

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأداء التنظيمي
في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA "

إعداد الطالب/

سارة عبدالمحسن السلوم

233002256

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد محمد حسن

د.فايز جراد

العام الدراسي:

2024

3.....	مقدمة:
5.....	مشكلة الدراسة:
5.....	أهمية الدراسة:
6.....	أهداف الدراسة:
7.....	تساؤلات الدراسة:
7.....	فروض الدراسة:
8.....	نموذج الدراسة:
9.....	الدراسات السابقة:
17.....	التعليق على الدراسات السابقة:
19.....	المنطلقات النظرية للدراسة:
20.....	مصادر البيانات :
20.....	أدوات الدراسة:
21.....	الأساليب الإحصائية المستخدمة:
22.....	حدود الدراسة :
23.....	المراجع:

مقدمة:

شهد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي تحولاً جذرياً في كيفية تواصل الأفراد، سواء في المنزل أو في بيئة العمل، تُعد منصات مثل لينكدإن، فيسبوك، جوجل+، بينترست، تامبلر، وويكبيديا، إلى جانب يوتيوب وتويتر وإنستغرام، أمثلة على تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي الشهيرة، لم تؤثر هذه الوسائل فقط على طريقة التواصل بل قدمت أيضاً فرصاً هائلة للشركات في مجالات العلاقات العامة، والاتصالات الداخلية والخارجية، والتوظيف، والتنظيم والتعاون، وفي مجالات أخرى. (أبو كرم، 2023)

يمكن أن تنشأ مشكلات تتعلق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل يُعد استخدام الموظفين لحسابات وسائل التواصل الاجتماعي الشخصية أثناء ساعات العمل، وتكوين "صداقات" مع الموظفين المرؤوسين، وسوء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، جميعها مخاوف محتملة يجب على أصحاب العمل تطوير وإدارة سياسات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عادة ما يكون قسم الموارد البشرية مسؤولاً عن تطوير وتنفيذ سياسات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى مواكبة المشهد القانوني المتغير باستمرار لوسائل التواصل الاجتماعي. (عويس، 2022)

وسائل التواصل الاجتماعي هي أدوات وتطبيقات تفاعلية قائمة على المعلومات، تُستخدم لمشاركة المعلومات وتسهيل التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي، وتشمل وسائل التواصل الاجتماعي منصات تقليدية مثل فيسبوك وتويتر ولينكدإن، بالإضافة إلى أشكال أخرى مثل منتديات الإنترنت والملفات الشخصية على الإنترنت والبودكاست والصور والفيديو والبريد الإلكتروني والرسائل الفورية وبرامج مشاركة الموسيقى والخدمات الصوتية القائمة على الإنترنت (الصوت عبر بروتوكول الإنترنت)، كما تشمل وسائل التواصل الاجتماعي تطبيقات Web 2.0، مثل المدونات والرسائل النصية ومواقع wiki والتطبيقات الأخرى مثل Google Reader و Google Docs. (الفراجي، 2022)

يمكن للمنظمات الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي بعدة طرق، مثل: عقد جلسات عصف ذهني أو مواصلة المحادثات المستمرة مع الأسئلة والأجوبة على المدون، استخدام مواقع الويكي لإدارة المشاريع ومشاركة أفضل الممارسات ودراسات الحالة البحثية، احتفاظ الرئيس التنفيذي لمدونة أو تسجيل بودكاست بالإضافة إلى تقديم الأخبار للموظفين على الفور. (عويس، 2022)

تعتبر التقنيات التعاونية ذات قيمة في مكان العمل بسبب فعاليتها في تحسين التفاهم والعمل الجماعي وبناء العلاقات وتطوير التواصل الجانبي، الجانب الجديد لوسائل التواصل الاجتماعي هو عامل المحادثة، حيث تتم مشاركة المعرفة من خلال عمليات تشمل المناقشة مع الأسئلة والأجوبة (المنتديات عبر الإنترنت)، أو التحرير التعاوني (الويكي)، أو سرد القصص مع ردود الفعل (المدونات).

كما أن المنظمات التي لا تعتمد وسائل التواصل الاجتماعي في استراتيجية أعمالها تخاطر بفقدان أهميتها في السوق حتى الشركات التقليدية تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي، سواء كان ذلك من خلال الرئيس التنفيذي على تويتر أو صفحة الأعمال على الفيسبوك، تقوم الشركات بشكل متزايد بدمج وسائل التواصل الاجتماعي في عمليات التخطيط الاستراتيجي، مثل التوظيف والتدريب والتطوير، وكذلك للتأثير على التغيير التنظيمي. (حركات، 2020)

يمكن للمنظمات الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي بعدة طرق، مثل: عقد جلسات عصف ذهني أو مواصلة المحادثات المستمرة مع الأسئلة والأجوبة على المدون، استخدام مواقع الويكي لإدارة المشاريع ومشاركة أفضل الممارسات ودراسات الحالة البحثية، احتفاظ الرئيس التنفيذي لمدونة أو تسجيل بودكاست بالإضافة إلى تقديم الأخبار للموظفين على الفور.

ومن خلال توسيع نطاق التوظيف، قد يشهد التوظيف تحسينات من حيث تقليل مدة الوقت اللازم لشغل الوظائف وإيجاد المزيد من المرشحين (وربما مؤهلون أكثر)، قد تؤدي المنظمات التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل تكاليف التدريب مع زيادة تطوير الموظفين ذاتيًا وتعزيز المهارات المستمرة، يمكن أيضًا استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الثقافة التنظيمية أو تغييرها من خلال التواصل. (أبو كرم، 2023)

ونظرًا لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المؤسسات وفي تطوير الأداء التنظيمي جاءت هذه الدراسة بعنوان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأداء التنظيمي في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع "CURA".

مشكلة الدراسة:

إن ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال فتح أفاقاً جديدة وأحدث تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة ، ولقد استطاع التطور المذهل في حقول التكنولوجيا أن يتيح لها الارتباط والتفاعل في كافة المجالات العلمية والعملية ، فبفضل إدخال الأجهزة الالكترونية وإدخال تقنيات متطورة لها في المؤسسات للعاملين لتنمية قدراتهم الوظيفية، أصبحت هذه المؤسسات في تطور وتقدم مستمر، فبعدما كانت قديماً وقبل القرن التاسع عشر تعتمد في عملها على وسائل تقليدية ككتابة الرسائل الإدارية باليد وعدم وجود وسائل اتصال حديثة كان الاعتماد على اليد العاملة التقليدية فقط، ولكن الآن وبفضل التطور التكنولوجي تم إدخال تقنيات متطورة حديثة في العمل وإدخال الوسائل الرقمنة حيث بدأت بواورها تظهر في الثمانيات أدت إلى إعادة الارتباط الإنسان بالآلة (جهاز الكمبيوتر) فرجعنا إلى حيث رجع التنظيم إلى نسق الإنسان آلة أكثر من ذلك صاحب هذه الثورة الرقمية ظهور نظام الشبكات وبرزت هذه الأنظمة شبكة الانترنت حيث وفرت هذه الأخيرة خدمات مرئية مسموعة ومكتوبة وظفتها الإدارات في التسيير ، ولكن مع وصول تقنية أو مواقع الجيل الثاني والجيل الثالث والرابع والهواتف الذكية، أو ما يعرف بالويب يتيح التواصل بين الأفراد، أصبح الانترنت من ضروريات الإنسان العادي يستخدمه في بيئته وفي مكان وفترات عمله، فبين الاستخدام المهني و الاستخدام الخاص لشبكات التواصل الاجتماعي حدث نوع من التداخل والتواصل بين جميع العاملين وبالتالي تأثيره بشكل إيجابي وفعال على الأداء التنظيمي.(حركات، 2020)

ومما سبق يمكننا تلخيص مشكلة الدراسة في التعرف على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأداء التنظيمي في مشاريع رائدات الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في تناولها إحدى الموضوعات الحيوية في العصر الحديث حيث تناولت موضوع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأداء التنظيمي في مشاريع رائدات الأعمال بالمملكة العربية السعودية"، والتي لم تتم دراستها بشكل كافٍ لذلك، من المؤمل أن تكون الدراسة الحالية مجلة علمية حديثة، وتكون هدفاً للباحثين لإجراء الدراسات المتعلقة بنوع الدراسات الحالية، كما تكمن أهمية الدراسات في معالجتها للأداء التنظيمي.

الأهمية العلمية:

تكمن أهمية الدراسة العلمية في أنها تساهم في توضيح الأطر النظرية لجميع المتغيرات التي تناولتها الدراسة من جهة، وفي تفصيل كيفية قياس تلك المتغيرات من جهة أخرى، وتنبع أهميتها مما يلي: تلقي الدراسة الضوء على مفاهيم وسائل التواصل الاجتماعي، الأداء التنظيمي بهذه المواضيع على وجه الخصوص، يقدم توصيات تتعلق بتفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأداء التنظيمي في مشاريع رائدات الأعمال بالمملكة العربية السعودية.

الأهمية العملية:

تنبع الأهمية العملية لهذه الدراسة من كونها تدرس استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأداء التنظيمي في مشاريع رائدات الأعمال بالمملكة العربية السعودية، مما يساعد صناع القرار في مشاريع رائدات الأعمال في السعودية على الاستفادة من نتائج هذه الدراسة في تحقيق مدى فاعلية تطبيق هذه الأنظمة في مؤسساتهم، ومن هنا فإن هذه الدراسة تساعد الشركات على تبني سياسات واضحة ومناسبة، واتخاذ القرارات المناسبة فيما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي، والأداء التنظيمي، وذلك من خلال الأخذ في الاعتبار التوصيات التي قدمتها هذه الدراسة.

أهداف الدراسة:

يكمن الهدف الرئيسي في هذه الدراسة في التعرف على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأداء التنظيمي بأبعاده (الوقت للتسويق- الرضا- الابتكار) في مشاريع رائدات الأعمال "مشروع CURA".

ويتفرع من الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية التي تتمثل فيما يلي:

- التعرف على مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الوقت للتسويق في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال "مشروع CURA" بالمملكة العربية السعودية.
- معرفة مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الرضا كأحد أبعاد الأداء التنظيمي في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال "مشروع CURA"
- التعرف على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الابتكار كأحد أبعاد الأداء التنظيمي في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال "مشروع CURA"

- التوصل إلى مجموعة النتائج والتوصيات المرتبطة بالدراسة.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي بأبعاده (الوقت للتسويق- الرضا- الابتكار) في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA"؟

ويتفرع من السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تتمثل في:

- السؤال الفرعي الأول: ما مدى تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الوقت للتسويق في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA"؟
- السؤال الفرعي الثاني: إلى أي مدى يؤثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الرضا كأحد أبعاد الأداء التنظيمي في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA"؟
- السؤال الثالث: هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الابتكار كأحد أبعاد الأداء التنظيمي في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA"؟

فروض الدراسة:

بناء على مشكلة الدراسة الحالية وأهدافها فيمكننا افتراض مجموعة من الفرضيات تتمثل في:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي بأبعاده (الوقت للتسويق- الرضا- الابتكار) في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.

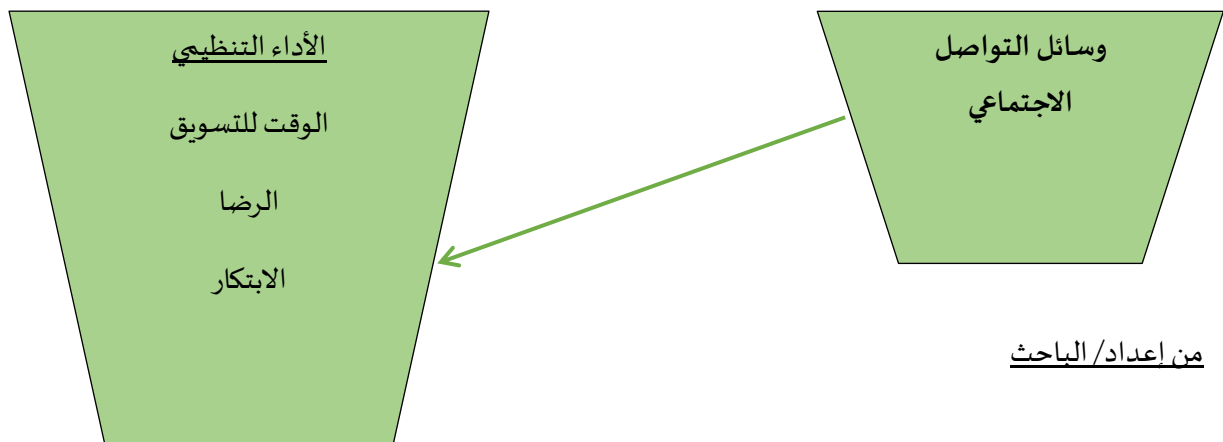
ويتفرع من هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التي تتمثل فيما يلي:

- الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الوقت للتسويق في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.
- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الرضا كأحد أبعاد الأداء التنظيمي في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.
- الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الابتكار كأحد أبعاد الأداء التنظيمي في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.

نموذج الدراسة:

يوضح هذا النموذج العلاقة بين متغيرين الدراسة حيث أنه يهدف إلى التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي بأبعاده (الوقت للتسويق- الرضا- الابتكار) في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.

- المتغير المستقل: وسائل التواصل الاجتماعي.
- المتغير التابع: الأداء التنظيمي بأبعاده (الوقت للتسويق- الرضا- الابتكار)



الدراسات السابقة:

1. دراسة (متولي، 2019)

تهدف الدراسة إلى وصف وتحليل قياسات وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التعرف على تلك القياسات من حيث النشأة والخصائص والمكونات والأدوات وكيفية الاستخدام وأنماط الاستفادة منها، ويتمثل الهدف الرئيسي للدراسة هو بيان إلى أي مدى تتوافق أو لا تتوافق قياسات وسائل التواصل الاجتماعي مع معدلات الاستشهادات المرجعية بمقالات الدوريات، وذلك من خلال تحليل الإستشهادات المرجعية وقياسات وسائل التواصل الاجتماعي في إطار مقارنة على عينة من مقالات الدوريات الأجنبية في مجال المعلومات وتتمثل أدوات جمع البيانات في دراسة الإنتاج الفكري بالإضافة إلى تحليل البيانات المتعلقة بكل من الاستشهادات المرجعية لمقالات الدوريات في مقابل قياسات وسائل التواصل الاجتماعي لنفس المقالات.

وتعتمد الدراسة على المنهج المسحي في التعرف على قياسات وسائل التواصل الاجتماعي واستخداماتها وجوانب تطبيقها.

2. دراسة (حركات، 2020)

بحثت هذه الدراسة في موضوع الجوانب الإيجابية والسلبية لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي.

وتندرج هذه الدراسة تحت مظلة الدراسات الوصفية التحليلية، وقد سعت الباحثة إلى الإجابة على أربعة أسئلة أساسية وهي: 1- ما أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي يقبل عليها الشباب؟ 2- ما أهم الآثار الإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟ 3- ما أهم الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟ وقد اعتمدت الباحثة على منهج التحليل الثانوي للبيانات، وذلك من خلال الاعتماد على الدراسات السابقة التي بحثت في موضوع وسائل التواصل الاجتماعي.

كما كشفت الدراسة عن أهم هناك الكثير من الجوانب الإيجابية لاستخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي، منها استمرار التواصل بين مستخدمي هذه المواقع مع بعضهم البعض، فضلاً عن أنها وسيلة عابرة للحدود والتواصل بين الأشخاص فتتيح للفرد صداقات من دول أخرى كما أنها وسيلة للممارسة الأنشطة الثقافية والاجتماعية التي تسهل عملية التواصل مع الآخرين، أما الجوانب السلبية فتتعلق بدور تلك الوسائل في تحطيم

الخصوصية الفردية، كما أنها تؤثر على سلوكيات المستخدمين وتهدد القيم الاجتماعية، إضافة إلى ذلك فقد خلصت الدراسة إلى أن ترجيح الجوانب السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي فاق في تأثيره على الجوانب الإيجابية.

3. دراسة (الجبر، 2020)

يهدف البحث إلى التعرف على طبيعة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الخبر، مع أسباب ذلك، بالإضافة إلى الوسيلة الأكثر انتشارا بين الصحفيين لاستقاء الخبر.

واستخدمت الباحثة المنهج المسحي عن طريق إجراء مقابلة مع عدد من الإعلاميين وكتاب الرأي في وسائل إعلامية مختلفة، صحافة وتلفزيون، تقليدية وجديدة، وعددهم سبعة أشخاص.

وكانت أبرز نتائج البحث: لا يمكن إغفال وسائل التواصل الاجتماعي كواحد من أهم مصادر الخبر، لذا يحرص المتلقين والصحافيين على استقاء الخبر من وسائل التواصل الاجتماعي لسرعة انتشار الخبر، كما أن توفر وسائل التواصل الاجتماعي في هواتف المستخدمين النقلة يسر حصولهم على الخبر، مع إمكانية إعادة إرساله والتعليق عليه، وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مصدرا مبدئيا للإعلاميين في حصولهم على الخبر، ورغم اعتماد بعض الإعلاميين على تلك الوسائل في حصولهم على الخبر إلا أن معظمهم يسعى إلى التأكد من موثوقية الخبر.

4. دراسة (أوكرم، 2023)

كشفت الورقة عن وسائل التواصل الاجتماعي والحراك الطلابي... حالة الجيل زد في إيران. تعود أسباب الاحتجاجات الأخيرة في إيران إلى وفاة مهسا أميني الفتاة الكردية التي اعتقلت على أيدي شرطة الأخلاق التابعة للنظام في طهران لعدم التزامها بقوانين الحجاب الصارمة في البلاد.

وأوضحت أن الجيل زد شهد استخدام لوسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت ارتفاعا كبيرا حتى أصبح قادرا على التنظيم والتواصل بعضهم مع بعض بطرق كان يستحيل الوصول إليها في السابق وتحدثت عن الحركة الطلابية في الحراك الاجتماعي والسياسي؛ حيث مثلت الجامعات نقاطا ساخنة للنشاط السياسي وحركات المعارضة، وأتاح نمو قطاع التعليم العالي الفرصة للطلاب المناهضين للشاه لتنظيم أنفسهم محليا وخارجيا خلال فترة حكم محمد رضا بهلوي. وأكدت على أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مكن المعارضة من تكريس مفهوم لا مركزية السلطة وطور من قدراتهم للإفلات من عملية الانتقام.

وجاءت النتائج مؤكدة على إسهام استخدام المتظاهرين لوسائل التواصل الاجتماعي في الإفلات من عمليات الانتقام التي تمارسها الدولة والوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور داخل إيران وخارجها، وأن معظم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الذين شاركوا في الاحتجاجات تتراوح أعمارهم بين (18) و(24) عاماً.

5. دراسة (عويس، 2022)

تهدف الدراسة الراهنة بوجه عام إلى دراسة أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية بين أفراد الأسرة الواحدة وما يمكن أن تحدثه من صمت أسري، والوقوف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أفراد الأسرة وحدوث الصمت الأسري.

وتعد هذه الدراسة بمثابة دراسة وصفية تفسيرية أو تحليلية اعتمدت فيها الباحثة على استخدام منهج أو طريقة المسح الاجتماعي عن طريق العينة القصدية.

واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على عدة أدوات لجمع البيانات وهي: صحيفة المقابلة الملاحظة المباشرة، وقامت الباحثة باختيار عينة مكونة من 150 مبحوث من مدينة بني سويف يستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي كمجتمع حضري، و150 مبحوث من قرية شريف باشا يستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي بقلة كمجتمع ريفي. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات أهمها نشر الوعي بأهمية التماسك الأسري والحرص على الجلوس والحوار مع الأهل، وأخيراً ضرورة التوعية بأهمية وسائل التواصل الاجتماعي، والاستخدام الأمثل لها مع ترشيد استخدامها.

6. دراسة (الفراجي، 2022)

هدفت الدراسة إلى توضيح أثر المناخ التنظيمي في إدارة الصراع التنظيمي في الشركة العامة لتجارة الحبوب العراقية / فرع صلاح الدين، وما المشاكل أو العقبات التي تواجه توفير المناخ الملائم الذي من خلاله يقل الصراع

داخل الشركة والذي من الممكن أن تعيا في تبنيها من وجهة نظر المديرين والموظفين أو الزبائن المتكررين في الشركة العامة لتجارة الحبوب العراقية.

وتمثلت مشكلة الدراسة ب (هل يوجد أثر للمناخ التنظيمي المتمثل ب (القيادات الإدارية، الهيكل التنظيمي، المكافأة) على الصراع التنظيمي في الشركة العامة لتجارة الحبوب العراقية، ، وتمثل مجتمع الدراسة بالشركة العامة لتجارة الحبوب فرع صلاح الدين حيث بلغ عدد العاملين في الشركة (200) موظف وشملت الدراسة عينة عشوائية من مختلف المستويات الإدارية تساوي (132).

و توصلت الدراسة إلى أن هناك أثرا للمناخ التنظيمي والمتمثل ب(القيادات الإدارية، الهيكل التنظيمي، المكافأة) على الصراع التنظيمي في الشركة العامة لتجارة الحبوب العراقية.

أوصت الدراسة بضرورة تعزيز العمل الجماعي وتشجيع التعاون وكذلك إشراك العاملين في وضع الخطط والبرامج لمواجهة الصراع.

7. دراسة (عبد الرحمن، 2019)

تناول هذا البحث أثر السلوك التنظيمي على جودة الأداء-دراسة حالة بنك البركة، وهدف إلى توضيح منهج السلوك التنظيمي وأثره على التنظيمات المعاصرة في عملية الإدارة وكفاءة العاملين وتمثلت مشكلة البحث في إن عملية الإدارة بالصورة العلمية الصحيحة ورفع الكفاءة في بعض المنظمات المعاصرة أصحب دون مستوى الطموحات وأثر ذلك على أداء العاملين.

وقامت الفرضية الرئيسة للبحث على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين دراسة منهج السلوك التنظيمي للمدراء بالمنظمات وبين مستوى كفاءة وأداء العاملين فيها.

واتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب دراسة الحالة، واستخدمت الباحثة أدائي الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات، وبلغت عينة الدراسة (40) موظفا من بنك البركة وقد تم اختيار موضوع هذا البحث لارتباط البحث بالأداء ورفع الكفاءة وأهمية ذلك في المسئولية الإدارية بالمنظمات، ثم الدخول في الدراسة الوصول لهذا البحث.

توصل البحث لعدد من النتائج من أهمها بأن الحرص على إتباع معايير عادلة في عملية التحفيز يؤدي إلى تفجير الطاقات الإبداعية لدى العاملين وبأن نظام الحوافز المتعدد مادي ومعنوي يؤدي إلى جودة الأداء وعملية إشراك العاملين في عملية التحفيز تؤدي إلى تحقيق ولائهم التنظيمي، كذلك وضع خطط استراتيجية لعملية التحفيز ضمن الاستراتيجية العامة أسهم في تطوير الأداء، وبالإضافة إلى نظام التدريب يؤدي إلى رفع مستوى أداء العاملين، وأيضا أتباع الأنظمة الحديثة في التعلم يؤدي إلى سهولة تعلم العاملين والاعتماد على الأفكار المتطورة يؤدي إلى تطور الخدمات، كما وأن حرص المؤسسة إلى توفير الموارد المعنوية والمادية يؤدي إلى تطور أدائه.

خرج البحث بعدد من التوصيات من أهمها، على المؤسسة إتباع معايير إنسانية مع العاملين يؤدي إلى استقرارهم الوظيفي، كذلك عملها إتباع الأنماط القيادية الفعالة يؤدي إلى رفع الروح المعنوية، كذلك وجود نظام حوافز متعدد معنوي ومادي يؤدي إلى تطوير الأداء.

8. دراسة (مخلف، 2019)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التوافق الاستراتيجي على الأداء التنظيمي من وجهة نظر عينة من العاملين في مصرف الاتحاد العراقي.

تكون مجتمع الدراسة من كافة العاملين في مصرف الاتحاد العراقي في جمهورية العراق بكافة فروعها البالغ عددهم (340) فردا. أما عينة الدراسة فقد تكونت من عينة عشوائية من الموظفين العاملين في الإدارات العليا والوسطى والدنيا في مصرف الاتحاد العراقي في جمهورية العراق بكافة فروعها والبالغ عددهم (142) فردا.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال العديد من الأساليب الإحصائية أبرزها تحليل الانحدار المتعدد.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد التوافق الاستراتيجي (استراتيجية الأعمال؛ استراتيجية وعمليات تكنولوجيا المعلومات؛ البنية التحتية للأعمال "هيكل الأعمال") على الأداء التنظيمي لمصرف الاتحاد العراقي من حيث (التعلم والنمو؛ التدريب والتطوير؛ الرضا الوظيفي؛ القدرة المالية) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). وعدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لهيكل وعمليات تكنولوجيا المعلومات

على الأداء التنظيمي لمصرف الاتحاد العراقي من حيث (التعلم والنمو؛ التدريب والتطوير؛ الرضا الوظيفي؛ القدرة المالية) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وفي ضوء النتائج أوصت الدراسة بما يلي: 1- إقناع متخذي القرار في مصرف الاتحاد العراقي بأهمية تبني مداخل التوافق الاستراتيجي لمساهمتها الفعالة في تحديد الأولويات الاستراتيجية بما ينعكس على الأداء التنظيمي للمصرف ككل. 2- قيام إدارة مصرف الاتحاد العراقي بالاطلاع على أفضل الممارسات لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في البحث والتطوير لانعكاس ذلك في استراتيجية وعمليات التوافق الاستراتيجي إيجابيا.

الدراسات الأجنبية:

1. (Dodokh, & Al-Maaitah, 2019): Impact of social media usage on organizational performance in the Jordanian dead sea cosmetic sector.

هدفت هذه الدراسة الى التحقق من اثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء المنظمي في شركات منتجات البحر الميت.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطوير أداة الاستبيان وتوزيعها على أكثر من 169 شركة للحصول على المعلومات اللازمة.

أظهرت الدراسة نتائج تدل على وجود أثر إيجابي كبير لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي في شركات البحر الميت، من حيث التكيف السريع، ووقت التسويق، وخفض التكلفة، والرضا، الابتكار كما أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له اثر كبير على تحسين كفاءات الشركات ولا يقتصر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على قسم التسويق في الشركة بل يشمل جميع الأقسام، كما أن النتائج أظهرت وجود استخدام كبير لوسائل التواصل الاجتماعي في الشركات المحدودة والصغيرة، ويوجد نقص في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشركات المساهمة العامة، وظهرت النتائج ان استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الشركات يضيف عليها طابع الميزة التنافسية..

2. دراسة (Tajvidi and Karami 2021):

The effect of social media on firm performance

تهدف هذه الدراسة الى التحقيق في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الشركة مع دور الوسيط للقدرات التسويقية.

في هذا البحث تم استخدام المعادلة الهيكلية لتحليل البيانات، حيث تم توزيع استبانة على 384 عينة من الفنادق حيث تم جمع المعلومات بواسطة البريد الالكتروني.

وتوصلت نتائج الدراسة الى أن القدرات التسويقية وتحديدًا العلامة التجارية والابتكار تتوسط بشكل إيجابي وكبير في الارتباط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأداء الشركات.

3. (shanker,2017)

Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior

هدفت إلى معرفة أثر سلوك العمل المبتكر كمتغير وسيط على العلاقة بين المناخ التنظيمي الابتكاري والأداء التنظيمي، وإلى تحقيق العلاقة بين سلوك العمل المبتكر والمناخ التنظيمي الابتكاري والأداء التنظيمي.

حيث استخدمت الدراسة المنهج الكمي باستخدام الإستبانة وقد تم توزيعها على 202 مديراً.

وأظهرت النتائج أن العلاقة بين المناخ التنظيمي الابتكاري والأداء التنظيمي كانت قوية وأن المناخ التنظيمي الابتكاري كان له أثر إيجابي على سلوك العمل المبتكر وهذا يدل على أن وجود ثقافة ابتكارية تلعب دوراً في مساهمة تعزيز سلوك العمل الابتكاري، فالثقافة الابتكارية هي جزء لا يتجزأ من المناخ الابتكاري السائد في المنظمة. كما أن الموظفون أكثر عرضة للانخراط في سلوك العمل المبتكر عندما يتم منحهم الحرية والاستقلالية لأنه يعزز التصور بأنهم قادرون على التحسين والتحكم في ظروف عملهم كما وجدت الدراسة إلى أن سنوات الخبرة والعمر تؤثر على المناخ الابتكاري والسلوك المبتكر للمديرين وأوصت الدراسة بضرورة تكرار الدراسة في الشركات الخاصة وأن تستند إلى أحجام أكبر من العينات مما يسمح بإجراء تحليل أكثر قوة.

4. (Alam & Islam ,2021)

Examining the role of environmental corporate social responsibility in building green corporate image and green competitive advantage

هدفت الدراسة إلى دراسة دور المسؤولية الاجتماعية للمنظمات البيئية في بناء صورة الشركة الخضراء والميزة التنافسية الخضراء، تم جمع البيانات والعينة تم إجراء مسح استبيان ذاتي الإدارة في يوليو 2019 في مصانع الملابس في بنغلاديش.

استخدمت الدراسة عينات عشوائية بناء على (53) شركة ملابس مسجلة في بورصة دكا. تم إرسال إجمالي (340) استمارة لجمع البيانات. تم اختيار موظفي الإدارة من المستوى المتوسط والعالي كمستجيبين حيث من المتوقع أن يمتلكوا المعرفة حول الاهتمام بالإدارة الخضراء والسلطة الرسمية لاتخاذ القرارات التشغيلية والإدارية ذات الصلة. من بين الاستبيانات المرسله، تم إرجاع (302) استبيان ووجد أن (268) منها مفيدة لهذا التحليل التجريبي مع معدل استجابة ناجح بلغ (78.30%). تم اختيار صناعة الملابس لغرض البحث لأن هذا القطاع ملزم بالتعامل الصارم مع نفاياته البيئية للامتثال للوائح البيئية. علاوة على ذلك، يواجه هذا القطاع مشكلات امتثال هائلة من مشترين أجنبى مختلفين. لذلك، هناك ضغط كبير على هذا القطاع من الداخل والخارج.

بينت نتائج الدراسة أن صورة الشركة الخضراء كانت مفيدة في إعدادات الأعمال الحديثة فيما يتعلق بتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الشركة، وفي هذا الصدد يمكن أن يلعب المسؤولية الاجتماعية للمنظمات البيئية دوراً حاسماً في بناء صورة الشركة الخضراء والميزة التنافسية الخضراء. أوصت الدراسة إلى إجراءات إدارية استباقية فيما يتعلق بالاستدامة التنظيمية لبناء صورة الشركة الخضراء والميزة التنافسية الخضراء، وأوصت أيضاً الوعي البيئي السائد للعملاء والمبادئ البيئية المرتبطة بها واتخاذ الشركة مبادرات تسويقية خضراء لإرضاء السوق الأخضر في قواعد العملاء المختلفة. كما أوصت أنه على المديرين تعزيز الشرعية البيئية للمنظمات من خلال ممارسة مبادرات تتعلق بدعم الصورة الخضراء للمنظمة.

التعليق على الدراسات السابقة

تعتمد معظم الدراسات على وسائل التواصل الاجتماعي كأداة أساسية لتحسين الأداء التنظيمي، مما يعكس أهمية هذه الوسائل في تعزيز جوانب مثل التسويق، الرضا، والابتكار. في مشروع "CURA"، تُستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز قدرة رائدات الأعمال على الوصول إلى العملاء وزيادة التفاعل معهم. بالإضافة إلى ذلك، تعتمد دراسات مثل (متولي، 2019) و (Dodokh & Al-Maaitah, 2019) على المنهج الوصفي التحليلي، وهو نفس المنهج الذي يمكن استخدامه في دراسة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على مشاريع رائدات الأعمال في السعودية. هذا المنهج يساعد في تقديم تحليل مفصل وشامل للتأثيرات المختلفة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

تركز الدراسات على قياس الأداء التنظيمي من خلال مؤشرات مثل الوقت للتسويق، الرضا، والابتكار. هذه المؤشرات هي أيضًا جوانب رئيسية في تقييم نجاح مشاريع رائدات الأعمال في المملكة العربية السعودية. على سبيل المثال، دراسة (Tajvidi and Karami, 2021) تركز على أداء الشركات وتستخدم مؤشرات مشابهة. تعتمد العديد من الدراسات على الاستبيانات لجمع البيانات، وهي أداة فعالة للحصول على معلومات دقيقة من المشاركين. يمكن تطبيق نفس الأداة في دراسة مشروع "CURA" لجمع بيانات حول كيفية استخدام رائدات الأعمال لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك على أدائهم التنظيمي.

واختلفت دراسات مثل (أبو كرم، 2023) على التأثيرات الاجتماعية والسياسية لوسائل التواصل الاجتماعي، يركز مشروع "CURA" على التأثيرات الاقتصادية والتنظيمية. هذا الاختلاف في المجال يبرز تنوع استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها المتعددة. تختلف الدراسات في السياقات الثقافية والجغرافية التي تركز عليها. على سبيل المثال، دراسات (Dodokh & Al-Maaitah, 2019) تركز على قطاع مستحضرات التجميل في الأردن، بينما يركز مشروع "CURA" على مشاريع رائدات الأعمال في المملكة العربية السعودية. هذا الاختلاف يمكن أن يؤثر على النتائج بسبب الفروق الثقافية والاجتماعية.

على الرغم من استخدام الاستبيانات كأداة رئيسية، تختلف الدراسات في الأدوات والمكونات التي تركز عليها. مثلاً، دراسة (متولي، 2019) تركز على قياسات وسائل التواصل الاجتماعي والمكونات المختلفة مثل الاستشهادات المرجعية، في حين يمكن لمشروع "CURA" التركيز على الأدوات المستخدمة لتعزيز الابتكار والرضا بين رائدات الأعمال. تختلف الدراسات

في الأهداف والنتائج المستهدفة. بينما تهدف دراسة (Tajvidi and Karami, 2021) إلى فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الشركات بشكل عام، يهدف مشروع "CURA" إلى فهم تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي لمشاريع رائدات الأعمال بشكل محدد. هذا ينعكس في تحديد الأهداف الخاصة بالوقت للتسويق، الرضا، والابتكار كمؤشرات رئيسية للأداء.

وبالرغم من كثرة الدراسات التي تناولت تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي في مختلف القطاعات والمجالات، إلا أن هناك فجوة بحثية واضحة فيما يتعلق بدراسة هذا التأثير بشكل خاص على مشاريع رائدات الأعمال في المملكة العربية السعودية، ولا سيما في إطار مشروع "CURA". تعتبر هذه الفجوة البحثية مهمة للأسباب التالية:

- غالبية الدراسات السابقة ركزت على الشركات الكبيرة أو القطاعات التقليدية مثل الإعلام والتعليم والصناعة، بينما هناك ندرة في الأبحاث التي تتناول المشاريع الصغيرة التي تديرها النساء. هذا يشير إلى الحاجة الملحة لدراسة كيف يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي دعم وتعزيز أداء هذه الفئة المهمة من رواد الأعمال.
- البيئة الثقافية والاجتماعية في المملكة العربية السعودية بشكل كبير عن تلك الموجودة في الدول الأخرى التي تناولتها الدراسات السابقة. وبالتالي، من المهم فهم كيفية تأثير هذه العوامل المحلية على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأداء التنظيمي في سياق المشاريع النسائية.
- ركزت الدراسات السابقة على أبعاد محددة للأداء التنظيمي مثل الكفاءة العامة أو الرضا الوظيفي بشكل عام، دون الخوض في تفاصيل مثل الوقت للتسويق، الرضا، والابتكار بشكل محدد. هذه الأبعاد هي بالغة الأهمية في سياق المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال، حيث تلعب هذه العوامل دوراً حاسماً في نجاح المشروع واستمراره.
- بالرغم من الإشارة إلى الابتكار كعنصر مهم في بعض الدراسات، إلا أن كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الابتكار في المشاريع النسائية الصغيرة لم يتم استكشافها بشكل كافٍ. يحتاج البحث إلى التركيز على كيفية استغلال منصات التواصل الاجتماعي لتشجيع وتسهيل الابتكار بين رائدات الأعمال.

- هناك نقص في الدراسات التي تقدم توصيات عملية موجهة لرائدات الأعمال حول كيفية تحسين أدائهن التنظيمي من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. يحتاج هذا الجانب إلى مزيد من البحث لتزويد رائدات الأعمال بأدوات واستراتيجيات قابلة للتطبيق يمكنهن استخدامها لتعزيز نجاح مشاريعهن.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تنطلق من هذه الدراسة مجموعة من المصطلحات التي تتمثل فيما يلي:

- وسائل التواصل الاجتماعي:

يشير مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي إلى مواقع الإنترنت والتطبيقات التي يمكنك استخدامها لمشاركة محتوى أنشأته وتتيح لك وسائل التواصل الاجتماعي أيضًا الرد على المحتوى الذي ينشره الآخرون، وقد يتضمن ذلك الصور أو النصوص أو التفاعلات أو التعليقات على منشورات الآخرين وروابط المعلومات. تشير كلمة وسائل التواصل الاجتماعي إلى المنصات التي تتيح التفاعل بين الأشخاص حيث يشاركون أو يتبادلون المعلومات والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية، ويوجد العديد من وسائل التواصل الاجتماعي حاليا والتي تضم فيسبوك (Facebook) وتويتر (Twitter) وإنستغرام (Instagram) وتيك توك (Tik Tok) وغيرها، وجميعها تقدم خدمات متنوعة ومميزة.

- الأداء التنظيمي

الأداء التنظيمي في المنظمات بكافة أنواعها هي حصيلة استثمار حقيقي من قبيل المنظمة لقدرات ودافعية العاملين داخل المنظمة وخارجها ، ومما لا شك فيه أن مستوى الأداء للعاملين وللمنظمة علي حد سواء يمثل مقياسا حقيقيا لمدي نجاح إدارة الموارد البشرية بالمنظمة ومدي سلامة برامجها المستخدمة نحو تحقيق ميزة تنافسية قوية راسخة. إن إدارة الأداء الوظيفي هي عملية بالغة الأهمية؛ لتحقيق النجاح التنظيمي؛ فهي تساعد المنظمات على تحديد، وقياس أداء الموظفين، وضمان أنهم يحققون أهداف المؤسسة، ومن أهم فوائد هذه الإدارة ما يلي: زيادة الإنتاجية: عندما تُحدّد أهداف واضحة للموظفين، ويُقدّم الدعم اللازم لهم؛ فإن ذلك يساعد على تحسين أدائهم، وزيادة إنتاجيتهم.

المنهجية وطرق البحث:

نظرا لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي بأبعاده (الوقت للتسويق- الرضا- الابتكار) في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية، وعلى هذا الأساس تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث استخدمنا في الجانب النظري المنهج الوصفي الذي يعمل على توضيح متغيرات الدراسة ، مع استخدام المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لأنه يعمل على التحليل والربط بين النتائج التي توصل إليها و يعمل على تفسيرها ثم إصدار الأحكام المناسبة.

مصادر البيانات :

اعتمدت الدراسة على المصادر التالية في جمع البيانات والمعلومات:

- المصادر الثانوية: قام الباحث بالرجوع إلى الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والأدبيات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول موضوع الدراسة والبحث في مواقع الإنترنت المختلفة لتقديم الإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة.
- المصادر الأولية: قام الباحث بإعداد استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات مباشرة من أفراد العينة، حيث تكونت من عدد من الفقرات بهدف التعرف على أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي بأبعاده (الوقت للتسويق- الرضا- الابتكار) في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.

أدوات الدراسة:

تم العمل على الاستبانة لتناسب مع متغيرات الدراسة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- القسم الأول: وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من بالمملكة العربية السعودية والمتمثلة ب: النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والوضع المهني.

- القسم الثاني: اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لاختبار أسئلة وفرضيات الدراسة والإجابة عنها قام الباحث باستخدام التقنيات الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences - SPSS كما يلي:

— أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: والتي تم استخدامها لوصف الخصائص الديمغرافية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة، وتشمل:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية للعاملين عينة الدراسة.
- النسب المئوية: تم استخدامها لمعرفة التوزيعات التكرارية للعاملين عينة الدراسة.
- المتوسط الحسابي: استخدم لمعرفة متوسط إجابات للعاملين عينة الدراسة عن فقرات الأبعاد.
- الانحراف المعياري: استخدم لمعرفة تشتت إجابات العاملين عينة الدراسة عن المتوسط الحسابي.

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- معامل الثبات كرونباخ الفا: للتعرف على مدى الاتساق الداخلي لفقرات ابعاد متغيرات الدراسة.
- الانحدار المتعدد: لاختبار اثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- ارتباط بيرسون: للتحقق من عدم وجود ارتباط ذاتي عالي بين ابعاد المتغير المستقل.
- Kolmogorov-Smnnov للتعرف على تحقق ظاهرة التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.

- تحليل الانحدار الهرمي: لاختبار دور المتغير المعدل في تحسين أثر المتغير المستقل في المتغير التابع

حدود الدراسة :

- حدود موضوعية: قامت الدراسة أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء التنظيمي بأبعاده (الوقت للتسويق- الرضا- الابتكار) في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.
- حدود مكانية: المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.
- حدود زمنية: العام الدراسي 2024.
- حدود بشرية : تم التطبيق على العاملين في المشاريع الصغيرة لرائدات الأعمال " مشروع CURA بالمملكة العربية السعودية.

المراجع:

1. أبو كرم، شادي. (2023). وسائل التواصل الاجتماعي والحراك الطلابي: دراسة حالة "الجيل زد" في إيران. مجلة الدراسات الإيرانية، مج7، ع7، 17 - 19. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1387112>
2. الجبر، مها بنت أحمد سليمان. (2020). إستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار. مجلة القراءة والمعرفة، ع220، 297 - 318. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1036854>
3. حركات، سميرة عمار، بخيت، سيد حسنين، و إبراهيم، حمدالله أحمد كيلاني. (2020). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات. المجلة العلمية لكلية الآداب، ملحق، 283 - 316. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1125217>
4. السمرور، سجاد محمد عبد الكريم، (2023)، (رسالة ماجستير)، جامعة مؤتة، كلية الدراسات الإسلامية، الأردن.
5. عبدالرحمن، صبا عمر عوض، و أحمد، فيصل محمد علي. (2019). أثر السلوك التنظيمي علي جودة الأداء: دراسة حالة بنك البركة - الرئاسة الخرطوم 2017 م - 2019 م (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة إفريقيا العالمية، الخرطوم. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1028839>
6. عبدالهادي، محمد فتحي. (2017). قياسات وسائل التواصل الاجتماعي: أرض بكر للبحوث والدراسات العربية. المؤتمر الثامن والعشرون: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي، القاهرة: الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم)، 1 - 17. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/854084>
7. عويس، لمياء محمد، محمد، جلال مديولي، و عبدالله، محمد حمزة أمين. (2022). وسائل التواصل الاجتماعي والصمت الأسري: دراسة ميدانية بمحافظة بني سويف. مجلة كلية الآداب، ع62، 197 - 220. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1314383>
8. الفراجي، محمد مظهر مزعل. (2022). أثر المناخ التنظيمي في إدارة الصراع التنظيمي: دراس ميدانية في الشركة العامة لتجارة الحبوب العراقية / فرع صلاح الدين. تنمية الرافدين، مج41، ع135، 200 - 226. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1318229>

9. متولي، أحمد سعيد أحمد، و حسن، فايقة محمد علي. (2019). قياسات وسائل التواصل الاجتماعي: المفهوم والتحديات، دراسة تحليلية. الإنجازات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مج26، ع51، 435 - 459. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/947067>

10. مخلف، محمود منير، و الدوري، زكريا مطلق. (2019). أثر التوافق الاستراتيجي على الأداء التنظيمي: دراسة تطبيقية لعينة من العاملين في مصرف الاتحاد العراقي (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الاسراء الخاصة، عمان. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1057397>

المراجع الأجنبية:

1. Alam, S. M. Shufuil, Isalm, K. M. Zahidul, (2021), Examining the role of environmental corporate social responsibility in building green corporate image and green competitive advantage, International Journal of Corporate Social Responsibility, 6:8, pp.1-16
2. Dodokh, A., & Al-Maaitah, M. A. (2019). Impact of social media usage on organizational performance in the Jordanian dead sea cosmetic sector. European Journal of Business and Management, //(2), 75-91.
3. Shanker, R.; Bhaugopan, R.; Heijden, V.; & Farrell, M. (2017). Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior. Journal of Vocational Behavior, 100(1), 67-77.
4. Tajvidi, R., & Karami, A. (2021). The effect of social media on firm performance. Computers in Human Behavior, 115, 105174.

Mid-Ocean University

College of Management

Department of bussinssManagement



**Using Social Media and Its Impact on Organizational Performance
in Small Business Projects for Women Entrepreneurs: "CURA
Project"**

Preparation:

Sara Abdelmohsen Al-Salloum

233002256

Supervision:

Dr. Al-Faisal Abdul Hamid Mohammed Hassan

Dr. Fayez Jard

2024