

بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس

سعید منصوریان طبائی^{۱*}

محمدحسین مسعودی^۲

مهدی اسماعیلی^۳

احمدرضا بیاتی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۰۸ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۰۸/۱۸

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس انجام شد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان شعب بانک سپه استان فارس تعداد ۱۱۸۲ نفر می باشد. تعداد نمونه نیز با استفاده از جدول مورگان و با روش نمونه گیری خوشه ای ساده به تعداد ۲۱۶ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری داده ها دو پرسشنامه استاندارد تسهیم دانش (دیکسون، ۲۰۰۱) و نوآوری سازمانی (خیمنز-خیمنز، سنز واله و هرناندز اسپالاردو، ۲۰۰۸) بود. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی از نوع همبستگی می باشد. در تجزیه و تحلیل داده ها نیز با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای، ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادله ساختاری انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که هر پنج بعد تسهیم دانش اعم از دانش ترتیبی، دانش پنهان، دانش آشکار، دانش استراتژیک و دانش کارشناسانه در شعب بانک سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب است. از طرفی در شعب بانک سپه استان فارس میزان نوآوری سازمانی در هر سه بعد تولید، فرایند و مدیریتی - اداری از سطح مطلوب پایین تر می باشد. در نهایت نتایج تحقیق حاکی از این بود که تسهیم دانش در شعب بانک سپه استان فارس پیش بینی کننده مثبت و معنی دار نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس می باشد؛ بنابراین با افزایش تسهیم دانش در شعب بانک سپه استان فارس میزان نوآوری سازمانی نیز افزایش می یابد.

واژگان کلیدی

تسهیم دانش، نوآوری سازمانی، نوآوری در تولید، نوآوری در فرایند، نوآوری مدیریتی - اداری

۱. کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، شیراز، ایران. مدیر شعب بانک سپه استان فارس.
۲. کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، شیراز، ایران. معاونت مالی و اداری مدیریت شعب بانک سپه استان فارس.
۳. دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران. مسئول برنامه ریزی مدیریت شعب بانک سپه استان فارس.
۴. کارشناسی ارشد حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، شیراز، ایران. مدیر امور نواحی بانک سپه.

مقدمه

امروزه داشتن قابلیت های نوآوری به عنوان مشکلی عمده برای سازمان ها محسوب می گردد. با توجه به رقابت تنگاتنگ بین سازمان ها، لازم است سازمان ها قادر به مواجهه با شرایط محیطی متغیر بازار در رابطه با تقاضای بازار و درخواست مشتریان خود گردند و این امر تنها از طریق نوآوری امکان پذیر است؛ بنابراین امروزه نوآوری به عنوان اصلی ترین مسئله برای سازمان ها مورد توجه قرار گرفته است. در واقع نوآوری به عنوان کلیدی برای رشد و توسعه و بقا در نظر گرفته شده است (ترن^۱، ۲۰۰۸). به عبارتی سازمان هایی در شرایط رقابتی کنونی قادر به ادامه فعالیت خود خواهند بود که به محصولات، تولیدات و خدمات و فرایندهای خود ارزشی بیفزایند و از سایر رقبای خود متمایز گردیده و پیشی بگیرند (کامینگ و بریان^۲، ۲۰۱۴). در همین راستا نوآوری به عنوان معزلی اساسی در صنعت بانکداری نیز باید مد نظر قرار گیرد، چراکه بانک ها به عنوان ستون فقرات اقتصاد محسوب می گردد. در سال های اخیر، بانک ها در جهت توسعه تولیدات و خدمات نوین و نوآورانه برای مشتریان خود بسیار فعال بوده اند و از این طریق توانسته اند به بقای خود در بازار متلاطم امروزی ادامه دهند (سیدیکوی و همکاران^۳، ۲۰۱۹).

در دو دهه اخیر، صنعت بانکداری تحت تأثیر پیشرفت های بسیاری در تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات قرار گرفته است (راتن^۴، ۲۰۰۸؛ ریشی و ساکسنا^۵، ۲۰۰۴). این موضوع راهبردهای تجاری، روابط با مشتریان و روش های سازماندهی را در صنعت مذکور تغییر داده است (ژوزف و استون^۶، ۲۰۰۳؛ مالیگان و گوردون^۷، ۲۰۰۲؛ پیکاراینن و همکاران^۸، ۲۰۰۴). خلاقیت و نوآوری در صنعت بانکداری ارائه تولیدات و خدمات مطلوب در جهت رفع خواسته ها و نیازهای مشتریان است (ال - سارن^۹، ۲۰۰۰). به دلیل جهانی شدن و عوامل تکنولوژیکی، صنعت بانکداری تغییرات چشمگیری را در خواسته ها و نیاز مشتریان، رفتار و دانش آنها، تجربه می کند. از این رو بانک ها لازم است فرهنگ ارتباط با مشتریان را فراهم آورده و محیط را برای یادگیری، پژوهش و بروز نوآوری مهیا سازند. بازارها و درخواست های مشتریان تغییر کرده و فعالیت های رقا نیز برای بقا در این بازار متلاطم، دستخوش تغییر و تحول خواهد شد، از این رو بانک ها نیز بایستی راهبردهای خود را تغییر دهند (آچیمبا و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۴).

از طرفی تسهیم دانش به عنوان به اشتراک گذاری دانش و ایده ها در جهت خلق دانش جدید تعریف شده است (بارتول و سریواستاوا^{۱۱}، ۲۰۰۲) و به عنوان یکی از عوامل مؤثر بر تقویت قابلیت های نوآوری در سازمان ها، معرفی گردیده است (سیدیکوی و همکاران، ۲۰۱۹؛ عباس و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۹؛ میتال و دهار^{۱۳}، ۲۰۱۵). از سوی دیگر تسهیم دانش با خلق دانشی جدید، قابلیت کسب مزیت رقابتی را نیز برای سازمان فراهم می آورد (گرن^{۱۴}، ۱۹۹۶؛ کبررا و کبررا^{۱۵}،

1. Tran

2. Cumming & Brian

3. Siddiqui et al

4. Ratten,

5. Rishi & Saxena

6. Joseph & Stone

7. Mulligan & Gordon

8. Pikkarainen et al

9. Al-Sarn

10. Achimba et al

11. Bartol & Srivastava

12. Abbas et al

13. Mittal & Dhar

14. Grant

۲۰۰۲). به عبارتی زمانی که دانش به اشتراک گذاشته می شود پایگاه دانشی جدیدی ایجاد می شود که منجر به بروز فعالیت های نوآورانه در سازمان می گردد (تسای، هوانگ و کائو^{۱۶}، ۲۰۰۱). به عبارتی تسهیم دانش به عنوان ابزاری راهبردی برای تقویت نوآوری در سازمان و کسب پیامدهای مطلوب، مورد توجه است (ایپه^{۱۷}، ۲۰۰۳). کائو و زیانگ^{۱۸} (۲۰۱۲) نیز معتقدند تسهیم دانش به عنوان عنصری مهم در بهبود عملکرد سازمان، افزایش نوآوری و تقویت کیفیت خدمات به مشتری محسوب می گردد. از این رو توجه به تسهیم دانش برای بروز نوآوری در سازمان بسیار حائز اهمیت است (ایسا^{۱۹}، ۲۰۱۲).

امروزه صنعت بانکداری با چالش هایی مواجه است که در نتیجه تغییرات شدید محیط تجاری رخ می دهند و موفقیت بلند مدت و بقای بانک ها را مورد تهدید قرار می دهند (ایسا، ۲۰۱۹؛ جیوتی و دو^{۲۰}، ۲۰۱۵). در همین راستا بانک ها با به کارگیری خدمات نوین دیجیتال مانند موبایل بانک، دستگاه های خودپرداز و یا بانکداری الکترونیک و آنلاین توانایی خود در بازار رقابتی و متلاطم کنونی را تقویت کرده اند. به عبارتی بانک ها ناچارند برای موفقیت و بقا در محیط رقابتی امروزی از اهرم نوآوری بهره برند (معروف، ۲۰۱۶). در واقع در شرایط رقابتی و متغیر کنونی تسهیم دانش، نقشی اساسی را در نوسازی دانش کارکنان در بانک ها ایفا می کند (سگارا-ناوارو، خیمنز-خیمنز و فرناندز-گیل^{۲۱}، ۲۰۱۴؛ تن و همکاران^{۲۲}، ۲۰۱۰)؛ بنابراین به عقیده باراچینی^{۲۳} (۲۰۰۹)، لازم است این سازمان ها به طور مستمر کارکنان خود را در به اشتراک گذاری اطلاعات مفید خود با یکدیگر ترغیب نمایند. با توجه به موارد ذکر شده و بررسی های انجام گرفته، در تحقیق حاضر به بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری سازمانی (نوآوری در تولید، نوآوری در فرایند و نوآوری در مدیریت)، در بین کارکنان شعب بانک سپه شهر شیراز پرداخته خواهد شد. بدین وسیله می توان به کارکنان و مدیران بانک در زمینه تقویت نوآوری در شعب بانک های مورد مطالعه یاری رسانده و آنها را از مشکلات موجود در این مسیر آگاه نمود.

مبانی نظری و ادبیات تحقیق

تسهیم دانش

نوناکا و تاکیوچی^{۲۴} (۱۹۹۵) بیان می کنند که تسهیم دانش شامل فرایند اجتماعی کردن است که کارکنان طی آن دانش را با یکدیگر به اشتراک می گذارند. از طرفی ون دن هوف و ریدر^{۲۵} (۲۰۰۴) تسهیم دانش را فرایندی می دانند که افراد به طور متقابل به تبادل دانش آشکار و ضمنی می پردازند و به طور مشترک دانش جدیدی را خلق می کنند. به بیان دیگر فرایند تسهیم دانش دارای دو بعد است: اهداء دانش و جمع آوری دانش. اهداء دانش، فرایندی است که افراد طی آن سرمایه فکری خود را با دیگران به اشتراک می گذارند و بعد جمع آوری دانش فرایند تعامل همکاران با یکدیگر و

¹⁵. Cabrera & Cabrera

¹⁶. Tsai, Huang & Kao

¹⁷. Ipe

¹⁸. Cao & Xiang

¹⁹. Easa

²⁰. Jyoti & Dev

²¹. Cegarra-Navarro, Jiménez-Jiménez & Fernández-Gil

²². Tan et al

²³. Barachini

²⁴. Nonaka & Takeuchi

²⁵. Van den Hooff & de Ridder

ایجاد انگیزه برای به اشتراک گذاردن سرمایه فکری آنها (ون دن هوف و ریدر، ۲۰۰۴). تسهیم دانش را می توان فعالیتی نظام مند به منظور انتقال و مبادله دانش و تجربه میان اعضای یک گروه یا سازمان با یک هدف مشترک تعریف نمود؛ به عبارت دیگر، تسهیم دانش به عنوان فرایند شناسایی، توزیع و بهره برداری از دانش موجود به منظور حل مطلوب تر مسائل نسبت به گذشته تعبیر می شود تسهیم دانش شامل تعاملات داوطلبانه میان کارکنان، در قالب وجوه مشترک سازمانی و یا در نظر گرفتن هنجارهای اخلاقی، عادات و رفتارهای ویژه است (نعمتی و جمشیدی، ۱۳۸۶).

اهمیت تسهیم دانش و پیامدهای آن

تسهیم دانش گستره ای از تغییرات را در سازمان تسهیل می کند (واکارو، پرنته و ولوسو^{۲۶}، ۲۰۱۰) بنابراین مؤلفه های تسهیم دانش سازمانی شامل دانش ضمنی و دانش صریح نقش مهمی را در نوآوری ایفا می کنند (زو و همکاران^{۲۷}، ۲۰۱۰). از سوی دیگر سازمانی که تسهیم دانش بین کارکنانش صورت می گیرد قادر به نوآوری و فعالیت های نوآورانه بیشتری خواهد بود (داروچ و مک ناگتون^{۲۸}، ۲۰۰۲). تسهیم دانش، عملکرد سازمانی را تقویت می کند (لسر و استورک^{۲۹}، ۲۰۰۱)، موجب افزایش مزیت رقابتی شده و نوآوری را ارتقاء می دهد (پاوول و همکاران^{۳۰}، ۱۹۹۶) و حتی موجب بقاء سازمان می شود (باوم و اینگرام^{۳۱}، ۱۹۹۷).

از طرفی تسهیم دانش موجب افزایش سطح مشارکت در یادگیری و ایجاد دانش جدید شده و منجر به توسعه ایده های نوآورانه می گردد (چن و هوانگ^{۳۲}، ۲۰۰۹). هسو و همکاران^{۳۳} (۲۰۰۷) معتقدند که تسهیم دانش از طریق به اشتراک گذاردن دانش بین اعضای سازمان، بر نوآوری سازمانی تأثیرگذار است. از سوی دیگر نوناکا (۱۹۹۴) نیز بیان می کند نوآوری زمانی رخ می دهد که کارکنان دانش را بین یکدیگر تسهیم کنند.

نوآوری سازمانی

نوآوری از کلمه لاتین Innovate به معنای ساختن یک چیز جدید استخراج شده است. نخستین بار شومپتر^{۳۴} (۱۹۳۴) مفهوم نوآوری را تعریف کرد. او نوآوری را با توسعه اقتصادی مرتبط دانست و آن را به عنوان ترکیب جدیدی از منابع مولد ثروت معرفی کرد. در واقع، وی در پی شناخت عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی کشورها بود که در این راستا به نقش و اهمیت حیاتی نوآوری در رشد کشورها پی برد. دامانپور^{۳۵} (۱۹۹۱) نوآوری سازمانی را به عنوان پذیرش ایده ها و رفتارهای جدید توسط سازمان معرفی نموده است. نوآوری سازمانی مستلزم تبدیل ایده ها به اشکال قابل استفاده سازمانی است و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار می گیرد (دامانپور، والکر و آولاندا^{۳۶}، ۲۰۰۹). به عبارتی دیگر نوآوری سازمانی تمایل یک سازمان به توسعه محصولات و خدمات پیشرفته و جدید و ارائه آنها به بازار برای کسب موفقیت است (گوموسلاگلو و ایلسو^{۳۷}، ۲۰۰۹).

²⁶. Vaccaro, Parente & Veloso

²⁷. Xu et al

²⁸. Darroch & McNaughton

²⁹. Lesser & Storck

³⁰. Powell et al

³¹. Baum & Ingram

³². Chen & Huang

³³. Hsu et al

³⁴. Schumpeter

³⁵. Damanpour

³⁶. Damanpour, Walker & Avellaneda

³⁷. Gumusluoglu & Ilsev

انواع نوآوری سازمانی

در میان انواع متفاوت نوآوری می توان به نوآوری مدیریتی^{۳۸} (اداری)، نوآوری در فرایند^{۳۹}، نوآوری در تولید^{۴۰}، نوآوری در تکنولوژی، نوآوری بنیادین^{۴۱} و نوآوری افزایشی^{۴۲} (تدریجی) اشاره نمود (دامانپور^{۴۳}، ۱۹۹۱). نوآوری در تولید، توسعه محصولاتی جدید برای ایجاد ارزش و نیل به اهداف و نیازهای افراد و بازار معرفی شده است (دامانپور و گوپالاکریشان، ۲۰۰۱؛ اوجاسالو^{۴۴}، ۲۰۰۸). نوآوری در فرایند، عناصر جدید معرفی شده در فرایندهای متنوع هستند (دامانپور و ایوان^{۴۵}، ۱۹۸۴). از سوی دیگر نوآوری در فرایند وسیله ای برای حفاظت و بهبود کیفیت و صرفه جویی در هزینه ها است و شامل روش های جدید در تولید، توزیع و ارائه خدمات می باشد (خیمنز-خیمنز، سنز واله و هراندز اسپالاردو^{۴۶}، ۲۰۰۸). از سوی دیگر نوآوری مدیریتی و اداری از تغییرات در ساختار سازمانی و فرایند مدیریتی سیستم پاداش و سیستم اطلاعات ناشی می شود و شامل فعالیت های اصلی در سازمان است که مستقیماً وابسته به مدیریت می باشد (چو^{۴۷}، ۲۰۰۰؛ دامانپور و ایوان، ۱۹۸۴). به عبارتی نوآوری مدیریتی و اداری به رویکردها، خط مشی های جدید سازمانی، فرایندهای ساختاری و اداری جدید و تغییراتی در خط مشی ها و منابع سازمان اطلاق می گردد (خیمنز-خیمنز، سنز واله و هراندز اسپالاردو، ۲۰۰۸؛ سیگو و همکاران^{۴۸}، ۲۰۰۶). از طرفی نوآوری بنیادی شامل: نوآوری در تولید (ایده های نوین و تکنولوژی جدید)، نوآوری در فرایند (روش های جدید تولید و ارائه خدمات به مشتریان) و ترکیب دو سطح یاد شده است (تاشمن و نادلر^{۴۹}، ۱۹۸۶). از سوی دیگر خلاقیت و نوآوری در صنعت بانکداری ارائه تولیدات و خدمات مطلوب در جهت رفع خواسته ها و نیازهای مشتریان است (ال - سارن، ۲۰۰۰).

از سوی دیگر وانگ و هه^{۵۰} (۲۰۰۳) نوآوری در فرایند را به عنوان به کارگیری از تجهیزات پیشرفته برای توسعه فرایندهای تولید و مهندسی مجدد فرایندهای عملیاتی و اجرایی معرفی کرده اند. به عبارتی نوآوری در فرایند به کارگیری روش های جدید، تکنولوژی های نوین و معرفی تغییرات در ساختار مدیریت، فعالیت ها و تکنیک ها در نظر گرفته می شود (ایسا، ۲۰۱۲؛ لیائو و همکاران، ۲۰۱۷). نوآوری در تولید نیز معرفی خدمات و تولیدات جدید برای رفع نیازها و خواسته های مشتریان می باشد (دامانپور و آرویند^{۵۱}، ۲۰۱۲؛ ایسا، ۲۰۱۲). به عبارتی نوآوری در فرایند به عنوان به کارگیری تکنولوژی های نوین برای تقویت بهره وری است (دی پراپریس^{۵۲}، ۲۰۰۲).

38. Administrative Innovation

39. Process Innovation

40. Product Innovation

41. Radical Innovation

42. Incremental Innovation

43. Damanpour

44. Ojasalo

45. Damanpour and Evan

46. Jimenez-Jimenez, Sanz-valle & Hernandez-Espallardo

47. Chew

48. Siguaw et al

49. Tushman & Nadler

50. Wong & He

51. Damanpour & Aravind

52. De Propriis

پیشینه تحقیق

عباس و همکاران (۲۰۱۹) معتقدند تسهیم دانش به کارکنان در به اشتراک گذاری اطلاعات و دانش خود به یکدیگر کمک کرده و از این طریق موجب تقویت نوآوری در فرایند می گردد. در واقع نتایج تحقیق نشان دهنده این است که بین تسهیم دانش و نوآوری سازمانی در بانک های اسلامی پاکستان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

تی تی آمایاه^{۵۳} (۲۰۱۳) نیز در تحقیق خود بدین نتیجه دست یافت که تسهیم دانش از طریق کارکنان عنصری حیاتی در کسب مزیت رقابتی و نیل به اهداف تجاری بانک های اسلامی در اقتصاد دانش بنیان امروزی است.

ولی پور و همکاران (۲۰۱۷) معتقدند تسهیم دانش و تخصص در به کارگیری تکنولوژی های جدید و تبادل ایده ها و روش های نوین مؤثر است. یافته های تحقیق آل-احمد، ایاسا و مصطفی^{۵۴} (۲۰۲۰) حاکی از این است که بین تسهیم دانش و نوآوری در تولید و فرایند رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین دو بعد تسهیم دانش اعم از جمع آوری دانش و اهدای دانش از عوامل مهم و مؤثر در نوآوری در تولید و نوآوری در فرایند محسوب می گردند؛ بنابراین مدیران بانک ها لازم است کارکنان را در جهت تسهیم اطلاعات و تخصص های خود با دیگر همکاران خود تشویق کرده تا از این طریق قادر به تقویت نوآوری در جهت رسیدگی به خواسته های مشتریان خود گردند.

سیدیکوی و همکاران (۲۰۱۹) در تحقیقی تحت عنوان تسهیم دانش و قابلیت های نوآوری با نقش واسطه ای یادگیری سازمانی و در بین ۳۰۰ نفر از کارکنان بانک در شهر باهاوالپور در پاکستان، بدین نتیجه دست یافتند که یادگیری سازمانی نقش واسطه ای در رابطه معنادار بین تسهیم دانش و قابلیت های نوآوری در سازمان، ایفا می کند.

خافاجی، الذوبی و الجانابی^{۵۵} (۲۰۱۶) در بین ۱۲۱ نفر از مدیران ارشد شعب بانک های بازرگانی در عراق به تأثیر مثبت و معنادار فرایندهای مدیریت دانش از جمله تسهیم دانش بر بهبود کیفیت خدمات بانکی پی بردند.

سینایی، فریسات و نداف (۱۳۹۷) با بررسی عوامل مؤثر بر تسهیم دانش و تأثیر آن بر عملکرد فرد در صنعت مالی و بانکداری در بین ۳۸۴ نفر از کارکنان بانک تجارت استان خوزستان متوجه شدند که متغیر نگرش بیشترین تأثیر را بر تسهیم دانش داشته و بین تسهیم دانش و عملکرد نیز رابطه ای مثبت و معنادار وجود دارد.

ونگ و ونگ^{۵۶} (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان تسهیم دانش، نوآوری و عملکرد سازمانی در بین کارکنان ۸۹ سازمان با تکنولوژی بالا در کشور چین به این نتیجه دست یافتند که تسهیم دانش صریح و دانش ضمنی، موجب تقویت نوآوری و در نهایت کسب مزیت رقابتی سازمان و بهبود عملکرد آن می گردد.

یشیل، کاسکا و بیوک بشه^{۵۷} (۲۰۱۳) در تحقیق خود در بین شرکت های شهر کهرامانماراس در ترکیه به تأثیر فرایند تسهیم دانش بر نوآوری سازمانی و تأثیر نوآوری بر عملکرد سازمانی اشاره نمودند. در واقع تسهیم دانش تأثیری مثبت و معنادار بر قابلیت نوآوری داشته و قابلیت نوآوری تأثیری مثبت و معنادار بر عملکرد سازمان دارد.

⁵³. Titi Amayah

⁵⁴. Al Ahmad, Easa & Mostapha

⁵⁵. Khafajy, N. A., Alzoubi, H. M., & Aljanabee,

⁵⁶. Wang & Wang

⁵⁷. Yeşil,S., Koska, A., & Büyükbeşe

ویدجانتی و ویدودو^{۵۸} (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان تقویت نوآوری از طریق سرمایه انسانی، تسهیم دانش و یادگیری سازمانی در بین مدیران شرکت های کوچک و متوسط در اندونزی متوجه شدند که نوآوری سازمانی تحت تأثیر سرمایه انسانی، تسهیم دانش و یادگیری سازمانی قرار دارد.

ترابی و الدن^{۵۹} (۲۰۱۷) با بررسی تأثیر مدیریت دانش بر بهره وری سازمانی در بین مدیران و کارکنان بانک کوثر در تهران به نقش واسطه ای نوآوری سازمانی در رابطه بین تسهیم دانش و عملکرد سازمانی پی بردند.

نواب و همکاران^{۶۰} (۲۰۱۵) نیز با تحقیقی بین کارکنان بانک های خصوصی در پاکستان به این نتیجه دست یافتند که تولید و تسهیم دانش از طریق نوآوری در تولیدات و خدمات بر عملکرد بانک ها تأثیری مثبت و معنادار دارد.

آذری (۱۳۹۴) نیز با بررسی تأثیر فرایند مدیریت دانش و نوآوری سازمانی بر عملکرد سازمانی در بین کارکنان شعب بانک صادرات استان سمنان متوجه نقش واسطه ای نوآوری در رابطه بین تسهیم دانش و عملکرد سازمانی شدند.

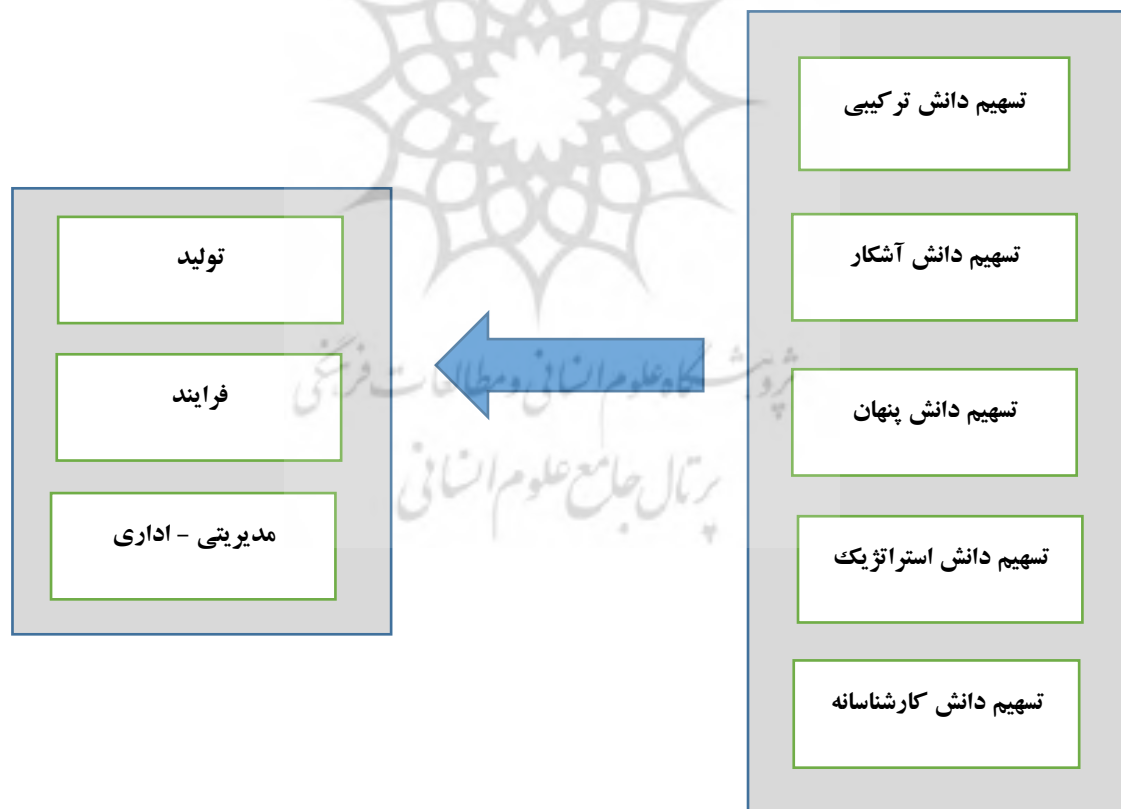
اهداف و مدل تحقیق

۱. شناسایی میزان تسهیم دانش از دیدگاه کارکنان شعب بانک سپه استان فارس

۲. شناسایی میزان نوآوری سازمانی شعب بانک سپه استان فارس

۳. بررسی رابطه بین ابعاد تسهیم دانش و ابعاد نوآوری سازمانی شعب بانک سپه استان فارس

۴. شناسایی توان تسهیم دانش در پیش بینی نوآوری سازمانی شعب بانک سپه استان فارس



نمودار شماره ۱: مدل تحقیق (محقق)

⁵⁸. Widjajanti, K., & Widodo,

⁵⁹. Torabi, F., & El-Den

⁶⁰. Nawab et al

روش شناسی تحقیق

با توجه به این که پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس می‌پردازد، از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. در این پژوهش تسهیم دانش به عنوان متغیر پیش‌بین و نوآوری سازمانی به عنوان متغیر ملاک می‌باشد. به منظور تهیه و تدوین مبانی نظری و سوابق پژوهش‌های انجام شده از روش کتابخانه‌ای و به منظور جمع‌آوری اطلاعات جهت پاسخگویی به سؤالات پژوهش، پس از اخذ مجوز از مسئولین و تعیین حجم نمونه، پرسشنامه‌ها بین کارکنان توزیع شد. مدت اجرای پرسشنامه حدوداً بیست دقیقه و اجرای آن به صورت انفرادی بود. لازم به توضیح است که به منظور دستیابی به اطلاعات منسجم و قابل اعتماد، در خصوص اهداف پژوهش، پرسشنامه‌ها و ابعاد آنها توضیحاتی به کارکنان ارائه گردید. با استفاده از نرم افزار SPSS16، به منظور پاسخگویی به سوال‌های ۱ و ۲ آزمون تی تک نمونه‌ای و جهت پاسخ به سوال ۳ از روش ماتریس ضریب همبستگی پیرسون و جهت پاسخ به سوال ۴ از مدل معادله ساختاری تسهیم دانش و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس استفاده شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شعب بانک سپه استان فارس به تعداد ۱۱۸۲ نفر می‌باشند که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای ساده، بدین صورت که با توجه به حجم گسترده‌ی جامعه شعب بانک سپه در سراسر استان فارس، ۳۰٪ شعب از مناطق مختلف شهر انتخاب شدند و از کلیه کارکنان شعب انتخابی اطلاعات جمع‌آوری گردید، حجم نمونه ۲۱۶ نفر تعیین شد.

جدول شماره ۱: تعداد شعب بان سپه در استان فارس

تعداد شعب		
شیراز	شهرستان	جمع
۵۷	۶۶	۱۲۱

جدول شماره ۲: جامعه آماری تحقیق

جنسیت		
زن	مرد	جمع
۱۲۷	۱۰۴۵	۱۱۸۲

ابزار پژوهش و روایی و پایایی آن

- پرسشنامه تسهیم دانش (دیکسون، ۲۰۰۱): این مقیاس مشتمل بر ۱۵ گویه و در برگیرنده‌ی پنج بعد تسهیم دانش ترتیبی، تسهیم دانش آشکار، تسهیم دانش پنهان، تسهیم دانش استراتژیک و تسهیم دانش کارشناسانه می‌باشد. برای پاسخگویی به سؤالات نیز از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت شده است. نمره‌دهی پاسخ‌ها نیز از پنج تا یک (خیلی زیاد تا خیلی کم) صورت گرفته است که نحوه نمره‌دهی آن بدین شرح است: خیلی زیاد (۵)، زیاد (۴)، متوسط (۳)، کم (۲) و خیلی کم (۱). لازم به ذکر است گویه‌های ۱، ۲، ۳ نشان دهنده تسهیم دانش ترتیبی، گویه‌های ۷، ۱۰، ۱۵ نشان دهنده تسهیم دانش آشکار، گویه‌های ۶، ۸، ۱۴ نشان دهنده تسهیم دانش پنهان، گویه‌های ۹، ۱۲، ۱۳ نشان دهنده تسهیم دانش استراتژیک و گویه‌های ۴، ۵، ۱۱ نشان دهنده تسهیم دانش کارشناسی می‌باشد.

جدول شماره ۳: ابعاد و گویه‌های مقیاس تسهیم دانش دیکسون (۲۰۰۱)

ابعاد	گویه‌ها
تسهیم دانش ترتیبی	۳، ۲، ۱
تسهیم دانش آشکار	۱۵، ۱۰، ۷
تسهیم دانش پنهان	۱۴، ۸، ۶
تسهیم دانش استراتژیک	۱۳، ۱۲، ۹
تسهیم دانش کارشناسانه	۱۱، ۵، ۴

در این پژوهش جهت سنجش روایی و پایایی مقیاس تسهیم دانش دیکسون (۲۰۰۱)، به ترتیب از روش تحلیل گویه (ضریب همبستگی بین گویه‌ها با نمره کل) و آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج جدول شماره ۶ حاکی از آن است که روایی بعد تسهیم دانش ترتیبی به ترتیب بین (۰/۶۹-۰/۸۵) و در سطح معناداری (۰/۰۰۱-۰/۰۰۶) و روایی بعد تسهیم دانش آشکار به ترتیب بین (۰/۶۵-۰/۸۰) و در سطح معناداری (۰/۰۰۱-۰/۰۰۱)، روایی بعد تسهیم دانش پنهان به ترتیب بین (۰/۶۱-۰/۸۳) و در سطح معناداری (۰/۰۰۱-۰/۰۰۱)، روایی بعد تسهیم دانش استراتژیک به ترتیب بین (۰/۷۱-۰/۸۷) و در سطح معناداری (۰/۰۰۱-۰/۰۰۱) و روایی بعد تسهیم دانش کارشناسانه به ترتیب بین (۰/۶۰-۰/۸۵) و در سطح معناداری (۰/۰۰۱-۰/۰۰۱) برآورد گردیده است. همچنین پایایی بعد تسهیم دانش ترتیبی (۰/۶۰) و پایایی تسهیم دانش آشکار (۰/۶۷)، پایایی تسهیم دانش پنهان (۰/۶۲)، پایایی تسهیم دانش استراتژیک (۰/۶۸) و پایایی تسهیم دانش کارشناسانه (۰/۶۰) به دست آمد.

جدول شماره ۴: روایی و پایایی مقیاس تسهیم دانش

ابعاد	ترتیبی	آشکار	پنهان	استراتژیک	کارشناسانه
طیف ضرائب همبستگی	۰/۸۵-۰/۶۹	۰/۸۰-۰/۶۵	۰/۸۳-۰/۶۱	۰/۸۷-۰/۷۱	۰/۸۵-۰/۶۰
سطح معناداری	-۰/۰۰۰۱ ۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰۱
آلفای کرونباخ	۰/۶۰	۰/۶۷	۰/۶۲	۰/۶۸	۰/۶۰

- پرسشنامه نوآوری سازمانی (خیمنز-خیمنز، سنز واله و هرناوندز اسپالاردو، ۲۰۰۸): این پرسشنامه دارای ۳ زیر مقیاس (تولید، فرایند و مدیریتی-اداری) و ۱۰ گویه است. این مقیاس بر اساس طیف ۷ گزینه ای لیکرت تنظیم گردیده است که از به طور کامل=۷، بسیار زیاد=۶، زیاد=۵، متوسط=۴، کم=۳، بسیار کم=۲، به هیچ وجه=۱ طبقه بندی شده است. بعد تولید شامل سه گویه از ۱ تا ۳؛ بعد فرایند در برگیرنده ۴ گویه از ۴ تا ۷ و بعد مدیریتی شامل گویه های ۸ تا ۱۰ است. برای محاسبه روایی سازه ابزار نوآوری سازمانی نیز از روش تحلیل گویه استفاده شد. نتایج تحلیل گویه نشان داد که زیر مقیاس تولید با ۰/۸۹، بعد فرایند با ۰/۸۸ و بعد مدیریتی و اداری با ۰/۹۳ از اعتبار مناسبی برخوردار بودند.

همچنین، بر اساس ضریب آلفای کرونباخ پایایی کل مقیاس نوآوری سازمانی برابر با ۰/۸۶ به دست آمد. همینطور تحلیل آلفای کرونباخ نشانگر این بود که بعد تولید با ۰/۷۸، بعد فرایند با ۰/۸۹ و بعد مدیریتی و اداری با ۰/۸۵ از پایایی مناسبی برخوردار بودند.

جدول شماره ۵: محاسبه روایی محتوایی نوآوری سازمانی

ابعاد نوآوری سازمانی	طیف ضرائب همبستگی
تولید	۰/۹۰ - ۰/۸۹ ۰/۰۰۰۱
فرایند	۰/۹۱ - ۰/۸۷ ۰/۰۰۰۱
مدیریتی و اداری	۰/۹۵ - ۰/۹۲ ۰/۰۰۰۱

یافته ها

۱- تسهیم دانش در شعب بانک های سپه استان فارس به چه میزان است؟

جدول شماره ۶: مقایسه میانگین تسهیم دانش با میانگین معیار و حد مطلوب

ابعاد حافظه تسهیم دانش	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری	میانگین معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری
دانش ترتیبی	۲۱۶	۳/۱۸	۰/۶۹	۳	۳/۸۱	۲۱۵	۰/۰۰۱	۴	-۱۷/۳۰	۲۱۵	۰/۰۰۱
دانش آشکار	۲۱۶	۳/۱۸	۰/۶۳	۳	۴/۴۱	۲۱۵	۰/۰۰۱	۴	-۱۸/۸۴	۲۱۵	۰/۰۰۱
دانش پنهان	۲۱۶	۳/۲۴	۰/۸۵	۳	۴/۱۷	۲۱۵	۰/۰۰۱	۴	-۱۳/۰۶	۲۱۵	۰/۰۰۱
دانش استراتژیک	۲۱۶	۳/۵۷	۰/۷۱	۳	۱۱/۷۷	۲۱۵	۰/۰۰۱	۴	-۸/۶۸	۲۱۵	۰/۰۰۱
دانش کارشناسانه	۲۱۶	۳/۳۶	۰/۹۴	۳	۵/۶۸	۲۱۵	۰/۰۰۱	۴	-۹/۹۱	۲۱۵	۰/۰۰۱

بر اساس جدول فوق میانگین بعد دانش ترتیبی از تسهیم دانش با میانگین (۳/۱۸) از میانگین معیار (۳) بالاتر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (۳/۸۱) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۱ وجود دارد، بنابراین از نظر بعد دانش ترتیبی شعب بانک های سپه استان فارس بالاتر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد دانش ترتیبی (۳/۱۸) از حد مطلوب ۴ نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۱۷/۳۰) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد دانش ترتیبی و حد مطلوب ۴ در سطح ۰/۰۱ وجود دارد، بنابراین میزان دانش ترتیبی در شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

میانگین بعد دانش آشکار (۳/۱۸) از میانگین معیار (۳) بالاتر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (۴/۴۱) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۱ وجود دارد، بنابراین از نظر بعد دانش آشکار شعب بانک های سپه استان فارس بالاتر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد دانش آشکار (۳/۱۸) از حد مطلوب

۴ نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($-18/84$) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد دانش آشکار و حد مطلوب ۴ در سطح $0/100$ وجود دارد، بنابراین میزان دانش آشکار شعب در بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

-میانگین بعد دانش پنهان ($3/24$) از میانگین معیار (۳) بالاتر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($4/17$) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح $0/001$ وجود دارد، بنابراین از نظر بعد دانش پنهان شعب بانک های سپه استان فارس بالاتر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد دانش پنهان ($3/24$) از حد مطلوب ۴ نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($-13/06$) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد دانش پنهان و حد مطلوب ۴ در سطح $0/100$ وجود دارد، بنابراین میزان دانش پنهان در شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

-میانگین بعد دانش استراتژیک ($3/57$) از میانگین معیار (۳) پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($11/77$) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح $0/001$ وجود دارد، بنابراین از نظر بعد دانش استراتژیک شعب بانک های سپه استان فارس بالا تر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد دانش استراتژیک ($3/57$) از حد مطلوب ۴ نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($-8/68$) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد دانش استراتژیک و حد مطلوب ۴ در سطح $0/100$ وجود دارد، بنابراین میزان بعد دانش استراتژیک شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

-میانگین بعد دانش کارشناسانه ($3/36$) از میانگین معیار (۳) پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($5/68$) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح $0/001$ وجود دارد، بنابراین از نظر بعد دانش کارشناسانه شعب بانک های سپه استان فارس بالاتر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد دانش کارشناسانه ($3/36$) از نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($-9/91$) در درجه آزادی ۲۱۵ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد دانش کارشناسانه و حد مطلوب ۴ در سطح $0/100$ وجود دارد، بنابراین میزان دانش کارشناسانه در شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

۲- نوآوری سازمانی در شعب بانک های سپه استان فارس به چه میزان است؟

جدول شماره ۷: مقایسه میانگین نوآوری سازمانی با میانگین معیار و حد مطلوب

ابعاد نوآوری سازمانی	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری	میانگین معیار	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی داری
تولید	۲۰۶	۲/۹۱	۰/۷۱	۳	-۱/۷۲	۲۰۵	۰/۰۸	۴	-۲۱/۸۶	۲۰۵	۰/۰۰۱
فرایند	۲۰۶	۲/۹۲	۰/۷۳	۳	-۱/۳۷	۲۰۵	۰/۱۷	۴	-۲۰/۸۳	۲۰۵	۰/۰۰۱
مدیریتی-اداری	۲۰۶	۳/۴۲	۲/۱۶	۳	۲/۸۱	۲۰۵	۰/۰۵	۴	-۳/۸۰	۲۰۵	۰/۰۰۱

- بر اساس جدول فوق میانگین بعد تولید از نوآوری سازمانی با میانگین ($2/91$) از میانگین معیار (۳) پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($-1/72$) در درجه آزادی ۲۰۵ تفاوت معنی داری بین دو میانگین وجود ندارد، بنابراین از نظر بعد تولید شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد تولید ($2/91$) از میانگین معیار (۴) نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده ($-21/86$) در درجه آزادی ۲۰۵ تفاوت

معنی داری بین میانگین بعد تولید و میانگین معیار ۴ در سطح ۰/۰۰۱ وجود دارد، بنابراین بعد تولید در شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

- میانگین بعد فرایند (۲/۹۲) از میانگین معیار (۳) پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (۱/۳۷-) در درجه آزادی ۲۰۵ تفاوت معنی داری بین دو میانگین وجود ندارد، بنابراین از نظر بعد فرایند شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد فرایند (۲/۹۲) از حد مطلوب ۴ نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (۲۰/۸۳-) در درجه آزادی ۲۰۵ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد فرایند و حد مطلوب ۴ در سطح ۰/۰۰۱ وجود دارد، بنابراین میزان فرایند در شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

- میانگین بعد مدیریتی-اداری (۳/۴۲) از میانگین معیار (۳) بالا تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (۲/۸۱) در درجه آزادی ۲۰۵ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۵ وجود دارد، بنابراین از نظر بعد مدیریتی-اداری شعب بانک های سپه استان فارس بالاتر تر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد مدیریتی-اداری (۳/۴۲) از حد مطلوب ۴ نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (۳/۸۰-) در درجه آزادی ۲۰۵ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد مدیریتی-اداری و حد مطلوب ۴ در سطح ۰/۰۰۱ وجود دارد، بنابراین میزان مدیریتی-اداری در شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

۳- آیا رابطه معنی داری بین ابعاد تسهیم دانش و ابعاد نوآوری سازمانی وجود دارد؟

جدول شماره ۸: ماتریس همبستگی ابعاد تسهیم دانش و ابعاد نوآوری سازمانی

متغیر	ترتیبی	آشکار	پنهان	استراتژیک	کارشناسانه	تولید	فرایند	مدیریتی-اداری
ترتیبی	۱							
آشکار	۰/۱۱	۱						
پنهان	۰/۱۶	۰/۳۷**	۱					
استراتژیک	۰/۳۵**	۰/۴۲**	۰/۶۴**	۱				
کارشناسانه	۰/۲۰**	۰/۲۰**	۰/۴۷**	۰/۶۴**	۱			
تولید	-۰/۰۳	-۰/۳۰	-۰/۱۰	۰/۰۷	۰/۳۰**	۱		
فرایند	۰/۲۸**	۰/۲۸**	-۰/۱۵	۰/۱۰	-۰/۱۳*	۰/۲۳**	۱	
مدیریتی-اداری	۰/۳۱**	۰/۳۱**	۰/۱۴*	۰/۳۱**	۰/۱۲	۰/۳۹	۰/۲۴	۱

همانگونه که در جدول شماره ۸ مشاهده می گردد نتایج نشان داد که:

- بعد ترتیبی از متغیر تسهیم دانش با ابعاد استراتژیک و کارشناسانه متغیر تسهیم دانش و بعد فرایند و مدیریتی اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی دار نشان داده است.

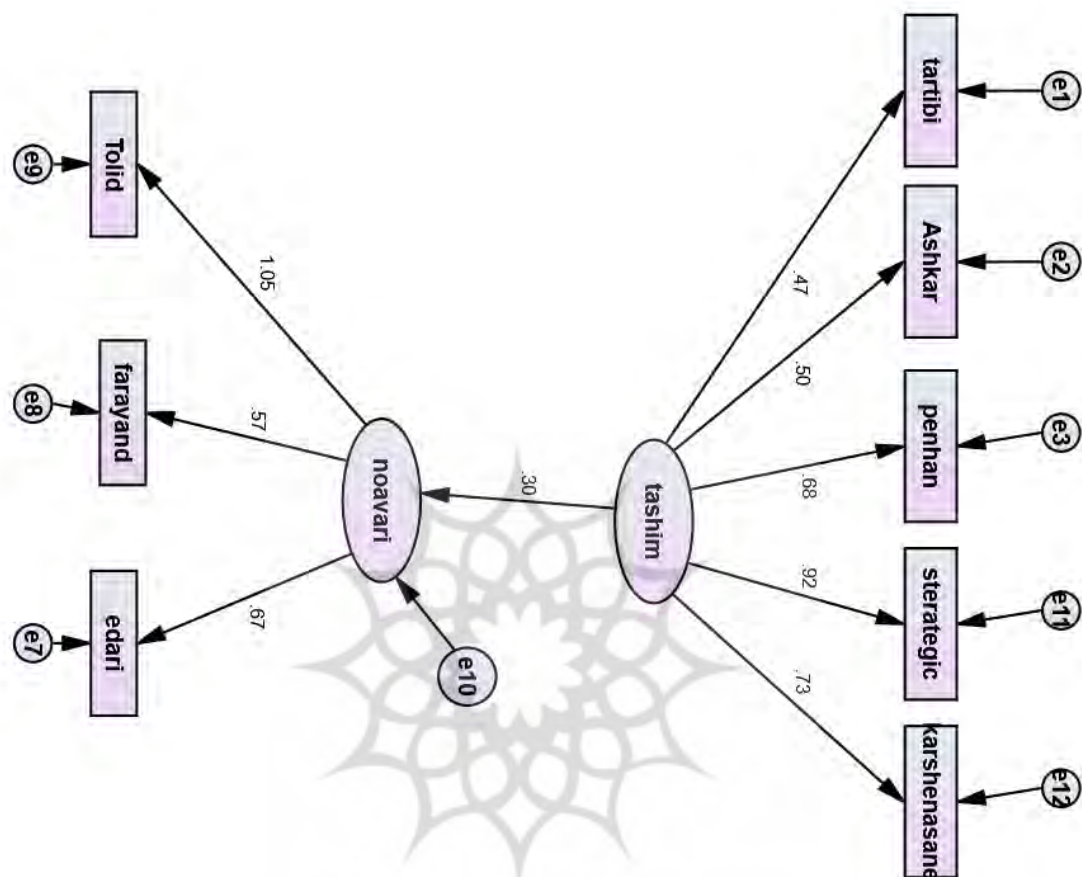
- بعد آشکار از متغیر تسهیم دانش با ابعاد فرایند و مدیریتی-اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی دار نشان داده اما با بعد تولید از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای نشان نداده است.

- بعد پنهان از متغیر تسهیم دانش با بعد تولید و فرایند از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای ندارد.

- بعد استراتژیک از متغیر تسهیم دانش با بعد مدیریتی اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی دار داشته اما با بعد تولید و فرایند از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای نشان نداده است.

بعد کارشناسانه از متغیر تسهیم دانش با بعد تولید از متغیر نوآوری سازمانی رابطه منفی و معنی دار و با بعد تولید رابطه مثبت و معنی دار داشته اما با بعد مدیریتی اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای مشاهده نشده است.

۴- آیا ابعاد تسهیم دانش پیش بینی کننده معنادار ابعاد نوآوری سازمانی در بین شعب بانک سپه استان فارس می باشد؟



Tashim= تسهیم دانش Tolid= تولید farayand= فرایند edari= اداری noavari= نوآوری

Ashkar= آشکار Tartibi= ترتیبی Penhan= پنهان Strategic= استراتژیک

نمودار شماره ۲: مدل معادله ساختاری تسهیم دانش و نوآوری سازمانی در شعب بانک های سپه استان فارس

بر اساس نمودار ۱ مشاهده می شود تسهیم دانش در شعب بانک های سپه استان فارس پیش بینی کننده مثبت و معنی دار ($\beta = 0.30$ و $p < 0.05$) نوآوری سازمانی در شعب بانک های سپه استان فارس می باشد؛ بنابراین با افزایش تسهیم دانش در شعب بانک های سپه استان فارس میزان نوآوری سازمانی نیز افزایش می یابد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

این تحقیق با هدف بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس انجام گرفت. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق به ترتیب از فرضیه اول بیانگر این است که هر پنج بعد تسهیم دانش اعم از دانش ترتیبی، دانش پنهان، دانش آشکار، دانش استراتژیک و دانش کارشناسانه در شعب بانک سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب است. نتیجه این تحقیق با نتیجه تحقیق ونگ و ونگ (۲۰۱۲) و ولی پور و همکاران (۲۰۱۷)، همسو می باشد. تسهیم دانش، عملکرد سازمانی را تقویت می کند (لسر و استورک، ۲۰۰۱)، موجب افزایش مزیت رقابتی شده و

نوآوری را ارتقاء می دهد (پاوول و همکاران، ۱۹۹۶) و حتی موجب بقاء سازمان می شود (باوم و اینگرام، ۱۹۹۷). با توجه به اهمیت تسهیم دانش و نتیجه به دست آمده در رابطه با میزان نامطلوب آن در شعب بانک سپه استان فارس لازم است مدیران بانک های مربوطه شرایط را به گونه ای مهیا سازند تا کارکنان بانک در به اشتراک گذاری دانش و اطلاعات خود با سایر کارکنان ترغیب گردند.

در بررسی فرضیه دوم تحقیق، یافته ها حاکی از این بود که در شعب بانک سپه استان فارس میزان نوآوری سازمانی در هر سه بعد تولید، فرایند و مدیریتی - اداری از سطح مطلوب پایین تر می باشد. نتیجه این تحقیق با نتیجه تحقیق یشیل، کاسکا و بیوک بشه (۲۰۱۳)، همسو می باشد. در دنیای امروزی، توان سازگاری و اداره کردن تغییرات، عنصر اصلی موفقیت و بقای هر سازمان است و کسب این توانایی ها مستلزم توجه سازمان به خلاقیت و نوآوری افراد است. سازمان های موفق سازمان هایی هستند که خلاقیت و نوآوری نوک پیکان حرکت آنها را تشکیل می دهد. به عبارتی سازمان های امروزی برای ادامه حیات بایستی پویا بوده و مدیران و کارکنان آنها افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان ها را با این تغییرات منطبق ساخته و جوابگوی نیازهای جامعه باشند. می توان گفت در سیستم اقتصاد جهانی و رقابت روز افزون موجود، خلاقیت و نوآوری در حکم بقا و کلید موفقیت سازمان است. به عبارتی نوآوری به عنوان عامل مهم و حیاتی در ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار سازمان ها در محیط پیچیده و متغیر امروزی محسوب می گردد (پرهیزگار و همکاران، ۱۳۹۲)؛ بنابراین با توجه به نتایج به دست آمده در تحقیق حاضر مبنی بر سطح نامطلوب میزان نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس لازم است مدیران شعب بانک ها شرایط را برای افزایش نوآوری مهیا سازند.

نتیجه فرضیه سوم تحقیق نیز نشان دهنده این بود که بعد دانش ترتیبی از متغیر تسهیم دانش با بعد فرایند و مدیریتی اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی داری دارد. از طرفی بعد دانش آشکار از متغیر تسهیم دانش با ابعاد فرایند و مدیریتی - اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی داری دارد اما با بعد تولید رابطه ای نشان نداده است. بعد دانش پنهان از متغیر تسهیم دانش با بعد تولید و فرایند از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای ندارد. بعد دانش استراتژیک از متغیر تسهیم دانش نیز با بعد مدیریتی اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی داری داشته اما با بعد تولید و فرایند رابطه ای نشان نداده است. بعد دانش کارشناسانه از متغیر تسهیم دانش با بعد تولید از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای منفی و معنی دار و با بعد تولید رابطه مثبت و معنی داری داشته اما با بعد مدیریتی اداری رابطه ای مشاهده نشده است؛ اما در فرضیه چهارم نتایج تحقیق حاکی از این بود که تسهیم دانش در شعب بانک سپه استان فارس پیش بینی کننده مثبت و معنی دار نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس می باشد؛ بنابراین با افزایش تسهیم دانش در شعب بانک سپه استان فارس میزان نوآوری سازمانی نیز افزایش می یابد. نتیجه این تحقیق با نتیجه تحقیق عباس و همکاران (۲۰۱۹)، آل - احمد، ایاسا و مصطفی (۲۰۲۰)، ونگ و ونگ (۲۰۱۲)، یشیل، کاسکا و بیوک بشه (۲۰۱۳)، نواب و همکاران (۲۰۱۵)، همسو بوده و با نتیجه تحقیق تی تی آمایه (۲۰۱۳)، خافاجی، الذوبی و الجانابی (۲۰۱۶)، سینایی، فریسات و نداف (۱۳۹۷)، ویدجانتی و ویدودو (۲۰۱۶)، ترابی و الدن (۲۰۱۷)، همراستا می باشد. چیانگ و هانگ^{۶۱} (۲۰۱۰) معتقدند تسهیم دانش به عنوان ورودی با ارزشی در جهت نوآوری محسوب می شود. از طرفی برای تقویت نوآوری در سازمان لازم است افراد سازمان دانش موجود را کسب کرده و آن دانش را در سازمان به اشتراک بگذارند

⁶¹. Chiang & Hung

(باورصاد، دلاوری پور و توان بخش، ۱۳۸۹). هسو و همکاران^{۶۲} (۲۰۰۷) نیز بر این باورند که تسهیم دانش از طریق به اشتراک گذاردن دانش بین اعضای سازمان، بر نوآوری سازمانی تأثیرگذار است. با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می شود تا مدیران و مسئولین شعب بانک سپه در استان فارس کارکنان را در ارائه نظرات و ایده های نوین خود تشویق کرده و محیطی را فراهم آورند تا کارمندان بانک پیشنهادات و نظرات خود را مطرح نموده و دانش و اطلاعات شان را با همکاران خود به اشتراک بگذارند. بدین ترتیب کارکنان شعب بانک مورد مطالعه با رغبت و رضایت بیشتری در جلسات شرکت کرده و به همکاران خود در زمینه حل مسائل کاری یاری می رسانند. در واقع مدیران می توانند با فراهم آوردن فرهنگ مشوق تسهیم دانش در شعب مذکور، شرایط را برای به اشتراک گذاری دانش بین کارکنان بانک فراهم آورند و از این طریق موجب تقویت و افزایش نوآوری در شعب مختلف بانک گردند.

منابع و مأخذ

۱. آذری، محسن. (۱۳۹۴). رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری با عملکرد سازمان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
۲. باورصاد، بلقیس؛ دلاوری پور، جلال الدین؛ توان بخش، حسام الدین. (۱۳۸۹). بررسی رابطه نوآوری، یادگیری سازمانی و عملکرد سازمان. مجموعه مقالات اولین کنفرانس مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، دانشگاه شیراز.
۳. سینایی، حسنعلی؛ فریسات، حمیده و نداف، مهدی. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر تسهیم دانش و تأثیر آن بر عملکرد فرد در صنعت مالی و بانکداری. پژوهشنامه مدیریت اجرایی. (۱۸)، ۹، ۱۶۸-۱۴۳.
۴. نعمتی، محمدعلی و جمشیدی، لاله. (۱۳۸۶). بررسی رابطه و تأثیر فرایند تسهیم دانش و تجربه بر توسعه سرمایه اجتماعی در میان اعضای واحدهای فناور مرکز رشد دانشگاه شهید بهشتی. اولین کنفرانس ملی مدیریت دانش.
5. Abbas, J., Hussain, I., Hussain, S., Akram, S., Shaheen, I., & Niu, B. (2019). The impact of knowledge sharing and innovation on sustainable performance in islamic banks: A mediation analysis through a SEM approach. *Sustainability*, 11(15), 4049.
6. Achimba, C., Ongonga, J. O., Nyarondia, S. M., Amembah, L. A., & Okwara, M. (2014). Innovation in banking industry: Achieving customer satisfaction.
7. Al Ahmad, S., Easa, N. F., & Mostapha, N. (2020). Knowledge Sharing and Innovation at the Lebanese Banking Industry. *BAU Journal-Creative Sustainable Development*, 1(2), 2.
8. Al-kalouti, J., Kumar, V., Kumar, N., Garza-Reyes, J. A., Upadhyay, A., & Zwiegelaar, J. B. (2020). Investigating innovation capability and organizational performance in service firms. *Strategic Change*, 29(1), 103-113.
9. Al-Sarn, R. M. (2000). Managing Creativity and innovation - technological foundations and methods of application, Damascus: Satisfaction of information collections.
10. Barachini, F. (2009). Cultural and social issues for knowledge sharing. *J. Knowl. Manag.* 13, 98-110.
11. Bartol, K., & Srivastava, A. (2002). Encouraging knowledge sharing: The role of organizational reward systems. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), 64-76.
12. Baum, J.A.C., & Ingram, P. (1998). Survival enhancing learning in the Manhattan hotel industry, 1989-1990. *Management Science*, 998-1016.
13. Cabrera, Á., & Cabrera, E. F. (2002). Knowledge-sharing Dilemmas *Organization Studies*, 23(5), 687-710.
14. Cao, Y., & Xiang, Y. (2012). The Impact of Knowledge Governance on Knowledge Sharing. *Management Decision*, 50(4), 591-610.

⁶². Hsu et al

15. Cegarra-Navarro, J.-G.; Jiménez-Jiménez, D.; Fernández-Gil, J.-R. Improving customer capital through relationship memory at a commercial bank in Spain. *Knowl. Manag. Res. Pract.* 2014, 12, 310–321.
16. Chen, C.-J. & Huang, J.-W. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance – The mediating role of knowledge management capacity. *Journal of Business Research*, 62, 104-114.
17. Chew, C. H. (2000). Organizational cultural characteristics and innovation: A perspective from electrical and electronics industry in Penang, Unpublished M.B.A dissertation, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia.
18. Chiang, Y. H., & Hung, K. P. (2010). Exploring open search strategies and perceived innovation performance from the perspective of inter-organizational knowledge flows. *R&D Management*, 40, 292–299.
19. Cumming, & Brian, S. (2014). Innovation Overview and Future Challenges. *European Journal of Innovation Management*, 1(2), 21-29.
20. Damanpour, F. and Aravind, D. 2012. Managerial Innovation: Conceptions, Processes, and Antecedents. *Management and Organization Review*, 8(2), 423-454.
21. Damanpour, F., & Evan, W. M. (1984). Organizational Innovation and Performance: The Problem of Organizational Lag. *Administrative Science Quarterly*, 29(3), 392-409.
22. Damanpour, F.M., Walker, R.N., & Avellaneda, C. (2009). Combinative effects of innovation types and organizational performance: A longitudinal study of service organizations. *Journal of Management Studies*, 46(4), 650-675.
23. Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *The Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
24. Darroch, J., & McNaughton, R. (2002). Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 210-222.
25. Darroch, J.; McNaughton, R. Beyond market orientation. *Eur. J. Mark.* 2003, 37, 572–593.
26. Daulatram, B.L. (2003). Organizational culture and job satisfaction. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 18 (3), 219-236.
27. De Propriis, L. (2002). Types of Innovation and Inter-Firm Cooperation”, *Entrepreneurship and Regional Development*. *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(4), 337-352.
28. Easa, N. (2012). Knowledge Management and the SECI Model: A Study of Innovation in the Egyptian Banking, PhD edn, University of Stirling, UK. Retrieved from: www.semanticscholar.org.
29. Easa, N. (2019). Knowledge Management at Banking Industry: A Review of the Literature and Further Guidelines. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*, 10 (2), 21-34.
30. Easa, N. (2012). Knowledge Management and the SECI Model: A Study of Innovation in the Egyptian Banking, Published PhD Thesis, University of Stirling, UK, Available from: <https://pdfs.semanticscholar.org>.
31. Grant, R.M. (1996). Source prospering in dynamically competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. *Organization Science*, 7(4), 375_387.
32. Gumusluoglu T, Ilsev A (2009). Transformational leadership, creativity and organizational innovation. *J. Bus. Res.* 62, 461-473.
33. Hsu, M.-H., Ju, T.L., Yen, C.-H. and Chang, C.-M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal of Human-Computer Studies*, 62(2), 153-69.
34. Ipe, M. (2003). Knowledge Sharing in Organizations: A Conceptual Framework. *Human Resource Development Review*, 2(4), 337-59.
35. Jiménez-Jiménez, D., Sanz-Valle, R., & Hernandez-Espallardo, M. (2008). Fostering innovation: The role of market orientation and organizational learning. *European Journal of Innovation Management*, 11(3), 389-412.
36. Joseph, M., & Stone, G. (2003). An empirical evaluation of US bank customer perceptions of the impact of technology on service delivery in the banking sector. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(4), 190–202.
37. Jyoti, J. & Dev, M. (2015). The Impact of Transformational Leadership on Employee Creativity: The Role of Learning Orientation. *Journal of Asia Business Studies*, 9(1), 78-98.

38. Khafajy, N. A., Alzoubi, H. M., & Aljanabee, A. K. (2016). Analyzing the Effect of Knowledge Management Processes in The Services' Quality in Iraqi Commercial Banks. *International Review of Management and Business Research*, 5(1), 302.
39. Lesser, Eric L. and J. Storck. (2001). Communities of practice and organizational performance. *IBM Systems Journal*, 40 (4), 831-841.
40. Liao, S., Chen, C., Hu, D., Chung, C. and Liu, L. 2017. Assessing the Influence of Leadership Style, Organizational Learning and Organizational Innovation. *Leadership and Organization Development Journal*, 38(5), 793-808.
41. Maarouf, R. (2016). Internationalization Process of Innovative SMEs in Lebanon: An Analysis with a Conceptual Model", *International Business: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, Available: DOI: 10.4018/978-1-4666-9814-7, pp.333-355.
42. Mittal, S. and Dhar, L. 2015. Transformational Leadership and Employee Creativity: Mediating Role of Creative Self-Efficacy and Moderating Role of Knowledge Sharing. *Management Decision*, 53(5), 894-910.
43. Mittal, S., & Dhar, R. L. (2015). Transformational leadership and employee creativity: Mediating role of creative self-efficacy and moderating role of knowledge sharing. *Management Decision*, 53(5), 894-910.
44. Mulligan, P., & Gordon, S. R. (2002). The impact of information technology on customer and supplier relationships in the financial services. *International Journal of Service Industry Management*, 13(1), 29-46.
45. Nawab, S., Nazir, T., Zahid, M. M., & Fawad, S. M. (2015). Knowledge management, innovation and organizational performance. *International Journal of Knowledge Engineering*, 1(1), 43-48.
46. Nogueira, Fernanda & Marques, Carla. (2008). Organizational innovation: Research into the information/training paths of decision-makers within hospital. *Portuguese Journal of Management Studies*, XIII(2), 237-254.
47. Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company. How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
48. Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5, 14- 37.
49. Ojasalo, J. (2008). Management of innovation networks: a case study of different approaches. *European Journal of Innovation Management*, 11(1):51-86.
50. Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahlila, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. *Internet research*, 14(3), 224-235.
51. Powell, W.W., Koput, K.W & Smith Doerr, L. (1996). Interorganizational collaboration and the locus of innovation: networks of learning in biotechnology. *Administrative Science Quarterly*, 41, 116-145.
52. Ratten, V. (2008). Technological innovations in the m-commerce industry: A conceptual model of WAP banking intentions. *The Journal of High Technology Management Research*, 18(2), 111-117.
53. Rishi, M., & Saxena, S. C. (2004). Technological innovations in the Indian banking industry: the late bloomer. *Accounting, Business & Financial History*, 14(3), 339-353.
54. Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA.
55. Siddiqui, S. H., Rasheed, R., Nawaz, S., & Abbas, M. (2019). Knowledge sharing and innovation capabilities: The moderating role of organizational learning. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 13(2), 455-486.
56. Siguaw, J., Simpson A., Penny M., & Enz, C. A. (2006). Conceptualizing innovation orientation: A framework for study and integration of innovation research. *Journal of Product Innovation Management*, 23, 556-574.
57. Tan, N. L., Lye, Y. H., Ng, T. H., & Lim, Y. S. (2010). Motivational factors in influencing knowledge sharing among banks in Malaysia. *International Research Journal of Finance and Economics*, 44(August), 191-201.
58. Titi Amayah, A. (2013). Determinants of knowledge sharing in a public sector organization. *J. Knowl. Manag.* 17, 454-471.

59. Torabi, F., & El-Den, J. (2017). The impact of Knowledge Management on Organizational Productivity: A Case Study on Koosar Bank of Iran. *Procedia Computer Science* 124, 300–310.
60. Tran, T. (2008). A conceptual model of learning culture and innovation schema. *International Business Journal*, 18(3), 287-299.
61. Tsai, C.T., Huang, K.L. and Kao, C.F. (2001), "The relationships among organizational factors, creativity of organizational members and organizational innovation", *Journal of Management*, Vol. 18 No. 4, pp. 527-566.
62. Tushman, Michael, and D. Nadler. (1986). Organizing for Innovation. *California Management Review*, 28(3), 74–92.
63. Vaccaro, A., Parente, R., & Veloso, F. M. (2010). Knowledge management tools, interorganizational relationships, innovation and firm performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 77, 1076–1089.
64. Vaccaro, G., Jansen, P., Bosch, J. and Volberda, W. 2012a. Management Innovation and Leadership: The Moderating Role of Organizational Size. *Journal of Management Studies*, 49(1), 28-51.
65. Valipour, A., Pasandidehfar, M., & Hashemabadi, V. (2017). The Effect of Knowledge Management on Organizational Innovation: Evidence from Banking Industry. *Accounting*, 3(4), 237-244.
66. Van den Hooff, B., & de Ridder, J. (2004). Knowledge sharing in context: The influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 117-130.
67. Wang, Zhining., & Wang, Nianxin. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39 (2012) 8899–8908.
68. Widjajanti, K., & Widodo, M. (2016). Improving Organizational Innovation by Human capital, Knowledge Sharing and Organizational Learning. *International Business Management*, 10(9), 1599-1609.
69. Wong, K. and He, L. 2003. The Moderating Effect of a Firm's Internal Climate for Innovation on the Impact of Public R&D Support Programs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 3(5), 525-545.
70. Xu, J., Houssin, R., Caillaud, E., & Gardoni, M. (2010). Macro process of knowledge management for continuous innovation. *Journal of Knowledge Management*, 14, 573–591.
71. Yeşil, S., Koska, A., & Büyükbeşe, T. (2013). Knowledge Sharing Process, Innovation Capability and Innovation Performance: An Empirical Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 217 – 225.

The investigation the relationship between knowledge sharing & organizational innovation In branches of Sepah bank in Fars Province

Saeed Mansurian Tabae¹
Mohammad Hossein Masoudi²
Mehdi Esmaeli³
Ahmadreza Bayati⁴

Date of Receipt: 2020/10/27 Date of Issue: 2020/11/07

Abstract

The purpose of this research was to investigate the relationship between knowledge sharing and organizational innovation in branches of Sepah bank in Fars Province. The statistical population of this research is all employees of Sepah bank branches in Fars, which were 1182 people. The sample size was determined 216 people by using simple pluster sampling and Cochran's formula. The instrument for gathering data was 2 standard questionnaires (knowledge sharing & organizational innovation). Sample T-test, structural equation modeling & pearson correlation coefficient were used to analyses the data and test the hypotheses. Findings showed that each of 5 dimensions of knowledge sharing in branches of Sepah bank in Fars was lower than desired level. Three types of innovation were lower than desired level. Finally the results of this research showed that knowledge sharing in those branches was positive and significant predictor of organizational innovation in branches of Sepah bank in Fars. So organizational innovation will be improved by increasing knowledge sharing among bank employees.

Keywords

Knowledge sharing, organizational innovation, product innovation, process innovation, administrative innovation.

¹. M.A of Economy, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

². M.A of Economy, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

³. Ph.D., Educational Administration, Department of education & psychology, Shiraz University, Iran

⁴. M.A of Laws, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.