

## بررسی رابطه بین اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار با توجه به نقش میانجی تعهد و اشتراک دانش در صنعت دارو سازی ثامن مشهد

سید رسول سادات حسینیان<sup>۱</sup>، تورج صادقی<sup>۲</sup> و احمد زنده دل<sup>۳</sup>

۱دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی نیشابور، ایران (نویسنده مسئول)

۲ استادیار گروه مدیریت، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران

۳ استادیار گروه حسابداری، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران

### چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار با توجه به نقش میانجی تعهد و اشتراک دانش در صنعت داروسازی ثامن مشهد است. جامعه پژوهش کلیه کارکنان داروسازی ثامن مشهد می باشد. به منظور گردآوری داده ها از ۴ پرسشنامه استاندارد شامل پرسشنامه اعتماد سازمانی، تعهد سازمانی، تسهیم دانش و عملکرد اقتصادی استفاده گردید به منظور تعیین روابطی ساده، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده می شود. در راستای پژوهش ۲ فرضیه اصلی و ۵ فرضیه فرعی مطرح گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش از دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است در این راستا نرم افزارهای "SPSS18" و "AMOS" مورد استفاده قرار گرفته بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می شود. شاخص KMO شاخصی از کفایت نمونه گیری است. جهت بررسی فرضیه هایی که به بررسی اثرات مستقیم بین متغیرها پرداخته است از رگرسیون چندگانه استفاده شده است. نتیجه تحقیق حاکی است که بین اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار با توجه به نقش میانجی تعهد و اشتراک دانش در صنعت داروسازی ثامن مشهد موثر می باشد.

**واژه های کلیدی:** بازاریابی دهان به دهان یا تبلیغ دهان به دهان، وفاداری به نام تجاری، رضایت مشتری

## ۱- مقدمه

اعتماد عامل تسهیل کننده تعاملات بشری است، اعتماد به افراد امکان انجام تراکنش های تجاری را داده و به حرکت روانتر اقتصاد کمک می کند. از طرف دیگر، عدم اعتماد خود یک حالت ذهنی مفید است که ما را در دوری جستن از سیستم ها یا افراد و سازمانهای غیر قابل اعتماد و ناسالم توانا می سازد (جیزکنز و همکاران<sup>۱</sup>، ۱۹۹۶).

از نظر فیتزروی<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) اعتماد اساس موفقیت در زندگی شخصی و روابط کاری می باشد. در واقع تمام روابط سازمانی بر مبنای اعتماد ایجاد می شود. نکته مهم آن است که مدیر و کارکنان سازمان، اهمیت اعتماد، چگونگی ترویج و ارتقاء آن و نقش خود را در ایجاد اعتماد را مورد توجه قرار دهند. مدیرانی می توانند موجبات ارضای نیازهای مراتب بالاتر کارکنان تحت نظارت خود را فراهم سازند که فضای روانی مناسب را درون سازمان به وجود آورده باشند و در ایجاد این فضای روانی مناسب را درون سازمان به وجود آورده باشند و در ایجاد این فضای روانی، اعتماد نقش عمده ای دارد. به عنوان اساس موفقیت، ایجاد جو اعتماد در سازمان باعث به وجود آمدن وفاداری، جابه جایی کمتر کارمندان، اثر بخشی و کارایی سازمانی می شود (جعفری، ۱۳۸۶).

یکی از مقوله های که نقش بسیار مهمی در حفظ و وفاداری مشتریان، درآمد و رضایت مشتریان دارد، ولی کمتر مورد توجه سازمان ها و موسسات قرار گرفته است مقوله روابط کسب و کار است. مدیریت ارتباط با مشتری یک برنامه کاربردی پیچیده و خبره است که داده مشتری را که از طریق نقاط تماس مشتری به دست آورده، استخراج می کند و در حالی که خصوصیت مشتریهای کلیدی را کشف کرده و الگوهای خرید آنها را پیش بینی می کند، یک دیدگاه واحد و جامع از مشتری ایجاد می کند (کاراکوتاس و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵).

امروزه مدیران تشخیص داده اند که روابط بر روی ایجاد روابط بلند مدت و پایدار با مشتری تمرکز دارد که برای هر دو طرف یعنی مشتری و صنعت ارزش آفرینی می کند (نگوین و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۰۷).

در شرایط کنونی کشور صنعت داروسازی از موفق ترین صنایع کشور بوده است و سلامتی انسان ها، کاهش مصرف دارو و ارتقاء بهداشت تا رسیدن به سطح جهانی، نقش صنایع دارویی در کاهش مصرف ارز، ایجاد اشتغال موثر و ... از جمله ضرورت های توسعه صنعت دارو در ایران است. رشد این صنعت در بعد از انقلاب به گونه ای بود که در حال حاضر ۹۷،۵ درصد مصرف داخل کشور را پوشش می دهد. متوسط مصرف سرانه هر ایرانی سالانه ۳۸۰ عدد دارو است که بیش از استاندارد جهانی است و در قاره آسیا مقام اول را به خود اختصاص داده است. در حالی که تجارت بازار جهانی دارو بالغ بر ۱۲۰۰ میلیارد دلار برآورد می شود، بازار دارویی ایران نزدیک به ۴ میلیارد دلار ارزش اقتصادی دارد.

با توجه به اینکه از جمله مباحث مهم در دانش رفتار سازمانی می بحث اعتماد درون سازمانی بر روابط کسب و کار می باشد و وظیفه اصلی مدیران بازاریابی شناسایی و تعریف دقیق از نیازهای مصرف کنندگان به منظور تدوین و اجرای برنامه های بازار یابی با هدف تامین نیازهای مشتریان است در این خصوص دستیابی به اطلاعات مربوط به مشتریان و جلب اعتماد مشتریان امری ضروری می باشد لذا این تحقیق با هدف بررسی اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار با توجه نقش میانجی تعهد و اشتراک دانش در صنعت داروسازی ثامن مشهد انجام خواهد گرفت

## فرضیه اصلی تحقیق :

- فرضیه اول: تعهد سازمانی رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد کسب و کار را میانجی گری می کند .  
فرضیه دوم: اشتراک دانش رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد کسب و کار را میانجی گری می کند.

<sup>1</sup> Geyskens, , Steenkamp, J-B, E.M., Scheer, L.K. and Kumar, N

<sup>2</sup> Featezrooi

<sup>3</sup> Karakostas & et al

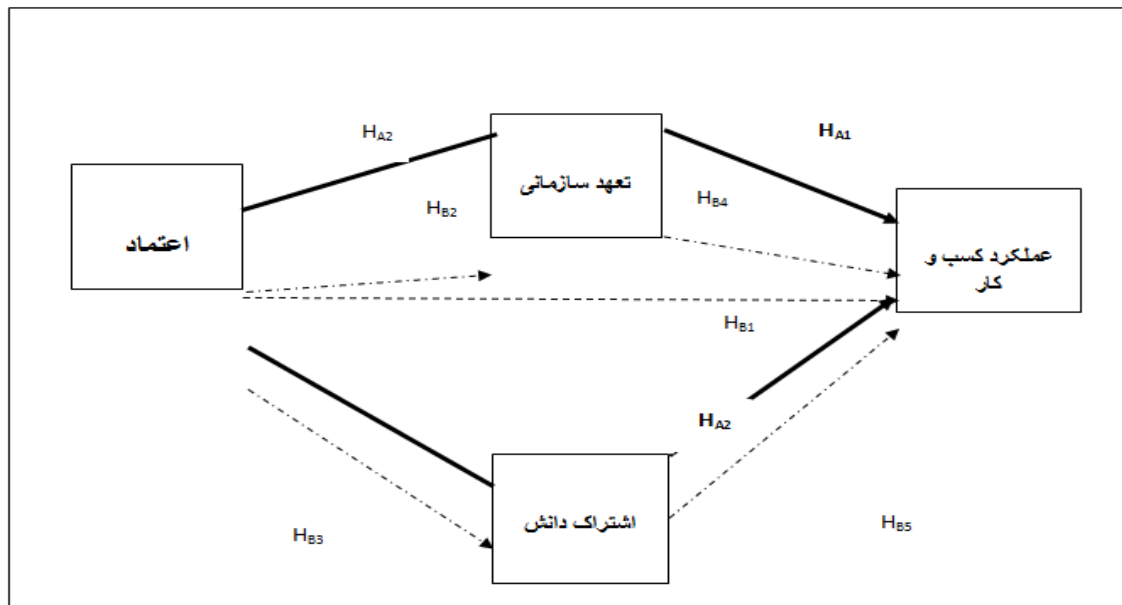
<sup>4</sup>Nguyen & et al

۱-۶-۲) فرضیات فرعی :

- فرضیه اول : اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد رابطه معنی داری دارد.  
فرضیه دوم: اعتماد بر تعهد سازمانی کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد رابطه معنی داری دارد.  
فرضیه سوم: اعتماد سازمانی بر اشتراک دانش در بین کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد رابطه معنی داری دارد.  
فرضیه چهارم: تعهد سازمانی بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد رابطه معنی داری دارد.  
فرضیه پنجم: اشتراک دانش بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد رابطه معنی داری دارد.

مدل مفهومی تحقیق

با توجه به مطالب عنوان شده در تحقیق می توان به یک جمع بندی از مطالب مندرج در این پژوهش در قالب مدل مفهومی زیر که برگرفته از فرضیات تحقیق و مطالب عنوان شده در این پایان نامه می باشد دست یافت.



شکل ۲-۹ مدل مفهومی تحقیق: اقتباس از مدل بوهار عشنائی و هنبرگ<sup>۵</sup> (۲۰۱۵)

جامعه آماری و نمونه آماری

جامعه آماری؛ عبارت است از مجموعه ای از افراد یا واحدهایی که دارای حداقل یک صفت مشترک می باشند. معمولاً در هر پژوهش جامعه مورد بررسی یک جامعه آماری است که پژوهشگر مایل است درباره صفت (صفت های) متغیر واحدهای آن به مطالعه بپردازد (سرمد و دیگران، ۱۳۹۰). در تحقیق حاضر با توجه به قلمرو زمانی و مکانی انجام تحقیق، جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کلیه کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد می باشد. از آنجائیکه امکان دسترسی به هر عضو جامعه موجود است لذا از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده می کنیم. برای تعیین حجم نمونه با توجه به محدود بودن جامعه آماری از فرمول نمونه گیری زیر استفاده می شود :

<sup>5</sup> Ashnai, Henneberg

<sup>1</sup> Statistical population

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 p(1-p)}{d^2(N-1) + Z_{\alpha/2}^2 p(1-p)}$$

$$\frac{200 (1/96)^2 (0/5)(1-0/5)}{(0/05)^2 199 + (1/96)^2 (0/5)(1-0/5)} = 132$$

که با جایگذاری اعداد، باید حداقل تعداد ۱۳۲ نفر را بعنوان نمونه مورد بررسی قرار دهیم.

### ابزار گردآوری اطلاعات

به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه استفاده گردیده است: الف : پرسشنامه تعهد سازمانی الن و میلر (۱۹۹۶) این پرسشنامه داری ۲۴ سوال و سه مولفه تعهد عاطفی، تعهد هنجاری و تعهد مستمر می باشد ب : پرسشنامه اعتماد سازمانی شامل ۴۹ سوال است که از تحقیقات الونن و همکاران (۲۰۰۸) و می یو و دیویس (۱۹۹۹) و مک نایت و همکاران (۲۰۰۲) استخراج شده است. این پرسشنامه سه بعد اعتماد جانبی، اعتماد عمودی، اعتماد نهادی را می سنجد. ج : پرسشنامه تسهیم دانش که شامل ۱۵ سوال که مولفه های دانش ترتیبی، دانش آشکار، دانش پنهان، دانش استراتژیک، دانش کارشناسی را مورد سنجش قرار می دهد و پرسشنامه محقق ساخته عملکرد اقتصادی کسب و کار که شامل ۶ سوال و در قالب طیف لیکرت، خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم می باشد.

### روایی و پایایی پرسشنامه

جهت بررسی روایی پرسشنامه، پرسشنامه در اختیار جمعی از اساتید رشته مدیریت قرار گرفت و از آنها خواسته شد در مورد میزان وضوح، گویایا و میزان مربوط بودن هر یک از سوالات پرسشنامه نظر بدهند. در نهایت نظر آنها موید روایی پرسشنامه بود. پس از گرد آوری داده ها نیز با توجه شاخص های مختلف برازش مدل اندازه گیری، از قبیل روایی همگرا و واگرا، نسبت به بررسی روایی ابزار گرد آوری داده ها اقدام شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. در جدول زیر نتایج محاسبه پایایی تک تک مولفه ها نشان داده شده است که نشان از پایایی بالای پرسشنامه است. لازم به ذکر است، از آنجا که بررسی وضعیت روایی واگرا مستلزم بررسی تمامی بارهای عاملی متقاطع و اصلی است، برای خلاصه کردن مطالب، از نشان دادن آن ها در مقاله خودداری شده است.

جدول ۳-۲- ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای اصلی تحقیق

نام متغیر	آلفای کرونباخ
اعتماد سازمانی	۰/۹۴۰
تعهد سازمانی	۰/۹۱۵
تسهیم دانش	۰/۸۶۱
عملکرد اقتصادی کسب و کار	۰/۸۴۷

### تحلیل جمعیت شناختی نمونه

نتایج آمار توصیفی پاسخ دهندگان نشان داد که درصد فراوانی جنسیت پاسخگویان نشان داد که ۶۱/۳ درصد شامل مردان و ۳۸/۷ درصد نیز شامل زنان می گردد. همچنین بیشترین تعداد پاسخگویان با ۳۴/۰ درصد دارای سن بین ۳۱ تا ۴۰ سال، و کمترین تعداد پاسخ گویان در رده سنی ۵۰ سال به بالا بودند. از نظر میزان تحصیلات، نتایج بیان داشت ۵۲ نفر با درصد

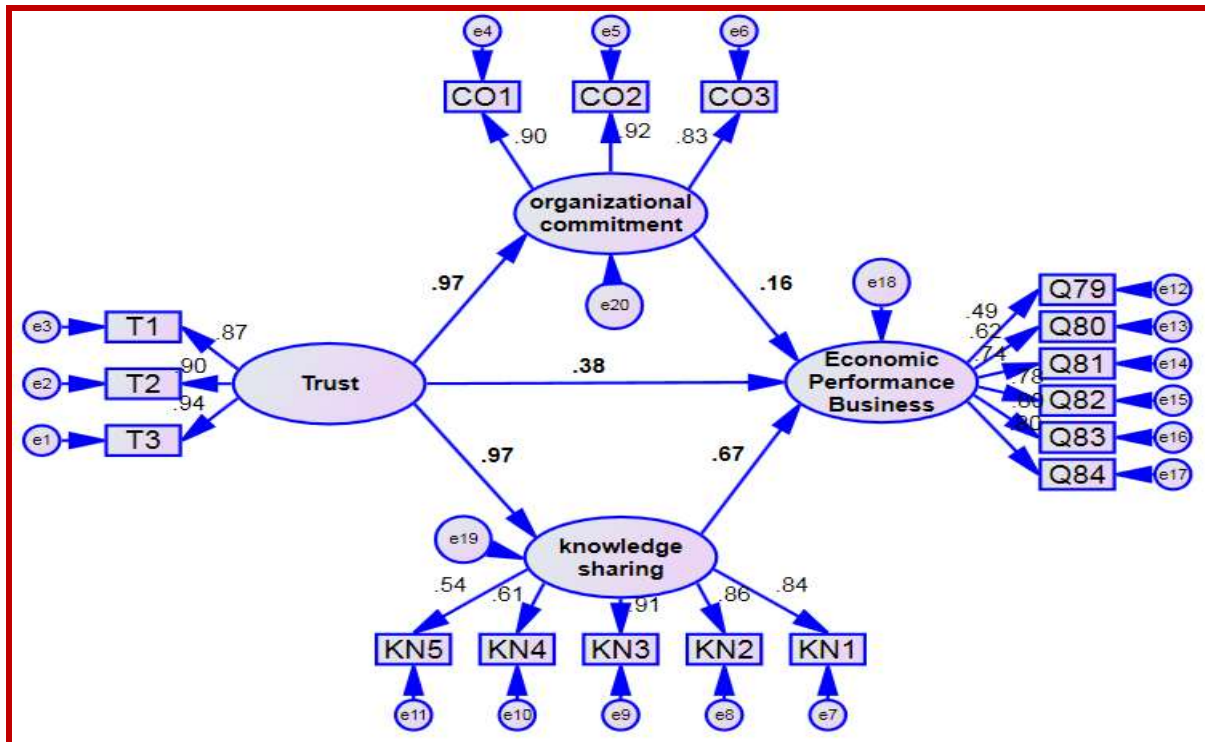
۷/۶ درصد پاسخگویان کمترین تعداد دارای مدرک دیپلم و کمتر از دیپلم، و بیشترین تعداد پاسخگویان دارای مدرک لیسانس به تعداد ۸۰ نفر با درصد ۵۸/۳ درصد می باشد.

#### یافته‌های تحقیق

جهت آزمون فرضیه‌هایی که به اثرات مستقیم بین متغیرها مربوط می شوند از معادلات ساختاری و جهت بررسی فرضیه‌های میانجی‌گری نیز از رگرسیون سلسله‌مراتبی و بر اساس رویه گفته شده توسط بارون و کنی استفاده شده است که در ادامه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۴-۴-۱ آزمون فرضیه‌های تحقیق

پس از اطمینان از روایی و پایایی ابزار تحقیق با تحلیل داده‌های پرسش‌نامه، مدل معادلات ساختاری زیر حاصل شده است.



#### مدل برازش شده تحقیق

در این مدل برای متغیرهای اعتماد سازمانی، تعهد سازمانی و اشتراک دانش ابعاد این متغیرها یعنی اعتماد جانبی (T1)، اعتماد عمودی (T2) و اعتماد نهادی (T3)؛ تعهد عاطفی (CO1)، تعهد مستمر (CO2) و تعهد هنجاری (CO3)، دانش ترتیبی (KN1)، دانش آشکار (KN2)، دانش پنهان (KN3)، دانش استراتژیک (KN4) و دانش کارشناسی (KN5) نش متغیر مشاهده شده و خود متغیرها نقش متغیر مکنون را برعهده داشتند اما متغیر عملکرد اقتصادی با توجه به اینکه بعد نداشت گویه‌های این متغیر نقش متغیر مشاهده شده و خود این متغیر نقش متغیر مکنون را در مدل ساختاری ایفا کردند.

#### ۴-۴-۲ تحلیل مدل ساختاری

برای تحلیل فرضیه‌ها، ابتدا باید مدل نظری تدوین شده برای هر فرضیه مورد پردازش قرار گیرد تا مشخص شود که داده‌های جمع‌آوری شده تا چه اندازه مدل نظری را مورد حمایت قرار می‌دهد که برای پاسخ به این سؤال از شاخص‌های کمی برازش مدل (CFI, GFI, RMR...) استفاده می‌شود. در صورتی که شاخص‌های کلی قابل قبول بودند یا به عبارتی مدل نظری مورد تأیید قرار گرفت در آن صورت می‌توان به روابط درون مدل پرداخت که این روابط متقابل ضریب رگرسیونی (ضریب تأثیر) مربوط به فرضیه و بارهای عاملی مربوط به هر گویه می‌باشند که برای آزمون قابل قبول بودن این ضرائب

(ضرائب تأثیر بارهای عامل) از شاخص جزئی P استفاده می‌شود که مقدار آن برای مقادیر قابل قبول کم‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد. جدول ۴-۶ شاخص‌های برازش مدل به همراه مقادیر مطلوب را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۶- شاخص‌های برازش مدل نظری تحقیق

مقدار بدست آمده	مقدار ایده ال	مقدار قابل قبول	نام شاخص
۱۱۴	-	-	درجه آزادی (df)
۳۴۰/۶۱۶	$0 \leq \chi^2 \leq 2df$	$2df \leq \chi^2 \leq 3df$	کای اسکوتر ( $\chi^2$ )
۰/۰۴۷	$.01 < p \leq .05$	$.05 < p \leq 1.00$	معناداری $\chi^2$
۲/۹۸	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 < \chi^2/df \leq 3$	کای اسکوتر بهینه شده ( $\chi^2/df$ )
۰/۸۱۷	$.95 \leq GFI \leq 1.00$	$.80 \leq GFI < .95$	نیکویی برازش (GFI)
۰/۰۵۰	$0 \leq RMR \leq .05$	$0 < RMR \leq .10$	ریشه میانگین مربعات باقی مانده (RMR)
۰/۹۰۲	$.97 \leq CFI \leq 1.00$	$.90 \leq CFI < .97$	شاخص برازش تطبیقی (CFI)
۰/۰۷۹	$0 \leq RMSEA \leq .05$	$.05 < RMSEA \leq .08$	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)
۰/۶۰۸	$.60 \leq PGFI \leq 1.00$	$.50 \leq PGFI < .60$	شاخص نیکویی برازش ایجازی (PGFI)
۰/۷۲۸	$.60 \leq PNFI \leq 1.00$	$.50 \leq PNFI < .60$	شاخص برازش ایجازی هنجار شده (PNFI)

شاخص کای اسکوتر یکی از شاخص‌های مطلق است، هر چه مقدار کای اسکوتر مدل کوچک‌تر باشد مدل تدوین شده توسط پژوهشگر رضایت بخش‌تر و بهتر است. چنان سطح معناداری برای  $\chi^2$  بزرگ‌تر از ۰/۰۵ باشد، مقدار کای اسکوتر برای مدل قابل قبول و چنانچه بین ۰/۰۱ تا ۰/۰۵ باشد ایده آل است. باتوجه به این که سطح معناداری برای مدل مذکور بین ۰/۰۱ تا ۰/۰۵ است. می‌توان نتیجه گرفت که مقدار کای اسکوتر برای مدل ایده ال است.

یکی از شاخص‌های عمومی شاخص کای اسکوتر بهنجار یا نسبی است که از تقسیم ساده مقدار کای اسکوتر به درجه آزادی مدل محاسبه می‌شود و اغلب مقادیر بین ۱ تا ۳ را برای این شاخص قابل قبول می‌دانند. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود این مقدار برای مدل مورد نظر ۲/۹۸ است که مقداری مناسب و قابل قبول است.

شاخص GFI یکی از شاخص‌های تطبیقی است که مقدار بیش‌تر از ۰/۸ برای این مقدار نشان از برازش خوب مدل توسط داده‌ها دارد. مقدار GFI برای مدل ۰/۸۱۷ بدست آمد که نشان از برازش خوب مدل دارد.

ماتریس باقی مانده یکی از ماتریس‌های معمولی است که هم می‌تواند برای ارزیابی برازش کلی (مدل تدوین شده) و هم برای برازش جزئی (پارامترها تعریف شده بین دو متغیر) مورد استفاده قرار گیرد. ریشه‌ی دوم میانگین مربعات باقی مانده یا RMR برای مدل مذکور ۰/۰۵۰ که برای مدل مقداری مطلوب است.

شاخص برازش تطبیقی یا CFI یکی از شاخص‌های تطبیقی است که مقادیر بین ۰/۹ تا ۰/۹۷ به عنوان قابل قبول بودن و مقادیر بالاتر از ۰/۹۷ برای این شاخص به عنوان برازش بسیار خوب داده‌ها به مدل تفسیر می‌شود. مقدار CFI برای مدل مذکور ۰/۹۰۲ که با توجه به اینکه بین ۰/۹ تا ۰/۹۷ می‌باشد می‌توان گفت که داده‌ها به طور بسیار مناسبی برازش یافته اند یا به عبارت دیگر مدل از مدل استقلال، فاصله و به یک مدل اشباع نزدیک می‌شود.

شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد یا RMSEA نیز همانند شاخص RMR بر مبنای تحلیل ماتریس باقی مانده قرار دارد. مدل‌های قابل قبول دارای مقدار ۰/۰۸ یا کوچک‌تر برای این شاخص هستند. برازش مدلی که دارای مقادیر بالاتر از ۰/۱ هستند ضعیف برآورد می‌شود. مقدار RMSEA برای این مدل ۰/۰۷۹ به دست آمده که نشان‌گر قابل قبول بودن مدل می‌باشد.

با توجه به مطالب بالا و شاخص‌های کمی برازش می‌توان نتیجه گرفت که مدل نظری مربوط به مدل نظری تحقیق مدلی قابل قبول است، پس حال می‌توان به روابط درون مدل و مقادیر ضریب رگرسیونی بین متغیرهای پنهان پرداخت. برای آزمون

فرضیه از شاخص جزئی (p-value) و عدد معناداری استفاده شده است و شرط معنادار بودن یک رابطه این است که مقدار شاخص اول (p-value) برای رابطه مورد نظر کم تر از ۰/۰۵ و یا مقدار شاخص دوم (t-value) از  $\pm 1/96$  بیشتر باشد.

#### ۴-۵ بررسی فرضیه های فرعی تحقیق (اثرات مستقیم)

**فرضیه اول: اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد تاثیر معنی داری دارد.**

بررسی ضریب اثر اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد نشان می دهد، که این ضریب مسیر به میزان ۰/۳۸ برآورد شده است. با توجه به مقدار شاخص جزئی (p-value) که برابر ۰/۰۰۰ شده است و همچنین عدد معناداری که برابر با ۴/۰۳۲ شده و به ترتیب از ۰/۰۵ کم تر و از ۱/۹۶ بیشتر می باشد؛ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است؛ یعنی اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد اثر مثبت معنادار دارد. به عبارت دیگر هر چقدر اعتماد بیشتر شود عملکرد اقتصادی صنعت داروسازی ثامن مشهد نیز بهبود می یابد. جدول ۴-۷ نتایج مربوط به بررسی این فرضیه را نشان می دهد.

جدول ۴-۷ ضریب رگرسیونی و معناداری اثر اعتماد بر عملکرد اقتصادی

فرضیه	مسیر مستقیم	ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
۱	اعتماد سازمانی ← عملکرد اقتصادی	۰/۳۸	۰/۰۰۰	۴/۰۳۲	معنادار

**فرضیه دوم: اعتماد بر تعهد سازمانی کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد تاثیر معنی داری دارد.**

بررسی میزان اثر اعتماد بر تعهد سازمانی کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد نشان می دهد که میزان این اثر برابر با ۰/۹۷ می باشد. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر با ۰/۰۰۰ است و از سطح معناداری ۰/۰۵ کم تر می باشد و همچنین عدد معناداری که برابر با ۲۰/۹۴۱ شده و از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است، یعنی اعتماد بر تعهد سازمانی کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد اثر مثبت و معنی دار دارد به عبارت دیگر بهبود اعتماد سازمانی می تواند سبب بهبود تعهد سازمانی کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد گردد. جدول ۴-۸ نتایج آزمون فرضیه دوم را نشان می دهد.

جدول ۴-۸ ضریب رگرسیونی و معناداری اثر اعتماد بر تعهد سازمانی

فرضیه	مسیر مستقیم	ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
۲	اعتماد سازمانی ← تعهد سازمانی	۰/۹۷	۰/۰۰۰	۲۰/۹۴۱	معنادار

**فرضیه سوم: اعتماد سازمانی بر اشتراک دانش در بین کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد تاثیر معنی داری دارد.**

بر اساس اطلاعات جدول ۴-۹ مشخص می گردد که ضریب اثر اعتماد سازمانی بر اشتراک دانش در بین کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد برابر با ۰/۹۷ برآورد می شود. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر ۰/۰۰۰ شده است و از سطح معناداری ۰/۰۵ کم تر می باشد و همچنین عدد معناداری که برابر با ۲۱/۲۱۴ شده و خارج از بازه  $\pm 1/96$  است می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر نیز در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است یعنی اعتماد سازمانی بر اشتراک دانش در بین کارکنان صنعت داروسازی ثامن مشهد اثر مثبت و معنادار دارد. به عبارت دیگر هر چقدر اعتماد سازمانی بیشتر شود اشتراک دانش در

بین کارکنان شرکت داروسازی ثامن مشهد نیز بیشتر می شود. جدول زیر خلاصه نتایج مربوط به فرضیه سوم را نشان می دهد.

جدول ۹-۴- ضریب رگرسیونی و معناداری اثر اعتماد سازمانی بر اشتراک دانش

فرضیه	مسیر مستقیم	ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
۳	اعتماد سازمانی ←	۰/۹۷	۰/۰۰۰	۲۱/۲۱۴	معنادار

فرضیه چهارم: تعهد سازمانی بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد تاثیر معنی داری دارد.

بررسی میزان اثر تعهد سازمانی بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد نشان می دهد که میزان این اثر برابر با ۰/۱۶ می باشد. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر با ۰/۰۰۰ است و از سطح معناداری ۰/۰۵ کم تر می باشد و همچنین عدد معناداری که برابر با ۲/۴۸۵ شده و از عدد ۱/۹۶ بیشتر می باشد می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است، یعنی تعهد سازمانی بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد اثر مثبت و معنی دار دارد به عبارت دیگر هر چقدر تعهد سازمانی کارکنان بهبود یابد عملکرد اقتصادی کسب و کار نیز بیشتر خواهد شد. جدول ۱۰-۴ نتایج آزمون فرضیه چهارم را نشان می دهد.

جدول ۱۰-۴- ضریب رگرسیونی و معناداری اثر تعهد سازمانی بر عملکرد اقتصادی

فرضیه	مسیر مستقیم	ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
۴	تعهد سازمانی ←	۰/۱۶	۰/۰۰۰	۲/۴۸۵	معنادار

فرضیه پنجم: اشتراک دانش بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد تاثیر معنی داری دارد.

بر اساس اطلاعات جدول ۱۱-۴ مشخص می گردد که ضریب اثر اشتراک دانش بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد برابر با ۰/۶۷ برآورد می شود. با توجه به مقدار شاخص جزئی که برابر ۰/۰۰۰ شده است و از سطح معناداری ۰/۰۵ کم تر می باشد و همچنین عدد معناداری که برابر با ۷/۱۴۷ شده و خارج از بازه  $\pm ۱/۹۶$  است می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر نیز در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است یعنی اشتراک دانش بر عملکرد اقتصادی کسب و کار صنعت داروسازی ثامن مشهد اثر مثبت و معنادار دارد. به عبارت دیگر هر چقدر اشتراک دانش در بین کارکنان بهبود یابد عملکرد اقتصادی کسب و کار نیز بهبود خواهد یافت. جدول زیر خلاصه نتایج مربوط به فرضیه پنجم را نشان می دهد.

جدول ۱۱-۴- ضریب رگرسیونی و معناداری اثر اشتراک دانش بر عملکرد اقتصادی

فرضیه	مسیر مستقیم	ضریب مسیر	p-value	عدد معناداری	نتیجه
۵	اشتراک دانش ←	۰/۶۷	۰/۰۰۰	۷/۱۴۷	معنادار

#### ۴-۵-۱- فرضیه های میانجی و اصلی تحقیق:

فرضیه اصلی اول و دوم این تحقیق به نقش میانجی تعهد سازمانی و تسهیم دانش در رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد اقتصادی مربوط می شود که در ادامه، این فرضیه مورد بررسی قرار گرفته است. در آزمون های آماری متغیرهای میانجی باید به دو سؤال پاسخ داده شود (عزیزی، ۱۳۹۲: الف) آیا متغیر M (متغیر میانجی) نقش میانجی دارد؟ یا به عبارت دیگر آیا اثر غیرمستقیم X (متغیر مستقل) از طریق M بر Y (متغیر وابسته) معنادار است؟ و ب) اثر غیرمستقیم X از طریق M بر Y چقدر است؟



جهت پاسخ به سؤال اول چارچوب‌های مختلفی مانند جود و کنی (۱۹۸۱)، بارون و کنی (۱۹۸۶)، و آزمون تأییدی میانجی‌گری کامل جیمز و همکاران (۲۰۰۶) وجود دارد، که در این مطالعه از رویه بارون و کنی (۱۹۸۶) استفاده می‌شود. جهت پاسخ به سؤال دوم یعنی اثر غیرمستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته از طریق متغیر میانجی دو روش وجود دارد (عزیزی، ۱۳۹۱): الف) روش جود و کنی (۱۹۸۱). در این روش مقدار اثر غیرمستقیم متغیر مستقل بر وابسته از فرمول زیر بدست می‌آید که در آن  $c$  میزان اثر متغیر مستقل بر متغیر وابسته در مرحله اول آزمون بارون و کنی و  $c^*$  اثر متغیر مستقل بر وابسته در مرحله چهارم آزمون بارون و کنی می‌باشد.

$$B_{indirect} = c - c^*$$

ب) روش سوبل (۱۹۸۲). در این روش مقدار اثر غیرمستقیم با فرمول زیر محاسبه می‌شود که در این فرمول  $a$  اثر متغیر مستقل بر میانجی و  $b$  اثر متغیر میانجی بر وابسته است. که در این مطالعه از روش دوم استفاده شده است.

$$B_{indirect} = a \times b$$

**فرضیه اصلی اول: تعهد سازمانی رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد کسب و کار را میانجی‌گری می‌کند.**

این فرضیه به بررسی نقش واسطه تعهد سازمانی در رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد کسب و کار مربوط می‌شود. برای بررسی اثر غیرمستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته، از آزمون بارون و کنی استفاده شد. همانگونه که در جدول ۴-۱۴ نشان داده شده است اثر اعتماد بر عملکرد اقتصادی، اعتماد بر تعهد، تعهد بر عملکرد اقتصادی (سه شرط اولیه) معنادار شده است. در گام چهارم یعنی ورود متغیر میانجی، نتایج مبین این است که در حضور متغیر تعهد سازمانی، بتای استاندارد برای رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد اقتصادی از ۰/۷۸۲ به ۰/۴۷۸ کاهش یافته، ولی همچنان معنادار باقی مانده است. بنابراین، نقش متغیر تعهد سازمانی، میانجی‌گری جزئی است و فرضیه ششم تحقیق نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

**جدول ۴-۱۲- نتایج آزمون اثر متغیر میانجی تعهد**

گام	متغیر مستقل	متغیر وابسته	$\beta$	R	$R^2$	Sig
۱	اعتماد سازمانی	عملکرد اقتصادی	۰/۷۸۲	۰/۷۸۲	۰/۶۱۲	۰/۰۰۰
۲	اعتماد سازمانی	تعهد سازمانی	۰/۸۶۷	۰/۸۶۷	۰/۷۵۲	۰/۰۰۰
۳	تعهد سازمانی	عملکرد اقتصادی	۰/۷۶۵	۰/۷۶۵	۰/۵۸۵	۰/۰۰۰
۴	اعتماد سازمانی	عملکرد اقتصادی	۰/۴۷۸	۰/۸۰۱	۰/۶۴۲	۰/۰۰۰
	تعهد سازمانی		۰/۳۵۰			۰/۰۰۰

جهت محاسبه میزان اثر غیرمستقیم اعتماد سازمانی بر عملکرد اقتصادی کسب و کار، همانگونه که در جدول ۴-۱۴ ملاحظه می‌گردد مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر اعتماد سازمانی و تعهد سازمانی برابر ۰/۸۶۷ و برای رابطه بین دو متغیر تعهد سازمانی و عملکرد اقتصادی برابر ۰/۷۵۶ محاسبه گردید. بنابراین، آن گونه که در زیر محاسبه شده است، میزان اثر غیرمستقیم اعتماد سازمانی بر عملکرد اقتصادی برابر است با ۰/۶۵۵ می‌باشد.

$$B_{indirect} = a \times b \rightarrow 0.867 * 0.756 = 0.655$$

**فرضیه اصلی دوم: اشتراک دانش رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد کسب و کار را میانجی‌گری می‌کند.**

این فرضیه به بررسی نقش اشتراک دانش در رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد کسب و کار مربوط می‌شود. برای بررسی اثر غیرمستقیم متغیر مستقل بر متغیر وابسته، از آزمون بارون و کنی استفاده شد. همانگونه که در جدول ۴-۱۴ نشان داده شده است اثر اعتماد بر عملکرد اقتصادی، اعتماد بر اشتراک دانش، اشتراک دانش بر عملکرد اقتصادی (سه شرط اولیه)

معنادار شده است. در گام چهارم یعنی ورود متغیر میانجی، نتایج مبین این است که در حضور متغیر اشتراک دانش، بتای استاندارد برای رابطه بین اعتماد سازمانی و عملکرد اقتصادی از ۰/۷۸۲ به ۰/۳۳۳ کاهش یافته، ولی همچنان معنادار باقی مانده است. بنابراین، نقش متغیر اشتراک دانش، میانجی‌گری جزئی است و فرضیه هفتم تحقیق نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

جدول ۴-۱۳- نتایج آزمون اثر متغیر میانجی اشتراک دانش

گام	متغیر مستقل	متغیر وابسته	$\beta$	R	R <sup>2</sup>	Sig
۱	اعتماد سازمانی	عملکرد اقتصادی	۰/۷۸۲	۰/۷۸۲	۰/۶۱۲	۰/۰۰۰
۲	اعتماد سازمانی	اشتراک دانش	۰/۸۳۴	۰/۸۳۴	۰/۶۹۶	۰/۰۰۰
۳	اشتراک دانش	عملکرد اقتصادی	۰/۸۱۶	۰/۸۱۶	۰/۶۶۶	۰/۰۰۰
۴	اعتماد سازمانی	عملکرد اقتصادی	۰/۳۳۳	۰/۸۳۷	۰/۷۰۰	۰/۰۰۰
	اشتراک دانش		۰/۵۳۸			۰/۰۰۰

جهت محاسبه میزان اثر غیرمستقیم اعتماد سازمانی بر عملکرد اقتصادی کسب و کار، همانگونه که در جدول ۴-۱۴ ملاحظه می‌گردد مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر اعتماد سازمانی و اشتراک دانش برابر ۰/۸۳۴ و برای رابطه بین دو متغیر اشتراک دانش و عملکرد اقتصادی برابر ۰/۸۱۶ محاسبه گردید. بنابراین، آن گونه که در زیر محاسبه شده است، میزان اثر غیرمستقیم اعتماد سازمانی بر عملکرد اقتصادی برابر است با ۰/۶۸۰ می‌باشد.

$$B_{indirect} = a \times b \rightarrow 0.834 * 0.816 = 0.680$$

#### بحث و نتیجه گیری

امروزه اهمیت اعتماد در روابط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و سازمانی بطور چشمگیری مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعات سازمانی نیز از اعتماد به عنوان عامل بنیادی برای سازمان‌های اثر بخش نام برده می‌شود و متخصصین رهبری و محققان به اهمیت ایجاد اعتماد در بین نیروی کار اذعان دارند. عدم احساس تعلق کارکنان به سازمان و عدم دقت کافی برای انجام وظایف از معضلات بزرگ دستگاه‌های اجرایی است. ترک خدمت، غیبت، تأخیر، عدم مشارکت و درگیری فعال نیروی کار و سطح پایین عملکرد نیروی انسانی از بارزترین نمونه‌های این معضلات به شمار می‌روند که با تأثیر نامطلوب خود بین نیروی انسانی و سازمان‌ها فاصله ایجاد می‌کنند، برای رفع این مشکل، ارتقاء تعهد از بهترین راه‌هاست. تقسیم و پراکندگی دانش در داخل سازمان، پیش شرط حیاتی برای ایجاد اطلاعات و تجاربی است که سازمان می‌تواند از آن استفاده کند. در این امر استفاده از زبان واضح و روشن برای انتقال دانش، قراردادن پادشهایی برای به اشتراک گذاری دانش، حمایت فرهنگ سازمانی از اشتراک و انتقال دانش می‌تواند موثر باشد.

در این تحقیق رابطه بین اعتماد بر عملکرد اقتصادی کسب و کار با توجه به نقش میانجی تعهد و اشتراک دانش در صنعت دارو سازی ثامن مشهد بررسی شد. نتایج نشان می‌دهد که اعتماد بر عملکرد اقتصادی، تعهد سازمانی و اشتراک دانش رابطه مثبت دارد نتایج دیگر تحقیق بیانگر این است که تعهد سازمانی و اشتراک دانش کارکنان بر عملکرد اقتصادی رابطه مثبت و معناداری دارد. با توجه به یافته‌ها و نتایج تحقیق، پیشنهادهای جهت افزایش عملکرد اقتصادی سازمانها مطرح می‌گردد:

#### پیشنهادهای

- مدیریت سازمان باید این احساس را در کارکنان ایجاد نماید که به نیازهای آنها توجه می‌شود و آنها از حمایت اجتماعی مدیریت برخوردار هستند و مدیران نسبت به نیازهای آنها احساس مسئولیت می‌کنند.

- مدیران سازمان نسبت به مهارتهای کارکنان صنعت دارو سازی اطمینان زیادی داشته باشند و از دانش و تجربیات کارکنان خود استفاده نمایند.
- با توجه بیشتر به منافع و مزایای کارکنان، زمینه استفاده از ظرفیت و توانایی کارکنان را برای افزایش عملکرد آنان فراهم نمایند.
- مسئولین صنعت دارو سازی با برگزاری جلساتی با کارکنان دیگر سازمانها برای تبادل دانش و تجربه زمینه توسعه محصولات دارویی را فراهم آورند.
- دانش حاصل از تجربه میان کارکنان تسهیم و به اشتراک گذاشته شود تا به توسعه و تولید محصول متنوع تر و با کیفیت تر کمک شود.
- اطمینان از رعایت انصاف و عدالت در پرداختها و اطمینان از اینکه کارکنان ارتباط بین عملکرد و پاداش را درک می-کنند، یکی از بهترین روشهای افزایش اعتماد سازمانی به شمار می آید .
- دادن فرصت به کارکنان برای ابراز نظر یا رساندن صدای اعتراض خود به سازمان می تواند موجب تعهد و اعتماد سازمانی در میان کارکنان شود.

#### منابع و ماخذ

- جعفری، ش(۱۳۸۶) بررسی اعتماد به مثابه خط مشی در مدیریت سازمان و آثار آن بر تعهد سازمانی کارکنان دستگاههای اجرایی در شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد . دانشگاه علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه تهران
- Karakostas, B., D. Kardaras, and E. Paphthanassiou (2005), "The state of CRM adoption by the financial services in the UK: an empirical investigation", *Information & Management*, 42 (4), 853-63
- Nguyen, ThuyUyen H., Joseph S. Sherif and Michael Newby (2007), "Strategies for Successful CRM Implementation", *Information Management & Computer Security*, 15, (2), 102-115
- Go´mez,B.G. ´ Arranz.A.G. and Cilla´n,J.G. 2006, "The role of loyalty programs in behavioral and affective loyalty", *Journal of Consumer Marketing* 23/7 (2006) 387-396