

## The Impact of Enterprise Social Media on the Productivity of Employees, Considering the Mediating Role of Self-efficacy and the Moderating Role of Workplace Incivility

Samad Rahimiaghdam<sup>1</sup>, Samira Joudi<sup>2</sup>, Fatemeh Javidanmehr<sup>3</sup>, Mahmood Ebrahimpouraghdam<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Associate Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

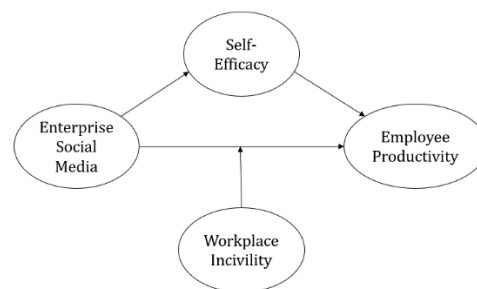
<sup>2</sup> Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

<sup>3</sup> M.Sc., Department of Management, Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran

### HIGHLIGHTS

- Improving the productivity of organization's employees.
- Using Enterprise social media.
- Considering employee self-efficacy
- Paying attention to the workplace incivility

### GRAPHICAL ABSTRACT



### ARTICLE INFO

#### Article history:

Article Type: Research paper

Received: 1 January 2026

Revised: 26 February 2026

Accepted: 19 April 2026

Available online: 21 April 2026

\*Correspondence: [s.rahimi@tabrizu.ac.ir](mailto:s.rahimi@tabrizu.ac.ir)

#### How to cite this article:

Rahimiaghdam, S., Joudi, S., Javidanmehr, F., & Ebrahimpouraghdam, M. (2026). The Impact of enterprise social media on the productivity of employees, considering the mediating role of self-efficacy and the moderating role of workplace incivility. *System Engineering and Productivity*, 6 (4), 26-53.

#### Keywords:

Competitive advantage

Enterprise Social Media

Employee Productivity

Self-Efficacy

Workplace Incivility

### ABSTRACT

This study investigates the impact of enterprise social media use on employee productivity, considering the mediating role of self-efficacy and the moderating role of workplace incivility in Hamkaran System, Shatel, and Fanavaran Sepahan Mahan (knowledge-based company). This study is applied in terms of purpose and is classified as descriptive-correlational research in terms of methodology. The statistical population consisted of 565 employees from the three mentioned companies. The sampling design was implemented as a multi-stage sampling method (purposive – purposive – simple random). To determine the sample size, the sample was initially estimated at 229 using Cochran's formula, ultimately resulting in the collection of 210 valid and analyzable questionnaires (effective response rate of 92%). Data were gathered using standard questionnaires comprising 35 items and were analyzed using structural equation modeling with the partial least squares approach via SmartPLS and SPSS software. The results of hypothesis testing showed that the use of enterprise social media has a positive and significant impact on employee productivity as well as on self-efficacy. Furthermore, self-efficacy has a positive and significant effect on employee productivity. Examining the indirect effect using the bootstrap method revealed that enterprise social media has a positive and significant impact on productivity through the mediating role of self-efficacy, with the type of mediation being partial. According to the findings of this study, workplace incivility does not moderate the relationship between enterprise social media and productivity, and the minuscule effect size confirms the absence of moderation in this relationship. Based on the obtained results, business leaders can enhance self-efficacy and consequently increase employee productivity by implementing and utilizing enterprise social media within their organizations, thereby maintaining their competitive advantage over rivals in today's dynamic and competitive environment.

## 1. Introduction

The survival and advancement of organizations in today's world necessitate the creation and provision of a competitive advantage by them, and one of the most crucial factors in achieving such an advantage is the management of its human capital (Torabi et al., 2025). In other words, the success of any organization depends significantly on the management of its employees, as these employees, being the most important assets of the organization, create value and enable the organization to attain a sustainable competitive advantage (Agustian et al., 2023). Most importantly, the competitive advantage gained through an organization's human resources enjoys higher durability and sustainability compared to other sources of advantage (Rahimiaghdam et al., 2022). Workforce productivity, as a determining factor, plays a fundamental role in promoting, consolidating, and sustaining overall business performance (Mohammad et al., 2019), and its role in organizational success should not be overlooked. Today, the entry of social media into the business arena has not only fundamentally altered the structure of organizations but has also transformed the nature and manner of performing work (Behrend et al., 2024). Enterprise social media platforms are a type of communication and collaborative technology specifically designed and implemented to support workflow, enhance team coordination, and create a repository of organizational knowledge among employees (Zhou & Yin, 2025). Furthermore, the concept of self-efficacy emerges as one of the central and fundamental components in Bandura's social cognitive theory (Bhati & Sethy, 2022). Bandura defines this construct as "people's judgments of their capabilities to organize and execute the courses of action required to attain designated types of performances" (Bandura, 1986). In fact, this concept refers to the trust in one's personal abilities to successfully accomplish a specific task in a given situation (Waddington, 2023). The influence of the work environment on employee productivity is considered undeniable. This environment, encompassing a network of interactions between the individual and their activity space, is not limited to the physical location and surrounding conditions; It also includes factors such as behavioral routines, rules and regulations, access to resources, and the quality of work relationships, all of which directly or indirectly affect the performance and output of the organization's employees (Shafi et al., 2023). Workplace incivility is widespread and manifests as repeated, disrespectful, and low-intensity behaviors that, with an implicit intent, undermine the foundation of mutual respect in the professional activity space (Namin et al., 2021). A positive organizational culture and an environment free from incivility and uncivilized behaviors are among the most important and key factors for enhancing and increasing the productivity of employees in

organizations (Bijalwan et al., 2024). In sum, drawing upon the aforementioned discussions, it can be asserted that enterprise social media platforms, through their communicative and collaborative functions such as supporting workflow, enhancing team coordination, and creating a source of organizational knowledge, lay the groundwork for improving performance and consequently enhancing employee productivity. However, this influence does not appear to be merely a direct and linear process; rather, it is shaped by cognitive mechanisms and contextual factors. In this regard, and considering the principles of social-cognitive theory, which emphasizes the role of self-efficacy beliefs as a fundamental part, it can be expected that enterprise social media, by providing informational resources and necessary interactive support, pave the way for strengthening employees' confidence in their abilities to successfully accomplish their tasks (self-efficacy). Ultimately, it is this sense of self-efficacy that leads to increased productivity. In other words, self-efficacy can act as a mediating variable, explaining why and how enterprise social media influences productivity. Yet, the strength and direction of these relationships are not immune to the influence of the organizational context. Specifically, workplace incivility, as an inhibiting factor, can undermine these positive processes by depleting employees' psychological resources and disrupting effective task management, thereby decreasing the beneficial effects of social media and self-efficacy on productivity. Hence, workplace incivility is capable of playing a moderating role, exerting an impact on the strength of the aforementioned relationships. Therefore, this study seeks to investigate the impact of enterprise social media use on employee productivity by examining the mediating role of self-efficacy, while considering workplace incivility as a moderating variable.

## 2. Methodology

The present study investigates structural relationships and tests the proposed causal model; therefore, in terms of methodology, it is classified as descriptive-correlational research. In terms of purpose, this study is applied research, as its findings provide practical guidelines for business managers. Data were collected through field method using a five-point Likert scale questionnaire. Enterprise social media was measured using a 10-item scale adapted from Chen & Wei (2019). Productivity was measured with a 6-item scale from Rahimiaghdam (2020). Self-efficacy was assessed with a 7-item scale from Hu et al. (2018). Workplace incivility was measured using a 12-item scale from Blau & Andersson (2005), encompassing both perpetrated and experienced incivility over the past year. The statistical population included employees of Shatel, Hamkaran System, and Fanavaran Sepahan Mahan (knowledge-based company). Sampling was conducted in three stages. First, companies were

purposively selected based on two criteria: (1) technological maturity (active in IT, using institutionalized enterprise social media), and (2) structural diversity (a large private company, a prominent software company, and a knowledge-based company). Second, with HR assistance, eligible employees were purposively identified based on regular use of enterprise social media. Third, simple random sampling was used to select participants from each company. The population size was 565 employees (Shatel: 195, Hamkaran System: 205, Fanavaran Sepahan Mahan: 165). The sample size was initially estimated at 229 using Cochran's formula. Additionally, based on the rule of thumb for structural equation modeling (5-15 observations per item), with 35 items, the minimum required sample was 175. The final sample of 210 exceeded both criteria. Power analysis using G\*Power (F test, four predictors, medium effect size  $f^2 = 0.15$ ,  $\alpha = 0.05$ , power = 0.80) indicated a minimum sample of 85. With the final sample of 210, statistical power reached approximately 0.99, confirming sample adequacy for detecting main effects. A total of 230 questionnaires were distributed, yielding 210 complete and usable responses (effective response rate: 92%). The sample composition was 35% from Shatel, 45% from Hamkaran System, and 20% from Fanavaran Sepahan Mahan, proportionally reflecting the population. Data were analyzed using SPSS and SmartPLS. Reliability was assessed using Cronbach's alpha and composite reliability. Convergent validity was evaluated through Average Variance Extracted (AVE), and discriminant validity was examined using the Fornell-Larcker criterion and HTMT index. Path coefficient significance was tested using the bootstrap method.

### 3. Results and Discussion

The results of hypothesis testing showed that for the direct relationship between enterprise social media and employee productivity, the t-value was 5.535 (>1.96) and the standardized coefficient was 0.339, confirming the first hypothesis. For the relationship between enterprise social media and employee self-efficacy, the t-value was 5.668 (>1.96) and the standardized coefficient was 0.345, confirming the second hypothesis. For the relationship between self-efficacy and productivity, the t-value was 5.059 (>1.96) and the standardized coefficient was 0.314, confirming the third hypothesis. To examine the indirect effect of enterprise social media on productivity through self-efficacy, the bootstrap method with 5,000 subsamples was used. The results indicated that the indirect effect was 0.108 and statistically significant (t-value = 3.526). As a supplementary analysis, the Sobel test was also conducted, yielding a test statistic of 3.733 (>1.96), which further confirms the significance of the indirect effect. Given the significance of the direct effect of enterprise social media on employee

productivity ( $\beta = 0.339$ ,  $t = 5.535$ ), the mediation is partial. Thus, the fourth hypothesis was confirmed. For the moderation analysis, the interaction variable was created using the standardization method. VIF values for all variables (enterprise social media = 1.138, workplace incivility = 1.011, self-efficacy = 1.150 and interaction term = 1.002) were below 5, indicating no multicollinearity. The bootstrap results showed that the path coefficient for the interaction variable was -0.040 and not significant (t-value = 0.663). For a more precise interpretation, a simple slopes analysis was conducted at three levels of the moderator (one standard deviation below the mean, the mean, and one standard deviation above the mean). The analysis revealed that the three lines were approximately parallel and their slopes did not differ significantly, confirming the absence of a moderation effect. The  $f^2$  index was 0.002, indicating a very small effect size. Therefore, the fifth hypothesis was rejected.

### 4. Conclusions

Considering the high and increasing importance of employee productivity for the success of any organization in any field of activity, this study, using structural equation modeling, examined the impact of using enterprise social media on employee productivity, with the mediating role of employee self-efficacy and the moderating role of the workplace incivility. In this study, the impact of using enterprise social media on employee productivity was first assessed within the framework of the first hypothesis. The confirmation of this hypothesis in the studied statistical population demonstrated that the use of enterprise social media improves employee productivity. In fact, considering that workforce productivity is a vital factor that promotes, enhances, empowers, and sustains overall business performance across the organization, improving it can be regarded as an important and noteworthy issue in the organizational context. Overall, given the importance of productivity in organizations and the impact enterprise social media can have on increasing it, the importance of implementing and utilizing this platform should not be easily overlooked. The second hypothesis of this study assessed the impact of using enterprise social media on employee self-efficacy. Based on the data obtained from the studied statistical population, this hypothesis was confirmed, indicating that the use of enterprise social media increases employee self-efficacy. Considering that this kind of social media is a type of social media with organizational and professional functions, confirming its positive effect on employee self-efficacy represents a step towards generalizing findings from the public domain of social media to the organizational context. The third hypothesis of this study investigated the impact of self-efficacy on employee productivity. Based on the results from hypothesis testing in the

forementioned statistical population of the current study, it was shown that employee self-efficacy increases their productivity. Therefore, it can be said that self-efficacy, conceptually related to an individual's belief in their constructive abilities, significantly and substantially leads to increased performance and productivity of organizational employees. This study also examined the impact of using enterprise social media on employee productivity, considering the mediating role of self-efficacy, within the framework of the fourth research hypothesis. The research data obtained from the studied population indicated that enterprise social media, through the mediating role of self-efficacy, has a positive and significant effect on employee productivity. Given that enterprise social media is a form of social media aimed at supporting interactions and information flow within an organization, its positive effect on employee self-efficacy can also be noted. Furthermore, the positive impact of self-efficacy on employee productivity was confirmed, showing that employee self-efficacy considerably influences their productivity. Ultimately, based on the findings of this study, the use of enterprise social media can be considered effective and significant for enhancing employee productivity in organizations. Finally, the fifth and final hypothesis of this research, which examined the negative moderating role of workplace incivility in the impact of enterprise social media on employee productivity, was tested in the statistical population of the present study, and based on the results of hypothesis testing, this hypothesis was not confirmed. In other words, the findings indicated that workplace incivility does not significantly moderate the effect of enterprise social media use on employee productivity. This finding may be attributed to the specific characteristics of the research statistical population. It is possible that the level of incivility in the surveyed organizations was lower than the threshold required to produce a significant moderating effect. Additionally, the positive mechanisms resulting from the use of enterprise social media, such as facilitating communication and access to knowledge, might be so strong that they neutralize the negative effects of workplace incivility. A more detailed investigation of this issue could be the subject of future research to identify other potential moderating variables in the relationship between enterprise social media and employee productivity.

### Funding

This research received no external funding.

### Author contributions

All authors have had equal roles and contributions to the article.

### Conflicts of interest

There are no conflicts of interest associated with this research.

### Acknowledgments

The authors of the present study extend their thanks and appreciation to all the contributors of the Journal of System Engineering and Productivity, as well as the editor in chief and the respected reviewers who dedicated their time to improving the quality of this research.

### References

- Agustian, K., Pohan, A., Zen, A., Wiwin, W., & Malik, A. J. (2023). Human resource management strategies in achieving competitive advantage in business administration. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 108-117. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.53>
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23-28), 2.
- Behrend, T. S., Ravid, D. M., & Thapa, S. (2024). Implications of social media for a changing work landscape. *Annual review of organizational psychology and organizational behavior*, 11(1), 337-361. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-110721-041023>
- Bhati, K., & Sethy, T. (2022). Self-efficacy: Theory to educational practice. *The International Journal of Indian Psychology*, 10(1), 1123-1128. <https://doi.org/10.25215/1001.112>
- Bijalwan, P., Gupta, A., Johri, A., & Asif, M. (2024). The mediating role of workplace incivility on the relationship between organizational culture and employee productivity: a systematic review. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2382894. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2382894>
- Blau, G., & Andersson, L. (2005). Testing a measure of instigated workplace incivility. *Journal of occupational and organizational psychology*, 78(4), 595-614. <https://doi.org/10.1348/096317905X26822>
- Chen, X., & Wei, S. (2019). Enterprise social media use and overload: a curvilinear relationship. *Journal of Information Technology*, 34(1), 22-38. <https://doi.org/10.1177/0268396218802728>
- Hu, S., Liu, H., & Gu, J. (2018). What role does self-efficacy play in developing cultural intelligence from social media usage?. *Electronic Commerce Research and Applications*, 28, 172-180. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.01.009>
- Mohammad, J., Quoquab, F., Halimah, S., & Thurasamy, R. (2019). Workplace internet leisure and employees' productivity: The

- mediating role of employee satisfaction. *Internet Research*, 29(4), 725-748. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2017-0191>
- Namin, B. H., Øgaard, T., & Røislien, J. (2021). Workplace incivility and turnover intention in organizations: A meta-analytic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(1), 25. <https://doi.org/10.3390/ijerph19010025>
- Rahimiaghdam, S. (2020). Internal marketing and employee productivity with mediating role of knowledge sharing in hotel industry. *The Journal of Productivity Management*, 14(3 (54 autumn)), 148-171 (In Persian). <https://doi.org/10.30495/qjopm.2019.669750>
- Rahimiaghdam, S., Babazadeh, R., & Shamsi, M. (2022). Analysis of the relationship between competency-based factors of competitive advantages: a case of the insurance industry. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 22(4), 306-324. <https://doi.org/10.1504/IJTPM.2022.126138>
- Shafi, M. A., Le, N. S., Zulkipli, H., Hasim, M. A., & Yusoff, M. Z. (2023). The effect of work environment on employee productivity: A case study of manufacturing company. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship*, 8(1), 77-87. <https://doi.org/10.24191/jibe.v8i1.24025>
- Torabi, H., Hosnavi, R. & Arabi, R. (2025). Identifying Factors Affecting Human Capital Enhancement through Knowledge Sharing (A case study of Daneshmand Institute). *System Engineering and Productivity*, 5(2), 73-95 (In Persian). <https://doi.org/10.22034/sep.2025.2052956.1267>
- Waddington, J. (2023). Self-efficacy. *ELT journal*, 77(2), 237-240. <https://doi.org/10.1093/elt/ccac046>
- Zhou, S., & Yin, J. (2025). Enterprise social media in contemporary workplaces: a computational literature review. *Frontiers in Communication*, 10, 1616365. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1616365>

## اثرگذاری رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی‌گری خودکارآمدی و تعدیل‌کنندگی جو غیرمدنی محیط کار

صمد رحیمی اقدام<sup>۱</sup>، سمیرا جودی<sup>۲</sup>، فاطمه جاویدان‌مهر<sup>۳</sup>، محمود ابراهیم‌پور اقدام<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

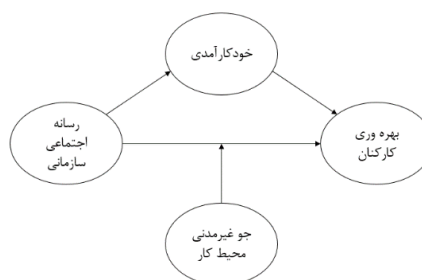
<sup>۲</sup> استادیار، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

<sup>۳</sup> کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

### برجسته‌ها

- بهبود بهره‌وری کارکنان سازمان
- به کارگیری رسانه اجتماعی سازمانی
- در نظر گرفتن خودکارآمدی کارکنان
- توجه به جو غیرمدنی حاکم بر محیط کاری

### چکیده گرافیکی



### مشخصات مقاله

#### تاریخچه مقاله:

نوع مقاله: پژوهشی

دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۱۱

بازنگری: ۱۴۰۴/۱۲/۰۷

پذیرش: ۱۴۰۵/۰۱/۳۰

ارائه برخط: ۱۴۰۵/۰۲/۰۱

\*نویسنده مسئول:

s.rahimi@tabrizu.ac.ir

#### کلیدواژه‌ها:

بهره‌وری کارکنان  
جو غیرمدنی محیط کار  
خودکارآمدی  
رسانه اجتماعی سازمانی  
مزیت رقابتی

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی اثرگذاری استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی خودکارآمدی و نقش تعدیل‌گر جو غیرمدنی محیط کار در شرکت‌های همکاران سیستم، شاتل و شرکت دانش‌بنیان فناوران سپهر ماهان است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش‌شناسی در زمره پژوهش‌های توصیفی-همبستگی طبقه‌بندی می‌شود. جامعه آماری پژوهش ۵۶۵ نفر از کارکنان سه شرکت مذکور بود. طراحی نمونه‌گیری پژوهش به صورت چندمرحله‌ای (هدفمند - هدفمند - تصادفی ساده) اجرا گردید. به‌منظور تعیین حجم نمونه، ابتدا با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۲۲۹ نفر برآورد شد که در نهایت ۲۱۰ پرسشنامه معتبر و قابل تحلیل جمع‌آوری گردید (نرخ بازگشت مؤثر ۹۲ درصد). داده‌ها نیز با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد شامل ۳۵ گویه گردآوری و با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزارهای SmartPLS و SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش نشان داد که استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان و همچنین بر خودکارآمدی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین خودکارآمدی بر بهره‌وری کارکنان تأثیر مثبت و معناداری بر جای می‌گذارد. بررسی اثر غیرمستقیم با روش بوت‌استرپ نشان داد که رسانه اجتماعی سازمانی از طریق نقش میانجی خودکارآمدی بر بهره‌وری تأثیر مثبت و معناداری دارد و نوع میانجی‌گری از نوع جزئی است. طبق یافته‌های این پژوهش، جو غیرمدنی محیط کار رابطه بین رسانه اجتماعی سازمانی و بهره‌وری را تعدیل نمی‌کند و اندازه اثر بسیار کوچک برای این رابطه، عدم وجود تعدیل‌گری در این رابطه را تأیید می‌کند. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، رهبران کسب‌وکارها می‌توانند با پیاده‌سازی و استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی در سازمان، ضمن بهبود خودکارآمدی، زمینه افزایش بهره‌وری کارکنان را فراهم آورند و در محیط رقابتی و پویای امروزی، مزیت رقابتی خود را نسبت به رقبای حفظ کنند.

## ۱- مقدمه

بقا و رشد و توسعه سازمان‌ها در جهان امروزی، مستلزم ایجاد و ارائه مزیت رقابتی از سوی آنهاست و یکی از مهم‌ترین عوامل دستیابی به چنین مزیت رقابتی، مدیریت سرمایه‌های انسانی آن است (Torabi et al., 2025). به‌بیان‌دیگر، موفقیت هر سازمانی تا حد بسیار زیادی به مدیریت کارکنان شاغل در آن بستگی دارد زیرا این کارکنان به‌عنوان مهم‌ترین سرمایه‌های سازمان، ارزش‌آفرینی می‌نمایند و باعث دستیابی سازمان به مزیت رقابتی پایدار می‌شوند (Agustian et al., 2023). از همه مهم‌تر اینکه مزیت رقابتی کسب‌گرددیده از طریق منابع انسانی سازمان، از دوام و پایداری بالاتری نسبت به سایر منابع مزیت ساز برخوردار است (Rahimiaghdam et al., 2022). بهره‌وری نیروی کار نیز به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده، نقشی اساسی در ارتقا، تحکیم و تداوم عملکرد کلی کسب‌وکار ایفا می‌نماید (Mohammad et al., 2019). در ادبیات مدیریت، بهره‌وری حاصل فرآیندی مستمر است که در آن نیروی کار، با تبدیل بهینه و پایدار منابع به محصول، دستیابی به اهداف کلان سازمان را ممکن ساخته و از این‌رو، عملکرد مؤثر کارکنان را می‌توان سنگ بنای بهره‌وری و پیشرفت سازمان دانست (Suknunan & Bhana, 2022). همچنین بایستی توجه داشت که پیامدهای مثبت ارتقای بهره‌وری کارکنان، سازمان و نیروی انسانی مشغول به فعالیت در آن را به‌طور هم‌زمان تحت پوشش قرار می‌دهد و درنهایت به شکوفایی اقتصادی، رونق مالی و ترقی اجتماعی منجر می‌شود (Abdelwahed & Doghan, 2023). امروزه ورود رسانه‌های اجتماعی به عرصه‌ی کسب‌وکار، نه‌تنها ساختار سازمان‌ها را دستخوش تغییر اساسی کرده، بلکه ماهیت و چگونگی انجام کار را نیز متحول ساخته است (Behrend et al., 2024). پلتفرم‌های اجتماعی درون‌سازمانی نیز نوعی از فناوری‌های ارتباطی و مشارکتی به‌شمار می‌آیند که به‌طور ویژه برای پشتیبانی از جریان کار، تقویت هماهنگی تیمی و ایجاد منبعی از دانش سازمانی در بین کارکنان طراحی و پیاده‌سازی می‌شوند (Zhou & Yin, 2025). این پلتفرم‌ها تحت وب هستند و به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا مدیریت دانش و ارتباطات سازمانی جریان یافته در آن، تسهیل شوند. همچنین

پلتفرم‌های اجتماعی سازمانی در عمل دو کارکرد کلیدی برای سازمان‌ها ایفا می‌کنند که شامل کارکرد بیرونی که معطوف به ارتباط با مشتریان، شرکا و جامعه برای دستیابی به اهداف تجاری بوده و کارکرد درونی که بر بهبود جریان کار و نتایج عملکرد از طریق تسهیل ارتباطات داخلی متمرکز است (Li et al., 2021).

مفهوم خودکارآمدی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی و اساسی در نظریه شناختی-اجتماعی بندورا<sup>۱</sup> مطرح می‌شود (Bhati & Sethy, 2022). بندورا، این سازه را «قضاوت افراد درباره‌ی توانایی‌شان در سازمان‌دهی و اجرای اقدامات لازم برای دستیابی به سطح معینی از عملکرد» تعریف کرده است (Bandura, 1986). در حقیقت این مفهوم، به اعتماد به توانایی‌های فردی خود برای به انجام رسانیدن موفقیت‌آمیز یک وظیفه خاص در موقعیتی معین اطلاق می‌گردد (Waddington, 2023). افرادی که از احساس خودکارآمدی بالایی برخوردارند، باوری راسخ به توانایی خود در انجام موفقیت‌آمیز تکالیف خاص دارند؛ درحالی‌که افراد با خودکارآمدی پایین، اغلب درباره قابلیت‌های خویش در انجام همان تکالیف تردید نشان می‌دهند (Hameli & Ordun, 2022). در این راستا، مدیران و رهبران سازمان‌ها بایستی از خطمشی‌های درستی استفاده کنند تا باعث علاقه‌مندی هرچه بیشتر کارمندان خود به شغلشان شوند. همچنین باید نهایت تلاش خود را به‌کارگیرند تا عقاید خودکارآمدی کارکنان را پرورش دهند که این امر نهایتاً منجر به بالا رفتن رضایت شغلی (Cayupe et al., 2023) و افزایش بهره‌وری آنان می‌شود (Sitohang & Budiono, 2021).

تأثیر محیط کار بر بهره‌وری کارکنان امری انکارناپذیر تلقی می‌گردد. این محیط که دربرگیرنده‌ی شبکه‌ای از روابط متقابل بین فرد و فضای فعالیت اوست، نه‌تنها محدود به مکان فیزیکی و شرایط پیرامونی نمی‌شود، بلکه عواملی همچون روال‌های رفتاری، قوانین و مقررات، دسترسی به منابع و کیفیت روابط کاری را نیز شامل می‌گردد که همگی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر عملکرد و بازدهی شاغلان آن سازمان اثر می‌گذارند (Shafi et al., 2023). جو غیرمدنی محیط کار یا بی‌تمدنی در محیط کار، به شکل گسترده‌ای در محیط‌های کاری

<sup>1</sup> Bandura

رواج دارد و در قالب رفتارهای مکرر، نا محترمانه و کم شدتی ظهور می‌کند که با قصدی غیرصریح، به تضعیف بنیان احترام متقابل در فضای فعالیت حرفه‌ای می‌پردازد (Namin et al., 2021). اوموتویه و همکاران (Omotoye et al., 2024) در پژوهش خود با استناد به مطالعات پیشین صورت گرفته در این زمینه، چنین بیان می‌کنند که جو غیرمردمی محیط کار به تحلیل چشمگیر منابع روانی کارکنان مشغول به فعالیت در سازمان می‌انجامد و توانایی آنان را در مدیریت اثربخش وظایف و کارها و همچنین سازگاری با چالش‌های پیش روی نوین مختل می‌سازد. همچنین وجود یک فرهنگ سازمانی مثبت و محیطی عاری از جو غیرمردمی و رفتارهای غیرمتمدنانه، از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین عوامل ارتقا و بالارفتن بهره‌وری کارکنان شاغل در سازمان‌ها محسوب می‌گردند (Bijalwan et al., 2024).

در مجموع با استناد به مطالب یادشده، می‌توان چنین ادعان نمود که پلتفرم‌های رسانه اجتماعی سازمانی، با کارکردهای ارتباطی و مشارکتی خود نظیر پشتیبانی از جریان کار، تقویت هماهنگی تیمی و ایجاد منبعی از دانش سازمانی، زمینه‌ساز بهبود عملکرد و در نتیجه ارتقای بهره‌وری کارکنان می‌گردند. با این وجود، به نظر می‌رسد که این تأثیرگذاری، تنها فرآیندی مستقیم و خطی نبوده و تحت تأثیر مکانیسم‌های شناختی و زمینه‌های موقعیتی قرار می‌گیرد. در این راستا و با عنایت به اصول نظریه شناختی-اجتماعی که بر نقش باورهای خودکارآمدی به عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی تأکید دارد، می‌توان انتظار داشت که رسانه‌های اجتماعی سازمانی از طریق فراهم سازی منابع اطلاعاتی و حمایت‌های تعاملی لازم، زمینه را برای تقویت اعتماد کارکنان به توانایی‌های خود در انجام موفقیت‌آمیز وظایفشان (خودکارآمدی) فراهم آورند و این احساس خودکارآمدی است که در نهایت به افزایش بهره‌وری منجر می‌شود؛ به عبارت دیگر، خودکارآمدی از این قابلیت برخوردار است تا به عنوان یک متغیر میانجی، چرایی و چگونگی تأثیر رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری را تبیین نماید. با این حال، شدت و جهت این روابط خالی از تأثیرپذیری از بستر و زمینه سازمانی نیست. به گونه‌ای که جو غیرمردمی محیط کار به عنوان عاملی بازدارنده، با تحلیل منابع روانی کارکنان و اختلال در مدیریت اثربخش

وظایف، می‌تواند فرآیندهای مثبت مذکور را تضعیف نموده و از میزان تأثیرات سودمند رسانه‌های اجتماعی و خودکارآمدی بر بهره‌وری بکاهد. از این رو، جو غیرمردمی محیط کار قادر است نقش یک تعدیل‌گر را ایفا نماید که بر قوت روابط یادشده تأثیری از خود بر جای بگذارد. به همین علت این پژوهش به دنبال آن است تا با در نظر گرفتن جو غیرمردمی محیط کار به‌عنوان متغیر تعدیلگر، تأثیر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی را بر بهره‌وری کارکنان با بررسی نقش میانجی‌گری خودکارآمدی مورد کنکاش و واکاوی قرار دهد.

## ۲- مبانی نظری

مرور ادبیات پژوهش حاکی از آن است که هریک از متغیرهای اصلی این مطالعه، در پژوهش‌های پیشین موردتوجه پژوهشگران قرار گرفته‌اند. در این راستا، مطالعاتی به بررسی رابطه بین رسانه‌های اجتماعی سازمانی و بهره‌وری پرداخته‌اند. برای نمونه، ما و همکاران (Ma et al., 2022) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر عملکرد کارکنان: رویکرد نظریه زمینه‌ای» تأثیر مستقیم رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان را تأیید نمودند و ابوالماجد (Aboelimged, 2018) در پژوهش خود با عنوان «اشتراک دانش از طریق سیستم‌های شبکه اجتماعی سازمانی (ESN): محرک‌های انگیزشی و تأثیر آن‌ها بر بهره‌وری کارکنان» بر تأثیر مثبت به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی سازمانی در راستای اشتراک‌گذاری دانش بر بهره‌وری کارکنان تأکید داشته است.

در سوی دیگر، پژوهش‌های دیگری نیز به بررسی رابطه خودکارآمدی با بهره‌وری اختصاص یافته است؛ اولوسولا (Olusola, 2011) در تحقیقی با عنوان «انگیزش درونی، رضایت شغلی و خودکارآمدی به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های عملکرد شغلی کارگران صنعتی در منطقه ایجیو ایالت اوگان» و هادی‌مهر و علوی (HadiMehr & Alavi, 2022) در پژوهشی با عنوان «رابطه خلاقیت شغلی و خودکارآمدی با بهره‌وری کارکنان مراکز بهداشتی درمانی شهر اصفهان» از جمله محققانی هستند که در پژوهش‌های خود به تأثیر مثبت خودکارآمدی بر بهره‌وری نیروی کار اشاره داشتند. همچنین در زمینه جو

## ۲-۱- بهره‌وری

بهره‌وری به معنی نسبت ستاده به داده است با حفظ اثربخشی در کار. کارایی را می‌توان به معنی انجام درست کارها معنی کرد؛ بدین معنی که با کمترین هزینه بیشترین ارزش به دست آید. اثربخشی همچنین به معنی انجام کارهای درست است، یعنی اهداف از قبل معین شده به درستی انتخاب شده باشند؛ بنابراین بهره‌وری را ترکیبی از کارایی و اثربخشی می‌نامند (Farimani, 2024). بهره‌وری در زمینه‌های متعددی تعریف می‌گردد که یکی از این زمینه‌ها، بهره‌وری منابع انسانی است (Ghiyasi Nodoushan & Aminimalroaya, 2016). بهره‌وری نیروی انسانی، به معنای بهینه‌سازی کاربرد منابع انسانی با رویکرد علمی است تا ضمن کاهش هزینه‌ها و افزایش رضایت کارکنان، مدیران و مشتریان، بیشترین بهره‌وری در جهت اهداف سازمانی نیز با کمترین زمان و هزینه محقق شود. همچنین به بیان کوکر (Coker, 2011)، بهره‌وری فردی کارکنان را می‌توان سطح عملکرد هر فرد در محیط کار بر پایه‌ی معیارهایی چون تعهد حضور، کیفیت انجام وظایف، ظرفیت کاری و ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر شغل دانست. به علاوه، بهره‌وری نیروی کار را می‌توان با حضور و غیبتشان در محل کار موردسنجش قرار داد (Beaton et al., 2009). در بهره‌وری بیشترین توجه معطوف به منابع انسانی است و هر تلاشی بر بهبود بخشیدن به بهره‌وری منابع انسانی تمرکز دارد. منابع انسانی، به‌عنوان مؤثرترین عامل افزایش یا کاهش بهره‌وری، توانایی آن را دارند که با هوشمندی، اندیشه را به کالا و ارزش تبدیل کنند؛ چراکه ریشه‌ی بهره‌وری در هر سازمان، در بهره‌وری فکری و خلاقیت نیروی کار آن نهفته است (Rahimiaghdam, 2020). از این رو، بهره‌وری نیروی کار جزو مهم‌ترین و بحث‌برانگیزترین متغیرها و مفاهیم سازمانی به شمار می‌آید و اساس بسیاری از سیاست‌ها و خط‌مشی‌های مدیریت در راستای بالا بردن کارایی به حساب می‌آید (Joshang et al., 2025). بنابراین، وقتی کارکنان از سطح بهره‌وری بالایی برخوردار باشند، مسیر تحقق اهداف سازمان هموارتر می‌شود و تضمین رشد شرکت تقویت می‌گردد. به بیان دیگر (Lurni & Palupiningtyas, 2024)، بهره‌وری نیروی کار به‌عنوان موتور محرکه‌ی توسعه عمل کرده، درحالی‌که

غیرمدنی محیط کار، مطالعاتی نظیر سینگ و همکاران (Singh et al., 2023) با عنوان «رابطه بین جو غیرمدنی محیط کار، عملکرد کارکنان و مشارکت کارکنان در مؤسسات مراقبت‌های بهداشتی» بر تأثیر منفی این پدیده بر انگیزه و کارایی کارکنان و نیز لوه و صالح (Loh & Saleh, 2022) با عنوان «پرخاشگری: خستگی عاطفی باعث بی‌ادبی تلافی‌جویانه در محیط کار می‌شود» بر پیامدهای مخرب این پدیده بر بهره‌وری کارکنان اذعان داشته‌اند. باوجوداین، تا جایی که بررسی‌های نگارندگان نشان می‌دهد، پژوهش‌های اندکی به بررسی هم‌زمان این متغیرها در قالب یک مدل یکپارچه پرداخته‌اند. به بیان دقیق‌تر، آنچه پژوهش حاضر را از پژوهش‌های پیشین متمایز می‌سازد، ترکیب خاص این متغیرها در قالب یک مدل مفهومی واحد است.

نوآوری پژوهش حاضر در بررسی نقش میانجی‌گر خودکارآمدی در رابطه بین رسانه اجتماعی سازمانی و بهره‌وری کارکنان و نیز بررسی نقش تعدیل‌گر جو غیرمدنی محیط کار در این رابطه است. اگرچه مطالعات پیشین هر یک به جنبه‌هایی از این روابط پرداخته‌اند، اما مدل یکپارچه‌ای که هم‌زمان به نقش میانجی خودکارآمدی و نقش تعدیل‌گر جو غیرمدنی در رابطه بین رسانه اجتماعی سازمانی و بهره‌وری کارکنان بپردازد، در ادبیات پژوهش مشاهده نشده است. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از مبانی نظریه شناختی-اجتماعی و با به کار بردن مدل‌سازی معادلات ساختاری، درصدد است چگونگی و شرایط مرزی تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان را تبیین نماید. به عبارت دیگر، این مطالعه نه تنها به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان تأثیر می‌گذارد، بلکه می‌کوشد تا از چه مسیری (با میانجی‌گری خودکارآمدی) و تحت چه شرایطی (با تعدیل‌گری جو غیرمدنی محیط کار) این تأثیر رخ می‌دهد. این نگاه جامع و سیستماتیک به پدیده مورد مطالعه، وجه تمایز اصلی تحقیق حاضر محسوب می‌شود و می‌تواند شناخت عمیق‌تری از مکانیسم‌های تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان سازمان را در اختیار مدیران و پژوهشگران قرار دهد.

نیروی کار کم بازده، به مانعی در برابر پیشبرد اهداف سازمان تبدیل می‌شود.

## ۲-۲- رسانه اجتماعی سازمانی

رسانه‌های اجتماعی در قالب‌های گوناگونی از جمله شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، میکروبلگ‌ها و ویکی‌ها ظاهر می‌شوند و در محیط کاری، این پدیده غالباً با عنوان رسانه اجتماعی سازمانی شناخته می‌شود که به سیستمی مبتنی بر اینترنت یا اینترنت اطلاق می‌گردد و در آن کاربران با به اشتراک‌گذاری محتوا با یکدیگر تعامل می‌کنند (Ismail, 2025). با در نظر گرفتن نفوذ و مزایای رسانه‌های اجتماعی در جوامع امروزی، سازمان‌ها در سال‌های اخیر به‌صورت فزاینده‌ای به جذب و به‌کارگیری فناوری‌های مبتنی بر این رسانه‌ها برای مصارف درون‌سازمانی تمایل نشان داده‌اند و این گرایش به‌ویژه به‌سوی پلتفرم‌های رسانه اجتماعی سازمانی معطوف بوده که ظرفیت بالایی در همسوسازی فعالیت‌های کارکنان با اهداف کلان کسب‌وکار از خود نشان داده‌اند (Yee et al., 2021). به‌بیان‌دیگر، رسانه اجتماعی سازمانی صرفاً یک کانال ارتباطی برای انتقال پیام محسوب نمی‌گردد، بلکه به‌عنوان یک بستر تعاملی عمل می‌کند که کنش‌های اجتماعی در آن شکل می‌گیرند (Leonardi et al., 2013). با ظهور فناوری وب ۲، برنامه‌های رسانه اجتماعی سازمانی می‌توانند به‌عنوان راه‌حلی برای تسهیل انتقال دانش در درون سازمان‌ها قلمداد شوند (Sun et al., 2022). باید توجه داشت که منتقل ساختن و به اشتراک‌گذاری دانش برای موفقیت سازمانی از اهمیت حیاتی برخوردار است (Tabiji et al., 2022). سازمان‌ها می‌توانند برای برقراری ارتباط بهتر و تسهیل به اشتراک گذاشتن دانش در داخل خود، استفاده از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی را که کم‌هزینه بوده و دربرگیرنده ویژگی‌های شبکه‌سازی اجتماعی نیز هستند، در دستور کار قرار دهند (Rathi & Given, 2017). در سال‌های اخیر تعداد زیادی از سازمان‌ها و شرکت‌ها رسانه اجتماعی سازمانی را در راستای بهبود عملکرد کارکنان خود به کار گرفته‌اند، زیرا این رسانه‌ها به‌عنوان یک پلتفرم اجتماعی سازی، تعامل کارکنان، توسعه و تقویت اعتماد متقابل بین آنان و همچنین افزایش جریان دانش در سازمان را تسهیل

می‌نمایند (Cai et al., 2018). کواک و پارک (Kwahk and Park, 2016) نیز چنین ادعان داشتند که در محیط رسانه‌های اجتماعی، سه عامل پیوندهای اجتماعی، خودکارآمدی دانشی و هنجار عمل متقابل، تأثیری مثبت بر تمایل افراد به اشتراک‌گذاری دانش و کیفیت این فعالیت بر جای می‌گذارند. در مجموع، استفاده و بهره‌گیری از شبکه‌ها و پلتفرم‌های رسانه اجتماعی سازمانی در راستای همکاری و تبادل اطلاعات، می‌تواند به افزایش بهره‌وری و شایستگی کارکنان سازمان منجر شود (Chen et al., 2023). علاوه بر این، استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌طور قابل‌توجهی بر عملکرد کاری فردی و معیارهای عملکرد سازمانی گسترده‌تر، از جمله سازگاری سریع، زمان ورود به بازار و کاهش هزینه‌ها، تأثیر مثبتی از خود بر جای می‌گذارد (Al Randi et al., 2022).

## ۲-۳- خودکارآمدی

خودکارآمدی به باور فرد نسبت به توانایی‌اش در انجام موفقیت‌آمیز اقدامات موردنیاز برای پاسخگویی به انتظارات موقعیتی اشاره دارد؛ باوری که خود تحت تأثیر پیامدهای کنش‌های پیشین نظیر پیشرفت درک‌شده به‌سوی اهداف، دستاوردهای محقق‌شده و بازخوردهای دریافتی از محیط شکل می‌گیرد (Ridwan et al., 2025). این مفهوم که بر باور فرد به ظرفیت خود در اجرای رفتارهای لازم برای دستیابی به دستاوردهای عملکردی خاص دلالت می‌نماید، هراندازه در حوزه‌ای بالا باشد، با پیامدهای مطلوبی همراه است که طیف وسیعی از رضایت شغلی و عملکرد بهتر تا سلامت جسمانی و روانی فرد را در برمی‌گیرد (Cherian & Jacob, 2013). افراد با خودکارآمدی بالا، معمولاً اهدافی چالش‌برانگیز برای خود تعریف نموده، در رویارویی با موانع استقامت نشان می‌دهند و ظرفیت‌های انطباقی خود را گسترش می‌دهند، درحالی‌که کسانی که از خودکارآمدی ضعیفی برخوردارند، اغلب از موقعیت‌های دشوار اجتناب کرده یا استانداردهای سطح پایینی برای عملکرد خود در نظر می‌گیرند (Yentür, 2023). به‌علاوه باید در نظر داشت که نتایجی که افراد از اقدامات خود پیش‌بینی می‌کنند تا حد زیادی به باورهای آن‌ها در مورد اینکه چقدر می‌توانند در موقعیت‌های معین خوب عمل کنند، بستگی دارد. افراد با خودکارآمدی بالا، باور دارند که عملکرد خوبشان در نهایت

اولیه، عمده موقعیت‌های غیرمدنی به‌عنوان عامل ایجاد هیجانات منفی از جمله یأس، خشم و هراس توصیف شدند؛ یافته‌ای که حاکی از ادراک رایج این موقعیت‌ها به‌عنوان شرایطی تنش‌زاست (Holm et al., 2023). همچنین طبق پژوهش‌های پیشین، جو غیرمدنی محیط کار در شکل‌های حاد خود (مانند تهدید یا ارباب) دو پیامد عمده به دنبال دارد: نخست، تشدید آشفتگی‌های روان‌شناختی از جمله افسردگی، اضطراب و تحلیل‌رفتگی هیجانی که به کاهش عمومی کیفیت زندگی فردی می‌انجامد و دوم، ایجاد آسیب‌های جدی به کارایی سازمان که در قالب افت عملکرد، کاهش تولید، بی‌میلی به مشارکت فعال و نهایتاً تمایل کارکنان به ترک شغل تجلی می‌یابد (Gan et al., 2023). بایستی در نظر داشت این رفتارها اغلب ماهیتی غیرمستقیم و پوشیده دارد و از همین رو، ممکن است مورد توجه مدیران و رهبران سازمان قرار نگیرد یا از سوی آنان نادیده انگاشته شود (Ghorbanimoadab & Rahimiaghdam, 2024). بنابراین یکی از زمینه‌های بسیار مهم در مدیریت عملکرد سازمانی و مدیریت منابع انسانی توجه به این نوع از سو رفتارهاست که اصلاً قابل چشم‌پوشی و گذشت نیست.

### ۳- توسعه فرضیه‌ها

شبکه‌های اجتماعی سازمانی، چشم‌اندازی ارزشمند برای سازمان‌ها ترسیم می‌کنند و استفاده مؤثر از چنین فناوری‌های اجتماعی قادر است بهره‌وری کارکنان دانشی سازمان را ۲۰ الی ۲۵ درصد بهبود ببخشد (Mäntymäki & Riemer, 2016). به‌علاوه مطالعه‌ای که توسط گروه فارستر انجام شده است نشان داد که یک شرکتی با داشتن ۷۰۰۰ کاربر در یکی از رسانه‌های اجتماعی سازمانی، ۳۶۵ درصد از برگشت سرمایه را در طی سه سال تجربه نموده است (Khan et al, 2022). این‌گونه به نظر می‌رسد که رسانه‌های اجتماعی سازمانی با تسهیل جریان اطلاعات و تعاملات درونی، روابط کاری و مشارکت کارکنان را تعمیق می‌بخشند که این فرآیند به‌نوبه خود زمینه‌ساز تقویت روحیه جمعی، درک عمیق‌تر از محیط کار و توسعه دانش سازمانی می‌شود و در مجموع عملکرد کارکنان را بهبود بخشیده و ارتقا می‌دهد (Ali et al., 2023). به‌علاوه، شواهد پژوهشی نشان

به نتایج مطلوب ختم می‌گردد؛ اما کسانی که به قابلیت‌ها و توانایی‌های خودباور ندارند، پیش از هر اقدام، چشم‌انداز شکست و پیامدهای منفی را در ذهن خود تداعی می‌کنند (Bandura, 2023). به‌بیان‌دیگر، احساس عمیق خودکارآمدی، هم‌زمان سطح رضایت از دستاوردها و کیفیت زندگی فردی را ارتقا می‌بخشد. در محیط کار، این ویژگی به یک تمایز عملکردی آشکار تبدیل می‌شود: کارکنان دارای خودکارآمدی بالا، عموماً نتایج کاری برجسته‌تری ارائه می‌دهند؛ حال‌آنکه کارکنان با خودکارآمدی ضعیف‌تر، نه‌تنها در توانمندی‌های خویش دچار تردید می‌شوند، بلکه در مواجهه با تکالیف پیچیده نیز با دشواری بیشتری روبه‌رو می‌گردند (Khan et al., 2021). همچنین وقتی خودکارآمدی اعتمادبه‌نفس را در کارکنان سازمان نهادینه می‌کند، آن‌ها تمایل پیدا می‌کنند تا در برابر چالش‌ها از خود پافشاری و استقامت نشان داده و برای دوره‌های طولانی‌تری در سازمان باقی بمانند و آنجا را ترک نکنند (Afzal et al., 2019).

### ۲-۴- جو غیرمدنی محیط کار

در مقابل رفتارهای سازمانی خوب و مثبت مثل رفتارهای شهروندی انواع دیگری از رفتارهای سازمانی وجود دارد که به رفتارهای غیر مدنی یا غیر متمدنانه کارکنان در محیط کار اطلاق می‌شود. طبق گفته اندرسون و پیرسون (Andersson & Pearson, 1999)، این نوع رفتارها در محیط‌های کاری به‌عنوان رفتارهای انحرافی با شدت کم در محل کار تعریف می‌شود که ماهیت چنین کنشی، نادیده گرفتن حقوق و حرمت دیگران است و از همین رو، در چارچوب ارزیابی‌های رفتاری اغلب ناشایست و خارج از ادب تعریف می‌شود (Gupta et al., 2025). ادب، به رعایت احترام و حفظ حرمت دیگران در روابط و تعاملات انسانی اطلاق می‌گردد و در مقابل، بی‌ادبی صرفاً بی‌اعتنایی به آداب محسوب نمی‌گردد، بلکه کنشی است که عمداً حریم احترام متقابل را شکسته و بستری برای بروز تنش و اختلاف فراهم می‌آورد (Peng, 2023). بر اساس تفاوت‌های فردی، تجربه رفتارهای بی‌ادبانه می‌تواند در برخی افراد، زمینه را برای بروز هیجانات خصمانه و گرایش به کنش‌های مخرب فراهم کند (Lim et al., 2018). همچنین بر اساس یافته‌های ناشی از تحلیل ارزیابی‌های شناختی

در نهایت به بهبود عملکرد در سطوح فردی، گروهی و سازمانی می‌انجامد (Yaqub & Alsabban, 2023). هیو و همکاران (Hu et al., 2018) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسید که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در رشد و توسعه هوش فرهنگی افراد و نیز خودکارآمدی آن‌ها تأثیر مثبتی بر جای می‌گذارد. در ادبیات پژوهشی معاصر نیز، رسانه‌های اجتماعی به‌طور روزافزونی به‌عنوان یکی از متغیرهای پیش‌بینی‌کننده‌ی مثبت سطح خودکارآمدی افراد موردتوجه قرار می‌گیرند (Jia et al., 2024). از آنجایی که استفاده از پلتفرم‌های متنوع رسانه اجتماعی، به‌طور فزاینده‌ای به بخش جدایی‌ناپذیری از نظام ارتباطی سازمان‌ها در اجرای مأموریت‌های مختلف تبدیل شده است و تحت عنوان رسانه اجتماعی سازمانی از آن یاد می‌شود (Weber & Shi, 2017)، می‌توان مطالب بالا درباره تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر خودکارآمدی را به‌صورت جزئی‌تری به رسانه اجتماعی سازمانی نیز تعمیم داد. بنابراین با توجه به مطالب مطرح‌شده، فرضیه دوم به این صورت تدوین می‌شود:

- **فرضیه دوم:** استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر روی خودکارآمدی افراد تأثیر مثبت و معناداری دارد.

در ادامه، پژوهش‌های صورت گرفته در مورد رابطه بین خودکارآمدی و عملکرد شغلی نشان می‌دهند که افرادی با عقاید خودکارآمدی قوی بیشتر از شغلشان احساس رضایت داشته و عملکرد بهتری از خود به نمایش می‌گذارند (Lestariningsih et al., 2021)، از تعهد سازمانی بیشتری برخوردارند (Hameli & Ordun, 2022) و در مجموع، خودکارآمدی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد کارکنان در یک سازمان از خود بر جای می‌گذارد (Ayuwangi et al., 2024). بهبود عملکرد کارکنان، تأثیر مستقیمی بر روی بهره‌وری آن‌ها بر جای می‌گذارد و همچنین عملکرد فردی هر کارمند مستقیماً بر سطح بهره‌وری کلی تأثیر می‌گذارد (Windarko et al., 2023). همچنین خودکارآمدی اثرگذاری قابل‌توجهی بر بهره‌وری کارکنان سازمان دارد (Sinaga & Marpaung, 2024). سازمان‌ها باید از خط‌مشی‌های درستی استفاده کنند تا باعث علاقه‌مندی بیشتر کارمندان به شغلشان شوند و همچنین کمک کنند تا عقاید خودکارآمدی کارکنان را

می‌دهند که به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی درون‌سازمانی، تأثیری مستقیم بر رشد بهره‌وری شغلی دارد و این پلتفرم‌ها با فراهم آوردن بستری برای آشنایی عمیق‌تر کارکنان با سازمان، تسهیل انتقال تخصص و ایجاد سرمایه اجتماعی، زمینه را برای ارتقای عملکرد فردی و در نهایت بهبود کیفیت انجام وظایف فراهم می‌سازند (Thom-Santelli et al., 2011; Aboelmaged, 2018). بهبود بهره‌وری کارکنان سازمان نیز قادر است سازمان را به سمت کاهش هزینه‌های عملیاتی، رشد سودآوری و تقویت جایگاه رقابتی در بازار سوق دهد (Khaledi et al., 2025). به‌طور کلی می‌توان چنین ادعان داشت که بهره‌گیری از پلتفرم‌های رسانه اجتماعی درون‌سازمانی می‌تواند به‌طور مستقیم کارآمدی فرآیندهای شغلی را ارتقا دهد؛ لذا حمایت و ترغیب فعالانه کارکنان توسط مدیریت به مشارکت در این فضا، به‌عنوان راهبردی مؤثر برای افزایش بهره‌وری سازمانی قابل توجه است (Ma et al., 2022). بر مبنای بحث‌های بالا، انتظار می‌رود رسانه اجتماعی سازمانی به‌طور مثبتی روی بهره‌وری کارکنان تأثیر بگذارد لذا فرضیه اول بدین‌صورت تدوین می‌شود:

- **فرضیه اول:** استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر روی بهره‌وری کارکنان دارد.

رسانه‌های اجتماعی با فراهم آوردن حجم وسیعی از اطلاعات تعاملی، افق جدیدی را در مطالعه خودکارآمدی ایجاد کرده‌اند که در این فضا، سطح خودکارآمدی فرد می‌تواند هم بر نحوه ادراک او از عملکرد دیگران و هم بر معیارهایی که برای سنجش کیفیت آن عملکرد به کار می‌گیرد تأثیرگذار باشد (Hocevar et al., 2014). به‌علاوه ارتباط با متخصصان و افراد حرفه‌ای در فضای رسانه‌های اجتماعی نیز به‌عنوان یک منبع قابل‌اتکا و معتبر یادگیری و الگوپذیری عمل می‌کند و حمایت و پشتیبانی محکمی برای تقویت خودکارآمدی افراد فراهم می‌آورد (Hu et al., 2018). به‌کارگیری فناوری‌های نوینی نظیر پلتفرم‌های رسانه اجتماعی در چرخه‌های مدیریت دانش، کیفیت و سرعت انتقال اطلاعات را میان تمامی طرف‌های مرتبط با سازمان متحول می‌سازد که این تحول، زمینه‌ساز ارتقای قابلیت جذب و بهره‌برداری از دانش شده و

تأکید داشتند و بهره‌مندی کارکنان از خودکارآمدی بالا را برای بهره‌وری‌شان مفید قلمداد نمودند. به‌علاوه، پیاده‌سازی رسانه‌های اجتماعی در محیط کار، شفافیت فرآیندها و سهولت دسترسی به اطلاعات را به همراه می‌آورد که این امر تعامل و هماهنگی بین کارکنان را تسهیل کرده و در نهایت کارایی عملیات را ارتقا بخشیده و در طرف مقابل، این ابزارها با حذف فعالیت‌های زائد و جلوگیری از دوباره‌کاری، مستقیماً بهره‌وری و کیفیت عملکرد را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Feng & Madni, 2024). ما و همکاران (Ma et al., 2022) نیز در مطالعه خود اثبات کردند که بهره‌گیری و استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی به‌طور بااهمیت و چشمگیری بر روی بهره‌وری کارکنان تأثیر مثبتی دارد. بنابراین، چهارمین فرضیه تحقیق به‌صورت زیر تبیین می‌شود:

- **فرضیه چهارم:** رسانه اجتماعی سازمانی با نقش میانجی‌گری خودکارآمدی به‌طور مثبتی بر روی بهره‌وری کارکنان تأثیر می‌گذارد.

همچنین بایستی در نظر داشت جو غیرمدنی محیط کار، گونه‌ای پیچیده و غیرمستقیم از رفتارهای مخرب کاری محسوب می‌گردد که به کاهش انگیزه و کارایی کارکنان انجامیده و پیامدهایی مانند آسیب‌های روانی، فرسودگی عاطفی، تمایل به ترک شغل و ناخشنودی از محیط کار را به همراه دارد (Singh et al., 2023). به بیان فولک و همکاران (Foulik et al., 2016)، بی‌نزاکتی در محیط کار مانند ویروس سرماخوردگی این توانایی را دارد تا در سرتاسر سازمان پخش شود. بررسی‌ها همچنین نشان می‌دهد که مواجهه با جو غیرمدنی در محیط کار می‌تواند به کاهش بهره‌وری شغلی، افزایش میزان غیبت، شکل‌گیری تمایل به ترک سازمان و ایجاد نارضایتی از کار منجر شود (Loh & Saleh, 2022). این یافته‌ها به‌خوبی نشان می‌دهد که جو غیرمدنی یک پدیده بسیار نامطلوب در محل کار تلقی می‌گردد. از سویی دیگر، امروزه بسیاری از سازمان‌ها با به‌کارگیری پلتفرم‌های رسانه اجتماعی داخلی، فضایی را فراهم می‌سازند که در آن تبادل دانش و همکاری مؤثر میان نیروهای متخصص تقویت شده و در خاتمه به ارتقای سطح بهره‌وری آنان منجر می‌شود (Charbaji et al., 2025). همچنین همان‌گونه که پیش‌تر

پرورش دهند که نهایتاً منجر به رضایت شغلی و افزایش بهره‌وری می‌شود و به همین منظور اولوسولا (Olusola, 2011) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که عوامل درونی مانند انگیزش شخصی، رضایت از کار و باور به توانمندی‌های فردی، نقش تعیین‌کننده‌ای در بهبود بازدهی نیروی کار مشغول به فعالیت در صنعت ایفا می‌کنند. بر این اساس فرضیه سوم تحقیق بدین‌صورت تدوین می‌شود:

- **فرضیه سوم:** خودکارآمدی بر روی بهره‌وری کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

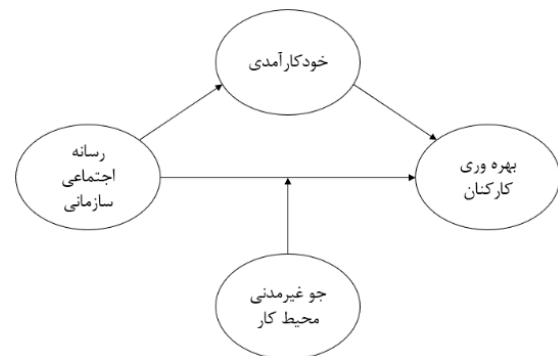
امروزه رسانه‌های اجتماعی سازمانی به‌عنوان یک فناوری شبکه اجتماعی بالغ برای شرکت‌ها و سازمان‌ها موردتوجه متخصصان قرار گرفته است. در سال‌های اخیر، مدیران سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای از رسانه‌های اجتماعی داخلی استقبال کرده‌اند؛ زیرا این رسانه‌ها با ایجاد بستری برای تعاملات روان، شفاف و قابل‌ره‌گیری، کارکنان سازمان را در زمینه بهبود مستمر عملکرد کاری، یاری می‌دهند (Wu et al., 2021). هیو و همکاران (Hu et al., 2018) نیز در پژوهش خود نشان دادند که استفاده از رسانه اجتماعی برای هدف کسب اطلاعات باعث افزایش هوش فرهنگی و خودکارآمدی می‌شود. این یافته با نظریه شناختی-اجتماعی بندورا نیز همسو است؛ زیرا دسترسی به اطلاعات و مشاهده تعاملات موفق همکاران در بستر رسانه اجتماعی، می‌تواند از طریق سازوکارهای تجارب‌جانشینی و ترغیب کلامی، باورهای خودکارآمدی کارکنان را تقویت نماید. از آنجایی‌که رسانه اجتماعی سازمانی، گونه‌ای از انواع رسانه‌های اجتماعی به‌شمار می‌آیند که با هدف پشتیبانی از تعاملات و گردش اطلاعات در درون مرزهای یک سازمان توسعه‌یافته و به کار گرفته می‌شوند (Li et al., 2021)، می‌توان مطالب یادشده درباره رسانه اجتماعی را درباره آن نیز بسط داد و بیان کرد این نوع رسانه اجتماعی، از این توانایی برخوردار است تا بر خودکارآمدی تأثیر مثبتی بگذارد. همچنین اولوسولا (Olusola, 2011) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که انگیزش درونی، رضایت شغلی و خودکارآمدی برای بهره‌وری کارکنان بسیار ضروری به‌حساب می‌آیند و هادی‌مهر و علوی (HadiMehr & Alavi, 2022) نیز در این راستا، بر تأثیر مثبت خودکارآمدی بر بهره‌وری کارکنان

نتایج تحقیق رهنمودهایی را به مدیران کسب‌وکار ارائه می‌دهد. گردآوری داده‌ها جهت پرسش‌های تحقیق در این پژوهش به روش میدانی (توزیع پرسش‌نامه با طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای) انجام گرفته است. متغیر رسانه اجتماعی سازمانی با پرسش‌نامه ده گویه‌ای برگرفته از پژوهش چن و وی (Chen & Wei, 2019) سنجیده شده است. سپس متغیر بهره‌وری با پرسش‌نامه شامل شش گویه برگرفته از پژوهش رحیمی اقدام (Rahimiaghdam, 2020) سنجیده شده است. متغیر خودکارآمدی با یک مقیاس هفت موردی که از مطالعات هیو و همکاران (۲۰۱۸) به‌دست‌آمده ارزیابی شده است. درنهایت نیز متغیر جو غیرمندی در محیط کار نیز توسط دوازده گویه از پرسش‌نامه بلاو و آندرسون (Blau & Andersson, 2005) بر اساس دو بعد ارتکاب رفتار غیرمندی و تجربه رفتار غیرمندی طی یک سال گذشته در محیط کار موردسنجش قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان شرکت‌های شاتل و همکاران سیستم و شرکت دانش‌بنیان فناوران سپهر ماهان است. فرایند نمونه‌گیری نیز در سه مرحله انجام گرفت. در مرحله نخست شرکت‌ها به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. دلیل انتخاب این بوده است که این شرکت‌ها در فعالیت خود از به‌روزترین نرم‌افزارهای سازمانی بهره می‌برند و همواره در تلاش برای ارائه ایده‌ها و خدمات نوین سازمانی بوده‌اند و مورد بسیار مناسبی جهت بررسی موضوع پژوهش حاضر محسوب می‌گردند. همچنین بایستی توجه داشت مبنای انتخاب این سه شرکت، فراتر از صرف استفاده از نرم‌افزارهای سازمانی (بلوغ فناوری): این شرکت‌ها در حوزه‌های مربوط به فناوری اطلاعات فعالیت دارند و از رسانه‌های اجتماعی سازمانی به‌صورت نهادینه‌شده برای ارتباطات کاری استفاده می‌کنند. این ویژگی برای سنجش متغیر رسانه اجتماعی سازمانی ضروری بود. معیار دوم (تنوع ساختاری): انتخاب یک شرکت خصوصی بزرگ (شاتل)، یک شرکت نرم‌افزاری مطرح (همکاران سیستم) و یک شرکت دانش‌بنیان (فناوران سپهر ماهان) به‌منظور افزایش تعمیم‌پذیری نسبی نتایج به اکوسیستم شرکت‌های فناورمحور ایران انجام شد تا از سوگیری ناشی از تک‌فرهنگ سازمانی جلوگیری به عمل آید. در مرحله دوم با کمک واحدهای

مورد اشاره قرار گرفت، به‌کارگیری رسانه اجتماعی سازمانی به‌منظور تسهیل همکاری و گردش اطلاعات، نقش بسزایی در بهبود بهره‌وری و توسعه مهارت‌های نیروی انسانی سازمان ایفا می‌نماید (Chen et al., 2023). در مجموع و با توجه به مطالب ذکرشده می‌توان چنین برداشت نمود در یک سازمان هرچند به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی سازمانی به‌عنوان نوعی از رسانه‌های اجتماعی از این توانایی برخوردار است تا اثر مثبتی بر روی بهره‌وری کارکنان آن سازمان برجای بگذارد (Ma et al., 2022) اما حاکم بودن جو غیرمندی در محیط کاری آن سازمان، عامل پرننگی برای کاهش بهره‌وری کارکنان محسوب می‌گردد (Lewis & Malecha, 2011) که نمی‌توان اثرات و تبعات آن را نادیده گرفت. بنابراین بر اساس این مباحث عنوان‌شده، می‌توان فرضیه پنجم پژوهش حاضر را به این شکل پرداخت و توسعه داد:

- **فرضیه پنجم:** جو غیرمندی محیط کار به‌طور منفی اثر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری را تعدیل می‌نماید.

با توجه به ادبیات تحقیق که به‌تفصیل موردبحث قرار گرفت، مدل مفهومی پژوهش به‌صورت شکل ۱ ترسیم می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (بر اساس پیشینه پژوهش).

Figure 1. Conceptual model of research (Based on the research background).

#### ۴- روش‌شناسی

پژوهش حاضر به بررسی روابط ساختاری و آزمون مدل علی پیشنهادی پرداخته است بنابراین از نظر روش تحقیق جز پژوهش‌های توصیفی - همبستگی محسوب می‌شود. از نظر هدف، پژوهش حاضر کاربردی است به دلیل اینکه

توجه به اندازه اثر متوسط ( $f^2 = 0/15$ )، سطح معناداری ۰/۰۵ و توان آماری مطلوب ۰/۸۰، حداقل حجم نمونه موردنیاز برای آزمون رگرسیون چندگانه با ۴ پیش‌بین برابر با ۸۵ نفر برآورد گردید. با توجه به حجم نمونه نهایی این پژوهش (۲۱۰ نفر)، توان آماری محاسبه شده برای کشف اثرات متوسط حدود ۰/۹۹ است که نشان‌دهنده کفایت بسیار مناسب نمونه برای کشف روابط اصلی پژوهش است. در مجموع، ۲۳۰ پرسش‌نامه توزیع شد که از این تعداد، ۲۱۰ پرسش‌نامه کامل و قابل‌تحلیل دریافت گردید و نرخ بازگشت مؤثر ۹۲ درصد حاصل شد که برای پژوهش‌های سازمانی نرخ مطلوبی محسوب می‌شود. توزیع پاسخ‌دهندگان به ترتیب ۳۵ درصد از شرکت شاتل، ۴۵ درصد از شرکت همکاران سیستم و ۲۰ درصد از شرکت فناوران سپهر ماهان بود که تناسب قابل قبولی با ساختار جامعه آماری دارد. در این پژوهش، داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و SmartPLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. همچنین برای ارزیابی پایایی سازه‌ها از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، برای بررسی روایی همگرا از میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) و برای ارزیابی روایی واگرا از معیار فورنل-لارکر و شاخص HTMT استفاده شد. همچنین معناداری ضرایب مسیر از طریق روش بوت‌استرپینگ مورد بررسی قرار گرفت.

## ۵- یافته‌های پژوهش

در این پژوهش به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون شاپیرو-ویلک استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۱ ارائه شده است. با توجه به سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ برای همه متغیرها، فرض نرمال بودن داده‌ها رد می‌گردد؛ بنابراین، برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش PLS-SEM استفاده شد که در برابر نرمال نبودن داده‌ها مقاوم است و انتخاب بهتری به شمار می‌آید. در بخش آمارهای توصیفی پژوهش مشخصات جمعیت‌شناختی جامعه آماری که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است، در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۳ نشان‌دهنده میزان بارهای عاملی گویه‌های مربوط به متغیرهای بررسی‌شده در پژوهش به تفکیک بوده و همان‌گونه که مشاهده می‌گردد، تمامی گویه‌های

منابع انسانی این شرکت‌ها از میان کارکنان هر شرکت، افراد واجد شرایط به صورت هدفمند شناسایی شدند. معیار ورود به پژوهش، اشتغال در موقعیتی بود که مستلزم استفاده مستمر از پلتفرم‌های اجتماعی سازمانی در انجام امور کاری باشد. بدین ترتیب، تنها کارکنانی که در معرض واقعی متغیر رسانه اجتماعی سازمانی قرار داشتند، در چارچوب جامعه آماری هدف تعریف شدند. در مرحله سوم، از میان کارکنان واجد شرایط در هر شرکت، نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام گرفت و پرسشنامه‌ها در میان آنان توزیع شد. بدین ترتیب، طراحی نمونه‌گیری پژوهش به صورت چندمرحله‌ای (هدفمند - هدفمند - تصادفی ساده) اجرا گردید که هم دقت مفهومی در تعریف جامعه هدف را تضمین می‌کند و هم سوگیری انتخاب را کاهش می‌دهد. بر این مبنای، حجم جامعه آماری برابر با ۵۶۵ نفر تعیین شد (۱۹۵ نفر از شرکت شاتل، ۲۰۵ نفر از شرکت همکاران سیستم و ۱۶۵ نفر از شرکت فناوران سپهر ماهان). به منظور تعیین حجم نمونه، ابتدا با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۲۲۹ نفر برآورد شد. علاوه بر این، بر اساس قاعده سرانگشتی در مدل‌یابی معادلات ساختاری، حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر گویه در نظر گرفته شود. با توجه به اینکه پرسش‌نامه این پژوهش شامل ۳۵ گویه است، حداقل حجم نمونه موردنیاز ۱۷۵ نفر برآورد می‌شود که حجم نمونه نهایی پژوهش (۲۱۰ نفر) از این حد فراتر است. همچنین برخی پژوهشگران حداقل ۲۰۰ مشاهده را برای اجرای تحلیل معادلات ساختاری مناسب می‌دانند که این شرط نیز در پژوهش حاضر تأمین شده است. همچنین به منظور اطمینان از کفایت حجم نمونه برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، تحلیل توان با استفاده از نرم‌افزار G\*Power انجام شد. اگرچه تحلیل اصلی پژوهش با رویکرد مدل‌یابی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) صورت گرفته است، اما به دلیل نبود آزمون توان استاندارد برای PLS در G\*Power، از رگرسیون چندگانه خطی (F test) به عنوان یک برآورد محافظه‌کارانه استفاده گردید. در این تحلیل، متغیر وابسته (بهره‌وری کارکنان) توسط چهار پیش‌بین شامل متغیر مستقل (رسانه اجتماعی سازمانی)، متغیر میانجی (خودکارآمدی)، متغیر تعدیل‌گر (جو غیرمدنی محیط کار) و اثر تعاملی (رسانه × جو) مورد پیش‌بینی قرار می‌گیرد. با

برای تمامی سازه‌ها بالاتر از حد استاندارد ۰/۵ بود. این امر نشان می‌دهد که بیش از ۵۰ درصد واریانس هر سازه توسط گویه‌های مربوط به خودش تبیین می‌شود و از روایی همگرایی مطلوبی برخوردار است. همچنین، برای ارزیابی روایی واگرا، معیار فورنل-لارکر به کار گرفته شد (جدول ۵). نتایج حاکی از آن است که جذر مقادیر AVE هر سازه (مقادیر روی قطر اصلی) از بیشترین همبستگی آن سازه با سایر سازه‌های موجود در مدل (مقادیر خارج از قطر) بزرگ‌تر است. این موضوع تأیید می‌کند که هر سازه از ماهیت متمایزی برخوردار بوده و روایی واگرای مدل نیز برقرار است. نسبت همبستگی‌های هتروتریت-مونوتریت (HTMT) نیز یکی از شاخص‌هایی است که برای بررسی روایی واگرا در مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) یا PLS-SEM استفاده می‌شود. مقدار HTMT کمتر از ۱ (عموماً پایین‌تر از ۰/۹ یا ۰/۸۵) بیانگر این است که دو سازه از هم متمایز هستند (جدول ۶).

مربوط به هر یک از سازه‌ها دارای بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۷ هستند که نشان می‌دهد هر یک از گویه‌ها به خوبی سازه مربوطه را تبیین نموده و سهم واریانس مشترک آن‌ها با سازه، بیش از واریانس خطای اندازه‌گیری است؛ بنابراین بارهای عاملی گویه‌ها در سطح مطلوبی قرار داشته و می‌توان روایی همگرایی سازه‌های پژوهش را بسیار مناسب ارزیابی نمود.

پایایی مدل اندازه‌گیری از دو منظر پایایی ترکیبی (CR) و پایایی درونی (آلفای کرونباخ) مورد تحلیل قرار گرفت. همان‌طور که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، مقادیر پایایی ترکیبی (CR) و همچنین ضرایب آلفای کرونباخ برای کلیه سازه‌های پژوهش از مقدار ملاک ۰/۷ فراتر رفته است که نشان از پایایی مناسب و قوی پرسشنامه دارد.

افزون بر این، به‌منظور ارزیابی اعتبار (روایی) مدل اندازه‌گیری، شاخص‌های روایی همگرا و واگرا مورد بررسی قرار گرفت. برای سنجش روایی همگرا، از شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) استفاده شد که مقادیر آن

**جدول ۱.** نتایج آزمون شاپیرو-ویلک برای بررسی نرمال بودن داده‌ها

**Table 1.** Results of Shapiro-Wilk Test for Normality Assessment

| متغیر                 | آماره شاپیرو-ویلک | درجه آزادی | سطح معنی‌داری |
|-----------------------|-------------------|------------|---------------|
| بهره‌وری کارکنان      | ۰/۹۳۴             | ۲۱۰        | کمتر از ۰/۰۰۱ |
| رسانه اجتماعی سازمانی | ۰/۹۶۸             | ۲۱۰        | کمتر از ۰/۰۰۱ |
| خودکارآمدی            | ۰/۹۴۷             | ۲۱۰        | کمتر از ۰/۰۰۱ |
| جو غیرمدنی محیط کار   | ۰/۹۵۱             | ۲۱۰        | کمتر از ۰/۰۰۱ |

**جدول ۲.** ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پژوهش

**Table 2.** Demographic Characteristics

| ویژگی   | گزینه      | فراوانی | درصد  |
|---------|------------|---------|-------|
| جنسیت   | زن         | ۸۹      | ۴۲/۳۸ |
|         | مرد        | ۱۲۱     | ۵۷/۶۲ |
| سن      | ۲۱-۳۰      | ۹۱      | ۴۳/۳۳ |
|         | ۳۱-۴۰      | ۸۸      | ۴۱/۹۰ |
|         | ۴۱-۵۰      | ۳۱      | ۱۴/۷۷ |
| تحصیلات | دیپلم      | ۲۲      | ۱۰/۴۸ |
|         | فوق‌دیپلم  | ۶۸      | ۳۲/۳۸ |
|         | لیسانس     | ۹۰      | ۴۲/۸۶ |
|         | فوق‌لیسانس | ۳۰      | ۱۴/۲۸ |
| تأهل    | مجرد       | ۸۸      | ۴۱/۹۰ |
|         | متأهل      | ۱۲۲     | ۵۸/۱۰ |

## جدول ۳. بارهای عاملی گویه‌ها به تفکیک متغیرها

Table 3. Factor loadings of items by variables

| سؤال | بهره‌وری کارکنان | رسانه اجتماعی سازمانی | خودکارآمدی | جو غیرمدنی محیط کار |
|------|------------------|-----------------------|------------|---------------------|
| ۱    | ۰/۹۲۱            |                       |            |                     |
| ۲    | ۰/۹۰۴            |                       |            |                     |
| ۳    | ۰/۹۱۰            |                       |            |                     |
| ۴    | ۰/۸۹۴            |                       |            |                     |
| ۵    | ۰/۹۱۹            |                       |            |                     |
| ۶    | ۰/۹۱۴            |                       |            |                     |
| ۷    |                  | ۰/۸۱۹                 |            |                     |
| ۸    |                  | ۰/۸۰۹                 |            |                     |
| ۹    |                  | ۰/۸۲۴                 |            |                     |
| ۱۰   |                  | ۰/۷۷۰                 |            |                     |
| ۱۱   |                  | ۰/۸۰۰                 |            |                     |
| ۱۲   |                  | ۰/۸۱۰                 |            |                     |
| ۱۳   |                  | ۰/۷۴۴                 |            |                     |
| ۱۴   |                  | ۰/۸۱۷                 |            |                     |
| ۱۵   |                  | ۰/۸۰۰                 |            |                     |
| ۱۶   |                  | ۰/۷۳۸                 |            |                     |
| ۱۷   |                  |                       | ۰/۸۶۲      |                     |
| ۱۸   |                  |                       | ۰/۸۷۴      |                     |
| ۱۹   |                  |                       | ۰/۸۸۴      |                     |
| ۲۰   |                  |                       | ۰/۸۸۶      |                     |
| ۲۱   |                  |                       | ۰/۸۶۳      |                     |
| ۲۲   |                  |                       | ۰/۸۷۸      |                     |
| ۲۳   |                  |                       | ۰/۸۵۱      |                     |
| ۲۴   |                  |                       |            | ۰/۸۵۶               |
| ۲۵   |                  |                       |            | ۰/۸۰۵               |
| ۲۶   |                  |                       |            | ۰/۷۸۸               |
| ۲۷   |                  |                       |            | ۰/۸۶۸               |
| ۲۸   |                  |                       |            | ۰/۸۴۶               |
| ۲۹   |                  |                       |            | ۰/۸۰۲               |
| ۳۰   |                  |                       |            | ۰/۸۱۸               |
| ۳۱   |                  |                       |            | ۰/۷۸۳               |
| ۳۲   |                  |                       |            | ۰/۸۲۳               |
| ۳۳   |                  |                       |            | ۰/۸۱۱               |
| ۳۴   |                  |                       |            | ۰/۸۳۳               |
| ۳۵   |                  |                       |            | ۰/۸۱۳               |

## جدول ۴. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری پژوهش

Table 4. Convergent validity and reliability of research measurement tool

| متغیرهای پژوهش        | پایایی ترکیبی (CR) | آلفای کرونباخ | AVE   |
|-----------------------|--------------------|---------------|-------|
| بهره‌وری کارکنان      | ۰/۹۶۷              | ۰/۹۵۹         | ۰/۸۲۹ |
| جو غیرمدنی محیط کار   | ۰/۹۶۱              | ۰/۹۵۷         | ۰/۶۷۴ |
| خودکارآمدی            | ۰/۹۵۷              | ۰/۹۴۷         | ۰/۷۵۹ |
| رسانه اجتماعی سازمانی | ۰/۹۴۴              | ۰/۹۳۵         | ۰/۶۳۰ |

## جدول ۵. روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

Table 5. Divergent validity according to the Fornell and Larker method

| متغیرهای پژوهش        | بهره‌وری کارکنان | جو غیرمدنی محیط کار | خودکارآمدی | رسانه اجتماعی سازمانی |
|-----------------------|------------------|---------------------|------------|-----------------------|
| بهره‌وری کارکنان      | ۰/۹۱۰            |                     |            |                       |
| جو غیرمدنی محیط کار   | -۰/۱۰۹           | ۰/۸۲۱               |            |                       |
| خودکارآمدی            | ۰/۴۱۷            | ۰/۰۹۴               | ۰/۸۷۱      |                       |
| رسانه اجتماعی سازمانی | ۰/۴۴۹            | -۰/۰۱۲              | ۰/۳۴۵      | ۰/۷۹۴                 |

## جدول ۶. روایی واگرا بر اساس HTMT

Table 6. Divergent validity based on HTMT

| متغیرهای پژوهش        | بهره‌وری کارکنان | جو غیرمدنی محیط کار | خودکارآمدی | رسانه اجتماعی سازمانی |
|-----------------------|------------------|---------------------|------------|-----------------------|
| بهره‌وری کارکنان      |                  |                     |            |                       |
| جو غیرمدنی محیط کار   | ۰/۰۹۸            |                     |            |                       |
| خودکارآمدی            | ۰/۴۳۵            | ۰/۰۹۸               |            |                       |
| رسانه اجتماعی سازمانی | ۰/۴۶۸            | ۰/۰۵۷               | ۰/۳۶۴      |                       |

## جدول ۷. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

Table 7. Measurement model fit indices

| شاخص | مقدار محاسبه‌شده | مقدار مطلوب  | نتیجه |
|------|------------------|--------------|-------|
| SRMR | ۰/۰۳۹            | کمتر از ۰/۰۸ | مطلوب |
| NFI  | ۰/۹۰۵            | بیشتر از ۰/۹ | مطلوب |

مقادیر قابل قبول HTMT که در پژوهش حاضر مورد استفاده قرار گرفت، مقادیر کمتر از ۰/۸۵ بودند. جدول ۶ این مقادیر را برای سازه‌های مدل‌های اندازه‌گیری نشان می‌دهند که همگی کمتر از ۰/۸۵ بودند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که روایی واگرایی مدل پژوهش برقرار است. این مجموعه شواهد، حاکی از کفایت و قابلیت اعتماد بالای ابزار اندازه‌گیری مورد استفاده در این پژوهش است.

پس از تأیید روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری، به بررسی برازش مدل پرداخته شد. برای این منظور، از دو شاخص مهندسی سیستم و بهره‌وری / سال ۱۴۰۵ / دوره ۶ / شماره ۴

مقدار SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) و NFI (Normed Fit Index) استفاده گردید. شاخص SRMR که میزان تفاوت بین همبستگی‌های مشاهده شده و همبستگی‌های پیش‌بینی شده توسط مدل را نشان می‌دهد، باید مقداری کمتر از ۰/۰۸ یا ۰/۱۰ (بسته به معیارهای محققان مختلف) داشته باشد تا برازش مناسب مدل تأیید گردد. همچنین شاخص NFI که نسبت برازش مدل پیشنهادی را نسبت به مدل مستقل می‌سنجد، با مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ نشان‌دهنده برازش قابل قبول است.

مهندسی سیستم و بهره‌وری / سال ۱۴۰۵ / دوره ۶ / شماره ۴

پژوهش و شکل ۳ نیز گویای ضرایب مسیر مدل ساختاری پژوهش است.

**جدول ۸.** ضرایب تعیین (R<sup>2</sup>) و قدرت پیش‌بینی (Q<sup>2</sup>) متغیرهای وابسته

**Table 8.** (R<sup>2</sup>) and (Q<sup>2</sup>) of dependent variables

| متغیر وابسته     | R <sup>2</sup> | Q <sup>2</sup> |
|------------------|----------------|----------------|
| بهره‌وری کارکنان | ۰/۲۹۹          | ۰/۲۲۶          |
| خودکارآمدی       | ۰/۱۱۹          | ۰/۰۸۴          |

**جدول ۹.** نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

**Table 9.** Results of testing research hypotheses

| فرضیه | ضریب استاندارد | T-Value | f <sup>2</sup> | نتیجه     |
|-------|----------------|---------|----------------|-----------|
| اول   | ۰/۳۳۹          | ۵/۵۳۵   | ۰/۱۴۴          | تأیید     |
| دوم   | ۰/۳۴۵          | ۵/۶۶۸   | ۰/۱۳۵          | تأیید     |
| سوم   | ۰/۳۱۴          | ۵/۰۵۹   | ۰/۱۲۲          | تأیید     |
| چهارم | ۰/۱۰۸          | ۳/۵۲۶   | -              | تأیید     |
| پنجم  | -۰/۰۴۰         | ۰/۶۶۳   | ۰/۰۰۲          | عدم تأیید |

از بررسی نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش معلوم گردید برای رابطه مستقیم بین دو متغیر رسانه اجتماعی سازمانی و بهره‌وری کارکنان مقدار تی ولیو برابر با ۵/۵۳۵ به‌دست‌آمده است. از آنجاکه مقدار تی ولیو بیشتر از ۱/۹۶ هست و ضریب استاندارد هم ۰/۳۳۹ شده، استفاده از پلتفرم رسانه اجتماعی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری روی بهره‌وری کارکنان دارد؛ بنابراین فرضیه اول تحقیق تأیید می‌شود. برای رابطه مستقیم بین دو متغیر رسانه اجتماعی سازمانی و خودکارآمدی کارکنان مقدار تی ولیو برابر با ۵/۶۶۸ شده است. از آنجاکه مقدار تی ولیو بیشتر از ۱/۹۶ بوده و با توجه به اینکه ضریب استاندارد برابر با ۰/۳۴۵ و مثبت هست، این رابطه مستقیم نیز مثبت و معنی‌دار بوده و استفاده از پلتفرم رسانه اجتماعی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر روی خودکارآمدی کارکنان دارد؛ بنابراین فرضیه دوم تحقیق تأیید می‌شود. برای رابطه مستقیم بین دو متغیر خودکارآمدی کارکنان و بهره‌وری کارکنان مقدار تی ولیو برابر با ۵/۰۵۹ به‌دست‌آمده است. از آنجاکه مقدار تی ولیو بیشتر از ۱/۹۶ بوده و با توجه به اینکه ضریب استاندارد برابر با ۰/۳۱۴ هست، این رابطه مستقیم نیز مثبت و معنی‌دار است و

نتایج این دو شاخص در جدول ۷ ارائه‌شده که حاکی از برازش مطلوب مدل پژوهش حاضر است.

در ادامه، به بررسی ضرایب تعیین (R<sup>2</sup>) و شاخص قدرت پیش‌بینی (Q<sup>2</sup>) پرداخته شد. ضریب تعیین R<sup>2</sup> نشان‌دهنده میزان واریانس تبیین‌شده هر یک از متغیرهای وابسته توسط متغیرهای پیش‌بین است. این شاخص مقادیری بین صفر تا یک اختیار می‌کند و بیانگر این است که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل موجود در مدل تبیین می‌شود. یافته‌ها نشان داد که متغیرهای پیش‌بین توانسته‌اند ۱۱/۹ درصد از واریانس خودکارآمدی و ۲۹/۹ درصد از واریانس بهره‌وری کارکنان را تبیین کنند. همچنین شاخص Q<sup>2</sup> که با استفاده از روش Blindfolding محاسبه می‌شود، قدرت پیش‌بینی مدل را نشان می‌دهد. مقادیر بالاتر از صفر برای Q<sup>2</sup> حاکی از پیش‌بینی‌کنندگی مناسب متغیرهای مستقل است. نتایج این دو شاخص در جدول ۸ ارائه شده است.

همچنین به‌منظور بررسی سوگیری روش مشترک<sup>۱</sup>، از آزمون تک‌عاملی هارمن<sup>۲</sup> استفاده شد. در این روش، تمامی گویه‌های پرسشنامه وارد یک تحلیل عاملی اکتشافی می‌شوند و واریانس تبیین‌شده توسط یک عامل واحد بررسی می‌گردد. نتایج این آزمون نشان داد که یک عامل واحد تنها ۲۸/۵ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. با توجه به اینکه این مقدار کمتر از حد آستانه ۵۰ درصد است، می‌توان نتیجه گرفت که سوگیری روش مشترک تهدید جدی برای اعتبار یافته‌های این پژوهش محسوب نمی‌شود. به‌منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از روش بوت‌استرپ (با ۵۰۰۰ زیرنمونه) استفاده گردید. نتایج حاصل از برآورد مدل ساختاری، شامل ضرایب مسیر، مقادیر آماره t (t-value) و سطح معناداری هر رابطه، در جدول ۹ ارائه شده است.

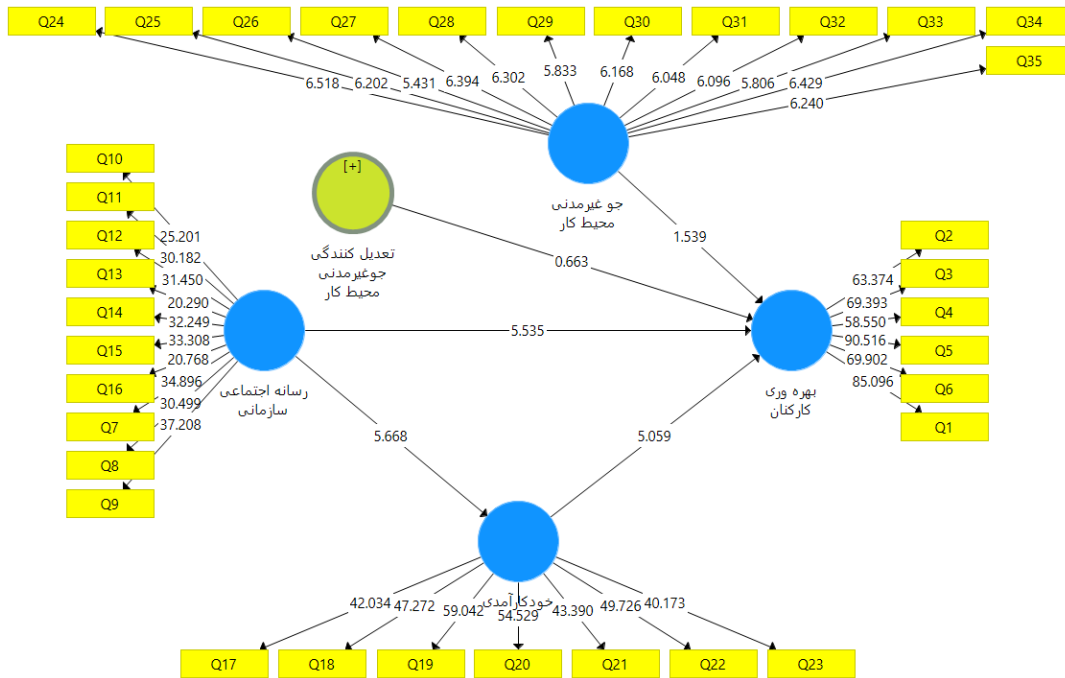
ملاک قضاوت در این پژوهش، معناداری رابطه با توجه به آماره t (بزرگ‌تر از ۱/۹۶ در سطح اطمینان ۰/۹۵) بوده است. همچنین شاخص f<sup>2</sup> به‌عنوان اندازه اثر، میزان تأثیر یک متغیر مستقل بر متغیر وابسته را نشان می‌دهد. شکل ۲ نشان‌دهنده مقادیر آماره t مسیرهای مدل ساختاری

<sup>1</sup> Common Method Bias

<sup>2</sup> Harman's Single-Factor Test

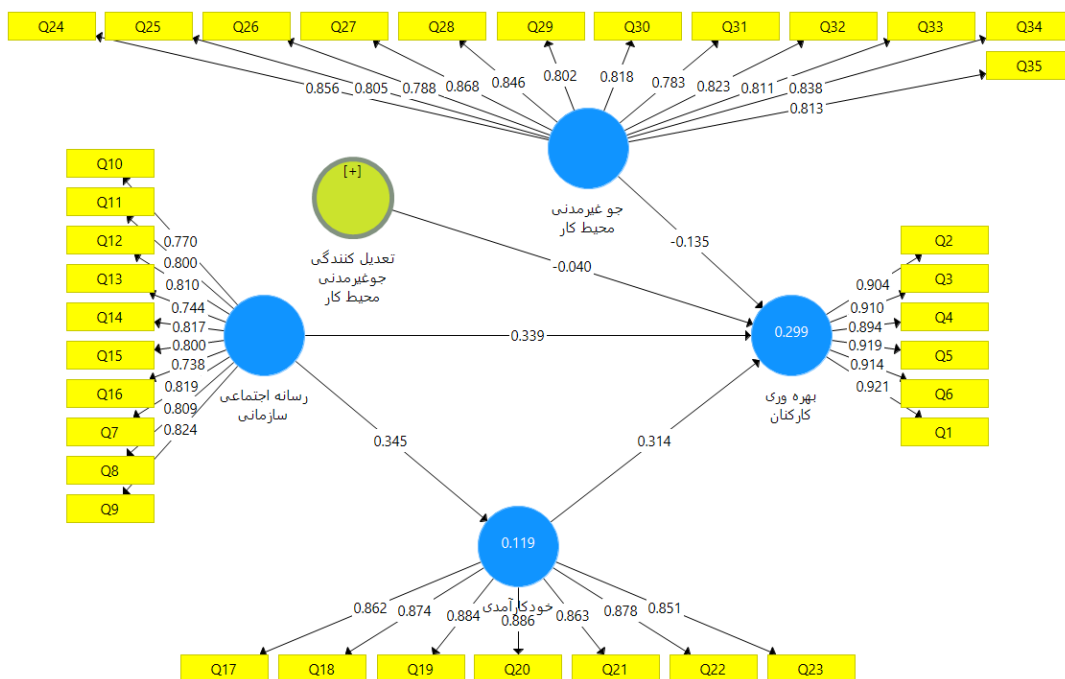
بوت‌استرپ با ۵۰۰۰ زیرنمونه و سطح اطمینان ۹۵ درصد استفاده شد. نتایج نشان داد که اثر غیرمستقیم رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان از طریق خودکارآمدی برابر با ۰/۱۰۸ و از نظر آماری معنادار است (تی ویلیو برابر ۳/۵۲۶).

خودکارآمدی کارکنان تأثیر مثبت و معناداری روی بهره‌وری کارکنان دارد؛ بنابراین فرضیه سوم تحقیق تأیید می‌شود. برای بررسی اثر غیرمستقیم رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان با دخالت متغیر میانجی خودکارآمدی، با توجه به نرمال نبودن داده‌ها از روش



شکل ۲. مقادیر آماره t مسیرهای مدل ساختاری پژوهش.

Figure 2. t-values of the structural model.



شکل ۳. ضرایب مسیر مدل ساختاری پژوهش.

Figure 3. Path coefficients of the structural model.

این روش علاوه بر کاهش همخطی چندگانه، تفسیر ضرایب را نیز تسهیل می‌کند. پس از ساخت متغیر تعاملی با روش استانداردسازی، شاخص VIF برای تمامی متغیرها (شامل متغیر تعاملی) محاسبه و برای اطمینان از عدم وجود همخطی چندگانه در تحلیل تعدیل‌گری، شاخص VIF در مدل ساختاری (Inner VIF) بررسی گردید. نتایج نشان داد که مقادیر VIF برای متغیر رسانه اجتماعی سازمانی (۱/۱۳۸)، متغیر جو غیرمدنی محیط کار (۱/۰۱۱)، متغیر خودکارآمدی (۱/۱۵۰) و متغیر تعاملی (۱/۰۰۲) کمتر از حد آستانه ۵ می‌باشند. این یافته‌ها حاکی از آن است که همخطی چندگانه مشکلی برای برآورد مدل ایجاد نکرده است. پس از اطمینان از عدم وجود همخطی چندگانه، به آزمون فرضیه تعدیل‌گری پرداخته شد. برای این منظور، از روش بوت‌استرپ با ۵۰۰۰ زیرنمونه استفاده گردید. یافته‌های بوت‌استرپ نشان داد که ضریب مسیر متغیر تعاملی (رسانه اجتماعی سازمانی × جو غیرمدنی محیط کار) برابر با ۰/۰۴۰- و از نظر آماری معنادار نمی‌باشد (تی ولیو برابر ۰/۶۶۳) بنابراین فرضیه پنجم پژوهش مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. برای تفسیر دقیق‌تر، تحلیل شیب‌های ساده در سه سطح از متغیر تعدیل‌گر (یک انحراف معیار پایین‌تر از میانگین، میانگین و یک انحراف معیار بالاتر از میانگین) انجام شد که شکل ۴ اثر تعاملی را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، سه خط تقریباً موازی بوده و شیب آن‌ها تفاوت معناداری با یکدیگر ندارد که تأییدکننده عدم وجود اثر تعدیل‌گری است. همچنین شاخص  $f^2$  برای اثر تعدیل‌گری برابر با ۰/۰۰۲ محاسبه شد که نشان‌دهنده اندازه اثر بسیار کوچک است؛ بنابراین فرضیه پنجم تحقیق مورد تأیید واقع نمی‌گردد.

## ۶- بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت بالا و روزافزون مسئله بهره‌وری کارکنان برای موفقیت هر سازمانی در هر زمینه فعالیتی، در این پژوهش با روش معادلات ساختاری تأثیر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان با نقش میانجی خودکارآمدی کارکنان و نقش تعدیل‌گری جو غیرمدنی محیط کار بررسی شد. در این پژوهش ابتدا تأثیر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان در قالب

همچنین با توجه به معنادار بودن اثر مستقیم رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان (ضریب مسیر برابر ۰/۳۳۹ و تی ولیو ۵/۵۳۵)، نوع میانجی‌گری از نوع میانجی‌گری جزئی محسوب می‌شود. علاوه بر این، برای تأیید بیشتر یافته‌ها، آزمون سوئل نیز به‌عنوان یک روش مکمل محاسبه شد. اگرچه آزمون سوئل به دلیل ماهیت پارامتریک و مفروضه نرمال بودن توزیع اثر غیرمستقیم، در مقایسه با بوت‌استرپ از توان کمتری برخوردار است، اما نتایج آن می‌تواند به‌عنوان تأییدی بر یافته‌های حاصل از بوت‌استرپ مورد استفاده قرار گیرد. این آزمون مقدار تی ولیو را مطابق فرمول زیر برای رابطه غیرمستقیم محاسبه نموده و معنی‌داری آن را بررسی می‌کند. ضریب مسیر این اثر غیرمستقیم از ضرب دو ضریب مسیر مستقیم به دست می‌آید:

$$t - \text{value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * S_a^2) + (a^2 * S_b^2) + (S_a^2 * S_b^2)}}$$

$a$ : مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی: ۰/۳۴۵

$b$ : مقدار ضریب مسیر میان متغیر وابسته و میانجی: ۰/۳۱۴

$s_a$ : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی: ۰/۰۶۱

$s_b$ : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر وابسته و میانجی: ۰/۰۶۲

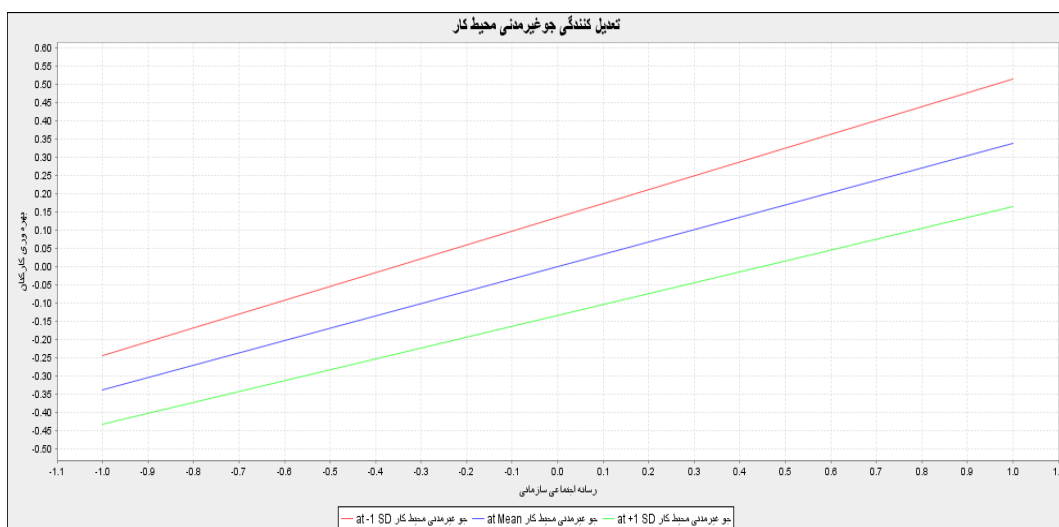
با توجه به اینکه مقدار تی محاسبه‌شده (۳/۷۳۳) از فرمول یادشده، بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، می‌توان نتیجه گرفت که اثر غیرمستقیم رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان از طریق خودکارآمدی در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بوده و یافته‌های آزمون سوئل نیز نتایج حاصل از بوت‌استرپینگ را تأیید می‌کند. در نتیجه، رسانه اجتماعی سازمانی با نقش میانجی خودکارآمدی روی بهره‌وری کارکنان تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ بنابراین فرضیه چهارم تحقیق تأیید می‌شود. در ادامه، برای ساخت متغیر تعاملی، از روش استانداردسازی استفاده شد. در این روش، ابتدا متغیر مستقل و تعدیل‌گر با کسر میانگین و تقسیم بر انحراف معیار استاندارد شده و سپس حاصل ضرب آن‌ها به‌عنوان متغیر تعاملی محاسبه گردید.

همچنین پژوهش هیو و همکاران (Hu et al., 2018) که همگی به بیان تأثیرگذاری مثبت به‌کارگیری و بهره‌مندی از رسانه اجتماعی بر خودکارآمدی در حوزه‌های مختلف پرداختند هم‌سو بوده و با در نظر گرفتن اینکه رسانه اجتماعی سازمانی نوعی از رسانه اجتماعی با کارکرد سازمانی و شغلی به حساب می‌آید، تأیید اثر مثبت آن بر خودکارآمدی کارکنان، گامی در تعمیم نتایج حوزه عمومی رسانه‌های اجتماعی به بافت سازمانی محسوب می‌گردد.

در فرضیه سوم این پژوهش به بررسی تأثیر خودکارآمدی بر بهره‌وری کارکنان پرداخته شد و بر اساس نتایج حاصل از آزمون فرضیات در جامعه آماری یادشده پژوهش حاضر، نشان داده شد که خودکارآمدی کارکنان باعث افزایش بهره‌وری آنان می‌شود. این یافته نیز از پژوهش‌های پیشین مانند هادی مهر و علوی (HadiMehri & Alavi, 2022)، سیتوهانگ و بودیونو (Sitohang & Budiono, 2021) و اولوسولا (Olusola, 2011) که در تحقیق خود نشان داده بودند بین خودکارآمدی کارکنان و بهره‌وری آنان رابطه مثبت و معناداری برقرار است، حمایت می‌کند و با آن‌ها همسوست. بنابراین می‌توان گفت خودکارآمدی که در مفهوم به باور فرد نسبت به توانایی‌های سازنده‌اش مرتبط است، به‌طور بااهمیت و قابل‌توجهی منجر به افزایش عملکرد و بهره‌وری کارکنان سازمان می‌شود.

فرضیه نخست سنجیده شد و با تأیید این فرضیه در جامعه آماری موردبخت، نشان داده شد که استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی باعث بهبود بهره‌وری کارکنان می‌شود که یافته‌های این پژوهش با نتایج حاصل از تحقیقات ما و همکاران (Ma et al., 2022)، پاترونی و همکاران (Patroni et al., 2016) و نیز چارباچی و همکاران (Charbaji et al., 2025) همسو بودند. در حقیقت می‌توان با در نظر گرفتن اینکه بهره‌وری نیروی کار یک عامل حیاتی محسوب می‌گردد که عملکرد کسب‌وکار را به‌صورت کلی در سراسر سازمان ارتقا داده، افزایش می‌دهد و به آن قدرت می‌بخشد و آن را حفظ می‌کند، بهبود دادن آن را موضوعی مهم و در خورد توجه در زمینه‌سازمانی به حساب آورد. درمجموع، با توجه به اهمیت بهره‌وری در سازمان و تأثیری که رسانه اجتماعی سازمانی می‌تواند در افزایش آن داشته باشد نباید از اهمیت به‌کارگیری و بهره‌برداری از این پلتفرم به‌راحتی چشم‌پوشی کرد.

فرضیه دوم این پژوهش تأثیر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی را بر خودکارآمدی کارکنان سنجیده است و بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از جامعه آماری موردبخت پژوهش، این فرضیه تأیید شده است که این مسئله حاکی از آن است استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی باعث افزایش خودکارآمدی کارکنان می‌شود. این یافته همچنین با یافته‌های ناشی از پژوهش جیا و همکاران (Jia et al., 2024)، لی و همکاران (Li et al., 2025) و



شکل ۴. نمودار اثر تعدیل‌گری جو غیرمردمی محیط کار بر رابطه بین رسانه اجتماعی سازمانی و بهره‌وری کارکنان.

Figure 4. Diagram of the moderating effect of WPI on the relationship between ESM and PR.

منفی جو غیرمدنی محیط کار بر بهره‌وری اشاره داشتند، اما اثر تعدیل‌کنندگی جو غیرمدنی محیط کار بر تأثیر رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان مورد تأیید قرار نگرفت. این یافته می‌تواند ناشی از ویژگی‌های خاص جامعه آماری پژوهش باشد. احتمال دارد سطح جو غیرمدنی در سازمان‌های موردبررسی پایین‌تر از حدی بوده که بتواند اثر تعدیل‌کنندگی معناداری ایجاد کند. همچنین ممکن است مکانیسم‌های مثبت ناشی از استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی، مانند تسهیل ارتباطات و دسترسی به دانش، آن‌چنان قوی باشند که اثرات منفی جو غیرمدنی را خنثی نمایند. بررسی دقیق‌تر این موضوع می‌تواند موضوع پژوهش‌های آتی باشد تا سایر متغیرهای تعدیل‌گر بالقوه در رابطه بین رسانه اجتماعی سازمانی و بهره‌وری کارکنان شناسایی شوند.

#### ۷- پیشنهادهای کاربردی

یافته‌های این پژوهش، کاربردهای مدیریتی مشخصی را برای مدیران کسب‌وکارها و سازمان‌ها به همراه دارد و بدین منظور، هر یک از پیشنهادها را نیز از یافته‌های تأییدشده پژوهش استخراج گردیده است. با توجه به تأیید تأثیر مثبت استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان و نیز نقش میانجی خودکارآمدی در این رابطه، مدیران می‌توانند اقدامات عملی زیر را در سازمان خود به‌کارگیرند: نخست اینکه با توجه به تأثیر مستقیم رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری، به مدیران توصیه می‌شود استفاده از این پلتفرم‌ها را در سازمان خود ممنوع نکنند، بلکه با تدوین خط‌مشی‌های روشن، زمینه بهره‌برداری مؤثر از این فناوری‌ها را فراهم آورند. فراهم‌سازی زیرساخت‌های فنی مناسب برای دسترسی آسان کارکنان به رسانه اجتماعی سازمانی و تشویق آنان به مشارکت فعال در این فضا، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به بهبود بهره‌وری کارکنان کمک شایانی نماید. دوم اینکه با توجه به نقش میانجی‌گری خودکارآمدی در رابطه موردبحث پژوهش حاضر، مدیران بایستی برنامه‌هایی برای تقویت باورهای خودکارآمدی کارکنان طراحی کنند، زیرا این متغیر نقش کلیدی در انتقال اثر رسانه اجتماعی سازمانی به بهره‌وری ایفا می‌نماید. برای این منظور، مدیران می‌توانند سیاست‌هایی اتخاذ کنند که

در این پژوهش همچنین به بررسی تأثیر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی‌گری خودکارآمدی در قالب فرضیه چهارم پژوهش پرداخته شد. داده‌های پژوهش که از جامعه آماری موردبحث به دست آمدند، این‌چنین نشان دادند که رسانه اجتماعی سازمانی با نقش میانجی خودکارآمدی بر بهره‌وری کارکنان تأثیر مثبت و معناداری بر جای می‌گذارد. با توجه به اینکه لی و همکاران (Li et al., 2021) رسانه اجتماعی سازمانی را گونه‌ای از انواع رسانه‌های اجتماعی برشمردند که باهدف پشتیبانی از تعاملات و گردش اطلاعات در درون مرزهای یک سازمان توسعه‌یافته و به کار گرفته می‌شوند، می‌توان نتایج حاصل از پژوهش حاضر را به‌طور عام و کلی‌تری با نتایج حاصل از پژوهش جیا و همکاران (Jia et al., 2025) و هیو و همکاران (Hu et al., 2018) که به اثرگذاری مثبت رسانه اجتماعی بر خودکارآمدی کارکنان اشاره داشتند همسو دانست. همچنین یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیقات سیناگا و مارپائونگ (Sinaga & Marpaung, 2024) و هادی مهر و علوی (HadiMehr & Alavi, 2022) که به تأثیر مثبت خودکارآمدی بر بهره‌وری کارکنان اشاره داشتند همسویی دارد. درنهایت یافته‌های این پژوهش را می‌توان همچنین با نتایج پژوهش ما و همکاران (Ma et al., 2022) و چارباچی و همکاران (Charbaji et al., 2025) که استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی را بر رشد بهره‌وری کارکنان مؤثر عنوان نمودند، هم‌راستا و هم‌سو در نظر گرفت. درنهایت فرضیه پنجم و آخر این پژوهش که به نقش تعدیل‌کنندگی منفی جو غیرمدنی محیط کار در تأثیر رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان پرداخته بود، در جامعه آماری پژوهش حاضر موردبررسی قرار گرفت و بر اساس نتایج حاصل از آزمون فرضیات، این فرضیه مورد تأیید قرار نگرفت. به‌عبارت‌دیگر، یافته‌ها نشان داد که جو غیرمدنی محیط کار تأثیر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان را به‌طور معناداری تعدیل نمی‌کند. در این زمینه هرچند نتایج حاصل از پژوهش ما و همکاران (Ma et al., 2022) و چن و همکاران (Chen et al., 2023) بر تأثیر استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان تأکید داشتند و نیز نتایج حاصل از پژوهش لوه و صالح (Loh & Saleh, 2022) و لوئیس و مالخا (Lewis & Malecha, 2011) که بر تأثیر

ضمن تشویق کارکنان به استفاده از رسانه اجتماعی سازمانی، زمینه را برای پرورش خودکارآمدی آنان فراهم آورد. به‌عنوان نمونه، طراحی نظام بازخوردهای مناسب در بستر این پلتفرم‌ها و برجسته‌سازی تجارب موفق کارکنان در این فضا می‌تواند به تقویت باورهای خودکارآمدی سایر همکاران کمک چشمگیری کند. سوم اینکه هرچند فرضیه تعدیل‌گری جو غیرمدنی محیط کار در این پژوهش تأیید نشد، اما این یافته خود حاوی پیامی برای مدیران است: نیروی محرکه اصلی در ارتقای بهره‌وری، رسانه اجتماعی سازمانی و خودکارآمدی است و جو غیرمدنی نتوانسته است این رابطه را تضعیف کند؛ بنابراین مدیران می‌توانند با اطمینان بیشتری بر روی توسعه این دو عامل سرمایه‌گذاری کنند. با این وجود، پژوهش‌های پیشین به‌وضوح پیامدهای مخرب جو غیرمدنی را بر عملکرد، انگیزه و سلامت روانی کارکنان مستند ساخته‌اند؛ بنابراین توصیه می‌شود مدیران نسبت به ایجاد محیطی عاری از رفتارهای غیر متمدنانه در سازمان خود اهتمام ورزند. اقداماتی نظیر بهره‌گیری از مشاوران سازمانی، طراحی سیستم‌های تشویقی مناسب، توجه به نیازهای عاطفی کارکنان، ایجاد امنیت شغلی، کاهش رویکردهای سخت‌گیرانه و ترویج فضای کاری مبتنی بر احترام و صمیمیت می‌تواند در کاهش رفتارهای غیرمدنی مؤثر باشد. مجدداً ذکر می‌گردد اگرچه در این پژوهش اثر تعدیل‌گری این متغیر تأیید نشد، اما تجارب زیسته سازمان‌ها و انبوه پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که غفلت از جو غیرمدنی می‌تواند پیامدهای جبران‌ناپذیری برای سازمان به همراه داشته باشد؛ پیامدهایی که ممکن است در قالب کاهش رضایت شغلی، افزایش تمایل به ترک خدمت و حتی رفتارهای تلافی‌جویانه بروز یابد؛ بنابراین مدیران نباید اهمیت این موضوع را دست‌کم بگیرند و لازم است در راستای ایجاد محیطی مطلوب و حمایتگر برای کارکنان خود گام‌های عملی بردارند.

## ۸- محدودیت‌ها و پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی

هر پژوهشی با محدودیت‌هایی همراه است که شناسایی آن‌ها می‌تواند به تفسیر دقیق‌تر یافته‌ها و نیز طراحی پژوهش‌های آتی کمک قابل‌توجهی نماید. نخست اینکه

پژوهش حاضر به‌صورت مقطعی انجام شده است، به این معنا که داده‌ها در یک مقطع زمانی مشخص جمع‌آوری گردیده‌اند. این نوع طراحی، امکان بررسی تغییرات متغیرها در طول زمان و نیز شناسایی روابط علی قطعی را فراهم نمی‌سازد؛ از این‌رو، به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود با طراحی‌های طولی یا آزمایشی، امکان بررسی دقیق‌تر روابط علی بین متغیرها را فراهم آورند. دوم اینکه این پژوهش در چند شرکت فعال در حوزه سیستم‌ها و فناوری اطلاعات اجرا شده است، بنابراین تعمیم‌پذیری یافته‌ها به سایر صنایع، به‌ویژه صنایع با ویژگی‌های ساختاری و فرهنگی متفاوت، بایستی با احتیاط صورت گیرد. به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود این مدل را در صنایع گوناگون مانند صنایع تولیدی، خدماتی، آموزشی و درمانی و یا به‌صورت مقایسه‌ای بین چند صنعت مورد آزمون قرار دهند تا امکان تعمیم‌پذیری یافته‌ها افزایش یابد. سوم اینکه بهره‌وری کارکنان به‌عنوان یک متغیر وابسته در مطالعات سازمانی، تحت تأثیر عوامل متعددی در سطوح فردی، گروهی و سازمانی قرار دارد. در پژوهش حاضر صرفاً اثر رسانه اجتماعی سازمانی، خودکارآمدی و جو غیرمدنی محیط کار بر بهره‌وری کارکنان مورد بررسی قرار گرفته است و بدیهی است متغیرهای دیگری نیز می‌توانند بر بهره‌وری تأثیرگذار باشند که در این مطالعه لحاظ نشده‌اند. همچنین ممکن است متغیرهای جمعیت‌شناختی نظیر سن، جنسیت، سطح تحصیلات و وضعیت تأهل پاسخ‌دهندگان، نقش تعدیل‌گری در روابط بین متغیرهای پژوهش داشته باشند که در این مطالعه به آن‌ها پرداخته نشده است. به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود اثر این متغیرها را نیز در مدل‌های خود وارد کرده و همچنین نقش میانجی سایر متغیرها از جمله رفتار تسهیم دانش، رضایت شغلی و اعتماد سازمانی را در رابطه بین رسانه اجتماعی سازمانی و بهره‌وری کارکنان مورد بررسی قرار دهند. چهارم اینکه یکی از محدودیت‌های قابل‌توجه این پژوهش که به بررسی فرضیه تعدیل‌گری جو غیرمدنی محیط کار مربوط می‌شود، به توان آماری مرتبط است. اگرچه حجم نمونه ۲۱۰ نفری این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار G\*Power و بر اساس اندازه اثر متوسط برای روابط اصلی، توان آماری مناسبی (بیش از ۰/۸۰) داشته است، اما برای بررسی اثر تعدیل‌گری جو غیرمدنی، اندازه اثر بسیار کوچکی ( $f^2 = ۰/۰۰۲$ ) مشاهده شد که

## قدردانی

نویسندگان پژوهش حاضر از تمامی دست‌اندرکاران نشریه مهندسی سیستم و بهره‌وری و همچنین سردبیر گرامی و داوران محترم که وقت خود را صرف بهبود کیفیت این پژوهش نمودند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

## مراجع

- Abdelwahed, N. A. A., & Doghan, M. A. A. (2023). Developing employee productivity and performance through work engagement and organizational factors in an educational society. *Societies*, 13(3), 65. <https://doi.org/10.3390/soc13030065>
- Aboelmaged, M. G. (2018). Knowledge sharing through enterprise social network (ESN) systems: motivational drivers and their impact on employees' productivity. *Journal of Knowledge Management*, 22(2), 362-383. <https://doi.org/10.1108/JKM-05-2017-0188>
- Afzal, S., Arshad, M., Saleem, S., & Farooq, O. (2019). The impact of perceived supervisor support on employees' turnover intention and task performance: Mediation of self-efficacy. *Journal of Management Development*, 38(5), 369-382. <https://doi.org/10.1108/JMD-03-2019-0076>
- Agustian, K., Pohan, A., Zen, A., Wiwin, W., & Malik, A. J. (2023). Human resource management strategies in achieving competitive advantage in business administration. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 108-117. <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.53>
- Al Randi, S. I. A., Jalagat, R. C., & Bashayreh, A. (2022). Influence of social media usage and work performance on organizational performance: The case of A broadband company in Oman. *Journal of Management and Economic Studies*, 4(4), 419-435. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1149>
- Ali, H., Malik, M. S., & Mehak, S. (2023). Mediating role of workplace isolation and moderating role of workplace integration between enterprise social media and employees' performance. *Journal of Social Research Development (JSRD)*, 4(1), 50-67. <https://doi.org/10.53664/JSRD/04-01-2023-05-50-67>
- Andersson, L. M., & Pearson, C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *Academy of management review*, 24(3), 452-471. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.2202131>
- Ayuwangi, B., Hadi, H. K., Wardoyo, D. T. W., & Budiono, B. (2024). The influence of job satisfaction and self-efficacy on employee

منجر به توان آماری پایین (۰/۰۹۸) گردید. این بدان معناست که حتی اگر اثر تعدیل‌گری واقعاً در جامعه آماری مورد بحث وجود داشته باشد، احتمال شناسایی آن با حجم نمونه موجود تنها حدود ۱۰ درصد بوده است. باین‌حال، با توجه به اینکه اندازه اثر مشاهده‌شده بسیار کوچک‌تر از حداقل معیار اثر کوچک (۰/۰۲) است، می‌توان نتیجه گرفت که عدم‌تأیید فرضیه تعدیل‌گری عمدتاً ناشی از عدم وجود اثر واقعی در جامعه مورد بررسی است، نه صرفاً کمبود توان آماری. با وجود این، به پژوهشگران آتی توصیه می‌شود با نمونه‌های بزرگ‌تر این رابطه را مجدداً مورد آزمون قرار دهند تا هرگونه اثر احتمالی کوچک نیز قابل‌شناسایی باشد. در نهایت، پنجم اینکه این پژوهش صرفاً به بررسی تأثیر مثبت رسانه اجتماعی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان پرداخته است. اگرچه یافته‌ها مؤید این تأثیر مثبت هستند، اما برخی مطالعات در بافت‌های متفاوت، نتایج متفاوتی گزارش کرده‌اند که می‌تواند ناشی از تفاوت در نوع استفاده از این رسانه‌ها (شخصی در مقابل حرفه‌ای)، ویژگی‌های خاص جوامع آماری، یا وجود متغیرهای مداخله‌گر متفاوت باشد. بررسی شرایطی که ممکن است این رسانه‌ها تأثیر منفی بر بهره‌وری کارکنان داشته باشند (مانند استفاده شخصی بیش‌ازحد در ساعات کاری یا ایجاد حواس‌پرتی) می‌تواند موضوع پژوهش‌های آتی قرار گیرد. در پایان امید است پژوهشگران آتی با رفع محدودیت‌های یادشده، بتوانند پژوهش‌های جامع‌تر و دقیق‌تری ارائه دهند که به غنای ادبیات این حوزه و گسترش مرزهای دانش سازمانی کمک شایانی نماید.

## مشارکت‌های نویسندگان

همه نویسندگان در نگارش مقاله حاضر، نقش و سهم یکسانی داشته‌اند.

## تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند که هیچ‌گونه تضاد منافع مرتبط با تحقیق حاضر ندارند و نتایج به‌صورت بی‌طرفانه و بدون دخالت منافع شخصی یا حرفه‌ای به‌دست‌آمده است.

10591478251336741.  
<https://doi.org/10.1177/10591478251336741>
- Chen, M., Babar, M., Ahmed, A., & Irfan, M. (2023). Analyzing the impact of enterprise social media on employees' competency through the mediating role of knowledge sharing. *Sustainability*, 15(12), 9499. <https://doi.org/10.3390/su15129499>
- Chen, X., & Wei, S. (2019). Enterprise social media use and overload: a curvilinear relationship. *Journal of Information Technology*, 34(1), 22-38. <https://doi.org/10.1177/0268396218802728>
- Cherian, J., & Jacob, J. (2013). Impact of self efficacy on motivation and performance of employees. *International journal of business and management*, 8(14), 80. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n14p80>
- Coker, B. L. (2011). Freedom to surf: the positive effects of workplace Internet leisure browsing. *New technology, work and employment*, 26(3), 238-247. <https://doi.org/10.1111/j.1468-005X.2011.00272.x>
- Farimani, N. M. (2024). Efficiency, effectiveness, and productivity of strategy: a step towards integrating strategic management literature. *International Journal of Management Concepts and Philosophy*, 17(4), 458-473. <https://doi.org/10.1504/IJMCP.2024.142322>
- Feng, T., & Madni, G. R. (2024). Mediation of transactive memory capability in relationship of social media usage and job performance. *Frontiers in Psychiatry*, 15, 1361913. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2024.1361913>
- Foulk, T., Woolum, A., & Erez, A. (2016). Catching rudeness is like catching a cold: The contagion effects of low-intensity negative behaviors. *Journal of Applied Psychology*, 101(1), 50. <https://doi.org/10.1037/apl0000037>
- Gan, S. K. E., Zeng, Y., & Wang, Z. (2023). Social anxiety mediates workplace incivility and work engagement. *Frontiers in Psychology*, 14, 1320703. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1320703>
- Ghiasi Nodoushan, S. and Aminaeroaya, E. (2016). Investigating the Effects of Social and Intellectual Capital on Productivity of Human Resources. *Management Studies in Development and Evolution*, 25(80), 183-209. <https://doi.org/10.22054/jmsd.2016.4035>
- Ghorbanimoaddab, Z. and Rahimiaghdam, S. (2024). The impact of Islamic work ethics on workplace incivility: the mediating role of spiritual values. *Psychological Researches in Management*, 10(4), 109-133 (In Persian). <https://doi.org/10.22034/jom.2024.2043141.127841.1278>
- performance through organizational commitment as an intervening variable. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 7(1), 716-738. <https://doi.org/10.31538/ijse.v7i1.4480>
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, 1986(23-28), 2.
- Bandura, A. (2023). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. *Principles of Organizational Behavior: The Handbook of Evidence-Based Management 3rd Edition*, 113-135. <https://doi.org/10.1002/9781394320769.ch6>
- Beaton, D., Bombardier, C., Escorpizo, R., Zhang, W., Lacaille, D., Boonen, A., ... & Tugwell, P. S. (2009). Measuring worker productivity: frameworks and measures. *The Journal of rheumatology*, 36(9), 2100-2109. <https://doi.org/10.3899/jrheum.090366>
- Behrend, T. S., Ravid, D. M., & Thapa, S. (2024). Implications of social media for a changing work landscape. *Annual review of organizational psychology and organizational behavior*, 11(1), 337-361. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-110721-041023>
- Bhati, K., & Sethy, T. (2022). Self-efficacy: Theory to educational practice. *The International Journal of Indian Psychology*, 10(1), 1123-1128. <https://doi.org/10.25215/1001.112>
- Bijalwan, P., Gupta, A., Johri, A., & Asif, M. (2024). The mediating role of workplace incivility on the relationship between organizational culture and employee productivity: a systematic review. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2382894. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2382894>
- Blau, G., & Andersson, L. (2005). Testing a measure of instigated workplace incivility. *Journal of occupational and organizational psychology*, 78(4), 595-614. <https://doi.org/10.1348/096317905X26822>
- Cai, Z., Huang, Q., Liu, H., & Wang, X. (2018). Improving the agility of employees through enterprise social media: The mediating role of psychological conditions. *International Journal of Information Management*, 38(1), 52-63. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.09.001>
- Cayupe, J. C., Bernedo-Moreira, D. H., Morales-García, W. C., Alcaraz, F. L., Peña, K. B. C., Saintila, J., & Flores-Paredes, A. (2023). Self-efficacy, organizational commitment, workload as predictors of life satisfaction in elementary school teachers: the mediating role of job satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 14, 1066321. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1066321>
- Charbaji, S., Kapuscinski, R., & Leider, S. (2025). Enterprise social media platform design and knowledge worker productivity. *Production and Operations Management*,

- Education). *System Engineering and Productivity*, 5(2), 119-147 (In Persian). <https://doi.org/10.22034/sep.2025.2047029.124029.1240>
- Khan, N. A., Khan, A. N., Moin, M. F., & Pitafi, A. H. (2021). A trail of chaos: How psychopathic leadership influence employee satisfaction and turnover intention via self-efficacy in tourism enterprises. *Journal of Leisure Research*, 52(3), 347-369. <https://doi.org/10.1080/00222216.2020.1785359>
- Khan, S., Mehmood, N., Alhamad, I. A., Abbas, M. (2022). Roles of Self-Efficacy in Using Social Networking to Improve Productivity. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 13(1), 13A1B, 1-11. <https://doi.org/10.14456/ITJEMAST.2022.2>
- Kwahk, K. Y., & Park, D. H. (2016). The effects of network sharing on knowledge-sharing activities and job performance in enterprise social media environments. *Computers in Human Behavior*, 55, 826-839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.044>
- Leonardi, P. M., Huysman, M., & Steinfield, C. (2013). Enterprise social media: Definition, history, and prospects for the study of social technologies in organizations. *Journal of computer-mediated communication*, 19(1), 1-19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12029>
- Lestariningsih, M., Goenadhi, L., Mohyi, A., M Jihadi, M. J., Musnaini, M., Desmaryani, S., & Wijoyo, H. (2021). The effect of self-efficacy, work motivation on job satisfaction and employee performance: an empirical study on palm oil company. *Natural Volatiles & Essentials Oils (NVEO)*, 8, 10544-10559.
- Lewis, P. S., & Malecha, A. (2011). The impact of workplace incivility on the work environment, manager skill, and productivity. *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 41(7/8), S17-S23. <https://doi.org/10.1097/NNA.0b013e3182002a4c>
- Li, F., Shi, M., & Feng, R. (2025). Social media use and job choices: the mediating roles of work values and self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 16, 1485663. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1485663>
- Li, Y., Shi, S., Wu, Y., & Chen, Y. (2021). A review of enterprise social media: visualization of landscape and evolution. *Internet Research*, 31(4), 1203-1235. <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2020-0389>
- Lim, S., Ilies, R., Koopman, J., Christoforou, P., & Arvey, R. D. (2018). Emotional mechanisms linking incivility at work to aggression and withdrawal at home: An experience-sampling study. *Journal of Management*, 44(7), 2888-2908.
- Gupta, A., Chaudhuri, R., Apoorva, A., Chaudhary, S., Thrassou, A., Sakka, G., & Grandhi, B. (2025). Vicenarian of workplace incivility: a bibliometric analysis and systematic review. *EuroMed journal of business*, 20(1), 52-74. <https://doi.org/10.1108/EMJB-08-2022-0143>
- HadiMehri, N., & Alavi, A. (2022). The relationship between job creativity and self-efficacy with productivity of health centers staff in Isfahan. *Journal of Health*, 13(3), 409-417. <https://doi.org/10.52547/j.health.13.3.409>
- Hameli, K., & Ordun, G. (2022). The mediating role of self-efficacy in the relationship between emotional intelligence and organizational commitment. *European Journal of Management Studies*, 27(1), 75-97. <https://doi.org/10.1108/EJMS-05-2021-0033>
- Hocevar, K. P., Flanagan, A. J., & Metzger, M. J. (2014). Social media self-efficacy and information evaluation online. *Computers in Human Behavior*, 39, 254-262. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.020>
- Holm, K., Torkelson, E., & Bäckström, M. (2023). Coping with workplace incivility in the foodservice industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 22(3), 489-512. <https://doi.org/10.1080/15332845.2023.2180964>
- Hu, S., Liu, H., & Gu, J. (2018). What role does self-efficacy play in developing cultural intelligence from social media usage?. *Electronic Commerce Research and Applications*, 28, 172-180. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.01.009>
- Ismail, S. (2025). Competencies and Stakeholder Engagement: Moderating the Relationship between Enterprise Social Media and Organizational Outcomes. *JABS*, 11(1), 27-39. <https://doi.org/10.20474/jabs-11.1.3>
- Jia, W., Liu, L., & Peng, G. (2024). The impact of social media on users' self-efficacy and loneliness: An analysis of the mediating mechanism of social support. *Psychology Research and Behavior Management*, 593-612. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S449079>
- Joshang, E., Azimi Hosseini, S. S., & Ebrahimian, M. R. (2025). Investigating the impact of safety concerns, safety measures and health concerns on workforce productivity (Case study: Firefighters in Qazvin city). *System Engineering and Productivity*, 49-61 (In Persian). <http://doi.org/10.22034/sep.2025.2044563.1236>
- Khaledi, R., Heydariyeh, S. A., & Hematian, H. (2025). Analysis and design of a human resource productivity improvement model in the public sector (a study in the Ministry of Health, Treatment, and Medical

- knowledge sharing in hotel industry. *The Journal of Productivity Management*, 14(3 (54 autumn), 148-171 (In Persian). <https://doi.org/10.30495/qjopm.2019.669750>
- Rahimiaghdam, S., Babazadeh, R., & Shamsi, M. (2022). Analysis of the relationship between competency-based factors of competitive advantages: a case of the insurance industry. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 22(4), 306-324. <https://doi.org/10.1504/IJTPM.2022.126138>
- Rathi, D., & Given, L. M. (2017). Non-profit organizations' use of tools and technologies for knowledge management: a comparative study. *Journal of Knowledge Management*, 21(4), 718-740. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2016-0229>
- Ridwan, M., Fiodian, V. Y., Religia, Y., & Hardiana, S. R. (2025). Investigating the effect of intrinsic and extrinsic motivation in shaping digital entrepreneurial intention: the mediating role of self-efficacy. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 19(3), 190-207. <https://doi.org/10.1108/APJIE-02-2024-0036>
- Shafi, M. A., Le, N. S., Zulkipli, H., Hasim, M. A., & Yusoff, M. Z. (2023). The effect of work environment on employee productivity: A case study of manufacturing company. *Journal of International Business, Economics and Entrepreneurship*, 8(1), 77-87. <https://doi.org/10.24191/jibe.v8i1.24025>
- Sinaga, T. D., & Marpaung, N. (2023). The Influence of Self Efficacy and Locus of Control on Employee Work Productivity (Study at PT Perkebunan Nusantara IV Adolina). *Journal of Finance and Business Digital*, 2(4), 571-586. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v2i4.6536>
- Singh, S., Meghrajani, I., Vijh, G., Thomas, J. P., & Mohite, S. (2023). Relationship between workplace incivility, employee performance and employee engagement in healthcare institutions. *Asia Pacific Journal of Health Management*, 18(2), 251-260. <https://doi.org/10.24083/apjhm.v18i2.2409>
- Sitohang, A. P., & Budiono, N. A. (2021). Effect of job satisfaction, quality of work life, and self efficacy on employee work productivity case study on PT. Bank Woori Saudara Indonesia Tbk. *European Journal of Business and Management Research*, 6(5), 51-55. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.5.1034>
- Suknunan, S., & Bhana, A. (2022). Influence of employee-manager relationship on employee performance and productivity. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3). [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.03](https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.03)
- Sun, Y., Shang, R. A., Cao, H., Jiang, H., Boehnke, K., & Fu, J. (2022). Improving knowledge transfer through enterprise social media: the mediating
2908. <https://doi.org/10.1177/0149206316654544>
- Loh, J. M., & Saleh, A. (2022). Lashing out: emotional exhaustion triggers retaliatory incivility in the workplace. *Heliyon*, 8(1). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08694>
- Lurni, G., & Palupiningtyas, D. (2024). Enhancing Workplace discipline for improving employee productivity at PT Sumber Bintang Rezeki Bawen. *Journal of Business Management and Economic Development (JBMED)*, 2(2), 730-739. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i02.712>
- Ma, L., Zhang, X., & Wang, G. (2022). The impact of enterprise social media use on employee performance: A grounded theory approach. *Journal of Enterprise Information Management*, 35(2), 481-503. <https://doi.org/10.1108/JEIM-08-2020-0331>
- Mäntymäki, M., & Riemer, K. (2016). Enterprise social networking: A knowledge management perspective. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1042-1052. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.06.009>
- Mohammad, J., Quoquab, F., Halimah, S., & Thurasamy, R. (2019). Workplace internet leisure and employees' productivity: The mediating role of employee satisfaction. *Internet Research*, 29(4), 725-748. <https://doi.org/10.1108/IntR-05-2017-0191>
- Namin, B. H., Øgaard, T., & Røislien, J. (2021). Workplace incivility and turnover intention in organizations: A meta-analytic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(1), 25. <https://doi.org/10.3390/ijerph19010025>
- Olusola, O. (2011). Intinsic motivation, job satisfaction and self-efficacy as predictors of job performance of industrial workers in IJEBU zone of Ogun state. *Journal of international social research*, 4(17).
- Omotoye, O. O., Olonade, Z. O., Olaniyan, S. T., & Olusesi, L. D. (2024). Nexus between workplace incivility and adaptive performance: The mediating role of emotional exhaustion. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 1-26. <https://doi.org/10.1080/15555240.2024.2441214>
- Patroni, J., Von Briel, F., & Recker, J. (2016). How enterprise social media can facilitate innovation. *It Professional*, 18(6), 34-41. <https://doi.org/10.1109/MITP.2016.102>
- Peng, X. (2023). Advancing Workplace Civility: a systematic review and meta-analysis of definitions, measurements, and associated factors. *Frontiers in psychology*, 14, 1277188. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1277188>
- Rahimiaghdam, S. (2020). Internal marketing and employee productivity with mediating role of

- Zhou, S., & Yin, J. (2025). Enterprise social media in contemporary workplaces: a computational literature review. *Frontiers in Communication, 10*, 1616365. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1616365>
- role of transactive memory. *Industrial Management & Data Systems, 122*(1), 272-291. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2021-0216>
- Tabiji, Z., Razmi, Z., & Tabatabaeian, S. H. (2022). The Impact of Social Networks in Promoting the Innovation Under Study (Nanotechnology). *System Engineering and Productivity, 2*(3), 97-112 (In Persian). <https://doi.org/10.22034/sep.2022.243418>
- Thom-Santelli, J., Millen, D. R., & Gergle, D. (2011, March). Organizational acculturation and social networking. In *Proceedings of the ACM 2011 conference on Computer supported cooperative work* (pp. 313-316). <https://doi.org/10.1145/1958824.1958871>
- Torabi, H., Hosnavi, R., & Arabi, R. (2025). Identifying factors affecting human capital enhancement through knowledge sharing (a case study of Daneshmand Institute). *System Engineering and Productivity, 5*(2), 73-95 (In Persian). <https://doi.org/10.22034/sep.2025.2052956.1267>
- Waddington, J. (2023). Self-efficacy. *ELT journal, 77*(2), 237-240. <https://doi.org/10.1093/elt/ccac046>
- Weber, M. S., & Shi, W. (2017). Enterprise social media. *The international encyclopedia of organizational communication, 1-9*. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc072>
- Windarko, W., Lastro, D., Iskandar, Y., & Mala, C. M. F. (2023). The impact of employee performance on employee productivity: Based on the work environment, standard operating procedures (SOP), and work discipline. *International Journal of Business, Law, and Education, 4*(2), 960-970. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.265>
- Wu, C., Zhang, Y., Huang, S., & Yuan, Q. (2021). Does enterprise social media usage make the employee more productive? A meta-analysis. *Telematics and Informatics, 60*, 101578. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101578>
- Yaqub, M. Z., & Al-Sabban, A. S. (2023). *Knowledge Sharing through Social Media Platforms in the Silicon Age. Sustainability 2023, 15*, 6765. <https://doi.org/10.3390/SU15086765>
- Yee, R. W., Miquel-Romero, M. J., & Cruz-Ros, S. (2021). Why and how to use enterprise social media platforms: The employee's perspective. *Journal of business research, 137*, 517-526. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.057>
- Yentür, M. M. (2023). The Effect of geography teachers' Self-efficacy perceptions and attitudes toward teaching on their motivation. *International Journal of Educational Research Review, 8*(2), 360-367. <https://doi.org/10.24331/ijere.1255100>