

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي بالتطبيق
على شركة بنده في مدينة جدة
"دراسة حالة"

اسم الطالبة :

نجوى عبده نور

2021205271

المشروع النهائي- 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الشكر والتقدير

أحمد الله تعالى أولاً وآخرًا على الفضل العظيم الذي منحني إياه، ثم أتقدم بالشكر لمن فضلهما لا ينقطع عليّ والدي الحبيبين على كل جهودهم منذ لحظة ولادتي إلى هذه اللحظات المباركة، أنتم يا أبي وأمي نجاحي وفرحتي وكل شيء جميل في حياتي، ويسرني أن أوجه الشكر الجزيل لكل من نصحتني أو أرشدني أو ساهم لو بشيء قليل أو وجهني في إعداد هذا البحث وإيصالي للمراجع والمصادر المطلوبة في أي مرحلة من المراحل التي مررت بها كما يسرني أن أشكر إدارة الجامعة الموقرة (جامعة ميدأوشن) وأسأل الله أن يجزيهم تعالى خير الجزاء والحمد لله رب العالمين.

الإهداء

إلى من كان لي سنداً وعوناً عند الشدائد طوال عمري ، إلى الرجل الأبرز في حياتي:

أبي العزيز

إلى القلب المعطاء والصدر الحاني:

أمي الحبيبة

إلى من شد الله بهم عضدي فكانوا خير معين:

إخواني وأختي

إلى كل من ساعدني ولو بحرف في حياتي الدراسية

مستخلص الدراسة

الهدف: تهدف الدراسة الحالية لدراسة الدور الوسيط لدور وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي وذلك بدراسة حالة مجموعة من موظفي شركة بنده في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية.

المنهجية: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، والدراسة دراسة كمية ، وبلغ مجتمع الدراسة 31 من موظفي الشركة ، وبلغت عينة الدراسة 31 مفردة ، وعكس نتائجها على مجتمع الدراسة ، وتم تحليل الدراسة باستخدام برنامج (SPSS).

النتائج: توصلت الدراسة الحالية إلى أنه توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي وبين الأداء الوظيفي و يوجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي وبين الأداء الوظيفي وأنه يوجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي وبين إنجاز المهام .

التطبيقات والأهمية: توصلنا إلى الأهمية البالغة لوسائل التواصل الاجتماعي بمكوناتها في تطوير الأداء الوظيفي للموظفين في الشركة ، وأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر تأثيراً إيجابياً على الأداء الوظيفي .

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي ، الأداء الوظيفي .

Abstract

Objective: The current study aims to study the mediating role of social communication as a means of job performance by studying the case of a group of employees of Panda Company in Jeddah, Saudi Arabia.

For beginners: The study was based on the descriptive analytical approach, and the study is a quantitative study. The study community was 31 company employees, and the study sample was 31 individuals. Its results were reflected on the study community, and the study was analyzed using the (SPSS) program.

Results: The current study concluded that there is a significant relationship. There is a statistically significant positive relationship between social media and job performance. There is a statistically significant moral relationship between social media and job performance. There is a statistically significant moral relationship between social media and task completion.

Recommendations: We have reached the great importance of social media and its components in developing the job performance of employees in the company, and that the use of social media. Social media has a positive impact on job performance.

Keywords: Social media, job performance

جدول المحتويات

1	الشكر والتقدير
2	الإهداء
3	مستخلص الدراسة
9	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
10	1.1. المقدمة:
11	1.2. مشكلة الدراسة
11	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
11	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
12	1.3. أهمية الدراسة
12	1.3.1. على المستوى النظري:
12	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
13	1.4. أسئلة الدراسة
13	1.5. أهداف الدراسة
13	1.6. فرضيات الدراسة
13	1.7. نموذج الدراسة
14	1.8. الدراسة الميدانية
15	1.9. مخطط المشروع
16	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
17	2.1. المقدمة:
17	2.2. المتغير المستقل
25	2.3. المتغير التابع
29	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
30	2.5. الخاتمة
32	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة
33	3.1. المقدمة
33	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
34	3.3. تصميم البحث (بصلة البحث)
35	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
35	3.5. طريقة جمع البيانات
36	3.6. أنواع البيانات

36	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
37	3.8. الخاتمة
38	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
39	4.1. المقدمة
39	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
44	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
49	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
51	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
57	4.6. الخاتمة
59	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
60	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:
60	5.2. توصيات الدراسة:
61	5.3. الخاتمة:
62	قائمة المراجع
65	الملاحق

جدول الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1	النموذج المقترح للبحث المصدر (من إعداد الباحث)	12
2	مخطط المشروع المصدر (من إعداد الباحث)	14
3	منهجية البحث المصدر (من إعداد الباحث)	31
4	تصنيف العينة وفقاً للجنس المصدر (من إعداد الباحث)	42
5	تصنيف العينة وفقاً للعمر المصدر (من إعداد الباحث)	43
6	تصنيف العينة وفقاً للمؤهل التعليمي المصدر (من إعداد الباحث)	44
7	تصنيف العينة وفقاً لعدد سنوات الخبرة المصدر (من إعداد الباحث)	45
8	علاقة وسائل التواصل بالاداء المصدر (من إعداد الباحث)	58

جدول الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
1	جدول أدوات البحث المصدر (من إعداد الباحث)	65
2	الإستبيان (وسائل التواصل الإجتماعي)	67
3	الإستبيان (الأداء الوظيفي)	68
4	توصيف عينة الدراسة(من إعداد الباحث)	40
5	المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير المستقل(من إعداد الباحث)	45
6	المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير التابع(من إعداد الباحث)	46
7	قياس الثبات لأداة الدراسة(من إعداد الباحث)	47
8	مقياس ليكرت الثلاثي(من إعداد الباحث)	48
9	دلالة المتوسطات الحسابية	48
10	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة(من إعداد الباحث)	51
11	معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة(من إعداد الباحث)	52

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يتمثل الأداء الوظيفي في أنه مجموعة من المهارات والقدرات وإمكانيات التي يتمتع بها الموظف في المؤسسة والتي يوظفها الموظف عند الاستخدام ، ومنه التكنولوجيا أصبحت ضرورية في الأعمال الإدارية وتحتل مكانة هامة في نشاط المؤسسة فنجاح أي مؤسسة مرتبط بقدرات وكفاءات عمالها ، مما يؤدي إلى إنجاز المهام بدقة وتفاعل بين الموظفين ، فمستوى الأداء يتحدد من خلال قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها باستخدام مواردها البشرية ووسائلها التكنولوجية المتوفرة لموظفيها ، وتدريبهم على رفع كفاءاتهم وتنمية قدراتهم المهنية لتحسين أدائهم ومواجهة الصعوبات (التي تواجههم داخل المؤسسة وخارجها . (مالك، 2022

يشير الأداء الوظيفي إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد ، وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع الفرد متطلبات الوظيفة وغالباً ما يحدث تداخل بين الأداء والجهد فالجهد يشير (إلى الطاقة المبذولة ، أما الأداء قياس على أساس النتائج التي يحققها الفرد (راوية، 2001

الأداء الوظيفي عبارة عن تفاعل بين ثلاث عوامل هي الإمكانيات والقدرة والدافعية وهي أن يتوفر للفرد القدرة الكافية على أداء عمل معين لكنه لا يستطيع أن يؤديه بشكل جيد إذا لم تكن له دوافع (كافية لتأدية العمل (احجر، 2018

يقصد به القيام بالعمل الصحيح وبالطريقة الصحيحة ، وكذلك القدرة على تخطيط وتنظيم واحترام (توقيت العمل، مراعيًا الكفاءة والفعالية والسلامة العامة في العمل (الحرشة، 2011

دراسة تجريبية حول تأثير المعلومات من وسائل التواصل الاجتماعي على أداء الأعمال للمؤسسات الصغيرة في الصين . تشير النتائج إلى أن المعلومات المتعلقة بسياسات الحكومة والصناعة لها تأثير كبير على أداء الأعمال .بالإضافة إلى ذلك ، فإن النوع الاجتماعي وتعليم رواد الأعمال لهما تأثيرات معتدلة على (XiaoqingLi، 2019) تأثير المعلومات على أداء الاتصال

كما تعرف وسائل التواصل الاجتماعي على أنها خدمة (خدمات) ويب تسمح للأفراد بإنشاء ملف تعريف عام أو شبه عام ضمن نظام ذي حدود محددة ، مع توضيح قائمة بالمشاركين الآخرين (Boyd، 2008) في النظام الذين يتواصلون معهم ، وإمكانية عرض واستكشاف تلك القوائم

وأن أهم مميزات هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة أنها ساعدت على التطور السريع في أسلوب الحياة (المعيشية وساهمت في تغير القيم الأخلاقية والمعايير الاجتماعية (عساكر، 2013

وفي دراسة أنها أثرت على المظاهر السلوكية وسيادة سمة النصالح الشخصية وتراجع قيم التدين (الشاذلي . (2009

يعرفه إبراهيم (2009) : هو كل ما يصدر عن الفرد من سلوك لفظي أو مهاري ، وهو يستند إلى عدد المخرجات وذلك بمواصفات محددة وبأقل تكلفة ممكنة

وعرف (زاهر راضي 2012) هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص فيه ، ثم ربطه عن طريق نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين . لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها

لاشك أن للدراسات السابقة أهمية كبيرة لدى الباحثين كافة ، وقد يستفيد من هذه الدراسات الباحثون أو الجهات البحثية الأخرى ويلاحظ أن معظم الدراسات السابقة أشارت إلى تأثير الإعلام الجديد متمثلاً في شبكات التواصل الاجتماعي ، وتأثير التواصل الاجتماعي على القيم ومنا القيم الاجتماعية واختفت بعض الدراسات عن هذه الدراسة ، لكون أغلبها ركو على تأثير الإنترنت والفيديو بوك ، كما أن معظم الدراسات ركزت على الجانب السلبي فقط . بينما تسعى الباحثات من خلال هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي وخو مايعطي للدراسة الحالية أهميتها في الجانب التطبيقي أو العملي

1.2. مشكلة الدراسة

في ظل التطور الهائل والملحوظ الذي يشهده العالم في تكنولوجيا المعلومات . عرفت مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً فائقاً من حيث استخداماتها المتنوعة في شتى القطاعات بدون استثناء حيث خلقت هذه الأخيرة ثورة اتصالية ومعلوماتية متعددة الأبعاد وصلت بالعالم إلى فضاء مفتوح من مختلف الجوانب كاسرة بذلك الحواجز المكانية والزمانية محدثة تأثير في كافة الأنظمة سواء الاجتماعية كانت أو سياسية أو إقتصادية أو ثقافية حيث يلجأ الموظفون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مساعدتهم على أداء مهامهم الوظيفية ومن أجل تكوين علاقات وطيدة تسهل عليهم أداء المهام المكلفين بها داخل المؤسسة وخارجها .

وهنا وجب عليها الإهتمام أكثر بالوسائط والوسائل الإتصالية الحديثة لتحسين الأداء الوظيفي لضمان التكيف الإيجابي في الداخل والخارج والمساهمة في تحسين الأداء الوظيفي وتأهيلهم لأداء أعمالهم بكفاءة عالية .

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

قد يكون هناك نقص في الأبحاث العميقة التي تدرس تأثيرات الاستخدام المتكرر لوسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي بشكل دقيق وتفصيلي وقد لا تكون النماذج النظرية الحالية كافية لفهم جميع التأثيرات النفسية والاجتماعية والسلوكية للاستخدام المكثف للوسائل الاجتماعية على العمل .

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

يمكن أن يؤدي الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي إلى إدمان وتشتت يؤثران سلباً على التركيز والإنتاجية في بيئة العمل . وقد تؤدي وسائل التواصل الاجتماعي إلى صعوبات في تحقيق التوازن بين الحياة الشخصية والعملية ، مما يؤثر على الأداء العملي . وقد يكون هناك أيضاً قضايا الخصوصية المتعلقة

بالمعلومات التي يتم تبادلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي يمكن أن تشكل تهديداً على المستوى الشخصي والمؤسسي .

هذه الفجوات تستدعي إجراء المزيد من الأبحاث لفهم عواقب استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر وأعمق على الأداء الوظيفي وتطوير إطارات نظرية وعملية تساعد في إدارة هذه التأثيرات بفعالية داخل البيئات العملية .

وفقاً لما سبق تهدف الدراسة الحالية للإجابة على السؤال الرئيسي التالي " ماهو أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي في شركة بنده "

1.3. أهمية الدراسة

أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أصبح واقعاً في مكان العمل من قبل غالبية الموظفين في جميع المستويات الإدارية . ولندرة الدراسات المتعلقة بموضوع أثر وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل في مختلف القطاعات . وأن نتائج هذه الدراسات تساعد على اكتشاف مدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل وتوظيف ذلك الإستخدام لمصلحة العمل .ومن المتوقع أن تفتح هذه الدراسة مجالاً واسعاً لمزيد من الدراسات للإحاطة الشاملة بدور وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة العمل .

1.3.1. على المستوى النظري:

إثراء المعلومات وزيادة المعارف حول هذا الموضوع الذي يعد من المواضيع الهامة في عصرنا الحالي . وتتناول الدراسة لموضوع تكنولوجيا الاتصال الحديثة بوصفها محوراً لتطوير العملية العلمية الإدارية في ظروف الإنفتاح والعولمة ودورها المهم في رفع كفاءة الأداء المهني في رفع كفاءة الأداء الوظيفي . وتساعد على تحليل كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على عناصر الأداء الوظيفي مثل الإنتاجية ، والفعالية ، والإبداع ، والتواصل داخل المؤسسات .

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تتجلى الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في تقديم نظرة علمية عن تكنولوجيا الإتصال الحديثة وكيفية إستخدامها ، والإستفادة القصوى منها مما ينعكس إيجاباً على مستوى أدائهم المهني إضافة إلى . تكنولوجيا الإتصال الحديثة تعتبر من أهم العوامل وأكثرها تأثيراً على أداء العامل . وتساعد على فهم كيفية تطبيق هذه الآثار في بيئات العمل الفعلية ، مما يمكن المديرين والموظفين من اتخاذ قرارات أكثر ذكاء بشأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

1.4. أسئلة الدراسة

ما هو الأثر لإستخدام وسائل التواصل الإجتماعي على الأداء الوظيفي لدى الموظفين في الشركة ؟

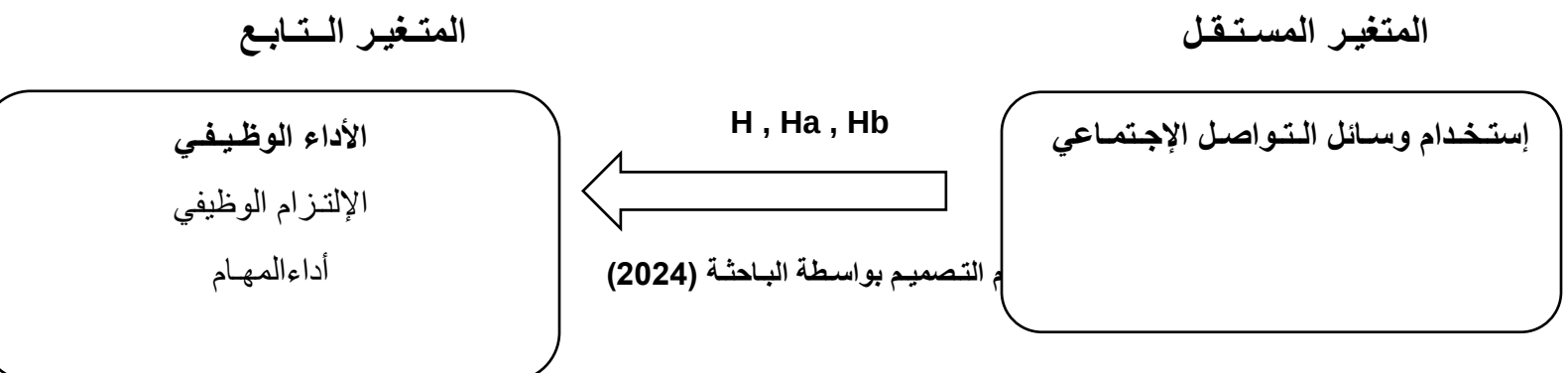
1.5. أهداف الدراسة

- 1/ معرفة أهمية استخدام وسائل التواصل الإجتماعي في الشركة .
- 2/ التعرف على العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الإجتماعي والأداء الوظيفي .

1.6. فرضيات الدراسة

- يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الإجتماعي وبين الأداء الوظيفي
- يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الإجتماعي والإلتزام الوظيفي H_a
- H_b يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الإجتماعي وإنجاز المهام

1.7. نموذج الدراسة



1.8. الدراسة الميدانية

يقع المقر الرئيسي لشركة بنده للتجزئة في المملكة العربية السعودية، وهي واحدة من سلاسل متاجر البيع بالتجزئة الرئيسية في الشرق الأوسط، وأكبر سلسلة متاجر تجزئة في المملكة بعدد من الأسواق يقارب أكثر من 182 سوق في 39 مدينة.

تُشغّل بنده نوعين من المتاجر؛ هايبر بنده (متاجر كبرى) وبنده سوپر ماركت.

مع أكثر من 95 مليون عميل يزورون أسواقنا كل عام، تُشغّل 4 مراكز توزيع رئيسية في المملكة، مزودة بأسطول مكون من أكثر من 500 شاحنة، يتم التحكم في درجة حرارتها لتوصيل 30 ألف صنف من المنتجات الغذائية وغير الغذائية إلى متاجرنا.

رؤيتنا:

أن نحقق الريادة المستدامة في سوق التجزئة، وأن يكون الإبداع منهجنا لكسب ثقة ومحبة عملائنا ومجتمعنا الذي نعتز بخدمته كل يوم.

مهمتنا:

نعمل بإصرار لتمكين موظفينا، مورديننا، عملائنا ومجتمعنا من تحسين جودة حياتهم، وذلك عبر عملنا المستمر لخلق القيمة المضافة وتعزيز الرفاهية.

غايتنا:

الشراكة مع مجتمعنا لأجل حياة أفضل.

المسؤولية:

هي تنفيذ المهام بثقة واقتدار لتحقيق أهداف العمل، والمبادرة لفعل الشيء الصحيح في كل الظروف.

سرعة الانجاز:

هي إنجاز المهام في وقت قياسي والمرونة في، تقديم الأفكار وابتكار الحلول مع تحري الدقة والإتقان وحسن الأداء.

العمل الجماعي:

هو مشاركة الفريق والتعاون في بذل الجهود للارتقاء بالأداء وتحقيقالأهداف المشتركة بامتنياز.

النزاهة:

الصدق في القول والعمل وهي الاخلاص في الحفاظ على مصالح الشركة وتحقيق منافعها بمهنية وخلق رفيع ورقابة ذاتية في كل من نفعله.

العناية بالعملاء:

تقديم خدمة عملاء ممتازة في الوقت المناسب وبطريقة فعالة وممتعة والذهاب إلى أبعد من ذلك لضمان أن عملائنا سعداء وراضين.

1.9. مخطط المشروع

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
الفصل الثاني: الإطار النظري	
الفصل الثالث : منهجية الدراسة	
الفصل الرابع : التحليل الإحصائي	
الفصل الخامس : مناقشة النتائج والخاتمة	

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

أحدثت تكنولوجيا الإنترنت تغييرات جذرية في طرق التواصل الاجتماعي وممارسة الأعمال التجارية في المنطقة العربية ، منذ أن أضفى عليها الطابع التجاري والمؤسساتي في تسعينات القرن العشرين ، حيث تعتبر الإنترنت أكثر الابتكارات أهمية في القرن الواحد والعشرين ، حيث يعتبر الإنترنت أكثر الابتكارات أهمية في القرن الواحد والعشرين ، والأداة التي تمنح قطاعات واسعة من المجتمع فرصاً متساوية للنفاذ إلى المعلومات والمواد . ولم يقتصر تأثير تقنيات التواصل الاجتماعي على الأفراد في المنطقة العربية الذين باتت نسبة كبير منهم تعتمد عليها في إتمام تواصلها ونشاطها الاجتماعي ، بل كان الأثر أكثر عموماً ، حيث تأثر الاقتصاد بتقنيات التواصل الاجتماعي في جميع القطاعات تقريباً . وتقود الأعمال التجارية على الإنترنت التنو الاقتصادي عالمياً ، كما بدأ الإعلام الاجتماعي بخلق فرص تنموية واقتصادية جديدة عالمياً وعربياً . وكما ساهمت هذه التكنولوجيا الجديدة في تنشيط وتحريك قطاعات عديدة ، حيث أن الدول والمنظمات التي أجادت استعمالها في سياستها التسويقية حققت أرباحاً هائلة منها . ولم تكن المنظمات المستفيد الوحيد من هذه التكنولوجيا بل الأفراد أيضاً حققوا منافع خاصة بهم حيث أنها تعتبر وسيلة منخفضة التكاليف .

2.2. المتغير المستقل

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من روتين حياتنا اليومية ، والكثير منا يهدر وقتاً أمام شاشات الهواتف الذكية أو أجهزة الحاسب الآلي متصفحين منصات التواصل الاجتماعي متجاهلين لكثير من مسؤولياتنا تجاه العمل والأسرة والأهل والصحة الجسدية والنفسية في الواقع ، بالرغم من الفوائد التي نجندها من مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن الإفراط في استخدامها والجلوس لساعات طويلة له تأثير سلبي على الصحة النفسية والجسدية فقد يشعر ممن يستخدمها بإفراط بالإكتئاب حيث أكد الباحثون أن هناك رابطاً سلبياً بينها وبين الإكتئاب وثيقاً . لذا يجب أخذ هذا الأمر بعين الاعتبار في أثناء فحص مرضى الإكتئاب . حيث إن

قضاء الكثير من الوقت أمام هذه الشاشات دون القيام بأي نشاط بدني أو التواصل وجهاً لوجه مع الآخرين يزيد من الشعور بالتوتر والشعور بالخمول والكسل والتعب مع صعوبة الدخول بالنوم وعدم القدرة على التركيز بدرجة كافية تساعد على القيام بكثير من المسؤوليات والأعمال المطلوب من الفرد بإنجازها .

إلى أهم التأثيرات السلبية (Das& saho2010:222-228) ولقد أشارت دراسة كلا من لإدمان مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشخصي والاجتماعي حيث يؤدي الإفراط في استخدام تلك المواقع إلى مشكلات صحية ونفسية واجتماعية مثل العزلة النفسية والاجتماعية .
أولاً : مواقع التواصل الاجتماعي :

تشير وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام إلى مواقع الويب والتطبيقات المصممة للسماح للأشخاص بمشاركة المحتوى بسرعة ، وكفاءة ، وفي وقت حدوثها الفعلي ، كما يعرف العديد من الأشخاص الشبكات الاجتماعية بأنها تطبيقات على هواتفهم الذكية ، أو أجهزة الكمبيوتر اللوحية ، إلا أن الحقيقة هي أن أدوات الإتصال هذه بدأت مع أجهزة الكمبيوتر ، وينبع هذا الاعتقاد الخاطئ من حقيقة أن معظم مستخدمي الوسائط الاجتماعية يدخلون إلى مواقع التواصل عبر هذه التطبيقات وتعتمد وسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت ، وهي توفر للمستخدمين تبادلاً إلكترونيًا سهلاً للمعلومات الشخصية ، والمحتويات الأخرى ؛ مثل مقاطع الفيديو والصور ، ويتفاعل المستخدمون من خلالها عبر الحاسوب أو الجهاز اللوحي ، أو الهاتف الذكي ، عبر البرامج المستندة إلى الويب أو تطبيقات الويب ، ويتم استخدامها غالباً للمراسلة .

وفيما يتعلق بالآثار الإيجابية والسلبية لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي أشارت دراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل تحفز الأفراد (Ferreira.2009) على التعاون وتبادل المعرفة ، وأكد على أهمية توجيه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لضمان تحقيق أقصى قدر من النتائج الإيجابية كما أن هناك بعض المخاطر التي يتعرض لها الموظفين إذا ما تركوا يستخدموا تلك الوسائل بناء على رغباتهم . ومن الأمثلة لتلك المخاطر ؛ عرض النطاق الترددي واستهلاك التخزين والمسؤولية القانونية المحتملة ، والتعرض للبرامج الضارة ، وانخفاض الإنتاجية ، والكشف عن المعلومات الشخصية وخطر تسريب أسرار على وجود علاقة إيجابية وسلبية (Mumene& Nyarubo2013) الشركات والمنظمات وأكد

بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وإنتاجية العاملين ، فيما يتعلق بالعلاقة السلبية فإن الموظفين يقضون معظم وقتهم للتواصل الشخصي، أما العلاقة الإيجابية فإن الموظفين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في أماكن العمل في أنشطة تخص العمل وكذلك في أنشطة لاتخص العمل . وعن أسباب استخدام الموظف وسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل ، فإن الأسباب تتعلق بالعمل وغير العمل .

وشملت الأسباب البقاء على اتصال مع الأصدقاء ، لإنشاء شبكات شخصية للبحث المعلومات المتعلقة بالعمل ، ومشاركة المعلومات المعلومات مع الزملاء ، وبناء علاقات العمل .

أن الآثار الإيجابية والسلبية لإستخدام وسائل التواصل أوضح (Siddiqui& singh 2016) الاجتماعي على منظمات الأعمال ، حيث ذكر من الآثار الإيجابية أنها تساعد منظمات الأعمال على فهم المستفيدين من خدماتها أو منتجاتها ومعرفة ميولهم تجاهها وعلى تسويق منتجاتها وخدماتها ، وعلى استقطاب عملاء جدد من خلال تقديم خدمات ومرافق مفيدة وعلى تعزيز مكانة منظمات الأعمال في السوق بين منافسيها . وأخيراً ، تساعد على التوعية بمنتجات منظمات الأعمال والوصول إليها بتكلفة منخفضة . فيما يتعلق بالآثار السلبية ، قد تؤدي التعليقات السلبية على منتجات وخدمات منظمات الأعمال إلى فشل تلك المنظمات ، وكذلك الإستراتيجية الخاطئة لإستخدام منظمات الأعمال لوسائل التواصل الاجتماعي تؤدي إلى آثار سلبية مدمرة للمنظمة ، كما أنها مضيعة للوقت لمنظمات الأعمال ، لذا يجب تحديد شخص لدعم صفحات المنظمة على وسائل التواصل الاجتماعي بمواد إيجابية عن المنظمة ، كما أن المنظمات تواجه صعوبة في قياس نتائج الإعلان في وسائل التواصل الاجتماعي .

الآثار الإيجابية والسلبية (Mohamad & others2017) ومن خلال عدد من الدراسات لخص لإستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنتاجية الموظفين في مكان العمل وذكر أن من الآثار الإيجابية تحديث المعلومات بسهولة ، تسهيل التعاون والفرص لشركاء أو عملاء جدد للعمل ، الحفاظ على علاقات جيدة بين الموظفين وصاحب العمل ، وتعزيز الترابط بينهم بزيادة الابتكار والتحفيز وفاعلية سير العمل بين العاملين تسهيل التفاعل الاجتماعي بين الموظفين من خلال استخدام التواصل الاجتماعي ، تطوير قيم المنفعة والمتعة في العمل ، تبادل المعرفة وتسهيل الحصول عليها من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لرفع إنتاجية العمل ، تعتبر قناة اتصال فعالة لشبكة الأعمال ، تعزز التسويق وعلاقات العملاء ، أما فيما يتعلق بالآثار السلبية

فشملت ؛ عدم القدرة على السيطرة على تحديث المعلومات ممكن أن يؤدي إلى آثار سلبية على المنظمة ،انتقال عدوى البرمجيات الضارة والفيروسات والبريد المزعج ممكن أن يؤثر على هوية المنظمة وتقلل من مستوى الابتكار والتحفيز والتأثير السلبي على الموظفين نتيجة الضغوط التكنولوجية ، فقدان الثقة في المعلومات في المنظمة ، الإستخدام السلبي للتقنية واحداث مشكلات للمسؤولين عنها والإضرار بسمعة المنظمة ، وأخيراً الخسارة في الدخل نتيجة مضيعة وقت العمل .

ويمكن سرد الآثار السلبية لوسائل التواصل الإجتماعي في التالي :

الحد من التواصل المباشر :-

تحد وسائل التواصل الإجتماعي من التواصل وجهاً لوجه بين أفراد المجتمع ، حيث تُجرى العديد من الإتصالات عبر هذه الوسائل من خلال مُحادثات كتابية عبر لوحة مفاتيح الكمبيوتر أو الهاتف المحمول ، وهذا الأمر من شأنه التأثير على مهارات التواصل الحقيقي مع الآخرين سلباً والحد منها .

صعوبة إيصال المشاعر:-

تحد وسائل التواصل الإجتماعي من القدرة على التواصل العاطفي بين أفراد المجتمع ، حيث يقتصر الأمر خلالها بإرسال الرموز التعبيرية للتعبير عن الحزن أو السعادة ، ولكن هذه الرموز التي يتم استخدامها لا تُفسر بالضرورة حقيقة مشاعر صاحبها ، ويؤثر هذا الأمر على العلاقات بين الأفراد .

التسبب بالكسل :-

تُعد وسائل التواصل الإجتماعي أحياناً سبباً في شعور المجتمع بالكسل ، حيث يعد الإستخدام المريح الذي توفره هذه الوسائل في سبيل التواصل مع الآخرين أسهل من عناء الذهاب إليهم ومقابلتهم بشكل شخصي على سبيل المثال ، الأمر الذي يخلق نوعاً من الخمول والكسل لدى الشخص .

التأثير على العلاقات الأسرية :-

يظهر أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تفكك الأسرة والمجتمع ، فوسائل التواصل الاجتماعي دور في انشغال أفراد العائلة الواحدة عن بعضهم ؛ وذلك لأن كل واحد منهم يقضي ساعات طويلة في استخدام تلك المواقع بدلاً من التواصل مع باقي أفراد عائلته وتعزيز علاقته معهم .

نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة :-

يمكن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل بعض الأشخاص بهدف نشر الإشاعات بين أفراد المجتمع وتضليلهم بالأخبار الكاذبة .

انتهاك الخصوصية :-

تعد وسائل التواصل الاجتماعي أحياناً سبباً في العديد من المشكلات التي يواجهها المستخدم نتيجة انتهاك خصوصيته عبر تلك المواقع ، سواء من خلال الوصول إلى المحتوى الشخصي الخاص به عبر تلك الوسائل ، أو من خلال معرفة الموقع الجغرافي الحالي له .

التأثير سلباً على صحة أفراد المجتمع :-

لوسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في التأثير سلباً على صحة مستخدميها ، وخاصة فيما يتعلق بعدم حصولهم على قسط كافٍ من النوم .

أنواع وسائل التواصل الاجتماعي :

أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن تقسيمها إلى أنواع منها (Alan Cann) أوضح

أ/ النوع الأول يختص بالاتصالات وتبادل المعلومات :- المدونات ، خدمات تحديد المواقع الجغرافية ، مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي ، مواقع الفعاليات ، مواقع مشاركة الاهتمامات ، مواقع جمع التبرعات.

ب/ النوع الثاني والذي يعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل :- الويكي ، موقع المرجعيات ومواقع الأخبار الاجتماعية ، الملاحاة الاجتماعية ، مواقع إدارة الملفات وتحرير النصوص .

ج/ النوع الثالث وهو مواقع الوسائط المتعددة :- مواقع التصوير والفن ، مواقع مشاركة الفيديو والبت المباشر ،مواقع مشاركة المقاطع الموسيقية.

د/ النوع الرابع هي مواقع الرأي والإستعراض :- عرض السلع ، الأسئلة والأجوبة الإجتماعية .

هـ/ النوع الخامس مواقع التواصل الإجتماعي الترفيهية :- مواقع العالم الافتراضي (Cann2011).

وفيما يلي أهم وسائل التواصل الإجتماعي الأكثر شهرة من قبل المستخدمين في العالم العربي :

أ- Facebook موقع الفيسبوك

يعد موقع الفيس بوك أحد أهم مواقع التشبيك الإجتماعي وهو لا يمثل منتدى إجتماعياً فقط ، وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها مايشاء . أما التسمية فمرجعها إلى اسم الدليل الذي تُسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجّدون بالإغتراب . من هنا ، وللأسباب التي يرد تفصيلها لاحقاً في الكلام عن "الوجه " في الفيسبوك ، تصبح عبارة " كتاب الوجوه " ترجمة صحيحة ومناسبة .

ب- Twitter موقع تويتر

هو شبكة إجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الحاسب الآلي الخاصة بهم والهواتف النقالة ، وتسمح واجهة تويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرف ويمكن القراءة من قبل مستخدمي المواقع ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الشخصيات وفي هذه الحالة يبلغ هذا الشخص في حال ما إذا هذه الشخصيات وضعت مشاركة جديدة.

الأمريكية على (obuious) وقد تم إنشاء موقع تويتر عام 2006 ف عندما أقدمت شركة إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة ، التي تتيح كتابة نص لا تتعدى حروفه 140 (Bop,2018) حرف.

وفي عام 2009 بلغ عدد مستخدمي تويتر نحو 41 مليون شخص ، وفي هذا العام بلغت عدد ، ثم تنامي العدد ليتجاوز عدد مستخدمي (Kawk,2018) التغريدات نحو 1,47 مليار تغريدة

تويتر 200 مليون مستخدم في نهاية عام 2013 بلغ عدد التغريدات التي أرسلها هؤلاء المستخدمين أربعة مليارات تغريدة شهرياً .

ج- YouTube اليوتيوب

اليوتيوب عبارة عن موقع إلكتروني يعرض فيدوهات متنوعة في شتى المجالات ، ويسمح لمستخدميه من مشاهدة حية للفيدوهات التي يعرضها بشكل مباشر ، ودون الحاجة إلى تحميل للفيديو ، أو إنشاء حساب للمشاهدة ، كما ويمح مشاهديه فرصة التعبير عن رأيهم بالفيديو عن طريق إبداء إعجابهم به أو عدمه ، أو عن طريق إضافة تعليقاتهم على الفيديو الذي يشاهدونه ، بالإضافة إلى تقديمه خدمات أخرى مجانية ، مثل رفع الفيديوهات أو إنشاء قناة على اليوتيوب ، ولكن هذه الخدمات تستلزم إنشاء حساب على اليوتيوب للتمكن من التمتع بها (أبو عياش ، 2019)

د- WhatsApp الواتس آب

(Jan Koum & Brian) واتس آب هو تطبيق مراسلة فورية للهواتف الذكية ، أسسه وتم شراؤه لاحقاً بواسطة فيس بوك عام 2014 ويقوم الواتس آب على استخدام (Acton2019) الانترنت لإرسال الرسائل النصية والصور والرسائل الصوتية وحتى مقاطع الفيديو ، وتتاح إمكانية استخدامه من خلال تحميله على الأجهزة الخاصة ، سواء الهواتف الذكية أو أجهزة الكمبيوتر ، وقد اكتسب التطبيق نجاحاً كبيراً منذ إنشائه في عام 2009 على يد اثنين من شخصين كانا يعملان في شركة ياهو ؛ نظراً لما يتمتع به من مجانية خدمات الإتصال وإرسال الرسائل ، إلى جانب كونه مدعوماً من قبل العديد من منصات التشغيل مثل ويندوز والعديد من الأجهزة المحمولة مثل الآيفون والأندرويد والنوكيا

(SIM) ويتطلب استخدام الواتس آب أن يمتلك الشخص جهاز لوحي أو هاتف محمول مع بطاقة ورقم هاتف ، ومدعوم بخدمة الانترنت ، وعند تنزيل التطبيق على الهاتف سيتم استخدام (card رقم الهاتف المحمول كإسم مستخدم للتطبيق ، وبالتالي سيرتبط استخدام هذا التطبيق بالجهاز الذي تم تنزيله عليه.

وتعدد الخدمات التي يمكن الاستفادة منها عند استخدام تطبيق الواتس آب ، ومنها خدمة إرسال الرسائل النصية بشكل مجاني فقط عبر اتصال الانترنت . إتاحة إنشاء مجموعات لضم

الأصدقاء المقربين أو أفراد العائلة والتواصل معهم وتبادل الوسائط . إمكانية تنزيل التطبيق على سطح المكتب وعمل مزامنة للمحادثات الخاصة ما بين الهاتف المحمول وجهاز الكمبيوتر الخاص . الحفاظ على سرية الرسائل والمكالمات الخاصة بين مستخدمي واتس آب من خلال عملية تشفير الرسائل من البداية وحتى النهاية دون أن يتاح لأي طرف أن يطلع عليها ، ولا حتى شركة واتس آب نفسها ، الإستغناء عن البريد الإلكتروني أو غيره من التطبيقات التي تنقل الوثائق والمستندات ، وتبديلها عبر واتس آب الذي يعد أسهل من باقي التطبيقات . (2019,

وظائف مواقع التواصل الإجتماعي :

إن لمواقع التواصل الإجتماعي العديد من الإستخدامات حيث يتم توظيفها في مجالات كثيرة من الحياة ولعل أهمها يبرز في :

- استخدامات اتصالية شخصية : وهو الإستخدام الأكثر شيوعاً وهل الفكر الأولى للشبكات الإجتماعية كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء والمنطقة المعينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن يقف تطور الشبكات الإجتماعية على مستوى الخدمات ، مستوى التقنيات والبرمجيات ، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة ، وخلق مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات.

- الإستخدامات التعليمية : تلعب الشبكة دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطزير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة حيث تعمل على إضافة الجانب الإجتماعي له ، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم مدير المدرسة والمعلم ، وأولياء الطلاب وعدم الإقتصار على تركيز على تقديم المقرر.

- الإستخدامات الإخبارية : أتاحت الشبكة الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ، ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيداً عن الرقابة ، ما يجعلها أحياناً ضعيفة

المصادقية لما قد يضاف إليها من مبالغيات مقصودة أو غير مقصودة ، لتهويل الخبر لفرض التأثير على الرأي العام .

من خلال الحديث عن وظائف مواقع التواصل الاجتماعي يمكن القول أنها بدأت كوسيلة للتواصل مع الأصدقاء ، واستخدمت في مجال التعليم ، الحصول على المعلومات والأخبار الآنية ، كما استخدمت للدعاية والإعلان ، ولكنها تطورت بمرور الوقت لتصبح واحدة من أقوى التسويق الإلكتروني.

وتتكون مواقع التواصل الاجتماعي من نوعين

1- شبكة الإنترنت online وتطبيقاتها مثل : الفيسبوك واليوتيوب ، ومواقع الدردشة إلخ .

2- أنواع قائمة منصة الوسائل التقليدية : مثل الراديو والتلفزيون ، مواقع التواصل للقنوات الإذاعية والبرامج التي أضيفت إليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب .

2.3. المتغير التابع

الأداء الوظيفي :

لغة : كلمة مشتقة من الفعل أدى ويشير المعنى اللغوي للفعل أدى إلى معنى المشي مشياً ليس بالسرّيع ولا بالبطيء ، وأدى الشيء قام به ، ويقال أدى فلان الدين بمعنى قضاه وأدى فلان الصلاة أي قام بها لوقتها ، وأدى الشهادة أي أدلى بها ، وأدى إليه الشيء أوصله إليه ، وبهذا المعنى الدقيق في اللغة العربية لكلمة أداء هو قضاء الشيء أو القيم به

إصطلاحاً : يعرف الأداء على أنه مجموعة الإستجابات التي يقوم بها الفرد في موقف معين وهذا الأداء هو ما تلاحظه مباشرة ، ويعرف كذلك على أنه المقدرة على القيام بعمل شيء بكفاءة وبمستوى معين .

وفي تعريف آخر يعرف الحوامة الفهداوي الأداء بأنه مجموعة من السلوكيات الغدارية ذات العلاقة والمعبرة عن قيام الموظف بأداء مهامه ، وتحمل مسؤولياته ، وتتضمن جودة الأداء وحسن

التنفيذ والخبرة الفنية المطلوبة في الوظيفة فضلاً عن الإتصال والتفاعل مع بقية أعضاء المنظمة ، والإلتزام بالنواحي الإدارية للعمل والسعي نحو الإستجابة لها بكل حرص وفعالية .

ويعرف العدلي بأنه الحصول على حقائق ، أو بيانات محددة من شأنها أن تساعد على تحليل وفهم وتقييم أداء العامل لعمله ومسلكه في فترة زمنية محددة ، وتقدير مدى كفاءته الفنية والعملية والعلمية ، للنهوض بأعباء المسؤوليات ، والواجبات المتعلقة بعمله الحاضر والمستقبل. إجرائياً : هو مجموعة الوظائف والمهام التي يقوم بها الفرد في مكان عمله أو في مكان معين ومن خلالها يتم قياس فعالية أدائه.

مفهوم تقييم الأداء الوظيفي :

يعني الحصول على حقائق أو بيانات من شأنها أن تساعد على تحليل وفهم وتقييم أداء العامل لعمله وتقييم لمسلكه ، وتقدير مدى كفاءته بعمله وهيبته العلمية والنهوض بالواجبات والمسؤوليات المناطة إليه حاضراً أو مستقبلاً ، وهذا يستلزم معرفة هذه القدرات حتى تستطيع المنظمة توظيف هذه القدرات والطاقات بالأسلوب الأمثل الذي يحقق أهداف مع مراعاة لتحقيق رغبات وما ينشد إليه القرار في المنظمة .

ويعرف أيضاً بأنه العملية التي يتم بموجبها تقدير جهود الموظفين بشكل منصف وعادل ، لتجري مكافأتهم بقدر ما يعملون وينتجون ، وذلك بالإستناد إلى معادلات يتم بموجبها مقارنة أدائهم بها لتحديد مستوى كفاءتهم في العمل الذي يعملون به .

أهمية تقييم الأداء الوظيفي :

تكمن أهمية الأداء الوظيفي للعاملين في الترقية والنقل ، وتقييم المشرفين والمديرين ، وإجراء تعديلات في الرواتب والأجور ، وتقديم المشورة ، وتحديد الإحتياجات التدريبية ، وذلك كله بهدف إختيار الأفراد الصالحين للترقية ، وتفادي المحسوبية ، وتنمية المنافسة بين الأفراد ، وتشجيع المنافسة بين الأقسام المختلفة لزيادة إنتاجياتها ، وإمكانية قياس إنتاجية وكفاءة الأقسام المختلفة ، وتسهيل تخطيط القوي المعاملة .

أهداف الأداء الوظيفي :

1/ التعرف على أداء العاملين بالمنظمة بشكل علمي ومدى تحقيق المنظمة لمهامها.

- 2/ تشجيع الموظفين على تحسين أدائهم في العمل من أجل تحقيق أهداف المنظمة.
- 3/ وضع حوافز مادية ومعنوية لفائدة العاملين من أجل تحسين أدائهم وزيادة الإنتاجية .
- 4/ الكشف عن أسباب تأخر العمل على المقاييس المحددة له ، مع عدم تجاهل المشاكل التي تواجه الموظفين والتي تعرقل العمل وإيجاد حلول مقترحة لها عن طريق مناقشتها.
- 5/ تحديد حركة التنقلات وترقية الموظفين بالمنظمة على أساس علمي وهذا من خلال تقييم أدائهم .

عناصر الأداء الوظيفي :

هناك عناصر أساسية للأداء بونها لا يمكن وجود أداء فعال في المنظمة ، وذلك يعود إلى أهميتها في قياس وتحديد مستوى الأداء الوظيفي للعاملين في تلك المنظمات ، ومن هذه العناصر نجد مايلي :

1/ أنشطة العمل والجوانب الثابتة والمتغيرة : يقصد بها تحديد أنشطة العمل والأهداف التي تخدمها ، وأهميتها النسبية من حيث الوقت الذي يستغرقه، والآثار المترتبة عليها هي البداية في تحليل مكونات العمل .

2/ العلاقة بين أنشطة ومهام العمل والتصميم المناسب: إن معرفة الأنشطة يكون عن طريق تجميعها إلى مهام والمهام إلى أعمال ويقوم هذا على أساس تحديد علاقة التجانس أو التكامل بين هذه الأنشطة مما يترتب عليه إعادة تصميم العمل أو تنظيمه .

3/ المواصفات المطلوبة في الفرد الذي يؤدي العمل : إن هذا العنصر بعد همزة وصل التي تربط بحوث تحليل الأداء ومكوناته وبحوث الاختيار ، فعلى ضوء أنشطة الأداء الثابتة والمتغيرة يمكن تحديد المواصفات المطلوب توفرها في الفرد الذي يقوم بأداء هذه الأنشطة . ومن خلال ماسبق نستنتج أن عناصر العمل تتصل بطبيعة العمل وأنشطته ، وبالعامل وقدراته، وطبيعة البيئة أو السياق التنظيمي للعمل ، ويخلصها عدد الباحثين في العناصر التالية

أ/ كفاية العامل : وتعني ما لدى العامل من معلومات ومهارات وإتجاهات وقيم ، وهي تمثل الخصال الأساسية التي تنتج أداء فعالاً يقوم به العامل

ب/ متطلبات العمل : تشمل المهام والمسؤوليات والأدوار التي يتطلبها القيام بأداء واجبت هذا العمل .

ج/ بيئة التنظيم : وهي تتضمن العوامل الداخلية والخارجية ، ويقصد بالعوامل الداخلية التي يؤثر في الأداء الفعال للتنظيم وهيكله ، أهدافه وموارده ومركزه الإستراتيجي والإجراءات المستخدمة ، أما العوامل الخارجية فيقصد بها العوامل المؤثرة في الأداء سواء كانت عوامل إقتصادية إجتماعية ، سياسية ، ثقافية أو قانونية .

وفي تصنيف مشابه يشير "هانيز" إلى عناصر الحكم على الأداء فيما يتعلق بالجوانب التالية

الوظيفة : من حيث أنها تشمل المهام والمسؤوليات والأدوار التي تتطلبها القيام بأداء واجبات هذا العمل ، فضلاً عن وجود التغذية الراجعة للموظف لتطوير مستوى عمله .

الموقف : يقصد به البيئة التنظيمية من حيث مناخ العمل والإشراف ، ووفرة الموارد والأنظمة الإدارية والهيكل التنظيمي .

أنواع الأداء الوظيفي

يصنف الأداء إلى ثلاثة أنواع كالآتي

1/ أداء المهام : يقصد به السلوكيات التي تسهم في إنجاز عمليات جوهرية في المنظمة مثل الإنتاج المباشر البضائع والخدمات ، والبيع ووجود المخزون وكل أداء يسهم بشكل مباشر أو غير مباشر في تنفيذ عمليات المنظمة ، فمثلاً في الوظائف الإدارية يمكن أن يشمل هذا الأداء أو السلوك إلى الحاجة إلى إحداث تحويل الأفراد من حالة النزاع بواسطة الصراع إلى جو تنافسي ، كذلك أيضاً يمكن أن يكون هذا السلوك عبارة عن جهود تحفيزية لأداء المهام .

2/ الأداء الظرفي : يشير الأداء الظرفي إلى السلوكيات التي تسهم بشكل غير مباشر في تحويل ومعالجة العمليات الجوهرية في المنظمة ، وهذه السلوكيات تسهم في تشكيل كل من الثقافة ، والمناخ التنظيمي ، والأداء هنا ليس دوراً إضافياً في طبيعته ، وإنما يكون خارج نطاق مهام الوظيفة الأساسية ، ويعتمد على الظرف الذي تجري فيه معالجة العمليات ، فمثلاً يمكن أن يكون موجهاً نحو الزملاء ومساعدتهم في حل مشكلة لها علاقة بالعمل ، أو نحو المنظمة ككل

من خلال الحرص ، واستمرارية الحماس ، وبذل مجهود إضافي في العمل ، أو التوجه نحو العمل التطوعي لتنفيذ مهام خارج الدور الرسمي للوظيفة ، وكذلك إتباع اللوائح التنظيمية ، والإجراءات عندما لا تكون متوافقة مع رغبة الفرد .

3/ الأداء المعاكس أو المجابه : يختلف الأداء المعاكس عن النوعين السابقين ، حيث يتميز 1- بسلوك سلبي في العمل مثل التأخر عن مواعيد العمل أو الغياب ، وقد يشمل سلوكيات مثل : الانحراف ، والعدوان ، وسوء الإستخدام ، والعنف ، وروح الإنتقام ، والمهاجمة .
محددات الأداء الوظيفي.

قد اختلف الباحثون في التحديد الدقيق لمحددات الأداء الوظيفي نظراً لارتباطه بالسلوك الإنساني المعقد إلا أنها تشترك في النقاط الثلاثة التالية :

1/ الموظف : وما يمتلكه من معرفة ، مهارة ، قيم ، اتجاهات ودوافع خاصة بالعمل .

2/ الوظيفة : وما تنصف به من متطلبات تحديات وما تقدمه من فرص عمل ممتعة .

3/ الموقف : وهو ما تنصف به البيئة التنظيمية التي تتضمن مناخ ، الإشراف وفرة الموارد والأنظمة الإدارية والهيكل التنظيمي.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

قامت مجلة التنمية الإدارية التابعة لمعهد الإدارة العامة بتحقيق أجرته مع عدد من المسؤولين والأكاديمي عن علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالأداء الوظيفي وخلصت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي هي تقنيات تقدم خدمات جليلة شريطة أن تستخدم بحكمة وأن لاتصل إلى مرحلة إدمان استخدام تلك التقنيات . حيث تعمل هذه الشبكات على تسهيل التعرف على أدق التفاصيل عن أي مجتمع . وبالمقابل نجد سلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي في هدر الوقت الذي يقضيه الموظف في استخدام تويتر ويوتيوب مما يُخلّ بالخدمات المقدمة المقدمة للعملاء أو المراجعين . كما يؤدي إلى انخفاض مستوى الرضا عنه لدى رؤسائه

في العمل ، إضافة إلى الآثار السلبية على صحة الموظفين والتي تمثل الأرق ، وقليل النوم والعزلة لذا فإننا نحتاج إلى مزيد من التوعية وتنقيف كافة أطراف المجتمع بدءاً من المدرسة والبيت والجامعة ومقر العمل لإيضاح الأخطار المحتملة في حالة التجاوز في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عن الحد المقبول الذي سيؤثر على أداء الموظف والطالب ومتلقي الخدمة . وقد يكون لتحديد حجم العمل الذي يجب أن يقوم الموظف بإنجازه يومياً قبل نهاية الدوام تأثير إيجابي بعدم طغيان استخدامه لوسائل التواصل الاجتماعي على أدائه لمهام الوظيفة .

2.5. الخاتمة

إن مستوى الأداء يتحدد إذا كان متميزاً أو جيداً أو متوسطاً أو متدنياً بناءً على النتائج التي تحققها الجهود التي يقوم بها العاملون ، وهذا مرتبط بمدى توفر تكنولوجيا الإتصال داخل المنظمة وقدرة العاملين على استخدامها بصورة صحيحة التي تجعل المنظمة قادرة على تحقيق أهدافها بطريقة فاعلة ، فبالرغم من الدور التي الفاعل الذي تلعبه تكنولوجيا الإتصال سواء لأغراض التوثيق أو الحفظ أو استقبال المعلومات ومعالجتها وإجراء البحوث عليها ، إلا أنه يجب توفير المستلزمات وتهيئة الظروف واتخاذ الإحتياطات التي تكفل تكيف العاملين مع التغيير وقلة مقاومتهم له ، من خلال العمل على تطوير الكفاءات البشرية المتاحة في المنظمة والكاملة داخلها ، لذا فالعملية التدريبية تعد السبيل الأمثل لرفع وتنمية قدرات العاملين وتحسين أدائهم ، من خلال إعداد برامج مكثفة لنشر ثقافة الحاسب الآلي وتطبيقات تكنولوجيا الإتصال إضافة إلى مواكبة التطورات العملية وتطوير الأنظمة الإدارية الفعالة ، وتدريب عدد من الخبراء المتميزين في تكنولوجيا الإتصال الحديثة .

من خلال ماسبق يمكن أن نبرز العلاقة ما بين استخدام وسائل التواصل الحديثة والأداء الوظيفي :

1/ تسببت إلى الحد كبير في تحسين الأداء الوظيفي وذلك من خلال تخطي القيام بكثير من الأعمال الروتينية وما يترتب عليه من إنجاز الأعمال بسرعة وكفاءة ودقة متناهية وتكلفة قليلة .

2/ تسببت في التأثير على الجانب المعنوي لدى العاملين بإتجاه زيارة ولاءهم وإنتمائهم للمنظمة من خلال ما توفره من فرص للإطلاع على المعلومات بشكل سهل مما يسهم في تعزيز مشاركتهم في عملية صنع القرار .

3/ تسببت في تقليل الأعباء الوظيفية الروتينية الملقة على عاتق المدراء ، مما يتيح لهم استغلال مما يسهم في رفع كفاءة وفعالية الإدارة العليا .

4/ ان اهتمام المنظمات بالتوجه نحو الميزة التنافسية يدفعها نحو استخدام تكنولوجيا الإتصال ، مما يبرز زيادة الإهتمام بالبحث والتطوير والتدريب ، الذي يسهم في بناء وتنمية القدرات الفردية .

5/ تسببت في زيادة عدد الفرص المتاحة أمام المنظمة وتفعيل عملية توليد وتطبيق الأفكار الجديدة اللازمة لتطوير المؤسسة .

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

بعدما تعرضنا إلى الجانب النظري للدراسة ، ننتقل إلى الجانب الميداني للدراسة الذي يتم فيه ربط النظري بالواقع ، حيث تكمن أهمية الدراسة عند اسقاطها على الميدان لنتحقق من فرضيات خاصة بدراستنا ، في هذا الفصل سنتعرف فيه على الشركة التي تم فيها إجراء الدراسة الميدانية ، سنتناول فيه أيضاً الدراسة الاستطلاعية ، وعرض الإجراءات المنهجية الخاصة بالدراسة الميدانية ، وذكر أهم الأدوات المستعملة في جمع البيانات من الميدان ، وتطبيقها على المبحوثين ، بعدها يتم تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها على ضوء الفرضية ، وأخيراً عرض النتائج المتوصل إليها .

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

في الدراسات البحثية ، تعتبر التعريفات الإجرائية أساسية في تحديد المتغيرات التي يتم قياسها بوضوح . يصف التعريف الإجرائي كيفية قياس المتغير أو ملاحظته أو معالجته . يساعد الباحثين على التأكد من أن دراستهم متسقة وموثوقة وصالحة .

تعريف الأداء الوظيفي (المتغير التابع) :

يقصد بمفهوم الأداء الوظيفي المخرجات والأهداف التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها عن طريق العاملين فيها ، ولذا فهو مفهوم يعكس كلاً من الأهداف والوسائل اللازمة لتحقيقها ، أي أنه مفهوم يربط بين أوجه النشاط وبين الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها المنظمات عن طريق مهام وواجبات يقوم بها العاملين داخل تلك المنظمات .

تعريف وسائل التواصل الإجتماعي (المتغير المستقل) :

وتعد وسائل التواصل الإجتماعي أحد القنوات الهامة لدى الأفراد لتبادل النقاشات والأفكار ونقل المحتويات المعرفية والحديثة بشكل سريع جعل العالم على اتساعه يبدو وكأنه قرية صغيرة حيث تتعد وسائل التواصل الإجتماعي وتنوع فيها بينما وكيفية استخداماتها .

3.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

فلسفة البحث: الوضعي

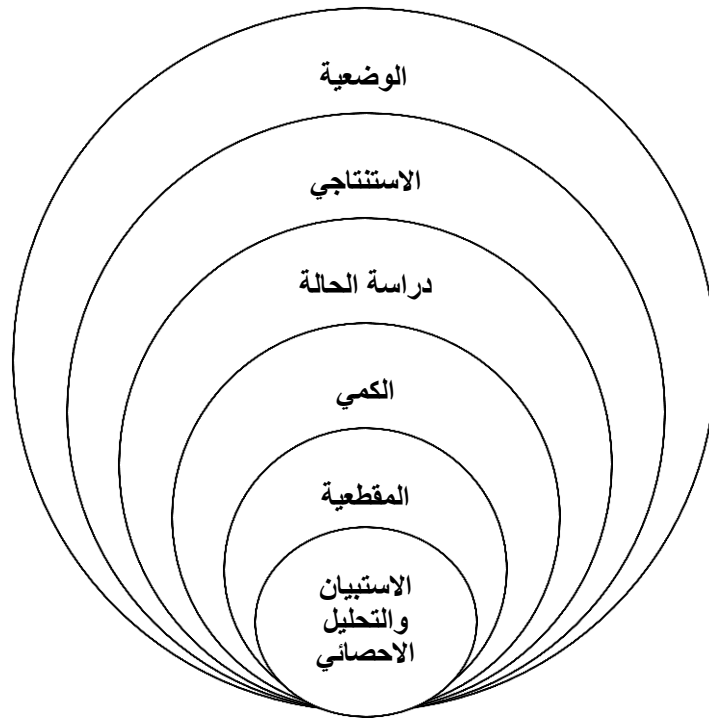
منهج البحث: الاستنتاجي.

استراتيجية البحث: دراسة الحالة.

نوع البحث: الكمي.

الأفق الزمني: المقطعية.

التقنيات والاجراءات: الاستبيان والتحليل الاحصائي



الشكل 2: منهجية البحث للمشروع المصدر له الطالب

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

مجتمع البحث :

يشمل مجتمع البحث على عينة من موظفين شركة بन्दة حيث يتألف من 31 موظف .

طرق أخذ عينة البحث :

سيتم إختيار عينة عشوائية ممثلة من موظفي من مختلف الإدارات والمستويات الوظيفية بشركة بنده عن طريق الإستبيان .

3.5. طريقة جمع البيانات

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات مغزى. كما، ، وتحديدا الإصدار 28، لتحليل البيانات التي تم (SPSS) تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية جمعها .

تم إجراء اختبار ملف تعريف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على رؤى حول خصائص عينة من السكان. إنه يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات وغيرها من ذات الصلة معلومات عن الأفراد المشاركين في الدراسة.

تعد اختبارات الصلاحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات التي تم جمعها واتساقها. صحة اختبارات تحليل العوامل الاستكشافية) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما يقصد بها القياس، بينما تقيم اختبارات الموثوقية (اختبار كرونباخ ألفا) اتساق النتائج بمرور الوقت.

تم إجراء اختبار ملف تعريف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على رؤى حول خصائص عينة من السكان. إنه يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات وغيرها من ذات الصلة معلومات عن الأفراد المشاركين في الدراسة.

3.6. أنواع البيانات

البيانات الأولية :-

ويتم الحصول عليها من المعلومات المقدمة في الإستبانة من قبل موظفي شركة بنده .

البيانات الثانوية :-

ويتم ذلك بالتزود بالمعلومات عن طريق البحث في الكتب والرسائل الجامعية والمجلات ذات الصلة بموضوع البحث سواء تم ذلك بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر وذلك بهدف إلى تقديم إطار مفاهيم نظري للمتغيرين ومحاولة الإحاطة بالموضوع .

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

بعد جمع البيانات من الضروري تحليل المعومات التي تم جمعها لإستخلاص استنتاجات ذات معنى وسوف نقوم بتحليل البيانات عن طريق برنامج (SPSS 28).

3.8. الخاتمة

في الختام تعد هذه الدراسة محاولة لـ إلقاء الضوء على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي عامة وفي شركة بنده خاصة .

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً مفصلاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم جمعها من خلال استبيانات موجهة إلى عينة الدراسة ، حيث تم تحليل البيانات من خلال استخدام الإحصاء الوصفي ، الذي يهدف إلى تقديم صورة شاملة ودقيقة حول خصائص العينة محل الدراسة ، بما في ذلك ، تم إجراء اختبار لصدق وثبات الاستبيانات المستخدمة في جمع البيانات ، بهدف التأكد من قوة الأدوات البحثية وملاءمتها لقياس المتغيرات المستهدفة في الدراسة . تم تطبيق اختبارات إحصائية مناسبة لهذه الغاية باستخدام البرنامج المذكور ، بما في ذلك تحليل الإتساق الداخلي والإستقرار الزمني . علاوة على ذلك ، ومن أجل اختبار فرضيات البحث والتأكد من صحة نموذج الدراسة وملاءمته ، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط عبر برنامج SPSS الإصدار 28 . يسمح هذا التحليل بتحديد العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة ، كما يوفر معلومات قيمة حول مدى تأثير المتغيرات على بعضها البعض ، مما يعزز فهمنا للظواهر المدروسة ويساهم في تقديم نتائج دقيقة وداعمة للفرضيات المطروحة في البحث .

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

تم توزيع عينة الدراسة وفقاً إلى الجنس - العمر - المستوى التعليمي - الخبرة المهنية تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشمل :

-الجنس ويشمل على (ذكر - أنثى)

-العمل ويشمل (أقل من 30 سنة- من 30 إلى 40 سنة- من 40 إلى 50 سنة- أكثر من 50 سنة)

-المستوى التعليمي (ثانوي- دبلوم- بكالوريوس- ماجستير)

-الخبرة المهنية (أقل من 5 سنوات- من 5 سنوات إلى 10- من 10 إلى 15 سنة- أكثر من 15 سنة)

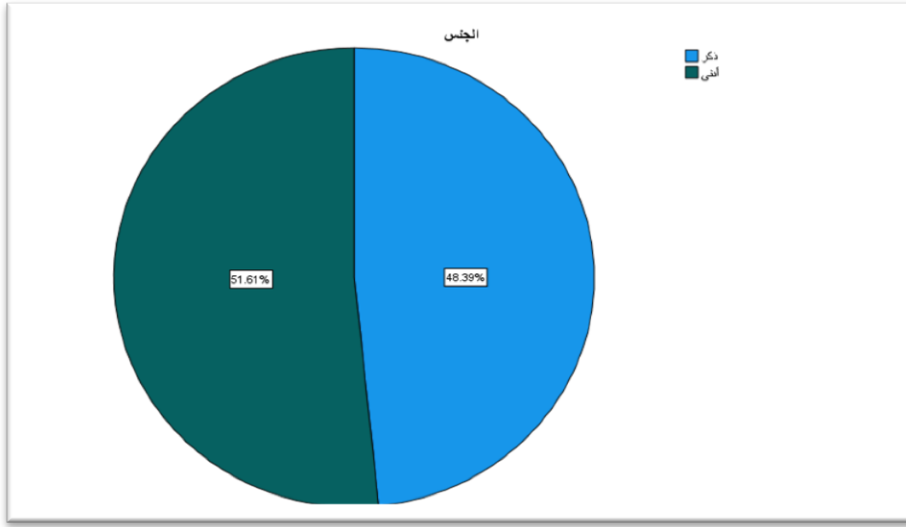
الجداول ، الرسومات والفقرات التالية توضح تصنيف العينة محل الدراسة كما يلي :

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
النوع	ذكر	15	% 48.4
	أنثى	16	%51.6
	الإجمالي	31	%100
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	11	%35
	من 30 إلى 40 سنة	17	%54.8
	من 40 إلى 50 سنة	2	%6.5
	أكثر من 50 سنة	1	%3.2
	الإجمالي	31	%100
المستوى التعليمي	ثانوي	9	%29
	دبلوم	2	%6.5
	بكالوريوس	20	%64.5
	ماجستير	0	
	الإجمالي	31	%100
الخبرة المهنية	أقل من 5 سنوات	17	%54.8
	من 5 سنوات إلى 10	7	%22.6
	من 10 إلى 15 سنة	5	%16.1
	أكثر من 15 سنة	2	%6.5
	الإجمالي	31	%100

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية

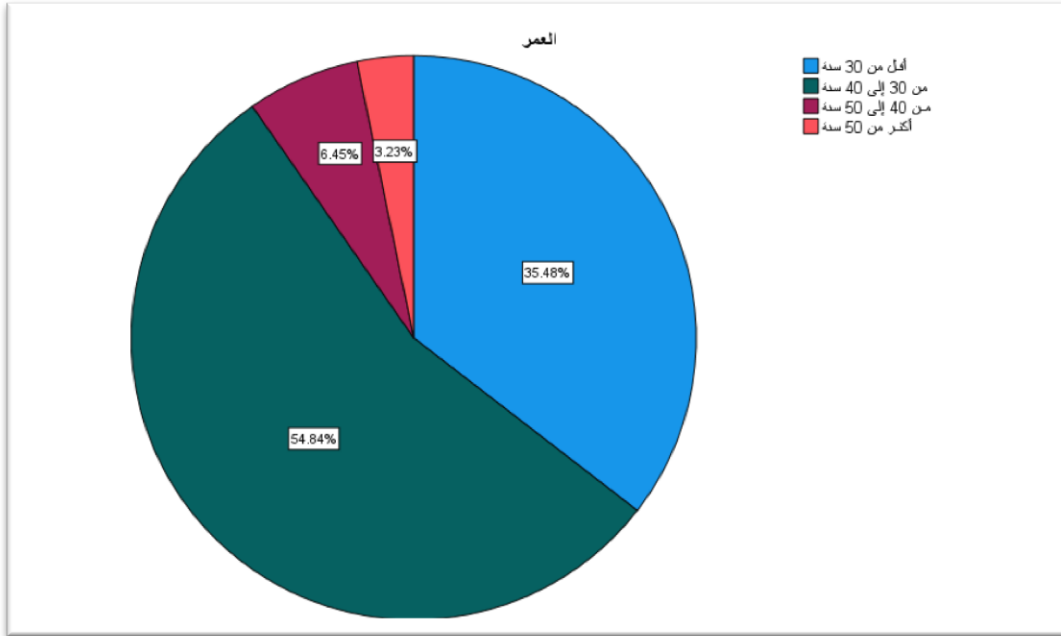
من بيانات الجدول رقم (4) تم استخلاص النتائج التالية

- بالنسبة للتوزيع حسب الجنس ، أظهرت النتائج الإحصائية أن عدد الإناث في العينة فاق عدد الذكور ، حيث بلغ عدد الإناث 16 مما يشكل نسبة 51.6% من إجمالي العينة ، في حين بلغ عدد الذكور 15 أي ما يعادل 48.4% من العينة . كما هو موضح في الشكل التالي :



الشكل (4) : تصنيف العينة وفقاً للجنس

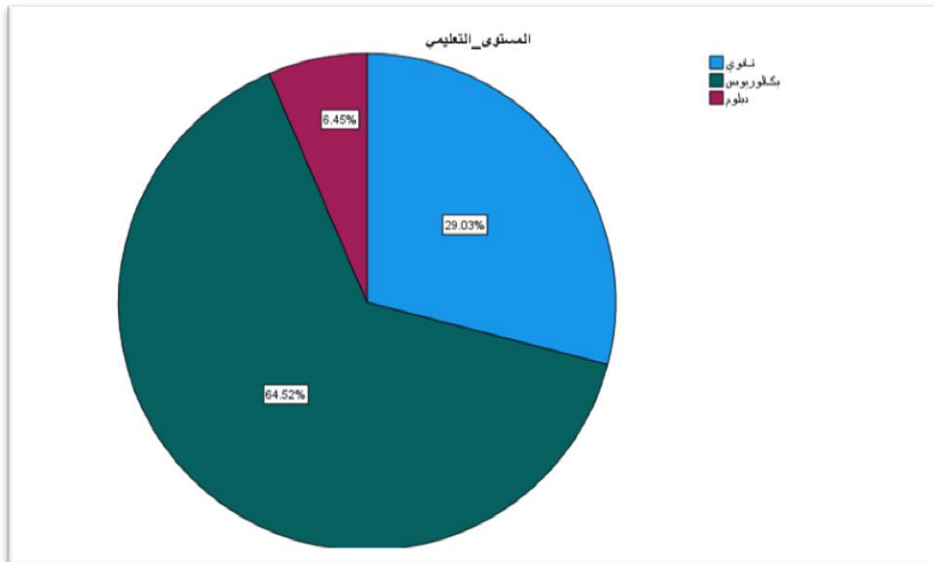
- أما بالنسبة للتوزيع حسب العمر، فقد أظهرت النتائج الإحصائية أن 11 شخصاً من أفراد العينة تتراوح أعمارهم أقل من 30 عاماً. وهو ما يعادل 35.5% من إجمالي العينة . في حين أن 17 شخصاً تتراوح أعمارهم بين 30 إلى 40 سنة وهو ما يعادل 54.8% من العينة . كما أن شخصين من أفراد تتراوح أعمارهم بين 40 إلى 50 سنة وهو ما يعادل 6.5% من العينة . وأخيراً هنا شخصاً عمره أكثر من 50 سنة ويشكل نسبة 3.2% من إجمالي العينة . كما هو موضح في الشكل التالي :



الشكل (5) : تصنيف العينة وفقاً للعمر

أما بالنسبة للتوزيع حسب المستوى التعليمي : فقد أظهر النتائج الإحصائية أن 9 أشخاص من أفراد العينة حاصلون على شهادة ثانوي مما يمثل 29% من إجمالي العينة . بينما هناك 20 شخص حاصل على درجة البكالوريوس مما يمثل 64.5% من إجمالي العينة . وأن هناك شخصين من أفراد العينة بنسبة 6.5% من إجمالي العينة .

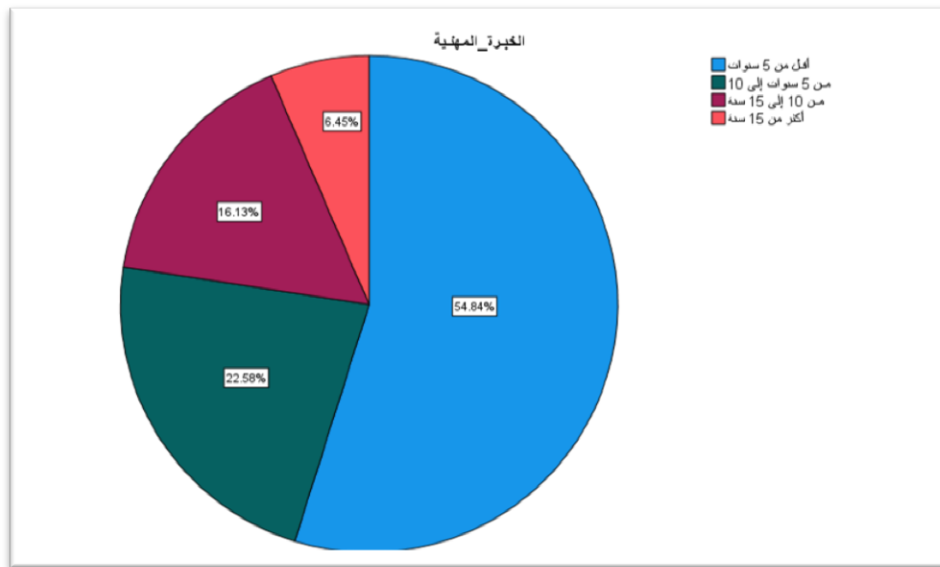
كما هو موضح في الشكل التالي :



الشكل (6) : تصنيف العينة وفقاً للمؤهل العلمي

أما بالنسبة للتوزيع حسب عدد سنوات الخبرة : فقد أظهرت النتائج الإحصائية أن 17 شخصاً من أفراد العينة لديهم خبرة أقل من 5 سنوات . أي ما يعادل 54.8% من إجمالي العينة . أما بالنسبة لأفراد العينة التي تتراوح خبرتهم من 5 إلى 10 سنوات فعدد هم 7 أي ما يعادل 22.6% من إجمالي العينة . بالنسبة لأفراد العينة التي تتراوح خبراتهم من 10 إلى 15 سنة فبلغ عددهم 5 أشخاص بنسبة 16.1% من إجمالي العينة . فيما يتعلق بمن هم لديهم خبرة أكثر من 15 سنة فقد تبين أنهم شخصين من أفراد العينة ، مما يشكل 6.5% .

كما هو موضح في الشكل التالي



الشكل (7) : تصنيف العينة وفقاً لعدد سنوات الخبرة

4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

للتأكد من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة ، تم اختبار صدق الإتساق الداخلي للاستبيانات التي تم استخدامها لقياس متغيرات الدراسة . كما تم قياس الصدق التقاربي عن طريق حساب متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted – AVE) أما بالنسبة لقياس الثبات ، فقد تم استخدام عدة مؤشرات ، تشمل حساب قيمة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وقيمة الثبات المركب (Composite Reliability) بالإضافة إلى حساب معامل الثبات (ho) تم تنفيذ جميع هذه التحليلات باستخدام نموذج المعادلة البنائية (Structural Equation Modeling-SEM) من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS الإصدار 28 .

الفقرات والجداول التالية توضح هذه التحليلات بشكل مفصل .

صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة :

-تم اختبار صدق الإتساق الداخلي للمقاييس المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة ، بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي من خلال حساب متوسط التباين المستخرج (Average Variance Extracted – AVE)

صدق الإتساق الداخلي : يشير هذا النوع من الصدق إلى مدى اتساق كل عبارة من عبارات الإستبانة مع المتغير الذي تنتمي إليه . لهذا الغرض ، قامت الباحثة بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير الذي تنتمي إليه . وفقاً لدراسة (Kaiser 1974) ، تم استبعاد التي تكون قيمة معامل ارتباطها أقل من 0.5 .

الصدق التقاربي (Convergent Validity) : يقيس هذا النوع من الصدق مدى تباين العبارات التي تقيس نفس المقياس . تم حساب متوسط التباين المستخرج (AVE) ، والذي يجب أن تكون قيمته أكبر من 0.5 وفقاً لـ (Hair et al 2006) ، وذلك لضمان أن العبارات تقيس نفس المتغير بشكل دقيق .

تعرض الجداول التالية النتائج الإحصائية المتعلقة بمعاملات الارتباط ، الانحراف المعياري ، قيمة T المحسوبة ، وقيمة P بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير ، وذلك لقياس صدق الإتساق الداخلي للاستبيانات . تم إجراء هذه التحليلات باستخدام نموذج المعادلة البنائية (SEM) عبر برنامج SPSS الإصدار 28 ، كما هو موضح في مايلي :

جدول (5) : صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير المستقل

المتغير	العبارات	KMO	Factor loadings معامل الارتباط	Standard deviation الانحراف المعياري	P Values	Average variance extracted متوسط التباين المستخرج
وسائل التواصل الاجتماعي	A1	.542	.807	.807	0.00	0.698
	A2		.825	.523	0.00	
	A3		.807	.396	0.00	
	A4		.668	.934	0.00	
	A5		.699	.499	0.00	
	A6		.804	.811	0.00	
	A7		.690	.956	0.00	
	A8		.643	.428	0.00	
	A9		.516	.851	0.00	
	A10		.595	.499	0.00	
	A11		.725	.810	0.00	
	A12		.602	.898	0.00	

المصدر : من إعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية

يتضح بالجدول الذي بالأعلى :

مقياس تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي : أظهرت معاملات الارتباط لجميع العبارات المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي ارتباطاً قوياً بالمتغيرات التابعة لها ، حيث كانت القيم أكبر من 0.5 . بالإضافة إلى ذلك كانت جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.001 .بناءً على هذه النتائج ، يمكن القول إنه قد تم تحقيق صدق الاتساق الداخلي للمقياس ، كما توضح النتائج ، يمكن القول إنه قد تم تحقيق صدق الاتساق الداخلي للمقياس ، كما توضح النتائج المتعلقة بمتوسط التباين المستخرج (AVE) أن قيمة AVE لمتغير وسائل التواصل الاجتماعي هي 0.698 وهي قيمة أكبر من 0.5 بناءً على ذلك ، يمكن التأكيد على أن الصدق التقاربي للاستبانة قد تحقق أيضاً.

صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير التابع

Average variance extracted متوسط التباين المستخرج		P Values	Standard deviation الانحراف المعياري	Factor loadings معامل الارتباط	KMO	العبارات	المتغير	
0.12	0.754	0.00	.991	.582	.657	BA1	الإلتزام الوظيفي	الأداء الوظيفي
		0.00	.945	.766		BA2		
		0.00	.931	.774		BA3		
		0.00	.929	.851		BA4		
		0.00	.749	.796		BA5		
	0.702	0.00	.923	.729		BB1	إنجاز المهام	
		0.00	.915	.485		BB2		
		0.00	.998	.668		BB3		
		0.00	.702	.675		BB4		
		0.00	.882	.798		BB5		
		0.00	.915	.718		BB6		
		0.00	.893	.841		BB7		

المصدر : من إعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية

يتضح بالجدول الذي بالأعلى :

مقياس تطبيق الأداء الوظيفي : أظهرت معاملات الارتباط لجميع العبارات المتعلقة بالأداء الوظيفي الإلتزام الوظيفي ، وإنجاز المهام ارتباطاً قوياً بالمتغيرات التابعة لها ، حيث كانت القيم أكبر من 0.5 . بالإضافة إلى ذلك كانت جميع قيم معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.001 . بناءً على هذه النتائج ، يمكن القول إنه قد تم تحقيق صدق الاتساق الداخلي للمقياس ، كما توضح النتائج ، يمكن القول إنه قد تم تحقيق صدق الاتساق الداخلي للمقياس ، كما توضح النتائج المتعلقة بمتوسط التباين المستخرج (AVE) أن قيمة AVE لمتغير الأداء الوظيفي هي 0.12 وهي قيمة أكبر من 0.5 بناءً على ذلك ، يمكن التأكيد على أن الصدق التقاربي للاستبانة قد تحقق أيضاً.

ثبات أداة الدراسة

يشير ثبات الاستبيان إلى مدى استقرار نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير إذا تم إعادة توزيعه على أفراد العينة في فترات زمنية مختلفة . بعبارة أخرى ، يشير إلى قدرة الاستبيان على تقديم نتائج متسقة عند تطبيقه على نفس العينة في أوقات مختلفة . لتحقيق ذلك ، يتم استخدام عدة مؤشرات إحصائية لقياس الثبات .

في هذه الدراسة ، تم قياس ثبات الاستبيانات التي استخدمت لقياس متغيرات الدراسة عن طريق حساب ثلاثة مؤشرات رئيسية : قيمة ألفا كرونباخ ، والثبات المركب (Composite Reliability) ، وقيمة A-rho. تم حساب هذه القيم باستخدام نموذج المعادلة البنائية PLS-SEM ، وهو نموذج إحصائي يستخدم لتحليل العلاقات بين المتغيرات الكامنة (غير المرئية) والمتغيرات الظاهرة .
-قيمة ألفا كرونباخ تعد من أكثر المقاييس شهرة إلى مستوى الثبات العام للمقاييس . وهي تعكس درجة الاتساق بين العناصر المختلفة التي تقيس نفس المفهوم أو المتغير . كلما اقتربت قيمة ألفا كرونباخ من 1 ، كانت درجة الثبات أعلى .

-الثبات المركب (Composite Reliability) يشير إلى مستوى الثبات العام للمقياس ، ويأخذ في إعتباره العوامل المشتركة بين العناصر في المقياس . ويعتبر هذا المؤشر أفضل من ألفا كرونباخ في بعض الحالات لأنه يأخذ في إعتباره أهمية كل عنصر في المقياس بشكل منفصل .

-قيمة A-rho هي مقياس آخر يستخدم لتحديد الثبات الداخلي ، ويمكن استخدامه كمؤشر تكميلي لتأكيد نتائج ألفا كرونباخ والثبات المركب .

-وفقاً لدراسة (Hair et al (2010) ، يجب أن تكون القيم الخاصة بهذه المؤشرات الثلاثة أكبر من 0.7 حتى يعتبر المقياس ثابتاً . هذه القيمة تعكس مستوى الثبات المقبول عادة في الأبحاث العلمية .

-الجدول التالي يعرض القيم المستخرجة من نموذج المعادلة البنائية PLS-SEM المتعلقة بالثبات ، بما في ذلك القيم الخاصة بـ ألفا كرونباخ ، والثبات المركب (Composite Reliability) ، مما يعكس مستوى العام للمقاييس المستخدمة في الدراسة .

جدول (6) : قياس الثبات لأداة الدراسة .

المتغير		عدد العبارات		Cronbach's alpha	
وسائل التواصل الاجتماعي		12		0.735	.752
الأداء الوظيفي	الالتزام الوظيفي	5		0.834	.848
	إنجاز المهام	7		0.838	

المصدر : من إعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية

يتضح بالجدول (6) الذي بالأعلى أن قيم معاملات الثبات لمقاييس الدراسة كالتالي :

- أظهرت النتائج لمقياس تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي : أن قيمة ألفا كرونباخ والثبات المركب (Composite Reliability) للمقياس ككل كانت 0.752 وبما أنها تتجاوز 0.7 ، وفقاً لدراسة hair et al (2010) فإن الثبات قد تحقق للمقياس .

- أما بالنسبة لمقياس تطبيق الأداء الوظيفي : أن قيمة ألفا كرونباخ والثبات المركب (Composite Reliability) للمقياس ككل كانت 0.848 أما بالنسبة لأبعاد الأداء الوظيفي ، فقد كانت قيم ألفا كرونباخ والثبات المركب على النحو التالي : الإلتزام الوظيفي 0.834 ، إنجاز المهام 0.838 وبما أنها تتجاوز 0.7 ، وفقاً لدراسة hair et al (2010) فإن الثبات قد تحقق للمقياس .

وفقاً للنتائج الإحصائية بالأعلى ، التي اثبتت صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة الحالية ، مما يعني إمكانية الاعتماد على نتائجها وصلاحيه هذه الإستبانات للتطبيق والوثوق بها ، في إجراء التحليلات الخاصة باختبار فرضيات الدراسة .

4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

قد يتم قياس استجابات أفراد العينة لفقرات المقياس ، طبقاً لمقياس ليكرت الثلاثي ، وفقاً لما يلي :

نعم	لا	أحياناً
1	2	3

الجدول (8)

وقد تم حساب مستوى الأهمية وفقاً للمعادلة التالية :

تم حساب الوزن النسبي المقابل لكل فئة عن طريق ضرب المتوسط الحسابي في $33.33\% = 3/100$

يوضح الجدول (9) دلالة المتوسطات الحسابية كما يلي :

جدول (9) : دلالة المتوسطات الحسابية .

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الإتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة / الأهمية
من 1 إلى 1.67	نعم	من 66.67% إلى 100%	موافقة مرتفعة
من 1.68 إلى 2.34	لا	من 33.34% إلى 66.66%	موافقة متوسطة
من 2.35 إلى 3	أحياناً	من 0% إلى 33.33%	موافقة منخفضة

يوضح الجدول التالي التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة ، والذي يتضمن الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغير باستخدام ليكرت الثلاثي .

ويعتمد هذا التحليل على الجدول الذي يعرض دلالة المتوسط الحسابي ، حيث يتم تفسير دلالة المتوسط الحسابي الموضح في الجدول أعلاه لتحديد مستوى تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي ، بالإضافة إلى مستوى الأداء الوظيفي وأبعادها ، وفقاً لآراء عينة الدراسة .

يتم توضيح ذلك كما يلي :

جدول (10) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام	مستوى الأهمية
وسائل التواصل الاجتماعي	0.698	0.378	نعم	موافقة مرتفعة
الأداء الوظيفي	0.728	0.657	نعم	موافقة مرتفعة
		0.571	نعم	

المصدر : من إعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية

يتضح في الجدول (10) في الأعلى الخاص بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة مايلي :

-تظهر نتائج توصيف عينة الدراسة بالنسبة للمتغير المستقل وسائل التواصل الاجتماعي : أن الاتجاه العام لمفردات العينة يميل إلى موافقة مرتفعة ، مما يشير إلى تحقيق عالٍ لممارسات وسائل التواصل الاجتماعي في شركة بنده في منطقة جدة ، حيث بلغ متوسط الحسابي للمتغير ككل 0.698 ، مع نسبة موافقة بلغت 61% وانحراف معياري قدره 0.378 .

-تظهر نتائج توصيف العينة للمتغير التابع الأداء الوظيفي : أن الاتجاه العام لمفردات العينة تشير إلى نسبة موافقة مرتفعة ، مما يدل على مستوى عالٍ من تطبيق الأداء الوظيفي في شركة بنده في منطقة جدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمتغير ككل 0.728 مع نسبة موافقة 54% وانحراف معياري 0.641 كما أظهرت النتائج الإحصائية الوصفية لأبعاد الأداء الوظيفي أن الاتجاه العام لجميع الأبعاد (الإلتزام الوظيفي ، وإنجاز المهام) هو مستوى مرتفع من الموافقة،مما يشير إلى تطبيق مرتفع لممارسات الأداء الوظيفي في شركة بندهفي منطقة جدة بالنسبة للأبعاد المختلفة للإلتزام الوظيفي كان

المتوسط الحسابي 0.735 بنسبة 48% وانحراف معياري 0.657 . وبعد إنجاز المهام كان المتوسط الحسابي 0.702 وبنسبة 60.3% وانحراف معياري 0.571 . تشير هذه النتائج إلى أن معظم مفردات عينة الدراسة توافق على تطبيق ممارسات الأداء الوظيفي في الشركة بشكل عام .

4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

يعرض الجدول التالي معاملات الارتباط الخطي (لبيرسون) بين متغيرات الدراسة ، والتي تم قياسها بـ استخدام SPSS-V28 وذلك على النحو التالي :

		المتغير_المستقل_الإ		المتغير_التابع_الأداء_إنجاز_المهام	
		الإلتزام_الوظيفي_اجتماعي			
المتغير_المستقل_الاجتماعي	Pearson Correlation	1	.396*	.444*	.464**
	Sig. (2-tailed)		.027	.012	.008
	N	31	31	31	31
الإلتزام_الوظيفي	Pearson Correlation	.396*	1	.650**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.027		<.001	<.001
	N	31	31	31	31
إنجاز_المهام	Pearson Correlation	.444*	.650**	1	.926**
	Sig. (2-tailed)	.012	<.001		<.001
	N	31	31	31	31
المتغير_التابع_الأداء	Pearson Correlation	.464**	.889**	.926**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	<.001	<.001	
	N	31	31	31	31

جدول (11) : معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الارتباط الخطي بين وسائل التواصل الاجتماعي (كمتغير مستقل) وإدارة المعرفة (كمتغير تابع) :

تبين وجود ارتباط معنوي متوسط موجب (0.464) بين وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل والأداء الوظيفي كمتغير تابع عند مستوى دلالة أقل من (0.01)

تبين وجود ارتباط معنوي متوسط موجب بين وسائل التواصل الاجتماعي وكلاً من أبعاد الأداء الوظيفي (الإلتزام الوظيفي ، إنجاز المهام) عند معامل الارتباط (0.396، 0.444) على الترتيب كمتغيرات تابعة عند مستوى دلالة أقل من (0.01)

-يلاحظ مما سبق أن قيم معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة مرتفعة ومما يدل على قوة الارتباط

نتائج اختبار فرضيات الدراسة :

يتعلق هذا الجزء باختبار صحة الفرضية الرئيسية ومايتبعه من فروض فرعية ويتم عرض النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها باستخدام كلا من الحزمة الإحصائية SPSS V28 ,SEM-PLS على النحو التالي :

الفرضية الرئيسية :

يوجد أثر معنوي إيجابي ذو دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وبين الأداء الوظيفي .

ويتفرع من هذا الفرض الرئيسي فروضاً فرعية كما يلي :

الفرضية الأولى : يوجد أثر معنوي إيجابي ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي والإلتزام الوظيفي.

الفرضية الثانية : يوجد أثر معنوي إيجابي ذو دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي وإنجاز المهام.

نتائج اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة :

-ينص هذا الفرض على أنه " توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي وبين الأداء الوظيفي "

لإختبار هذه الفرضية ، تم استخدام أسلوب تحليل الإنحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression Analysis) ، والذي يعد أحد الأساليب الإحصائية الشائعة المستخدمة لإختبار العلاقة بين متغيرين . في هذا السياق تم تطبيق هذا الأسلوب لدراسة العلاقة بين وسائل التواصل الإجتماعي التي تمثل المتغير المستقل . وبين الأداء الوظيفي الذي يعتبر المتغير التابع . ويهدف التحليل إلى تحديد ما إذا كانت هناك علاقة معنوية بين تطبيق ممارسات وسائل التواصل الإجتماعي وبين الأداء الوظيفي في الشركة . من خلال هذا التحليل يتم إختبار مدى تأثير وسائل التواصل الإجتماعي على الأداء الوظيفي ، وكذلك قياس قوة واتجاه هذه العلاقة باستخدام المعاملات الإحصائية المستخلصة من نموذج الإنحدار الخطي البسيط .

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 ^a	.216	.189	.497

a. Predictors: (Constant), _المستقل_ المتغير

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.969	1	1.969	7.978	.008 ^b
	Residual	7.156	29	.247		
	Total	9.125	30			

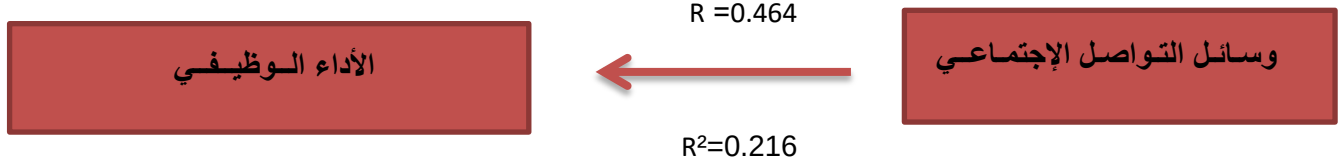
a. Dependent Variable: الأداء_التابع_ المتغير

b. Predictors: (Constant), _المستقل_ المتغير

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.736	.391		1.880	.070	-.065	1.536
	المستقل المتغير _الإجتماعي	.677	.240	.464	2.825	.008	.187	1.168

a. Dependent Variable: الأداء_التابع_ المتغير



يتضح من الجدول بالأعلى مايلي

-تشير مستوى المعنوية لإختبار (F) والذي يساوي (sig) أقل من (0.01) ، مما يدل على أن نموذج الانحدار الخطي البسيط ذو دلالة معنوية عند مستوى 0.01 .

تشير معامل الارتباط (R=0.464) إلى وجود ارتباط إيجابي قوي بين وسائل التواصل الإجتماعي والأداء الوظيفي .

يوضح معامل تحديد المعدل (R^2) أن حوالي 22% من التباين الحاصل في وسائل التواصل الإجتماعي يمكن تفسيره من خلال التباين في مستوى وسائل التواصل الإجتماعي .

تشير قيمة (ت) (T-Value) إلى معنوية معامل الانحدار (B) حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لاختبار (ت) 0.74 .

وبناء على النتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الرئيسي الذي ينص على وجود علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الإجتماعي كمتغير مستقل وبين الأداء الوظيفي كمتغير تابع .

نتائج اختبار الفرضيات الفرعية الأولى والثانية للدراسة :

-ينص هذا الفرض الفرعي الأول على أنه "يوجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الإجتماعي وبين الأداء الوظيفي " يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين وسائل التواصل الإجتماعي محل الدراسة كمتغير مستقل وبين الإلتزام الوظيفي كمتغير تابع .

-ينص هذا الفرض الفرعي الثاني على أنه "يوجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الإجتماعي وبين إنجاز المهام " يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين وسائل التواصل الإجتماعي محل الدراسة كمتغير مستقل وبين إنجاز المهام كمتغير تابع .

ولإختبار هذه الفرضيات الفرعية تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis

الفرضية الأولى :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.396 ^a	.157	.128	.613

a. Predictors: (Constant), الإجتماعي_المستقل_المتغير

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.032	1	2.032	5.401	.027 ^b
	Residual	10.910	29	.376		
	Total	12.942	30			

a. Dependent Variable: الوظيفي_الإلتزام

b. Predictors: (Constant), الإجتماعي_المستقل_المتغير

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.791	.483	1.636	.113	-.198	1.779
	الإجتماعي_المستقل_المتغير	.688	.296	2.324	.027	.083	1.294

a. Dependent Variable: الوظيفي_الإلتزام

الفرضية الثانية :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.444 ^a	.197	.169	.520

a. Predictors: (Constant), الإجتماعي_المستقل_المتغير

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.924	1	1.924	7.111	.012 ^b
	Residual	7.847	29	.271		
	Total	9.771	30			

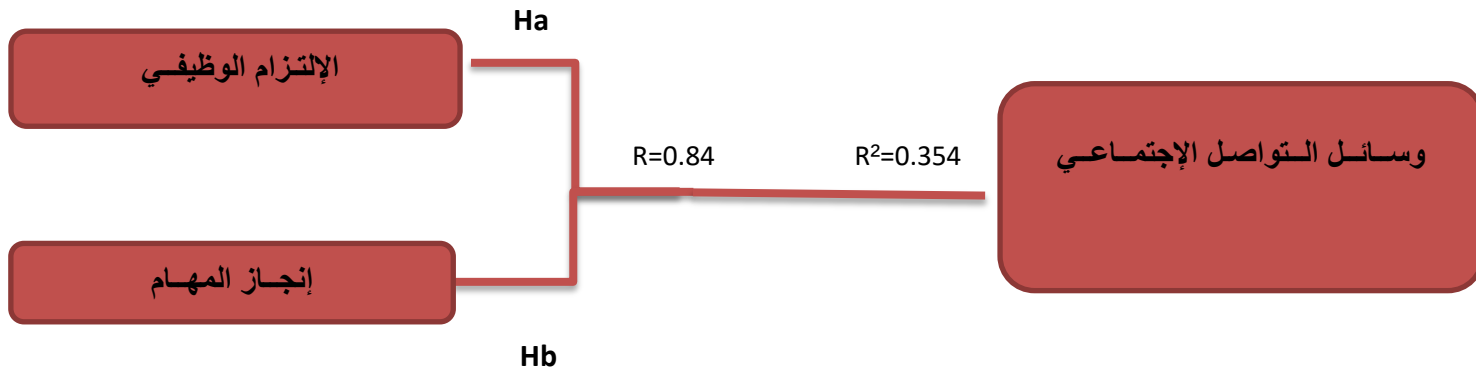
a. Dependent Variable: المهام_إنجاز

b. Predictors: (Constant), الاجتماعي_المستقل_المتغير

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.791	.483	1.636	.113	-.198	1.779
	الاجتماعي_المستقل_المتغير	.688	.296	.396	.027	.083	1.294

a. Dependent Variable: الوظيفي_الالتزام



يتضح من الجدول بالأعلى مايلي :

- ❖ يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) إلى أن قيمة (Sig) أقل من 0.02 مما يدل على أن نموذج الإنحدار الخطي البسيط ذو دلالة معنوية عند مستوى 0.02
- ❖ تشير قيمة معامل الارتباط (R=0.84) إلى وجود ارتباط إيجابي قوي بين وسائل التواصل الاجتماعي وبين أبعاد الأداء الوظيفي (الإلتزام الوظيفي ، إنجاز المهام) .
- ❖ يشير معامل التحديد المعدل (R²) إلى أن 35% من التباين الحاصل في أبعاد الأداء الوظيفي من خلال التباين في مستوى وسائل التواصل الاجتماعي .

❖ **تشيرقيمة (ت) (T-Value)** إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (B) ، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لإختبار (ت) يساوي 1.7

بناءً على النتائج السابقة ، بالنسبة للفرضيات الفرعية فقد تم قبول صحتها حيث تم إثبات وجود علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل وبين الالتزام الوظيفي وإنجاز المهام كمتغير تابع .

4.6. الخاتمة

يتناول هذا الفصل الإحصائي التفصيلي لنتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من موظفي شركة بنده في مدينة جدة ، والذي كان هو الموقع الذي تم اختياره لتنفيذ البحث . فقد تم استخدام أساليب إحصائية متقدمة من خلال برنامجي SPSS الإصدار 28 و SEM-PLS لتحليل البيانات التي جمعها ، حيث توفر هذه البرامج إحصائية قوية تساعد في تفسير البيانات واستخلاص النتائج بشكل دقيق وموثوق .

بدأت عملية التحليل الإحصائي بتنفيذ التحليل الوصفي لعينة الدراسة ، حيث تم دراسة التوزيع الديموغرافي للموظفين المشاركين في الدراسة . تم التركيز في هذا الجزء من التحليل على مجموعة من الخصائص الشخصية والمهنية للمشاركين مثل الجنس ، العمر المؤهل العلمي ، عدد سنوات الخبرة . هذا التحليل الوصفي كان ضرورياً لفهم خصائص العينة بشكل كامل ، مما يساعد في تقديم تفسير أدق للنتائج التي سيتم التوصل إليها لاحقاً .

لعد ذلك ، تم الانتقال إلى تحليل هذه المتغيرات من خلال النظر في أبعادها المختلفة . في حالة الأداء الوظيفي تم تحليل أبعاد مثل الالتزام الوظيفي ، وإنجاز المهام . هذا التحليل الوصفي للمتغيرات ساعد في توضيح مدى تطبيق هذه المفاهيم في بيئة العمل بالشركة وكيفية تأثيرها على الأداء العام في المؤسسة .

في المرحلة التالية من التحليل، تم التحقق من توفر شروط الصدق والثبات للمقاييس التي تم استخدامها لقياس المتغيرات المدروسة . وقد تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المتقدمة مثل حساب ألفا كرونباخ والثبات المركب ، وكذلك متوسط التباين المستخرج (AVE) . تمثل هذه الأساليب أدوات أساسية لتقييم موثوقية الأدوات البحثية ، وقد أظهرت النتائج أن جميع المقاييس المستخدمة تتمتع بمؤشرات عالية من الثبات و الصدق ، مما يعزز من موثوقية البيانات المستخلصة من الدراسة.

بعد التأكد من موثوقية المقاييس ، تم اختبار الفرض الرئيسي للدراسة ، و الذي ينص على وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التواصل الاجتماعي وبين الأداء الوظيفي

تم اختبار هذا الفرض بإستخدام أساليب تحليلية مثل الإنحدار الخطي البسيط والنماذج الهيكلية للمعادلات البنائية (SEM) وهي أساليب قوية لقياس العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة ، بالإضافة إلى ذلك تم إختبار مجموعة من الفرضيات الفرعية المتعلقة بتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أبعاد مختلفة من الأداء الوظيفي مثل الإلتزام الوظيفي ، إنجاز المهام

تؤكد النتائج الإحصائية التي تم الحصول عليها في هذا الفصل على ما خلصت إليه الفصول السابقة من لدراسة ، حيث اثبتت أن الإدارة الإستراتيجية تلعب دورًا محوريًا في تعزيز ممارسات إدارة المعرفة في شركة بنده في مدينة جدة ، من خلال هذه النتائج ، يمكن تقديم التوصيات العملية التي سيتم عرضها في الفصل الختامي ، والتي تهدف إلى تحسين ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي في المنظمة وتعزيز قدرتها على الأداء الوظيفي بشكل فعال . هذا التوصيات ستكون قائمة على النتائج المستخلصة من الدراسة الميدانية و التحليل الإحصائي الذي تم تنفيذه ، مما يعزز من فعالية تطبيق هذه التوصيات في الواقع العملي .

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

الحدود الموضوعية : يركز البحث على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي . ويتناول البحث العوامل الأساسية التي تؤثر على الأداء الوظيفي ، وكيف يمكن تحسينه بالإضافة إلى التحديات والعقبات التي تواجهها الشركة .

الحدود البشرية : يشمل عينة الدراسة جميع موظفين شركة بنده في منطقة جدة . تم اختيار عينة عشوائية من موظفي مختلف الإدارات والمستويات الوظيفية داخل الشركة لضمان تنوع البيانات .

الحدود المكانية : تقتصر الدراسة على شركة بنده في منطقة جدة هي شركة تجزئة سعودية مقرها جدة ، المملكة العربية السعودية ولها فروع عديدة .

الحدود الزمانية : يركز هذا البحث على فترة 2024 وهي الفترة التي تم فيها جمع وتحليل البيانات.

الدراسات المستقبلية :

من خلال النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة والتي أظهرت العلاقة الوثيقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والأداء الوظيفي وأبعاده (الإلتزام الوظيفي وإنجاز المهام) . فإن الباحث يوصي الآخرين الذين يريدون مواصلة الدراسات حول نفس الموضوع بتوحيد هذه النتائج في بيانات العمل والتركيز على أحد الفرضيات وعلاقته بالتساؤلات .

5.2. توصيات الدراسة:

من خلال دراستنا التي هدفت إلى معرفة أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي في شركة بنده تم التوصل إلى بعض التوصيات

- ضرورة مواكبة التطورات الحاصلة في مجال وسائل التواصل بتوفير وسائل والأجهزة والتقنيات اللازمة .
- تنمية مهارات الموظفين من خلال اهتمام بهم وتشجيعهم على بذل مجهود أعلى .

- توظيف أفراد ذوي خبرات ومعارف وقدرات عالية للإستفادة منهم .
- تشجيع العمل الجماعي وخلق جو عمل مناسب يساعدهم على تحقيق مستوى أداء جيد وفعال .
- تعزيز الاتصال بين الموظفين والمسؤولين والإهتمام بهم هذا مايجعلهم يبذلون جهود من أجل تحقيق أهداف المؤسسة .

5.3. الخاتمة:

يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير استخدام وسائل التواصل الإجتماعي على الأداء الوظيفي وأبعاده ، ودراسة فعاليته

يعد الأداء الوظيفي من المفاهيم التي تهتم بها الإدارة وتنوعت التعاريف وذلك لاختلاف البيئات ، ويعتبر الأداء الوظيفي من أهم المتغيرات التي تمكن الشركة من تحقيق أهدافها وتحقيق أهداف العاملين بها وتحقيق حاجاتهم الإجتماعية فنجاح الشركة يعتمد على بشكل كبير على فاعلية وكفاءة موظفي الشركة العاملة ، وتختلف عناصر ومتغيرات الأداء الوظيفي فهي تتمثل في (الإلتزام الوظيفي ، وإنجاز المهام) وقد كشفت النتائج على علاقة إيجابية بين وسائل التواصل الإجتماعي والأداء الوظيفي .

وتظهر هذت الدراسة أن وسائل التواصل الإجتماعي يمكن أن يكون لها تأثير كبير على الأداء الوظيفي للموظفين في الشركة .

وبالرغم من الفوائد الواضحة لوسائل التواصل الإجتماعي هناك بعض العقبات التي يجب التعامل معها مثل عدم وجود وقت محدد لإستخدامها ، وتطوير البرامج المستخدمة في الشركة ، وتعزيز لإستخدامها في مايفيد الشركة .

وبناء على هذه النتائج ، يُوصى بأن تستثمر الشركات بشكل أكبر وسائل التواصل الإجتماعي لزيادة مبيعاتها .

وكخلاصة لدراستنا نستنتج أن وسائل التواصل الإجتماعي له دور فعال وأثر كبير على الأداء الوظيفي للعاملين في الشركة لهذا يجب على كل شركة أن تنتهج الأساليب اللازمة لتحقيق الرضا الوظيفي وتخلق لهم جو الملائم للعمل من خلال تعزيز القيم والسلوكيات المرغوبة .

قائمة المراجع

- أحمد السعيد فؤاد, ر., محمد بهاء الدين, ر., & نصار, ن. (2024). العقد النفسي وأثره علي الأداء الوظيفي (للعاملين بشركات السياحة. مجلة كلية السياحة والفنادق. جامعة المنصورة, 15(2), 41-1
- الدالي, ش. ع. ا. ع. ا., شيماء عبد العزيز عبد الباسط, اليثي, & هدى محمد إبراهيم. (2016). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على سلوكيات وقيم الشباب الجامعي الريفى. مجلة قطاع الدراسات الإنسانية, 18(18), 119-188
- العلي, د. ف. ب. م., & د. فهد بن معيقل. (2017). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الوظيفي في الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية. دراسات عربية في التربية وعلم النفس, 92(2), 75-104
- بن عبد الكريم, آسية, بن علي, آمنة, سباعي, & أحمد/مؤطر. (2019). دور تكنولوجيا الإتصال الحديثة (جامعة احمد دراية-ادرار (Doctoral dissertation, في تحسين الأداء الوظيفي لموظفي
- (Doctoral dissertation, بن عبيدة, امين, صامت شامي, & ايوب. اثر الرضا الوظيفي على الاداء الوظيفي (dissertation).
- بوضياف محمود, & نجاته ايمان. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الأداء الوظيفي في (Doctoral dissertation) مؤسسات التعليم العالي
- (جدي براهيمية, & كريم مهدي. (2023). تأثير الرقمنة على الأداء الوظيفي)
- سند خليف الحربي. (2020). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء الدوام الرسمي على إنتاجية العمل من وجهة نظر الموظفين دراسة ميدانية على موظفي قطاع الأعمال بشركة الاتصالات السعودية. (مجلة العلوم الإقتصادية و الإدارية و القانونية, 4(1), 140-157
- (.شابي, & منصوري. (2023). أثر المناخ التنظيمي على الأداء الوظيفي)
- صافوني, بن حمي, فتيحة, بن خالد, & عبد الكريم/مؤطر. (2022). تأثير جائحة كورونا على الأداء (جامعة احمد دراية-ادرار (Doctoral dissertation, الوظيفي للأستاذ

Psychological Science, 35(02B). عبد جبر زامل. (2024). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق السلم المجتمعي

عبدربه حميد القرشي, ه. (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع. (مجلة كلية التربية (أسيوط), 37(6), 106-131)

(مجلخ محمد أنيس, & زنو معاذ. (2024). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق الخدمات البنكية علي, أ. ص. خ., & أحمد صاوي خالد. (2024). التأثيرات السلبية المحتملة من متابعة وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر بعض موظفي جامعة جازان. المجلة العلمية بكلية الآداب, 2024(54), 511-537.)

عمار حركات, س., أحمد كيلاني, ح., حمدالله, حساين بخيت, & سيد. (2020). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات. المجلة العلمية لكلية الآداب-جامعة أسيوط, 23(76), 285-316

مالك, حجرية, هادي, & جلول. (2022). أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال في تحسين الأداء الوظيفي (Doctoral dissertation). دراسة ميدانية برئاسة جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت

محمد عبدالله العبيسات, ص., صلاح, زايد خليف اللصاصمة, & أمنة. (2022). أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة الصحة النفسية لدى عينة من أفراد المجتمع الأردني في ضوء جائحة (مجلة كلية التربية. جامعة طنطا, 85(1), 259-300 Covid-19.

ممدوح القشاش, ن. (2020). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي (دراسة ميدانية). المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية, 11(العدد الثاني الجزء الثاني), 1098-1118.)

هند لؤي عبد الحميد. (2019). التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي و علاقتها بالوعي بالإبداع لدى (طالبات قسم رياض الأطفال. مجلة الفتح للبحوث التربوية والنفسية, 23(3), 462-485

. (<https://panda.com.sa/about-us>)

معلم, بشير, عزو, حمزة, فودوا, & محمد/مؤطر. (2023). أثر الالتزام التنظيمي على جودة الأداء الوظيفي (Doctoral dissertation, جامعة احمد دراية-ادرار).

بن حمزة جيهان, & بوقرة أميرة. (2023). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة.

الزهراني, ي. م. ع., & يحيى مزهر عطية. (2018). أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. مجلة كلية التربية بالإسماعيلية, 41(41 مج2), 160-188.

الملاحق

جدول أدوات البحث

المتغيرات	الأبعاد	عدد الفقرات	المصدر
وسائل التواصل الاجتماعي		12	مالك, حجرية, هادي, & جلول. (2022). أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال في تحسين الأداء الوظيفي دراسة ميدانية برئاسة جامعة بلحاج بوشعيب Doctoral dissertation.عين تموشنت)
مجموع الفقرات		12	
الأداء الوظيفي	الإلتزام الوظيفي	5	معلم, بشير, عزو, حمزة, فودوا, & محمد/مؤطر. (2023). أثر الإلتزام التنظيمي على جودة الأداء Doctoral dissertationالوظيفي) , جامعة احمد دراية-ادرار).
	إنجاز المهام	7	
مجموع الفقرات		12	

الإستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ، يسعدنا دعوتكم للمشاركة في هذه الدراسة التي تهدف إلى فهم تأثير وسائل التواصل الإجتماعي . نحن ندرك أهمية وسائل التواصل الإجتماعي في حياتنا اليومية ، ونسعى من خلال هذا الإستبيان إلى استكشاف كيف يمكن لهذه الوسائل أن تؤثر على بيئة العمل والإنتاجية .

نؤكد لكم على سرية كافة المعلومات التي ستقدمونها، وأنها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. نشكركم مقدماً على وقتكم الثمين ومشاركتكم القيمة

..

المعلومات العامة

الجنس

- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

الإسم

.....

العمر

- ☐ أقل من 30 سنة
- ☐ من 30 إلى 40 سنة
- ☐ من 40 إلى 50 سنة
- ☐ أكثر من 50

المستوى التعليمي

- ☐ ثانوي
- ☐ بكالوريوس
- ☐ ماجستير
- ☐ غير ذلك

الخبرة المهنية

- ☐ أقل من 5 سنوات
- ☐ من 5 إلى 10 سنوات
- ☐ من 10 سنوات إلى 15 سنة
- ☐ أكثر من 15 سنة

المحور الأول : وسائل التواصل الإجتماعي

تشير وسائل التواصل الإجتماعي بشكل عام إلى مواقع الويب والتطبيقات المصممة للسماح للأشخاص بمشاركة المحتوى بسرعة ، وكفاءة ، وفي وقت حدوثها الفعلي .

الرقم	العبارة	نعم	لا	أحيانا
1	هل تعتبر وسائل التواصل مهمة بالنسبة إليك			
2	هل استخدام وسائل التواصل يسمح بتوفير الوقت وسهولة الحصول على المعلومة			
3	هل تشكل وسائل التواصل خطرا على وظيفتك			
4	توظف الشركة أفراد مؤهلين علميا وعمليا في استخدام وسائل التواصل الإجتماعي			
5	هل تستعمل وسائل التواصل (كمبيوتر ، الهاتف، الإنترنت) في عملك.			
6	هل سمحت لك وسائل التواصل بتنمية مهاراتك وقدراتك المهنية.			
7	هل تتحكم في وسائل التواصل عند استخدامك لها.			
8	هل تواجه صعوبات أثناء استخدام وسائل التواصل .			
9	هل ساعدك استعمال وسائل التواصل في تحسين أدائك			
10	هل يتم تبادل المعلومات والبيانات بين الموظفين من خلال الوسائل المتوفرة			
11	توفر الشركة التمويل الكافي لتطوير إمكانياتها في مجال وسائل التواصل الإجتماعي بغرض زيادة الإنتاجية			
12	تهتم الشركة بتوعية الموظفين بأهمية استخدام وسائل التواصل الإجتماعي			

المحور الثاني : الأداء الوظيفي

الأداء الوظيفي : قيام الموظف بكافة المهام والأنشطة المكلف بها من مسؤوليات وواجبات والنتائج الفعلية التي يحققها في مجال عمله

العبارة	نعم	لا	أحيانا	البعد الأول الإلتزام الوظيفي
توفر الشركة ظروف عمل جيدة للموظفين				
تشجع الشركة موظفيها على بذل أقصى جهد من أجل تحقيق أهداف الشركة				
تقدم الشركة حوافز وترقيات للموظفين مما يشجعهم على القيام بأي مهمة إضافية توجه إليهم				
تشجع بيئة الشركة موظفيها على البقاء				
تتمنى أن تواصل مشوارك المهني داخل الشركة				
				البعد الثاني إنجاز المهام
العبارة	نعم	لا	أحيانا	
ينجز الموظفون أعمالهم في الوقت المحدد وبشكل مثالي				
المهام والبرامج والمقاييس واضحة ومفهومة				
ينفذ الموظفون القرارات والتعليمات الصادرة فور صدورها				
تؤدي عملك بكل حب ووفاء وإخلاص				
ينجز الموظفون المهمة الموكلة إليهم في الوقت المحدد حتى إن ترتب على ذلك إضافة ساعات إضافية				
تحدد الأعمال بشكل مصنف بين الموظفين				
يسود روح التعاون بين الموظفين من أجل ضمان جودة العمل				

		الجنس			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	ذكر	15	48.4	48.4	48.4
	أنثى	16	51.6	51.6	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

		العمر			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	سنة 30 من أقل	11	35.5	35.5	35.5
	سنة 40 إلى 30 من	17	54.8	54.8	90.3
	سنة 50 إلى 40 من	2	6.5	6.5	96.8
	سنة 50 من أكثر	1	3.2	3.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

		التعليمي_المستوى			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	ثانوي	9	29.0	29.0	29.0
	بكالوريوس	20	64.5	64.5	93.5
	دبلوم	2	6.5	6.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

		المهنية_الخبرة			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	سنوات 5 من أقل	17	54.8	54.8	54.8
	10 إلى سنوات 5 من	7	22.6	22.6	77.4
	سنة 15 إلى 10 من	5	16.1	16.1	93.5
	سنة 15 من أكثر	2	6.5	6.5	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

جدول صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير المستقل

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
A1	1.42	.807	31
A2	1.16	.523	31
A3	2.10	.396	31
A4	1.84	.934	31
A5	1.13	.499	31
A6	1.48	.811	31
A7	1.77	.956	31
A8	2.13	.428	31
A9	1.52	.851	31
A10	1.13	.499	31
A11	1.55	.810	31
A12	1.84	.898	31

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.542
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	128.221
	df	66
	Sig.	<.001

Rotated Component Matrix^a

	Component
	1
A1	.895
A2	.848
A3	.815
A4	.609
A5	.689
A6	.885
A7	.708
A8	.629
A9	.657
A10	.763
A11	.810
A12	.530

جدول صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة للمتغير التابع

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N	Missing N
BA1	1.87	.991	31	0
BA2	1.68	.945	31	0
BA3	2.00	.931	31	0
BA4	2.06	.929	31	0
BA5	1.81	.749	31	0
BB1	2.42	.923	31	0
BB2	1.65	.915	31	0
BB3	1.94	.998	31	0
BB4	1.32	.702	31	0
BB5	1.61	.882	31	0
BB6	1.65	.915	31	0
BB7	1.74	.893	31	0

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.657
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	141.739
	df	66
	Sig.	<.001

Communalities

	Initial	Extraction
BA1	1.000	.639
BA2	1.000	.823
BA3	1.000	.712
BA4	1.000	.838
BA5	1.000	.765
BB1	1.000	.703
BB2	1.000	.569
BB3	1.000	.546
BB4	1.000	.744
BB5	1.000	.685
BB6	1.000	.649
BB7	1.000	.798

The Impact of Using Social Media on Job Performance as
Applied to Panda Company in Jeddah
"Case Study"

Student Name:

Najwa Abdu Noor

2021205271

Final Project - 2

College of Management - Midocean University

Supervision

Dr. Mona Moustafa Elashry

Faculty Member - College of Management - Midocean
University

Second Semester - 2024