



رابطه بین انگیزش کارکنان با اشتراک دانش با توجه به نقش تعدیلگری سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: سازمان امور مالیاتی شهر بجنورد)

حوریه عظیم زاده^۱ رقیه حسن زاده^{۲*} داوود حقخواه^۳

۱- گروه مدیریت، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش مالی)

۲- گروه مدیریت، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (استادیار)

۳- گروه مدیریت، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (مریی)

چکیده

هدف: پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه بین انگیزش کارکنان با اشتراک دانش با توجه به نقش تعدیلگری سرمایه اجتماعی انجام گردیده است. در این مطالعه ابعاد انگیزش کارکنان (پاداش سازمانی، مقابله به مثل و لذت) از طریق نقش تعدیل کنندگی سرمایه اجتماعی با اشتراک دانش مورد سنجش و پژوهش قرار گرفته است.

روش: تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ جمع آوری اطلاعات، توصیفی از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق، شامل ۱۳۰ کارمند می باشد که ۱۰۰ نفر با روش نمونه گیری تصادفی با قاعده ۱۰+ روش حداقل مربعات جزئی انتخاب گردید. به منظور بررسی سوالات مطرح شده در مطالعه حاضر، از یک پرسشنامه استاندارد هائو و همکاران (۲۰۱۳)، استفاده گردید و پس از تعیین پایایی از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۱) و روایی آن به روش تحلیل عاملی تأییدی، از نرم افزار SMART PLS برای تعیین اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرها استفاده شد.

یافته ها: انگیزش کارکنان و ابعاد آن (پاداش سازمانی، مقابله به مثل و لذت) با مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین متغیر سرمایه اجتماعی در رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش نقش تعدیلگری ندارد.

نتیجه گیری: مدیران سازمان امور مالیاتی بر روی افزایش انگیزش کارکنان بیشتر تمرکز نمایند؛ زیرا افزایش انگیزش کارکنان در سازمان علاوه بر اینکه موجب بهبود عملکرد کارکنان سازمان شده و سطح رضایتشان را از کارشان افزایش می دهد، با توجه به نتایج این تحقیق روحیه اشتراک دانش را نیز در سازمان بهبود میدهد که همین امر موجبات بهبود عملکرد سازمانی را فراهم می آورد.

کلید واژه: انگیزش کارکنان، اشتراک دانش و سرمایه اجتماعی



The relationship between employee motivation and knowledge sharing with regard to the role of social capital moderator

(Case Study: Tax Affairs Organization Bojnoord)

horeyeh azimzadeh¹ roghayeh hasanzadeh² davod haghkhah³

Abstract

Objective: This study aimed to investigate the relationship between employee motivation and knowledge sharing with regard to the role of social capital moderator carried Ast.dravn study of employee motivation (organizational rewards, reciprocity and fun) through the moderating role of social capital and knowledge sharing is assessed and investigated.

Methods: This study of objective, functional and in terms of collecting information, descriptions of descriptive-analytic. The study population included 100 people ..karknan that the sample was selected using random sampling. In order to investigate the questions raised in this study, a standard questionnaire Hao and colleagues (2013), was used and then determine the reliability of Cronbach's alpha (0/81) and its validity using confirmatory factor analysis, the software PLS SMART variables were used to determine the direct and indirect effects.

Results: employee motivation and its dimensions (organizational rewards, reciprocity and joy) is a positive and significant relationship with knowledge management. As well as social capital variables in the relationship between employee motivation and knowledge sharing is not the role of moderator. the organization is also making improvements that provide improved organizational performance.

Conclusion: Tax on employee motivation managers increase their focus; Because the increase in staff motivation within the organization as well as improve the performance of their staff and increase their satisfaction level. According to the results, the spirit of knowledge sharing in the organization, thus improving organizational performance improvement that provides.

Keywords: motivation, knowledge sharing and social capital

۱-مقدمه

امروزه همان طوری که سازمان ها بر به کارگیری سرمایه انسانی در مواجهه با تنگناهای بازار کار تمرکز دارند، کارکنان نیز به دنبال انتشار دانش خود در سراسر سازمان هستند. بنابراین، ابزارهای رقابتی پیشین و سنتی چندان کارساز نیستند. در حال حاضر ابزارهای سنتی برای ارتقاء در سازمان همچون انحصار اطلاعات و ممانعت از موفقیت همکاران غیر قابل قبول است. بسیاری از سازمان ها برای به کنترل درآوردن دانش همکاران خود تکنولوژی جدیدی را به کار می گیرند. به کارکنان گفته می شود که از اینترنت، پایگاه داده یا مخزن های دانش، ابزارهای پشتیبان تصمیم و ابزارهای گروهی استفاده کنند. متأسفانه کارکنان الزاماً دستورات مدیریتی این چنینی را رعایت نمی کنند. به زعم مارتینی (۱۹۹۸)، در هر سازمان نوعاً افرادی هستند که می خواهند دانش را تسهیم و اشاعه دهند و افرادی هم هستند که ترجیح می دهند دانش خود را به عنوان یک دارایی خصوصی نگهداری نمایند.



تسهیم دانش به عنوان یک نیروی مثبت در ایجاد سازمان های نوآور شناخته شده است. اما عواملی که تسهیم دانش را در بین کارکنان تقویت و تشویق می کنند، باید تعیین گردد. از طرفی انگیزش در همه سازمان ها، یکی از عوامل مهم در پیشبرد اهداف سازمان تلقی می شود. لازم به ذکر است که انگیزش کارکنان بر بهره‌وری و عملکرد سازمان، رضایت شغلی افراد، نحوه سرپرستی مدیریت، نحوه انجام وظایف و ... تاثیر می گذارد. در نتیجه به منظور افزایش کارایی هر چه بیشتر باید عوامل ایجاد انگیزش را در کارکنان شناخت و سپس برای ارضای این نیازها در جهت افزایش کارایی همت گماشت. منابع انسانی در سازمان ها عامل کلیدی می باشند. از این رو انگیزش نیروی انسانی در تحقق هدف های سازمان حائز اهمیت است. مدیران سازمان ها با احاطه بر نحوه انگیزش کارکنان و انگیزه های آنان می توانند در تحقق اهداف سازمان گام بردارند. یکی از اهداف سازمانی، واداشتن افراد برای به اشتراک گذاشتن آنچه که می دانند، است. چرا افراد باید دانشی را که به سختی به دست آورده اند در اختیار دیگران قرار دهند در حالی که این دانش یکی از عوامل کلیدی مزیت فردی آنها در سازمان تلقی می شود؟ از طرفی سرمایه اجتماعی نیز بر تمایل به اشتراک دانش تاثیر گذار است. سرمایه اجتماعی در کنار سایر منابع، مکملی است که تحت کنترل افراد و سازمان ها است و منبع مهمی برای افراد و سازمان ها به شمار می رود. بسیاری از مطالعات به اثرات سرمایه اجتماعی در سطح یک شرکت یا صنعت بر عملکرد پرداخته اند. اما مطالعات کمتری سرمایه اجتماعی را به انگیزش کارکنان و اشتراک دانش مرتبط کرده اند. مطالعات پیشین نشان می دهد که اشتراک دانش در سطح کلان و خرد، بین افراد و سازمان ها بستگی به افرادی دارد که این اشتراک و انتقال را تسهیل و تسریع می کنند. چنانچه سازمانی بتواند هر چه بیشتر تعاملات اثربخش را میان کارکنان خود در داخل گروه ها و واحدهای سازمانی افزایش دهد، بیشتر می تواند نسبت به اثربخشی مبادلات اطلاعاتی میان افراد خویش و در نتیجه اشتراک دانش سازمانی اطمینان حاصل کند. از این رو در این تحقیق تلاش بر این نکته مهم استوار بوده است که بتوان، تأثیر انگیزش کارکنان را بر اشتراک دانش در سازمان با تعدیل گری متغیر سرمایه اجتماعی بررسی کرد.

۲- مبانی نظری تحقیق

۲-۱- انگیزش

فرآیند ایجاد انگیزش در کارکنان جزء مهارت های انسانی مدیر است. یکی از مهمترین و پیچیده ترین مشکلات مدیران در محیط سازمان، چگونگی برخورد با کارکنان و ایجاد انگیزه در آنها می باشد. انگیزش پدیده ای بسیار پیچیده است که بر عوامل متعددی در سازمان اثر می گذارد و از آنها تأثیر می پذیرد. انگیزش، یکی از عوامل موفقیت حرفه ای است. لازم به ذکر است که انگیزش کارکنان بر بهره‌وری عملکرد سازمان، رضایت شغلی افراد، نحوه سرپرستی مدیریت، نحوه انجام وظایف تأثیر می گذارد در نتیجه به منظور افزایش کارایی هر چه بیشتر باید انگیزاننده را در او شناخت و پس برای ارضای این نیازها در جهت افزایش کارایی همت گماشت (طیبه و همکاران، ۱۳۹۲، ۷۸).

واژه انگیزش در اصطلاح به معنای پویایی و حرکت است و از نظر سازمانی، انگیزه عبارت است از فرایندهای درونی که رفتار را تحریک کرده و آن را به سوی راه هایی که سازمان به عنوان یک مجموعه از آن سود می برد، هدایت می کند و از دید فردی، انگیزه هر گونه عاملی است که فرد را برای رسیدن به هدفی خاص از درون به فعالیت وا می دارد. رابینز انگیزش را تمایل به



انجام کار است و در گرو توانایی فرد، تا بدان وسیله نوعی نیاز تأمین شود، تعریف می کند (رابینز، ۱۳۹۰). کمپبل و پریچارد: که هر دو از نظریه پردازان بنام در انگیزش هستند، عقیده دارند که انگیزش به مجموعه روابط متغیر مستقل یا غیرمستقلی که راستا، وسعت و پایداری را تبیین می نمایند مربوط است. با این شرط که تأثیرات، استعداد، مهارت و درک وظیفه مورد نظر و همچنین محدودیت هایی که بر محیط حاکم هستند، ثابت نگه داشته شوند (قاسم و همکاران، ۱۳۹۰، ۶۶). پنتریچ و شانک: انگیزش مبین آن است که هر فرد استعدادهای خود را صرف رسیدن به چه هدف هایی خواهد کرد (پنتریچ و همکاران، ۱۳۸۶، ۱۶۳). انگیزه زمانی به وجود می آید که در کارکنان احساس امنیت و ثبات شغلی، مشارکت و نقش مؤثر در سازمان و همچنین شادابی و نشاط وجود داشته باشد. از مسائل مهم در تشویق و ترغیب کارکنان به ارائه کار بهتر و ایجاد انگیزه در آنان شیوه ترفیع شغلی و سازمانی است، که اغلب بر پایه ارشد بودن است. کارکنان اگر احساس کنند که مهم هستند نه تنها در سازمان بلکه در زندگی هم موفق عمل خواهند کرد. از دیگر عوامل مؤثر بر انگیزه آموزش، محرک های مادی، سلامتی و نشاط، انتخاب صحیح و بجای کارکنان و شغل مناسب براساس دانش، مهارت، تجربه، علاقه و خصوصیات و توان فردی در انجام یک وظیفه معین می باشد. در هر سازمانی به کارکنان سه نوع فرصت داده می شود: پرداخت، ارتقاء، کار چالش بر انگیزه. این سه فرصت تأثیر شگرفی در انگیزش و رضایت شغلی کارکنان دارد. از آنجایی که اشتراک دانش تأثیر بسزایی در تشویق کارکنان و ایجاد انگیزه در بین آن ها دارد، ضروری است در بخش بعد به مفهوم اشتراک دانش پرداخته شود.

۲-۲- اشتراک دانش

مدیریت دانش، به معنای کسب و ذخیره سازی تخصص و هوش جمعی در سازمان و استفاده از آن در جهت ترویج و گسترش نوآوری از طریق یادگیری مداوم سازمانی است (مسو و همکاران، ۲۰۰۰، ۲۲۷). در تعریف دیگری آمده است که مدیریت دانش عبارت است از فرایندی که شامل فعالیت های خلق دانش از طریق کشف و کسب دانش با ارزش از منابع بیرونی، انتخاب دانش مورد نیاز از منابع درونی، تغییر حالت و وضعیت منابع دانش و قرار دادن دانش. بر طبق این تعریف هدف اصلی برون داده های سازمانی است (هلساپلن و همکاران، ۲۰۰۴، ۶۰۱).

تسهیم دانش عبارتست از یک مجموعه رفتارهایی است که تبادل اطلاعات یا کمک به دیگران را منجر می شود. ادراک تسهیم دانش عبارتست از یک نیروی قطعی و مثبت در ایجاد نوآوری سازمان ها (کوننلی و همکاران، ۲۰۰۲، ۳۰۰). دانش، دانش می آفریند. همان فرآیندهایی که به کار گرفته می شود تا دانش خلق، منتقل و به کار گرفته شود، خود منتج به دانش جدیدی می شود. (رادینگ، ۱۳۸۳، ۱۸۷). یاهیا و گوه (۲۰۰۲)، پی بردند که تسهیم و توزیع دانش به طور مثبتی با مدیریت دانش همبستگی دارد. تسهیم غیررسمی دانش در سازمان ها می تواند، خیلی مؤثر باشد. (اسچیلینگو، ۲۰۰۷، ۴۱۱). تسهیم دانش هنگامی رخ می دهد که یک فرد مایل به کمک و یادگیری از دیگران در توسعه شایستگی های جدید باشد. در این مطالعه سه عامل پاداش سازمانی، مقابله به مثل و لذت به عنوان عوامل مؤثر بر انگیزه اشتراک دانش در نظر گرفته شده است. کلویی و بارلینگ (۱۹۹۹)، توصیف کردند که برای این که کارکنان دانش خود را تسهیم کنند، باید برای انجام آن پاداش بگیرند. تسهیم دانش توسط یک حس قوی از مقابله به مثل (روابط متقابل بین کارکنان) تسهیل می شود (چانگ و همکاران، ۲۰۱۱، ۱۱). هنگامی که یک کارمند دانش با ارزش خود را به دیگران ارائه می کند، گیرندگان این دانش مرهون وی می شوند و در صدد



جبران کار او برمی آید. چنین روابط متقابلی کارکنان را به تسهیم دانش خود تشویق می کند (هائو و همکاران، ۲۰۱۳، ۳۰۷).
مقابله به مثل ریشه در دادن و گرفتن متقابل دانش دارد. این دادن و گرفتن دانش، تسهیم دانش را افزایش می دهد. بنابراین
مقابله به مثل به عنوان یک عامل مؤثر برای تسهیم دانش به حساب می آید (اسکولتز، ۲۰۰۱، ۶۷۰). احساس لذت از تسهیم
دانش، تأثیر بسزایی در تشویق کارکنان و ایجاد انگیزه در بین آن ها برای انجام تسهیم دانش دارد (لین، ۲۰۰۷، ۱۳۹).

۲-۳- سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی در اوایل قرن بیستم برای اولین بار توسط هانی فان برای نشان دادن حسن نیت، رفاقت و دوستی، ابراز
همدردی و دلسوزی منبعث شده از مبادلات و معاشرت های اجتماعی معرفی شد (خورشیدو همکاران، ۱۳۸۹، ۲۴). سیلورمن
(۱۹۳۵)، نیز در مقاله خود با عنوان جوهر اصلی اقتصادها به سرمایه اجتماعی اشاره کرده است (صادقی شاهدانی و همکاران،
۱۳۸۹، ۱۵۰). بورديو اولین فردی بود که سرمایه اجتماعی را وارد اقتصاد نمود. بعد از او افرادی همچون مایکل فالی و باب
ادواردز به بسط این مفهوم پرداختند (صمدی، ۱۳۸۸). ناهاپیت و قوشال، سرمایه اجتماعی را به عنوان مجموع منابع و ارزشی
که در داخل شبکه ای از روابط فردی و سازمانی موجود است و از آن نشأت می گیرد، تعریف می کنند (ناهاپیت و همکاران،
۱۹۹۸، ۲۵۱). بارت سرمایه اجتماعی را یک شبکه ساختارگونه تعریف می کند که متأثر از اندازه شبکه، تراکم و سلسله مراتب
شبکه می باشد که هرچه اندازه شبکه وسیع تر و تراکم سلسله مراتب کم تر باشد، میزان سرمایه اجتماعی بیشتر است. (بارت،
۱۹۹۷، ۳۴۳). سرمایه اجتماعی ویژگی های معینی دارد که آن را از کالاهای خصوصی، تقسیم پذیر و انتقال پذیر که در نظریه
اقتصادی نئوکلاسیک بحث شده است، متمایز می سازد. یکی از این ویژگیها که لوری (۱۹۸۷)، درباره آن بحث کرده، انتقال
ناپذیری عملی آن است. اگرچه این سرمایه، منبعی است که ارزش استفاده دارد، به آسانی مبادله نمی شود. صفت کیفی
ساختار اجتماعی که فرد در آن قرار گرفته این است که، سرمایه اجتماعی، دارایی شخصی هیچ یک از افرادی نیست که از آن
سود می برند. این امر سبب می شود تا با خروج افراد از سازمان این سرمایه از شرکت خارج نشود در حالی که سایر سرمایه ها
همچون سرمایه انسانی دچار زیان می شوند (الوانی و همکاران، ۱۳۸۴، ۱۴۸).

ناهاپیت و قوشال، بیان می کنند که سرمایه اجتماعی در سطح سازمانی، نه تنها یک منبع حیاتی است بلکه تنها عاملی است
که می تواند فراهم کننده مزیت های سازمانی پایدار و استوار باشد. در این مطالعه سه عامل روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی و
اهداف اجتماعی به عنوان عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی در نظر گرفته شده است. روابط اجتماعی به پیوندها و روابط موجود
در اجتماع شامل وسعت و شدت ارتباطات موجود در جامعه اشاره می کند (شارع پور، ۱۳۸۷). بعد ارتباطی به انواع روابط
فردی می پردازد که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می کنند (ناهاپیت و همکاران، ۱۹۹۸). ناهاپیت و قوشال، بیان می کنند
که گروه هایی که در بین اعضای آن سطح سرمایه ارتباطی بالاست، منعطف تر هستند و قادر هستند بهتر با محیط در حال
تغییر منطبق شوند و عملکرد بهتری دارند (همان منبع).

اعتماد یکی از جنبه های کلیدی سرمایه ارتباطی و یا به قولی مهم ترین شاخص است (اینکپن و همکاران، ۲۰۰۵، ۱۴۹).
فرانسیس فوکویاما اعتماد را به عنوان انتظاری که در یک جامعه از رفتار مقرراتی، مسئولانه و همیارانه بخشی از اعضای دیگر
جامعه که بر هنجارهای مشترک عام مبتنی است، تعریف می کند (فوکویاما، ۱۳۷۹، ۲۲۰). اعتماد اجتماعی مهم ترین متغیر



تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی است و در طول زمان و به تدریج از طریق تعامل افراد با یکدیگر به وجود می آید و پس از به وجود آمدن، به خیر عامه تبدیل می شود. اعتماد اجتماعی سطوح بالا تری از پذیرش کارهای داوطلبانه را ترویج می کند و هزینه مبادلات را کاهش می دهد و بدین طریق همکاری را روان می سازد (الوانی، ۱۳۸۰، ۸۵). چنانچه ماموریت و سیاستهای سازمانی در راستای انتظارات و ارزشهای جامعه تعریف گردد و به نیازهای فردی و شخصی نیز در حد مقبولیت و مشروعیت توجه شود. هدفهای بعدی برای فرد، دستیابی به هدفهای اجتماعی است. توجه به نیازهای اجتماعی و نیازهای برتر از آنجا نشأت می گیرد که انسان ضمن اینکه از نیروی تعقل برخوردار است، موجودی اجتماعی است و در کنار یک گروه کوچک یا بزرگ در مجموعه بزرگتر به نام اجتماع زندگی می کند. این اجتماعی دارای حرمت و احترام زیادی است، به طوری که همه افرادی که در این اجتماع زندگی می کنند باید رفتار و کردار خود را با مصالح جامعه هماهنگ سازند.

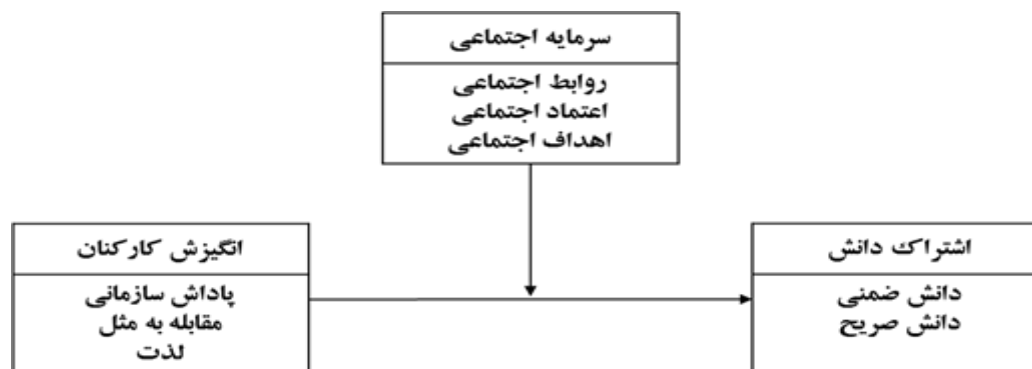
۲-۴- پیشینه تحقیق

تحقیقات متعددی، رابطه بین انگیزش کارکنان با اشتراک دانش را مورد تأیید قرار داده اند. در همین راستا، شیرالی و همکاران (۱۳۹۱)، رابطه دو متغییر را تأیید نمودند و بیان کردند که مدیریت دانش و مؤلفه های آن (بعد ترکیب، بعد اجتماعی سازی و بعد درونی سازی) با انگیزش شغلی رابطه مثبت دارند. و همینطور مه نگار و همکاران (۱۳۹۱)، رابطه دو متغییر را تأیید نمودند و بیان کردند که بین مدیریت دانش و انگیزش شغلی رابطه معنی داری وجود دارد، در این راستا میتوان به نقش تاثیرگذار مدیریت دانش در افزایش انگیزش شغلی در بین کارکنان سازمان اشاره کرد.

پژوهش های متعددی نیز به بررسی ارتباط میان انگیزش و اشتراک دانش پرداخته اند.

نوری زاده (۱۳۸۹)، در مطالعه خود به دنبال این است که مشخص کند که سرمایه اجتماعی و اجزای آن چه تاثیری در امر اشتراک دانش دارند. هائو و همکاران (۲۰۱۳)، در مطالعه خود به بررسی تاثیرات سرمایه اجتماعی و انگیزش کارکنان بر اشتراک دانش می پردازد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که ابعاد مقابله به مثل و لذت در انگیزش کارکنان به همراه سرمایه اجتماعی تاثیر معناداری بر تمایل اشتراک دانش ضمنی و صریح دارد. چانگ و چوانگ (۲۰۱۱)، در مطالعات خود با بررسی انگیزش و سرمایه اجتماعی و تاثیرات آن بر اشتراک دانش می پردازد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که ابعاد هویت و مقابله به مثل در انگیزش و همچنین اهداف مشترک در سرمایه اجتماعی تاثیر معناداری بر اشتراک دانش دارد. میگلوز و همکاران (۲۰۰۸)، در تحقیق خود به این نتیجه رسیده اند که مقوله هایی چون اعتماد و همکاری بین افراد و یا سازمان های عمومی، در نوآوری هایی تکنولوژیکی و به عبارتی دانش آفرینی و تسهیم دانش، تاثیر به سزایی دارند. درواقع، نتایج یافته های ایشان نشان داد که سرمایه اجتماعی همبستگی مثبتی با دانش آفرینی و نوآوری دارد و تاثیر سرمایه اجتماعی در به اشتراک گذاری دانش اساسی است.

همان طور که گذشت، تحقیقات داخلی و خارجی انجام گرفته پیرامون انگیزش کارکنان، اشتراک دانش و سرمایه اجتماعی حاکی از رابطه انگیزش کارکنان با اشتراک دانش و مدیریت دانش و انگیزش شغلی، سرمایه اجتماعی و اشتراک دانش است، از این رو مدل مفهومی این مطالعه که برگرفته از هائو و همکاران، (۲۰۱۳) می باشد، ارائه می گردد.



شکل ۱: چارچوب نظری تحقیق (اقتباس از هائو و همکاران، ۲۰۱۳)

بر مبنای مدل بالا فرضیات تحقیق، به شرح زیر مطرح می گردد:

فرضیه فرعی ۱: بین پاداش سازمانی و اشتراک دانش رابطه وجود دارد.

فرضیه فرعی ۲: بین مقابله به مثل و اشتراک دانش رابطه وجود دارد.

فرضیه فرعی ۳: بین لذت و اشتراک دانش رابطه وجود دارد.

فرضیه فرعی ۴: روابط اجتماعی رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک دانش را تعدیل می کند.

فرضیه فرعی ۵: اعتماد اجتماعی رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک دانش را تعدیل می کند.

فرضیه فرعی ۶: اهداف اجتماعی رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک دانش را تعدیل می کند.

فرضیه اصلی ۱: بین انگیزش کارکنان و اشتراک دانش رابطه وجود دارد.

فرضیه اصلی ۲: سرمایه اجتماعی رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک دانش را تعدیل می کند.

۳- روش تحقیق

روش مطالعه حاضر بر حسب هدف، کاربردی و به لحاظ جمع آوری اطلاعات، توصیفی از نوع توصیفی- تحلیلی می باشد. جامعه آماری تحقیق کلیه کارکنان سازمان امور مالیاتی شهر بجنورد می باشد. لازم به ذکر است که سازمان موردنظر شامل ۱۳۰ کارمند بود که ۱۰۰ نفر با روش نمونه گیری تصادفی با فرمول کوکران انتخاب گردید. در این تحقیق، برای آزمون متغیرهای تحقیق، از یک پرسشنامه استاندارد هائو و همکاران (۲۰۱۳)، استفاده گردید. لازم به ذکر است که پرسشنامه، نگرش افراد را بر اساس مقیاس پنج تایی لیکرت (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) مورد بررسی قرار داده است.



به منظور بررسی روایی صوری، پرسشنامه های تحقیق، توسط اساتید مدیریت مورد بررسی و ارزشیابی قرار گرفته است. تا میزان انطباق آن ها با هنجارهای اجتماعی و اهداف پژوهش مورد ارزیابی قرار گیرد. همچنین برای بررسی روایی محتوایی، ضمن استفاده از ادبیات موضوع مطرح شده در زمینه های متغیرهای تحقیق به منظور تعدیل پرسش نامه ها، از نرم افزار SPSS نیز بمنظور تحلیل عاملی تاییدی، استفاده شده است. که با توجه به مقادیر بارهای عاملی این پژوهش، روایی پرسشنامه مذکور در حد قابل قبول و مناسب است.

قابلیت اعتماد این پرسش نامه ها، به کمک ضریب آلفای کرونباخ از طریق نرم افزار SPSS ارزیابی شده که میزان آن (۰/۸۱) می باشد. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، از نرم افزار SMART PLS استفاده گردیده است بطوریکه برای بررسی فرضیه های تحقیق، آزمون های بارهای عرضی، آزمون چن، ضریب ترکیبی (دیلون- گلدشتاین)، متوسط واریانس استخراج شده (AVE)، الگوریتم پی ال اس و بوت استارپ استفاده می گردد.

۴- یافته های تحقیق

۴-۱- سیمای آزمودنی ها

جدول شماره (۱) اطلاعات مرتبط با ویژگی های جمعیت شناختی به تصویر کشیده است. همانطور که ملاحظه می گردد بیش از ۷۷ درصد مشارکت کنندگان را مردان تشکیل می دهد. همچنین قریب به ۴۸ درصد آن ها از مدرک تحصیلی کارشناسی برخوردارند. بعلاوه ۴۴ دصد از آن ها دارای ۵ الی ۱۰ سال سابقه خدمت می باشند که نزدیک به ۴۱ درصد آن ها در دامنه سنی ۳۵ الی ۴۰ سال قرار دارند.

سن	سابقه خدمت	تحصیلات	جنس
کمتر از ۳۰ سال	۰ تا ۵ سال ۱۹/۱۵	کاردانی ۷/۴۵	مرد ۷۷/۶۶
بین ۳۰ تا ۳۵ سال	۵ تا ۱۰ سال ۴۴/۶۸	کارشناسی ۵۱/۰۶	
بین ۳۵ تا ۴۰ سال	۱۰ تا ۱۵ سال ۲۲/۳۵	کارشناسی ارشد ۳۵/۱۰	زن ۲۲/۳۴

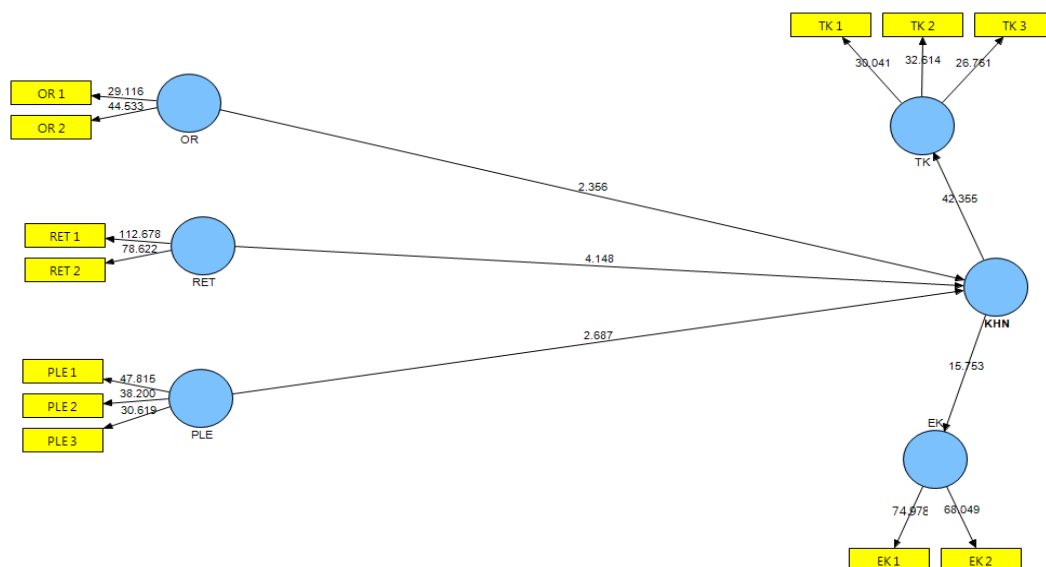


	دکتری ۶/۳۹	بیشتر از ۱۵ سال ۱۳/۸۳	بیشتر از ۴۰ سال ۱۲/۷۷
--	---------------	--------------------------	--------------------------

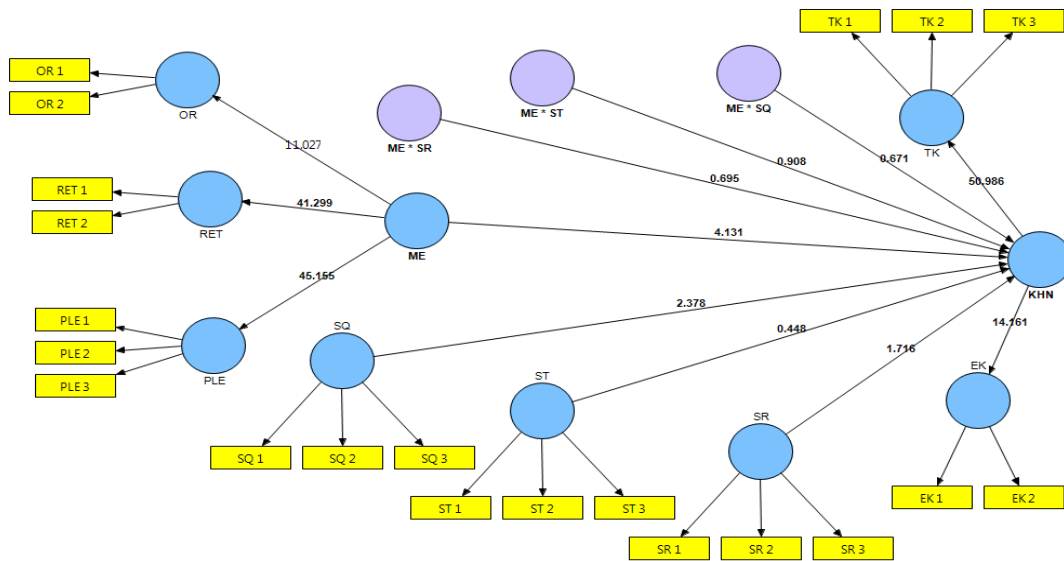
۴-۲- یافته های تحقیق

در این بخش با استفاده از الگوریتم‌های پی ال اس و همچنین بوت استارپ به بررسی فرضیه‌ها می‌پردازیم. سه مدل به صورت زیر رسم و تجزیه و تحلیل م گردد.

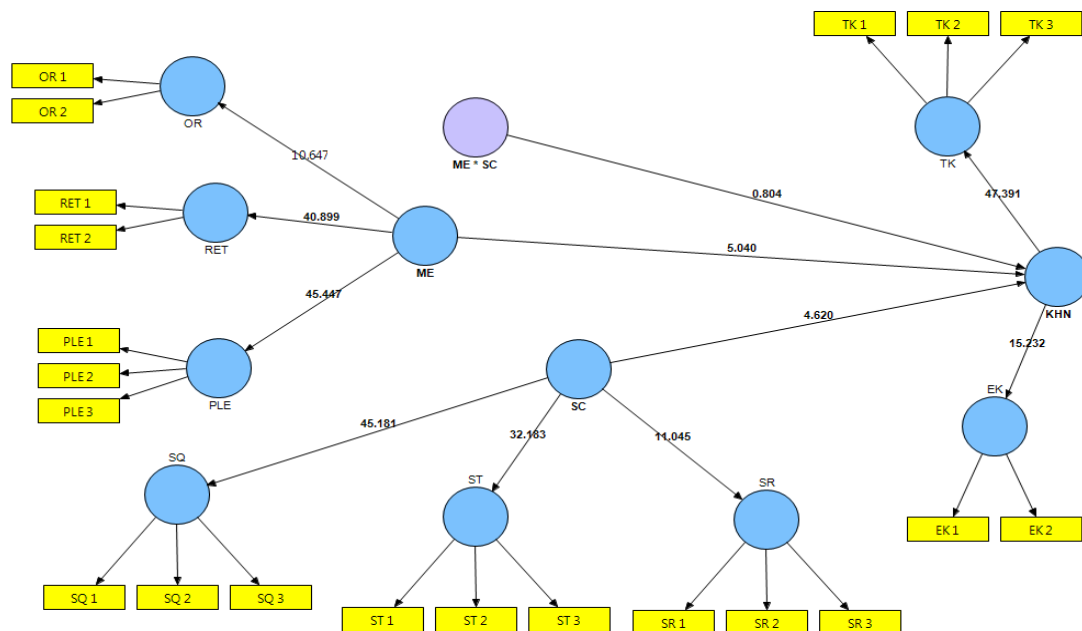
- ✓ مدل یک: بررسی تاثیر متغیرهای انگیزش بر اشتراک گذاری دانش.
 - ✓ مدل دو: بررسی تاثیر نقش تعدیگری متغیرهای سرمایه اجتماعی (اهداف اجتماعی، اعتماد اجتماعی و روابط اجتماعی)
 - ✓ مدل سه: بررسی تاثیر متغیرها و فرضیه های اصلی تحقیق شامل تاثیر انگیزش کارکنان بر اشتراک گذاری دانش و همینطور بررسی تاثیر نقش تعدیگری سرمایه اجتماعی
- نتایج آزمون فرضیه‌ها در شکل های زیر نشان داده شده است.



شکل (۲) آماره t مدل یک



شکل (۳) آماره χ^2 بین متغیرهای مدل دوم



شکل (۴) آماره χ^2 بین متغیرهای مدل سوم

نکته مهم در ارتباط با جدول ذیل این است که روابطی که در آن مقدار p کمتر از $0,05$ باشد تایید می‌شوند و روابطی که مقدار p آن‌ها بیشتر از $0,05$ باشد مورد تایید واقع نمی‌شوند



جدول شماره (۲) خلاصه نتایج آزمون

فرضیه	متغیرها	مدل اول	مدل دوم	مدل سوم
اصلی یک	انگیزش کارکنان ← اشتراک گذاری دانش	-	***۰,۴۰۶	***۰,۴۳۳
فرعی ۱	مقابله به مثل ← اشتراک گذاری دانش	***۰,۴۱۲	-	-
فرعی ۲	پاداش سازمانی ← اشتراک گذاری دانش	*۰,۱۹۲	-	-
فرعی ۳	لذت ← اشتراک گذاری دانش	**۰,۲۸۳	-	-
نقش تعدیل گری سرمایه اجتماعی در ارتباط بین				
اصلی ۲	انگیزش کارکنان ← اشتراک گذاری دانش	-	-	-۰,۱۵۲
نقش تعدیل گری اهداف اجتماعی در ارتباط بین				
فرعی ۴	انگیزش کارکنان ← اشتراک گذاری دانش	-	۰,۰۸۹	-
نقش تعدیل گری اعتماد اجتماعی در ارتباط بین				
فرعی ۵	انگیزش کارکنان ← اشتراک گذاری دانش	-	۰,۰۹۷	-
نقش تعدیل گری ارتباط اجتماعی در ارتباط بین				
فرعی ۶	انگیزش کارکنان ← اشتراک گذاری دانش	-	-۰,۰۶۱	-

* P < 0.05

** P < 0.01

*** P < 0.001

۵- نتیجه گیری

این پژوهش به منظور رابطه بین انگیزش کارکنان با اشتراک دانش با توجه به نقش تعدیلگری سرمایه اجتماعی با اقتباس از مدل اقتباس از هائو و همکاران، (۲۰۱۳) انجام گردیده است. در این راستا ادبیات موضوع و تحقیقات داخلی و خارجی مرتبط مورد بررسی قرار گرفت.

در بررسی رابطه بین مقابله به مثل با اشتراک گذاری دانش، مشخص گردید که بین این دو رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بر این اساس می توان این گونه عنوان کرد که افزایش میزان مقابله به مثل در میان کارکنان سازمان موجب افزایش اشتراک گذاری دانش میان آنها می شود. تسهیم دانش توسط یک حس قوی از مقابله به مثل (روابط متقابل بین کارکنان) تسهیل می شود. هنگامی که یک کارمند دانش با ارزش خود را به دیگران ارائه می کند، گیرندگان این دانش مرهون وی می شوند و در صدد جبران کار او برمی آیند. چنین روابط متقابلی کارکنان را به تسهیم دانش خود تشویق می کند. مقابله به مثل، ریشه در دادن و گرفتن متقابل دانش دارد. این دادن و گرفتن دانش، تسهیم دانش را افزایش می دهد؛ بنابراین مقابله به مثل به عنوان



یک عامل مؤثر برای تسهیم دانش به حساب می‌آید. با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق تاثیر مثبت مقابله به مثل بر اشتراک گذاری دانش اثبات شد. این یافته با مطالعات، چناماننی و همکارانش (۲۰۱۲)، با یک بخش از نتایج تحقیق هائو و همکارانش (۲۰۱۳) و بارتول و اسریواستاوا (۲۰۰۲) هماهنگی و تطابق دارد.

در بررسی رابطه بین پاداش سازمانی و اشتراک دانش، مشخص گردید که بین این دو رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بر این اساس می‌توان این گونه عنوان کرد که افزایش میزان پاداش سازمانی به کارکنان سازمان موجب افزایش اشتراک گذاری دانش میان آنها می‌شود. منظور از پاداش سازمانی مزایا و منافی است که سازمان برای کارکنانی که دانش خود را به اشتراک می‌گذارند، در نظر می‌گیرد با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق تاثیر مثبت پاداش سازمانی بر اشتراک گذاری دانش اثبات شد. این یافته با مطالعات، تحقیقات هائو و همکارانش (۲۰۱۳) و چوی و همکارانش (۲۰۱۰) تطابق و همخوانی دارد.

در بررسی رابطه بین لذت با اشتراک گذاری دانش، مشخص گردید که بین این دو رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بر این اساس می‌توان این گونه عنوان کرد که افزایش میزان لذت موجب افزایش اشتراک گذاری دانش می‌شوند. احساس لذت از تسهیم دانش تأثیر بسزایی در تشویق کارکنان و ایجاد انگیزه در بین آنها برای انجام تسهیم دانش دارد. با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق تاثیر مثبت لذت بر اشتراک گذاری دانش اثبات شد. این یافته با مطالعات، حقیق هائو و همکارانش (۲۰۱۳) و وی و همکارانش (۲۰۱۱) هماهنگی و تطابق دارد.

در بررسی رابطه بین انگیزش کارکنان با اشتراک گذاری دانش، مشخص گردید که بین این دو رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. انگیزش نقش مهمی در درک نگرش اعضای سازمان نسبت به اشتراک دانش ایفا می‌کند. فرض بر این است که افراد تجارب ادراکی مشابهی را در سازمان به اشتراک می‌گذارند، که ارزیابی آنها را تحت تاثیر قرار خواهد داد و پاسخ موثر به وضعیت را شکل خواهد داد. همچنین، شواهد تجربی نشان می‌دهد که انگیزش افراد سازمان، ارتباط مثبتی با نگرش آنها دارد، بدان معنی که هر چه درک افراد از انگیزش مثبت تر باشد، نگرش جمعی پرانرژی تر است؛ بنابراین، ما نشان می‌دهیم که اگر انگیزش در سازمان وجود داشته باشد، نگرش مثبت نسبت به اشتراک دانش را می‌توان انتظار داشت. بنابراین می‌توان در تفسیر نتیجه این آزمون این گونه بیان کرد که انگیزش یک محرک ضروری برای تسهیم دانش است و این امر به کلی درک شده است. در واقع انتظار می‌رود که انگیزش، افراد را به سمت اشتراک دانش هدایت کند. این یافته با نتایج حاصل از تحقیقات هائو و همکارانش (۲۰۱۳)، هوانگ و همکارانش (۲۰۱۱) و کیم و هان (۲۰۰۹) تطابق و همخوانی دارد.

فرضیه فرعی چهارم این تحقیق به بررسی نقش تعدیل گری اهداف اجتماعی در ارتباط بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش می‌پردازد. نتایج و خروجی‌های حاصل از نرم افزار در این تحقیق نقش تعدیل گری اهداف اجتماعی در ارتباط بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش را رد می‌کنند. بر این اساس می‌توان این گونه عنوان کرد که این متغیر نقش تعدیلگری در رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش ندارد. منظور از اهداف اجتماعی، اهداف و ارزش های مشترکی است که برای تمامی اعضای شبکه فراهم است و مقدمه فعالیت بهینه آنان در نظام اجتماعی را فراهم می‌نماید، اما با توجه به بررسی هایی که در این تحقیق انجام شد، شواهدی برای اثبات نقش تعدیل گری این متغیر در رابطه بین انگیزش



کارکنان و اشتراک گذاری دانش یافت نشد. این یافته با نتایج حاصل از تحقیقات هائو و همکارانش (۲۰۱۳) و رایان و دسی (۲۰۰۰) تطابق و همخوانی دارد.

فرضیه فرعی پنجم این تحقیق به بررسی نقش تعدیل گری اعتماد اجتماعی در ارتباط بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش می‌پردازد. نتایج و خروجی‌های حاصل از نرم افزار در این تحقیق نقش تعدیل گری اهداف اجتماعی در ارتباط بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش را رد می‌کنند. بر این اساس می‌توان این گونه عنوان کرد که این متغیر نقش تعدیلگری در رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش ندارد. اعتماد اجتماعی، مهم‌ترین متغیر تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی است و در طول زمان و به تدریج از طریق تعامل افراد با یکدیگر به وجود می‌آید و پس از به وجود آمدن، به خیر عامه تبدیل می‌شود. این نوع اعتماد در سطحی وسیع‌تر از اعتماد بین شخصی، از شبکه‌های موجود در امور اجتماعی، مدنی و هنجارهای روابط متقابل ناشی می‌شود. هنجارهای مؤثر بر ارتباط‌های متقابل، در شبکه‌های درهم تنیده و مترکم مبادلات اجتماعی به وجود می‌آیند، به ویژه آن دسته از روابط اجتماعی که به صورت افقی در پهنه گروه‌بندی‌های گوناگون اجتماعی سازمان یافته است. اعتماد اجتماعی سطوح بالاتری از پذیرش کارهای داوطلبانه را ترویج می‌کند و هزینه مبادلات را کاهش می‌دهد و بدین طریق همکاری را روان می‌سازد. با توجه به بررسی‌هایی که در این تحقیق انجام شد، شواهدی برای اثبات نقش تعدیل گری این متغیر در رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش یافت نشد. این یافته با نتایج حاصل از تحقیقات هائو و همکارانش (۲۰۱۳) و کابرا و همکارانش (۲۰۰۹) تطابق و همخوانی دارد. بر این اساس می‌توان گفت اعتماد اجتماعی دارای نقش تعدیلگری در رابطه میان انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش نمی‌باشد.

فرضیه فرعی ششم این تحقیق به بررسی نقش تعدیل گری ارتباط اجتماعی در ارتباط بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش می‌پردازد. نتایج و خروجی‌های حاصل از نرم افزار در این تحقیق نقش تعدیل گری ارتباط اجتماعی را در ارتباط بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش رد می‌کنند. بر این اساس می‌توان این گونه عنوان کرد که این متغیر نقش تعدیلگری در رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش ندارد. ارتباط اجتماعی، به پیوندها و روابط موجود در اجتماع شامل وسعت و شدت ارتباطات موجود در جامعه اشاره می‌کند. بعد ارتباطی به انواع روابط فردی می‌پردازد که افراد در طول تعاملات خود ایجاد می‌کنند. این بعد ناظر بر متغیرهایی است که بدون وجود آنها کنشگران اجتماعی با یکدیگر ارتباط متقابل برقرار نمی‌کنند. در واقع این متغیر شرط لازمی بر برقراری کنش اجتماعی و در نتیجه کسب سرمایه اجتماعی برای کنش‌گر است. در حالی که بعد ساختاری به این امر تمرکز دارد که آیا کارکنان در یک سازمان اصلاً به هم متصل هستند یا خیر، بعد ارتباطی بر ماهیت و کیفیت این ارتباطات متمرکز است. در واقع بعد ساختاری زیرساخت برقراری ارتباط را فراهم می‌آورد و سرمایه ارتباطی بر روی این زیرساخت، ارتباط را بوسیله تعاملات شخصی و دوستانه و... برقرار می‌سازد. با توجه به بررسی‌هایی که در این تحقیق انجام شد، شواهدی برای اثبات نقش تعدیل گری این متغیر در رابطه بین انگیزش کارکنان و اشتراک گذاری دانش یافت نشد. این یافته با نتایج حاصل از تحقیقات هائو و همکارانش (۲۰۱۳)، لیائو و همکارانش (۲۰۰۷) و اینکپن و همکارانش (۲۰۰۵) تطابق و همخوانی دارد.



۶- پیشنهادات تحقیق

- ۱) با توجه به جدید بودن تحقیق در زمینه انگیزه‌های درونی و بیرونی پیشنهاد می‌گردد که ابعاد مختلف روان‌شناختی انگیزه‌های درونی و بیرونی بیشتر مورد مطالعه قرار گیرد.
- ۲) رابطه انگیزش و اشتراک دانش دریچه جدیدی را بر روی محققین و پژوهشگران داخل کشور ایجاد کرده است که از آن برای بهبود انگیزش کارکنان سازمان به منظور اشتراک گذاری دانش از سوی آنها استفاده می‌کنند. این تحقیق نیز با ایجاد یک دریچه جدید در این زمینه توانسته است تا منبعی در این زمینه ارائه دهد.
- ۳) با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود مدیران بر روی افزایش انگیزش کارکنان تمرکز نمایند؛ زیرا افزایش انگیزش کارکنان در سازمان علاوه بر اینکه موجب بهبود عملکرد کارکنان سازمان شده و سطح رضایتشان را از کارشان افزایش می‌دهد، با توجه به نتایج این تحقیق روحیه اشتراک دانش را نیز در سازمان بهبود می‌دهد که همین امر موجبات بهبود عملکرد سازمانی را فراهم می‌آورد.

منابع

۱. الوانی، سید مهدی. و دانایی فرد، حسین. (۱۳۸۰). مدیریت دولتی و اعتماد عمومی. دانش مدیریت، شماره ۵۵. ویژه نامه.
۲. الوانی، س. و شیروانی، ع. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی، اصل محوری توسعه. مجله تدبیر، سال ۱۶، شماره ۱۴۷، ۱۶-۲۲.
۳. خورشید، ص. و دربندی، س. (۱۳۸۹). مطالعه تطبیقی سرمایه‌های اجتماعی در بانک‌های دولتی شهر کرمان. مجله دانش و توسعه، سال ۱۷، شماره ۳۲، ۱۶۴-۱۹۵.
۴. خورشید، ص. و دربندی، س. (۱۳۸۹). مطالعه تطبیقی سرمایه‌های اجتماعی در بانک‌های دولتی شهر کرمان. مجله دانش و توسعه، سال ۱۷، شماره ۳۲، ۱۶۴-۱۹۵.
۵. رادپنگ، آلن. (۱۳۸۳). مدیریت دانش - موفقیت در اقتصاد جهانی مبتنی بر اطلاعات. ترجمه لطیفی، محمد حسین. تهران: انتشارات سمت. چاپ اول.
۶. شارپور، محمود. (۱۳۸۵). سرمایه گذاری: مفهوم سازی، سنجش دولت‌های سیاستگذاری. سازمان مدیریت و برنامه ریزی مازندران.
۷. صادقی شاهدانی، م. و مقصودی، ح. (۱۳۸۹). سنجش سرمایه اجتماعی استانهای کشور با روش تحلیل سلسله مراتبی. دانش سیاسی، سال ۶، شماره ۲، ۱۳۹-۱۷۶.
۸. صمدی، ع. (۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی و توسعه مالی: اقتصاد ایران (۱۵۰-۱۳۸۵). تحقیقات اقتصادی، سال ۴۴، شماره ۸۸، ۱۱۷-۱۴۴.
۹. طیبی، سید جمال الدین، امیر اشکان نصیری پور. و ظهیری ابیانه، زهره. (۱۳۹۲). رابطه مهارت ارتباطی مدیران با انگیزش کارکنان در بیمارستان مدرس تهران. فصلنامه بیمارستان، ۲، ۷۳-۸۰.



۱۰. فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۷۹). پایان نظم و بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن. ترجمه توسلی، غ. انتشارات جامعه ایرانیان.
۱۱. قاسم، مرضیه. حسین چاری، مسعود، (۱۳۹۰). تاب آوری روانشناختی و انگیزش درونی-بیرونی، نقش وسطه ای خودکارآمدی. روانشناختی تحولی: روانشناسان ایرانی، ۳۳، ۶۱-۷۱.
12. Burt, R. (1997). The Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2).339-365.
13. Chang, H. H., & Chuang, S. S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information and Management*, 48, 9-18.
14. Connelly, C & Kelloway, E. K. (2003). Predictors of employees' perceptions of knowledge sharing cultures. *Leadership & Organization Development Journal*, 294-301.
15. Hau, Y. S., Kim, B., Lee, H., & Kim, Y. G. (2013). The effects of individual motivations and social capital on employees' tacit and explicit knowledge sharing intentions. *International Journal of Information Management*, 33(2), 356-366.
16. Inkpen, A. & Tsang, E. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer', *Academy of Management Review*, 30: 1, 146-165.
17. Lin, H. F. (2007). Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions. *Journal of Information Science*, 33.135-149.
18. Meso, P. & Smith, R. (2000), A Resource-Based View of Organizational knowledge Management Systems. *Journal of Knowledge Management*, 4. 224-234.
19. Nahapiet, j. & Ghoshal, s. (1998). Social capital intellectual capital and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
20. Pintrich, R. P. & Schunk, H. D. (2002). *Motivation in education: Theory, research, and applications*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
21. Schilligo, J. A. (2007). Predictors of Effective Knowledge Management, A Dissertation Submitted to Florida Institute of Technology in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Industrial/Organizational Psychology. Available at: <http://proquest.umi.com/pqdweb>.
22. Schultz, M. (2001). The uncertain relevance of newness: Organizational learning and knowledge flows. *Academy of Management Journal*, 44, 661-681.

Surf and download all data from SID.ir: www.SID.ir

Translate via STRS.ir: www.STRS.ir

Follow our scientific posts via our Blog: www.sid.ir/blog

Use our educational service (Courses, Workshops, Videos and etc.) via Workshop: www.sid.ir/workshop