

## تبیین رفتار ارائه‌ی ایده در نظام پیشنهادهای سازمانی

غلامحسین عبدالله‌زاده\*

استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

ابوالقاسم عربیون

استادیار دانشگاه تهران

ابوالقاسم شریف‌زاده

استادیار دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

بهرام‌رضا امیری

کارشناس ارشد شرکت مخابرات استان خراسان رضوی

### چکیده

تحقیق حاضر با هدف تبیین رفتار ارائه‌ی ایده در نظام پیشنهادهای سازمانی به صورت مطالعه‌ی موردی، در شرکت مخابرات استان خراسان رضوی، انجام شد. نظریه‌ی شناخت اجتماعی، برای طراحی چارچوب مفهومی تحقیق، مورد استفاده قرار گرفت. بر این اساس، یک مدل نظری، برای بررسی و تبیین روابط بین عوامل زمینه‌ای و ادراک‌های فردی ارائه‌ی ایده و رفتار ارائه‌ی ایده‌ی کارکنان، به نظام پیشنهادهای سازمانی، طراحی و تدوین شد. داده‌های تجربی، با استفاده از پرسشنامه از ۱۴۷ کاربر باتجربه‌ی ارائه‌ی ایده، به نظام پیشنهادهای شرکت مخابرات استان خراسان رضوی، که به صورت تصادفی انتخاب شدند، گردآوری شد. داده‌ها، با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری، جهت بررسی فرضیه‌های نظری، مورد آزمون قرار گرفت. نتایج نشان داد که اعتماد، تأثیر معنی‌دار مثبتی بر رفتار ارائه‌ی ایده دارد. به علاوه، این مطالعه نشان داد که هنگام عمل متقابل، تأثیر معنی‌داری بر رفتار ارائه‌ی ایده ندارد. همچنین، تأثیر معنی‌دار و مثبت عوامل مربوط به ادراک‌های فردی، خودکارآمدی ارائه‌ی ایده، ادراک از مزیت نسبی و ادراک از سازگاری بر رفتار ارائه‌ی ایده، به نظام پیشنهادهای سازمانی مشخص شد.

**کلیدواژه‌ها:** مدیریت دانش، نظام پیشنهادهای سازمانی، تسهیم ایده، رفتار ارائه‌ی ایده، بانک ایده.

[Abdollahzade1@yahoo.com](mailto:Abdollahzade1@yahoo.com)

\* نویسنده مسئول:

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۶/۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۰/۱۸

## Explaining idea submitting behavior in organization suggestions system

**Gholamhossein Abdollahzadeh**

Assistant professor, Gorgan University of Agricultural Science and Natural Resources

**Abolqasem Arabiun**

Assistant professor of University of Tehran

**Abolqasem Sharifzadeh**

Assistant professor Gorgan University of Agricultural Science and Natural Resources

**Bahram Reza Amiri**

Msc, Telecommunication Company of Khorasan-Razavi province

### Abstract

This research aimed to explain idea submitting behavior in organization suggestion system in Telecommunication Company of Khorasan-Razavi province. Social cognitive theory (SCT) was used to conceptualize a research model as the basis for our research. For this purpose, a theoretical model designed and developed to investigate and explain the relationships between contextual factors, personal perceptions of idea submitting, and idea submitting behavior. A questionnaire was used to collect data from 147 randomly selected contributors to suggestion system in Telecommunication Company of Khorasan-Razavi province. The collected data then tested using structural equation modeling (SEM) to verify the theoretical hypothesis. The results showed that trust have positive significant influence on idea submitting behavior. Furthermore, the study found that the norm of reciprocity does not significantly affect idea submitting sharing behavior. Also, positive impact of personal perceptions factor; idea submitting self-efficacy, perceived relative advantage and perceived compatibility on idea submitting behavior was confirmed.

**Key words:** Knowledge management, Organizational suggestion system, Idea sharing, Idea submitting behavior, Idea bank

### مقدمه

تلاش ذهنی برای طرح عقیده، فکر و اندیشه را ایده گویند (Corowther, 1995). بنابراین، ایده کالایی قیمتی است و افرادی که آنها را تولید می‌کنند به دنبال منافع آن هستند (Smolensky & Kleiner, 1995). از طرفی ایده‌پردازی اولین گام در فرآیند نوآوری است (Sandstorm & Bjork, 2008). و خلق ایده‌های جدید، می‌تواند منبع مهمی از نوآوری، در درون یک سازمان باشد (Amabile, 1997). ایده‌ها، نشان دهنده‌ی فرصت‌های جدید در محصولات، فرآیندها و بازارها هستند و توانایی هدایت را، برای شکوفایی نوآوری دارند (Deichmann & van den Ende, 2009).

در نتیجه، به عملکرد شرکت‌ها و سازمان‌ها در رقابت جهانی شتاب می‌دهند. بنابراین، برای موفقیت، نوسازی و بقای بنگاه‌ها، ضروری هستند.

امروزه دارایی‌های یک شرکت، ایده، خلاقیت و دانش کارکنان آن است که با فن‌آوری و همچنین دانش چگونگی حضور در بازار ترکیب شده است (Halliday, 2001). اطلاعات، اکنون می‌تواند با چنان سرعتی عرضه شود که شرکت‌ها باید دارایی دانشی خود را برای حل مشکلات رقابت، توسعه دهند. بنابراین، شرکت‌ها به طور وسیعی در حال رقابت برای دانشی هستند که در قالب سرمایه‌ی معنوی است (Persaud, 2001). با سودهای گذشته و سرمایه‌های اخیر، محدودیت اصلی برای موفقیت اقتصادی، وابسته به چگونگی مدیریت دانش خواهد بود (Acs; Carlsson & Karlsson, 1999). به منظور دستیابی به پایداری رقابت، بیشتر شرکت‌ها و سازمان‌ها تلاش‌های زیادی در جهت مدیریت دانش، آغاز کرده‌اند (Gold; Malhotra & Segars, 2001). و به طور گسترده‌ای نظام مدیریت دانش<sup>۱</sup> را برای بهبود رقابت‌پذیری راهبردی خود پذیرفته‌اند (Kuo & Young, 2008). امروزه جذب ایده‌ها و دانش کارکنان یک سازمان، به عنوان راهکاری اثربخش، برای توسعه‌ی دارایی‌های دانشی یک سازمان، شناخته شده است.

آشناترین روشی که یک شرکت می‌تواند خلاقیت کارکنانش را به خدمت بگیرد، صندوق پیشنهادات است. صندوق پیشنهادات محیطی فراهم می‌کند که افراد می‌توانند از طریق تبادل فعالانه ایده‌ها، آن‌ها را ارزیابی و اصلاح کنند و با نیازهای گوناگون گروه‌های ذینفع سازمان، انطباق دهند. قابلیت‌های فراوان در ساختار صندوق پیشنهادات سازمانی، از جمله اجرای ساده و کم هزینه، آن را برای صنعت مخابرات به عنوان رشته‌ای که در محیطی پویا و رقابتی فعالیت می‌کند، جذاب ساخته است. شرکت مخابرات استان خراسان رضوی نیز پس از ۱۰ سال از تأسیس نظام پیشنهادات، با توسعه جزئیات آن شامل: دریافت، ثبت، ارزیابی، تایید و تصویب پیشنهادهای ارزیابی شده، تعیین و تخصیص پاداش پیشنهاد و انجام اقدامات لازم جهت اجرای پیشنهاد، شرایط لازم را برای بهبود عملکرد آن فراهم کرده است (Amiri, 2010; KRTC, 2008). این تحقیق در پی آن است تا عوامل موثر بر تصمیم کارکنان و سایر کاربران شرکت را در ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات یا همان بانک ایده شناسایی کند. بدیهی است که عوامل زیادی تبیین‌کننده‌ی رفتار تسهیم دانش در بین افراد است که این تحقیق، در پی شناسایی و

<sup>۱</sup> Knowledge Management Systems (KMS)

تحلیل آنها بر اساس ساختار بانک ایده، طراحی شده در شرکت مخابرات استان خراسان رضوی است. علیرغم اینکه مطالعات زیادی درباره شبکه‌های اجتماعی مجازی، شرایط استفاده از آن، کاربرد و تسهیم اطلاعات در آنها انجام شده است، اما عواملی که تبیین‌کننده رفتار ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادی سازمانی باشد هنوز مورد بررسی قرار نگرفته است. بنابراین، در این تحقیق تدوین و آزمون تجربی مدل‌های تسهیم دانش، برای بررسی کاربرد آن‌ها در ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات مورد توجه قرار گرفته است.

### مبانی نظری

نظریه شناخت اجتماعی<sup>۱</sup> (Bandura, 1982; 1986; 1997) یکی از مدل‌های شناخته شده برای بررسی رفتار فردی است (Compeau & Higgins, 1995) که در این تحقیق، برای بررسی رفتار تسهیم دانش، جهت مفهوم سازی مدل پژوهش استفاده شده است. در نظریه‌ی شناخت اجتماعی عوامل زمینه‌ای، عوامل و رفتارهای فردی در یک کنش متقابل عمل می‌کنند (Wood & Bandura, 1989). در این تحقیق، هنجارهای عمل متقابل<sup>۲</sup> و اعتماد افراد به نظام پیشنهادات، به عنوان دو عامل اصلی و موثر بر ادراک‌های فردی و رفتار اعضا در نظر گرفته شده است. همچنین ادراک افراد از خودکارآمدی ارائه‌ی ایده، ادراک از مزیت نسبی و ادراک از سازگاری به عنوان پیشگوکننده‌های عوامل فردی در نظر گرفته شده‌اند. این عوامل در تحقیقات مختلف به عنوان عوامل اصلی شکل دهنده‌ی رفتار افراد شناسایی شده‌اند (Bandura, 1982, 1986, 1997; Igarria & Ivvari, 1995; Rogers, 2003; Sia; Teo; Tan & Wei, 2004; Verhoef & Langerak, 2001). بر اساس تئوری شناخت اجتماعی، فرض می‌شود که زمینه نظام پیشنهادات در محیط سازمانی به وسیله هنجارهای عمل متقابل شکل می‌گیرد و اعتماد باید بر ادراک‌های فردی و رفتار پیشنهاد دهندگان تأثیر بگذارد. شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد که تأثیر هنجارهای عمل متقابل بر رفتار تسهیم دانش از طریق اعتماد و سه مولفه‌ی مربوط به ادراک فردی شکل می‌گیرد. هر کدام از سازه‌ها و فرضیه‌های مد نظر در این مدل نظری در ادامه مورد بحث قرار می‌گیرد.

<sup>1</sup> Social Cognitive Theory (SCT)

<sup>2</sup> Norm of Reciprocity

### چارچوب مفهومی

در این مطالعه، منظور از هنجارهای عمل متقابل، اعتقادات قوی افراد به اینکه ایده یا پیشنهاد فعلی که به نظام پیشنهادات یا بانک ایده ی سازمان ارائه می دهند، منجر به این خواهد شد تا به تقاضای آتی آنها نیز برای دانش یا یک تجربه یا مهارت از نظام پیشنهادات پاسخ داده شود (Davenport & Prusak, 1998). هنجارهای عمل متقابل، اشاره به معاوضه ی متقابل دانش دارد. این موضوع بیانگر این است: که رابطه مثبتی بین عمل متقابل و رفتار تسهیم دانش وجود دارد. طبق تئوری مبادله اجتماعی (Thibaut & Kelley, 1959)، هنجارهای عمل متقابل بر انگیزه و تعهد افراد، برای ارائه ی دانش و ایده ی خود به دیگر اعضای سازمان، گروه یا جامعه تأکید می کند (Hall, 2001). زمانی که هنجار قوی عمل متقابل وجود دارد، ایده دهندگان ممکن است احساس اجبار کنند تا دانش خود را به اشتراک بگذارند (Wasko & Faraj, 2005). در چنین محیطی پیشنهاد دهندگان، تمایل دارند تا دانش، تجربه و ایده خود را برای استفاده سازمان یا اعضای آن به نظام پیشنهادات سازمانی ارائه دهند. هنجار عمل متقابل ممکن است یک انگیزه قوی برای پیشنهاد دهندگان باشد. بنابراین، فرضیه ی زیر ارائه می شود:

فرضیه ۱: هنجارهای عمل متقابل تأثیر مثبت بر رفتار ارائه ی ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارد. اعتماد، در انواع مختلفی از تحقیقات مرتبط با مدیریت دانش سازمانی و همچنین در شبکه های آنلاین، مورد مطالعه قرار گرفته است، و نتایج نشان داده که اعتماد به توانایی افراد، خیرخواهی و امانتداری آن ها، با تمایل به دادن و گرفتن اطلاعات و در نهایت بهبود عملکرد، مرتبط است (Jarvenpaa, 1998; Ridings; Gefen & Arinze, 2002). در این مطالعه، منظور از اعتماد، میزان اعتقاد به نیت، رفتار، صلاحیت و قابلیت اعتماد اعضا در ارائه ی ایده به نظام پیشنهادات سازمانی است. در واقع، اعتماد بیانگر «حفظ قول ها و تعهدات یک گروه به عمل در مقابل سایر گروه ها» می باشد. نتایج برخی مطالعات نشان داده اند که هنجارهای عمل متقابل، اعتماد را می سازد (Blau, 1964). در حقیقت، اعضا باید به طور مستقیم، عمل متقابل گرفتن و دادن اطلاعات را تجربه کنند تا اعتماد ایجاد شود (Davenport & Prusak, 1998). در واقع، در آغاز یک کنش متقابل اجتماعی، هنجارهای عمل متقابل است که به طور ضمنی اعتماد اجتماعی را ایجاد می کند (Newton, 1997). بنابراین، فرضیه زیر در این زمینه ارائه می شود:

فرضیه ۲: هنجارهای عمل متقابل تأثیر مثبت بر اعتماد افراد درگیر در نظام پیشنهادات سازمانی دارد.

بدیهی است، وقتی که در روابط کارکنان اعتماد بالایی وجود داشته باشد، آن‌ها تمایل بیشتری به فعالیت تسهیم دانش، برای سازمان تابعه خود دارند (Abrams; Cross; Lesser & Levin, 2003; Lucas, 2005). برخی نتایج بیانگر این است که اعتماد، بر تصمیم به تسهیم دانش، تأثیر می‌گذارد (Delahaye, 2000). در واقع اعتماد، عنصر کلیدی موفقیت، در یک محیط آنلاین تسهیم دانش است (Corritore; Kracher & Wiedenbeck, 2003). همچنین ثابت شده که وجود اعتماد، تسهیم دانش را تسهیل می‌کند (Chowdhury, 2005). از این رو، مطالعه‌ی حاضر فرض می‌کند که اعتماد به صورت مثبت بر رفتار فردی، جهت تسهیل در ارائه‌ی اطلاعات به نظام پیشنهادهای سازمانی تأثیر دارد. بنابراین، فرضیه زیر به شرح زیر تدوین می‌شود:

فرضیه ۳: اعتماد، تأثیر مثبتی بر رفتار ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادهای سازمانی دارد.

طبق تئوری شناخت اجتماعی، خودکارآمدی تسهیم دانش، باید به عنوان عامل فردی در نظر گرفته شود. و از طرفی در مدل نظری تحقیق حاضر، اعتماد، به عنوان یک عامل محیطی در نظر گرفته شده است. طبق نظریه‌ی شناخت اجتماعی، عوامل فردی از عوامل محیطی تأثیر می‌گیرد. به علاوه، مطالعات تجربی پیشین نیز رابطه‌ی علی بین اعتماد و خودکارآمدی را گزارش کرده‌اند (Cheung & Chan, 2000; Pavlou & Fygenson, 2006). برخی پژوهش‌های انجام شده در زمینه تسهیم دانش در جوامع مجازی نشان داده‌اند که یک عضو جدید در جامعه مجازی در طول زمان از یک عضو حاشیه‌ای به یک عضو مسئول تبدیل می‌شود (Lave & Wenger, 1991). از طریق تسهیم، توسعه‌ی ایده‌ها، بحث، حل مسئله و تلاش مستمر است که اعضا می‌توانند دانش و تجربه خود را بهبود دهند (Usoro; Sharratt; Tsui & Shekhar, 2007). اعضای درگیر در یک فرآیند مداوم توسعه دانش و اطلاعات، ممکن است بر توانایی خود برای ارائه‌ی پیشنهاداتی که برای سازمان ارزشمند است واقف شوند. بنابراین، فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۴: اعتماد، تأثیر مثبتی بر خودکارآمدی ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادهای سازمانی دارد.

مزیت نسبی به عنوان یک سازه‌ی چندبعدي مفهوم سازی شده است که بیانگر منافع یک نوآوری، هزینه‌های کمتر آن، صرفه‌جویی در زمان و انرژی و همچنین کاهش رنج و زحمت پیشین است (Rogers, 2003). در این پژوهش، ادراک از مزیت نسبی اشاره دارد به: شناخت ارائه‌کننده‌ی ایده به مزیت‌ها و منافعی که رفتار ارائه‌ی ایده برای او ایجاد خواهد کرد. مطالعات مختلف تأثیر اعتماد بر مزیت نسبی را گزارش کرده‌اند. در مطالعه‌ای ثابت شد که اعتماد در شکل شناختی و تأثیری منجر به بهبود

هماهنگی از طریق کاهش هزینه‌های اداری می‌شود (Handfield & Bechtelb, 2002). در مطالعه‌ای دیگر نیز بیان شده که اگر عرضه‌کنندگان به خریداران اعتماد کنند، آنها اطلاعات بیشتری را با خریداران تسهیم خواهند کرد (Dyer & Chu, 2003). شواهد تجربی ارائه شده در مطالعات دیگر نیز، بیانگر این است که اعتماد، علاوه بر این که بر معاوضه و ترکیب منابع تأثیر می‌گذارد، بر ادراک افراد از منافع احتمالی کسب شده نیز موثر است (Tsai & Ghoshal, 1998). چنین مطالعاتی می‌تواند حمایت قوی تجربی، جهت آزمون رابطه معنی‌دار بین اعتماد و مزیت نسبی ارائه کند.

از طرفی، اعتماد افراد به یک سازمان، نهاد یا گروه ممکن است به علت اعتبار و شهرت آن ایجاد شود. یا اصولاً چنین اعتمادی سازگار با ارزش‌های افراد باشد (Usoro; Sharratt; Tsui & Shekhar, 2007). به علاوه، رفتار سازگار و قابل اعتماد پیشین اعضا و افراد یک سازمان، قابلیت اطمینان، برای رفتار آینده را افزایش می‌دهد. بر این اساس، اگر هر کدام از افراد سازمان انتظار داشته باشد که رفتار سایرین ممکن است به فقدان امانتداری یا اطمینان منجر شود، یا این رفتار بر خلاف ارزش‌های فردی و نیازهای بالقوه سازمان باشد، آن فرد احساس ناسازگاری خواهد کرد. برعکس، زمانی که افراد اعتماد و ادراک از سازگاری بالایی داشته باشند، آنها، تمایل بیشتری دارند تا در کنش‌های متقابل سازمانی از جمله گرفتن و دادن بیشتر اطلاعات درگیر شوند (Lin; Hung & Chen, 2009). این نتایج منجر به تدوین فرضیه وجود رابطه مثبت بین اعتماد، مزیت‌های نسبی و سازگاری می‌شود و در این راستا دو فرضیه زیر پیشنهاد می‌شود:

فرضیه ۵: اعتماد تأثیر مثبتی بر ادراک از مزیت نسبی ارائه ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارد.

فرضیه ۶: اعتماد تأثیر مثبتی بر ادراک از سازگاری ارائه ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارد.

بنا به تعریف: خود کارآمدی، اعتقاد به توانایی فردی برای سازماندهی و اجرای یک عمل مورد نیاز برای دستیابی به پیشرفت است (Jashapara & Tai, 2006). در مطالعات مربوط به مدیریت دانش، خود کارآمدی تسهیم دانش بیانگر اطمینان به توانایی فردی برای فراهم سازی دانشی است که برای دیگران با ارزش است (Kankanhalli; Tan & Wei, 2005). نتایج مطالعات این حوزه نشان می‌دهد، که افرادی، با مهارت، تجربه و توانمندی بالاتر تمایل بیشتری برای فراهم سازی اطلاعات و ایده‌های مفید در شبکه‌های مجازی و محیط‌های آنلاین مبتنی بر معاوضه دانش دارند (Constant; Sproull & Kiesler, 1996). از طریق ارائه دانش و اطلاعات مفید برای سازمان است، که افراد احساس اطمینان بیشتری در مورد سطح توانمندی خود می‌کنند (Constant; Kiesler & Sproull, 1994). این ادراک از بهبود خود کارآمدی،

می‌تواند افراد را تشویق کند تا دانش خود را با دیگران تسهیم کنند (Bock & Kim, 2002). از این رو، مطالعه حاضر فرض می‌کند که خودکارآمدی برای ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادهای سازمانی تأثیر مثبت بر رفتار فردی جهت تسهیل فعالیت‌های ارائه‌ی ایده دارد.

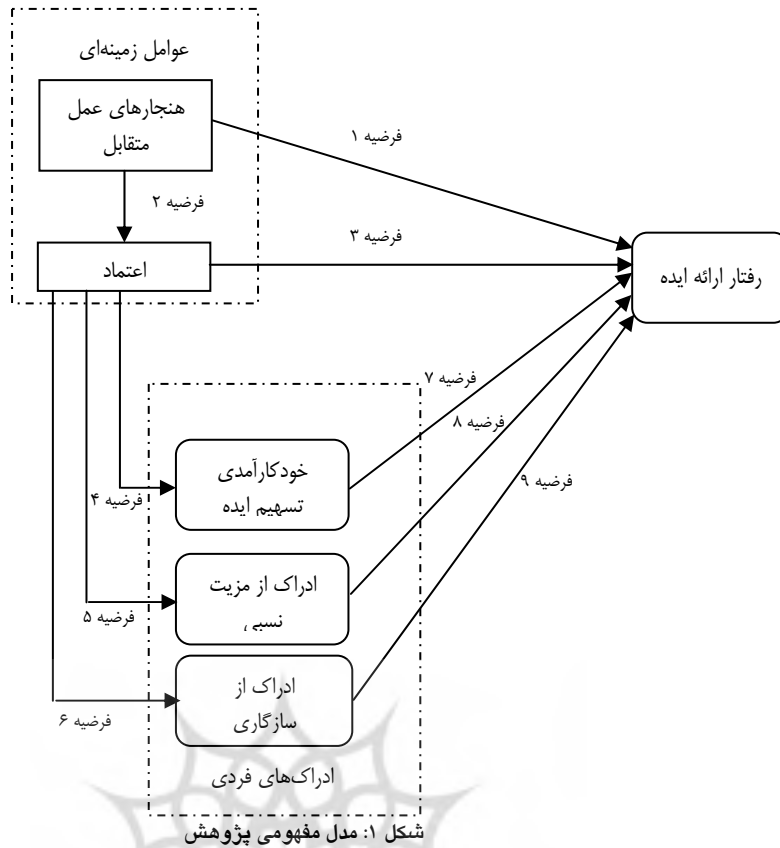
فرضیه ۷: خودکارآمدی ارائه‌ی ایده تأثیر مثبت بر رفتار ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارد.

برخی مطالعات انجام شده در حوزه مدیریت دانش بیان کرده‌اند: که افراد در محیط‌های آنلاین برای تقویت پایه دانشی خود اطلاعات را تسهیم می‌کنند تا با کسب اعتبار، حمایت‌های لازم و دوستانه کافی نیز در این زمینه به دست بیاورند (Andrews, 2002; Zhang & Hiltz, 2003). در مطالعات مشابه دیگر نیز بیان شده که دلایل اولیه برای اینکه افراد دانش خود تسهیم کنند، به منافع آنها مربوط است که خود را ماهرتر و آگاه‌تر معرفی کرده و احترام و منزلت بیشتری کسب کنند (Butler; Sproull; Kiesler & Kraut, 2002). در نتیجه، یک ادراک قوی از مزیت نسبی ارائه دانش، تأثیر مثبتی بر رفتارهای فردی جهت تسهیل فعالیت‌های تسهیم دانش دارد. فرضیه زیر در این راستا تدوین می‌شود:

فرضیه ۸: ادراک از مزیت نسبی، تأثیر مثبت بر رفتار ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارد. در این مطالعه، ادراک از سازگاری اشاره دارد به سازگار بودن رفتار ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات، با ارزش‌ها، نیازها و تجربه‌های پیشین افراد. برخی، مطالعات ادراک از سازگاری را به عنوان یک مانع روانشناختی در نظر می‌گیرند و بیان می‌کنند، زمانی که افراد با تراکنش‌های متقابل در محیط آنلاین احساس راحتی می‌کنند، استفاده از خدمات آنلاین را افزایش می‌دهند (Budman, 2003). به علاوه، سازگار بودن یک فعالیت با ارزش‌ها و تجارب پیشین موضوعی خوش‌آیند است و این امر باعث تشویق افراد به تدوین و ارائه‌ی ایده‌های جدید می‌شود (Hislop, 2003). بنابراین، زمانی که افراد سازمان، تسهیم ایده و دانش خود را، سازگار با ارزش‌ها و نیازهای فردی خود می‌یابند، آنها احتمالاً به طور مثبتی مستعد فعالیت بیشتر و ارتقای آن هستند. فرضیه زیر در این راستا پیشنهاد می‌شود:

فرضیه ۹: ادراک از سازگاری تأثیر مثبتی بر رفتار ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارد.





### روش تحقیق

این تحقیق، بر اساس هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌های مورد نیاز از نوع همبستگی (با توجه به اینکه در این تحقیق، رابطه‌ی میان متغیرهای تحقیق بر اساس هدف تحقیق تحلیل می‌شود) از مجموعه روش‌های تحقیق توصیفی می‌باشد. از میان روش‌های تحقیق همبستگی، این تحقیق از نوع الگوسازی معادلات ساختاری محسوب می‌شود؛ زیرا با استفاده از الگوی معادلات ساختاری، روابط ساختاری مبتنی بر نظریه‌ها و یافته‌های تحقیقاتی موجود آزمون می‌شود. جامعه آماری این پژوهش را کلیه ارائه‌دهندگان ایده به نظام پیشنهادات در شرکت مخابرات استان خراسان رضوی در شهر مشهد، تشکیل می‌دهند که که طبق آخرین اطلاعات ۵۰۰ نفر می‌باشند. برای برآورد حجم نمونه در این پژوهش، فرمول کوکران در نظر گرفته شد. مطابق با عرف تحقیقات اجتماعی که فاصله اطمینان ۹۵ درصد برای استنباط و توصیف داده‌ها مناسب تلقی می‌شود، حجم نمونه ۱۶۹ نفر تعیین شد که در نهایت از بین پرسشنامه‌های توزیع شده تعداد ۱۴۷ پرسشنامه جمع‌آوری و مناسب تحلیل تشخیص داده شد. نمونه‌گیری از اعضای

جامعه آماری تحقیق به صورت تصادفی ساده صورت گرفت و جهت گردآوری داده‌ها از پست الکترونیک، پیگیری تلفنی و همچنین تحویل دستی پرسشنامه‌ها بهره گرفته شد.

همه سنجه‌های پرسشنامه به کار برده شده در این تحقیق از بررسی ادبیات پیشین گرفته شده است. سپس برخی اصلاحات برای عملیاتی کردن آنها در زمینه این تحقیق (نظام پیشنهادات سازمانی) صورت گرفته است. سنجه‌های به کار برده شده در تدوین عملیاتی سازه‌ها، با توجه به چارچوب نظری تحقیق و نظریه شناخت اجتماعی و همچنین تحقیقات پیشین اصلاح و تدوین شد و در نهایت، در پرسشنامه تحقیق مورد استفاده قرار گرفت (جدول ۲). سنجه‌های مربوط به سازه «هنجارهای عمل متقابل» از مطالعات مربوط به سازه «اعتماد» از مطالعات (Chen & Hung, 2010; Tan & Wei, 2005; Kankanhalli; Wasko & Faraj, 2000)، سنجه‌های مربوط به سازه «اعتماد» از مطالعات (Chen & Palvia, 2009; Ridings; Gefen & Arinze, 2002)، سنجه‌های مربوط به سازه «خودکارآمدی ارائه ایده» از مطالعات (Hung, 2010)، سنجه‌های مربوط به سازه «مزیت نسبی» از مطالعات (Kalman, 1999; Compeau & Higgins, 1995)، سنجه‌های سازه «مزیت نسبی» از مطالعات (Moore & Benbasat, 1991; Lin; Hung & Chen, 2009) گرفته شد. سنجه‌های سازه «ادراک از سازگاری» نیز بر مبنای مطالعات (Moore and Benbasat, 1991; Nahapiet & Ghoshal, 1998; Tsai & Ghoshal, 1998) تعیین شد. سنجه‌های سازه «رفتار ارائه ایده» نیز مبتنی بر مطالعه (Davenport & Prusak, 1998) ایجاد شد و سپس اصلاحات لازم در آنها صورت گرفت. همه سنجه‌ها، در قالب طیف پنج مقیاسی لیکرت و با رنج کاملاً موافق تا کاملاً مخالف اندازه گیری شد.

روایی سازه در قالب چهار مولفه صوری و محتوایی، همگرا، تشخیصی و منطقی مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین پایایی ترکیبی سازه‌ها و همسانی درونی شاخص‌های هر سازه نیز از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت و بعد از تغییراتی در سؤالات پرسشنامه روایی و پایایی ابزار تحقیق و داده‌های مورد استفاده مورد تأیید قرار گرفت. برای تخمین مدل معادلات ساختاری، روش دو مرحله‌ای مورد استفاده قرار گرفت (Anderson & Gerbing, 1988). الف) تخمین پایایی و روایی مدل با استفاده از SPSS 15 که می‌تواند اطمینان دهد که روش به کار برده شده در تحلیل دارای روایی و پایایی لازم است و ب) آزمون مدل نظری با استفاده از تکنیک‌های مدلسازی معادلات ساختاری که در LISREL 8.72 به کار برده می‌شود.

### یافته‌های پژوهش

نتایج آمار توصیفی نشان داد که ۹۸/۷ درصد از پاسخگویان مرد بودند. نزدیک به ۶۰/۰ درصد از آنها در گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال قرار داشتند ضمن اینکه میانگین سنی آنها نیز ۳۸/۳ سال بود. از نظر میزان تحصیلات نیز، ۸۱/۶ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر بودند. میانگین سابقه کاری پاسخگویان ۱۷/۶ سال بود و به لحاظ وضعیت پست سازمانی، نیز ۱۵/۶ درصد آنها دارای سمت کارشناس، ۴۰/۳ دارای سمت کارشناس مسئول و ۳۱/۲ درصد دارای پست سازمانی ریاست و بالاتر بودند. از نظر میزان استفاده از اینترنت در روز، ۶۳/۶ درصد پاسخگویان بین ۲-۴ ساعت در روز از اینترنت استفاده می‌کرده‌اند. همچنین ۵۵/۸ درصد پاسخگویان دارای سابقه بین ۱۰-۶ سال در زمینه ارائه ایده به نظام پیشنهادات سازمانی بودند.

### روایی و پایایی مدل

در این تحقیق، تحلیل عاملی تأییدی (CFA) (Bentler, 1992) جهت ارزیابی ویژگی‌های سنجه‌های مربوط به سازه‌های مکنون به کار برده شد. همان‌طور که در جدول (۱) نشان داده شده است، نتایج تحلیلی عامل تأییدی، بیانگر سطح بالایی از برازش برای مدل نهایی اندازه‌گیری است. همه شاخص‌های برازش مدل بیشتر از سطح قابل قبولی است که در تحقیقات پیشین مورد تأکید قرار گرفته است. این امر بیانگر این است که مدل اندازه‌گیری، برازش خوبی را با داده‌های گردآوری شده دارد.

به علاوه اعتبار همگرایی مقیاس‌ها از طریق سه معیار پیشنهاد شده توسط (Fornell & Larcker, 1981) مورد بررسی قرار گرفت. این سه معیار عبارتند از:

۱- همه بارهای عاملی شاخص‌ها ( $\lambda$ ) باید معنی‌دار باشد و بیشتر از ۰/۷ باشد،

۲- پایایی سازه باید بیشتر از ۰/۷ باشد (Hair; Anderson & Tatham, 1998)؛

۳- میانگین واریانس استخراج شده به وسیله هر سازه باید بیشتر از واریانس خطای اندازه‌گیری برای آن سازه (میانگین واریانس استخراج شده بیشتر از ۰/۵) باشد.

در جدول (۲) نتایج CFA نشان می‌دهد که سازگاری بالایی بین سنجه‌های اندازه‌گیری شده و سازه‌های مربوطه و روابط مورد انتظار وجود دارد. همچنین بارهای عاملی، برای همه سنجه‌ها بیشتر از سطح توصیه شده (۰/۷) است و با توجه به مقدار t-value همه ی بارهای عاملی در سطح معنی‌داری به سازه‌های مورد نظر مرتبط هستند.

پایایی ترکیبی<sup>۱</sup> (CR) برای ارزیابی سازگاری درونی مدل اندازه‌گیری به کار برده شد. همان طور که در جدول (۳) نشان می‌دهد، پایایی ترکیبی سازه‌ها از رنج ۰/۷۸۸ تا ۰/۸۶۶ تغییر می‌کند و بنابراین از مقدار قابل قبول ۰/۷ بیشتر است. به علاوه متوسط واریانس استخراج شده به وسیله هر سازه از رنج ۰/۵۴۷ تا ۰/۶۱۹ تغییر می‌کند. بنابراین، همه ی شرایط برای روایی همگرا فراهم است.

جدول (۱): شاخص‌های برازش برای مدل‌های ساختاری و اندازه‌گیری

شاخص برازش	معیار پیشنهاد شده	مدل اندازه‌گیری	مدل ساختاری
$\chi^2$	$p \geq 0.05$	۱۳۷/۶۲	۳۹۹/۹۰
$\frac{\chi^2}{df}$	کمتر از ۳	۰/۷۰۹	۲/۳۴
GFI	بزرگتر یا مساوی ۰/۹۰	۰/۹۴	۰/۹۶
AGFI	بزرگتر یا مساوی ۰/۸۰	۰/۹۲	۰/۹۴
NFI	بزرگتر یا مساوی ۰/۹۰	۰/۸۸	۰/۹۱
NNFI	بزرگتر یا مساوی ۰/۹۰	۱/۱۱	۰/۹۳
CFI	بزرگتر یا مساوی ۰/۹۰	۰/۹۹	۰/۹۴
RMSEA	کوچکتر یا مساوی ۰/۰۸	۰/۰۰	۰/۰۶۹
IFI	بزرگتر یا مساوی ۰/۹۰	۱/۰۸	۰/۹۵
RMR	کوچکتر یا مساوی ۰/۰۵	۰/۰۴۵	۰/۰۴۶

در این تحقیق، ابتدا روایی تشخیصی با استفاده از بارهای عاملی هر شاخص بر روی سازه خود و همچنین بارهای عاملی آن بر روی دیگر سازه‌ها، مورد آزمون قرار گرفت (Chin, 1998). به این منظور، تحلیل عاملی (به روش تحلیل مولفه‌های اصلی، روش چرخش: واریماکس با نرمال‌سازی کیسر) انجام شد. نتایج نشان داد که بارهای عاملی هر شاخص بر روی سازه ی مربوطه بیشتر از بارهای عاملی آن بر روی دیگر سازه‌ها است.

همچنین، روایی تشخیصی مقیاس‌ها با استفاده از معیارهای پیشنهاد شده توسط فورنل و لارکر (۱۹۸۱) مورد ارزیابی قرار گرفت. طبق این معیارها، ریشه دوم واریانس استخراج شده به وسیله هر سازه باید بیشتر از هر کدام از همبستگی بین سازه‌ها باشد.

<sup>1</sup> Composite Reliability (CR)

جدول (۲): نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای مدل اندازه‌گیری

آلفا	AVE	پایایی ترکیبی	مقدار t	بار عاملی	
					<b>اعتماد (Trust)</b>
۰/۹۳۴	۰/۵۷۰	۰/۸۴۱	۱۳/۸۷	۰/۷۲	روایت ایده دهندگان مبتنی بر اعتماد و اطمینان دو طرفه است.
			۲۰/۳۱	۰/۸۶	ساختار نظام پیشنهادات فعلی امنیت و حفاظت لازم برای ایده‌های ارائه شده فراهم می‌کند.
			۱۳/۷۱	۰/۷۰	ایده دهندگان همیشه متعهد به خلق فرصت هستند.
			۱۴/۳۷	۰/۷۳	حق مالکیت فکری برای صاحبان ایده محفوظ خواهد بود.
					<b>خودکارآمدی ارائه ایده (Idea submitting self-efficacy)</b>
۰/۷۲۳	۰/۵۴۷	۰/۸۲۸	۱۷/۲۲	۰/۸۱	من به توانایی خود جهت ارائه ایده‌هایی که برای سایرین ارزشمند باشد، اطمینان دارم.
			۱۴/۶۴	۰/۷۴	من مهارت، تجربه و تخصص مورد نیاز برای ارائه ایده‌هایی را که برای سایرین مفید باشد دارم.
			۱۱/۲۴	۰/۶۵	من توانایی ارائه مشاوره فنی را برای بهبود جزئیات ایده‌های دیگران دارم.
			۱۵/۱۹	۰/۷۵	ارائه ایده به صورت یک عادت در من تبدیل شده است.
					<b>ادراک از مزیت نسبی (Perceived relative advantage)</b>
۰/۷۸۱	۰/۵۵۳	۰/۷۸۸	۱۳/۹۸	۰/۷۲	ارائه ایده به نظام پیشنهادها توانایی حل مسئله‌ی من را افزایش می‌دهد.
			۱۴/۶۲	۰/۷۴	ارائه ایده به نظام پیشنهادها به سرعت جذب و منجر به واکنش متقابل و تولید اطلاعات جدیدی در این حوزه می‌شود.
			۱۶/۷۹	۰/۷۷	ارائه ایده به نظام پیشنهادها به شغل من کمک می‌کند و عملکرد شغلی من را بهبود می‌بخشد.
					<b>ادراک از سازگاری (Perceived compatibility)</b>
۰/۸۰۴	۰/۶۱۹	۰/۸۶۶	۱۴/۳۲	۰/۷۳	ارائه ایده به نظام پیشنهادها سازگار با ارزش‌های شخصی من است.
			۱۵/۱۳	۰/۷۵	ارائه ایده به نظام پیشنهادها با نیازهای فعلی من تناسب دارد.
			۱۷/۶۴	۰/۸۱	ارائه ایده به نظام پیشنهادها با تجارب قبلی من سازگار است.
			۱۹/۴۹	۰/۸۵	ارائه ایده به نظام پیشنهادها با سبک کاری من تناسب دارد.
					<b>هنجارهای عمل متقابل (Norm of reciprocity)</b>
۰/۷۴۴	۰/۵۷۷	۰/۸۰۲	۱۹/۱۱	۰/۸۴	من می‌دانم که پیشنهادهای سایرین به من کمک می‌کند، بنابراین، عادلانه است تا از طریق ارائه پیشنهاد به دیگران کمک کرد.
			۱۵/۲۶	۰/۷۵	زمانی که من ایده خود را ارائه می‌دهم، اعتقاد دارم که سایرین نیز زمانی که من نیاز به کمک دارم به من کمک می‌کنند.
			۱۲/۸۵	۰/۶۸	هنگام ارائه ایده، اعتقاد دارم که نظام پیشنهادها به ایده‌های مورد نیاز من پاسخ خواهد داد.
					<b>رفتار ارائه ایده (Idea submitting behavior)</b>
۰/۷۹۰	۰/۵۷۲	۰/۸۴۲	۱۴/۲۲	۰/۷۳	من به طور مداوم در فعالیت‌های ارائه ایده مشارکت می‌کنم و ایده‌های خود را به نظام پیشنهادها ارائه می‌دهم.
			۱۸/۰۷	۰/۸۲	من اغلب، زمان زیادی را برای فعالیت ارائه ایده به نظام پیشنهادها صرف می‌کنم.
			۱۳/۱۸	۰/۶۹	هنگام ارائه ایده‌های پیچیده، من معمولاً با این موضوعات تعامل دارم و واکنش نشان می‌دهم.
			۱۷/۰۱	۰/۷۸	من معمولاً خودم را با بحث‌های مختلف نسبت به جزئیات یک ایده خاص درگیر می‌کنم.

جدول (۳) همبستگی بین سازه‌ها با ریشه دوم واریانس استخراج شده را نشان می‌دهد. مشاهده می‌شود که همه مقادیر قطری که نشان دهنده ریشه دوم واریانس استخراج شده است، بیشتر از همبستگی بین هر جفت از سازه‌ها است. این موضوع بیانگر وجود شواهدی قوی از روایی تشخیصی در سطح سازه است. شواهد مربوط به روایی منطقی<sup>۱</sup> نیز در ماتریس همبستگی نشان داده شده است. همان طور که مشاهده می‌شود، بیشتر همبستگی‌ها در جهت مورد انتظار هستند و بیشتر روابط مورد انتظار از نظر آماری در سطح معنی‌دار قرار دارند. (جدول ۳). به طور خلاصه در مدل اندازه‌گیری: پایایی، روایی همگرا، روایی تشخیصی و روایی منطقی به اندازه کافی و مناسب وجود دارد.

جدول (۳): روایی تشخیصی: همبستگی بین سازه‌ها و مقدار واریانس استخراج شده

سازه‌ها	میانگین	واریانس استخراجی	اعتماد	خود- کارآمدی	مزیت نسبی	سازگاری	عمل متقابل	رفتار ارائه ایده
اعتماد	۳/۴۱	۰/۵۷۰	۰/۷۶					
خودکارآمدی	۳/۸۰	۰/۵۴۷	۰/۳۲ (۰/۵۷ <sup>**</sup> )	۰/۷۵				
مزیت نسبی	۳/۳۸	۰/۵۵۳	۰/۳۷ (۰/۶۱ <sup>**</sup> )	۰/۷۴ (۰/۸۴ <sup>**</sup> )				
سازگاری	۳/۸۴	۰/۶۱۹	۰/۴۸ (۰/۶۹ <sup>**</sup> )	۰/۳۴ (۰/۵۹ <sup>**</sup> )	۰/۷۹ (۰/۷۶ <sup>**</sup> )			
عمل متقابل	۳/۳۷	۰/۵۷۷	۰/۱۶ (۰/۴۰ <sup>*</sup> )	۰/۲۳ (۰/۴۸ <sup>**</sup> )	۰/۱۴ (۰/۳۸ <sup>*</sup> )	۰/۱۸ (۰/۴۲ <sup>*</sup> )		
رفتار ارائه ایده	۳/۶۶	۰/۵۷۲	۰/۴۱ (۰/۶۴ <sup>**</sup> )	۰/۳۹ (۰/۶۳ <sup>**</sup> )	۰/۲۷ (۰/۵۲ <sup>**</sup> )	۳۱ (۰/۵۵ <sup>**</sup> )	۰/۰۲ (-۰/۱۶)	۰/۷۶

عناصر قطری، ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده (AVE) هستند. عناصر غیرقطری، رابطه همبستگی بین سازه‌ها هستند. برای آزمون روایی تشخیصی، AVE باید از مجذور همبستگی بین هر جفت از سازه‌ها بیشتر باشد. بنابراین، عناصر قطری باید از عناصر غیرقطری بزرگتر باشند. در این جدول اعداد داخل پرانتز هر سلول، همبستگی و اعداد خارج از پرانتز نیز مجذور همبستگی برای هر جفت از سازه‌ها را نشان می‌دهد.  $p < 0.05$ ;  $p < 0.01$

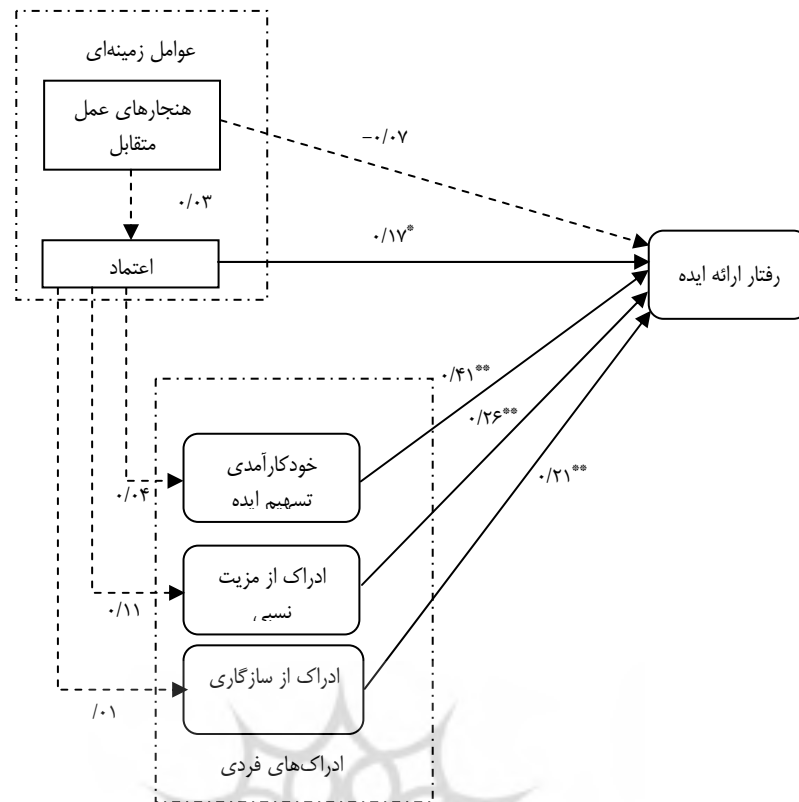
<sup>۱</sup> Nomological Validity

### آزمون مدل ساختاری

همان طور که در جدول (۱) نشان داده شده است، همه شاخص‌های برازش برای مدل ساختاری از مقدار قابل قبول تعیین شده بیشتر است، این امر بیانگر این است که مدل با داده‌ها به خوبی برازش دارد. نتایج آزمون فرضیه‌ها همراه با ضرایب مسیر و مقادیر معنی‌داری آن‌ها در شکل (۲) نشان داده شده است. همان طور که نشان داده شده است، اعتماد، تأثیر مثبتی ( $\beta=0.17, p<0.05$ ) بر رفتار ارائه ایده در نظام پیشنهادات سازمانی دارد اما تأثیر معنی‌داری بر سه سازه ادراک‌های فردی؛ یعنی، خودکارآمدی ارائه ایده، ادراک از مزیت نسبی و ادراک از سازگاری ندارد. در نتیجه، فرضیه ۳ تحقیق تأیید می‌شود و فرضیه‌های ۴، ۵ و ۶ از طریق این نتایج حمایت نمی‌شود. همچنین از بین سازه دیگر مربوط به عوامل زمینه‌ای، هنجارهای عمل متقابل تأثیر معنی‌داری بر رفتار ارائه ایده نداشته است، علاوه بر آن رابطه معنی‌داری با اعتماد نیز نداشته است. این نتایج فرضیه‌های ۱ و ۲ تحقیق حاضر را حمایت نمی‌کند. همان طور که مورد انتظار بود، سه سازه مربوط به ادراک‌های فردی؛ یعنی با خودکارآمدی ارائه ایده ( $\beta=0.41, p<0.01$ )، ادراک از مزیت نسبی ( $\beta=0.26, p<0.01$ ) و ادراک از سازگاری ( $\beta=0.21, p<0.01$ ) تأثیر معنی‌دار و مثبتی بر رفتار ارائه ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارند. به این ترتیب فرضیه‌های ۷، ۸ و ۹ تحقیق به صورت تجربی حمایت می‌شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این تحقیق، بررسی و تبیین رفتار ارائه ایده در نظام پیشنهادات سازمانی بود که به صورت مطالعه‌ی موردی، در شرکت مخابرات استان خراسان رضوی به انجام رسید. به این منظور، مدل نظری یکپارچه‌ای جهت بررسی و تبیین رابطه بین عوامل زمینه‌ای، فردی و رفتار ارائه ایده تدوین شد. عوامل زمینه‌ای شامل: هنجارهای عمل متقابل و اعتماد بود و عوامل فردی نیز شامل: خودکارآمدی در ارائه ایده، ادراک از مزیت نسبی و ادراک از سازگاری ارائه ایده به نظام پیشنهادات سازمانی بود. نتایج تخمین مدل ساختاری تحقیق، حمایت تجربی برای بیشتر قسمت‌های مدل نظری و برخی از فرضیات اصلی مربوطه را فراهم کرد. این مطالعه سه یافته‌ی مهم را فراهم کرد که نیازمند توجه از طرف سازمان‌های اجرایی که در جستجوی ایجاد یک نظام پیشنهادات برای ایده‌ها و دانش نوآورانه افراد و کارکنان خود هستند، می‌باشد:



\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

شکل ۲: تخمین معادلات ساختاری برای مدل پژوهشی

اول اینکه، هنجارهای عمل متقابل تأثیر منفی و غیرمعنی‌داری بر رفتار ارائه ایده به نظام پیشنهادات سازمانی داشت. این یافته به طور دقیق، متضاد با تحقیقات پیشین به ویژه در زمینه‌ی جوامع مجازی حرفه‌ای - که عمل متقابل برای ایجاد یک رابطه‌ی حمایتی و عمل جمعی پایدار ضروری است - می‌باشد (Putnam, 1995; Shumaker & Brownell, 1984). این نتیجه، مشابه با برخی یافته‌های پیشین (Lin; Hung & Chen, 2009; Wasko & Faraj, 2005; Chen & Hung, 2010) است که نشان دادند هنجارهای عمل متقابل یک پیش‌بینی کننده معنی‌دار برای عمل تسهیم دانش نیست. باید توجه داشت محیطی که نظام پیشنهادات سازمانی در آن عمل می‌کند، مستلزم حالت دو طرفه گرفتن و دادن اطلاعات نیست، بلکه افراد و کارکنان، ایده‌های نوآورانه خود را به نظام پیشنهادات ارائه می‌دهند و انتظاری نیز



برای یک عمل متقابل وجود ندارد. چنین محیطی بیشتر می‌تواند در یک بانک مجازی ایده که در محیط آنلاین به صورت حرفه‌ای عمل کند برقرار باشد. در محیط نظام پیشنهادات سازمانی، کنش متقابل، حالت عمومی دارد به جای اینکه حالت دو طرفه داشته باشد و افراد و کارکنان بر حسب وظیفه، تعهد یا انتظارات از دستاوردهای مشخصی (پاداش‌ها و ترفیع‌ها) عمل یک طرفه‌ی ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات را انجام می‌دهند. بنابراین، عمل مستقیم آنها (ارائه‌ی ایده) مبتنی بر انتظار از یک عمل متقابل (دریافت ایده) نیست (Wasko & Faraj, 2005). در واقع عمل متقابل عمومی زمانی اتفاق می‌افتد که دادن اطلاعات از طرف گیرنده‌ی اطلاعات مورد نظر نباشد (Ekeh, 1974). این موضوع بر خلاف ساختارهای مبتنی بر تسهیم دانش رو در رو بین افراد است که انتظار بر این است عمل متقابل دادن اطلاعات، دو طرفه باشد. بنابراین، ارائه‌ی پیشنهاد یا ایده‌ی نوآورانه به نظام پیشنهادات سازمانی یا بانک ایده‌ی سازمانی حالت عمومی دارد و عمل متقابل گرفتن اطلاعات مورد نظر نمی‌باشد. در حقیقت، چنین نتیجه‌ای ضرورت ایجاد یک محیط تعاملی میان افراد و کارکنان در نظام پیشنهادات سازمانی (با هر گونه ساختار مشابه آن مانند بانک مجازی ایده) و ارتقا سطوح تعامل میان افراد در محیط مجازی وب را آشکار می‌کند. این موضوع به ویژه در تحقیقات آینده باید مورد توجه قرار گیرد که آیا نظام پیشنهادات سازمانی یا ساختارهای مشابه آن مانند بانک مجازی ایده در سازمان از عمل متقابل ارائه‌ی ایده بین افراد تأثیر می‌گیرد یا خیر؟

دوم اینکه اعتماد، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر رفتار ارائه‌ی ایده داشت. این یافته در تحقیقات پیشین به طور کامل مورد تأکید قرار گرفته است (Chen & Hung, 2010; Lin; Hung & Chen, 2009). به علاوه، هنجارهای عمل متقابل نیز بر اعتماد تأثیر مثبتی داشت اما، این تأثیر معنی‌دار نبود. وجود اعتماد بین افراد درگیر در عملیات تسهیم دانش به جهت اینکه تمایل به ارائه‌ی اطلاعات را بیشتر می‌کند. ضروری است. هر چند در جوامع مجازی یا ساختارهای حرفه‌ای مشابه که در آن عمل متقابل دادن و گرفتن اطلاعات صورت می‌گیرد، هر نوع عمل متقابل تأثیر مثبت و تقویت‌کننده‌ای بر اعتماد افراد و کنشگران آن دارد اما، به دلایل تشریح شده در بالا چنین عمل متقابلی در نظام پیشنهادات سازمانی صورت نمی‌گیرد. بنابراین، لازم است شرایطی فراهم کرد تا این تسهیم اطلاعات به صورت دو طرفه صورت گیرد تا ضمن تقویت اعتماد افراد تأثیر مستقیم آن بر ارائه‌ی ایده نیز مورد استفاده قرار گیرد. تحقیقات پیشین تأثیر مثبت و معنی‌دار هنجار عمل متقابل بر ایجاد اعتماد در فرآیند تسهیم دانش را نشان داده‌اند (Blau, 1964; Lin; Hung & Chen, 2009). در این زمینه باید توجه داشت که هنگام تدوین و توسعه

ساختار نظام پیشنهادات و ایجاد یک بانک مجازی ایده‌ی حرفه‌ای، پیش‌بینی شرایطی که در آن عمل متقابل معاوضه‌ی اطلاعات صورت گیرد، ضروری است. وجود عمل متقابل به ویژه برای آغاز فرآیند تسهیم دانش در یک محیط حرفه‌ای بیشتر ضروری است. بدیهی است، در صورت وجود کنش متقابل هنگام معاوضه‌ی منابع و نوآوری‌های مولد در بین سازمان‌ها، اطمینان و اعتماد بیشتری بین افراد ایجاد می‌شود و تمایل آنها برای ارائه‌ی ایده و دانش خود بیشتر می‌شود (Tsai & Ghoshal, 1998).

سوم اینکه، نتایج نشان داد خودکارآمدی ارائه‌ی ایده، ادراک از مزیت نسبی و ادراک از سازگاری، تأثیر معنی‌دار مثبتی بر رفتار ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات پیشین (Hsu; Ju; Yen & Chang, 2007; Kankanhalli; Tan & Wei, 2005; Chen & Hung, 2010; Lin; Hung & Chen, 2009) مطابقت دارد. این نتایج، بیانگر این است که اعضایی که عمل ارائه‌ی ایده را انجام می‌دهند، علاوه بر این که توانایی و صلاحیت ارائه‌ی چنین ایده‌هایی را دارند، چنین عملی را در جهت دستیابی به اهداف فردی و بر اساس تجارب و آموخته‌های پیشین خود که با چنین محیطی سازگار است، انجام می‌دهند. چنین یافته‌هایی به درک بهتری از رفتار ارائه‌ی ایده‌ی افراد و کارکنان به نظام پیشنهادات سازمانی کمک می‌کند.

علیرغم این که عوامل زمینه‌ای می‌تواند تأثیر مستقیمی بر رفتار ارائه‌ی ایده داشته باشد اما، نتایج این تحقیق نشان داد که تأثیر آن از طریق ادراک‌های فردی معنی‌دار نیست (فرضیات ۴، ۵، و ۶). در واقع، به علت نوپا بودن فرهنگ ایده‌پردازی در شرکت مخابرات استان خراسان رضوی اعضای شرکت هنوز درگیر یک فرآیند مداوم ارائه‌ی ایده نشده بودند. به همین علت نسبت به توانایی خود برای ارائه‌ی پیشنهاداتی که برای سازمان ارزشمند باشد آگاهی کامل نداشتند (عدم تأیید فرضیه ۴). با توجه به اینکه در محیط صندوق پیشنهادات هنوز کنش‌های متقابل دریافت و ارائه‌ی ایده، توسعه نیافته بود. بنابراین، اعضا هنوز اعتماد کافی به مزیت‌ها و منافع آن به دست نیاورده بودند و نتوانسته بودند خود را با ارزش‌های دریافت و ارائه‌ی اطلاعات ارزشمند سازگار نمایند به همین علت تأثیر اعتماد بر دو سازه‌ی ادراک فردی (مزیت نسبی و سازگاری) حمایت نشد (عدم تأیید فرضیات ۵ و ۶).

### پیشنهادها

همانطور که نشان داده شده؛ هنگام عمل متقابل بر رفتار ارائه‌ی ایده، تأثیر غیرمستقیم از طریق سازه‌ی اعتماد داشت. بنابراین، لازم است که، مدیریت نظام پیشنهادات جهت موفقیت بهتر، یک فرهنگ تعاملی مثبت را بین افراد و کارکنان تقویت کند. این محیط تعاملی زمانی که با حمایت‌های مدیریتی و نظام

پاداش‌های سازمانی همراه باشد، ضمن تسهیل فرآیند تسهیم دانش، منجر به افزایش اعتماد شده و در نتیجه تمایل به ارائه ایده نیز تقویت می‌شود. مدیران سازمان به ویژه آنهایی که با نظام پیشنهادات ارتباط بیشتری دارند باید عمل متقابل را از طریق ارائه‌ی مشوق‌های مناسب ارتقا دهند. برای مثال: تخصیص امتیاز به هر فرد به ازای هر ایده، جهت ایجاد انگیزش در این زمینه موثر است. در واقع افرادی که امتیاز بیشتری داشته باشند اختیار دستیابی به اطلاعات بیشتری در نظام پیشنهادات را نیز داشته باشند. این امتیاز ویژه، در واقع اعتباری است که به ارائه دهندگان حرفه‌ای ایده تعلق می‌گیرد و موقعیت آنها را در سازمان مشخص می‌کند و تحکیم می‌بخشد. هنگامی که اعضا از مشارکت در عمل تسهیم دانش انتظار دریافت پاداش داشته باشند، بدیهی است که این عمل را افزایش خواهند داد (Tiwana & Bush, 2001). همان طور که گفته شد، اعتماد هم تأثیر مستقیمی بر رفتار ارائه‌ی ایده داشت. این امر بیانگر این است که اعتماد، نقش کلیدی در ارتقای رفتار ارائه‌ی ایده به نظام پیشنهادات سازمانی دارد. باید در نظر داشت که تسهیم ایده می‌تواند زمانی اتفاق بیافتد که اعضا تمایل به انجام چنین کاری داشته باشند. در واقع، اعتماد به حذف موانع تسهیم ایده کمک می‌کند. بدون اعتماد، همکاری و مساعدت لازم برای موفقیت در فرآیند تسهیم ایده صورت نخواهد گرفت. از این رو، برای موفقیت در فرآیند تسهیم ایده، مدیران نظام پیشنهادات باید سازوکارهای منسجمی را فراهم نمایند که کیفیت تعامل و روابط بین اعضا را بهبود بخشد. در این زمینه برگزاری جلسات رو در رو بین افراد فعال، دعوت از آموزشگران مجرب و همچنین افراد فعال در این زمینه، برای ارائه‌ی دانش و تجربیات خود به افراد و کارکنان سازمان، به عنوان یک روش خوب و موثر برای ارتقا کنش متقابل اجتماعی در بین اعضای سازمان، ضروری است. هم چنین مدیران می‌توانند اعتماد بین افراد و کارکنان سازمان را از طریق ترسیم چشم‌اندازهای مشترک، بحث و گفتگوهای دو طرفه، تضمین امنیت ایده‌ها و اطلاعات آنها تقویت کنند.

در نهایت، توجه به معنی‌داری خودکارآمدی، ادراک از مزیت نسبی و سازگاری به عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های مهم رفتار ارائه‌ی ایده، مدیران باید برخی تسهیلات مانند: برنامه‌های آموزش حین خدمت، سازوکارهای حمایتی و سایر برنامه‌های کمکی برای افزایش خودکارآمدی اعضا فراهم کنند تا آنها از اطمینان و اعتماد به نفس کافی برای تسهیم دانش و ایده خود برخوردار شوند. به علاوه، مدیریت باید به صورت فعالی اطلاعات مفیدی در مورد منافع تسهیم دانش و ایده به افراد ارائه کند تا آگاهی آن‌ها در این زمینه نیز ارتقا یابد.

## References

- Abrams, L. C.; Cross, R.; Lesser, E., & Levin, D. Z. (2003). Nurturing interpersonal trust in knowledge-sharing networks. *Academy of Management Executive*, 17(4), 64–77.
- Acs, Z. J.; Carlsson, B., & Karlsson, C. (1999). *The Linkages among entrepreneurship, SMEs and the Macro-economy*. Cambridge: Cambridge university press.
- Amabile, T. M. (1997). Motivating creativity in organizations: on doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40(1), 39-58.
- Amiri, B. R. (2010). Identifying factors affecting on the creation of Idea virtual bank. *M.s thesis, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran*. (in Persian).
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice. a review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411–423.
- Andrews, D. (2002). Audience-specific online community design. *Communications of the ACM*, 45(4), 64–68.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122-147.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. New York: W. H. freeman and company.
- Bentler, P. M. (1992). *EQS structural equations program manual*. Los Angeles: statistical software, Inc.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Bock, G. W., & Kim, Y. G. (2002). Breaking the myths of rewards: an exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Information Resource Management Journal*, 15(2), 14–21.
- Butler, B.; Sproull, L.; Kiesler, S., & Kraut, R. (2002). *Community effort in online groups: Who does the work and why*. In S. Weisband & L. Atwater (Eds.), *Leadership at a distance*. Mahwah, NJ: lawrence erlbaum publishers.
- 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*, 47, 226–236.
- Cheung, C. K., & Chan, C. M. (2000). Social-cognitive factors of donating money to charity, with special attention to an international relief organization. *Evaluation and Program Planning*, 23(2), 241–253.
- Chin, W. W. (1998). *The partial least squares approach to structural equation modeling*. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (295–366). Mahwah, NJ: lawrence erlbaum.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). *Computer self-efficacy development of a measure and initial test*. *MIS quarterly*, 19(2), 189–211.

- Constant, D.; Kiesler, S., & Sproull, L. (1994). What's mine is ours, or is it? a study of attitudes about information sharing. *Information Systems Research*, 5(4), 400–421.
- Constant, D.; Sproull, L., & Kiesler, S. (1996). The kindness of strangers: the usefulness of electronic weak ties for technical advice. *organization science*, 7(2), 119–135.
- Corritore, C. L.; Kracher, B., & Wiedenbeck, S. (2003). On-line trust: concepts, evolving themes, a model. *International Journal of Human-Computer Studies*, 58(6): 737-758.
- Corowther, J. (1995). *Oxford advanced Learner's*. Oxford university press. Oxford.
- davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: how organizations manage what they know*. Boston: harvard business school press.
- Deichmann, D., & van den Ende, J. (2009). Boomerang effect of network idea. *Conference on CBS - Copenhagen Business School*, Solbjerg plads 3 DK, frederiksberg, Denmark.
- Ekeh, P. P. (1974). *Social exchange theory: the two traditions*. Cambridge, MA: Harvard university press.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Gold, A. H.; Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge management: an organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214.
- Hair, J. F.; Anderson, R. L., & Tatham, W. C. (1998). *Multivariate data analysis with reading*. Upper saddle river, NJ: Prentice-Hall.
- Hall, H. (2001). Social exchanges for knowledge exchange. *paper presented at managing knowledge: conversations and critiques*. university of leicester management centre, 10–11.
- Halliday, L. (2001). An unprecedented opportunity. *Information World Review*, 167, 18-19.
- Hislop, D. (2003). Linking human resource management and knowledge management via commitment. *Employee Relations*, 25(2), 182–202.
- Hsu, M. H.; Ju, T. L.; Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: the relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65, 153–169.
- Igbaria, M., & Iivari, J. (1995). The effects of self-efficacy on computer usage. *Omega*, 23(6), 587–605.
- Jarvenpaa, S. (1998). Is anybody out there? antecedents of trust in global virtual teams. *Journal of Management Information Systems*, 14(4), 29–65.

Jashapara, A., & Tai, W. C. (2006). Understanding the complexity of human characteristics on e-learning systems: an integrated study of dynamic individual differences on user perceptions of ease of use. *Knowledge Management Research & Practice*, 4, 227–239.

Kalman, M. E. (1999). *The effects of organizational commitment and expected outcomes on the motivation to share discretionary information in a collaborative database: communication dilemmas and other serious games*. Unpublished Ph.D. thesis, university of Southern California, Los Angeles, CA.

Kankanhalli, A.; Tan, B. C. Y., & Wei, K. K. (2005). Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: an empirical investigation. *MIS Quarterly*, 29(1), 113–143.

KRTC (Khorasan Razavi Telecommunication Company). (2008). *Regulation of suggestions system for Khorasan Razavi telecommunication company*. KRTC publication. Mashhad. 3-11. (in Persian)

Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: legitimate peripheral participation*. Cambridge, MA: Cambridge university press.

Lin, M. J. J.; Hung, S. W., & Chen, C. J. (2009). Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities. *Computers in Human Behavior*, 25, 929–939.

Lindskold, S. (1978). Trust development, the GRIT proposal and the effects of conciliatory acts on conflict and cooperation. *Psychological Bulletin*, 85(4), 772–793.

Lucas, L. M. (2005). The impact of trust and reputation on the transfer of best practices. *Journal of Knowledge Management*, 9(4), 87–101.

Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 173–191.

Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.

Newton, K. (1997). Social capital and democracy. *American Behavioral Scientist*, 40(5), 575–589.

Palvia, P. (2009). The role of trust in e-commerce relational exchange: a unified model. *Information & Management*, 46(4), 213–220.

Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: an extension of the theory of planned behavior. *MIS Quarterly*, 30(1), 115–143.

Perez, E. (1999). Knowledge management in the library. *Database Magazine*, 22, 2-75.

Persaud, A. (2001). The knowledge gap. *Foreign affairs*, 80(2), 107-117.

Putnam, R. (1995). Tuning in, tuning out: the strange disappearance of social capital in America. *Political Science and Politics*, 66, 4–683.

- Ridings, C. M.; Gefen, D., & Arinze, B. (2002). Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *Journal of Strategic Information Systems*, 11, 271–295.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: free press.
- Sandstorm, C., & Bjork, J. (2008). *Idea management system for a changing innovation landscape*. center for business innovation, working paper series, 9, Chalmers university of technology, Göteborg, Sweden.
- Shumaker, S., & Brownell, A. (1984). Toward a theory of social support: closing conceptual gaps. *Journal of Social Issues*, 40(4), 11–36.
- Sia, C. L.; Teo, H. H.; Tan, B. C. Y., & Wei, K. K. (2004). Effects of environmental uncertainty on organizational intention to adopt distributed work arrangements. *IEEE Transaction on Engineering Management*, 51(3), 253–267.
- Smolensky, E., & Kleiner, B. (1995). How to train people to think more creatively. *Management Development Review*, 8(6), 28–33.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. New York: John Wiley.
- Tiwana, A., & Bush, A. (2001). A social exchange architecture for distributed web communities. *Journal of Knowledge Management*, 5(3), 242–248.
- Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: the role of intrafirm networks. *Academy of Management Journal*, 41, 464–478.
- Usoro, A.; Sharratt, M. W.; Tsui, E., & Shekhar, S. (2007). Trust as an antecedent to knowledge sharing in virtual communities of practice. *Knowledge Management Research & Practice*, 5(3), 199–212.
- Verhoef, P. C., & Langerak, F. (2001). Possible determinants of consumers' adoption of electronic grocery shopping in the Netherlands. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(5), 275–285.
- Wasko, M. M., & Faraj, S. (2000). It is what one does: why people participate and help others in electronic communities of practice. *Journal of Strategic Information Systems*, 9(2–3), 155–173.
- Wasko, M. M., & Faraj, S. (2005). Why should I share? examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS Quarterly*, 29(1), 35–58.
- Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of management Review*, 14(3), 361–384.
- Zhang, Y., & Hiltz, S. R. (2003). Factors that influence online relationship development in a knowledge sharing community. *In Proceedings of the ninth American conference on information systems*, 410–417.