

رابطه اعتماد سازمانی و تسهیم دانش با رفتار کاری نوآورانه (مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی خراسان شمالی)

فاطمه عبدالله زاده*، بهرنگ اسماعیلی شاد**، راحله علیزاده***

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و تسهیم دانش با رفتار کاری نوآورانه کارکنان بود. پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نوع پژوهش و شیوه اجرا توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان سازمان تأمین اجتماعی خراسان شمالی به تعداد ۱۲۰ نفر و نمونه بر اساس جدول کرجسی - مورگان ۹۲ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس به دلیل شیوع ویروس کرونا انتخاب شدند. داده‌ها توسط سه پرسشنامه جمع‌آوری شد که روایی صوری و محتوایی مورد تأیید اساتید قرار گرفت و پایایی از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب (۰/۸۹)، (۰/۸۱) و (۰/۸۱) برآورد گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی از (میانگین، انحراف معیار و محاسبه شاخص‌های مرکزی و پراکندگی) و در بخش آمار استنباطی جهت سنجش روابط بین متغیرها از نرم‌افزار آماری spss21 استفاده شد. نتایج نشان داد بین اعتماد سازمانی و تسهیم دانش با رفتار کاری نوآورانه کارکنان رابطه معنی‌داری وجود دارد ($r=0/509$). در نتیجه می‌توان گفت اعتماد سازمانی و تسهیم دانش در سازمان راهکار مهم در جهت افزایش رفتار کاری نوآورانه هستند. مدیران با حمایت از کارکنان و ایجاد جو اعتماد و همکاری می‌توانند زمینه را برای بروز رفتارهای نوآورانه فراهم نمایند.

کلیدواژه‌گان: اعتماد سازمانی، تسهیم دانش، رفتار کاری نوآورانه.

تاریخ دریافت: ۶ آذر ۱۳۹۸ تاریخ پذیرش: ۲۲ اسفند ۱۳۹۸
* گروه مدیریت بازرگانی، مؤسسه آموزش عالی غیردولتی حکیمان، بجنورد، ایران، رایانامه نویسنده مسئول:
fatemehgfdhjk@gmail.com

** استادیار گروه علوم تربیتی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران.

*** گروه علوم تربیتی، واحد بجنورد، دانشگاه آزاد اسلامی، بجنورد، ایران.

۱. مقدمه

اعتماد سازمانی^۱ پدیده‌ای است که به موجب آن، خط‌مشی‌های سازمان، آن‌گونه که بیان شده است به‌طور منصفانه اداره و انجام خواهد شد (الوانی و حسینی، ۱۳۹۲). اعتماد سازمانی موجب تسهیم اطلاعات در سازمان و سهیم شدن همه افراد در اطلاعات سازمانی، تعهد سازمانی و تعهد به ادای وظیفه در سازمان می‌شود (حدادینیا و همکاران، ۱۳۹۲). این ویژگی نوعاً شامل قابلیت اعتماد و اطمینان، مبادلات و خیرخواهی، شایستگی و انسجام همکاران و رهبران می‌شود (عباسی و همکاران، ۱۳۹۵). جو اعتماد زمانی به وجود می‌آید که مدیران آنچه را که متعهد به انجام آن بوده‌اند را انجام دهند و رفتارشان قابل پیش‌بینی باشد. سطح پایین اعتماد باعث می‌گردد که کارکنان جریان اطلاعات را در سازمان منحرف کنند و سوءظن و بدگمانی در بین کارکنان رواج پیدا کند و ارتباطات باز و صادقانه در سازمان از بین برود و تصمیمات سازمان از کیفیت مطلوبی برخوردار نباشند (حدادینیا و همکاران، ۱۳۹۲). بدون اعتماد سازمانی، احتمال حداقل و یا هیچ شانس وجود ندارد که سازمان، بتواند به اهداف استراتژیک خود دست یابد. برای افزایش اعتماد سازمانی، مدیران باید محیطی را ایجاد کنند که برای هر یک از کارکنان قابل توجه و مشهود باشد (Odin, 2014). افرادی که به همکاران خود اعتماد دارند و احساس همبستگی عمیقی با آن‌ها دارند، نسبت به همکارانشان و کار آن‌ها ملاحظه و اهمیت بیشتری قائل هستند و به آن‌ها کمک می‌کنند تا وظایف خود را بهتر انجام دهند. علاوه بر این، اعتماد سازمانی باعث می‌شود در بین کارکنان احساس عدالت، توجه و حمایت سازمان از آن‌ها ایجاد شود و کارکنان مطمئن باشند که سازمان در تعامل با آن‌ها فرصت طلبانه عمل نمی‌کند؛ هم‌چنین در این شرایط، کارکنان باور دارند که سازمان از آن‌ها مراقبت می‌کند و نسبت

به مسائل آن‌ها حساس است. چنین کارکنانی علاقه زیادی به مشارکت و قبول مسئولیت در زندگی سازمانی دارند. این کارکنان با کمک مشتاقانه به دیگران، به‌ویژه آنان که مشکلاتی مرتبط با کار دارند، سبب می‌شوند عملکرد کلی سازمان بهبود یابد. احتمالاً این کارکنان در صورت لزوم قادرند بیش‌ازحد مرسوم کار کنند، دارای وجدان کاری زیاد هستند، کمتر از شرایط سخت‌کاری شکایت می‌کنند و مبادرت به انجام اقداماتی می‌نمایند که تصویر سازمان را در اجتماع بهبود بخشند. علت چنین فعالیت‌هایی این است که چنین کارکنانی به سازمان، همکاران و مدیران خود اعتماد دارند، سازمان را پشتیبان خود دانسته و در واقع خود را از سازمان جدا نمی‌دانند (شیرازی و همکاران، ۱۳۹۱).

وقتی اعتماد در سازمان به وجود می‌آید کارکنان با اطمینان می‌توانند به تسهیم دانش بپردازند. از نظر هالس^۲ (۲۰۰۱) تسهیم دانش شامل مجموعه‌ای از رفتارها است که می‌تواند تسهیل‌گر نوع روابط افراد با همدیگر، دستیابی بهتر به اطلاعات موردنیاز افراد، کاهش‌دهنده زمان موردنیاز برای حل مسائل و در نهایت بهبوددهنده کیفیت در روند انجام امور باشد. در این راستا تسهیم دانش سازوکاری است که دانش در بین افراد انتقال می‌یابد. در نتیجه، از طریق انتقال دانش، افراد به سمت تسهیل اقدامات جدید ترغیب می‌شوند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تسهیم دانش، به ارزشمند کردن دانش موجود در سازمان کمک می‌کند. علاوه بر این، اهمیت تسهیم دانش در مقالات روان‌شناختی مرتبط با کار به‌خوبی شناخته‌شده است (Wang & Noe, 2010). تسهیم دانش به بهبود و تحکیم رابطه بین افراد منتقل‌کننده دانش و جمع‌آوری دانش کمک می‌کند. با این حال، بیشتر مطالعات تحقیقاتی، انتقال دانش را به‌عنوان یک ویژگی واحد از اشتراک‌گذاری دانش در نظر می‌گیرند درحالی‌که جمع‌آوری دانش را نادیده

می‌گیرند (Goh et al, 2014).

شواهد نشان‌دهنده این موضوع است که زمانی که سازمان‌ها دارای فرهنگ اعتماد و مشارکت‌اند؛ نوآوری، یادگیری و انتقال دانش با سرعت بیشتری اتفاق می‌افتد (Shih & Susanto, 2011). رفتارهای نوآورانه^۳ به‌عنوان یک رفتار پیچیده، شامل فرایندی سه مرحله‌ای از تولید، پشتیبانی و عمل به یک ایده است (Robinson, 2010). حاجی‌زاده و سرداری (۱۳۹۷) نیز نشان دادند که خلق، ذخیره‌سازی، تسهیم و به‌کارگیری دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان تأثیر مثبت دارد. رفتار نوآورانه، ایده‌های نو و بدیع را برای به رسمیت شناختن فرصت‌های جدید و بسیار مهم ایجاد می‌کند (Kim et al, 2013). با پیشرفت روزافزون دانش و فناوری و جریان گسترده اطلاعات، امروزه جامعه‌ی ما نیازمند پرورش انسان‌هایی است که بتوانند با روشی نوآورانه با مشکلات روبرو شده و به حل آن‌ها بپردازند. با این رویکرد نیاز به آموزش، تقویت خلاقیت و ایجاد افکار نو برای رسیدن به جامعه‌ای شکوفا از اهمیت خاصی برخوردار است (مهرآمیز و همکاران، ۱۳۹۶). تحقیقات نشان داد که بیان ایده‌های جدید از طریق کارکنان، نیازمند مشوق و انگیزه است؛ انگیزه‌ای که بتواند رغبت در افراد ایجاد کند که بدون ترس، ایده‌هایشان را بیان کنند. بررسی نکاتی که موجب سکوت افراد در ابراز ایده نوآورانه می‌شوند، نکات جالب‌توجهی را در بردارد (Schulte, 2010). کارمندی دارای رفتار کاری نوآورانه است که برای مسائل کاری، ایده‌ها و راه‌حل ابتکاری و جدید خلق کند و به‌طور مرتب روش‌ها، فن‌ها و ابزارهای جدید را در جهت ایجاد نوآوری در کار خود جستجو کند و به دنبال جلب حمایت و پشتیبانی دیگران از ایده‌های نوآورانه خود و تأیید آنان باشد و مدیران سازمان را مشتاق به پذیرش ایده‌های نوآورانه نماید و درنهایت ایده‌های نوآورانه را با روشی نظام‌مند به

محیط کاری خود معرفی و آن‌ها را کاربردی کند (شیری و همکاران، ۱۳۹۵).

سازمان تأمین اجتماعی یک نهاد عمومی غیردولتی است و دارای وظایف عمده در دو بخش بیمه‌ای و درمانی می‌باشد و مخاطبینش، تعداد زیادی از جامعه را در برمی‌گیرد. با توجه به وظایف مهم و متعدد این سازمان، کیفیت ارائه خدمات آن نیز، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. مدیران این سازمان‌ها می‌کوشند تا اندیشه و فرهنگ مشتری محوری را در سازمان‌های خود توسعه داده و از طریق تمرکز بر نیازهای مشتریان پاسخگویی صحیح به خواسته‌های آنان باشند. رفتار کاری نوآورانه یکی از ابعاد مهم جامعه‌شناختی سازمان‌های خدماتی از جمله سازمان تأمین اجتماعی است و کارکنان می‌توانند نقش مهمی در ارتقاء و کیفیت سازمان خود ایفا کنند. بروز رفتار کاری نوآورانه از سوی کارکنان، سازمان را به منابع بیشتر مجهز کرده و نیاز به مکانیزم‌های رسمی پرخرج را کاهش می‌دهد و از این طریق ایجاد مزیت رقابتی می‌کند. با توجه به تحقیقات انجام‌شده، به نظر می‌رسد یکی از ابعاد مهمی که رفتار کاری نوآورانه را کاهش داده، عدم اعتماد و تسهیم دانش یا کمبود آن است. با فقدان یا کاهش اعتماد سازمانی و تسهیم دانش، ما کمتر شاهد رفتار کاری نوآورانه از سوی کارکنان هستیم. لذا با توجه به مطالب مطرح‌شده، چنانچه سازمان بخواهد در چنین شرایطی نوآور باشد و خود را با تغییرات فزاینده عصر خودسازگار سازد، باید توسعه و گسترش فضایی مناسب که پرورش و رشد دانش را ممکن سازد و آنان را به مرز آفرینندگی برساند را در دستور کار خود قرار دهد و در جهت بهبود و توسعه آن‌ها برای ارتباط سطح عملکرد نوآورانه تلاش کنند. کارکنان سازمان تأمین اجتماعی از طریق اعتماد و تسهیم دانش می‌توانند رفتارهای کاری نوآورانه خود را بروز دهند. اعتماد سازمانی و تسهیم دانش نیز اگر بازندگی کاری کارکنان پیوند بخورد نیروی قدرتمندی حاصل می‌شود که افراد تقریباً با هزاران ساعت کار می‌توانند لحظات لذت‌بخش‌تر، متوازن‌تر و معنادارتری را تجربه کنند و کارکنان با یافتن چرایی کار خود، تمامی وجودشان را به سازمان می‌آورند و کار را به‌عنوان یک مأموریت پنداشته و موجب افزایش رفتار کاری نوآورانه

آنان می‌گردد. با توجه به مطالب بیان‌شده مقاله حاضر در پی پاسخگویی به این سؤال پژوهشی است که آیا بین اعتماد سازمانی و تسهیم دانش با رفتار کاری نوآورانه کارکنان سازمان تأمین اجتماعی رابطه وجود دارد؟

۲. مبانی نظری

تبیین اعتماد سازمانی و رفتار کاری نوآورانه

لازمه وجود حس اعتماد در سازمان بر کسی پوشیده نیست؛ ولی وجود اعتماد در فرایندهای نوآورانه یا به عبارتی؛ وجود اعتماد در خلق نوآوری، به چه دلیل می‌تواند اهمیت داشته باشد؟ تحقیقات نشان داد که بیان ایده‌های جدید از طریق کارکنان، نیازمند مشوق و انگیزه است؛ انگیزه‌ای که بتواند رغبت در افراد ایجاد کند که بدون ترس، ایده‌هایشان را بیان کنند. بررسی نکاتی که موجب سکوت افراد در ابراز ایده نوآورانه می‌شوند، نکات جالب‌توجهی را در بردارد (Schulte, 2010).

عوامل متعددی می‌توانند موجبات سکوت نوآوری را فراهم سازند. ترس از تمسخر هم‌ردیفان، جدی نگرفتن مافوق، سرقت ایده از همکاران در جلسه‌های جمعی از عواملی‌اند که موجب سکوت افراد به‌جای ارائه خلاقیت‌های ذهنی می‌شوند. ایده اعتماد به نوآوری در پاسخ به همین عوامل بازدارنده به وجود آمده است. اگر کارکنان ترس از مقاومت همکاران، درگیری با مافوق یا انزوای اجتماعی را برای خود متصور شوند به‌طور حتم سکوت در پیش‌گرفته و به فرایندهای فعلی هرچند با نقایص آشکار، تن در می‌دهند (Rahmat Shazi, 2015).

هرگاه کارکنان اطمینان داشته باشند همکارانشان به ایده‌های آن‌ها گوش‌داده و از آن‌ها حمایت می‌کنند و به هر ایده و پیشنهاد جدیدی که بیان می‌شود اهمیت می‌دهند و کارکنان تمایل پیدا می‌کنند رفتار کاری نوآورانه بیشتری از خود نشان دهند (Clegg

(et al, 2002). بنا به اعتقاد توماس و ولتوس^۴ (۱۹۹۰) کارکنانی که به خاطر پیشنهادها و ایده‌هایشان در بهبود روش‌ها و فرآیندها مورد اعتماد هستند، برای انجام وظایف انگیزه بیشتری دارند و احتمال بروز رفتارهای کاری نوآورانه در آن‌ها افزایش می‌یابد. هنگامی که آن‌ها بر انجام کارهایشان کنترل بیشتری دارند، ایده‌های جدید بیشتری تولید و اجرا می‌نمایند (Damanpour & Schneider, 2006)

کولز^۵ و همکاران (۲۰۰۹) بیان می‌دارند کارکنان به خاطر نبود اعتماد بین همکاران، از ارائه ایده‌های جدید برای تغییرات مثبت در سازمان خودداری می‌کنند زیرا از تعارض، مقاومت و انزوای اجتماعی از طرف همکارانشان واهمه دارند. اعتماد نوآوری برای ایجاد یک محیط حمایتی برای نوآوری عاملی اساسی شناخته شده است. اعتماد نوآوری به غلبه بر تفاوت‌های بین کارکنان نوآور و غیر نوآور کمک می‌کند. در محیطی که اعتماد نوآوری حاکم باشد خواسته کارکنان برای مشارکت در ایده‌ها و دیدگاه‌های جدید تسهیل می‌شود. لی^۶ (۲۰۱۰) بیان می‌کند که ادراک کارکنان در مورد هماهنگی اهداف و ارزش‌ها، اعتماد را به دنبال خواهد داشت. نوآوری مستلزم ریسک است (Janssen et al, 2004) و افراد خلاق و نوآور باید تلاش کنند و امکان بروز تعارض و اختلاف با همکاران و همچنین شکست را بپذیرند. در چنین مواردی، اعتماد نوآوری به کارکنان برای ریسک‌پذیری جرئت می‌دهد. کارکنانی که اعتقاد دارند نیازهایشان با تقاضاها و نیازهای شغلی‌شان تناسب دارد، احتمالاً روش‌های جدیدی را برای انجام کارها پیشنهاد می‌دهند و به همکاران خود کمک می‌کنند تا حس همکاری دوجانبه در بین آن‌ها برای ایجاد یک محیط سرشار از اعتماد و حمایت پرورش یابد.

^۴ Thomas & Velthouse

^۵ Cools

^۶ Li

اعتماد، کارکنان را برای همکاری و حمایت از ایده‌های یکدیگر از طریق تعامل و اشتراک دانش ترغیب می‌کند (Janssen, 2005). رفتار کاری نوآورانه کارکنان هنگامی مجسم می‌شود که روابط خوب بین فردی میان اعضاء یک تیم زنده و باکیفیت، روابط موجود میان کارکنان و همچنین بین تیم‌ها و سازمان را تغییر دهد (Zakaria et al, 2004). وندر وگت و جانسن^۷ (۲۰۰۳) بر نقش اعتماد در ارتقاء نوآوری در میان گروه‌هایی که وظایف مشابهی برای رسیدن به اهدافشان انجام می‌دهند، تأکید می‌کنند.

تبیین تسهیم دانش و رفتار کاری نوآورانه

تسهیم دانش شامل تبادل دانش ضمنی و صریح در سطح فرد، گروه و سازمان می‌باشد. تسهیم دانش، فعالیتی برای نشر و انتقال دانش از یک فرد، گروه یا سازمان به سایر افراد و برای کسب منافع مشترک است که نیازمند همکاری می‌باشد. افراد و گروه‌ها باید توجه داشت که تسهیم دانش "فعالیتی غیرطبیعی" می‌باشد. تسهیم دانش یک عمل ارادی است که دانش از راه انتقال آن به سایر افراد قابل استفاده مجدد می‌نماید. این فرایند فقط وقتی اتفاق می‌افتد که یک فرد به‌طور واقعی علاقه‌مند کمک به دیگری برای توسعه توانمندی جدید باشد. تسهیم دانش، نیت کارکنان یک سازمان برای به اشتراک‌گذاری دانش با همکارانی است که به دست آورده یا خلق کرده‌اند (Abili et al, 2016).

هدف تسهیم دانش، خلق دانش جدید، از طریق ترکیب‌های مختلف دانش موجود یا بهره‌برداری بهتر از آن است. در تسهیم دانش آشکار، افراد اطلاعات منابع مختلف را برای دیگران توزیع می‌کنند و در تسهیم دانش نهان نیز کارکنان از طریق گفتگو و تفکر درباره تجربه‌های خود به تسهیم دانش نهان می‌پردازند. تسهیم دانش بیان می‌کند که افراد عقاید و اعمالشان را به‌صورت دوجانبه اغلب با میل و رغبت بیشتر و گاهی کمتر

^۷ Van der Vegt & Janssen

انتقال می‌دهند. درواقع اشتراک دانش در میان کارکنان را تسهیم دانش می‌گویند (Abualoush et al, 2018).

امروزه تسهیم دانش به‌عنوان یکی از اجزای فرایند مدیریت دانش در بالندگی سازمان‌های دولتی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. امروزه همان‌طوری که سازمان‌ها بر به‌کارگیری سرمایه انسانی در مواجهه با تنگنایهای بازار کار تمرکز دارند، کارکنان نیز به دنبال انتشار دانش خود در سراسر سازمان هستند. بنابراین، ابزارهای رقابتی پیشین و سنتی چندان کارساز نیستند. در حال حاضر ابزارهای سنتی برای ارتقاء در سازمان همچون انحصار اطلاعات و ممانعت از موفقیت همکاران غیرقابل قبول است. بسیاری از سازمان‌ها برای به کنترل درآوردن دانش همکاران خود تکنولوژی جدیدی را به کار می‌گیرند (Spieth & Abstein, 2004).

در هر سازمان نوعاً افرادی هستند که می‌خواهند دانش را تسهیم و اشاعه دهند و افرادی هم هستند که ترجیح می‌دهند دانش خود را به‌عنوان یک دارایی خصوصی نگهداری نمایند. هدف نهایی تسهیم دانش کارکنان، تلاش برای انتقال و تبدیل تجربه‌های و دانش همه افراد به دارایی‌ها و منابع سازمانی، منظور افزایش و پیشبرد اثربخشی سازمانی است. تسهیم دانش فعالیت‌هایی برای کمک به انجمن‌هایی از افراد که با یکدیگر کار می‌کنند، تسهیل تبادل دانش میانشان، توانمندسازی آن‌ها برای یادگیری محور بودن و افزایش توانایی آن‌ها برای دستیابی به اهداف فردی و سازمانی است (Barão et al, 2017).

نوکا (۱۹۹۴) پیشنهاد می‌کند که نوآوری زمانی اتفاق می‌افتد که نیروی کار در دانش خود با سازمان شریک باشد و وقتی این دانش مشترک پدید آمد، بینشی جدید چه به‌صورت همگرا و چه به‌صورت واگرا به وجود خواهد آمد که درمجموع خواهد توانست نوآوری سازمانی را افزایش دهد. درمجموع می‌توان گفت که، رفتار نوآورانه به معنای تغییرات نو، سازنده و موفق در بازار است که ارتقای سطح عملکرد سازمان را به دنبال دارد (Den Hartog & De Jong, 2010). در رفتار نوآورانه، منظور از تولید

ایده، ایده پردازی و ارائه ایده‌های نو از سوی کارکنان است. ترویج ایده به تلاش افراد برای جلب حمایت و پشتیبانی مدیران و همکاران از ایده‌های جدید آنان اشاره دارد. پیاده‌سازی ایده، شامل تلاش‌هایی برای تبدیل ایده‌های نو به راهکارهای عملی و پیاده‌سازی آن‌ها در فعالیتهای کاری سازمانی است. کارمندی دارای رفتار نوآورانه در بعد تولید ایده‌هاست که برای مسائل کاری، ایده‌ها و راه‌حل‌های ابتکاری و جدید خلق کند و به‌طور مرتب روش‌ها، تکنیک‌ها و ابزارهای جدید را در جهت ایجاد نوآوری در کار خود جستجو کند. در بعد ترویج ایده‌ها، کارمندی دارای رفتار نوآورانه است که به دنبال جلب حمایت و پشتیبانی دیگران از ایده‌های نوآورانه خود و تأیید آنان باشد و مدیران سازمان را مشتاق به پذیرش ایده‌های نوآورانه نماید. درنهایت، در بعد تولید ایده‌ها کارمندی دارای رفتار نوآورانه است که ایده‌های نوآورانه را با روشی نظام‌مند به محیط کاری خود معرفی و آن‌ها را کاربردی کند (Abualoush et al, 2018).

پیشینه پژوهش

حاجی‌زاده و سرداری (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان با تأکید بر نقش میانجی یادگیری سازمانی در یک هولدینگ تولید محصولات پتروشیمی قائد بصیر نشان دادند که مدیریت دانش با مدنظر قرار دادن یادگیری سازمانی به‌عنوان متغیر میانجی بر عملکرد نوآورانه در هولدینگ مورد مطالعه، تأثیری مثبت و مستقیم داشته است. همچنین، فرضیات فرعی پژوهش تأیید می‌کند که زیر فرایندهای مدیریت دانش اعم از خلق، ذخیره‌سازی، تسهیم و به‌کارگیری دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان تأثیر مثبت دارد. نوروزی رودپشتی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر و ارائه الگویی برای نقش تسهیم دانش خارجی و نشت دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت. نشان دادند که تسهیم دانش خارجی بر عملکرد نوآورانه تأثیر دارد ولی نشت دانش تصادفی اثر تعدیل‌گری در این رابطه ندارد و نشت تعمدی دانش اثر تعدیل‌گری منفی دارد. چهارتنگی و همکاران (۱۳۹۵) نشان می‌دهند که بین خرده مقیاس‌های دو متغیر سرمایه اجتماعی و اعتماد رابطه

معنادار وجود دارد. پرناک (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که همبستگی مثبت و بالا بین تمام ابعاد اعتماد سازمانی و ابعاد نوآوری سازمانی (به‌استثنای نوآوری رفتاری) بود. بر این اساس می‌توان عنوان نمود که از طریق اعتماد نهادی می‌توان نوآوری سازمانی دبیران را پیش‌بینی کرد. هادی زاده مقدم و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری در سازمان‌های خدمات مالی بانک رفاه کارگران به این نتیجه رسیدند که رابطه معنادار و مثبتی میان تسهیم دانش و نوآوری وجود دارد. مدهوشی و کیان (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان بررسی رابطه فعالیت‌های زنجیره دانش با عملکرد نوآورانه شرکت کاله نشان دادند که بین یادگیری به‌منظور بالا بردن مزیت رقابتی سازمان و بهره‌وری، شهرت، چابکی و نوآوری رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین بروز یادگیری و افزایش عملکرد نوآوری سازمان که مشتمل بر عملکرد سازمان در ایجاد محصولات جدید، خدمات جدید، روش‌های تولید جدید، ایجاد بازارهای جدید، منابع جدید و روش‌های سازمان‌دهی جدید است، رابطه معنی‌داری وجود دارد. معین زاده میرحسینی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که بین انتشار نوآوری با اعتماد سازمانی رابطه وجود دارد. خصوصاً در موردپذیرش خدمات بانکداری همراه، اعتماد از نقش بسیار مهمی برخوردار است که اگر این اعتماد بر اساس آگاهی نباشد، پذیرش بانکداری سیار به‌کندی صورت می‌پذیرد.

بیوکوزنگ و مونین^۸ (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان مدیریت دانش و عملکرد سازمانی با تأکید بر اهمیت نوآوری به این نتیجه رسیدند که نوآوری، رابطه مدیریت دانش و عملکرد سازمانی شرکت‌های خرد و کلان را به‌طور کامل میانجیگری می‌کند. ریتال^۹ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان تسهیم دانش، نشت دانش و

^۸ Byukusenge & Munene

^۹ Ritala

عملکرد نوآورانه نسبی به این نتیجه رسیدند که اگرچه تسهیم دانش برای نوآوری در بافت شبکه و سازمان‌های همکار با شرکای خارجی ضروری است، خطر از دست دادن دانش نیز برای سازمان بااهمیت است؛ مانند اسرار تخصصی، فناوری‌های اساسی و دیگر انواع دانش راهبردی مهم. نشت دانش محرمانه می‌تواند برای سازمان نوآور، زیان‌بار باشد؛ همان‌طور که ممکن است به از دست دادن مزایای رقابتی منجر شود. وانگ و وانگ^{۱۰} (۲۰۱۲) در پژوهشی تحت عنوان تسهیم دانش، نوآوری و عملکرد شرکت نشان دادند که اقدامات تسهیم دانش روی نوآوری و عملکرد تأثیرگذار است. کاماساک و بولوتلار^{۱۱} (۲۰۱۰) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر تسهیم دانش بر نوآوری نشان دادند که تسهیم دانش بر ابعاد مختلف نوآوری تأثیرگذار است. ویل و آککوماک^{۱۲} (۲۰۰۸) بیان داشتند که نوآوری کانال مهم و اثرگذاری است که مؤلفه اعتماد از طریق آن بر رشد اقتصادی می‌تواند اثرگذار باشد. نوآوری همراه با مخاطره است به‌طوری‌که سرمایه‌گذار و پژوهشگر برای خلق آن نیاز به اعتماد دارند و این مهم در محیط سرشار از اعتماد تحقق می‌یابد. درنهایت از این مطالعه این‌طور نتیجه گرفتند که اعتماد اثر مثبت و معنی‌داری بر نوآوری و رشد اقتصادی دارد و مناطق عقب‌افتاده‌تر و کمتر توسعه‌یافته (برخی مناطق اتحادیه اروپا) به دلیل فقر اعتماد سطح نوآوری پایینی را دارا می‌باشند. الون^{۱۳} و همکاران (۲۰۰۸) به این نتیجه رسیدند که اعتماد جانبی با هیچ‌کدام از ابعاد نوآوری رابطه‌ای ندارد. اعتماد عمودی با نوآوری رفتاری رابطه مستقیم دارد اما با نوآوری فرایندی و نوآوری در محصول معکوس رابطه دارد درحالی‌که اعتماد نهادی

^{۱۰} Wanga & Wang

^{۱۱} Kamasak & Bulutlar

^{۱۲} Weel & Akçomak

^{۱۳} Ellonen

با تمام ابعاد نوآوری رابطه مستقیم دارد. کلج^{۱۴} و همکاران (۲۰۰۲) به این نتیجه رسیدند که اگر کارکنان به این انتظارات اعتماد نداشته باشند، آن‌ها نوآور نخواهند بود. روپل و هارینگتون^{۱۵} (۲۰۰۲) به این نتیجه رسیدند که مدیران نه تنها به طور مستقیم از طریق تشویق خیرخواهی فردی بلکه به طور غیرمستقیم از طریق تشویق جو اخلاقی سازمان که ارتباطات کارکنان را ارتقا می‌بخشد می‌توانند جوی از اعتماد را در سازمان ایجاد کنند؛ بنابراین مدیران می‌توانند جو اخلاقی محیط کار و ارتباطات کارکنان که منجر به اعتماد می‌شود را تحت تأثیر قرار دهند. رابطه جو اخلاقی محیط کار- اعتماد- تعهد و نوآوری که در این مطالعه کشف شد نشان می‌دهد که مدیریت اخلاقی، مدیریت خوب است.

۳. روش پژوهش

پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نوع پژوهش و شیوه اجرا توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان سازمان تأمین اجتماعی خراسان شمالی به تعداد ۱۲۰ نفر و نمونه بر اساس جدول کرجسی-مورگان ۹۲ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس به دلیل شیوع ویروس کرونا انتخاب شد. داده‌های پژوهش توسط پرسشنامه جمع‌آوری شد.

الف- پرسشنامه اعتماد سازمانی مک نایت (۲۰۰۲): این پرسشنامه دارای ۱۸ سؤال و ۳ مؤلفه اعتماد به همکاران، اعتماد به مدیریت و اعتماد به محیط کار می‌باشد و بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) نمره‌گذاری شده است. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار SPSS ۰/۸۹ محاسبه شد.

۱۴ Clegg

۱۵ Ruppel & Harrington

ب- پرسشنامه تسهیم دانش: پرسشنامه تسهیم دانش یان یو (۲۰۱۳) شامل ۶ سؤال و دو مؤلفه دانش صریح و دانش پنهان می‌باشد؛ که به صورت طیف لیکرت از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) نمره‌گذاری شده است. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار spss ۰/۸۱ محاسبه شد.

ج- پرسشنامه رفتار کاری نوآورانه: پرسشنامه رفتار کاری نوآورانه کانتر (۱۹۸۸) دارای ۸ گویه می‌باشد. پاسخ‌ها در یک مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت که دامنه‌اش از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم ترسیم می‌شوند، طراحی شده است. تمامی سؤالات دارای جهت مثبت از (۱-۵) بوده و در آن نمره‌گذاری به شیوه‌ای معکوس وجود ندارد. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار spss ۰/۸۱ محاسبه شد.

پرسشنامه‌ها بنا بر نظر ۱۰ تن از اساتید دانشگاه دارای روایی صوری و محتوایی هستند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار توصیفی از (میانگین، انحراف معیار و محاسبه شاخص‌های مرکزی و پراکندگی) و در بخش آمار استنباطی جهت سنجش روابط بین متغیرها و ضریب همبستگی و رگرسیون از نرم‌افزار آماری spss21 استفاده شد.

۴. یافته‌ها

در جدول ۱ اطلاعات تحلیل توصیفی مؤلفه‌های پژوهش ذکر شده است.

جدول (۱) توزیع مقدار و میزان متغیرهای پژوهش

متغیرها	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار
اعتماد سازمانی	۲۴	۹۰	۶۵/۳۵۸۷	۱۴/۴۲۴۱۷
تسهیم دانش	۷	۳۰	۲۰/۶۰۸۷	۶/۰۶۷۳۱
رفتار کاری نوآورانه	۸	۴۰	۲۶/۸۰۴۳	۹/۰۳۶۲۴

همان‌گونه که جدول (۲) نشان می‌دهد با توجه به این‌که سطح معناداری آزمون کلموگروف اسمیرونف در سه متغیر بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین می‌توان از آزمون-های پارامتریک (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون) استفاده کرد. جدول (۲) بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها در متغیرهای پژوهش

شاخص‌ها	متغیر	اعتماد سازمانی	تسهیم دانش	رفتار کاری نوآورانه
مقدار آماری Z کلموگروف-اسمیرنوف		۱/۰۷۷	۰/۹۸۰	۱/۲۵۱
سطح معناداری		۰/۱۹۶	۰/۲۹۲	۰/۰۸۸

فرضیه اصلی پژوهش این تحقیق عبارت است از: بین اعتماد سازمانی و تسهیم دانش با رفتار کاری نوآورانه کارکنان سازمان تأمین اجتماعی رابطه وجود دارد. جدول (۳) رابطه بین اعتماد سازمانی و تسهیم دانش با رفتار کاری نوآورانه

ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد
۰/۵۰۹	۰/۲۵۹	۰/۲۴۳	۷/۸۶۴۴۳

همان‌طور که در جدول شماره (۳) مشاهده می‌شود، دو متغیر اعتماد سازمانی و تسهیم دانش وارد معادله رگرسیون شده است و در کل (۲۵/۹) درصد از رفتار کاری نوآورانه را تبیین کرده‌اند.

جدول (۴) تحلیل واریانس و مشخصه‌های آماری رگرسیون

مدل	شاخص	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F مقدار	سطح معناداری
۱	رگرسیون	۱۹۲۵/۸۶۹	۲	۹۶۲/۹۴۸	۱۵/۵۶۹	۰/۰۰۰
	باقیمانده	۵۵۰۴/۵۷۲	۸۹	۶۱/۸۴۹		
	جمع	۷۴۳۰/۴۷۸	۹۱			

داده‌های جدول (۴) نیز حاکی از آن است که سطح معناداری آماره f کمتر از (۰/۰۰۱) است، پس می‌توان گفت متغیرهای (اعتماد سازمانی و تسهیم دانش) به‌خوبی تغییرات متغیر (رفتار کاری نوآورانه) را تبیین می‌کند.

جدول (۵) ضرایب بتا و سطح معناداری آن‌ها

سطح معناداری	مقدار T	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		عدد ثابت (عرض از مبدأ)	رفتار کاری نوآورانه
			اشتباه معیار	B		
۰/۰۰۰	۲/۶۶۹		۳/۹۹۴	۱۰/۶۶۲		
۰/۰۰۰	۵/۵۷۰	۰/۵۷۹	۰/۰۶۵	۰/۳۶۳	اعتماد سازمانی	
۰/۰۰۰	-۲/۳۷۱	-۰/۲۴۶	۰/۱۵۵	-۰/۳۶۷	تسهیم دانش	

حال به منظور تعیین دقیق اینکه متغیرهای پیش‌بین تا چه اندازه می‌تواند متغیر ملاک را پیش‌بینی کند، از ضریب رگرسیونی استاندارد شده بتا نیز استفاده شده است که جدول (۵) نشان می‌دهد، تغییر به اندازه‌ی یک واحد انحراف معیار در متغیرهای پیش‌بین (اعتماد سازمانی و تسهیم دانش) به ترتیب موجب (۰/۵۷۹) و (-۰/۲۴۶) انحراف معیار تغییر در متغیر ملاک (رفتار کاری نوآورانه) می‌شود.

جدول (۶) رابطه متغیرها

فرضیه‌های فرعی	رابطه متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری
اول	اعتماد سازمانی و رفتار کاری نوآورانه	۰/۴۶۱ (**)	۰/۰۰۰
دوم	تسهیم دانش و رفتار کاری نوآورانه	۰/۰۳۱	۰/۷۶۹

(**): نشانه معناداری در سطح کمتر از ۰/۰۰۱)

با توجه به جدول شماره (۶) می‌توان گفت: چون ضریب همبستگی محاسبه شده بین اعتماد سازمانی و رفتار کاری نوآورانه در سطح اطمینان ۹۹ درصد ضریب همبستگی جدول بحرانی بیشتر است، در نتیجه فرضیه پژوهش تأیید و فرضیه صفر رد می‌شود. پس می‌توان گفت بین این اعتماد سازمانی و رفتار کاری نوآورانه رابطه و همبستگی معناداری وجود دارد؛ اما در فرضیه دوم بین تسهیم دانش و رفتار کاری

نوآورانه کارکنان رابطه‌ای وجود ندارد.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش "بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و تسهیم دانش با رفتار کاری نوآورانه کارکنان بود. فرضیه اصلی این تحقیق که «بین اعتماد سازمانی و تسهیم دانش با رفتار کاری نوآورانه کارکنان سازمان تأمین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد.» مورد تأیید قرار گرفت. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت: بهره‌گیری مؤثر از اعتماد سازمانی و تسهیم دانش، سازمان‌ها را قادر می‌سازد که عملکرد و نوآوری بهتری را برای فرد به وجود آورند. سازمان‌ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آن‌ها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق خواهند بود. از طرفی ایجاد قابلیت نوآوری سازمانی در سازمان برای دستیابی به بهبود است. این رویکرد، استراتژی‌های سازمان را به یک مدل تغییر برنامه‌ریزی شده مرتبط می‌نماید. اعتماد در طی زمان از طریق تعاملات تکرار شده توسعه می‌یابد و در سازمان‌هایی که از سطح اعتماد بالایی برخوردارند نوآوری به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد. اعتماد محدودیت‌هایی برای منافع شخصی افراد حاصل می‌کند و روحیه تسهیم اطلاعات و دانش را تقویت می‌کند و در نهایت نوآوری را نتیجه می‌دهد. نتایج فرضیه فرعی اول «بین اعتماد سازمانی و رفتار کاری نوآورانه کارکنان سازمان تأمین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد.» مورد تأیید قرار گرفت. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های چهارتنگی و همکاران (۱۳۹۵)، پرناک (۱۳۹۴)، معین زاده میرحسینی و همکاران (۱۳۹۱)، ویل و آککوماک (۲۰۰۸)، الون و همکاران (۲۰۰۸)، کلج و همکاران (۲۰۰۲)، روپل و هارینگتون (۲۰۰۲) همخوانی دارد. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت: سطوح اعتماد در بین کارکنان سازمان تأمین اجتماعی بیان‌کننده اثربخشی فعالیت گروهی هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی است؛ لذا اعتمادسازی بین کارکنان و مسئولان بدون تغییر و عملکرد نوآورانه امکان‌پذیر نیست؛ زیرا نوآوری موجب تحول

و دگرگونی در عرصه رقابت جهانی و در نتیجه فناوری‌ها می‌شود. چهار تنگی و همکاران (۱۳۹۵) و پرناک (۱۳۹۴) به این نتیجه رسیدند که می‌توان از طریق اعتماد نهادی می‌توان نوآوری سازمانی را پیش‌بینی کرد. معین زاده میرحسینی و همکاران (۱۳۹۱) نشان دادند که بین انتشار نوآوری با اعتماد سازمانی رابطه وجود دارد. ویل و آککوماک (۲۰۰۸) اعتماد اثر مثبت و معنی‌داری بر نوآوری دارد. الون و همکاران (۲۰۰۸) نشان دادند که نقش مدیران بسیار می‌تواند تأثیرگذار بر اعتماد باشد. اگر تعاملات مدیر با کارکنانش تعاملاتی صادقانه، مبتنی بر اعتماد، تبادل احساسات و همراه با مشورت با کارکنان باشد، روابط بین مدیر و کارکنان بهبود می‌یابد در نتیجه عملکرد نوآورانه در کارکنان افزایش می‌یابد. هنگامی که سیستم‌های ارتقای کارکنان تأمین اجتماعی به گونه‌ای باشد تا همه افراد و گروه‌ها در سازمان امکان ارتقا و پیشرفت داشته و اهداف، مأموریت‌ها و رسالت سازمان برای کارکنان مشخص گردد و موردپذیرش آن‌ها باشد و از طرفی دیگر کارکنان از استراتژی سازمان آگاهی داشته باشند، اعتماد کارکنان به سازمان افزایش یافته و نسبت به سازمان احساس تعلق و دین می‌کنند. چنین کارکنانی به دلیل دوست داشتن محیط کاری خود، از انجام هیچ‌گونه تلاشی در جهت نیل به اهداف سازمان دریغ نمی‌کنند. وجود اعتماد نهادی در سازمان، باعث تعاملات ارتباطات مناسب بین کارکنان و مدیران می‌شود و کارکنان از کارکردن درون سازمان به سبب حمایت‌ها، سنجیت داشتن عمل با گفتار مدیران، احساس رضایت و خشنودی می‌کنند. این موارد باعث می‌شود کارکنان فراتر از وظایف شغلی خود گام برداشته و دست به رفتارهای فرا نقشی بزنند. اعتماد بین کارکنان منجر به توسعه و تغییر سازمانی می‌شود و مشارکت افراد در زمینه‌های مختلف را به ارمغان می‌آورد. فرضیه فرعی دوم «بین تسهیم دانش و رفتار کاری نوآورانه کارکنان سازمان تأمین اجتماعی شهرستان بجنورد رابطه وجود دارد.» مورد تأیید قرار نگرفت. نتیجه این فرضیه با پژوهش‌های حاجی‌زاده و سرداری (۱۳۹۷)، نوروزی رودپشتی و همکاران (۱۳۹۷)، مدهوشی و کیان (۱۳۹۲)، هادی زاده مقدم و همکاران (۱۳۹۳)، کاماساک و بولوتلار (۲۰۱۰)،

بیوکوزنگ و مونین (۲۰۱۷)، ریتالا و همکاران (۲۰۱۵)، وانگ و وانگ (۲۰۱۲) همخوانی ندارد. از آنجاکه اشتراک‌گذاری دانش برای موفقیت یک سازمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. عدم تشویق مؤثر کارکنان در اشتراک گذاشتن دانش مفید در سراسر سازمان می‌تواند به کاهش حفظ مزیت رقابتی سازمان می‌شود. از این رو به دلیل کاهش درک حقوق کارکنان و مقررات دولتی، سازمان‌ها در حال حاضر نسبت به قبل نگرانی بیشتری در مورد رفتار منصفانه با کارکنان دارند.

پیشنهاد می‌شود مدیران با پاداش دادن به نوآوری کارکنان در سازمان، ایجاد فرهنگ مخاطره پذیر منطقی و معقول برای کارآفرینی به این کارکنان، افزایش حمایت مدیریت از کارکنان و ایجاد جو دوستانه و مبتنی بر همکاری به جای رقابت می‌تواند زمینه را برای بروز رفتارهای کارآفرینانه فراهم کند. سازمان با برگزاری جلسات و ارزشیابی درست از کارکنان، از بین بردن فرهنگ مقایسه، ترویج صداقت و همکاری، مشارکت و تبادل اطلاعات و ایده‌ها که این به نوبه خود نوآوری و تحقق بهتر و سریع تر اهداف در سازمان را تسهیل می‌نماید. جهت افزایش اعتماد سازمانی، فضای سازمان باید به گونه‌ای طراحی شود که اعتماد سازمانی بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد. مدیران سازمان باید در رفتار و عمل خود ثابت قدم باشند و به وعده‌های خود جامه عمل بپوشانند و همچنین عدالت را در بین کارکنان رعایت کنند. سنجش رفتار کاری نوآورانه کارکنان در ارزیابی عملکردشان و تشویق آن دسته از کارکنان که نمرات بالایی در این ارزیابی گرفتند باعث توجه و بروز هر چه بیشتر رفتار کاری نوآورانه از سوی کارکنان می‌شود. از طرفی، مدیران می‌توانند ضرورت و اهمیت تسهیم دانش را در خط‌مشی و کتابچه‌های راهنمای سازمان بیان نمایند و یا از خبرنامه‌ها، بروشورها و سایر نشریات سازمان برای اشاعه هنجارهای تسهیم دانش استفاده کنند. رفتار رهبران سازمان نیز معمولاً کارکنان را با انتظارات هنجاری از ایشان مواجه می‌سازد؛ بنابراین رهبران سازمان می‌توانند از طریق الگو شدن برای دیگران، هنجارهای تسهیم دانش را در سازمان انتشار دهند. بدین منظور، آن‌ها باید به طور عملی در فعالیت‌های تسهیم دانش

مشارکت نمایند و دانش خود را در اختیار دیگران قرار دهند.

منابع

۱. الوانی، سید مهدی و حسینی، سید صمد (۱۳۹۲). تأملی بر مبانی نظری، مفاهیم و مدل‌های اعتماد نهادی (سازمانی). مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، دوره ۳، شماره ۴، ۱۰۵-۱۴۱.
۲. پرناک، جهانگیر (۱۳۹۴). رابطه بین اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی در مدارس در میان دبیران شاغل در مدارس متوسطه دولتی شهر گیلان غرب. پژوهش‌های نوین روان‌شناختی، دوره ۱۰، شماره ۳۸، ۷۵-۹۷.
۳. چهارتنگی، شیوا؛ شیرمردی، سارا و محمودی، فاطمه (۱۳۹۵). رابطه بین سرمایه اجتماعی و اعتماد گروهی کارمندان ادارات شهر اهواز. اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، ۹-۱۱.
۴. حاجی‌زاده، پیمان و سرداری، احمد (۱۳۹۷). تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان با تأکید بر نقش میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: هولدینگ تولید محصولات پتروشیمی قائد بصیر). مدیریت راهبردی دانش سازمانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، دوره ۱، شماره ۹۳، ۳-۶۳.
۵. حدادنیا، سیروس؛ فانی، حجت اله و هاشمی، سید احمد (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین عدالت سازمانی با اعتماد سازمانی و رفتار مدنی سازمانی مدیران گروه‌های آموزشی واحدهای منطقه یک دانشگاه آزاد اسلامی. نوآوری‌های مدیریت آموزشی، دوره ۸، شماره ۲، ۵۳-۷۰.
۶. شیرازی، علی؛ خداوردیان، الهام و نعیمی، محمد (۱۳۹۱). تأثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتارهای شهروندی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت گاز استان خراسان شمالی). پژوهش‌نامه مدیریت تحول، دوره ۴، شماره ۷، ۱۵۴-۱۳۳.

۷. شیر، اردشیر؛ دهقانی سلطانی، مهدی؛ نثاری، طاهره و فارسی زاده، حسین (۱۳۹۵). نقش اعتماد به نوآوری در ارتباط تناسب فرد با شغل و سازمان با رفتار کاری نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان (مورد مطالعه: پارک علم و فناوری دانشگاه تهران). مدیریت توسعه فناوری، دوره ۳، شماره ۴، ۷۶-۴۳.
۸. عباسی، همایون؛ حسینی، مریم؛ کریمی، جواد و حسین‌آبادی، بهاره (۱۳۹۵). تبیین رابطه رهبری اصیل و رفتار شهروندی سازمانی با ملاحظه نقش میانجی اعتماد سازمانی در وزارت ورزش و جوانان. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، دوره ۳، شماره ۱۱، ۲۵-۱۹.
۹. مدهوشی، مهرداد؛ کیان، نرگس (۱۳۹۲). بررسی رابطه فعالیت‌های زنجیره دانش با عملکرد نوآورانه شرکت کاله. پژوهش و توسعه فناوری، دوره ۳، شماره ۶، ۷۲-۴۵.
۱۰. معین زاده میرحسینی، شمیم السادات؛ قاضی نوری، سید سپهر؛ کریم زادگان مقدم، داود و وحدت، داود (۱۳۹۱). بررسی تجربی ارتباط انتشار نوآوری با اعتماد سازمانی و تأثیر آن‌ها بر پذیرش بانکداری سیار. پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره ۵، شماره ۱۶، ۹۸-۶۵.
۱۱. مهرآمیز، سارا؛ اکبری بورنگ، محمد و رستمی نژاد، محمدعلی (۱۳۹۶). تبیین رفتارهای نوآورانه معلمان بر اساس باورهای غیرمنطقی و تفکر سیستمی آنان. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۷، شماره ۳، ۲۱۶-۱۹۵.
۱۲. نوروزی رودپشتی، زهره؛ رفیعی رشت آبادی، فاطمه و مرادی، محمود (۱۳۹۷). بررسی تأثیر و ارائه الگویی برای نقش تسهیم دانش خارجی و نشت دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت. توسعه تکنولوژی صنعتی، شماره ۳۳.
۱۳. هادی زاده مقدم، اکرم؛ قلیچ لی، بهروز و محبی، پروین (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین تسهیم دانش و نوآوری در سازمان‌های خدمات مالی بانک رفاه کارگران. پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۷، شماره ۱، ۲۰۷-۱۸۷.

14. Abili, KH. & Mazari, A. & Khabare, K. (2016). Explaining Human Capital Deficiencies of Higher Education Staff Personnel in Tendency to

- Organizational Innovation. New Approach to Educational Management. (6) 1, pp.63-84.
15. Abstein, A. & Spieth, P. (2014). Exploring HRM metafeatures that foster employees' innovative work behaviour in times of increasing work-life conflict. *Creativity and innovation management*, 23 (2), pp. 211-225.
16. Abualoush, s. Obeidat, A. Tarhini, A. Masa'deh, R. Al-Badi, A. (2018). The role of employees empowerment as an intermediary variable between knowledge management and information systems on employees' performance, *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(4), pp.218-237.
17. Barão, A. Vasconcelos, J.B. Rocha, Á. & Pereira, R. (2017). A knowledge management approach to capture organizational learning networks. *International Journal of Information Management*, 37(6), pp.73.
18. Byukusenge, E. Munene, J. C. (2017). Knowledge management and business performance: Does innovation matter? *Cogent Business & Management*, 4: 1368434, <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1368434>.
19. Clegg, C. Unsworth, K. Epitropaki O. & Parker, G. (2002). Implicating trust in the innovation process, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75, pp.409-422.
20. Clegg, C. Unsworth, K. Epitropaki, O. & Parker, G. (2002). Implicating trust in the innovation process. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75(4), 409–422.

21. Cools, E. Van den Broeck, H. & Bouckennooghe, D. (2009). Cognitive styles and person–environment fit: Investigating the consequences of cognitive (mis) fit. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 18(2), pp.167–198.
22. Damanpour, F. & Schneider, M. (2006). Phases of the adoption of innovation in organizations: Effects of environment, organization and top managers. *British Journal of Management*, 17(3), pp.215–236.
23. De Jong, J. P. J. & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behavior. *Creativity and Innovation Management*, 19 (1), pp.23-36.
24. Ellonen, R. Blomqvist, K. & Puumalainen, K. (2008). The role of Trust in organizational innovativeness. *European Journal of Innovation Management*, 11(2), pp.160-181.
25. Engelen, A. Kaulfersch, A. & Schmidt, S. (2015). The contingent role of top management's social capital on the relationship between entrepreneurial orientation and performance. *Journal of Small Business Management*, Available at <http://onlinelibrary.wiley.com>.
26. Goh, S. K. & Sandhu, M. S. (2014). The influence of trust on knowledge donating and collecting: An examination of Malaysian Universities. *Journal of International Education Studies*, 7(2), pp.54-67.
27. Hales, S. (2001). Dimensions knowledge and its management. available at: www.insighting.co.uk.
28. Janssen, O. (2005). The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4), pp.573–579.

29. Janssen, O. Van de Vliert, E. & West, M. (2004). The bright and dark sides of individual and group innovation: A special issue introduction. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), pp.129–145.
30. Kaasa, A. Kaldaru, H. & Parts, E. (2007). Social capital and institutional quality as factors of innovation: Evidence from Europe. *Tartu University Press*, (292). pp. 44-56.
31. Kamasak, R. Bulutlar, F. (2010). The influence of knowledge sharing on innovation, *European Business Review*, 22(3). pp.306 – 317.
32. Kim, J. Y. Choi, D. S. Sung, C. S. & Park, J. K. (2018). The role of problem solving ability on innovative behavior and opportunity recognition in university students. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4 (4), pp.2-13.
33. Landry, R. Amara, N. & Lamari, M. (2002). Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent? *Technology Forecasting and Social Change*, 69, pp. 681-701.
34. Li, W. (2010). Virtual knowledge sharing in a cross-cultural context. *Journal of Knowledge Management*, 14(1), pp.38–50.
35. Molina-Morales, M. & Martínez-Fernández, M. T. (2010). Social networks: Effects of social capital on firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 48(2), pp.258–279.
36. Odim, M. (2014). Trust, the key and major prerequisite for the existence of an organization, *International Journal of Business Economics and Management Studies*. 1(3). Pp.2348-3016.

37. Peng, y.u. (2011). research on social capital and technological innovation, *Energy procedia*, 13, pp.10220-10224.
38. Petrou, A. & Daskalopoulou, I. (2013). Social capital and innovation in the services sector. *European Journal of Innovation Management*, 16(1), pp.50-69.
39. Rahmat Shazi, N.G. (2015). Trust as a predictor of innovation network ties in project teams. *International Journal of Project Management*, 33(1), pp.81-91.
40. Ramamoorthy, N. Patrick C. Flood, Slattery, T. & Sardesai, R. (2005). Determinants of innovative work behavior: Development and test of an integrated model. *Creativity and Innovation Management*, 14(2), pp. 142-150.
41. Ritala, P. Olander, H. Michailova, K. Husted, K. (2015). Knowledge sharing, knowledge leaking and relative innovation performance: An empirical study, *Technovation*. 35, pp. 22–31.
42. Robinson, R. B. (2010). Linkages between creativity and intention to quit: an occupational study of chefs. *Tour. Manag*, 31(6), Pp.765-776.
43. Robinson, R. B. (2010). Linkages between creativity and intention to quit: an occupational study of chefs. *Tour. Manag*, 31(6), pp.765-776.
44. Rooks, G. Szirmai, A. & Sserwanga, A. (2009). Social capital and innovative performance in developing countries: The case of Ugandan entrepreneurs. Paper prepared for the 7th Globelics conference on Inclusive Growth, Innovation and Technological Change-Dakar, Pp.1-34.

45. Ruppel, P.C. & Harrington, J.S. (2002). The relationship of communication, ethical work climate, and trust to commitment and innovation, *Journal of Business Ethics*, 25, pp.313-328.
46. Schulte, M. C. (2010). The Coevolution of Network Ties and Perceptions of Team Psychological Safety. *Organization Science*, 23(2), pp.1-18.
47. Sergio, E. V. Juan, A.M. L. Fernando, M. A. Gabriela, T. C. (2012). Authentic leadership and its effect on employees' organizational citizenship behaviours. *Psicothema*, 4(24), pp.561-566.
48. Shih, H. A. & Susanto, E. (2011). Is innovative behavior really good for the firm? Innovative work behavior, conflict with coworkers and turnover intention: moderating roles of perceived distributive fairness. *International Journal of Conflict Management*, 22(2), pp.111-130.
49. Thomas, K.W. & Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An "interpretive" model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15(4), pp.666-681.
50. Van der Vegt, G. S. & Janssen, O. (2003). Joint impact of interdependence and group diversity on innovation. *Journal of Management*, 29(5), pp.729-751.
51. Wang, S. & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Journal of Human Resource Review*, 20, pp.115-131.
52. Wang, Z. Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance, *Expert Systems with Applications*, 39. Pp.8899-8908.
53. Weel, B, Akçomak, I. S. (2008). Social Capital, Innovation and Growth: Evidence from Europe, *UNU-MERIT Working*, Pp.040.

54. Wu, C.M, C.R. Ay. & B.Y.H. Lien. (2009). The role of social capital and organizational learning in promoting innovation performance, *Int, J, Information Systems and Change Management*, 4 (2). Pp.171-186.
55. Zakaria, N. Amelinckx, A. & Wilemon, D. (2004). Working together apart? Building a knowledge-sharing culture for global virtual teams. *Creativity and Innovation Management*, 13(1), pp.15-29.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی