

تأثیر هوش-تجاری بر کسب مزیت-رقابتی با توجه به نقش میانجی اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: شعبات بانک کشاورزی استان گیلان)

مرتضی فرزام*, 232,

1396-11-11

مسئله: امروزه با افزایش زمینه رقابت در سیستم بانکداری ایران، بانک‌ها به روش‌های مختلف برای حفظ و افزایش سهم بازار خود تکاپو می‌کنند. در این خصوص، بانک‌ها با توجه به مزیت‌های رقابتی خود می‌توانند تا حد زیادی موجبات موفقیت خود را در رقابت با سایر رقبا تضمین کنند. از این‌رو، شناسایی عواملی که باعث ایجاد مزیت رقابتی می‌گردند بسیار با اهمیت است. هدف این تحقیق بررسی تأثیر هوش-تجاری بر کسب مزیت-رقابتی با توجه به نقش میانجی اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری سازمانی بوده است. متدولوژی: تحقیق از لحاظ هدف، از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود. با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها، این تحقیق از جمله پژوهش‌های توصیفی و از نوع علی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر، کلیه شعب بانک کشاورزی در استان گیلان است. بر طبق آمار منتشر شده در سایت <http://Branches/BankUnits/ir.bki.www/> در زمینه شعب بانک کشاورزی، استان گیلان دارای 64 شعبه است. با توجه به این که جامعه آماری ما سازمانی است برای انجام تحلیل‌های مربوط، به روش سرشماری در هر شعبه 2 پرسشنامه بین مدیر و معاون شعبه توزیع شد و از پرسشنامه‌های توزیع شده در هر شعبه میانگین گرفته شد و در نهایت 64 پرسشنامه به دست آمد و مورد تحلیل قرار گرفته است. پرسشنامه تحقیق شامل 47 سؤال بسته بوده که متغیرهای تحقیق را مورد اندازه‌گیری قرار داده است. سؤالات از طریق طیف لیکرت 5 گزینه‌ای موردسنجش قرار گرفتند. یافته‌ها: روایی به سه روش روایی محتوا، روایی همگرا به روش فورنل و لارکر با استفاده از معیار AVE و روایی واگرا به روش فورنل و لارکر بررسی و تأیید شد. پایایی از طریق سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی موردسنجش قرار گرفت. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در قسمت آمار توصیفی از نرم‌افزار SPSS19 و برای آمار استنباطی داده‌ها از تحلیل عاملی مرتبه دوم و مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم‌افزار Smart که ای-گونه به شدت تأیید فرضیه چهارم شده مطرح فرضیه هفت از نتایج است شده استفاده PLS3 نتایج نشان می‌دهند که هوش-تجاری بر اشتراک‌گذاری دانش تأثیر مثبت دارد. همچنین تأثیر نوآوری سازمان بر مزیت-رقابتی مورد تأیید می‌باشد. اشتراک‌گذاری دانش و نوآوری سازمان نیز در تأثیر هوش-تجاری بر مزیت-رقابتی نقش میانجی دارند.

کلمات کلیدی : هوش-تجاری، نوآوری سازمانی، به اشتراک-گذاری دانش، مزیت-رقابتی، بانک کشاورزی

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)