

تاثیر فن آوری اطلاعات و شبکه های اجتماعی بر روی فرآیندهای مدیریت دانش در بانک قرض الحسنه مهر ایران

حسین عاشوری

کارشناس ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه پیام نور، مرکز پرند

چکیده

جهانی سازی و پیشرفت های تکنولوژیکی چالش های تجاری زیادی را به همراه داشته است. نوآوری در فن آوری، تقاضای خلاقیت را افزایش می دهد و با رشد سازمانها در ایجاد رقابت منحصر به فرد و ایجاد فرصتهای جدید برای تأمین نیازهای مشتری و ارتقا عملکرد سازمانی، به رشد رقابت در بازار کمک می کند. هدف این تحقیق بررسی تاثیر فن آوری اطلاعات و شبکه های اجتماعی بر روی فرآیندهای مدیریت دانش در بانک قرض الحسنه مهر ایران است. تحلیل آماری داده ها در بخش توصیفی با اس پی اس و در بخش استنباطی با استفاده از معادلات ساختاری و نرم افزار اسمارت پی ال اس ۳ انجام شده است. روش تحقیق توصیفی-پیمایشی و کاربردی و روش نمونه گیری در این پژوهش از نوع در دسترس است که از کلیه کارکنان بانک قرض الحسنه مهر ایران، اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی جمع آوری گردیده و در بهار ۱۴۰۰ انجام شده است. ابزار تحقیق پرسشنامه استاندارد بود که پس از اصلاح و نظر اساتید و خبرگان نهایی شد. بررسی پایایی پرسشنامه نیز با ضریب الفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تایید شد. یافته های حاصل از تحقیق، نشان داد که فناوری اطلاعات بر کسب، خلق، ذخیره، تسهیم و کاربرد دانش تاثیر دارد و شبکه های اجتماعی تاثیر معناداری بر کسب، خلق، ذخیره، تسهیم و کاربرد دانش تاثیر دارد. نتایج حاکی از این بود که کسب، خلق و ذخیره دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر ندارد اما تسهیم و کاربرد دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.

واژه های کلیدی: فناوری اطلاعات، شبکه های اجتماعی، عملکرد سازمانی

مقدمه

جهانی سازی و پیشرفت های تکنولوژیکی چالش های تجاری زیادی را به همراه داشته است. نوآوری در فن آوری، تقاضای خلاقیت را افزایش می دهد و با رشد سازمانها در ایجاد رقابت منحصر به فرد و ایجاد فرصتهای جدید برای تأمین نیازهای مشتری و ارتقا عملکرد سازمانی، به رشد رقابت در بازار کمک می کند فن آوری های اطلاعاتی و شبکه های اجتماعی باعث تغییر در روش های ارتباطی و تبادل دانش، محصولات و خدمات شده است. در صورت مقاومت در برابر سازگاری سریع با تغییرات پویای ناشی از جهانی شدن، توسعه فناوری یا سایر آشفته گیها، سازمانها با خطر از دست دادن مشتری و سهم خود در بازار روبرو هستند (چیم و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

جهانی سازی و پیشرفت های تکنولوژیکی چالش های تجاری بسیاری را به همراه داشته است. نوآوری در فن آوری، تقاضای خلاقیت را افزایش می دهد و با رشد سازمانها در ایجاد رقابت منحصر به فرد و ایجاد فرصتهای جدید برای تأمین نیازهای مشتری و ارتقا عملکرد سازمانی، به رشد رقابت در بازار کمک می کند (رادلیو-نین و سزاروکی^۲، ۲۰۱۹). فن آوری های اطلاعاتی و شبکه های اجتماعی فعال شده توسط فناوری، که به طور فعال توسط بیش از ۵۰ درصد از مردم جهان استفاده می شود، باعث تغییر در روش های ارتباطی و تبادل دانش، محصولات و خدمات شده است. در صورت مقاومت در برابر سازگاری سریع با تغییرات پویای ناشی از جهانی شدن، توسعه فناوری یا سایر آشفته گیها، سازمانها با خطر از دست دادن مشتری و سهم خود در بازار روبرو هستند. (چیم و همکاران^۳، ۲۰۱۷).

در زمینه جهانی سازی اقتصاد مبتنی بر دانش، توسعه فناوری و تحول، مدیریت دانش ابزاری کارآمد برای جستجوی اهداف سازمانی مطلوب، افزایش عملکرد سازمانی و ایجاد منحصر به فرد و رهبری بازار است. نظریه های مدیریت دانش و چرخه مدیریت دانش مبتنی بر فرآیند که از این نظریه ها شرح داده شده و مبانی بنیادی را برای مدیریت کارآمد پتانسیل دانش سازمان و ایجاد تصمیمات مدیریت دانش استراتژیک در یک محیط پویا و نامشخص با منابع سازمانی محدود ایجاد کرده اند (پاندی و همکاران^۴، ۲۰۱۸).

با توجه به نقش فناوری در تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و دانش شخصی به دانش سازمانی، نیاز به اتخاذ فن آوری های جدید و روش های مدیریت دانش تعاملی برای سازمان ها به عنوان یک الزام مطرح شد. این روش ها منجر به تأمین نیازهای مشتری پویا و دستیابی به اهداف مطلوب از طریق استفاده از قابلیت های سازمانی پویا می شود (تیس و همکاران^۵، ۲۰۱۶). بعلاوه، در چارچوب اقتصادهای در حال توسعه، این نیاز به دلیل ویژگی یک محیط تسریع کننده و در حال توسعه سریعتر آشکارتر می شود (الشمسی و اجمل^۶، ۲۰۱۸). بنابراین، تحقیق در مورد رابطه بین عوامل تکنولوژیکی مانند فن آوری های اطلاعاتی و فن آوری - شبکه های اجتماعی فعال در سازمان ها و چرخه مدیریت دانش کارآمد برای کشورهای در حال توسعه ضروری شد. مطالعات مرتبط در کشورهای در حال توسعه هنوز کم است و نتایج تحقیقات نشان می دهد که تقریباً نیمی از منابع دانش موجود به درستی برای دستیابی به اهداف سازمانی، بهبود عملکرد سازمانی و توسعه زیرساخت های دانش و

¹ Chhim et al² Raudeliu-niene and Szarucki³ Chhim et al⁴ Pandey et al⁵ Teece et al.⁶ Al Shamsi and Ajmal

نوآوری در سازمان‌ها استفاده نمی‌شود (توماپودی^۱، ۲۰۱۶). در نتیجه، شرکت‌ها می‌توانند از دانش و تکنیک‌های موجود برای پرداختن به مشکلات مشتریان خود استفاده کنند. بنابراین، پیشرفت فن‌آوری به عنوان یک عامل مهم در نظر گرفته می‌شود که فعالیت‌های شرکت را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد، که در آن همه فرایندها در حال حاضر از طریق استفاده از فن‌آوری و نرم‌افزار انجام می‌شوند. دانشمندان و حرفه‌های مختلف چرخه‌های مختلفی از مدیریت دانش را تجزیه و تحلیل می‌کنند و بین ترکیبات مختلف فرآیندهای مدیریت دانش تمایز قایل می‌شوند. بنابراین، تحقیقات درباره رابطه میان عوامل تکنولوژیکی از قبیل فن‌آوری اطلاعات و شبکه‌های اجتماعی مجهز به تکنولوژی در سازمان‌ها و چرخه مدیریت دانش کارآمد برای کشورهای در حال توسعه ضروری است. برای رقابت با سازمان‌هایی که قبلاً با موفقیت اصول مدیریت دانش جهانی را به کار گرفته‌اند، محققین از شرکت‌ها کشورهای در حال توسعه استفاده می‌کنند تا از تکنیک‌های مدیریت دانش استفاده کنند تا افراد بتوانند از دانش و تکنیک‌های موجود برای پاسخگویی استفاده کنند. از مشکلاتی که مشتریان شما با آن مواجه هستند، سود می‌برند. با توجه به اینکه بانک قرض الحسنه مهر ایران، اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی بانک مهر ایران در سال‌های اخیر با مشکل عملکرد سازمانی مواجه شده و عملکرد آنان نسبت به قبل کاهش یافته است و مدیران این سازمان در جهت رفع آن مشکل هستند در این تحقیق برآنیم تا به تاثیر فن‌آوری اطلاعات و شبکه‌های اجتماعی بر روی فرآیندهای مدیریت دانش در این بانک بپردازیم.

فناوری اطلاعات

فن‌آوری اطلاعات شاخه‌ای از تکنولوژی است که از سخت‌افزار و نرم‌افزار برای مطالعه و استفاده از داده‌ها و پردازش آن در زمینه‌های ذخیره‌سازی، دستکاری، انتقال، مدیریت، ارزیابی، تبادل، کنترل، و پردازش خودکار داده‌ها استفاده می‌کند (صمدیان و مدیری، ۱۳۹۳).

پیشرفت‌ها در فن‌آوری اطلاعات به طور قابل‌توجهی اشتراک اطلاعات سازمانی داخلی و خارجی را بهبود می‌بخشد. شرکت‌هایی که از طریق فن‌آوری اطلاعات مزیت رقابتی کسب می‌کنند. آن‌ها همچنین یاد گرفته‌اند که منابع IT موجود را با قابلیت‌های کامل IT ترکیب کنند. باردوینج منابع IT را از سه دیدگاه مورد بررسی قرار داد: زیرساخت فن‌آوری اطلاعات، منابع انسانی فن‌آوری اطلاعات، و فن‌آوری اطلاعات نامشهود، و نتیجه‌گیری کرد که استفاده موثر و موثر از IT عامل مهمی در تشخیص شرکت‌های موفق از شرکت‌ها کم‌تر موفق است. (عالم تبریز و عباسی، ۱۳۹۵). فناوری اطلاعات، برای انتقال و پردازش اطلاعات لازم برای تصمیمات هم‌زمان می‌تواند به عنوان ستون فقرات ساختار کسب و کار زنجیره تأمین باشد (کنت^۲ و ملترز، ۲۰۰۳). پیشرفت‌ها در فن‌آوری اطلاعات در طول یک دهه گذشته، به سرعت صورت صنعت را تغییر داده‌است. به اشتراک گذاری اطلاعات چشم‌انداز آتی شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد، برنامه‌ریزی تولید، مدیریت موجودی و توزیع را بهبود می‌بخشد. این هم‌کاری با وجود یک سیستم IT کارآمد و کارآمد تسهیل شده‌است. شرکت بدون تمرکز بر توانایی‌های IT ممکن است متحمل هزینه‌های اندک شود. منابع داخلی و قابلیت‌های IT یک شرکت باید از نظر ارزش، کمیابی و تقلید از این منابع و قابلیت‌ها مورد بررسی قرار گیرد (عالم تبریز و عباسی، ۱۳۹۵).

قابلیت‌های فناوری اطلاعات به سه دسته، طبقه‌بندی شده‌اند: ۱. داخل - خارج ۲. خارج - داخل ۳. پوشا. در قابلیت داخل - خارج، داخل شرکت در پاسخ به نیاز بازار و فرصت‌ها گسترش پیدا می‌کند و بر داخل شرکت متمرکز است (مثل توسعه

¹ Tummapudi

² - Kent

فناوری). قابلیت خارج داخل یک قابلیت خارج گراست؛ پیشبینی نیازهای بازار را موردتاکید قرار میدهد، روابط با دوام با مشتری ایجاد می کند و رقبا را شناسایی میکند (به عنوان مثال: پاسخ دهی به بازار و مدیریت روابط خارجی). قابلیت پوشا شامل هر دو تجزیه و تحلیل داخلی و خارجی که نیاز به ادغام قابلیت های داخل خارج و خارج داخل است (وید^۱ و هلند، ۲۰۰۴). فینی و ویلکاکس در سال ۱۹۹۸ قابلیت هسته ای برای فناوری اطلاعات ارائه دادند: رهبری تلفیق سامانه های، اطلاعاتی و فناوری اطلاعات، سامانه های تجاری متفکر تصور فرآیند کسب و کاری که فناوری ممکن می سازد، به دست آوردن کسب و کار سازنده درگیر موضوعات سامانه های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات، برنامه ریزی / طرح ریزی معماری ایجاد طرح منسجم برای پلت فرمهای فنی که پاسخگوی نیازهای فعلی و آینده کسب و کار باشند، ایجاد فناوری شغل / کار دستیابی سریع به پیشرفت فنی، خرید آگاهانه مدیریت منابع راهبردی سامانه های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات جهت دستیابی به منافع تجاری، تسهیل قرارداد حصول اطمینان از موفقیت قراردادهای موجود خدمات سامانه های اطلاعاتی / فناوری اطلاعات، نظارت بر قرارداد حفاظت از موقعیت قرارداد تجاری فعلی و آینده، گسترش فروشندگان شناسایی ارزش افزوده بالقوه تأمین کننده های خدمات سامانه های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات آن ها اظهارنظر داشتند که این قابلیت ها برای پاسخگویی به ۳ چالش عمده ۱. اتحاد تجاری و چشم انداز فناوری اطلاعات ۲. ارائه خدمات فناوری اطلاعات ۳. طراحی معماری فناوری اطلاعات برای سازمانها ضروری است (عالم تبریز و عباسی، ۱۳۹۵).

شبکه های اجتماعی

شبکه اجتماعی، ساختاری اجتماعی متشکل از افرادی است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی ها به هم متصل اند. برای مثال شبکه دوستان و آشنایان، شبکه خویشاوندی، شبکه همکاران و همسالان و سایر شبکه های واقعی و مجازی که در دنیای مدرن امروزی با توجه به گسترش روزافزون فناوری ارتباطات تقسیم بندی عمیق و در عین حال تنگاتنگی را تشکیل داده اند. حضور افراد در شبکه های اجتماعی، احتمال مشارکت ها و کنش های اجتماعی را در افراد افزایش می دهد. پس هرچه پیوند افراد و اعضا در شبکه ها، بیشتر و انبوه تر باشد، همراهی، تعاملات، نزدیکی دیدگاه ها، حرکت همسو و مشترک، محتمل تر خواهد شد. در یک شبکه اجتماعی، افراد هم اهداف سیاسی و هم اهداف شخصی را پیگیری می کنند، البته با دیگر افراد و سازمان ها نیز تعاملی چندگانه برقرار می کنند. ضمن اینکه، تماس ها و ارتباط های شخصی، مانند وسیله ای برای پیوند دادن سازمان ها و گروه ها عمل می کنند. بنابراین در این پیوندها فارغ از وابستگی ها و اشتراکات، مسئله گرایش به اعضای شبکه به مثابه تداوم تعاملات مطرح می گردد. استفاده از شبکه های اجتماعی همچنین کسب و کارها، شرکای آن ها و مشتریان آن ها را قادر می سازد تا مسائلی مانند کیفیت خدمات، سرعت تحویل و غیره را بهبود بخشد و مسائلی مانند هزینه ها را کاهش دهد. بازاریابی الکترونیکی یکی از ابزارهای بازاریابی جدید است که در نتیجه ظهور پدیده فناوری اطلاعات و ارتباطات و مهم ترین ابزار آن یعنی اینترنت و تاثیرات عمیق و توسعه فرآیندهای کسب و کار ایجاد شده است. به طور کلی، شبکه های اجتماعی ساختارهای اجتماعی متشکل از گره هایی هستند که معمولاً با یک یا چند نوع از روابط مانند تبادلات مالی، دوستی، کسب و کار، احساسات، پیش داوری ها، سرگرمی ها و عادات مرتبط هستند. شبکه های اجتماعی افراد را با علایق مختلف مرتبط می کنند (دیویس و کرانستون^۲، ۲۰۰۸).

¹ - Wade

² Davies & Cranston, 2008

پیدایش مفهوم مدیریت دانش

اگرچه عبارت "مدیریت دانش" اولین بار توسط کارل ویگ در سال ۱۹۸۶ در یک کنفرانس سوییسی مورد حمایت سازمان بین‌المللی کار سازمان ملل مورد استفاده قرار گرفت. ریشه‌های آن در سال ۱۹۳۸ و زمانی آغاز شد که ولز مفهوم مشابهی را در دیدگاه خود از "مغز جهانی" توصیف کرد، اگرچه ولز هرگز از اصطلاح "مدیریت دانش" استفاده نکرده است، اما واژه "مغز جهانی"، "یک سازمان جهانی و شفاف‌سازی دانش و ایده‌ها" است که به سازماندهی فکری دانش جمعی ما کمک می‌کند. چشم انداز ولز از "مغز جهانی" بسیاری از ویژگی‌های مطلوب شبکه جهانی وب امروزی را در بر می‌گیرد، در حالی که به راحتی می‌توان تمام جهان را در قالب سازمانی به صورت یک شبکه داخلی به کار برد (دراکر^۱، ۱۹۶۹).

کنابداران، فیلسوفان، معلمان و نویسندگان از بسیاری اصطلاحات و تکنیک‌های مشابه استفاده کرده‌اند. با این حال، مفهوم مدیریت دانش در طول دهه ۱۹۷۰ به شکوفایی رسید و به خصوص در دهه ۱۹۸۰ که کسب و کارها در ایالات متحده شروع به تمرکز بر بهبود عملکرد و کاربرد مدیریت کیفیت جامع کردند. در اوایل دهه ۱۹۹۰، اصطلاحات "کار دانش" و "کارگر دانشی" توسط پیتر دراگر در مباحث نقش دانش در سازمان‌ها استفاده شد. او اولین کسی بود که عبارت "کارگر دانش" را بدست آورد و اشاره کرد که اقتصاد ایالات متحده از یک اقتصاد تولید به اقتصاد دانش تغییر کرده است که منبع اصلی آن دانش است نه سرمایه. این نقطه شروع یک اقتصاد مبتنی بر بازار در حال ظهور بود که مخالف یک اقتصاد مبتنی بر محصول بود. در اوایل دهه ۱۹۸۰، محققان در دانشگاه MIT و استنفورد امکان خلق، استفاده و انتشار دانش در شرکت‌ها را داشتند. این اولین قدم اساسی در تکامل مفهوم مدیریت دانش بود که امروزه شناخته شده است. ایده آگاهی از دارایی شرکت هنوز به دست نیامده بود و تا دهه ۱۹۷۰ بود که شرکت‌ها حقیقتاً به شناخت ارزش پرداختند. در طول دهه‌های ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰، شرکت‌ها مفهوم مهندسی مجدد را مطرح کردند. این مفهوم یک تجدید نظر اساسی و طراحی مجدد بنیادی فرآیندهای تجارت به منظور دستیابی به اهداف چشمگیر در حوزه‌های حساس مانند هزینه، کیفیت، خدمت و سرعت بود. بدین ترتیب مهندسی مجدد اساساً مسیر کار را تغییر داد و سازماندهی شد. از هم‌کاری، آموزش متقابل و تکنولوژی استفاده می‌شد. با این حال، ایام بیکوف در توسعه فن‌آوری بود که منجر به تمرکز زدایی بر مردم شد و کوچک‌سازی در عمل قرار گرفت. (رالف^۲، ۲۰۰۸).

فرایندهای مدیریت دانش

در این قسمت پنج مورد از آن‌ها فعالیت‌هایی که هر یک مستقیماً روی یک منبع دانش کار می‌کند و آن را به شکلی دستکاری می‌کند و به عنوان فرایندهای مدیریت دانش هستند، بیان می‌شود:

* اکتساب دانش: فعالیتی که در آن یک پردازشگر (ها) دانش را در محیط سازمان شناسایی می‌کند، آن را تسخیر می‌کند، و آن را در ارائه مناسب انتقال به سایر فعالیت‌های مدیریت دانش فراهم می‌کند. منبع دانش ممکن است نیاز به جبران یا تعهد از پردازشگر به عنوان یک شرط برای شناسایی و یا ثبت داشته باشد.

* همگونی دانش: فعالیتی که در آن یک پردازشگر (ها) منابع دانش سازمان را تغییر می‌دهد و منجر به یادگیری می‌شود. این تغییر ممکن است به صورت جمعی، با خرید، با خرید یا تجدید ساختار نحوه سازماندهی منابع باشد. فیلترهای پردازشگر، صفحات، و تمیزی دانش را تمیز می‌کنند. همانندسازی شامل هدف قرار دادن منابع دانش است (برای مثال، آن‌هایی از یک

¹ - Drucker

² - Ralph

جامعه پردازشگر در مقابل یک مخزن مرکزی)، سازماندهی دانش به نمایش‌های مناسب برای اهداف، و انتقال این نمایش‌های به اهدافشان.

* انتخاب دانش: فعالیتی که در آن یک پردازشگر (ها) دانش را در یک پایگاه موجود از منابع دانش شناسایی می‌کند، آن را می‌گیرد و آن را در یک نمایش مناسب برای فعالیت مدیریت دانش که به آن نیاز دارد منتقل می‌کند. سازمان ممکن است نیازمند نوعی پاک‌سازی امنیتی توسط پردازشگر به عنوان یک شرط برای شناسایی و یا ثبت باشد.

* تولید دانش: فعالیتی که در آن یک پردازشگر (ها) دانش را در زمینه منابع دانش موجود کشف می‌کند و این دانش را در یک نمایش مناسب به یک فعالیت مناسب منتقل می‌کند. نتایج حاصل از تولید، تعاریف مسئله یا راه‌حل‌های مسئله - با مشکلات مربوط به طبقه‌بندی حس، تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیری و تصمیم‌گیری است. پردازشگر بر انتخاب و / یا فعالیت‌های اکتساب در اختیار دانش موردنیاز است. دانش رویه‌ای و / یا استدلال برای هدایت یا هدایت فعالیت‌های تولید مهم است. پردازشگر همچنین متکی به مهارت‌های ذاتی خود برای ایجاد، تحلیل و سازماندهی است.

* انتشار دانش: فعالیتی که در آن یک پردازشگر (ها) بخشی از دانش سازمان را، از طریق یک نمایش مناسب، به یک عنصر هدف (های) محیط آن تبدیل می‌کند. فعالیت نشر دانش منوط به محدودیت‌های امنیتی است. هدف ممکن است جبران بخشی یا تعهد به سازمان به عنوان یک شرط برای نشر دانش باشد (وو و هولزپل^۱، ۲۰۱۳).

پیشینه تحقیق

طحان پور و آرائی (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان "بررسی تأثیر توانمندسازهای مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی فرایند ایجاد دانش و نقش تعدیلگر سبک‌های تصمیم‌گیری" به بررسی تأثیر توانمندسازهای مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی فرایند ایجاد دانش و نقش تعدیلگر سبک‌های تصمیم‌گیری پرداختند. روش تحقیق، توصیفی از نوع پیمایشی و جامعه آماری کلیه کارکنان سازمان امور مالیاتی کشور شامل ۳۱۵ نفر می‌باشد که حجم نمونه آن بر اساس فرمول کوکران، ۱۷۳ نفر تعیین و نرمال بودن توزیع داده‌ها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنف در سطح خطای ۵٪ تأیید شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد می‌باشد که پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ و روایی صوری و محتوایی آن با شاخص CVI و CVR بررسی شد. تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به ضرایب مسیر از روش معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS نشان داد که توانمندسازهای مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی فرایند ایجاد دانش تأثیر دارد و متغیر سبک‌های تصمیم‌گیری شهودی و عقلایی رابطه فرایند ایجاد دانش و عملکرد سازمانی را به شکل معناداری تعدیل می‌کند.

امیرفخریان و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان "اطلاعات رسانه اجتماعی و مدیریت دانش در سازمان دهی هوشمند" بیان کردند فن آوری‌های اجتماعی می‌تواند یک ابزار قوی برای سازمانها جهت مدیریت جنبش اطلاعات باشد و موجب تغییر در مدیریت دانش سیستم (KM) آنها شود که پس از آن می‌تواند به بهبود عملکرد آنها مرتبط شود. در این مقاله، رشد رسانه‌های اجتماعی در سازمان‌ها مورد بررسی قرار گرفته است، و توجه به تأثیر آن بر روی اشتراک دانش در یک نوع خاص از سیستم‌های مدیریت دانش - (KM) گروه‌های تمرین (CoP) بحث گروهی (KMDG) شده است. در این مقاله به ابزار KM تمرکز شده است چرا که برای کارکنان یک فرصت استراتژیک دسترسی به گروه‌های مختلف مردم در COP خودشان

¹ - Wu & Holsapple

را فراهم می آورد، و به شرکت در تبادل اطلاعات و ارتباطات منجر می شود. با استفاده از روش تحلیل محتوا، ما دو مکانیزم میانی اطلاعات (غنای اطلاعات و ارتباطات غیررسمی) که KMDGs رسانه های اجتماعی را برای تولید تئوریزه می کند و اثرات کمی آنها را در بهره وری نیروی کار و بازگشت دارایی بررسی میکند را مورد توجه قرار داده ایم. یافته های ما شواهدی از مثبت بودن KMDG در ارائه عملکرد سازمانی از طریق اطلاعات جاسازی شده و ارتباطات اجتماعی است.

خداداد حسینی و لاجوردی (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان " بررسی تأثیر فناوری اطلاعات، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی بر عملکرد سازمانی" به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی بر عملکرد سازمانی در سازمان عقیدتی سیاسی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح پرداختند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ شیوه انجام آن توصیفی - پیمایشی است. به منظور جمع آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد تهیه و پس از بررسی روایی و پایایی پرسشنامه بین اعضای نمونه آماری که متشکل از کلیه کارمندان، کارکنان و کارشناسان سازمان عقیدتی سیاسی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح بود توزیع شد. فرضیه ها به کمک دو نرم افزار SPSS و PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحلیل ها نشان داد فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش و یادگیری سازمانی مؤثر است. همچنین مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی مؤثر است و یادگیری سازمانی نیز بر عملکرد سازمانی در سازمان عقیدتی سیاسی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح تأثیرگذار است.

کرداب و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان " نقش واسطه ای مدیریت دانش در رابطه بین یادگیری سازمانی و عملکرد سازمانی پایدار " بیان کردند سازمان هایی که در بخش دانش بنیان فشرده فعالیت می کنند، به دنبال رویکردهای مدیریت کارآمد و شیوه های توسعه پایدار هستند تا بتوانند در محیط کسب و کار پویا عملکرد مطلوبی داشته باشند. جمع آوری داده ها از طریق یک پرسشنامه ساختاری توزیع شده در میان کارشناسان حسابرسی که در یک بخش دانش بنیان کار می کنند - شرکت های حسابرسی و مشاوره در منطقه خاورمیانه. نتایج تحقیق از این فرضیه ها پشتیبانی می کند که بیان می کند یادگیری سازمانی بر کسب دانش، ذخیره سازی، اشتراک گذاری، فرایندهای کاربردی و عملکرد سازمانی پایدار تأثیر مثبت می گذارد. با این حال، نتایج تأیید کرد که یادگیری سازمانی تأثیر ناچیزی بر روند ایجاد دانش شرکت های مشاوره در خاورمیانه دارد.

آلادوان و آلادوان^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان " تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی: یک مطالعه میدانی در گروه Safeway در اردن " به سنجش تأثیر مدیریت دانش (KM) بر عملکرد سازمانی گروه Safeway در اردن پرداختند. این یک رویکرد توصیفی تحلیلی را برای رسیدن به اهداف جستجو شده اتخاذ می کند. از یک نظر سنجی استفاده کرد. فرم های پرسشنامه به ۱۷۲ مدیر گروه ها، معاونین و روسای شعب بازارهای Safeway توزیع شد. ۱۵۷ فرم پرسشنامه بازیابی شد. ابعاد مدیریت دانش به طور مشترک (کسب دانش، ذخیره دانش، استفاده از دانش، اشتراک دانش) به طور قابل توجهی تأثیر می گذارد - در سطح معنی داری ($\alpha = 0.05$) ابعاد عملکرد سازمانی به طور مشترک (اتمام کار، کیفیت کار، مقدار کار). محقق توصیه می کند آگاهی رهبران مدیریت ارشد در گروه Safeway در مورد اهمیت مدیریت دانش را ارتقا دهد. KM برای تأمین کنندگان و مشتریان مهم است زیرا آنها مسئول تأمین منابعی برای گروه دوم هستند که سازمان را قادر می سازد تا به تعالی و یک رقابت پایدار برسد.

¹ Kordab et al

² Aladwan & Aladwan

کاسکلان و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان "تعامل بین رسانه های اجتماعی، مدیریت دانش و کیفیت خدمات: یک تحلیل درخت تصمیم" به منظور روشن کردن این زمینه، سه هدف را تعریف کردند. این مطالعه نشان داده است که: (i) فعالیتهای مشتری SM بیشترین اهمیت را در ساخت KM کارآمد دارند. (ii) توابع KM با کیفیت کلی خدمات فناوری اطلاعات مرتبط است و (iii) آن گزینه ها و فعالیت های SM مشخص شده است که اهمیت آنها برای ارزیابی کیفیت خدمات IT به طور غیر مستقیم از طریق KM منتقل می شود. این مقاله شواهد تجربی جدیدی را ارائه می دهد که می تواند به درک بهتری از نقش KM در KIBS منجر شود. با تشکر از یافته های به دست آمده، مدیران قادر خواهند بود اهداف شرکت های خود را در رابطه با استفاده از SM تعریف کنند، به طور خاص: ارائه آنها در مورد SM، نظارت بر نتایج SM، استفاده از روشهای KM آنها و در نتیجه تعریف استراتژی هایی برای افزایش کیفیت خدمات IT که ارائه می دهند.

نارازاکی و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان "رسانه های اجتماعی در مدیریت دانش" بیان کردند تا به امروز، تحقیق در مورد رسانه های اجتماعی مستقل (SM) در فرآیندهای مدیریت دانش جداگانه (KM) فاقد است. با توجه به اینکه پیوند پیچیده و چندوجهی بین SM و KM وجود دارد، می توان با تحقیقات جامع این خلا را پر کرد. این مقاله با استفاده از یک مرور منظم ادبیات متشکل از مقالاتی که طی ۱۰ سال گذشته در ژورنال های سطح بالای KM منتشر شده است، این موضوع را بررسی کرد. این نتایج شش بعد یا نقش SM در KM را ایجاد می کند: (الف) مبانی ایدئولوژیک و فناوری، (ب) تلاش، (ج) فرآیند KM، (د) زیرساخت ها، (الف) سیستم سازی و (و) کاربرد SM. این تحقیق علاوه بر برجسته سازی نقش SM در پویایی KM، یک قیف دانش جامع نیز ایجاد کرده است که یک قیف دانش سه بعدی است که دانش یکپارچه ای را با ساختار سازمانی، زیرساخت های فن آوری، افراد و جریان دانش ارائه می دهد.

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر از نظر هدف توسعه و کاربردی است. زیرا هدف آن ارتقاء و بهبود عملکرد سازمانی در بانک قرض الحسنه مهر ایران است. پژوهش حاضر یک پژوهش توصیفی - پیمایشی بود؛ از این جهت توصیفی می است که پدیده های مختلفی همچون "کسب دانش"، "خلق دانش"، "ذخیره دانش"، "اشتراک دانش"، "کاربرد دانش"، "فناوری اطلاعات"، "شبکه های اجتماعی" و "عملکرد سازمانی" را همانطور که هست تشریح می کند نه آنطور که باید باشد؛ یعنی بدون دخالت و دستکاری توضیح داده می شود، و به همین دلیل، آن یک پیمایشی است که متغیرهای ذکر شده در بالا را توسط پرسشنامه مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می دهد. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان بانک قرض الحسنه مهر ایران (اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی بانک مهر ایران) بود. از آن جا که تعداد کارکنان بانک قرض الحسنه مهر حدوداً ۲۵۰ نفر می باشد که تعداد آن ها با استفاده از فرمول کوکران با جامعه محدود تعداد ۱۵۱ نفر بدست آمد. نمونه گیری در دسترس استفاده گردید.

روش و ابزار جمع آوری اطلاعات

در پژوهش حاضر به منظور آشنایی با ادبیات، پیشینه، موضوع و متغیر های پژوهش از روش کتابخانه ای استفاده می گردد؛ در واقع در پژوهش حاضر ابتدا به تجسم و واضح سازی ۸ متغیر "کسب دانش"، "خلق دانش"، "ذخیره دانش"، "اشتراک

¹ Kašćelan et al

² Narazaki et al

دانش"، "کاربرد دانش"، "فناوری اطلاعات"، "شبکه های اجتماعی" و "عملکرد سازمانی" پرداخته شد و سپس مدلها و تعاریف این متغیرها مورد بررسی قرار گرفت و پیشینه آنها بررسی گردید. در بخش میدانی از پرسشنامه استاندارد رادلیو-نین و همکاران (۲۰۲۰) استفاده گردید؛ این پرسشنامه ها دارای طیف لیکرت پنج درجه ای به این صورت بودند: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱). روایی و پایایی پرسشنامه نیز باید مورد بررسی قرار گرفت؛ به منظور بررسی روایی پرسشنامه از نظر اساتید، خبرگان و دانشگاهیان استفاده شده است و به منظور تعیین پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. برای سنجش روایی از روایی محتوایی و روایی سازه استفاده گردید.

تجزیه و تحلیل داده های تحقیق

در این بخش، پرسشنامه توزیعی بین نمونه آماری جمع آوری شده از کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی مورد بررسی قرار گرفت. آمار توصیفی برای متغیرهای جمعیت شناختی پرسشنامه با استفاده از نرم افزار SPSS و متغیرهای تحقیق مانند میانگین، مد، میانه، انحراف معیار و واریانس انجام شد. در بخش آمار استنباطی مدل معادلات ساختاری برای اندازه گیری مدل و آزمون فرضیات از نرم افزار SMART PLS 3.0 استفاده شده است.

آمار توصیفی

تحلیل توصیفی داده ها برای متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای اصلی با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شده است. ۱۶۰ پرسشنامه میان کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی توزیع شد که نتایج جمع آوری داده های پرسشنامه هایی که دارای اعتبار جهت تحلیل بود، ۱۵۶ پرسشنامه بود و تقریباً جمع آوری پرسشنامه ها یک ماه طول کشید. در ادامه به آزمون متغیرهای جمعیت شناختی نمونه آماری پرداخته شده است. از ۱۵۶ نفر که به پرسشنامه پاسخ دادند، ۶۶ نفر زن و ۹۰ نفر مرد بودند که فراوانی و درصد کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی در جدول ۱ فراوانی جنسیت کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی ارائه شده است. نتایج نشان داد که تعداد کارمندان مرد در این بانک بیشتر از زنان بود.

جدول ۱ فراوانی و درصد جنسیت کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۵۷/۷
	زن	۴۲/۳
	کل	۱۰۰
	۱۵۶	

نتایج حاصل از تحلیل پرسشنامه های توزیع شده میان کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی نشان داد که افراد بین ۲۵ تا ۳۴ سال بیشترین تعداد در کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی بوده اند. جدول ۲ فراوانی و درصد سن کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی است.

جدول ۲ فراوانی و درصد سن کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی

درصد	فراوانی	متغیر	بازه سنی
۱۲/۲	۱۹	۱۸-۲۴	
۳۴	۵۳	۲۵-۳۴	
۲۷/۶	۴۳	۳۵-۴۴	
۱۷/۹	۲۸	۴۵-۵۴	
۸/۳	۱۳	بالای ۵۵ سال	
۱۰۰	۱۵۶	کل	

نتایج نشان داد که اکثریت کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی دارای مدرک دانشگاهی لیسانس بوده‌اند. جدول ۳ فراوانی و درصد تحصیلات کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی است.

جدول ۳ فراوانی و درصد تحصیلات کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی

درصد	فراوانی	متغیر	تحصیلات
۰	۰	زیر دیپلم و دیپلم	
۰	۰	فوق دیپلم	
۶۱/۵	۹۶	لیسانس	
۲۵/۶	۴۰	فوق لیسانس	
۱۲/۸	۲۰	دکتری	
۱۰۰	۱۵۶	کل	

آمار توصیفی برای متغیرهای اصلی تحقیق

تحلیل توصیفی متغیرهای تحقیق پرسشنامه در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴ تحلیل توصیفی متغیرها

ابعاد	تعداد	میانگین	میانه	مد	انحراف معیار	واریانس
فناوری اطلاعات	۱۵۶	۳/۴۱	۳/۴	۳/۴	۰/۷۹۳	۰/۶۳۰
شبکه های اجتماعی	۱۵۶	۲/۹۰	۲/۸	۲/۴	۰/۹۲۲	۰/۸۵۰
اکتساب دانش	۱۵۶	۳/۷۷	۴	۴	۰/۹۰۹	۰/۸۲۶
خلق دانش	۱۵۶	۳/۷۰	۳/۶۶	۳/۶۷	۰/۸۵۴	۰/۷۳۰
ذخیره دانش	۱۵۶	۳/۱۶	۳/۳۳	۳/۳۳	۰/۹۶۷	۰/۹۳۵

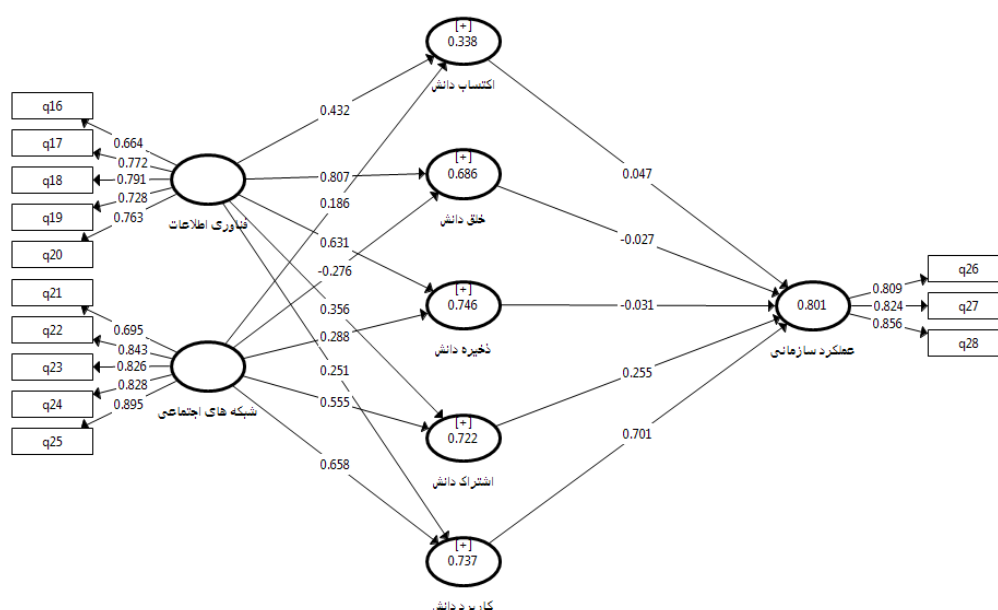
۰/۸۴۹	۰/۹۲۱	۲/۶۷	۳	۳/۰۱	۱۵۶	اشتراک دانش
۰/۹۴۷	۰/۹۷۳	۲/۳۳	۲/۶۶	۲/۸۳	۱۵۶	کاربرد دانش
۰/۸۲۳	۰/۹۰۷	۳	۲/۶۶	۲/۷۲	۱۵۶	عملکرد سازمانی

براساس جدول ۴، ۱۵۶ پاسخ کارکنان بانک قرض الحسنه مهر در اداره کل فناوری اطلاعات و سرپرستی به پرسشنامه دارای اعتبار جهت تحلیل داده بود که بیشترین میانگین به متغیر اکتساب دانش، با مقدار ۳/۷۷ بوده است.

جدول ۵ آزمون کولموگروف-اسمیرنوف جهت نرمال بودن داده‌ها

متغیرها	Sig.	آماره K-S
فناوری اطلاعات	۰/۰۰۰	۵/۹۳
شبکه های اجتماعی	۰/۰۰۰	۳/۶۶
اکتساب دانش	/۰۰۰	۲/۹۳
خلق دانش	۰/۰۰۰	۱/۶۹
ذخیره دانش	۰/۰۰۰	۲/۳۷
اشتراک دانش	۰/۰۰۰	۲/۱۳
کاربرد دانش	۰/۰۰۰	۳/۰۶
عملکرد سازمانی	۰/۰۰۰	۲/۵۵

براساس نتایج نشان داده شده در جدول ۵ مربوط به آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و معناداری در در کلیه متغیرها دارای مقدار معناداری کمتر از ۰/۰۵ شد. بنابراین توزیع داده‌های اندازه‌گیری برای هر متغیر غیر نرمال است.



شکل ۱- مدل اندازه گیری تحقیق (PLS Algorithm)

جدول ۶ خلاصه نتایج فرضیات پژوهش

فرضیه	فرضیه	معناداری t	ضریب مسیر	نتیجه فرضیه
۱	فناوری اطلاعات بر کسب دانش تاثیر دارد.	۴/۰۳۵	۰/۴۳۲	تایید
۲	فناوری اطلاعات بر خلق دانش تاثیر دارد.	۲۰/۹۵۸	۰/۸۰۷	تایید
۳	فناوری اطلاعات بر ذخیره دانش تاثیر دارد.	۱۱/۱۸۶	۰/۶۳۱	تایید
۴	فناوری اطلاعات بر تسهیم دانش تاثیر دارد.	۴/۷۰۳	۰/۳۵۶	تایید
۵	فناوری اطلاعات بر کاربرد دانش تاثیر دارد.	۲/۹۹۵	۰/۲۵۱	تایید
۶	شبکه های اجتماعی بر کسب دانش تاثیر دارد.	۲	۰/۱۸۶	تایید
۷	شبکه های اجتماعی بر خلق دانش تاثیر دارد.	۳/۰۲۴	-۰/۲۷۶	تایید
۸	شبکه های اجتماعی بر ذخیره دانش تاثیر دارد.	۴/۸۹۲	۰/۲۸۸	تایید
۹	شبکه های اجتماعی بر تسهیم دانش تاثیر دارد.	۷/۱۸۷	۰/۵۵۵	تایید
۱۰	شبکه های اجتماعی بر کاربرد دانش تاثیر دارد.	۷/۷۴۴	۰/۶۵۸	تایید
۱۱	کسب دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.	۱/۰۹۹	۰/۰۴۷	رد
۱۲	خلق دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.	۰/۶۹۵	-۰/۰۲۷	رد
۱۳	ذخیره دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.	۰/۵۳۶	-۰/۰۳۱	رد
۱۴	تسهیم دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.	۳/۹۷۷	۰/۲۵۵	تایید
۱۵	کاربرد دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.	۹/۹۹	۰/۷۰۱	تایید

تحلیل فرضیه های آزمون شده تحقیق

- فرضیه اول: فناوری اطلاعات بر کسب دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از تاثیر فناوری اطلاعات به میزان ۰/۴۳۲ بر کسب دانش دارد. ضریب معناداری t میان متغیر فناوری اطلاعات و کسب دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۰/۲۹۵ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معناداربودن تاثیر فناوری اطلاعات بر کسب دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق خداداد حسینی و لاجوردی (۱۳۹۸)، حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، محمدی (۱۳۹۶) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) همسو می باشد و این دو متغیر رابطه مستقیم و معناداری با یکدیگر دارند.

فرضیه دوم: فناوری اطلاعات بر خلق دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از تاثیر فناوری اطلاعات به میزان ۰/۸۰۷ بر خلق دانش دارد. ضریب معناداری t میان متغیر فناوری اطلاعات و خلق دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۲۰/۹۵۹ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معناداربودن تاثیر فناوری اطلاعات بر خلق دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق خداداد حسینی و لاجوردی (۱۳۹۸)، حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، محمدی (۱۳۹۶) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) همسو می باشد. ضریب مسیر دارای تاثیر قوی میان این دو متغیر نشان دهنده این است که در بانک قرض الحسنه مهر ایران توجه به مسائل فناوری اطلاعات می تواند منجر به خلق دانش در سطح سازمان می گردد.

فرضیه سوم: فناوری اطلاعات بر ذخیره دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که فناوری اطلاعات به میزان ۰/۶۳۱ بر ذخیره دانش تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر فناوری اطلاعات و ذخیره دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۱۱/۱۸۶ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر فناوری اطلاعات بر ذخیره دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق خداداد حسینی و لاجوردی (۱۳۹۸)، حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، محمدی (۱۳۹۶) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) تطابق دارد. ضریب مسیر دارای تاثیر قوی و مستقیم میان این دو متغیر نشان دهنده این است که در بانک قرض الحسنه مهر ایران فناوری اطلاعات تاثیر مستقیمی بر موارد مرتبط با ذخیره دانش دارد.

فرضیه چهارم: فناوری اطلاعات بر تسهیم دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که فناوری اطلاعات به میزان ۰/۳۵۶ بر تسهیم دانش تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر فناوری اطلاعات و تسهیم دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۴/۷۰۳ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر فناوری اطلاعات بر تسهیم دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق خداداد حسینی و لاجوردی (۱۳۹۸)، حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، محمدی (۱۳۹۶) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد و این دو متغیر رابطه مستقیم و معناداری با یکدیگر دارند و بهبود زیرساخت های فناوری اطلاعات منجر به اشتراک دانش در بانک مهر ایران می گردد.

فرضیه پنجم: فناوری اطلاعات بر کاربرد دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از فناوری اطلاعات به میزان ۰/۲۵۱ بر کاربرد دانش تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر فناوری اطلاعات و کاربرد دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۲/۹۹۵ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر فناوری اطلاعات بر کاربرد دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق خداداد حسینی و لاجوردی (۱۳۹۸)، حسینی و همکاران (۱۳۹۶)، محمدی (۱۳۹۶) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) تطابق دارد. نشان دهنده این است که با توجه به ضریب تاثیر ضعیف میان این دو متغیر اگر بانک مهر ایران از قابلیت های فناوری اطلاعات استفاده کند این امر سبب می شود که کاربرد دانش توسط کارمندان و مدیران این بانک سهولت یابد.

فرضیه ششم: شبکه های اجتماعی بر کسب دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که شبکه های اجتماعی به میزان ۰/۱۸۶ بر کسب دانش تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر شبکه های اجتماعی و کسب دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۲ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر شبکه های اجتماعی بر کسب دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق امیرفرخریان و همکاران (۱۳۹۹)، امیرخانی و امامپور (۱۳۹۷)، کاسکلان و همکاران (۲۰۲۰)، نازازاکی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) تطابق دارد. ضریب مسیر دارای تاثیر ضعیف میان این دو متغیر نشان دهنده این است که در بانک مهر ایران اگر از شبکه های اجتماعی استفاده شود این امر منجر به کسب دانش می شود.

فرضیه هفتم: شبکه های اجتماعی بر خلق دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که شبکه های اجتماعی به میزان ۰/۲۷۶- بر خلق دانش تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر شبکه های اجتماعی و خلق دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۳/۰۲۴ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر شبکه های اجتماعی بر خلق دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق امیرفرخریان و همکاران (۱۳۹۹)، امیرخانی و امامپور (۱۳۹۷)، کاسکلان و همکاران (۲۰۲۰)، نازازاکی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد و ضریب

مسیر متوسط میان این دو متغیر نشان دهنده این است که هرچه قابلیت های شبکه های اجتماعی در بانک مهر ایران کاهش یابد این امر منجر به بهبود قابلیت های خلق دانش می گردد.

فرضیه هشتم: شبکه های اجتماعی بر ذخیره دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که شبکه های اجتماعی به میزان ۰/۲۸۸ بر ذخیره دانش تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر شبکه های اجتماعی و ذخیره دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۴/۸۹۲ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معناداربودن تاثیر شبکه های اجتماعی بر ذخیره دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق امیرفرخریان و همکاران (۱۳۹۹)، امیرخانی و امامپور (۱۳۹۷)، کاسکلان و همکاران (۲۰۲۰)، نازازاکی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد و این دو متغیر نسبت به یکدیگر حساسیت دارند.

فرضیه نهم: شبکه های اجتماعی بر تسهیم دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که شبکه های اجتماعی به میزان ۰/۵۵۵ بر تسهیم دانش تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر شبکه های اجتماعی و تسهیم دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۷/۱۸۷ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معناداربودن تاثیر شبکه های اجتماعی بر تسهیم دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق امیرفرخریان و همکاران (۱۳۹۹)، امیرخانی و امامپور (۱۳۹۷)، کاسکلان و همکاران (۲۰۲۰)، نازازاکی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد. با توجه به این نتیجه و با توجه به ضریب مسیر قوی میان این دو متغیر می توان گفت که توجه به قابلیت های شبکه های اجتماعی و ایجاد قابلیت های اشتراک دانش در این بانک می تواند منجر به افزایش قابلیت های مدیریت دانش گردد.

فرضیه دهم: شبکه های اجتماعی بر کاربرد دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که شبکه های اجتماعی به میزان ۰/۶۵۸ بر کاربرد دانش تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر شبکه های اجتماعی و کاربرد دانش در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۷/۷۴۴ شده که از ۱/۹۶ بیشتر می باشد و نشان از معناداربودن تاثیر شبکه های اجتماعی بر کاربرد دانش دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق امیرفرخریان و همکاران (۱۳۹۹)، امیرخانی و امامپور (۱۳۹۷)، کاسکلان و همکاران (۲۰۲۰)، نازازاکی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد و این دو متغیر نسبت به همدیگر حساس هستند.

فرضیه یازدهم: قابلیت های تکنولوژی دانش بر قابلیت های اشتراک دانش تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که کسب دانش به میزان ۰/۰۴۷ بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر کسب دانش و عملکرد سازمانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۱/۰۹۹ شده که از ۱/۹۶ کمتر می باشد و نشان از معنادارنبودن تاثیر کسب دانش بر عملکرد سازمانی دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق امیرفرخریان و همکاران (۱۳۹۹)، امیرخانی و امامپور (۱۳۹۷)، کاسکلان و همکاران (۲۰۲۰)، نازازاکی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) تطابق ندارد و این دو متغیر نسبت به همدیگر حساس نیستند.

فرضیه دوازدهم: خلق دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که خلق دانش به میزان ۰/۰۲۷- بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر خلق دانش و عملکرد سازمانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۰/۶۹۵ شده که از ۱/۹۶ کمتر می باشد و نشان از معنادارنبودن تاثیر خلق دانش بر عملکرد سازمانی دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق طحان پور و آرائی (۱۳۹۹)، رجیبی فرجاد و همکاران (۱۳۹۷)،

آلادوان و آلادوان (۲۰۲۰)، لی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) همسو نیست و این دو متغیر رابطه مستقیمی با یکدیگر ندارند.

فرضیه سیزدهم: ذخیره دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که، ذخیره دانش به میزان $0/31$ بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر ذخیره دانش و عملکرد سازمانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد $0/536$ شده که از $1/96$ کمتر می باشد و نشان از معنادار نبودن تاثیر ذخیره دانش بر عملکرد سازمانی دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق طحان پور و آرائی (۱۳۹۹)، رجبی فرجاد و همکاران (۱۳۹۷)، آلادوان و آلادوان (۲۰۲۰)، لی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت ندارد.

فرضیه چهاردهم: تسهیم دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که، تسهیم دانش به میزان $0/255$ بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر تسهیم دانش و عملکرد سازمانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد $3/97$ شده که از $1/96$ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر تسهیم دانش بر عملکرد سازمانی دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق طحان پور و آرائی (۱۳۹۹)، رجبی فرجاد و همکاران (۱۳۹۷)، آلادوان و آلادوان (۲۰۲۰)، لی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد و با توجه به این نتیجه می توان گفت که توجه به قابلیت های تسهیم دانش می تواند منجر به بهبود عملکرد در ارائه خدمات در این بانک گردد و با توجه به ضریب مسیر ضعیف میان این دو متغیر مدیران باید بررسی تاثیر این دو متغیر را بر یکدیگر در اولویت کار خود قرار دهند.

فرضیه پانزدهم: کاربرد دانش بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.

نتایج حاکی از این است که کاربرد دانش به میزان $0/701$ بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد. ضریب معناداری t میان متغیر کاربرد دانش و عملکرد سازمانی در سطح اطمینان ۹۵ درصد $9/99$ شده که از $1/96$ بیشتر می باشد و نشان از معنادار بودن تاثیر کاربرد دانش بر عملکرد سازمانی دارد. نتیجه این تحقیق با تحقیق طحان پور و آرائی (۱۳۹۹)، رجبی فرجاد و همکاران (۱۳۹۷)، آلادوان و آلادوان (۲۰۲۰)، لی و همکاران (۲۰۲۰) و رادلیون و همکاران (۲۰۲۰) همسو است و این دو متغیر با توجه به رابطه ای که دارند می توانند در بهبود عملکرد این بانک تاثیرگذار باشند.

پیشنهادهای کاربردی جهت فرضیه های تحقیق

با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون های انجام شده بررسی فرضیه های تحقیق در این بخش پیشنهادهای جهت بهبود و افزایش عملکرد در بخش های مالی و بانکی ارائه شده است:

پیشرفت مستمر در فناوری کل جهان را تحت تأثیر قرار داده و شیوه انجام تجارت را تغییر داده است. به طور مشابه، بخش های مالی و بانکی را تحت تأثیر قرار داده است. بر این اساس، اجرای فرایندهای مدیریت دانش در این شرکت ها یک ضرورت تبدیل شد و عوامل تکنولوژیکی تأثیر بالایی بر این فرایندها در نظر گرفته می شود.

این مطالعه به بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و شبکه های اجتماعی مجهز به فناوری بر فرایندهای مدیریت دانش پرداخته است. نتایج تحقیق نشان داد که فناوری های اطلاعاتی و شبکه های اجتماعی مجهز به فناوری بر کسب، ایجاد، ذخیره سازی، به اشتراک گذاری و فرایندهای کاربردی تأثیر مثبت می گذارد و کل چرخه مدیریت دانش را تشکیل می دهد که منجر به بهبود عملکرد کلی سازمان می شود. در میان سایر یافته های قابل توجه، این داده های نظرسنجی همبستگی قوی بین استفاده از

فناوری اطلاعات و ایجاد دانش را نشان می دهد که با نتایج تمایل شرکت های مورد مطالعه به منظور دلالت بیشتر بر فعالیت های پردازش دانش مرتبط با دسترسی به دانش خارجی و به اشتراک گذاری موثر دانش داخلی مرتبط است. علاوه بر این، نقش شبکه های اجتماعی مجهز به فناوری در فرایندهای مدیریت دانش تایید شد، که به خوبی رشد پدیده هایی مانند جمع آوری سرمایه، رشد دانش و بازار فناوری را نشان می دهد با این حال، این موارد همچنین ممکن است نشان دهنده یک احتیاط عمومی در مورد استفاده از شبکه های اجتماعی و رسانه ها برای نیازهای حرفه ای یا اجتماعی در بخش های مالی و بانکی باشد. نقش شبکه های اجتماعی در مدیریت دانش، به ویژه در بخش های مالی و بانکی هنوز مطالعه نشده است. بر این اساس، به سازمانها توصیه می شود عوامل تکنولوژیکی، پذیرش فناوریهای اطلاعاتی و شبکه های اجتماعی را به عنوان ابزاری برای پشتیبانی از فرایندهای مدیریت دانش خود در کل چرخه مدیریت دانش، از ایجاد دانش تا کاربرد دانش، در نظر بگیرند، بنابراین بر عملکرد و سهم آنها تأثیر مثبت می گذارد. به توسعه اقتصادی و اجتماعی شرکت های محلی به طور بالقوه می توانند اصول معرفی و اتخاذ فناوری های اطلاعاتی و شبکه های اجتماعی را در زمینه و شیوه های مدیریت دانش خود با تکیه بر بهترین شیوه های همپایان چند ملیتی خود بیاموزند. متناوباً، آنها می توانند از مزیت خود برای رقابت در بازار استفاده کنند و به آنها تکیه کنند. علاوه بر این، سیاستگذاران این شرکت ها می توانند از نتایج این مطالعه به عنوان نشانه هایی برای نیاز به توسعه اعتماد اجتماعی بیشتر، استفاده عمومی از فناوری اطلاعات و شبکه های اجتماعی مجهز به فناوری در کشور و به طور کلی استفاده کنند.

این تحقیق به مدیران و کارآفرینانی که در بخش های مالی و بانکی مشغول به کار هستند درک بهتر و عمیق تری از عوامل مختلفی که بر فرایندهای مدیریت دانش و عملکرد سازمانی تأثیر می گذارند را درک می کند و ابزار عملی برای مدیریت دانش در سازمان به آنها می دهد به طوری که اجازه می دهد ایده های جدید تغییر شکل یابد. به طور موثر در عملکرد سازمانی این مطالعه چشم انداز در مورد سطح فردی، سازمانی و اجتماعی مدیران و کارآفرینان در ساخت استراتژی های متناسب با اهداف سازمانی خود ارائه می دهد. از آنجا که این تحقیق طراحی و توسعه شبکه های اجتماعی و فناوری سازمان را به گونه ای راهنمایی می کند که مدیریت دانش در سازمان را تسهیل می کند، همچنین نیاز به تعیین قابلیت های لازم برای ایجاد و پایداری در شرکت است. برای مدیران ضروری است که فرهنگی را فراهم کنند که کسب و تولید دانش در سازمان را تسهیل کند، جایی که تفکر خلاق و جستجوی مستمر برای دانش جدید باید توسط مدیران پشتیبانی و تشویق شود. همچنین دانش باید بدون مرز ساختاری یا فرهنگی بین کارکنان توزیع و تقسیم شود. علاوه بر این، انتخاب مدیران برای زیرساخت های فناوری نقش اساسی در انتخاب فناوری دارد که کشف دانش جدید را تسهیل می کند و ارتباطات درون سازمانی و محیط خارجی را جهت بهبود عملکرد سازمانی افزایش می دهد.

منابع

- ۱- امیرفخریان، الهام سادات، (۱۳۹۹)، اطلاعات رسانه اجتماعی و مدیریت دانش در سازمان دهی هوشمند، سومین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مهندسی برق، کامپیوتر، مکانیک و مکاترونیک در ایران و جهان اسلام، کرج
- ۲- خداداد حسینی، سید حمید، لاجوردی، محمد. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی بر عملکرد سازمانی. فصلنامه مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۱۳۹۸(۱)، ۱۳۵-۱۶۰.
- ۳- صمدیان، ابوالفضل. و مدیری، رحیم. (۱۳۹۳). بررسی قابلیت های فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه اجتماعی فرهنگی در روستاها (مطالعه موردی آذربایجان شرقی). مجله مدیریت فرهنگی، ش ۲۳.
- ۴- طحان پور، سمیه، آرائی، وحید. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر توانمندسازهای مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی فرایند ایجاد دانش و نقش تعدیلگر سبک های تصمیم گیری (نمونه پژوهش: سازمان امور مالیاتی کشور). فصلنامه مدیریت راهبردی دانش سازمانی، ۳(۱۰)، ۱۷۷-۲۱۲.
- ۵- عالم تبریز، اکبر. و عباسی، مهرانگیز. (۱۳۹۵). تأثیر قابلیت های فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمانی از طریق ظرفیت جذب دانش و یادگیری سازمانی. فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات سال پنجم، شماره ۷.
1. Al Shamsi, O. and Ajmal, M. (2018), "Critical factors for knowledge sharing in technology-intensive organizations: evidence from UAE service sector", Journal of Knowledge Management, Vol. 22 No. 2, pp. 384-412,
2. Aladwan, S., & Aladwan, A.I. (2020). The Impact of Knowledge Management on Organizational Performance: A Field Study at Safeway Group in Jordan. International Journal of Scientific & Technology Research, 9, 292-298.
3. Davies, T., & Cranston, P. (2008). Youth work and social networking: Interim report. Leicester: National Youth Agency.
4. Drucker, P.F., (1969). The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society . Harper & Row, New York
5. Chhim, P.P., Somers, T.M. and Chinnam, R.B. (2017), "Knowledge reuse through electronic knowledge repositories: a multi theoretical study", Journal of Knowledge Management, Vol. 21 No. 4, pp. 741-764, available at: <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2016-0126>
6. Kaščelan L, Pejić Bach M, Rondović B, Đuričković T. (2020). The interaction between social media, knowledge management and service quality: A decision tree analysis. PLoS One. 2020 Aug 3;15(8):e0236735. doi: 10.1371/journal.pone.0236735. PMID: 32745126; PMCID: PMC7398501.
7. Kent, J. L. & Meltzer, J. T. (2003). The effect of investment in interorganizational information technology in a retail supply chain. Journal of Business Logistics, 24(2), 155-175.
8. Kordab M, Raudeliūnienė J, Meidutė-Kavaliauskienė I. (2020). Mediating Role of Knowledge Management in the Relationship between Organizational Learning and Sustainable Organizational Performance. Sustainability. 2020; 12(23):10061.

9. Wade, M. & Hulland, J. (2004). Review: The resource-based view and information systems research: Review, extension, and suggestions for future research. *MIS quarterly*, 28(1), 107-142.
10. Wu, J., Holsapple, C.W., (2013). Does knowledge management matter? The empirical evidence from market-based valuation. *ACM Trans. Manage. Inform. Syst.* 4 (2), 1-23.