

تأثیر ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی بر عملکرد شغلی با نقش میانجی‌گری فعالیت‌های تسهیم دانش

محمد تقی تقوی فرد،* فائزه عبدلی مسینان**

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۰/۱۱

تاریخ پذیرش: ۹۶/۷/۴

چکیده

پژوهش حاضر تحت عنوان "تأثیر ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی بر عملکرد شغلی با نقش میانجی‌گری فعالیت‌های تسهیم دانش" در محدوده زمانی سال ۱۳۹۵ در شرکت بیمه ایران تهران انجام شده است. هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی (عوامل فردی شامل: خودکارآمدی دانش، لذت بردن از کمک و اجتماعی شامل: پیوندهای متقابل اجتماعی، هنجارهای ارتباط متقابل) بر فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی در سازمان می‌باشد. نوع تحقیق کاربردی، روش آن توصیفی-پیمایشی و برای گردآوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) استفاده شده است. جامعه این تحقیق ۲۳۰ نفر از کارکنان ستاد مرکزی شرکت بیمه ایران در شهر تهران که تعداد ۱۴۳ نفر به عنوان نمونه جهت انجام تحقیق از طریق فرمول کوکران انتخاب شده است. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری شده‌اند. برای آزمون فرضیات از روش آنالیز رگرسیون و نرم‌افزارهای SPSS و LISREL استفاده شده است و متغیرها به روش کمی با استفاده از روش معادلات ساختاری و نیز تحلیل عاملی تاییدی بررسی و سنجیده شده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که خودکارآمدی دانش، لذت بردن از کمک، پیوندهای متقابل اجتماعی و هنجار ارتباط متقابل اثر مثبتی بر روی فعالیت‌های تسهیم دانش دارند که به نوبه خود عملکرد شغلی فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و باعث افزایش آن می‌شود و شبکه‌های اجتماعی سازمانی افراد را قادر به جمع‌آوری و اشتراک‌گذاری دانش میکند.

کلمات کلیدی: شبکه اجتماعی سازمانی، فعالیت‌های تسهیم دانش، خودکارآمدی دانش، لذت بردن از کمک، پیوند متقابل اجتماعی

* دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Dr.taghavifard@gmail.com

** کارشناس ارشد، مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

شبکه‌ی اجتماعی یا منبع تولید کننده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی، ترکیبی از کنشگران (کنشگران لزوماً افراد نیستند، بلکه سازمان‌ها و گروه‌ها را نیز در بر می‌گیرند) و روابط بین آنهاست که می‌تواند فعالیت‌های تسهیم دانش کارکنان و عملکرد آنان را در سازمان تحت تأثیر قرار دهد. شبکه‌ی اجتماعی، الگویی ارتباطی است که مردم را به هم متصل می‌کند و یا پیوندهایی است که افراد را با گروه‌هایی از مردم مرتبط می‌سازد.

ما در عصر دانش زندگی می‌کنیم. عبارت "دانش قدرت" است جای خود را در عصر دانایی محوری به "اشتراک دانش قدرت" است داده است. به جای جست‌وجو و مصرف اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی سازمانی تمایل به ایجاد اطلاعات را به شکل مشارکتی و ارزیابی و تسهیم اطلاعات نشان می‌دهد. شبکه‌های اجتماعی سازمانی به صورت ارتباطات دوسویه در نظر گرفته می‌شود. در نتیجه، بسترهای شبکه‌های اجتماعی سازمانی به عنوان ابزاری هستند که برای واقعی سازی مشارکت، تسهیل و روشن فکری آنلاین به کار می‌روند (کوآک و پارک، ۲۰۱۶).

افراد اغلب برای دستیابی به اطلاعات، منابع و موقعیت‌ها به روابط شخصی و نزدیکان خود متکی هستند. این روابط، شبکه‌ی اجتماعی فرد را تشکیل می‌دهد و آن به نوبه خود سیستم اجتماعی را به وجود می‌آورد. (شارع پور، ۱۳۸۶). ساخت اجتماعی به عنوان یک شبکه اجتماعی، از "اعضای شبکه" و مجموعه‌ای از "پیوندها" که افراد، کنشگران یا گروه‌ها را بهم متصل می‌سازد، تشکیل شده است و اعضای این شبکه می‌تواند افراد، گروه‌ها، موجودیتهای حقوقی و یا سازمانها و... باشد (باستانی و دیگران، ۱۳۸۷).

مطالعه کنش و پیوند متقابل اجتماعی به دو علت اهمیت دارد: نخست، کارهای عادی زندگی روزانه که ما را در کنش متقابل رودررو و کم و بیش دائمی با دیگران درگیر می‌کنند و قسمت اعظم فعالیت‌های اجتماعی ما را تشکیل می‌دهند. بنابراین کارهای عادی هر روزه ما و کنش‌های متقابلی که این کارها ما را با دیگران در آنها درگیر می‌کنند و به آنچه ما انجام

می‌دهیم ساخت و شکل می‌دهند. ما می‌توانیم از بررسی آنها درباره خودمان به مثابه موجودات اجتماعی و درباره خود زندگی اجتماعی نکات بسیاری بیاموزیم. دوم، مطالعه کنش متقابل اجتماعی در زندگی روزمره به روشن کردن نهادها و نظام‌های اجتماعی بزرگتر کمک می‌کند. در واقع، همه نظام‌های بزرگ اجتماعی به الگوهای کنش متقابل اجتماعی، که ما در جریان زندگی روزانه‌مان از آن پیروی می‌کنیم، بستگی دارند. کنش و پیوندهای متقابل اجتماعی مستلزم شکل‌های متعدد ارتباطات کلامی و غیر کلامی است؛ به نحوی که افراد از اشارات غیر کلامی برای حذف، تقویت یا بسط آن چه به صورت کلام گفته شده بهره می‌گیرند (صلیبی، ۱۳۹۰).

اعضای جامعه قضاوت‌هایی را در مورد رفتارهای تسهیم دانش با در نظر گرفتن انتظارات خود از تسهیم دانش و لذت کمک به سایرین می‌کنند. وقتی که اعضای جامعه قادر به کمک به سایر اعضا باشند، آن‌ها احساس رضایت کرده و این رضایت بر قصدشان برای تداوم تسهیم دانش در جامعه آنلاین اثر دارد. طبق تئوری شناخت اجتماعی، رفتار افراد تحت تأثیر عوامل اجتماعی و شناختی فردی است. مطالعات موجود مربوط به تئوری شناخت اجتماعی، اهمیت اثر عوامل اجتماعی را نادیده گرفته‌اند و دلایلی را مبنی بر این که چگونه سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی توسعه می‌یابد را ارائه نمی‌کنند (چوآنگ و لی، ۲۰۱۳).^۲ لین سرمایه اجتماعی را به صورت منابعی تعریف میکند که در قالب ساختار اجتماعی قرار می‌گیرد و مورد دسترسی و استفاده است (کوآک و پارک، ۲۰۱۶). نقش دانش پایدار کارکنان و مشارکت آن‌ها در بستر شبکه‌های اجتماعی برای ارتقای عملکرد شغلی و تحقق مزایای سازمانی از شبکه‌های اجتماعی سازمانی لازم است. شبکه‌های اجتماعی سازمانی بعنوان پدیده نوظهور هستند و اهمیت و تأثیر آن روز به روز آشکارتر میشود که بر تسهیم دانش و عملکرد شغلی کارکنان تأثیر می‌گذارند. یکی از مسائل پژوهش در این است که چندین پژوهش در زمینه شبکه‌های اجتماعی انجام شده است ولی پژوهشهای بسیار محدود در مورد تأثیر شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی انجام شده است. شبکه‌های

1 .Kwahrk&Park

2 .Lin

اجتماعی در میان اقشار مختلف جامعه از محبوبیت بالایی برخوردار است و بر جنبه‌های مختلف زندگی افراد تأثیر گذاشته است ولی هنوز پژوهشی جامع در مورد تأثیر شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر عملکرد شغلی با نقش میانجیگری فعالیت‌های تسهیم دانش انجام نشده است.

در این تحقیق تأثیر ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر عملکرد شغلی با نقش میانجیگری فعالیت‌های تسهیم دانش بررسی خواهد شد. با استفاده از یک مدل تئوری یکپارچه بر اساس تئوری شناخت اجتماعی و سرمایه اجتماعی که به طور هم‌زمان عوامل فردی و اجتماعی را به عنوان عوامل مؤثر بر فعالیت‌های تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی سازمانی در نظر می‌گیرد، تأثیر این عوامل بر فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی نشان داده خواهد شد. در واقع این پژوهش در پی پاسخ به این سوالات است که ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی (فردی: خود کارآمدی دانش، لذت بردن از کمک و اجتماعی: پیوند متقابل اجتماعی، هنجار ارتباط متقابل) چه تأثیری بر فعالیت‌های تسهیم دانش دارد؟ و فعالیت‌های تسهیم دانش چه تأثیری بر عملکرد شغلی دارد؟

پیشینه پژوهش

برخی از بسترهای اجتماعی در سازمان‌ها به عنوان ابزاری برای برقراری ارتباط میان کارکنان استفاده می‌شود. لئوناردی^۱ و همکاران ۲۰۱۳، دریافتند شبکه‌های اجتماعی سازمانی شبکه‌هایی هستند که در محیط شغلی استفاده و به صورت زیر تعریف می‌شوند: پلتفرم‌های وب محور که به کارکنان ۱- امکان برقراری ارتباط با همکاران یا انتشار پیام‌ها به هر کس دیگر در سازمان را می‌دهد ۲- کارکنان خاصی را به صورت شرکای ارتباطی در نظر می‌گیرد ۳- متون و فایل‌های مربوط به خود یا سایرین را پست، ویرایش و طبقه‌بندی کنند ۴- پیام‌ها، ارتباطات، متون و فایل‌های انتشار شده، پست شده، ویرایش شده و طبقه‌بندی شده توسط افراد دیگر را در سازمان در زمان انتخاب آن‌ها مشاهده کنند. بسته به نقشی که شبکه‌های اجتماعی در سازمان بازی می‌کنند، مطالعات شبکه‌های اجتماعی سازمانی به سه استعاره گسترده طبقه‌بندی

1. Leonard

می‌شوند: شبکه‌های اجتماعی سازمانی به‌عنوان راهبر ارتباطاتی و اطلاع‌رسان بین افراد، ایجادکننده فضای تبادل و بحث و تسهیل‌گر فضاهای اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند.

ووری و ویسانن^۱ (۲۰۰۹) مطالعه‌ای را در خصوص شیوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سازمان‌ها برای بهبود جمع‌آوری، تسهیم دانش و اطلاعات انجام دادند. این مطالعه نشان داد که شبکه‌های اجتماعی سازمانی نقش مهم‌تری در تسهیم دانش و اطلاعات ایفا کرده‌اند. به علاوه، در مطالعه ۱۷۵ کارمند، لی و کوآک^۲ (۲۰۱۰) نشان دادند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی سازمانی موجب بهبود مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری و تسهیم دانش و عملکرد شغلی می‌شود و کاربرد شبکه‌های اجتماعی سازمانی قابل مشاهده است و بر بهره‌وری نیروی کار از طریق تسهیم دانش و مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری تأثیری مثبت برجای می‌گذارد.

در زمینه تلاش‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی، فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی منجر به توسعه ساختارهای شبکه با ارتباط قوی شده است که در آن اطلاعات و دانش به طور یکنواختی با معرفی افرادی که هنوز با هم ارتباط نداشته‌اند انتقال می‌یابند (کوآک و پارک، ۲۰۱۶). تحقیقات قبلی بر روی محیط‌های شبکه‌های اجتماعی بر ارتباط سازمانی با احزاب خارجی نظیر مشتریان، فروشنده‌ها و عموم تأکید دارند. بسیاری از سازمان‌های استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی سازمانی برای برقراری ارتباط با طرفین خارجی، از راهبردهایی استفاده می‌کنند که از بسترهای شبکه‌های اجتماعی سازمانی عبور می‌کنند (پیسکورسکی^۳، ۲۰۱۱).

سازمانها از شبکه‌های اجتماعی سازمانی برای مدیریت روابط با شرکا و مشتریان استفاده کرده و تصویر سازمانی خود را بهبود می‌بخشند. در عین حال، دیگر تحقیقات، به بررسی شیوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی سازمانی توسط سازمان‌ها برای تعاملات اجتماعی و ارتباطات داخلی با شرکت‌های خود استفاده می‌کنند. از نقطه نظر داخلی، سازمانها از شبکه‌های اجتماعی سازمانی به‌عنوان یک ابزار مؤثر برای دستیابی به اهداف، تبادل و تسهیم دانش استفاده کرده‌اند (لئوناردی و همکاران، ۲۰۱۳).

1. Vouri & Vaisanen

2. Lee&Kwahk

3. Piskorski

کورتیس^۱ و همکاران (۲۰۱۰) در یک مطالعه تجربی با نمونه ۴۰۹ نفری از کارکنان روابط عمومی سازمان‌های غیرانتفاعی به این نتیجه رسیدند که سازگاری با شبکه اجتماعی در وظایف مربوط به روابط عمومی ارزیابی می‌شود و این سازگاری بر فعالیت‌های دانشی در سازمان‌ها تاثیرگذار است.

مانتی ماکی و ریمر^۲ (۲۰۱۶) در یک بررسی مفهومی دریافتند شبکه اجتماعی سازمانی می‌تواند برای گسترش سرمایه اجتماعی و حفظ ارتباط بین کاربران مهم باشد. از این روی این بحث‌های غیر رسمی باید در نظر گرفته شود و سازمان‌ها در شبکه اجتماعی سازمانی همکاری را اساس برقراری رابطه می‌دانند.

بوید و الیسون^۳ (۲۰۰۸) دریافتند یکی از تکامل‌یافته‌ترین ابزارهای وب اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی سازمانی هستند که ارتباطاتی بدون مرز و فاصله را محقق کردند، ارتباطاتی که با به خدمت گرفتن جدیدترین و به‌روزترین امکانات عرضه شده در دنیای وب برای کاربران خود، موقعیتی از داشتن همه امکانات یکجا و بدون محدودیت را فراهم آوردند.

فالک و یان^۴ (۲۰۱۳) دریافتند شفافیت تعامل افراد در شبکه اجتماعی سازمانی به دانش ورزان در کسب مواد مربوط به دانش کمک می‌کند و این موجب تسهیل تعامل با منابع دانش می‌شود. در نتیجه، شبکه اجتماعی سازمانی در میان برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی برتر از سیستم‌های مدیریت دانش سنتی در حل این چالش‌ها می‌باشند.

بنا به گفته کاپلان و هنلین^۵ (۲۰۱۰)، شبکه اجتماعی متشکل از دو بخش می‌باشد: یک بخش مربوط به شبکه (حضور اجتماعی) و یک بخش فرآیند اجتماعی (خود ارائه/ خود افشا). نظریه حضور اجتماعی بیان می‌کند که شبکه‌ها در درجه «حضور اجتماعی - تعریف شده به عنوان تماس‌های صوتی، تصویری و فیزیکی که می‌تواند به دست آید، متفاوت هستند، آن‌ها اجازه می‌دهند تا بین طرفین ارتباطات پدیدار شود. حضور اجتماعی تحت تأثیر

1. Curtis

2. Mantymaki&Riemer

3. Boyd&Ellison

4. Fulk&Yuan

5. Kaplan&Haenlein

نوع رابطه و بی‌واسطگی شبکه می‌باشد. مفهوم خود ارئنگی به این معنا می‌باشد که مردم تمایل به کنترل تصویر ایجاد شده از آن‌ها توسط دیگران در هرگونه تعامل اجتماعی دارند. سلیمانی پور (۱۳۸۹) دریافت یکی از ویژگی‌های اصلی شبکه اجتماعی، قابلیت به اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌های کاربران با یکدیگر است. موضوع به اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها و دانش در شبکه اجتماعی از مهم‌ترین جنبه‌ها می‌باشد که بدون آن شبکه اجتماعی معنا نخواهد داشت.

شبکه اجتماعی از دیگر عوامل زمینه‌ای سازمانی است که بر روی اهمیت ارتباط میان فردی برای یک رفتار سازمانی تمرکز و تاکید دارد. نقش شبکه اجتماعی بر انگیزش یک فعالیت داوطلبانه از طریق ارضای نیازهای اساسی روانشناختی، مخصوصاً نیاز به ارتباط حائز اهمیت است چرا که از یک طرف ارتباطات روزافزون اجتماعی می‌تواند منجر به همبستگی و اتحاد میان داوطلبان شود که خود این امر باعث افزایش احساس تعلق می‌شود و از طرف دیگر درگیر شدن فرد در یک فعالیت داوطلبانه می‌تواند باعث تحریک تمایل افراد به تطابق با هنجارهای گروهی خاص شود (رحیمی، ۱۳۹۴).

به اعتقاد باندورا^۱، باورهای خود کار آمدی از طریق تأثیر بر روی الگوهای تفکر می‌توانند عملکرد را کاهش یا افزایش دهند. کسانی که به کارایی خودشان در حل مسائل خود اعتقاد راسخ دارند، هنگام رویدادهای تولید کننده فشار روانی، از نظر تفکر تحلیلی کارآمد می‌مانند. اما افرادی که به تواناییهای حل مسائل خودشان شک دارند آشفته فکر می‌کنند. احساس کارایی نیرومند به فرد امکان می‌دهد حتی در صورت رو به رو شدن با فشار روانی موقعیتی و بن بست‌های حل مسئله، تمرکز خود را بر تکلیف ادامه دهد. در مقابل، خود ناباوری تصمیم گیرندگان را از تفکر بر تکلیف منحرف می‌کند؛ به طوری که توجه آنها به نارسایی‌های خود تکلیف معطوف می‌شود. افراد با احساس خود کارآمدی بالا تمرکز انرژی شان به تحلیل و رفع مشکلات گرایش دارد، در صورتی که افراد با خود کارآمدی ضعیف غرق در نگرانیهای ارزشیابی می‌شوند؛ مانند شک درباره‌ی مهارت‌ها و توانایی‌هایشان و پیش بینی شکستشان قبل

1. Bandura

از این که تلاششان را در حال مسئله به کار گیرند. این باورهای منفی باعث افزایش فشار روانی، کاهش استفاده از راهبردهای شناختی و در نتیجه، شکست می‌شود. فرایندهای انگیزشی، انگیزاننده‌ی شناختی، مانند اسناد موفقیت و شکست، تعیین اهداف و برآورد ارزش از اهداف انتخابی و انتظار پیامد احتمالی، رفتار را برای فرد مجسم و او را برای آغاز رفتار یا اجتناب از موقعیتی تحریک می‌کند. در این میان، باورهای خود کار آمدی در تنظیم انگیزش افراد نقش مهمی دارند (خضری آذر، ۱۳۸۸).

بلوکویست^۱ و همکاران (۲۰۱۶) دریافتند افراد باورهای خود کارآمدی خود را از طریق تغییر چهار منبع اطلاعاتی شکل می‌دهند: دستاوردهای عملکردی، تجربه‌ی جانشینی، متقاعد سازی کلامی و برانگیختگی هیجانی - فیزیولوژیکی. به همین ترتیب، منابع اطلاعاتی خود کارآمدی باورهای شایستگی را مستقیماً تحت تأثیر قرار نمیدهند، بلکه افراد نتایج رویدادها را تفسیر می‌کنند و این تفسیرها اطلاعاتی را که مبنای قضاوت است فراهم میکنند و این خود کارآمدی در بهبود عملکرد، افزایش ارتباط، توانمندی بیشتر برای تسهیم دانش نقش مهمی داد.

مطالعات قبلی نشان داده است که خود کارآمدی در خصوص نقش دانش اثر مثبتی بر فعالیت‌های تسهیم دانش، رفتارهای جمع‌آوری و تقویت دانش دارد. افراد هم‌چنین تمایل برای تسهیم دانش از خود نشان می‌دهند به خصوص زمانی که خود کارآمدی بالایی داشته باشند. هم‌چنین لین و هانگ^۲ (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای در خصوص استقرار تلاش در بخش دانش، نقش تبادل اجتماعی و شناخت اجتماعی در تیم و استفاده از سیستم‌های مدیریت دانش برای بهبود تسهیم دانش مؤثر، نشان داده اند که خود کارآمدی بالا موجب افزایش تسهیم دانش در سیستم مدیریت دانش می‌شود (لین و هانگ، ۲۰۱۰). تسهیم دانش به صورت عمل انتشار دانش فردی به دست آمده به اعضای دیگر سازمان تعریف می‌شود. با تسهیم دانش، اعضای سازمان از تجربه‌های همکاران یاد می‌گیرند و این موجب بهبود عملکرد شغلی و سازمانی می‌شود

1. Blomquist

2. Lin&Huang

تسهیم دانش با افراد دیگر اثر مثبتی بر عملکرد تیم دارد و در نهایت بر تقویت تصمیم‌گیری بهتر و افزایش حافظه تعاملی اثر می‌گذارد. این موجب تقویت همکاری و هماهنگی بین اعضای سازمان شده و منجر به عملکرد موفق می‌شود (کوآک و پارک، ۲۰۱۶).

هس^۱ (۲۰۱۳) دریافت که نقش اشتراک دانش و اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی و خبری مستلزم ایجاد پل زنی و ارتباط برای کنترل انواع اطلاعات تسهیم شده بین افراد جهت تعامل آنها در فضاهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می‌باشد. در تحلیل مقامات دولتی محلی، کوآک و پارک (۲۰۱۶) اثبات کردند که تسهیم دانش موجب بهبود عملکرد شغلی اعضای سازمان می‌شود. از این روی می‌توان گفت که عملکرد شغلی زمانی بهبود می‌یابد که فعالیت‌های تسهیم دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی سازمانی انجام می‌شود.

تئوری شناخت اجتماعی و سرمایه اجتماعی

تئوری شناخت اجتماعی را می‌توان برای درک انگیزه‌ها و رفتارهای فردی در شرایط مختلف مورد استفاده قرار داد. رفتارهای فردی نتیجه اثرات متقابل بین محیط اجتماعی و شناخت فردی می‌شود. به عبارت دیگر هنگام یادگیری و حفظ یک الگوی رفتاری خاص، افراد تحت تاثیر عوامل شناختی ذاتی قرار می‌گیرند و یا متأثر از عوامل اجتماعی زیست محیطی و رابطه ای می‌باشند. در نتیجه تأکید تئوری شناخت اجتماعی بر این است که بسیاری از یادگیری‌های انسان در یک محیط اجتماعی اتفاق می‌افتد. (کوآک و پارک، ۲۰۱۶).

سرمایه اجتماعی به مشارکت اعضا تاکید میکند و باعث ایجاد شبکه ای از روابط و همکاری و اعتماد متقابل میشود. افراد از مزیت‌های سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی سازمانی در کارهای روزانه بهره مند میشوند. تحقیقات نشان داده است که شبکه اجتماعی سازمانی به غلبه بر چالش‌های مربوط به تسهیم دانش سازمانی نظیر تخصص یابی، انگیزه برای تسهیم دانش و توسعه و حفظ پیوندهای اجتماعی با عوامل دانش از طریق گسترده سرمایه اجتماعی کمک

1. Hess

میکنند (ریمر^۱ و همکاران، ۲۰۱۵).

با مرور ادبیات فوق میتوان به جمع بندی زیر دست یافت:

نتیجه تحقیق لئوناردی و همکاران (۲۰۱۳) نشان داد شبکه اجتماعی سازمانی برقراری مباحثه، تبادل دانش و ارتباط با همکاران را در سازمان آسان میسازد. ووری و ویسانن (۲۰۰۹)، نشان دادند یک منبع کلیدی در تبادل و اشتراک گذاری دانش، شبکه اجتماعی سازمانی است. لی و کوآک (۲۰۱۰) نشان دادند عاملی که در مشارکت جهت اشتراک گذاری دانش و بهبود عملکرد شغلی حائز اهمیت است، شبکه اجتماعی سازمانی میباشد. فالک و یان^۲ (۲۰۱۳) به اهمیت وضوح پیوند افراد در شبکه اجتماعی سازمانی و کمک به آسانسازی برقراری ارتباط به کمک این شبکهها تاکید نمودند. نتیجه تحقیق لین و هوآنگک (۲۰۱۰) نشان داد افزایش توانایی اشتراک گذاری دانش در سازمان در گرو داشتن خود کارآمدی بالا است همچنین بلوکویست^۳ و همکاران (۲۰۱۶) به ضرورت خود کارآمدی در ایجاد قابلیت بیشتر جهت اشتراک گذاری دانش و ارتقای عملکرد تاکید کردند. کوآک و پارک (۲۰۱۶) نشان دادند هنجار ارتباط متقابل، پیوند متقابل اجتماعی و لذت بردن از کمک به عنوان ویژگیهای شبکه اجتماعی سازمانی بر اشتراک گذاری دانش تاثیر دارند.

افراد شبکه اجتماعی سازمانی را به عنوان فضایی برای تسهیم اطلاعات و تجربیات می دانند. در انجام این کار، شبکه اجتماعی سازمانی به رفع نیازهای اطلاعاتی اعضای شبکه به شکلی سازمان دهی شده کمک می کند. علاوه بر بهبود تسهیم دانش، شبکه اجتماعی سازمانی برای تسهیم دانش با ارائه فضایی برای ایجاد خود کارآمدی دانش ارزشمند است. خود کارآمدی به معنی «باور فرد» در این خصوص است که توانایی انجام تکالیف را دارد یا خیر. در واقع خود کارآمدی قضاوت های افراد در مورد تواناییهایشان و داشتن اعتماد و قابلیت لازم برای تولید دستاوردهای موثر و مدیریت امور در محیط است. هنجار ارتباط متقابل یک قاعده اجتماعی پذیرفته شده است که تحت آن افراد منابعی نظیر دانش را به سایرین ارائه کرده و

1. Riemer

2. Fulk&Yuan

3. Blomquist

می‌توانند انتظار عمل متقابل را داشته باشند. به این ترتیب این به اعتماد متقابل افراد برای کمک به یکدیگر ربط دارد. مادامی که تبادلات پشتیبانی تضمین شود، افراد می‌توانند به یکدیگر در ارائه اطلاعات کمک کنند و با یکدیگر پیوندهای اجتماعی برقرار کنند. وقتی که اعضای سازمانی یک حس تعلق و نوع دوستی را به وظایف شغلی سازمانی خود توسعه می‌دهند، به آسانی می‌توانند دانش خود را با همکاران به اشتراک بگذارند. این تحقیق بر اساس مرور ادبیات ذکر شده و جمع‌بندی مطالب به بررسی تأثیر ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی (عوامل فردی شامل: خودکارآمدی دانش، لذت بردن از کمک و اجتماعی شامل: پیوندهای متقابل اجتماعی، هنجارهای ارتباط متقابل) بر عملکرد شغلی با نقش میانجیگری فعالیت‌های تسهیم دانش می‌پردازد و مدل مفهومی تحقیق بر اساس این عوامل شکل می‌گیرد.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق

تحقیق حاضر از این جهت که نتایج مورد انتظار آن را میتوان در ارائه راهکارهای عملی به مسؤولان شرکت بیمه ایران در بکارگیری مناسب شبکه اجتماعی سازمانی در شرکت و در راستای ایجاد و توسعه هرچه بهتر سازمان ارائه نمود "کاربردی" است. روش تحقیق این پژوهش به صورت توصیفی-پیمایشی می‌باشد زیرا که از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایشی (توزیع پرسشنامه) استفاده شده است. همچنین روشهای مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در این تحقیق را می‌توان به ۲ دسته کلی آمار توصیفی و آمار استنباطی تقسیم بندی نمود که از نرم افزارهای SPSS و LISREL استفاده شده است:

الف) آمار توصیفی: از آمار توصیفی برای نمایش اطلاعات جمعیت شناختی استفاده شده است. ب) آمار استنباطی: در این تحقیق از استنباط آماری برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات بهره گرفته میشود. در این بخش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف^۱ برای بررسی نرمال بودن داده‌ها، آزمون رگرسیون خطی جهت بررسی فرضیه‌ها، مدل معادلات

1. Kolmogorov - Smirnov

ساختاری برای بررسی فرضیه‌ها و نهایتاً آزمون تحلیل عاملی تاییدی برای بررسی روایی سازه متغیرهای تحقیق استفاده شده است.

مراحل انجام تحقیق

برای انجام این تحقیق ابتدا به مطالعه ادبیات مرتبط با شبکه‌های اجتماعی سازمانی، تسهیم دانش و عملکرد شغلی و سپس به طراحی پرسشنامه پرداخته شد. برای طراحی پرسشنامه (متغیرها و شاخص‌های آنها) این تحقیق از سوالات مقالات کوآک و پارک^۱ (۲۰۱۶)، چین و هانگ^۲ (۲۰۱۰)، چو^۳ و همکاران (۲۰۰۶) و نظرات استادان استفاده شده که به تایید خبرگان رسیده است. این پرسشنامه به لحاظ نظر استاد راهنما، استاد مشاور، با بهره‌گیری از تحقیقات مشابه، نظر خبرگان و کارشناسان بیمه و استفاده از مقالات معتبر تدوین شده است. معیارها، متغیرها و شاخصهای این پرسشنامه براساس نظر خبرگان بر مبنای طیف ۵ امتیازی لیکرت طراحی شده است. برای متغیرهای لذت بردن از کمک و خودکارآمدی دانش هر کدام ۵ سوال، برای متغیرهای هنجار ارتباط متقابل و پیوند متقابل اجتماعی هر کدام ۴ سوال و برای فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی هر کدام ۶ سوال در نظر گرفته شده است. پس از طراحی پرسشنامه به تعیین جامعه آماری و حجم نمونه پرداخته شد.

برای تجزیه و تحلیل سوالات و آزمون فرضیات تحقیق از آمار استنباطی به روش تحلیل رگرسیون خطی و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. در این مطالعه جهت سنجش روایی پرسش‌نامه از روش روایی محتوایی که برای بررسی روایی محتوا ابتدا سعی شده است از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده و ثانیاً از نظرات اساتید و خبرگان بهره گرفته شود. برای بدست آوردن روایی آزمون در این پژوهش با بهره‌گیری از نظرات و راهنمایی‌های اساتید راهنما و مشاور سوالات آزمون مورد بررسی قرار گرفت و همچنین نظر برخی صاحب نظران با استفاده از شاخص CVR در مورد آزمون مورد توجه قرار گرفت و ابهامات آن برطرف

1. Kwahk & Park
2. Chen & Hung
3. Chiu

گردید که این امر بیانگر روایی محتوایی قابل قبول آزمون می‌باشد همچنین برای سنجش پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است و از شاخص KMO^۱ و آزمون بارتلت^۲ جهت نشان دادن اینکه آیا تعداد داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر و سنجش کفایت نمونه‌گیری استفاده شده است و همچنین برای بررسی روایی سازه متغیرهای تحقیق از آزمون تحلیل عاملی تاییدی استفاده شده است و در نهایت به نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات پرداخته شده است.

جامعه و نمونه تحقیق

جامعه آماری این تحقیق را کارکنان ستاد مرکزی شرکت بیمه ایران در شهر تهران که برابر با ۲۳۰ نفر می‌باشد تشکیل می‌دهند که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۱۴۳ نفر می‌باشد و دلیل انتخاب این جامعه آماری این است که شرکت بیمه ایران از شبکه‌های اجتماعی برای تبادل اطلاعات و امور سازمانی خود در محیط کار استفاده می‌کند.

متغیرهای تحقیق

- شبکه اجتماعی سازمانی:

لئوناردی^۳ و همکاران (۲۰۱۳)، شبکه‌های اجتماعی در محیط کار را شبکه‌های اجتماعی سازمانی می‌نامند که باعث تبادل اطلاعات جهت انجام امور در سازمان می‌شود. شبکه اجتماعی سازمانی بر ماهیت روابط بین فردی در بروز رفتار سازمانی تأکید و تمرکز دارد (کوآک و پارک، ۲۰۱۶).

1. Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy

2. Bartlett S Test Of Sphericity

3. Leonardi

- تسهیم دانش:

تسهیم دانش عنصر کلیدی برنامه‌های مدیریت دانش کارآمد و مؤثر است. اشتراک هدفمند دانش در سازمان‌ها به یادگیری سریع‌تر فردی و سازمانی منجر می‌شود و خلاقیت را توسعه می‌دهد و در نهایت به بهبود عملکرد فرد و سازمان می‌انجامد (حسین زاده و عبدالمهی، ۱۳۹۴). در مفهوم تسهیم دانش، رفتار کارکنان و آنچه که در ذهن آنهاست مورد توجه قرار گرفته و به عنوان یک عامل تأثیرگذار در اجرای موفقیت آمیز مدیریت دانش محسوب می‌شود. در مفهوم تسهیم دانش به اشتراک گذاشتن ارزش‌ها، اطلاعات موجود و نگرش‌های کارشناسی نظام یافته که چارچوبی برای ارزشیابی و بهره‌گیری از تجربیات و اطلاعات جدید را فراهم می‌کند، نهفته است و از طریق برقراری تعامل میان افراد، ارتباط پیوسته و چهره به چهره در فعالیت‌ها و گفت و گوها حاصل شده و برای افراد این فرصت را فراهم می‌کند که از دانش موجود و نیازهای آموزشی خود مطلع شوند (علی زاده و دیگران، ۱۳۹۰).

امروزه دانش با ویژگیهای بدیع و پویایی خود، به سرعت و سهولت جامعه اطلاعاتی را کنار زده و جامعه دانش را جایگزین نموده است. تسهیم دانش موفقیت آمیز منجر به تسهیم سرمایه‌های فکری، افزایش منابع مهم سازمان میشود و تنها زمانی که دانش فردی و گروهی به دانش سازمانی تبدیل میشود، سازمان قادر به مدیریت مؤثر این منابع با ارزش است. تسهیم دانش به عنوان یک فعالیت دانش محور، اساسی‌ترین ابزاری است که از طریق آن کارکنان میتوانند دانش خود را به صورت دو جانبه مبادله کنند و در کسب مزیت رقابتی سازمان سهیم شوند (رستگار و مقصودی، ۱۳۹۵).

- عملکرد شغلی:

عملکرد شغلی به عنوان ارزش کلی مورد انتظار سازمان از تکه‌های مجزای رفتاری تعریف شده است که یک فرد در طول یک دوره مشخص از زمان انجام می‌دهد. صاحب نظران اخیراً عملکرد شغلی را به دو بعد عملکرد وظیفه‌ای و عملکرد زمینه‌ای تقسیم کرده‌اند. عملکرد وظیفه‌ای مربوط به مسئولیت‌هایی است که در برگیرنده مسئولیت‌ها و وظایف کارکنان ثبت شده است و با وظایف محوله کارکنان در ارتباط است. اما عملکرد زمینه‌ای مربوط به رفتارهایی

است که بقای شبکه سازمانی و اجتماعی و جو روان‌شناختی که وظایف فنی را احاطه کرده است. (عسگری و دیگران، ۱۳۹۲). عملکرد شغلی در واقع به مجموعه رفتارهایی گفته میشود که افراد در ارتباط با شغل از خود بروز میدهند و عملکرد شغلی افراد تحت تأثیر انگیزش، توانایی‌ها، خصوصیات، وضوح نقش‌ها و فرصت فعالیت می‌باشد (موذن و دیگران، ۱۳۹۰).

- ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی

- خودکارآمدی دانش:

باندورا^۱ خودکارآمدی را باور فرد به توانایی انجام دادن عملی در موقعیتی مشخص تعریف کرده است. باور به خودکارآمدی بر بسیاری از جنبه‌های زندگی مثل گزینش اهداف، تصمیم‌گیری، میزان تلاش، سطح استمراری و پایداری و رویارویی با مسائل چالش برانگیز تأثیر دارد (حجازی و شکوری فر، ۱۳۸۷).

خودکارآمدی به معنی داشتن اعتماد به نفس در ایجاد نتایج موفق در یک محیط خاص می‌باشد تا مهارت‌های خاص. به همین دلیل افراد با سطوح بالای خودکارآمدی تصور میکنند که دارای منابع و انگیزه‌های لازم برای انجام کارها می‌باشند. به این ترتیب این افراد بر این باورند که می‌توانند دانش ارزشمندی را ارائه کنند و یا دارای سطوح خودکارآمدی بالایی از حیث تسهیم دانش می‌باشند و مکانیسم‌های انتقال دانش بهتر با انتظار برابند و خودکارآمدی دانش درک می‌شوند (کوآک و پارک، ۲۰۱۶). مهمترین نتایج و پیامدهای خودکارآمدی عبارت است از: ۱- بهبود عملکرد، ۲- افزایش باور، ۳- افزایش روابط افراد، ۴- تعهد به کار ۵- تجربه ی موفق، ۶- احساسی شایستگی، ۷ احساس معناداری، ۸- احساسی اعتماد و ۹ توانمندی بیش تر، در محیط سازمان و برای نیروی انسانی می‌توان پیامدهای ذکر شده را از مهم ترین نتایج به دست آمده دانست (اثرزاده و دیگران، ۱۳۹۰).

- لذت بردن از کمک

از منظر تئوری شناختی اجتماعی، لذت بردن از کمک بیشتر به عنوان نوع دوستی اشاره شده است، به عبارت دیگر یکی دیگر از انگیزه مهم فردی و ذاتی برای رفتار انسان است. با

1. Bandura

توجه به یافته‌های کوآک و پارک (۲۰۱۶)، مردم تمایل به لذت بردن از کمک به دیگران را دارند و این که مواجه شدن با مشکلات هنگام کمک به دیگران از طریق مشارکت دانش را منصفانه میدانند. این افراد فعالیت‌های کمکی را ارائه می‌کنند و از این روی افراد می‌توانند سایرین را برای حل مسئله یا ایجاد فرصت‌های جدید برای یک دیگر برای تسهیل همکاری معرفی کنند. نوع دوستی یک ارزش والای اجتماعی و تکلیف اخلاقی اجتماعی است که تضعیف آن، به اختلال نظم اجتماعی منجر می‌گردد، بنابراین بررسی وضعیت چگونگی رخداد این کنش‌ها در جامعه ضروری به نظر می‌رسد. با شناخت کنش‌های دگر دوستانه و عوامل مؤثر بر بروز و ظهور آن در جامعه می‌توان سایر مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی را شناسایی و همچنین تا حدی به وضعیت اخلاقی و فرهنگی - اجتماعی جامعه پی برد (شارع پور و آرمان، ۱۳۹۳).

- پیوند متقابل اجتماعی

روابط و تعاملات اجتماعی با سایرین در یک شبکه اجتماعی به تسهیل فعالیت‌های افراد متعلق به یک شبکه کمک می‌کند. این فعالیت‌ها منجر به فرصت‌های ارتباط و معرفی افراد دیگر می‌شود و از این روی فعالیت مشارکت آن‌ها در یک شبکه بهبود می‌یابد. یک فردی که با محیط اطراف خود ارتباط بهتری دارد بهتر میتواند در شبکه‌های اجتماعی با ارتباط سایرین و ذی نفع شدن از گروه مشارکت کند در پیوند متقابل اجتماعی، هر فرد در دو سطح ارتباط برقرار می‌کند: کلامی و غیر کلامی. پیوند متقابل اجتماعی فرایندی است که با برقراری ارتباط میان کنشگران آغاز می‌شود و شکل‌گیری رابطه اجتماعی میان آنان و جریان یافتن این رابطه را در گذر زمان ممکن می‌سازد. گابریل تارد و گئورگ زیمل^۱، نخستین جامعه‌شناسانی هستند که به طور مستقیم به بررسی این فرایند پرداخته‌اند. آنان در واکنش به جامعه‌شناسی کلان یا جامعه‌شناسی کلان‌نگر، کند و کاو این فرایند را آغاز کردند و با پژوهش‌های خود نگرش تازه‌ای در جامعه‌شناسی پدید آوردند؛ نگرشی که بر پایه آن جامعه‌شناسی خرد (جامعه‌شناسی خرد نگر) شکل گرفت. پس از آن گروهی پر شمار از جامعه‌شناسان در راهی که تارد و زیمل گشوده بودند، گام نهادند و طی یک سده فرایند کنش

1. Gabriel Tard & Georg Simmel

متقابل اجتماعی را به یکی از مهمترین موضوع‌های جامعه‌شناسی تبدیل کردند (کوآک و پارک، ۲۰۱۶؛ کونرا، ۲۰۱۱).

- هنجار ارتباط متقابل

هنجار دو سویگی شامل الگوهای رفتاری است که در برگیرنده واکنش‌های مشابه با اقدامات افراد در مقابله رفتار خصمانه است و از این روی سایرین با رفتار خصمانه تری واکنش داده و همین امر در خصوص رفتارهای دیگر مطلوب است. هنجار روابط متقابل موجب حفظ رفتارهای مشارکتی ای می‌شود که در سازمان نیاز بوده و به خودی خود انگیزه محسوب می‌شوند. در واقع رفتارهای مشارکتی موجب تسهیل مشارکت اجتماعی شده و فردی که قویا متأثر از هنجار اثرات و روابط متقابل است فعالیت مشارکت اجتماعی را در رفتارهای مشابه نظیر معرفی و دعوت افراد برای مشارکت در فعالیت‌های مشارکتی نشان می‌دهد. فرایند هنجار ارتباط متقابل ساز و کاری (یا مکانیزمی) است که بر پایه آن رابطه میان انسان‌ها شکل می‌گیرد (کوآک و پارک، ۲۰۱۶). ارتباط و کنش متقابل اشاره به وضعیتی دارد که در آن تأثیر رفتارهای کنشگر بر رفتارهای دیگری قابل تشخیص است. در معنی دقیق‌تر، در برگیرنده فرایندی است که به وسیله آن، اعمال آشکار، قصدهای سنجیده افراد و تأثیر افراد بر دیگران پوشش داده می‌شود و بالعکس. در هر حال این کنش و ارتباط متقابل، واحد اصلی تحلیل‌های جامعه‌شناختی است. آنچه که در کنش و ارتباط متقابل بیشتر نمود دارد، انتقال اطلاعات، رسیدن به فهم مشترک از یک موضوع، دریافت بازخورد، ایجاد شبکه روابط اجتماعی، ارزیابی رفتار خودی و مقایسه آن با دیگران و مواردی جز آن است. بنابراین بر اساس آنچه که گفته شد می‌توان چنین استنباطی را داشت که کنش متقابل سه بعد اصلی دارد، این سه بعد عبارتند از بعد ساختاری، بعد شناختی و بعد رابطه‌ای (عباس زاده و دیگران، ۱۳۸۸).

همیت و نوآوری تحقیق

امروزه با توجه به گسترش فناوری اطلاعات، کارکنان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی سازمانی نه تنها دانش صریح را از طریق ارتباطات کتبی تسهیم می‌کنند بلکه دانش ضمنی خود را نیز منتشر می‌کنند در نتیجه شبکه‌های اجتماعی سازمانی می‌توانند باعث تقویت دانش شوند و این موجب تسهیم فعالیت‌های دانش می‌شود. استفاده از شبکه‌های اجتماعی سازمانی امکان تبادل و انتقال اطلاعات را به افراد می‌دهد. به این ترتیب شبکه‌های اجتماعی سازمانی نه تنها موجب انباشت سرمایه دانش با بزرگ‌تر کردن شبکه‌های اجتماعی سازمانی می‌شود، بلکه موجب توسعه سرمایه اجتماعی از طریق فعالیت افرادی می‌شود که منافع مشابه خود را به اشتراک می‌گذارند و نوآوری این پژوهش در این است که محتوای این پژوهش که "تأثیر ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی بر عملکرد شغلی با نقش میانجیگری فعالیت‌های تسهیم دانش" است برای نخستین بار می‌باشد که با در نظر گرفتن ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی (فردی و اجتماعی) به مطالعه تأثیر آن بر فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی پرداخته است.

آنچه اهمیت و ضرورت انجام پژوهش حاضر را ایجاب می‌کند، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی سازمانی یک عامل مهم در همکاری مورد نیاز برای تسهیم دانش و ابزاری برای استفاده مؤثر از مشارکت در شبکه‌های اجتماعی سازمانی است که می‌تواند موجب فعال‌سازی مدیریت دانش در سازمان شود. از این روی فعالیت در شبکه‌های اجتماعی سازمانی می‌تواند اطلاعات نظری ارزشمندی را ارائه کند که عوامل مختلف مربوط به فعال‌سازی فعالیت‌های تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی سازمانی از دیدگاه مدیریت دانش کمک شایانی می‌کنند. با در نظر گرفتن این که مطالعات کمی بر روی ویژگی‌های رفتاری درون شبکه‌های اجتماعی سازمانی، روابط بین شبکه‌های اجتماعی سازمانی و عملکرد شغلی در سازمان رخ داده است، در این تحقیق، تأثیر ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر عملکرد شغلی با نقش میانجیگری فعالیت‌های تسهیم دانش بررسی می‌شود. پژوهش‌های بسیار محدودی در

موضوع این پژوهش انجام شده است و به نظر میرسد موضوع پژوهش حاضر جدید است و از اهمیت و تازگی پژوهشی بالایی برخوردار است.

هدف تحقیق:

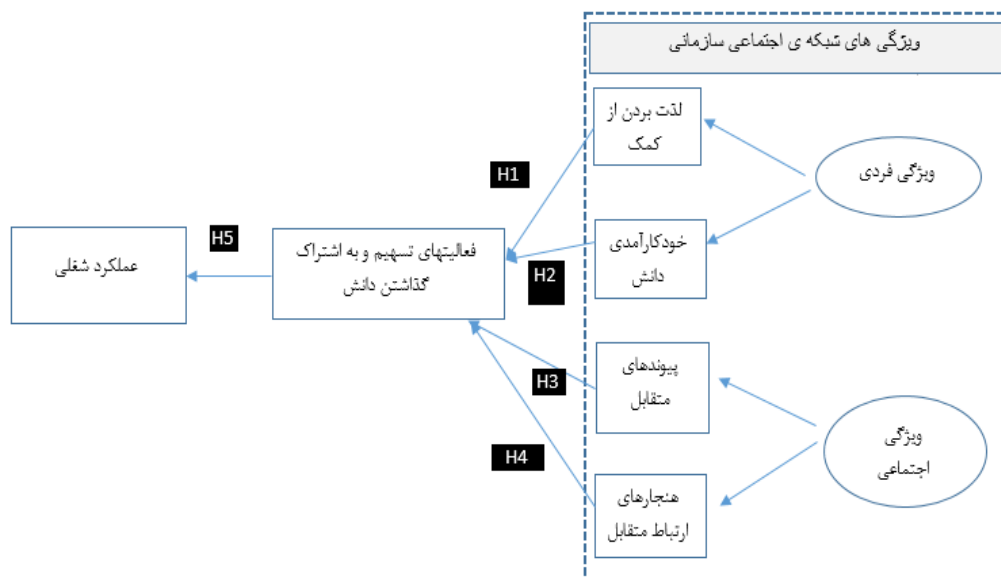
در این تحقیق به بررسی عوامل مؤثر بر فعالیت‌های تسهیم دانش در دو دیدگاه فردی و اجتماعی پرداخته خواهد شد؛ که عوامل فردی شامل: خودکارآمدی دانش و لذت بردن از کمک و عوامل اجتماعی شامل: پیوندهای متقابل اجتماعی و هنجارهای ارتباط متقابل می‌باشد. در نهایت، نشان می‌دهد که چهار عامل بر فعالیت‌های تسهیم دانش اثر دارند و در نتیجه این عوامل و فعالیت‌های تسهیم دانش ارتباط نزدیکی با عملکرد شغلی دارند. به طور کلی، هدف این تحقیق بررسی تأثیر ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی (عوامل فردی و اجتماعی) بر فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی در سازمان می‌باشد.

فرضیه‌ها و مدل تحقیق

در تحقیق حاضر ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی به دو عامل فردی و اجتماعی تقسیم شده است که عوامل فردی شامل ۱- خودکارآمدی دانش ۲- لذت بردن از کمک است و عوامل اجتماعی دربرگیرنده ۱- پیوندهای متقابل اجتماعی ۲- هنجارهای ارتباط متقابل است. حال با توجه به ادبیات، بیان مسئله و اهمیت و ضرورت تحقیق حاضر فرضیه‌هایی به شکل ذیل تدوین شده است که بر اساس همین ۴ معیار اندازه‌گیری می‌شود.

فرضیه ۱: لذت بردن از کمک اثر مثبت معناداری بر فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه شبکه‌های اجتماعی سازمانی دارد. **فرضیه ۲:** خودکارآمدی دانش اثر مثبت معناداری بر فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه‌های شبکه اجتماعی سازمانی دارد. **فرضیه ۳:** پیوندهای متقابل اجتماعی اثر مثبت معناداری بر فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه شبکه‌های اجتماعی سازمانی دارد. **فرضیه ۴:** هنجار ارتباط متقابل اثر مثبت معناداری بر فعالیت‌های تسهیم دانش

در زمینه شبکه‌های اجتماعی سازمانی دارد. **فرضیه ۵:** فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه شبکه‌های اجتماعی سازمانی اثر مثبت معناداری بر عملکرد شغلی افراد دارد.



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق کوآک و پارک^۱ (۲۰۱۶)

مدل تحلیلی تحقیق

جدول (۱): مدل تحلیلی تحقیق

منابع	شاخص‌های اندازه‌گیری	سوالات	ابعاد	مفاهیم
کوآک و پارک (۲۰۱۶) چین وهانگ (۲۰۱۰)	ارائه دانش با ارزش	فکر می‌کنم کاربران شبکه‌های اجتماعی میتوانند دانش با ارزشی را ارائه دهند.	ویژگی فردی: خودکارآمدی دانش	ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی
	دارا بودن دانش و تجربه	فکر می‌کنم تجربه و دانش تخصصی لازم را برای ارائه به کاربران فعال شبکه اجتماعی دارا می‌باشم.		
	اعتماد به نفس برای ایده پردازی	فکر می‌کنم اعتماد به نفس لازم را برای دادن ایده و یا پاسخ دادن به پیامهای آپلود شده به وسیله کاربران شبکه اجتماعی را دارم.		
	مفید بودن تسهیم دانش	فکر می‌کنم بر مفید بودن تسهیم دانش از طریق تسهیم دانش خودم با دیگران در شبکه اجتماعی تاثیرگذار باشم		
	ارائه دانش متفاوت	فکر می‌کنم بتوانم دانش با ارزش و متفاوت تری را نسبت به بقیه کاربران از طریق شبکه اجتماعی ارائه دهم.		
کوآک و پارک (۲۰۱۶)	لذت بردن از تسهیم دانش	از تسهیم دانش با دیگران از طریق شبکه اجتماعی لذت می‌برم	ویژگی فردی: لذت بردن از کمک	
	کمک از طریق تسهیم دانش	از کمک کردن به دیگران به وسیله تسهیم دانش از طریق شبکه اجتماعی لذت می‌برم		
	داشتن حس خوب هنگام کمک	حس خوبی موقع کمک به دیگران از طریق به اشتراک گذاشتن دانش به وسیله شبکه اجتماعی دارم		
	تمایل به پرسیده شدن نظرات	دوست دارم دیگران نظراتم را درباره موضوعات خاص و یا پروژه‌های کاری از طریق شبکه اجتماعی پرسند		
	لذت از کمک	از کمک کردن به دیگران از طریق شبکه		

چو و همکاران (۲۰۰۶)	کردن	اجتماعی لذت می‌برم	ویژگی اجتماعی: پیوند متقابل اجتماعی
	حفظ کردن روابط اجتماعی	روابط اجتماعی نزدیکم را با افراد دیگر از طریق شبکه‌های اجتماعی حفظ می‌کنم	
	تعامل زیاد با دیگران	فکر می‌کنم وقت زیادی را برای تعامل با دیگران از طریق شبکه اجتماعی می‌گذرانم	
	شناسایی افراد فعال	شخصاً برخی از افرادی که بطور فعال از شبکه اجتماعی استفاده میکنند را می‌شناسم	
چین وهانگ ^۱ (۲۰۱۰)	ارتباط مستمر از طریق شبکه اجتماعی	فکر می‌کنم ارتباط مستمری با افراد از طریق شبکه‌های اجتماعی دارم	ویژگی اجتماعی: هنجار ارتباط متقابل
	منصفانه بودن کمک	معتقدم کمک کردن به دیگران از طریق پیوند با شبکه‌های اجتماعی الزامی و منصفانه است زیرا دیگران نیز یک روز به من کمک خواهند کرد	
	اعتقاد به کمک از طریق تسهیم دانش	معتقدم اگر که دانشم را از طریق شبکه اجتماعی به اشتراک بگذارم وقتی که من نیز نیاز به کمک داشته باشم دیگران نیز مرا یاری خواهند کرد.	
	پاسخگویی به سوالات آینده	معتقدم اگر که دانشم را از طریق شبکه اجتماعی به اشتراک بگذارم دیگران به سوالات من در آینده جواب خواهند داد	
کواک و پارک(۲۰۱۶)	توسعه اعتقاد متقابل	فکر می‌کنم که کاربران شبکه‌های اجتماعی اعتقادات متقابل را جهت داد و ستد اطلاعات بر اساس توجه و رفتار دیگران توسعه می‌دهند	فعالیت- های تسهیم و به اشتراک
	شرکت در فعالیتهای تسهیم دانش گذراندن زمان	فکر می‌کنم که غالباً در فعالیتهای تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی سازمانی شرکت می‌کنم. فکر می‌کنم زمان زیادی را در فعالیتهای	

	زیاد در شبکه اجتماعی	تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنم		گذاری دانش
	تسهیم فعال دانش	فکر می‌کنم وقتی در شبکه اجتماعی شرکت می‌کنم به طور فعال دانش خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارم		
	تعامل در مباحث پیچیده	وقتی درباره یک موضوع سخت و پیچیده از طریق شبکه اجتماعی بحث می‌کنم با افراد بیشتری در تعامل هستم		
	مشارکت داوطلبانه	فکر می‌کنم که به طور داوطلبانه در بحث‌های گوناگون از طریق شبکه‌های اجتماعی شرکت می‌کنم		
	استفاده زیاد از شبکه اجتماعی	در طول یک ماه میزان زیادی از دانش خود را از طریق شبکه اجتماعی سازمانی به اشتراک می‌گذارم		
کوآک و پارک (۲۰۱۶)	بهبود توانمندی‌ها	فکر می‌کنم توانمندی‌هایم برای انجام وظایف شغلی در نتیجه فعالیت‌های تسهیم دانش بهبود یافته است	--	عملکرد شغلی
	بهبود ارتباطات شغلی	فکر می‌کنم ارتباطات مرتبط با شغلم در نتیجه فعالیت‌های تسهیم دانش بهبود یافته است		
	ارتقای دانش	فکر می‌کنم دانش مرتبط با شغلم در نتیجه فعالیت‌های تسهیم دانش بهبود یافته است		
	بهبود قابلیت اطمینان	فکر می‌کنم قابلیت اطمینان عملکرد شغلیم در نتیجه فعالیت‌های تسهیم دانش بهبود یافته است		
	امکان ایفای نقش	فکر می‌کنم فعالیت‌های تسهیم دانش به من امکان ایفای درست نقشم را داده است		
	رسیدگی به وظایف شغلی	فکر می‌کنم فعالیت‌های تسهیم دانش، مرا در رسیدن به وظایف محوله شغلی‌ام کمک کرده است		

پایایی و روایی محتوایی پرسشنامه

پایایی

جدول (۲): نتایج آزمون آلفای کرونباخ

متغیر	آلفای کرونباخ	شماره سوالات متغیر
خودکارآمدی دانش	۰/۷۲۹	۱-۵
لذت بردن از کمک	۰/۷۶۳	۶-۱۰
پیوند متقابل اجتماعی	۰/۷۰۶	۱۱-۱۴
هنجار ارتباط متقابل	۰/۷۷۱	۱۵-۱۸
فعالیت‌های تسهیم دانش	۰/۷۱۴	۱۹-۲۴
عملکرد شغلی	۰/۸۰۸	۲۵-۳۰
آلفای کرونباخ کل پرسشنامه	۰/۹۰۲	۱-۳۰

نشان جدول ۲، نشان می‌دهد ضریب آلفای کرونباخ میزان پایایی بزرگتر از ۰/۷ است. بنابراین ابزار پژوهش، پرسشنامه، از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

روایی محتوایی

برای ارزیابی روایی محتوایی از نظر متخصصان در مورد میزان هماهنگی محتوای ابزار اندازه‌گیری و هدف پژوهش استفاده می‌شود. در این پژوهش برای سنجش روایی محتوایی از شاخص CVR استفاده شده است که جهت محاسبه این شاخص از نظرات کارشناسان متخصص در زمینه محتوای آزمون مورد نظر استفاده می‌شود و با توضیح اهداف آزمون برای آن‌ها و ارائه تعاریف عملیاتی مربوط به محتوای سؤالات به آن‌ها، از آن‌ها خواسته می‌شود تا هر یک از سؤالات را بر اساس طیف سه بخشی لیکرت «گویه ضروری است»، «گویه مفید است ولی ضروری نیست» و «گویه ضرورتی ندارد» طبقه بندی کنند. سپس بر اساس فرمول زیر، نسبت روایی محتوایی محاسبه می‌شود:

$$CVR = \frac{ne - n/2}{n/2}$$

(حاجی زاده و اصغری، ۱۳۹۰)

در این فرمول داریم:

n : تعداد کل متخصصین که پرسشنامه بین آنان توزیع شده است

ne : تعداد متخصصینی که گزینه ضروری را انتخاب کرده‌اند.

نتایج محاسبه شده این شاخص در این پژوهش طبق جدول زیر می‌باشد:

جدول (۳): نتایج شاخص CVR

میزان CVR به دست آمده	حداقل مقدار CVR قابل قبول برای $n=20$	ne	n
۰/۵	۰/۴۲	۱۵	۲۰

با توجه به اینکه مقدار CVR مقیاس بزرگتر از ۰,۴۲ (مقدار روایی ذکر شده در جدول فوق) شده است، اعتبار محتوایی این آیتم تایید می‌گردد.

سنجش کفایت نمونه‌گیری

در انجام تحلیل عاملی، ابتدا باید از این مسئله اطمینان حاصل شود که می‌توان داده‌های موجود را برای تحلیل مورد استفاده قرار داد. به عبارت دیگر، آیا تعداد داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر؟ بدین منظور شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود.

جدول (۴): نتایج حاصل از آزمون KMO و بارتلت

مقدار	KMO
۰/۸۲۰	
۱۷۶۷/۳۳۴	بارتلت
۴۳۵	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معناداری

نتایج جدول ۴ به ترتیب مقدار شاخص KMO، مقدار آماره آزمون بارتلت (که تقریباً از آماره کای دو است)، درجه آزادی و sig (سطح معناداری) آزمون را نشان می‌دهد. از آنجایی که مقدار شاخص KMO برابر ۰/۸۲۰ (نزدیک به یک است) تعداد نمونه (تعداد پاسخ‌دهندگان) برای تحلیل عاملی کافی می‌باشد. همچنین مقدار سطح معناداری (sig) آزمون بارتلت، کوچک‌تر از ۵ درصد است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مدل عاملی مناسب است و فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی، رد می‌شود.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی پژوهش

از بین ۱۴۳ نفر پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه، ۹۹ نفر، معادل ۶۹/۲ درصد را مردان و مابقی را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین، ۱۷/۵ درصد از پاسخ‌دهندگان مجرد و ۸۲/۵ درصد متأهل هستند. بررسی سن پاسخ‌دهندگان نیز نشان می‌دهد که ۹/۸ درصد از پاسخ‌دهندگان بین ۲۶ تا ۳۰ سال، ۱۷/۵ درصد بین ۳۱ تا ۳۵ سال، ۳۰/۸ درصد بین ۳۶ تا ۴۰ سال می‌باشند و مابقی بیش از ۴۰ سال سن دارند.

بررسی میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان نیز نشان می‌دهد که ۳/۵ درصد از پاسخ‌دهندگان دیپلم، ۸/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان فوق دیپلم، ۶۲/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک لیسانس، ۲۵/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان فوق لیسانس و ۰/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک دکتری هستند. بنا به اطلاعات دریافتی از آزمودنی‌ها، ۱/۴ درصد از آن‌ها کمتر از ۳ سال، ۴/۹ درصد ۳ تا ۶ سال، ۲۳/۸ درصد ۶ تا ۹ سال و ۶۹/۹ درصد بیشتر از ۹ سال تجربه شغلی داشته‌اند. ۷/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان کارمند، ۶۲/۲ کارشناس، ۱۸/۹ کارشناس ارشد، ۹/۱ مدیر میانی و ۲/۱ درصد مابقی مدیر ارشد هستند.

نتایج یافته‌های استنباطی پژوهش

آزمون کلموگروف - اسمیرنف برای بررسی نرمال بودن متغیرها

جدول (۵): نتایج حاصل از بررسی نرمال بودن داده‌های مربوط به فرضیه‌ها

Sig	Statistic	متغیرهای پژوهش
۰/۲	۰/۴۸	خودکارآمدی دانش
۰/۲	۰/۰۵۰	لذت بردن از کمک
۰/۲	۰/۰۶۴	پیوند متقابل اجتماعی
۰/۰۸۰	۰/۰۷۰	هنجار ارتباط متقابل
۰/۰۶۴	۰/۰۷۲	فعالیت‌های تسهیم دانش
۰/۲	۰/۶۳	عملکرد شغلی

نتایج به دست آمده نشان داد، با توجه به مقدار سطح معناداری و مقایسه با مقدار بحرانی در سطح خطای ۵ درصد، مشاهده می‌شود که آماره آزمون در ناحیه رد H_0 قرار نمی‌گیرد، چراکه سطح معناداری متغیر بیشتر از ۵ درصد شده است. در نتیجه، می‌توان استدلال کرد که داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند.

آزمون فرضیه‌ها

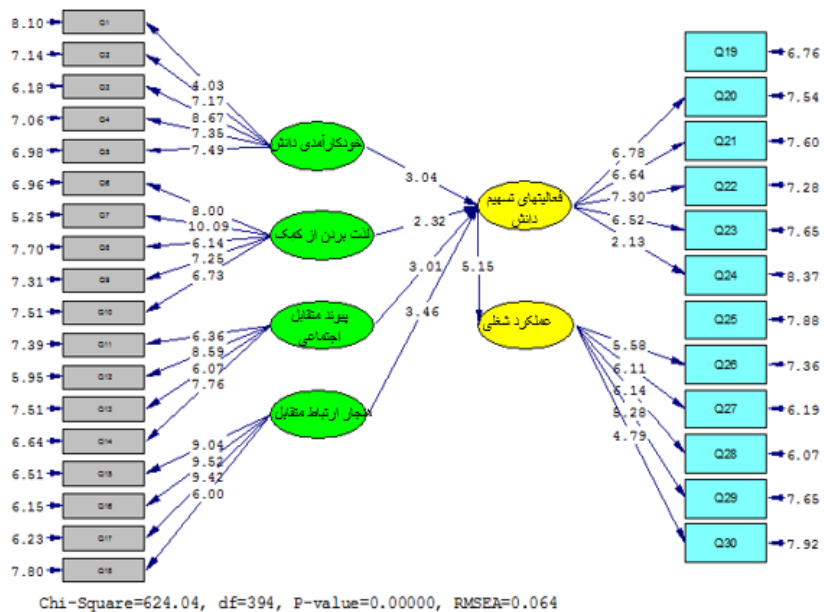
برای آزمون فرضیه‌ها از رگرسیون خطی ساده استفاده شده است.

جدول (۶): نتایج آزمون فرضیات با استفاده از مدل رگرسیون خطی

فرضیه‌ها	ضریب مسیر	سطح معناداری	مقدار t	خطای استاندارد	R تعدیل شده	آزمون فرضیه
۱- لذت بردن از کمک اثر مثبتی بر فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه شبکه‌های اجتماعی دارد	۰/۳۲۱	۰/۰۰۰	۴/۰۲۵	۰/۰۸۱	۰/۰۹۷	تایید
۲- خودکارآمدی دانش اثر مثبتی بر فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه شبکه‌های اجتماعی دارد	۰/۴۸۷	۰/۰۰۰	۶/۶۱۶	۰/۰۸۱	۰/۲۳۱	تایید

۳- پیوندهای متقابل اجتماعی اثر مثبتی بر فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه شبکه‌های اجتماعی دارد	۰/۵۰۶	۰/۰۰۰	۶/۹۶۰	۰/۰۶۵	۰/۲۵۰	تایید
۴- هنجار ارتباط متقابل اثر مثبتی بر فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه شبکه‌های اجتماعی دارد	۰/۴۶۳	۰/۰۰۰	۶/۲۰۸	۰/۰۷۱	۰/۲۰۹	تایید
۵- فعالیت‌های تسهیم دانش در زمینه شبکه‌های اجتماعی اثر مثبتی بر عملکرد شغلی افراد دارد	۰/۵۴۰	۰/۰۰۰	۷/۶۱۵	۰/۰۶۹	۰/۲۸۶	تایید

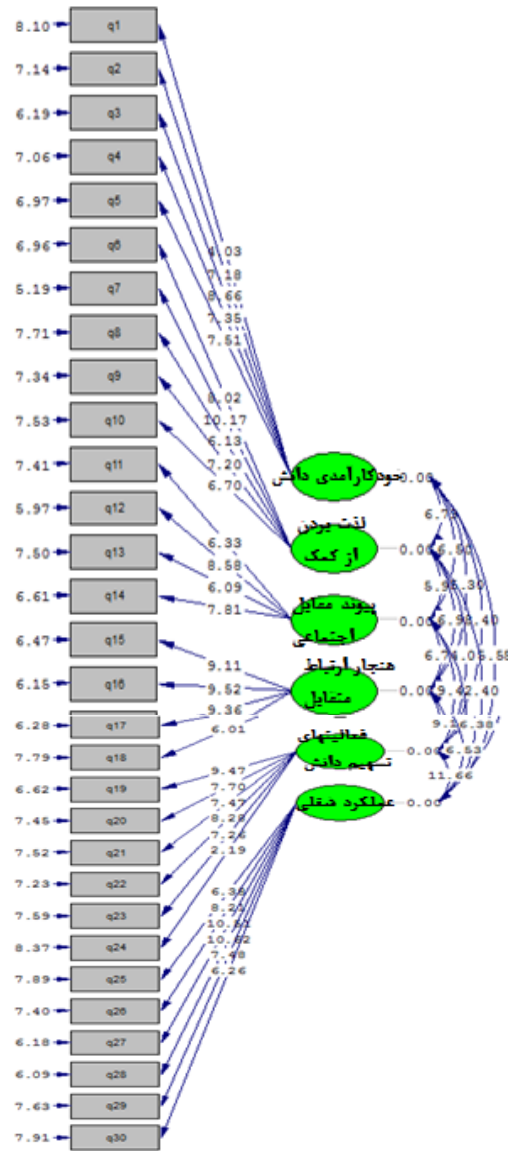
نتایج آزمون مدل مفهومی تحقیق در لیزرل



شکل (۲): آزمون مدل مفهومی تحقیق در حالت ضرایب معناداری

با توجه به اینکه تمامی ضرایب به دست آمده بزرگ تر از $1/96$ یا کوچک تر از $-1/96$ هستند همگی معنادار شده اند فرض صفر رد شده است و فرض یک یعنی ارتباط معناداری تأیید می شود.

تحلیل عاملی تاییدی



Chi-Square=620.65, df=390, P-value=0.00000, RMSEA=0.065

شکل (۳): مدل تحلیل عاملی تاییدی مدل مفهومی تحقیق در حالت معناداری ضرایب

نتایج تحلیل عاملی مندرج در شکل ۳ نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های مربوط به متغیرهای خودکارآمدی دانش، لذت بردن از کمک، هنجار ارتباط متقابل، پیوند متقابل اجتماعی، فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی از مقادیر تی (بیشتر از ۱/۹۶) مورد قبولی برخوردارند و برای متغیرهای مذکور شاخص‌های مناسبی محسوب می‌شوند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در این تحقیق با مطالعه مقالات و تحقیقات مرتبط ۴ ویژگی شبکه اجتماعی سازمانی (خودکارآمدی دانش، لذت بردن از کمک، پیوند متقابل اجتماعی و هنجار ارتباط متقابل) شناسایی و تأثیر آن‌ها بر فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی بررسی شد. نتایج بدست آمده از تأثیر این ویژگی‌ها بر اشتراک گذاری دانش در شرکت بیمه ایران تهران نشان می‌دهد هر چهار ویژگی بر تسهیم دانش بین کارکنان تأثیر مثبتی دارند و باعث بهبود عملکرد شغلی کارکنان میشوند.

ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی می‌توانند به سازمان‌ها برای اشتراک و مدیریت دانش، همکاری و تشریک مساعی کمک کنند. همین‌طور بین کارهایی که در حال انجام شدن است با شناسایی فرصت‌ها و ایده‌های جدید ارتباط برقرار کنند. در دوره ای که همه چیز در حال پیشرفت و ارتباط باهم است، داشتن فناوری‌هایی که ایجاد بازخورد سریع تری را در داخل سازمان امکان پذیر می‌کند لازم به نظر می‌رسد تا بتوان به مشتریان، تامین کنندگان و رقبایی که با شرکت در ارتباط هستند، واکنش نشان دهند.

نظر به ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی برای تبادل دانسته‌های کاربران، پژوهش حاضر بر آن شد که نقش این شبکه‌ها را در روند اشتراک دانش بررسی کند و نشان دهد این فناوری در روند اشتراک دانش میان کاربران چگونه و تا چه سطح اثرگذار بوده است و کدامیک از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی برای اشتراک دانش، بیشتر در معرض استفاده کاربران قرار دارد و بر عملکرد شغلی کارکنان تأثیرگذار است. با توجه به ضریب

مسیر (که نشان دهنده ضریب همبستگی است) بین ویژگی‌های شبکه اجتماعی سازمانی و فعالیت‌های تسهیم دانش که بصورت ۰/۵۰۶، ۰/۴۸۷، ۰/۴۶۳، و ۰/۳۲۱ می‌باشد، به ترتیب پیوند متقابل اجتماعی، خودکارآمدی دانش، هنجار ارتباط متقابل و لذت بردن از کمک بیشترین همبستگی و ارتباط را با فعالیت‌های تسهیم دانش دارند و ضریب همبستگی بین فعالیت‌های تسهیم دانش و عملکرد شغلی برابر است با ۰/۵۴۰ که می‌توان نتیجه گرفت این چهار ویژگی اثر مثبتی بر فعالیت‌های تسهیم دانش دارند که از طریق فعالیت‌های تسهیم دانش باعث افزایش عملکرد شغلی می‌شوند. شبکه‌های اجتماعی سازمانی افراد را قادر به جمع آوری و ذخیره سازی دانش می‌کند و پیوستن به این شبکه‌ها در فرآیندهای تولید دانش جمعی با به اشتراک گذاشتن تجارب امکان پذیر می‌باشد.

سازمان‌ها و شرکت‌های بیمه از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی در فرآیند مدیریت دانش خود جهت به دست آوردن دانش ضمنی، اجتماعی و شخصی کارکنان، استفاده میکنند. نتایج نشان می‌دهد کارکنانی که اغلب در فرآیند اشتراک دانش فعالیت دارند، موثرتر بوده و عملکرد شغلی بهتری دارند و این مبین اهمیت نقش شبکه‌های اجتماعی سازمانی در فرآیند مدیریت دانش است. افزایش انسجام این شبکه‌ها در سیستم‌های مدیریت دانش، ارتباط بین افراد را افزایش داده و منجر به اعتماد بیشتر، همکاری موثرتر و اشتراک گذاری دانش بین آن‌ها می‌گردد. شبکه‌های اجتماعی سازمانی می‌توانند به عنوان منبع ارزشمندی در خدمت مدیریت و اشتراک گذاری دانش در شرکتهای بیمه باشند خصوصاً اگر راهی باشد تا پیام‌ها و اطلاعات بیمه‌ای را از طریق ایجاد فضایی برای تقویت باور افراد به تسهیم دانش و ایجاد لذت بردن از کمک کردن به دیگران، تسهیلگر فضاهای ارتباطی و پیوند بین افراد، دریافت و به اشتراک گذارد.

شبکه‌های اجتماعی سازمانی به تبدیل و غنی سازی توانایی‌های دانش در سازمان می‌پردازند و مشارکت در این شبکه‌ها قابلیت‌های دانشی افراد را افزایش داده و در نتیجه عملکرد کارکنان را بهبود می‌بخشد. کسب دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی را میتوان به صورت انباشته کردن تجارب مختلف جهت واکنش در مقابل فرصت‌ها، خطاها و تهدیدها توصیف کرد. بنابراین

کسب دانش از طریق شبکه‌های اجتماعی یادگیری را بهینه می‌کند. افراد با پردازش، مقایسه و ترکیب دانش خود با دیگران، می‌توانند دانش خود را نیز گسترش دهند. افزودن به دانش جدید، تغییر دانش موجود برای سازگاری با محیط و بهره‌جویی از دانش جدید تنها تعدادی از راههای موجود می‌باشند. می‌توان این دانش جدید را در محیط شبکه اجتماعی سازمانی استفاده کرد تا از این طریق بازخورد گرفت و در واقع همین ارتباط بین دانش قدیمی و جدید تقسیم شده است که مدیریت دانش را بوجود می‌آورد. شبکه‌های اجتماعی مجموعه اجتماعی است که افراد می‌توانند از طریق این شبکه‌های اجتماعی خود ساخته با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و همکاری کنند که این به نوبه خود باعث سهولت ایجاد اعتماد، توزیع و تولید دانش در جوامع مختلف می‌شود. همچنین می‌توان نتیجه گرفت اعضای سازمان قادر به تسهیم دانش از طریق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی هستند و افزایش فعالیت‌های تسهیم دانش موجب حفظ روابط اجتماعی نزدیک با سایرین می‌شود. تسهیم دانش از طریق تلاش‌های فردی صورت می‌گیرد و مستلزم تعامل فعال با سایر افرادی هستند که نیازمند دانش می‌باشند و ارتباط متقابل یکی از مزیت‌های مشارکت در تبادل اجتماعی است. همچنین نتایج بدست آمده در این تحقیق می‌تواند به شرکت‌ها و سازمان‌های استفاده کننده از شبکه اجتماعی (به‌خصوص شرکت‌های بیمه که مورد مطالعه این پژوهش است) در جهت بکارگیری شبکه اجتماعی برای ارتباط، همکاری، جستجو برای دریافت راهنمایی‌های تخصصی، ابراز عقیده، به اشتراک گذاشتن نظرات کمک کند. شرکت‌های بیمه از شبکه‌های اجتماعی غالباً برای افزایش جلب نظر و آشنایی (مشتریان)، گسترش ارتباطات و اعتمادسازی، استفاده می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی، ابزاری برای خدمت رسانی به مشتری هستند در واقع نتایج این پژوهش می‌تواند برای این شرکت‌ها به عنوان راهکارهایی مفید جهت استفاده بهتر از شبکه اجتماعی سازمانی با توجه به کاربردهای این شبکه‌ها در به اشتراک گذاری دانش و اطلاعات تخصصی سازمان‌ها باشد. همچنین نتایج، شرکت‌های استفاده کننده از شبکه‌های اجتماعی را در به اشتراک گذاری اطلاعات در مقیاس‌های کوچک تر یاری می‌کند که مستقیماً با نیازهای مشتری روبرو شوند و با ادبیاتی که برای مشتری عام قابل فهم است، نیاز او را برطرف سازند و در نهایت می‌توان بیان کرد که

نتایج این تحقیق به شرکت‌ها کمک میکند تا به آسانی دانش را با استفاده از روابط مثبت اجتماعی و خودکارآمدی دانش در شرکت تسهیم کنند و باعث ارتقای عملکرد شود. پیشنهادهای تحقیق به دو دسته کاربردی و آتی تقسیم شده‌اند. پیشنهادات در بخش کاربردی شامل: - آگاه‌سازی کارکنان بویژه مدیران در خصوص نقش و جایگاه تسهیم دانش سازمانی در موفقیت فرد و سازمان - ایجاد کارگروه‌هایی به منظور تدوین برنامه‌های عملیاتی تسهیم دانش سازمانی در جهت بهبود عملکرد سازمانی - افزایش اعتماد سازمانی بین کارکنان به منظور آسان‌سازی نشر دانش و بهبود عملکرد شغلی و پیشنهادات برای تحقیقات آتی شامل موارد زیر می‌باشد:

- مدیران می‌توانند جوی را ایجاد کنند که برای فعالیت تسهیم دانش موثر است و این کار از طریق یک سیستم اطلاعاتی ای صورت می‌گیرد که موجب تسهیل تبادل دانش مفید بین اعضا در سازمان می‌شود. - انجام مطالعات بیشتر در ایجاد شبکه اجتماعی سازمانی با بار دانش و یادگیری و فعالیت مستمر آن در شرکت‌های بیمه ای که می‌تواند سطح دانش، کارایی و اثربخشی را افزایش دهد و تحقیق درباره کاربردهای شبکه اجتماعی سازمانی را که اثر منفی بر تسهیم دانش دارند. - با توجه به فراگیر شدن شبکه‌های جدید اجتماعی و گسترده‌گی آنها نیاز به طراحی شبکه اجتماعی سازمانی و اختصاصی در این حوزه می‌باشد لذا پیشنهاد می‌شود با طراحی و توسعه این شبکه‌ها در سازمان‌ها میتوان قادر به افزایش سطح اثربخشی و کارایی بود.

منابع

- اثرزاده، رضا؛ بجانی، حسین و ملکی نیا، عماد. (۱۳۹۰)، بررسی خودکارآمدی نیروی انسانی در سازمانها و ارائه ی الگوی مفهومی برای سنجش آنها، دوماهنامه ی توسعه ی انسانی پلیس، سال هشتم، شماره ۳۷، ص ۹۵-۱۱۷
- باستانی، سوسن؛ کمالی، افسانه و صالحی هیکویی، مریم. (۱۳۸۷)، سرمایه اجتماعی شبکه و اعتماد متقابل بین شخصی، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، سال شانزدهم، شماره ۶۱، ص ۴۲-۸۱
- حاجی زاده، ابراهیم و اصغری، محمد. (۱۳۹۰)، روش های و تحلیل های آماری با نگاه به روش تحقیق در علوم زیستی و بهداشتی، جهاد دانشگاهی، چاپ اول
- حجازی، الهه و شکوری فر، معصومه (۱۳۸۷)، رابطه پاسخ های رفتاری به محرک اجتماعی مبهم با اسناد نسبت، هدف اجتماعی و ادراک خودکارآمدی کودکان، روانشناسی و علوم تربیتی، دوره ی جدید، سال چهارم، شماره ی، ص ۴۷-۶۵
- حسین زاده، پری و عبدالهی، معصومه. (۱۳۹۴)، اشتراک دانش در عصر وب ۲، کتاب مهر، شماره ۱۸ و ۱۷، ص ۸۰-۹۷.
- خضری، آذر. (۱۳۸۸)، نقش خودکارآمدی ارزش تکلیف اهداف پیشرفت و درگیری شناختی در پیشرفت ریاضی، آزمون مدل علمی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.
- رحیمی، سعید. (۱۳۹۴)، تاثیر جوکاری و شبکه اجتماعی بر انگیزه فعالیت های داوطلبانه. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- رستگار، عباسعلی و مقصودی، طاهره. (۱۳۹۵)، بررسی تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی با میانجیگری تسهیم دانش، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و پنجم، شماره ۸۰، بهار و تابستان ۹۵، صفحات ۱۵۷-۱۸۲.
- سلیمانی پور، روح الله (۱۳۸۹)، شبکه های اجتماعی، فرصتها و تهدیدها، فصلنامه ره آورد نو، شماره ۳۱، ص ۱۴-۱۹.

- شارع پور، محمود و آرمان، فاطمه. (۱۳۹۳)، تاثیر سرمایه اجتماعی بر نوع دوستی در شهر تهران، فصلنامه علمی و پژوهشی امداد و نجات، سال ششم، شماره ۱، صص ۶۶-۷۸.
- شارع پور، محمود (۱۳۸۶)، نقش شبکه‌های اجتماعی در بازتولید نابرابری آموزشی، فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۹۱، صص ۶-۹.
- صلیبی، ژاسنت. (۱۳۹۰)، تحلیلی بر سهم ارتباطات غیر کلامی در کنش متقابل اجتماعی، جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگ، سال دوم، شماره دوم، صص ۱۰۱-۱۱۹.
- عباس زاده، محمد؛ مقتدایی، لیلیا و حسین پور، ابراهیم. (۱۳۸۸)، تعامل اجتماعی و کیفیت ایده‌های تولید شده دانشگاهی، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال ششم، شماره ۲، صص ۱-۲۸.
- عسگری، بهمن و دیگران. (۱۳۹۲)، ارتباط حمایت سازمانی ادراک شده با عملکرد شغلی کارکنان ادارات کل ورزش جوانان استانهای غربی ایران، نشریه مدیریت و فیزیولوژی ورزشی شمال، دوره اول، شماره دوم، صص ۱۹-۲۸.
- علی زاده، ندا؛ پزشکی راد، غلامرضا و صدیقی، حسن. (۱۳۹۰)، بررسی نگرش اعضای هیئت علمی پیرامون تسهیم دانش در موسسات آموزش عالی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
- موذن، زینب و دیگران. (۱۳۹۰)، بررسی عوامل موثر بر عملکرد شغلی آموزشگران هنرستانهای کشاورزی استان تهران، فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال اول، شماره ۵، صص ۱۱۵-۱۳۴.
- Blomquist, T, Dehghanpour, A & Thomas, J. (2016). *Project management self-efficacy as a predictor of project performance: Constructing and validating a domain-specific scale. International Journal of Project Management*, ۳۴, pp.1417-1432

Boyd, D. M & Ellison, N. B. (2008). *(Social network sites : definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication* , (۱) ۱۳ ,pp.210-230

Chen, C. J & Hung, S. W. (2010). *(To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities .Information & Management* , (۴) ۴۷ ,pp. 226-236

Cheung, C. M., Lee, M. K & Lee, Z. W. (2013). *(Understanding the continuance intention of knowledge sharing in online communities of practice through the post-knowledge-sharing evaluation processes. Journal of the American Society for Information Science and Technology* , (۷) ۶۴ ,pp.1357-1374

Chiu, C. M., Hsu, M. H & Wang, E. T. (2006). *(Understanding knowledge sharing in virtual communities: an integration of social capital and social cognitive theories. Decision Support System* , (۳) ۴۲ ,pp. 1872. ۱۸۸۸ -

Conner, T. (2011). *(Better communication Result .<http://ad.yieldmanager.com/st?ad-type=information&ad-size>*

Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J , Thornton, K., et al. (2010). *(Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. Public Relations Review* , (۱) ۳۶ ,pp. 90- 92

Fulk, J & Yuan, Y. C. (2013). *(Location, motivation, and social capitalization via enterprise social networking. Journal of Computer-Mediated Communication* , (۱) ۱۹ ,pp. 20-37.

Hess, K. (2013). *(Tertius tactics: “mediated social capital” as a resource of power for traditional commercial news media. Communication Theory* , (۲) ۲۳ ,pp. 112-130

Kaplan, A. M & Haenlein, M. (2010). *(Users of the world ,unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons , ٥٣(١), pp.59- 68.*

Kwahk,k & Park, D. (2016). *(The effects of network sharing on knowledge-sharing activities and job performance in enterprise social media environments. Computers in Human Behavior , ٥٥ ,pp. 826-839*

Lee, J. M & Kwahk, K. Y. (2010, November). *(The effects of social media usage on job performance: with a focus on the mediational role of knowledge sharing and decision making participation .In Proceedings of 2010 fall knowledge management conference.*

Leonardi, P. M., Huysman, M & Steinfield, C. (2013). *(Enterprise social media: definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. Journal of Computer-Mediated Communication , ١٩(١), pp. 1-19.*

Lin, T. C & Huang, C. C. (2010). *(Withholding effort in knowledge contribution: the role of social exchange and social cognitive on project teams. Information & Management , ٤٧(٣), pp.188-196*

Mäntymäkia, M & Riemer ,K .(2016) .*Enterprise social networking: A knowledge management perspective. International Journal of Information Management , ٣٦, pp. 1042–1052.*

Piskorski, M. J. (2011). *(Social strategies that work. Harvard Business review , ٨٩(١١), pp.116-122.*

Riemer, K., Finke, J & Hovorka, D. (2015). *(Bridging or bonding: do individuals gain social capital from participation in enterprise social networks? In Proceedings of the international conference on information systems.*

Vuori, V & ,Vaisanen, J. (2009, November).*The use of social media in gathering and sharing competitive intelligence. In Proceedings of International Conference on electronic business.*