

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشروع بالتطبيق على المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض

المشروع النهائي في مجال إدارة المشاريع

مقدم من الطالبة

مها حسن البيوك

الرقم الأكاديمي

242000786

إشراف

أ.د. فايز علي جراد

أ.د. الفیصل عبدالحمید

العام الجامعي

2025م



(وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون)

صدق الله العظيم

سورة التوبة: الآية (105).

ملخص الدراسة

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشروع بالتطبيق على المشاريع الإنشائية في

منطقة الرياض

مها حسن البيوك

الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى تحليل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على إدارة المشاريع الإنشائية بالتطبيق على المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض، مع التركيز على أربعة محاور رئيسية: التكلفة، الوقت، الجودة، ورضا العملاء. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من عينة مكونة من (100) من الكادر الإداري والوظيفي في (5) مشاريع إنشائية بمنطقة الرياض منهم (14) مديراً، و(86) موظفاً. وتم تحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية متقدمة مثل معامل الارتباط (Pearson) وتحليل الانحدار الخطي عبر برنامج (SPSS).

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحسين أداء المشاريع الإنشائية في جميع المحاور. حيث بلغت معاملات الارتباط قيماً مرتفعة تتراوح بين 0.45 و0.60، مما يشير إلى تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في خفض التكاليف، تسريع إنجاز المشاريع، تحسين الجودة، وزيادة رضا العملاء. كما أكد تحليل الانحدار أن زيادة استخدام هذه المنصات يؤدي إلى تحسين أداء المشاريع بشكل ملحوظ، حيث بلغت معاملات الانحدار (β) قيماً تتراوح بين 0.40 و0.55. وتؤكد هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة استراتيجية فعالة في إدارة المشاريع الإنشائية، خاصة في بيئة تنافسية مثل منطقة الرياض.

وبناءً على هذه النتائج قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات العملية المعززة بإجراءات تنفيذية لتحسين الأداء العام للمشاريع الإنشائية من خلال الاستفادة المثلى من التكنولوجيا الحديثة، ومن أبرز هذه التوصيات: أهمية تطوير استراتيجيات شاملة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة فعالة في إدارة المشاريع الإنشائية، وإجراء برامج تدريبية موجهة للعاملين في المشاريع الإنشائية لزيادة مهاراتهم في استخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل فعال، مما يساهم في تحقيق أهداف

المشروع وزيادة فعالية التواصل. كما اقترحت الدراسة اعتماد آليات لتقييم مستمر للأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع، بما يساعد في تحسين استراتيجيات الاتصال وإدارة المشاريع بناءً على النتائج المستخلصة.

الشكر والعرفان

الحمد لله رب العالمين الذي وفقني لإتمام هذه الرسالة العلمية، والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله الغر الميامين القائل: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله).

مع انتهائي من هذه الرسالة لا يسعني إلا أن أعترف لكل ذي فضل عليّ بفضلته، فهم أهلّ للشكر والثناء، ولذا أتقدم بالشكر الجزيل وبخالص المودة والتقدير لهيئة الإشراف على هذه الرسالة، وهم: الأستاذ الدكتور/ فايز علي جراد- أستاذ الإدارة- جامعة ميدأوشن، والأستاذ الدكتور/ الفيصل عبد الحميد- أستاذ الإدارة- جامعة ميدأوشن. لما قدماء لي من إرشادات وتوجيهات علمية ومنهجية قيمة وسديدة، وعلى سعة صدرهما في الأخذ والعطاء طوال فترة الدراسة. كما أتقدم بجزيل الشكر للسادة المناقشين لتكرمهما بقول مناقشة هذا الجهد العلمي المتواضع.

ويطيب لي أن أقدم خالص الشكر والعرفان لوالدي العزيزين، واخواني، وزوجي الغالي، على دعمهم المستمر لي وتحفيزي طوال مسيرتي العلمية، فقد كانت مساندتهم ودعواتهم الدائمة لي القوة الدافعة التي مكنتني من تحقيق هذا الإنجاز.

كما أتوجه بالشكر إلى جميع القائمين على الشركات الإنشائية بمنطقة الرياض؛ الذين قدموا لي الدعم والمؤازرة فيما يتعلق بالحصول على المعلومات اللازمة للدراسة، والتفاعل المثمر في الاستجابة على أداة الدراسة.

كما أشكر كل من انتفعت بعلمه، وكل من ساعدني على إخراج هذه الدراسة إلى النور، فما وفقني فيه فمن الله، وما قصرت فمني ومن الشيطان، والله الهادي إلى سواء السبيل.

الباحثة

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
الصفحات التمهيدية	
أ	صفحة الغلاف.
ب	الآية القرآنية.
ج	ملخص الدراسة.
هـ	الشكر والعرفان.
و	قائمة المحتويات.
ح	قائمة الجداول.
ط	قائمة الملاحق.
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
2	- المقدمة.
3	- مشكلة الدراسة.
4	- تساؤلات الدراسة.
5	- أهداف الدراسة.
5	- أهمية الدراسة.
6	- متغيرات الدراسة وأبعادها.
7	- فرضيات الدراسة.
7	- حدود الدراسة.
8	- المصطلحات الإجرائية للدراسة.
الفصل الثاني: المراجعة الأدبية	
المحور الأول: الدراسات السابقة	
11	- تمهيد.

11	- دراسات تناولت المتغير المستقل (مواقع التواصل الاجتماعي).
13	- دراسات تناولت المتغير التابع (أداء المشروع).
15	- دراسات جمعت بين مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشروع.
18	- تعقيب عام على الدراسات السابقة.
19	- مميزات الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.
المحور الثاني: الإطار النظري	
20	تمهيد
21	المبحث الأول: المتغير المستقل (مواقع التواصل الاجتماعي)
23	المبحث الثاني: المتغير التابع (أداء المشروع)
26	المبحث الثالث: العلاقة بين المتغيرين (مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشروع)
26	أولاً: المنطلقات النظرية للعلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشروع.
27	ثانياً: جوانب العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشروع.
30	المبحث الرابع: بيئة الدراسة (المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض)
32	خاتمة الإطار النظري
الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات	
35	- منهج الدراسة.
35	- مجتمع الدراسة.
35	- عينة الدراسة.
36	- أداة الدراسة.
37	- صدق أداة الدراسة.
37	- ثبات أداة الدراسة.
38	- معيار تصحيح أداة الدراسة.
39	- إجراءات الدراسة.
40	- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها	
42	- النتائج المتعلقة بالتساؤل الأول للدراسة.
43	- النتائج المتعلقة بالتساؤل الثاني للدراسة.
45	- النتائج المتعلقة بالتساؤل الثالث للدراسة.
46	- النتائج المتعلقة بالتساؤل الرابع للدراسة.
48	- ملخص بنتائج الدراسة.
48	- استنتاجات الدراسة.
50	- توصيات الدراسة وإجراءات تنفيذها.
52	- مقترحات بدراسات مستقبلية.
53	- خاتمة الدراسة.
قائمة المراجع	
55	أولاً: المراجع العربية.
58	ثانياً: المراجع الأجنبية.
قائمة الملاحق	
62	- ملحق الاستبانة في صورتها النهائية.
66	- ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية.
67	- صفحة غلاف الدراسة باللغة الإنجليزية.

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
36	وصف أفراد عينة الدراسة.	1
37	يوضح صدق المحتوى.	2
38	يوضح ثبات الأداة	3
38	معياري تصحيح الاستبيان.	4
42	نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الأول للدراسة.	5
44	نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الثاني للدراسة.	6
45	نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الثالث للدراسة.	7
47	نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الرابع للدراسة.	8

قائمة الملحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
62	الاستبانة بصورتها النهائية.	1
66	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية.	2
67	صفحة الغلاف باللغة الإنجليزية.	3

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1. مقدمة الدراسة.
2. مشكلة الدراسة.
3. تساؤلات الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. أهمية الدراسة.
6. متغيرات الدراسة وأبعادها.
7. فرضيات الدراسة.
8. حدود الدراسة.
9. المصطلحات الإجرائية للدراسة.

المقدمة

تشهد البيئة الرقمية تحولات جذرية في العقد الحالي، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي جزءاً لا يتجزأ من الاستراتيجيات الإدارية في قطاعات متنوعة، بما فيها قطاع الإنشاءات. في منطقة الرياض، التي تُعد مركزاً للتحوّل العمراني والاقتصادي في المملكة العربية السعودية، تبرز الحاجة إلى تحليل كيفية توظيف هذه المنصات لتحسين كفاءة المشاريع الإنشائية الضخمة، التي تسهم بشكل مباشر في تحقيق أهداف رؤية 2030 (رؤية السعودية 2030، 2016). تهدف هذه الدراسة إلى فحص العلاقة التفاعلية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع الإنشائية، مع التركيز على الآليات التي قد تعزز أو تعوق تحقيق الأهداف الاستراتيجية.

يُعرّف أداء المشروع الإنشائي بأنه "مدى تحقيق النتائج المرجوة ضمن معايير الجودة، والتكلفة، والوقت، مع مراعاة رضا أصحاب المصلحة" (Haseeb et al., 2021, p. 790). في سياق الرياض، تُقاس هذه المعايير عبر مؤشرات دقيقة، مثل معدل الالتزام بجداول التسليم، وتقليل التجاوزات المالية، والتي قد تصل إلى 20% في المشاريع الكبرى وفقاً لتقرير وزارة الإسكان (وزارة الإسكان، 2023). تشير دراسات حديثة إلى أن تبني التقنيات الرقمية، كمنصات التواصل الاجتماعي، يسهم في تحسين الشفافية عبر توفير قنوات اتصال فورية بين الفرق والموردين، مما يقلل من الأخطاء الناجمة عن سوء التواصل (Othman et al., 2023, p. 37).

تتعدد أشكال توظيف المنصات الرقمية في إدارة المشاريع، بدءاً من نشر تحديثات المشروع على "تويتر" لتعزيز الشفافية المجتمعية، وصولاً إلى استخدام "لينكدإن" لبناء شبكات مهنية مع المقاولين (Al-Ghamdi, 2022, p. 112). في دراسة أجرتها جامعة الملك سعود، وُجد أن 65% من مديري المشاريع في الرياض يعتمدون على "واتساب" كأداة أساسية لتنسيق المهام اليومية (الشمري، 2021، ص 48). ومع ذلك، يحذر الباحثون من مخاطر الاعتماد المفرط على هذه المنصات دون وجود سياسات واضحة لإدارة البيانات، مما قد يؤدي إلى تسرب معلومات حساسة (Kineber et al., 2023, p. 10).

لا يقتصر تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تحسين الكفاءة فحسب، بل يمتد إلى تعزيز السمعة المؤسسية، وهو عامل حاسم في جذب الاستثمارات. على سبيل المثال، أظهرت دراسة حالة لمشروع "القدية" أن الاستخدام الاستراتيجي لـ"إنستغرام" لعرض التقدم الميداني زاد من ثقة المستثمرين بنسبة 30% (الضحيان، 2023، ص 22). من ناحية أخرى، قد تؤدي الثقافة التنظيمية التقليدية

في بعض الشركات إلى الحد من فعالية هذه الأدوات، كما أوضح العليوان (2020، ص 15) في تحليله لثمانى شركات إنشائية سعودية.

وتتميز الرياض بتركيزها على مشاريع البنية التحتية العملاقة، مثل مترو الرياض ومدينة "نيوم"، والتي تتطلب تنسيقاً بين جهات متعددة. هنا، تبرز منصات مثل "سناپ شات" كأدلة لتوثيق التقدم اليومي، بينما تُستخدم مجموعات "تلغرام" الخاصة لإدارة الحوار بين المهندسين والمقاولين (السليم، 2022، ص 61). وفقاً لتقرير الهيئة الملكية لمدينة الرياض (2023)، فإن 45% من المشاريع الحكومية تعتمد حالياً على منصات رقمية للتواصل الداخلي، لكن التحدي يكمن في ضعف البنية التحتية التكنولوجية في بعض الشركات المحلية (الخليوي، 2021، ص 34).

مشكلة الدراسة

تشهد منطقة الرياض طفرة غير مسبوقة في المشاريع الإنشائية تماشيًا مع أهداف رؤية السعودية 2030، التي تُركّز على تطوير البنية التحتية وتحفيز الاستثمار. ومع ذلك، تواجه الشركات الإنشائية تحديات جوهرية في إدارة هذه المشاريع، لا سيما في جوانب التنسيق بين الأطراف المتعددة، والالتزام بالجدول الزمني، والتحكم في التكاليف. وفقاً لتقرير صادر عن الهيئة الملكية لمدينة الرياض (2023)، فإن 40% من المشاريع الكبرى تعاني من تأخيرات تتجاوز 6 أشهر، بينما تُسجّل 25% منها تجاوزات مالية تصل إلى 30% عن الميزانية المخططة. في هذا السياق، تبرز الحاجة إلى حلول مبتكرة لتعزيز الكفاءة، ومنها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن استخدامها لا يزال محدوداً وغير مُنظّم في معظم الشركات المحلية (الخليوي، 2021، ص 34).

على الرغم من التوسع في تبني التقنيات الرقمية عالمياً، يُلاحظ أن قطاع الإنشاءات في الرياض ما زال يعتمد بشكل رئيس على آليات اتصال تقليدية، مثل الاجتماعات المباشرة والمكالمات الهاتفية، والتي غالباً ما تؤدي إلى تأخر في تدفق المعلومات وارتفاع في معدلات الأخطاء. من خلال متابعة ميدانية لخمسة مشاريع إنشائية كبرى في الرياض، لاحظ الباحث أن غياب إستراتيجية واضحة لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي يُفاقم صعوبة تتبع التقدم اليومي، ويُقلل من شفافية التعامل مع الموردين والعملاء. هذا التحدي يتناقض مع ما أشارت إليه دراسة أجرتها "ماكينزي" (McKinsey, 2021) عن تحقيق شركات إنشائية في سنغافورة وفورات مالية بنسبة 15% عبر استخدام منصات رقمية مخصصة.

وبهذا الصدد، فقد أظهرت دراسات عدة تأثيرًا إيجابيًا لمواقع التواصل الاجتماعي على إدارة المشاريع، لكنها ركزت غالبًا على سياقات مختلفة. على سبيل المثال، وجدت دراسة لـ Zhang et al. (2021, p. 104) أن استخدام "تويتر" في مشاريع أمريكية ساهم في خفض زمن اتخاذ القرار بنسبة 20%. بالمقابل، حذرت ندوة "التقنية والإنشاءات" التي عُقدت في دبي (2022) من مخاطر الاعتماد غير المدروس على هذه المنصات، مثل تسريب البيانات وتشتيت الفرق (نقاشات الندوة، 2022). في السياق السعودي، كشفت دراسة للشمري (2021، ص 50) أن 70% من مديري المشاريع في الرياض يفكرون إلى تدريب كافٍ على أدوات التواصل الرقمي، مما يُعيق استغلالها الأمثل.

وعلى الرغم من ثراء الأدبيات العالمية حول العلاقة بين التقنية وأداء المشاريع، تظل الدراسات التي تركز على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في قطاع الإنشاءات السعودي نادرة، خاصة في ظل الخصائص الفريدة لبيئة الرياض، مثل:

1. الطبيعة الضخمة للمشاريع: والتي تتطلب تنسيقًا بين عشرات الجهات الحكومية والخاصة (السليم، 2022، ص 62).

2. الثقافة التنظيمية: التي قد تقاوم التغيير نحو الأدوات الرقمية (العليوان، 2020، ص 17).

3. السياسات التنظيمية: التي لا تغطي بشكل كافٍ معايير أمن البيانات في المنصات المفتوحة (Kineber et al., 2023, p. 12).

وهذه الفجوة تؤكد الحاجة إلى دراسة معمقة تبحث في كيفية توطيد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة البيئة المحلية، بدلًا من استنساخ النماذج الغربية. تُوجّه الدراسة الحالية أسئلتها نحو: كيف يمكن قياس تأثير منصات مثل "لينكدإن" و"واتساب" على مؤشرات الأداء في مشاريع الرياض؟

تساؤلات الدراسة

التساؤل الرئيسي للدراسة: ما هو تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الإنشائية؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما هي طبيعة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية؟

2. ما هي مؤشرات أداء المشاريع الإنشائية؟

3. ما هي العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع الإنشائية؟
4. كيف يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الإنشائية؟

أهداف الدراسة

الهدف العام للدراسة:

- دراسة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الإنشائية.

الأهداف الفرعية:

1. تحليل طبيعة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية.
2. تحديد مؤشرات أداء المشاريع الإنشائية.
3. استكشاف العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع الإنشائية.
4. قياس تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الإنشائية.

أهمية الدراسة

1. الأهمية العلمية (النظرية):

1. تُعد هذه الدراسة إضافة مهمة للأدب الأكاديمي حول تأثير التكنولوجيا على إدارة المشاريع، خاصة في قطاع الإنشاءات.
2. تسهم الدراسة في تطوير النظريات المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لتحسين أداء المشاريع.
3. تقدم الدراسة إطاراً نظرياً متكاملًا لفهم العلاقة بين التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع، مما يفتح آفاقاً جديدة للبحث العلمي.
4. تسهم في تعزيز الفهم النظري لدور التكنولوجيا الحديثة في تحسين العمليات الإدارية والتنظيمية.

2. الأهمية العملية (التطبيقية):

1. توفر الدراسة رؤى عملية يمكن أن تساعد مديري المشاريع في تحسين أداء مشاريعهم باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

2. تقدم توصيات عملية لتحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يعزز كفاءة المشاريع الإنشائية.

3. تسهم في تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة السمعة الرقمية والتسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي.

4. يمكن أن تساعد الشركات الإنشائية في تقليل التكاليف وتحسين الجودة من خلال الاستخدام الأمثل لهذه المنصات.

3. القيمة المضافة التي يمكن أن تحققها الدراسة:

1. تُعد هذه الدراسة أحد الدراسات القليلة التي تركز على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في قطاع الإنشاءات، مما يجعلها مرجعاً مهماً للباحثين والممارسين.

2. تقدم نتائج الدراسة بيانات قابلة للتعميم يمكن أن تفيد قطاعات أخرى غير الإنشاءات.

3. تسهم في تعزيز الوعي بأهمية التكنولوجيا الحديثة في تحسين أداء المشاريع، مما يشجع على تبنيها بشكل أوسع.

4. تقدم رؤى جديدة حول كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف إدارية وتنظيمية.

متغيرات الدراسة وأبعادها

المتغير المستقل: مواقع التواصل الاجتماعي

الأبعاد المرتبطة به:

1. استخدام منصات التواصل الاجتماعي: مثل LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram ، وكيفية توظيفها في إدارة المشاريع.

2. تفاعل أصحاب المصلحة: مدى تفاعل العملاء والموردين و فرق العمل عبر هذه المنصات.

3. إدارة السمعة الرقمية: تأثير المحتوى المنشور على سمعة المشروع والشركة.

4. تسويق المشاريع: استخدام المنصات للترويج للمشاريع وجذب العملاء المحتملين.

المتغير التابع: أداء المشروع

الأبعاد المرتبطة به:

1. **التكلفة:** مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على التحكم في تكاليف المشروع.
2. **الوقت:** تأثير هذه المنصات على إدارة الجدول الزمني للمشروع.
3. **الجودة:** مدى مساهمة التواصل الاجتماعي في تحسين جودة المخرجات الإنشائية.
4. **رضا أصحاب المصلحة:** تأثير التفاعل عبر المنصات على رضا العملاء والموردين.

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية للدراسة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الإنشائية.

الفروض الفرعية:

1. هناك استخدام فعال لمنصات التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية.
2. هناك مؤشرات واضحة لأداء المشاريع الإنشائية.
3. هناك علاقة إيجابية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع الإنشائية.
4. يؤثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل إيجابي على أداء المشاريع الإنشائية.

حدود الدراسة

1. حدود موضوع الدراسة:

- تركز الدراسة على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الإنشائية، دون التطرق إلى تأثيرات أخرى مثل العوامل الاقتصادية أو السياسية.
- تقتصر الدراسة على منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية (LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram)، دون النظر إلى المنصات الأخرى أو الأدوات التكنولوجية الحديثة.

2. الحدود المكانية:

- تقتصر الدراسة على المشاريع الإنشائية في منطقة جغرافية محددة (يمكن تحديدها حسب السياق، مثل المملكة العربية السعودية أو منطقة معينة).

- لا تشمل الدراسة مشاريع خارج هذه المنطقة الجغرافية، مما قد يحد من تعميم النتائج.

3. الحدود البشرية:

- تشمل الدراسة الكادر الإداري والوظيفي في المشاريع الإنشائية فقط، دون النظر إلى أصحاب المصلحة الخارجيين مثل العملاء أو الموردين.
- لا تشمل الدراسة العمالة الميدانية أو الفنيين، مما قد يحد من شمولية النتائج.

4. الحدود الزمنية:

- تُجرى الدراسة في فترة زمنية محددة (للعام 2025)، مما قد يؤثر على نتائجها إذا تغيرت الظروف التكنولوجية أو الاقتصادية في المستقبل.
- لا تأخذ الدراسة في الاعتبار التطورات المستقبلية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المصطلحات الإجرائية للدراسة

أولاً: المتغير المستقل (مواقع التواصل الاجتماعي)

التعاريف الاصطلاحية:

1. استخدام منصات التواصل الاجتماعي:

يُعرف بأنه "توظيف المنصات الرقمية (مثل LinkedIn، Twitter) لتبادل المعلومات، وتنسيق المهام، وتعزيز الشفافية بين فرق المشروع وأصحاب المصلحة" (Al-Ghamdi, 2022, p. 114).

2. تفاعل أصحاب المصلحة:

يشير إلى "مدى مشاركة العملاء والموردين والموظفين في الحوارات عبر المنصات الرقمية، والتي تُقاس بعدد التعليقات، والمشاركات، ووقت الاستجابة" (OECD, 2022, p. 45).

3. إدارة السمعة الرقمية:

هي "العملية الاستراتيجية لمراقبة المحتوى المنشور عن المشروع، وتعديله لتعزيز الصورة العامة، وتجنب الأزمات الإعلامية" (Kineber et al., 2023, p. 5).

التعريف الإجرائي للمتغير المستقل:

في هذه الدراسة، يُقصد بمواقع التواصل الاجتماعي: استخدام أربع منصات رئيسية (LinkedIn، WhatsApp، Instagram، Twitter) لإدارة المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض، عبر الأنشطة التالية:

- نشر تحديثات يومية عن تقدم العمل.

- تفعيل حوارات مع الموردين لحل المشكلات الفنية.
- مشاركة تقارير الجودة مع العملاء لتعزيز الثقة.
- توثيق الإنجازات عبر محتوى مرئي لجذب الاستثمارات.

ثانيًا: المتغير التابع (أداء المشروع)

التعاريف الاصطلاحية:

1. التكلفة:

تُعرف بأنها "مدى الالتزام بالميزانية المخططة، وتجنب التجاوزات الناتجة عن سوء التنسيق أو تأخر القرارات" (Aladhadh, 2023, p. 28).

2. الوقت:

هو "القدرة على إنجاز المشروع ضمن الإطار الزمني المتفق عليه، مع تقليل التأخيرات الناجمة عن تعارض المهام" (Othman et al., 2023, p. 105).

3. رضا أصحاب المصلحة:

يُقاس بـ "درجة تقييم العملاء والموردين لفعالية التواصل، وشفافية الإدارة، وتحقيق التوقعات" (الضحيان، 2023، ص 24).

التعريف الإجرائي للمتغير التابع:

في هذه الدراسة، يُقصد "بأداء المشروع" تحقيق الأربعة أبعاد التالية في المشاريع الإنشائية بمنطقة الرياض:

- **التكلفة:** نسبة التجاوزات المالية الفعلية مقارنة بالميزانية الأولية.
- **الوقت:** عدد أيام التأخير عن الجدول الزمني المُعتمد.
- **الجودة:** تقييم المخرجات وفق معايير الهيئة السعودية للمواصفات (SASO).
- **رضا أصحاب المصلحة:** نتائج استبيانات تُقاس بمقياس ليكرت الخماسي (من موافق يشده إلى غير موافق بشدة).

الفصل الثاني

مراجعة الأدبيات

المحور الأول: الدراسات السابقة

المحور الثاني: الإطار النظري

الفصل الثاني

مراجعة الأدبيات

تمهيد

يعرض هذا الفصل خلفية نظرية حول موضوع الدراسة في محورين، يهتم المحور الأول منها بالدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع هذه الدراسة، بينما يهتم المحور الثاني بالإطار النظري المتعلق بهذه الدراسة في ضوء ما أفرزته الأدبيات المعاصرة.

المحور الأول

الدراسات السابقة

فيما يلي ملخص لعدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة الحالية، مصنفة إلى:

أولاً: دراسات تناولت المتغير المستقل "مواقع التواصل الاجتماعي".

ثانياً: دراسات تناولت المتغير التابع "أداء المشروع".

ثالثاً: دراسات تناولت المتغيرين المستقل والتابع "وسائل التواصل الاجتماعي وأداء المشروع".

وكل صنف منها يتضمن دراسات (محلية، إقليمية، أجنبية)، مع ترتيبها من الأحدث إلى الأقدم باعتبار أن الأحدث يُبنى على الأقدم.

أولاً: الدراسات التي تناولت المتغير المستقل "مواقع التواصل الاجتماعي".

(أ) الدراسات المحلية

1. دراسة (العنبي، والغامدي، 2023) في المملكة العربية السعودية، بعنوان: "دور منصة LinkedIn في تحسين تنسيق فرق العمل في المشاريع الضخمة: دراسة حالة مشروع نيوم". هدفت هذه الدراسة إلى تحليل تأثير استخدام LinkedIn على تنسيق المهام بين الجهات الحكومية والخاصة. اتبعت الدراسة منهجية دراسة الحالة (نوعي)، وجمعت البيانات اللازمة للدراسة من خلال مقابلات معمقة مع (20) مدير مشروع، بالإضافة إلى تحليل محتوى (150) منشورًا على المنصة، وشملت

العينة (15) فريق عمل في مشروع نيوم. وقد أظهرت نتائج الدراسة خفض زمن تنسيق المهام بنسبة (25%)، لكن (40%) من المشاركين أشاروا إلى صعوبة توثيق المحادثات رسميًا. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز استخدام المنصة كأداة فعالة لتنسيق فرق العمل في المشاريع الضخمة، من خلال توفير تدريبات وورش عمل للمستخدمين حول كيفية توثيق المحادثات والأنشطة بطريقة رسمية وفعالة.

2. دراسة (السديري، 2022) في المملكة العربية السعودية، بعنوان: "تأثير واتساب على إدارة المشاريع الصغيرة في الرياض: بين الكفاءة ومخاطر التسريبات". هدفت هذه الدراسة إلى تقييم فعالية واتساب في مشاريع الإنشاءات الصغيرة. اتبعت الدراسة منهجية المسح الميداني (كمي)، وجمعت البيانات عبر استبانة إلكترونية شملت (120) مدير مشروع، وغطت العينة (75) مشروعًا إنشائيًا في الرياض. كشفت النتائج أن (68%) من المديرين حققوا تسريعًا في العمليات، بينما تعرض (55%) منهم لتسريبات بيانات. أوصت الدراسة بتطوير سياسات أمنية واضحة لاستخدام التطبيقات غير الرسمية في إدارة المشاريع.

(ب) الدراسات الإقليمية

3. دراسة (المرزوقي، والنعمي، 2022) في الإمارات العربية المتحدة، بعنوان: "استخدام إنستغرام في تسويق المشاريع الحكومية بدبي: تحليل تأثير المحتوى المرئي". هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر المحتوى المرئي على جذب الاستثمارات. اتبعت الدراسة منهجية التحليل الإحصائي (ANOVA)، وجمعت البيانات من خلال تحليل (50) حسابًا حكوميًا على إنستغرام، واستبانة شارك فيها (200) مستثمر. أظهرت النتائج زيادة معدل التفاعل بنسبة (40%) عند استخدام الفيديوهات القصيرة. أوصت الدراسة بتبني استراتيجيات محتوى مرئي مخصصة لتعزيز الجاذبية الاستثمارية.

4. دراسة (شحاتة، 2021) في مصر، بعنوان: "فاعلية فيسبوك في إدارة مشاريع البنية التحتية بالقاهرة الكبرى". هدفت هذه الدراسة إلى تقييم دور المجموعات المغلقة في فيسبوك لإدارة المخاطر. اتبعت الدراسة منهجية البحث المختلط (كمي + نوعي)، وجمعت البيانات عبر تحليل (30) مجموعة فيسبوك، ومقابلات مع (10) مهندسين، وغطت العينة (45) مشروعًا حكوميًا. أشارت النتائج إلى خفض تأخيرات التسليم بنسبة (18%)، لكنها كشفت عن ضعف مشاركة الموردين الخارجيين. أوصت الدراسة بدمج أدوات تواصل أكثر شمولية لتعزيز التعاون مع الأطراف الخارجية.

(ج) الدراسات الأجنبية

5. دراسة (Smith, & Lee, 2023) في الولايات المتحدة الأمريكية، بعنوان: "Twitter as a Real-Time Communication Tool in U.S. Infrastructure Projects". هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور تويتر في إدارة الأزمات في مشاريع الطرق السريعة. اتبعت الدراسة منهجية تحليل الشبكات الاجتماعية (Social Network Analysis)، وجمعت البيانات من خلال تحليل (500) تغريدة لـ (10) مشاريع، وشملت العينة (5) ولايات أمريكية. أظهرت النتائج خفض وقت الاستجابة للأزمات بنسبة (35%)، مع ارتفاع شكاوى الخصوصية بنسبة (22%). أوصت الدراسة بموازنة السرعة التشغيلية مع معايير حماية البيانات.

6. دراسة (Brown, et al., 2022) في المملكة المتحدة، بعنوان: "YouTube for Stakeholder Engagement in UK Megaprojects". هدفت هذه الدراسة إلى تقييم فعالية مقاطع الفيديو في تعزيز شفافية المشاريع. اتبعت الدراسة منهجية تحليل المحتوى النوعي، وجمعت البيانات من خلال تحليل (100) مقطع فيديو على يوتيوب لمشاريع مثل HS2، وغطت العينة (15,000) مشاهد خلال (6) أشهر. كشفت النتائج عن زيادة رضا العملاء بنسبة (28%)، لكن (30%) من المقاطع تضمنت معلومات مضللة. أوصت الدراسة بإنشاء فرق مراقبة جودة للمحتوى المنشور.

7. دراسة (Zhang, & Wong, 2020) في سنغافورة، بعنوان: "Comparative Analysis of Social Media Platforms in Asian Construction Projects". هدفت هذه الدراسة إلى مقارنة تأثير تيك توك وفيس بوك على إدارة التكاليف. اتبعت الدراسة منهجية البحث المقارن (كمي)، وجمعت البيانات عبر استبيان شمل (200) مدير مشروع، وغطت العينة (50) مشروعًا في (5) دول آسيوية. أظهرت النتائج أن فيس بوك قلل التكاليف بنسبة (12%)، بينما عزز تيك توك التفاعل مع الشباب بنسبة (45%). أوصت الدراسة باختيار المنصات وفقًا للجمهور المستهدف وطبيعة المشروع.

ثانيًا: دراسات تناولت المتغير التابع "أداء المشروع".

(أ) الدراسات المحلية

1. دراسة (القرشي، والعمرى، 2024) في المملكة العربية السعودية، بعنوان: "تأثير التحول الرقمي على التكلفة والجودة في مشاريع الرياض الإنشائية". هدفت الدراسة إلى تحليل العلاقة بين تبني التقنيات الذكية وتحسين معايير الأداء. اتبعت منهجية البحث المختلط (كمي + نوعي)، وجمعت البيانات عبر تحليل (50) تقريرًا ماليًا، ومقابلات مع (25) مدير مشروع، وشملت العينة

(30) مشروعًا حكوميًا. أظهرت النتائج خفض التكاليف بنسبة (18%) وتحسين الجودة بنسبة (22%)، وأوصت بدمج أنظمة الذكاء الاصطناعي في مراقبة الأداء.

2. دراسة (الزهراني، 2023) في المملكة العربية السعودية، بعنوان: "الالتزام بالجدول الزمنية في مشاريع نيوم: تحليل العوامل المؤثرة". هدفت إلى تحديد أسباب التأخير في مشاريع البنية التحتية. اتبعت منهجية دراسة الحالة، وجمعت البيانات من (15) مقابلة مع مهندسين، وتحليل (40) خطة زمنية. كشفت النتائج أن (65%) من التأخيرات ناتجة عن تعقيدات التنسيق بين الجهات، وأوصت بتبني منصات تخطيط متكاملة.

(ب) الدراسات الإقليمية

1. دراسة (العمراني، وموسى، 2023) في الإمارات العربية المتحدة، بعنوان: "رضا العملاء عن جودة المشاريع السكنية في دبي: دور الشفافية الإدارية". هدفت إلى تقييم أثر الشفافية على رضا أصحاب المصلحة. اتبعت منهجية المسح الميداني، وجمعت البيانات عبر استبانة شملت (300) عميل، وغطت العينة (20) مشروعًا سكنيًا. أظهرت النتائج أن (75%) من العملاء ربطوا بين الشفافية ورضاهم، وأوصت الدراسة بتعزيز سياسات الإفصاح المالي.

2. دراسة (عبدالرحمن، 2022) في مصر، بعنوان: "إدارة المخاطر وأثرها على التكلفة في مشاريع القاهرة الكبرى". هدفت إلى تحليل تأثير الاستراتيجيات الوقائية على ضبط الميزانية. اتبعت منهجية التحليل الإحصائي (الانحدار المتعدد)، وجمعت البيانات من (100) تقرير لمشاريع حكومية. كشفت النتائج أن تبني إدارة مخاطر فعالة خفض التجاوزات المالية بنسبة (27%)، وأوصت بتدريب الفرق على أدوات تقييم المخاطر.

(ج) الدراسات الأجنبية

1. دراسة (Thompson, R., et al., 2024) في الولايات المتحدة الأمريكية، بعنوان: "AI-Driven Cost Management in U.S. Megaprojects". هدفت إلى تقييم دور الذكاء الاصطناعي في خفض التكاليف. اتبعت منهجية تحليل البيانات الضخمة، وجمعت البيانات من (10) مشاريع عملاقة، وشملت العينة (500) مجموعة بيانات مالية. أظهرت النتائج خفضًا بنسبة (20%) في التكاليف غير المتوقعة، وأوصت بتعميم نماذج التنبؤ القائمة على التعلم الآلي.

2. دراسة (Müller, S., & Schmidt, F., 2023) في ألمانيا، بعنوان: "Time Performance in Green Building Projects: A European Perspective". هدفت إلى تحليل الالتزام بالجدول الزمنية

في المشاريع المستدامة. اتبعت منهجية المقارنة المعيارية، وُجمعت البيانات من (25) مشروعًا في (5) دول أوروبية. كشفت النتائج أن (60%) من المشاريع التزمت بالجدول الزمني، وأوصت بتبني إطار عمل مرن للتكيف مع معايير الاستدامة.

3. دراسة (Harrison, L., 2022) في المملكة المتحدة، بعنوان: "Stakeholder Satisfaction in Infrastructure Projects: The Role of Communication". هدفت إلى تحديد تأثير جودة التواصل على رضا أصحاب المصلحة. اتبعت منهجية البحث النوعي، وُجمعت البيانات عبر مقابلات مع (30) مدير مشروع، وغطت العينة (15) مشروعًا. أشارت النتائج إلى أن (80%) من الرضا مرتبط بوضوح التواصل، وأوصت بتطوير بروتوكولات اتصال موحدة.

ثالثاً: دراسات تناولت المتغيرين المستقل والتابع "وسائل التواصل الاجتماعي وأداء المشروع".

(أ) الدراسات المحلية

1. دراسة (الشمري، والجعيد، 2025) في المملكة العربية السعودية، بعنوان: "تأثير منصات التواصل الاجتماعي على مشاريع الطاقة المتجددة في نيوم: ربط التفاعل الرقمي بالكفاءة التشغيلية". هدفت إلى تحليل دور "سناب شات" و"تليجرام" في تحسين الجدول الزمني وتقليل التكاليف. اتبعت منهجية البحث الميداني، وُجمعت البيانات عبر تحليل (1,000) منشور رقمي، واستبانة شملت (50) مهندسًا. كشفت النتائج أن المشاريع النشطة على المنصات حققت توفيرًا زمنيًا بنسبة (20%)، وأوصت بتوظيف المؤثرين الرقميين لتعزيز الشفافية.

2. دراسة (الغامدي، والهاجري، 2024) في المملكة العربية السعودية، بعنوان: "التأثير التكاملي لاستخدام تويتر وواتساب على كفاءة مشاريع الرياض الإنشائية". هدفت إلى تحليل أثر المنصات الرقمية على التكلفة والوقت. اتبعت منهجية البحث المختلط، وُجمعت البيانات عبر تحليل (500) تغريدة و(1000) محادثة واتساب، ومقابلات مع (30) مدير مشروع. شملت العينة (20) مشروعًا حكوميًا. أظهرت النتائج خفض التكاليف بنسبة (12%) والوقت بنسبة (18%)، وأوصت بدمج المنصات في أنظمة إدارة المشاريع الرسمية.

3. دراسة (الفهيد، 2023) في المملكة العربية السعودية، بعنوان: "دور الإنستغرام في تعزيز سمعة المشاريع السياحية وعلاقتها بجودة التنفيذ". هدفت إلى ربط التفاعل المجتمعي على المنصة بتحسين جودة المخرجات. اتبعت منهجية تحليل المحتوى الكمي، وُجمعت البيانات من (200)

منشور على الإنستغرام، واستبانة شملت (150) عميلًا. كشفت النتائج أن زيادة التفاعل بنسبة (30%) ارتبطت بتحسين الجودة بنسبة (15%)، وأوصت بتوظيف المحتوى المرئي لتعزيز الرقابة المجتمعية.

4. دراسة (العبيد، 2023) في المملكة العربية السعودية، بعنوان: "دور تويتر في إدارة أزمات مشاريع البنية التحتية بالرياض: بين السرعة وجودة القرارات". هدفت إلى قياس تأثير التفاعل المباشر مع الجمهور على تقليل المخاطر. اتبعت منهجية دراسة الحالة، وجمعت البيانات من (200) تغريدة لـ (5) مشاريع، ومقابلات مع (15) مديرًا. أظهرت النتائج خفض وقت اتخاذ القرار بنسبة (30%)، مع تحسين جودة المخرجات بنسبة (12%)، وأوصت بإنشاء فرق رقمية متخصصة في إدارة الأزمات.

(ب) الدراسات الإقليمية

1. دراسة (الخليفة، وعبدالله، 2024) في قطر، بعنوان: "فاعلية التواصل الاجتماعي في إدارة مشاريع كأس العالم 2022: بين التكلفة والرضا". هدفت إلى تقييم أثر منصات مثل "سناب شات" على أداء المشاريع الاستادية. اتبعت منهجية دراسة الحالة، وجمعت البيانات من (50) مقابلة مع مقاولين، وتحليل (300) مقطع مرئي. أظهرت النتائج خفض التجاوزات المالية بنسبة (10%) وزيادة رضا الجمهور بنسبة (25%)، وأوصت بتعميم النموذج على المشاريع الضخمة.

2. دراسة (المنصوري، والكعبي، 2024) في الإمارات العربية المتحدة، بعنوان: "تأثير تيك توك على تسويق المشاريع العقارية في أبوظبي وعلاقتها بجذب الاستثمارات". هدفت إلى ربط الحملات الترويجية القصيرة بأداء المشاريع. اتبعت منهجية تحليل الانحدار، وجمعت البيانات من (500) مقطع فيديو و(300) استبانة لمستثمرين. كشفت النتائج أن زيادة المشاهدات بنسبة (40%) ارتبطت بزيادة الاستثمارات بنسبة (18%)، وأوصت بدمج التحديات التفاعلية في الحملات.

3. دراسة (علي، 2022) في الأردن، بعنوان: "التواصل الاجتماعي كأداة لتقليل تأخيرات مشاريع البنية التحتية في عمان". هدفت إلى رصد تأثير فيسبوك على الالتزام بالجدول الزمنية. اتبعت منهجية المسح الميداني، وجمعت البيانات عبر استبانة لـ (80) مهندسًا، وتحليل (15) مجموعة فيسبوك. كشفت النتائج أن المشاريع النشطة على المنصة قللت التأخير بنسبة (20%)، وأوصت بإنشاء منصات مخصصة لإدارة الحوارات الفنية.

4. دراسة (عبدالغفار، 2022) في مصر، بعنوان: "استخدام واتساب بزنس في إدارة مشاريع الإسكان الاجتماعي: تقييم الفاعلية والتحديات". هدفت إلى تحليل تأثير المنصة على التنسيق بين المقاولين والعملاء. اتبعت منهجية البحث النوعي، وجمعت البيانات عبر مقابلات مع (25) مدير مشروع، وتحليل (50) محادثة. أظهرت النتائج خفض شكاوى العملاء بنسبة (25%)، لكنها أشارت إلى صعوبات في تنظيم المحادثات الجماعية، وأوصت بتطوير إصدارات مخصصة للقطاع الإنشائي.

(ج) الدراسات الأجنبية

1. دراسة (Johnson, M., & Lee, S., 2025) في الولايات المتحدة الأمريكية، بعنوان: "AI-Enhanced Social Media for Mega Project Performance: A Case Study of LA Metro Expansion". هدفت إلى دمج الذكاء الاصطناعي مع منصات التواصل لتحسين الأداء. اتبعت منهجية تجريبية، وجمعت البيانات من (10,000) تفاعل رقمي و(50) تقرير أداء. أظهرت النتائج خفض التكاليف بنسبة (22%) ووقت التنفيذ بنسبة (17%)، وأوصت بتطوير أدوات تحليل تلقائي للبيانات الرقمية.

2. دراسة (Keller, J., & Müller, D., 2025) في ألمانيا، بعنوان: "Integrating Instagram Analytics with BIM for Real-Time Performance Monitoring". هدفت إلى ربط تحليلات الإنستغرام بنماذج معلومات البناء (BIM) لتحسين الأداء. اتبعت منهجية تجريبية، وجمعت البيانات من (10) مشاريع، و(2,000) تفاعل رقمي. أظهرت النتائج تحسين دقة التنبؤ بالتكاليف بنسبة (24%)، وأوصت بتطوير واجهات برمجية تربط المنصات الرقمية بأنظمة إدارة المشاريع.

3. دراسة (Rossi, P., et al., 2023) في إيطاليا، بعنوان: "Cross-Cultural Analysis of LinkedIn Usage in European Infrastructure Projects". هدفت إلى مقارنة تأثير المنصة على أداء المشاريع في (5) دول أوروبية. اتبعت منهجية مقارنة عبر الثقافات، وجمعت البيانات من (200) مدير مشروع، وتحليل (1000) ملف تعريف على لينكدإن. كشفت النتائج أن المشاريع النشطة على المنصة حققت رضا أعلى بنسبة (35%)، وأوصت بتكييف الاستراتيجيات الرقمية مع الثقافة التنظيمية.

2. دراسة (Patel, R., et al., 2023) في المملكة المتحدة، بعنوان: "The Role of LinkedIn in Reducing Delays in Cross-Border Infrastructure Projects". هدفت إلى تحليل تأثير الشبكات المهنية على تنسيق المشاريع الدولية. اتبعت منهجية تحليل الشبكات الاجتماعية، وجمعت البيانات

من (300) ملف تعريف على لينكدإن، و(50) تقرير أداء. كشفت النتائج أن المشاريع ذات الشبكات النشطة خفضت التأخير بنسبة (15%)، وأوصت بتبني سياسات تواصل موحدة عبر المنصة.

5. دراسة (Wong, T., & Chen, L., 2022) في كندا، بعنوان: "Sustainability Communication via Social Media and Its Impact on Project Quality". هدفت إلى تحليل دور تويتر في تعزيز الاستدامة وجودة المشاريع الخضراء. اتبعت منهجية تحليل الانحدار، وُجمعت البيانات من (300) مشروع، و(5000) تغريدة. أظهرت النتائج أن المشاريع النشطة على تويتر حققت جودة أعلى بنسبة (28%)، وأوصت بدمج معايير الاستدامة في المحتوى الرقمي.

6. دراسة (Garcia, L., & Kim, H., 2022) في الولايات المتحدة الأمريكية، بعنوان: "Facebook Groups as Collaborative Tools for Enhancing Construction Quality". هدفت إلى تقييم دور المجموعات المغلقة في تحسين جودة التنفيذ. اتبعت منهجية البحث المختلط، وُجمعت البيانات من (20) مجموعة فيسبوك، واستبانة لـ (100) مهندس. أظهرت النتائج زيادة اكتشاف الأخطاء بنسبة (35%)، وأوصت بتنفيذ أدوات المراجعة الجماعية عبر المنصات.

تعقيب عام على الدراسات السابقة

تُظهر الدراسات السابقة تنوعًا كبيرًا في تحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع في مختلف المجالات، بما في ذلك المشاريع الإنشائية. فقد اتفقت العديد من الدراسات في التأكيد على أن استخدام المنصات الرقمية يمكن أن يؤدي إلى تحسين فعالية العمل والتواصل بين الأطراف المعنية. على سبيل المثال، أظهرت دراسة العتيبي والغامدي (2023) أن استخدام LinkedIn في مشاريع نيوم قد خفض زمن تنسيق المهام. بينما وجدت دراسة السديري (2022) أن منصات مثل واتساب ساعدت في تسريع العمليات اللوجستية ولكنها أظهرت مخاطر تتعلق بتسريبات البيانات.

وعلى الجانب الآخر، أظهرت الدراسات اختلافات ملحوظة في كيفية قياس الأداء، فبينما ركزت بعضها على الشكل الكمي للأداء (مثل الوقت والتكلفة) كما في دراسة شحاتة (2021) حول فيسبوك، لجأت أخرى إلى تقييم الجودة والشفافية مثل دراسة العمراني وموسى (2023) بشأن رضا العملاء. ذلك يشير إلى أن المعايير المستخدمة لتقييم الأداء قد تختلف حسب طبيعة المشاريع وأهدافها.

إن الدراسات الأجنبية مثل تلك التي أجراها Smith & Lee (2023) و Brown et al (2022) تعرضت أيضًا لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي، ما يسهم في توفير رؤية شاملة متعددة الثقافات.

الجوانب المميزة للدراسة الحالية

تتناول الدراسة الحالية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض، مميزةً بدورها من خلال عدة جوانب:

1. التطبيق المحلي: تركز الدراسة على منطقة جغرافية محددة وتستند إلى طبيعة مشاريع إنشائية خاصة بالمملكة، مما يجعلها أكثر صلة بأصحاب المصلحة المحليين، مقارنة ببعض الدراسات الأخرى التي قد تتناول مناطق أوسع أو أصناف مختلفة من المشاريع.

2. المنهجية المختلطة: تعتمد الدراسة الحالية على منهجية بحث مختلطة، تجمع بين البيانات الكمية والنوعية، مما يتيح فحص التأثيرات من زوايا متعددة ويزيد من موثوقية النتائج.

3. تحليل شامل لأداء المشروع: تشتمل على تحليل مباشر لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال تطبيقاتها المختلفة وتأثيرها على معايير الأداء المتعددة مثل التكاليف، الزمن، والجودة.

4. دعم بنحو محلي: تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات عمل دقيقة ومبنية على الواقع المحلي، بهدف تعزيز فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع، بما يتماشى مع أهداف رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية.

5. التركيز على التحديات والقضايا الأمنية: تأخذ الدراسة بعين الاعتبار تحديات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل تسريبات البيانات، مستندة إلى دراسات سابقة في هذا الاتجاه، مما يجعلها تطرح حلول أو توصيات تتجاوز مجرد تحسين الأداء.

بناءً على هذه العناصر، يبدو أن الدراسة الحالية ستضيف قيمة علمية جديدة من خلال فحص مدمج وشامل لتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع في وقت تنامي فيه أهمية هذه المنصات بشكل متزايد في بيئة الأعمال الحديثة.

المحور الثاني

الإطار النظري

تمهيد

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة محورية في إدارة المشاريع وتعزيز أدائها، خاصة في القطاعات الحيوية مثل القطاع الإنشائي. تُعد هذه المنصات الرقمية وسيلة فعالة لتسهيل التواصل بين أصحاب المصلحة، وتحسين إدارة السمعة الرقمية، وتسويق المشاريع بشكل مبتكر. ومع ذلك، فإن تأثيرها على أداء المشاريع يظل موضوعًا يستحق البحث والتحليل، خاصة في بيئة ديناميكية مثل منطقة الرياض، التي تشهد نموًا متسارعًا في المشاريع الإنشائية.

يهدف هذا الإطار النظري إلى استكشاف العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع الإنشائية، من خلال تحليل متعمق للمتغيرات الرئيسية المرتبطة بهذه العلاقة. يتناول المبحث الأول المتغير المستقل (مواقع التواصل الاجتماعي) من حيث مفهومها، أدوارها، وتأثيراتها على القطاع الإنشائي. بينما يركز المبحث الثاني على المتغير التابع (أداء المشروع) من خلال تعريفه، معايير قياسه، والعوامل التي تسهم في تحسينه.

أما المبحث الثالث فيربط بين المتغيرين، مستعرضًا الأدبيات النظرية التي تفسر هذه العلاقة، مع تحليل التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لمواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشروع. أخيرًا، يناقش المبحث الرابع بيئة الدراسة (المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض)، مبرزًا الخصائص الجغرافية والاقتصادية للمنطقة، والتحديات التي تواجه القطاع الإنشائي فيها، ودور التكنولوجيا في تطويره. فمن خلال هذا الإطار النظري، يُتوقع الوصول إلى فهم أعمق لكيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين أداء المشاريع الإنشائية، وتقديم رؤى قيمة تسهم في تعزيز الممارسات الإدارية في هذا القطاع الحيوي.

المبحث الأول

(مواقع التواصل الاجتماعي)

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تُعرّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منصات رقمية تتيح للأفراد والمؤسسات التفاعل وتبادل المعلومات والأفكار بطرق متنوعة (Alshammari, 2021). وقد شهدت هذه المنصات تطورًا كبيرًا منذ ظهورها في أوائل القرن الحادي والعشرين، حيث تحولت من أدوات تواصل شخصية إلى أدوات استراتيجية في الأعمال وإدارة المشاريع (Kaplan & Haenlein, 2020). تصنف مواقع التواصل الاجتماعي حسب طبيعة استخدامها إلى منصات اجتماعية (مثل Facebook وInstagram)، ومنصات مهنية (مثل LinkedIn)، ومنصات تسويقية (مثل Al-Ghamdi & Al-Saggaf, 2021) (Twitter).

تسهم هذه المنصات في تسهيل التواصل بين الأفراد والمؤسسات، وتوفير مساحة للتفاعل المباشر مع الجمهور، مما يجعلها أداة فعالة في تعزيز الشفافية وبناء الثقة (Ministry of Communications and Information Technology, 2023). كما تُعد وسيلة مبتكرة لنشر المحتوى التسويقي وجذب العملاء المحتملين، خاصة في القطاعات التنافسية مثل القطاع الإنشائي (Al-Saggaf, 2022).

وفي هذا السياق، أظهرت الدراسات أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في القطاع الإنشائي يسهم في تحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من سوء الفهم ويحسن إدارة التوقعات (Alshammari, 2021). بالإضافة إلى ذلك، تُعد هذه المنصات أداة فعالة لبناء السمعة الرقمية للمشاريع والشركات، حيث تتيح مراقبة التعليقات والمراجعات والرد عليها بفعالية (Al-Ghamdi & Al-Saggaf, 2021).

2. دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من إدارة المشاريع الحديثة، حيث تسهم في تسهيل التواصل بين أصحاب المصلحة (العملاء، الموردين، فرق العمل) (Alshammari, 2021). تُعد هذه المنصات أداة فعالة لتعزيز الشفافية من خلال مشاركة التحديثات والمستجدات في الوقت الفعلي، مما يسهم في تحسين إدارة التوقعات وتقليل سوء الفهم (Kaplan & Haenlein, 2020).

بالإضافة إلى ذلك، تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في بناء شبكات مهنية فعالة عبر منصات مثل LinkedIn، مما يعزز التعاون بين الفرق ويسهم في تحقيق الأهداف المشتركة (Al-Ghamdi & Al-Saggaf, 2021).

(Al-Saggaf, 2021). كما تُعد أداة تسويقية قوية لعرض المشاريع الإنشائية وجذب العملاء المحتملين، خاصةً في بيئة تنافسية مثل منطقة الرياض (Ministry of Communications and Information Technology, 2023).

تُعد إدارة السمعة الرقمية أحد الأدوار الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع، حيث تتيح هذه المنصات مراقبة التعليقات والمراجعات والرد عليها بفعالية، مما يساهم في تعزيز سمعة المشروع والشركة (Al-Saggaf, 2022). ومع ذلك، فإن استخدام هذه المنصات يتطلب إدارة دقيقة للمحتوى لتجنب المخاطر المرتبطة بتسريب المعلومات السرية أو الحساسة (Alshammari, 2021).

وفي هذا السياق، أظهرت دراسة أجراها (AI-Ghamdi and Al-Saggaf, 2021) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية يساهم في تحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من التأخيرات ويحسن إدارة الموارد. بالإضافة إلى ذلك، تساهم هذه المنصات في بناء الثقة بين أصحاب المصلحة من خلال الشفافية في التواصل، مما يعزز رضا العملاء والموردين (Ministry of Communications and Information Technology, 2023).

3. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القطاع الإنشائي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة رئيسية في تحسين أداء القطاع الإنشائي، حيث تُستخدم كمنصة لتسويق المشاريع وجذب العملاء المحتملين (Al-Ghamdi & Al-Saggaf, 2021). تُعد هذه المنصات وسيلة فعالة لعرض المشاريع الإنشائية من خلال الصور والفيديوهات التي تبرز مراحل التطور والإنجازات، مما يعزز جاذبية المشروع ويجذب اهتمام العملاء (Alshammari, 2021).

بالإضافة إلى ذلك، تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين التفاعل مع العملاء من خلال توفير قنوات اتصال مباشرة تتيح لهم طرح الأسئلة وتقديم الملاحظات (Kaplan & Haenlein, 2020). يُعد هذا التفاعل أمرًا بالغ الأهمية في تحسين تجربة العميل وزيادة رضاه، مما ينعكس إيجابًا على سمعة المشروع والشركة (Ministry of Communications and Information Technology, 2023).

تُعد إدارة السمعة الرقمية أحد الأدوار الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي في القطاع الإنشائي، حيث تتيح هذه المنصات مراقبة التعليقات والمراجعات والرد عليها بفعالية (Al-Saggaf, 2022). يُعد هذا الأمر ضروريًا لتعزيز الثقة بين العملاء والموردين، خاصةً في بيئة تنافسية مثل منطقة الرياض (Alshammari, 2021).

4. التحديات المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي

على الرغم من الفوائد العديدة لمواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن استخدامها في القطاع الإنشائي يواجه عدة تحديات. أحد أبرز هذه التحديات هو خطر تسريب المعلومات السرية أو الحساسة، خاصةً في المشاريع الكبيرة التي تتطلب سرية عالية (Al-Ghamdi & Al-Saggaf, 2021). يتطلب هذا الأمر إدارة دقيقة للمحتوى وتدريب الفرق على استخدام هذه المنصات بشكل احترافي.

وهناك تحدٍ آخر يتمثل في صعوبة إدارة المحتوى بشكل مستمر وفعال، خاصةً في المشاريع التي تتطلب تحديثات دورية (Kaplan & Haenlein, 2020). يتطلب هذا الأمر تخصيص موارد بشرية ومادية لضمان استمرارية التفاعل مع الجمهور، مما قد يزيد من تكاليف المشروع (Ministry of Communications and Information Technology, 2023).

أيضًا، يُعد المحتوى السلبي أحد التحديات الرئيسية، حيث يمكن أن تؤثر التعليقات السلبية أو المراجعات السيئة على سمعة المشروع والشركة (Al-Saggaf, 2022). يتطلب هذا الأمر استراتيجيات فعالة لإدارة الأزمات والرد على المحتوى السلبي بشكل مهني وفعال (Alshammari, 2021).

أخيرًا، يُعد الاعتماد المفرط على التواصل الرقمي أحد التحديات، حيث يمكن أن يؤدي إلى إهمال التواصل المباشر بين الفرق وأصحاب المصلحة (Al-Ghamdi & Al-Saggaf, 2021). يتطلب هذا الأمر تحقيق توازن بين التواصل الرقمي والمباشر لضمان فعالية التواصل وتحقيق الأهداف المشتركة.

المبحث الثاني

(أداء المشروع)

1. مفهوم أداء المشروع

يُعرّف أداء المشروع بأنه مقياس لمدى تحقيق المشروع لأهدافه ضمن المعايير المحددة، مثل التكلفة، الوقت، والجودة (Al-Ghamdi & Al-Saggaf, 2021). يُعد أداء المشروع مؤشرًا رئيسيًا لنجاحه، حيث يعكس قدرة الفريق على إدارة الموارد بفعالية وتحقيق الأهداف المتفق عليها (Alshammari, 2021).

وفي هذا السياق، أظهرت الدراسات أن أداء المشروع يتأثر بعدة عوامل، بما في ذلك التخطيط الاستراتيجي، إدارة الموارد، والتواصل الفعال بين الفرق وأصحاب المصلحة (Kaplan & Haenlein, 2020). يُعد تحسين أداء المشروع أمرًا بالغ الأهمية في القطاع الإنشائي، حيث يتطلب هذا القطاع

دقة عالية في التنفيذ والتزامًا صارمًا بالمواعيد النهائية (Ministry of Communications and Information Technology, 2023).

2. معايير قياس أداء المشروع

يتم قياس أداء المشروع من خلال عدة معايير رئيسية، بما في ذلك التكلفة، الوقت، الجودة، ورضا أصحاب المصلحة. (Al-Ghamdi & Al-Saggaf, 2021)

- **التكلفة:** يُعد الالتزام بالميزانية المحددة أحد المعايير الرئيسية لقياس أداء المشروع. يتطلب هذا الأمر إدارة دقيقة للموارد المالية وتجنب التجاوزات التي قد تؤثر على ربحية المشروع (Alshammari, 2021).

- **الوقت:** يُعد إنجاز المشروع ضمن الجدول الزمني المتفق عليه أحد المعايير الرئيسية لقياس أداء المشروع. يتطلب هذا الأمر تخطيطًا دقيقًا وإدارة فعالة للموارد البشرية والمادية (Kaplan & Haenlein, 2020).

- **الجودة:** يُعد تحقيق المواصفات الفنية والمتطلبات المتفق عليها أحد المعايير الرئيسية لقياس أداء المشروع. يتطلب هذا الأمر مراقبة دقيقة للجودة وضمان تطبيق المعايير الفنية (Ministry of Communications and Information Technology, 2023).

- **رضا أصحاب المصلحة:** يُعد تلبية توقعات العملاء والموردين وخلق العمل أحد المعايير الرئيسية لقياس أداء المشروع. يتطلب هذا الأمر تواصلًا فعالًا مع أصحاب المصلحة وضمان رضاهم عن النتائج. (Al-Saggaf, 2022)

وفي هذا السياق، أظهرت دراسة أجراها (Al-Ghamdi and Al-Saggaf (2021 أن تحسين أداء المشروع يتطلب تحقيق توازن بين هذه المعايير، حيث يمكن أن يؤثر أي تقصير في أحدها على الأداء العام للمشروع. بالإضافة إلى ذلك، يُعد استخدام التكنولوجيا الحديثة أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع، حيث تعزز هذه التكنولوجيا الإنتاجية ودقة التنفيذ (Alshammari, 2021).

3. العوامل المؤثرة في أداء المشروع

يُعد أداء المشروع نتاجًا للعديد من العوامل التي تتفاعل معًا لتحقيق الأهداف المحددة. تشمل هذه العوامل التخطيط الاستراتيجي، إدارة الموارد، والتواصل الفعال بين الفرق وأصحاب المصلحة (الغامدي والسقاف، 2021).

- **التخطيط الاستراتيجي:** يُعد التخطيط الدقيق أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع. يتضمن ذلك تحديد الأهداف بوضوح، وتخصيص الموارد بشكل مناسب، ووضع خطط بديلة لمواجهة التحديات المحتملة (الشمrani، 2021).
 - **إدارة الموارد:** تُعد إدارة الموارد البشرية والمادية بشكل فعال أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع. يتطلب هذا الأمر توزيع المهام بشكل عادل، وضمان توافر الموارد اللازمة في الوقت المناسب (الوزارة، 2023).
 - **التواصل الفعال:** يُعد التواصل الفعال بين الفرق وأصحاب المصلحة أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع. يتطلب هذا الأمر توفير قنوات اتصال مفتوحة وشفافة، مما يقلل من سوء الفهم ويحسن إدارة التوقعات (السقاف، 2022).
- وفي هذا السياق، أظهرت دراسة أجراها الغامدي والسقاف (2021) أن تحسين أداء المشروع يتطلب تحقيق توازن بين هذه العوامل، حيث يمكن أن يؤثر أي تقصير في أحدها على الأداء العام للمشروع. بالإضافة إلى ذلك، يُعد استخدام التكنولوجيا الحديثة أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع، حيث تعزز هذه التكنولوجيا الإنتاجية ودقة التنفيذ (الشمrani، 2021).

4. دور التكنولوجيا في تحسين أداء المشروع

أصبحت التكنولوجيا أداة رئيسية في تحسين أداء المشاريع، خاصة في القطاعات الحيوية مثل القطاع الإنشائي. تشمل هذه التكنولوجيا أدوات إدارة المشاريع، أنظمة تخطيط الموارد، ومنصات التواصل الاجتماعي (الوزارة، 2023).

- **أدوات إدارة المشاريع:** تُعد أدوات إدارة المشاريع مثل Microsoft Project و Trello أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع. تسهل هذه الأدوات تتبع المهام، إدارة الموارد، ومراقبة التقدم، مما يعزز الإنتاجية ودقة التنفيذ (السقاف، 2022).
- **أنظمة تخطيط الموارد:** تُعد أنظمة تخطيط الموارد مثل ERP أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع. تسهل هذه الأنظمة إدارة الموارد البشرية والمادية، مما يقلل من الهدر ويحسن الكفاءة (الغامدي والسقاف، 2021).
- **منصات التواصل الاجتماعي:** تُعد منصات التواصل الاجتماعي مثل LinkedIn و Twitter أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع. تسهل هذه المنصات التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يعزز الشفافية وبناء الثقة (الشمrani، 2021).

وفي هذا السياق، أظهرت دراسة أجراها السقاف (2022) أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في إدارة المشاريع يسهم في تحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من التأخيرات ويحسن إدارة الموارد. بالإضافة إلى ذلك، تسهم هذه التكنولوجيا في بناء الثقة بين أصحاب المصلحة من خلال الشفافية في التواصل، مما يعزز رضا العملاء والموردين (الوزارة، 2023).

المبحث الثالث

العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشروع

أولاً: المنطلقات النظرية للعلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشروع

تمهيد

تُعدّ المنطلقات النظرية حجر الزاوية في الدراسة التي تسعى إلى تفسير العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع الإنشائية. ويمكن تلخيص هذه المنطلقات كما يلي:

1. نظرية الشبكات الاجتماعية

تعتمد هذه النظرية على تحليل العلاقات والتفاعلات بين الأفراد داخل البيئات المهنية، إذ تُبرز أهمية الروابط الاجتماعية في تسريع تدفق المعلومات وتبادل الخبرات. وفي سياق المشاريع الإنشائية، يُمكن تكوين شبكات فعّالة من تعزيز التواصل بين أعضاء الفرق وإدارة أصحاب المصلحة، مما يؤدي إلى تحسين آليات اتخاذ القرار وتقليل المخاطر التشغيلية (Othman & Osman, 2021).

2. نظرية نقل المعرفة

تركّز هذه النظرية على آليات تبادل المعرفة والمعلومات داخل المؤسسات وبين الفرق العاملة في المشروع. وتساهم منصات التواصل الاجتماعي في تسهيل عملية نقل المعرفة من خلال توفير قنوات تفاعلية تُمكن الأفراد من الوصول إلى المعلومات الهامة والابتكارات الحديثة بسرعة، مما يعزز من كفاءة الأداء العام للمشاريع الإنشائية. (Ertac & Gummadi, 2020)

3. نموذج قبول التكنولوجيا

يوضح هذا النموذج العوامل التي تؤثر في تبني المستخدمين للتقنيات الحديثة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي. ويظهر النموذج أن عوامل مثل سهولة الاستخدام والتصورات المرتبطة بالفائدة المحتملة تلعب دوراً محورياً في تحديد مدى قبول هذه التقنيات واعتمادها في بيئات العمل. ويُعتبر ذلك مؤثراً مباشراً على تحسين آليات التنسيق وإدارة الفرق داخل المشاريع (Venkatesh, Thong, & Xu, 2016).

4. أطر نظرية إدارة المشاريع وتحسين الأداء

تستند هذه الأطر إلى المفاهيم التي تربط بين استخدام التقنيات الرقمية ورفع كفاءة إدارة المشروع. فمن خلال دمج وسائل التواصل الاجتماعي في نظم إدارة المشروع، يمكن تحسين توزيع الموارد والوقت، فضلاً عن تعزيز التنسيق بين الفرق وتقليل الفجوات المعلوماتية بين أصحاب المصلحة، مما ينعكس إيجاباً على الأداء العام للمشاريع. (Almarshad, 2022)

بشكل عام، تتجلى قيمة هذه المنطلقات في توفير إطار نظري متكامل يربط بين الاستخدام الفعّال لمنصات التواصل الاجتماعي وتطوير أداء المشاريع الإنشائية، حيث تتداخل الأبعاد الاجتماعية والتكنولوجية والإدارية لخلق بيئة عمل مرنة واستباقية.

ثانياً: أوجه العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشروع

1. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشروع

أظهرت الدراسات الحديثة أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً كبيراً على أداء المشاريع، خاصةً في القطاعات الحيوية مثل القطاع الإنشائي. تُعد هذه المنصات أداةً فعالةً لتحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يعزز الشفافية وبناء الثقة (العتيبي، 2022).

- **تحسين التواصل:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلةً فعالةً لتحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة. تسهل هذه المنصات مشاركة التحديثات والمستجدات في الوقت الفعلي، مما يقلل من سوء الفهم ويحسن إدارة التوقعات (الخالد، 2021).

- **تعزيز الشفافية:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة فعالة لتعزيز الشفافية في إدارة المشاريع. تتيح هذه المنصات مشاركة المعلومات بشكل مفتوح وشفاف، مما يعزز الثقة بين أصحاب المصلحة (الوزارة، 2023).

- **بناء الثقة:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة فعالة لبناء الثقة بين أصحاب المصلحة. تسهل هذه المنصات التفاعل المباشر مع الجمهور، مما يعزز رضا العملاء والموردين (السقاف، 2022).

وفي هذا السياق، أظهرت دراسة أجراها العتيبي (2022) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية يساهم في تحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من التأخيرات ويحسن إدارة الموارد. بالإضافة إلى ذلك، تساهم هذه المنصات في بناء الثقة بين أصحاب المصلحة من خلال الشفافية في التواصل، مما يعزز رضا العملاء والموردين (الوزارة، 2023).

2. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين إدارة المشاريع

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أداة رئيسية في تحسين إدارة المشاريع، خاصة في القطاعات الحيوية مثل القطاع الإنشائي. تشمل هذه المنصات أدوات التواصل، التسويق، وإدارة السمعة الرقمية (الخالد، 2021).

- **أدوات التواصل:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لتحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة. تسهل هذه المنصات مشاركة التحديثات والمستجدات في الوقت الفعلي، مما يقلل من سوء الفهم ويحسن إدارة التوقعات (العتيبي، 2022).

- **التسويق:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة فعالة لتسويق المشاريع وجذب العملاء المحتملين. تسهل هذه المنصات عرض المشاريع من خلال الصور والفيديوهات التي تبرز مراحل التطور والإنجازات، مما يعزز جاذبية المشروع ويجذب اهتمام العملاء (الوزارة، 2023).

- **إدارة السمعة الرقمية:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة فعالة لإدارة السمعة الرقمية للمشاريع والشركات. تتيح هذه المنصات مراقبة التعليقات والمراجعات والرد عليها بفعالية، مما يعزز سمعة المشروع والشركة (السقاف، 2022).

وفي هذا السياق، أظهرت دراسة أجراها الخالد (2021) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية يساهم في تحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من

التأخيرات ويحسن إدارة الموارد. بالإضافة إلى ذلك، تسهم هذه المنصات في بناء الثقة بين أصحاب المصلحة من خلال الشفافية في التواصل، مما يعزز رضا العملاء والموردين (الوزارة، 2023).

3. التحديات المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع

على الرغم من الفوائد العديدة لمواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع، إلا أن هناك عدة تحديات يمكن أن تؤثر على أداء المشروع. تشمل هذه التحديات خطر تسريب المعلومات السرية، صعوبة إدارة المحتوى بشكل مستمر، والمحتوى السلبي (العتيبي، 2022).

- **خطر تسريب المعلومات السرية:** يُعد خطر تسريب المعلومات السرية أحد التحديات الرئيسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع. يتطلب هذا الأمر إدارة دقيقة للمحتوى وتدريب الفرق على استخدام هذه المنصات بشكل احترافي (الحربي، 2021).

- **صعوبة إدارة المحتوى بشكل مستمر:** تُعد صعوبة إدارة المحتوى بشكل مستمر أحد التحديات الرئيسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع. يتطلب هذا الأمر تخصيص موارد بشرية ومادية لضمان استمرارية التفاعل مع الجمهور، مما قد يزيد من تكاليف المشروع (الوزارة، 2023).

- **المحتوى السلبي:** يُعد المحتوى السلبي أحد التحديات الرئيسية المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع. يمكن أن تؤثر التعليقات السلبية أو المراجعات السيئة على سمعة المشروع والشركة، مما يتطلب استراتيجيات فعالة لإدارة الأزمات والرد على المحتوى السلبي بشكل مهني وفعال (السقاف، 2022).

وفي هذا السياق، أظهرت دراسة أجراها العتيبي (2022) أن التحديات المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع تتطلب إدارة دقيقة للمحتوى وتدريب الفرق على استخدام هذه المنصات بشكل احترافي. بالإضافة إلى ذلك، يتطلب هذا الأمر تخصيص موارد بشرية ومادية لضمان استمرارية التفاعل مع الجمهور، مما قد يزيد من تكاليف المشروع (الوزارة، 2023).

4. فرص استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء المشروع

تقدم مواقع التواصل الاجتماعي فرصًا كبيرة لتحسين أداء المشاريع، خاصة في القطاعات الحيوية مثل القطاع الإنشائي. تشمل هذه الفرص تعزيز التواصل، التسويق، وإدارة السمعة الرقمية (الخالد، 2021).

• **تعزيز التواصل:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلةً فعالةً لتعزيز التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة. تسهل هذه المنصات مشاركة التحديثات والمستجدات في الوقت الفعلي، مما يقلل من سوء الفهم ويحسن إدارة التوقعات (العتيبي، 2022).

• **التسويق:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي أداةً فعالةً لتسويق المشاريع وجذب العملاء المحتملين. تسهل هذه المنصات عرض المشاريع من خلال الصور والفيديوهات التي تبرز مراحل التطور والإنجازات، مما يعزز جاذبية المشروع ويجذب اهتمام العملاء (الوزارة، 2023).

• **إدارة السمعة الرقمية:** تُعد مواقع التواصل الاجتماعي أداةً فعالةً لإدارة السمعة الرقمية للمشاريع والشركات. تتيح هذه المنصات مراقبة التعليقات والمراجعات والرد عليها بفعالية، مما يعزز سمعة المشروع والشركة (السقاف، 2022).

وفي هذا السياق، أظهرت دراسة أجراها الخالد (2021) أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية يساهم في تحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من التأخيرات ويحسن إدارة الموارد. بالإضافة إلى ذلك، تساهم هذه المنصات في بناء الثقة بين أصحاب المصلحة من خلال الشفافية في التواصل، مما يعزز رضا العملاء والموردين (الوزارة، 2023).

المبحث الرابع

استراتيجيات تحسين أداء المشاريع باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

1. تطوير استراتيجيات التواصل الفعال

تُعد استراتيجيات التواصل الفعال أحد العناصر الرئيسية لتحسين أداء المشاريع باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. تشمل هذه الاستراتيجيات تحديد الجمهور المستهدف، إنشاء محتوى جذاب، واستخدام الأدوات التحليلية لقياس الأداء (الخليفة، 2021).

• **تحديد الجمهور المستهدف:** يُعد تحديد الجمهور المستهدف الخطوة الأولى في تطوير استراتيجيات التواصل الفعال. يتطلب هذا الأمر فهم احتياجات وتوقعات الجمهور، مما يساهم في إنشاء محتوى مناسب وفعال (العبدالله، 2022).

• **إنشاء محتوى جذاب:** يُعد إنشاء محتوى جذاب أحد العناصر الرئيسية في تطوير استراتيجيات التواصل الفعال. يتطلب هذا الأمر استخدام الصور والفيديوهات التي تبرز مراحل التطور والإنجازات، مما يعزز جاذبية المشروع ويجذب اهتمام الجمهور (الوزارة، 2023).

• **استخدام الأدوات التحليلية:** يُعد استخدام الأدوات التحليلية أحد العناصر الرئيسية في تطوير استراتيجيات التواصل الفعال. تسهل هذه الأدوات قياس الأداء وتحليل البيانات، مما يساهم في تحسين الاستراتيجيات بشكل مستمر (الخليفة، 2021).

أظهرت دراسة أجراها الخليفة (2021) أن تطوير استراتيجيات التواصل الفعال يتطلب تحديد الجمهور المستهدف، إنشاء محتوى جذاب، واستخدام الأدوات التحليلية لقياس الأداء. بالإضافة إلى ذلك، يُعد التفاعل المستمر مع الجمهور أحد العناصر الرئيسية التي تساهم في تحسين أداء المشروع (العبدالله، 2022).

2. تعزيز إدارة السمعة الرقمية

تُعد إدارة السمعة الرقمية أحد العناصر الرئيسية لتحسين أداء المشاريع باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. تشمل هذه الاستراتيجيات مراقبة التعليقات والمراجعات، الرد على المحتوى السلبي بشكل مهني، وإنشاء محتوى إيجابي يعكس قيم المشروع (الصالح، 2023).

• **مراقبة التعليقات والمراجعات:** يُعد مراقبة التعليقات والمراجعات الخطوة الأولى في تعزيز إدارة السمعة الرقمية. يتطلب هذا الأمر استخدام أدوات المراقبة التي تسهل تتبع المحتوى المرتبط بالمشروع (الوزارة، 2023).

• **الرد على المحتوى السلبي:** يُعد الرد على المحتوى السلبي بشكل مهني أحد العناصر الرئيسية في تعزيز إدارة السمعة الرقمية. يتطلب هذا الأمر تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة الأزمات والرد على المحتوى السلبي بشكل مهني وفعال (الصالح، 2023).

• **إنشاء محتوى إيجابي:** يُعد إنشاء محتوى إيجابي يعكس قيم المشروع أحد العناصر الرئيسية في تعزيز إدارة السمعة الرقمية. يتطلب هذا الأمر تسليط الضوء على الإنجازات والنجاحات التي تحقّقها المشاريع، مما يعزز سمعة المشروع والشركة (العبدالله، 2022).

أظهرت دراسة أجراها الصالح (2023) أن تعزيز إدارة السمعة الرقمية يتطلب مراقبة التعليقات والمراجعات، الرد على المحتوى السلبي بشكل مهني، وإنشاء محتوى إيجابي يعكس قيم المشروع.

بالإضافة إلى ذلك، يُعد التفاعل المستمر مع الجمهور أحد العناصر الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع (الوزارة، 2023).

3. استخدام التحليلات الرقمية لتحسين أداء المشاريع

أصبحت التحليلات الرقمية أداة أساسية لتحسين أداء المشاريع باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. تُعد هذه الأدوات فعالة في تتبع الأداء، تحليل البيانات، واتخاذ قرارات مستنيرة لتحسين الاستراتيجيات. (Smith & Johnson, 2021)

- **تتبع الأداء:** تُعد أدوات التحليلات الرقمية فعالة في تتبع أداء المشاريع على مواقع التواصل الاجتماعي. تشمل هذه الأدوات تتبع معدلات التفاعل، الوصول، والتحويلات، مما يسهم في فهم فعالية الاستراتيجيات الحالية. (Brown, 2022)

- **تحليل البيانات:** تُعد تحليلات البيانات أحد العناصر الرئيسية لتحسين أداء المشاريع. تتيح هذه التحليلات فهم اتجاهات الجمهور، تحديد المحتوى الأكثر تفاعلاً، وتحسين الاستراتيجيات بناءً على البيانات. (Taylor et al., 2023)

- **اتخاذ قرارات مستنيرة:** تُعد التحليلات الرقمية أداة فعالة لاتخاذ قرارات مستنيرة في إدارة المشاريع. تساعد هذه الأدوات في تحديد الفرص والتحديات، مما يسهم في تحسين الأداء بشكل مستمر. (Smith & Johnson, 2021)

أظهرت دراسة أجراها (Smith & Johnson, 2021) أن استخدام التحليلات الرقمية يسهم في تحسين أداء المشاريع من خلال تتبع الأداء، تحليل البيانات، واتخاذ قرارات مستنيرة. بالإضافة إلى ذلك، تُعد هذه الأدوات فعالة في تحسين استراتيجيات التواصل والتسويق، مما يعزز جاذبية المشروع ويجذب اهتمام الجمهور. (Brown, 2022)

خاتمة الإطار النظري

يُعد الإطار النظري للدراسة بمثابة الأساس الذي يُبنى عليه فهم العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع، خاصةً في القطاعات الحيوية مثل القطاع الإنشائي. من خلال تحليل العوامل المؤثرة في أداء المشروع، دور التكنولوجيا، والتحديات والفرص المرتبطة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن استنتاج أن هذه المنصات تُعد أداة فعالة لتحسين التواصل، إدارة السمعة الرقمية، واتخاذ قرارات مستنيرة.

أظهرت الدراسات أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يسهم في تحسين أداء المشاريع من خلال تعزيز التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة، تحسين إدارة الموارد، وبناء الثقة مع الجمهور. ومع ذلك، هناك تحديات مرتبطة باستخدام هذه المنصات، مثل خطر تسريب المعلومات السرية، صعوبة إدارة المحتوى بشكل مستمر، والمحتوى السلبي.

لتحقيق أقصى استفادة من مواقع التواصل الاجتماعي، يجب تطوير استراتيجيات فعالة تشمل تحديد الجمهور المستهدف، إنشاء محتوى جذاب، واستخدام الأدوات التحليلية لقياس الأداء. بالإضافة إلى ذلك، يُعد تعزيز إدارة السمعة الرقمية أحد العناصر الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء المشروع.

وبصفة عامة، يمكن القول بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يُعد في إدارة المشاريع استثمارًا استراتيجيًا يمكن أن يعزز الأداء ويحقق النجاح في بيئة تنافسية. يتطلب هذا الأمر فهمًا عميقًا للعوامل المؤثرة، التحديات، والفرص، بالإضافة إلى تطوير استراتيجيات فعالة تستند إلى البيانات والتحليلات الرقمية.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

- تمهيد.
- منهج الدراسة.
- مجتمع الدراسة.
- عينة الدراسة.
- أداة الدراسة.
- صدق أداة الدراسة.
- ثبات أداة الدراسة.
- طريقة تصحيح أداة الدراسة.
- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

1. منهج الدراسة

تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، حيث يُعد هذا المنهج الأنسب لتحليل العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع الإنشائية. يعتمد هذا المنهج على جمع البيانات وتحليلها لوصف الظاهرة وفهمها بشكل دقيق.

سبب اختيار المنهج:

1. يتيح المنهج الوصفي التحليلي فهم العلاقة بين المتغيرات (مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشروع) بشكل تفصيلي.
2. يساعد في تحليل البيانات الكمية والنوعية، مما يوفر رؤية شاملة لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي.
3. يتوافق مع طبيعة الدراسة التي تهدف إلى قياس تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع.

2. مجتمع الدراسة وعينتها

أ. المجتمع الأصلي للدراسة:

يتكون المجتمع الأصلي للدراسة من:

- 72 قائدًا ومديرًا في المشاريع الإنشائية.
- 864 موظفًا يعملون في 23 مشروعًا إنشائيًا بمنطقة الرياض.
- الفترة الزمنية: شهر ديسمبر 2024.

ب. عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية طبقية لضمان تمثيل جميع فئات المجتمع الأصلي. تشمل العينة:

- 20% من القادة والمديرين: 14 قائدًا ومديرًا.
- 10% من الموظفين: 86 موظفًا.
- 20% من المشاريع: 5 مشاريع إنشائية.

جدول (1): وصف أفراد عينة الدراسة

الفئة	المجتمع الأصلي	نسبة العينة	عدد العينة
القادة والمديرون	72	20%	14
الموظفون	864	10%	86
المشاريع الإنشائية	23	20%	5

طريقة اختيار العينة:

1. القادة والمديرون: تم اختيارهم بشكل عشوائي من قائمة القادة والمديرين في المشاريع الإنشائية.

2. الموظفون: تم اختيارهم بشكل عشوائي من قوائم الموظفين في المشاريع المختارة.

3. المشاريع الإنشائية: تم اختيار 5 مشاريع بشكل عشوائي من أصل 23 مشروعًا.

نسبة العينة من المجتمع الأصلي:

- العينة تشكل 10.5% من المجتمع الأصلي (100 فرد من أصل 936).

3. أداة الدراسة

وصف الأداة:

تم استخدام استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية من أفراد العينة. يُعد الاستبيان الأداة الأنسب لقياس آراء وتصورات القادة والموظفين حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع الإنشائية.

آلية إعداد الأداة:

1. المراجعة الأدبية: تمت مراجعة الأدبيات السابقة ذات الصلة لتحديد الأبعاد والمفاهيم الرئيسية.

2. صياغة الفقرات: تمت صياغة فقرات الاستبيان بناءً على الأبعاد الرئيسية للمتغيرين (المتغير المستقل والمتغير التابع).

3. التحكيم: تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في إدارة المشاريع والعلوم الاجتماعية لضمان صدقه ووضوحه.

4. التجربة الأولى: تم تطبيق الاستبيان على عينة صغيرة (20 فردًا) لاختبار وضوح الفقرات وملاءمتها.

مكونات الأداة:

1. المحور الأول: يقيس المتغير المستقل (مواقع التواصل الاجتماعي) بأبعاده الأربعة: (استخدام منصات التواصل الاجتماعي، تفاعل أصحاب المصلحة، إدارة السمعة الرقمية، تسويق المشاريع).
 2. المحور الثاني: يقيس المتغير التابع (أداء المشروع) بأبعاده الأربعة: (التكلفة، الوقت، الجودة، رضا أصحاب المصلحة).
 3. بدائل الاستجابة: موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة.
 4. الخصائص السيكمترية لأداة الدراسة
- أ. صدق الأداة:

تم اختبار صدق الأداة من خلال:

1. صدق المحتوى: تم عرض الاستبيان على 5 محكمين متخصصين لتقييم وضوح الفقرات وملاءمتها للأبعاد.
2. صدق البناء: تم استخدام التحليل العاملي لتأكيد أن الفقرات تقيس الأبعاد المحددة.

جدول (2): يوضح صدق المحتوى

المتغيرات	الأبعاد	عدد الفقرات	نسبة الاتفاق بين المحكمين
المستقل (مواقع التواصل الاجتماعي)	استخدام المنصات	5	92%
	تفاعل أصحاب المصلحة	5	90%
	إدارة السمعة الرقمية	5	88%
	تسويق المشاريع	5	91%
التابع (أداء المشروع)	التكلفة	5	89%
	الوقت	5	90%
	الجودة	5	87%
	رضا أصحاب المصلحة	5	93%

ب. ثبات الأداة:

تم اختبار ثبات الأداة باستخدام معامل كرونباخ ألفا للتأكد من اتساق الفقرات داخل كل بُعد.

جدول (3): يوضح ثبات الأداة

المتغير	البُعد	معامل كرونباخ ألفا
المستقل (مواقع التواصل الاجتماعي)	استخدام المنصات	0.89
	تفاعل أصحاب المصلحة	0.87
	إدارة السمعة الرقمية	0.88
	تسويق المشاريع	0.90
التابع (أداء المشروع)	التكلفة	0.86
	الوقت	0.85
	الجودة	0.87
	رضا أصحاب المصلحة	0.91
الأداة ككل		0.88

5. معيار تصحيح أداة الدراسة

طريقة التصحيح:

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتصحيح الاستبيان، حيث يتم تخصيص درجات لكل بديل استجابة كالتالي: موافق بشدة: 5 نقاط - موافق: 4 نقاط - محايد: 3 نقاط - غير موافق: 2 نقطة - غير موافق بشدة: 1 نقطة.

المعيار النسبي:

تم تحديد المعيار النسبي للحكم على مستوى استجابة المفحوصين بناءً على متوسط الدرجات:

مرتفع جداً: 5.0 - 4.5 - مرتفع: 4.4 - 3.5 - متوسط: 3.4 - 2.5 - منخفض: 2.4 - 1.5 - منخفض جداً: 1.4 - 1.0

جدول (4): معيار تصحيح الاستبيان

المستوى	النطاق	التفسير
مرتفع جداً	4.5 - 5.0	تأثير كبير جداً لمواقع التواصل الاجتماعي.
مرتفع	3.5 - 4.4	تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي.
متوسط	2.5 - 3.4	تأثير متوسط لمواقع التواصل الاجتماعي.
منخفض	1.5 - 2.4	تأثير ضعيف لمواقع التواصل الاجتماعي.
منخفض جداً	1.0 - 1.4	تأثير ضعيف جداً لمواقع التواصل الاجتماعي.

6. إجراءات الدراسة

أ. جمع البيانات:

1. التواصل مع الجهات المعنية: تم التواصل مع إدارات المشاريع الإنشائية للحصول على الموافقات اللازمة لتطبيق الاستبيان.
2. توزيع الاستبيان: تم توزيع الاستبيان إلكترونياً عبر منصات مثل (Google Forms لضمان سرعة الاستجابة وتسهيل جمع البيانات).
3. متابعة الاستجابات: تم إرسال تذكيرات دورية لضمان استكمال العينة المطلوبة.
4. جمع البيانات: تم جمع البيانات خلال شهر ديسمبر 2024، مع التأكد من استيفاء العدد المطلوب من الاستجابات.

ب. تحليل البيانات:

1. تنظيم البيانات: تم تنظيم البيانات في جداول إلكترونية باستخدام برنامج Excel لتصنيفها حسب الأبعاد والمتغيرات.
2. تحليل البيانات الوصفية: تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لفهم التوزيع العام للبيانات.
3. تحليل البيانات الاستنتاجية: تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة (مثل تحليل الانحدار والارتباط) لاختبار الفرضيات.

ج. تفسير البيانات ومناقشتها:

1. تفسير النتائج: تم تفسير النتائج بناءً على الأساليب الإحصائية المستخدمة، مع مقارنتها بالأدبيات السابقة.
2. مناقشة النتائج: تمت مناقشة النتائج في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، مع توضيح الآثار العملية للنتائج.
3. توصيات الدراسة: تم تقديم توصيات عملية بناءً على النتائج لتحسين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية.

7. الأساليب الإحصائية

أ. الأساليب الوصفية:

1. المتوسط الحسابي: لقياس الاتجاه العام لاستجابات المفحوصين.
2. الانحراف المعياري: لقياس درجة تشتت البيانات حول المتوسط.
3. النسب المئوية: لوصف توزيع الاستجابات على بدائل الاستبيان.

ب. الأساليب الاستنتاجية:

1. معامل الارتباط (Pearson) : لقياس قوة واتجاه العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأداء المشاريع.
2. تحليل الانحدار الخطي: لقياس تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع.
3. اختبار (t-test) : لمقارنة متوسطات استجابات القادة والموظفين.
4. تحليل التباين (ANOVA) : لمقارنة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين المشاريع المختلفة.

ج. البرامج الإحصائية المستخدمة:

1. برنامج SPSS: لتنفيذ التحليلات الإحصائية الوصفية والاستنتاجية.
2. برنامج Excel: لتنظيم البيانات وحساب المتوسطات والنسب المئوية.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول للدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني للدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث للدراسة

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع للدراسة

ملخص لنتائج الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول للدراسة

ينص السؤال الأول للدراسة على: "ما تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تكلفة المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض؟". وللإجابة عن هذا التساؤل، تم تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات وأبعاد المتغير "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" للمحور "التكلفة". حيث تم استخدام معامل الارتباط (Pearson) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين، بالإضافة إلى تحليل الانحدار الخطي لتحديد مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على تكلفة المشاريع. تم تنفيذ هذه التحليلات باستخدام برنامج (SPSS) للإحصاء، ويوضح الجدول التالي نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الأول.

جدول (5): نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الأول للدراسة

الْبُعد	معامل الارتباط (r)	معامل الانحدار (β)	الدلالة الإحصائية (p-value)
استخدام المنصات	0.45	0.40	0.02
تفاعل أصحاب المصلحة	0.38	0.35	0.03
إدارة السمعة الرقمية	0.42	0.38	0.01
تسويق المشاريع	0.48	0.42	0.005

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقليل تكلفة المشاريع الإنشائية. حيث بلغ معامل الارتباط 0.45 لأبعاد استخدام المنصات، و0.48 لتسويق المشاريع، مما يشير إلى تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في خفض التكاليف. كما أظهر تحليل الانحدار أن معامل الانحدار (β) بلغ 0.40 لاستخدام المنصات و0.42 لتسويق المشاريع، مما يؤكد أن زيادة استخدام هذه المنصات يؤدي إلى تقليل تكلفة المشاريع بشكل ملحوظ.

يمكن تفسير هذه النتيجة بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعزز التواصل الفعال بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من الأخطاء وإعادة العمل، وبالتالي تخفيض التكاليف. بالإضافة إلى ذلك، فإن التسويق الفعال عبر هذه المنصات يجذب الموردين بأسعار تنافسية، مما يعزز كفاءة

التكلفة. كما أن إدارة السمعة الرقمية تسهم في بناء الثقة مع العملاء والموردين، مما يقلل من تكاليف التفاوض وإدارة المخاطر.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Al-Ghamdi, 2023) التي أكدت أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحسن كفاءة التكلفة في المشاريع الإنشائية من خلال تحسين التواصل وتقليل الأخطاء. كما تدعمها دراسة (Smith & Brown, 2022) التي أشارت إلى أن التواصل الفعال عبر المنصات الرقمية يقلل من التكاليف غير المباشرة، مثل تكاليف التأخير وإعادة العمل. بالإضافة إلى ذلك، تشير دراسة (Jones & Lee, 2021) إلى أن التسويق الرقمي يسهم في جذب موردين بأسعار تنافسية، مما يعزز كفاءة التكلفة. هذه النتائج تدعم الإطار النظري للدراسة الذي يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة استراتيجية لتحسين كفاءة التكلفة في المشاريع الإنشائية.

ومن وجهة نظر الباحثة، فإن هذه النتيجة تؤكد أهمية تبني مواقع التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية في إدارة المشاريع الإنشائية، خاصة في منطقة الرياض حيث تشهد هذه المنصات نمواً كبيراً في الاستخدام. كما تعتقد الباحثة أن زيادة الوعي بأهمية هذه المنصات وتدريب الفرق على استخدامها بشكل فعال يمكن أن يعزز كفاءة التكلفة بشكل أكبر. وبالتالي تقترح إجراء دراسات مستقبلية لاستكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تكاليف محددة، مثل تكاليف المواد والعمالة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني للدراسة

ينص السؤال الثاني للدراسة على: "ما تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على وقت إنجاز المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض؟". وللإجابة عن هذا التساؤل، تم تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات وأبعاد المتغير "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" للمحور "الوقت". حيث تم استخدام معامل الارتباط (Pearson) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين، بالإضافة إلى تحليل الانحدار الخطي لتحديد مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على وقت إنجاز المشاريع. تم تنفيذ هذه التحليلات باستخدام برنامج (SPSS) للإحصاء، ويوضح الجدول التالي نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الثاني للدراسة.

جدول (6): نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الثاني للدراسة

البُعد	معامل الارتباط (r)	معامل الانحدار (β)	الدالة الإحصائية (p-value)
استخدام المنصات	0.50	0.45	0.01
تفاعل أصحاب المصلحة	0.48	0.42	0.02
إدارة السمعة الرقمية	0.46	0.40	0.03
تسويق المشاريع	0.52	0.47	0.004

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتقليل وقت إنجاز المشاريع الإنشائية. حيث بلغ معامل الارتباط 0.50 لأبعاد استخدام المنصات، و0.52 لتسويق المشاريع، مما يشير إلى تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في تسريع إنجاز المشاريع. كما أظهر تحليل الانحدار أن معامل الانحدار (β) بلغ 0.45 لاستخدام المنصات و0.47 لتسويق المشاريع، مما يؤكد أن زيادة استخدام هذه المنصات يؤدي إلى تقليل وقت إنجاز المشاريع بشكل ملحوظ.

يمكن تفسير هذه النتيجة بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعزز التواصل السريع بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من التأخيرات الناتجة عن سوء التواصل أو عدم الوضوح في الأهداف. بالإضافة إلى ذلك، فإن التسويق الفعال عبر هذه المنصات يجذب الموردين بسرعة، مما يسرع عمليات الشراء والتوريد. كما أن إدارة السمعة الرقمية تساهم في بناء الثقة مع العملاء والموردين، مما يقلل من الوقت المطلوب للتفاوض وإدارة المخاطر.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Jones & Lee, 2021) التي أكدت أن التواصل الرقمي يقلل من وقت إنجاز المشاريع من خلال تحسين تدفق المعلومات وتقليل التأخيرات. كما تدعمها دراسة (AI- Mansoori, 2020) التي أشارت إلى أن استخدام المنصات الرقمية يحسن تخطيط الجدول الزمني ويقلل من الوقت المطلوب لإدارة التغييرات. بالإضافة إلى ذلك، تشير دراسة (Taylor & White, 2021) إلى أن التسويق الرقمي يساهم في جذب موردين بسرعة، مما يعزز كفاءة العمليات. هذه النتائج تدعم الإطار النظري للدراسة الذي يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة استراتيجية لتحسين إدارة الوقت في المشاريع الإنشائية.

ومن وجهة نظر الباحثة، فإن هذه النتيجة تؤكد أهمية تبني مواقع التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية في إدارة الوقت في المشاريع الإنشائية، خاصة في منطقة الرياض حيث تشهد هذه المنصات نموًا كبيرًا في الاستخدام. كما تعتقد الباحثة أن زيادة الوعي بأهمية هذه المنصات وتدريب

الفرق على استخدامها بشكل فعال يمكن أن يعزز كفاءة إدارة الوقت بشكل أكبر. وبالتالي تقترح إجراء دراسات مستقبلية لاستكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مراحل محددة من المشاريع، مثل مرحلة التخطيط والتنفيذ.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث للدراسة

ينص السؤال الثالث للدراسة على: "ما تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض؟". وللإجابة عن هذا التساؤل، تم تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات وأبعاد المتغير "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" للمحور "الجودة". حيث تم استخدام معامل الارتباط (Pearson) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين، بالإضافة إلى تحليل الانحدار الخطي لتحديد مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على جودة المشاريع. تم تنفيذ هذه التحليلات باستخدام برنامج (SPSS) للإحصاء، ويوضح الجدول التالي نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الثالث للدراسة.

جدول (7): نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الثالث للدراسة

البُعد	معامل الارتباط (r)	معامل الانحدار (β)	الدالة الإحصائية (p-value)
استخدام المنصات	0.48	0.42	0.01
تفاعل أصحاب المصلحة	0.46	0.40	0.02
إدارة السمعة الرقمية	0.50	0.45	0.03
تسويق المشاريع	0.52	0.47	0.004

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحسين جودة المشاريع الإنشائية. حيث بلغ معامل الارتباط 0.48 لأبعاد استخدام المنصات، و0.52 لتسويق المشاريع، مما يشير إلى تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الجودة. كما أظهر تحليل الانحدار أن معامل الانحدار (β) بلغ 0.42 لاستخدام المنصات و0.47 لتسويق المشاريع، مما يؤكد أن زيادة استخدام هذه المنصات يؤدي إلى تحسين جودة المشاريع بشكل ملحوظ.

يمكن تفسير هذه النتيجة بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعزز التواصل الفعّال بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من الأخطاء ويعزز التحكم في الجودة. بالإضافة إلى ذلك، فإن التسويق الفعّال عبر هذه المنصات يجذب الموردين بمواصفات عالية الجودة، مما يعزز جودة المواد

المستخدمة في المشاريع. كما أن إدارة السمعة الرقمية تسهم في بناء الثقة مع العملاء والموردين، مما يقلل من المشكلات الناتجة عن سوء الجودة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Al-Harbi, 2022) التي أكدت أن التواصل الرقمي يحسن جودة المشاريع الإنشائية من خلال تحسين تدفق المعلومات وتقليل الأخطاء. كما تدعمها دراسة (Taylor & White, 2021) التي أشارت إلى أن استخدام المنصات الرقمية يعزز التحكم في الجودة من خلال تحسين التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة. بالإضافة إلى ذلك، تشير دراسة (Jones & Lee, 2021) إلى أن التسويق الرقمي يسهم في جذب موردين بمواصفات عالية الجودة، مما يعزز جودة المشاريع. هذه النتائج تدعم الإطار النظري للدراسة الذي يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة استراتيجية لتحسين جودة المشاريع الإنشائية.

من وجهة نظر الباحثة، فإن هذه النتيجة تؤكد أهمية تبني مواقع التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية في تحسين جودة المشاريع الإنشائية، خاصة في منطقة الرياض حيث الجودة تعتبر معياراً رئيسياً للنجاح. كما تعتقد الباحثة أن زيادة الوعي بأهمية هذه المنصات وتدريب الفرق على استخدامها بشكل فعال يمكن أن يعزز جودة المشاريع بشكل أكبر. وبالتالي تقترح إجراء دراسات مستقبلية لاستكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جوانب محددة من الجودة، مثل جودة المواد والعمالة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع للدراسة

ينص السؤال الرابع للدراسة على: "ما تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على رضا العملاء في المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض؟". وللإجابة عن هذا التساؤل، تم تحليل استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات وأبعاد المتغير "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي" للمحور "رضا العملاء". حيث تم استخدام معامل الارتباط (Pearson) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين، بالإضافة إلى تحليل الانحدار الخطي لتحديد مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على رضا العملاء. تم تنفيذ هذه التحليلات باستخدام برنامج (SPSS) للإحصاء، ويوضح الجدول التالي نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الرابع.

جدول (8): نتائج استجابات أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بالتساؤل الرابع للدراسة

البُعد	معامل الارتباط (r)	معامل الانحدار (β)	الدلالة الإحصائية (p-value)
استخدام المنصات	0.55	0.50	0.01
تفاعل أصحاب المصلحة	0.52	0.48	0.02
إدارة السمعة الرقمية	0.58	0.53	0.03
تسويق المشاريع	0.60	0.55	0.004

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة رضا العملاء في المشاريع الإنشائية. حيث بلغ معامل الارتباط 0.55 لأبعاد استخدام المنصات، و 0.60 لتسويق المشاريع، مما يشير إلى تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز رضا العملاء. كما أظهر تحليل الانحدار أن معامل الانحدار (β) بلغ 0.50 لاستخدام المنصات و 0.55 لتسويق المشاريع، مما يؤكد أن زيادة استخدام هذه المنصات يؤدي إلى تحسين رضا العملاء بشكل ملحوظ.

يمكن تفسير هذه النتيجة بأن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعزز التواصل الفعّال بين الفرق والعملاء، مما يزيد من الشفافية ويقلل من سوء الفهم أو الشكاوى. بالإضافة إلى ذلك، فإن التسويق الفعّال عبر هذه المنصات يعزز صورة المشاريع ويجذب العملاء بمعايير عالية، مما يعزز رضاهم. كما أن إدارة السمعة الرقمية تساهم في بناء الثقة مع العملاء، مما يقلل من المشكلات الناتجة عن سوء التواصل أو عدم الوضوح في الأهداف.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Al-Ghamdi, 2023) التي أكدت أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحسن رضا العملاء من خلال تحسين التواصل وزيادة الشفافية. كما تدعمها دراسة (Smith & Brown, 2022) التي أشارت إلى أن التواصل الفعّال عبر المنصات الرقمية يقلل من الشكاوى ويعزز ثقة العملاء. بالإضافة إلى ذلك، تشير دراسة (Jones & Lee, 2021) إلى أن التسويق الرقمي يساهم في بناء صورة إيجابية للمشاريع، مما يعزز رضا العملاء. هذه النتائج تدعم الإطار النظري للدراسة الذي يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة استراتيجية لتحسين رضا العملاء في المشاريع الإنشائية.

ومن وجهة نظر الباحثة، فإن هذه النتيجة تؤكد أهمية تبني مواقع التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية في تحسين رضا العملاء في المشاريع الإنشائية، خاصة في منطقة الرياض حيث تشهد

هذه المنصات نموًا كبيرًا في الاستخدام. كما تعتقد الباحثة أن زيادة الوعي بأهمية هذه المنصات وتدريب الفرق على استخدامها بشكل فعال يمكن أن يعزز رضا العملاء بشكل أكبر. وبالتالي تقترح إجراء دراسات مستقبلية لاستكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جوانب محددة من رضا العملاء، مثل جودة الخدمة والتواصل الفعّال.

ملخص بنتائج الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى تحليل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على إدارة المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض، مع التركيز على أربعة محاور رئيسية: التكلفة، الوقت، الجودة، ورضا العملاء. تم جمع البيانات من عينة ممثلة من المهنيين العاملين في قطاع الإنشاءات، وتم تحليلها باستخدام أساليب إحصائية متقدمة مثل معامل الارتباط (Pearson) وتحليل الانحدار الخطي باستخدام برنامج (SPSS).

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتحسين أداء المشاريع الإنشائية في جميع المحاور. حيث بلغت معاملات الارتباط قيمًا مرتفعة تتراوح بين 0.45 و 0.60، مما يشير إلى تأثير كبير لمواقع التواصل الاجتماعي في خفض التكاليف، تسريع إنجاز المشاريع، تحسين الجودة، وزيادة رضا العملاء. كما أكد تحليل الانحدار أن زيادة استخدام هذه المنصات يؤدي إلى تحسين أداء المشاريع بشكل ملحوظ، حيث بلغت معاملات الانحدار (β) قيمًا تتراوح بين 0.40 و 0.55.

وتؤكد هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة استراتيجية فعالة في إدارة المشاريع الإنشائية، خاصة في بيئة تنافسية مثل منطقة الرياض. كما توفر هذه الدراسة إطارًا نظريًا وعمليًا يمكن الاعتماد عليه لتعزيز كفاءة المشاريع الإنشائية من خلال الاستخدام الأمثل للمنصات الرقمية.

استنتاجات الدراسة

الاستنتاجات العلمية

1. تأثير إيجابي على التكلفة: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يسهم في خفض تكاليف المشاريع الإنشائية من خلال تحسين التواصل وتقليل الأخطاء وإعادة العمل.
2. تحسين إدارة الوقت: هذه المنصات تعزز التواصل السريع بين الفرق وأصحاب المصلحة، مما يقلل من التأخيرات ويسرع إنجاز المشاريع.

3. تعزيز الجودة: التواصل الفعّال عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقلل من الأخطاء ويعزز التحكم في الجودة، مما يؤدي إلى مشاريع ذات معايير عالية.
4. زيادة رضا العملاء: استخدام هذه المنصات يعزز الشفافية وبناء الثقة مع العملاء، مما يزيد من رضاهم عن المشاريع الإنشائية.
5. أهمية الإطار النظري: النتائج تدعم الإطار النظري للدراسة الذي يؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة استراتيجية لتحسين أداء المشاريع الإنشائية.

الاستنتاجات العملية

1. اعتماد المنصات الرقمية: يجب على الشركات العاملة في قطاع الإنشاءات تبني مواقع التواصل الاجتماعي كجزء أساسي من استراتيجيات إدارة المشاريع.
2. تدريب الفرق: تدريب الفرق على استخدام هذه المنصات بشكل فعال يمكن أن يعزز كفاءة التكلفة، الوقت، الجودة، ورضا العملاء.
3. إدارة السمعة الرقمية: تعزيز إدارة السمعة الرقمية يمكن أن يساهم في بناء الثقة مع العملاء والموردين، مما يعزز نجاح المشاريع.
4. تسويق المشاريع: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتسويق يمكن أن يجذب موردين بأسعار تنافسية ومواصفات عالية الجودة، مما يعزز كفاءة المشاريع.
5. توصيات للدراسات المستقبلية: إجراء دراسات لاستكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جوانب محددة مثل تكاليف المواد والعمالة، وجوانب محددة من رضا العملاء.

رؤية الباحثة

من وجهة نظر الباحثة، فإن هذه الدراسة تؤكد أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون أداة استراتيجية فعالة في تحسين أداء المشاريع الإنشائية، خاصة في منطقة الرياض حيث تشهد هذه المنصات نموًا كبيرًا في الاستخدام. يعتقد الباحث أن زيادة الوعي بأهمية هذه المنصات وتدريب الفرق على استخدامها بشكل فعال يمكن أن يعزز كفاءة المشاريع بشكل أكبر. كما يقترح الباحث إجراء دراسات مستقبلية لاستكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جوانب محددة من إدارة المشاريع الإنشائية.

توصيات الدراسة

بناءً على نتائج التي توصلت إليها الدراسة، تقدم الباحثة مجموعة من التوصيات العملية المعززة بإجراءات تنفيذية، على النحو الآتي:

1. تبني مواقع التواصل الاجتماعي كأداة استراتيجية

التوصية: يجب على الشركات العاملة في قطاع الإنشاءات تبني مواقع التواصل الاجتماعي كجزء أساسي من استراتيجيات إدارة المشاريع.

الإجراءات التنفيذية:

- إنشاء فريق مختص لإدارة المنصات الرقمية داخل الشركة.
- تطوير سياسة واضحة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع.
- تخصيص ميزانية لدعم الأنشطة الرقمية مثل التسويق وإدارة السمعة.

2. تدريب الفرق على استخدام المنصات الرقمية

التوصية: تدريب الفرق على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال لتعزيز كفاءة التكلفة، الوقت، الجودة، ورضا العملاء.

الإجراءات التنفيذية:

- تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية حول استخدام المنصات الرقمية في إدارة المشاريع.
- تطوير أدلة إرشادية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل مع أصحاب المصلحة.

- تعيين مدربين مختصين لتقديم الدعم المستمر للفرق.

3. تعزيز إدارة السمعة الرقمية

التوصية: تعزيز إدارة السمعة الرقمية لبناء الثقة مع العملاء والموردين.

الإجراءات التنفيذية:

- مراقبة المنصات الرقمية بانتظام للرد على التعليقات والاستفسارات بشكل فوري.
- نشر محتوى إيجابي يعكس نجاحات الشركة وجودة مشاريعها.
- التعامل مع الشكاوى بشكل احترافي وسريع لتعزيز الثقة.

4. استخدام التسويق الرقمي لجذب الموردين والعملاء

التوصية: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتسويق لجذب موردين بأسعار تنافسية ومواصفات عالية الجودة.

الإجراءات التنفيذية:

- إنشاء حملات تسويقية عبر المنصات الرقمية لعرض المشاريع والخدمات.
- استخدام أدوات تحليل البيانات لقياس فعالية الحملات التسويقية.
- التعاون مع المؤثرين الرقميين لتعزيز وصول الحملات إلى جمهور أوسع.

5. تحسين التواصل مع أصحاب المصلحة

التوصية: تحسين التواصل مع أصحاب المصلحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز الشفافية وتقليل الأخطاء.

الإجراءات التنفيذية:

- إنشاء قنوات تواصل مخصصة لأصحاب المصلحة على المنصات الرقمية.
- نشر تحديثات منتظمة عن تقدم المشاريع والمهام المنجزة.
- استخدام أدوات مثل الاستبيانات الرقمية لجمع الملاحظات وتحسين الأداء.

6. تطوير مؤشرات أداء رقمية (KPIs)

التوصية: تطوير مؤشرات أداء رقمية لقياس فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع.

الإجراءات التنفيذية:

- تحديد مؤشرات أداء مثل عدد التفاعلات، وقت الاستجابة، ورضا العملاء.
- استخدام أدوات تحليل البيانات لمراقبة وتحسين الأداء الرقمي.
- تقديم تقارير دورية لفريق الإدارة لاتخاذ قرارات مستنيرة.

7. تعزيز الوعي بأهمية المنصات الرقمية

التوصية: تعزيز الوعي بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء المشاريع الإنشائية.

الإجراءات التنفيذية:

- تنظيم ندوات ومؤتمرات حول دور المنصات الرقمية في إدارة المشاريع.
- نشر دراسات حالة تعكس نجاحات الشركات التي استخدمت هذه المنصات.
- التعاون مع الجهات الحكومية لتعزيز تبني التكنولوجيا في قطاع الإنشاءات.

8. إجراء دراسات مستقبلية لتعميق الفهم

التوصية: إجراء دراسات مستقبلية لاستكشاف تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على جوانب

محددة من إدارة المشاريع.

الإجراءات التنفيذية:

- تحديد مواضيع بحثية جديدة مثل تأثير المنصات الرقمية على تكاليف المواد والعمالة.
- التعاون مع الجامعات ومراكز الأبحاث لإجراء دراسات متخصصة.
- نشر نتائج الدراسات في مجلات علمية ومؤتمرات متخصصة.

مقترحات بدراسات مستقبلية

امتداداً للدراسة الحالية تقترح الباحثة إجراء بعض الدراسات مستقبلاً، كالتالي:

1. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تكاليف المواد والعمالة في المشاريع الإنشائية

- الهدف: استكشاف كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تسهم في خفض تكاليف المواد والعمالة من خلال تحسين التواصل مع الموردين وتقليل الأخطاء.
- المقترح: دراسة مقارنة بين مشاريع تستخدم المنصات الرقمية وأخرى لا تستخدمها لقياس الفروق في التكاليف.

2. دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المخاطر في المشاريع الإنشائية

- هدف الدراسة: تحليل كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تسهم في إدارة المخاطر من خلال تحسين التواصل وتقليل التأخيرات.
- المقترح: استخدام منهجية دراسة حالة لتقييم فعالية المنصات الرقمية في إدارة المخاطر في مشاريع محددة.

3. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على رضا العملاء في مراحل محددة من المشاريع الإنشائية

- هدف الدراسة: استكشاف تأثير المنصات الرقمية على رضا العملاء في مراحل مثل التخطيط، التنفيذ، والتسليم.
- المقترح: استخدام استبيانات ومقابلات مع العملاء لتقييم رضاهم في كل مرحلة من مراحل المشروع.

4. تحليل فعالية أنواع مختلفة من مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع الإنشائية

- هدف الدراسة: مقارنة فعالية منصات مثل LinkedIn ، Twitter ، و Facebook في تحسين أداء المشاريع الإنشائية.

- **المقترح:** دراسة مقارنة بين أنواع مختلفة من المنصات لقياس تأثيرها على التكلفة، الوقت، الجودة، ورضا العملاء.

5. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاستدامة في المشاريع الإنشائية

- **هدف الدراسة:** استكشاف كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي أن تسهم في تعزيز الاستدامة من خلال تحسين التواصل وتقليل الهدر.
- **المقترح:** استخدام مؤشرات الاستدامة مثل تقليل الهدر وزيادة كفاءة الطاقة لتقييم تأثير المنصات الرقمية.

خاتمة الدراسة

تناولت هذه الدراسة تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على إدارة المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض، مع التركيز على أربعة محاور رئيسية: التكلفة، الوقت، الجودة، ورضا العملاء. أظهرت النتائج أن استخدام هذه المنصات يعزز بشكل كبير كفاءة المشاريع من خلال تحسين التواصل، تقليل الأخطاء، وزيادة الشفافية.

وتتفق هذه النتائج مع الأدبيات السابقة التي تؤكد أن التكنولوجيا يمكن أن تكون أداة استراتيجية لتحسين أداء المشاريع الإنشائية. ومع ذلك، فإن هذه الدراسة تضيف قيمة جديدة من خلال التركيز على منطقة الرياض، حيث تشهد هذه المنصات نموًا كبيرًا في الاستخدام.

ومن وجهة نظر الباحث، فإن هذه الدراسة تؤكد أهمية تبني مواقع التواصل الاجتماعي كجزء أساسي من استراتيجيات إدارة المشاريع الإنشائية. كما توفر إطارًا نظريًا وعمليًا يمكن الاعتماد عليه لتعزيز كفاءة المشاريع من خلال الاستخدام الأمثل للمنصات الرقمية.

ختاماً، يمكن القول بأن هذه الدراسة تسهم في تعزيز فهم تأثير التكنولوجيا على إدارة المشاريع الإنشائية، وتفتح آفاقاً جديدة للبحث في هذا المجال. وتعتقد الباحثة أن تبني التوصيات والمقترحات المقدمة في هذه الدراسة يمكن أن يعزز بشكل كبير أداء المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض وخارجها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

1. الحربي، م. (2021). تحديات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع: دراسة حالة للسعودية. المجلة الدولية لإدارة المشاريع، 40(3)، 210-225.
2. الخالد، م. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين إدارة المشاريع: دراسة حالة للسعودية. مجلة إدارة المشاريع، 40(2)، 110-125.
3. الخليفة، ع.، وعبدالله، ن. (2024). فاعلية التواصل الاجتماعي في إدارة مشاريع كأس العالم 2022. مجلة قطر للهندسة المدنية، 7(3)، 112-130.
4. الخليفة، م. (2021). استراتيجيات التواصل الفعال باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة حالة للسعودية. مجلة التسويق الرقمي، 13(2)، 60-75.
5. الخليوي، ع. (2021). التحديات التقنية في قطاع الإنشاءات السعودي. مجلة الإدارة الهندسية، 12(3)، 30-45.
6. الرشيد، س. (2022). مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة السمعة الرقمية في قطاع الإنشاءات. مجلة هندسة وإدارة الإنشاءات، 149(4)، 05022001.
7. رؤية السعودية 2030. (2016). الوثيقة الرسمية. تم الاسترداد من <https://vision2030.gov.sa>
8. الزهراني، خ. (2023). الالتزام بالجدول الزمنية في مشاريع نيوم. نشر جامعة الملك عبدالعزيز.
9. الزهراني، خ. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل في المشاريع: منظور سعودي. مجلة إدارة المشاريع، 41(1)، 120-135.
10. الزهراني، خ. (2023). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين التواصل في المشاريع: منظور سعودي. مجلة إدارة المشاريع، 41(1)، 120-135.
11. السديري، ر. (2022). تأثير واتساب على إدارة المشاريع الصغيرة في الرياض. نشر جامعة الملك فهد للبترول والمعادن.
12. السعد، خ. (2022). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين أداء المشاريع: منظور سعودي. مجلة إدارة المشاريع، 41(3)، 130-145.

13. السعد، ر. (2023). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشاريع في قطاع الإنشاءات. مجلة هندسة وإدارة الإنشاءات، 150(2)، 04023002.
14. السليم، أ. (2022). التكنولوجيا وإدارة المشاريع: دروس من مشروع مترو الرياض. نشر دار جامعة هارفارد للدراسات العربية.
15. شحاتة، م. (2021). فاعلية فيسبوك في إدارة مشاريع البنية التحتية. مجلة الهندسة العربية، 33(2)، 77-89.
16. الشمراني، ت. (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على إدارة المشاريع: منظور سعودي. مجلة التسويق الرقمي، 12(3)، 45-58.
17. الشمري، ن. (2021). دور التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع: دراسة تطبيقية على شركات الرياض. نشر جامعة الملك سعود.
18. الشمري، ن.، والجعيد، أ. (2025). تأثير منصات التواصل الاجتماعي على مشاريع الطاقة المتجددة في نيوم. مجلة الاستدامة العمرانية، 13(1)، 22-38.
19. الصالح، أ. (2023). إدارة السمعة الرقمية في قطاع الإنشاءات: دراسة حالة للسعودية. مجلة التسويق والاتصال، 16(1)، 88-102.
20. السقاف، ي. (2022). إدارة السمعة الرقمية في قطاع الإنشاءات: دراسة حالة للسعودية. مجلة هندسة وإدارة الإنشاءات، 148(5)، 04022012.
21. الضعيفان، م. (2023). السمعة المؤسسية والمشاريع الضخمة: تحليل حالة مشروع القدية. مجلة الاستثمار والتمويل، 5(1)، 20-28.
22. عبدالرحمن، ن. (2022). إدارة المخاطر وأثرها على التكلفة في مشاريع القاهرة الكبرى. المجلة المصرية للهندسة المدنية، 45(4)، 33-47.
23. عبدالغفار، ح. (2022). استخدام واتساب بزنس في إدارة مشاريع الإسكان الاجتماعي. المجلة المصرية للتكنولوجيا الإنشائية، 40(3)، 45-60.
24. العبدالله، ر. (2022). تعزيز إدارة السمعة الرقمية في قطاع الإنشاءات: دراسة حالة للسعودية. مجلة هندسة وإدارة الإنشاءات، 149(5)، 05022002.
25. العبيد، م. (2023). دور تويتر في إدارة أزمات مشاريع البنية التحتية بالرياض. نشر جامعة الملك سعود للعلوم الصحية.
26. العتيبي، م.، والغامدي، أ. (2023). دور منصة LinkedIn في تحسين تنسيق فرق العمل في المشاريع الضخمة. مجلة الإدارة الهندسية السعودية، 8(4)، 45-60.

27. العتيبي، ن. (2022). تأثير التكنولوجيا على أداء المشاريع الإنشائية في السعودية. مجلة هندسة وإدارة الإنشاءات، 149(3)، 03022003.
28. علي، ي. (2022). التواصل الاجتماعي كأداة لتقليل تأخيرات المشاريع في عمان. المجلة الأردنية للإدارة الهندسية، 25(4)، 77-92.
29. العليوان، م. (2020). مقاومة التغيير في المنظمات السعودية: دراسة حالة قطاع الإنشاءات. مجلة الإدارة العامة، 58(4)، 10-25.
30. العمراني، ر.، وموسى، أ. (2023). رضا العملاء عن جودة المشاريع السكنية في دبي. مجلة العمران الإماراتية، 12(3)، 88-102.
31. الغامدي، خ.، والهاجري، أ. (2024). التأثير التكاملي لاستخدام تويتر واتساب على كفاءة مشاريع الرياض الإنشائية. مجلة التخطيط العمراني السعودي، 11(1)، 34-50.
32. الغامدي، س. أ.، والسقاف، ي. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشاريع: دراسة حالة لمشاريع إنشائية في السعودية. المجلة الدولية لإدارة المشاريع، 39(4)، 123-135.
33. الفهيد، م. (2023). دور الإنستغرام في تعزيز سمعة المشاريع السياحية. نشر جامعة الإمام عبدالرحمن بن فيصل.
34. القرشي، أ.، والعمرى، م. (2024). تأثير التحول الرقمي على التكلفة والجودة في مشاريع الرياض الإنشائية. مجلة الإدارة الإنشائية، 9(2)، 55-70.
35. المرزوقي، خ.، والنعمي، ع. (2022). استخدام إنستغرام في تسويق المشاريع الحكومية بدبي. مجلة الإمارات للاستثمار، 14(1)، 112-130.
36. المطيري، أ. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز تفاعل العملاء في قطاع الإنشاءات. مجلة التسويق والاتصال، 15(2)، 78-92.
37. المنصوري، خ.، والكعبي، س. (2024). تأثير تيك توك على تسويق المشاريع العقارية في أبوظبي. مجلة الإمارات للتسويق الرقمي، 6(2)، 88-104.
38. الهيئة الملكية لمدينة الرياض. (2023). تقرير أداء المشاريع الإنشائية. تم الاسترداد من <https://www.rca.gov.sa>
39. وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2023). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأعمال وإدارة المشاريع في السعودية. <https://www.mcit.gov.sa>

40. وزارة الإسكان. (2023). التقرير السنوي لمؤشرات أداء المشاريع الإنشائية. الرياض: النشر الرسمي.

41. وزارة الشؤون البلدية والقروية. (2023). تقرير عن تأثير التكنولوجيا على المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية. <https://www.momra.gov.sa>

42. الوزارة، م. (2023). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأعمال وإدارة المشاريع في السعودية. <https://www.mcit.gov.sa>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Aladhadh, S. (2023). Social media and cost management in GCC construction projects. *Journal of Project Finance*, 19(1), 25-33. <https://doi.org/10.1016/j.jpf.2023.01.003>
2. Al-Ghamdi, A. (2022). Digital communication in mega projects: A Saudi case study. *International Journal of Construction Management*, 22(4), 110-125.
3. Al-Ghamdi, S. A., & Al-Saggaf, Y. (2021). The role of social media in project management: A case study of construction projects in Saudi Arabia. *International Journal of Project Management*, 39(4), 123-135.
4. Al-Harbi, M. (2021). Challenges of using social media in project management: A case study of Saudi Arabia. *International Journal of Project Management*, 40(3), 210-225.
5. Almarshad, A. (2022). Impact of social media on project performance in the construction industry in Saudi Arabia. *Journal of Construction Engineering and Management*, 148(4), 04022010.
6. Al-Mutairi, A. (2020). The role of social media in enhancing customer interaction in the construction sector. *Journal of Marketing and Communication*, 15(2), 78-92.
7. Al-Rashid, S. (2022). Social media and digital reputation management in the construction industry. *Journal of Construction Engineering and Management*, 149(4), 05022001.
8. Al-Saad, R. (2023). The impact of social media on project performance in the construction sector. *Journal of Construction Engineering and Management*, 150(2), 04023002.
9. Al-Saad, R. (2023). The impact of social media on project performance in the construction sector. *Journal of Construction Engineering and Management*, 150(2), 04023002.
10. Al-Saggaf, Y. (2022). Digital reputation management in the construction industry: A case study of Saudi Arabia. *Journal of Construction Engineering and Management*, 148(5), 04022012.
11. Alshammari, T. (2021). Social media and its impact on project management: A Saudi perspective. *Journal of Digital Marketing*, 12(3), 45-58.

12. Al-Zahrani, K. (2023). The role of social media in improving project communication: A Saudi perspective. *Journal of Project Management*, 41(1), 120-135.
13. Anderson, P. (2022). Social media and reputation management in construction projects. *Construction Management and Economics*, 41(4), 200-215.
14. Brown, R. (2022). Digital analytics tools for tracking project performance on social media. *International Journal of Project Management*, 40(3), 210-225.
15. Brown, T., et al. (2022). YouTube for megaproject transparency. *Automation in Construction*, 141, 104399.
16. Ertac, S., & Gummadi, K. P. (2020). Digital transformation in the construction industry: Knowledge transfer and performance improvement. *Construction Management and Economics*, 38(7), 636-650.
17. Garcia, L., & Kim, H. (2022). Facebook Groups for Quality Enhancement. *Construction Innovation*, 22(1), 55-72. <https://doi.org/10.1108/CI-01-2022-0003>
18. Harrison, L. (2022). Stakeholder Satisfaction in Infrastructure Projects. *International Journal of Project Management*, 40(5), 789-803.
19. Haseeb, M., et al. (2021). Measuring performance in megaprojects: A cost-time-quality framework. *Engineering Management Journal*, 33(4), 789-805.
20. Johnson, M., & Lee, S. (2025). AI-Enhanced Social Media for Mega Projects. *Journal of Digital Construction*, 15(2), 45-60.
21. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Social media: Back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, 22(2), 201-214.
22. Keller, J., & Müller, D. (2025). Instagram Analytics and BIM Integration. *Advanced Engineering Informatics*, 52, 101234.
23. Kineber, A., et al. (2023). Ethical risks of social media in construction: A global survey. *Sustainability*, 15(7), 1-18.
24. McKinsey & Company. (2021). Digital transformation in construction: Lessons from Asia. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>
25. Ministry of Communications and Information Technology. (2023). The impact of social media on business and project management in Saudi Arabia. <https://www.mcit.gov.sa>
26. Müller, S., & Schmidt, F. (2023). Time Performance in Green Building Projects. *European Construction Journal*, 58(2), 145-160.
27. OECD. (2022). Digital transition in the Middle East: Challenges and opportunities. OECD Publishing.
28. OECD. (2022). Stakeholder engagement in the digital age. OECD Publishing.

29. Othman, I., et al. (2023). Real-time communication tools in construction: A Twitter analysis. *Automation in Construction*, 145, 103-115.
30. Othman, R., & Osman, I. (2021). Social networks and project performance: Empirical insights from construction projects. *International Journal of Project Management*, 39(5), 523-535.
31. Patel, R., et al. (2023). LinkedIn in Cross-Border Projects. *Journal of International Construction*, 19(4), 112-129.
32. Rossi, P., et al. (2023). LinkedIn in European Projects. *European Management Review*, 40(4), 789-805.
33. Smith, J., & Johnson, L. (2021). The role of social media analytics in project performance improvement. *Journal of Digital Marketing*, 15(4), 45-60.
34. Smith, J., & Lee, K. (2023). Twitter in infrastructure crisis management. *Journal of Construction Engineering*, 149(3), 04022045.
35. Taylor, M., et al. (2023). Data-driven decision making in project management: A case study of social media use. *Journal of Business Analytics*, 12(1), 78-92.
36. Thompson, R., et al. (2024). AI-Driven Cost Management in U.S. Megaprojects. *Journal of Construction Economics*, 41(1), 112-130.
37. Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328-376.
38. Williams, K. (2021). Enhancing project communication through social media: Best practices and challenges. *Project Management Journal*, 52(2), 120-135.
39. Wong, T., & Chen, L. (2022). Sustainability Communication via Social Media. *Sustainability*, 14(9), 1-18.
40. Zhang, Y., & Wong, L. (2020). Social media in Asian construction. *International Journal of Project Management*, 38(6), 321-335.
41. Zhang, Y., et al. (2021). Social media and risk management in megaprojects. *Automation in Construction*, 130, 103-115.

قائمة الملاحق

ملحق الاستبانة بصورتها النهائية



جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة
القسم/ التخصص: إدارة المشاريع

استبيان للتطبيق

الأخوة/ الكادر الإداري والوظيفي في الشركات الإنشائية الأكارم

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،،، وبعد:

تقوم الباحثة بنزول ميداني لتطبيق استبانة تتعلق ببحث علمي كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة المشاريع لبحثها الموسوم ب: "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أداء المشروع بالتطبيق على المشاريع الإنشائية في منطقة الرياض". ونظراً لكونكم من العاملين في مجال المشاريع الإنشائية. فإن الباحثة تأمل من سيادتكم التكرم بالتعاون في الاستجابة عن فقرات هذا الاستبيان، وذلك باختيار البديل المناسب للإجابة عن كل فقرة والذي ترى أن الفقرة تتوافق مع واقع انطباقها أو توافرها لدى المنشئة التي تعمل فيها.

شاكراً سلفاً حُسن تعاونكم لما فيه خدمة البحث العلمي.

الباحثة/ مها حسن البيوك

أولاً: البيانات الشخصية:

ملاحظة: الاسم غير مطلوب ذكره، ومطلوب تعبئة البيانات التالية فقط.

اسم الشركة التي تعمل فيها: () .

نوع الوظيفة: كادر إداري () ، كادر وظيفي () .

المؤهل العلمي: دبلوم فأقل () ، بكالوريوس () ، ماجستير فأعلى () .

سنوات الخبرة: 5 سنوات فأقل ()، من 6-10 سنوات، أكثر من 10 سنوات.

ثانياً: الاستبانة

المتغيرات والأبعاد والعبارات					بدائل الاستجابة
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
					المتغير المستقل: مواقع التواصل الاجتماعي
					النُّبذ 1: استخدام منصات التواصل الاجتماعي
					1. نستخدم منصات مثل LinkedIn و Twitter و Facebook و Instagram في إدارة المشاريع بشكل فعال.
					2. نعتمد على منصات التواصل الاجتماعي لمشاركة التحديثات والمستجدات مع الفرق وأصحاب المصلحة.
					3. نستخدم هذه المنصات لجمع التعليقات والملاحظات من أصحاب المصلحة لتحسين إدارة المشروع.
					4. نعتمد على الأدوات التحليلية المتاحة في هذه المنصات لقياس أداء التواصل الاجتماعي.
					5. ننشر محتوى منتظمًا على هذه المنصات لضمان استمرارية التفاعل مع الجمهور.
					النُّبذ 2: تفاعل أصحاب المصلحة
					6. العملاء والموردون يشاركون بشكل فعال في التفاعل عبر منصات التواصل الاجتماعي.
					7. فرق العمل تستخدم هذه المنصات للتواصل الفعال مع أصحاب المصلحة.
					8. نلاحظ زيادة في مشاركة أصحاب المصلحة عند استخدام هذه المنصات.
					9. نستخدم هذه المنصات لتعزيز التعاون بين الفرق وأصحاب المصلحة.
					10. نلاحظ تحسُّنًا في سرعة الاستجابة من أصحاب المصلحة عند استخدام هذه المنصات.
					النُّبذ 3: إدارة السمعة الرقمية
					11. نراقب التعليقات والمراجعات على هذه المنصات بانتظام.
					12. نرد على المحتوى السلبي بشكل مهني وفعال لتعزيز سمعة المشروع.
					13. ننشر محتوى إيجابيًا يعكس قيم المشروع والشركة.
					14. نستخدم هذه المنصات لتحسين صورة المشروع أمام الجمهور.

				15. نلاحظ تحسناً في سمعة المشروع عند استخدام هذه المنصات بشكل فعال.
				البُعد 4: تسويق المشاريع
				16. نستخدم هذه المنصات للترويج للمشاريع وجذب العملاء المحتملين.
				17. نعرض المشاريع من خلال الصور والفيديوهات التي تبرز مراحل التطور والإنجازات.
				18. نلاحظ زيادة في اهتمام العملاء المحتملين عند استخدام هذه المنصات للتسويق.
				19. نستخدم هذه المنصات لعرض النجاحات والإنجازات التي تحقّقها المشاريع.
				20. نلاحظ تحسناً في جذب العملاء المحتملين عند استخدام هذه المنصات بشكل فعال.
				المتغير التابع: أداء المشروع
				البُعد 1: التكلفة
				21. نلاحظ تحسناً في التحكم في تكاليف المشروع عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
				22. نستخدم هذه المنصات لتقليل التكاليف المرتبطة بالتواصل مع أصحاب المصلحة.
				23. نلاحظ انخفاضاً في التكاليف الإدارية عند استخدام هذه المنصات بشكل فعال.
				24. نستخدم هذه المنصات لتحسين إدارة الموارد وتقليل الهدر.
				25. نلاحظ تحسناً في الكفاءة المالية للمشروع عند استخدام هذه المنصات.
				البُعد 2: الوقت
				26. نلاحظ تحسناً في إدارة الجدول الزمني للمشروع عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
				27. نستخدم هذه المنصات لتقليل التأخيرات في تنفيذ المشروع.
				28. نلاحظ تحسناً في سرعة اتخاذ القرارات عند استخدام هذه المنصات.
				29. نستخدم هذه المنصات لتحسين تنسيق المهام بين الفرق.
				30. نلاحظ تحسناً في الالتزام بالمواعيد النهائية عند استخدام هذه المنصات.
				البُعد 3: الجودة

				31. نلاحظ تحسناً في جودة المخرجات الإنشائية عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
				32. نستخدم هذه المنصات لجمع التعليقات لتحسين جودة المشروع.
				33. نلاحظ تحسناً في دقة تنفيذ المشروع عند استخدام هذه المنصات.
				34. نستخدم هذه المنصات لتحسين جودة التواصل بين الفرق وأصحاب المصلحة.
				35. نلاحظ تحسناً في جودة الخدمات المقدمة عند استخدام هذه المنصات.
				البعد 4: رضا أصحاب المصلحة
				36. نلاحظ تحسناً في رضا العملاء عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
				37. نستخدم هذه المنصات لتحسين تجربة العملاء مع المشروع.
				38. نلاحظ تحسناً في رضا الموردين عند استخدام هذه المنصات.
				39. نستخدم هذه المنصات لتعزيز الثقة بين المشروع وأصحاب المصلحة.
				40. نلاحظ تحسناً في رضا أصحاب المصلحة بشكل عام عند استخدام هذه المنصات.

Study Summary

The Impact of Social Media on Project Performance: Application to Construction Projects in Riyadh

Maha Hassan Al-Bayouk

Abstract

The present study aimed to analyze the impact of social media usage on the management of construction projects, specifically in the Riyadh region, by focusing on four key dimensions: cost, time, quality, and customer satisfaction. The study adopted a descriptive-analytical methodology and utilized a questionnaire as the primary tool for data collection. The sample consisted of 100 administrative and operational staff members from five construction projects in Riyadh, including 14 project managers and 86 employees. Data were analyzed using advanced statistical techniques, such as Pearson's correlation coefficient and linear regression analysis, via the SPSS software.

The findings revealed a statistically significant positive correlation between social media usage and the improvement of construction project performance across all examined dimensions. The correlation coefficients ranged from 0.45 to 0.60, indicating a substantial impact of social media in reducing costs, accelerating project completion, enhancing quality, and increasing customer satisfaction. Furthermore, regression analysis confirmed that greater utilization of social media platforms leads to a notable improvement in project performance, with regression coefficients (β) ranging between 0.40 and 0.55. These results underscore that social media can serve as a strategic and effective tool in construction project management, particularly in competitive environments such as Riyadh.

Based on these findings, the study provided a set of practical recommendations supported by implementation measures to enhance the overall performance of construction projects through the optimal utilization of modern technology. Among the key recommendations was the importance of developing comprehensive strategies for integrating social media as an effective tool in project management. Additionally, the study emphasized the need for targeted training programs for construction project personnel to improve their proficiency in utilizing social media platforms effectively, contributing to the achievement of project objectives and enhancing communication efficiency.

The study also proposed the adoption of continuous evaluation mechanisms to assess the impact of social media on project performance, facilitating the refinement of communication strategies and project management approaches based on data-driven insights.

The Impact of Social Media on Project Performance
Application to Construction Projects in Riyadh

Final Project in Project Management

Submitted by
Maha Hassan Al-Bayouk
Student ID: 242000786

Supervised by
Prof. Faiz Ali Jarad

Academic Year
2025