

## بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس

محمدحسین مسعودی\* ۱، مهدی اسماعیلی ۲، سعید منصوریان طبائی ۳،  
احمدرضا بیاتی ۴

۱ کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، معاونت مالی و اداری مدیریت شعب بانک سپه استان فارس

۲ دکتری مدیریت آموزشی، دانشگاه شیراز، مسئول برنامه ریزی مدیریت شعب بانک سپه استان فارس

۳ کارشناس ارشد اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، مدیر شعب بانک سپه استان فارس

۴ کارشناسی حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، مدیر امور نواحی بانک سپه

نویسنده مسئول: محمدحسین مسعودی [MHM6765@yahoo.com](mailto:MHM6765@yahoo.com)

### چکیده

در این تحقیق به بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس پرداخته شده است. تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان شعب بانک سپه استان فارس به تعداد ۱۱۸۲ نفر می باشند. حجم نمونه بر اساس جدول مورگان و با روش نمونه گیری خوشه ای ساده، ۲۷۵ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه های اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی می باشد که روایی و پایایی آنها با استفاده از روش تحلیل گویه و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده و مورد تأیید قرار گرفت. روش تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای، ضریب همبستگی پیرسون و مدل معادله ساختاری انجام شد. نتایج یافته ها نشان داد که میزان ابعاد اعتماد سازمانی اعم از اعتماد افقی، عمودی و نهادی از سطح مطلوب پایین تر 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 اعتماد سازمانی در شعب بانک های سپه استان فارس پیش بینی کننده مثبت و معنی دار نوآوری سازمانی در شعب مربوطه می باشد. بنابراین با افزایش اعتماد سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس میزان نوآوری سازمانی نیز افزایش می یابد.

**واژگان کلیدی:** اعتماد سازمانی، نوآوری سازمانی، نوآوری در تولید، نوآوری در فرایند، نوآوری

مدیریتی - اداری

## مقدمه

امروزه با توجه به محیط متلاطم و رقابتی، لازم است سازمان ها در مواجهه با شرایط محیطی متغیر بازار در رابطه با تقاضای بازار و درخواست مشتریان خود توانمند شوند و این امر تنها از طریق نوآوری امکان پذیر است. بنابراین در عصر حاضر نوآوری به عنوان مهم ترین مسأله برای سازمان ها مورد توجه قرار گرفته است. به عبارتی نوآوری، عاملی کلیدی برای رشد و بقای سازمان ها مد نظر قرار گرفته است (ترن، ۲۰۰۸). در واقع در شرایط رقابتی کنونی سازمان هایی 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، ۲۰۱۴). بنابراین می توان چنین نتیجه گرفت که مزیت رقابتی سازمان ها و شرکت ها، در گرو نوآوری آنها در ارائه محصولات و خدمات است. در واقع نوآوری سازمانی<sup>۲</sup> به عنوان پذیرش ایده ها و رفتارهای جدید توسط سازمان تعریف می شود (دامانپور، ۱۹۹۱). 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 اولاند، ۲۰۰۹). نوآوری می تواند به تولید یک کالای جدید یا خدمت نوین، تکنولوژی جدید و یا اقدامات اداری و مدیریتی جدید اطلاق گردد (نوگویرا و مارکوس، ۲۰۰۸).

با توجه به این که بانک ها در اقتصاد جهانی موقعیت قابل توجهی دارند و با ارائه خدمات مالی به توده عظیمی از مردم و تأمین مالی شرکت ها، موجب ایجاد اعتبار و نقدینگی در بازار می گردند، بنابراین نیاز به نوآوری در ارائه خدمات در آن ها بسیار مشهود است (تن، چیانگ و حمید، ۲۰۱۶). در حقیقت نوآوری در بخش های مختلف تجاری و خدماتی مانند بانک ها به طور فزاینده ای افزایش یافته است و شرکت ها تلاش می کنند تا در این محیط، مزایای رقابتی خود را حفظ نمایند. به این منظور نوآوری برای رقابت در حوزه های تجاری و خدمات بسیار حائز اهمیت است (وانگ و احمد، ۲۰۰۴). از طرفی در محیط جهانی صنعت بانکداری در عصر حاضر، نوآوری نقش مؤثر و معناداری در کسب مزیت رقابتی ایفا می کند (لیائو و همکاران، ۲۰۱۰؛ بایستد، ۲۰۱۳).

از سوی دیگر در عصر اقتصاد نوین، دانش عنصری حیاتی و تنها منبع برای کسب مزیت رقابتی سازمان محسوب می گردد. بدین شکل که سازمان ها از طریق دانش و قابلیت یادگیری نسبت به سایر رقبای خود پیشی می گیرند. اعتماد نیز به تبادل دانش بین افراد به ویژه در شرایط عدم اطمینان کمک می کند، به عبارتی تبادل دانش مبتنی بر وجود اعتماد است. از سوی دیگر اعتماد یکی از موضوعات مهم در رفتار و روابط انسانی است که احساس اعتماد کارکنان به مدیر، سازمان و سهامداران در زندگی سازمانی، رفتار سازمانی و روابط بین کارکنان و سازمان را تحت تأثیر قرار می دهد از جمله چالش های روزافزون و مواجهه در گروه ها فراهم آوردن چرخه مثبت اعتماد بین افراد درون گروه می باشد (ایردن و ایردن، ۲۰۰۹).

شاکلی - زالاباک، الیس و وینوگراد<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) در تعریف اعتماد سازمانی عنوان می کنند که اعتماد سازمانی، ادراکات فردی مثبتی است که افراد درباره محتوا و رفتارهای اعضای سازمان دارند و بر پایه نقش ها، ارتباطات، تجارب و وابستگی های سازمانی شکل می گیرد. از طرفی الونن، بلوم کویست، پلامونن<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) طی تحقیقی با عنوان نقش اعتماد سازمانی در نوآوری، اعتماد سازمانی را

- 
1. Tran
  2. Cumming & Brrian
  3. Organizational Innovation
  4. Damanpour
  5. Damanpour, Walker & Avellaneda
  6. Nogueira & Marques
  7. Tan, Cheong & Hamid
  8. Wang & Ahmed
  9. Liao et al
  1. Bysted 0
  1. Erden & Erden 1
  - 1 Shockley-Zalabak & Ellis 2 Winograd
  1. Honen, Bonqvist & Puuhialainen

به دو بخش اعتماد فردی<sup>۴</sup> (اعتماد میان افراد) و اعتماد غیر فردی<sup>۵</sup> (اعتماد نهادی) تقسیم نمودند. اعتماد فردی مبتنی بر تعاملات است و از طریق ارتباطات خاص ایجاد می‌گردد، این نوع اعتماد دو نوع اعتماد افقی (اعتماد میان کارکنان) و اعتماد عمودی (اعتماد میان مدیران و کارکنان) را دربرمی‌گیرد. چاسس و همکاران (۲۰۰۷) نیز به ابعاد اعتماد سازمانی شامل: درستکاری، تعهد و قابلیت اتکا به سازمان اشاره کرده‌اند. بعد درستکاری به اصول و ارزش‌های بین افراد اطلاق می‌گردد و در برگزیده عدالت، صداقت و راستگویی است. بعد تعهد به حس تعلق به سازمان اطلاق می‌شود. در نهایت بعد قابلیت اتکا نیز به میزان حمایت سازمان و اتکاپذیری آن توسط کارکنان اشاره دارد.

وجود اعتماد بین کارکنان موجب تسهیم بیشتر اطلاعات بین آنها شده و نهایتاً منجر به پیامدهای مطلوب سازمانی می‌گردد (یانگ، مون و راولی، ۲۰۰۹). به عبارتی اعتماد سازمانی از طریق خلق دانش نوین و به طور غیر مستقیم بر نوآوری مؤثر است (داروچ و مک ناتون، ۲۰۰۲). در همین راستا گوچاتی و همکاران (۲۰۱۲) معتقدند که لازم است بین کارکنان و رهبران و مدیران سازمان اعتماد متقابل وجود داشته باشد تا خطرات کاهش یابد. از طرفی اعتماد عاملی مهم در بروز نوآوری و خلاقیت در سازمان به شمار می‌آید (نارنگ لنو و لاکویندر، ۲۰۱۱). ونگ و همکاران (۲۰۱۰) نیز بر این باورند که اعتماد در محیط به عنوان محرکی برای فراهم آوردن جو نوآوری محسوب می‌گردد و از طریق ارتباط بین مسئولین و کارکنان توسعه می‌یابد. از سوی دیگر کیل و دی (۲۰۱۳) معتقدند که انصاف و برابری در سازمان موجب تقویت اعتماد کارکنان شده و بر عملکرد و رفتار نوآورانه کارکنان سازمان مؤثر است. در واقع یکی از عوامل مؤثر در بروز نوآوری در سازمان، اعتماد سازمانی است که باید مد نظر قرار گیرد. با توجه به موارد ذکر شده و مرور ادبیات مربوطه، در این تحقیق به بررسی نقش اعتماد سازمانی در نوآوری سازمانی شعب بانک سپه استان فارس پرداخته شده است.

## مبانی نظری و پیشینه

### اعتماد سازمانی

#### تعاریف و ابعاد آن

توجه به مفهوم اعتماد در مدیریت از دهه ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ شروع شده و در طول چند دهه گذشته از زوایا و رویکردهای مختلف مورد مطالعه قرار گرفته است. پژوهش‌های اولیه مربوط به اعتماد عمدتاً در حوزه‌های روانشناسی و جامعه‌شناسی انجام گرفته است و تحقیقات مدیریتی از اواسط دهه ۱۹۸۰ با تأکید بر روابط فردی بین خریدار و فروشنده آغاز شد. باوون و هولمس (۱۹۹۱) نیز اعتماد را داشتن انتظارات مثبت و مطمئن نسبت به انگیزه‌های دیگری با توجه به این که فرد اعتماد کننده خود را در موقعیتی از خطر قرار می‌دهد. بر این اساس می‌توان اعتماد را به عنوان سازه (شاکلی زالباک و همکاران، ۲۰۰۷) و حالتی روانی در نظر گرفت که شکل متفاوتی از اطمینان را ارائه می‌دهد (کالن، رو و گیلسون، ۲۰۰۶). به عبارتی اعتماد سازمانی انتظارات مثبتی که افراد بر پایه نقش‌های سازمانی، روابط، تجارب، و وابستگی متقابل درباره نیت و رفتارهای اعضای گوناگون سازمان دارند، تعریف می‌شود (دانابی فرد و همکاران، ۱۳۹۱). از طرفی چاسس و همکاران (۲۰۰۷) نیز به ابعاد اعتماد سازمانی شامل: درستکاری، تعهد و قابلیت اتکا به سازمان اشاره کرده‌اند. بعد درستکاری به اصول و ارزش‌های بین افراد اطلاق می‌گردد و در برگزیده عدالت، صداقت و راستگویی است. بعد تعهد به حس تعلق به سازمان اطلاق می‌شود. در نهایت بعد قابلیت اتکا نیز به میزان حمایت سازمان و اتکاپذیری آن توسط کارکنان اشاره دارد. الونن، بلوم کوئیست، پالامونن (۲۰۰۸) نیز اعتماد سازمانی را به دو بعد اعتماد

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 1 . Interpersonal Trust             | 4 |
| 1 . Impersonal Trust                | 5 |
| 1 . Boon & holmes                   | 6 |
| 1 . Shokley – zalbak et al          | 7 |
| 1 . Calnan, Rowe & Gilson           | 8 |
| 1 . Chathoth et al                  | 9 |
| 2 . Ellonen, Bmqvist & Puuhjalainen |   |

بین فردی و اعتماد نهادی تفکیک کردند. اعتماد بین فردی می‌تواند به دو بعد دیگر تفکیک شود: اعتماد افقی که به اعتماد بین کارکنان برمی‌گردد و اعتماد عمودی که به اعتماد بین کارکنان و مدیران شان اطلاق می‌شود. اعتماد نهادی می‌تواند به اعتماد اعضاء به استراتژی و چشم‌انداز سازمان، شایستگی تجاری و فناوری آن، ساختارها و فرایندهای منصفانه و سیاست‌های منابع انسانی سازمان اطلاق گردد.

## نوآوری سازمانی

### تعاریف و انواع آن

نخستین بار شومپتر (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. نوآوری سازمانی مستلزم تبدیل ایده‌ها به اشکال قابل استفاده سازمانی است و این ایده برای پیشبرد عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد (دامانپور، والکر و اولاند، ۲۰۰۹). نوآوری می‌تواند به تولید یک کالای جدید یا خدمت نوین، تکنولوژی جدید و یا اقدامات اداری و مدیریتی جدید اطلاق گردد (نوگویرا و مارکوس، ۲۰۰۸). در میان انواع متفاوت نوآوری می‌توان به نوآوری مدیریتی (اداری)، نوآوری در فرایند، نوآوری در تولید، نوآوری در تکنولوژی، نوآوری بنیادین<sup>۲۷</sup> و نوآوری افزایشی (تدریجی) اشاره نمود (دامانپور، ۱۹۹۴). نوآوری در تولید، توسعه محصولاتی جدید برای ایجاد ارزش و نیل به اهداف و نیازهای افراد و بازار معرفی شده است (دامانپور و گوپالاکریشان، ۲۰۰۲؛ اوچاسالو، ۲۰۰۸). از سوی دیگر نوآوری در فرایند وسیله‌ای برای حفاظت و بهبود کیفیت و صرفه جویی در هزینه‌ها است و شامل روش‌های جدید در تولید، توزیع و ارائه خدمات می‌باشد (خیمنز-خیمنز، سنز واله و هرناندز اسپالاردو، ۲۰۰۸). از سوی دیگر نوآوری مدیریتی و اداری از تغییرات در ساختار سازمانی و فرایند مدیریتی سیستم پاداش و سیستم اطلاعات ناشی می‌شود و شامل فعالیت‌های اصلی در سازمان است که مستقیماً وابسته به مدیریت می‌باشد (چو، ۲۰۰۳؛ دامانپور و ایوان، ۱۹۸۴).

### اعتماد سازمانی و پیامدهای آن

در بافتار سازمانی، اعتماد پیش‌بینی‌کننده نگرش و رفتار مثبت کارکنان مانند رفتار مشارکتی (هانسن و همکاران، ۲۰۱۲)، رفتار شهروندی سازمانی (یاکولوا، ریلی و ورکو، ۲۰۱۴)، تعهد سازمانی (چو و پارک، ۲۰۱۲) و وفاداری کارکنان به سازمان (چن و همکاران، ۲۰۱۲) است. بارکزک، لاسک و مولکی (۲۰۱۴) معتقدند که وجود جو اعتماد مهم‌ترین عامل در بروز خلاقیت و نوآوری در گروه است. چنانچه کارکنان در محیطی سرشار از اعتماد کار کنند رفتارهای نوآورانه آنها نیز تقویت می‌گردد (بارکزک،

|  |    |
|--|----|
| 2 . Schumpeter   | 1  |
| 2 . Damanpour, Walker & Avellaneda                     | 1  |
| 2 . Nogueira & Marques                                 | 3  |
| 2 . Administrative Innovation                          | 4  |
| 2 . Process Innovation                                 | 5  |
| 2 . Product Innovation                                 | 6  |
| 2 . Radical Innovation                                 | 7  |
| 2 . Incremental Innovation                             | 8  |
| 2 . Damanpour  | 9  |
| 3 . Damanpour & Gopalakrishnan                         | 10 |
| 3 . Ojasalo  | 1  |
| 3 . Jimenez-Jimenez, Sanz-valle & Hernandez-Espallardo | 2  |
| 3 . Chew   | 3  |
| 3 . Damanpour & Evan                                   | 4  |
| 3 . Hansen et al                                       | 5  |
| 3 . Yakovleva, Reilly & Werk                           | 6  |
| 3 . Cho & Park   | 7  |
| 3 . Chen et al   | 8  |
| 3 . Barczak, Lassk & Mulki                             | 9  |

لاسک و مولکی، ۲۰۱۰). تن و تن (۲۰۱۶) نیز معتقدند که اعتماد منجر به بروز رفتارهای نوآورانه کارکنان شده و محیطی را برای آنها فراهم می آورد که آزادی بیشتری داشته و در تصمیم گیری ها مشارکت نمایند.

در اینجا به برخی از تحقیقات در این رابطه اشاره شده است: یو و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی بین ۲۴۵ نفر از کارکنان ۶۳ شرکت در صنعت طراحی لباس در نینگبو و شانگهای در چین به این نتیجه دست یافتند که اعتماد سازمانی در رابطه بین کارمند و سازمان و رفتار نوآورانه نقش میانجی دارد. در واقع حمایت از کارکنان و تشویق آنها به طرح ایده های نوین خود منجر به تقویت اعتماد سازمانی شده و زمینه را برای بروز رفتارهای نوآورانه کارکنان فراهم می آورد. به عبارتی اعتماد سازمانی به عنوان پیشایندهی برای رفتار نوآورانه کارکنان سازمان محسوب می گردد. بنابراین لازم است مدیران محیطی مملو از اعتماد را برای کارکنان مهیا سازند تا از این طریق به افزایش نوآوری در سازمان کمک نمایند.

جیانگ و چن (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان تأثیر اعتماد سازمانی بر یادگیری و نوآوری سازمان و بین ۳۷۳ نفر از مسئولین و کارکنان پارک فناوری در ایالت فوجیان به وجود رابطه مثبت و معنادار بین اعتماد سازمانی و خلاقیت و نوآوری در سازمان پی بردند. به عبارتی هر چه اعتماد بین مدیران و کارکنان و کارکنان و همکاران بیشتر باشد، کارکنان عملکرد مطلوب تری داشته و خلاقیت و نوآوری در سازمان افزایش می یابد.

رشید (۲۰۱۶) در تحقیق خود بین ۳۹۹ نفر از مدیران میانی در صنعت نساجی در عراق به این نتیجه رسید که تمام ابعاد زیرساختی مدیریت دانش شامل اعتماد سازمانی، حمایت تکنولوژیکی و مشوق های انگیزشی بر نوآوری در تولید و فرایند تأثیری مستقیم دارند.

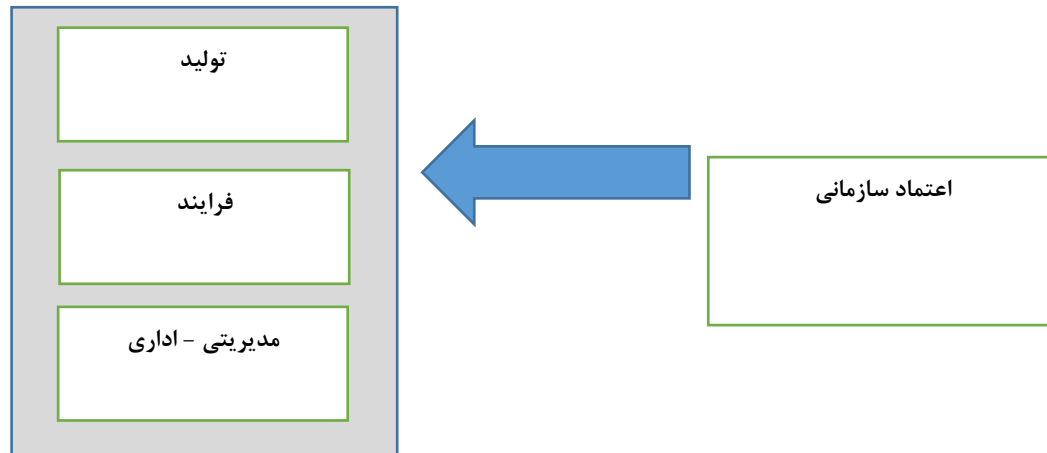
پوکیتی و نوولسکیت (۲۰۱۴) در تحقیقی بین ۷۵۷ نفر از کارکنان در یک سازمان دولتی در لیتوانی به این نتیجه دست یافتند که اعتماد سازمانی پیش بینی کننده رفتار نوآورانه کارکنان است. به عبارتی اعتماد عاطفی نقش معنادار بیشتری نسبت به اعتماد شناختی در پیش بینی نوآوری در تولید ایفا می کند. از طرفی اعتماد سازمانی و دو بعد آن در رابطه بین ارتباط رهبر و کارکنان و انواع مختلف نوآوری سازمانی نقش واسطه ای دارد. بریز، چاهر و بن یاهیا (۲۰۱۴) در تحقیق خود بین ۲۴۸ نفر از کارکنان بخش تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات در تونس متوجه شدند که توانمندسازی کارکنان بر اعتماد، نوآوری و عملکرد سازمانی مؤثر است. از طرفی به نقش واسطه ای اعتماد در رابطه بین توانمندسازی کارکنان و نوآوری و عملکرد سازمانی اشاره نمودند. رودریگز و ولوسو (۲۰۱۴) در تحقیقی بین ۲۵۳ نفر از کارکنان کارخانه نساجی در پرتغال متوجه شدند که میزان بالای اعتماد بین کارکنان و مدیران تأثیر مثبت و معناداری بر خلاقیت و نوآوری در سازمان مورد مطالعه دارد. الونن، بلوم کویست و پامالاینن (۲۰۰۸) در تحقیقی بین ۲۱۴ نفر از کارکنان صنعت کاغذسازی در فنلاند متوجه شدند که بین تمامی ابعاد اعتماد سازمانی و ابعاد نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. جمشیدی (۲۰۱۹) در تحقیقی بین ۲۳۱ نفر از کارکنان دانشگاه پیام نور در تهران متوجه شد که بین اعتماد سازمانی و تمام ابعاد آن با نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. باریمانی و خورشیدی (۲۰۱۹) در تحقیق خود در بین ۱۴۵ نفر از کارکنان شعب بانک کشاورزی در ساری به این نتیجه دست یافتند که بین اعتماد سازمانی شامل ابعاد افقی و عمودی و رضایت شغلی کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. لی و همکاران (۲۰۱۳) نیز معتقدند که اعتماد سازمانی عاملی مهم در تقویت همکاری و مشارکت در سازمان شده و در نهایت موجب رفتارهای نوآورانه کارکنان و پیامدهای عملکردی مطلوب در سازمان می گردد. سرانی و حیدرزادگان (۲۰۱۹) در تحقیقی بین ۷۱۴ نفر از کارکنان

|   |                          |   |
|---|--------------------------|---|
| 4 | .Tan & Tan               | 0 |
| 4 | .Yu et al                | 1 |
| 4 | .Jiang & Chen            | 2 |
| 4 | .Rashid                  | 3 |
| 4 | .Pucetaite & Novelskaite | 4 |
| 4 | .Berraies,Chaher & Yahia | 5 |
| 4 | .Rodrigues & Veloso      | 6 |

دانشگاه آزاد اسلامی در زاهدان متوجه شدند که یادگیری سازمانی و اعتماد سازمانی پیش بینی کننده نوآوری سازمانی است. فاضل و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان نقش اعتماد در نوآوری سازمانی در بین ۱۶۴ نفر از کارمندان یکی از خصوصی در شیراز به این نتیجه دست یافتند که جنبه غیر شخصی اعتماد یعنی اعتماد نهادی بیشترین تأثیر را در ایجاد نوآوری سازمانی در بخش خدمات دارد. قلی پور و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیقی بین ۲۱۰ نفر از کارکنان شرکت نفت تهران متوجه نقش مهم اعتماد سازمانی در نوآوری سازمانی شدند. در واقع اعتماد سازمانی می تواند منجر به نوآوری در روش ها، رویکردهای مدیریتی نوین و تکنولوژی جدید گردد و در نهایت بر فرایندهای مدیریتی و تولید سازمان مؤثر باشد.

### اهداف و مدل تحقیق

۱. شناسایی میزان اعتماد سازمانی کارکنان شعب بانک سپه استان فارس
۲. شناسایی میزان نوآوری سازمانی شعب بانک سپه استان فارس
۳. بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و ابعاد نوآوری سازمانی شعب بانک سپه استان فارس
۴. شناسایی توان اعتماد سازمانی کارکنان در پیش بینی نوآوری سازمانی شعب بانک سپه استان فارس



نمودار شماره ۱: مدل مفهومی تحقیق (محقق)

### روش تحقیق

با توجه به این که پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین حمایت سازمانی و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس می پردازد، از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ روش، توصیفی از نوع همبستگی می باشد. در این پژوهش اعتماد سازمانی به عنوان متغیر پیش بین و نوآوری سازمانی به عنوان متغیر ملاک می باشد. به منظور تهیه و تدوین مبانی نظری و سوابق پژوهش های انجام شده از روش کتابخانه ای و به منظور جمع آوری اطلاعات جهت پاسخگویی به سؤالات پژوهش، پس از اخذ مجوز از مسئولین و تعیین حجم نمونه، پرسشنامه ها 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، پرسشنامه ها و ابعاد آنها توضیحاتی به کارکنان ارائه گردید. با استفاده از نرم افزار SPSS16، به منظور پاسخگویی به سوال های ۱ و ۲ آزمون تی تک نمونه ای و جهت پاسخ به سوال ۳ از روش ماتریس ضریب همبستگی پیرسون و جهت پاسخ به سوال ۴ از مدل معادله ساختاری اعتماد سازمانی 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 می باشند که با روش نمونه گیری خوشه ای ساده، بدین صورت که با توجه به حجم گسترده ای جامعه شعب بانک سپه در سراسر استان فارس، ۳۰٪ شعب از مناطق مختلف شهر انتخاب شدند و از کلیه کارکنان شعب انتخابی اطلاعات جمع آوری گردید، حجم نمونه ۲۷۵ نفر تعیین شد.

## جدول شماره ۱: تعداد شعب بانک 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 |

## روایی و پایایی پرسشنامه ها

پرسشنامه اعتماد سازمانی (الونن و همکاران، ۲۰۰۸): هدف این پرسشنامه بررسی ابعاد افقی، عمودی و نهادی اعتماد سازمانی است و شامل ۴۹ گویه می‌باشد. پاسخ‌ها در این پرسشنامه بر اساس مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت (۱-خیلی کم، ۲-کم، ۳-تا حدودی، ۴-زیاد، ۵-خیلی زیاد) می‌باشد. اعتماد افقی شامل گویه‌های ۱ تا ۱۵؛ اعتماد عمودی شامل گویه‌های ۱۶ تا ۳۱ و اعتماد نهادی شامل گویه‌های ۳۲ تا ۴۷ می‌باشد. میرزایی در سال ۱۳۸۸ در تحقیق خود، تحت عنوان رابطه‌ی بین اعتماد سازمانی و نوآوری شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران روایی و پایایی ابزار را ۰/۹۰ گزارش می‌دهد. شیرازی، داور دیان و نعیمی در بررسی تأثیر اعتماد سازمانی بر بروز رفتار شهروندی در مطالعه موردی شرکت گاز استان خراسان شمالی در سال ۱۳۹۱، پس از استفاده از این ابزار آلفای کرونباخ این ابزار را ۰/۹۳ گزارش می‌دهند. این ضرایب نشان‌دهنده پایایی بالای پرسشنامه موردنظر می‌باشد. علاوه بر این، روایی و پایایی پرسشنامه موردنظر، مجدداً محاسبه انجام گرفت. به‌منظور سنجش پایایی هر یک از ابعاد این پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده که هر یک از ابعاد از پایایی بالایی برخوردار بودند. به‌منظور سنجش روایی محتوایی این مقیاس نیز از روش تحلیل گویه "ضریب همبستگی سؤال‌های مقیاس با نمره کل مقیاس" استفاده گردید. محاسبه روایی نشان داد که هر یک از ابعاد این مقیاس از روایی بالایی برخوردار می‌باشند. لازم به ذکر است پس از انجام تحلیل گویه، گویه شماره ۱ به دلیل عدم معناداری از پرسشنامه حذف گردید.

## جدول شماره ۳: ضریب پایایی مقیاس اعتماد سازمانی به تفکیک ابعاد

| ابعاد        | آلفای کرونباخ |
|--------------|---------------|
| اعتماد افقی  | ۰/۸۸          |
| اعتماد عمودی | ۰/۸۳          |
| اعتماد نهادی | ۰/۹۳          |

## جدول شماره ۴: ضریب روایی مقیاس اعتماد سازمانی به تفکیک ابعاد

| ابعاد        | طیف ضرائب همبستگی | سطح معناداری |
|--------------|-------------------|--------------|
| اعتماد افقی  | ۰/۴۷-۰/۷۷         | ۰/۰۰۱-۰/۰۳   |
| اعتماد عمودی | ۰/۳۹-۰/۸۳         | ۰/۰۰۱-۰/۰۰۱  |
| اعتماد نهادی | ۰/۳۸-۰/۸۲         | ۰/۰۰۱-۰/۰۵   |

پرسشنامه نوآوری سازمانی (خیمنز-خیمنز، سنز واله و هرناوند 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                | ۰/۸۹-۰/۹۰         |
|                      | ۰/۰۰۰۱            |
| فرایند               | ۰/۸۷-۰/۹۱         |
|                      | ۰/۰۰۰۱            |
| مدیریتی و اداری      | ۰/۹۲-۰/۹۵         |
|                      | ۰/۰۰۰۱            |

#### یافته ها

#### ۱-اعتماد سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس به چه میزان است؟

#### جدول شماره ۶: مقایسه میانگین اعتماد سازمانی با میانگین معیار و حد مطلوب

| ابعاد اعتماد سازمانی | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد | میانگین معیار | مقدار t | درجه آزادی | سطح معنی داری | میانگین معیار | مقدار t | درجه آزادی | سطح معنی داری |
|----------------------|-------|---------|------------------|---------------|---------|------------|---------------|---------------|---------|------------|---------------|
| اعتماد افقی          | ۲۷۵   | ۲/۷۹    | ۰/۳۹             | ۳             | -۸/۶۷   | ۲۷۴        | ۰/۰۰۱         | ۴             | -۵۰/۵۰  | ۲۷۴        | ۰/۰۰۱         |
| اعتماد عمودی         | ۲۷۵   | ۳/۰۵    | ۰/۴۵             | ۳             | ۲/۰۳    | ۲۷۴        | ۰/۰۴          | ۴             | -۳۴/۵۳  | ۲۷۴        | ۰/۰۰۱         |
| اعتماد نهادی         | ۲۷۵   | ۳/۵۰    | ۲                | ۳             | ۴/۲۱    | ۲۷۴        | ۰/۰۰۱         | ۴             | -۴/۰۶   | ۲۷۴        | ۰/۰۰۱         |

- بر اساس جدول فوق میانگین بعد اعتماد افقی از اعتماد سازمانی با میانگین (۲/۷۹) از میانگین معیار (۳) پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۸/۶۷) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۱ وجود دارد، بنابراین از نظر بعد اعتماد افقی شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد اعتماد افقی (۲/۷۹) از میانگین معیار (۳) نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۵۰/۵۰) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد اعتماد افقی و حد مطلوب ۴ در سطح ۰/۰۱ وجود دارد، بنابراین میزان بعد اعتماد افقی شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

- میانگین بعد اعتماد عمودی (۳/۰۵) از میانگین معیار (۳) بالاتر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (۲/۰۳) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۴ وجود ندارد، بنابراین از نظر بعد اعتماد عمودی شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد اعتماد عمودی (۳/۰۵) از میانگین معیار (۳) نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۳۴/۵۳) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد اعتماد



عمودی و حد مطلوب ۴در سطح ۰/۱۰۰ وجود دارد، بنابراین میزان بعد اعتماد عمودی شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

- میانگین بعد اعتماد نهادی (۳/۵۰) از میانگین معیار (۳) بالاتر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (۴/۲۱) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۰۱ وجود دارد، بنابراین از نظر بعد اعتماد نهادی شعب بانک های سپه استان فارس بالاتر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد اعتماد نهادی (۳/۵۰) از میانگین معیار (۴) نیز پایین تر بوده و بر اساس مقدار t بدست آمده (۴/۰۶-) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد اعتماد نهادی و حد مطلوب ۴ در سطح ۰/۱۰۰ وجود دارد، بنابراین میزان بعد اعتماد نهادی شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

## ۲- نوآوری سازمانی در شعب بانک 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                | ۲۷۵   | ۲/۹۲    | ۰/۶۰             | ۳             | -۱/۹۳   | ۲۷۴        | ۰/۰۵          | ۴             | -۲۹/۳۸  | ۲۷۴        | ۰/۰۰۱         |
| فرایند               | ۲۷۵   | ۲/۸۹    | ۰/۷۰             | ۳             | -۲/۳۸   | ۲۷۴        | ۰/۰۱          | ۴             | -۲۶/۰۲  | ۲۷۴        | ۰/۰۰۱         |
| مدیریتی-اداری        | ۲۷۵   | ۲/۹۰    | ۰/۶۳             | ۳             | -۲/۴۷   | ۲۷۴        | ۰/۰۱          | ۴             | -۲۸/۶۲  | ۲۷۴        | ۰/۰۰۱         |

- بر اساس جدول فوق میانگین بعد تولید از نوآوری سازمانی با میانگین (۲/۹۲) از میانگین معیار (۳) پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۱/۹۳) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۵ 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 (۲/۹۲) از میانگین معیار (۴) نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۲۹/۳۸) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد تولید و میانگین معیار ۴ در سطح ۰/۰۰۱ وجود دارد، بنابراین میزان بعد تولید شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

- میانگین بعد فرایند (۲/۸۹) از میانگین معیار (۳) پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۲/۳۸) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۱ 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 (۲/۸۹) از میانگین معیار (۴) نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۲۶/۰۲) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد فرایند و حد مطلوب ۴در سطح ۰/۰۰۱ وجود دارد، بنابراین میزان بعد فرایند شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

- میانگین بعد مدیریتی-اداری (۲/۹۰) از میانگین معیار (۳) پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۲/۴۷) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین دو میانگین در سطح ۰/۰۱ وجود ندارد، بنابراین از نظر بعد مدیریتی-اداری شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد معیار میانگین عمل کردند. همچنین میانگین بعد مدیریتی-اداری (۲/۹۰) از میانگین معیار (۴) نیز پایین تر بوده و براساس مقدار t بدست آمده (-۲۸/۶۲) در درجه آزادی ۲۷۴ تفاوت معنی داری بین میانگین بعد مدیریتی-اداری و حد مطلوب ۴در سطح ۰/۰۰۱ وجود دارد، بنابراین میزان بعد مدیریتی-اداری شعب بانک های سپه استان فارس پایین تر از حد مطلوب می باشد.

## ۳- آیا رابطه معنی داری بین ابعاد اعتماد سازمانی و ابعاد نوآوری سازمانی وجود دارد؟

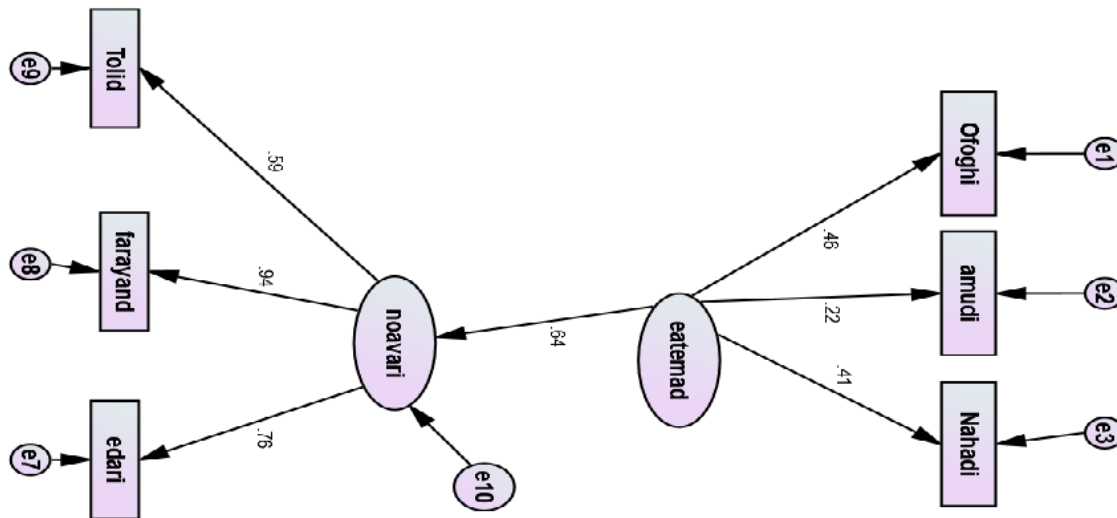
جدول شماره ۸: ماتریس همبستگی ابعاد اعتماد سازمانی و ابعاد نوآوری سازمانی

| متغیر         | افقی    | عمودی  | نهادی  | تولید  | فرایند | مدیریتی-اداری |
|---------------|---------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| افقی          | ۱       |        |        |        |        |               |
| عمودی         | -۰/۱۰   | ۱      |        |        |        |               |
| نهادی         | ۰/۱۷**  | ۰/۲۶** | ۱      |        |        |               |
| تولید         | -۰/۱۶** | ۰/۱۷** | -۰/۰۷  | ۱      |        |               |
| فرایند        | ۰/۳۴**  | ۰/۹۷   | ۰/۲۰** | ۰/۵۵** | ۱      |               |
| مدیریتی-اداری | ۰/۳۱**  | ۰/۰۶   | ۰/۱۹** | ۰/۴۷** | ۱      | ۱             |

همانگونه که در جدول شماره ۸ مشاهده می‌گردد نتایج نشان داد که:

- بعد افقی از متغیر اعتماد سازمانی با بعد نهادی از متغیر اعتماد سازمانی و بعد فرایند از متغیر نوآوری سازمانی رابطه منفی و معنی دار و با بعد تولید و مدیریتی-اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه منفی و معنی داری را نشان می‌دهد.
- بعد عمودی از متغیر اعتماد سازمانی با بعد نهادی از متغیر اعتماد سازمانی و بعد تولید از متغیر نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی دار داشته و با بعد فرایند و مدیریتی-اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای نشان داده نشده است.
- بعد نهادی از متغیر اعتماد سازمانی با بعد فرایند و مدیریتی-اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای مثبت و معنی دار نشان داده و با بعد تولید از متغیر نوآوری سازمانی رابطه معنی داری ندارد.

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



noavari= نوآوری edari= مدیریتی-اداری farayand= فرایند toolid= تولید Etemad = اعتماد سازمانی Ofoghi= افقی amudi= عمودی Nahadi= نهادی

نمودار شماره ۲: مدل معادله ساختاری اعتماد و نوآوری سازمانی در شعب سپه استان فارس

بر اساس نمودار شماره ۲ مشاهده می شود اعتماد سازمانی در شعب بانک های سپه استان فارس پیش بینی کننده مثبت و معنی دار ( $p < 0/05$  و  $f_s = 0/64$ ) نوآوری سازمانی در شعب بانک های سپه استان فارس می باشد. بنابراین با افزایش اعتماد سازمانی در شعب بانک های سپه استان فارس میزان نوآوری سازمانی نیز افزایش می یابد.

### بحث و نتیجه گیری

این تحقیق با هدف بررسی رابطه بین اعتماد سازمانی و نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس انجام گرفت. با توجه به نتایج حاصل از فرضیه اول تحقیق مبنی بر این که میزان اعتماد سازمانی اعم از اعتماد افقی، عمودی و نهادی از سطح مطلوب پایین تر بوده است، لذا لازم است مدیران شعب بانک سپه استان فارس در این رابطه با کارکنان شعب منصفانه تر برخورد نمایند، سیاست های دقیقی برای راهنمایی آنها وضع کرده و روابط صمیمانه و باز را بین کارکنان بانک مورد تشویق قرار دهند. همچنین کارکنان نیز به مدیران شعب مبنی بر تحقق وعده هایشان اطمینان حاصل کرده و جوی مملو از اعتماد بین کارکنان با یکدیگر و با مدیران و معاونین شعب حاکم گردد. چراکه اعتماد در بین کارکنان و مدیران و مسئولین در بانک ها موجب برقراری ارتباط بین آنها شده و این موضوع بر تصمیم گیری های مربوط به مواجهه با بحران در بانک ها کمک می کند (بلبل، ۲۰۱۲). به عبارتی اعتماد و همکاری مترادف یکدیگرند و منجر به افزایش رضایت شغلی، تعهد سازمانی و اثربخشی سازمانی می گردند (دیرکس و فرین، ۲۰۰۲). نتیجه پژوهش حاضر با نتیجه پژوهش الون، بلوم کویست و پامالاین (۲۰۰۸)، همسو می باشد.

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 تحقیق حاضر با نتیجه تحقیق رشید (۲۰۱۶)، همسو می باشد. سازمان ها با نوآوری بیشتر در پاسخ به محیط های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت های جدیدی که به آنها اجازه دهد که به عملکرد بهتری برسند موفق خواهند بود. ضرورت وجود خلاقیت و نوآوری در سازمان ها تا حدی رسیده است که برخی منابع نبود آن را با نابودی سازمان در دراز مدت یکی دانسته اند. سازمانی که خلاقیت و نوآوری نداشته باشد نمی تواند بقا یابد و در طول زمان از صحنه محو می شود. از این رو سازمان ها پیوسته در جستجوی راه هایی هستند تا خلاقیت و نوآوری را تقویت نموده و موانع آن را در سازمان برطرف نمایند. زیرا افزایش خلاقیت در سازمان ها می تواند به ارتقاء کمیت و کیفیت خدمات، کاهش هزینه ها، جلوگیری از اتلاف منابع، افزایش رقابت، افزایش کارایی و بهره وری، ایجاد انگیزش و رضایت شغلی منجر شود (پرهیزگار و همکاران، ۱۳۹۲). از آنجا که نتیجه تحقیق بیانگر سطح نامطلوب میزان نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس است، لذا لازم است مدیران شعب مربوطه با مد نظر قرار دادن ابعاد نوآوری، در جهت ارائه خدمات نوین و پاسخگویی سریع به مشتریان خود، ایجاد تغییر در فرایندها و پیشگامی در ارائه خدمات جدید تلاش نمایند. از طرفی لازم است در معرفی و به کارگیری روش های جدید مدیریت پیشرو بوده و از تکنولوژی های نوین استفاده کنند.

نتیجه فرضیه سوم تحقیق نیز نشان دهنده این بود که بعد افقی از متغیر اعتماد سازمانی با بعد فرایند از متغیر نوآوری سازمانی رابطه منفی و معنی دار و با بعد تولید و مدیریتی-اداری رابطه منفی و معنی داری را نشان می دهد. بعد عمودی از متغیر اعتماد سازمانی با بعد تولید از متغیر نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معنی دار داشته و با بعد فرایند و مدیریتی-اداری رابطه ای نشان داده نشده است. در آخر بعد نهادی از متغیر اعتماد سازمانی با بعد فرایند و مدیریتی-اداری از متغیر نوآوری سازمانی رابطه ای مثبت و معنی دار نشان داده و با بعد تولید رابطه معنی داری ندارد. و در نهایت نتایج فرضیه چهارم تحقیق حاکی از این بود که اعتماد سازمانی در شعب بانک های سپه استان فارس پیش بینی کننده مثبت و معنی دار نوآوری سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس می باشد. بنابراین با افزایش اعتماد سازمانی در شعب بانک سپه استان فارس میزان نوآوری سازمانی نیز افزایش می یابد. راپل و هرینگتون (۲۰۰۰) و الون و همکاران (۲۰۰۸) به رابطه بین اعتماد و نوآوری اشاره کردند. آنها معتقدند که اعتماد بین همکاران و اعتماد بین کارکنان و مدیران تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت نوآوری سازمان دارد. از آنجا که وجود اعتماد در سازمان منجر به ریسک پذیری کارکنان شده و نوآوری را در سازمان تقویت می نماید بنابراین فراهم نمودن جو اعتماد در سازمان امری

حائز اهمیت است. نتیجه تحقیق حاضر با نتیجه تحقیق یو و همکاران (۲۰۱۸)، جیانگ و چن (۲۰۱۶)، پوکیتی و نولسکیت (۲۰۱۴)، رودریگز و ولوسو (۲۰۱۳)، الون، بلوم کویست و پامالینن (۲۰۰۸)، جمشیدی (۲۰۱۹)، سرانی و حیدرزادگان (۲۰۱۹)، فاضل و همکاران (۱۳۹۰)، و قلی پور و همکاران (۲۰۱۰)، همسو و با نتیجه تحقیق باریمانی و خورشیدی (۲۰۱۹)، لی و همکاران (۲۰۱۳)، همراستا می باشد. بنابر نتایج تحقیق پیشنهاد می شود مدیران شعب بانک سپه استان فارس زمینه را برای تقویت اعتماد بین کارکنان و مدیران شعب فراهم آورند. بنابراین باید به توانایی های کارکنان اعتماد شده، روابط باز و آزادانه بین کارکنان مورد تشویق قرار گیرد و با کارکنان عادلانه رفتار شود تا از این طریق شرایط برای تقویت نوآوری در شعب مذکور مهیا گردد. در واقع ضروری است در شعب بانک مورد مطالعه جوی سرشار از اعتماد حاکم گردد تا کارکنان شعب راحت تر با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و همکاری و مشارکت بین آنها افزایش یابد. به عبارتی تقویت مشارکت و همکاری در بین کارکنان شعب منجر به بروز رفتارهای نوآورانه آنها می گردد و در نهایت این امر موجب بهبود عملکرد شعب مورد مطالعه می شود.

### منابع

۱. دانایی فرد، حسن؛ خائف الهی، احمد؛ و حسینی، سید مجتبی (۱۳۹۰). تأملی بر ارتقای تسهیم دانش در پرتو رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه وزارتخانه مسکن و شهرسازی و وزارتخانه راه و ترابری. پژوهش‌های مدیریت عمومی. ۶۳-۸۴.
۲. فاضل، امیر؛ کمالیان، امین رضا؛ خجسته، غلامرضا؛ فاضل، علی. (۱۳۹۰). نقش اعتماد در نوآوری سازمانی: پژوهشی در یک سازمان ایرانی بخش خدمات. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه. ۷۷، ۸۹-۷۱.
3. Barczak, G.; Lassk, F.; Mulki, J. Antecedents of team creativity: An examination of team emotional intelligence, team trust and collaborative culture. *Creat. Innov. Manag.* 2010, 19, 332-345.
4. Barimani, A., & Salimi Khorshidi, A. (2018). The Relationship between Organizational Trust and Job Satisfaction in Employees of the Agricultural Bank Branches. *Journal of Industrial Strategic Management*, 3(2), 25-36.
5. Berraies, S., Chaher, M., & Yahia, K. B. (2014). Employee empowerment and its importance for trust, innovation and organizational performance. *Business Management and Strategy*, 5(2), 82-103.
6. Boon, S. D., & Holmes, J. G. (1991). The dynamics of interpersonal trust: Resolving uncertainty in the face of risk. *Cooperation and Prosocial Behavior; Cambridge University Press: New York, NY, USA*, 190.
7. Bülbül, D. (2013). Determinants of trust in banking networks. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 85, 236-248.
8. Bysted, R. (2013). Innovative employee behaviour. *Eur J Innov Manag*, 16(3):268-284.
9. Calnan, M., Rowe, R., & Gilson, L. (2006). Trust in health care: theoretical perspectives and research needs. *Journal of health organization and management*. 20(5), 359-375.
10. Chathoth, P. K., Mak, B., Jauhari, V., & Manaktola, K. (2007). Employees' perceptions of organizational trust and service climate: A structural model combining their effects on employee satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 338-357.
11. Chathoth, P., Mak, B., Sim, J., Jauhari, V., & Manaktola, K. (2007). Employees' Perceptions of Organizational Trust and Service Climate: A Structural Model Combining Their Effects On Employee Satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 31(3):338-357.
12. Chen, X.P.; Eberly, M.B.; Chiang, T.J.; Farh, J.L.; Cheng, B.S. Affective trust in Chinese leaders: Linking
13. 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.
- 14.Cho, Y.J.; Park, H. Exploring the relationships among trust, employee satisfaction, and organizational commitment. *Public Manag. Rev.* 2011, 13, 551–573.
  - 15.Cumming, & Brian, S. (2014). „Innovation Overview and Future Challenges“. *European Journal of Innovation Management*, 1(2), 21-29.
  - 16.Damanpour, F., & Evan, W. M. (1984). Organizational Innovation and Performance: The Problem of Organizational Lag. *Administrative Science Quarterly*, 29(3), 392-409.
  - 17.Damanpour, F., Walker, R. M., & Avellaneda, C. N. (2009). Combinative effects of innovation types and organizational performance: A longitudinal study of service organizations. *Journal of management studies*, 46(4), 650-675.
  - 18.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.
  - 19.Damanpour,F.(1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *The Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
  - Damanpour,F.(1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *The Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
  - 20.Damanpour,F., & Gopalakrishan,S.(2001).The dynamics of the adoption of product and process innovation in organizations. *Journal of management studies*, 38(1), 45-65.
  - 21.Darroch, J. and McNaughton, R, Examining the Link between Knowledge Management Practices and Types Of Innovation. *Journal of Intellectual Capital*,3 (3), 2002, 210-222.
  - 22.Ellonen, R., Blomqvist, K.& Puumalainen, K. (2008). The role of trust in organizational innovativeness. *European Journal of Innovation Management*, (2)11,160-181.
  - 23.Ellonen, R., Blomqvist, K., & Puumalainen, K. (2008). The role of trust in organisational innovativeness. *European Journal of Innovation Management*.11(2).160-181.
  - 24.Erden,a & erden.h(2009). Predicting organizational trust level of school managers and teachers at elementary rocedia. *Social and Behavioral Sciences*, 2180–2190.
  - 25.Golipour, R., Gholamreza, J., Mirzaei, M. A., & Rosh, T. (2011). The impact of organizational trust on innovativeness at the Tehran oil refinery company. *African Journal of Business Management*, 5(7), 2660-2667.
  - 26.Golisyvanani, H., & Sedaghat, P. (2015). On the Relationship between organizational trust and change and the mediating role of the commitment to change in Sanandaj Insurance Companies. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6 S6), 252.
  - 27.Guchait, P., Kim, M. G., & Namasivayam, K. (2012). Error management at different organizational levels-frontline, manager, and company. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 12-22.
  - 28.Hansen, S.D.; Dunford, B.B.; Boss, A.D.; Boss, R.W.; Angermeier, I.(2011). Corporate social responsibility and the benefits of employee trust: A cross-disciplinary perspective. *J. Bus. Ethics* 102, 29–45.
  - 29.Jamshidi, A. (2019). Relationship between Organizational Trust and Organizational Innovation: Case Srudy of the Payam Nour University.
  - 30.Jiang, Y., & Chen, W. K. (2017). Effects of Organizational Trust on Organizational Learning and Creativity. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(6), 2057-2068.

31. 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.
32. Kale, S. H., & De, S. (2013). A diagnosis of inherent problems in enhancing service quality through internal marketing and organizational identification in Macau and Singapore casinos. *Unlv Gaming Research & Review Journal*, 17, 31-42.
33. Lee, C. K., Song, H. J., Lee, H. M., Lee, S., & Bernhard, B. J. (2013). The impact of CSR on casino employees' organizational trust, job satisfaction, and customer orientation: An empirical examination of responsible gambling strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 406-415.
34. Liao SH, Wu CC, Hu DC, Tsui KA (2010) Relationships between knowledge acquisition, absorptive capacity and innovation capability: an empirical study on Taiwan's financial and manufacturing industries. *J Inf Sci*36(1):19-35.
35. Narang, L., & Lakhwinder, S. (2011). Human resource practice and organizational trust, An empirical study. *Paradigm*, 15(1/2), 66-71.
36. Nogueira, F., & Marques, C. S. (2008). Organizational innovation: Research into the information/training paths of decision-makers within Hospitals. *Portuguese Journal of Management Studies*, 13(2), 237-254.
37. Ojasalo, J. (2008). Management of innovation networks: a case study of different approaches. *European Journal of Innovation Management*. 11(1):51-86.
38. Pucetaite, R., & Novelskaite, A. (2014). The mediating effect of organizational trust in the relationship between leader member exchange and organizational innovativeness. *Economics and Management*, 19(2), 192-201.
39. Rashid, A. G. Knowledge Management Infrastructure and Product and Process Innovation: The Role of Trust, Technological Support, and Employee Incentives. *International Journal of Business and Management Invention*. 5(10), 91-100.
40. Robbins, Stephen P., & Judge, Timothy A. (2013). *Organizational Behavior* (15th ed.). Pearson Education Limited, England.
41. Rodrigues, A. F. C., & Veloso, A. L. D. O. M. (2013). Organizational trust, risk and creativity. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios-RBGN*, 15(49), 545-561.
42. Sarani, A., & Heidarzadegan, A. The Relationship between Organizational Trust with Organizational Innovation, Organizational Learning, and Organizational Entrepreneurship.
43. 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.
44. Shockley-Zalabak, P., Ellis, K., & Winograd, G. (2000). "Organizational trust: What it means, why it matters". *Organizational Development Journal*, Vol.18 No.4, pp. 35 - 49.
45. Tan HH, Tan CSF (2000) "Toward the Differentiation of Trust in Supervisor and Trust in Organization". *Genetic Soc. Gen. Psychol. Monogr.*, 126(2): 241-260.
46. Tan, L.H., Cheong, CH., & Hamid.S.R. (2016). Service innovation in Malaysian banking industry towards sustainable competitive advantage through environmentally and socially practices. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 52-59.
47. Tran, T. (2008). A conceptual model of learning culture and innovation schema. *International Business Journal*, 18(3), 287-299.

48. Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European journal of innovation management*.1-16.
49. Weng, Q., McElroy, J. C., Morrow, P. C., & Liu, R. (2010). The relationship between career growth and organizational commitment. *Journal of vocational behavior*, 77(3), 391-400.
50. Yakovleva, M.; Reilly, R.R.; Werko, R. Why do we trust? Moving beyond individual to dyadic perceptions. *J. Appl. Psychol.* 2012, 95, 79.
51. Yang, H. D., Moon, Y. J., & Rowley, C. (2009). Social influence on knowledge worker's adoption of innovative information technology. *Journal of Computer Information Systems*, 50(1), 25-36.
52. Yu, M. C., Mai, Q., Tsai, S. B., & Dai, Y. (2018). An empirical study on the organizational trust, employee-organization relationship and innovative behavior from the integrated perspective of social exchange and organizational sustainability. *Sustainability*, 10(3), 864.