

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي (دراسة ميدانية)

إعداد الباحثة

نهى ممدوح القشاش

الملخص:

تهدف الدراسة إلى أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي من خلال التطبيق على قطاع البنوك العامة والخاصة في جمهورية مصر العربية، وربط بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأبعاد الأداء الإستراتيجي، وقد قامت الباحثة بصياغة فرض رئيسي يتفرع منه عدد من الفروض الفرعية.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها: هناك درجة من الاتفاق بين المدراء والعاملين علي وجود قصور لدي البنوك فيما يتعلق بالمكافآت والتقدير ، أكدت نتائج الدراسة الحالية على أن هناك قصور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق الأداء الإستراتيجي حيث لا تتبنى البنوك الابتكار والأفكار الجديدة .

وقد أوصت الدراسة إلى العديد من التوصيات أهمها: خلق روح الأبداع والابتكار وأشاعة روح التعاون وبناء العلاقات التي تزيد من الدافعية الذاتية ، والتأكيد على ضرورة كسب رضا العملاء؛ والعمل على تحسين الصورة الذهنية للبنك لدى العملاء، دعم الإدارة للأنشطة الابداعية وابتكارات العاملين من خلال برامج واضحة للدعم.

الكلمات الأفتتاحية: وسائل التواصل الاجتماعية، العلاقات الاجتماعية، الأداء الإستراتيجي.

Abstract :

The effect of using social media on developing strategic performance(Empirical Study)

The study aims at the impact of the use of social media on developing strategic performance through application to the public and private banking sector in the Arab Republic of Egypt, and a link between the use of social media and the dimensions of strategic performance, and the researcher has formulated a major hypothesis branching from a number of sub-assumptions.

The study reached many results, the most important of which are: there is a degree of agreement between managers and employees on the existence of shortcomings of banks in terms of rewards and appreciation, the results of the current study confirmed that there are deficiencies in the use of social media to achieve strategic performance where banks do not adopt innovation and new ideas.

The study recommended several recommendations, the most important of which are: Creating a spirit of creativity and innovation, spreading a spirit of cooperation and building relationships that increase self-motivation, and emphasizing the need to gain customer satisfaction; And work to improve the bank's mental image among clients, support the administration for creative activities and employee innovations through clear support programs.

المبحث الأول: منهجية الدراسة

المقدمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم قنوات التواصل الفرعي بين الأفراد والجماعات، لنقل وتبادل الأفكار والمعلومات بشتى أنواعها، كما أصبحت تتنافس بشكل واع في أكبر عدد من المستخدمين ولك بطرح سمات وخدمات جديدة، وفي ظل التنافس التكنولوجي كان البدء للمنظمات التجارية.

علي أن تعيد النظر في مستوي الخدمات التي تقدمها وتعمل على زيادة الأهتمام بهذه الشبكات لتقديم خدمات متقدمة لمعالجها ولك لما تمتاز به من كسر حاجزي الزمان والمكان. مما لا يمكن إنكاره في الوقت الراهن الأهتمام الرهيب لمواقع التواصل الاجتماعي وشبكاته المتنوعة والتي وصلت فعلياً إلى كل مستوى اجتماعي وفئة اجتماعية في الدولة؛. وتعد فئة الموظفين الإداريين بالدولة من أكثر الفئات زيارة لهذه المواقع وتفاعلاً عليها مما يقتضي بلا شك التعرض لتأثيرها عليهم فيما يتعلق بأدائهم مهام وظائفهم الموكلة إليهم، وكيفية الاستفادة منها في الارتقاء بمستواهم الوظيفي والإداري بما يرجع بالنفع على المجتمع بأسره (أحمد الرحومي وآخرين، ٢٠١٨).

أولاً الدراسات السابقة:

١- وسائل التواصل الاجتماعي:

(دراسة 2016, Doug Vogel) الهدف هو التحقق من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على أداء عمل الموظفين ، بالإضافة إلى الآلية الأساسية لكيفية إنشاء القيمة في العمل.. يتم اختبار نموذج البحث باستخدام البيانات التي تم جمعها من ٣٧٩ عامل مهني صيني. تكشف النتائج التجريبية أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تعزز تكوين رأس المال الاجتماعي للموظفين المشار إليه بعلاقات الشبكة والرؤية المشتركة والثقة ، والتي بدورها يمكن أن تسهل نقل المعرفة. تؤثر الرؤية المشتركة ونقل المعرفة بشكل إيجابي على أداء العمل. على الرغم من أن علاقات الشبكة والثقة ليس لها تأثير مباشر على أداء العمل ، ، فإن ربط الخبراء بوسائل التواصل الاجتماعي المختلفة

يمكن أن يكمل بشكل فعال تكنولوجيا إدارة المعرفة الأخرى. علاوة على ذلك ، يجب على المديرين تشجيع الموظفين على الاستغلال الواعي للمنتجات الثانوية التي تم إنشاؤها عبر وسائل التواصل الاجتماعي .

دراسة (JiamingFangetal.,2019) أرتبط النمو العالمي لأستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب التعليم العالي بشكل خطي بالأداء الأكاديمي. مع أستمرار أستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نموها المستمر ، ووجد البعض أن أستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ليس له أي تأثير يذكر أو وجد البعض الآخر آثارًا سلبية وإيجابية على الأداء الأكاديمي. باستخدام عينة من ٨٠٨ طالبًا في عشر مؤسسات جامعية عامة ، تبذل هذه الدراسة جهدًا حول كيفية التعامل مع هذه النتائج المختلفة والتحقيق في تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي لطلاب التعليم العالي.. أوضحت النتائج أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأغراض التعليمية مرتبط بشكل إيجابي بالأداء الأكاديمي. كما أظهر أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر سلبيًا على الأداء الأكاديمي. تجعل هذه الدراسة أكثر وضوحًا تأثير الكفاءة الذاتية الأكاديمية كوسيط في تحسين الأداء الأكاديمي للطلاب. ، أظهرت النتائج التجريبية للدراسة أن التأثير المعتدل لخصائص الابتكار بين استخدام الوسائط الاجتماعية والأداء الأكاديمي كان أقوى.

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

٢-الأداء الإستراتيجي

دراسة (محمد، ٢٠١٩) أستهدفت الدراسة الحالية إلي معرفة تقييم الأداء الإستراتيجي للقطاع الصناعي العراقي بهدف تطوير المواهب البشرية من خلال التطبيق علي شركتي (الوزيرية،ديالي)للصناعات الكهربائية في العراق ،،ولتحقيق هدف الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تمثل مجتمع الدراسة من (الإدارة العليا والإدارة الوسطى والإدارة التنفيذية) بالشركتين محل الدراسة حيث بلغ عدد أفراد مجتمع الدراسة من المدراء (١٣٠) مفردة وعينة عددها (٩٧) مفردة وبنسبة استجابة (٨٨%)، أما بالنسبة للعاملين في الشركتين بلغ عدد أفراد مجتمع الدراسة (٥٩٨٢) مفردة وعينة عددها (٣٦٠) مفردة وبنسبة استجابة (٧٩%)، وتم استخدام البرنامج الإحصائي (spss(vesion23).

وقد توصلت النتائج هناك مستويات مقبولة لأبعاد تقييم الأداء الإستراتيجي (البعد المالي، بعد العملاء، بعد العمليات الداخلية، بعد التعلم والنمو) من وجهة نظر المدراء، أما من وجهة نظر العاملين فقد كانت هذه المستويات في درجة المحايد وأن هذه المستويات بحاجة إلي التحسين والدعم في الشركتين محل الدراسة دراسة (أبراهيم، ٢٠١٩) استهدفت الدراسة التعرف على واقع وأبعاد القيادة التبادلية (المكافأة الشرطية، الإدارة بالإستثناء النشطة، الإدارة بالإستثناء الساكنة) وأبعاد الأداء الإستراتيجي (بعد العملاء، بعد العمليات الداخلية، التعلم والنمو، البعد البيئي، البعد الاجتماعي) والعلاقة بينهما، في معامل الصناعات الجلدية العراقية.

تمثل مجتمع الدراسة في مدراء الإدارات العليا والوسطى والعاملين في معامل الصناعات الجلدية العراقية ممثلة بـ (معمل بغداد/ الكرادة، معمل الدباغة/ الزعفرانية، معمل صناعة الاحذية/ الكوفة) والبالغ عددهم (٥١٦٠) فرداً، وقد أعتمدت الدراسة قائمة الإستقصاء لجمع البيانات، بتوزيعها على عينة بلغت (٤٥٥) فرداً، وكان عدد القوائم المستردة والصالحة للتحليل الإحصائي عدد (٣٤٤) إستبانة وبنسبة إستجابة ٦٧% تقريباً. وقد توصلت النتائج إلى ان هناك مستوى مقبول لأبعاد القيادة التبادلية (المكافأة الشرطية، الإدارة بالإستثناء النشطة، الإدارة بالإستثناء الساكنة) وأبعاد الأداء الإستراتيجي (بعد العملاء، بعد العمليات الداخلية، التعلم والنمو، البعد البيئي، البعد الاجتماعي) ، وكان هناك أثر لأبعاد القيادة التبادلية على الأداء الإستراتيجي وأبعاده ، وكان هناك إستثناء وحيد وهو عدم ظهور أثر لبعد المكافأة الشرطية على بعد العملاء. كما لم تظهر إختلافات معنوية بين آراء عينة الدراسة (معمل الكرادة، معمل

الزعرانية، معمل الكوفة) حول واقع أبعاد القيادة التبادلية وأبعاد الأداء الإستراتيجي، بينما كانت هناك إختلافات معنوية بين آراء عينة الدراسة (إدارة عليا ووسطى، إدارة تنفيذية وعاملين) حول واقع القيادة التبادلية والأداء الإستراتيجي، وكانت الأختلافات لصالح فئة الإدارة العليا والوسطى.

١/٢/٢/١ /٥-دراسة (أمل ،عدنان،زهراء،٢٠١٩) أستهدفت الدراسة إلى معرفة تأثير كل من إعادة هندسة الأعمال وإدارة الجودة الشاملة على الأداء الإستراتيجي في شركة الواحة، والأداء الإستراتيجي بمنظوراته , ولغرض تحقيق أهداف الدراسة تم وضع مخطط فرضي يحدد طبيعة العلاقة والأثر بين متغيرات الدراسة ومن أجل الكشف عن طبيعة هذه العلاقة

وقد توصلت النتائج إلي وجود تأثير مشترك ذي دلالة معنوية لإعادة هندسة الأعمال وإدارة الجودة الشاملة في الأداء الإستراتيجي وهذا ما يعزز توجه الدراسة في إختيار المتغيرين المستقلين (إعادة هندسة الأعمال وإدارة الجودة الشاملة) لمعرفة أثرها في المتغير المعتمد (الأداء الإستراتيجي) .

٣- علاقة استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي": أثر استخدام وسائل الاتصال الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي تكنولوجيا المعلومات أصبحت عاملا محفزا للتغيرات الرئيسية في الهيكل والعمليات وادارة المنظمة ، وذلك ناتج من قدرتها على تحسين الانتاجية ، و تخفيض الكلف ، تحسين اتخاذ القرارات فضلا عن تعزيز العلاقات مع الزبائن و تطوير تطبيقات استراتيجيات جديدة لرفع الاداء المنظمي (٥ : ١٩٩٩ ، Turban) كما ان الحاجة الى تكنولوجيا المعلومات واستخدام الحاسوب تظهر بشكل جلي لاداء العمل بشكل أفضل ، فقد أصبحت التكنولوجيا في العالم ليست مجرد بديل عن الاتصالات ولاأبتداع اسلوب لبني تحتية تتاح للعاملين انما تعدغاية لتحقيق مستويات عالية في الاداء اذ تساعد وتمكن المدراء من احداث تحسينات فائقة في اعمال المنظمة من خلال توفير المعلومات لاتخاذ قرارات فاعلة تدعم في تحقيق أداء إستراتيجي فاعل (Turban ،

٢٠٠٠ : ١٩٨). فالأداء يعد النتيجة النهائية لأي نشاط ، و اذ عندما يتم استخدام تكنولوجيا المعلومات في التوصل لهذه النتائج وكيفية أداء الموظف لما هو مطلوب منه من خلال استخدامه لتلك التكنولوجيات و البرامج سيؤدي الى تحسين العمل و الاداء بما يحقق أهداف المنظمة والفرد في (Kotler ، 74 : 2000) والتميز النمو كما تؤدي تكنولوجيا المعلومات دورا فاعلا بالنسبة للمنظمات ذات التوجه الأستراتيجي الساعي لتعزيز القدرة التنافسية وذلك من خلال تعزيز كفاءة وفاعلية الأداء ، اذ ان منظمات اليوم المتميزة والكفاءة لا بد أن تتسم بأمتلاكها تكنولوجيا المعلومات كي تتمكن من تحقيق الاداء العالي من خلال ما تقدمه من منتجات و خدمات متطورة فضلا عن تحسين عمليات الانتاج والتسويق وخفض الكلفة وتحسين الجودة في بيئة تتزايد فيها حدة المنافسة العالمية (صبري ، ٢٠٠٢: ٢١٥) فضلا عن دور تكنولوجيا المعلومات في تحديث و تطوير أداء المنظمات اذ تؤدي الى خلق انواع جديدة من الوظائف ومجالات عمل و نشاطات متنوعة في بيئات العمل . اذ يمكن ملاحظة ذلك من خلال الآتي : (اللوزي ، ٢٠٠٢ : ١٥٠) ١-تساعد في توفير قوة عمل فعليه داخل المنظمة- 2 . تؤدي الى زيادة قنوات الأتصال الإداري بين مختلف الأدارات- 3 . توفر تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية و تقليص حجم التنظيمات الادارية- 4 . تساعد في توفير الوقت للادارة العليا و التفرغ لاعمال أكثر أهمية . كما اكتسبت تكنولوجيا المعلومات أهميتها بسبب دورها الفاعل في تحسين الانتاجية و تحفيز العاملين و المدراء على بذل مجهودات فكرية مكثفة للالتيان باشياء جديدة تؤدي الى الارتفاع و الكفاءة في الاداء فضلا عن استخدامها في دعم و تعزيز أنشطة ادارة المعرفة اللازمة لصنع القرارات الادارية و اكتشاف و تحليل المعرفة من خلال استخدام مكائن البحث و قواعد البيانات و ايجاد الطرق الملائمة لتحديد الاهداف ووضع التكنولوجيا في مكانها المناسب (Turban ، ١٩٩٩ : ٣٤٠) وتبرز علاقة تكنولوجيا المعلومات بالاداء المنظمي من خلال تأثيرها في الجانب المعنوي لدى العاملين باتجاه زيادة ولائهم و انتمائهم للمنظمة من خلال ما توفره من فرص للاطلاع على المعلومات بشكل سهل مما يسهم في تعزيز مشاركتهم في عملية صنع القرار

(Liod & Rowinsn , 92: 1992) مما سبق القول نرى ان معظم المنظمات اذا ما ارادت ان تتميز بأدائها عن منافسيها لابد لها من أستعمال تكنولوجيا المعلومات من خلال تطبيق عدد من الاجراءات و تدريب المستخدمين على هذه التكنولوجيا لضمان عملها بشكل صحيح وبما يحقق معايير الاداء الكفوء التي تسعى المنظمة الى تحقيقه .

٤- مشكلة الدراسة:

أولت منظمات الاعمال المعاصرة اهتماما ملحوظا بوسائل التواصل الاجتماعي اذ تم التأكيد على ضرورة الاهتمام بابعادها واثرها في عدد من المتغيرات و منها الاداء الأستراتيجي ، اذ افترقت المساهمات الى تطبيقات عملية ذات علاقة بمقاييس للاداء الأستراتيجي في ظل تكنولوجيا المعلومات .وتواجه المنظمات المصرية مشكلة حقيقية تتمثل في محدودية فى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاستفادة منها بشكل فاعل في منظماتها ووفق هذا المنظور تمحورت مشكلة البحث باثارة التساؤلات الآتية:

أ- هل الاداء الإستراتيجي يرتبط بتطبيق و تبني أستخدام وسائل الأجتماعي ؟
ب- ما هي طبيعة علاقة أستخدام التواصل الأجتماعي بهدف تحسين الاداء الأستراتيجي ؟

٥- أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى التوصل الى نتائج أكثر واقعية فيما يتعلق بأثر أستخدام وسائل التواصل الأجتماعية على تنمية الأداء الإستراتيجي بالبنوك محل الدراسة ,وتحديداً تهدف الدراسة الى تحقيق ما يلي:

أ- التعرف على أداء الإستراتيجي وأستخدام وسائل الأتصال الأجتماعية من خلال تقييم الأدارة العليا للأداء مقارنة بالمنافسين.
ب- التعرف على أستخدامات وسائل الأتصال الأجتماعية فى قطاع البنوك فى تحسين الأداء الإستراتيجي لها.

ج- التعرف على محاور قياس الأداء الإستراتيجي بالقطاع البنوك محل الدراسة.
د- الربط بين أستخدامات وسائل التواصل الأجتماعية والأداء الإستراتيجي بالقطاع البنوك محل الدراسة.

ه- الخروج بنتائج وتوصيات تقنع الإدارة العليا بقطاع البنوك محل الدراسة بأهمية استخدامات التواصل الاجتماعية لما يتحقق من أداء إستراتيجي على المرؤوسين.
٦- أهمية الدراسة:

يستمد الدراسة أهميته كونه يقدم أطارا لتحقيق أداء مميز من خلال استخدام وسائل الأتصال الاجتماعية في البنوك مما يكسبه أهمية علمية تتجلى في الربط بين متغيرين تكتسب دراستهما والجمع بينهما أهمية للبنوك المصرية الحكومية والخاصة مما يعطي الدراسة أهمية علمية فضلا عن أهمية الدراسة كون وسائل التواصل الاجتماعي تعد سلاحا " إستراتيجياً" للأداء الإستراتيجي المميز.

٧-الفرض:

الفرض الرئيس "يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي ."

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً: استخدام التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر انتشارا على شبكة الانترنت، لما تمتلكه من خصائص تميزها عن باقي المواقع الالكترونية، مما شجع متصفح الانترنت في كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، وهو ما سمح بخلق وتوطيد العلاقات بين أفراد المجتمع وتقريب المسافات.

وتعتبر الانترنت بدورها من ابرز انجازات وابداعات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المبتكرة فهي تتواصل بوتائر عالية محدثة تحولا جوهريا في جميع الميادين، كما تعد الانترنت أكبر شبكة في العالم ترتبط من خلالها مجموعة كبيرة من اجهزة الحاسوب المنتشرة عبر العالم، ويتم من خلالها اجراء عمليات الاتصال، التواصل والتبادل بين الأفراد، الجماعات والمنظمات. (ابو فارة، ٢٠٠٦، صفحة ٦١٧)

مواقع التواصل الاجتماعي: عرّفها " Preece " و(Maloney Krichmar, 2005) على أنها "مكان إلكتروني يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من

طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج" .
(kittiwongvivant & rakkangan, 2010, p. 20)

أ- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي على أنها "مواقع الكترونية إجتماعية، وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، والتي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي". (عباس، ٢٠٠٨، صفحة ٢١٨)
وعرفها آخرون على أنها مواقع تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، وقد ساعد ظهورها على زيادة التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور، وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية. (الدليمي، ٢٠١١، صفحة ١٨٣)

وقررت دراسة أخرى وجود سبعة فوائد لمواقع التواصل الاجتماعي على بيئة العمل نوجزها في النقاط التالية:

- ١- تمنح الموظفين بأخذ استراحة نفسية من ضغط العمل ممكنة إياهم من إنعاش قدراتهم الذهنية والعقلية بما يزيد من إنتاجيتهم وإتقانهم للعمل.
- ٢- تمكن الموظفين من دعم التواصل بينهم بخصوص تبادل الخبرات
- ٣- تنمية مهارات مواجهة المشاكل وصياغة حلول لها لدى الموظفين
- ٤- تقوي من العلاقات الشخصية بين الموظفين
- ٥- تعزيز نقل المعلومات والبيانات المتعلقة بالعمل بينهم
- ٦- تحسين مهارات الإدراك
- ٧- تعزيز الإنتاجية في المنظمة التي يعمل بها الموظفون.

ثانياً- الأداء الإستراتيجي:

يعرف الأداء بأنه أنعكاسة لقدرة المنظمة على تحقيق أهدافها بعيدة المدى من خلال أستغلال مواردها وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف المنشودة.
أما الأداء الإستراتيجي فهو منظور أوسع مع مؤشرات أداء مالية وغير المالية فأنه يتضمن الأداء التشغيلي، الأداء المالي، الأداء الاجتماعي.
أ-العناصر الداخلية للمحاور الأربعة لقياس الأداء الإستراتيجي :

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي (دراسة ميدانية)

د/ نهى ممدوح القشاش

أ-البعد المالي ،ب-بعد العمليات الداخلية ،ج-بعد العملاء والأجراءات،د-بعد التعلم والنمو

المبحث الثالث : الجانب التطبيقي

أولاً-مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من المديرين والعاملين في البنوك العامة والخاصة جمهورية مصر العربية ويشمل هذا المجتمع مباراة الأداره العليا لأنهم من يقع عليهم الموافقة والمتابعة تنمية الأداء الإستراتيجي كما يشمل المجتمع العاملين في إدارتين المستوى التنفيذية لأنه القادرون على تقديم معلومات عن متغيرات الدراسة الحالية فهم الفئة الأكثر درايه بالأداء الإستراتيجي.

جدول رقم (١)

عدد الفروع و المدراء والعاملين بالبنوك العامة التجارية في مدن القناة

اسم البنك	عدد الفروع	عددالمدراء	عدد العاملين
البنك الأهلي المصري	١٤	٨٥	٤٩٠
بنك مصر	١٩	١١٥	٦٦٥
بنك القاهرة	١١	٦٧	٣٨٥
المجموع	٤٤	٢٦٧	١٥٤٠

المصدر: من إعداد الباحثة طبقاً للنشرة الإحصائية للبنوك والمقابلات الشخصية.

جدول رقم (٢)

عدد الفروع و المدراء والعاملين بالبنوك الخاصة التجارية في مدن القناة

عدد العاملين	عدد المدراء	عدد الفروع	أسم البنك
٣٣٢	٦٢	١٠	١- بنك الأسكندرية
٣١٥	٥٦	٩	٢- البنك QNB
٢٨٢	٥٠	٨	٣- البنك التجاري الدولي
٤٦	٢٢	٣	٤- البنك العربي الأفريقي
٤٣	١٨	٣	٥- بنك كريدي إجر كول
٤٥	٢٠	٣	٦- بنك بلوم مصر
١٠٦٣	٢٢٨	٣٦	المجموع
٢٦٠٣	٤٩٥	٨٠	إجمالي عدد البنوك

المصدر: من إعداد الباحثة طبقاً للنشرة الإحصائية للبنوك والمقابلات الشخصية.

جدول رقم (٣)

حجم مجتمع الدراسة والعينة وتوزيع إستجابة العينة والردود الصحيحة وفقاً للمستويات الإدارية الثلاثة

نسبة العاملين	عينة العاملين	نسبة المديرين	عينة المديرين	أسم البنك
19%	63	17%	37	١- البنك الأهلي المصري
26%	86	23%	50	٢- بنك مصر
15%	50	14%	29	٣- بنك القاهرة

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي (دراسة ميدانية)

د/ نهى ممدوح القشاش

13%	43	13%	27	٤- بنك الإسكندرية
12%	41	11%	25	٥- البنك QNB
11%	36	10%	22	٦- البنك التجاري الدولي
2%	6	4%	10	٧- البنك العربي الأفريقي
2%	6	4%	8	٨- بنك كريدي إجر كول
2%	6	4%	9	٩- بنك بلوم مصر
100%	335	100%	217	اجمالي

المصدر: من إعداد الباحثة وفقاً لبيانات إحصائيات البنك المركزي

أجهرية الفروق بين المديرين، والعاملين فيما يتعلق بأستجاباتهم حول قدرة البنك على التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٤)

أختبار (ت) جهرية الفروق بين أستجابات المديرين، والعاملين بخصوص التواصل الاجتماعي

الأنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد المشاهدات	الموقع الوظيفي	التواصل الاجتماعي
0.574	4.32	217	مدير فرع	
0.714	4.35	335	عاملين	
- 0.245	قيمة اختبار (ت) T-test			
0.824	مستوى المعنوية			

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي (دراسة ميدانية)

د/ نهى ممدوح القشاش

يوضح الجدول رقم (٤) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط استجابات كلٍ من المديرين، والعاملين فيما يتعلق بقدرة البنك على التواصل الاجتماعي حيث بلغت قيمة اختبار (ت) = ٠.٢٤٥ معنوية = ٠.٨٤٢ وهو ما يؤكد عدم معنوية هذه الفروق.

ب- اختبار جوهرية الفروق بين عينة البحث (المديرين، والعاملين) فيما يتعلق باستجاباتهم حول ابعاد الأداء الاستراتيجي.

ب/١- جوهرية الفروق بين المديرين، والعاملين فيما يتعلق بأستجاباتهم حول قدرة البنك على التعليم والنمو

جدول رقم (٥)

أختبار (ت) جوهرية الفروق بين أستجابات المديرين، والعاملين بخصوص التعليم والنمو

الموقع الوظيفي	عدد المشاهدات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مدير فرع	217	4.28	0.574
عاملين	335	4.30	0.641
قيمة أختبار (ت) T-test		-0.547	
مستوى المعنوية		0.885	

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

يوضح الجدول رقم (٥) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط استجابات كلٍ من المديرين، والعاملين فيما يتعلق بقدرة البنك على التعليم والنمو حيث بلغت قيمة أختبار (ت) = -0.547 معنوية = 0.885 وهو ما يؤكد عدم معنوية هذه الفروق.

ج- جوهرية الفروق بين المديرين، والعاملين فيما يتعلق بأستجاباتهم حول قدرة البنك على البعد المالي

جدول رقم (٦)

أختبار (ت) جوهرية الفروق بين أستجابات المديرين، والعاملين بخصوص البعد المالي

الأنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد المشاهدات	الموقع الوظيفي	البعد المالي
0.547	4.18	217	مدير فرع	
0.925	4.21	335	عاملين	
3.142	قيمة اختبار (ت) T-test			
0.421	مستوى المعنوية			

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

يوضح الجدول رقم (٦) السابق لا يوجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط أستجابات كل من المديرين، والعاملين حول قدرة البنك على البعد المالي حيث بلغت قيمة اختبار (ت) = ٣.١٤٢ عند مستوى معنوية ٠.٤٢١ وهو ما يؤكد عدم معنوية هذه الفروق.

د- جوهرية الفروق بين المديرين، والعاملين فيما يتعلق باستجاباتهم حول قدرة البنك على بعد العملاء

جدول رقم (٧)

أختبار (ت) جوهرية الفروق بين أستجابات المديرين، والعاملين بخصوص بعد العملاء

الأنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد المشاهدات	الموقع الوظيفي	بعد العملاء
0.501	4.45	217	مدير فرع	
0.654	4.47	335	عاملين	
2.555	قيمة اختبار (ت) T-test			
0.354	مستوى المعنوية			

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

يوضح الجدول رقم (٧) السابق لا يوجد فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط أستجابات كل من المديرين والعاملين حول قدرة البنك على بعد العملاء حيث بلغت

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي (دراسة ميدانية)

د/ نهي ممدوح القشاش

قيمة اختبار (ت) = ٢.٥٥٥ عند مستوى معنوية ٠.٣٥٤ وهو ما يؤكد عدم معنوية هذه الفروق.

ز- جوهرية الفروق بين المديرين، والعاملين فيما يتعلق بأستجاباتهم حول قدرة البنك على العمليات الداخلية

جدول رقم (٨)

أختبار (ت) جوهرية الفروق بين أستجابات المديرين، والعاملين بخصوص العمليات الداخلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد المشاهدات	الموقع الوظيفي	العمليات الداخلية
0.525	4.36	217	مدير فرع	
0.545	4.39	335	عاملين	
- 0.354	قيمة اختبار (ت) T-test			
0.705	مستوى المعنوية			

المصدر: من إعداد الباحثة وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

يوضح الجدول رقم (٨) السابق عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط أستجابات كلٍ من المديرين، والعاملين فيما يتعلق بقدرة البنك على العمليات الداخلية حيث بلغت قيمة اختبار (ت) = 0.354 - معنوية = 0.705 وهو ما يؤكد عدم معنوية هذه الفروق.

ثانياً: أختبار الفروض

تبيين من خلال إجراء أختبار (ت) T-test على عينات البحث بالعاملين والمديرين عدم وجود فروق جوهرية بين متوسط أستجابات كلٍ من المديرين والموظفين حول

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي (دراسة ميدانية)

د/ نهى ممدوح القشاش

وسائل الأتصال الأجتماعي وأيضاً الأداء الإستراتيجي، وبناءً عليه قام الباحث بأختبار الفرض من خلال إجراء تحليل واحد للعينتين.

ثالثاً- المتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأستجابات المبحوثين على العبارات المكونة وسائل الأتصال الأجتماعي (المتغير المستقل)، وكذلك أستجابات المبحوثين على العبارات المكونة لأبعاد الأداء الإستراتيجي (المتغير التابع)، وذلك على النحو التالي:

٣/١/١-أ- حساب المتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية لأستجابات المبحوثين على العبارات المكونة وسائل الأتصال الأجتماعية (المتغير المستقل).

جدول (٩)

المتوسطات المرجحة والانحرافات المعيارية لأستجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمتغير التواصل الأجتماعي

م	العبرة المستخدمة	المتوسط المرجح	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب النسبي
١	يبث روح التنافس الإيجابي بين مرووسية فى العمل.	4.627	موافق جداً	0.514	92.53	3
٢	أعمل علي كل مرووس يقوم بعمل مميز.	4.560	موافق جداً	0.620	91.20	4
٣	أستخدم الحوافز الإيجابية باستمرار لبذل مزيد من الجهد.	4.293	موافق جداً	0.897	85.87	13
٤	أشارك فى الأنشطة الأجتماعية المتعلقة بالمرووسين.	4.560	موافق جداً	0.526	91.20	5
٥	تمتد علاقتي بمرووسية حتي خارج نطاق العمل.	2.493	غير موافق	1.045	49.87	16
٦	أعمل على إزالة الحواجز مع المرووسين والتي من شأنها إعاقة العمل.	4.240	موافق جداً	0.942	84.80	14

أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الأداء الإستراتيجي (دراسة ميدانية)

د/ نهى ممدوح القشاش

م	العبرة المستخدمة	المتوسط المرجح	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	الترتيب النسبي
٧	في حالة وجود صراعات أذكر أطراف الصراع كل على حدة بمزايا وإيجابيات الطرف الأخر.	4.413	موافق جداً	0.773	88.27	11
٨	أعمل على تحويل الصراع السلبي الي صراع إيجابي ببناء علاقات طيبة بين أطراف الصراع.	4.360	موافق جداً	0.816	87.20	12
	التواصل الاجتماعي	4.347	موافق جداً	0.731	86.94	

المصدر: من إعداد الباحثة وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي.

أ- يوضح الجدول رقم (٩) السابق التواصل الاجتماعي ، حيث سجل هذا البعد متوسط حسابي عام قدره (4.347) عند درجة (موافق جداً)، وانحراف معياري عام قدره (0.731) وأهمية نسبية بلغت (86.94) أما على مستوى العبارات فقد احتلت العبرة (أعمل على تحقيق التجانس بين أعضاء جماعة العمل التي تعمل معي)، الترتيب الأول بمتوسط حسابي قدره (4.733)، وانحراف معياري بلغ (0.684)، وأهمية نسبية (94.67%)، وهو ما يوضح علي إتفاق عينة الدراسة حول هذا البعد.

ب- بينما احتلت العبرة (تمتد علاقتي بمرؤوسية حتي خارج نطاق العمل). الترتيب الأخير وحظيت بأقل نسب، حيث سجلت متوسط حسابي قدره (2.493)، وانحراف معياري قدره (1.045)، وأهمية نسبية بلغت (49.87%).

ج- بصفة عامة جاء بعد التواصل الاجتماعي جاء في مرتبة الموافقة كما تدل قيم الانحراف المعياري علي إتفاق عينة الدراسة حول هذا البعد.

المبحث الرابع: النتائج والتوصيات

اولاً: "الاستنتاجات في ضوء عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية وأختبار

فرضياتها توصلت الدراسة الى عدد من الاستنتاجات نجملها بما يأتي :-

1- اتضح ان شبكات الاتصال في العمل ممكن ان تؤدي الى تغيير جذري في الاداء الاستراتيجي من خلال ما أظهرته نتائج العلاقة والاثر فيما بينهما من أثر تكنولوجيا المعلومات في الأداء الاستراتيجي. ، ٢- وسائل الاتصال الاجتماعية مما يدل على ان

هناك تأثير كبير لها في الأداء الأستراتيجي ٣- تبين من نتائج الوسط الحسابي انه كان حول الوسط الفرضي بقليل او اقل منه الا ان مستوى استخدام وسائل الأتصال الأتتماعية لم يرضي الطموح ٤- أظهرت النتائج ان مستوى الخبرة والمهارة لدى العاملين ضعيفة ولم يكن لها تأثير في رفع مستوى الاداء الأستراتيجي ٥- ان ناتج العلاقة بين متغيري البحث الرئيسيين وسائل الأتصال الأتتماعية والاداء الأستراتيجي كان عاليا" وذا تأثير قوي مما يعني ان أستثمار هذه العلاقة والتاثير سيؤدي الى رفع الاداء الإستراتيجي وتميزه ٦- أظهرت وسائل الأتصال الأتتماعية لو تم العمل بها في البنك ممكن ان تؤدي الى أستثمار افضل من خلال اتصال العملاء وتبادل المعلومات فيما بينهم ٧- تعمل وسائل الأتصال على تقليص الوقت المستغرق ما بين اتصال العملاء وتسليم الخدمة لهم.

ثانيا" التوصيات : في ضوء الاستنتاجات التي تم التوصل اليها تقدم الباحثة توصياتها التي تشمل الاتي :- ١-حث البنوك المبحوثة ، لتطوير مهارات وخبرات منتسبيها في استخدام وسائل الأتصال الأتتماعية والتقنيات الحديثة التي يشهدها اليوم عالم التكنولوجيا والاسواق ٢- أعتبار وسائل الأتصال الأتتماعية والقدرة في أستخدامها وأدائها الحد الأدنى لتوظيف المهارات المطلوبة او المرشحة للعمل في البنوك ٣- صياغة نموذج معرفي لتقييم الاداء الإستراتيجي من خلال استخدام وسائل الأتصال الأتتماعية ، ٤- أتاحة الفرص امامهم لأنجاز مهامهم الوظيفية وزيادة أدراكهم بقيمة عملهم وأحاساسهم بالتقدم والنجاح . ٥ - قيام الإدارة العليا بتطوير الهيكل التنظيمي وبما يؤدي الى الأستفادة مما موجود من تكنولوجيا المعلومات وأستخدام وسائل الأتصال الأتتماعية لكافة مستويات الهياكل التنظيمية . ٦ - خلق مناخ يربط ما بين أهداف العاملين والبنوك واهداف المجتمع وبما يؤدي الى اعلى اداء ممكن ٧- حث البنوك على الأهتمام بوسائل الأتصال الأتتماعية وأنظمتها اذ ان معظم دول اليوم تحول عملها تدريجيا"نحو الحاسوب وبرامجه لغرض استثمار الوقت ورفع الاداء ٨- القيام بدراسة توقعات وتفضيلات العملاء كونهم يمثلون ولاء" وعمل مريح للبنوك ٩- حث البنوك على أهمية تطبيق وسائل الأتصال الأتتماعية

ومدى اثرها في رفع الاداء الأستراتيجي وبالتالي تحقيق رضا العاملين والعملاء وزيادة ولائهم للبنك فضلا عن تعزيز مكانتها بين البنوك.

المراجع :

المراجع العربية:

(١) الزهرة،زهراء محمود عبد ، عدنان شمخي جابر، أمل عبد محمد علي،(٢٠١٩)،" (اعادة هندسه الاعمال وادارة الجودة الشامله واثرها على الاداء الاستراتيجي)"، مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، جامعة بابل، المجلد ١١، الاصدار ٢، ص ١٢٠.

(٢) محمد ،حيدر غازي ،(٢٠١٩)،"تقييم الأداء الإستراتيجي للقطاع الصناعي العراقي بهدف تطوير المواهب البشرية:دراسة ميدانية في القطاع الصناعي العراقي"،رسالة ماجستير غير منشورة،كلية التجارة بالأسماعلية،جامعة قناة السويس،ص(ز).

(٣) إبراهيم ،أوس ثائر ،(٢٠١٩)،" (دور القيادة التبادلية في تحقيق الأداء الإستراتيجي:دراسة ميدانية)"،رسالة ماجستير غير منشورة،كلية التجارة بالأسماعلية،جامعة قناة السويس،ص(ز)

(٤) خالد، أحمد الرحومي وعلي محمد هاشم وعبد الجلال عثمان إدريس ،(٢٠١٨)،"أستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في نشر القيم التنظيمية وأثرها على تحسين أداء الموظفين في جامعة الملك خالد"الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، المجلد ٩، العدد ٢٩ ، ص ٢٣.

(٥)الدليمي ، احسان علاوي، (٢٠٠٦)،" تحليل علاقة ثقافة المعلومات بفاعلية ادارة الموارد البشرية و أثرها في بناء الكفايات الجوهرية : دراسة ميدانية في عينة مختارة من كليات جامعة بغداد ، اطروحة دكتوراه في فلسفة الادارة العامة ، جامعة بغداد ، ص٢٤.

(٦) توربان ، افرايم و مكليين ، افرايم و يثرب ، حميس،(٢٠٠٠) ، " تقنية المعلومات في دعم ادارة الشركات " ، الطبعة الاولى ، دار الرضا للنشر ، عمان

(٧) صبري ، هالة ،(٢٠٠٢)،"تكنولوجيا المعلومات و دورها في تعزيز مشاركة العاملين" ، تكنولوجيا المعلومات و دورها في التنمية الاقتصادية ، عمان .

المراجع الأجنبية:

1- Turban , E., & Miclean , E ., & we Therbey .J. ,(1999), " **Information Tecnology for Management**" , Making connections for Strategic Advantege , 2 nd ed ., John wiley & Sons. Inc , New york.

- 2-Kaplan , R., & Norton , D., " **The Balance Scorecard : Measures that Drive performance** " , Harvard Business Review , vol . 70 , No.1,71-79.
- 3- James,(2000), " **Management** " ,5 Th ed., New York, The Dryden press , .
- 4-Kotler, P.,(2000), " **Marketing Management** " , New Jersey
- 5-PrenticeHall . 6- Liod , C. & Rawlinson , M, (1992)," **New technology and Human Resources Management**" , London .
- 6- Xiaoqing Li,Xiaogang He &Yifeng Zhang,(2019)" **The impact of social media on the business performance of small firms in China**" Volume 26, Issue 2, Information Technology for Development, Pages 346-368.
- 7-Liod , C. & Rawlinson , M, , (1992)," **New technology and Human Resources Management**" , London.
- 8-Turban , E., & Miclean , E ., & we Therbey .J. , (1999)," **Information Tecnology for Management**" , Making connections for Strategic Advantege , 2 nd ed ., John wiley & Sons. Inc , New york.
- 9-Kotler, P., 2000," Marketing Management " , New Jersey : PrenticeHall .
- 10- Pan Wang, Professor Sohail Chaudhry, Professor Ling Li, P., Cao, X., Guo, X., Vogel, D. and Zhang, X. (2016), "**Exploring the influence of social media on employee work performance**", Internet Research, Vol. 26 No. 2, pp. 529-545.
- 11-Kingsley Osei Boahene ,Jiaming Fangand, Frank Sampong(2019),"**Social Media Usage and Tertiary Students' Academic Performance: Examining the Influences of Academic Self-Efficacy and Innovation Characteristics**",Technology-Enhanced Learning: Applications, Architectures and Challenges, VOL(11),ISSUE(8),P2431.