**جامعة دمشق**
**المعهد العالي للتنمية الادارية**
**قسم اقتصاد الأعمال وإدارة الأعمال الدولية**

# أثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة

دراسة ميدانية على المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في ريف دمشق

# The Impact of Social Media on The Efficiency And Effectiveness of Small Projects

A field study on small and micro enterprises in Rif Dimashq

**دراسة مُقدّمة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة ماجستير التأهيل والتخصص في اقتصاد وإدارة المشروع**

**إعداد الطالب**

## خالد اليعقوب

**إشراف**

## د. أحمد صهيوني

**العام الدراسي 2020/2021**

# الإهداء

إلى من منحي كل ما عنده ...
إلى من بذل كل ما يستطيع ...
إلى من كانت ولا تزال قطرة عرق جبينه تسقيني إلى الأن ...
إلى من علمني أن الحياة كفاح العمل جهاد ...

**والدي العزيز...**

إلى من حاكت لنا ثوب السعادة من خيوط وآلامها وصبرها ...
إلى من كانت روحآ لروحي وغذاء لقلبي وحناناً غمرني وبصيرة فؤادي ..
إلى التي مهما تحدثت عنها كانت قليلآ في حقها ...

**أمي الغالية...**

إلى الأوفياء الذين يقاسموني لحظات الحياة وحلوها ومرها ...
إلى من أرى الحياة فيهم أنوارآ تضيء دربي ...

**إخواتي الأعزاء...**

إلى من صدقوني وصدقتهم واستحقوا أن يحملوا تحت لواء ...
أعز وأغلى الأصدقاء اعتز بهم ويعتزون بي ...

**(الأستاذ جمال قدور، الأستاذ إيهاب اسمندر، الآنسة روعه، سامر كلسلي، محمد العيسى)**

# كلمة شكر

وأنا على أبواب التخرج لا بد لي بكل احترام وإقرارآ بالجميل ..... والعرفان بالفضل الكبير وصولي إلى هذا القدر من المعرفة .... وأحمد الله على إنجازي هذا العمل الذي أرجو أن يكون محل ثقة أساتذتي الكرام .....

وفي النهاية أتقدم بخالص المحبة والشكر الجزيل ل:

# الدكتور

# أحمد صهيوني

لتكرمه بالإشراف على عملي المتواضع وقدم لي معلومات قيمة وأشكر على من قدم لي العون والمساعدة لإنجاز هذا المشروع

# الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى بحث أثر إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في سورية،وركزت على أنواع وسائل التواصل، وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي، ومضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي،وكفاءة وفاعلية المشروعات،وتم استخدام الاستبيان كاداة لجمع البيانات وتكونت العينة من (٩٩) مفردة من أصحاب المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في محافظة ريف دمشق، حيث أظهرت النتائج وجود أثر لمضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في حين لم تثبت النتائج وجود أثر لوسائل وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي.

بيّنت وجود الفروقات في كفاءة المشروعات تبعاً لمتغيرات المشروع عدم وجود أية فروقات جوهرية في الكفاءة تُعزى لمتغيري فئة المشروع وعمر المشروع، في حين أظهر التحليل وجود فروق جوهرية في الكفاءة تُعزى لمتغير نوع المشروع وأن كفاءة المشروعات الزراعية هي الأكفأ مقارنة بغيرها من المشروعات غير الزراعية.

أوصت هذه الدراسة في التركيز على مضمون الإعلان وذلك لكونه أكثر فعالية في كفاءة المشروعات.

**الكلمات المفتاحية:** مواقع التواصل الاجتماعي، كفاءة وفاعلية المشروعات، المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.

# Abstract

This study aimed to investigate the impact of social media advertisements on the efficiency and effectiveness of small and micro enterprises in Syria, and focused on the types of media, social media advertisements, the content of social media advertisements as independent variables, and the efficiency and effectiveness of projects as a dependent variable. In order to achieve the objectives of the study, a questionnaire tool was used and a sample of (99) individual owners of small and micro enterprises was collected in the governorate of Damascus countryside. The results showed an impact of the content of social media advertisements in improving the efficiency and effectiveness of small and micro enterprises, while the results did not prove the existence of types of media, and social media advertisements on the dependent variable.

On the other hand, the results of the analysis of differences in the efficiency of projects according to the project variables showed that there were no significant differences in efficiency due to the variables of the project category and project age, while the analysis showed that there are significant differences in efficiency due to the variable of the project type and that the efficiency of agricultural projects is the most efficient compared to other non-agricultural projects.

This study recommended focusing on the content of advertising, as it is more effective in the efficiency of projects.



**Keywords:** social media sites, efficiency and effectiveness of projects, small and micro projects.

## فهرس المحتويات:


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| الإهداء | II |
| كلمة شكر | III |
| الملخص | IV |
| **الفصل الأول: الإطارالمنهجي للبحث** | |
| المقدمة | ٢ |
| الدراسات السابقة | ٣ |
| مشكلة البحث | ٧ |
| أهمية الدراسة | ٨ |
| أهداف الدراسة | ٨ |
| فرضيات الدراسة | ٨ |
| نموذج الدراسة | ٩ |
| منهجية الدراسة | ٩ |
| حدود الدراسة | ٩ |
| مصطلحات البحث والتعاريف الاجرائية | ١٠ |
| **الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة** | |
| **أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي** | ١٣ |
| مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي | ١٣ |
| خدمات وخصائص الشبكات الاجتماعية | ١٤ |
| أشهر مواقع التواصل الاجتماعي | ١٥ |
| **ثانياً: المشروعات الصغيرة والمتوسطة** | ١٦ |
| مفهوم المشروع الصغير والمتوسط | ١٧ |
| أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة | ١٨ |
| خصائص ومميزات المشروعات الصغيرة والمتوسطة | ٢٠ |
| تصنيف المشروعات الصغيرة والمتوسطة | ٢٢ |
| **ثالثاً: الكفاءة** | ٢٤ |
| مفهوم الكفاءة | ٢٤ |
| خصائص الكفاءة | ٢٤ |
| العلاقة بين الكفاءة والفاعلية | ٢٥ |

| | |
|---|---|
| **رابعاً: علاقة وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة** | ٢٦ |
| **الفصل الثالث: الدراسة الميدانية** | |
| مجتمع الدراسة والعينة المدروسة | ٢٩ |
| أداة الدراسة وأساليب جمع وتحليل البيانات | ٢٩ |
| صدق وثبات الاستبان | ٣٠ |
| تحليل البيانات التعريفية للمشاريع | ٣٢ |
| التوزيع التكراري وفق متغير نوع المشروع | ٣٢ |
| التوزيع التكراري وفق لفئة المشروع | ٣٣ |
| التوزيع التكراري وفق لعمر المشروع | ٣٣ |
| التحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان ومناقشة الفرضيات | ٣٣ |
| المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي | ٣٤ |
| المحور الثاني: إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي | ٣٥ |
| المحور الثالث: مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي | ٣٧ |
| المحور الرابع: مضمون كفاءة المشروعات الصغيرة | ٣٨ |
| الفرضية الرئيسية | ٣٩ |
| الفرضية الفرعية | ٣٩ |
| تحليل الكفاءة بالاعتماد على نوع المشروع (تجاري، صناعي، زراعي، خدمي) | ٤٢ |
| تحليل الكفاءة بالاعتماد على نوع فئة المشروع (المشاريع متناهية الصغر والصغيرة) | ٤٣ |
| تحليل الكفاءة بالاعتماد على عمر المشروع (أصغر أو أكبرمن عشر سنوات) | ٤٤ |
| النتائج | ٤٤ |
| التوصيات | ٤٥ |
| قائمة المراجع | ٤٦ |

## فهرس الجداول


| رقم الجدول | عنوان الجدول | رقم الصفحة |
|---|---|---|
| ١ | مدى الاستجابة حسب مقياس Likert | ٣٠ |
| ٢ | معامل ألفا كرونباخ لحساب الصدق والثبات | ٣١ |
| ٣ | التوزيع التكراري وفق متغير نوع المشروع | ٣٢ |
| ٤ | التوزيع التكراري لفئة المشروع | ٣٣ |
| ٥ | التوزيع التكراري وفق عمر المشروع | ٣٣ |
| ٦ | قيم المتوسط الحسابي الخاصة بمقياس ليكرت الخماسي | ٣٤ |
| ٧ | المقاييس الإحصائية لمحور وسائل التواصل الاجتماعي | ٣٤ |
| ٨ | المقاييس الإحصائية لمحور إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي | ٣٦ |
| ٩ | المقاييس الإحصائية لمحور مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي | ٣٧ |
| ١٠ | المقاييس الإحصائية لمحور مضمون كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة | ٣٨ |
| ١١ | اختبار الانحدار الخطي المتعدد Regression Multiple Linear Analysis | ٤٠ |
| أ+ب١٢ | تحليل الكفاءة بالاعتماد على نوع المشروع | ٤٢ |
| ١٣ | تحليل الكفاءة بالاعتماد على فئة المشروع | ٤٣ |
| ١٤ | تحليل الكفاءة بالاعتماد على عمرالمشروع | ٤٤ |


## فهرس الملاحق:


| رقم الملحق | عنوان الملحق | رقم الصفحة |
|---|---|---|
| ١ | الاستبانه | ٥٢ |

# الفصل الأول

# الإطار المنهجي للبحث

## المقدمة:

أدى التطور التكنولوجي الكبير إلى حدوث نقلة نوعية في كافة مجالات الحياة ويأتي في مقدمة هذا التطور ظهور شبكة الإنترنت التي انتشرت بشكل واسع في كافة أنحاء العالم والتي جعلته يبدو وكأنه قرية صغيرة.

تكون مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسائل لتلاقي الأفكار بين الأصدقاء من جميع أنحاء العالم،حيث انتشر استعمال شبكة الإنترنت في الآونة الأخيرة في دول الوطن العربي وفي جميع أنحاء العالم،ولا نستطيع أن ننكر الحقيقة بأن شبكة الإنترنت صارت أمر أساسي في الحياة العصرية ولا يتمكن أحد من الاستغناء عن تلك التقنية الحديثة،ومن خلال وسائل التواصل الاجتماعي أصبح الخبر سريع الانتشار في جميع دول العالم وهذا يكون في غضون بضع لحظات قليلة،فلا داعي للانتظار حتى يتم الحصول على نشرة الأخبار أو انتظار جريدة أو صحيفة إخبارية،الآن أصبح من السهل الحصول على الخبر أولاً بأول .

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي قوية جداً ومنتشرة في كل مكان،ولقد وصل الأمر لدى البعض إلى حد الإدمان على تلك المنصات،سواء لحبهم مشاركة أنشطتهم اليومية مع من يتابعونهم،أو حتى لحبهم التصفح ومعرفة ما يدور هنا وهناك،ومنذ عام 2004 ومنصات التواصل الاجتماعي آخذة بالنمو على نحو متزايد، والأكيد أنها لم تبلغ ذروتها بعد من حيث الشعبية أو التطور .

وحيث يبلغ عدد مستخدمي التواصل الاجتماعي النشطين يومياً 3.78 مليار مستخدم، أي ما يعادل نصف سكان العالم تقريباً،وحيث يوجد تنوع بالفئات العمرية المستخدمة لهذه الوسائل، وأكثر فئة عمرية تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي هي تلك التي تتراوح أعمارها ما بين 18-29عاماً، بنسبة 84%، وحيث يقضي كل شخص في المتوسط ساعتين و25 دقيقة من وقته يومياً على منصات التواصل.(اسماعيل .2021).

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعاريف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية للأصحاب الأعمال كونها منخفضة التكاليف وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل بالإضافة إلى سهولة الإنضمام إليها والإشتراك بها حيث تتمع بقابلية التصميم والتطوير.

تحتل المشروعات الصغيرة والمتوسطة مرتبة هامة جدآ في اقتصاديات دول العالم،وخاصة الدول النامية لأن معظم المشروعات القائمة في البلدان النامية هي مشروعات صغيرة ومتوسطة

مع تباين نسبتها من بلد لآخر،وقد بدأ الاهتمام فعلياً بهذه المشروعات في بداية القرن الحادي والعشرين نظراً لما تساهم به هذه المشروعات في الناتج المحلي الإجمالي،وزيادة في حجم الإستثمار لأنها لا تعتمد على رأس مال كبير،والحد من ظاهرة البطالة عبر تحقيق فرص عمل، ورفع معدلات التنمية البشرية.

وتحاول الدول النامية الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة، التي تطور فيها المشروع الصغير وتحول إلى مصنع أو معمل او مشروع كبير وأصبح رافداً للاقتصاد الوطني.

إن المشروعات الصغيرة والمتوسطة في البلدان النامية تعاني من الضعف الواضح في مجالي الإدارة والتسويق ،إذ لازلنا نلاحظ أن إدارة هذه المشاريع تتصف بالجمود وعدم الاعتماد على الطرق والأساليب الحديثة في علم الإدارة،أو أن هذه المشروعات تدار بطرق خاطئة تؤدي في أغلب الأحيان إلى فشل هذه المشروعات ،كما في البلدان النامية،تعاني المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية من ضعف في الإدارة والتسويق والاهتمام الحكومي،على الرغم من صدور المرسوم التشريعي رقم /2 لعام /2016/ القاضي بإحداث هيئة تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة،والتي تتولى رعاية هذه المشروعات ورسم الاستراتيجيات المناسبة لها ، وإعداد الدارسات والبحوث حول تطويرها،وبناء قاعدة بيانات تسمح بتوفير منظومة متكاملة من المعلومات حول قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة .

ومع تزايد الاهتمام العالمي والعربي بظاهرة شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الفرد والمجتمع ومع تعدد المداخل البحثية التي تدرس هذه الظاهرة من جميع أبعادها تأتي هذه الدراسة للكشف عن شبكات التواصل ودورها في تحقيق كفاءة وفاعلية المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

## الدراسات السابقة:

### أولا: الدراسات العربية:

**- دراسة (العوضي ،2020) تحت عنوان:"أثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في دولة الكويت":**

هدفت الدراسة إلى بحث الأثر لإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في دولة الكويت،وركزت على هذا الأثر من حيث وسائل التواصل،أنواع وسائل التواصل،إعلانات وسائل التواصل ، مضمون إعلانات وسائل التواصل ،كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة كمتغير تابع،وبهدف تحقيق هدف الدراسة تم استخدم أسلوب العينة العشوائية من أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة ووفقا للإحصاءات التي

تصدرها الإدارة المركزية للإحصاء في دولة الكويت،حيث قدرت العينة بعدد (220) مفردة من أصحاب المشروعات الصغيرة،وجاءت النتائج لتثبت وجود تاثير لإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي على كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في دولة الكويت،كما اتضح وجود علاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي،نوع وسائل التواصل الاجتماعي،إعلانات وسائل التواصل،مضمون إعلانات وسائل التواصل،وكفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة بدولة الكويت،من أهم ما اقترحته الدراسة إنشاء منصة وطنية لوسائل التواصل للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بدولة الكويت،توجيه العناية لصقل مهارات أصحاب المشروعات الصغيرة في توظيف إعلانات وسائل التواصل لخدمة مشروعاتهم،وأن يطبق أصحاب المشروعات الصغيرة خطة استراتيجية لتسويق وترويج منتجاتهم عبر مزايا إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي،وضع معايير ومقاييس وطنية للكفاءة والفعالية للمشروعات الصغيرة بدولة الكويت .

**- دراسة ( عيدان 2015) تحت عنوان : "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن":**

هدفت هذه الدراسة لإختبار أثر التوجه بالزبائن،والتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن، والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن بوجود قدرات إدارة علاقات الزبائن الاجتماعية كمتغير وسيط،ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بإعداد استبانة بالاعتماد على الدراسات السابقة،حيث تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة الشرق الأوسط،وجامعة الآسراء،وجامعة عمان الآهلية المسجلين في برنامجي البكالوريوس والماجستير،وبلغت عينة الدارسة (375) طالب وطالبة موزعين بنسبة (33.3%) لكل جامعة .وتوصلت الدارسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه بالزبون،والتكنولوجيا المستخدمة في إدارة علاقات الزبائن،والنظام الإداري المرتكز على الزبون في تحقيق أداء علاقات الزبائن ( رضا الزبائن ، ولاء الزبائن ) بوجود قدرات علاقات الزبائن ( إدارة تفاعل الزبون ، نشر المعلومات الاستجابة ) كمتغير وسيط ولخلصت الدارسة إلى مجموعة من التوصيات أبزرها : أشراك الطلبة عبر المواقع الإلكترونية للجامعات وصفحاتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي في تقييم الموظفين والإداريين،وليس الكادر التدريسي فقط،وعلى إدارات الجامعات الأردنية الخاصة تفعيل دور شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على حاجات ورغبات الطلبة الحالية والمستقبلية،وسرعة الاستجابة لها .

**- دراسة ( الكبيسي 2012) تحت عنوان : "دور رأس المال الفكري في إداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في بغداد" :**

هدفت الدراسة إلى تحديد دور رأس المال الفكري في إداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة ولتحقيق هذا الهدف توصل الباحث من خلال الفكري النظري والدراسات ذات العلاقة إلى بناء مخطط يوضح العلاقة بين المتغيرات المدروسة. عمل الباحث على دراسة رأس المال الفكري كمتغير مستقل موزع على أربعة أبعاد هي ( رأس المال البشري،رأس المال الهيكلي،رأس المال الزبائني،رأس المال الإبداعي ) . فضلا عن أربعة أبعاد تمثل المتغير المعتمد هي ( محور المال،محور الزبائن،محور العمليات،محور التعليم/النمو ) ولقد تكونت العينة من (140) مديرآ في القطاع الصناعي،وتوصلت الدارسة إلى نتائج عدة من أبرزها أن رأس المال الفكري في المشروعات الصغيرة والمتوسطة يرتبط ويؤثر في إداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في العراق وقد استطاعت من توظيف رأس المال البشري المتوافر فيها بتعزير أدائها،أما أهم التوصيات التي نتجت عن الدراسة فكانت ضرورة استثمار إدارات المشروعات الصغيرة والمتوسطة لطبيعة العلاقة بين رأس المال البشري وإداء تلك المشروعات في إحداث المزيد من التغيرات .

**- دراسة (الختلان 2010) تحت عنوان : "قياس كفاءة المشروعات الصغيرة الممولة من صندوق التنمية والتشيغل في الأردن":**

هدفت الدراسة إلى قياس الكفاءة الاقتصادية والاجتماعية للمشروعات الصغيرة الممولة من صندوق التنمية والتشغيل،وكذلك قياس دور هذه المشروعات في التشغيل، وقياس الإنتاجيتين الكلية المتوسطة والجزئية لعناصر الإنتاج المستخدمة في تلك المشروعات، وأخيرآ قياس مرونة إحلال عناصر الإنتاج في تلك المشروعات، وفي سبيل تحقيق هدف الدراسة تم جمع استبانات من المدراء والمشرفين العاملين في عشرين شركة لمنتجات البحر الميت في الأردن للحصول على البيانات اللازمة للتحليل، حيث تم جمع (169) استبانة صالحة للتحليل التي تم جمعها من المدراء والمشرفين العاملين بالشركات تم تطوير الاستبانة وتحكيمها من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين الاكاديمين. توصلت الدراسة إلى أن المشروعات الخدمية الصغيرة الممولة في الصندوق قد حققت الكفاءة الاقتصادية التي تفوق نسبيا ما حققته المشروعات الأخرى .كما وجد أن المشاريع الزراعية الصغيرة الممولة تعمتد على عنصر العمل بدرجة كبيرة في توليد الإنتاج ، فيما وجد أن المشروعات الصغيرة الأخرى ضعيفة التآثر بهذا العنصر مقارنة برأس المال وكما توصلت الدراسة إلى أن المشروعات الخدمية الصغيرة حققت

المتوسط الأعلى للإنتاجية الكلية لعناصر الإنتاج وأخيراً إلى أن إرتفاع الإجور أسعار الفوائد أدى الى ارتفاع تكلفة فرص العمل ومستويات التشغيل في معظم المشروعات الصغيرة ماعدا المشروعات السياحية منها ،اقترحت الدراسة مجموعة من التوصيات منها : اهتمام الصندوق بفتح التمويل الصغير الموجه للقطاعين الخدمي والحرفي والسياحة ،إيقاف العمل ببرامج التمويل الموجه نحو القطاع الزراعي .

## ثانيا : الدراسات الاجنبية :

### ١- دراسة (Al-shehan and Assbeiha، 2021) بعنوان :

### "An Investigation of the Impact of Social Media on Construction Project Management"

**"تحقيق في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على إدارة مشروعات البناء "**

هدفت هذه الدراسة لاستكشاف إمكانات وسائل التواصل الاجتماعي لبناء إدارة المشروع وفهم بعض الصعوبات التي تنشأ عند تنفيذ وسائل التواصل الاجتماعي و لهذا الغرض تم استخدام استبيان مكون من (12)سؤالًا و(20)عنصرًا وحيث تم توزيع الاستبيانات على شكل نسخة إلكترونية على عينة من (400) مهندس يعملون في مجال البناء،سواء في القطاع الخاص أو في القطاع العام في الأردن، حيث بلغ عدد المشاركين الذين قالوا إنهم يطبقون أدوات التواصل الاجتماعي في مشاريعهم (375)مشاركًا،بينما (43)مشاركًا تم إقصاؤهم لأنهم لا يطبقون أدوات وسائل التواصل الاجتماعي في عملهم ،أشارت النتائج إلى وجود تأثير إيجابي من وسائل التواصل الاجتماعي على إدارة المشروع وفريق المشروع في مشاريع البناء وخاصة في تقليل الوقت وكما كشفت الدراسة عن الصعوبات الحالية التي تنشأ من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المشاريع. كما خلصت الدراسة إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المشروع أمرًا في غاية الأهمية لتنظيم مشروع الإدارة مؤخراً.

### ٢- دراسة (Amade 2016 ) بعنوان :

### "THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA IN ACHIEVING EFFECTIVE COMMUNICATION IN CONSTRUCTION PROJECT DELIVERY

**"تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق فعالية التواصل في تسليم المشاريع الإنشائية "**

هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق التواصل الفعال في تسليم مشروع البناء في نيجيريا. بإستخدام أسلوب أخذ عينات عشوائية بسيطة، تم الحصول على استجابات من (221) موقعاً إنشائياً يمثلون( 74٪)من المستجيبين تم تحليلهم بإستخدام الإحصاء الاستدلالي عبر وسائل تقنية نمذجة المربعات الصغرى الجزئية (PLS).تشير النتائج

إلى أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي في التواصل الفعال في تسليم مشروع البناء. توصي الدراسة أنه يجب على المتخصصين تحقيق المزيد من الجهد المبذول في نشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحديداً أدوات وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال كل ما لديهم من معلومات إدارة المشروع والتسليمات على الإنترنت في الوقت الحقيقي.
لذلك ستركز الدراسة الحالية على تناول موضوع أثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية دراسة تطبيقية على بعض المشروعات .

## مشكلة البحث :

بعد القيام بدراسة استطلاعية أولية لإبراز أسباب المشكلة مع إجراء عينة ميسرة من قبل أصحاب المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في سورية تظهر المشكلة من خلال:
عدم الإلمام الكافي من قبل أصحاب المشروعات في إمكانية وكيفية استغلال وتوظيف إمكانيات وسائل التواصل الاجتماعي،وأيضا منهم من يعتمد على الإعلانات التقليدية والبسيطة عن مشروعاتهم، والبعض الآخر من كان يحتاج إلى توعية وتفهم بكيفية تصميم مادة إعلانية وإلى ذلك ما هي نوع الوسيلة المناسبة لمشروعه.
ومن هنا يظهر التساؤل الرئيسي الآتي: ما أثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في سورية.

### ويتفرع من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

١- ما أثر نوع وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر ؟
٢- ما أثر إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر؟
٣- ما أثر مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر؟

## أهمية الدراسة:

تقسم إلى أهمية عملية وأهمية علمية:

١- الأهمية العلمية: تظهر من خلال أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وكذلك فهم محتوى ومضمون هذا المفهوم الحديث، ومن ناحية آخرى تظهر اهميتها من خلال موضوع اعلانات وسائل التواصل الاجتماعي.

٢ - الأهمية العملية: تظهر في كونها ممكن أن تساعد أصحاب المشروعات الصغيرة في توظيف إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي لخدمة مشروعاتهم وأنشطتهم. فالدراسة الحالية تتضح اهميتها من كونها توفر رؤية عملية عن أبعاد ومعايير الكفاءة والفاعلية التي تستند عليها المشروعات الصغيرة ومن ثم العمل على توفيرها وتحقيقها كي تستمر مشروعاتهم بنجاح.

## أهداف الدراسة:

تهدف إلى دراسة أثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغرفي سورية ويتفرع عنها الأهداف التالية :

١- دراسة أثر نوع وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.
٢- دراسة اثر إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.
٣- دراسة أثر مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.

## فرضيات الدراسة:

١- الفرضية الرئيسية "لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لوسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر"

ويتفرع عنه الفرضيات الفرعية الأتية:

أ- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لنوع وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.
ب- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.

ت- لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لمضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.

٢- لا يوجد فروق ذات دلالة معنوية في كفاءة المشروعات تُعزى لمتغيرات المشروع .

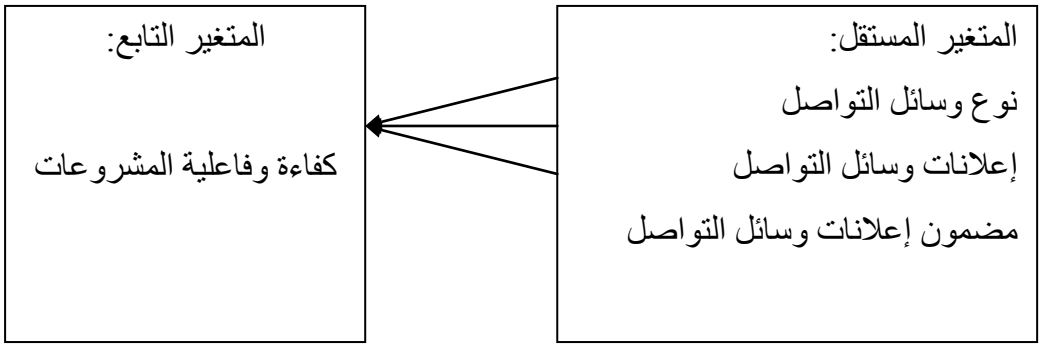
أ- لا يوجد فروق ذات دلالة معنوية في كفاءة المشروعات تُعزى لمتغير نوع المشروع .

ب- لا يوجد فروق ذات دلالة معنوية في كفاءة المشروعات تُعزى لمتغير فئة المشروع .

ت- لا يوجد فروق ذات دلالة معنوية في كفاءة المشروعات تُعزى لمتغير عمر المشروع .

**نموذج الدراسة**: وهما المتغير المستقل والمتغير التابع :

الجدول يبن المتغير المستقل والمتغير التابع :




المصدر: إعداد الباحث.

## منهجية الدراسة:

تم اتباع المنهج الوصفي من أجل اختبار الأثر لإعلانات وسائل التواصل الإجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في سورية.

حيث استخدمت الدراسة عينة ميسرة من أصحاب المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في مدينة ريف دمشق من خلال تصميم الاستبانة بشكل الكتروني وتوزيعها على العينة من خلال الروابط الخاصة بذلك.

## حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: تبدأ من الشهر السابع وحتى الشهر الحادي العاشر من عام ٢٠٢١.

الحدود المكانية: المشاريع المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر في مدينة ريف دمشق.

الحدود البشرية: أصحاب المشاريع المتوسطة ومتناهية الصغر في مدينة ريف دمشق.

## مصطلحات البحث والتعاريف الاجرائية :

### ١- مواقع التواصل الاجتماعي:

لوسائل التواصل الاجتماعي تعريفات عديدة، إلا أن جميع وسائل التواصل الاجتماعي في مفهومها الأساسي هي منصات على الإنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، فضلا عن التواصل عن المستخدمين ومن ثم فوسائل التواصل الاجتماعي ليست كوسائل الإعلام التي لا تخرج إلا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت، وإنما هي وسائل للتواصل عبر منصات صممت خصيصآ لتتيح للمستخدمين إيجاد (إنتاج) المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومع مصدرها . وفيما تعتمد وسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت كوسيط، فإنه من المهم أن نشير إلى أن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي لا ينطبق على جميع المواقع أو المنصات على شبكة الإنترنت. فبعض المواقع الإلكترونية لا تكفل إمكانية التفاعل مع الجمهو،بينما لا تسمح مواقع أخرى للمستخدمين إلا بأن ينشروا تعليقاتهم،ردآ على محتوى بعينه منشور على الموقع، كمشاركات في مناقشة (سلسلة نقاش) يديرها الموقع ويشرف عليها. وفيما قد تكفل سلاسل النقاش قدرآ من التفاعل مع المصدر فإنها لا تعتبر من منصات التواصل الاجتماعي في سياق هذا الدليل. (دليل علمي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية).

### ٢- المشروع:

هو مسعى مؤقت وفريد من نوعه لتصنيع سلعة أو تقديم خدمة أو الوصول إلى نتيجة معينة، حيث يكون للمشروع نقطة بداية ونقطة نهاية يصل إليها المشروع عند تحقيق أهدافه أو عند إيقافه نتيجة الوصول لقناعة أن أهدافه لا يمكن تتحقق أو أن الغاية من هذا المشروع لم تعد موجودة. (معهد إدارة المشروعات).

### ٣- الكفاءة:

هي مقياس لكيفية استخدام المدير للموارد بشكل ملائم واقتصادي لتحقيق الأهداف.
تحقق المنظمات الكفاءة عندما يسعى المدير إلى تخفيض مساهمة المدخلات في عملية الإنتاج (مثل: حجم العمل، المواد الأولية، الأجزاء الأخرى الرئيسية في المنتج)، أوعندما يسعى إلى تخفيض الوقت اللازم للإنتاج.

هنا يقع على عاتق المديرين مسؤولية التأكد من أن المنظمة وأعضائها يعملون بكفاءة لإنتاج السلع أو الخدمات بما يتوافق مع احتياجات العميل. (الفراج ،2016، ص12).

**٤- الفاعلية:**

الفاعلية هي مقياس لمدى اختيار المديرين للأهداف بشكل صحيح ومتابعة تحقيقها والقدرة على إنجازها كما هو محدد ومطلوب،وتكون المنظمة فاعلة عندما يختار المديرين أهدافاً ملائمة ثم يعملون على تحقيقها وإنجازها بالشكل المطلوب.

وبالتالي فإن المدير الفاعل هو الذي يختار أهدافاً تنظيمية صحيحة ومتابعتها وإنجازها وليتحقق ذلك فلابد من أن يمتلك المهارات اللازمة لإستخدام الموارد المتاحة بكفاءة. (الفراج، 2016، ص12).

# الفصل الثاني

# الإطار النظري للدراسة

## اولاً : شبكات التواصل الاجتماعي :

### ١- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي :

في ظل التطور الهائل في مجال المعلومات وتكنولوجيا الاتصال استطاعت التكنولوجيا إسقاط الحواجز والحدود بين الدول واحتلت الثورة المعلوماتية والتقنية الصدارة ومثلت نقلة نوعية في مجال التطور البشري،حيث ازدادت في العقد الحالي الأهمية العظمى لتكنولوجيا المعلومات كونها أمتزجت في جميع نواحي الحياة لاسيما امتزاجها بالإعلام وانبثاق عصر جديد أطلق عليه عصر الاتصال الرقمي والذي أحدث تغيير في الواقع السياسي العالمي والأخص في منطقة الشرق الآوسط حيث أدى إلى تغييرات هامة في المنطقة،وأصبحنا أمام واقع يفرض نفسه على الجميع. صحيح أننا مطالبون في ظل هذا الواقع بألا نذوب فيه ولكن ليس أمامنا بديل عن التعامل معه والاجتهاد في تطويعه وعلينا أن نعترف أن هناك واقعا إعالميا جديدا فرض نفسه على الساحة الإعلامية منذ تسعينيات القرن الماضي وهو بروز ظاهرة الإنترنت وطغيان الصحف الإلكترونية عليها الأمر الذي أدى إلى سيادة حقبة اتصالية جديدة غيرت كثيرا من المفاهيم الإعلامية التي استقرت على مدار سنوات عديدة،بينما على الصعيد السياسي والاجتماعي أصبحت أنجازات ثورة تكنولوجيا الاتصالات هامة من خلال مساهمتها بقدر كبير من التطور في سرعة تمكين الشعوب من تحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي بين أبناء الوطن الواحد داخل وخارج الدولة .(الدليمي ،2011 ) .

وتشّكل التكنولوجيا الحديثة في أهم جوانبها حصيلة مهمة من المعارف المنظمة التي تتصل بالميادين والإكتشافات والإختراعات وخاصة في حقول الاتصال ووسائله المختلفة،حيث ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على الأنترنت في تبادل الاراء والافكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا،كونها ساحات مفتوحة للحوار حيث تتنوع هذه المنتديات والشبكات بصورة ملحوظة،والتي تعبر بشكل واضح عن الأسلوب الذي اختارته المجتمعات في التعامل مع محيطها للاستمرار في الحياة وبلوغ التقدم المنشود،وفي الوقت الذي يشهد فيه العصر تحديات سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية أصبحت تلك المواقع تسيطر على أوقات وأفكار الشباب بشكل خاص فأصبحوا يقضون أغلب أوقاتهم وراء شاشات الكمبيوتر بإستخدام هذه المواقع لأغراض تختلف باختلاف احتياجاتهم في حياتهم اليومية لترسم بترددداتها إيقاع يومهم وبهذا فهي أصبحت شديدة الاتصاق بهم أو بالتعبير الأدق أصبح الشباب شديدو الاتصاق بها والتماهي مع وسائلها المتعددة( عبد العزيز ،2012 ).

ولعل من أهم هذه التقينات هو ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي التي شهدت انتشاراً واسعاً خلال السنوات الأخيرة **،ويبقى السؤال هنا إماذا نعني بشبكات التواصل الاجتماعي ؟**

**لذا تم استعراض أراء مجموعة من الإدبيات للإجابة على هذا التساؤل :**

عرف (راضي ،2003) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها منظومة إلكترونية اجتماعية تتيح للمستخدم إنشاء موقع شخصي وربطه مع مواقع اشخاص آخرين لديهم ذات الاهتمامات والهوايات نفسها .

ويرى (الحجي والبوسعيدي،2017) : أن شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى جمع المستخدمين في فئات حسب الاهتمامات المهنية والاجتماعية ، ويمكن من خلالها إقامة العلاقات والصداقات بين المستخدمين،فضلاً عن تمكين العاملين من مختلف التخصصات في تبادل الخبرات والمشاركة في حل المشكلات التي تواجههم،كما استخدمت بشكل واسع في تسويق المنتجات والخدمات لغرض الوصول إلى اكبر قدر ممكن من المستخدمين .

وعرفها ( صادق ،2018 ) : بأنها مواقع الكترونية اجتماعية على الأنترنت تمثل الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أوالبديل والتي تتيح لكل من الأفراد أو الجماعات بالتواصل فيما بينهم عبر الفضاء الرقمي .

**خدمات وخصائص الشبكات الاجتماعية :**

بين خالد غسان المقدادي (2013،ص 26) بعضاً من خصائص الشبكات الاجتماعية بما يلي :

**١- المحادثة :**

وهي إتاحة التحادث في أتجاهين أو أكثر للتفاعل مع الحدث أو المعلومة والخبر والتشارك في نقل المعلومات والأفكار والأراء بين المتصلين وهي من أسهل المهارات الاجتماعية التي يستخدمها الأشخاص في التعلم من بعضهم البعض .

**٢- الترابط :**

هو عملية تفاعلية متبادلة ومقياس لكيفية ترابط الأشخاص وتفاعلهم مع بعضهم البعض حيث يكون ترابط الشبكات الاجتماعية مع بعضها البعض عبر وصلات وروابط وصفحات توفرها المواقع فيما بينها للتواصل الاجتماعي وذلك لإتاحة نقل الإخبار عبر المجموعات مما يؤدي في عملية الأسراع في انتقال المعلومات .

**٣- الصفحات** : هي وثيقة أو مورد للمعلومات التي تكون مناسبة وتوفرإمكانية توجية معلومات أو فعاليات لمجموعة من القراء أو التجار أو الزبائن تحدد من قبلهم يتم من خلالها وضع معلومات عن المنتج أو شخصية أو خدمة أوغير ذلك .

**٤- المجموعات :**

وهي مجموعة من العناصر المترابطة والتي تقوم بإنشاء مجموعة خاصة من المهتمين تحت مسمى وأهداف معينة .

**٥- الصور :**

وهي إمكانية أنشاء عدد غير محدود من البومات الصور ورفع ملايين الصور فيها وإتاحة مشاركتها مع الغير والتعليق عليها .

**٦- إرسال الرسائل :**

وهي معلومات أو طلب معين نقوم بإرساله إتاحة لأشخاص داخل أو خارج المجموعات .

**٧- الأصدقاء والعلاقات :**

وهم مجموعات يتم التعارف فيما بينهم لغرض معين وتقوم الشبكات الاجتماعية الخاصة بأطلاق مسمى صديق على الشخص المضاف للقائمة التي تحوي الأصدقاء .

**٨- الملفات الشخصية :**

أو الصفحات الشخصية وهي مجموعة من المعلومات أو البيانات العامة المرتبطة بصاحب هذا الملف وفيها معلوماته الشخصية : الجنس وتاريخ الميلاد..

## اشهر مواقع التواصل الاجتماعي :

### ١- Face book :

موقع خاص بشبكات التواصل الكتروني حيث تم إصداره لأول مرة في عام 2004 ، وحقق الموقع انتشاراً كبيراً جداً في بداية أطلاقه ونال إعجاب الملايين من الناس حول الكرة الارضية وخاصة الشباب منهم،وأصبح الفيس أحد أهم العلامات التجارية المتواجدة حالياً والتي تساعد الآخرين في التواصل مع بعضهم البعض بكل سهولة،ويسمح لمستخدميه من الأشخاص والشركات والأفراد والمجموعات العاديين والاعتباريين أبراز ما يريدون عبر أدوات الموقع للتواصل مع الآخرين ضمن نطاق ذلك الموقع ،وكما يهدف هذا الموقع إلى تكوين صداقات للمستخدمين عبره حيث يتم تبادل المعلومات والأخبار والصور والملفات ومقاطع الفيديو فيما بينهم بالإضافة إلى الدرشة والتعليق عليها وبالمجمل يمكن القول أن هذا الموقع يقدم خدمات أساسية لمستخدميه تتمثل في مجموعة من الخدمات ولعل أهمها تسهيل عملية التواصل مع الأخرين في أي وقت أي مكان وإنشاء المجموعات التعليمية ومتابعة أخبار البلدان من خلال الجرائد الصحافية الإلكترونية وغيرها الكثير من الخدمات .(شعشوع . 2014).

**٢- Twitter :**

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال (تغريدات ) رسائل نصية قصيرة لا تتعدى( 140) حرفآ للرسالة الواحدة،أشتر وذاع صيته في جميع بلدان العالم حيث تم تأسيس موقعه في شهر مارس عام 2006 كمشروع تطوير بحثي،وقد أطلق فعلياً في تموز من نفس العام حيث كان واحدآ من ضمن قائمة أكثر المواقع زيارة في العالم .( المطيري ، 2015 ) .

**٣- You tube :**

هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً ومشاهدتها عبر البث الحي ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك،حيث تم تأسيس هذا الموقع في 14فبراير سنة 2005 من قبل ثلاثة متخصصين في التجارة الإلكترونية ،ويتضمن الموقع أنواعآ لا حصر لها من كلبيات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو، ولقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعآ رئيسياً للفنانين والسياسيين وللهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بهم وبمنتجاتهم للعامة ومجاناً (شقرة ، 2014 ) .

## ثانيا : المشروعات الصغيرة والمتوسطة :

### تمهيد:

تمثل المشروعات الصغيرة والمتوسطة مكانة مهمة في اقتصادات الدول النامية،ومع مطلع القرن الحالي،حدث تحول مهم في مجال الاستثمارات وبدأ الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نظراً للدخل الذي تساهم به في الدخل القومي ،حيث آثبتت ذلك معظم التجارب والدارسات التي ظهرت في بعض المجتمعات،والتي آبرزت أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة ومدى مساهمتها الفعالة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية،بالإضافة إلى قيامها بنشاط تصديري فاعل عبر الولوج للأسواق الإقليمية والدولية بعد أن أصبحت قادرة على تقديم منتجات متميزة من حيث النوع والسعر .

وبذلك تعتبر حجر الزاوية في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية،ويعود ذلك لمردودها الاقتصادي الإيجابي على الاقتصاد الوطني من حيث دورها الرائد في توفير فرص عمل جديدة ،وتحقيق زيادة متنامية في حجم الاستثمار .

## 1-مفهوم المشروع الصغير والمتوسط :

في الحقيقة ليس هناك إجماع عام خاصة بالمفهوم الأكـاديمي حـول تعريـف المـشروع الـصغير والمشروع المتوسط ،حيث يختلف هذا المفهوم من دولة إلى أخرى وذلك باختلاف المعايير التي تستند اليها كل دولة في تعريف المشروعات وذلك من خلال طبيعة النشاط والمجال الذي تعمل فيه فعلا سبيل المثال:المشروعات التي تعمل في مجال الصناعة تختلف عن التي تعمل في الزراعة أوتلك التي تعمل في مجال تقديم الخدمات،ولاسيما أن هناك مجموعة مؤشرات التي يعتمد عليها في تحديد تلك المشاريع مثل :

- ❖ عدد العمال في المشروع .
- ❖ حجم رأس المال المستثمر في المشروع.
- ❖ التكنولوجيا المستخدمة في المشروع.
- ❖ حجم المبيعات .
- ❖ حصة المنشأة في السوق .
- ❖ حجم الآرباح التي تحققه المنشأة الصغيرة .

وفي مجمل الأحوال يختلف الأمر بين دولة وأخرى.ففي بريطانيا مثلاً يختلف الأمر حسب القطاعـا،فقد يكون مشروع ما في قطاع الصناعات الكيماوية صغير الحجم إلا أنه في الصناعات الهندسية ليس كذلك في حال استخدام ذات المعيار.

في حين وضعت لجنة التنمية الاقتصادية الأمريكية مجموعة من الصفات للمشروع الصغير هي:

- ❖ استقلالية إدارة المشروع وترتبط بصاحب المشروع فقط .
- ❖ ملكية المشروع لفرد واحد أو مجموعة قليلة من الأفراد.
- ❖ محدودية المنطقة التي يمارس المشروع عمله فيها .
- ❖ محدودية حجم المشروع نسبة للقطاع الذي يعمل فيه.(بيان ،2006،ع2).

وعرف المشروع الصغير في اليابان بأنه :أي مشروع عدد العاملين فيه لا يقل عن 300 عامل وعـن 100 عامل إذا كان المشروع في قاع الخدمات .( White Paper on Small and Medium Enterprises in Japan, 2001)

وفي تايوان :عرف المشروع الصغير بأنه: أي مشروع رأسماله لا يقل عن 80مليون دولار تـايواني إذا كان المشروع في قطاع الصناعة أو الإنشاءات أو التعدين،أو أي مشروع إيراداته تقل عن 100مليون دولار تايواني .( White Paper on Small and Medium Enterprises in Taiwan,2003 ) .

وعرف المشروع الصغير في الدول الأوروبية بأنه :أي مشروع يقل عدد العاملين فيه عن 250 عاملا. (Countries Observatory of Europe SMEs in Europe, including a First Glance at Candidate ) .SMEs, No.2, 222

أما في الدول النامية فهناك اختلافات واضحة في تعريف المشروع الصغير والمتوسط ،وغالباً ما يرتبط ذلك في طبيعة النظام الاقتصادي السائد فضلاً عن مستوى النمو الاقتصادي في البلد .

ففي أندونيسيا مثلاً يعد المشروع صغيراً عندما يكون عدد العاملين فيه يتراوح بين 5-9 عاملاً، في حين في الأردن يعد المشروع صغيراً عندما لا يتجاوز عدد العاملين فيه أربعة أشخاص.

أما في سورية فقد حدد القانون القرار ٣٥/م.و لعام ٢٠١٧ المتضمن الحدود الدنيا والقصوى لحجم كل نوع من أنواع المشروعات الصغيرة والمتوسطة،بأنها تلك التي يعمل بها تسعة أشخاص أو أقل في حين المشروعات المتوسطة هي تلك التي يتراوح عدد العاملين فيها بين 10-30عاملاً. وما عدا ذلك فهو في عداد المشاريع الكبيرة .

بينما في لبنان فإن حجم المنشآت بناء على معيار عدد العاملين تعد منشأة حرفية تلك التي يعمل فيها خمسة عاملين أو أقل،وتعد منشأة صغيرة التي يعمل فيها بين خمسة إلى تسعة أفراد،أما المتوسطة فهي التي يعمل فيها عدد العاملين يتراوح بين عشرة إلى تسعة وتسعين عاملاً. وما عدا ذلك فهي منشآت كبيرة.

## ٢- أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة :

الميزة الرئيسية لهذه المشروعات هي انتشارها الجغرافي الواسع وخاصة في المناطق الريفية الأمر الذي يدل على عدم حاجة هذه المشاريع لوجود بنية تحتية متكاملة وإنما تستفيد من الإمكانات المتوافرة في تلك المناطق التي تنشأ فيها ،غير إن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تنشط في معظم القطاعات الاقتصادية على الرغم من الاختلافات في كثافة هذه النشاطات بين قطاع وآخر.إلا أننا نلحظ بأنها تنشط في كل من :

القطاع التجاري - القطاع الصناعي - القطاع الزراعي، ويشمل :

❖ الإنتاج الحيواني: تربية المواشي، الدواجن، النحل، الطيور – ...

❖ التصنيع الزراعي: أي كل ما يتعلق بإخضاع المنتجات الزراعية للمعالجة الصناعية كالعصائر والأغذية..الخ

*البناء والإنشاء.

* تصنيع التقانات والأدوات.

لا شك أن للمشروعات الصغيرة أهمية بالغة في دعم الاقتصاد الوطني،كوسيلة فعالة لزيادة الانتاج وتخصيص التكاليف والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبشرية،لكن لا يكمن تجاهل دور المشروعات الصغيرة ومدى مساهمتها بصرف النظر عن درجة تقدمها وخاصة الدور الذي تلعبه في خلق فرص العمل ومساهمتها أيضا بالناتج القومي الإجمالي،وأكبر مثال على ذلك ما تحقق في اليابان وتايوان وكوريا وغيرها من الدول التي استطاعت أن تحقق نمواً اقتصادياً كبيراً، وثورة حضارية يشهد لها التاريخ وبزمن قياسي. (حرب ،2006 ،ع 2 مج 22 ) .

**ويمكننا تلخيص أهمية المشروعات الصغيرة بما يأتي :** (حرب،2006،ع2).

تتزايد وتتعاظم أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر فى الدول النامية والمتقدمة، لما أثبتته معدلات النمو المرتفعه الحاليه والمحتمله لهذه المشروعات:

1- يعد إنشاء المشروعات الصغيرة وسيلة ناجحة لتوليد الدخل للعاملين فيها.

2- تعد من أفضل الطرق للحد من مشكلة البطالة، فهي مشروعات كثيفة العمالة بسبب صغر رأس المال المتاح مما يدفعها لاستخدام فنون إنتاجية مكثفه للعمل من خلال توفير فرص عمل، وبكلفة أقل من كلفة توفيرها في المشروعات الكبيرة والمؤسسات الحكومية .

3 - للمشروعات الصغيرة قدرة على إنتاج سلع وخدمات قابلة للتصدير، ولديها أيضاً قدرة علـى إنتاج سلع وخدمات بديلة عن لتلك المستوردة.

4- تقوم المشروعات الصغيرة بدور أساسي في دعم ورفع الكفاءة الانتاجيه للمشروعات الكبيرة وذلك من خلال أعداد العمالة الماهره وخفض تكاليف الانتاج وزياده القيمة المضافة في السلع والخدمات .

5-تصلح أن تتكامل مع المشروعات الكبيرة من خلال توفير بعض الخدمات لها بكلفة منخفضة نظرا لأن هذه المشروعات تتميز بانخفاض رأس المال مقارنه مع المشروعات الكبيرة .

6-أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة غالباً ما تكون كفاءته الإداريه والتنظيميه محدوده لصغر حجم الانتاج، وتتميز بكفاءتها في استخدام الموارد الأولية والخامات المتاحة خصوصاً في البلدان التي تتوافر فيها مثل هذه الموارد.

7- تشكل بيئة مناسبة للابتكار والإبداع خاصة في قطـاع الـصناعة.

8- تسهم بشكل فاعل في رفع الناتج الإجمالي،وبدور هام في تنمية الصادرات وتخفيف العجز في ميزان المدفوعات.

9- خلق مجتمع منتج من الشباب وإتاحة المجال أمامه لتحقيق دخول مرتفعة مقارنة مع الوظائف الحكومية.

10- تسهم في التخفيف من حدة التضخم من خلال توظيف الأموال المعطلة واستخدامها في عمليـة الإنتاج وتوليد الدخل.

11- تحقيق العدالة في التنمية الاجتماعية وتسهم في التخفيف من الأوبئة الاجتماعية وأنتشار الجريمة والانحرافات المسلكية

12- تساعد على تشغيل المدخرات الشخصية لأصحابها مما يشكل دعماً للاقتصاد الوطني .

13- تساعد في إكساب العاملين فيها مهارات بمختلف المجالات قد تساعدهم على الانتقال إلى وظائف أفضل والبدء بمشروعات صغيرة جديدة خاصة بهم .

## ٣- خصائص ومميزات المشروعات الصغيرة والمتوسطة :

تتميز هذه المشروعات الصغيرة والمتوسطة بعدة خصائص إيجابية تكمن من تحقيق مزايا تنافسية مقارنة بالمشروعات الكبيرة،غير إن لها خصائص سلبية لا يمكن إغفالها ونذكر منها ما يلي :

## **الخصائص الإيجابية للمشروعات الصغيرة والمتو سطة :

- **سهولة التأسيس:**

حيث يمكن لأي شخص عادي وحتى لم يكن يملك مؤهلات علمية أن يقيم مشروعا خاصا به إذ أن تأسيس مشروع صغير أو متوسط سيكون أيسر من إنشاء مشروع كبير،فهي لا تتطلب رؤوس أموال كبيرة لإنشائها،كما أنها تتميز ببساطة الإجراءات الإدارية المرتبطة بتأسيسها والتمويل غالبا ما يكون محليا وتعتمد على مستلزمات إنتاجية محلية أيضا لا تتطلب استيرادها في الكثير من الأحيان (برنوطي ،2005،ص7 ).

- **الاستقلالية والسهولة في الإدارة وبساطة الهيكل التنظيمي**:

يجب أن يكون مدير المشروع على ثقة باستقلالية وأدارته وقدرته على أتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب ،لذلك تتصف المشروعات الصغيرة والمتوسطة بسيطرة نمط الملكية الفردية أو العائلية،ويترتب عن ذلك ارتباط الإدارة ارتباطا وثيقا بالملكية، مما يكسبها المرونة والسرعة في إتخاذ القرارات،هذا ما يمنحها صفة الاستقلالية في الإدارة،كما يتميز الهيكل التنظيمي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة بالبساطة وبمستوى تعقيد أقل مما هو عليه في المشروعات الكبيرة ، لذلك تتسم فيها الإدارة بالمرونة والسهولة في إتخاذ القرار. (جميعي، 2011،ص42)

.

- **المرونة الكبيرة :**

أن إدارة المشاريع تتميز بكونها أكثر مرونة في جانب تغير نطاق العمل بما يناسب المرحلة التي يمر بها المشروع ،ولهذا تتميز المشروعات الصغيرة والمتوسطة بدرجة عالية من المرونة في مختلف النواحي المتعلقة بنشاطها كما لديها القدرة على التكيف مع مختلف التغيرات التي قد تحدث داخلها أو خارجها، مع العلم إن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تشغل عدد قليل من العمال، مما يجعلها تمتلك تنظيم بسيط مما يساعدها على سرعة التكيف (حداد 2006، ص3) .

- **مركز للتدريب الذاتي**:

للتدريب أثر فاعل على نمو وربحية المشروعات الصغيرة من خلال دور التدريب في تطوير مهارات وقدارت أصحاب المشروعات الصغيرة والعاملين فيها،وهذا ما يساعدهم على اكتساب المزيد من المعلومات والمعرفة،وهو الأمر الذي ينمي قدراتهم ويوسع نطاق فرص العمل المتاحة لهم (اسماعيل،عبد القادر،2005 ،ص5) .

- **القدرة على جلب المدخرات**:

لا تواجه هذه المشاريع صعوبات كبيرة في توفير الأموال اللازمة،سواء من القطاع المصرفي أو من أفراد الأسرة،وذلك لقلة مخاطر الاستثمار وصغر حجم رأس المال المطلوب لإقامتها.(جواد ،2007ص86 ) .

****الخصائص السلبية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة :**

بالإضافة للخصائص الإيجابية التي تتميز بها المشروعات الصغيرة والمتوسطة،هنالك جملة من الخصائص السلبية نذكر منها :

- **معدلات الفشل العالية :**

عدم وجود استراتيجية واضحة يستهدي بها في إتخاذ القرارات وذلك لاعتماد أصحاب المشاريع بعدم ضروريتها، لذلك نجد من الخصائص السلبية لهذه المشاريع هو أنها أكثر عرضة لتهديد الفشل والموت أو التصفية من قبل المشاريع الكبيرة ،لكن وجود التخطيط الاستراتيجي يعني تمكين صاحب المشروع من تقدير إمكانيات عمله ومعرفة ما الذي يرغب به المستهلك وما الذي يمكن المستهلك من شرائه،فحسب الدارسات السابقة التي أجريت في الدول المتقدمة تبين أنه من كل 1000 مشروع صغير يقام 50%منه لا يدوم لإكثر من سنة ونصف ، وأن 20%منه يبقى لأكثر من 10 سنوات (برنوطي،ص 82 ).

- **نقص الخبرات الذاتية اللازمة :**

يجب أن تتوفر الخبرة الكافية لدى أصحاب المشروعات،حيث يشكل نقصها السبب الرئيسي لفشل هذه المشاريع،لان هذه الخبرة هي الحد الفاصل بين النجاح والفشل في المشروع ،على عكس المشاريع الكبيرة التي تتوفر على خبرات متنوعة يتم تعيينها في مجالات العمل المختلفة يسودها جو من التنسيق وهذا ما تفتقده المشروعات الصغيرة والمتوسطة،حيث يصعب على صاحب العمل الإلمام بالخبرات المتعلقة بتسيير كافة الوظائف المتعددة للمشروع .(برنوطي ،ص 82) .

- **انخفاض استخدام التكنولوجيا :**

تبرهن أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تعيش وتنمو باستعمال تكنولوجيا قليلة،تناسب ظروفها المحلية ونقصد بذلك أنها لا تتطلب تكنولوجيا معقدة أو مستورة ولا مستوى عالي من الموارد البشرية المؤهلة،لذلك تتميز بمهارتها باستخدام الخامات والمنتجات المحلية بما يعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني (نصر،2002،ع 41-42) .

- **انخفاض القدرة الذاتية على التوسع والتطور والتحديث :**

تدني قدراتها الذاتية على التطور والتوسع نظراً لإهمال جوانب البحث والتطوير وعدم الإقتناع بأهميتها وضرورتها،ونظرا لإنخفاض طاقتها الإنتاجية وزيادة مسؤوليتها باستمرار ومتطلباتها المالية والفنية وازياد وتيرة وسرعة التقدم والتطور التكنولوجي،مما يعطل قدرتها والتوسع والتطور والتحديث (جميعي،ص 54 ) .

## ٤- تصنيف المشروعات الصغيرة والمتوسطة :

فيكون التصنيف هنا وفق معايير مختلفة كمعيار الهدف أو نوع النشاط أو حجم المؤسسة ويكون التقسيم كما يلي:( عباس محمد الهادي، 1999،ع 11) .

## اولاً: التصنيف الأول :

**أ- المشروعات الصغيرة والمتوسطة التقليدية :**

حيث تتميز هذه المشروعات بضعف اقتصادات الحجم بمعنى أن العمالة لا تتميز (بالكفاءة ، وأنتاجية منخفضة البيع،إلى جانب أسواق قليلة وتعاقدات ضيقة ) .

**ب- المشروعات الصغيرة والمتوسطة الناتجة عن البيئة السوقية :**

وتتميز بالفاعلية والبحث عن الفرص المتاحة في الأسواق المحلية والخارجية والتزامها بالمرونة كما نجد بها عمالة كفاءة .

**ج- المشروعات الصغيرة والمتوسطة الرائدة :**

تتميز برجال أعمال مغامرين وأصحاب تأهيل حيث يمارسون نشاطات اقتصادية جديدة مع استثمار في القوى البشرية،بالإضافة إلى الإستعانة ببرامج تمويلية والمجازفة في توظيف روؤس الأموال .

## ثانياً :التصنيف الثاني :

**أ- مشروعات آنتاجية :**

أساسها التحويل،بمعنى تحويل مادة خام إلى منتج نهائي أو وسيط والقيمة المضافة،بمعنى زيادة قيمة المخرجات (الناتج )عن المدخلات (عناصر الإنتاج ) والتماثل بمعنى تطابق كل مواصفات وحدات المنتج .

**ب- مشروعات خدمية :**

أساسها القيام نيابة عن العميل بخدمة كان سيقوم بها بنفسه أو لا يستطيع القيام بها بنفسه .

**ج – مشروعات تجارية :**

أساسها شراء وبيع وتوزيع سلعة مصنعة أو عدة سلع مختلفة،وإعادة استثمار الربح .

وأيا كان نوع المشروعات الصغيرة أو مجال نشاطها فإنها جميعا تشترك في عناصر ومكونات واحدة .

## ثالثا: التصنيف الثالث :

**أ- مشروعات صغيرة :**

لها مكان ثابث ورأسمال وعمالة في حدود 5افراد .

**ب – مشروعات صغيرة جداً :**

لها مكان ثابث ورأسمال وعمالة في حدود فردين.

**ج – مشروعات مناهية الصغر :**

ليس لها مكان ثابت في أغلب الآحوال ويقوم بها فرد واحد هو صاحب المشروع .

## رابعآ: التصنيف الرابع :

يتمثل في مشروعات المجال الصناعي ، الزراعي والخدمي والتربوي .ويمكن تقسيم المشروع الصغير إلى عدة عناصر وهي :

**أ- الالآت والتجهيزات :**

وهي كل ما يلزم الإنتاج السلعة أو الخدمة .

**ب- العمالة :**

كل الأفراد اللازمين لتشغيل المشروع .

**ج- الإدارة :**

وهي المسؤولة عن إحداث التشغيل الأمثل للمشروع وتحقيق أهدافه وهي جزء من العمالة .

**ك- التكنولوجيا :**

هي طريقة وأسلوب عناصر الإنتاج .

**و- الرأسمال :**

ويعني كل المبالغ النقدية اللازمة لإقامة المشروع ،أو المال اللازم لتجميع عوامل الإنتاج .

## ثالثا :الكفاءة :

**مفهوم الكفاءة :**

يقصد بالكفاءة الاستخدام الرشيد للموارد المتاحة والذي يحقق أقل مستوى للتكلفة دون التضحية بجودة مخرجات المؤسسة وهو ما يعرف بكفاءة التكلفة أي قدرة المؤسسة على تخفيض نفقاتها من أجل حجم معين من المخرجات،وذلك من أجل تحقيق مستوى أو حجم معين من أفضل النواتج وبأقل التكاليف،وإنها أحد أهم المقاييس الخاصة لأي مؤسسة لتحقيق أهدافها،وتعتبر الكفاءة الاستغلال العقلاني والاقتصادي والأمثل لكافة موارد المؤسسة والفعالية هي مدى تحقيق المؤسسة لأهدافها بأقل تكلفة وأقل وقت ممكن ويوجد ارتباط وثيق بين الكفاءة والفعالية.(إدريس، 2006).

**خصائص الكفاءة:**

**يوجد العديد من المُميِّزات والخصائص التي بواسطتها ومن خلالها سوف تساهم في التعرُّف على الكفاءة، ومن أهم خصائص الكفاءة ما يلي :**

١- أن تكون ذات الهدف المحدد : حيث أن الكفاءة تهدف دائماً إلى تحقيق غاية معينة ،أو تنفيذ نشاط معين،وإنجاز الأهداف المحددة،فالشخص يكون كفؤ إذا استطاع تأدية هذا النشاط بصفة كاملة وذلك من خلال استثمار كافة المعارف المختلفة من أجل تحقيق هذا الهدف بشكل كامل.(خديجة ، 2005 ،ص177).

٢-أن تكون مكتسبة :وهذه الخاصية تعني عدم ولادة الكفاءة مع الإنسان،فالفرد لا يولد كفؤ لأداء نشاط معين،بل يتم اكتسابها من خلال تعرضه للتدريب الموجه له .(المصدر نفسه ).

٣- أن تكون ذات مفهوم مجرد :حيث أن الكفاءة لا يتم رؤيتها ،ولا حتى التمكن من لمسها ،ما يمكن ملاحظته هي الأنشطة الممارسة والوسائل المستعملة وملاحظة نتائج هذه الأنشطة من خلال تحديدها حيث يتم تحليل تلك النتائج والوسائل التي تم استخدامها من أجل تحقيق هذه النتائج .(المصدر نفسه )

٤-أن تكون ذات التشغيل الديناميكي :ومعنى ذلك العمل على تطويرها أي أن تحصيل الكفاءة معتمد اعتماداً كلياً على التفاعل بين جميع مكوناتها المختلفة،وعناصرها المتعددة ،وذلك ضمن أبعادها مثل : المعارف العلمية والسلوكية ،وغيرها عبر الزمن .(بلالي ،2007، ص96) .

٥- أن تكون مدركة : حيث أن الكفاءة التي لا تدرك ،لا تكون مفيدة للمنظمة ولا تستطيع تحقيق أي نفع للمؤسسة،بالإضافة إلى أن عملية أدراكها بواسطة من يملكها يعزز ويدعم الحفاظ عليها ،وتحقيق الاستفادة منها والعمل على تطويرها .(حجازي ،2005،ص120).

## العلاقة بين الكفاءة والفاعلية :

يعتبر مفهوم الفعالية متلازم لمفهوم الكفاءة ولكن لا يصح أن نستخدم المفهومين بالتبادل بينهم ،فهي الإستخدام الأمثل للموارد المتاحة لتحقيق حجم أو مستوى معين من النواتج بأقل التكاليف وهو من أهم مقاييس النجاح للمؤسسات في تحقيق أهدافها ،حيث أن المنظمة قد تكون فعالة على الرغم من أنها ليست كفء بالدرجة التي تحقق أهدافها على الوجه الأمثل والأكمل،أما الفعالية فهي هي المقدرة على تحصيل النتيجة المطلوبة والمبتغاة والمتوقعة.

وعدم تحقيق الأهداف بكفاءة منظمة سوف يؤثر بالسلب على فعالية المؤسسة أو المنظمة بأكملها، وللتفريق بين المفهومين في الكفاءة تعتبر الإنجاز للعمل بالشكل الأمثل الصحيح، أما الفعلية هي إتمام العمل أو الشيء الصحيح بذاته، والإتمام فيها مجرد تنفيذ الخطوات.

وختامًا..فالكفاءة تشير بالمعنى الصريح إلى البعد الاقتصادي في تحديد الأهداف وإلى نسبة المخرجات إلى المدخلات إذ يتوجب على التنظيم تحقيق الأهداف المحددة بالموارد المحدودة ،وهي موارد محدودة يستلزم إدارتها بشكل اقتصادي بينما تشير الفعالية إلى القدرة على النجاح في تحقيق الأهداف .(نوار،2006).

## رابعآ :علاقة وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة :

يتعايش العالم الأن مع متغيرات تكنولوجية حديثة تسببت في حدوث تحولات جذرية في قطاعات الأعمال المختلفة،حيث ظهر ذلك في أشكال متنوعة تتعلق بنمط الخدمات أو المشروعات أو استحداث خدمات جديدة ومشروعات وفرص استثمارية وتسويقية تعتمد على البعد التكنولوجي خاصة في مجال تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي .

لذلك ترى بعض الدراسات أن المشروعات الصغيرة تعتمد في أداؤها على وجود علاقات تواصل اجتماعي خاصة لتعزيز نتائج أداؤها وتحسين مخرجاتها،كما يوجد أبعاد وجوانب أخرى ارتبطت بها وسائل التواصل الاجتماعي بالمشروعات الصغيرة خاصة تلك التي تتصل ببناء الصورة الذهنية الإيجابية لدى عملاء تلك المشروعات ،وتعلب وسائل التواصل الاجتماعي دور مهم خاصة في الجانب الإعلامي الخاص بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة وهو ما يعزز من بيئة مناسبة لبث الإعلانات وتوظيف الموادر والإمكانيات المتاحة لدى المشروعات الصغيرة **( 2018، . Et .al ،farzana)** .

وبالإضافة إلى هناك تزايد مستمر من جانب المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاعتماد على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث باتت من أهم نسيج في أداء المشروعات وتسويق منتجاتها ،كما نجد بعض الأسباب التي تجعل المشروعات الصغيرة والمتوسطة تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي والتي من أهمها قدرتها في التأثير على تبني الخدمات والمنتجات الجديدة قدرتها على دعم انطلاق المشروعات في بدايتها ،كما أوجدت بيئة مناسبة لتداول المعرفة والمعلومات في مجالات وتخصصات الأعمال والمشروعات وساهمت في إيجاد بدائل تمويلية مشتركة ومناسبة لأصحاب المشروعات الصغيرة (l. samiajl,2012)

كما أن وسائل التواصل الاجتماعي أدت إلى الانتقال بمجالات وأنماط العمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة إلى عالم الرقمية الأساليب المرقمة التي تعتمد على تقنيات الأرقام المبرمجة ،مما عزز لديها شمولية الأداء والأداء اللاورقي وتوفير الوقت والموارد في انجاز الأهداف (Harry,et al. , 2019).

واخيراً لعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة تبين منها أن تلك العلاقة تعتمد على تعزيز جوانب ضمانات الأعمال والدعم المقدم فنيا وإداريا وتسويقيا للمشروع عبر تقنيات ووسائط وسائل التواصل الاجتماعي، فضلا عن تسهيل مهمة المشروعات الصغيرة والمتوسطة في بناء منصات الكترونية فعالة وجذابة للمستفيدين من المشروع . (Elizabeth ,et al. ,2017) .

# الفصل الثالث

# الدراسة الميدانية

## •مجتمع الدراسة والعينة المدروسة:

مجتمع الدارسة هي المشاريع القائمة في محافظة ريف دمشق من خلال الاستعانة ببيانات هيئة تنمية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر، وحيث تم إجراء البحث على عينة ميسرة من المجتمع المدروس من خلال توزيع /100/ استبيان على أصحاب المشاريع و تم استرداد /99/ استبانة صالحة للتحليل الإحصائي.

## •أداة الدراسة وأساليب جمع وتحليل البيانات:

تم إجراء الدراسة العملية عن طريق تصميم الاستبيان وتوزيعه على عينة من مجتمع الدراسة، وتمت مراجعة جميع الردود على الاستبيان واستبعاد الردود المتناقضة وغير الجدية،ثم ترميز أسئلة الاستبيان والإجابات لإدخالها على برنامج IBM SPSS.

اعتمد في إعداد الاستبيان على جهود الباحثين في الدراسات السابقة، وقد تم تقسيم الاستبيان إلى قسمين:

- الأول: يحتوي على البيانات التعريفية للمشاريع المدروسة ويشمل/3/ متغيرات وهي (نوع المشروع ، فئة المشروع ، عمرالمشروع ).
- الثاني: يحتوي على أسئلة الاستبيان البالغة /38/عبارة، وتوزعت الأسئلة على أربعة محاور(المحور الأول خاص بالمتغير التابع كفاءة وفاعلية المشروعات، والمحاور المتبقية تتناول المتغيرات المستقلة المتمثلة باثر وسائل التواصل الاجتماعي) كالتالي:
- المحور الأول: خاص بوسائل التواصل الاجتماعي ويتكون من 8عبارات .
- المحور الثاني: خاص بإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي ويتكون من11 عبارة.
- المحور الثالث: خاص بمضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي ويتكون من 8 عبارات.
- المحور الرابع: خاص بمضمون كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ويتكون من 11 عبارة.

وكان على كل فرد تحديد إجابة واحدة لكل سؤال وفق مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة – موافق – محايد – غير موافق – غير موافق بشدة) ويتراوح مدى الاستجابة من (1-5) كما في الجدول رقم(1):

الجدول رقم (١) : مدى الاستجابة حسب مقياس Likert

| درجات المقياس | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غيـــر موافـــق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|
| قيمة المتوسطات | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

بعد توزيع الاستبيان وجمع الردود تم تفريغها على برنامج التحليل الإحصائي IBM SPSS والذي يعد من أدق البرامج واستخلاص النتائج من خلال حساب مايلي:

- اختبار الصدق والثبات للاستبيان وفق معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient.
- النسب المئوية والتكرارات لوصف البيانات التعريفية للمشاريع المدروسة وهي (نوع المشروع ، فئة المشروع ، عمرالمشروع) .
- التحليل الإحصائي (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري) لإجابات عبارات محاور الاستبيان.
- تحليل الانحدار الخطي المتعدد Regression Analysis Linear Multiple لبيان تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع ومناقشة فرضيات الدراسة.

وتم اعتماد مستوى الدلالة الإحصائية 5% ويقابله مستوى الثقة 95% لتفسير نتائج الاختبارات .

- **صدق وثبات الاستبيان:**

قام الباحث بإجراء اختبار الصدق والثبات في أداة اختبار الأثر بين إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة في سورية ،حيث تم التحقق من ثبات أداة الدارسة من خلال استخدام"الفاكرونباخ"الذي يعبر عن متوسط الارتباط الداخلي بين العبارات التي يقيسها وتتروح قيمته ما بين (0-1) وتعتبر القيمة المقبولة له (0.60) فأكثر وكلما اقتربت قيمته من الواحد الصحيح كلما ارتفعت درجة ثبات الأداة وصلاحيتها للاستخدام ، وذلك كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول رقم (٢) : يبين معامل ألفا كرونباخ لحساب الصدق والثبات

| المحور | عدد العبارات | معامل ألفا كرونباخ |
|---|---|---|
| وسائل التواصل الاجتماعي | 8 | 0.938 |
| إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي | 11 | 0.954 |
| مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي | 8 | 0.897 |
| كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة | 11 | 0.957 |
| **جميع محاور الاستبيان** | **38** | **0.969** |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

ويشير الباحث إلى انه يقصد بالصدق مدى قدرة أداة البحث على قياس الموضوع الذي وضعت من أجله بمعنى إلى أي درجة تصلح أداة جمع البيانات لقياس الغرض الذي وضعت من أجله بحيث لا تقيس شيء آخر أو تعني شيئآ آخر إلى جانبها (saunders،2009) ،وتم إجراء الصدق وفق مايلي :

١) الصدق الظاهري Face Validity: هو المظهر العام للاختبار من حيث نوع المفردات وكيفية صياغتها ومدى وضوحها ذات العلاقة بكل محور من المحاور من حيث ارتباطها بمجال وموضوع البحث، وكذلك يتناول تعليمات الاختبار ودقتها ودرجة وضوحها وموضوعيتها وصحة ترتيب بنود العبارات وصلاحيتها ومدى مناسبة الاختبار للغرض الذي وضع من اجله ، وتم إجراء هذا الاختبار من خلال عينة من مجتمع البحث،وهو أقل أنواع الصدق أهمية وعلى الرغم من ذلك فمن المرغوب أن يكون الاختبار ذا صدق ظاهري .

٢) صدق المحكمين : حيث تم عرض إداة البحث على مجموعة من المحكمين المتخصصين وذلك لتأكيد جوانب الشكل والصياغة والترتيب وسلامة عبارات القياس ومدى ملاءمتها وتم القيام بإجراء التعديلات اللازمة التي اقترحها المحكمين على الأداة قبل توزيعها على عينة البحث .

٣) ثبات الأداة : وهنا المقصود أن تعطي الأداة نفس النتائج إذا تم استخدامها أو إعادتها مرة أخرى تحت ظروف مماثلة ، حيث تم احتسابه من خلال معامل " ألفاكرونباخ " باستخدام البرنامج الإحصائي "اصدار26، spss ".

ومن خلال الجدول السابق تبين أن معامل الثبات للاستبيان مرتفع (0.969) وقريب من الواحد وهذا يدل على أن الاستبيان ثابت بدرجة عالية جداً وعباراته منسجمة ومتناسقة مع بعضها، كذلك معامل الصدق (0.984) مرتفع جداً ويدل على أن الاستبيان صادق وصالح للدارسة ويمثل مجتمع العينة المدروسة بشكل جيد جداً،مما يؤكد دقة الاستبيان وتمتعه بالثقة العالية والقبول لنتائجه لتحليلها والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات.

- **تحليل البيانات التعريفية للمشاريع :**

تم إجراء الدراسة الوصفية للمتغيرات من خلال حساب النسب المئوية والتكرارات كالتالي:

- **التوزيع التكراري وفق متغير نوع المشروع :**

جدول رقم (٣): يبين توزيع تكراري وفق متغير نوع المشروع

| نوع المشروع | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| تجاري | 39 | 0.394 |
| صناعي | 27 | 0.273 |
| زراعي | 15 | 0.151 |
| خدمي | 18 | 0.182 |
| **المجموع** | **99** | **100** |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

يتضح لنا من الجدول السابق عدد تكرارت لكل نوع من أنواع المشاريع حيث احتل المشروع التجاري أعلى عدد تكرار المشروع التجاري والبالغ (39) وبنسبة مئوية والبالغة (39.4%) كما احتل المرتبة الثانية بعدد التكرارات المشروع الصناعي والبالغ (27) وبنسبة مئوية البالغة (27.3%) أما في المرتبة الثالثة وهي المشاريع الخدمية والبالغة (18) وبنسبة مئوية البالغة (18.2%) وأخيراً بلغ أقل عدد تكراراً وهي المشاريع الزراعية بعدد (15) وبنسبة مئوية والبالغة (15.1%).

- **التوزيع التكراري لفئة المشروع:**

جدول رقم (٤) : يبين توزع تكراري لفئة المشروع

| فئة المشروع | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| مشاريع متناهية الصغر | 88 | %88.9 |
| مشاريع صغيرة | 11 | %11.1 |
| **المجموع** | **99** | **%100** |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

يتضح من الجدول بأن النسبة الأعلى من فئات المشاريع هي مشاريع متناهية الصغر (88مشروعا) والبالغة بنسبة مئوية (88.9%)،أما المشاريع الصغيرة فكان عددها (11مشروعا) والبالغة بنسبة مئوية (11.1%) وهذا يدل على أن معظم المشاريع الناشطة اقتصادياً في المحافظة هي من فئة متناهية الصغر.

- **التوزيع التكراري وفق عمر المشروع:**

الجدول رقم (٥) : يبين التوزيع وفق عمر المشروع

| عمر المشروع | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| إلى حد عشر سنوات (حديث) | 17 | %17.2 |
| أكبر من عشر سنوات (قديم ) | 82 | %82.8 |
| **المجموع** | **99** | **%100** |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

نلاحظ من الجدول السابق بأن عدد المشاريع الحديثة هي( 17مشروعآ ) والبالغة بنسبة مئوية (17.2%)، وحيث احتلت المشاريع القديمة أعلى عدد تكرار وهو (82مشروعا ) والبالغة بنسبة مئوية (82.8%) مما يظهر اختلافاً واضحاً في التوزيع وفق عمر المشروع .

## التحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان ومناقشة الفرضيات :

يهدف تحليل بيانات الإجابات لأخذ فكرة أولية عن تقييم المحاور المدروسة للوقوف على أهمية كل عبارة من عبارات الاستبيان حول أثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومدى توافق الآراء اتجاه كل منها،وقد تم استعراض نتائج التحليل

الوصفي بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة درجة توافق أو تباين آراء أفراد العينة على إجابات عبارات محاور الاستبيان.

ولتقدير نتائج المتوسط الحسابي تم الاعتماد على فئات مقياس ليكرت الخماسي من 1 ل5، وتم تحديد طول الفئات من خلال حساب :

- المدى: وهو الفرق بين درجات المقياس الكبرى والصغرى (5-1=4).
- طول الفئة: المدى ÷ عدد الفئات (4/0.80=5).

فتكون تقديرات نتائج المتوسط الحسابي كما هو في الجدول رقم (6) التالي:

الجدول رقم (٦): قيم المتوسط الحسابي الخاصة بمقياس ليكرت الخماسي

| قيمة المتوسط | من 1إلى 1.79 | من 1.8 إلى 2.59 | من 2.6 إلى 3.39 | من 3.4إلى 4.19 | من 4.2إلى 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| التقدير | ضعيف جداً | ضعيف | متوسط | مرتفع | مرتفع جداً |

وكانت نتائج التحليل كما يلي:

- **المحور الأول: وسائل التواصل الاجتماعي :**

لمعرفة مستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (من وجهة نظر أصحاب المشاريع) تم قياس ذلك من خلال مجموعة من العبارات تصف هذا المحور(8عبارات)، حيث أن تقييمها يعكس مدى تطبيق هذه العبارات (أو الموافقة عليها) ومن خلال استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجوبة أفراد العينة لكل عبارة من عبارات المحور الأول في الاستبيان كما يلي:

الجدول رقم (٧): المقاييس الإحصائية لمحور وسائل التواصل الاجتماعي

| الرقم | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التقييم |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لدى اهتمام بمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي على تنوعها . | ٣.١٩١ | ٠.٨٤١ | متوسط |
| ٢ | اخصص وقت لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة . | ٣.١٨١ | ٠.٨٤٩ | متوسط |
| ٣ | التفاعل مع كل ما يبث عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة . | ٣.٠٥٠ | ٠.٨٧٣ | متوسط |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٤ | تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مهمة للمشروعات الصغيرة . | ٣.٠١٠ | ٠.٩٧٤ | متوسط |
| ٥ | اعتقد أن فيس بوك من أهم مواقع التواصل التي تخدم المشروع . | ٣.٠٩٠ | ٠.٩٤٨ | متوسط |
| ٦ | لدى حساب على انستجرام والتفاعل معه فيما يخص المشروع . | ٣.٠٨٠ | ١.٠٢٦ | متوسط |
| ٧ | توفر وسائل التوصل الاجتماعي انستجرام وسناب شات فرص للمشروعات . | ٣.٠٤٠ | ٠.٩٩٩ | متوسط |
| ٨ | اعمل على فتح حسابات في كافة منصات وسائل التواصل الاجتماعي بغرض التنويع والحصول على فرص أفضل للمشروع . | ٣.١٠١ | ٠.٩٩٤ | متوسط |
| | **محور وسائل التواصل الاجتماعي** | **٣.٠٩٥** | **٠.٧٨٦** | **متوسط** |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

يتضح من الجدول أن تقييم أفراد العنية لعبارات محور وسائل التواصل الاجتماعي كانت متجهة نحو المتوسط حيث أن الوسط الحسابي العام للمحور الأول(**3.095**) درجة من أصل خمس درجات حيث وقعت كل الإجابات على هذا المحور ضمن المجال (2.6-3.39) وقيمة الانحراف المعياري(0.786) أي لا يوجد تشتت في الإجابات، وبالتالي تقييم أفراد العينة لمستوى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو تقييم متوسط ،ومن ذلك نجد أن العبارة رقم (1) أخذت أعلى متوسط عن باقي العبارات الاخرى ،حيث تتفق مع نتائج دراسة ( Naheed et al. ,2017) لتبرز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي كونها منصات الكترونية تؤثر في رغبات وتطلعات فئات مختلفة بالمجتمع، وكذلك على ارتباط المعلومات التي تبثها هذه الوسائل بتغيير توجهات الأفراد تجاه المنتجات الجديدة أو تحولات الرأي في قضايا مجتمعية مهمة .

- **المحور الثاني: إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي :**

لمعرفة مدى فعالية إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي (من وجهة نظر أصحاب المشاريع) تم قياس ذلك من خلال مجموعة من العبارات تصف هذا المحور(11عبارة)، حيث أن تقييمها يعكس مدى تطبيق هذه العبارات (أو الموافقة عليها) ومن خلال استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجوبة أفراد العينة لكل عبارة من عبارات المحور الثاني في الاستبيان كما يلي :

الجدول رقم (٨): المقاييس الإحصائية لمحور إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي

| الرقم | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التقييم |
|---|---|---|---|---|
| ١ | تسهم إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في توفير تكاليف الدعاية والترويج للمشروع . | ٣.٢١٢ | ٠.٨٤٨ | متوسط |
| ٢ | تلعب إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي دور مهم في جذب العملاء للمشروع . | ٣.١٧١ | ٠.٨٦٩ | متوسط |
| ٣ | تتميز إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي بسهولة المشاهدة والتصفح في أي وقت . | ٣.١٤١ | ٠.٩١٤ | متوسط |
| ٤ | تمكن إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي من تفاعل العملاء مع المشروع بصورة جيدة . | ٣.١٤١ | ٠.٩٧٩ | متوسط |
| ٥ | توفر إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي منصات عديدة للتعرف على المنتجات والخدمات . | ٣.١٤١ | ١.٠٤٠ | متوسط |
| ٦ | متابعة إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر اهتماماتي . | ٣.١٣١ | ٠.٨٠٣ | متوسط |
| ٧ | تستحوذ إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي على الأكثر متابعة . | ٣.١٢١ | ٠.٨١١ | متوسط |
| ٨ | إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي منصة هامة للترويج للخدمات والأنشطة لمشروع . | ٣.١١١ | ٠.٩١٣ | متوسط |
| ٩ | إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً في الدعاية للمشروعات . | ٣.٠٧٠ | ٠.٨٢٣ | متوسط |
| ١٠ | هناك جديد يوميا في إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي تخدم المشروعات . | ٣.٠٣٠ | ٠.٩٠٨ | متوسط |
| ١١ | إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر جذبا لعملاء المشروعات. | ٣.٠٣٠ | ٠.٩٧٣ | متوسط |
| | **محور إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي** | **٣.١١٨** | ٠.٧٤٦ | متوسط |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

نجد من الجدول قيمة الوسط الحساب(3.118) درجة أي أن تقييم أفراد العينة لعبارات المحور الثاني اتجهت نحو المتوسط حيث وقعت ضمن مجال (2.6-3.39) وقيمة الانحراف المعياري (0.746) أي لا يوجد تشتت في الإجابات،ونلاحظ من ذلك بأن العبارات الخمسة الاولى كانت لديها تقييم أعلى متوسط مختلف عن باقي العبارات الاخرى، حيث توصلت نتائج دراسة

(Daniela,et al. ,2019 ) إلى أن إعلانات التواصل الاجتماعي تكون مؤثرة خاصة في حالات نقل الكلمات والتواصل الشفهي الإيجابي عن مشروع أو منتج وخدمة حيث يتم تداول ذلك من خلال وسائل التواصل .

- **المحور الثالث: مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي :**

لتحديد مستوى مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي (من وجهة نظر أصحاب المشاريع) تم قياس ذلك من خلال مجموعة من العبارات تصف هذا المحور(8عبارات)، حيث أن تقييمها يعكس مدى تطبيق هذه العبارات (أو الموافقة عليها) ومن خلال استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجوبة أفراد العينة لكل عبارة من عبارات المحور الثالث في الاستبيان كما يلي:

الجدول رقم (٩): المقاييس الإحصائية لمحور مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي

| الرقم | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التقييم |
|---|---|---|---|---|
| ١ | يؤثر مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في مرات مشاهدته والتفاعل مع المشروع . | ٣.١٩١ | ٠.٧٣٧ | متوسط |
| ٢ | يحقق مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي المصداقية عن المشروع. | ٣.١٨١ | ٠.٩٧٢ | متوسط |
| ٣ | تتوفر ألوان جذابة ومشوقة في إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي . | ٣.١٦١ | ٠.٧٥١ | متوسط |
| ٤ | أن مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي يساعد في توفير معلومات عن المشروع . | ٣.١٥١ | ٠.٩٤٠ | متوسط |
| ٥ | يسهم مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في توصيل رسالة إيجابية لعملاء المشروع . | ٣.١٠١ | ٠.٩٣١ | متوسط |
| ٦ | تصميم مضمون الإعلان يؤثر في جذب العملاء للمشروع . | ٣.٠٩٠ | ٠.٨٧٠ | متوسط |
| ٧ | يمكن مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي من بث قيم مناسبة لعملاء المشروع . | ٣.٠٤٠ | ٠.٨١٩ | متوسط |
| ٨ | مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي القائم على الاسلوب الإخباري المشوق يؤثر في نجاح المشروع . | ٣.٠٣٠ | ٠.٩٦٣ | متوسط |
| **محور مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي** | | **٣.١٢١** | **٠.٦٦٨** | **متوسط** |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

يشير الجدول لقيمة الوسط الحسابي (3.121) درجة أي أن تقييم افراد العينة لعبارات المحور الثالث بأغلبها اتجهت نحو المتوسط وقيمة الانحراف المعياري (0.668) أي لايوجد تشتت في الإجابات، ونستنتج من ذلك أن المحور الثالث من محاور وسائل التواصل مطبق فعلياً في العينة المدروسة (بالنسبة لجميع العبارات تقريباً)، ويوجد موافقة على فعاليته حيث أن الاهتمام بمضمون الإعلانات يعود بالنفع على المجتمع ككل ويشير لأداء ذو مستوى جيد ويقابل توقعاتهم، وهذا ما أكدته نتائج دراسة(Kendra et al. ,2019) أن إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي ذات تاثير على تحويل فهم العملاء لمضمون العلامة التجارية وتصوراته نحوها، مما يؤكد على تأثيرها على نجاح أو فشل المشروع ومخرجاته .

- **المحور الرابع: مضمون كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة :**

لإيجاد مستوى لمضمون كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة (من وجهة نظر أصحاب المشاريع) تم قياس ذلك من خلال مجموعة من العبارات تصف هذا المحور(11عبارة)، حيث أن تقييمها يعكس مدى تطبيق هذه العبارات (أو الموافقة عليها) ومن خلال استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأجوبة أفراد العينة لكل عبارة من عبارات المحور الرابع في الاستبيان كما يلي:

الجدول رقم( ١٠) : المقاييس الإحصائية لمحور مضمون كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة

| الرقم | العبارة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | التقييم |
|---|---|---|---|---|
| ١ | لدى المشروع وفورات في تكاليف أداء أنشطته وخدماته | ٣.٢٦٢ | ٠.٩١٠ | متوسط |
| ٢ | يستطيع المشروع التغلب على الأزمات والمواقف الطارئة في مجال عمل المشروع . | ٣.٢٣٢ | ٠.٩٠١ | متوسط |
| ٣ | يستطيع المشروع التغلب على المنافسين وتقديم مرونة في أدائه . | ٣.٢٢٢ | ٠.٩٤٢ | متوسط |
| ٤ | لدى المشروع قدرة على تطوير خدماته وأنشطته دونجكم أي أعباء جديدة . | ٣.١٦١ | ٠.٩٦٥ | متوسط |
| ٥. | يعمل المشروع على تعظيم رأس المال والموارد المالية بدون أي تكاليف أو أعباء . | ٣.١٣١ | ٠.٨٩٩ | متوسط |
| ٦ | يحقق المشروع وفورات في تكاليف أداء أنشطته وخدماته . | ٣.١١١ | ٠.٨٤٣ | متوسط |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ٧ | يستخدم المشروع أساليب تخدم الحفاظ على البيئة واستدامة الموارد الطبيعية . | ٣.٠٩٠ | ٠.٩٨٤ | متوسط |
| ٨ | لدى المشروع موظفين متميزين ومبتكرين في أداء خدمات المشروع . | ٣.٠٩٠ | ٠.٨٧٠ | متوسط |
| ٩ | يحقق المشروع معدلات عالية في المخرجات نتيجة حسن استخدام مدخلات المشروع . | ٣.٠٧٠ | ٠.٩٦١ | متوسط |
| ١٠ | يحقق المشروع المخطط لها وفقا للمؤشرات المستهدفة . | ٣.٠٤٠ | ٠.٩٨٨ | متوسط |
| ١١ | يمارس المشروع أنشطة تتعلق بالابتكار في خدماته وأنشطته . | ٣.٠٣٠ | ٠.٩٨٤ | متوسط |
| **محور مضمون كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة** | | **٣.١٣١** | **٠.٧٨٠** | **متوسط** |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

يتضح من الجدول بأن تقييم افراد العينة لعبارات محور مضمون الكفاءة والفاعلية للمشروعات كانت متجهة نحو المتوسط من خلال قيمة الوسط الحسابي للمحور (3.131) درجة والانحراف المعياري (0.780) أي لايوجد تشتت في الإجابات، ونستنتج من ذلك أن العبارات الاربعة الاولى نالت أعلى متوسط عن بقيت العبارات الأخرى ،وكما عززت نتائج دراسة ( genifer, et al. ,2018) بعدى الكفاءة والفعالية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في جوانب إدارة البيئة والموارد والمدخلات واستدامة العوائد والربحية وتحقيق مستويات متقدمة من مكونات القدرة التنافسية .

## مناقشة الفرضيات:

- **الفرضية الرئيسية H0 :**

**لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية لوسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.**

- **الفرضيات الفرعية:**

- **H1:** لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية لنوع وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.

- **H2: لا** يوجد أثر ذو دلالة معنوية لإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.

- **H3:** لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية لمضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر.

تم إجراء تحليل الانحدار الخطي المتعدد Regression Analysis Linear Multiple لبيان أثر المتغيرات المستقلة (وسائل التواصل الاجتماعي ) في المتغير التابع (كفاءة وفاعلية المشروعات) واختبار الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية لها (التي تفترض بأن نموذج الانحدار معنوي بين المتغيرات) وكانت نتائج التحليل كالتالي:

الجدول رقم (١١): اختبار الانحدار الخطي المتعدد Regression Analysis Multiple Linear

| المتغير التابع | معامل الارتباط R | معامل التحديد $R^2$ | معامل التحديد المعدل Adjusted $R^2$ | F المحسوبة | *Sig مستوى الدلالة | معامل الانحدار β | | T المحسوبة | *Sig مستوى الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Y | 0.893 | 0.797 | 0.791 | 124.404 | 0.000 | 0.052 | constant | 0.280 | 0.780 |
| | | | | | | -0.076 | X1 | -.947 | 0.346 |
| | | | | | | -0.56 | X2 | -.649 | 0.518 |
| | | | | | | 1.119 | X3 | 16.930 | 0.000 |

المصدر :إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS- ٢٠٢١.

١) Y: كفاءة وفاعلية المشروعات .

٢) X1: وسائل التوصل الاجتماعي .

٣) X2: إعلانات وسائل االتواصل الاجتماعي .

٤) X3: مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي

٥) Constant: ثابت معادلة الانحدار .

يظهر من الجدول السابق اثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة 0.893 عند مستوى الدلالة (0.05>0.00 ) ودرجة ثقة 95%، وقيمة معامل التحديد 0.797 وقيمة معامل التفسير المعدل 0.791، أي أن التغيرات المستقلة ( وسائل وإعلانات ومضمون وسائل التواصل الاجتماعي ) تفسر 79 %من المتغيرات الحاصلة في المتغير التابع (كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ) ،وهذا ما تؤكده قيمة F المحسوبة 124.404التي تشير للقوة التفسيرية للنموذج عند مستوى دلالة (0.05> 0.00 ) ودرجة ثقة 95% أي أن النموذج من الناحية الإحصائية ذو دلالة معنوية . وبناء على ما سبق نرفض فرضية العدم التي تنص انه لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لابعاد وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات ونقبل الفرضية البديلة القائلة أنه على الاقل يوجد واحد من هذه المتغيرات المستقلة يؤثر على المتغير التابع وبالتالي النموذج ككل معنوي .

**أما بالنسبة لقيمة التأثير Beta فكانت دلالتها الإحصائية كالتالي :**

ظهر لدنيا بأن المتغير ( X3) الخاص بمضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي فكانت الدلالة الإحصائية له ذات دلالة معنوية وبالتالي يؤثر على المتغير التابع كما يلي :

الارتفاع بمقدار درجة واحدة في مستوى مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي سوف يؤدي لارتفاع مستوى كفاءة وفاعلية المشروعات بمقدار 1.119 درجة على نفس المقياس ،وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل بالفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لمضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات في مدينة ريف دمشق.

أما بالنسبة للمتغيرات ( X1,X2) الخاصة بوسائل وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي فكانت الدلالة الإحصائية لها غير معنوية وكذلك بالنسبة لثابت المعادلة ( Constant) ، ولوحظ ( بحسب برنامج SPSS) بأنه لو تم إعادة التحليل بجعله فقط بين المتغيرين الاول والثاني والمتغير التابع سيظهر لدينا أن معامل الارتباط بينهما يساوي الصفر وبالتالي لا توجد علاقة بين المتغيرين والنموذج غير معنوي ولا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين وسائل وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في العينة المدروسة .

ومنه نستنتج معادلة الانحدار الخطية التالية :

$$Y = 0.052 + 1.119X3$$

- **تحليل الكفاءة بالاعتماد على نوع المشروع" تجاري ،صناعي ،زراعي ،خدمي"**

جدول رقم (أ-١٢)يبن تحليل الكفاءة بالاعتماد على نوع المشروع .

| Ranks | | | | Test Statistics[a,b] | |
|---|---|---|---|---|---|
| | نوع المشروع | N | Mean Rank | الكفاءة | |
| الكفاءة | تجاري | 39 | 43.06 | Kruskal-Wallis H | 12.105 |
| | صناعي | 27 | 51.31 | Df | 3 |
| | زراعي | 15 | 72.33 | Asymp. Sig. | 0.007 |
| | خدمي | 18 | 44.44 | a. Kruskal Wallis Test | |
| | TotaL | 99 | | b. Grouping Variable: نوع المشروع | |

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١.

بعد اجراء الاختبار تبين أن القيمة المعنوية ككل هي 0.007 وبالتالي نفرض فرضية العدم أي يوجد فروقات ذات دلالة معنوية في الكفاءة تبعاً لنوع المشروع. لذلك لا بد من استخدام اختبارات إضافية لمعرفة ما هي المشاريع التي يوجد لديها كفاءة أكثر من غيرها.

جدول رقم (ب-١٢) تحليل الكفاءة بالاعتماد على نوع المشروع

| Test Statistics[a] | الكفاءة | | | |
|---|---|---|---|---|
| Mann-Whitney U | 899.500 | 936.500 | 295.000 | 629.000 |
| Wilcoxon W | 1679.500 | 3564.500 | 3865.000 | 800.000 |
| Z | -1.940- | -0.279- | -3.274- | -0.908- |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0.052 | 0.780 | 0.001 | 0.364 |
| a. Grouping Variable | تجاري | صناعي | زراعي | خدمي |

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS-٢٠٢١

ونلاحظ من اختبار الجدول السابق أن القيمة المعنوية للمشاريع التجارية بلغت 0.52 والمشاريع الصناعية بلغت 0.780 والمشاريع الخدمية بلغت 0.364 وهي اكبر من قيمة 0.05 وبالتالي لا نفرض فرضية العدم ولا يوجد فروق ذات دلالة معنوية في الكفاءة بين المشاريع التجارية والصناعية والخدمية والمشاريع غير التجارية والصناعية والخدمية أما بالنسبة للمشاريع الزراعية حيث بلغت القيمة المعنوية لها 0.001 وهي قيمة اصغر من 0.05 وبالتالي نفرض فرضية العدم وتوجد فروقات ذات دلالة معنوية في الكفاءة بين المشاريع الزراعية والمشاريع غير الزراعية حيث نجد أن الفروقات هي لصالح المشاريع الزراعية أي أن المشاريع الزراعية أكثر كفاءة من المشاريع غير الزراعية .

**●تحليل الكفاءة بالاعتماد على فئة المشروع"المشاريع متناهية الصغر والصغيرة"**

جدول رقم(١٣) يبين تحليل الكفاءة بالاعتماد على فئةالمشروع

| Test Statistics[a] | |
|---|---|
| | الكفاءة |
| Mann-Whitney U | 481.000 |
| Wilcoxon W | 547.000 |
| Z | -.033- |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .973 |
| a. Grouping Variable: المشروع فئة | |

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS -٢٠٢١ .

يتضح لدينا من الجدول السابق بأن القيمة المعنوية للمشاريع حسب الفئة حيث بلغت نسبتها (0.973) وهي أكبر من القيمة (0.05) وبالتالي نقبل فرضية العدم ولا يوجد أي فروقات ذات دلالة معنوية في الكفاءة حسب الفئة (صغير – متناهي الصغر).

## •تحليل الكفاءة بالاعتماد على عمر المشروع (أصغر أو أكبر عشر سنوات ):

جدول رقم(١٤) يبين تحليل الكفاءة بالاعتماد على عمر المشروع

| Test Statistics[a] | |
|---|---|
| | الكفاءة |
| Mann-Whitney U | 636.500 |
| Wilcoxon W | 789.500 |
| Z | -.562- |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .574 |
| a. Grouping Variable: المشروع عمر | |

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS -٢٠٢١ .

يتضح لدينا من الجدول السابق بأن القيمة المعنوية للمشاريع حسب العمر حيث بلغت نسبتها (0.574) وهي أكبر من القيمة (0.05) وبالتالي نقبل فرضية العدم ولا يوجد أي فروقات ذات دلالة معنوية في الكفاءة حسب عمر المشروع.

## • النتائج والتوصيات :

انطلاقآ مما توصلت إليه الدراسة التي بحثت في أثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر في سورية، وفي ضوء مناقشة النتائج والتأكد من صحة الفرضيات البحثية وتحديد أوجه الارتباط بينها ونتائج بعض الدراسات السابقة التي تم استعراضها، حيث توصلت هذه الدارسة إلى عدة نتائج ساهمت في حل مشكلة الدراسة والإجابة على اسئلتها وفرضياتها.

**١)** إن مضمون إعلانات شبكات التواصل الاجتماعي في المشروعات ممكن أن تؤدي إلى تغير جذري في كفاءة وفاعلية المشروعات من خلال ما أظهرته نتائج الأثر.

٢) إن تقييم أفراد العينة لجميع المحاور اتجهت نحو الوسط.

**٣)** إن النسبة الأكبر من المشروعات هي مشروعات متناهية الصغر، مشروعات تجارية ومشروعات يتجاوز عمرها 10 سنوات.

**٤)** لا توجد فروق معنوية في كفاءة المشروعات تبعاً لمتغيرات فئة المشروع وعمر المشروع. في حين أن كفاءة المشروعات الزراعية أعلى من غيرها من المشروعات غير الزراعية.

## التوصيات:

**١)** حث أصحاب المشروعات لتطوير مهارات وخبرات متنسبيها في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتقنيات الحديثة التي يشهدها اليوم عالم التكنولوجيا والأسواق إذ أن معظم الدول اليوم تحول عملها تدريجياً نحو الحاسوب وبرامجه لغرض استثمار الوقت ورفع الأداء.

**٢)** حث أصحاب المشاريع على أهمية تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي لما لها من أثر في رفع كفاءة وفاعلية المشروعات وبالتالي تحقيق رضا العاملين والعملاء.

**٣)** تفعيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل الواتس اب (والذي يعد الوسيلة الاولى في الاستخدام بين أفراد العينة) لتواصل الرسمي بين أصحاب المشروعات مع بعضهم البعض.

**٤)** إيجاد ثقافة منتظمة موجهه نحو الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي في مكان العمل.

## قائمة المراجع :

### المراجع العربية :


١- اسماعيل حجازي ، مصفوفة الاستشارات ببوسطن كاداة لمتابعة المسار الاحترافي وتقييم .

٢- أمجد بلالي، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية بين مواردها الخاصة وبيئتها الخارجية، جامعة الجزائر ،٢٠٠٧، ص ٩٦.

٣- بيان حرب،مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية،2006،مج 22 ع2.

٤- ثابت عبد الرحمن إدريس،كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم،الدار الجامعية،الإسكندرية –مصر ،2006، ص:277 .

٥- الحجي والبوسعيدي،خلفان بن زهران بن حمد ومحمد بن خميس بن حمد،شبكات التواصل الاجتماعي بالمكتبات الاكاديمية،2017.

٦- الخثلان،(2010)."قياس كفاءة المشروعات الصغيرة الممولة من صندوق التنمية والتشغيل في الاردن". دراسات – العلوم الإدارية ،مج 37،ع 2، ص:502-520.

٧- خالدي خديجة ،الكفاءات كعامل لتحسين الاداء المتميز ،٢٠٠٥،ص ١٧٧.

٨- خاوة إسماعيل وعطوي عبد القادر،(2003) التجربة التنموية في الجزائر واستراتيجية تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،الدورة الدولية حول :تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية ،جامعة فرحات عباس ،سطيف .ص 5.

٩- الدليمي ،عبد الرزاق .مدخل إلى وسائل الاعلام الجديد ،دار الميسرة –الاردن ،الطبعة الاولى 2012 .

١٠- راضي ،زاهر،استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي،مجلة التربية،ع 15، جامعة عمان الاهلية،عمان،2003، ص 23.

١١- سعاد نايف برنوطي ،(2005)، ادارة الأعمال الصغيرة .دار وائل للنشر والتوزيع ،الاردن .ص 7

١٢- شعشوع حنان الشهري.(٢٠١٤) الشبكات الاجتماعية ودورها في التنمية (الفيسبوك ) .

١٣- شقرة،علي خليل،الاعلام الجديد( شبكات النواصل الاجتماعي)، 2014 ط1،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،الاردن .

١٤- صادق،عباس مصطفى (2018) الاعلام الجديد مفاهيم ووسائل وتطبيقات .الأردن .دار الشروق للنشر والطباعة .

١٥- صالح بن نوار، فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية ،قسنطنية،مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة ،2006، ص 196.

١٦-عبد العزيز،بركات.مناهج البحث الاعلامي،الاصول النظرية ومهارات التطبيق،دار الكتاب الحديث ، طبعة اولى، 2012.
١٧- عباس محمد الهادي،المؤسسات الصغيرة،المفهوم،الدورالمرتقب،مجلة العلوم الانسانية ،جامعة منتوري (قسطنطينه )العدد 11،السنة 1999 .
١٨- عمار جميعي،(2011)،استراتيجية التصدير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أطروحة دكتواره دولة جامعة باتنة ،ص 42 .
١٩- العوضي ،(2020) ."أثر وسائل التواصل الاجتماعي على كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في دولة الكويت".مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، ع(29)،ص:266-309 .
٢٠- عيدان ،(2015) ."أثر استخدم شبكات التواصل الاجتماعي في أداء أدارة علاقات الزبائن"(دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأدرنية الخاصة) ، جامعة الشرق الأوسط ،عمان ، الاردن .
٢١- الكبيسي،(2012). "دور رأس المال الفكري في أداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في بغداد". مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، مج 18،ع 69، ص:42-67 .
٢٢- لمى نصر،المشاريع الصغيرة وفرص العمل اللائق،مجلة عائد العمل ،(2002)،العددان 41-42.
٢٣- المطيري،سلطان خلف ،شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتحقيق الامن المجتمعي ،2015 رسالة ماجستير،جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية .
٢٤- المقدادي،خالد غسان .(٢٠١٣).ثورة الشبكات الاجتماعية .الادرن .دار النفائس للنشر .ص 26.
٢٥- مناور حداد،(2006) دور البنوك والمؤسسات المالية في تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة،الملتقى الدولي حول:متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية،جامعة حسيبة بن بوعلي،الشلف. ص 3 .
٢٦- نبيل جواد،(2007)،أدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت،الطبعة الاولى،ص 86.
٢٧- الفاعلية:كتاب المدخل إلى علم الأدارة،أ. أسامة الفراج ،سنة ٢٠١٧/٢٠١٦.
٢٨- الكفاءة:كتاب المدخل إلى علم الأدارة،أ. أسامة الفراج ،سنة 2017/2016 .
٢٩- المشروع:معهد إدارة المشروعات ،دليل لهيئة إدارة المشاريع .
٣٠- وسائل التواصل الاجتماعي:دليل عملي للهيئات المعنية بالإدارة الانتخابية.

## المراجع الأجنبية :


1- AI-shehan and Assbeiha, (2021). An Investigation of the Impact of Social Media on Construction

2- Amade, (2016). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA IN ACHIEVING EFFECTIVE COMMUNICATION IN CONSTRUCTION PROJECT DELIVERY, Federal University of Technology, Owerri , Nigeria.

3- Elizabeth A. M., Lisa M. P., Kyle R.2017. Entrepreneurs' use of internet and social media applications .Telecommunications Policy. 41,2, March,pp ; 120-139 .

4- Farzana P. T., Noor I. J., Sulaiman A.2018. Understanding the impact of social media usage amonge organizations .Information &Management, 55,3 AprIl,pp; 308-321.

5- Harry B., Shahrokh N., Mark D. R.2019. Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? .Telecommunications policy,24 May, pp ; 375-395.

6- Samiaji, S.2012. Adoption of Social Media Networks by Indonesian SME;A Case Study. Procedia Economics and Finance, 4, pp; 244-254.

7- Al-Shehan, A. O., & Assbeihat, J. M. (2021). An Investigation of the Impact of Social Media on Construction Project Management. *Civil Engineering Journal*, *7*(1), 153-164.

8- Japan, S. (2004). White paper on small and medium enterprises in Japan. *Tokyo, Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)*.

## استبيان بحث علمي

السيد الفاضل/ السيدة الفاضلة؛
تحية طيبة وبعد
يقوم الباحث بإجراء دراسة حول **أثر وسائل التواصل الاجتماعي في كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في سورية**، وقد تم تصميم هذا الاستبيان كجزء من البحث.
إن تقديمكم للمعلومة من خلال الإجابة على أسئلة الاستبيان بحيادية وموضوعية سيؤدي إلى مساعدة الباحث في تحقيق أهداف البحث والخروج بنتائج تتصف بمصداقية عالية.
هذا ونؤكد لكم أن المعلومات التي سوف يتم جمعها ستُعامل بسرية تامة، وسوف تُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، آملين تعاونكم في الاجابة على أسئلة الاستبيان.

وشكراً لحسن تعاونكم

**الباحث**
**خالد اليعقوب**

**الجزء الأول :معلومات المشروع**

الرجاء وضع إشارة **X** بجانب الاختيار المناسب لكل سؤال من الأسئلة الآتية:

**نوع المشروع:**

تجاري

صناعي

زراعي

خدمي

**عدد العمال:**

**سنة التأسيس:**

الجزء الثاني :يرجى وضع اشارة (√) في العمود الذي يمثل اجابتك:

| | **فقرات قياس وسائل التواصل الاجتماعي** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| م | الفقرات | غير موافق تماما | غير موافق | محايد | موافق | موافق تماماً |
| ١ | لدى اهتمام بمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي على تنوعها | | | | | |
| ٢ | اخصص وقت لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة | | | | | |
| ٣ | التفاعل مع كل ما يبث عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة | | | | | |
| ٤ | تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مهمة للمشروعات الصغيرة | | | | | |
| ٥ | اعتقد أن فيس بوك من أهم مواقع التواصل التي تخدم المشروع | | | | | |
| ٦ | لدى حساب على انستجرام والتفاعل معه فيما يخص المشروع | | | | | |
| ٧ | توفر وسائل التوصل الاجتماعي انستجرام وسناب شات فرص للمشروعات | | | | | |
| ٨ | اعمل على فتح حسابات في كافة منصات وسائل التواصل الاجتماعي بغرض التنويع والحصول على فرص أفضل للمشروع | | | | | |
| | **فقرات قياس إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي** | | | | | |
| م | الفقرات | غير موافق تماما | غير موافق | محايد | موافق | موافق تماماً |
| ١ | إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً في الدعاية للمشروعات | | | | | |
| ٢ | متابعة إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي من أكثر اهتماماتي | | | | | |
| ٣ | تستحوذ إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي على الأكثر متابعة | | | | | |
| ٤ | هناك جديد يوميا في إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي تخدم المشروعات | | | | | |
| ٥ | إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي منصة هامة للترويج للخدمات والأنشطة لمشروع | | | | | |
| ٦ | توفر إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي منصات عديدة للتعرف على المنتجات والخدمات | | | | | |
| ٧ | إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر جذبا لعملاء المشروعات | | | | | |
| ٨ | تمكن إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي من تفاعل العملاء مع المشروع بصورة جيدة | | | | | |
| ٩ | تتميز إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي بسهولة المشاهدة والتصفح في أي وقت | | | | | |
| ١٠ | تسهم إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في توفير تكاليف الدعاية والترويج للمشروع | | | | | |
| ١١ | تلعب إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي دور مهم في جذب العملاء للمشروع | | | | | |
| | **فقرات قياس مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي** | | | | | |
| م | الفقرات | غير موافق تماما | غير موافق | محايد | موافق | موافق تماماً |
| ١ | تتوفر ألون جذابة ومشوقة في إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي | | | | | |
| ٢ | يؤثر مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في مرات مشاهدته والتفاعل مع المشروع | | | | | |
| ٣ | تصميم مضمون الإعلان يؤثر في جذب العملاء للمشروع | | | | | |
| ٤ | يمكن مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي من بث قيم مناسبة لعملاء المشروع | | | | | |
| ٥ | مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي القائم على الاسلوب الإخباري المشوق يؤثر في نجاح المشروع | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ٦ | يحقق مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي المصداقية عن المشروع | | | | | |
| ٧ | أن مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي يساعد في توفير معلومات عن المشروع | | | | | |
| ٨ | يسهم مضمون إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي في توصيل رسالة إيجابية لعملاء المشروع | | | | | |
| | **فقرات قياس مضمون كفاءة وفاعلية المشروعات الصغيرة** | | | | | |
| م | الفقرات | غير موافق تماما | غير موافق | محايد | موافق | موافق تماماً |
| ١ | يمارس المشروع أنشطة تتعلق بالابتكار في خدماته وأنشطته | | | | | |
| ٢ | يحقق المشروع وفورات في تكاليف أداء أنشطته وخدماته | | | | | |
| ٣ | لدى المشروع وفورات في تكاليف أداء أنشطته وخدماته | | | | | |
| ٤ | يستخدم المشروع أساليب تخدم الحفاظ على البيئة واستدامة الموارد الطبيعية | | | | | |
| ٥ | يحقق المشروع المخطط لها وفقا للمؤشرات المستهدفة | | | | | |
| ٦ | يعمل المشروع على تعظيم رأس المال والموارد المالية بدون أي تكاليف أو أعباء | | | | | |
| ٧ | يستطيع المشروع التغلب على المنافسين وتقديم مرونة في أدائه | | | | | |
| ٨ | لدى المشروع قدرة على تطوير خدماته وأنشطته دون أي أعباء جديدة | | | | | |
| ٩ | يستطيع المشروع التغلب على الأزمات والمواقف الطارئة في مجال عمل المشروع | | | | | |
| ١٠ | لدى المشروع موظفين متميزين ومبتكرين في أداء خدمات المشروع | | | | | |
| ١١ | يحقق المشروع معدلات عالية في المخرجات نتيجة حسن استخدام مدخلات المشروع | | | | | |