

عوامل اعتماد بین فردی موثر بر رفتار اشتراک دانش در جوامع مجازی

فاطمه کیخا *

کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک، عضو هیئت علمی،

گروه مهندسی کامپیوتر، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه زابل

پذیرش: ۹۶/۱۱/۳۰

دریافت: ۹۶/۴/۱۱

فصلنامه علمی پژوهشی
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
شاپا (چاپی) ۸۲۲۳-۲۲۵۱
شاپا (الکترونیکی) ۸۲۳۱-۲۲۵۱
نمایه در ISC و SCOPUS و LISTA
<http://jst.irandoc.ac.ir>
دوره XX | شماره X | صص XX-XX
۱۳XX X

نوع مقاله: پژوهشی

به این مقاله به شکل زیر استناد کنید:
درون متن:

(کیخا، زودآیند)

در فهرست منابع:

کیخا، فاطمه. زودآیند. عوامل اعتماد بین فردی
موثر بر رفتار اشتراک دانش در جوامع مجازی.
پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات.
(دسترسی در <http://jipm.irandoc.ac.ir>)
روزنامه/سال)

چکیده: جوامع مجازی در اینترنت، به کاربران امکان برقراری ارتباط، تبادل اطلاعات و به اشتراک گذاری دانش جهت تامین نیازهای آنها را می‌دهد. بسیاری از جوامع مجازی به علت عدم تمایل اعضا برای اشتراک دانش با یکدیگر شکست خوردند. هدف اصلی این پژوهش، تمرکز بر عوامل موثر بر اعتماد بین فردی و بررسی تاثیر اعتماد بین فردی بر تمایل به اشتراک دانش در جوامع مجازی است. افزایش اعتماد بین فردی می‌تواند انگیزه افراد مجازی را در جهت اشتراک دانش افزایش دهد. بنابراین نیاز به درک عوامل موثر بر اعتماد بین فردی و رفتار اشتراک دانش اعضا داریم. بر اساس بررسی گسترده ادبیات، یک نظرسنجی مبتنی بر پرسشنامه انجام شد و داده‌های تجربی از ۲۷ جامعه مجازی جمع‌آوری شد. بنابراین در این پژوهش، تاثیر ۸ عامل، بر اعتماد بین فردی و تاثیر اعتماد بین فردی بر قصد اشتراک دانش بین ۳۳۶ عضو جوامع مجازی ارزیابی شد. جهت سنجش مدل اندازه‌گیری با استفاده از تحلیل عامل تاییدی و سنجش مدل ساختاری، داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان می‌دهد که اعتماد بین فردی به میزان قابل توجهی قصد اشتراک دانش را در بین کاربران جوامع مجازی تحت تاثیر قرار می‌دهد و عواملی شامل توانایی، خیرخواهی، صداقت، قابل پیش‌بینی بودن، شایستگی، دیدگاه مشترک، رشد دانش و ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی همگی بر افزایش اعتماد بین فردی اعضای مجازی تاثیر مثبت دارند. این مطالعه می‌تواند به مدیران جوامع مجازی برای مدیریت جوامع مجازی و ترویج این عوامل موثر بر اعتماد بین فردی برای تحریک تمایل اعضا به اشتراک دانش در آن جامعه مجازی کمک کند.

کلیدواژه‌ها: اشتراک دانش، مدیریت دانش، تمایل به اشتراک دانش، اعتماد، جوامع مجازی، اعتماد بین فردی

*پدیدآور رابط Keikha.f@gmail.com

۱. مقدمه

اشتراک دانش فرآیندی است که در آن دانش توسط اشخاص و یا گروه‌ها در سازمان انتقال می‌یابد تا برای توسعه خدمات، محصولات و یا فرآیند جدید و حل مشکلات و توسعه ایده‌های جدید بکار گرفته شود (Van Den Hooff & De Ridder, 2004; Yao, Tsai, & Fang, 2015). در واقع به اشتراک گذاری دانش فرآیند ارتباط بین افراد و انتقال و کسب دانش است (Yao et al., 2015). اعتماد یکی از مسائل مهم در مدیریت دانش است زیرا سبب ایجاد جو مثبت و افزایش جریان دانش می‌شود و یک عامل کلیدی در تبادل دانش است (Adler, 2001; Davenport & Prusak, 1998; Hung, Lai, & Chou, 2015; Janz & Prasarnphanich, 2003; Nonaka, 1994).

بیشترین بحث در فرآیند مدیریت دانش در ارتباط با اعتماد، بحث اشتراک دانش است. در واقع برای اینکه افراد دانش خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند باید به هم و یا به سازمانشان اعتماد داشته باشند (Ford, 2004). اعتماد وقتی ایجاد می‌شود که تاریخچه‌ای از تعاملات مطلوب گذشته منجر به انتظارات مثبت از تعاملات آینده شود (Chen & Hung, 2010). در روابط دارای اعتماد تبادل دانش بیشتری صورت می‌گیرد و زمانی که سطح اعتماد بالاتر رود، مردم تمایل بیشتری به ارائه دانش مفید خود دارند و همچنین تمایل بیشتری نیز به گوش دادن و کسب دانش دارند (Chai & Kim, 2010; Levin & Cross, 2004; Shapin, 1988). همچنین اعتماد مهم‌ترین پیش‌فرض برای تبادل دانش و یک شرط لازم برای اشتراک دانش ضمنی است (Rolland & Chauvel, 2000; Ford, 2004).

اعتماد بین فردی یک عامل مهم و حیاتی در موثر بودن فعالیت‌های اشتراک دانش است (Chen & Hung, 2010). تحقیقات نشان می‌دهد که اعتماد بین افراد و اعتماد به سیستم بر قصد اشتراک دانش موثر است (Hsu, Chang, & Yen, 2011). فرایند اشتراک دانش بسیار دارای اهمیت است و اعتماد در بوجود آمدن آن بسیار مهم است اما تنها پس از ایجاد اعتماد دوطرفه اتفاق می‌افتد (Andrews & Delahaye, 2000). اعتماد بیشتر اعضا به یک گروه، تقویت اشتراک دانش بین آنها را

در پی دارد. در واقع اشتراک دانش نتیجه‌ی اعتماد است (Seo, Kim, Chang, & Kim, 2016). اعتماد بین فردی به حذف موانع مقاومت در برابر به اشتراک گذاری دانش کمک می‌کند (Levin & Cross, 2004). اعتماد، رابطه مبادله اطلاعات بین افراد را ایجاد و حفظ می‌کند که در نتیجه منجر به اشتراک گذاری دانش با کیفیت خوب می‌شود (Chiu, Hsu, & Wang, 2006). اینترنت هرروزه منجر به گسترش جوامع مجازی می‌شود. همچنین، به دلیل افزایش مشارکت و فعالیت افراد در انواع مختلف جوامع مجازی برای موفقیت در محیط‌های کاری رقابتی، تبادل اطلاعات و دانش در جوامع مجازی در حال افزایش است (Lin, Hung, & Chen, 2009). یک جامعه مجازی، یک فضای مجازی است که توسط فناوری اطلاعات پشتیبانی می‌شود و افراد را به صورت مجازی گرد هم می‌آورد. اما به دلایل مختلفی ممکن است سطح اشتراک دانش بین آنها به میزان مورد انتظار نباشد (Hsu, Ju, Yen, & Chang, 2007). در جوامع برخط، اعتماد به عنوان یکی از عوامل موثر در تصمیم‌گیری کاربران برای اشتراک دانش، نقش مهمی در افزایش تبادل اطلاعات میان اعضای آن جامعه دارد (Chai & Kim, 2010). در تحقیقات گذشته مشخص شده است که اشتراک دانش و جوامع مجازی در موفقیت مدیریت دانش تاثیرگذار هستند (Lin et al., 2009). اما رابطه‌ی بین اعتماد بین شخصی و تمایل به اشتراک دانش در جوامع مجازی به صورت شفاف مشخص نیست. این مطالعه به بررسی عوامل موثر بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی و تاثیر این اعتماد بر اشتراک دانش بین افراد آن جامعه می‌پردازد. این مقاله به این صورت سازمان‌دهی شده است: ابتدا، اعتماد بین فردی، جوامع مجازی و اشتراک دانش در جوامع مجازی به عنوان پیش‌زمینه تئوری توصیف شده‌اند و فرضیات تحقیق ایجاد شده‌اند. سپس متدولوژی تحقیق و آنالیز داده‌ها توصیف شده است و در نهایت بحث ارائه شده است.

۲. پیشینه پژوهش اعتماد بین فردی

یکی از تعاریف مشهور در بحث اعتماد به این صورت است که: تمایل یک بخش به آسیب‌پذیری از رفتار طرف دیگر بر اساس انتظار از اینکه فرد مقابل صرف‌نظر از توانایی نظارت یا کنترل طرف دیگر، اقدام خاصی برای اعتماد کننده انجام خواهد داد (Mayer et al., 1995; Levin & Cross, 2004; Mayer, Davis, & Schoorman, 1995). ارزش اعتماد در شرایط نامعلوم و ریسک مشخص می‌شود (Wu, Chen, & Chung, 2010) و بخشی از روابط بین افراد، بحث اعتماد است، بنابراین اعتماد برای هر فرد و هر رابطه‌ای متفاوت است (Schoorman, Mayer, & Davis, 2007). اعتماد به عنوان یک شرط مهم برای موفقیت در مدیریت دانش است (Ford, 2004) و بنابراین به این دلیل که اعتماد نقش کلیدی در موفقیت مدیریت دانش دارد، شناخت اینکه چه مواردی باعث رشد اعتماد در بین افراد یک سازمان می‌گردد، برای مدیران بسیار مهم است (Ford, 2004). اعتماد ساختار پیچیده‌ای با سطوح، پایه‌ها و عوامل تعیین‌کننده است و اعتمادهای متفاوت ناشی از زیرساخت‌هایی مانند قابل پیش‌بینی بودن، همکاری، و اعتماد به نفس است (Ford, 2004; Mayer et al., 1995). علاوه بر وجود زمینه‌های مختلف اعتماد، انواع مختلف اعتماد نیز وجود دارد. بین اعتماد شخصی و غیرشخصی تفاوت وجود دارد، اعتماد شخصی بر پایه‌ی تعامل شخص با شخص است؛ درحالی که اعتماد غیرشخصی بر پایه‌ی یک موقعیت است (برای مثال، عناوین شغلی، دفاتر کاری) و نه یک شخص حقیقی (Ford, 2004; Morris & Moberg, 1994). اعتماد بین فردی یک ویژگی مرکزی یک رابطه است که ایجاد و به اشتراک گذاری دانش در شبکه‌ها را ترویج می‌کند (Abrams, Cross, Lesser, & Levin, 2003).

در ادبیات اعتماد بین اهداف اعتماد تفاوت قائل می‌شوند. معمول‌ترین انواع شناخته شده‌ی اعتماد، اعتماد بین شخصی و اعتماد سازمانی است. اعتماد بین شخصی به این معنی است که اعتماد شونده (فرد مورد اعتماد) بدون در نظر گرفتن موقعیت شغلی و عنوان، یک فرد می‌باشد و اعتماد سازمانی زمانی است که اعتماد شونده یک سازمان می‌باشد (Ford, 2004). اشتراک دانش درون و بین تیم‌ها

اهمیت حیاتی برای سازمان‌ها دارد (Renzl, 2008). اگر اعتماد بین فردی وجود داشته باشد، افراد تمایل بیشتری به اشتراک گذاشتن دارند (Ford, 2004). نتایج مقاله (W.-T. Wang & Chang, 2015) نشان می‌دهد که اعتماد بین فردی اثرات غیر مستقیم زیادی در قصد اشتراک دانش میان کارکنان دارد. نتایج مقاله (Fang & Chiu, 2010) نشان می‌دهد که چهار بُعد توزیع‌کننده، رویه‌ای، بین فردی و عدالت اطلاعاتی، هر دو نوع اعتماد به اعضا و اعتماد به مدیریت را تحت تاثیر قرار می‌دهد. اعتماد بین فردی در واقع تمایل یکی از طرفین برای وابستگی به طرف دیگر همراه با احساس امنیت نسبی، (حتی اگر عواقب منفی امکان پذیر باشد) است (McKnight, Chervany, & Cummings, 1996). در طیف وسیعی از زمینه‌ها محققان دریافته‌اند که اعتماد بین فردی بسیار حیاتی است. به عبارت دیگر، اعتماد بین فردی دلیل اصلی این است که چرا نزدیکی روابط کاری برای انتقال دانش موثر هستند (Abrams et al., 2003).

نه تنها پاسخ به این سؤال که اعتماد بین فردی چه تأثیری بر اشتراک دانش دارد مهم است بلکه باید به این سؤال پاسخ داد که اعتماد بین فردی چگونه شکل می‌گیرد. عوامل مختلف تاثیرگذار بر اعتماد در پژوهش‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته‌است. عوامل محیطی و زمینه‌ای و خصیصه‌های ارتباطی قابل انعطاف از جمله زبان مشترک و دیدگاه مشترک از عوامل سازنده‌ی اعتماد هستند (Renzl, 2008). (Mishra & Morrissey, 1990) عوامل موثر بر اعتماد را ارتباطات باز، درگیر شدن در تصمیم‌گیری، اشتراک گذاشتن اطلاعات حیاتی، اشتراک احساسات و ادراکات می‌دانند. تحقیقات گذشته نشان می‌دهد که کیفیت سیستم و کیفیت طراحی رابط به طور معناداری بر رضایت و اعتماد مشتریان وب سایت‌ها موثر است (جمشیدی و تهرانی ۱۳۹۴). همچنین (Mayer et al., 1995) توانایی ۱ اعتماد شونده، درک نیک‌خواهی ۲ اعتماد شونده، درک درستی ۳ اعتماد شونده و تمایل ۴ اعتماد کننده به اعتماد را عوامل تعیین کننده در اعتماد می‌دانند.

¹ ability

² charity

³ Integrity

⁴ willingness

سه عامل تعیین‌کننده دیگر برای اعتماد سازمانی، پیوستگی گروه کاری، مرکزیت آشنایی و اطلاعات دریافتی از جامعه هستند (Gilbert & Tang, 1998). همچنین باور به قابل اعتماد بودن شخص دیگر در ادبیات اعتماد، باور به این است که شخص دارای ویژگی‌های مانند خیرخواهی^۱، صداقت، شایستگی^۲، و قابل پیش‌بینی بودن^۳ است (McKnight et al., 1996).

جوامع مجازی

جامعه مجازی در واقع گروهی از مردم با علائق و مهارت‌های مشترک است که برای مدت زمانی از طریق یک مکان و یا مکانیزم مشترک در اینترنت، با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند (Ridings, Gefen, & Arinze, 2002; Yao et al., 2015). جامعه مجازی ممکن است یک اتاق گفتگو، تابلو اعلانات و یا برنامه ایمیل یا انجمن برخط باشد که مردم به صورت رسمی و یا غیر رسمی در آن عضو هستند و اعضا در آن به تبادل اطلاعات، دانش و منابع می‌پردازند و تعاملات آنها به صورت الکترونیکی است (Ridings et al., 2002; Yao et al., 2015) و افراد جوامع مجازی از طریق یک رسانه ارتباطی، مانند یک تابلو اعلانات یا یک گروه خبری با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند (Chen & Hung, 2010).

امروزه اینترنت از طریق جلسات برخط امکان تبادل اطلاعات و اشتراک دانش بین شرکا بدون ملاقات با آنها را امکان‌پذیر می‌کند و هر روزه افراد بیشتری از طریق مشارکت در جوامع مجازی، به کسب اطلاعات و حل مشکلات خود می‌پردازند (Hsu et al., 2007). سایت‌های جوامع مجازی، محیطی را برای تولید ارزش، اطلاعات و دانش و اشتراک آنها میان اعضا ایجاد می‌کند (Yao et al., 2015). در واقع جامعه مجازی نگران روابط اجتماعی بین‌اعضای خودش است. مقاله (Schoorman et al., 2007) روی جوامع مجازی حرفه‌ای تمرکز کرده است که افراد با علائق مشترک در یک موضوع خاص را برای اشتراک دانش گردهم می‌آورد. انتظار می‌رود جوامع

¹ benevolence
² competence
³ predictability

مجازی که در اینترنت شکل گرفته‌اند، کاربران را قادر به برقراری ارتباط، کسب اطلاعات و به اشتراک گذاری دانش سازد (Lin et al., 2009; Schoorman et al., 2007).

پژوهش (انبارکی، جوکار و ابراهیمی ۱۳۹۶)، عوامل مؤثر بر تمایل پژوهشگران به اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی علمی پیوسته را مورد بررسی قرار داده و یافته‌های تحقیق آنها نشان داد که از بین عوامل مؤثر بر تمایل پژوهشگران به اشتراک دانش، عوامل چشم انداز مشترک، اطمینان در اشتراک گذاری و عمل متقابل بیشترین تأثیر را دارند (انبارکی، جوکار و ابراهیمی ۱۳۹۶).

اعتماد بین فردی در جوامع مجازی

امروزه، تبادل سریع اطلاعات و دانش از طریق جوامع مجازی، به سرعت سبک زندگی را تغییر داده است و اعضای جامعه، ایده‌ها و نظراتشان را به اشتراک می‌گذارند. افراد برای حل مشکلات، بهبود و ارتقا ظرفیت فردی و بسیاری موارد دیگر، در جوامع مجازی مشارکت می‌کنند. اعتماد از ضرورات اشتراک دانش در اینترنت است. بدون اعتماد بین فردی، همکاری لازم برای موفقیت اشتراک دانش دشوار و یا غیرممکن خواهد بود (Chen & Hung, 2010). اعتماد به ویژه در رفتارهای ارادی مانند به اشتراک گذاری دانش در یک جامعه مجازی دارای اهمیت است (Chiu et al., 2006). ایجاد رابطه و اعتماد بین اعضای یک جامعه مجازی، حیاتی است (Yao et al., 2015). اعتماد بین شخصی، به اشتراک گذاری دانش خودکارآمد و مزایای نسبی درک شده بر رفتارهای اشتراک دانش تأثیرگذار است (Chen & Hung, 2010).

مهم‌ترین چالش در تسهیل جامعه مجازی، حفظ عرضه مستمر دانش از اعضای آن جامعه است (Hung et al., 2015). به اشتراک گذاری دانش در میان شرکت کنندگان در جامعه مجازی، برای جذب و حفظ کاربران این اجتماعات مجازی، حیاتی است (Yao et al., 2015). اعتماد بین فردی نقش مهمی را در استفاده از دانش، ارتقا جامعه و فعالیت‌های اشتراک دانش در جوامع مجازی بازی می‌کند (Chen & Hung, 2010). در واقع اعتماد، موانع اشتراک دانش را حذف خواهد کرد (Ardichvili, Page, & Wentling, 2003; Jin, Li, Zhong, & Zhai, 2015). تحقیقات جهت درک کامل تری از شکل‌گیری تمایلات در جوامع مجازی، به این نتیجه رسیده‌اند که اعتماد بین فردی، به

شدت اشتراک دانش در جوامع مجازی را تحت تاثیر قرار می‌دهد (Hung et al., 2015). به عنوان مثال، مقاله (Chai & Kim, 2010) نشان می‌دهد که رابطه مثبتی بین اعتماد بلاگرها و اشتراک دانش آنها است و یا مقاله (Ridings et al., 2002) دو بعد توانایی و خیرخواهی/یکپارچگی از اعتماد را بررسی می‌کند و نشان می‌دهد که اعتماد بر قصد کاربران برای دریافت و دادن اطلاعات به جامعه مجازی موثر است.

اعتماد بین فردی که در نتیجه اعتقاد به توانایی، خیرخواهی و صداقت دیگران بوجود آمده باشد، تمایل به ارسال و دریافت اطلاعات را افزایش می‌دهد (Chen & Hung, 2010). در واقع رشد دانش، پاسخ قابل فهم و دید مشترک در اعتماد بر افراد تأثیر مثبت دارد در حالی که کیفیت دانش روی اعتماد به سیستم تأثیر دارد (Hsu et al., 2011). اعتماد به عنوان یک مجموعه از رفتارهای خاص شامل صداقت، خیرخواهی و توانایی طرف مقابل تعریف شده است (Chiu et al., 2006). همچنین معروف‌ترین اجزای تشکیل‌دهنده اعتماد، خیرخواهی، درستکاری¹، شایستگی و قابل پیش‌بینی بودن است (McKnight et al., 1996). برخی از پژوهش‌ها اعتماد را به عنوان اطمینان از خیرخواهی، توانایی، امانت داری و قابل پیش‌بینی بودن اعتماد شونده بیان می‌کنند (Gefen, 2000). با توجه به (McKnight and Chervany, 2002)، اعتماد شامل توانایی، خیرخواهی، صداقت، و قابل پیش‌بینی بودن است (D Harrison McKnight, 2001; Wu et al., 2010).

با توجه به تحقیقات قبلی در مورد عوامل موثر بر اعتماد بین فردی و تاثیر اعتماد بین فردی بر روی اشتراک دانش در جوامع مجازی و سازمان، تعدادی فرضیه شکل گرفتند. این فرضیات در مدل تحقیق ارائه شده‌اند. در ادامه هر فرضیه به صورت مختصر توضیح داده شده است.

توانایی به معنی این است که فرد یا شرکت برای انجام برخی از رفتارهای موردنظر شایستگی لازم را دارد (Wu et al., 2010). مفهوم درک توانایی این است که اعتماد کننده اعتقاد دارد که طرف مقابل می‌تواند وظیفه خاصی را به درستی انجام دهد (Levin, Whitener, & Cross, 2006). توانایی

¹ honesty

مربوط به یک زمینه خاص، به این معنی است که افراد و یا سازمانهایی که مهارتشان را در یک زمینه خاص نشان داده‌اند به احتمال زیاد قابل اعتماد هستند (Wu et al., 2010).

فرضیه ۱: توانایی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تاثیر دارد.

درخواست برای اطلاعات یا مشاوره می‌تواند فرد را در مقابل دیگران آسیب‌پذیر کند. اعتماد مبتنی بر خیرخواهی، به فرد اجازه می‌دهد تا از همکاری بدون ترس از صدمه به عزت نفس یا شهرت سوال بپرسد (Abrams et al., 2003). خیرخواهی به این معنی است که اعتماد کننده این برداشت را از رفتار اعتماد شونده دارد که تمایل دارد تا به برخی ارزش‌هایی دست‌یابد که در یک رابطه بدون پاداش مطلوب است. خیرخواهی از آنجایی که بیانگر مهربانی و نوع دوستی است، نگرانی‌های مربوط به عدم اطمینان و فرصت‌طلبی را کاهش می‌دهد (Wu et al., 2010). زمانی که اعتماد کننده اعتقاد دارد که طرف مقابل برای او اهمیت قائل است، در واقع خیرخواهی طرف مقابل را درک کرده است (Hsu et al., 2011). اعتماد مبتنی بر خیرخواهی، روی دانش آشکار و ضمنی مؤثر است زیرا اگر افراد فکر کنند که کسی می‌خواهد به آنها ضرر برساند؛ در برابر هر آنچه که فرد مقابل می‌گوید، بدون توجه به ساده و یا پیچیده بودن مطلب مقاومت می‌کنند (Abrams et al., 2003).

فرضیه ۲: خیرخواهی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تاثیر دارد.

صداقت به معنی رفتار درست است و زمانی که یک فرد اعتماد کننده، صداقت طرف دیگر را باور می‌کند به این معنی است که اعتقاد دارد طرف دیگر به مجموعه‌ای از اصول قابل قبول متعهد است. همچنین صداقت در محیط مجازی نیز به معنی پیروی از یک مجموعه اصول، قواعد و ارزش‌های عمومی است (Levin et al., 2006; Wu et al., 2010).

فرضیه ۳: صداقت بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تاثیر دارد.

قابل پیش‌بینی بودن به این معنی است که اعتماد کننده اطمینان دارد که اعتماد شونده به موضوع وعده داده شده (مانند دستورالعمل‌ها) پایبند است. قابل پیش‌بینی بودن باعث کاهش عدم اطمینان و ریسک می‌شود (Wu et al., 2010).

فرضیه ۴: قابل پیش‌بینی بودن بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تاثیر دارد. شایستگی اعتقاد به این است که طرف مقابل تخصص کافی برای ارائه راه‌حل را دارا می‌باشد. زمانی که فردی بر اساس شایستگی به فرد دیگر اعتماد می‌کند به این معنی است که اطمینان دارد که طرف مقابل می‌داند که درباره چه چیزی صحبت می‌کند و بنابراین به او گوش می‌دهد و از او یاد می‌گیرد (Abrams et al., 2003).

فرضیه ۵: شایستگی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تاثیر دارد. یک چشم‌انداز مشترک به این معنی است که افراد اغلب در مورد رفتارها، سیاست‌ها و یا موارد دیگر نظر مشترکی دارند و سبب می‌شود تا افراد در کنار هم قرار گیرند و به یکدیگر اعتماد کنند (Hsu et al., 2011). چشم‌انداز مشترک در ایجاد اعتماد و انتقال دانش موثر است زیرا افرادی که اهداف مشابه دارند، رابطه نزدیک‌تری را با یکدیگر ایجاد می‌کنند (Abrams et al., 2003).

فرضیه ۶: دیدگاه مشترک بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تاثیر دارد. افراد می‌توانند تخصص خود را با ایجاد ارتباطات مناسب و آموختن از تجربیات دیگران افزایش دهند و زمانی که اعضا منافع مورد نظر خود را در این ارتباطات بدست آورند، به دیگر اعضا اعتماد می‌کنند. طبق تحقیقات گذشته رشد دانش یکی از پیش‌نیازهای اعتماد به دیگر افراد یک سازمان است (Hsu et al., 2011).

فرضیه ۷: رشد دانش بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تاثیر دارد. زمانی که افراد اطلاعات زندگی شخصی خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند، رابطه قوی‌تر و اعتماد بیشتری بین آنها ایجاد می‌شود. مردم بیشتر به افرادی اعتماد می‌کنند که علاقه بیشتری به اشتراک گذاری اطلاعات شخصی نشان می‌دهند و اغلب افراد در برابر افرادی که در ارتباط بسته هستند یا تنها به سؤالات روشن پاسخ می‌دهند، با احتیاط رفتار می‌کنند. در واقع ارتباطات غیرکاری یک فرد را واقعی‌تر نشان می‌دهد و سبب اعتماد بیشتر بین افراد می‌شود (Abrams et al., 2003).

فرضیه ۸: ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی تاثیر دارد.

اشتراک دانش در جوامع مجازی

بزرگترین چالش در ایجاد یک جامعه مجازی، عرضه دانش یعنی تمایل اشتراک گذاری دانش با دیگر اعضا است (Chiu et al., 2006). اشتراک دانش به معنای ارائه‌ی اطلاعات و دانش برای کمک به دیگران و همکاری با دیگران برای حل مشکلات، توسعه ایده‌ها یا اجرای سیاست‌ها و روش‌ها است (Seba, Rowley, & Lambert, 2012; S. Wang & Noe, 2010). همچنین فعالیت‌هایی که به مجموعه‌ای از افراد برای کار کردن با یکدیگر، تسهیل تبادل دانش، افزایش ظرفیت یادگیری سازمانی و افزایش توانایی آنها برای رسیدن به اهداف فردی و سازمانی کمک می‌کند، به عنوان اشتراک دانش شناخته می‌شود (Dyer & Nobeoka, 2000; Seba et al., 2012).

مطالعات مدیریت دانش نشان داده‌اند که در دسترس بودن، اشتراک دانش را تضمین نمی‌کند و اشتراک دانش در جوامع مجازی به موارد بسیاری وابسته است (Chen & Hung, 2010). نتایج مطالعات گذشته نشان می‌دهد که خودارائه کاربر، شناخت مشترک و یادگیری اجتماعی بر رفتارهای اشتراک دانش تاثیر مثبت می‌گذارد و همچنین نگرش افراد به اشتراک دانش، بر رفتار اشتراک دانش آنها تاثیر مثبت دارد (Bock & Kim, 2001; Jin et al., 2015). علاوه بر این، پشتیبانی شبکه‌های اجتماعی، اشتراک دانش در جامعه مجازی را بالا می‌برد و تبادل دانش میان دوستان را افزایش داده و احتمال توقف تبادل دانش را کاهش می‌دهد (Pan et al., 2015). همچنین ظرفیت اجتماعی و اشتراک دانش رابطه مثبتی با وفاداری افراد جامعه مجازی دارد (Yao et al., 2015). ظرفیت اجتماعی، به اشتراک گذاری دانش فرد در جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهد و اعتماد یکی از ارکان ظرفیت اجتماعی است (Chiu et al., 2006).

اعتماد به عنوان یک جنبه مرکزی در همه‌ی انواع روابط شناخته شده است (Gefen, Karahanna, & Straub, 2003; Hsu et al., 2011). اعتماد به همکاران و اعتماد به سرپرست بر اشتراک دانش تاثیر مثبت دارند و مردم بیشتر تمایل دارند تا در یک محیط قابل اعتماد به یکدیگر کمک کنند و از دیگران درخواست کمک کنند (Hsu et al., 2011; Ridings et al., 2002; Seo et al., 2016). به طور کلی افراد در محیط سرشار از اعتماد تمایل بیشتری به اشتراک دانش دارند (Hsu et al., 2011).

همچنین، اعتماد بر خوداثربخشی اشتراک دانش، مزیت نسبی درک شده و سازگاری درک شده تاثیر می‌گذارد و باعث تاثیر مثبت بر رفتار اشتراک دانش می‌شود (Lin et al., 2009).
فرضیه ۹: اعتماد بین فردی بر قصد اشتراک دانش در جوامع مجازی تاثیر دارد.

۳. روش پژوهش

داده‌های موردنظر جهت این پژوهش با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری می‌شود. در این بخش درباره نحوه جمع‌آوری داده‌ها و چگونگی ساخت پرسشنامه بحث می‌شود. داده‌های جمع‌آوری شده طی دو مرحله مدل اندازه‌گیری ۱ و مدل ساختاری ۲ تجزیه و تحلیل می‌شود.

نمونه و روش

از آنجایی که این پژوهش بر جوامع مجازی تمرکز دارد، با استفاده از یک پرسشنامه برخط برای گرفتن اطلاعات و نظرات اعضای جوامع مجازی در زمینه عوامل موثر بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی و تاثیر آن بر تمایل اعضا به اشتراک دانش، اقدام می‌کند. نظرسنجی مبتنی بر وب مزایایی را نسبت به نظرسنجی‌های سنتی، مانند هزینه کمتر و نرخ پاسخ بالاتر دارد (Hsu et al., 2007). در این تحقیق به این دلیل که موضوع اعضای جوامع مجازی بودند، از پرسشنامه مبتنی بر وب استفاده شد. ما لینک پرسشنامه آماده شده را در جوامع حرفه‌ای مختلف از می تا سپتامبر ۲۰۱۶ قرار دادیم و برای اعضای این جوامع، هدف از این مطالعه را توضیح دادیم و از اعضای که تجربه اشتراک دانش را داشتند درخواست کردیم که در این نظرسنجی شرکت کنند. تحقیقات گذشته نشان داده‌اند که افرادی که داوطلبانه در پاسخ‌گویی به پرسشنامه مشارکت می‌کنند، پاسخ‌های روشن‌تر و کامل‌تری ارائه می‌دهند و اعتبار هر روش تحقیقی به توانایی و تمایل داوطلبان برای ارائه پاسخ‌های معنی‌دار وابسته است (Hsu et al., 2007).

در مجموع ۳۵۲ بازدیدکننده تمامی بخش‌های پرسشنامه را تکمیل کردند. پس از حذف ۱۶ پاسخ ناکامل، نمونه‌های پژوهش به مجموع ۳۳۶ پاسخ‌های موثر رسید. پرسشنامه به زبان فارسی آماده شده بود و تنها در جوامع مجازی ایرانی توزیع شد. نمونه‌ها از ۲۷ جامعه مختلف در ۹ نوع جوامع

¹ measurement model

² structure model

مجازی شامل سرگرمی، مهندسی، علم، کامپیوتر، علوم انسانی، تجارت، سلامت، سیاست و سایر جمع آوری شدند. جدول ۱ اطلاعات جمعیت شناسی پاسخ دهندگان را نشان می دهد.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناسی پاسخ دهندگان

درصد فراوانی	فراوانی	متغیرهای جمعیت شناسی	
۰/۳۹	۱۳۱	زن	جنسیت
۰/۶۱	۲۰۵	مرد	
۱۶/۱	۵۴	زیر ۲۰ سال	سن
۵۵/۴	۱۸۶	۲۱ تا ۳۰ سال	
۱۹/۶	۶۶	۳۱ تا ۴۰ سال	
۶/۳	۲۱	۴۱ تا ۵۰ سال	
۲/۷	۹	بالای ۵۰ سال	
۱۷/۳	۵۸	زیر دیپلم	تحصیلات
۲۳/۸	۸۰	دیپلم	
۴۲/۹	۱۴۴	لیسانس	
۱۶/۱	۵۴	فوق لیسانس و بالاتر	
۱۳/۱	۴۴	۱-۳ ماه	تاریخچه عضویت
۱۶/۷	۵۶	۳-۶ ماه	
۱۹/۳	۶۵	۶ ماه تا ۱ سال	
۱۸/۵	۶۲	۱-۲ سال	
۲۰/۸	۷۰	۲-۳ سال	
۱۱/۶	۳۹	بیشتر از ۳ سال	
۲/۷	۹	۱-۳ ماه	
۳/۹	۱۳	۳-۶ ماه	
۶/۸	۲۳	۶ ماه تا ۱ سال	
۱۲/۵	۴۲	۱-۲ سال	
۲۴/۷	۸۳	۲-۳ سال	
۴۹/۴	۱۶۶	بیشتر از ۳ سال	

۱۹/۹	۶۷	مهندسی	نوع جامعه مجازی
۱۶/۱	۵۴	کامپیوتر	
۷/۴	۲۵	علم	
۸/۳	۲۸	انسانی	
۶/۸	۲۳	سرگرمی	
۶/۵	۲۲	کسب‌وکار	
۸/۳	۲۸	سیاست	
۸	۲۷	سلامت	
۱۸/۵	۶۲	سایر	

همانگونه که در جدول ۱ مشاهده می‌کنید، از مجموع ۳۳۶ نفر، در ارتباط با متغیر «جنسیت» بیشترین درصد فراوانی مربوط به جنس «مرد» (۶۱ درصد) بود. در ارتباط با متغیر «سن» بیشترین درصد فراوانی مربوط به سن «۲۱ تا ۳۰ سال» (۵۵/۴ درصد) و کمترین درصد فراوانی مربوط به سن «بالای ۵۰ سال» (۲/۷ درصد) بود. از نظر «تحصیلات» بیشترین درصد فراوانی مربوط به مقطع تحصیلی «لیسانس» (۴۲/۹ درصد) و کمترین آن مربوط به مقطع «فوق لیسانس و بالاتر» (۱۶/۱ درصد) بود. در ارتباط با متغیر «تاریخچه عضویت» بیشترین درصد فراوانی مربوط به «۲ تا ۳ سال» (۲۰/۸ درصد) و کمترین درصد فراوانی مربوط به «بیشتر از ۳ سال» (۱۱/۶ درصد) بود. در ارتباط با متغیر «تاریخچه جامعه» بیشترین درصد فراوانی مربوط به «بیشتر از ۳ سال» (۴۹/۴ درصد) و کمترین درصد فراوانی مربوط به «۱ تا ۳ ماه» (۲/۷ درصد) بود. از نظر «نوع جامعه مجازی» بیشترین درصد فراوانی مربوط به «مهندسی» (۱۹/۹ درصد) و کمترین آن مربوط به «کسب‌وکار» (۶/۵ درصد) بود.

ابزار اندازه‌گیری

جهت دستیابی به اهداف این پژوهش، موارد موثر بر اعتماد بین‌فردی و اشتراک دانش از پژوهش‌های گذشته استخراج شده و متناسب با زمینه جوامع مجازی اصلاح شدند. بخش مربوط به تاثیر عامل توانایی بر اعتماد بین‌فردی از مقاله (Wu et al., 2010) جهت سنجش تاثیر توانایی

دیگر کاربران بر افزایش اعتماد بین فردی اقتباس شد. موارد مربوط به تاثیر خیرخواهی و صداقت بر افزایش اعتماد بین فردی با استفاده از موارد معرفی شده در (Smith et al., 2006) جهت شناسایی تاثیر این عوامل در جوامع مجازی آماده شد. موارد اندازه گیری تاثیر قابل پیش بینی بودن و شایستگی بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی از مطالعه‌ی (Wu & Tsang, 2008) اقتباس شد. همچنین موارد مربوط به تاثیر دیدگاه مشترک و رشد دانش بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی از مطالعه (Hsu et al., 2011) برداشت شده است. در نهایت مواردی که تاثیر ایجاد ارتباط شخصی را بر اعتماد بین فردی را بررسی می کنند از (Abrams et al., 2003) اقتباس شده است. موارد برای اندازه گیری اعتماد بین فردی و قصد به اشتراک گذاری دانش در جوامع مجازی از مطالعه (Seba et al., 2012) اقتباس شدند.

در دستورالعمل پرسشنامه، ما به پاسخ دهندگان توضیح دادیم که منظور از فعالیت های اشتراک دانش مواردی همچون ارسال نظرات شخصی در جامعه مجازی، آپلود موارد، ارائه نقد و اشتراک اطلاعات از طریق یک سیستم تابلوی اعلانات الکترونیکی است. برای معیارهای معرفی شده در این پژوهش، یک معیار هفت نقطه ای لیکرت در محدوده‌ی به شدت مخالف (۱)، نه موافق نه مخالف (۴) و به شدت موافق (۷) بکار گرفته شده است. با استفاده از ۵ خبره در زمینه مدیریت دانش و فناوری اطلاعات، یک پیش آزمون پرسشنامه انجام شده است تا سهولت درک، سازگاری منطقی، مناسب بودن ترتیب سوالات و موارد دیگر ارزیابی شود. پاسخها، نظرات و ایده های آنها منجر به چند مورد تغییر کلمات و عبارات سوالات و ترتیب سوالات شد. جدول ۲ پرسشنامه اصلاح شده را نمایش می دهد.

جدول ۲. خلاصه معیارهای اندازه گیری

بارعاملی	انحراف معیار	میانگین	عامل
توانایی (Wu et al., 2010) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۹۰			
۰/۹۱	۱/۰۶	۶/۲۳	اعضا دانش کافی برای انجام کارها را دارا هستند.
۰/۸۸	۰/۹۱	۶/۳۱	اعضا مهارت و تکنیک کافی را دارا می باشند.

۰/۹۶	۰/۹۸	۶/۲۵	دانش اعضای این جامعه مجازی کیفیت لازم را دارا می‌باشد.
خیرخواهی (Smith et al., 2006) مقدار آلفای کرونیخ = ۰/۸۲			
۰/۹۳	۱/۱۴	۵/۸۰	نیازها و خواسته‌های من برای اعضا خیلی مهم است.
۰/۷۷	۱/۱۳	۶	اعضا آگاهانه کاری نمی‌کنند که به من ضربه بزند.
۰/۷۸	۱/۲۷	۵/۷۷	اعضا برای کمک به من قواعد را زیر پا می‌گذارند.
صداقت (Smith et al., 2006) مقدار آلفای کرونیخ = ۰/۸۹			
۰/۸۹	۱/۱۸	۵/۹۹	افراد این جامعه مجازی همواره به گفته‌های خود پایبند هستند.
۰/۸۰	۱/۰۷	۵/۹۳	اعضا به سختی تلاش می‌کنند تا رفتارشان با دیگران عادلانه باشد.
۰/۹۵	۱/۱۲	۵/۸۸	به نظر می‌رسد که افراد این جامعه مجازی طبق اصول کار می‌کنند.
قابل پیش بینی بودن (Wu & Tsang, 2008) مقدار آلفای کرونیخ = ۰/۸۴			
۰/۷۸	۱/۳۷	۵/۹۶	اعضا به یکدیگر برای حل مشکلات کمک خواهند کرد.
۰/۷۹	۱/۳۹	۵/۷۱	وقتی من نیاز به کمک داشته باشم اعضا بیشترین توان را برای کمک به من خواهند گذاشت.
۰/۸۲	۱/۳۲	۵/۷۶	افراد این جامعه مجازی انتظارات من را برآورده می‌کنند.
شایستگی (Wu & Tsang, 2008) مقدار آلفای کرونیخ = ۰/۹۵			
۰/۹۶	۰/۹۷	۶/۱۹	افراد این جامعه مجازی توانایی انجام وظایف خود را دارند.
۰/۹۵	۱	۶/۱۳	اعضا توانایی لازم برای رسیدگی به مشکلات را دارند.
۰/۹۶	۰/۹۶	۶/۱۶	تخصص شخصی افرادی می‌تواند اهداف این جامعه مجازی را تحقق بخشد.
دیدگاه مشترک (Hsu et al., 2011) مقدار آلفای کرونیخ = ۰/۷۹			
۰/۶۷	۱/۱۳	۵/۹۰	اعضا دیدگاهشان را برای کمک به حل مشکلات حرفه‌ای یکدیگر به اشتراک می‌گذارند.

۰/۷۸	۱/۰۷	۵/۹۶	اعضا، اهداف مشترکشان را برای یادگیری بایکدیگر به اشتراک می گذارند.
۰/۸۸	۱/۰۹	۶/۰۱	اعضا فکر می کنند همکاری بسیار دارای اهمیت است.
رشد دانش (Hsu et al., 2011) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۸۴			
۰/۸۲	۱/۱۴	۶/۱۱	افراد این جامعه مجازی کمک می کنند من چیزهای بیشتری بیاموزم.
۰/۹۱	۱/۲۳	۵/۹۸	اعضا کمک می کنند من در مهارت های جدید خبره شوم.
۰/۷۷	۱/۳۵	۵/۸۱	اعضا کمک می کنند من ایده های نوآورانه ام را اجرا کنم.
ایجاد ارتباطات شخصی (Abrams et al., 2003) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۸۵			
۰/۹۳	۱/۲۹	۵/۰۵	اعضا اطلاعات زندگی شخصی خود را با من به اشتراک می گذارند
۰/۸۰	۱/۳۱	۵/۲۹	اعضای این جامعه مجازی تنها به سوالات روشن پاسخ نمیدهند.
۰/۷۶	۱/۳۲	۴/۹۱	اعضای این جامعه مجازی ارتباطات غیرکاری بایکدیگر برقرار می کنند.
اعتماد بین فردی (Seba et al., 2012) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۹۲			
۰/۸۶	۱/۴۹	۵/۶۶	من میدانم که افراد این جامعه مجازی هر زمان که من نیاز به دانستن چیزی داشته باشم تلاش می کنند به من کمک کنند.
۰/۸۶	۱/۵۵	۵/۵۵	من همیشه می توانم روی اعضا، وقتی به کمک نیاز دارم حساب کنم.
۰/۹۷	۱/۴۸	۵/۷۶	من همیشه میتوانم مطمئن باشم که اعضا در آسانتر شدن کارهایم از طریق در اختیار گذاشتن دانش خود، کمک می کنند.
۰/۸۷	۱/۵۰	۵/۵۳	من آزادانه با اعضا جامعه مجازی درباره دانش خودم گفتگو می کنم.
قصد اشتراک دانش (Seba et al., 2012) مقدار آلفای کرونباخ = ۰/۹۱			

۰/۸۸	۱/۳۶	۵/۷۳	من مایلم با افراد بیشتری از جامعه مجازی اشتراک دانش داشته باشم.
۰/۸۶	۱/۳۶	۵/۶۸	من مایلم با همه افراد این جامعه مجازی، اشتراک دانش داشته باشم در صورتیکه این کار برای جامعه مجازی، مفید و سازنده باشد.
۰/۸۷	۱/۴۵	۵/۷۴	من تمایل دارم در آینده به دفعات بیشتری با اعضا، اشتراک دانش داشته باشم.
۰/۸۶	۱/۳۲	۵/۸۴	من تمایل دارم با یک روش مؤثر با اعضا، اشتراک دانش داشته باشم.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها و نتایج

مدل اندازه‌گیری

تجزیه و تحلیل داده‌ها طی دو مرحله مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری انجام شد. اولین گام در آنالیز داده‌ها بررسی اعتبار ساختاری^۱ برای ده عنصر اندازه‌گیری شامل توانایی، خیرخواهی، صداقت، قابل پیش‌بینی بودن، شایستگی، دیدگاه مشترک، رشد دانش و ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی با استفاده از تجزیه و تحلیل عامل تاییدی^۲ (CFA) لیزرل^۳ است.

پایایی^۴ (اعتبار) با استفاده از ارزش آلفای کرونباخ^۵ بررسی شده است (جدول ۲). یکی از روش‌های بررسی پایایی، قابلیت اعتماد و هماهنگی بین شاخص‌ها، استفاده از ضریب آلفای کرونباخ است. مقدار این ضریب می‌بایست حداقل ۰/۷۰ باشد. همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌کنید ضریب آلفای کرونباخ تمامی عوامل بین ۰/۷۹ تا ۰/۹۵ است. همچنین میانگین^۶ و انحراف

¹ construct validity

² confirmatory factor analysis

³ LISREL

⁴ reliability

⁵ Cronbach's alpha

⁶ average

معیار^۱ برای هر کدام از شاخص‌های مدل ارائه شده است. همچنین ضرایب بارهای عاملی^۲، پایایی ترکیبی^۳ (CR)، میانگین واریانس استخراجی^۴ (AVE) و ماتریس همبستگی به روش (Fornell & Larcker, 1981) مورد بررسی قرار گرفته است.

بار عاملی^۵ (λ) میزان شدت رابطه بین یک عامل و شاخص مربوطه را مشخص می‌کند. به عبارت دیگر، بار عاملی نشان‌دهنده میزان اشتراک شاخص با عامل است. بنابراین هر چه مقدار این ضریب بیشتر باشد، می‌توان نتیجه گرفت که ارتباط بین عامل و شاخص مربوطه شدیدتر است. مقدار مناسب برای بار عاملی حداقل ۰/۷۰ است. در جدول ۲، میانگین، انحراف معیار، ضرایب بارعاملی و ضرایب آلفای کرونباخ ارائه شده است. همانطور که مشاهده می‌کنید، بار عاملی تمامی شاخص‌ها بجز شاخص سوال ۱۶ از عامل دیدگاه مشترک (۰/۶۷) بیشتر از ۰/۷۰ می‌باشد. نتایج پایایی ترکیبی، میانگین واریانس استخراجی و ماتریس همبستگی (Fornell & Larcker, 1981) برای عوامل پژوهش در جدول ۳ ارائه شده است. ماتریس همبستگی به روش (Fornell & Larcker, 1981)، همان ماتریس همبستگی بین عوامل است با این تفاوت که روی قطر اصلی آن بجای عدد ۱، جذر مقادیر AVE هر عامل قرار دارد. با استفاده از این ماتریس، می‌توان میزان همبستگی یک عامل با شاخص‌هایش در مقابل همبستگی آن عامل با سایر عامل‌ها را مقایسه کرد. همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌کنید، مقادیر روی قطر اصلی ماتریس بزرگتر از همبستگی بین عوامل می‌باشد، به عبارت دیگر عدد روی قطر اصلی، بزرگتر از مقادیر ستون مربوطه باشد و روایی و اگر مدل تایید می‌شود. معیار AVE نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر عامل با شاخص‌های خود است. به بیان ساده تر AVE میزان همبستگی یک عامل با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد که هر چه بیشتر باشد، برازش نیز بهتر است. معیار CR معیاری است که پایایی عامل‌ها را نه بصورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی

¹ standard deviation

² coefficients of indicator loadings

³ combined reliability

⁴ Average Variance Extracted

⁵ Indicator loading

عامل‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌کند. مقدار مناسب برای پایایی ترکیبی حداقل ۰/۸۰ و برای AVE حداقل ۰/۵۰ است و مطابق با یافته‌های جدول ۳، مقادیر پایایی ترکیبی، بین ۰/۸۲ تا ۰/۹۷ و مقادیر AVE بین ۰/۶۱ تا ۰/۹۱ می‌باشد.

جدول ۳. همبستگی و میانگین واریانس استخراجی

عامل	توانایی	خیرخواهی	صداقت	قابل پیش بینی	شایستگی	دیدگاه مشترک	رشد دانش	ارتباط شخصی	اعتماد بین فردی	قصد اشتراک دانش
توانایی	۰/۹۱									
خیرخواهی	۰/۱۲	۰/۸۳								
صداقت	-۰/۱۱	۰/۲۱	۰/۸۹							
قابل پیش‌بینی بودن	-۰/۰۷	۰/۰۱	۰/۳۸	۰/۷۹						
شایستگی	-۰/۰۱	۰/۱۱	-۰/۰۸	-۰/۱۰	۰/۹۵					
دیدگاه مشترک	-۰/۰۴	۰	-۰/۰۳	-۰/۰۷	۰/۱۶	۰/۷۸				
رشد دانش	۰/۰۵	۰/۲۱	۰/۳۳	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۱۷	۰/۸۳			
ارتباطات شخصی	-۰/۱۵	۰/۱۰	۰/۱۱	۰/۱۰	۰/۰۸	۰/۲۱	۰/۳۴	۰/۸۳		
اعتماد بین فردی	۰/۲۸	۰/۳۶	۰/۴۲	۰/۳۲	۰/۲۲	۰/۲۴	۰/۴۵	۰/۳۲	۰/۸۹	
قصد اشتراک دانش	۰/۲۱	۰/۱۷	۰/۲۷	۰/۳۲	۰/۰۷	۰/۰۶	۰/۳۳	۰/۱۰	۰/۶۴	۰/۸۶
CR	۰/۹۴	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۸۴	۰/۹۷	۰/۸۲	۰/۸۷	۰/۸۷	۰/۹۴	۰/۹۲
AVE	۰/۸۴	۰/۶۹	۰/۷۹	۰/۶۳	۰/۹۱	۰/۶۱	۰/۷۰	۰/۶۹	۰/۷۹	۰/۷۵

مدل ساختاری

با استفاده از مدل ساختاری، عوامل همراه با روابط میان آن‌ها و فرضیات بررسی گردیده‌است. شکل ۱ ضرایب مسیر^۱ استاندارد شده لیزرل را نشان می‌دهد. برای مدل‌هایی با برازش خوب^۱،

^۱ path coefficients

می‌بایست شاخص‌های دو نرمال شده تقسیم بر درجه آزادی (χ^2/df) ^۲ کمتر از ۵، شاخص نیکویی برازش (GFI) ^۳ بزرگتر از ۰/۸۰، شاخص برازش تطبیقی (CFI) ^۴ بزرگتر از ۰/۹۰، شاخص ریشه میانگین مربع خطای تقریب $(RMSEA)$ ^۵ کمتر از ۰/۰۸ باشند (Bentler, 1983, 1985; Browne, Cudeck, Bollen, & Long, 1993; Dudgeon, 2004; Hsu et al., 2007; Jöreskog & Sörbom, 1993).

مقادیر شاخص‌های نیکویی برازش مدل پژوهش در جدول ۴ ارائه شده است. همانطور که مشاهده می‌کنید، برای این مدل ساختاری، مقدار شاخص χ^2/df برابر ۳/۰۵ ($\chi^2=1248/409$) و $(df=409)$ ، مقدار شاخص GFI برابر ۰/۸۱، مقدار شاخص CFI برابر ۰/۹۰ و مقدار شاخص $RMSEA$ برابر ۰/۰۷۸ بود. بنابراین مقادیر تمامی شاخص‌ها در دامنه مورد قبول هستند.

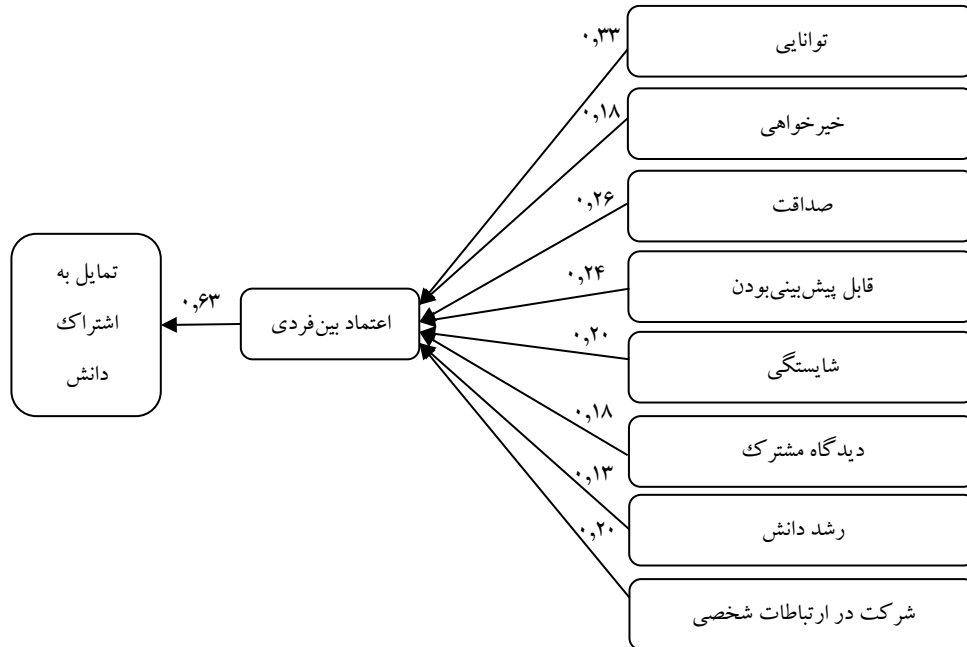
جدول ۴. خلاصه شاخص برازش مدل

مقادیر پیشنهادی	امتیاز	شاخص	نوع
	۱۲۴۸	χ^2	آزمون χ^2
	۴۰۹	df	
(Bentler, 1985) $5,00 >$	۳/۰۵	χ^2/df	
(Etezadi-Amoli & Farhoomand, 1996) $0,80 <$	۰/۸۱	GFI	شاخص برازش مطلق
(Bentler, 1985; Hayduk, 1987) $0,90 <$	۰/۹۰	CFI	شاخص برازش تطبیقی
(Jöreskog & Sörbom, 1993) $0,08 >$	۰/۰۷۸	RMSEA	

مدل معادله ساختاری این پژوهش، شامل ۸ متغیر یا عامل مستقل، ۱ متغیر میانجی و ۱ متغیر وابسته می‌باشد. با توجه به نتایج بدست آمده، ضریب میان توانایی و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت

¹ good fit
² chi-square normalized by degrees of freedom
³ goodness-of-fit index
⁴ comparative fit index
⁵ root mean square error of approximation

است ($t=7/58$ و $\beta=0/33$). یعنی اعتماد بین فردی توسط توانایی قابلیت پیش بینی را دارد (پیش بینی می‌شود). بنابراین فرضیه ۱ تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر توانایی پیش بینی کننده معنی دار برای اعتماد بین فردی است. ضریب میان خیرخواهی و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=4/14$ و $\beta=0/18$). یعنی اعتماد بین فردی توسط خیرخواهی قابلیت پیش بینی را دارد (پیش بینی می‌شود). بنابراین فرضیه ۲ تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر خیرخواهی تاثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد. همچنین ضریب میان صداقت و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=5/21$ و $\beta=0/26$). یعنی اعتماد بین فردی توسط صداقت قابلیت پیش بینی را دارد. بنابراین فرضیه ۳ تأیید می‌گردد. ضریب میان قابل پیش بینی بودن و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=4/96$ و $\beta=0/24$). بنابراین فرضیه ۴ تأیید می‌گردد و قابل پیش‌بینی بودن تاثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد. ضریب میان شایستگی و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=4/79$ و $\beta=0/20$). یعنی اعتماد بین فردی توسط شایستگی، پیش بینی می‌شود. بنابراین فرضیه ۵ تأیید می‌گردد. ضریب میان دیدگاه مشترک و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=3/92$ و $\beta=0/18$). یعنی دیدگاه مشترک تاثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد. بنابراین فرضیه ۶ تأیید می‌گردد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که رشد دانش تاثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد ($t=2/56$ و $\beta=0/13$) و فرضیه ۷ تأیید می‌گردد. ضریب میان ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی و اعتماد بین فردی، معنادار و مثبت است ($t=4/27$ و $\beta=0/20$). بنابراین فرضیه ۸ تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی تاثیر مثبتی بر اعتماد بین فردی دارد. ضریب میان اعتماد بین فردی و قصد اشتراک دانش، معنادار و مثبت است ($t=11/95$ و $\beta=0/63$). یعنی قصد اشتراک دانش توسط اعتماد بین فردی، پیش بینی می‌شود. بنابراین فرضیه ۹ تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر اعتماد بین فردی، تاثیر مثبتی بر قصد اشتراک دانش دارد. بنابراین متغیر توانایی با ضریب استاندارد $0/33$ بیشترین تاثیر مستقیم و متغیر رشد دانش با ضریب استاندارد $0/13$ کمترین تاثیر مستقیم را بر اعتماد بین فردی دارند. همچنین متغیر اعتماد بین فردی با ضریب $0/63$ تاثیر معنادار و قوی بر قصد اشتراک دانش دارد.



شکل ۱. نتایج تجزیه و تحلیل مدل ساختاری

۵. بحث و نتیجه گیری

از آنجایی که در جوامع مجازی اغلب هویت افراد مشخص نیست و از طرفی اشتراک دانش در یک جامعه مجازی یکی از شروط پایداری آن است، ایجاد اعتماد بین اعضای جامعه مجازی می تواند در موفقیت آن بسیار موثر باشد. در واقع، جامعه مجازی یک پدیده خاص است که در آن روابط اجتماعی با واسطه کامپیوتر ساخته شده است و به دلیل ناشناس بودن افراد برای یکدیگر، عوامل مختلفی می تواند در ایجاد اعتماد بین آنها موثر باشد. این پژوهش قصد دارد تا درک بهتری از عوامل موثر بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی و تاثیر این اعتماد بین فردی به تمایل افراد به اشتراک دانش در این جوامع بدست آورد. این پژوهش با توجه به مطالعات گذشته در زمینه عوامل موثر در ایجاد اعتماد بین فردی، تاثیر این عوامل را در ایجاد اعتماد بین افراد جوامع مجازی بررسی می کند که شامل عوامل توانایی، خیرخواهی، صداقت، قابل پیش بینی بودن،

شایستگی، دیدگاه مشترک، رشد دانش و ایجاد و شرکت در ارتباطات شخصی می‌باشد. علاوه بر این، تاثیر اعتماد بین فردی را بر تمایل افراد به اشتراک دانش در این جوامع مشخص می‌کند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تمامی عوامل مورد بررسی، تاثیر مثبتی بر ایجاد اعتماد بین فردی در بین کاربران جوامع مجازی دارد. برطبق نتایج، توانایی بیشترین تاثیر مثبت را در ایجاد اعتماد بین فردی در اعضای جامعه مجازی دارد و می‌توان گفت اعتقاد به اینکه طرف مقابل می‌تواند وظیفه خاصی را به درستی انجام دهد مهم‌ترین عاملی است که سبب ایجاد اعتماد بین فردی می‌شود و بیشترین تاثیر را بر روی آن دارد. صداقت به‌عنوان دومین عامل تاثیرگذار بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی شناخته شده‌است، به این معنی که وقتی افراد در محیط مجازی از اصول و قواعد پیروی می‌کنند بر افزایش سطح اعتماد بین آنها تاثیر مثبت خواهد داشت. همچنین نتایج نشان می‌دهد که قابل پیش‌بینی بودن سومین عامل است که تاثیر فراوانی بر ایجاد اعتماد دارد. قابل درک است که هنگامی که فردی اطمینان دارد که فرد دیگر به موضوع وعده داده شده پایبند است، اعتماد او افزایش می‌یابد. علاوه بر اینها زمانی که فردی از تخصص طرف مقابل در جامعه مجازی اطمینان می‌یابد و یا در مقابل فردی قرار می‌گیرد که ارتباطات شخصی بیشتری برقرار می‌کنند، اعتماد آنها به آن اعضای جامعه مجازی افزایش خواهد یافت و بر طبق نتایج این پژوهش، این عوامل در جایگاه بعدی عوامل تاثیرگذار بر اعتماد بین فردی در جوامع مجازی قرار می‌گیرند. همچنین اعتقاد به خیرخواهی طرف مقابل و داشتن دیدگاه مشترک نیز با اینکه تاثیر مثبتی بر اعتماد دارند اما به اندازه عوامل قبلی موثر نمی‌باشند و در جایگاه آخر، رشد دانش قرار می‌گیرد که برطبق نتایج این تحقیق کمترین تاثیر را در ایجاد و افزایش اعتماد بین فردی در جوامع مجازی دارد. در نهایت نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که اعتماد بین فردی، تاثیر زیادی بر قصد اشتراک دانش در بین افراد یک جامعه مجازی دارد و بنابراین هرچه اعتماد بین فردی در یک جامعه مجازی افزایش یابد، میزان اشتراک دانش افراد در آن جامعه افزایش خواهد یافت و آن جامعه مجازی موفق‌تر و پویاتر خواهد بود.

این پژوهش چند محدودیت داشت که در تحقیقات آینده می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. اول، هدف این پژوهش جوامع مجازی بدون در نظر گرفتن تاریخچه جامعه مجازی و یا طول مشارکت هر فرد در آن جامعه مجازی است. یک نگرانی این است که این عوامل ممکن است بر سطح مشارکت افراد موثر باشد. تحقیقات آینده بایستی تحقیق کنند که آیا طول مشارکت هر فرد در یک جامعه مجازی و یا مدت زمان شکل‌گیری آن جامعه بر میزان ایجاد اعتماد بین افراد آن و تمایل به اشتراک دانش در آن جامعه موثر است. دوم، به دلیل اینکه این پژوهش هدفش را تنها جوامع ایران قرار داده است، نتایج نمی‌توانند در سطح جهانی تعمیم داده شوند. تحقیقات آینده باید تاثیر این عوامل را در سطح جهانی آزمایش کنند. در نهایت، از آنجایی که هدف این پژوهش، بررسی تاثیر عوامل اعتماد بین فردی در قصد اشتراک دانش بوده است، عوامل دیگر موثر بر قصد اشتراک دانش در جوامع مجازی در نظر گرفته نشده‌اند. تحقیقات آینده نیاز به بررسی رابطه بین این عوامل و قصد اشتراک دانش در جوامع مجازی دارند.

فهرست منابع

- انبارکی سحر، جوکار عبدالرسول، ابراهیمی سعیده. ۱۳۸۸. شناخت عوامل مشوق و بازدارنده تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی علمی پیوسته. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات. URL: <http://ijpm.irandoc.ac.ir/article-1-3455-fa.html>
- جمشیدی حمید، تهرانی رضا. ۱۳۹۴. تحلیل میزان تاثیرگذاری عوامل اطلاعاتی، سیستمی و طراحی رابط کاربر بر وفاداری مشتریان وب سایت ها با توجه به نقش رضایت و اعتماد. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات. URL: ۱۱۰۶-۱۰۸۵: (۴) ۳۰. <http://ijpm.irandoc.ac.ir/article-1-2118-fa.html>
- Abrams, L. C., R. Cross, E. Lesser and D. Z. Levin. 2003. Nurturing interpersonal trust in knowledge-sharing networks. *The Academy of Management Executive* 17(4): 64-77 .
- Adler, Paul S. 2001. Market, hierarchy, and trust: The knowledge economy and the future of capitalism. *Organization science* 12(2): 215-234 .
- Andrews, Kate M., and Brian L. Delahaye. 2000. Influences on knowledge processes in organizational learning: The psychosocial filter. *Journal of Management studies* 37(6): 797-810 .
- Ardichvili, A., V. Page and T. Wentling. 2003. Motivation and barriers to participation in virtual knowledge-sharing communities of practice. *Journal of knowledge management* 7(1): 64-77 .
- Bentler, Peter M. 1983. Some contributions to efficient statistics in structural models: Specification and estimation of moment structures. *Psychometrika* 48(4): 493-517 .
- Bentler, Peter M. 1985. *Theory and implementation of EQS: A structural equations program*: BMDP Statistical Software.
- Bock, Gee-Woo, and Young-Gul Kim. 2001. Breaking the myths of rewards: An exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Pacis 2001 proceedings*, 78 .
- Browne, M. W., R. Cudeck, K. A. Bollen, and J. S. Long. 1993. Alternative ways of assessing model fit. *Sage focus editions*, 154: 136-136 .

- Chai, Sangmi, and Minkyun Kim. 2010. What makes bloggers share knowledge? An investigation on the role of trust. *International Journal of Information Management*, 30(5): 408-415.
- Chen, Chih-Jou, and Shiu-Wan Hung. 2010. To give or to receive? Factors influencing members' knowledge sharing and community promotion in professional virtual communities. *Information & Management*, 47(4): 226-236 .
- Chiu, C.-M, M.-H. Hsu, and E. T Wang. 2006. Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision support systems*, 42(3): 1872-1888 .
- D Harrison McKnight, N. L. C. 2001. What trust means in e-commerce customer relationships: An interdisciplinary conceptual typology. *International journal of electronic commerce*, 6(2): 35-59.
- Davenport, Thomas H., and Laurence Prusak. 1998. *Working knowledge: How organizations manage what they know*: Harvard Business Press.
- Dudgeon, Paul. 2004. A note on extending Steiger's (1998) multiple sample RMSEA adjustment to other noncentrality parameter-based statistics. *Structural Equation Modeling*, 11(3): 305-319 .
- Dyer, Jeffrey H., and Kentaro Nobeoka. 2000. Creating and managing a high-performance knowledge-sharing network: the Toyota case. *Strategic management journal*: 345-367 .
- Etezadi-Amoli, Jamshid, and Ali F. Farhoomand. 1996. A structural model of end user computing satisfaction and user performance. *Information & Management*, 30(2): 65-73 .
- Fang, Yu-Hui, and Chao-Min Chiu. 2010. In justice we trust: Exploring knowledge-sharing continuance intentions in virtual communities of practice. *Computers in Human Behavior*, 26(2): 235-246 .
- Ford, Dianne P. 2004. Trust and knowledge management: the seeds of success *Handbook on Knowledge Management 1*. Springer Berlin Heidelberg: 553-575.
- Fornell, Claes, and David F. Larcker. 1981. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*: 39-50 .
- Gefen, David. 2000. E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6): 725-737 .
- Gefen, D., E. Karahanna and D. W. Straub. 2003. Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS quarterly*, 27(1): 51-90 .
- Gilbert, Jacqueline A., and Thomas Li-Ping Tang. 1998. An examination of organizational trust antecedents. *Public personnel management*, 27(3): 321-338 .
- Hayduk, Leslie A. (1987). *Structural equation modeling with LISREL: Essentials and advances*: Jhu Press.
- Hsu, M.-H., C.-M. Chang and C.-H. Yen. 2011. Exploring the antecedents of trust in virtual communities. *Behaviour & Information Technology*, 30(5): 587-601 .
- Hsu, M.-H., T. L. Ju, , C.-H. Yen and C.-M. Chang. 2007. Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International journal of human-computer studies*, 65(2): 153-169 .
- Hung, S. Y., H. M. Lai, and Y. C. Chou. 2015. Knowledge-sharing intention in professional virtual communities: A comparison between posters and lurkers. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 66(12): 2494-2510 .
- Janz, Brian D., and Pattarawan Prasarnphanich. 2003. Understanding the antecedents of effective knowledge management: The importance of a knowledge-centered culture. *Decision sciences*, 34(2): 351-384 .
- Jin, J., Y. Li, X. Zhong and L. Zhai. 2015. Why users contribute knowledge to online communities: An empirical study of an online social Q&A community. *Information & Management*, 52(7): 840-849 .
- Jöreskog, Karl G., and Dag Sörbom. 1993. *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*: Scientific Software International.
- Levin, Daniel Z., and Rob Cross. 2004. The strength of weak ties you can trust: The mediating role of trust in effective knowledge transfer. *Management science*, 50(11): 1477-1490 .

- Levin, D. Z., E. M. Whitener and R. Cross. 2006. Perceived trustworthiness of knowledge sources: The moderating impact of relationship length. *Journal of applied psychology*, 91(5): 1163 .
- Lin, M. J. J., S. W. Hung and C. J. Chen. 2009. Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities. *Computers in Human Behavior*, 25(4): 929-939.
- Mayer, R. C., J. H. Davis and F. D. Schoorman. 1995. An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, 20(3): 709-734 .
- McKnight, D. H., N. L. Chervany and L. L. Cummings. 1996. *Trust formation in new organizational relationships*: Management Information Systems Research Center, Curtis L. Carlson School of Management, University of Minnesota.
- Mishra, Jitendra, and Molly A. Morrissey. 1990. Trust in employee/employer relationships: A survey of West Michigan managers. *Public personnel management*, 19(4): 443-486 .
- Morris, James H., and Dennis J. Moberg. 1994. Work organizations as contexts for trust and betrayal. *Citizen espionage: Studies in trust and betrayal*: 163, 187 .
- Nonaka, Ikujiro. 1994. A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization science*, 5(1): 14-37 .
- Pan, Y., Y. C. Xu, X. Wang, C. Zhang, H. Ling and J. Lin. 2015. Integrating social networking support for dyadic knowledge exchange: a study in a virtual community of practice. *Information & Management*, 52(1): 61-70 .
- Renzl, Birgit. 2008. Trust in management and knowledge sharing: The mediating effects of fear and knowledge documentation. *Omega*, 36(2): 206-220 .
- Ridings, C. M., D. Gefen and B. Arinze. 2002. Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3): 271-295 .
- Rolland, N., and D. Chauvel. 2000. Knowledge transfer in strategic alliances. *Knowledge horizons: The present and the promise of knowledge management*: 225-236 .
- Schoorman, F. D., R. C. Mayer and J. H. Davis. 2007. An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of management review*, 32(2): 344-354 .
- Seba, I., J. Rowley, and S. Lambert. 2012. Factors affecting attitudes and intentions towards knowledge sharing in the Dubai Police Force. *International Journal of Information Management*, 32(4): 372-380 .
- Seo, H. M., M. C. Kim, K. Chang and T. Kim. 2016. Influence Of Interpersonal Trust On Innovative Behaviour Of Service Workers: Mediating Effects Of Knowledge Sharing. *International Journal of Innovation Management*, 20(02), 1650026 .
- Shapin, Steven. 1988. The house of experiment in seventeenth-century England. *Isis*, 79(3): 373-404 .
- Smith, P. A., M. Bakker, R. T. A. Leenders, S. M. Gabbay, J. Kratzer and J. M. Van Engelen. 2006. Is trust really social capital? Knowledge sharing in product development projects. *The Learning Organization*, 13(6): 594-605 .
- Van Den Hooff, Bart, and Jan A. 2004. Knowledge sharing in context: the influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of knowledge management*, 8(6): 117-130 .
- Wang, Sheng, and Raymond A. Noe. 2010. Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20(2): 115-131 .
- Wang, Wei-Tsong, and Wan-Ting Chang. 2015. *Antecedents of Employees' Knowledge Sharing Intentions: An Integrated Perspective of Interpersonal Trust and Conflicts*. Paper presented at the PACIS.
- Wu, J. J., Y. H. Chen, and Y. S. Chung. 2010. Trust factors influencing virtual community members: A study of transaction communities. *Journal of Business Research*, 63(9): 1025-1032.
- Wu, Jyh-Jeng, and Alex SL Tsang. 2008. Factors affecting members' trust belief and behaviour intention in virtual communities. *Behaviour & Information Technology*, 27(2): 115-125 .

Yao, C.-Y., C.-C. Tsai and Y.-C. Fang. 2015. Understanding social capital, team learning, members'e-loyalty and knowledge sharing in virtual communities. *Total Quality Management & Business Excellence*, 26(5-6): 619-631 .

Interpersonal trust factors affecting member's knowledge sharing behavior in virtual communities

Fateme Keikha

M.S. in Electronic Commerce, Computer Engineering Department,
Faculty of Engineering, University of Zabol

Keikha.f@gmail.com

Abstract:

Virtual communities on the Internet, allows users to communicate, exchange information and share knowledge in order to meet their needs. Many of the virtual communities failed due to members' lack of willingness to share knowledge with each other. The main purpose of this research is to focus on the factors affecting interpersonal trust and investigate the effects of interpersonal trust on intention to knowledge sharing in virtual communities. Increase in interpersonal trust can increase motivation of virtual members in order to increase knowledge sharing. So we need to understand the factors affecting interpersonal trust and knowledge sharing behavior of members. Based on the extensive literature review, a questionnaire-based survey was conducted and the experimental data were collected from 27 communities. So in this study, the effect of 8 factors, on interpersonal trust and impact of interpersonal trust on knowledge sharing intention was evaluated between 336 virtual community members. Data were analyzed using structured equation modeling, in order to test the measurement model using confirmatory factor analysis, and to test the structural model. Results indicated that interpersonal trust

has a significant impact on intend to share knowledge among users of virtual communities and factors including ability, Benevolence, Integrity, Predictability, Competence, shared vision, knowledge growth, and Create personal connections, have a positive influence on interpersonal trust. This study may help managers to manage virtual communities and promote the factors affecting interpersonal trust and stimulate the sharing of knowledge.

Keywords: Knowledge Sharing, Knowledge Management, Intention to Knowledge Sharing, Trust, Virtual Communities, Interpersonal Trust



"فاطمه کیخا: متولد سال ۱۳۶۶ دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد در رشته تجارت الکترونیک از دانشگاه علم و صنعت ایران است. ایشان هم‌اکنون عضو هیئت علمی گروه مهندسی کامپیوتر دانشگاه زابل است. تجارت الکترونیکی، سیستم‌های توصیه‌گر و مدیریت دانش از جمله علایق پژوهشی وی است."