

دور التقانات الاجتماعية في تعزيز البراعة التنظيمية: دراسة مسحية في شركة آسياسيل للاتصالات

محمد حسين مرعي، كلية الادارة والاقتصاد ، الموصل ، العراق
علي عبدالفتاح الشاهر، كلية الادارة والاقتصاد ، الموصل ، العراق

تاريخ استلام البحث: 2022/12/01 تاريخ نشر البحث: 2022/12/20 المجلد: 4 العدد: 4

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه التقانات الاجتماعية في تعزيز ودعم البراعة التنظيمية، ومن أجل تحقيق هذا الهدف تم بناء نموذج الدراسة بالاستناد إلى ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة، فقد تم تليخيص أبعاد متغير التقانات الاجتماعية بـ (رأس المال الاجتماعي، سهولة الاستعمال المدركة، الفائدة المدركة، التفاعل الاجتماعي، الكفاءة الاجتماعية، التشجيع المدرك، التأثير الاجتماعي وتسهيل الشروط)، فيما تمثلت أبعاد البراعة التنظيمية بـ (براعة الاستكشاف وبراعة الاستغلال). وقد بينت الدراسة أن هنالك تأثيراً معنوياً للتقانات الاجتماعية في البراعة التنظيمية كلها، بشقيها الاستكشافي والاستغلالي في الشركة المبحوثة، واقترحت الدراسة إيلاء اهتمام أكبر بالتقانات الاجتماعية من قبل إدارة الشركة وكذلك ضرورة إجراء المزيد من الدراسات لبيان دور التقانات الاجتماعية والتعرف على ما توفره من مزايا وفوائد يعود ريعها على الشركة.

الكلمات المفتاحية: التقنيات الاجتماعية ، البراعة التنظيمية.

The Role of Social Technologies in Enhancing Organizational Ingenuity: A Survey Study in Asiacele Communications

Mohamed Hussein Marie, Assistant Teacher, College of Administration and Economics, Mosul, Iraq
Ali Abdulfattah Alshaher, Assistant Teacher, College of Administration and Economics, Mosul, Iraq

Corresponding Author: Mohamed Hussein Marie, **E-mail:** Allwayzy@gmail.com

RECEIVED: 01 December 2022

PUBLISHED: 20 December 2022

DOI: 10.32996/jbms.2022.4.4.32

Abstract

The study aimed to identify the role played by social technologies in enhancing and supporting organizational ingenuity, and in order to achieve this goal, the study model was built based on what has been reviewed from previous studies. Perceived benefit, perceived benefit, social interaction, social efficiency, perceived encouragement, social influence and facilitation of conditions), while the dimensions of organizational ingenuity were (exploration ingenuity and exploitative prowess). The study showed that there is a significant effect of social technologies on all organizational ingenuity, both exploratory and exploitative in the company in question. proceeds to the company.

Keywords: social technologies, organizational ingenuity

المقدمة:

تواجه المنظمات اليوم تحديات وضغوطاً تنافسية بوتيرة متزايدة وسرعة غير مسبوقه نتيجة للتطورات الحاصلة في بيئة الأعمال، فضلاً عن التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، علاوة على ذلك، فإنّ تغيّر متطلبات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم يرغم المنظمات على المحاولة جاهدةً للتأقلم مع هذه التغيّرات لغرض الحفاظ على ديمومتها وتحقيق مزايها تميّزها عن منافسيها (Gallo, et al., 2019,20)، وبالنظر إلى ما باتت تشغله التقانات الاجتماعية من مكانة في حياة المستفيدين، فقد دفع منظمات الأعمال إلى عدم اهمال ذلك الدور واستثمار الكم المتولد من البيانات وتوظيفه في تعزيز استراتيجية البراعة التنظيمية عن طريق الاستطلاع واستكشاف الفرص، فضلاً عن استغلال الإمكانيات المتوافرة وتحقيق التوازن بين الجانبين، إذ تستمد هذه الدراسة من الأدبيات القول بأن البراعة التنظيمية - سواء الاستغلال أو الاستكشاف - قد تتأثر بالتقانات الاجتماعية ومن أجل تحقيق أهداف البحث فقد تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، إذ تضمن المبحث الأول منهجية البحث، وتضمن المبحث الثاني الاطار النظري للبحث، بينما تضمن المبحث الثالث الجانب العملي للبحث والاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: منهجية البحث.**أولاً: مشكلة الدراسة**

تواجه المنظمات اليوم تحديات وضغوطاً تنافسية بوتيرة متزايدة وسرعة غير مسبوقه نتيجة للتطورات الحاصلة في بيئة الأعمال، فضلاً عن التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، علاوة على ذلك، فإنّ تغيّر متطلبات ورغبات الزبائن وتوقعاتهم يرغم المنظمات على المحاولة جاهدةً للتأقلم مع هذه التغيّرات لغرض الحفاظ على ديمومتها وتحقيق مزايها تميّزها عن منافسيها ومن جانب آخر لغرض تحديد إطار المشكلة في الجانب الميداني فقد أجرى الباحث دراسة استطلاعية في المنظمة المبحوثة عن طريق إجراء مقابلات مع عينة من متخذي القرار لغرض معرفة وتقييم الوضع الحالي للمنظمة ومن خلال ذلك تم تحديد المشكلة وتلخيصها بالتساؤلات الآتية: التساؤل الرئيس الأول: هل توجد علاقة ارتباط معنوية بين التقانات الاجتماعية والبراعة التنظيمية في المنظمة المبحوثة؟ إذ يندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي تتمثل بـ: هل يوجد علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد التقانات الاجتماعية والبراعة التنظيمية؟ هل يوجد علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد التقانات الاجتماعية وبراعة الاستكشاف؟ هل يوجد علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد التقانات الاجتماعية وبراعة الاستغلال؟

ثانياً: أهداف البحث

وفي ضوء تحديد مشكلة البحث وأهميتها فإن الدراسة تسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف التي تتلخص بالآتي: توضيح الإطار النظري لمتغيرات الدراسة من خلال استعراض الدراسات السابقة وأهم ما توصلت إليه الجهود البحثية السابقة فيما يتعلق بمتغيري الدراسة (التقانات الاجتماعية والبراعة التنظيمية). التعرف على واقع والتقانات الاجتماعية والبراعة التنظيمية في المنظمة المبحوثة من خلال تحليل البيانات. اختبار علاقات التأثير والارتباط بين متغيرات قياس التقانات الاجتماعية وقياس مدى قوة تأثيرها وارتباطها بالبراعة التنظيمية.

ثالثاً: أهمية البحث

تنقسم أهمية البحث إلى شقين على الصعيد الأكاديمي وعلى الصعيد الميداني وكالآتي: تعدّ هذه الدراسة امتداداً للدراسات السابقة في مجال التقانات الاجتماعية ومجال البراعة التنظيمية منفردين. تعدّ إضافة نوعية إلى نطاق المجال المعرفي المتعلق في مجال التقانات الاجتماعية مما يساهم في فك الغموض عن الدور الذي تؤديه التقانات الاجتماعية في البراعة التنظيمية، فقد لاحظ الباحث افتقار الكتابات العربية إلى بحوث من هذا النوع.

خامساً: فرضيات الدراسة.

يمكن بيان فرضيات الدراسة على النحو الآتي:
الفرضية الرئيسة الأولى: توجد علاقة معنوية للتقانات الاجتماعية على البراعة التنظيمية.

أولاً: الدراسات السابقة:

فيما يأتي استعراض لأهم ما ذكر في الدراسات السابقة التي نشرها الباحثون والتي تتضمن موضوعي (التقانات الاجتماعية) و(البراعة التنظيمية): فيما يخص الدراسات المتعلقة بالتقانات الاجتماعية، أجرى (Benitez et al., 2018,518) دراسة عنوانها "البراعة المعرفية الممكنة من تكنولوجيا المعلومات وأداء الابتكار في المنظمات الأمريكية الصغيرة: دور الوسيط لقدرة التقانات الاجتماعية"، هدفت إلى البحث في تأثير البراعة المعرفية التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات في أداء الابتكار، والدور الوسيط المحتمل لقدرة وسائل التواصل الاجتماعي. وقد تم إنجاز الدراسة بالاعتماد على المنهج التحليلي التجريبي لإجراء البحث الذي تناول عينة مكونة من 100 شركة أمريكية صغيرة، إذ توصلت الدراسة إلى أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات تمكن الشركة من استكشاف معرفة جديدة واستغلال المعرفة الحالية لزيادة وتحسين الابتكار. ولاحظت الدراسة أن قدرة التقانات الاجتماعية تحمل دوراً وسيطاً إيجابياً في هذه المعادلة، إذ تعمل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وقدرات الوسائط الاجتماعية معاً لتمكين معرفة البراعة التنظيمية.

أشارت دراسة (Papa et al., 2018,332) الموسومة بـ "التقانات الاجتماعية كأداة لتسهيل خلق المعرفة والابتكار في المنظمات الصغيرة والمتوسطة: آثار التقانات الاجتماعية والتوجه نحو الابتكار" التي تم إجراؤها على عينة مكونة من 96 شركة صغيرة ومتوسطة إذ تم جمع البيانات من خلال استبيان موحد، واختبار الفرضيات من خلال نماذج الانحدار (OLS). سعيًا لدراسة آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على أربع عمليات لخلق المعرفة، وهي التنشئة الاجتماعية، والتخارج، والدمج والاستيعاب، والابتكار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (SMEs). إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل إيجابي في ثلاث من أصل أربع عمليات لخلق المعرفة فضلاً عن أنها تساعد في تعزيز عملية الابتكار في المنظمة.

بينما ذكرت دراسة (de OLIVEIRA et al., 2022,327) المعنونة بـ "نحو إطار عمل للابتكار في تجارة التجزئة من خلال التقانات الاجتماعية" أن وسائل التواصل الاجتماعي ترتبط بشكل إيجابي بالابتكار الجذري والمتزايد، بواسطة قنوات رقمية متعددة ومُدارة بواسطة القدرات الرقمية. بعد إجراء الدراسة التي قامت على منهج التحليل الكمي على بيانات من 414 شركة متوسطة الحجم، بهدف تحري مسألة كيف تدفع وسائل التواصل الاجتماعي الابتكار في أعمال البيع بالتجزئة.

فضلا عن ذلك، أجرى (Corral de Zubielqui et al., 2020,341) دراسة بعنوان "كيف ومتى تؤثر التقانات الاجتماعية في الابتكار في المنظمات الناشئة. نموذج وساطة خاضعة للإشراف" باستخدام المنهج التحليلي الكمي بهدف معرفة تحت أي ظروف وكيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي في نتائج الابتكار، وأشارت نتائج التحليل التي أجريت على بيانات 1769 شركة أسترالية ناشئة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير إيجابي كبير على نتائج ابتكار الشركات الناشئة، والتعلم الإداري من شبكات بدء التشغيل يتوسط العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والابتكار، كما أن السوق والديناميكية التكنولوجية لها تأثير إيجابي معتدل على وسائل التواصل الاجتماعي التي تؤثر في الابتكار، وتم تحديد العوامل التي يستفيد منها رواد الأعمال من وسائل التواصل الاجتماعي والتعلم الإداري من الجهات الفاعلة في الشبكة للابتكار.

المبحث الثاني

تعريف التقانات الاجتماعية

يمكن النظر إلى التقانات الاجتماعية على أنها "مجموعة التطبيقات على التقانات الاجتماعية والشبكة الإلكترونية لزيادة الإدراك في العلامة للمنتج، زيادة المبيعات، تطوير الخدمة المقدمة للزبون، وتنفيذ الحملات التسويقية" (Networks & Study, 2019). كما أشار (Manzanelli, 2016,69) إلى أن التقانات الاجتماعية هي وسائل تتيح الابتكار من خلال البحث عن المعلومات من مجموعة متنوعة من الأفراد في أشكال اجتماعية افتراضية متنوعة، وعرفها (DAJ, 2013,18) على أنها مواقع الويب والأدوات عبر الإنترنت وتقنيات الاتصال التفاعلية الأخرى التي تسمح للمستخدمين بالتفاعل مع بعضهم البعض، بطريقة ما، إما عن طريق مشاركة المعلومات، أو الآراء، أو المعرفة، أو حتى الاهتمامات. كما أشارت دراسة (Feng Lin, 2022,71) لكون التقانات الاجتماعية تمثل منصات وأدوات للتسويق الرقمي، إذ تتيح التفاعل الاجتماعي بين الأعمال وشبكات العملاء. وعرفها (Frutos et al., 2014,12) على أنها مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت، والمبنية على تقنية Web 2.0 التي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدم. وأشار (Grujic & Grujic, 2016,8) إلى التقانات الاجتماعية كونها مجموعة من الأنظمة الأساسية التي تسمح للأشخاص بالتفاعل و/أو الإنشاء، و/أو المشاركة، و/أو تبادل المعلومات والأفكار في مجتمعات وشبكات افتراضية. ونص تعريف دراسة (X. Lin et al., 2017,2685) للتقانات الاجتماعية على الآتي: "هي المنصة التي تحدث فيها أنشطة التجارة الاجتماعية، وتركز على مشاركة المعلومات وزيادة الميزة التنافسية". إذ إن التقانات الاجتماعية تتشكل بمجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت معتمدة على الأسس الأيديولوجية والتكنولوجية (Web 2.0)، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئه المستخدمون كما ورد عن (Deleue et al., 2012,102).

ثانياً: مجالات استخدام التقانات الاجتماعية:

يتم الاستفادة من إمكانيات التقانات الاجتماعية في العديد من المجالات التجارية في مجال الأعمال وفيما يأتي بعض مجالات استخدام التقانات الاجتماعية.

جدول (1): مجالات استخدام التقانات الاجتماعية

ت	المجال الوظيفي	المنافع
1	التسويق	- العرض المتزايد للعلامة وتعزيز سمعتها - بناء الوعي والإدراك - خفض التكاليف التسويقية - زيادة أعداد المتصفحين للموقع.... الخ
2	دعم الزبون	- تحقيق الدعم الفوري والشخصي لطلب الزبون - تفعيل التغذية العكسية مع الزبون - تطوير خبرة الزبون والمحافظة على ولائه - تخفيض كلف الدعم المقدمة للزبون..... الخ
3	البحث والتطوير	- التركيز على السوق والجمهور المستهدف - مراقبة المنافسين - الحصول على أفكار جديدة.... الخ
4	المالية	- تخفيض الكلف الإجمالية - تحقيق الكلف الفعالة - تعظيم العوائد المالية..... الخ
5	العلاقات العامة	- تحقيق الاتصال الفوري مع الزبون - زيادة فرص عرض المنتج.... الخ
6	الموارد البشرية	- ربط المنظمة بشبكة الأعمال - استخدام التسهيلات المتاحة للعمل - تخفيض كلف الاستخدام لمتطلبات الأعمال.... الخ

إعداد الباحث بالاستناد على الدراسات السابقة

إنّ أول من طرح مفهوم البراعة هو (Duncan) في الكتابات حول التعلم التنظيمي، وهي تستند إلى ملاحظة أن المنظمات تركز إما على مقدرات الاستكشاف أو الاستغلال، إذ إن البحوث حول البراعة تهتم بسلوك المنظمات حول إدارة أعمالها. وعندما استخدم (Duncan) مصطلح البراعة لأول مرة، وجد بأن المنظمات تحتاج إلى هياكل متحولة من أجل تحقيق المبادرة وتنفيذ الإبداع. وبعد مراجعة كيفية نجاح المنظمات في أثناء عقود من الزمن، اقترح بعض الباحثون أن المنظمات تحتاج إلى الاستكشاف والاستغلال بالوقت نفسه لتحقيق البراعة. وحسب مفهوم البراعة يمكن للمنظمات أن تختار بين خيارين مهمين، ويمكن القول بأن الخيار الأول هو استخدام نشاطات تحقق زيادة الكفاءة وهذا السلوك يركز على العمليات وتقليل الكلف والجودة لتحسين الأداء ويسمى (الاستغلال)، بينما الخيار الثاني هو التركيز على النشاطات التي تزيد المرونة، وتسمى (الاستكشاف) ويشير إلى التركيز على إبداع المنتج والنمو والغرض هو ضمان الفاعلية المستقبلية (Reckel, 2018,482).

والدراسات حول البراعة تظهر أن المنظمات القادرة على تحقيق موازنة بمستوى عال بين كل من الاستغلال والاستكشاف ستكون الأكثر نجاحاً، إذ إن المنظمات التي تعمل على تكامل الاستكشاف والاستغلال تكون كفوءة في إدارتها لمتطلبات العمل والتكيف للتغيرات في البيئة بالوقت نفسه، وهذه العملية تسمى البراعة.

إنّ مفهوم البراعة نشأ في الكتابات حول التعلم (Al-Banna, 2014,719)، ولكّنه أصبح من المفاهيم الشائعة في مختلف المجالات، مثل التكنولوجيا، وإدارة الإبداع (S. L. Brown & Eisenhardt, 2003,239)، والتكيف التنظيمي (S. L. Brown & Eisenhardt, 2003,239)، والسلوك التنظيمي. وأغلب هذه الدراسات تؤكد الأثر الإيجابي للمستويات المرتفعة من البراعة (Birkinshaw & Gibson, 2004,221). إن سرعة التغيير التي تواجه الكثير من المنظمات، توجب عليها تطوير المنتجات مما يتطلب وجود براعة تنظيمية (O'Reilly & Tushman, 2008,19) كما توصل الباحثون إلى أن المنظمة البراعة تمتلك وحدات عمل قادرة على ممارسة أنشطة الاستغلال الأمثل للفرص، والبحث عن فرص جديدة في الوقت الحالي، وكذلك يمكن القول إن البراعة التنظيمية تساعد المنظمات التي تعمل في بيئة مجهولة والتي تتطلب الكفاءة والمرونة العالية في استثمار مواردها والعمل على إيجاد موارد جديدة.

ويرى (Heracleous et al., 2016,417) البراعة على أنها القدرة على استكشاف الإمكانيات الجديدة لمواجهة التغيرات المستقبلية في بيئة الأعمال، وبالوقت نفسه، استغلال حالات التأكد الحالية لمواجهة متطلبات العمل الحالية. كما أكد (Eindhoven & Version, 2020,209) على كونها مزيجاً من القدرات الاستكشافية والاستغلالية. وقدم (O'Reilly & Tushman, 2008,20) البراعة على أنها القدرة المتعززة في تعلم القادة، ويعبر عنها من خلال القدرة على إعادة تشكيل الموجودات التنظيمية الحالية، والمقدرات، بطريقة غير روتينية، للتكيف للظروف المتغيرة. ويرى (O'Reilly & Tushman, 2008,23) أن البراعة التنظيمية تمثل القدرة على تنفيذ الإبداع وتحسين الاستراتيجيات المتبعة، كما أنها تتطلب مواءمة الأنشطة عبر المستويات التنظيمية المتعددة، بضمنها الثقافة التنظيمية والاستراتيجيات الفعالة ذات القيادة الجيدة.

أما بخصوص تعريف البراعة التنظيمية، فقد عرف (Rabbi et al., 1991,101) البراعة التنظيمية بأنها "القدرة على استثمار الكفاءات الموجودة، واستكشاف الفرص الجديدة" نقلاً عن (Ibrahim, 2017,34). ويعرفها (Lubatkin et al., 2006,621) بأنها "قابلية المنظمة على إدارة الأنشطة ذات الصلة باستثمار مقدراتها الحالية بهدف خلق القيمة للمنظمة على الأمد القريب، واستكشاف الفرص الجديدة لضمان بقائها واستمرارها على الأمد البعيد بطريقة متزامنة".

خصائص البراعة التنظيمية:

هنالك العديد من الخصائص التي تمتاز بها البراعة التنظيمية، وقد تم إيجاز هذه الخصائص بالآتي:
الإدراك: وهو القدرة على إدراك التهديدات والفرص التي تتطلب القيام بمسح للبيئة الخارجية والبحث والاستكشاف، وبالتالي إدراك الفرص الجيدة، بمعنى أن المنظمات المدركة للفرص تمتلك آليات تطبيق ما تتطلبه البيئة الخارجية منها، وبالسرعة المطلوبة.
الاستثمار: وهو القدرة على اقتناص الفرص الجديدة، في غياب الإدراك لا يمكن استثمار الفرص، وهذا الأمر يتطلب تناسقاً بين فريق الإدارة العليا لتفادي القرارات الخاطئة وترتيب نموذج العمل واستراتيجيته.
إعادة التشكيل: إن مفتاح نمو المنظمات يتمثل في القدرة على إعادة توحيد الهياكل التنظيمية وتشكيلها، وتشكيل الموارد، وهذه المهمة كبيرة، وتتطلب موارد ذات كفاءة عالية.
إن البراعة التنظيمية من منظور استراتيجي تتميز بتحسين الاستراتيجيات المتبعة، التكيف مع الاضطرابات البيئية، مواءمة الأنشطة عبر مختلف المستويات التنظيمية.
إن البراعة التنظيمية بالتركيز على مضمينها، تتضمن استكشاف المعرفة واستغلالها، وتجنب الفشل، والتعلم من الأخطاء، إجراء تغييرات جذرية وروتينية داخل المنظمة للمحافظة على رؤية المنظمة.
قابلية المنظمة على اقتناص الفرص الجديدة، إذ يمثل تنفيذاً للبصيرة الاستراتيجية، والتي تؤدي إلى العمل الاستراتيجي في شروط مؤكدة.
مبادرات الأفراد واغتنامهم للفرص التي تتعدى وظائفهم والمهام المناطة بهم حالياً، وإيجاد واعز ذاتي يدفعهم لاغتنام الفرص حتى وإن لم يكن هنالك دعم من الإدارة العليا.

المبحث الثالث

: اختبار فرضيات الارتباط

الفرضية الكلية: تنص الفرضية الكلية على أن هنالك علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد المتغير المستقل والمتغير المعتمد ككل، كما موضح في الجدول في أدناه، إذ تتفرع الفرضية الكلية إلى 8 فرضيات فرعية تم اختبار كل فرضية وفق النتائج أدناه.
ويوضح الجدول (24) في أدناه علاقات الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات المعتمدة.

جدول (2) علاقة الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير المعتمد

القيمة الاحتمالية P-value	معامل الارتباط	المتغير المستقل	اتجاه العلاقة	المتغير المعتمد
0.013	0.268	رأس المال الاجتماعي	<-->	البراعة التنظيمية
0.089	0.141	سهولة الاستعمال المدركة	<-->	البراعة التنظيمية
0.05	0.183	الفائدة المدركة	<-->	البراعة التنظيمية
0.016	0.237	التفاعل الاجتماعي	<-->	البراعة التنظيمية
0.032	0.223	الكفاءة الاجتماعية	<-->	البراعة التنظيمية
0.028	0.787	التشجيع المدرك	<-->	البراعة التنظيمية
0.019	0.473	التأثير الاجتماعي	<-->	البراعة التنظيمية
0.021	0.870	تسهيل الشروط	<-->	البراعة التنظيمية

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج البرنامج الاحصائي (AMOS V26)

- H1: يرتبط رأس المال الاجتماعي ارتباطاً معنوياً بالبراعة التنظيمية من خلال نتائج الجدول (24)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين رأس المال الاجتماعي والبراعة التنظيمية وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.268) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.013) وهي أقل من (0.05).
- H2: ترتبط سهولة الاستعمال المدركة ارتباطاً معنوياً في البراعة التنظيمية تشير نتائج الجدول (24)، إلى أن هناك علاقة طردية بين سهولة الاستعمال المدركة والبراعة التنظيمية حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.183)، ولكن هذه العلاقة غير معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.089) وهي أكبر من (0.05).
- H3: ترتبط الفائدة المدركة ارتباطاً معنوياً في البراعة التنظيمية من خلال ملاحظة نتائج الجدول (24)، نجد أن هناك علاقة طردية متوسطة بين الفائدة المدركة والبراعة التنظيمية حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.183) ولكن هذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.05) وهي تساوي من (0.05).
- H4: يرتبط التفاعل الاجتماعي ارتباطاً معنوياً في البراعة التنظيمية من خلال ملاحظة نتائج الجدول (24)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين التفاعل الاجتماعي والبراعة التنظيمية حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.237) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.016) وهي أصغر من (0.05).
- H5: ترتبط الكفاءة الاجتماعية ارتباطاً معنوياً في البراعة التنظيمية من خلال نتائج الجدول (24)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين الكفاءة الاجتماعية والبراعة التنظيمية وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.223) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.032) وهي أقل من (0.05).
- H6: يرتبط التشجيع المدرك ارتباطاً معنوياً في البراعة التنظيمية من خلال نتائج الجدول (24)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين التشجيع المدرك والبراعة التنظيمية وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.787) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.028) وهي أقل من (0.05).
- H7: يرتبط التأثير الاجتماعي ارتباطاً معنوياً في البراعة التنظيمية من خلال نتائج الجدول (24)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين التأثير الاجتماعي والبراعة التنظيمية وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.473) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.019) وهي أقل من (0.05).
- H8: يرتبط تسهيل الشروط ارتباطاً معنوياً في البراعة التنظيمية من خلال نتائج الجدول (24)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين تسهيل الشروط والبراعة التنظيمية، وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.870) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.021) وهي أقل من (0.05).

الفرضيات الجزئية: تنص الفرضيات الجزئية على أن هنالك علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد المتغير المستقل وكل بعد من أبعاد المعتمد (الاستكشاف والاستغلال) وتتفرع كل فرضية جزئية إلى 8 فرضيات فرعية لكل بعد من أبعاد المتغير المعتمد كما تم اختبار كل فرضية على وفق النتائج في أدناه.

تنص الفرضية الجزئية الأولى على وجود علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد المتغير المستقل (التقانات الاجتماعية) والبعد الأول من المتغير المعتمد (براعة الاستكشاف)

جدول (3) علاقة الارتباط بين المتغير (أبعاد التقانات الاجتماعية) و(بعد براعة الاستكشاف)

القيمة الاحتمالية P-value	معامل الارتباط	المتغير المستقل	اتجاه العلاقة	المتغير المعتمد
0.012	0.215	رأس المال الاجتماعي	<-->	براعة الاستكشاف
0.062	0.146	سهولة الاستعمال المدركة	<-->	براعة الاستكشاف
0.057	0.148	الفائدة المدركة	<-->	براعة الاستكشاف
0.029	0.205	التفاعل الاجتماعي	<-->	براعة الاستكشاف
0.066	0.184	الكفاءة الاجتماعية	<-->	براعة الاستكشاف
0.016	0.74	التشجيع المدرك	<-->	براعة الاستكشاف
0.019	0.427	التأثير الاجتماعي	<-->	براعة الاستكشاف
0.009	0.794	تسهيل الشروط	<-->	براعة الاستكشاف

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج البرنامج الاحصائي (AMOS V26)

H9: يرتبط رأس المال الاجتماعي ارتباطاً معنوياً في براعة الاستكشاف من خلال نتائج الجدول (25)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين رأس المال الاجتماعي وبراعة الاستكشاف وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.215) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.012) وهي أقل من (0.05).

H10: ترتبط سهولة الاستعمال المدركة ارتباطاً معنوياً في براعة الاستكشاف تشير نتائج الجدول (25)، إلى أن هناك علاقة طردية بين سهولة الاستعمال المدركة وبراعة الاستكشاف حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.146)، ولكن هذه العلاقة غير معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.062) وهي أكبر من (0.05).

H11: ترتبط الفائدة المدركة ارتباطاً معنوياً في براعة الاستكشاف تشير نتائج الجدول (25)، إلى أن هناك علاقة طردية بين الفائدة المدركة وبراعة الاستكشاف حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.148)، ولكن هذه العلاقة غير معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.057) وهي أكبر من (0.05).

H12: يرتبط التفاعل الاجتماعي ارتباطاً معنوياً في براعة الاستكشاف من خلال نتائج الجدول (25)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين التفاعل الاجتماعي وبراعة الاستكشاف وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.205)، وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.029) وهي أقل من (0.05).

H13: ترتبط الكفاءة الاجتماعية ارتباطاً معنوياً في براعة الاستكشاف

تشير نتائج الجدول (25)، إلى أن هناك علاقة طردية بين الكفاءة الاجتماعية وبراعة الاستكشاف حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.184)، ولكن هذه العلاقة غير معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.066) وهي أكبر من (0.05).
 H14: يرتبط التشجيع المدرك ارتباطاً معنوياً في براعة الاستكشاف من خلال نتائج الجدول (25)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين التشجيع المدرك وبراعة الاستكشاف، وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.74)، وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.016) وهي أقل من (0.05).
 H15: يرتبط التأثير الاجتماعي ارتباطاً معنوياً في براعة الاستكشاف تشير نتائج الجدول (25)، إلى أن هناك علاقة طردية بين التأثير الاجتماعي وبراعة الاستكشاف حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.183)، ولكن هذه العلاقة غير معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.089) وهي أكبر من (0.05).
 H16: يرتبط تسهيل الشروط ارتباطاً معنوياً في براعة الاستكشاف من خلال نتائج الجدول (25)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية تربط ما بين تسهيل الشروط وبراعة الاستكشاف، وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.794) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.009) وهي أقل من (0.05).
 تنص الفرضية الجزئية الثانية على وجود علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد المتغير المستقل (الثقافات الاجتماعية) والبعد الأول من المتغير المعتمد (براعة الاستغلال)

جدول (4) علاقة الارتباط بين المتغير أبعاد الثقافات الاجتماعية وبعد براعة الاستغلال

القيمة الاحتمالية P-value	معامل الارتباط	المتغير المستقل	اتجاه العلاقة	المتغير المعتمد
0.013	0.288	رأس المال الاجتماعي	<-->	براعة الاستغلال
0.274	0.097	سهولة الاستعمال المدركة	<-->	براعة الاستغلال
0.039	0.198	الفائدة المدركة	<-->	براعة الاستغلال
0.022	0.232	التفاعل الاجتماعي	<-->	براعة الاستغلال
0.007	0.237	الكفاءة الاجتماعية	<-->	براعة الاستغلال
0.025	0.661	التشجيع المدرك	<-->	براعة الاستغلال
0.013	0.435	التأثير الاجتماعي	<-->	براعة الاستغلال
0.032	0.784	تسهيل الشروط	<-->	براعة الاستغلال

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج البرنامج الاحصائي (AMOS V26)

H17: يرتبط رأس المال الاجتماعي ارتباطاً معنوياً ببراعة الاستغلال من خلال نتائج الجدول (26)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين رأس المال الاجتماعي وبراعة الاستغلال، وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.288) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.013) وهي أقل من (0.05).
 H18: ترتبط سهولة الاستعمال المدركة ارتباطاً معنوياً في براعة الاستغلال تشير نتائج الجدول (26)، إلى أن هناك علاقة طردية بين سهولة الاستعمال المدركة وبراعة الاستغلال حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.097)، ولكن هذه العلاقة غير معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.274) وهي أكبر من (0.05).
 H19: ترتبط الفائدة المدركة ارتباطاً معنوياً في براعة الاستغلال من خلال نتائج الجدول (26)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين الفائدة المدركة وبراعة الاستغلال، وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.198)، وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.039) وهي أقل من (0.05).
 H20: يرتبط التفاعل الاجتماعي ارتباطاً معنوياً في براعة الاستغلال من خلال نتائج الجدول (26)، نجد أن هناك علاقة طردية بين التفاعل الاجتماعي وبراعة الاستغلال حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.232) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.022) وهي أقل من (0.05).
 H21: ترتبط الكفاءة الاجتماعية ارتباطاً معنوياً في براعة الاستغلال من خلال نتائج الجدول (26)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين الكفاءة الاجتماعية وبراعة الاستغلال وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.237) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.007) وهي أقل من (0.05).
 H22: يرتبط التشجيع المدرك ارتباطاً معنوياً في براعة الاستغلال من خلال نتائج الجدول (26)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين التشجيع المدرك وبراعة الاستغلال، وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.661) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.025) وهي أقل من (0.05).
 H23: يرتبط التأثير الاجتماعي ارتباطاً معنوياً في براعة الاستغلال من خلال نتائج الجدول (26)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين التأثير الاجتماعي وبراعة الاستغلال، وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.435) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.013) وهي أقل من (0.05).
 H24: يرتبط تسهيل الشروط ارتباطاً معنوياً في براعة الاستغلال من خلال نتائج الجدول (26)، نجد أن هناك علاقة طردية ومعنوية بين تسهيل الشروط وبراعة الاستغلال، وذلك حسب قيمة معامل الارتباط التي بلغت (0.784) وهذه العلاقة معنوية بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي ظهرت قيمتها مساوية لـ (0.032) وهي أقل من (0.05).

الاستنتاجات والتوصيات

الثقافات الاجتماعية هي مجموعة من الأنظمة التي تتيح التفاعل بين الافراد وتمكنهم من مشاركة الأفكار وانشائها عبر منصات باتت تشكل مجتمعات الكتروني وواقع افتراضي (حياة افتراضية ان جاز التعبير)

توفر التقانات الاجتماعية العديد من المزايا التي يمكن الاستفادة منها في مجالات مختلفة، وتركز الدراسة الحالية على الجانب التنظيمي والإداري للتقانات الاجتماعية، حيث تعد مصدر غني للمعلومات ومستودعات للبيانات، كما توفر مجتمعات وتجمعات لأصحاب المنافع والاهتمامات المشتركة وتمكنهم من التفاعل فيما بينهم وفق سياسات محددة.

يمكن للمنظمات الاستفادة من التقانات الاجتماعية في العديد من المجالات (التسويق، دعم الزبون، البحث والتطوير، الجانب المالي، العلاقات العامة والموارد البشرية)

البراعة التنظيمية: هي قدرة المنظمة على الموازنة ومزامنة كل من نشاطي الاستكشاف والاستغلال بهدف الوصول الى افضل أداء .

تكمُن أهمية البراعة التنظيمية في كونها تمكن المنظمات من المحافظة على المزايا التنافسية ذات التأثير الإيجابي مما يزيد من رضا الزبون، كما ان المنظمات البارعة تمتلك القدرة على اقتناص الفرص ويعطيها مرونة هيكلية تمكنها من مواجهة التهديدات المحتملة مما يحقق افضل أداء.

يتمتع نموذج القياس الذي تبنته الدراسة بقدرته على الاتساق والثبات والدقة في قياس المتغيرات قيد الدراسة، فهو يتمتع بالموثوقية والصلاحية (التقارب والبناء والتمايز) ما يمكن الباحثين في المستقبل من استخدامه في قطاعات أخرى للقيام بالمزيد من التحليلات الإحصائية وتحقيق توجهات دراساتهم وفرضياتها المشتقة في ضوء ذات المتغيرات.

أظهرت الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة وجود علاقة تأثير معنوية لمقاييس التقانات الاجتماعية المتمثلة بـ (رأس المال الاجتماعي، التفاعل الاجتماعي، الكفاءة الاجتماعية، التشجيع المدرك، التأثير الاجتماعي وتسهيل الشروط) في البراعة التنظيمية ككل وفق ما توصلت إليه نتائج الدراسة. تشير النتائج إلى انعدام تأثير المقاييس اللذين ينضويان تحت متغير التقانات الاجتماعية (سهولة الاستعمال المدركة، الفائدة المدركة) في البراعة التنظيمية ككل في الشركة المبحوثة.

وجد علاقة تأثير معنوية لأغلب مقاييس التقانات الاجتماعية والتي تتمثل بـ (رأس المال الاجتماعي، سهولة الاستعمال المدركة، التفاعل الاجتماعي، الكفاءة الاجتماعية، التشجيع المدرك، التأثير الاجتماعي وتسهيل الشروط) في بعد الاستكشاف الذي ينضوي تحت متغير البراعة التنظيمية في الشركة المبحوثة.

التوصيات

توصي الدراسة الحالية وفق ما بضرورة الاهتمام بالتقانات الاجتماعية، أي توفير الثقافة المنظمة وبيئة العمل المناسبة اللتين تتيحان للأفراد العاملين مرونة تُمكنهم من الاستفادة مما توفره التقانات الاجتماعية من معلومات وبيانات ومؤشرات تحفز العاملين نحو الإبداع ومواكبة التطورات في بيئة العمل الخارجية بوصف التقانات الاجتماعية إحدى العوامل المحفزة للإبداع لدى الأفراد وهذا ما تؤكدته دراسات (البيغلي، 2021، 364 – 380) و (Ilmu & Fisip, 2001,41).

تعزيز الكفاءات الذاتية ودعم رأس المال الاجتماعي لكونه المحرك الرئيس للمنظمة ككل بوصفها عاملاً مهماً ذا تأثير كبير في انتشار ثقافة المعلومات، وذلك من خلال تشجيع المستفيد على استعمال التقانات الاجتماعية وكذلك توفي مجتمعات معرفية لمشاركة وتبادل المعرفة بين الافراد، وزرع الثقة في نوسهم من خلال الرسائل الإيجابية.

وجوب اهتمام الإدارة العليا في المنظمات بتقديم الدعم للموظفين من خلال تشجيع الأفكار الجديدة وحثهم على الاستكشاف وتنمية الابتكارات، وذلك من خلال توفير الدعم التقني المادي والمالي والبشري والقيادي الملائم. ويكون ذلك من خلال توفير وتخصيص موارزات للبحث والتطوير، وتحديث التقانات القائمة.

تعزيز ودعم قسم البحث والتطوير داخل المنظمة المبحوثة وتخصيص أفراد لمراقبة التقانات الاجتماعية لمتابعة البيئة الخارجية ومراقبة السوق وردود وتعليقات الزبائن ودراسة توجهاتهم ورغباتهم، بغرض استغلال الفرص وتوجيه العروض بصورة أدق نحو الفئات المستهدفة.

تعزيز قنوات التواصل بين الشركة وبين الزبائن لغرض توطيد العلاقة بين الطرفين، وزيادة تفاعل الأفراد المتخصصين بالتواصل عبر التقانات الاجتماعية مع الزبائن.

زيادة نشاط المنظمة على منصات التواصل الاجتماعي التي تتيح انتشاراً أفضل، عن طريق عرض المزايا والخدمات لغرض إعلام الزبائن بما يستجد لدى المنظمة من عروض، إذ يوفر ذلك كفاءة أعلى في استغلال واستثمار الزبائن الحاليين لدى المنظمة.

References

- [1] Fotis, J. N. (2015). The use of Social Media And ITS Impacts on Consumer Behaviour: The Context Of Holiday Travel. May. A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of Bournemouth University for the degree of Doctor of Philosophy
- [2] DAJ, A. (2013). Economic and Legal Aspects of Introducing Novel Ict Instruments: Integrating Sound Into Social Media Marketing - From Audio Branding To Soundscaping. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences, 6(2), 15–24. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=95565358&lang=es&site=ehost-live>
- [3] Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. Management, Ph.D. massachusetts institute of technology. (January 1985), 291. <https://doi.org/oclc/56932490>
- [4] Boulos, M. N. K., & In. (2011). Using social media for improving health literacy.
- [5] Braem, T. R. M. (2015). Customer-driven business model innovation. February.
- [6] Brion, S., & Mothe, C. (2017). Organizational context and innovation ambidexterity: Is creativity the missing link? *Revue Francaise de Gestion*, 264(3), 1–21. <https://doi.org/10.3166/rfg.2017.00108>
- [7] Lee, K. R. (2002). Impacts of Information Technology on Society in the new Century. *Structure*, 1–6. <https://www.zurich.ibm.com/pdf/Konsbruck.pdf>
- [8] Brion, S., Mothe, C., & Sabatier, M. (2014). The impact of organizational context and competences on innovation ambidexterity To cite this version: HAL Id: hal-00936801. 14(2), 151–178.
- [9] Howard, A. G., Zhu, M., Chen, B., Kalenichenko, D., Wang, W., Weyand, T., Andreetto, M., & Adam, H. (2017). MobileNets: Efficient Convolutional Neural Networks for Mobile Vision Applications. <http://arxiv.org/abs/1704.04861>
- [10] Kenyon, J., Binder, J., & Baker-Beall, C. (2021). Exploring the role of the Internet in radicalisation and offending of convicted extremists. Ministry of Justice Analytical Series, ISBN 978-1-84099-976-1
- [11] Pujiwidodo, D. (2016). A STUDY OF SOCIAL MEDIA USAGE AND INTERACTIONS. III(2), 2016.
- [12] Abedniya, A., & Sabbaghi, S. (2010). The Impact of Social Networking Websites to Facilitate the Effectiveness of Viral Marketing. In *International Journal of Advanced Computer Science and Applications* (Vol. 1, Issue 6). <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2010.010621>

- [13] Adler, P. S., Goldoftas, B., & Levine, D. I. (1999). Flexibility Versus Efficiency? A Case Study of Model Changeovers in the Toyota Production System. *Journal of Organization Science*, 10(1), 43–68. <https://doi.org/10.1287/orsc.10.1.43>
- [14] Ahmadi, H., O’Cass, A., & Miles, M. P. (2014). Product resource-capability complementarity, integration mechanisms, and first product advantage. *Journal of Business Research*, 67(5), 704–709. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.031>
- [15] Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- [16] Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207–224. <https://doi.org/10.1080/00222216.1992.11969889>
- [17] AKDOĞAN, A. A., ÇİNGÖZ, A., & AKDOĞAN, S. (2009). Organizational Ambidexterity: an Empirical Examination of Organizational Factors As Antecedents of Organizational Ambidexterity. *Journal of Global Strategic Management*, 2(3), 17–17. <https://doi.org/10.20460/jgsm.2009318458>
- [18] Al-Ghaith, W. (2015). Understanding Social Network Usage: Impact of Co-Presence, Intimacy, and Immediacy. In *International Journal of Advanced Computer Science and Applications* (Vol. 6, Issue 8). <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2015.060813>
- [19] Chang, W., Worman, H. J., & Gundersen, G. G. (2015). Accessorizing and anchoring the LINC complex for multifunctionality. *Journal of Cell Biology*, 208(1), 11–22. <https://doi.org/10.1083/jcb.201409047>
- [20] Chen, P., Chavez, O., Ong, D. C., & Gunderson, B. (2017). Strategic Resource Use for Learning: A Self-Administered Intervention That Guides Self-Reflection on Effective Resource Use Enhances Academic Performance. *Journal of Psychological Science*, 28(6), 774–785. <https://doi.org/10.1177/0956797617696456>
- [21] Chung, G. C. & H. (2014). Applying the Technology Acceptance Model to Social Networking Sites (SNS): Impact of Subjective Norm and Social Capital on the Acceptance of SNS. *Journal of Computer Information Systems*. <https://doi.org/10.1080/10447318.2012.756333>
- [22] Clauss, T., Kraus, S., Lukas, F., Bican, P. M., Brem, A., & Kailer, N. (2021). Organizational ambidexterity and competitive advantage: The role of strategic agility in the exploration-exploitation paradox. *Journal of Suma de Negocios*, 6(4), 203–213. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.07.003>
- [23] Constantinides, E., & Fountain, S. J. (2008). Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 231–244. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ddmp.4350098>
- [24] Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). YEARBOOK OF THE INTERNATIONAL LAW COMMISSION.
- [25] Corral de Zubielqui, G., Fryges, H., & Jones, J. (2019). Social media, open innovation & HRM: Implications for performance. *Journal of Technological Forecasting and Social Change*, 144(July), 334–347. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.07.014>
- [26] Crammond, R., Omeihe, K. O., Murray, A., & Ledger, K. (2018). Managing knowledge through social media: Modelling an entrepreneurial approach for Scottish SMEs and beyond. *Baltic Journal of Management*, 13(3), 303–328. <https://doi.org/10.1108/BJM-05-2017-0133>
- [27] Crockett, M. J., & Fehr, E. (2014). Social brains on drugs: Tools for neuromodulation in social neuroscience. *Journal of Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 9(2), 250–254. <https://doi.org/10.1093/scan/nst113>
- [28] Croft, R., & Brennan, R. (2006). The Use Of Social Media In B2B Marketing and Branding: An Exploratory Study. *Journal of Customer Behavior*, 1–20.
- [29] Damanpour, F., & Aravind, D. (2012). Managerial Innovation: Conceptions, Processes, and Antecedents. *Journal of Management and Organization Review*, 8(2), 423–454. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2011.00233.x>