

**استراتيجيات الذكاء الاجتماعي وانعكاسها  
على الاداء الاستراتيجي على وفق الدور  
الوسيط لتسويق الوسائط الاجتماعية  
شركات الانترنت العراقية نموذجا**

**غيث حسن كامل  
أ.د. رمضان خماخم  
جامعة صفاقس كلية العلوم الاقتصادية  
والتصرف**

من اجل تحقيق اهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، قام الباحث بجمع البيانات عن الشركات عينة البحث حيث تم توزيع استمارة الاستبانة على المدراء والادارة العليا في الشركات الانترنت (١٣٢) استمارة وبلغت عدد الاستمارات المسترجعة (١٢) استمارة وبلغت الاستمارات الصالحة لتحليل (١٢٠) استمارة، وتم تحليل بيانات الدراسة باستخدام الاحصاء الوصفي عن طريق التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، وايضاً استخدام معادلة الانحدار الخطي المتعددة لتحليل فرضية الدراسة الرئيسية وايضاً الفرضيات الفرعية ، وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج وجود علاقة ارتباط طرية موجبة بين ابعاد الذكاء الاجتماعي و الاداء الاستراتيجي، توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين تسويق الوسائط الاجتماعية والاداء الاستراتيجي وأظهرت النتائج من خلال مخرجات برنامج (Amos) وبرنامج (Smartplus) هنالك بينت النتائج على وجود بين علاقة بين الذكاء الاجتماعي والاداء الاستراتيجي، بينت النتائج وجود علاقة بين بين تسويق الوسائط الاجتماعية و الاداء الاستراتيجي ، اما اهم التوصيات تمثلت في ضرورة الاهتمام المستمر من لدن إدارة شركات الانترنت بالذكاء الاجتماعي ، كونه يعد عاملاً مؤثراً ومهماً ، ضرورة العمل على تقليل من حجم الاخفاقات التي تواجه شركات عينة البحث.

الكلمات المفتاحية :- الذكاء الاجتماعي ، الاداء الاستراتيجي ، الوسائط الاجتماعية

## Abstract

In order to achieve the objectives of the study, the researcher used the descriptive analytical method. The researcher collected data on the companies that were the research sample. The questionnaire form was distributed to managers and senior management in the Internet companies (132 questionnaires), and the number of retrieved questionnaires reached (12 questionnaires), and the questionnaires suitable for analysis reached (120). Form The study data was analyzed using descriptive statistics through frequencies, percentages, and arithmetic averages, and also using the multiple linear regression equation to analyze the study's main hypothesis and sub-hypotheses. The study reached many results: There is a positive correlation between the dimensions of social intelligence and strategic performance. There is a relationship There is a significant relationship between social media marketing and strategic performance, and the results were demonstrated through the program outcomes (Amos) and the (Smart plus) program there, the results showed that there is a relationship between social intelligence and strategic performance. The results showed that there is a relationship between social media marketing and strategic performance. The most important recommendations were the need for continued attention from the management of Internet companies to social intelligence, as it is an influential and important factor, the necessity of working to reduce the extent of failures faced by the companies sampled in the research.

Keywords: social intelligence, strategic performance, social media

## المقدمة :-

تتعدد متطلبات إدارة الاعمال على المستويين العالمي والمحلي كلما تنوعت مهارات سوق العمل، وتباينت قدرات وقابليات العاملين، وازدادت الحاجة الى توظيف المواهب الذين يمثلون مسار الرحلة نحو الأداء الاستراتيجي الفاعل. ويمكن القول وبما لا يقبل الشك أن مهارات سوق الاعمال اليوم أكثر تعقيداً من أي وقت مضى، فلم تعد مصادر التوظيف المحلية هي الحلول الأولى او الوحيدة، ولم تعد المعرفة في أذهان او أيدي عاملين خارجيين يصعب الوصول إليهم، فقد سهلت وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من الوصول العالمي، وبالتالي البحث عن المهارات المميزة على الصعيد العالمي، مع توسيع قاعدة بيانات المعرفة التنظيمية لتنتقل المعرفة من أذهان المواهب الى سياقات العمل المعتمدة. وعلى الرغم من ثورة الاعمال المستندة الى دعم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الصعيد العالمي، لا تزال هناك عقبة واحدة تتطلب مراقبتها ومعالجتها بصورة سلمية لتحسين فاعلية أداء الموظفين، تلك هي القضايا الاجتماعية التي يمكن أن تزيد او تحد من فاعلية فرق العمل والأداء الجماعي ومشاركة المعلومات والمعرفة بين الموظفين.

تتطلب إدارة أداء الموظفين في بيئة الاعمال اليوم نهجاً يمكنه الجمع بين توجيه الموظفين نحو هدف المنظمة الاستراتيجي، وبين حل القضايا الاجتماعية المتباينة بالضرورة بينهم. فالأفراد القادمين من خلفيات ثقافية واجتماعية مختلفة أكثر عرضة للصدام الاجتماعي

خصوصاً فيما يتعلق بالعادات والسلوكيات المقبولة وغير المقبولة عند أي منهم، ما يتطلب في النهاية خلق بيئة اجتماعية تتوسط ذلك الخليط المتنوع من الافراد، وتحثهم على توحيد السلوكيات المقبولة، وربط قيمهم بقيم المنظمة الاستراتيجية وصولاً لتعزيز الفاعل للأداء الاستراتيجي في النهاية. لذلك، يبدو أن امتلاك قدرات الذكاء الاجتماعي يمثل واحدة من أهم مهارات وقدرات الموظفين في بيئة الاعمال المعاصرة فالذكاء الاجتماعي ببساطة تعريف (Thorndike, 1920) هو القدرة على فهم وإدارة الأشخاص، والتصرف بمهارة في العلاقات والتفاعلات الإنسانية والاجتماعية. ذلك تماماً ما تتطلبه بيئة الاعمال اليوم في سعيها نحو خلق مناخ تنظيمي اجتماعي متوافق يفهم كل طرف فيه بذكاء دوافع سلوك الآخرين، ومقاصد مبادراتهم، وبالتالي التكيف معها بفاعلية والاستفادة من خصالها الجيدة وصولاً لبيئة العمل المثالية قدر ما أمكن ذلك. ان توحيد رؤى العاملين وقيمهم وتوجيهها نحو هدف المنظمة الأسمى يتطلب استراتيجيات فاعلة لربط أداء كل موظف على حدة بالأداء الاستراتيجي للمنظمة، وأشعار كل فرد بأهميته ودوره في تحسين أداء المنظمة ونجاحها. هذه المسؤولية تقع على عاتق المستويات الإدارية العليا والوسطى بالدرجة الأولى، فالإدارة العليا مسؤولة عن رسم المسار الاستراتيجي، وتحديد رؤية ورسالة المنظمة الاستراتيجية، فيما تقع مسؤولية التنسيق وايصال رؤى الإدارة العليا للعاملين على الإدارة الوسطى، والتي ينصب اهتماماً على محاذة سلوك وأداء العاملين مع متطلبات النجاح الاستراتيجي للمنظمة ككل (Develí, et al. 2022).

وتأسيساً على ما تقدم، فإن سعي المنظمات للوصول والتربع على منصة النجاح الاستراتيجي تتطلب جهوداً موجهة نحو الخارج بموازاة استراتيجياتها الداخلية، فالمسؤولية الاجتماعية وسمعة المنظمة وقوة العلامة التجارية كلها قضايا مرتبطة برؤية جمهور المنظمة لها، وتواصلها الملائم معهم. يعني ذلك أن جهود المنظمة على المستوى الداخلي غير كافية لوحدتها في تعزيز فاعلية الأداء الاستراتيجي مالم ترتبط بالرسائل الإيجابية التي تبعثها للأطراف الخارجية (المجتمع، أصحاب الأموال، النقابات ... الخ)، ما يتطلب بالضرورة قنوات اتصال فاعلة ومباشرة بين المنظمة وجمهورها بشكل دائم. وعلى العكس من الأداء التسويقي التقليدي، فإن منصات وسائل التواصل الاجتماعي اليوم تمثل المسار الأكثر تماساً مع الجمهور، والأكبر فعالية بلا شك. إذ تتصف أنشطة التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالوصول السريع والمباشر، والانتشار الفاعل للرسائل الموجهة نحو المجتمع، فضلاً عن ميزانيات التسويق الأقل. تخلق كل تلك العوامل في النهاية دورة متكاملة في سعي المنظمات لتعزيز الأداء الاستراتيجي، تبدأ بمناخ العمل ذو الطابع الاجتماعي المميز، وتنتهي في تسويق المنظمة لنفسها عبر أكثر قنوات التسويق فاعلية في بيئة الاعمال اليوم.

## البحث الأول الإطار النظري للبحث

### أولاً: مشكلة الدراسة

يشهد قطاع الاعمال تحولات جوهرية بصورة متسارعة تجعل الحكم على مستقبل أداء المنظمات مسألة جدلية بصورة مستمرة، إذ تباين ردود الفعل حول مجارة او اعتماد طرق جديدة في الأداء بين مؤيد لديه دفوعات كافية لتبريد أهمية المضي مع تلك التحولات، وبين مدافع يفضل الطرق التقليدية في الأداء بصورة مستمرة خوفاً من حالة اللاتأكد المتعلقة بالمستقبل. أنتج هذا الجدل في الحقيقة طروحات فكرية متباينة حول طريقة الأداء التي تقود المنظمات نحو بر الأمان، واستمر ذلك الجدل على المستوى الفرعي حتى بدأت الدراسات التجريبية بأبوابه أو نفيه بصورة قاطعة. لكن الامر لم يكن كذلك لفترات طويلة، فاستمرار الدراسات التجريبية أنتجت أحكاماً متباينة من حالة لأخرى، ومن بيئة لأخرى، فمجموعة الأنشطة التي تمثل الأداء الاستراتيجي الناجح قد تكون مثبتة في بيئة ما في قطاع الاعمال، فيما لم تكن كذلك في بيئات أخرى. وعظم ذلك من عمق المشكلة حول كيفية الوصول الى الأداء الاستراتيجي حتى استقرت الأفكار النظرية على مناقشة محركات الأداء الاستراتيجي لكل حالة على حدة، وبالتالي بيان خصائصها بدقة. ومع التطورات التي شهدتها بيئة الاعمال العالمية، ودخول وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كعامل أساسي في تشكيلها، واتساع رقعة قوى العمل المحتملة لتشمل العالم بأسره بدلاً من منطقة المنظمات، ظهرت مرة أخرى مشكلة التباين الاجتماعي في المنظمات، وبدأ معها تبلور أهمية تحديد دوافع ومحفزات العاملين على اختلاف انواعهم والمواقف التي يكونون فيها. فالرجال لديهم ميول معينة في العمل مقابل النساء، وكذلك الحال في كبار السن مقابل الفئات العمرية الأصغر، فضلاً عن التباين في الخلفيات الثقافية التي ينحدر منها العاملون، ما استدعى وجود حالة مثالية يمكن معها إيجاد حالة من التوافق بين محفزات أداء العاملين المختلفين بصور ووفقاً لما تقدم، فإن معضلة البحث الحالي تتمحور في معرفة وتحديد استراتيجيات

الذكاء الاجتماعي في الأداء الاستراتيجي في شركات تجهيز الانترنت العراقية، مع الاخذ بعين الاعتبار الدور الوسيط المحتمل لتسويق الوسائط الاجتماعية. وبالتالي يمكن التعبير عن مشكلة البحث في مجموعة التساؤلات الآتية:

- ما هو مستوى تطبيق استراتيجيات الذكاء الاجتماعي في شركات خدمات الانترنت العراقية؟
- ما مستوى الأداء الاستراتيجي لشركات خدمات الانترنت العراقية؟
- ما هي درجة اعتماد شركات خدمات الانترنت العراقية على وسائط التواصل الاجتماعي في تسويق خدماتها؟
- ما هو تأثير استراتيجيات الذكاء الاجتماعي في الأداء الاستراتيجي لشركات الانترنت العراقية؟
- ما هو تأثير تسويق الوسائط الاجتماعية في الأداء الاستراتيجي لشركات الانترنت العراقية؟

ثانياً: اهداف الدراسة

تتمثل اهداف البحث في عدد من الفقرات واهمها الاتي:

1. معرفة وتحديد مستوى الذكاء الاجتماعي للأفراد العاملين في مجتمع عينة الدراسة.
2. تحديد مستوى الأداء الاستراتيجي للمنظمات عينة الدراسة.
3. بيان درجة اعتماد المنظمات عينة الدراسة على تسويق الوسائط الاجتماعية.
4. معرفة أثر استراتيجيات الذكاء الاجتماعي في تعزيز الأداء الاستراتيجي في المنظمات عينة الدراسة
5. مراقبة إمكانية تغير الأثر بعد دخول تسويق الوسائط الاجتماعية كمتغير وسيط.
6. تحديد فروق استجابة العينة لمتغير الذكاء الثقافي على أساس النوع الاجتماعي والفئات العمرية وسنوات الخبرة.

ثالثاً: أهمية البحث

أ. الأهمية النظرية

- إثراء الجانب النظري في موضوعات الذكاء الاجتماعي ، والاداء الاستراتيجي، و الوسائط الاجتماعية .
- اظهار الدور المهم والفعال الذي يلعبه الذكاء الاجتماعي ، والاداء الاستراتيجي، و الوسائط الاجتماعية .
- امكانية ان تفتح هذه الدراسة الافق امام المزيد من الدراسات على الصعيد المحلي .
- اهمية الذكاء الاجتماعي بالنسبة للعاملين في شركات الانترنت العراقية.
- ابراز دور الذكاء الاجتماعي ومدى تأثيره في حياتنا اليومية .

ب. الأهمية التطبيقية

- تقديم المساعدة للمؤسسات عينة الدراسة من خلال اجراء البحوث والدراسات من اجل اكتشاف أفضل والسبل واكثرها اهمية التي يمكن ان تساعد على تعديل سلوكيات الموظفين عينة الدراسة.
- وان من بين ازدياد اهمية الدراسة انها تجري في البيئة العراقية التي تأثرت بنيران الحروب والارهاب بمختلف اشكاله .
- ان هذه الدراسة تعد وسيلة تنبؤية لمعرفة مستوى الذكاء الاجتماعي ، والاداء الاستراتيجي، و الوسائط الاجتماعية مما يوفر اداة لقياس المفاهيم الثلاثة.
- تتناول هذه الدراسة شريحة مهمة في المجتمع هم الادارة العليا في شركات الانترنت العراقية.

رابعاً: - فرضيات الدراسة

H01: الفرضية الرئيسية الاولى تكون على النحو الاتي:- توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين الذكاء الاجتماعي والاداء الاستراتيجي

وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- H11 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد الوعي التنظيمي و الاداء الاستراتيجي.
- H12 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد المهارات الاجتماعية و الاداء الاستراتيجي.
- H13 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد التعاطف و الاداء الاستراتيجي.
- H14 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد الوعي الموقفي و الاداء الاستراتيجي

H02: الفرضية الرئيسية الثانية تكون على النحو الاتي:- توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين تسويق الوسائط الاجتماعية والاداء الاستراتيجي وتنبتق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

H21 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد تسويق البريد الالكتروني و الاداء الاستراتيجي.

H22 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد تسويق وسائل التواصل الاجتماعي و الاداء الاستراتيجي.

H23 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد تسويق محركات البحث و الاداء الاستراتيجي.

H03: الفرضية الرئيسية الثالثة تكون على النحو الاتي:- توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية بين الذكاء الاجتماعي و تسويق الوسائط الاجتماعية. وتنبتق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

H31 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد الوعي التنظيمي و تسويق الوسائط الاجتماعية.

H32 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد المهارات الاجتماعية و تسويق الوسائط الاجتماعية.

H33 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد التعاطف و تسويق الوسائط الاجتماعية.

H34 توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد الوعي الموقفي و تسويق الوسائط الاجتماعية

H04: الفرضية الرئيسية الرابعة تكون على النحو الاتي:- يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين الذكاء الاجتماعي في الاداء الاستراتيجي وتنبتق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

H41 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد الوعي التنظيمي في الأداء الاستراتيجي.

H42 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد المهارات الاجتماعية في الاداء الاستراتيجي.

H43 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد التعاطف في الاداء الاستراتيجي.

H44 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد الوعي الموقفي في الاداء الاستراتيجي.

H05: الفرضية الرئيسية الخامسة: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين تسويق الوسائط الاجتماعية في الاداء الاستراتيجي. وتنبتق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

H51 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد تسويق البريد الالكتروني في الاداء الاستراتيجي.

H52 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد تسويق وسائل التواصل الاجتماعي في الاداء الاستراتيجي.

H53 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد تسويق محركات البحث في الاداء الاستراتيجي.

الفرضية الرئيسية السادسة : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين الذكاء الاجتماعي في تسويق الوسائط الاجتماعية. وتنبتق عنها الفرضيات الفرعية الآتية:-

H61 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد الوعي التنظيمي في تسويق الوسائط الاجتماعية.

H62 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد المهارات الاجتماعية في تسويق الوسائط الاجتماعية.

H63 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد التعاطف في تسويق الوسائط الاجتماعية.

H64 يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد الوعي الموقفي في تسويق الوسائط الاجتماعية

خامساً:- منهج وأدوات الدراسة

سيعتمد الباحث المنهج الوصفي - التحليلي منهجاً لمقترح الاطروحة الحالي، فالمنهج الوصفي لوصف الدراسة بدءاً من الإحصاءات الوصفية وانتهاءً بتفسيرها بشكل علمي، واما التحليلي لهدف تحليل فرضيات البحث وتقديم تفسير علمي منهجي لشكل ونوع العلاقات بين المتغيرات واتجاهاتها، فضلاً عن تقديم دراسة تحليلية للخروج بمخرجات جديدة يمكن الاستفادة منها في الحاضر والمستقبل واعتمد الباحث في منهجه التحليلي على البرنامج الاحصائي (سمارت بلاس - اموس - spss) وكان الاعتماد عن نوعين من المصادر هما:-

١. المصادر الثانوية :- الكتب والمجلات ومواقع الانترنت.

٢. المصادر الاولى:- يكون الاعتماد على مجموعة من المصادر لجمع بيانات اولية.

سادساً: الدراسات السابقة

أ. دراسات تناولت الذكاء الاجتماعي

(١) علاقات الحكمة والذكاء الاخلاقي والذكاء الشخصي والذكاء الاجتماعي، محمود (٢٠١٦) والتي هدفت الى النمذجة البنائية السببية لدى طالبات المرحلة الجامعية ، وتكونت عينة الدراسة من (٢٣٢) طالبة من طالبات كلية التربية بجامعة المجمع بالمملكة العربية السعودية ، وقد استجابت عينة الدراسة على مقاييس الحكمة ، والذكاء الاخلاقي ، والذكاء الاجتماعي ، واعتمدت على تحليل البيانات على نموذج المعادلة البنائية وتحليل المسار باستخدام برنامج ليزرال ، واسفرت الدراسة الى وجود تأثيرات بنائية سببية مباشرة وكلية للذكاء الاخلاقي وابعاده.

(٢) دراسة الخرابي (٢٠١٩) والتي هدفت الى الكشف عن العلاقات المسببة المباشرة وغير المباشرة للذكاء الاجتماعي في السعادة من خلال الأمل لدى عينة مكونة من (٤٠٢) من طلبة جامعة اليرموك ، تم استخدام مقاييس الذكاء الاجتماعي ومقاييس الأمل ، ومقاييس السعادة ، استخدام المنهج الوصفي التحليلي اظهرت النتائج الى ان اكبر حجم للتأثير الكلي في السعادة كان مجال القدرة تلاه مجال المهارات الاجتماعية ثم مجال المشكلات الاجتماعية ثم مجال الوعي.

#### ب. دراسات تناولت الاداء الاستراتيجي

١. (العبيدي واخرون ٢٠٢١)، هدفت الدراسة الى تقييم واقع الاداء الاستراتيجي لجامعة البيضاء ، باستخدام بطاقة الاداء بأبعدها الاربعة (المالي - المستفيدين - العمليات الداخلية - التعلم والنمو) واستخدم الباحثون المنهج الوصفي المسحي معتمدين اسلوب دلقي لجمع البيانات مستخدمين الاستبانة تم تطبيقها على (١٧) خبيراً بجامعة البيضاء ، وتوصلت الدراسة الى ان تقييم واقع الاداء الاستراتيجي لجامعة البيضاء حصل على متوسط كلي (١.٥٤) اي بدرجة ضعيفة ، وعلى المستوى الابعاد حصل بعد المستفيدين على اعلى متوسط (١.٥٨) ، ثم بعد العمليات الداخلية بمتوسط (١.٥٦) ، وثالثاً بعد الاداء المالي على متوسط (١.٥٤)، واخيراً بعد التعليم والنمو بمتوسط (١.٤٧) وجميعها جاءت بدرجة ضعيفة.

٢. (الشمرى ٢٠٢١)، فهدفت الدراسة الى الوقوف على الاداء الاستراتيجي بجامعة الملك خالد في ضوء قياس الاداء المتوازن ، وتقديم رؤية مقترحة لتطوير الاداء الاستراتيجي بالجامعة في ضوء بطاقة الاداء المتوازن، واستخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي ، واستبانة من (٥٥) عبارة شملت خمسة ابعاد (المستفيدين ، المالي ، العمليات الداخلية ، التعلم والنمو ، خدمة المجتمع) والمطبقة على عينة من (٨٥) من القيادات الاكاديمية : وتوصلت الدراسة الى ان واقع الاداء الاستراتيجي بجامعة الملك خالد في ضوء قياس بطاقة الاداء المتوازن جاء بدرجة (كبيرة) ، وهناك فروق ذات دلالة احصائية تعزى لمنغير رئيس القسم ، وتبعاً للخبرة لمن خبرتهم اقل من (٥ سنوات) ، ولصالح الرتبة الاكاديمية (استاذ) .

#### المبحث الثاني الاطار النظري للبحث

#### المتغير الاول (الذكاء الاجتماعي)

#### المقدمة:

يعتبر الذكاء الاجتماعي اهم العوامل في الشخصية لأنه مرتبط تماماً بقدرة الفرد على التعامل مع الآخرين وايضاً في تكوين العلاقات الاجتماعية الناجحة . ولقد أصبح مفهوم الشخصية عنصراً مهماً في فهم الذكاء البشري الذي يتحدد بالأهداف الخاصة والعامة التي يضعها الفرد لنفسه، ويتحدد جوهر الشخصية بالأهداف التي يسعى الفرد إلى تحقيقها بشكل مستمر في حياته اليومية، وبالطرق التي يحاول بها الفرد أن يحقق هذه الأهداف، يشهد موضوع الذكاء الاجتماعي اهمية كبيرة جداً في الدول المتقدمة والمتطورة جداً حيث انها تعتبر واحدة من المجالات المهمة في كثير من جوانب الحياة سواء كانت في الجوانب التعليمية او العملية، على الرغم من التطور التكنولوجي ودخولنا في مجال الذكاء الاصطناعي الا ان المورد البشري يبقى المورد الرئيسي والاهم والمتحكم في كل شيء . لقد خلق الله الانسان واصبغ عليه النعم ظاهرها وباطنها ولقوله تعالى ( وان تعدوا نعمة الله لا تحصوها ان الله لغفور رحيم) (سورة النحل : الآية ١٨) ومن بين اهم واعظم تلك النعم هي نعمة العقل الذي ميز الله عزوجل الانسان عن باقي المخلوقات ، كما جعل العقول مختلفة القدرات فيما بينها ومنها متنوع المواهب ومتكاملاً ليسهل للإنسان العيش.

اولاً:- الذكاء العام

- يعرف الذكاء لغوياً :- على انه الذهن والعقل ، والحكمة والكلمة مشتقة من الفعل الثلاثي ذكاء ، ويقال ذكت النار ذكوا، وذكا وذكاء ، اي اشتد لهبها واشتعلت ، ويقال ذكت الحرب اي انتقدت ، وذكا فلان اي اسرع فهمه وتوقد . (خوالدة : ٢٠٠٤)  
- يعرف الذكاء :- هو الاداة التي تكمن الافرار (المجموعات) من التأقلم بشكل افضل مع الظروف المحيطة عن طريق استغلال ما هو موجود للوصول الى حل لمشكلة معينة ، والمشكلة هي اي تحدي تواجهه الانسان . (وليم كرمز : ٢٠١١)  
- التعريف الشائع للذكاء :- أنه تكون فرضي قياسه عن طريق اختبارات الذكاء المتقنة والتي تضم مجموعة من المشكلات التي يطلب الفرد حلها ( د. صالح : ٢٠٢٠)

ثانياً:- اقسام الذكاء :- هنالك قسمين من الذكاء وحسب ما مبين في ادناه:- (وليم كرمز ، ٢٠١١: ١١)

١. القسم الموروث هو القسم الذي اكتسبه الانسان عن طريق انتقال الصفات الوراثية بالجينات.
٢. القسم المتأثر بالبيئة وهذا القسم اهم بكثير من القسم الموروث فقد يرث الشخص جينات ذكاء عالية لكن البيئة التي يعيش فيها لا تنمي او تحفز مستوى الذكاء لديه.

ثالثاً :- التعريفات الاجرائية للذكاء الاجتماعي (Social Intelligence)

هنالك عدة تعريفات للذكاء الاجتماعي من بينها :-

- يعرف الذكاء الاجتماعي :- بأنه قدرة الفرد على ادراك مشاعره او عواطفه ومشاعر الاخرين وعلاقته بهم ، والتعبير عنها وتنظيم الانفعالات التي تساعد على النمو العقلي والوجداني، وتحقيق السعادة لنفسه ولمن حوله وكسب محبتهم وحل مشكلاتهم والتعاطف معهم وذلك بروح تتسم بالمشابرة. (رشيد ، سلطان : ٢٠١٣)  
ويصف (شون فولينو) الذكاء الاجتماعي :- بأنه قدرة الشخص على فهم بيئته والتصرف بشكل ملائم لسلوك ناجح اجتماعياً ، وبدون هذا الذكاء سيتعب الانسان جداً ويفقد ثقة بنفسه وفي الناس. (د. مهدي ، ٢٠٢١، ٣٣)

رابعاً :- انواع الذكاء الاجتماعي

أ. الذكاء المجرد :- التفكير العقلي الرمزي

ب. الذكاء العملي :- انجاز الاعمال

ت. الذكاء العاطفي :- الوعي الذاتي وادارة الخبرة الداخلية

ث. الذكاء الفني :- الاحساس بالشكل والتصميم وتذوق الآداب والفنون.

د . الذكاء الاجتماعي :- وهو جامع لجميع ما سبق. (دينا عارف : ٢٠٢٢، ١٨)

خامساً :- اهمية الذكاء الاجتماعي

- أ. حسن التصرف في المواقف الاجتماعية ، والنجاح في التعامل مع الاخرين.
- ب. اقامة علاقات اجتماعية ناجحة وزيادة الكفاءة الاجتماعية لدى الفرد .
- ت. تنمية حب الانتماء الى الجماعات والافراد وتكوين صداقات حميمة.
- ث. تعاطف مع الاخرين واحترام وجهات النظر وتقديم النصح والارشاد لهم.
- ح. إظهار شخصية الفرد الايجابية والاجتماعية في جميع ميادين الحياة. (هالة بو مالية :

٢٧، ٢٠١٧

المبحث الثاني الاطار النظري للبحث

المتغير الثاني (الاداء الاستراتيجي)

المقدمة :-

ان الركيزة الاساسية لضمان استمرار المؤسسات او المنظمات والحفاظ على ديمومتها وقدرتها على المنافسة لغرض تحقيق الاهداف المنشودة هو نجاح الاداء الاستراتيجي ، وتتوقف جودة الاداء الاستراتيجي على فاعلية وكفاءة ادارته.

ان تطبيق الاستراتيجية بلا شك يجسد القيمة الفعلية والعملية للمؤسسة ، لان التطبيق ينقل جميع التصورات والاعمال الفكرية والتنظيمية الى وقائع ، ويرتبط بتنفيذ الاستراتيجية بعدة عوامل مهمة منها : الهيكل التنظيمي ، واساليب التنفيذ المتبعة ، ومدى توافر الموارد البشرية فضلاً عن الثقافة التنظيمية ، حيث تعطي المنظمات اغلب غالبية وقتها وجهدها لعملية صياغة الاهداف ووضع الخطط والبرامج قد يصل الى حد المغالاة مع اغفال حقيقة ان الاهداف والبرامج والخطط تواجه عقبات وتهديدات وصعوبات تقلل من فرص نجاحها. (الطنبور : ٧-٢٠١٥،٦)

#### اولاً:- مفهوم الاداء Performance

الاداء لغة :- من أدى الشيء : أوصله ، والاسم الاداء . وأدى تأدية أي قضاة. (في لسان العرب).

ويعرف الاداء :- بأنه مدى بلوغ الاهداف بالاستخدام الامثل للموارد (يحاوي :٤٦،٢٠٠٦)

وهناك من يرى الاداء باعتباره سلوك عملي يؤديه فرد او مجموعة من الافراد ، او المؤسسة ويتمثل في اعمال وتصرفات وحركات مقصودة ، من اجل تحقيق اهداف محددة. (الحارثي :٢٠١٩،٦٧)

#### ثانياً:- الاستراتيجية Strategy

ارتبط مصطلح الاستراتيجية بفن القيادة في الحروب ، وهي مشتقة من الكلمة اليونانية استراتيجيوس (Sraertegeous) التي تعني القائد او استراتيجياً بمعنى فن ادارة الحروب ، ثم استخدام في مجال السياسة بمعنى تحديد الاهداف وتحديد القوة الضاربة وتحديد الاتجاه الرئيسي للنظام الحاكم ، وفي ميدان التربية بمعنى تحديد الاهداف العامة طويلة الاجل او الاستراتيجية التي يراها المجتمع ضرورية وحيوية من اجل استمراره حضارياً وثقافياً، والاستراتيجية طويلة الاجل جماعية التوجه. (توفيق ، ابراهيم :٢٠٠٩،٢٧٧)

#### ثالثاً:- مفهوم الاداء الاستراتيجي

يعتبر الاداء الاستراتيجي من المصطلحات الحديثة يعبر عن توجه ادارة المنظمات الحديثة في معرفة الاساليب الجديدة والمعاصرة في العمل المنسجمة مع التطورات الحاصلة في البيئة الداخلية والخارجية للمنظمات ، الامر الذي اوجب رفع مستوى اداء المنظمات ليصبح استراتيجياً. (انتصار : ٢٠٢٠،١٥٥).

وايضاً يعرف الاداء الاستراتيجي :- على انه مدخل مؤسسي يهدف لمعرفة وتنفيذ وتقييم استراتيجية المؤسسة ، ويشتمل على منهجيات وطرق المعالجة والبنية الاساسية للعمل داخل المؤسسة ، ومؤشرات تساعد على تكوين الاستراتيجية. (محمود : ٢٠٢٣،٩٦)

ان مفهوم الاداء الاستراتيجي يصعب تأطيره بتعريف محدد وذلك لاختلاف المقاييس والمدخل والنماذج التي تؤدي اليه ولكن هناك اتفاق ضمنى للتعبير عن الاداء الاستراتيجي وهو قدرة الوحدات الاقتصادية على تحقيق اهدافها وغاياته بكفاءة . (التميمي ، منهل ، ٢٠٢٣،٤٥٩)

وعرفه (Peter) بأنه هو ما تتمتع المنظمة به من جوانب القوة ، وما تتصف به من جوانب الضعف مقارنة بالمنظمات الاخرى التي تعمل في نفس المجال ، حيث يمكن تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات. (الرشيدى : ٢٠٢٣،٤٦١)

#### رابعاً:- اهمية الاداء الاستراتيجي

احتل موضوع الاداء الاستراتيجي في الفكر التنظيمي اهمية كبيرة للاعتبارات متعددة كونه الاساس الذي تركز عليه قدرتها على البقاء والنمو وتحقيق المنافسة واستدامتها ، اذا تمكن اهميته بالاتي:- (انتصار : ٢٠٢٠،١٥٥)

- (١) يعد محورياً مركزياً لتحسين نجاح وفشل المنظمات في قراراتها وخططها الاستراتيجية.
- (٢) يساعد على بناء الميزة التنافسية من خلال مقارنة اداء الشركة بعناصر قوتها وضعفها مع اداء وعناصر القوة والضعف في الشركات المماثلة في النشاط والمنافسة له .
- (٣) يحفز الشركة على تحسين مستوى ادائها من خلال ايجاد نوع من المنافسة بين الاقسام والادارات داخلها وبين الشركات المماثلة بالنشاط خارجها.
- (٤) يظهر الانسجام والتآلف بين الاهداف والاستراتيجيات المعتمدة لتنفيذها وعلاقتها بالبيئة التنافسية التي تعمل ضمنها الشركة .
- (٥) معرفة مواطن الخلل والضعف في الاداء ومعرفة مدى قدرة الشركة على تحقيق اهدافها المخططة من خلال التركيز على البيئة الداخلية والخارجية .



## المبحث الثاني الاطار النظري للبحث المتغير الثالث (الوسائط الاجتماعية) المقدمة :

يعد عصرنا هذا هو عصر التواصل الرقمي السريع ، هنالك العديد من المجالات التي شهدت تطور تكنولوجي كبير جداً هو مجال الوسائط الرقمية ، وتعد الوسائط الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعية هي المؤشر الاول في الثورة المفصلة التي انعكست وبصورة مباشرة في تأثيرها على الحياة الاجتماعية ، اذا يعتبر التنوع في الوسائط الاجتماعية عنصراً أساسياً في التعامل مع الوسائط ( الحاسوب - الفيديو - التلفزيون - الكاميرا ...الخ) بغية الوصول الى خدمة سريعة تلبي حاجة المستخدم. عندما نتكلم عن الشبكات الاجتماعية والمواقع الاجتماعية يتبادر الى الازهان مفهوم المجتمع الافتراضي الاجتماعي وهذا المفهوم يعيد النظر في العديد من المفاهيم المتعلقة والمرتبطة بالمجتمع بالإضافة الى العلوم الادارية والتسويقية والتدريب الالكتروني وما الى ذلك من مصطلحات ومفاهيم عديدة مرتبطة بهذا العالم والمجتمع الافتراضي والذي يتيح التواصل بين الافراد فيما بينهم ، ويمكن ان تشمل هذه الميزات المراسلة الفورية- الدردشة - الفيديو و تبادل المعلومات و مجموعات النقاش...الخ.

### اولاً:- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

ان شبكات التواصل الاجتماعي هي تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها من افراد او جماعات او مؤسسات وتتم تغذية الجزء التكويني الاساسي بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين ، او الانتماء لشركة معينة ، او حمل جنسية بلد ما في العالم ، وقد تصل هذه العلاقات الى درجة اكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي او المعتقدات او لطبقة التي ينتمي اليها الفرد ويعرفها (Lassila,Hannareeta,2010:18) وبذلك يرى بانها منظمة معاصرة غيرت من اسلوب حياة الافراد من خلال تسهيل حياتهم الاجتماعية عن طريق التواصل بين الاصدقاء والمعارف من خلال التواصل الصوتي والمرئي فضلا عن تبادل الصور والملفات وغيرها من الامكانيات التي توطد العلاقة بينهم ، وبذلك يشير Sagala الى ان المواقع الاجتماعية هي من افرازات عصر الحداثة والتي غيرت من اسلوب حياة الفرد من أذ الادارة والممارسة ويرى ( Holder,T,2010:60 )

### ثانياً : خصائص شبكات التواصل الاجتماعي: characteristics of social networks

- ١- التعريف بالذات
- ٢- طرق جديدة لتكوين المجتمع
- ٣- سهولة الاستخدام
- ٤- التفاعلية
- ٥- تنوع الاهتمامات
- ٦- الاطلاع على البيانات
- ٧- العمل كفريق

### المبحث الثالث الاطار العملي للبحث

#### توطئة:

ملاتمة البيانات للتحليل الإحصائي تعتبر أمراً هاماً للتأكد من صحة وقوة الاستنتاجات التي يمكن الوصول إليها ، اذ يركز هذا الجزء على الاختبارات الأولية التي يتعين إجراؤها للتحقق من جاهزية الاستبيان لإجراء التحليلات والاختبارات الإحصائية اللاحقة. اذ تم التركيز هنا على استعراض النماذج المستخدمة في الدراسة، مع التركيز بشكل خاص على صدق تكوينها ومدى توافق الأسئلة مع البعد الخاص والبعد مقارنة بالأبعاد الأخرى ضمن النموذج الشامل. يتم أيضاً التسلط على الضوء على صدق وثبات هذه النماذج، والتحقق من مطابقتها لتوزيع طبيعي وفحص مشكلة التعدد الخطي ضمن الأبعاد، بما في ذلك المتغير الوسيط. وبالإضافة إلى ذلك، يُسلط الضوء على مدى كفاية حجم العينة المستخدمة من المجتمع وما إذا كانت تعتبر كافية أم لا. اذ سيتم التطرق إلى جميع هذه الاختبارات في هذا القسم من التحليل.

#### أولاً : - ترميز مقاييس البحث

لجاء الباحث الى عمل ترميز لأسئلة وابعاد ومتغيرات الدراسة لضمان عدم فقدان البيانات وتسهيل التعامل معها أثناء إدخالها إلى برامج التحليل، إذ يتم توضيح هذا الترميز في الجدول (١).

جدول (١) ترميز مقاييس الدراسة

الرمز	عدد الاسئلة	الرمز	الابعاد	المتغير
OA	٤	X	الوعي التنظيمي	الذكاء الاجتماعي
SS	٥		المهارات الاجتماعية	
EMP	٦		التعاطف	
SA	٦		الوعي الموقفي	
PF	٥	Y	الأداء المالي	الاداء الاستراتيجي
CS	٥		رضا الزبائن	
IO	٤		العمليات الداخلية	
LAG	٦		التعلم والنمو	
EM	٥	M	تسويق البريد الالكتروني	تسويق الوسائط الاجتماعية
SM	٤		تسويق وسائل التواصل الاجتماعي	
SEM	٤		تسويق محركات البحث	

المصدر: من اعداد الباحث

#### ثانيا: استجابة العينة

ركز هذا الجزء من التحليل على عينة البحث والتي تمثلت بالمدراء الأقسام والشعب المعنية في

في مجموعة من شركات الانترنت العراقية إذ تم توزيع (١٣٢) استمارة والمسترجعة والصالحة للتحليل الإحصائي بلغت (١٢٠)

استمارة، كما موضح في الجدول (٢)

جدول (٢) عينة ومجتمع البحث

الحالة	الموزعة	غير المسترجعة	الصالحة للتحليل
العدد	132	12	120
النسبة المئوية	%100	%9.1	%90.9

المصدر: من اعداد الباحث

## ثالثاً: الحدود الدنيا والعليا للإجابات وفحص القيم المفقودة وتوزيع البيانات

اعتمد الباحث في هذا السياق على معاملي الالتواء والتفلطح لتحليل البيانات، حيث يُشير توزيع البيانات بين  $(\pm 1.96)$  إلى أنها تتبع توزيعاً طبيعياً. كما يُعزى ذلك إلى الاعتماد على معرفة مدى الإجابات، مما يتيح تحديد نطاق الإجابات الممكنة لكل سؤال ويُظهر أيضاً مستوى التشتت في الإجابات. وهذا يوفر معلومات مهمة حول توجه الإجابات كلها هذا الاختبارات ستساعد في تحقيق نتائج دقيقة ويعزز مصداقية الدراسة، إذ اوضحت نتائج التحليل والمبينة في الجدول (٢) ان حجم العينة قد بلغ (١٢٠)، كما يتضح من حفل القيم المفقودة عدم وجود أي قيم مفقودة، كذلك يتبين ان جميع البيانات قد تراوحت بين  $(\pm 1.96)$  وتشير الى ان البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ، إذ يظهر ان الحد الاقل للإجابة كانت عند الترميز (١) أي (لا اتفق تماماً) اما الحد الاعلى للإجابة كانت عند الترميز (٥) أي عند(اتفق تماماً) وتشير النتيجة الى وجود تباين عالي في إجابات العينة المبحوثة حول أسئلة المقياس. تسلط النتائج الضوء على التنوع الكبير في الإجابات وتعزز مصداقية النتائج ويسهم في ايجاد استنتاجات أكثر دقة. من جهة أخرى، إذا لم تحتوي البيانات على أي قيم مفقودة، فإن ذلك يُعتبر إيجابياً لأنه يسهم في كفاءة التحليل ويزيد من قوة النتائج. توفير بيانات كاملة يسمح بفهم أفضل للظواهر المدروسة وتقديم استنتاجات أكثر دقة. بشكل عام، يُعتبر استخدام المعايير المسموح بها للتفلطح والالتواء (مثل  $\pm 1.96$ ) مؤشراً إيجابياً لجودة البيانات وملاءمتها لعمليات التحليل الإحصائي.

جدول (٣) نتائج الفحص الأولى لأسئلة الدراسة بصورة عامة

الاسئلة	حجم العينة	القيم المفقودة	التفلطح	والالتواء	اقل اجابة	اعلى اجابة	القرار /التفسير
OA1	120	0	-0.914	1.207	1	5	قيم التفلطح والالتواء قد تراوحت بين $(\pm 1.96)$ وهي ضمن المعيار المسموح به اضافة الى ان البيانات لا تتضمن أي قيم مفقودة
OA2	120	0	-0.779	0.621	1	5	
OA3	120	0	-0.929	0.803	1	5	
OA4	120	0	-1.039	0.869	1	5	
SS1	120	0	-0.924	0.196	1	5	
SS2	120	0	-0.965	0.974	1	5	
SS3	120	0	-1.076	0.731	1	5	
SS4	120	0	-0.655	-0.326	1	5	
SS5	120	0	-0.765	0.061	1	5	
EMP1	120	0	-1.044	0.514	1	5	
EMP2	120	0	-1.233	1.152	1	5	

5	1	0.216	-.957-	0	120	EMP3
5	1	0.155	-.688-	0	120	EMP4
5	1	0.323	-.770-	0	120	EMP5
5	1	0.414	-.894-	0	120	EMP6
5	1	-.520-	-.587-	0	120	SA1
5	1	-.227-	-.647-	0	120	SA2
5	1	0.326	-.903-	0	120	SA3
5	1	1.564	-1.573-	0	120	SA4
5	1	0.02	-.728-	0	120	SA5
5	1	0.786	-.978-	0	120	SA6
5	1	0.709	-.989-	0	120	PF1
5	1	0.557	-.934-	0	120	PF2
5	1	1.465	-1.310-	0	120	PF3
5	1	0.984	-.940-	0	120	PF4
5	1	0.959	-1.034-	0	120	PF5
5	1	0.33	-.937-	0	120	CS1
5	1	0.242	-.998-	0	120	CS2
5	1	0.439	-.853-	0	120	CS3
5	1	0.312	-1.043-	0	120	CS4
5	1	1.216	-1.481-	0	120	CS5
5	1	1.281	-1.033-	0	120	IO1
5	1	-.141-	-.575-	0	120	IO2

5	1	0.437	-.768-	0	120	IO3
5	1	0.789	-.965-	0	120	IO4
5	1	0.992	-1.202-	0	120	LAG1
5	1	-.161-	-.570-	0	120	LAG2
5	1	-.412-	-.537-	0	120	LAG3
5	1	0.181	-.875-	0	120	LAG4
5	1	-.158-	-.719-	0	120	LAG5
5	1	-.393-	-.643-	0	120	LAG6
5	1	-.392-	-.565-	0	120	EM1
5	1	0.074	-.759-	0	120	EM2
5	1	0.309	-.843-	0	120	EM3
5	1	0.261	-.765-	0	120	EM4
5	1	1.272	-1.128-	0	120	EM5
5	1	0.632	-.823-	0	120	SM1
5	1	-.142-	-.508-	0	120	SM2
5	1	0.615	-.855-	0	120	SM3
5	1	-.218-	-.488-	0	120	SM4
5	1	0.679	-.941-	0	120	SEM1
5	1	1.424	-.995-	0	120	SEM2
5	1	0.658	-.881-	0	120	SEM3
5	1	0.427	-.911-	0	120	SEM4

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.28

رابعا: مشكلة التعدد الخطي

تبين من النتائج الموضحة في الجدول أن الباحث اعتمد على (معامل تضخم التباين) للتأكد من أن كل بُعد يمثل نفسه ولا يمثل بُعداً آخر. إذ يُفضل أن يكون هذا المعامل (٥) أو أقل، بالإضافة إلى ذلك، يفضل ان تكون قيم معامل (التسامح)، والذي ينبغي أن يكون أكبر من (٠.١٠)، (٢٤٧: ٢٠٢٠ Pallant)، بحسب النتائج المبينة في الجدول (٣)، تظهر أن جميع قيم المعاملات كانت ضمن المعايير المطلوبة، مما يشير إلى عدم وجود مشكلة في التعدد الخطي بين أبعاد متغير الذكاء الاجتماعي وأبعاد متغير تسويق الوسائط الاجتماعية.

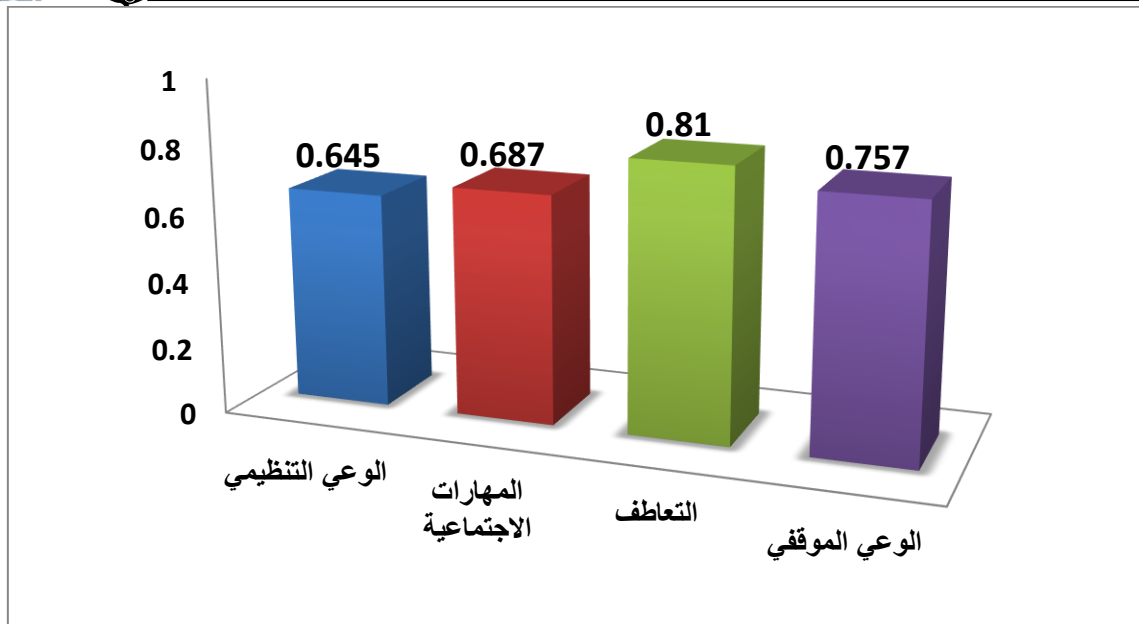
الجدول (٤) "اختبار التعدد الخطي"

القرار/ التفسير	المعيار	(. VIF.)	المعيار	(Tolerance.)	ابعاد الذكاء الاجتماعي	
جميع النتائج المستخرجة ضمن المعايير الموضوعة وعليه لا توجد مشكلة التعدد الخطي	اقل من ٥	2.559	اكبر من ٠.١٠	0.391	الوعي التنظيمي	
		4.629		0.216	المهارات الاجتماعية	
		4.705		0.213	التعاطف	
		3.867		0.259	الوعي الموقفي	
						ابعاد تسويق الوسائط الاجتماعية
		4.163		0.24	تسويق البريد الالكتروني	
		4.777		0.209	تسويق وسائل التواصل الاجتماعي	
		3.543		0.282	تسويق محركات البحث	

المصدر: برنامج SPSS V.28

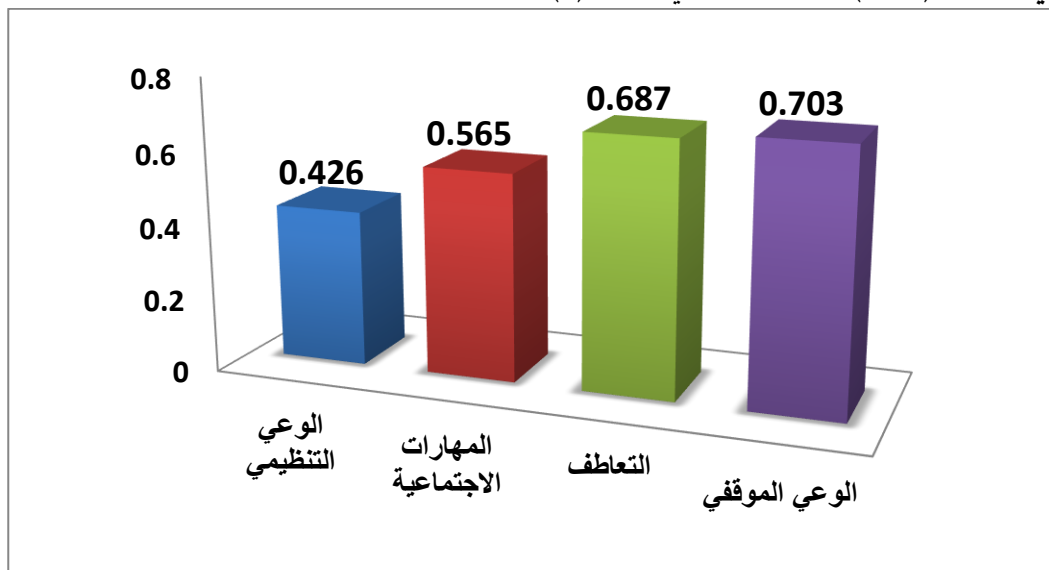
## خامسا: الثبات والمصدقية

مفهوم الثبات والمصدقية هما جزء أساسي من عملية البحث العلمي وتقييم الاختبارات، إذ يشير الثبات إلى قدرة الاختبار على إعطاء نتائج متسقة ومستقرة عند إعادة تطبيقه مرات متعددة على نفس العينة من الأفراد. إذا كان للمقياس ثباتاً عالياً، فسيكون الاختبار قادراً على إعطاء نتائج مشابهة في ظروف مختلفة، وبالتالي يمكن الاعتماد عليه بشكل أكبر كما وتشير المصدقية إلى صحة وموثوقية الاختبار في قياس ما يدعي قياسه. يعتبر تقييم المصدقية مهماً لأنه يعكس مدى قوة الأدلة التي يوفرها الاختبار بشأن الخصائص التي يقيسها. إذا كان للمقياس مصداقية عالية، فسيكون قادراً على قياس الخصائص المطلوبة بدقة وموثوقية. إذ يعد مقياس ألفا كرونباخ هو إحدى الطرق الإحصائية المستخدمة لتقييم ثبات الاختبار ومصدقيته. يتم استخدامه عادة للمقاييس التي تحتوي على مجموعة من العناصر أو الأسئلة التي يتم قياسها بنفس الطريقة. يقوم المقياس بحساب قيمة بين ٠ و ١، حيث تشير القيمة القريبة من ١ إلى ثبات عالي ومصدقية عالية. مفهوم الثبات والمصدقية يعتبران أساسيين في عملية تصميم الاختبارات وتحليل البيانات العلمية، حيث يساهمان في ضمان جودة النتائج وقابلية تكرارها وتعميمها.



شكل (١) قيم (β) لأبعاد الذكاء الاجتماعي في الاداء الاستراتيجي

استطاع الابعاد بصورة عامة من تفسير ما نسبة ( ٤٢% , ٥٦% , ٦٨% , ٧٠% ) على التوالي من التغيرات التي تطرأ على الاداء الاستراتيجي , اذ أظهرت النتائج ان اعلى قوة تفسيرية كانت عند بعد الوعي الموقفي اذ بلغت ( ٧٠% ) اما اقل قوة تفسيرية فقد كانت عند بعد الوعي التنظيمي اذ بلغت ( ٤٢% ) وكما هو مبين في الشكل (٢)



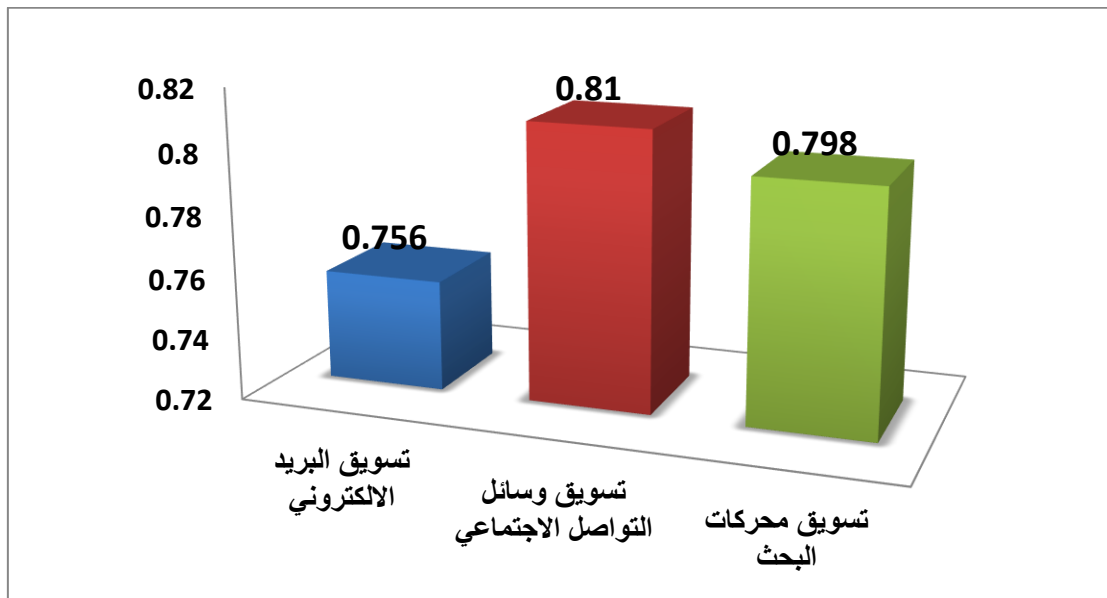
شكل (٢) قيم (R<sup>2</sup>) لابعاد الذكاء الاجتماعي في الاداء الاستراتيجي

جدول (٥) تحليل التأثير لابعاد الذكاء الاجتماعي في الاداء الاستراتيجي

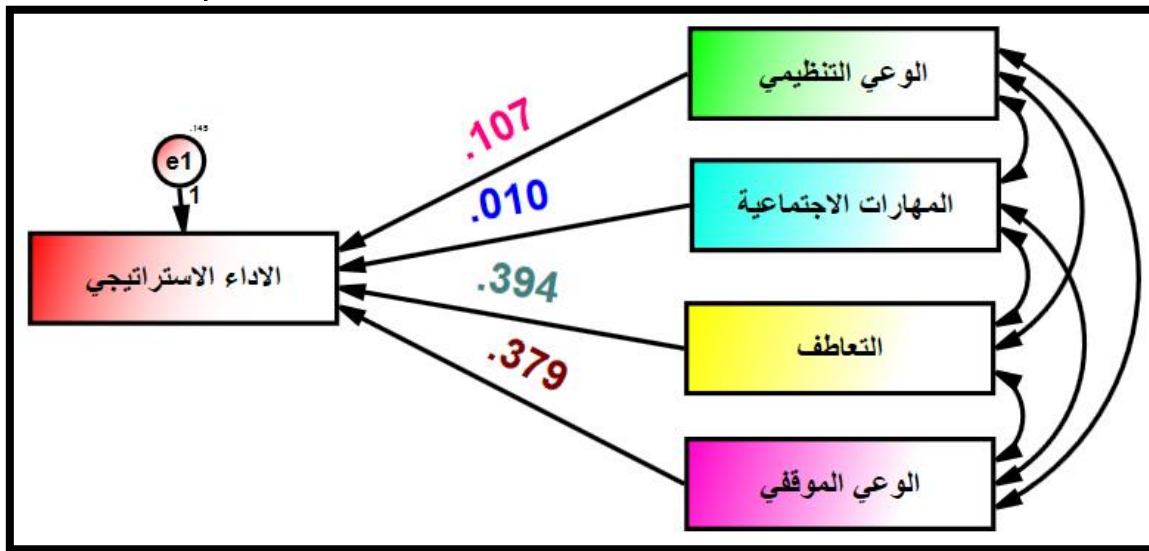
المتغير المعتمد	الابعاد	متغير الذكاء الاجتماعي	(R <sup>2</sup> )	Adj (R <sup>2</sup> )	(F)	(t)	Sig
الاداء الاستراتيجي	الوعي التنظيمي	(α)	0.426	0.421	87.514	9.355	.....
		(β)	0.426	0.421	87.514	9.355	.....

.....	12.378	153.216	0.561	0.565	1.249	( $\alpha$ )	المهارات الاجتماعية
					0.687	( $\beta$ )	
.....	16.098	259.148	0.684	0.687	0.702	( $\alpha$ )	التعاطف
					0.810	( $\beta$ )	
.....	16.696	278.752	0.700	0.703	0.971	( $\alpha$ )	الوعي الموقفي
					0.757	( $\beta$ )	
.....	17.748	314.979	0.725	0.727	0.433	( $\alpha$ )	الذكاء الاجتماعي
					0.893	( $\beta$ )	
( الجدولية = $F_{(119,0.025)} = 3.984$ ) / ( الجدولية = $t_{(119,0.025)} = 1.984$ )							
0				عدد الفرضيات العدم المقبولة			
0				عدد الفرضيات البديله المقبولة			

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.28







شكل (٤) تأثير أبعاد الذكاء الاجتماعي معاً في الاداء الاستراتيجي

المصدر: مخرجات برنامج Amos V.26

جدول (٦) تحليل التأثير لأبعاد الذكاء الاجتماعي معاً في الاداء الاستراتيجي

Sig.	(F)	(R <sup>2</sup> ) Adj	(R <sup>2</sup> )	(R) المتعدد	Sig.	(t)	(β)	(α)	أبعاد الذكاء الاجتماعي
0.000	93.521	.757	.765	.875	.138	1.496	.107	.429	الوعي التنظيمي
					.911	.112	.010		المهارات الاجتماعية
					.000	4.119	.394		التعاطف
					.000	4.724	.379		الوعي الموقفي
2.46					الجدولية (F <sub>(116,0.025)</sub> )				
1.984					الجدولية (t <sub>(119,0.025)</sub> )				

عدد الابعاد المقبولة (المؤثر) = ٢

عدد الابعاد غير المقبولة (غير المؤثر) = ٢

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.28

## الاستنتاجات

- (١) بينت النتائج على وجود بين علاقة بين الذكاء الاجتماعي والاداء الاستراتيجي ، أي كلما اهتمت الشركة بإكساب العاملين لديها القدرة على استخدام العقل في ظروف اجتماعية معقدة لتعايش مع بعضهم البعض.
- (٢) تظهر النتائج أن متغير "الذكاء الاجتماعي" جاء في الترتيب الأول من حيث الأهمية بين المتغيرات، وهو أكثر المتغيرات أهمية مقارنة بالمتغيرات الأخرى في سياق الدراسة.
- (٣) تظهر النتائج أن متغير "الذكاء الاجتماعي" حقق أقل مستوى وسط حسابي بلغ (٣.٨٣٥)، وهو مستوى جيد لكل متغير . الانحراف المعياري (٠.٧٥٢). إذ بلغ معامل الاختلاف لها (١٩.٦٢) كما بلغت نسبة الاتفاق على هذا المتغير (٧٦.٧٠٪)، مما وتشير إلى أن الغالبية العظمى من المشاركين اتفقوا على أهمية وجود هذا المتغير في سياق الدراسة.
- (٤) وتظهر النتائج الى ان امتلاك الادارة بصورة عامة الذكاء الاجتماعي اذ يعد صفة مكتسبة تتمثل في القدرة على استخدام العقل في سياقات اجتماعية معقدة لتحقيق تفاعل فعال مع الآخرين. تتضمن مهارات الذكاء الاجتماعي الوعي بالذات وتنظيم السلوك الشخصي وتحفيز الذات والتعاطف.
- (٥) بينت النتائج وجود علاقة بين بين تسويق الوسائط الاجتماعية و الاداء الاستراتيجي وتشير النتيجة الى انه كلما اهتمت الشركة باقتناء أحدث التطورات والاهتمام بما يطلبه الزبائن.
- (٦) وتشير النتائج الى ان سعي الشركات نحو الأداء الاستراتيجي اذ يعد من المصطلحات الحديثة والتي يعبر عن توجه إدارة الشركات الحديثة نحو معرفة الأساليب الجديدة والمعاصرة في العمل.
- (٧) تظهر النتائج أن متغير "تسويق الوسائط الاجتماعية" حقق أعلى مستوى وسط حسابي بلغ (٣.٨٥٨)، وهو مستوى جيد يعكس مدى توافق الردود حول هذا المتغير.
- (٨) إذ اشارت النتائج ان اعلى قوة تأثيرية كانت عند بعد تسويق وسائل التواصل الاجتماعي اذ بلغت (٨١٪) اما اقل قوة تأثيرية فقد كانت عند بعد تسويق البريد الالكتروني اذ بلغت (٧٥٪).
- (٩) المهارات الاجتماعية فقد أظهرت النتائج انه ليس له تأثير يذكر في الاداء الاستراتيجي.

## التوصيات

- ١- ضرورة الاهتمام المستمر من لدن إدارة شركات الانترنت بالذكاء الاجتماعي ، كونه يعد عاملاً مؤثراً ومهماً .
٢. ضرورة زيادة الوعي لدى القيادات العليا من خلال دورات تدريبية متخصصة سواء كانت دورات تدريبية الداخلية ام الخارجية.
٣. ضرورة التركيز على الابتكار الاجتماعي بشكل اكبر لأنه يسهم بشكل كبير في الذكاء الاجتماعي من خلال تشجيع ودعم اصحاب الافكار الابتكارية .
٤. ضرورة فهم احتياجات العاملين والتعاطف معهم ، وتجنب السلوكيات السلبية وتبني السلوكيات المعززة.
٥. يجب السماع لشكاوى الموظفين والزبائن التي تقع ضمن الحد المسموح.
٦. يجب الاستخدام الامثل للموارد المالية والبشرية لغرض الوصول الى الغاية المنشودة التي تتمثل في ارضاء الزبون وبعدها تحقيق الارباح.
٧. ضرورة العمل على تقليل من حجم الاخفاقات التي تواجهه شركات عينه البحث.

٨. يجب قيام الشركات عينه البحث بأجراء استطلاعات ميدانية والاستمرار عليها لغرض معرفة احتياجات ورغبات الزبائن.
٩. ضرورة الاستخدام الأمثل لوسائل التواصل الاجتماعي المتاحة على شبكات الإنترنت (فيسبوك، تويتر، إنستغرام) من قبل شركات الانترنت للترويج والإعلان للوصول الى اكبر عدد ممكن من الزبائن وبتكلفة اقل.
١٠. يجب قيام شركات الانترنت باستقطاب الكفاءات الفنية والمختصة في مجال تقنية المعلومات لتطوير الأنظمة التي تستخدمها الشركات وتزويدها بأخر التقنيات الحديثة لزيادة ورفع كفاءة هذه الوسائل من أجل تقديم خدمات متكاملة وتحقيق ميزة تنافسية في سوق العمل .
١١. يجب استثمار شبكات التواصل الاجتماعي كونها اداة لتحليل ومعرفة سلوكيات الزبائن لتعرف على رغباتهم لتحليلها ومحاولة تلبيتها حسب رغباتهم كون الزبون يعد الركيزة المهمة والاساس في كل الاستراتيجيات التسويقية الناجحة.
١٢. ضرورة استخدام الشركات اعلانات محركات البحث لتحسين الوصول الى الموقع الالكتروني الخاص بالشركة.

#### المصادر والمراجع:-

#### أولاً: - القرآن الكريم

#### ثانياً:- المصادر العربية

- ١- محاور الذكاء السبع ، وليم كرامز ، ٢٠١١ ، الطبعة الاولى ، دار الخلود للتراث.
- ٢- الذكاء الاجتماعي ودوره في تنمية القدرات الكامنة ، رشيد ، اسيد سلطان، المجلد (١٩) العدد (٧٢) مجلة العلوم الاقتصادية والادارية.
- ٣- عريان ،سمير عطية ، عادات العقل ومهارات الذكاء الاجتماعي المطلوبة لمعلم الفلسفة والاجتماع للقرن الحادي والعشرين ، مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس . مجلة الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس ، العدد (١٥٥) .
- ٤- كران ، سليمان بكر ، ٢٠١٥ ، مفهوم الذكاء وانواعه ، ط١ ، دار الراءية لنشر والتوزيع ، عمان.
- ٥- هالة بو مالية ، (٢٠١٧) ، مستوى الذكاء الاجتماعي لدى معلمي المرحلة الابتدائية في ضوء بعض المتغيرات الجغرافية.
- ٦- دينا سالم عارف ، (٢٠١٢) ، الذكاء الاجتماعي متغير معدل العلاقة في المسؤولية الاجتماعية والتوافق الزوجي لدى عينة من الزوجات في محافظة وادي الجديد، مجلة العلمية لكلية الاداب ، جامعة اسيوط، مجلد (٢١) ، العدد(٢٦).
- ٧- عمر فاطمة ابراهيم ، (٢٠١٧) ، الذكاء الاجتماعي ، وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى العاملين برئاسة الشركات الخاصة بولاية الخرطوم ، رسالة دكتوراه ، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي ، جامعة الرباط الوطني.
- ٨- الدسوقي محمد غازي ، (٢٠٠٨) ، الذكاء الاجتماعي لمشرفي الانشطة التربوية قدرة فائقة في النجاح المهني ، دار المكتب الجامعي
- ٩- اللصاصة محمد حرب ، (٢٠١١) ، استشراق المستقبل في تفكير وذكاء الطفل ، ط١ ، دار البركة للنشر والتوزيع ، الاردن ، عمان .
- ١٠- د. طارق عبدالرؤوف ، د. ايهاب عيسى ، (٢٠١٨) ، الذكاء الاجتماعي والذكاء العاطفي ، المجموعة العربية للتدريب ولنشر .
- ١١- د. مهدي السامرائي ، (٢٠٢١) ، الذكاء الاجتماعي ، الاردن ، كتاب رقمي.-
- ١٢- رامن سامي الطنبور ، (٢٠١٥) ، معوقات المؤسسات الاسلامية في بناء القيادات الاستراتيجية ، بحث منشور في المؤتمر الرابع : الممارسات المتميزة في التخطيط الاستراتيجي ، وزارة الاوقاف الكويتية ، دولة الكويت.
- ١٣- د. عبدالناصر علك ، (٢٠٢٠) ، تقييم الاداء الاستراتيجي للمشاريع الزراعية باعتماد مؤشرات دولية ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، العدد ١٠٧ ، مجلد ٢٤ .
- ١٤- وليد عيد الرواضية ، (٢٠٢٣) ، اثر التوجه الريادي في الاداء الاستراتيجي للجامعات الاردنية الحكومية ، مجلة مؤتم للدراسات الانسانية والاجتماعية ، مجلد ٣٨ ، العدد ٤ .
- ١٥- د. انتصار عباس ، حبيب مروح ، (٢٠٢٠) ، اثر فاعلية فرق العمل في الاداء الاستراتيجي، مجلة بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد ٦٢ .
- ١٦- د. محمود مصطفى احمد ، (٢٠٢٣) ، تصور مقترح الاداء الاستراتيجي بجامعة الازهر ، كلية التربية - جامعة الازهر ، القاهرة .

- ١٧- الحارثي عبدالله بن صالح ، (٢٠١٩) ، المساءلة التربوية ، دار اليازوري العلمية ، عمان .
- ١٨- الهام يحاوي ، (٢٠٠٦) ، الجودة كمدخل لتحسين الاداء البشري للمؤسسات الصناعية الجزائرية دراسة ميدانية بشركة الاسمنت عين التوتة (باتنة)، مجلة افاق للبحوث والدراسات ، العدد ١٠٧ ، المركز الجامعي المقاوم الشيخ أمود بن مختار ، الجزائر .
- ١٩- توفيق ، صلاح الدين ، ابراهيم محمد ، (٢٠٠٩) ، تصور مقترح لتطبيق الخطة الاستراتيجية بمدارس التعليم العام المصري في ضوء بعض نماذج التخطيط الاستراتيجي ، مجلة كلية التربية ، المجلد ١٩ ، العدد ٧٧ ، جامعة بنها مصر .
- ٢٠- التميمي ، منهل ، (٢٠٢٣) ، استعمال نموذج (Kano) في تحسين الاداء الاستراتيجي ، جامعة واسط ، مجلة الكوت .
- ٢١- فيصل العزاوي ، سالي السامرائي ، (٢٠٢٣) ، رؤية علمية دور وسائل الاتصال وانعكاسها على الاداء الاستراتيجي للإدارة الضريبية الضرورات والتحديات، مجلة الكنوز العلمية.
- ٢٢- سناء الخناق ، (٢٠٠٥) ، مظاهر الاداء الاستراتيجي والميزة التنافسية ، جامعة ورقلة ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية .
- ٢٣- الرشيد، عبد العزيز ناصر ، (٢٠٢٣) ، "دور الذكاء الاستراتيجي في تحسين الأداء الاستراتيجي". مجلة وادي النيل للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية والتربوية. 441-474 .
- ٢٤- المالكي ، نضال ، واخرون ، (٢٠٢٣) ، دور استراتيجيات ادارة المعرفة في تعزيز الاداء الاستراتيجي لمنظمات الاعمال - دراسة تطبيقية في جامعة البيان الاهلية ، مجلة وارث العلمية، العراق .
- ٢٥- عبد الرؤوف حجاج ، احلام بن رنو ، (٢٠١٥) ، دور بطاقة الاداء المتوازن في تقييم الاداء الاستراتيجي للمؤسسات النفطية ، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية ، العدد ٣ .
- ٢٦- بن دادى خالد ، الداوي يزيد ، (٢٠٢٣) ، دور بطاقة المتوازن في تقييم الاداء الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية - دراسة ميدانية لمؤسسة موبيلس المديرية الجهوية بورقلة.

## ثالثاً:- المصادر الأجنبية

- 1- Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its uses. Harper's Magazine, 140, 227-235.
- 2- Sanwal, T., & Sareen, P. (2022). Higher Employee Engagement through Social Intelligence: A Perspective of Indian Scenario. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 1-16.
- 3- Yusuf, D. H. M., Din, M. S. H., & Jusoh, M. S. (2018). Exploring the moderating effect of social intelligence on the relationship between entrepreneurial decision-making strategy and SME sustainable performance. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 150, p. 05020). EDP Sciences.
- 4- Develí, A., Pekkan, N. Ü., & Çavuş, M. F. (2022). Social intelligence at work and its implication for organizational identification:: a sectoral comparison. *Independent Journal of Management & Production*, 13(1), 364-383.
- 5- Robinson, A. G. (2022). Social Intelligence and Successful Strategic Change Management: A study of Jubilee Syringe Manufacturing Co. Ltd, Akwa Ibom State, Nigeria. *International Journal of Business and Management Review*, 10(3), 1-19.
- 6- Rasuli, F., Ebrahimpour, H., & Hassanzadeh, M. (2013). Social intelligence and business performance of managers at agriculture banks in Ardabil province. *Singaporean Journal of Business Economics, and Management Studies*, 2(2), 96-104.
- 7- Ebrahimpour, H., Zahed, A., & Elyasi, A. (2013). The study of relationship between social intelligence and organizational performance (Case study: Ardabil regional water company's managers). *International Journal of Organizational Leadership*, 2(1), 1-10.
- 8- Beheshtifar, M, Roasaei, F. (2012). Role of Social Intelligence in Organizational Leadership, *European Journal of Social Sciences* Vol.28 No.2, pp. 200-206
- 9- Seifollahi, N. (2018). Investigating the Effect of Social Intelligence on Innovative Performance. *Revista Publicando*, 5(16), 461-470
- 9- 10. Soleman H. Abu-Bader(2021)" Using Statistical Methods in Social Science Research: With a Complete SPSS Guide"Oxford University Press.
- 10- Dancy, C. P., & Reidy, J. ٢٠٢٠11. Statistics without maths for psychology th.ed). Harlow: Pearson, Prentice Hall.