين، مشهد من
فنزويلا: هوغو شافيز، المنظمات غير
الحكومية: آراء من دول الاتحاد السوفييتي
السابق، الأزمة الاقتصادية العالمية لعام
2008: وجهة نظر من الدول الأفريقية،
البيئة: وجهة نظر من إندونيسيا)، وبعد
ذلك "مصطلحات مفتاحية"، وعمل
المؤلفان على تقديم خلاصة مبسطة لكل
فصل، واختتم الكتاب بمسرد
بالمصطلحات الخاصة، تضمن 141
مصطلحا في العلاقات الدولية.

إن عملا أكاديميا من هذا النوع، بما
يتضمنه من آراء ووجهات نظر مختلفة
حول جملة من الموضوعات والقضايا،
سواء اتفقت أم اختلفنا مع بعضها، يوفر
للباحثين والمهتمين إطلالة مهمة وثرية
على أبرز الأدبيات المتعلقة بحقل
العلاقات الدولية، سواء من النواحي
النظرية، أم من النواحي العملية
والتطبيقية.

ولا يفوتني هنا أن أشير إلى الجهد
الذي بذله المترجم في نقل الكتاب إلى اللغة
العربية، بأسلوب متميز، ولغة دقيقة غير
معقدة، يمكن أن يفهما (بلا عناء)
المهتم والمتخصص على حد سواء.

في النهاية يجدر القول أن هذا الكتاب
هو عمل علمي مهم، يمكن أن يفيد
الباحثين والمهتمين، وطلاب الدراسات
الجامعية الأولى، وكذلك طلاب الدراسات
العليا ليس في مجال العلوم السياسية
فحسب، ولكن في مجالات أخرى، منها
مثلا: القانون الدولي العام، والعلاقات
الاقتصادية الدولية، والاقتصاد السياسي

الملخصات

تأثير العوامل الموقفية على تطبيق
مقاييس الأداء المختلفة في الصناعة
المصرفية: حالة ليبيا

د.جمعة محمد الفاخري
قسم المحاسبة، كلية الاقتصاد-
جامعة عمر المختار

رضا الزبائن وجودة الخدمات المقدمة،
كما توصلت الورقة إلى أن العوامل
المختارة كان لها تأثيرات متفاوتة على
استخدام مؤشرات قياس الأداء في
المصارف الليبية.

تهدف هذه الورقة الى التعرف على
مدى استخدام المؤشرات المالية وغير
المالية لقياس الأداء في القطاع المصرفي
في ليبيا، كما تهدف الورقة أيضا إلى تقييم
تأثير بعض العوامل الموقفية على مدى
استخدام المؤشرات المالية وغير المالية
لقياس الأداء من وجهة نظر النظرية
الموقفية، ولتحقيق هذه الأهداف
استعرضت الورقة الأدبيات فيما يخص
المؤشرات المالية وغير المالية لقياس
الأداء وكذلك تم اختيار أربعة عوامل
(البناء المؤسسي و مستوى المنافسة
وحجم المصرف و إستراتيجية الأعمال)
التي قد يكون لها تأثير على استخدام
المؤشرات المالية وغير المالية لقياس
الأداء.

واعتمدت الورقة على المنهج التحليلي
الوصفي، حيث تم توزيع الاستبيان على
43 مشاركا من المصارف الليبية. وقد تم
استخدام التحليل الوصفي للتعرف على
نوع مؤشرات قياس الأداء المستخدمة في
المصارف الليبية، في حين تم استخدام
التحليل الاستدلالي (الارتباط) لإيجاد تأثير
العوامل المختارة على استخدام مؤشرات
قياس الأداء.

وقد بينت الورقة أن المصارف الليبية
مازالت تعتمد على مؤشرات قياس الأداء
المالية بشكل كبير، مع الميل لاستخدام
بعض المؤشرات غير المالية مثل قياس

عوامل النجاح الحرجة لتطبيق إدارة الجودة
الشاملة في قطاع الصحة العام في ليبيا.

د.عبد السلام محمد عبدالحفيظ سعد
قسم الإدارة العامة، كلية الاقتصاد- جامعة بنغازي
د.أشرف عبد السلام الفيتوري
قسم الإدارة، كلية الاقتصاد- جامعة بنغازي

تهدف هذه الورقة إلى إثراء المعرفة الحالية في مجال إدارة الجودة الشاملة، من خلال التحقق من تطبيق إدارة الجودة الشاملة في قطاع الصحة في ليبيا، من أجل مساعدة هذا القطاع في تطبيق مبادرات إدارة الجودة الشاملة بشكل فعال. في هذه الورقة تم استخدام خمسة مقاييس أو عوامل وهي: دعم الإدارة العليا، التعليم والتدريب، التركيز على رضا المستفيد، إدارة الموردين، التحسين المستمر.

وقد تم الحصول على البيانات من خلال الاستبانة الموزعة على (64) مديرا في قطاع الصحة في ليبيا. من أهم النتائج التي توصلت إليها الورقة أن مستوى تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ليبيا كان عند مستوى منخفض، ولا يبذل جهودا كافية لتحسين الجودة. وبالتالي فإن النتائج المتحصل عليها من هذه الورقة من شأنها مساعدة ودعم أي جهود تبذل في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في قطاع الصحة في ليبيا مستقبلاً.

دليل رسائل الماجستير

دليل رسائل الماجستير
من الفترة 1-1- 2016م إلى 31-12-2017م

(1) مسار الرسالة :

عنوان الرسالة	اسم الطالب	القسم	تاريخ المناقشة
دور السياسة النقدية في معالجة التضخم في الاقتصاد الليبي.	فتحي محمد بالحسن	الاقتصاد	2016.10.13
أثر المتغيرات الاقتصادية الكلية على أسعار الأسهم وانعكاساتها على تحقيق التنمية الاقتصادية: دراسة تحليلية لسوق الأوراق المالية الليبي.	عبد السلام داوود حمد	الاقتصاد	2016.12.01
الاقتصاد غير الرسمي في ليبيا الأسباب والآثار وتقدير حجمه.	نجاح علي محمد	الاقتصاد	2017.01.03
أثر تطورات العولمة المالية على النظام المصرفي في ليبيا: دراسة تحليلية للفترة (1990-2010).	رشا حسن هلال	الاقتصاد	2017.07.18
العلاقة بين الإنفاق الحكومي والنتائج المحلي الإجمالي في ليبيا: دراسة تطبيقية باستخدام التكامل المشترك والعلاقة السببية خلال الفترة (1970-2012).	شرف الدين جمعة جبريل	الاقتصاد	2017.09.25
مدى إمكانية تطبيق الاقتصاد المعرفي في ليبيا.	محمد فرج جمعة	الاقتصاد	2017.10.26
مدى إمكانية استخدام توريق القروض المعرفية كأداة مالية حديثة لتمويل قطاع الإسكان في ليبيا.	سحر مصطفى عبدالله	الاقتصاد	2017.11.29
دور سوق الأوراق المالية الليبي في تعبئة المدخرات.	يحيى عوض عبدالحفيظ	الاقتصاد	2017.12.20
واقع إدارة الأزمات في المدارس الحكومية: دراسة ميدانية على مديري المدارس الحكومية الواقعة في نطاق مدينة بنغازي.	نورة حمد سعد	الإدارة	2016.05.16

2016.05.16	الإدارة	نهى محمد ميلاد	إدارة الوقت وعلاقتها بالأداء الوظيفي: دراسة ميدانية على مديري الإدارات العليا والوسطى في المستشفيات العامة والخاصة العاملة في مدينة بنغازي.
2016.05.17	الإدارة	عبدلغني ناجي عوض	دور إدارة المعرفة في رفع مستوى أداء المنظمات: دراسة ميدانية على المصارف التجارية العامة العاملة في مدينة بنغازي.
2016.12.05	الإدارة	نعيمة منصور محمد	معوقات تبني مفهوم المسؤولية الاجتماعية في المنظمات النفطية الليبية: دراسة ميدانية على مديري الإدارة الوسطى في بعض المنظمات النفطية الليبية العاملة بمدينة بنغازي.
2017.01.02	الإدارة	سعد إبراهيم عيسى	البرامج التدريبية وعلاقتها بتخطيط المسار الوظيفي: دراسة ميدانية على العاملين بالمصارف الليبية العامة العاملة بمدينة بنغازي.
2017.01.30	الإدارة	فاطمة محمد إبراهيم	واقع ملائمة الهياكل التنظيمية للاستراتيجيات المتبعة بالمصارف التجارية العامة: دراسة ميدانية على مديري الإدارات العليا والوسطى في المصارف التجارية العامة في مدينة بنغازي.
2017.04.09	الإدارة	ريما محمد رمضان	إدارة الجودة الشاملة وعلاقتها بتطوير الأداء الوظيفي للعاملين : دراسة ميدانية على مديري المستشفيات العامة بمدينة بنغازي.
2017.05.21	الإدارة	هبة محمد احمد	مضيعات الوقت لدى مديري الإدارات الوسطى بالمنظمات الصناعية بمدينة بنغازي: دراسة ميدانية على مديري الإدارات الوسطى بالمنظمات الصناعية العامة والخاصة العاملة بمدينة بنغازي.
2017.05.23	الإدارة	حنان عمر الفضيل	الاحترق الوظيفي وتأثيره على أداء الموظفين الإداريين: دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين العاملين في المصارف التجارية العامة بمدينة بنغازي.
2017.05.23	الإدارة	عصام حامد محمد	تأثير التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي والمصادقية: دراسة ميدانية على العاملين في المستشفيات والمراكز العامة بمدينة اجدابيا.

2017.05.25	الإدارة	هناء فرج المجد	الالتزام التنظيمي وعلاقته بمستوى الأداء الوظيفي.
2017.10.18	الإدارة	نجوى عز الدين مصطفى	درجة ممارسة القيادة التحويلية وعلاقتها بضغوط العمل: دراسة ميدانية على مديري المدارس الثانوية العامة بمدينة بنغازي.
2017.10.18	الإدارة	فاطمة حسين اكريم	واقع استخدام نظم المعلومات الإدارية بالمنظمات الفندقية الليبية.
2017.12.21	الإدارة	رمضان حسين سعيد	المساءلة الإدارية وعلاقتها بالأداء الوظيفي.
2017.12.21	الإدارة	نجوى عبدالله أحمد	الرضا الوظيفي وعلاقته بمستوى أداء المعلمين.
2016.03.28	المحاسبة	رقية عبدالله بالحسن	مدى استجابة المقررات المحاسبية في جامعة بنغازي للتطورات العلمية والمهنية: دراسة ميدانية على قسم المحاسبة بجامعة بنغازي.
2016.03.29	المحاسبة	بدر الدين فرج عبدالواحد	مدى إدراك المستثمرين للمحتوى المعلوماتي للتقارير المالية وأثرها على قرار الاستثمار: دراسة استكشافية على عينة من المستثمر المؤسسي بسوق الأوراق المالية الليبي.
2016.06.02	المحاسبة	هدى عبدالرحمن فرج	تطبيق الحوكمة على حماية حقوق المساهمين: دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة أسهمها في سوق الأوراق المالية الليبي.
2016.06.02	المحاسبة	أحمد محمود محمد	تطبيق إجراءات الرقابة الداخلية على النظم الإلكترونية المستخدمة في صندوق الضمان الاجتماعي: دراسة حالة على الإدارة العامة وإدارة فرع بنغازي.
2016.07.20	المحاسبة	عبدالوكيل علي امبارك	مدى التزام المصارف التجارية الليبية بمبادئ الحوكمة وفقاً لدليل حوكمة القطاع المصرفي.
2016.09.08	المحاسبة	محمد مصطفى محمد	إمكانية تطبيق ديوان المحاسبة في ليبيا لمعايير الأنثوساي.
2016.09.10	المحاسبة	سارة محمد مصطفى	دور جودة المراجعة الخارجية في الحد من ممارسة إدارة الأرباح على موثوقية البيانات المالية في الشركات المساهمة الليبية.

2016.09.26	المحاسبة	عبدالله إدريس عبدالكريم	دور لجان المراجعة في الحد من الآثار السلبية للمحاسبة الإبداعية.
2016.11.03	المحاسبة	نعمة جبر جبريل	مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة المراجعة: دراسة استكشافية على مكاتب المراجعة في ليبيا.
2017.01.21	المحاسبة	ناهد فتحي بوسمرة	دور لجان المراجعة في تضيق فجوة التوقعات: دراسة استكشافية على المصارف التجارية الليبية.
2017.03.16	المحاسبة	أسماء التواتي عبدالنبي	دور التعليم المحاسبي في تعزيز مفهوم حوكمة الشركات: دراسة حالة.
2017.03.23	المحاسبة	نبيل مرعي محمود	رأس المال المخاطر كوسيلة تمويل بديلة للمشروعات الصغرى والمتوسطة: دراسة تحليلية من وجهة نظر المصارف الليبية.
2017.04.04	المحاسبة	فريحة عبدالقادر مرسال	معوقات استخدام تكنولوجيا المعلومات في مهنة مراجعة الحسابات وآليات التغلب عليها: دراسة تطبيقية على المراجعين الخارجيين العاملين في مكاتب المراجعة وديوان المحاسبة في مدينة بنغازي.
2017.05.07	المحاسبة	عماد فتح الله أبو السعود	أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين نظم تسعيرة الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية.
2017.05.14	المحاسبة	ريهام موسى عبدالمجيد	ممارسات المراجعة الخارجية غير المنظمة ومدى تأثيرها على جودة الأداء المهني للمراجعة: دراسة تطبيقية على المراجعين الليبيين.
2017.05.18	المحاسبة	هاجر سعد المهدي	أهمية تطبيق معايير التعليم المحاسبي الدولية في تطوير المناهج المحاسبية من وجهة نظر أساتذة المحاسبة في الجامعات الليبية.
2017.05.22	المحاسبة	سعاد الناجي عبدالسلام	الإفصاح عن التنبؤات المالية وأثرها على قرارات الاستثمار في الأوراق المالية: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة الليبية المدرجة بسوق المال الليبي.

2017.05.22	المحاسبة	عالية فتحي السنوسي	مدى ملائمة الأنظمة المحاسبية المطبقة حالياً في المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة بنغازي على استيعاب متطلبات الصيرفة الإسلامية من خلال النوافذ أو الفروع الإسلامية.
2017.06.12	المحاسبة	وفاء فرج الصالحين	محاسبة مقومات استخدام أساليب المحاسبة الإدارية الكلاسيكية والحديثة ومعوقاتهما: دراسة تطبيقية على الجامعات الليبية.
2017.06.21	المحاسبة	أم السعد محمد مصباح	مدى توافر عناصر النظام المحاسبي المطبق في شركات المقاولات العامة والخاصة: دراسة تطبيقية على الشركات الواقعة في مدينة بنغازي.
2016.01.21	العلوم السياسية	تهاني فرج عبدالسلام	الشراكة الأورو- متوسطة في ظل المتغيرات الدولية: دراسة في تأثير البعد السياسي الأمني على التعاون الإقليمي.
2016.08.25	العلوم السياسية	فجرية خليفة حمد	تقويم السياسات الصحية في ليبيا: دراسة حالة سياسة توفير الخدمات الصحية (1969 – 2006).
2016.11.12	العلوم السياسية	رافع عطية موسى	تأثير الاعتماد المتبادل الاقتصادي على استقرار العلاقات السياسية الليبية الإيطالية.
2016.12.31	العلوم السياسية	صالح عثمان امعفن	سياسة العقوبات لإدارة الأزمات الدولية.
2017.07.29	العلوم السياسية	صلاح كمال سالم	طبيعة المشاريع الإروانية وتداعياتها على اتفاقيات تقاسم المياه بين دول حوض النيل: دراسة حالة الخلاف المصري الإثيوبي (1995 – 2014).

(2) مسار المواد:

اسم الطالب	القسم	تاريخ الحصول على الدرجة	اسم الطالب	القسم	تاريخ الحصول على الدرجة
محمد جبريل علي	محاسبة	2016.01.31	مريم عمر حسين	محاسبة	2017.01.31
جمعة يونس الهماي	محاسبة	2016.01.31	نزار إبراهيم السنوسي	محاسبة	2017.01.31
هناء جمعة خليفة	محاسبة	2016.01.31	وليد محمد علي	محاسبة	2017.01.31
أسماء فرج خليفة	محاسبة	2016.01.31	هناء إبراهيم المهدي	محاسبة	2017.01.31
عائشة ارحومة فرج	محاسبة	2016.01.31	رجعة حفيظ فرج	محاسبة	2017.07.31
سعاد محمد الياس	محاسبة	2016.01.31	رحاب محمد ونيس	محاسبة	2017.07.31
خديجة عمر حسين	محاسبة	2016.01.31	سارة سالم رجب	محاسبة	2017.07.31
المهدي محمد عبدالكريم	محاسبة	2017.01.31	صالح إبراهيم صالح	محاسبة	2017.07.31
حمزة إدريس امسلم	محاسبة	2017.01.31	عبدالحكيم فرج بشير	محاسبة	2017.07.31
زكية عوض المبروك	محاسبة	2017.01.31	عيد جابر مفتاح	محاسبة	2017.07.31
غادة محمد إبراهيم	محاسبة	2017.01.31	فائزة أبو القاسم إبراهيم	محاسبة	2017.07.31
مجدى رمضان محمد	محاسبة	2017.01.31	فاطمة محمد إبراهيم	محاسبة	2017.07.31
محمد مفتاح محمد	محاسبة	2017.01.31	محمد جمعة مفتاح	محاسبة	2017.07.31

المصدر: مكتب الدراسات العليا بكلية الاقتصاد.



DIRASAT

IN ECONOMICS AND BUSINESS

VOL . 35-36

2016 - 2017

Articles

The Influence of Contingent Reasons on the Employ of Manifold Performance Measures in the Banking Industry: The Case of Libya.

Dr. Gumma M. Alfakhri

Critical Success Factors for Implementing Total Quality Management in the Libyan Public Health Sector.

Dr. Abdelsalam M. A. Saad Dr. Ashref A. Elfaituri

Abstracts

Can the Tourism Sector in Libya be Considered as a Locomotive for Sustainable Economic growth?

Hussen F. Alhwij

The Role of Information and Communications Technology in Promoting Services Marketing Practices in Organizations.

Dr. Ahmed S. Elsheref

The Relationship between Intellectual Capital and Entrepreneurship: A Field Research on the Directors of the Administration of Benghazi University.

Dr. Randa M. Buker Salma M. Almasrite Hanan M. Bazina



Journal of
DIRASAT
IN ECONOMICS
AND BUSINESS

Editor- in - Chief

Dr. Faisal S. El kikhia

Managing Editor

Dr. . Ali A. Zagoub

Editorial Board

Dr. Khaled K. Al Tira

Dr. Abdulsalam M. Al Megrabi

Mr. Khaled K. Al Sahati

Editorial Secretary

Mr. Saleh F. Al Shaeri

Advisory Board

Prof. Attia E. El feituri

Prof. Abduljaleel A. El Mansouri

Prof. Idris A. Shetewi

Prof. Ali Saeid Ali

Prof. Salem M. Al Gamati

Contents

Introduction

○ Articles

- ❑ The Influence of Contingent Reasons on the Employ of Manifold Performance Measures in the Banking Industry: The Case of Libya.....1

Dr. Gumma M. Alfakhri

- ❑ Critical Success Factors for Implementing Total Quality Management in the Libyan Public Health Sector30

Dr. Abdelsalam M. A. Saad Dr. Ashref A. Elfaituri

○ Abstracts

- ❑ Can the Tourism Sector in Libya be Considered as a Locomotive for Sustainable Economic growth?.....53

Hussen F. Alhwij

- ❑ The Role of Information and Communications Technology in Promoting Services Marketing Practices in Organizations.....54

Dr. Ahmed S. Elsheref

- ❑ The Relationship between Intellectual Capital and Entrepreneurship: A Field Research on the Directors of the Administration of Benghazi University.....55

Dr. Randa M. Buker Salma M. Almasrite Hanan M. Bazina

Introduction

It is our pleasure to contribute by this modest effort in the field of scientific research , through publication of Journal of " Dirasat in Economics and Business" **volume 35-36 for the year 2016-2017**.This volume includes several researches , and essays , which were submitted and accepted for publication during **2017-2018**. These articles are in the area of economics, management ,accounting , political science, marketing, finance, and public administration.

In addition to the above this issue includes a list of all master thesis in the faculty of economics during the period **of January-December 2016-2017** , for the purpose of facilitating research function by post graduate students in Libya .

This journal accepts , theoretical and applied researches in related fields of interest .It also welcomes all scientific criticism , comments and Discussions.

It is our hope that this journal will be a scientific mean for communications between all interested parties in the field of scientific research in the area of economics , business , political science , and applied quantitative method in Libya and abroad .

The Editors

ARTICLES

**The Influence of Contingent Reasons on
the Employ of Manifold Performance
Measures in the Banking Industry:
The Case of Libya.**

Dr. Gumma M.Al Fakhri
Accounting dept,Faculty of Economic,
Omar Almkhtar University.

Abstract:

The purpose of this work is to explore the utilize of financial and non financial performance measures in the Libyan banking sector and to assess the influence of contingent factors on the use of financial and non financial performance measures from a contingency perspective. Thus, the research identifies the reality of performance measures taken from the performance measurement literature, and explores the effect of four selected contingent factors namely organizational structure, level of competition, size of bank, and business strategy of banks on the employ of performance measures. Based on a scale survey in a sample of 43 respondents from diverse banks in Libya, the research develops hypotheses concerning, its objectives, and uses descriptive analysis to assess the underlying impact of using financial and non financial performance measures. The impact of selected factors on the use of performance measures was also assessed by means of bivariate correlation statistics.

The research results have revealed that most of the Libyan banks are still relying heavily on financial measures even if they tend to place strong emphasis on customers and quality dimensions of non financial measures. Moreover, The research has also found that all four contingent factors have varied positive impact on the use of performance measures in the Libyan banks.

Key words: *Performance measures; Performance measurement systems; Libyan banking sector; Contingency theory.*

Introduction:

The management accounting literature was emphasized the importance of management accounting functions and how they play an important role in the financial success of the organisation, and as a source which provides appropriate information about internal activities (Drury, 2014). Therefore, firms are focused on the use of management accounting information to help managers make basic decisions in order to achieve their organisational objectives. The performance measurement system is one of the most important functions of management accounting, as it is operated to evaluate, control and improve processes through comparing the performance of different organisational levels (Drury, 2014). So, it is important for both managers (to track and measure performance for their subunits), and for employees at lower levels (to understand the financial impact of their operating decisions) (Anthony and Govindarajan 2011). Consequently, in order to be aware of the performance measurement systems, it is essential to unde-

rstand that performance measurements are used at each organisational level. This paper therefore focuses namely on financial and non financial performance measures.

A Brief Literature Review and Development of Hypothesis:

The literature considers the use of financial measures on performance measurement for evaluation purposes, but the limitations of financial measures in addition to the recent changes in business environment that faced organisations such as technological advances, and increased competition, this leads management accounting specialists to criticise reliance only on financial measures of performance measurement. Micheli and Mari, 2014; Atkinson et al, 2009; Neely, 2009; Ingrida Balabonienė, Giedrė Večerskienė (2014) and more others concluded that business environment that faced organisations such as technological advances, and increased competition, this leads management accounting specialists to criticise reliance only on financial measures of performance measur-

ement. As a result, the literature recommended that organisations ought to use non financial measures beside financial measures to provide managers with adequate information about their overall organization performance (Kaplan and Norton, 2006; and Banker et al, 2000). In addition, Otley, 1980, Ittner and Larcker, 2003a argued that the business environment around an organisation should influence the form of management accounting practices including performance measurement. Similarly, Otley (2009) concluded that performance measurement systems used in one company may not be suitable for another company facing different circumstances. Therefore, the following parts of this paper will be concerned briefly with the relevant previous literature of both the theoretical arguments and the empirical studies regarding the use of financial and non financial measures for performance measurements and the contingent factors that may influence the use of performance measures:

Financial Measures:

Ittner and Larcker, 2003b argue that financial performance measures were used in order to provide financial information to the managers and other users, also to evaluate efficiency and effectiveness, the more popular financial measures used for example are: return on investment; return on assets; return on capital employed; and earnings per share. Although the use of financial performance measures is important in performance measurement, they have some limitations. Kaplan and Norton, (2006) and Neely, (2009) concluded that there is agreement about the limitations of financial measures for instance, they are too financially oriented, internal looking, historical and focusing on inputs not outputs, and are short term oriented. Kaplan and Atkinson, (1998) indicated that the limitations of financial measures should be expanded to include the valuation of the company's intangible and intellectual assets such as; high quality products, motivated and skilled employees, responsive and predictable processes, and satisfied and loyal customers in

order to reflect the assets and capabilities that are critical for success in today's competitive environment, these types of measures can be categorized as non-financial performance measures. Furthermore, Kaplan and Norton (2006) concluded that measurement using only financial measures may damage an organisation's capacities, and a mixture of financial and non-financial measures are better suited for evaluating performance.

Non -Financial Measures:

Several studies (Kaveh Asiaei Ruzita Jusoh, 2017; Fitzgerald et al, 2011; Kaplan and Norton, 2006; Banker et al, 2000) have provided an empirical evidence on the positive impact of non-financial performance measures on the organisations' financial performance in the long-term, this for the reason that, non-financial performance measures provide managers with timely information about the causes and drivers of success and can be used to design integrated evaluation systems. Fisher (2005) states that there are three main reasons for the appearance of

non-financial performance measures:

The limitations of traditional financial performance measures, competitive pressures, and the growth of other initiatives. In addition, Neely (1999) presented several reasons for this performance measures revolution, including increasing competition, changing organisational roles, changing external demands and the power of information technology. Furthermore, it has been argued that this has led to the recognition that financial performance measures do not present a clear picture of organisational performance (Bourne and Neely, 2002). Most studies of non-financial performance measures are related to manufacturing with very few studies including services firms (Kald and Nilsson, 2000). Several studies (Fitzgerald et al, 2011; Kaplan and Norton, 2001; Hussain, et al 2012; Lorenzo, 2008) have highlighted the need to use multidimensional performance measures in the service sector such as the banking sector. Berry et al (1993) discussed performance evaluation in UK bank lending decisions, they

argue that although manufacturing companies tend to emphasise the importance of non-financial performance measures, bankers are concerned with more financial performance measures.

Ostinelli and Toscano (1994) examine the use of non financial measures namely customer satisfaction and improvement in quality management as an operational tool of control in three Italian banks, finding showed that the performance measurement system was able to integrate both financial and non-financial measures to evaluate performance. Hussain et al (2002a), Balfaqih et al (2016) argued that research on the role of management accounting practices in non-financial performance measures in financial institutions (including banks) in three countries Finland, Sweden and Japan, found out that that contextual factors for example economic, normative, coercive factors have affected the role and the use of non-financial performance measures in the financial sector in three different countries. In addition, Al-Eniziet al (2006) examined the use of non-financial performance measures

in the Gulf Cooperation Council Countries in four service companies (one of them was a bank), they suggested that non-financial performance measures have a positive impact on long-term profitability. Hussain and Hoque (2002a) examined what factors affected the design and use of non-financial performance measurement systems in Japanese banks, their results appeared that several institutional features were influential in the banks' implementation of a particular performance measurement system including the central bank's regulatory control, bank size, and competition.

Hussain and Hoque (2002b) assessed the role of management accounting in non-financial performance among Japanese financial institutions-banks, they concluded that management accounting has played a key role in measuring performance in different banks in Japan, but its role in non-financial performance measures has been slight significant than its role in financial performance measures. The findings concluded that non financial performance measures are needed and the contextual fact-

ors affected the use of non-financial performance measurement in the sample studied. Elshkuri (2007) explored the use of non financial performance measurement in Libyan commercial banking sector with four case studies and the effect of environmental factors on the use of non financial performance measurement. The results argued that some motives were reasons for using non financial performance measurement in Libyan commercial banking sector, such as limitation of financial measures, competitive environment, demanding customer, nature of banking industry, issues of management and Old regulations from Central Bank of Libya.

The above suggests that there are relatively few empirical studies which directly examine the use of financial and non financial measures for performance measurement purposes in the banking industry in developing countries, but not in Libya. In addition, the conclusions from related previous studies provide two main arguments regarding the use of financial and non financial mea-

asures. The first argument points out that the use of financial measures is more common and standardized than non financial measures across the organization's sub-units as financial outcomes are the primary performance objectives. The second argument concludes that non financial measures have use beside financial measures in performance measurement systems, because non financial measures are better measures to driving future financial performance, and they reflect the value of long term aspects. Since the 1990s, the balanced use of financial and non financial measures for performance measurement have been strongly recommended by scholars and professionals (e.g. Kaplan and Norton 2006).

It could be argued therefore that if financial measures are still fundamental for performance measurement in the Libyan banking sector context, therefore this paper sets the first hypothesis as follow:

H.1 *The Libyan banks tend to use financial measures rather than nonfinancial measures more frequently.*

Contingency Theory Framework:

Otley, (1980) asserts that the main hypothesis of contingency theory is that, there is no comm. only relevant accounting system for all organisations within different locations and the selection of suitable systems depend on the conditions surrounding organisations. Chenhall (2003) argues that the main stream of contingency studies is to address the contingent nature of management accounting practices, and to be concerned with how management accounting practices might be affected by a selection of contingent variables. The main purpose for adopting the contingency theory framework in the current paper is for the following reasons: Firstly, the contingency theory may provide possible explanations for different uses of management accounting practices including performance measures (Otley, 1980). Secondly, contingency framework supplies the best analytical bottom for the effect of contingent factors on information systems (Jones, 1985). Finally, contingency framework is an empirical framework, wh-

ich allows this study to develop relevant hypotheses, and to enable statistically analyse them, which depends upon the selected factors (Xiao et al, 1996).

Factors Influencing Performance Measures:

Since the 1980s, there are many studies that focus on different aspects of management accounting practices especially in performance measurement such as their relationship with contextual factors (e.g. increasing competition, technological development, environmental uncertainty...etc). These different aspects of the literature will discuss in more detail.

The Influence of Organizational Structure:

Laitinen (2006) and Lorenzo (2008) concluded that the organisational structure is one of the most important factors which affect management accounting practices. Top management may make some modifications in their organisational structure to become more effective and efficient, in order to gain a bigger market share and the survival of

the firm (Hoque, 2005). Bititci et al (2002) contended that organisational structure should be interdependent throughout the life cycle of management accounting practices like performance measurement, successful implementation of these practices will lead to a more participative and consultative management style and may result in significant performance improvements. However, Cobb et al (1995) argue that a change in organisational structure has an indirect effect on management accounting practices because a change in organisation structure is followed by a change in priorities, which may affect management accounting practices. Organisational structure (centralization /decentralization) is considered an important variable influencing the design of management accounting systems. In addition, the issue of authority and power distribution are crucial to an understanding of the control processes within an organization (Waterhouse and Tjessen 1978).

Gordon and Miller (2003) pointed out that the administrative task becomes more comp-

lex, sub-tasks and responsibilities must be delegated to lower levels of management to ease the burden of decision making. Thus increased environmental dynamism, heterogeneity and hostility must often be accompanied by decentralization of power and responsibilities. They add that under these conditions, the accounting information systems may have to become more sensitive and sophisticated for example increasing requirement for formal controls to replace informal controls and producing more explicit reports on the performance of organizational sub-units (i.e. the accounting system itself must become decentralized). Hence the second hypothesis is:

H.2 *The Libyan banks that are more decentralized tend to use non financial measures.*

The Influence of Level of Competition:

There is empirical evidence showing the desire for appropriate management accounting practices in business organisations to meet growing competition (Johnson and Kaplan, 1987; Laitinen, 2006). Cooper and

Ezzamel (2004) and O'Connor et al (2008) argued that motivation for change, in every aspect of organisations and their management accounting practices such as the costing system and performance measurement system, are the new competitive environment. In addition, Hoque (2005) and Abdl-Maksoud (2008) concluded that competition is one of the important reasons that organisations employ specific practices such as non-financial performance measures. Regarding the effect of competition on performance measurement systems, a number of studies stated that conventional performance measures are inappropriate given today's complex competitive environment, consequently, much attention has been given to the need for multiple performance measures (Neely et al, 2001; Hussain, 2005; O'Connor et al, 2008). Thus, there has been much concern about the need for multidimensional performance measures (Kaplan and Norton, 1996; Neely et al., 2001; Hussain and Gunasekaran, 2002). In view of the severe competition faced by the Libyan banks, the effect of competition is selected for inve-

stigation and the paper therefore sets the following hypothesis:

H3. The Libyan banks that are facing competition tend to use financial and non financial measures for performance measurement.

The Influence Organization's Size:

In response to such economic pressures, management accounting practices become adaptive to their environment with various degrees of responsiveness, but the characteristics of the company (e.g. size and type) are a key determinant to the degree of possible change and adaptation to the economic pressures (Granlund and Lukka, 1998; and Hussain and Gunasekaran, 2002). As for the impact of size of organisation performance measurement systems, several previous studies (Chenhall, 2003; Ezzamel, 1990) suggest that top management in big firms will implement a multiplicity of performance measures relative to small firms to motivate managers of different responsibility centers. For example, Chenhall (2003) indicates that size indeed

affects the design of performance measurement systems: larger organizations use more sophisticated performance evaluation systems and tend to introduce non-financial measures. In addition, organisational size might influence the shape of control systems used which tends to be more sophisticated within bigger firms than smaller (Libby and Waterhouse, 1996; Speckbacher et al, 2003). In considering the impact of size of bank on the use of financial and non financial performance measures in the banking sector, this study argues that the size of service of a bank might impact accordingly on the use of financial and non financial measures in the Libyan banking sector. Previous research has indicated that size indeed affects the design of performance measurement systems: big organizations use more sophisticated performance evaluation systems (Chenhall 2003) and tend to introduce non-financial measures (Hoque& James 2000). This results in the following hypothesis:

H.4 *Organisation's size is positively associated with the use of financial and non financial performance measures.*

The Influence of Oriented Business Strategy:

Otley, (1980); Chenhall (2003) and Juson et al, (2008) state that performance measurement systems should be designed to work with business strategy of the organisation, namely the choice of performance measurement systems is dependent on business strategy. In addition, the nature of performance measurement systems are different according to the type of selected business strategy, for example the aim of using non financial performance measures is to achieve long-term competitive advantage, and these practices depend on the managerial strategies and goals (Hussain, 2004; Lorenzo, 2008). Stede, et al (2006) study the relationship between business strategy and the use of non-financial performance measures by Belgian and US managers, they found out that there is a positive relationship between business strategy and the extent of using non-financial performance measures.

However, Langfield Smith, (1997) and Verbeeten and

Boons, (2008) maintains that the influence of business strategy on performance measurement system is not clear and the relationship between them is limited. Even the type of adopted strategy should influence the use of performance measures. Miles and Snow (1978) described patterns of behaviour used by organisations in adjusting to their environments identifying four strategic types of organization (prospectors, defenders, analyzers and reactors).⁽¹⁾ They confirmed that each type has its own unique strategy to its chosen market, and each has a particular configuration of technology, structure, and process that is consistent with its market strategy. Therefore the last hypothesis is:

H.5 *The type of strategy oriented tends to influence the use of financial/non financial measures more frequently.*

Libyan Banking Environment:

The banking sector is one of the most important in Libyan Economy and at the same time one of the most sensitive, structural constituents of the economy of any country. Historical sources show that the first banks

in Libya were established at the end of the Ottoman period at the beginning of the 19th century. Since that time until the middle of the 20th century the commercial banks were branches of foreign banks such as Barclays Bank (Al-Arbah, 1985).

The Libyan banking sector now consists of the Central Bank of Libya, specialised banks (Libyan Arab Foreign Bank, Agricultural Bank, Saving and Investment Bank and Development Bank) and commercial banks. The commercial banks are organisations that have an economic and social role. The Libyan commercial banks consist of public commercial banks [State commercial banks (SCBs) and private commercial banks (Central Bank of Libya, 2001). They have a significant role in the growth of the Libyan economy.

The period (1972-1992) was dominated by the five public commercial banks. On 13 November 1969 a decree was issued to nationalise foreign banks to become Libyan joint stock companies with Libyan nationals owning more than 51% and the majority of their board of directors being Libyans inclu-

ding the chairman. In December 1970 Law No (153) nationalised foreign shares in the commercial banks, specified the contribution of Libyans in the banks, reorganised banks and increased the contribution of the Central Bank of Libya to 51% in banks where it was less than that. In order to keep up with the latest developments in both the national and international environment, legislation was enacted in the 1990s to encourage the private sector to participate in owning and managing commercial banks (Masoud and Al-Shrif, 2002).

From 1993 the banking sector witnessed important developments. Law No (1) 1993 [adjusted by Law No (1) 2005] allowed private banks to be established as well as permitting foreign banks to open branches, agencies or representative offices. The private banks established following this Law are Bank of Commerce and Development, Aman Bank for Commerce and Investment, Al-Ijmaa Al-Arab Bank, Al-Wafa Bank, Representative office of Jordanian Housing Bank and 48 small private banks (Luxford, 2005 and

Central Bank of Libya, 2004) and they compete with the State banks and they have become very effective competitors. To observe international standards, the CBL has issued regulations for the commercial banks, such as the decisions of the Basle Committee concerning the suitability of capital to be in line with international developments and innovations and in order to reach a banking standard to compete in the international banking world.

Research Method and Survey Instrument:

Date has been collected through a questionnaire instrument accompanied with an introductory letter clarifying the purposes and objectives of the entire project. The sample consists of 43 respondents from Libyan banking sector including commercial banks in north east of Libya.⁽²⁾ Managers were directly contacted in order to select a list of banks prepared to cooperate. The survey was conducted by sending a questionnaire during the second half of 2017. After three follow ups by phone calls made to non-respondents to

increase survey response rate, 65 questionnaires (43 usable) were sent back. The final response rate of about 64% represents an acceptable target when the questionnaire involves top and middle management (senior managers and branch managers in Libyan banks in north east.⁽³⁾ The questionnaire was developed and refined as follows: nearly all items in the performance measures and contingent factors were adapted from previously published works. A preliminary draft of the questionnaire was discussed with staff team and some research students at Omar Al mukhtar university and Benghazi university to assess the content validity prior to pilot testing; and a pilot test was conducted with a group of two branches, whose inputs were used to improve the clarity, comprehensiveness and relevance of the survey instrument.

Specifically the questionnaire was structured in two parts. In the first part organizations were asked to indicate on a five point Likert scale -from 1 (not at all important/used), through 3 (moderately), up to 5 (extensively) - the extent to which they used a

set of performance measures coming from academic/practitioner management accounting literature (White 1996; Kaplan & Norton 2006,2000; Gosselin 2005). The second part listed some contingency factors.

Sample features:

Data was analysed using the SPSS package v23.0. The reliability of the questionnaire was also verified. Internal consistency was established using Cronbach's Alpha it was equal to (0.820). The first empirical evidence of the survey is shown displayed through the use of descriptive statistics. Table (1) gives an account about some information including date of establishing, type of business, ownership, the total of assets, and type of business strategy. Table (2), (3), and (4) describe the distribution of respondents by the evaluation of the importance to bank success and the extent of current used of performance measures.

Their adoption does not seem to be related to the organisation (bank) size as confirmed by Hoque & James (2000) for the

balanced Scorecard (BSC) case. To test this empirically an Independent samples t-test was undertaken. It fails to detect any significant difference between Large and smaller (table 5). Organisational structure (table 5) is a construct measured by four items on a five point Likert scale (1 low; 3 moderate; 5 high). It explains the degree of authority/delegation in the organization. Table (6) reports that the level of competition among Libyan banks is of moderate intensity and it is original more from private banks.

Findings and Hypotheses Testing:

To test H1, the financial and non financial performance measures are ranked according to the mean of the extent to which respondents from Libyan banks are ranking them as important to success of long term and are using them in aforementioned practices. Table (7) incorporates tables (3,4, and 5) and accounts for the overall diverse measurements, the last column highlights this indicator which calculates by average standardised rating of importance and using for each

category (financial and non financial measures). This indicator shows that if the level of overall diverse measurements is up to 3 that means banks use diverse sets of performance measures at a high level, however if the rate is less than if means if is not a high level of use for diverse sets of performance measures. From the table, it could be noted clearly that Libyan banks are still relying on financial performance measures.

The highest rate of overall diverse measurement column is financial measures which ranked by mean (3.530) and other the non financial measures are ranked less than the level of absenteeism (ranked +3). Therefore H1 is confirmed.

Contingency Factors and Performance Measures:

A factor analysis is undertaken in order to classify the measures into categories and to find out the underlying themes among the 8 items. Principal Component Analysis (table 8) reveals two interpretable factors with Eigen values greater than 1 that account for 64% of the variance.

The two factors are labelled as follow: Competition (4 items); Decentralised (4 items).

To test the remaining four hypotheses a bivariate correlation is undertaken among the 4 factors two of them coming from the Principal Component Analysis (PCA) (competition, and decentralization), type of business strategy (Miles & Snow's organization strategies namely defender, prospector, and analyzer) and size of organisation (total of assets). Table (8) shows all the results of this analysis. Kendall's tau (t) association coefficients help to determine whether there are some associations among four factors. These estimates are accompanied by p-values from statistical significance tests. Decentralization is positively correlated with quality, financial, employee, and customer measures respectively, but less correlated with community measures. These results sustain the idea that organisations that are more decentralized tend to use more non financial measures. Hence **H.2** is confirmed.

The level of competition is positively correlated with finan-

cial and non financial performance measures (even if these values are not statistically significant). So **H.3** (The Libyan banks that are facing competition tend to use financial and non financial measures for performance measurement) is not confirmed.

With regard to the size of organisation, size of bank is positively correlated with non financial performance measures while it is so with financial performance measures but it is not significant. Thus, **H.4** (Size is positively associated with the use of financial and non financial performance measures) is accepted.

Prospectors are positively correlated with all performance measures while defender is negative correlated with non financial performance measures (even if this value is statistically significant). Furthermore analyzer is positively correlated with non financial performance measures but this is not case with financial measures. Overall these results appear coherent with Miles and Snow's theory given that prospector is positively correlated

with use of non financial performance measures while, at the opposite, defenders are negatively correlated. Therefore, **H:5** (The type of strategy oriented tends to affect the use of financial / non financial measures more frequently) is confirmed.

Discussions:

These findings are consistent with Miles and Snow's (1978) strategic type of organizations theory given that prospector organizations "value being first-in" in new products and market areas even if not all of these efforts prove to be highly profitable. These organizations respond rapidly to early signals concerning areas of opportunity, and these responses often lead to a new round of competitive actions"(Snow and Hrebiniack, 1980). Hence they should rely more on non financial measures than Defenders.

At the opposite end, these discussion will try to protect their domain by offering higher quality, superior service, lower prices and so forth. Often they are "not at the forefront of developments in their industry

and tend to ignore industry changes that have no direct influence on current areas of operation and concentrate instead on doing the best job possible in a limited area"(Snow and Hrebiniack, 1980). Defenders tend to place stronger emphasis on customer-related measures. In fact the Kendall coefficient between Customers is greater than prospectors even if both are not significant. The level of competition is positively weak associated with financial and non financial performance measures but it is not significant. That does not confirm the hypothesis that when banks are in a turbulent/ unstable environment they tend to rely mostly on financial related measures (Gosselin 2005). BSC is positively associated with size of banks. That represents a further confirmation of H2. Banks implementing BSC are using more non financial performance measures.

Conclusions:

Contingency theory have influenced much of the empirical work in the management accounting field emphasizing especially both environment and

strategy role. These latter represent complex problems for companies together with other contingency facets such as dimension, technology, organization design and management accounting systems.

This exploratory study has been designed to test some specific contingency relationships between competition, decentralization, strategic of type organization, innovative management accounting technique (BSC) with the adoption of performance measures. Literature on management accounting has investigated the relationships from a contingency view (Jones, 1985; Chenhall & Morris, 1986) - as, for instance, between business strategy and management control systems (Otley 1980) given that management accounting systems can be identified as an organizational variable whose consistency (structure, shape, characteristics and composition) will depend on a series of circumstances that firms will be forced to face during their existence.

Although Skinner (1969) concludes that the relationship

between operations and corporate strategy is not easily understood. the focus only recently has shifted towards empirical research on performance measurement systems tending to suggest that firms may use types of measures which fit with their strategy (Gosselin 2005), environmental uncertainty (Hoque 2005), advanced management techniques and advanced technologies (Maksoud et al. 2005) in accordance with contingency theory on management accounting.

The main purpose of this paper was to collect some empirical evidence on the level of a set of performance measurements implemented in Libyan banks. Despite literature suggesting firms should increase the adoption of non financial measures in their performance measurement systems, the results of this research confirm that financial measures are still much more used by managers and controllers.

A further purpose was to report how most banks have adopted versions of non financial measurement frameworks

but have failed to align cause and effect relationships with firm strategy. The implications might be the manipulation of performance measures by managers in order to raise earnings and bonuses. Hence, it appears that non financial measures are just as, if not more, susceptible to manipulation than financial accounting measures.

This brief paper gives an initial account of the application of performance measures in Libyan banks explaining their use in non financial measures setting. Overall the results of the research project confirm that Libyan bank managers are still relying on financial performance measures even if less so when non financial is applied. Financial accounting data is useful, but probably more so if they are integrated with non financial performance measures. Specifically these findings confirm a positive trend from managers dealing with non financial to avoid an unbalanced focus on relating incentives to quantifiable financial statement measures (i.e. ROI, ROS, EBITDA and Gross Margin). Indeed using only incentives which are tied to

short-term performance measures can lead managers to focus heavily on short-term gains (Kaplan & Norton 1996) rather than focus on drivers more suitable for long term firm value (Eccles, 1991).

Limitations of the Study:

The aim of this research is to provide a better understanding of what performance measures are used by banks managers. Specifically this paper upgrades the existing theory, establishes relationships between contingencies factors and performance measures with contingency theory and shows some results that it would be not interesting to develop further. However, this paper has some limitations to bear in mind. First of all, the sample comes from the Libyan banks without considering other perspectives (e.g., manufacturing, other services). Furthermore the paper does not consider how these contingency relationships may impact on the organisational performance and what combinations of performance measures can lead to improve financial results and organizational behaviour with more regular use.

Notes:

1. Prospectors are mainly entrepreneurial, innovation and new opportunities orientated.

Defenders defend the existing market, target a narrow market segment (may be a niche market), use a variety of means to defend the existing market.

Analyzers are a hybrid of prospector and defender types. Reactors react to change

2. The reasons for selected the commercial banks in North East region of Libya were : security bottom in Libya that make collect date across Libya is very danger, and the same rules, procedures and systems are exercised in all Libyan banks which make ability to generalization results of this study.

3. Libyan Banks in North East area are commercial and specialized banks in cities of Benghazi ,Elbyda, Almarj and Tubeq.

Reference:

- Abdel-Maksoud, A., Asada, T And Nakagawa, M., 2008. performance measures, managerial practices and manufacturing technologies in Japanese manufacturing firms: state-of-the-art. *International Journal of Business Performance Management*, Vol.10 (1), pp. 1-16.

- Abdel-Maksoud A., Dugdale D., Luther R., 2005. Non-financial performance measurement in manufacturing companies. *The British Accounting Review*, 37(3), September, pp. 261-297.

counting Review,37(3), September, pp. 261-297.

- Al-Arbah, S. A., 1985. The Banking System in Socialist People's Libyan Arab Jamahiriya. *The Institute of Banking Business and Management Publishing*, Al-Dar Arabia for Cyclopaedia, Beirut.

- Al-Enzi, A. M. N., et al., 2006. Non-Financial performance measurement in the banking sector: four grounded theory case studies. *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, Vol.3 (3),pp. 362-385.

- Anderson, S.W., and Lanen, W., 2009. Economic transition, strategy and the evolution of management accounting practices: the case of India. *Accounting, Organizations and Society*, Vol.24 (5-6),pp. 379-412.

- Anthony, R. N., And Govindarajan, V., 2011. *Management Control Systems*. 10th ed. McGraw-Hill, New York.

- Atkinson, A., et al., 2009. New directions in management accounting research. *Journal of Management Accounting Research*, Vol.9, pp. 79-109.

- Banker, R D., Potter, G. and Srinivasan, D., 2000. An empirical investigation of an incentive plan that includes non-financial performance measures. *The Accounting Review*, Vol.75 (1), pp. 65-92.

- Berry, R. H., Crum, R. E. and Waring, A., 1993. *Corporate Performance Evaluation in Banking Lending Decisions*. CIMA, London.

- Bititci, U. S., et al., 2002. Web en-

abled performance measurement systems. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol.22 (11),pp. 1273-1287.

- Bourne, M and Neely, A., 2002. The success and failure of performance measurement initiatives: Perceptions of participating managers. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol.22 (11), pp. 1288-1310.

- Central Bank Of Libya .2001. *Economic Bulletin*, Vol. 41, First Quarter.

- Central Bank Of Libya .2004. *Annual Report*, No. 47th (2003), Musrath Al-Ezdihar Printing, Tripoli.

- Chenhall, R, H., 2003. Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, Organizations and Society*, Vol.28: pp.127-168.

- Chenhall R. H., and Morris D., 1986. The impact of structure, environment, and interdependence on the perceived usefulness of management accounting systems. *The Accounting Review*, LX1 (1),pp. 16-35.

- Cobb, I. Helliar, C and Innes, J., 1995. Management accounting change in a bank. *Management Accounting Research*, Vol.6, pp 155-175.

- Cooper, D and Ezzamel, M., 2004. A social analysis of the assumptions of the balanced scorecard: Towards a more integrated strategic performance measurement system. In 27th *The*

Annual Congress of the European Accounting Association, Prague-Czech Republic.

- Drury, C., 2014. *Management and cost accounting*. 9th ed. Thomson: London.

- Eccles R.G., 1991. The performance management manifesto. *Harvard Business Review*, March-April.

- El-shkuri, Aisha, S., 2007. *Non-Financial performance measurement in the Libyan commercial banking sector four grounded theory case studies*, Doctor of Philosophy of School of Accounting and finance at University of Dundee .

- Ezzamel, L., 1990. The impact of environmental uncertainty, managerial autonomy and size on budget characteristics. *Management Accounting Research*, Vol.1 (2), pp. 181-197.

- Farley, R., 1971. *Planning for Development in Libya, the Exceptional Economy in the Developing World*. Praeger Publishers, New York.

- Fisher, J., 2005. Use of non-financial performance measures. In S.M. Young, Ed, *Readings in Management Accounting*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, pp. 329-335.

- Fitzgerald, L. et al., 2011. *Performance measurement in service business*. London: Chartered Institute of Management Accountants (DIMA).

- Gordon L., Miller D., 1976. A Contingency Framework for the Design of Accounting Information Systems. *Accounting, Organizations and Society*, pp. 59-69.

- Gosselin M., 2005. An empirical study of performance measurement in manufacturing firms. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 54, No. 5/6, pp. 419-437.
- Granlund, M and Lukka, K. S., 1998. It's a Small World of Management Accounting Practices Authors. *Journal of Management Accounting Research*, Vol.10, pp. 153-179.
- Guenther, T. and Gruening, M., 2002. Measuring performance: A cross-sectional empirical survey. In the 25th Annual Congress of the European Accounting Association Copenhagen Denmark.
- Hasan B, et al., 2016. Review of supply chain performance measurement systems: 1998–2015 *Computers in Industry*, Vol 82, pp. 135-150.
- Higgins, B., 1959. *Economic Development*. W. W. Norton & Co., New York.
- Hoque, Z., 2005. Linking environmental uncertainty to non-financial performance measures and performance: a research note. *The British Accounting Review*, Vol.37, pp.471-481.
- Hoque, Z and James, W., 2000. Linking balanced scorecard measures to Size and Market Factors: Impact on Organizational Performance. *Journal of Management Accounting Research*, Vol.12, pp. 1-17.
- Hussain, M. M., 2004. Organisational strategic orientation and its impact on non financial performance measurement in the financial services industry. *Management Research News*, Vol.27 (11/12), pp. 115-133.
- Hussain, M. M., 2005. Management accounting performance measurement systems in Swedish banks. *European Business Review*, Vol.17, pp. 566- 589.
- Hussain, M and Gunasekaran, A., 2002. An institutional perspective of non-financial management accounting measures: a review of the financial services industry. *Managerial Auditing Journal*, Vol.17, pp.518-536.
- Hussain, M., et al., 2002. Accounting standards and practices of financial institutions in GCC countries. *Managerial Auditing Journal*, Vol.17 (7) , pp. 350-362.
- Hussain, M and Hoque, Z., 2002. Understanding non-financial performance measurement practices in Japanese banks: A new institutional sociology perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.15 (2), pp. 162-183.
- Ingrida Balabonienė, Giedrė Večerskienė .2014. The Peculiarities of Performance Measurement in Universities. *Social and Behavioral Sciences*, Vol 156, pp. 605-611.
- Ingrida Balabonienė, Giedrė Večerskienė .2015. The Aspects of Performance Measurement in Public Sector Organization. *Social and Behavioural Sciences*. Vol 213 ,pp. 314-320.
- Ittner, C, D., And Larcker, D, F., 1998. Innovations in Performance Measurement: Trends and Research Implications. *Journal of Management*

Accounting Research, Vol.10, pp. 205-238.

- Ittner, C. D., and Larcker, D. F., 2003a. Coming up short on non financial performance measurement. *Harvard Business Review*, Vol.81 (11), pp. 88-95.

- Ittner, C. D., Larcker, D. F. and Taylor, R., 2003b. Performance implications of strategic performance measurement in financial services firms. *Accounting, Organizations and Society*, Vol.28 (7-8), pp. 715-741.

- Johnson, H., and Kaplan, R., 1987. *Relevance lost: the rise and fall of management accounting*. Boston: MA: Harvard Business School Press.

- Jones, C. S., 1985. An empirical study of the evidence for contingency theories of management accounting systems in conditions of rapid change. *Accounting Organizations and Society*, Vol.10 (3), pp.303-328.

- Jusoj, R., Ibrahim, D, and Zainuddin, Y., 2008. Business strategy-balanced scorecard measures alignment: an empirical test of its performance implications using systems approach. *J. Global Business Advancement*, Vol.1 (2/3), pp.252-270.

- Kald, M and Nilsson, F., 2000. Performance measurement at Nordic companies. *European Management Journal*, Vol.18 (1), pp.113-127.

- Kaplan, R and Atkinson, A., 1998. *Advanced Management Accounting*. 3rd ed. London: Prentice Hall International.

- Kaplan, R and Norton, D., 1992. The

balanced scorecard measures that drive performance. *Harvard Business Review*, Vol.70 (1), pp.71-79.

- Kaplan, R and Norton, D., 2006. Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, Vol.74 (1), pp.75-85.

- Kaplan, R and Norton, D., 2001. Transforming the balanced scorecard from performance measurement to strategic management. *Accounting Horizons*, Vol.15 (1), pp. 87-104.

- Kaveh Asiaei , Ruzita Jusoh. 2017. Using a robust performance measurement system to illuminate intellectual capital. *International Journal of Accounting Information Systems*, Vol 26 ,pp. 1-19.

- Laitinen, E. K., 2006. Explaining management accounting change: evidence from Finland. *International Journal Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, Vol. 3 (2), pp. 252-281.

- Langfied-Simth, K., 1997. Management control systems and strategy: a critical review. *Accounting Organisation and Society*, Vol.22.(2), pp. 207-232.

- Libby, T and Waterhouse, J. H., 1996. Predicting change in management accounting systems. *Journal of Management Accounting Research*, Vol.1, pp.137-150.

- Lorenzo, L., 2008. Performance measures from a contingency perspective: field evidence. *In 31st Annual Congress of the European Accounting*

Association, Rotterdam, April 23-25 European Accounting Association.

- Luxford, K. (2005), "Libya Beats a Path to Foreign Bankers", *Euro money*, (2005), Vol. 36, Issue 437.

- Masoud, A. M. and AL-Shrif, B., 2002. The Libyan Commercial Banks - the Development and Activation", *Journal of Arab Banks Union*, No. 259, pp. 81-88.

- Miles R.E., Snow C., 1978. *Organizational Strategy, Structure, and Process*. New York: McGraw- Hill.

- Neely, A., 2009. The performance measurement revolution: why now and what next. *international Journal of Operations & Production Management* Vol.19 (2), pp.205-228.

- Neely, A., Adams, C. and Crowe, P., 2001 The performance prism in practice. *Measuring Business Excellence* Vol.5 (2), pp. 6-12.

- O'connor, N., Sandra, V. and Francis, C., 2008 Performance consequences of the "Fit" between management accounting and control systems and the environment. In *31st Annual Congress of the European Accounting Association*. Rotterdam, April 23-25: European Accounting Association.

- Ostinelli, C and Toscano, G., 1994. Putting quality to work in banking through management accounting systems: three Italian banks. In *the 17th Annual Congress of the European Accounting Association*, Venice.

- Otley, D., 1980. The contingency theory of management accounting: achievement and prognosis. *Accounting, Organizations and Society*, Vol.5 (4), pp.13-28.

- Otley, D., 2009. Performance management: a framework for management control systems research. *Management Accounting Research* Vol.10 (4), pp. 363-382.

- Pietro Micheli, Luca Mari .2014. The theory and practice of performance measurement. *Management Accounting Research*, Vol 25 (2), pp. 147-156.

- Skineer, W., 1696. Manufacturing missing link in corporate strategy. *Harvard business review*.

- Snow, C.C, Hrebiniak L.G, 1980. Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance. *Administrative Science Quarterly*.

- Speckbacher, G., Bischof, J. and Pfeiffer, T., 2003. A descriptive analysis on the implementation of balanced scorecards in German speaking countries. *Management Accounting Research*, Vol.14 (4), pp.361-387.

- Vandewalle, D., 1998. *Libya since Independence: Oil and State-Building*. Cornell University Press.

- Verbeeten, F. H. M., and Boons, A. N. A. M., 2008. Strategic priorities, performance measures and performance: an empirical analysis in Dutch firms. *European Management Journal*, [online] Available at: doi: 10.1016/j.emj.2008.08.001 Accessed 26th September 2008.

- Waterhouse J. H., Tiessen P., 1978. The contingency theory of managerial accounting: A comment. *The Accounting Review*, (April), pp. 523-529.

- WRIGHT, J., 1981. *Libya: A Modern History*. Croom Helm, London.

- Xiao, Z., Dyson, J. R. and Powell, P. L., 1996. The impact of information Technology on corporate financial Reporting: a contingency perspective. *British accounting review*, Vol.28, pp.203-227.

Appendices:

Table (1) Description of banks covered by the classification of survey

<i>Classification Of banks by year of establishing business typology:</i>				
Number (%)	Before 1980 27 (62.7)	Between 1981-1990 0 (0)	Between 1991-2006 16 (37.3)	After 2006 0 (0)
<i>Classification of banks according to type of business:</i>				
Number (%)		Commercial 26 (60.4)	Specialized 17 (39.6)	
<i>Classification of banks by ownership typology :</i>				
Number (%)	State-owned (public bank)*** 35 (81.4)	Private		
		PAPP* 5 (11.6)	PSE** 3 (6.7)	
<i>Classification of banks by total of assets typology:</i>				
Number (%)		Less than 100 11 (25.5)	100-500 27 (62.8)	Above 500 5 (11.6)
<i>Classification of banks by type of strategy typology:</i>				
Number (%)		Prospector 10(25.6)	Analyzer 18(41.9)	Defender 12(27.9)
State-owned public bank*** = (the state owns more than 50% of their shares), PAPP*= private after process of privatisation (before that they were public), PSE**= private since establishing				

Table (2) The importance of performance measures to bank success

	Mean	Std. D	Comparisons of survey results by Typologies:			
			Ownership		Business	
			S-O	P	C	SP
Financial	3.706	0.774	3.600	3.814	3.686	3.765
Customer	2.985	0.837	2.857	3.116	3.020	2.882
Employee	2.324	0.742	2.257	2.388	2.412	2.059
Quality	3.206	0.907	3.171	3.234	3.196	3.235
Community	2.250	0.655	2.286	2.217	2.255	2.235
UNL un listed banks, L Listed banks, S-O public banks, P private banks, C commercial banks, and SP specialized banks						

Table (3) The use of performance measures for managerial performance evaluation

	Mean	Std. D	Comparisons of survey results by Typologies:			
			Ownership		Business	
			S-O	P	C	SP
Financial	3.809	0.851	3.600	4.031	3.902	3.529
Customer	2.721	0.844	2.429	3.028	2.902	2.177
Employee	2.103	0.694	1.743	2.487	2.294	1.529
Quality	2.765	1.223	1.829	3.756	3.137	1.647
Community	1.838	0.765	1.514	2.184	2.020	1.294

Table (4) The use of performance measures to identify problems

	Mean	Std. D	Comparisons of survey results by Typologies:			
			Ownership		Business	
			S-O	P	C	SP
Financial	3.074	0.997	2.486	3.691	3.314	2.353
Customer	2.265	0.803	1.771	2.789	2.451	1.706
Employee	1.794	0.612	1.571	2.026	1.902	1.471
Quality	2.515	0.985	1.743	3.325	2.824	1.588
Community	1.662	0.563	1.600	1.728	1.686	1.588

Table (5) The organizational structure

Degree of decentralisation in the bank	The level of use			Mean	Std. D	Comparisons of survey results by Typologies:			
	1 / 2	3	4/5			Ownership		Business	
						S-O	P	C	SP
Delegation of Authority.	70.6	26.5	2.9	2.118	0.763	1.657	2.608	2.314	1.529
Feedback to employees.	76.5	23.5	0	1.897	0.756	1.371	2.454	2.098	1.294
Formalization and job description.	47.1	35.3	17.6	2.588	1.011	2.000	3.221	2.824	1.882
Level of decision making taken at the top level of management	1.5	51.5	47.1	3.603	0.756	3.657	3.550	3.706	3.294

Table (6) The market competition and the origin of competition

	Level of intensity of competition			Mean	Std. D	Comparisons of survey results by Typologies:			
	1	2/3	4/5			Ownership		Business	
						S-O	P	C	SP
Competition on prices.	17.6	78	4.4	2.236	0.794	2.200	2.272	2.353	1.882
Competition on Quality & variety of service.	29.4	69.1	1.5	1.985	0.782	1.943	2.033	1.980	2.000
Competition on gaining bigger market share.	47.1	53	0.0	1.588	0.604	1.457	1.721	1.667	1.353
Competition relating to customers.	22.1	69.1	8.8	2.206	0.890	1.771	2.662	2.392	1.647
Origin of competition		Public banks			Private banks		Foreign banks		
Number (%)		22 (51.2)			21 (48.8)				
1= negligible intensity, 2 /3 low intensity and moderately intense, 4/5=highly intense, and extremely intense.									

Table (7) The extent of use of performance measurements

		The extent of importance and use of performance measurements			Overall diverse measurements
		Importance of Performance measures	Use for managerial evaluation	Used for identify problems	
Financial		3.706	3.809	3.074	3.530
Non Financial	Customer	2.985	2.721	2.265	2.657
	Employee	2.324	2.103	1.794	2.074
	Quality	3.206	2.765	2.515	2.829
	Community	2.250	1.838	1.662	1.917
1 = rarely used; 3 = moderately used; 5 = frequently used. 1 = not at all important; 3 = moderately important; 5= very important.					

Table (8) Factor analysis Rotated Factor Matrix for 8 items

	Components	
	Competition	Decentralised
Competition on prices.	0.5778	
Competition on Quality & variety of service.	0,6464	
Competition on gaining bigger market share.	0,8329	
Competition relating to customers.	0,8651	
Delegation of Authority.		0,6326
Feedback to employees.		0,7431
Formalization and job description.		0,5878
Level of decision making taken at the top level of management.		0,5491
Eigenvalues	4.231	4.148
% of variance	10.07	9.875
Cumulative %	10.07	19.95

Table (9) Correlation Matrix Tau (t) Kendall association measure

	Size of bank	Competition	Decentralized	Analysar	Defender	Prospector
Financial	0.079	0.065	.334(**)	0.138	.211(*)	.298(**)
Customer	.192(*)	0.122	.282(**)	.358(**)	-.314(**)	.376(**)
Employee	.432(**)	0.001	.330(**)	.454(**)	-.495(**)	.478(**)
Quality	.578(**)	0.032	.370(**)	.498(**)	-.651(**)	.719(**)
Community	.407(**)	0.133	.210(*)	.403(**)	.406(**)	.335(**)

* Correlation is significant at the 0, 05 level (two - tailed).

** Correlation is significant at the 0, 01 level (two - tailed).

**Critical Success Factors for
Implementing Total Quality
Management in the Libyan Public
Health Sector**

Dr. Abdelsalam M. A. Saad
Public Administration dept, Faculty of
Economics, University of Benghazi.
Dr. Ashref A. Elfaituri
Management dept, Faculty of Economics,
University of Benghazi.

Abstract:

The purpose of this paper is to investigate total quality management (TQM) implementation in the Libyan Public Health Sector (LPHS), in order to assist Libyan public health sector to effectively implement their TQM initiatives. Using existing measures in the literature, five factors have been identified as being critical for successful TQM in the Libyan public health sector, namely; top management support, education and training, patients focus and satisfaction, supplier management, continuous improvement culture. The data used in this study were obtained using a survey questionnaire by (64) managers in the Libyan Public Health Sector. The results revealed that the LPHS is at a low level for TQM implementation and does not make sufficient efforts to improve its quality. This paper contributes to the existing knowledge by investigating the five critical success factors implementation of TQM in a different context. Results from this paper will help any future efforts to develop a framework for implementing TQM in Libyan public health sector in the future.

Keywords: Public Health Sector, Critical Success Factors, Total Quality Management, Libya.

1. Introduction:

The concept of TQM has been developed in the last forty years. During the last decades, TQM has become the most important issue in the public and private

sectors (Jarrett, 2016). Lee, (2012, p. 387) stated that: "Any organization's effort to achieve continuous quality improvements must involve applying various

quality related programs and tools". Such efforts are important for improving the quality of services, especially in the health sector since the quality of care and service is a top priority (Boulter et al, 2013). This has driven many sectors to work with quality issues on a high level and quality management (Liu et al., 2015).

TQM has been used as an approach to developing the organisation's initiatives quality strategies (Hansson and Klefsjo, 2003). Implementing TQM in Public health sector will be better monitored and the quality of life will improve for all especially in places where public sector development is undertaking rapid changes. Increases in productivity and continuous improvement follow when managers in the public health sector implement TQM activities upstream (Halis et al., 2017).TQM has arrived to the health services system and offers a unique opportunity to adopt a powerful tool for strengthening management and to improve performance (Sabella et al., 2015).

2. Literature Review:

In the literature on the health public sector, a significant investigation has been conducted towards the implementation of TQM in the public sector in developed countries (e.g., Jarrett, 2016; Papaioannon et al., 2010; Sonesson and Bock, 2003; Woodall, 2005) In contrast, in developing countries, a few studies have been conducted concerning the TQM implementation in the health public sector (Sabella et al., 2015; Al-Adham, 2004; Manjunath, 2007). However, these countries have faced problems of instability, low productivity, lack of standards, high cost operation, poor quality of services, high storage risks, lack of staff skills(Ajinah; 2009; Hassin 2009; Saad et al., 2014).

In this context, some of the research in Libya has been conducted. Such as considering some studies within a Libyan context, Youseef (2006) five oil companies have been studied. Najeh and Zaitri(2006) have developed a roadmap for implementing TQM in Libyan oil industry. Moreover, Hassin (2009) studied the Libyan electrical

power through investigating nine critical success factors. Halis et al., (2017) studied the applied principles to achieve TQM at Libyan healthcare institutions.

These previous researches in Libya regarding studying TQM within the health sector have been still very low. On the other hand, until now, investigations have neglected critical success factors for TQM implementation in the LPHS. Therefore, this paper is considered to fill the gap by studying critical success factors for implementing TQM, which provides the foundation for the improvement of Libyan public health activities, and programs in general. As one of the largest public sectors in Libya today, the importance of implementing TQM for the health public sector cannot be overstated. The Libyan public health sector needs to change towards TQM implementation. Implementing TQM will help them to achieve better performance and support their competitive position in the Libyan context.

In fact, the Libyan government has spent a large amount of money in the past fifty years

to achieve a better performance in the public health sector. However, the sector is still suffering from high operation cost, a lot of waste; none enhances the recycling of materials, low quality of service, (Libyan Ministry of health, 2010). Subsequently, The Libyan public health sector seeks to maximize efficiency and effectiveness but at the same time must minimize their impacts on the environment. These issues can be resolved by adapting TQM (Mora et al., 2014). In current practice, the ideas of TQM are the key to health sector practice. This paper introduces TQM philosophy to achieve the best results of health service operations in the LPHS.

3. Purpose of the Paper:

The purpose of this paper is to consider the importance of TQM implementation in the Libyan public health sector, and to assist Libyan public health sector to effectively implement their TQM initiatives. This paper is intended to assist LPHS to improve employees' confidence, skills, and performance, and help them to achieve high-quality service, whilst enabling and facilitating competitiveness

with the health public sector.

This paper contributes to the investigating of TQM implementation in the LPHS. As such, this study work will not change the ongoing quality activities, but it will facilitate the performance of TQM and improve services and processes in the Libyan public health sector. Additionally, the researcher seeks to explore any positive aspects that may encourage the implementation of TQM in the LPHS. Results obtained from this paper will help any future efforts to develop a framework for implementing TQM in the Libyan public health sector.

4. Research Objectives:

The following three objectives were formulated:

1. To identify critical success factors for TQM implementation in the LPHS.
2. To identify current problems with TQM implementation in the LPHS.
3. Proposal of practical recommendation to resolve any problems with TQM implementation in the LPHS.

5. Critical Success Factors (CSFs) for TQM implementation in the LPHS:

During the 1990s, quality management has become one of the main issues many sectors (food, electric, oil, etc.,) face and is usually referred to as TQM consequently; TQM has been generally adopted throughout the world (Mora et al., 2014).

Pfau (1989) defined TQM as *"an approach for continuous process improvement the quality of products and service delivered through the participation of all levels and functions of the organization"*.

According to Oakland (2003) *"A comprehensive approach for improving competitiveness and flexibility through planning, organizing and understanding each activity, and involving everyone at each level"*.

It can be seen that the definitions of TQM it is a management approach aimed to develop both the managers, and employees to help them to be creative through a culture of working together (Mora et al., 2014).

To investigate TQM implementation in the LPHS it is important to identify the factors required for the implementation. According to Saraph et al (1989) CSFs as *"critical areas of managerial planning and action that must be practiced to achieve effective quality management in a business unit"*.

TQM literature reveals that there are some different countries that have adopted similar CSFs as criteria for quality awards under different titles (Metri, 2005). These quality awards are derived from three basic awards: the European Foundation for Quality Management (EFQM), the Malcolm Baldrige National Quality Award (MBNQA), and the Deming Prize (DP).

In an attempt to establish empirically validated CSFs and to consider the possibility to implement TQM in the Libyan public health sector. The researcher has identified previous researches relating to CSFs for TQM implementation, and by combining empirical and seeking opinions in the Libyan sectors (Haliset al., 2017; Najeh and Kara-Zaitri, 2004; Sayehet al., 2005; Shembesh and Tulti,

2005; Youssef, 2006, Mora et al., 2014, Saad, 2016). Five factors have been identified as being critical for successful TQM in the Libyan public health sector, namely:

1. Top management support;
2. Education and training;
3. Patients focus and satisfaction;
4. Supplier management;
5. Continuous improvement culture.

As mentioned above in this study, five CSFs of TQM implementation in the Libyan public health sector will be investigated. The empirical analysis aims to investigate these five factors as constructs through which the TQM practices in the Libyan public health sector.

6. Methods:

The questionnaire approach was used to achieve the research objectives mentioned previously. This study has adopted quantitative methods in order to provide more reliable and valid information. Bryman, 2012 stated that *"Quantitative methods rely on a specific enquiry into a problem in order*

to produce numerical data which can be analyzed statistically". Many researchers in the fields of TQM have approved such a method.

6.1 Questionnaire Validity and Reliability:

The validity of the questionnaire was tested by academics and the research staff in the university of Benghazi and by (10) managers in the LPHS. This testing was conducted before the questionnaire distribution in order to ensure an accurate assessment. The Arabic version of the questionnaire was then given to a sample by hand. The back translation method (English - Arabic - English) was used to ensure that the Arabic version of the questionnaire conveyed identical meaning to the respondents.

Amaratunga, (2002) stated that *'The reliability of the data derived refers to the extent to which any procedure produces similar results when repeated, under similar or constant conditions, at all attempts'*. An analysis of internal consistency was carried out on (25) questions about five CSFs in LPHS.

The reliability of the questionnaire was confirmed using Cronbach Alpha measurements. In line with these measurements, achieving a score of (0.70) or more for a reliability coefficient is considered 'good' (Nunnally et al., 1994). As a result, the method developed to measure the items was considered to have high reliability and to be an acceptable instrument for this test. The reliability 'Cronbach's alpha measured of this research was (0.85). This was considered an acceptable instrument for this test.

6.2 Research Context in this Study:

The empirical research was conducted in the Libyan public health sector. The sector was selected because (1) the health public sector in Libya has not received enough of investigative, such as the Oil, Electricity, and Education, whilst the Libyan public health sector has not been researched significantly comparing to these sectors; (2) previous study investigations have neglected CSFs to TQM implementation in the Libyan public health sector; (3) given

that this is the first research in the Libyan public health sector, it is expected that its results will contribute to the development of both the Libyan managers and health public sector.

6.3 Research Sample:

Relating to time and the cost of fieldwork, this current research has limitations. Therefore, the researcher was unable to cover the completely Libyan public health sector. The public health sector that is in the city of Benghazi has been selected. Further, as this research focuses on the TQM implementation,

only the large public hospitals in this city are studied. This is because the quality management as a department in large hospitals appears in a higher position than in small hospitals.

The research sample was conducted within 64 managers (16 managers from each hospital at three levels (top, middle, and low) in three hospitals in the LPHS. The questionnaire was delivered to them all in person as a comprehensive survey. Table (1) shows the sample from the four selected hospitals in the LPHS.

Table (1) the Sample of Management Staff and Employees

Management level Hospitals	Top Management (staff number)	Middle Management (staff number)	Lower Management (staff number)	Total
Al-Jala hospital	2	7	7	16
Benghazi medical centre	2	7	7	16
Al-Kuifea hospital	2	7	7	16
Children hospital	2	7	7	16
Total	8	28	28	64

7. Data analysis:

As previously mentioned, this study used five CSFs in LPHS to investigate TQM implementation. The five CSFs are top management support, education

and training, patients focus and satisfaction, supplier management, continuous improvement culture. A total of (64) questionnaire were distributed by hand to the four LPHS, of which (54) were completed.

To process the data collected from the questionnaire, the questionnaires were coded and entered into a pre-set Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software. Descriptive analysis was used (i.e., the observation of frequencies, percentages, means, and standard deviations) as a method for data examination.

A five-point Likert scale was used in this research. The respondents were asked to score each of the questions (1= strongly disagree, 2= disagree, 3= neutral, 4= agree, 5= strongly agree) relating to perceived extent of five CSFs to TQM implementation in the LPHS. Table (2) shows the scale and score range in this research.

Table (2) the five point Likert scale and score range

scale	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree
Score	1	2	3	4	5
Score range	1-1.80	1.81-2.60	2.61-3.40	3.41-4.20	4.21-5
Level of implementation	Very low	Low	Medium	High	Very High

7.1 Top Management Support:

Table (3) presents the results that are related to top management support in the LPHS. The researcher measured this by five questions related to support improvement activities, motivate the employees to initiate continuous improvement, clear efforts to control and improve of mission, vision and plans related quality, reviewing quality issues

in the top management meetings, providing policies for promoting patients satisfaction.

Table (3) the Results of Data Analysis for Factor 1: Top Management Support

Questions	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree	Mean	Std. Deviation
1. Support improvement activities.	12	14	17	7	4	2.574	1.191
2. Motivate the employees to initiate continuous improvement.	6	20	17	5	6	2.722	1.139
3. Improve of mission, vision and plans related quality.	10	13	20	7	4	3.407	1.149
4. Reviewing quality issues in the top management meetings.	4	6	19	14	11	3.407	1.157
5. Providing policies for promoting patients satisfaction.	10	12	20	8	4	2.704	1.159
Total of Mean & Std. Deviation						2.814	1.189

It can be deduced from Table (3) above that, 26 respondents (48%) answered with 'disagree' or 'strongly disagree' to the question concerning support improvement activities. 26 respondents (48%) answered with 'disagree' or 'strongly disagree' management a motivate the employees to initiate continuous improvement. 23 respondents (42%) answered with 'disagree' or 'strongly disagree' relating to management have clear efforts to control and improve of mission, vision and plans related quality. Results relating to reviewing quality issues in the top management meetings the majority of 25 respondents (46%) answered

this with 'strongly agree' or 'agree', 10 respondents (18%) answered with 'disagree' or 'strongly disagree'. Regarding management providing policies for promoting patients satisfaction, 22 (40%) of the 54 respondents answered 'disagree' or 'strongly disagree', 20 (37%) with 'neutral', and 12 (22%) answered 'strongly agree' or 'agree'.

The mean average of top management support was (2.814). The responses, therefore, showed a medium level of support within the LPHS for implementing TQM, which may indicate managers' interest in improving quality in the LPHS.

7.2 Education and Training:

Table (4) shows the results of data analysis that are related to education and training in the LPHS and the response in each hospital. This factor measured by five questions related to encourages employees to suggest

ideas for work improvement, encourages for reporting work problems, reward to employees' quality achievement, TQM training programs in the hospital, received guidance to achieve their work.

Table (4) the Results of Data Analysis for Factor 2: Education and Training

Questions	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree	Mean	Std. Deviation
6. Encourages employees to suggest ideas for work improvement.	30	13	9	1	1	1.703	.944
7. Encourages for reporting work problems.	8	14	22	8	2	2.667	1.028
8. Reward to employees' quality achievement.	12	15	17	8	2	2.500	1.112
9. TQM training in the hospital.	10	13	19	8	4	2.685	1.163
10. Received guidance to achieve their work.	11	18	8	10	7	2.704	1.341
Total of Mean & Std. Deviation						2.452	1.181

Majority of respondents representing 43 (80%) answered 'disagree' or 'strongly disagree', to the question concerning the hospital encourages employees to suggest ideas for work improvement. while 2 (3%) 'strongly agree' or 'agree', 9 (17%) were answered with 'neutral'. In providing responses to encourages for reporting work problems, 22 (41%) of respondents answered as 'disagree' or 'strongly disagree', 10 (18%) as 'strongly agree'

or 'agree'. Regarding to a system that links reward to employees 'quality achievement, 27 (50%) of the 54 respondents answered 'disagree' or 'strongly disagree'. As shown in Table (4), 23 (42%) of the respondents answered as 'disagree' or 'strongly disagree', to the question concerning TQM training programs available in the hospital. While 19 responses (35%) were answered with 'neutral'. With regard to employee receives the

guidance to achieve their work, 29 (54%) of respondents answered 'disagree' or 'strongly disagree'. while 17 (31%) 'strongly agree' or 'agree', 8 (15%) were answered with 'neutral'.

The mean average of education and training in the LPHS was (2.452). The responses therefore, showed a low level of support education and training within the LPHS for implementing TQM. This indicate the management in the LPHS have a little interest in education and training and recognise the importance of role for training to improve organizational per-

formance and improve the quality of health services.

7.3 Patients focus and satisfaction:

In this part, the researcher asked managers in the LPHS about establish system for measuring patients satisfaction, encourages employees to satisfy patients, patients surveys and feedback process, identify patients' needs for a long time, addresses patients' opinions and suggestions.

Table 5 shows the results of data analysis for patients focus and satisfaction in the LPHS.

**Table (5) the Results of Data Analysis for Factor 3:
Patients Focus and Satisfaction**

Questions	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree	Mean	Std. Deviation
11. Establish system for measuring patients satisfaction.	17	21	8	4	4	2.204	1.188
12. Encourages employees to satisfy patients.	10	19	13	6	6	2.611	1.235
13. Patients surveys and feedback process.	30	13	9	1	1	1.704	.994
14. Identify patients' needs for a long time.	12	19	17	4	2	2.352	1.031
15. Addresses patients' opinions and suggestions.	12	14	17	7	4	2.574	1.192
Total of Mean & Std. Deviation						2.289	1.124

It can observe that from Table (5) the respondents consider that there no establish system for measuring patients satisfaction. Here, 38 (70%) answer this question as 'disagree' or 'strongly disagree'. This result conforms to the 29 (53%) responses which were answered with 'disagree' or 'strongly disagree' relating to managers encourages employees to satisfy patients. Out of 43 (79%) of the respondents answered 'disagree' or 'strongly disagree' show that the hospital do not use of patients surveys and feedback process every year.

As shown in Table (5), 31 (57%) answered 'disagree' or 'strongly disagree', 17 (31%) as neutral, 6 (11%) as 'strongly agree' or agree' to the question concerning the hospital identify patients' needs for a long time. On the other hand, 26 (48%) of 54 responses show that the LPHS do not have addresses any patients' opinions and suggestions seriously.

The mean average of patients focus and satisfaction in the LPHS was (2.289). This average indicates that the level of pati-

ents focus and satisfaction was a low for implementing TQM in the LPHS.

7.4 Supplier Management:

Table (6) presents the results of data analysis to supplier management factor. This factor measured by five questions related to conducts supplier quality audit, selected supplier based on quality rather than price, establishes long-term relationship with suppliers, ensures the quality of supplier before delivery, detailed information about supplier performance.

Tables (6) shows summarize the responses of these questions. Out of the 38 (70%) respondents answered 'disagree' or 'strongly disagree' to the question concerning the hospital regularly conducts supplier quality audit. Out of 20 (37%) of the 54 respondents answered 'neutral', 23 (42%) answered 'disagree' or 'strongly disagree' to the question concerning the suppliers are selected based on quality rather than price. As shown in Table (6), 20 (37%) answered 'neutral', 22 (40%) answered 'disagree' or 'strongly disagree' to the question

Table (6) the Results of Data Analysis for Factor 4: Supplier Management

Questions	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree	Mean	Std. Deviation
16. Conducts supplier quality audit.	17	21	8	4	4	2.204	1.187
17. Selected supplier based on quality rather than price.	10	13	20	7	4	2.667	1.149
18. Establishes long-term relationship with suppliers.	12	10	20	7	5	2.685	1.226
19. Ensures the quality of supplier before delivery.	10	13	20	7	4	2.667	1.149
20. Detailed information about supplier performance.	8	17	17	7	5	2.704	1.159
Total of Mean & Std. Deviation						2.585	1.182

concerning the hospital establishes long-term relationship with suppliers. Regarding the hospital ensures the quality of supplier before delivery, 20 (37%) of the 54 respondents answered 'neutral', 23 (42%) answered 'disagree' or 'strongly disagree', and 11 (20%) answered 'strongly agree' or 'agree'. Out of the 25 (46%) respondents answered 'disagree' or 'strongly disagree', 17 (31%) of respondents answered 'neutral' to the question concerning the hospital has detailed information about supplier performance. The mean average of supplier management in the LPHS was (2.585). The responses therefore, showed a low of

establishes a relationship with suppliers and ensures the quality supplier for implementing TQM.

7.5 Continuous Improvement Culture:

Table (7) shows the results of data analysis to continuous improvement culture factor related to: uses benchmarking to identify the needs for change, building quality culture around all organization's departments, a team approach is taken for problems solving and decision making, self-assessment tools to track and improve performance, tracking cost of quality process for continuous improvement.

**Table (7) the Results of Data Analysis for Factor 5:
Continuous Improvement Culture**

Questions	Strongly Disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly Agree	Mean	Std. Deviation
21. Uses benchmarking to identify the needs for change	8	15	22	7	2	2.629	1.015
22. Building quality culture around all hospital's departments.	13	15	17	7	2	2.444	1.110
23. A team approach is taken for problems solving and decision making.	10	13	20	7	4	2.667	1.149
24. Self-assessment tools to track and improve performance	11	18	8	10	7	2.704	1.341
25. Tracking cost of quality process for continuous improvement.	17	21	8	4	4	2.204	1.187
Total of Mean & Std. Deviation						2.529	1.171

As shown in Table (7), out of 9 (16%) responses answered 'strongly agree' or 'agree' with 23 (42%) 'disagree' or 'strongly disagree' about the question relating the hospital do not use benchmarking to identify the needs for change. On the other hand, 17 (31%) answered neutral with 28 (51%) answered 'disagree' or 'strongly disagree' when asked about building quality culture around all hospital's departments.

The results of the analysis shows that a team approach is not taken as the main feature for problems solving, decision making and continuous improve-

vement. This confirm to the 23 (42%) responses which were answered with 'disagree' or 'strongly disagree'. With regard to the use of self-assessment tools and other mechanisms to track and improve performance, 17 answered 'strongly agree' or 'agree', 8 (14%) 'neutral', 29 (53%) answered 'disagree' or 'strongly disagree'. From Table (7) about 38% confirm that the hospital do not tracking cost of quality process (rework, waste, rejects) for continuous improvement.

The mean average of continuous improvement culture in the LPHS was (2.529). The responses,

therefore, showed a low level of supporting continuous improvement culture within the LPHS for implementing TQM.

8. Findings and Discussion:

The main results of this study indicate that LPHS at an unacceptable level to TQM implementation. The results show that the performance is a lower degree of TQM implementation. The findings identified five CSFs including: top management support, education and training, patients focus and satisfaction, supplier management, and continuous improvement culture. This section presents the results and discussions relating to CSFs for Implementing TQM in the Libyan public health sector.

8.1 Top Management Support:

It can be observed in Table (3) that the first item (support improvement activities) shows as disagree with a mean of (2.574). While the other items show as a neutral with a mean of (2.704 to 3.407). This indicated that managers in the LPHS are at in the medium level to support TQM implementation. The find-

ings for this factor are:

- The responses have revealed that top management in the LPHS has a lack of support in regard to improvement activities they do not have the knowledge and the tools to motivate the employees to initiate continuous improvement, which could improve the quality of their services.
- The questionnaire responses show that top management has a little clear efforts to control and improve of mission, vision and plans related quality.
- Manager in the LPHS are given little importance to reviewing quality issues in the top management meetings.
- Top management in the LPHS have a little activities that are focused providing policies for promoting patients satisfaction.

8.2 Education and Training:

In Table (4) that the first and third items shows as strongly disagree and disagree with a mean of (1.073 and 2.500). While the other items show as a neutral with a mean of (2.667 to 2.704). Data analysis shows that the employees in the LPHS have a low level of education and

training and they still need more effort to be focused on improving practices, for TQM implementation. The findings for the factor of education and training for implementing TQM are:

- LPHS are has a little of support in relation to accepting employee's suggestions that might improve their work.
- The LPHS being researched has little encourages employees about the reporting work problems in the hospital.
- LPHS do not have a system that links reward to employees' quality achievement.
- A TQM training programs for all levels in the LPHS is at medium level and they still need more efforts to be focused on improving receives the guidance to achieve their work.

8.3 Patients Focus and Satisfaction:

It can be seen that from Table (5) the five items show as strongly disagree and with a mean of (1.704 to 2.611). Patients are not satisfied with the services from the LPHS being

researched. There is no comprehensive identification of patients satisfactions and alignment of processes to satisfy the needs. The findings for this factor are:

- LPHS do not establish a system for measuring customer satisfaction and encourages employees to satisfy patients.
- The hospitals do not use patients surveys and feedback process every year.
- The LPHS do not have activities that are focused on satisfying their patient has needs for a long time and addresses patients' opinions and suggestions.
- The hospitals do not comprehensive identification of patients' needs and alignment of processes to satisfy the needs and satisfactions.

8.4 Supplier Management:

Although managers in the LPHS are not aware of the importance of supplier management, their knowledge about a supplier is limited. This confirms that in Table (6) that the five-item shows as a disagree and neutral with a mean of (2.204 to 2.704). This study has revealed that the key findings regarding supplier

management in the LPHS are:

- The hospitals do not have regularly conducts supplier quality audit.
- Suppliers within LPHS are selected based on price rather than quality.
- LPHS no establishes long-term relationship with suppliers.
- The hospitals use a little ensures the quality of the supplier before delivery.
- LPHS have a little detailed information about supplier performance.

8.5 Continuous Improvement Culture:

As shown in Table (7) that the second item in part (5) (building quality culture around all hospital's departments) shows as disagree with a mean of (2.444). In addition, the fifth item in the same part (tracking cost of the quality process for continuous improvement) shows as disagree with a mean of (2.204). While the other items show as a neutral with a mean of (2.629 to 2.704). Data analysis shows that the tracking cost of quality process for continuous improvement and Key processes are not regularly

reviewed in the LPHS to see if they can be improved. The findings for the factor of continuous improvement culture for implementing TQM are:

- Managers in the LPHS do not encourage employees to undertake their individual responsibilities to initiate continuous improvement.
- Continuous improvement culture has not been given attention by managers in the LPHS and it does not play a part in influencing an organisation's level of quality management practices.
- A team approach is not taken (such as quality circles, cross-functional teams) as the main feature for problems solving, decision making and continuous improvement.
- Quality culture around all hospital's departments under research are not given attention by managers in the LPHS.
- Quality improvement culture does not spread across the hospital's departments.

9. Recommendations:

1. Top management of these hospitals should develop quality

manual and see to its implementation;

2. Encouragement of the employee's suggestions is an important issue for implementing TQM in the LPHS; thus the satisfying those employees and to enhancing their suggestions within the LPHS should pay attention;

3. Training must be given to the employees for all level of the hospital. LPHS need to provide training for employees to improve interactive skills (such as communication skills, effective meeting skills, and leadership skills);

4. Managers in the LPHS and supervisors should involve in determine the training needs of the employees under their supervision;

5. Employees in the LPHS need the guidance to achieve their work;

6. Managers in the LPHS should encourage their employees to satisfy patients focus and satisfaction, and works to enhance patients loyalty on the basis of distinctive quality, care for the health, and a shared commitment to social values.

7. Managers at all levels in LPHS should adopt new information systems in their departments to promote high-quality planning and information for employees and to provide all the information needed by the patients about the services of a hospital.

8. The Ministry of Libyan Health (MLH) should support LPHS in delivering the latest technology, which supports the local hospital's contribution to support quality management;

9. The Libyan government should establish new regulations to encourage LPHS to take responsibility for quality issues that cause risks to health, safety, or the environment.

10. Conclusion and Further Research:

The data analysis from the questionnaire identified five CSFs of TQM implementation were empirically identified, which are top management support, education and training, patients focus and satisfaction, supplier management, and continuous improvement culture. The results from this study have indicated that LPHS are not aware of

the importance of quality. Generally, it can be seen that the top management in the LPHS do not have effective quality management program in place to ensure patients satisfaction. Most of the hospitals under research do not provide any formal training for their employees about TQM. The analysis indicated that the LPHS mainly are suffering from a lack of conducts supplier quality audit and do not encourage employees to undertake their individual responsibilities to initiate quality management.

In concluding, this research investigated five critical success factors for implementing TQM which have been derived from literature and empirically studies of fieldwork. This paper will contribute to the LPHS to establish a framework model for the implementation of the TQM in the Libyan context. Particular with the absence of any implementation framework. This study could be replicated in other sectors (education) to investigate these five critical success factors for TQM implementation in the Libyan education sector. Future research is needed to identify the impact of the five CSFs stu-

died in this research for implementation in the Libyan context.

References:

- Ajinah, H. M., 2009. *The Islamic TQM Model an Empirical Study for the Implementation of Total Quality Management in the Saudi Arabian Process Manufacturing Sector*. PhD, Thesis, University of Portsmouth.
- Al-Adham, M., 2004. *Assessment of perceived healthcare service quality at Palestinian hospitals: a model for good hospital management practice*. Master's Annajah National University-Nablus.
- Amaratunga D, David Baldry, Marjan Sarshar, Rita Newton. *Quantitative and qualitative research in the built environment: Application of mixed research approach*. Work Study. 2002; 51(1):17-31.
- Anton Robert Sabella. Rami Kashou. Omar Omran .2015., Assessing quality of management practices in Palestinian hospitals. *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 23 Iss 2, pp. 213 – 232.
- Boulter, L., Bendell, T. and Dahlgard, J. , 2013. Total quality beyond North America. *International Journal of Operations & Productions Management*, Vol. 33 No. 2, pp. 197-215.
- Bryman, A., 2012. *Social research methods, 4th edition*. Oxford University.
- Calvo-Mora, A., Picon, A., Ruiz, C. and Cauzo, L., 2014. The relationships between soft-hard TQM factors

and key business results. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 34 No. 1, pp.115-143.

- D. Kaluzny, Curtis P. Mclaughlin, Kit Simpson. Applying Total Quality Management Concepts to Public Health Organizations. *public health report* May-June 1992, Vol. 107, No. 3, pp. 257-264.

- Hansson, J., and Klefsjo, B., 2003. A core value model for implementing total quality management in small organisations. *The TQM Magazine*, Vol. 15, No. 2, pp. 71-81.

- Hassin, E. M., 2009. *Total Quality Management in Libya: A Study of Its Use in the Electrical Power Generation Industry*. PhD, Thesis, Glasgow Caledonian University.

- Mine Halis1., Mohammed R. and Twati, Muhsin Halis. 2017. Total quality management implementation in the healthcare industry: Findings from Libya. *Management Issues in Healthcare System*, Vol. 3 ,pp. 4-21.

- Irhoma, A., Su, D., and Higginson, M., 2014. Investigating the barriers to Environmental Management Systems implementation in the Libyan oil industry. *Key Engineering Materials*, Vol. 572, pp. 672-677.

- Ivana Škarica, Ana-Marija Vrtodušić Hrgović. 2018. Implementation of Total Quality Management Principles in Public Health Institutes in the Republic of Croatia. *International Journal of Productivity Management and Assessment Technologies* 6:1, 1-16.

- James, P. T. J., 1996. *Total Quality Management*. Prentice Hall Europe.

- Jeffrey E. Jarrett .2016. Total quality management (TQM) movement in public health. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 33 Issue: 1, pp. 25-41.

- Liu, Y., Saitoh, S., Nakada, S., Zhang, X., and Hirawake, T., 2015. Impact of Oceanographic Environmental Shifts and Atmospheric Events on the Sustainable Development of Coastal Aquaculture: A Case Study of Kelp and Scallops in Southern Hokkaido, Japan. *Sustainability Journal*, 7, pp. 1263-1279.

- Loren D. pfau. 1989 . Total Quality Management Gives Companies A way To Enhance Position In Global Marketplace. *Industrial Engineering*, April, pp. 17-21.

- Manjunath, U., Metri, B. and Ramachandran, S., 2007. Quality management in a healthcare organization: a case of South Indian hospital. *The TQM Magazine*, Vol. 19, pp. 129-139.

- Najeh, R., and Zaitri K. C., 2006. A TQM Roadmap in an Oil-Based Economy: A Case Study of the Libya Oil Industry. *Proceedings of the International Association for Management of Technology (IAMOT) conference*, Tsinghua University, Beijing, China, pp. 1-9.

- Nunnally J, Bemstein I., 1994. *Psychometric Theory*. New York, NY, McGraw- Hill Inc;

- Oakland, J. S., 2003. *Total Quality Management*. London: Butterworth-Heinemann Ltd.

- Papaioannon, A. et al., 2010a. Application of multivariate statistical methods for groundwater and boil-

ological quality assessment in the context of public health. *Environ Monit Assess*, Vol. 170 Nos 1-4, pp. 87-97.

- Saad, A., Su, D., Marsh, P., and Wu, Z., 2014. Total Quality Environmental Management toward Sustainability: Need and Implementation in Libyan food Industry. *Key Engineering Materials*, Vol. 572, pp. 84-89.

- Saad, A., Su, D., Marsh, P., and Wu, Z., 2015. Investigating Environmental Management and Quality Management Issues in the Libyan Food Industry. *British Journal of Economics, Management & Trade*, Vol. 9, No.3, pp. 1-16.

- Saraph, J.V., Benson, G.P., & Schroeder, R.G., 1989. An Instrument for Measuring the Critical Factors of Quality Management. *Decision Sciences*, Vol. 20, pp. 810-829.

- Sonesson, C. and Bock, D., 2003. A review and discussion of prospective statistical surveillance in public health. *Journal of the Royal Statistical Society, Series A*, Vol. 166No. 1, pp. 5-21.

- Libyan Ministry of Health. Annual report. Tripoli: Libyan Ministry of Health; 2010.

- Twaissi NM. *An evaluation of the implementation of total quality management (TQM) within the information and communications technology (ICT) sector Jordan*. PhD thesis, University of Huddersfield, Huddersfield, U.K.; 2008.

- Woodall, W.H., 2005. The use of control-charts in health care and public health surveillance. *Journal of Quality Technology*, Vol. 38 No. 2, pp. 89-104.

- Youssef, S., 2006. *Total Quality Management, Framework for Libyan Process and Manufacturing Industries*. Ph.D. thesis, Cranfield University.

ABSTRACTS

**Can the Tourism Sector in Libya
be Considered as a Locomotive for
Sustainable Economic growth?**

Hussen F. Alhwij
Economics dept, Faculty of Economics
and Commerce, Elmergib University.

This research aimed to examine the validity of the "Tourist-led Growth Hypotheses" in the Libyan economy. In order to achieve its objective the research has used the ARDL Model. According to the results of Bound Test the research variables has a long-run relationship. In addition, the estimated long run model has demonstrated that the tourism receipts has a weak negative long run relationship with the economic growth. In the short run context the research has estimated UECM Model which has illustrated the same result regarding the main variable "tourism receipts". Furthermore, the research found that the error correction term was 79.4%. Moreover, the Granger Causality test has indicated that the tourism receipts does not cause the Economic growth in Libya. Therefore, the TLG hypotheses is not valid in the case of the Libyan economy. However, the hypotheses that economic growth cause tourism receipts has been supported.

The Role of Information and Communications Technology in Promoting Services Marketing Practices in Organizations.

Dr. Ahmed S. Elsheref
Marketing dept, Faculty of
Economics, University of Benghazi.

In the marketing field, information and communications technology (ICT) and associated applications (such as E-commerce, E-marketing) have changed the form and manner of marketing practices as well as the ways in which organizations, especially service ones, deal with their customers. So, this research was intended to answer the following question: What is the role of ICT in promoting services marketing practices in organizations? To answer the previous question, and based on the theoretical nature of the research, the concepts and related research contributions were reviewed and analyzed in this regard. The research concluded some implications and provided set of recommendations that might guarantee and advanced pace of use ICT in promoting services marketing practices in organizations.

The Relationship between Intellectual Capital and Entrepreneurship: A Field Research on the Directors of the Administration of Benghazi University.

The aim of this research is to find out the relationship between intellectual capital in its three dimensions (human, structural and relational) and entrepreneurship among the directors of the administrations at Benghazi University. The research society consists of all directors of the University of Benghazi (60). In this context, a questionnaire form was prepared using some previous studies. After the questionnaire was distributed and retrieved, it was found that 47 study forms were filled out by the participants. By subjecting the data and information contained therein for analysis, the study found that there is no significant correlation between intellectual capital in its three dimensions and entrepreneurship among the directors of the administrations at Benghazi University. The results also showed a good practice of the concept of entrepreneurship.

Dr. Randa M. Buker

Public Administration dept, Faculty of Economics, University of Benghazi.

Salma M. Al Masrite

Public Administration dept, Faculty of Economics, University of Benghazi.

Hanan M. Bazina

Public Administration dept, Faculty of Economics, University of Benghazi.

The research recommended that attention should be paid to intellectual capital and its three dimensions, because of its importance in achieving outstanding performance. It also recommended increasing administrative awareness of the concept of entrepreneurship in order to upscale the level of the university.