



تبیین تأثیر مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری در بانکداری اسلامی

ابوالقاسم کریمی^۱

مجید احمدی^۲

علیرضا روستا^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۸/۱۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۰/۲۷

چکیده

پس از انقلاب اسلامی تحقق بانکداری اسلامی در سیستم بانکی کشور یکی از موضوعات اساسی در زمینه بانکی بوده است. پیشرفت چشمگیر بانکداری اسلامی در چند دهه اخیر، توجه بسیاری از پژوهشگران حوزه مالی و بانکی را به خود جلب کرده است. با توجه به اهمیت موضوع بانکداری اسلامی، هدف از انجام پژوهش تبیین تأثیر مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری در بانکداری اسلامی در شهر تهران می‌باشد. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و بر طبق شیوه جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، تمامی مشتریان بانک‌های قرض الحسنه مهر ایران و بانک‌های قرض الحسنه رسالت در استان تهران می‌باشد. همچنین تعداد ۳۸۴ نفر با روش فرمول کوکران به عنوان نمونه تعیین شده و ۴۰۰ پرسش‌نامه به روش نمونه‌گیری در دسترس توزیع و تعداد ۳۹۴ پرسش‌نامه جمع‌آوری گردیده است. پایایی پرسش‌نامه با ارزیابی ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفته که به میزان ۰/۸۰۸ بوده است. همچنین داده‌ها با شیوه مدل‌یابی معادلات ساختاری و توسط نرم‌افزار Smart-PLS مورد سنجش قرار گرفتند. نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های پژوهش حاکی از آن است که سنجش بازار، تصرف بازار، شبکه‌های تجاری، شبکه‌های مالی و مدیریت دانش بر بانکداری اسلامی نقش ایفا می‌کند.

کلمات کلیدی

مدیریت دانش، شبکه‌های تجاری، بانکداری اسلامی، بانک قرض الحسنه مهر ایران، بانک قرض الحسنه رسالت.

۱- گروه مدیریت دولتی، واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران. Abolghasemkarimi1351@yahoo.com

۲- گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Majid.Ahmadi.Article@gmail.com

۳- گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهرقدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) Alirezarousta@yahoo.com

صنعت بانکداری از جمله اساسی‌ترین قسمت‌های فعال در اقتصاد هر کشور محسوب می‌شود. این بخش به عنوان واسطه منابع مالی در کنار دیگر منابع مالی مانند بورس و بیمه از ارکان اصلی بازارهای مالی به شمار می‌آید (بهرامی زنوز و همکاران، ۱۴۰۰). بخش واقعی اقتصاد، ظرفیت مشخص و محدود برای تولید دارد و از طرف دیگر برای توسعه فعالیت‌های خود نیازمند سرمایه‌گذاری‌های نوین است. از جمله قسمت‌های مهمی که در تامین مالی سرمایه‌گذاری‌های جدید بخش واقعی اقتصاد نقش با اهمیتی دارد، بخش مالی است. از جمله بخش‌های مالی که در کشورهای در حال توسعه و به ویژه ایران نقش بسیار گسترده و مهمی دارد، بخش بانکی است (پورمهر و همکاران، ۱۳۹۷). از آنجا که صنعت بانکداری از جمله اساسی‌ترین قسمت‌های فعال هر اقتصاد محسوب می‌شود و این بخش به عنوان واسطه منابع مالی در کنار دیگر منابع مالی همچون بیمه و بورس از ارکان مهم بازارهای مالی به شمار می‌رود. عملکرد بخش بانکی در اقتصاد ایران با توجه به توسعه یافته نبودن بازار سرمایه اهمیت زیادی در تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی دارد (فراهانی و صوری، ۱۳۹۹).

با توجه به تفاوت‌های بنیادین در اصول، رویه‌کاری و محصولات بانک‌های اسلامی با بانک‌های متعارف، لزوم ارائه خدمات آموزشی مستمر به گروه‌های مرتبط با این حوزه مانند مدیران و کارکنان بانک‌ها و نیز مشتریان، امری ضروری است. از سوی دیگر، با وجود فراگیر شدن خدمات بانکداری اسلامی در کشورهای مختلف، میزان اطلاع و درک مشتریان و نیز کارکنان از ماهیت فعالیت‌های بانکداری اسلامی در به کارگیری صحیح معاملات منطبق با شریعت، تأثیر عمده‌ای خواهد داشت (میرهاشمی اسفهلان و پهلوان، ۱۳۹۹).

مدیریت دانش، اقدامی پرهزینه برای سازمان می‌باشد، مدیریت دانش نباید به وجود بیاید مگر اینکه منجر به ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان شود (نعمتی و همکاران، ۱۳۹۸). در واقع، به اشتراک‌گذاری دانش ممکن است به شرکت‌ها کمک کند تا مشکلات بعدی برای مواجهه با رقابت جهانی را پشت سر بگذارند (واهیونو^۱، ۲۰۱۹). عملکرد فعالیت‌های جدید به شدت به اندازه و قدرت شبکه‌ها بستگی دارد (لین و لین^۲، ۲۰۱۶). شبکه‌سازی به عنوان پلی برای دستیابی به منابع (اعم از مالی و غیرمالی) عمل می‌کند که دارایی‌های موجود مشاغل را ارتقا یا تکمیل می‌کنند (سمرو و ورنر^۳، ۲۰۱۴). قابلیت سنجش و تصرف در بازار از طریق افزایش سفارشی‌سازی و کاهش زمان، اولین مزیت حرکت را برای سازمان‌ها فراهم می‌کند (وامبا و همکاران^۴، ۲۰۱۹).

در سال‌های اخیر، صنعت بانکداری شاهد رقابت شدید همراه با مزیت‌ها و فرصت‌های زیادی بوده است. بانک‌ها می‌توانند با بررسی فرصت‌های موجود و نقاط قوت خویش در بازار با کسب دانش مدیریتی، راهبردهایی را در پیش بگیرند که دارای ویژگی‌های متمایزکننده‌ای همچون، سهمین شدن در سود و زیان، تقویت نظارت رابطه وکیل- موکل، مدیریت بدهی و دارایی و هیات شریعت باشد. همچنین بانک‌ها با در اختیار داشتن بخش زیادی

تبیین تاثیر مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری در بانکداری اسلامی/کریمی، احمدی و روستا

از وجوه در گردش جامعه و تخصیص آن به قسمت‌های گوناگون اقتصادی، تاثیر بسیار اساسی را در هر نظام اقتصادی ایفا می‌نمایند و در تنظیم مناسبات و روابط اقتصاد جامعه، نقش به‌سزایی دارند. در واقع، این پژوهش درصدد پاسخ به این سوال است که مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری چه نقشی بر بانکداری اسلامی دارد؟

چارچوب نظری

مدیریت دانش

مدیریت دانش، فرآیندی یکپارچه است که با ایجاد، انتشار و کاربرد دانش به منظور تحقق اهداف شرکت مرتبط است (واهیونو^۵، ۲۰۱۹). همچنین، فرآیندی است برای تبدیل داده‌ها و اطلاعات به دانش مفید. این فرآیند شامل ایجاد، کسب، سازماندهی، به اشتراک‌گذاری و کاربرد علم است (یانگ و همکاران^۶، ۲۰۰۹). بر اساس دیدگاه سرات^۷ (۲۰۰۹)، مدیریت دانش، فرآیند صریح و منظم در توانمندسازی مدیریت منابع فردی و دانش جمعی است که برای منافع سازمان، شناسایی، ایجاد، ذخیره و اشتراک استفاده می‌شود. رقابت شرکت‌ها به توانایی آن‌ها در ترکیب دانش داخلی ایجاد شده از طریق سرمایه‌های جسمی و انسانی و توانایی آن‌ها در جذب دانش مرتبط و غیرمرتبط از شرکت‌های دیگر بستگی دارد (کیازا و همکاران^۸، ۲۰۱۴). میهلمی و میهلمی^۹ (۲۰۱۴)، اظهار داشتند که مدیریت دانش قادر به بهبود سازمان است. دانش سازمان به یک منبع کلیدی برای هدایت توسعه توانایی‌ها برای ایجاد ارزش محصولات، تبدیل می‌شود (پایوا^{۱۰}، ۲۰۰۸). دانش، مزیت رقابتی است که کپی کردن و تقلید آن سخت می‌باشد (نعمتی و همکاران، ۱۳۹۸).

شبکه‌های تجاری

بدون ارتباطات تجاری، بقای شرکت‌ها امکان‌پذیر نیست. شبکه‌سازی به ویژه با تأمین‌کنندگان و نهادهای اجتماعی، نیاز به وام گرفتن از موسسات مالی را به حداقل می‌رساند (لی و نگوین^{۱۱}، ۲۰۰۹). شبکه‌های تجاری تأثیر بیشتری نسبت به سایر شبکه‌ها مانند شبکه‌های مالی و سیاسی بر عملکرد شرکت‌ها دارند (دانسو و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۶). همچنین مزایای بسیاری را برای شرکت‌های کوچک به همراه می‌آورند که ایجاد آن‌ها برای شرکت‌ها ممکن است دشوار باشد (سها و بانرجی^{۱۳}، ۲۰۱۵). اگر یک شرکت بتواند شرایط اعتباری طولانی‌تری را از طریق مهارت‌های خوب شبکه از تأمین‌کنندگان خود به دست آورد، این یک گزینه مقرون به صرفه برای دستیابی به تأمین مالی کوتاه‌مدت از یک موسسه مالی خواهد بود (انوار و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۸). شرکت‌هایی با شبکه غنی و ساختار جغرافیایی متنوع از موقعیت خوبی برای دستیابی به ایده‌ها و فرصت‌های جدید برخوردار هستند (سیمون و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۵). مشارکت‌هایی که به دنبال مزیت رقابتی هستند باید شبکه‌سازی کنند یا

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۸، زمستان ۱۴۰۱

با شرکت‌ها جفت شوند. ایجاد شبکه به طور مثبت به مزیت رقابتی شرکت‌ها کمک می‌کند (سوح^۶، ۲۰۱۰).

شبکه‌های مالی

سرمایه مالی یک عامل مهم برای رقابت‌پذیری یک تجارت است (سائوکا^{۱۷}، ۲۰۱۴). شبکه‌های مالی شرکت‌ها را قادر می‌سازد به چنین کانال‌هایی دسترسی پیدا کنند. بنابراین، مدیرانی که شبکه خوبی دارند، احتمال دسترسی‌شان به منابع مالی بیشتر است (لیو و همکاران^{۱۸}، ۲۰۱۶). شبکه‌های مالی به دنبال پشتیبانی مالی از موسسات مالی و دولت هستند. از آنجا که سرمایه‌گذاری‌های جدید اغلب فاقد منابع مالی هستند، آن‌ها سعی می‌کنند نیازهای مالی خود را از طریق برقراری ارتباط با موسسات مالی رسمی و غیررسمی برآورده کنند (انوار و همکاران، ۲۰۱۸). دسترسی بهتر به منابع مالی خارجی از جمله موسسات مالی می‌تواند به یک شرکت کمک کند تا هزینه بهره خود را کاهش دهد، این امر منجر به کاهش هزینه‌های فعالیت‌های تجاری و افزایش رقابت شرکت می‌شود (سیلوا و همکاران^{۱۹}، ۲۰۱۶). بنابراین، ایجاد ارتباط با موسسات مالی به شرکت‌ها کمک می‌کند، منابع مالی موردنیاز برای موقعیتی قدرتمند در یک بازار آشفته را به دست آورند (انوار و همکاران، ۲۰۱۸).

تصرف بازار

قابلیت تصرف بازار به توانایی استفاده از فرصت‌های منطقی، انتخاب مدل تجاری برای تولید محصول جدید، توسعه/تخصیص منابع لازم و تجاری‌سازی محصول اشاره دارد (سپدا و ورا^{۲۰}، ۲۰۰۷). عناصر ضروری برای توانایی تصرف شامل استراتژی‌های توسعه محصول بازار محور، استراتژی‌های ادغام عمودی در زنجیره تامین، اهداف استراتژیک روشن و رهبری مدیران و تصمیم‌گیری به موقع است (آیزنهارت و مارتین^{۲۱}، ۲۰۰۰). شرکتی با قابلیت تصرف قوی می‌تواند مناسب‌ترین فرصت را در لحظه مناسب انتخاب کرده و با استفاده از فرصت‌ها و دانش‌های مختلف از طریق قابلیت سنجش، نتایج ابتکاری ایجاد کند (لی و یو^{۲۲}، ۲۰۱۹). قابلیت تصرف بازار با بسیج منابع برای رفع نیازها و فرصت‌ها و گرفتن ارزش از این طریق، مزیت رقابتی شرکت را افزایش می‌دهد (آکتر و همکاران^{۲۳}، ۲۰۲۰).

سنجش بازار

قابلیت‌های سنجش بازار بخشی از دانش بازاریابی است، و به طور خاص مربوط به اسکن بازار است (هندار و همکاران^{۲۴}، ۲۰۲۰). همچنین توانایی شرکت در دیدن یا یادگیری از بازار، یافتن و به دست آوردن اطلاعات در مورد مشتریان، رقبا و فرصت‌های موجود در بازار است (لیندبلوم و همکاران^{۲۵}، ۲۰۰۸). یک شرکت در صورت تحقق ویژگی‌هایی از جمله توانایی یادگیری نیازها و خواسته‌های مشتری، یافتن استراتژی‌های رقیب، کسب بینش نسبت به اعضای کانال و کسب اطلاعات در مورد فضای گسترده بازار، از قابلیت سنجش بازار خوبی

تبیین تاثیر مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری در بانکداری اسلامی / کریمی، احمدی و روستا

برخوردار خواهد شد (مورگان^{۲۶}، ۲۰۰۹). برای به دست آوردن اطلاعات ارزشمند بازار، هر شرکت باید دارای قابلیت سنجش بازار، یعنی توانایی جمع‌آوری و استفاده از اطلاعات موردنیاز برای تجاری‌سازی نوآوری‌های ثبت شده از بازار باشد (لین و وانگ^{۲۷}، ۲۰۱۵). سنجش بازار، به عنوان بخشی از توانایی‌های پویا شرکت، با ارزیابی ترجیحات واقعی مشتریان و گرفتن ایده‌های داخلی از طیف گسترده‌ای از کارکنان، نقشی اساسی در توسعه مزیت رقابتی شرکت از طریق بینش سیستم‌های خدمات ایفا می‌کند (تسه^{۲۸}، ۲۰۱۸).

بانکداری اسلامی

منظور از بانک اسلامی، بانکی است که بنا دارد کلیه فعالیت‌های خود را بر ضوابط شریعت اسلام تطبیق دهد و در عمل نیز در همان راستا اقدام کند (خطیبی، ۱۴۰۰). منظور از بانکداری اسلامی نوعی سیستم بانکداری است که مبتنی بر قوانین اسلامی و کارشناسان علوم بانکی و نظریات اقتصاددانان و علمای اسلام است. اگر مولفه‌های اصلی بانکداری اسلامی را حذف یا از کلیه عملیات بانکی و انطباق عملیات بانکی با موازین شرعی بدانیم، اساس بانکداری اسلامی، تسهیم سود، نظارت بر عملیات بانکی و مشخص بودن مسیر مصرف منابع خواهد بود. بنابراین بانکداری اسلامی همان اهداف بانکداری متداول دنیا را دنبال می‌کند، با این تفاوت که عملیات بانکداری در این بانک‌ها طبق فقه معاملات اسلامی که شاخه‌ای از احکام شریعت اسلامی است انجام می‌گیرد؛ که دارای ویژگی‌های متمایزکننده‌ای همچون، سهیم شدن در سود و زیان و مدیریت دارایی و بدهی و هیات شریعت است (سید هاشمی، ۱۴۰۰).

در زیر به پیشینه خارجی و داخلی مبتنی بر موضوع پژوهش اشاره می‌شود:

- ایزل دین و همکاران^{۲۹} (۲۰۲۱)، به تبیین نحوه پویایی کارایی بانک‌های اسلامی و متعارف و نحوه همگرایی آن‌ها در کشورهای گوناگون پرداخته‌اند. آن‌ها نشان دادند که بانک‌های اسلامی و متعارف هم از نظر کارایی پایدار و هم سرعت همگرایی مشابه هستند. آن‌ها همچنین نشان دادند که همسویی بین این دو نوع بانک با عمق بازار مالی کشور، ثبات اقتصادی، شفافیت و تمرکز بانکی رابطه مثبت دارد.

- عظمت و همکاران^{۳۰} (۲۰۲۱)، بررسی کرده‌اند که چگونه بدهکاران بانک‌های اسلامی تحت تأثیر ریسک در اقتصاد کلان قرار می‌گیرند. آن‌ها دریافتند که ریسک اقتصاد کلان تأثیر زیاد و مثبتی بر سپرده‌های بانکی متعارف دارد، در صورتی که تأثیر آن بر سپرده‌های بانک‌های اسلامی منفی است یا به طور قابل توجهی کمتر از نمونه‌های معمول آن‌هاست.

- بیتار و همکاران^{۳۱} (۲۰۱۹)، کارایی در بانکداری اسلامی را در مقابل بانکداری متعارف مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌های آن‌ها این دیدگاه را تأیید می‌کند که محدودیت‌های اعمال شده توسط قانون شریعت ممکن

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۸، زمستان ۱۴۰۱

است شکاف کارایی بین دو نوع بانک را با هزینه بانک‌های اسلامی افزایش دهد.

- کبیر حسن و همکاران^{۳۳} (۲۰۱۹)، نشان دادند که بانک‌های اسلامی در برابر بانک‌های متعارف در مدیریت ریسک بهتر عمل می‌کنند.

- سلمان و نوآز^{۳۳} (۲۰۱۸)، به بررسی مقایسه‌ای بین سیستم مالی اسلامی و بانکداری متعارف پرداخته‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها با بسیاری از یافته‌های قبلی مخالف است. از آنجا که تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که بین هر دو نوع بانکداری برای متغیرهای مورد مطالعه تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین نشان دادند که بازده دارایی بانکداری اسلامی در مقایسه با بانکداری متعارف بر اعتماد مشتری تمرکز دارد.

- ستیوبادی و همکاران^{۳۴} (۲۰۱۶)، در پژوهشی به بررسی تأثیر مدل رفتاری مبتنی بر هدف در توصیف پس‌انداز در بانکداری اسلامی به آزمون اثربخشی مدل رفتار معطوف به هدف در پیش‌بینی رفتار پس‌انداز در بانک اسلامی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که مدل رفتار معطوف به هدف شاخص مناسب و خوبی است که نشان می‌دهد می‌توان با آن قصد پس‌انداز در بانک اسلامی را پیش‌بینی کرد.

- راسخ (۱۴۰۰)، در پژوهشی به نقش بانکداری اسلامی در مقابله با بحران‌های مالی پرداخت. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که الگوی بانکداری اسلامی، در شرایط بحران موفق عمل نموده است.

- خورانی و عباس آبادی (۱۴۰۰)، در پژوهشی به بررسی راهبردهای خدمات الکترونیک و لزوم تدوین آن در بانکداری اسلامی پرداختند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بانک‌های اسلامی برای تبدیل شدن به بانک‌های الکترونیک دارای هفت نقطه قوت، نه نقطه ضعف، ده فرصت و نه تهدید می‌باشند.

- صالحی و همکاران (۱۳۹۹)، چگونگی و شرایط اوراق بهادارسازی در بانکداری اسلامی را مطرح نمودند و همچنین نشان داده‌اند که اگر استفاده از این ابزار مالی در چارچوب بانکداری اسلامی صورت پذیرد، از نظر شرعی و فقهی بلامانع است.

- واحدی منفرد، واعظ برزانی و طغیانی (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی تبیین معیارهای اخلاق در بانکداری اسلامی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد معیارهایی هم‌چون؛ رعایت مصلحت عمومی جامعه، حفظ ثبات اقتصاد، اصول اخلاقی (صداقت، وجدان، امانت‌داری و اعتماد)، عدالت، تکریم شخصیت انسان، مسئولیت‌پذیری، پایبندی به تعهدات، اخلاق در استفاده از ابزار برای جذب مشتری، اخلاق در زمینه اطلاعات نامتقارن، تبیین قوانین در چهارچوب اخلاق، امهال معسر، اخلاق در استفاده از ابزار در اختیار (خلق پول) و اخلاق در استفاده از منابع قرض‌الحسنه به عنوان معیارهای اخلاق بر عملکرد بانکداری اسلامی موثر هستند.

- نوری، رزاقی هریس، آقا گلی (۱۳۹۹)، به بررسی تأثیر مدل رفتاری مبتنی بر هدف در توصیف پس‌انداز

تبیین تأثیر مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری در بانکداری اسلامی/کریمی، احمدی و روستا

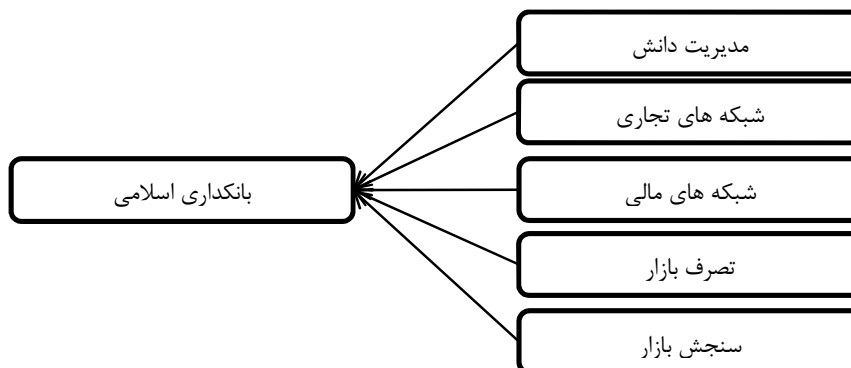
قرض الحسنه در بانکداری اسلامی (مطالعه موردی بانک قرض الحسنه مهر ایران) پرداختند. نتایج نشان داد که نگرش، پیش‌بینی احساسات مثبت و هنجارهای ذهنی بر تمایل مشتری و قصد رفتاری مشتری به پس‌انداز قرض الحسنه تأثیر مثبت دارد، همچنین تمایل مشتری به پس‌انداز قرض الحسنه بر قصد رفتاری مشتری به پس‌انداز قرض الحسنه تأثیر مثبت دارد. همین‌طور پیش‌بینی احساسات منفی بر تمایل مشتری به پس‌انداز قرض الحسنه تأثیر منفی ندارد و نگرش، پیش‌بینی احساسات مثبت و هنجارهای ذهنی از طریق تمایل به پس‌انداز قرض الحسنه بر قصد رفتاری مشتری تأثیر دارد، ولی پیش‌بینی احساسات منفی از طریق تمایل به پس‌انداز قرض الحسنه بر قصد رفتاری مشتری تأثیر ندارد.

- سیدی، عبدلی، جباری نوقایی (۱۳۹۸)، به بررسی ارائه الگوی شاخص‌های سلامت بانکی با رویکرد بانکداری اسلامی پرداختند. نتایج نشان داد از دیدگاه صاحب‌نظران بانکی، شاخص‌های کفایت سرمایه، کیفیت دارایی‌ها، سودآوری، نقدینگی، کیفیت مدیریت، حساسیت نسبت به ریسک بازار، بانکداری اسلامی، حاکمیت شرکتی، میزان تسهیلات برخوردار از پشتوانه اقتصادی و فنی و سایر عوامل بر سلامت بانکی موثر می‌باشد؛ همچنین طبق نتایج این پژوهش در خصوص شاخص بانکداری اسلامی، کلیه گویه‌های بانکداری اسلامی بر سلامت بانکی موثر می‌باشد و در این رابطه پیشنهاد می‌گردد شورای فقهی بانک مرکزی نقش فعالی در طراحی شاخص‌ها و معیارهای لازم برای تقویت سلامت بانکی برای بررسی انطباق با شریعت در نظام بانکی ایفا و تنها به ارائه رهنمودهای کلی در این رابطه بسنده نکند.

فرضیه‌های پژوهش

- فرضیه اول: مدیریت دانش بر بانکداری اسلامی تأثیر دارد.
- فرضیه دوم: شبکه‌های تجاری بر بانکداری اسلامی تأثیر دارد.
- فرضیه سوم: شبکه‌های مالی بر بانکداری اسلامی تأثیر دارد.
- فرضیه چهارم: تصرف بازار بر بانکداری اسلامی تأثیر دارد.
- فرضیه پنجم: سنجش بازار بر بانکداری اسلامی تأثیر دارد.

مدل مفهومی پژوهش



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش شناسی پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف، کاربردی است و بر طبق نوع، توصیفی-همبستگی می‌باشد. جامعه آماری نامحدود است و در واقع، تمامی مشتریان بانک‌های قرض‌الحسنه مهر ایران و بانک‌های قرض‌الحسنه رسالت در استان تهران می‌باشد. نمونه‌گیری بین مشتریان شهر تهران در سال ۱۴۰۰ انجام پذیرفته است. همچنین تعداد ۳۸۴ نفر با روش فرمول کوکران به عنوان نمونه تعیین شده و ۴۰۰ پرسش‌نامه به روش نمونه‌گیری در دسترس توزیع و تعداد ۳۹۴ پرسش‌نامه جمع‌آوری گردیده است.

روش گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و با کتاب‌ها و مقاله‌ها انجام شده است و نیز در روش میدانی از پرسشنامه بهره برده شده است.

جدول ۱- تعداد و منابع سوالات پرسش‌نامه

ردیف	متغیر	شماره سوال	تعداد گویه	منبع
۷	مدیریت دانش	۱-۴	۴	لام و همکاران، ۲۰۲۱
۴	شبکه های تجاری	۵-۷	۳	انوار و همکاران، ۲۰۱۸
۵	شبکه های مالی	۸-۱۰	۳	انوار و همکاران، ۲۰۱۸
۲	تصرف بازار	۱۱-۱۴	۴	اکتر و همکاران، ۲۰۲۰
۱	سنجش بازار	۱۵-۱۷	۳	اکتر و همکاران، ۲۰۲۰
۴	بانکداری اسلامی	۱۸-۲۰	۳	سابرامانیام و همکاران، ۲۰۱۹

در جدول ۱، شماره سوالات، تعداد گویه و منبع سوالات پرسش‌نامه استاندارد قید گردیده است.

تبیین تاثیر مدیریت دانش و نقش شبکه های تجاری در بانکداری اسلامی / کریمی، احمدی و روستا

جدول ۲- متوسط واریانس استخراجی سازه های تحقیق

متوسط واریانس استخراجی	سازه
۰/۷۹۶	مدیریت دانش
۰/۷۵۱	شبکه های تجاری
۰/۶۹۴	شبکه های مالی
۰/۷۳۲	تصرف بازار
۰/۷۱۲	سنجش بازار
۰/۷۶۸	بانکداری اسلامی

با توجه به جدول ۲، مقدار میانگین واریانس تبیین شده بالای ۰/۵ روایی همگرایی قابل قبول است، از آنجائیکه مقدار بحرانی ۰/۵ است. بر اساس جدول فوق، مقادیر متوسط واریانس استخراجی هر ۶ سازه مدل در وضعیت مطلوب (بیش از ۰/۵) می باشد.

جدول ۳- پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ سازه های تحقیق

آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	سازه
۰/۸۴۳	۰/۸۹۱	مدیریت دانش
۰/۸۵۹	۰/۸۴۷	شبکه های تجاری
۰/۷۲۷	۰/۷۰۸	شبکه های مالی
۰/۷۶۹	۰/۷۴۵	سنجش بازار
۰/۸۱۵	۰/۷۹۸	تصرف بازار
۰/۸۳۷	۰/۸۵۲	بانکداری اسلامی

با توجه به جدول ۳، مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای کلیه سازه های مدل در وضعیت مطلوب (بیش از ۰/۷) است.

یافته های پژوهش

در این بخش، جهت مشخص شدن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شده است.

جدول ۴- خلاصه نتایج آزمون بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق

نتیجه	سطح معناداری	آماره آزمون	متغیرهای تحقیق
غیر نرمال	۰/۰۰۱	۱/۸۳۴	مدیریت دانش
غیر نرمال	۰/۰۰۱	۱/۶۲۸	شبکه های تجاری
نرمال	۰/۷۴۵	۰/۷۲۹	شبکه های مالی

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۸، زمستان ۱۴۰۱

سنجش بازار	۰/۸۵۶	۰/۸۲۷	نرمال
تصرف بازار	۰/۷۵۶	۰/۷۶۸	نرمال
بانکداری اسلامی	۱/۶۰۷	۰/۰۰۱	غیر نرمال

با توجه به جدول ۴، اگر متغیری سطح معنی‌داریش کمتر از ۰/۰۵ باشد (متغیر: مدیریت دانش، شبکه‌های تجاری و بانکداری اسلامی)، بدان معنی است که نرمال نیست. بالعکس، اگر متغیری سطح معنی‌داریش بیشتر از ۰/۰۵ باشد، نشان از نرمال بودن آن متغیر دارد.

جدول ۵- نتایج تحلیل عاملی تاییدی

متغیر	ضریب استاندارد	آماره تی	شاخص	ضریب استاندارد	آماره تی
مدیریت دانش	۰/۷۱۸	۴/۷۰۱	سوال ۱	۰/۹۲۱	۲۰/۵۱۵
			سوال ۲	۰/۸۵۰	۱۰/۴۰۵
			سوال ۳	۰/۸۳۳	۱۵/۴۴۴
			سوال ۴	۰/۵۵۸	۲۷/۱۷۵
شبکه‌های تجاری	۰/۷۳۱	۳/۳۲۷	سوال ۵	۰/۹۰۹	۳۳/۶۷۳
			سوال ۶	۰/۹۰۶	۴/۲۶۷
			سوال ۷	۰/۴۴۶	۵۶/۳۵۳
شبکه‌های مالی	۰/۵۵۶	۲/۰۳۳	سوال ۸	۰/۶۰۵	۳۱/۶۱۷
			سوال ۹	۰/۸۹۹	۲۳/۷۲۴
			سوال ۱۰	۰/۹۰۹	۴۸/۳۱۳
تصرف بازار	۰/۶۹۵	۲/۲۹۳	سوال ۱۱	۰/۶۱۱	۸/۲۲۴
			سوال ۱۲	۰/۸۴۴	۳۶/۰۷۵
			سوال ۱۳	۰/۸۹۰	۳۰/۲۷۰
			سوال ۱۴	۰/۸۱۴	۲۲/۴۹۹
سنجش بازار	۰/۴۹۵	۲/۱۰۶	سوال ۱۵	۰/۹۲۵	۴۰/۰۱۴
			سوال ۱۶	۰/۹۲۵	۳۶/۹۴۸
			سوال ۱۷	۰/۵۷۳	۳/۶۹۶
بانکداری اسلامی	--	--	سوال ۱۸	۰/۸۴۴	۲۳/۲۳۱
			سوال ۱۹	۰/۸۹۰	۱۷/۶۵۳
			سوال ۲۰	۰/۸۱۴	۶/۳۱۳

جدول ۵، نتایج تحلیل عاملی تاییدی شاخص‌های هر یک از متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

تبیین تاثیر مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری در بانکداری اسلامی/کریمی، احمدی و روستا

برازش مدل ساختاری تحقیق

ضرایب معناداری Z مقادیر (t-value)

پایه آزمون مدلیابی معادلات ساختاری نیز آزمون فرضیه‌ها و تاثیر متغیرها می‌باشد. در رابطه با آزمون t، چنانچه قدر مطلق مقدار t بیشتر از ۱/۹۶ باشد، رابطه ایجاد شده در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنی‌دار خواهد بود و با اطمینان ۹۵ درصد، رابطه دو متغیر معنی‌دار است.

ضریب تعیین (معیار R Squares یا R2):

این ضریب برای بررسی برازش مدل ساختاری در یک پژوهش و ضرایب R2 مربوط به متغیرهای پنهان درونزای (وابسته) مدل است.

جدول ۶- نتایج معیار R2 برای سازه درونزا

ابعاد	مدل‌ها
۰/۷۷۹	بانکداری اسلامی

با توجه به جدول ۶، ملاحظه می‌شود که مقدار R2 برای سازه‌های درونزای پژوهش، مناسب بودن برازش مدل ساختاری را تأیید می‌سازد.

- ضریب استون-گیزر (معیار Q2):

این معیار قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد.

جدول ۷- نتایج معیار Q2 برای سازه درونزا

۰/۸۷۹	مدیریت دانش
۰/۸۰۷	شبکه‌های تجاری
۰/۶۸۸	شبکه‌های مالی
۰/۷۲۴	سنجش بازار
۰/۷۶۵	تصرف بازار
۰/۸۵۴	بانکداری اسلامی

با توجه به جدول ۷، ملاحظه می‌شود که نتایج معیار Q2 برای سازه درونزا، بیانگر قدرت پیش‌بینی مناسب مدل در خصوص سازه‌های درونزای پژوهش است و نشانگر این است که مدل برازش مطلوب و قدرت پیش‌بینی مناسبی دارد.

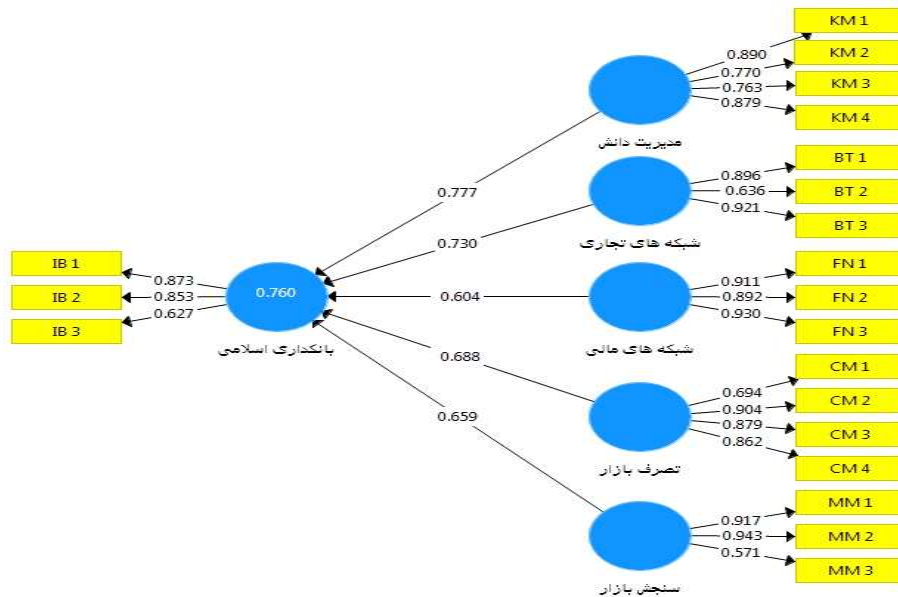
برازش مدل کلی با استفاده از معیار GOF:

معیار GOF، برای بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری می‌باشد و محقق می‌تواند بعد از سنجش برازش بخش اندازه‌گیری و ساختاری مدل پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز تبیین کند. در این رابطه، ضریب در وضعیت مطلوب (۰/۷۷۴) می‌باشد و بدین معناست که از برازش کلی مناسبی برخوردار است.

$$GOF = \sqrt{0.77 \times 0.78} = \sqrt{0.600} = 0.774$$

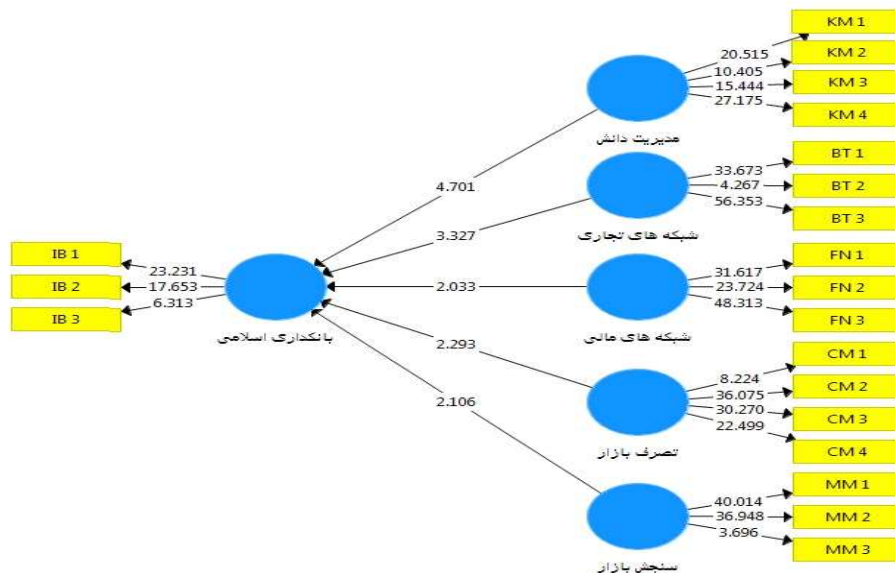
نمودار ۱، خروجی نرم‌افزار و معناداری روابط موجود در مدل نظری می‌باشد. در تحلیل‌های عاملی تاییدی، حداقل مقدار بارهای عاملی قابل قبول ۰/۳، سطح معناداری متوسط ۰/۴، و مقادیر بالای ۰/۵، بیانگر سطح معناداری قوی و همبستگی زیاد بین متغیرهای مشاهده شده و عامل است.

نمودار ۲، خروجی نرم‌افزار و ضرایب معناداری در مدل نظری را نشان می‌دهد. با توجه به اینکه همه اعداد واقع بر مسیرها بالاتر از ۱/۹۶ هستند، بیانگر معنادار بودن مسیرها، مناسب بودن مدل ساختاری و تأیید همه فرضیه‌های پژوهش است.



نمودار ۱- مدل ساختاری تحقیق (تحلیل مسیر) در حالت تخمین استاندارد

تبیین تاثیر مدیریت دانش و نقش شبکه های تجاری در بانکداری اسلامی / کریمی، احمدی و روستا



نمودار ۲- مدل ساختاری تحقیق (تحلیل مسیر) در حالت اعداد معناداری

جدول ۸- ضرایب تاثیر، مقدار آماره آزمون و نتایج فرضیه های پژوهش

فرضیه ها	ضریب تاثیر	t-Value	نتیجه آزمون فرضیه
تاثیر مدیریت دانش بر بانکداری اسلامی	۰/۷۷۷	۴/۷۰۱	تایید فرضیه
تاثیر شبکه های تجاری بر بانکداری اسلامی	۰/۷۳۰	۳/۳۲۷	تایید فرضیه
تاثیر شبکه های مالی بر بانکداری اسلامی	۰/۶۰۴	۲/۰۳۳	تایید فرضیه
تاثیر تصرف بازار بر بانکداری اسلامی	۰/۶۸۸	۲/۲۹۳	تایید فرضیه
تاثیر سنجش بازار بر بانکداری اسلامی	۰/۶۵۹	۲/۱۰۶	تایید فرضیه

جدول ۸، نتایج آزمون فرضیه های پژوهش را نشان می دهد. در این خصوص، آزمون t برای کلیه فرضیه ها

بیشتر از ۱/۹۶ است و بدین معناست که با اطمینان ۹۵ درصد رابطه بین متغیرها معنی دار است.

بحث و نتیجه گیری

زندگی مردم و نظام سازی اقتصادی، بسیار با بانک و واسطه های مالی در آمیخته است. نظام بانکی، از اساسی ترین و محوری ترین موضوعات نظام پولی اسلامی و بالطبع اقتصاد اسلامی است. طرح جامع اقتصاد اسلامی مستلزم تعیین نقش بهینه بانک و واسطه های اسلامی منطبق با موازین شرع و آموزه های اقتصاد اسلامی است (اکبری و همکاران، ۱۳۹۹).

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، شماره ۸، زمستان ۱۴۰۱

محبوبیت بانکداری اسلامی تقریباً در سراسر جهان در حال افزایش است. عوامل مختلفی در شکل‌گیری این سیستم بانکی موثر می‌باشد. برای مثال، از آنجا که مردم مسلمان به قوانین اسلامی حساس هستند، نیاز به سیستم بانکی دارند که بهره‌ای ندارد. علاوه بر این، از آنجا که بسیاری از محققان اعتقاد دارند که بهره باعث افزایش نابرابری در درآمد افراد می‌شود، یک بانکداری جدید و سیستم بدون بهره مورد نیاز است. ایران یک کشور مسلمان می‌باشد که صنعت بانکداری اسلامی در آن در حال اجرا است (باختر پور و همکاران، ۱۴۰۱).

در این پژوهش ۵ فرضیه مورد آزمون قرار گرفت و نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های پژوهش حاکی از آن است که سنجش بازار، تصرف بازار، شبکه‌های تجاری، شبکه‌های مالی و مدیریت دانش بر بانکداری اسلامی نقش ایفا می‌کند. هر پژوهش علمی در حیطه علوم مدیریت جدای از رسالت خود، نیاز به ارائه پیشنهادها و راه‌کارهای مدیریتی دارد تا راهنما و چراغ راهی برای جامعه مورد مطالعه و دیگر علاقه‌مندان که احتمالاً در آینده در این راه قدم می‌گذارند، باشند.

با توجه به نتایج به دست آمده از فرضیه ۱ (مدیریت دانش بر بانکداری اسلامی تاثیر دارد) به دلیل اینکه آماره t آن برابر با $4/701$ شد، تایید شد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد، مدیریت دانش باعث کم‌تر شدن مشکلات بانک‌ها برای رقابت در عرصه جهانی خواهد شد که قادر به بهبود سازمان و افزایش سهم بازار خواهند بود و به عواملی هم‌چون: دانش جدید، سیستم‌های عملیاتی، سیستم پاداش استاندارد، و فرآیندهای ادغام منابع مختلف دانش توجه نمایند. بر اساس نتایج به دست آمده از فرضیه ۲ (شبکه‌های تجاری بر بانکداری اسلامی تاثیر دارد) به دلیل این‌که آماره t آن برابر با $3/327$ شد، تایید شد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد، سرمایه‌گذاری‌های جدید باید قابلیت‌های شبکه خود را برای ایجاد رابطه، مدیریت منابع، ایجاد ارزش و به دست آوردن منابع و قابلیت‌ها برای اطمینان از موفقیت و رشد بانک‌ها ایجاد کنند و به عواملی هم‌چون: ارتباط با خریداران، ارتباط با تأمین‌کنندگان، و ارتباط با رقبا توجه نمایند. با توجه به نتایج به دست آمده از فرضیه ۳ (شبکه‌های مالی بر بانکداری اسلامی تاثیر دارد) به دلیل اینکه آماره t آن برابر با $2/033$ شد، تایید شد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد، دسترسی به منابع مالی باعث کاهش هزینه‌های فعالیت تجاری و افزایش رقابت بانک‌ها می‌شود و به عواملی هم‌چون: تلاش زیاد، روابط خوب، و منابع مهم توجه نمایند. با توجه به نتایج به دست آمده از فرضیه ۴ (تصرف بازار بر بانکداری اسلامی تاثیر دارد) به دلیل اینکه آماره t آن برابر با $2/293$ شد، تایید شد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد، به توسعه محصول و تجاری‌سازی آن بپردازند و فرصت‌های مناسب را شناسایی و با دانش به نتایج ابتکاری در بانک‌ها برسند و به عواملی هم‌چون: سرمایه‌گذاری کردن، اتخاذ کردن، پاسخ دادن، و تغییر دادن عنایت داشته باشند. بنابراین بر اساس نتایج به دست آمده از فرضیه ۵ (سنجش بازار بر بانکداری اسلامی تاثیر دارد) به دلیل اینکه آماره t آن برابر با $2/106$ شد، تایید شد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد، با یادگیری بازار و کسب اطلاعات درباره مشتریان به شناسایی

تبیین تاثیر مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری در بانکداری اسلامی / کریمی، احمدی و روستا

رقبا و فرصت‌های موجود در بانک‌ها پردازند و به عواملی هم‌چون: ردیابی استراتژی‌ها و تاکتیک‌های رقبا، یادگیری محیط کلان بازار، و شناسایی و درک روند بازار توجه نمایند.

بنابراین پیشنهاد می‌شود که تحقیقات آتی به موارد زیر توجه کنند:

- بررسی میزان آگاهی و دانش مراجعان و سپرده‌گذاران بانک‌ها از عقود بانکداری اسلامی؛
- سنجش میزان آگاهی و دانش کارکنان نسبت به عقود بانکی در بانک‌های دولتی؛
- شناسایی و توسعه ابزارهای آموزشی جهت آموزش بانکداری اسلامی؛
- استفاده از روش‌های تصمیم‌گیری مدیریتی همچون تاپسیس، تحلیل سلسله مراتبی و... برای سنجش کارایی بانک‌های اسلامی و تعیین عوامل مؤثر بر کارایی و بهره‌وری آن‌ها؛
- بررسی عوامل مؤثر بر ناکارایی بانک‌های اسلامی.

منابع

- ۱) اکبری، محمود؛ هاشمی‌فر، سیدمهدی؛ کریمی وردنجانی، رضا؛ سیمیری، محمدرضا. (۱۳۹۹). ابعاد اقتصادی-فقهی پدیده خلق پول از منظر بانکداری اسلامی. دو فصلنامه علمی-تخصصی پژوهش‌نامه میان رشته‌ای فقهی، سال هشتم، شماره دوم، ۱۶۶-۱۳۵.
- ۲) باخترچور، حسن؛ امین خاکی، علیرضا؛ اکبری مقدم، بیت‌الله؛ هادی زاده، آرش. (۱۴۰۱). تاثیر اجرای بانکداری اسلامی بر زیربخش‌های مهم اقتصاد ایران. نشریه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، سال پنجم، شماره پنجم، ۲۶۶-۲۸۸.
- ۳) بهرامی نوز، پریم؛ محرابیان، آزاده؛ سیفی پور، رویا؛ امین رشتی، نارسیس. (۱۴۰۰). بررسی عوامل موثر بر نسبت کفایت سرمایه در نظام بانکداری اسلامی (مطالعه موردی ایران و مالزی). فصلنامه اقتصاد مالی، سال پانزدهم، شماره ۵۴، ۱۵۹-۱۳۷.
- ۴) پورمهر، مهدی؛ سپهردوست، حمید؛ نظیری، محمد کاظم؛ مهرگان، نادر. (۱۳۹۷). تاثیر متغیرهای کلان اقتصادی و کیفیت مدیریت بر سودآوری بانک‌های خصوصی؛ رهیافت الگوی خود رگسیون‌برداری ساختاری. نشریه تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی، شماره ۳۴، ۲۵۴-۲۰۱.
- ۵) خطیبی، مهدی. (۱۴۰۰). مبانی فقهی تعامل نظام بانکی جمهوری اسلامی ایران با بانک‌ها و نهادهای خارجی و بین‌المللی. دو فصلنامه علمی تحقیقات مالی اسلامی، سال دهم، شماره دوم، ۷۸۸-۷۵۶.
- ۶) خورانی، حامد مهدی؛ عباس آبادی، ام البنین. (۱۴۰۰). بررسی راهبردهای خدمات الکترونیک و لزوم تدوین آن در بانکداری اسلامی. نشریه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، دوره ۱۰، ۱۹-۱.
- ۷) راسخ، حیدر. (۱۴۰۰). نقش بانکداری اسلامی در مقابله با بحران‌های مالی. نشریه معارف اسلامی و اقتصاد، شماره ۱۳، ۱۵۲-۱۳۱.
- ۸) سیدهاشمی، سید اکبر؛ میرزایی دریانی، شهرام؛ احمدلو، مجید؛ ستاری اردبیلی، فرزاد. (۱۴۰۰). مسئولیت‌پذیری اجتماعی بانکداری اسلامی؛ مدلی برای تاثیر بر جامعه. دو فصلنامه علمی تحقیقات مالی اسلامی، سال یازدهم، شماره اول، ۳۶۲-۳۳۳.
- ۹) سیدی، سید احمد؛ عبدلی، محمدرضا؛ جباری نوقایی، مهدی. (۱۳۹۸). ارائه الگوی شاخص‌های سلامت بانکی با رویکرد بانکداری اسلامی. نشریه اقتصاد اسلامی، شماره ۷۴، ۱۴۷-۱۱۵.
- ۱۰) صالحی، زهره؛ واعظ برزانی، محمد؛ طغیانی دولت آبادی، مهدی. (۱۳۹۹). اوراق بهادارسازی در بانکداری اسلامی. فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۳۱، ۱۴۶-۱۱۷.
- ۱۱) فراهانی، طیبه؛ صبوری، مجید. (۱۳۹۹). تاثیر کفایت سرمایه، ساختار سرمایه و نقدینگی بر عملکرد مالی بانک‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، دوره ۹، شماره ۳۱، ۲۶۲-۲۴۷.

تبیین تاثیر مدیریت دانش و نقش شبکه‌های تجاری در بانکداری اسلامی/کریمی، احمدی و روستا

- ۱۲) میرهاشمی اسفهلان، سید احمد؛ پهلوان، منصور. (۱۳۹۹). بررسی تطبیقی و انتقادی خدمات مالی اسلامی. فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۳۲، ۹۰-۷۹.
- ۱۳) نعمتی، مریم؛ خدابخشی، محمد؛ حیدری، علی. (۱۳۹۸). ارتباط مدیریت دانش و مدیریت منابع انسانی و تاثیر آن بر مزیت رقابتی سازمان‌ها. ششمین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران، ۲۲-۱. تهران، تیر ۱۳۹۸، دانشگاه تهران.
- ۱۴) نوری، ایرج؛ رزاقی هریس، محمدعلی؛ آقاگلی، فرشید. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر مدل رفتاری مبتنی بر هدف در توصیف پس‌انداز قرض‌الحسنه در بانکداری اسلامی (مطالعه موردی: بانک قرض‌الحسنه مهر ایران). نشریه تحقیقات مالی اسلامی، سال نهم، شماره ۲، ۵۰۶-۴۶۷.
- ۱۵) واحدی منفرد، فاطمه؛ واعظ برزانی، محمد؛ طغیانی، مهدی. (۱۳۹۹). تبیین معیارهای اخلاقی در بانکداری اسلامی. نظریه‌های کاربردی اقتصاد، دوره ۷، شماره پیاپی ۲۷، ۱۹۴-۱۶۷.
- 16) Akter, S., Gunasekaran, A., Fosso Wamba, S., & Mohiuddin Babu, M. (2020). Reshaping competitive advantages with analytics capabilities in service system. *Technological Forecasting & Social Change*, 159, 1-12.
- 17) Anwar, M., Ur Rehman, A., & Ali Shah, S.Z. (2018). Networking and new ventures performance: mediating role of competitive advantage. *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 13 No. 5, 998-1025.
- 18) Azmat, S., Sohel Azad, A.S.M., Ghaffar, H., Hayat, A., & Chazi, A. (2020). Conventional vs Islamic Banking and Macroeconomic Risk: Impact on Asset Price Bubbles. *Pacific-Basin Finance Journal*, 2-55.
- 19) Bitar, M., Pukthuanthong, K., & Walker, T. (2019). Efficiency in Islamic vs. Conventional Banking: The Role of Capital and Liquidity. *Global Finance Journal*, 2-63.
- 20) Caiazza, R., Volpe, T., & Audretsch, D.B. (2014). Innovation in agro-food system: policies, actors and activities. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 8, No. 3, 180-187.
- 21) Cepeda G., & Vera, D. (2007). Dynamic capabilities and operational capabilities: A knowledge management perspective. *Journal of Business Research*, 60, 426-437.
- 22) Danso, A., Adomako, S., Damoah, J.O., & Uddin, M. (2016). Risk-taking propensity, managerial network ties and firm performance in an emerging economy. *The Journal of Entrepreneurship*, Vol. 25 No. 2, 155-183.
- 23) De Jesus Pacheco, D.A., Carla, S., Jung, C.F., Ribeiro, J.L.D., Navas, H.V.G., & Cruz-Machado, V.A. (2017). Eco-innovation determinants in manufacturing SMEs: systematic review and research directions. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 142, 2277-2287.

- 24) Eisenhardt, K.M., & Martin, J.A. (2000). Dynamic capabilities: what are they?. *Strategic Management Journal*, 21, 1105–1121.
- 25) Hendar, Sudarti, K., & Masfufah, I. (2020). Relational Selling Strategy on SMEs Marketing Performance: Role of Market Knowledge and Brand Management Capabilities. In book: *Complex, Intelligent, and Software Intensive Systems*, 925-933.
- 26) Izzeldin, M., Johnes, J., Ongena, S., Pappas, V., & Tsionas, M. (2021). Efficiency Convergence in Islamic and Conventional Banks. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 70, 1-24.
- 27) Kabir Hassan, M., Khan, A., & Paltrinieri, A. (2019). Liquidity Risk, Credit Risk and Stability in Islamic and Conventional Banks. *Research in International Business and Finance*, 48, 17-31.
- 28) Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). The Relation among Organizational Culture, Knowledge Management, and Innovation Capability; Its Implication for Open Innovation. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex*, 7, 66.
- 29) Le, N.T., & Nguyen, T. V. (2009). The impact of networking on bank financing: the case of small and medium-sized enterprises in Vietnam. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33 No. 4, 867-887.
- 30) Lee, K., & Yoo, J. (2019). How does open innovation lead competitive advantage? A dynamic capability view perspective. *PLoS ONE*, 14(11).
- 31) Lin, F.J., & Lin, Y. H. (2016). The effect of network relationship on the performance of SMEs. *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 5, 1780-1784.
- 32) Lin, J.-H., & Wang, M.-Y. (2015). Complementary assets, appropriability, and patent commercialization: Market sensing capability as a moderator. *Asia Pac. Manage. Rev.* 20(3), 141–147.
- 33) Lindblom, A.T., Olkkonen, R.M., Mitronen, L., & Kajalo, S. (2008). Market-sensing capability and business performance of retail entrepreneurs. *Contemp. Manage. Res.* 4(3), 17.
- 34) Liu, Q., Luo, J., & Tian, G.G. (2016). Managerial professional connections versus political connections: Evidence from firms' access to informal financing resources. *Journal of Corporate Finance*, Vol. 41 No. 1, 179-200.
- 35) Meihami, B., & Meihami, H. (2014). Knowledge Management a way to gain a competitive advantage in firms (evidence of manufacturing companies). *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 3, 80-91.
- 36) Morgan, N.A., Slotegraaf, R.J., Vorhies, D.W. (2009). Linking marketing capabilities with profit growth. *Int. J. Res. Mark.* 26(4), 284–293.
- 37) Paiva, E.L., Aleda, V.R., & Fensterseifer, J.E. (2008). Organizational Know-ledge and The Manufacturing Strategy Process: A Resource-Based View Analysis. *Journal of Operations Management*, 115–132.

- 38) Saha, M., & Banerjee, S. (2015). Impact of social capital on small firm performance in West Bengal. *The Journal of Entrepreneurship*, Vol. 24 No. 2, 91-114.
- 39) Salman, A., & Nawaz, H. (2018). Islamic financial system and conventional banking: A comparison. *Arab economic and business journal*, 13(2), 155-167.
- 40) Sauka, A. (2014). Measuring the competitiveness of Latvian companies. *Baltic Journal of Economics*, Vol. 14 Nos 1-2, 140-158.
- 41) Semrau, T., & Werner, A. (2014). How exactly do network relationships pay off? The effects of network size and relationship quality on access to start-up resources. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 38, No. 3, 501-525.
- 42) Serrat, O. (2009). Glossary of knowledge management. Asian Development Bank. Cornell University ILR School.
- 43) Setyobudi, W.T., Wiryono, S.K., Nasution, R.A., & Purwanegara, M.S. (2016). The Efficacy of the Model of Goal Directed Behavior in Explaining Islamic Bank Saving. *Journal of Islamic Marketing*.
- 44) Silva, T.C., Guerra, S.M., Tabak, B.M., & De Castro Miranda, R.C. (2016). Financial networks, bank efficiency and risk-taking. *Journal of Financial Stability*, Vol. 25, No. 1, 247-257.
- 45) Simon, A., Bartle, C., Stockport, G., Smith, B., Klobas, J.E., & Sohal, A. (2015). Business leaders' views on the importance of strategic and dynamic capabilities for successful financial and non-financial business performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 64, No. 7, 908-931.
- 46) Soh, P.H. (2010). Network patterns and competitive advantage before the emergence of a dominant design. *Strategic Management Journal*, Vol. 31, No. 4, 438-461.
- 47) Subramaniam, G., Osman, I., Muhamat, A.A., Ali, E., & Mohamad, S. (2019). Acceptance of Islamic Banking in New Zealand: Perspectives from Potential Customers. *Journal of Reviews on Global Economics*, 8, 939-947.
- 48) Teece, D.J. (2018). Reply to Nelson, Helfat and Raubitschek. *Res Policy*, 47(8), 1400-1402.
- 49) Wahyono, W. (2019). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. *Journal of Management Development*, Vol. 39, No. 1, 18-30.
- 50) Wamba, S.F., Dubey, R., Gunasekaran, A., & Akter, S. (2019). The performance effects of big data analytics and supply chain ambidexterity: The moderating effect of environmental dynamism. *Int J of Production Economics*, 222.
- 51) Yang, C.C., Marlow, P.B., & Lu, C.S. (2009). Knowledge Management Enablers In Liner Shipping. *Transportation Research*, 45, 893-903.

1. Wahyono
2. Lin & Lin
3. Semrau & Werner
4. Wamba et al.
5. Wahyono
6. Yang et al.
7. Serrat
8. Caiazza et al.
9. Meihami & Meihami
10. Paiva et al.
11. Le & Nguyen
12. Danso et al.
13. Saha & Banerjee
14. Anwar et al.
15. Simon et al.
16. Soh
17. Sauka
18. Liu et al.
19. Silva et al.
20. Cepeda & Vera
21. Eisenhardt & Martin
22. Lee & Yoo
23. Akter et al.
24. Hendar et al.
25. Lindblom et al.
26. Morgan et al.
27. Lin & Wang
28. Teece
29. Izzeldin et al.
30. Azmat et al.
31. Bitar et al.
32. Kabir Hassan et al.
33. Salman & Nawaz