

پژوهش‌های مدیریت در ایران

دوره ۲۲، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۷

تأثیر مدیریت دانش شخصی بر فرهنگ و عملکرد نوآوران در شرکت‌های دانش‌بنیان

سوران مولائی^{۱*}، رویا شاکری^۲، نورمحمد یعقوبی^۳

۱- دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، دانشکده علوم انسانی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.

۲- استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران.

۳- استاد مدیریت دولتی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۵/۵

چکیده

انعطاف‌پذیری، سرعت تغییر و نوآوری از جمله ویژگی‌های شرکت‌های موفق در زمان مؤثر است. شرکت‌های فعلی به منظور بقا حتی برای یک دهه باید پیوسته تغییر کنند، اما تغییر به تنهایی کافی نیست. تغییر باید مبتنی بر گردآوری داده‌های مناسب از محیط خارجی و داخلی و تبدیل آن‌ها به دانش باشد. مهارت‌های مدیریت دانش فردی از جمله مهارت‌ها و توانمندی‌های ضروری مدیران در شرکت‌های دانش‌بنیان است؛ بنابراین هدف این مقاله بررسی تأثیر مدیریت دانش شخصی بر فرهنگ و عملکرد نوآوران در شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در شهر سنندج در سال ۱۳۹۶ است. پژوهش حاضر از نگر روش‌شناسی از نوع پیمایشی-کاربردی و مبتنی بر روش‌های توصیفی-زمینه‌یابی است. داده‌های مورد نیاز از طریق ترکیب و تجمیع چندین پرسش‌نامه استاندارد با در نظر گرفتن اصلاحات صوری گردآوری شده است. اعتبار محتوای عوامل احصا شده با نظر خبرگان و سپس اعتبار سازه آزمون با استفاده از روش‌های تحلیل عاملی تأیید شد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. نتایج بیان‌گر تأیید تمامی فرضیه‌های پژوهش و تأثیر مثبت و معنی‌دار مدیریت دانش شخصی بر فرهنگ نوآوران و عملکرد نوآوران در مدل پژوهش است. در پایان نیز پیشنهادهایی در ارتباط با متغیرهای پژوهش ارائه شده است.

کلیدواژگان: مدیریت دانش شخصی، فرهنگ نوآوران، عملکرد نوآوران، دانش‌بنیان.

۱- مقدمه

دانش لازمه انجام فعالیت‌های نوآورانه توسط شرکت‌ها است [۱، ص ۷۳۴]. نوآوری برای بقا و رشد بلندمدت سازمان یک امر ضروری است و نقشی حیاتی‌تر را در آینده سازمان‌ها برای دنبال کردن سرعت شتابنده بازارهای در حال تحول ایفا خواهد کرد. نوآوری یک عامل مؤثر برای موفقیت و بقای سازمان‌های دانش‌محور و منبع اصلی در کسب مزیت رقابتی تلقی می‌شود و به سازمان در به دست آوردن سودهای بیشتر کمک می‌کند [۲، ص ۶۳۷]. قابلیت نوآوری یک ابزار رقابتی اساسی برای بقا و موفقیت بلندمدت سازمان‌هاست. میزان دانش جدید به‌کار گرفته شده در یک نوآوری سطح آن را مشخص می‌کند. نوآوری فعالیت پیچیده‌ای است که دانش جدید را برای هدف‌های تجاری به‌کار می‌گیرد. بخشی از این دانش از منابع خارجی به دست می‌آید. از این رو توانایی برای بهره‌برداری از دانش خارجی یک عامل حیاتی برای قابلیت‌های نوآورانه است. سازمان‌های امروزی باید چنین نگرشی در اندهان مدیران و کارکنانشان به وجود آورند که آینده‌ای وجود ندارد، بلکه باید آن را خلق کرد و فقط سازگاری با تغییر کافی نیست، بلکه باید آن را دوست داشت [۳، ص ۱۷۷]. بحث نوآوری و عملکرد نوآورانه یکی از موضوعات مهم برای حفظ مزیت رقابتی شرکت‌ها است و برای آن که بتوان در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات ادامه داد باید به خلاقیت و نوآوری روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات محیط، پاسخ‌های بدیع و تازه تدارک دید و همراه تأثیرپذیری از این تحولات بر آن‌ها تأثیر نهاد و به آن‌ها شکل دلخواه داد [۴، ص ۳۹]. از دیگر عوامل مؤثر در بروز نوآوری در یک جامعه یا سازمان زمینه‌سازی و بسترسازی در بین انسان‌ها برای ایجاد فرهنگی است که همگان در تلاش برای رشد دادن دیگری هستند و با تأثیر بر روی یکدیگر به پیشرفت جامعه کمک می‌کنند. سازمان‌هایی با ظرفیت نوآوری بیشتر می‌توانند پاسخ بهتری را به محیطشان بدهند، آسان‌تر به توانایی‌های مورد نیاز برای ارتقای عملکرد سازمانی دست یابند و بتوانند مزیت رقابتی پایدار را استحکام بخشند. به همین دلیل توسعه فرهنگ نوآورانه یک سازمان به گونه‌ای که همه اعضای آن در جستجوی محصولات، خدمات و فرآیندهای جدید باشند امری پر اهمیت است [۵، صص ۱۰-۱۱]. دشنپاند^۱ (۱۹۹۳) اعتقاد دارد که بدون یک فرهنگ قوی و مشترک واضح است که گرایش نوآورانه یک شرکت به سختی می‌تواند رقابتی باشد و سبب توسعه نوآوری شود [۶، ص ۲۷]. فرهنگ نوآورانه بنابر

گزارش‌ها موجب افزایش و ایجاد ایده‌ها و روش‌های کاری جدید در سازمان‌ها است [۷، ص ۱۱۹].

شرکت‌های دانش‌بنیان به عنوان زاینده نوآوری در هر کشور از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند [۸، ص ۶۰]. شرکت‌های دانش‌بنیان برای ارتقای نوآوری در ارائه محصولات جدید نیازمند انتقال و تسهیم دانش بین کارکنان و سازمان هستند. نتایج حاصل از پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که به صورت ویژه به موضوع نوآوری توجه می‌کنند سهم بازار و سود خود را به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهند [۹، ص ۸۲]. مهم‌ترین ویژگی و مزیت شرکت‌های دانش‌بنیان علاوه بر روان‌تر بودن و داشتن سازگاری با شرایط متغیر محیطی، وضعیت رقابت‌پذیری و نوآورانه آنان است. تجربیات کشورهای مختلف نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک در توسعه فناوری، رونق اقتصادی و ایجاد اشتغال مولد نقش اساسی دارند و به گفته اکثر صاحب‌نظران زیربنای اقتصاد دانش‌بنیان به شمار می‌روند [۱۰، ص ۱۲۹]. عملکرد نوآورانه اغلب با بررسی تعداد دستاوردهای آشکار، گزارش‌های ثبت شده و پروژه‌های جدید تعیین می‌شود که سازمان در روال کاری خود بر عهده می‌گیرد. همچنین مقایسه کیفیت و کارکرد محصولات جدید و فرایندهای نو با رقبای نیز نشان دهنده نوآورانه عمل کردن سازمان است. شهرت و وجهه در بازار نیز از جمله عوامل تعیین کننده در این باره است [۹، ص ۸۲].

عملکرد نوآورانه با خلق دانش مورد نیاز برای توسعه محصول و فرایندهای تولیدی جدید یا بهبود فرایندهای موجود به دست می‌آید. مدیریت دانش شخصی و آموزش استفاده از آن از عوامل ضروری و بنیادین برای پیاده‌سازی مدیریت دانش در هر سازمان است. باید انعام داشت که مزایای مترتب بر مدیریت دانش شخصی تنها از آن سطح فردی نیست، بلکه بر سطح سازمانی نیز تأثیرگذار است [۱۱، ص ۱۳]. تأکید مدیریت دانش شخصی بیشتر بر مدیریت دانش توسط خود افراد است تا آن که بر مدیریت دانش از طریق مدیریت ارشد سازمان باشد. مدیریت دانش فردی افراد را برای جذب به موقع دانش ضروری، پرورش عادت و هوشیاری نسبت به یادگیری مادام‌العمر، ایجاد بنیانی برای مطالعه دانش فردی و توسعه توانایی و سپس افزایش مهارت‌های تخصصی فردی و قدرت رقابتی کمک می‌نماید [۱۲، ص ۶۸۸]. هدف و قصد مدیریت دانش شخصی در جذب، اشتراک و استفاده بهتر و مناسب‌تر از دانش و به حداکثر

رساندن اثربخشی خود در جنبه‌های اجتماعی از شغل در کارکنان دانشی است [۱۳، ص ۲۹]. در سال‌های اخیر بر ضرورت و اهمیت نوآوری در بنگاه‌ها بسیار تأکید شده است و در این میان نقش شرکت‌های دانش‌بنیان برجسته بوده و سیاست‌گذاران توجه ویژه‌ای به ارتقای عملکرد این شرکت‌ها داشته‌اند [۱۴، ص ۱۸۲]. تا جایی که مقام معظم رهبری این شرکت‌ها را راهکاری برای جایگزینی درآمدهای نفتی می‌داند [۱۵، ص ۳۷۸]. علاوه بر این در صورت حمایت از توسعه کمی و کیفی شرکت‌های نوآور و دانش بنیان اقتصاد کشور به واسطه ثروت‌آفرینی از طریق دانش به شکوفایی واقعی دست می‌یابد. به همین دلیل یکی از مسائلی که مدیران سازمان‌ها با آن مواجه می‌شوند آن است که چه اقداماتی را باید برای توسعه و بهبود نوآوری در سازمان انجام دهند. هدف از این پژوهش بررسی و سنجش اثرگذاری مدیریت دانش شخصی بر فرهنگ و عملکرد نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در شهر سنندج است.

۲- ادبیات پژوهش

۲-۱- مدیریت دانش شخصی^۲

دانش ترکیبی سازمان‌یافته از ایده‌ها، قوانین، رویه‌ها و اطلاعات است [۱۶، ص ۲۱۴]. در یک طبقه‌بندی کلی دانش شامل دانش فردی و دانش سازمانی است. دانش فردی دانشی است که در ذهن افراد جای دارد. دانش سازمانی دانشی است که به واسطه تعاملات میان فناوری، فنون و افراد در سازمان شکل می‌گیرد. مبنای طرح مدیریت دانش شخصی در قلمرو مدیریت دانش سازمانی تأکید بر اهمیت مدیریت دانش شخصی در بهبود عملکرد فردی است [۱۷، ص ۱۰۱۰]. تاریخچه مدیریت دانش شخصی نخستین بار توسط دراکر^۳ (۱۹۶۸) شروع شد، هنگامی که او آن را «کار دانش» یا «کارکنان دانشی» نامید. با این اوصاف پولانی (۱۹۵۸) اولین شخصی بود که به طور مشخص واژه «دانش شخصی» را به کار برد و اصلاح «مدیریت دانش شخصی» برای نخستین بار در پژوهش و کارهای فراند و هیکسون (۱۹۹۹) استفاده شد [۱۸، ص ۲]. مدیریت دانش شخصی مجموعه‌ای از قبیل گردآوری، طبقه‌بندی، ذخیره‌سازی، جستجو، بازیابی و به اشتراک‌گذاری دانش است که یک فرد در فعالیت‌های روزانه خود انجام می‌دهد [۱۹، ص ۱۵۷]. و به سازمان کمک می‌کند که با نیروی اندک قدرت عظیمی بسازد [۲۰، ص ۷۶]. هر چند که تا کنون برای مدیریت دانش شخصی تعریف یکتواختی ارائه نشده است، اما تعریف

گسترده‌ای که توسط درسی^۴ در ایالات متحده ارائه شد مدیریت دانش شخصی را مهارت‌ها و روش‌های حل مسئله در هر دو مفهوم تئوری و عملی می‌دانند [۲۱، ص ۱۰۳].
رایت^۵ (۲۰۰۵) یک مدل مدیریت دانش فردی را طراحی کرد که انواع مختلف فعالیت‌های حل مسئله را با شایستگی‌های شناختی، اطلاعاتی، اجتماعی و یادگیری کارکنان در محیط سازمانی مرتبط می‌کرد [۱۹، ص ۱۵۷]. کارکنان دانشی افرادی با سطح بالای تخصص، آموزش و تجربه هستند که نقش مهمی در توزیع و استفاده از دانش دارند. این کارکنان در تعیین این استقلال دارند که چگونه و چه زمان باید کار خود را انجام دهند. بیشتر پژوهشگران در مورد این‌که کارکنان دانشی چگونه به حل مسئله می‌پردازند چهار بعد اصلی تجزیه و تحلیل، اطلاعات، اجتماعی و یادگیری را معرفی کرده‌اند [۲۲، صص ۶-۷].

۲-۲- فرهنگ نوآورانه^۶

فرهنگ یک واژه توصیفی است [۲۳، ص ۱۵۰]. فرهنگ سازمانی می‌تواند نقش محرک را در ایجاد اندیشه‌های نوآورانه داشته باشد، زیرا می‌تواند در اعضای سازمان برای پذیرش هنجارهای نوآورانه تعهد ایجاد کند. کوئین و اسپریتزر^۷ (۱۹۹۱) فرهنگ نوآورانه را فرهنگی می‌دانند که بر خلاقیت، خطرپذیری، کارآفرینی، انطباق‌پذیری و پویایی تأکید دارد [۲۴، ص ۲۶].
یک فرهنگ سازمانی نوآور فرهنگی است که توسعه مستمر تولید و کاربرد ایده‌های جدید در تمام قسمت‌های سازمان یک هنجار به شمار می‌رود. داشتن فرهنگ نوآورانه باید نتیجه تلاش‌های مستمر کارکنان دارای انگیزه و اطمینان کافی آنان در ایجاد چیزهای جدید باشد. فرهنگ نوآوری سه ویژگی قابلیت‌های نوآورانه، محیطی و ارزشی دارد که سازمان با به کارگیری و استفاده از شیوه‌های ابتکاری در قالب فرهنگ نوآورانه قرار می‌گیرد [۲۵، ص ۷۰۱].
یک فرهنگ با گرایش نوآوری اصولاً نیازی به حداکثر کردن ایده‌های نوآور تعریف می‌شود که در یک دوره معین پدیدار می‌شود. یکی از تعاریف دقیق‌تر اشاره دارد که فرهنگ نوآوری یکی از راه‌های تفکر و رفتار است که ارزش‌ها و گرایش‌های یک سازمان را ایجاد می‌کند، توسعه می‌دهد و بنا می‌گذارد و شامل پذیرش و حمایت از ایده‌ها و تغییرات بهبود دهنده در عملکرد و کارایی شرکت است، حتی اگر این تغییرات به معنی تضاد با رفتار سنتی و مرسوم باشد [۶، ص ۳۰]. یک فرهنگ نوآور براساس نظر تسلاک و همکاران^۸ (۱۹۹۷) هفت

ویژگی پذیرش ابهام، شکیبایی در امور غیرعملی، کنترل‌های بیرونی کم، بردباری در مخاطره، شکیبایی در برخوردها، تأکید بر نتایج تا فرآیندها و تأکید بر نظام باز دارد [۲۶، ص ۲۳]. از این نظر در محیط سازمان فرهنگ نوآوری از طریق رفتارها یا فعالیت‌هایی شناخته می‌شود که منجر به تولید محصولی جدید، ارائه خدمتی جدید، بهبود محصولات و خدمات فعلی، ابتکاراتی منجر به صرفه‌جویی در هزینه‌ها یا بهبود فرایندهای انجام کار، بهبود روابط، به کارگیری فناوری‌های جدید، تحقیق و توسعه، رفتارهای منحصر به فرد کارکنان و واکنش سازمان به فرصت‌های پیش‌بینی نشده شود [۲۷، ص ۸۷۰].

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت فرهنگ نوآوری دارای مشخصه‌هایی از این دست است که تصمیم به نوآور بودن در تمامی سطوح سازمان، ایجاد و تقویت زیرساخت‌های مورد نیاز نوآوری، سرمایه‌گذاری در بعد عملیاتی و فعالیت‌هایی که بازار محوری و ارزش‌های افزوده را تحت تأثیر قرار می‌دهد همراه با جوسازمانی و محیطی که نوآوری در آن اجرا می‌شود.

۲-۳- عملکرد نوآورانه^۹

امروزه بحث نوآوری و عملکرد نوآورانه یکی از موضوعات مهم برای حفظ مزیت رقابتی شرکت‌هاست [۴، ص ۳۹]. نوآوری یعنی پذیرش یک ایده یا رفتار درباره یک نظام، سیاست، برنامه، فرایند، محصول یا خدمت که برای سازمان جدید است. نوآوری اغلب با استفاده از فناوری‌هایی با کیفیت بالا اتفاق می‌افتد [۲۸، ص ۴۷]. عملکرد نوآورانه ترکیبی از دستاوردهای سازمانی است که از بهبود فعالیت‌ها به دست می‌آید و جنبه‌های مختلف نوآوری در محصول، ساختار و فرایند را دربرمی‌گیرد. از تحقیقات پیشین این‌گونه استنباط می‌شود که عملکرد نوآورانه نقش بسزایی در سازگاری شرکت‌ها با تغییرات و رشد و توسعه دارد [۲۹، ص ۵۴۵]. نتایج حاصل از پژوهش‌های مختلف نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که به صورت ویژه، به موضوع نوآوری توجه می‌کنند، سهم بازار و سود خود را به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهند [۳۰، صص ۱۱۷-۱۳۶].

اندازه‌گیری عملکرد نوآوری با در نظر گرفتن فشار رقابتی حاکم بر بازار از اهمیت خاصی برخوردار است و محققین و کاربران نیازمند شاخص‌های مناسبی برای مطالعه عملکرد نوآوری هستند. شاخص‌های عملکرد نوآوری در سه گروه نوآوری در محصول، فرایند و

سازمانی تقسیم شده است [۳۱، ص ۳۹۸].

۳- توسعه فرضیه‌ها و مدل مفهومی پژوهش

ارتباط مدیریت دانش شخصی و فرهنگ نوآورانه: سه مجموعه از متغیرها وجود دارند که می‌توانند نوآوری را ایجاد کنند که به ساختار سازمانی، فرهنگ و توانایی منابع انسانی مربوط می‌شوند. سازمان موفق توانایی جذب نوآوری را در فرهنگ سازمانی و فرایندهای مدیریت داراست [۶، ص ۲۹]. استفاده از مدیریت دانش در سازمان یک ضرورت کسب و کار است و فرهنگی حامی مدیریت دانش آن است که به دانش ارزش داده و تسهیم، خلق و کاربرد آن را تشویق کند. بزرگ‌ترین چالش در تلاش‌های مدیریت دانش در توسعه چنین فرهنگی واقع است [۳۲، ص ۱۵۳۷]. فرهنگ و خرده فرهنگ‌های سازمانی به طور معناداری فرایندهای مرتبط با دانش را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مولایی و هجرت (۱۳۹۳) در بررسی‌های خود نشان دادند که مؤلفه‌های مدیریت دانش شخصی ارتباط مثبت و معناداری با فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دارد [۳۱، ص ۱-۱۶]. مطالعه چانگ و لی^۱ (۲۰۰۷) نشان داد که اکتساب و انتشار دانش با فرهنگ نوآورانه ارتباط مثبت و معنی‌داری دارد [۳۳، صص ۲۹۵-۳۰۱]: با این اوصاف فرضیه اول پژوهش به صورت زیر بیان می‌شود.

فرضیه ۱: بین مدیریت دانش شخصی و فرهنگ نوآورانه در سازمان‌های دانش‌بنیان تأثیرگذاری مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

ارتباط فرهنگ نوآورانه و عملکرد نوآورانه: پژوهشگران سازمانی اعتقاد دارند که فرهنگ سازمانی به عنوان قلب نوآوری سازمان است. فرهنگ سازمانی بر حوزه‌ای که راه‌حل‌های خلاق، تشویق، حمایت و کاربرد نیاز دارند اثر می‌گذارد. یک فرهنگ حمایت‌کننده از خلاقیت راه‌های نوآور، ارائه مشکلات و یافتن راه‌حل‌ها را نیز ارائه می‌کند [۶، ص ۲۹]. بسیاری از صاحبان‌نظر بر نقش فرهنگ سازمانی در فعالیت‌ها و فرایندهای کارآفرینی و تأثیرپذیری مثبت شاخص‌های کارآفرینی از فرهنگ سازمانی تأکید دارند و معتقدند که اصول و ارزش‌های برگرفته از فرهنگ سازمانی بر ایجاد جو برای تلاش بیشتر کارکنان بسیار مفید واقع شده و زمینه‌های لازم به منظور بهبود خلاقیت، نوآوری و ریسک‌پذیری را فراهم می‌کند. ایجاد فرهنگ سازمانی کارآفرینانه منجر به انگیزش و رضایت کارکنان، توانمندسازی کارکنان و بهبود

کیفیت خدمات و در نهایت افزایش عملکرد سازمانی می‌شود [۳۰، ص ۲۸]. تسلاک و همکاران (۱۹۹۷) در ارتباط با تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری به این نتیجه پی بردند که سازمان‌های نوآور دارای فرهنگ مشابهی هستند. آن‌ها کسب تجربه را تشویق می‌کنند، به تجربیات جدید بها می‌دهند، با در نظر گرفتن تمامی جوانب هم به موفقیت‌ها و هم به شکست‌ها پاداش می‌دهند، از اشتباهات تجربه کسب می‌کنند، سازمان از نزدیک محیط را کنترل می‌نماید و در کوتاه‌ترین زمان و به بهترین شیوه متناسب با تغییرات صورت گرفته به تغییرات پیش‌روی پاسخ می‌دهد [۳۴، صص ۲۱-۴۱]. کارکنان برای شکوفا شدن کارآفرینی سازمانی باید احساس کنند فرهنگ حاکم بر سازمان از فعالیت‌های نوآورانه آن‌ها حمایت می‌کند [۳۵، ص ۴۳۱]. در نتیجه فرضیه دوم پژوهش به شرح زیر است.

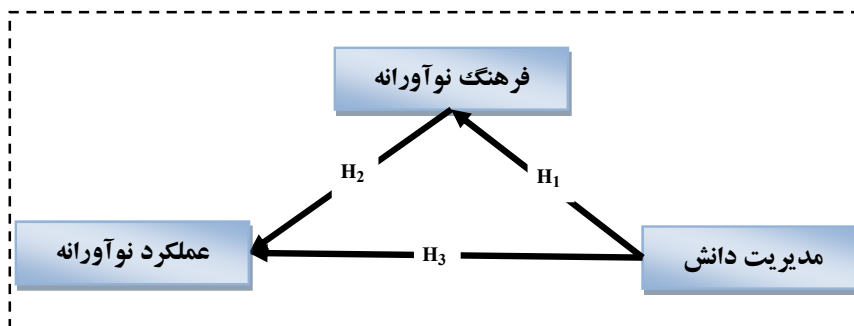
فرضیه ۲: بین فرهنگ نوآورانه و عملکرد نوآورانه در سازمان‌های دانش‌بنیان تأثیرگذاری مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

ارتباط مدیریت دانش شخصی و عملکرد نوآورانه: ابداعات نوآوری گرایش بسیار شدیدی به دانش، تخصص و تعهدات کارمندان به عنوان ورودی‌های کلیدی در فرایند خلق ارزش دارد. این در حالی است که شرکت‌ها با نوآوری‌پذیری بالاتر در پاسخ به تغییرات محیطی و نیز گسترش قابلیت‌های جدید که به آن‌ها برای دستیابی به عملکرد بالاتر کمک می‌کند، موفق‌تر خواهند شد [۳۶، صص ۱۶۷-۱۸۰]. نوآوری فعالیت پیچیده‌ای است که دانش جدید را جهت تحقق هدف‌های تجاری به کار می‌گیرد. ظرفیت‌های نوآوری سازمانی تحت تأثیر توانمندی سازمان‌ها در انتقال دانش و کسب تجربیات برتر هستند. از این‌رو دانش پایه‌ای برای نوآوری است. نوآوری به عنوان خلق دانش جدید و ایده‌های کسب و کار برای تسهیل محصولات جدید و با هدف بهبود فرآیندهای کسب و کار داخلی ساختار و ایجاد بازار به سوی خدمات است [۳۷، ص ۱۲۲۴]. مدیریت دانش شخصی به افراد در غلبه بر مشکلات ناشی از سرریز اطلاعات و فراهم آوردن شرایط و بهبود اثربخشی آن‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و انجام عملکردهای بهتر یاری می‌رساند [۲۹، ص ۱۳]. دانش سازمانی به عنوان خروجی یادگیری سازمانی از عوامل مهم نوآوری در سازمان‌ها محسوب می‌شود. با این اوصاف فرضیه سوم پژوهش به شرح زیر است.

فرضیه ۳: بین مدیریت دانش شخصی و عملکرد نوآورانه در سازمان‌های دانش‌بنیان

تأثیرگذاری مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

براساس فرضیه‌های مطرح‌شده مدل مفهومی در شکل ۱ جهت بررسی مطرح و در نهایت آزمون می‌شود.



شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش

۴- روش‌شناسی

از دیدگاه روش‌شناسی این مطالعه به صورت توصیفی از نوع پیمایشی است. با توجه به کاربست نتایج در زمره پژوهش‌های کاربردی است و از دید زمانی و اجرایی نیز به تناسب نحوه توزیع و تحلیل پرسش‌ها یک پژوهش مقطعی-عرضی است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی ۲۹۷ نفر کارمند شرکت‌های دانش‌بنیان فعال مستقر در پارک علم و فناوری شهر سنجند است. حجم نمونه با توجه به محدود بودن جامعه برحسب فرمول کوکران برابر با ۱۶۸ نفر محاسبه و اعمال شد که بعد از توزیع پرسش‌نامه‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و در نهایت ۱۵۳ پرسش‌نامه (۹۱٪ پرسش‌نامه‌ها) بازگردانده شد و مبنای تجزیه و تحلیل نهایی قرار گرفت. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از یک پرسش‌نامه چند قسمتی و استاندارد استفاده شده است. برای سنجش مؤلفه‌های دانش فردی با اقتباس از پرسش‌نامه رایت (۲۰۰۷) که در پژوهش مولائی و هجرت (۱۳۹۳) با ۱۲ گویه به بررسی دانش فردی در شرکت‌های دانش‌بنیان پرداخته بودند، روایی و پایایی آن مورد بررسی و تأیید قرارگرفته بود. از پرسش‌نامه ۵ گویه اسکرلاواج و همکاران (۲۰۱۰) برای سنجش فرهنگ نوآورانه بهره برده شد

و نهایت برای سنجش عملکرد نوآورانه از پرسش‌نامه ۱۱ گویه هوانگ و همکاران (۲۰۱۱) استفاده شده است. در ارزیابی بخش اندازه‌گیری یا ویژگی‌های فنی پرسش‌نامه‌ها (روایی و پایایی) از روش‌های مختلف از جمله تعیین روابط میان متغیرهای مشاهده شده و متغیرهای مکنون استفاده شد. در این پژوهش اعتبار محتوای عوامل احصاء شده با نظر ۱۰ نفر از خبرگان و تحلیل عاملی اکتشافی برای متغیر چند مؤلفه‌ای (مدیریت دانش شخصی) و اعتبار سازه نیز با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی (با توجه به ضریب پایایی ترکیبی^{۱۱} و متوسط واریانس استخراج شده^{۱۲}) تأیید شد. پایایی سنج نیز براساس مطالعات مقدماتی شامل توزیع پیش‌نمونه ۳۰ تایی و روش آلفای کرونباخ حاصل از تطبیق آن با داده‌های گردآوری شده با توجه به جدول ۱ محاسبه و تأیید شد.

جدول ۱ پایایی و روایی سنج پژوهش

متغیر	ابعاد	شماره پرسش‌ها	ضریب آلفای کرونباخ	
			ابعاد	کل
مدیریت دانش شخصی	تجزیه و تحلیل	۳-۱	۰/۷۸۹	۰/۸۰۴
	اطلاعات	۶-۴	۰/۸۴۱	
	اجتماعی	۹-۷	۰/۷۹۶	
	یادگیری	۱۲-۱۰	۰/۸۰۷	
فرهنگ نوآورانه		۱۷-۱۳	-	۰/۸۵۱
عملکرد نوآورانه		۲۸-۱۸	-	۰/۷۸۵

برای بررسی روابط بین متغیرها از روش حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار پی‌ال‌اس استفاده شده است.

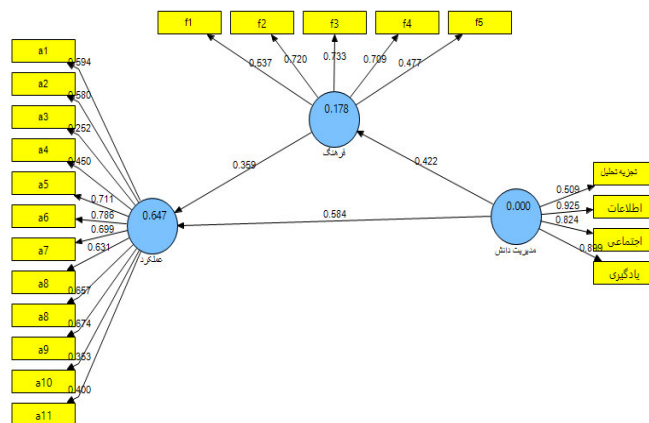
۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

تحلیل‌ها و یافته‌های آماری محققان را به سوی شناخت بهتر و هدایت می‌برد و زمینه را برای پژوهش‌های بعدی آماده می‌سازد. در این مطالعه جهت آزمون داده‌های گردآوری شده از روش‌های تحلیل آماری توصیفی و استنباطی استفاده شد. از روش‌های تحلیل عاملی برای به

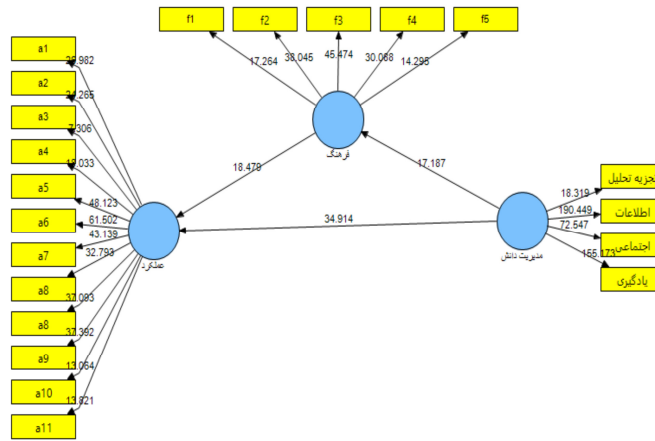
دست دادن معیارهای مدل اندازه‌گیری و تطبیق الگوی پیشنهادی با واقعیت‌های جامعه آماری استفاده گردید.

یافته‌های توصیفی: با توجه به نتایج آزمون‌های توصیفی مرتبط با متغیرهای جمعیت‌شناختی (جنسیت، سطح تحصیلات و سن) مدیران، تعداد مردان (۷۴٪) نسبت به زنان (۳۶٪) و بیشتر آن‌ها دارای مدرک کارشناسی‌ارشد (۵۹٪) و از لحاظ سنی در بازه ۲۵ تا ۳۵ سال (۵۱٪) است که در کاربرد نتایج تحقیق باید مورد توجه واقع شود.

یافته‌های استنباطی: در بخش استنباطی نخست برای بررسی توزیع داده‌ها و تأیید به هنجار بودن آن‌ها (بررسی فرض نرمال بودن داده‌ها) از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد و نتیجه این آزمون نشان داد سطح معنی‌داری (sig) تمام متغیرها کمتر از (۰/۰۵) بوده و توزیع داده‌های تمام متغیرها غیرنرمال بوده و لازم است از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده شود. سپس نتایج ارزیابی بخش اندازه‌گیری مدل با روش تحلیلی عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم و بخش ساختاری مدل با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد که یافته‌های حاصل از این آزمون‌ها در نرم‌افزار پی‌ال‌اس در ادامه تشریح شده است.



شکل ۲ نتایج بارعاملی مدل به روش حداقل مربعات جزئی



شکل ۳ نتایج عدم معنی داری مدل به روش حداقل مربعات جزئی

نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش در شکل‌های ۲ و ۳ آمده است. با توجه به این که مقدار تی استاندارد برای هر دو مسیر بیش از $1/96$ است، پس با اطمینان ۹۵٪ فرضیه H_0 رد شده و H_1 تأیید می‌شود و می‌توان ادعا کرد که بین همه متغیرهای پژوهش تأثیرگذاری مثبت و معنی داری وجود دارد و شدت رابطه نیز بین مدیریت دانش شخصی و فرهنگ نوآورانه برابر با $0/422$ بین فرهنگ نوآورانه و عملکرد نوآورانه برابر با $0/359$ و بین مدیریت دانش شخصی و عملکرد نوآورانه برابر با $0/584$ است.

شاخص‌های برازش رایج در مدل‌های اندازه‌گیری PLS برای دو متغیر مکنون در قالب شک زیر ارائه شده است. شاخص‌های مهم برازش عبارتند از: متوسط واریانس استخراج شده (درصدی از تغییرات متغیر مکنون که توسط متغیرهای مشاهده شده تبیین شده است)، پایایی مرکب (شاخص سازگاری درونی مدل اندازه‌گیری)، و بار عاملی. طبق جدول (۲)، تمامی شاخص‌های برازش اعداد خوبی را نشان می‌دهند.

جدول ۲ شاخص‌های برازش رایج در مدل‌های اندازه‌گیری PLS

شاخص‌های برازش	مدیریت دانش شخصی	فرهنگ نوآورانه	عملکرد نوآورانه
AVE	۰/۳۵۸	۰/۵۰۱	۰/۶۲۳
CR	۰/۸۷۳	۰/۹۲۲	۰/۸۸۵

از مجموع مقدار اشتراکی در مجموع ضریب تعیین برای بررسی شاخص نیکویی برازش استفاده می‌شود. در صورتی که ۰/۰۱ باشد ضعیف، ۰/۲۵ باشد متوسط و ۰/۳۶ باشد قوی است [۳۸، ص ۵۸].

جدول ۳ شاخص‌های سنجش نیکویی برازش

متغیرهای مکنون	مقدار اشتراکی	ضریب تعیین
مدیریت دانش شخصی	۰/۳۵۸	۰/۰۰۰
فرهنگ نوآورانه	۰/۵۰۱	۰/۱۷۸
عملکرد نوآورانه	۰/۶۲۳	۰/۶۴۷
میانگین مجموع	۱/۰۳۲	۰/۸۲۵

شاخص نیکویی برازش = $\sqrt{۰/۸۲۵ \times ۱/۰۳۲}$

شاخص نیکویی برازش = ۰/۹۲

شاخص نیکویی برازش براساس جدول ۳ برابر با ۰/۹۲ است که نشان از برازش قوی مدل دارد.

۶- نتیجه‌گیری

چنانچه شرکت‌ها به ویژه شرکت‌های نوپا نوآور و مبتکر نباشند به سختی می‌توانند در چنین محیط پویا و متغیری به حیات خود ادامه دهند. در حال حاضر ظرفیت‌های نوآوری کشورها مهم‌ترین معیار ارزیابی دانایی آنان محسوب می‌شود. این تحقیق متدولوژی نوین را برای ترکیب دو انقلاب معاصر یعنی مدیریت دانش و نوآوری ارائه کرد [۳۹، ص ۱۱۵]. رقابت‌پذیری

در اقتصادهای مدرن دانش بنیان منبع اصلی است. آنچه در بازار رقابت کنونی مزیت رقابتی و ابزار پیشی گرفتن از رقبای به حساب می‌آید، ارائه محصولی متفاوت با بهره‌گیری از نوآوری است [۴، ص ۴۸]. سازمان‌های توانمند در زمینه نوآوری به منظور دستیابی به عملکرد پایدار و در امان بودن در چنین محیطی قادرند که با پیچیدگی و تغییرات فزاینده مقابله کرده و به چالش‌ها سریع‌تر پاسخ دهند و علاوه بر ارائه محصولات جدید، فرصت‌های بازار بهتری نسبت به شرکت‌های بدون نوآوری داشته باشند [۴۰، ص ۴۰۹].

نتایج پژوهش مطابق با فرضیه ۱ بیان‌گر آن است که مدیریت دانش شخصی با فرهنگ نوآورانه ارتباط مثبت و معنادار دارد که می‌توان چنین بیان داشت که اگر فرهنگ سازمان نوآورانه باشد، از طریق تقویت و انعطاف‌پذیری و توجه به محیط بیرونی جوی خلاق برای تولید دانش توسعه می‌یابد و فرآیند تولید و کسب دانش در نتیجه این جو بیشتر تقویت می‌شود که پیامد آن افزایش دارایی دانش مفهومی در سازمان خواهد بود [۲۴، ص ۳۳]. مطالعاتی که به بررسی پیامدهای مدیریت در شرکت‌های دانش بنیان پرداخته است نشان می‌دهد با تقویت مدیریت دانش در این شرکت‌ها موفقیت آنان را افزایش می‌یابد [۴۱، ص ۱۰۹]. برقراری ارتباط و تعامل صحیح و متناسب با سایرین موجب گشودگی ذهن و تخیل و بهبود تفکر می‌شود. از جهتی تعامل و گفت‌وگو با افراد و شخصیت‌های مختلف فرد را با دیدگاه‌ها و نظرات مختلف آشنا می‌کند که در نتیجه رشد و توسعه فعالیت‌های فردی مانند مهارت‌های خلاقانه، ارزیابی خودآموزی، مدیریت یادگیری خویشتن، هوشیاری دانشی فرد را به دنبال دارد. محققان بر نقش محوری مدیریت دانش به خصوص در ایجاد یک محیط کاری داخلی که خلاقیت و نوآوری را حمایت می‌کند، تأکید کرده‌اند [۳۹، ص ۱۰۵]. مولایی و هجرت (۱۳۹۳) در پژوهش خود به وجود ارتباط مثبت بین مدیریت دانش شخصی و فرهنگ سازمانی کارآفرینانه دست یافتند [۲۲، صص ۱-۱۶] و کانگاس^{۲۷} در پژوهش خود نشان داد که مدیریت دانش در فرهنگ سازمانی ممکن است یک نوآوری استراتژیک مؤثر باشد و موجب موفقیت درازمدت، توسعه ارزش‌ها و کمک به افزایش سود رقابتی شود [۴۲، ص ۳].

نتایج پژوهش مطابق با فرضیه ۲ بیان‌گر آن است که فرهنگ نوآورانه با عملکرد نوآورانه ارتباط مثبت و معنادار دارد که می‌توان چنین بیان داشت که یک سازمان خلاق و نوآور محیط، فرهنگ و جوی خلاق و نوآور دارد و چنان که پیتر دراگر بیان می‌دارد هر سازمانی نیازمند

شایستگی مهمی تحت عنوان نوآوری است [۴۳، ص ۳]. از آنجایی که شرکت‌های دانش‌بنیان حول ایده‌های خلاقانه شکل گرفته‌اند، برای پیشرفت به سرمایه مالی و مهم‌تر از آن به سرمایه دانشی وابسته هستند. یافته‌های مطالعات پلاستریچ و اُس‌برن (۱۹۹۸) در پشتیبانی از نوآوری در سازمان نشان داد که فرهنگ نوآورانه باید از سوی مدیریت ارشد سازمان پشتیبانی و حمایت شود؛ پاداش‌ها برای افراد و گروه‌های نوآور باید افزایش یابد؛ منابع برای نوآوری تخصیص یابد؛ از طریق مشاهده اتفاقات برون‌سازمانی باید درباره نوآوری هر چه بیشتر آموخت؛ نوآوری مسئولیت تک‌تک افراد سازمان است؛ و این‌که لازمه نوآوری ارزشیابی است. یک سازمان برای آن‌که بتواند واقعاً نوآور باشد باید فرهنگی قوی ایجاد کند که مشارکت در رفتار نوآورانه را تحریک کند. عدم توجه به فرهنگ سازمان بیشترین دلیل عدم موفقیت کامل و حتی شکست کلی بسیاری از نوآوری‌های مدیریتی است [۵، ص ۲]. در کل می‌توان گفت سازمان‌های موفق این توانایی را دارند که نوآوری را در فرهنگ سازمانی و فرایند مدیریت سازمان خود نهادینه کنند.

نتایج پژوهش مطابق با فرضیه ۳ بیان‌گر آن است که مدیریت دانش شخصی با عملکرد نوآورانه ارتباط مثبت و معنادار دارد که می‌توان چنین بیان داشت که ادبیات مدیریت دانش نوآوری را به عنوان یک عامل حیاتی برای شرکت‌ها جهت ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط به شدت پیچیده و پویای امروزی قلمداد می‌کند. امروزه انتظار می‌رود که مدیران همگی توانمندی مدیریت تغییر و تحول را داشته و دائم در جستجوی راه‌هایی برای بهبود سازمان خود باشند [۴۴، ص ۲۱۸]. عملکرد نوآورانه به کمک مدیریت دانش و تعاملات اجتماعی مناسب برای توسعه محصول و فرآیندهای تولیدی جدید یا بهبود فرآیندهای موجود به دست می‌آید. متخصصان مدیریت دانش بر این عقیده هستند که مکانیزم‌های نوآوری و فرآیندهای مدیریت دانش قابل انطباق هستند. از آنجایی که نوآوری فعالیت است که به وسیله فعالیت‌های ناپیوسته و متوالی شناخته می‌شود می‌توان از افراد انتظار داشت که در هر ترکیبی از این رفتارها و در هر زمانی ایفای نقش کنند و رفتارهای نوآورانه از خود نشان دهند [۴۵، ص ۳]. گلویت بیان می‌کند ارتباط معنادار و مثبتی بین مدیریت دانش و عملکرد نوآوری در سازمان‌ها وجود دارد. عملکرد نوآوری که در سازمان‌ها به نوآوری‌های محصول و فرایند کمک می‌کند به عنوان مزیت رقابتی شناخته شده است [۳۹، ص ۱۰۵].

پیشنهادهای کاربری حاصل از این پژوهش نیز می‌توان به موارد زیر اشاره کرد. با توجه به تأثیرگذاری مثبت و معنی‌دار بین متغیرهای پژوهش پیشنهاد می‌گردد شرکت‌های دانش‌بنیان با ایجاد یک جو سازمانی که کارکنان را قادر به همکاری، ترکیب و تبادل نظرات میان خود به منظور ایجاد ایده‌های جدید برای دستیابی به محصولات و خدمات جدید و به اشتراک‌گذاری ایده‌ها و تجربیات‌شان در این زمینه می‌نماید، شرایط را برای دستیابی به عملکرد برتر سازمانی فراهم کنند.

با توجه به این‌که تقریباً تمام شرکت‌های دانش‌بنیان با منابع محدود مواجه هستند. با تعهد به توسعه توانمندی‌های مبتنی بر تجاری‌سازی فناوری به بهبود عملکرد خود کمک کنند. شرکت‌های دانش‌بنیان باید هم‌زمان در حال تقویت توانمندی‌های نوآوری فناورانه خود هستند، به سرعت تغییرات فناوری و فرصت‌ها و تهدیدات در صنعت مرتبط به خود و تأثیر آن بر تولید محصولات و اولویت‌های مشتریان توجه دو چندان داشته باشند. فرهنگ نوآورانه پرورش یابد و به خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان به ویژه از طرف مدیران ارشد توجه شود.

در راستای بهبود عملکرد نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان پیشنهاد می‌شود بر لزوم یادگیری افراد و بهره‌برداری از دانش آموخته شده سرمایه‌های انسانی بیشتر تأکید شود. نقش بالقوه مدیریت دانش فردی در عملکرد نوآورانه به تحقیق بیشتری نیاز دارد و هم برای متخصصان مدیریت دانش و هم برای متخصصان نوآوری مهم است که روابط نظام‌مند و منظمی را بین این مفاهیم درک کنند. اغلب شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری شهر سنندج در مرحله هسته رشد قرار دارند و سایر مراحل و سلسله‌مراتب شرکت‌های دانش‌بنیان را پشت سر گذاشته‌اند؛ بنابراین با توجه به محدودیت یاد شده، تعمیم نتایج باید با احتیاط صورت گیرد. با توجه به نتایج تحقیق به نظر می‌رسد عملکرد نوآورانه پدیده‌ای پیچیده و چند بعدی است؛ بنابراین باید در تحقیقات آتی سایر عوامل مؤثر بر عملکرد نوآورانه مانند ساختار سازمان، فرهنگ سازمانی و روابط سازمانی بررسی شود.

۷- پی‌نوشت‌ها

1. Deshpand
2. Personal Knowledge Management

3. Drucker
4. Dorsey
5. Wright
6. Innovative Culture
7. Quinn & Spreitzer
8. Tesluk et al
9. Innovation Performance
10. Chang & Lee
11. Composite Reliability
12. Average Variance Extracted

۸- منابع

- [1] Lai Y.L., Hsu M.S., Lin F.J., Chen Y.M., Lin Y.H.; The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance; *Journal of Business Research*, Vol. 67, No. 5, 2014, 734–739.
- [2] Fosfuri A., Tribó J. A.; Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance; *Omega*, Vol. 36, No. 2, 2008, 173-187.
- [3] Martínez, F.J., Diaz-Garcia, C., González-Moreno, A.; Environmental Orientation as a Determinant of Innovation Performance in Young SMEs; *Int. J. Environ. Res.*, Vol. 8, No. 3, 2014, 174-186.
- [4] Pourteymour F., Jamshidi L.; investigate the innovative performance through emerging knowledge based companies in Semnan University Incubator', *Journal on Industry and University*, Vol. 7, No. 23, 2015, 37-52. [In Persian].
- [5] Dolatabadi H.R., Baharestan O., Mohamadi M.; Analysis the relation between organizational learning culture, culture of innovative and invention in Kerman Food \ Industries Case Study: Zamzam, Oil and Pegah companies, *Quarterly Journal of Innovation and Creativity in Human Sciences*, Vol. 2, No. 3, 2013, 1-26. [In Persian].
- [6] Azad N., Arshadi E.; Investigating the Effect of Organizational Culture on the Understanding of Innovation Support (Case Study of the Iranian Commercial

- Commercial Mothers Company), Commercial Reviews, Vol. 7, No. 2010, 36, 26-38. [In Persian].
- [7] Jane M.G., Mathilde M.H., Strating R.B., Anna P.N.; A large-scale longitudinal study indicating the importance of perceived effectiveness, organizational and management support for innovative culture, Social Science & Medicine, Vol. 83, 2013, 119-124.
- [8] Pakniyat M., Ansari R., Shahin A.; Analyzing the Impact of Technological Innovation Capabilities on Technology Commercialization and Performance Knowledge-Based Companies in Isfahan, Innovation Management Journal, Vol. 5, No. 3, 2016, 59-84. [In Persian].
- [9] Moradi M., Valipour M.A., Yakidh K., Abdlahian F.; Investigating the Role of Knowledge Capacity on Innovative Performance of Organizations (Case Study: Pharmaceutical Companies and Insurance Companies in Tehran Stock Exchange), Journal of Business Management Perspective, Vol. 12, No. 13, 2016, 79-102. [In Persian].
- [10] Massa S., Testa S.: A Knowledge management approach to organizational competitive advantage: Evidence from the food sector, European management Journal, Vol. 27, No. 2, 2009, 126-141.
- [11] Barezkar H., Kashanian F.; A Survey on the Effectiveness of Personal Knowledge Management in graduate students of the Faculty of Engineering and Engineering of Alzahra University, Iran Health Information Management, Vol. 7, No. 1, 2012, 12-18. [In Persian].
- [12] Garcia-Penalvo, F. H., Conde, M. A.; Using informal learning for business decision making and knowledge management'; Journal of Business Research, Vol. 67, No. 5, 2014, 686- 691.
- [13] Kim H., Breslin J.G., Decker S.; Personal knowledge management for knowledge workers using social semantic technologies, International Journal Intelligent Information and Database Systems, Vol. 3, No. 1, 2009, 28-43.

- [14] Mashayekh J., Tabatabaeian S.H., Amiri M., Shokrieh M.M.; Identifying and categorizing the innovation performance determinants of advanced materials firms in Iran, *Journal of Entrepreneurship Development*, Vol. 11, No. 1, 2018, 181-200. [In Persian].
- [15] Isfahani A.N., Ansar R., Khorasqani R.; Investigating the effect of absorptive capacity's knowledge on corporate entrepreneurship (Case of Isfahan Science & Technology Town)', *Journal of Entrepreneurship Development*, Vol. 9, No. 2, 2016, 377-395. [In Persian].
- [16] Liu C.H., Wang J.S., Lin C.W.; The concepts of big data applied in personal knowledge management, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 21, No. 11, 2017, 213-230.
- [17] Sharif A., Hosseingholizadeh R.; Identifying and clustering the Personal Knowledge Management (PKM) systems, *Journal of Information Processing and Management*, Vol. 31, No. 4, 2016, 1009-1029. [In Persian].
- [18] Jain P.; Personal knowledge management: the foundation of organisational knowledge management, *South African Journal of Libraries and Information Science*, Vol. 77, No. 1, 2011, 1-4.
- [19] Wright K.; Personal knowledge management: Supporting individual knowledge worker performance, *Knowledge Management Research and Practice*, Vol. 3, No. 3, 2005, 156-165.
- [20] Khadivar A., Dortaj F.; Presentation a framework for success in the implementation of knowledge management systems based on cloud computing, *Management Research in Iran*, Vol. 20, No. 2, 2016, 93-118. [In Persian].
- [21] Zhuang SH.; Personal Knowledge Management and M-learning in the Learning Society, 2nd International Conference on Science and Social Research (ICSSR), 2013, 101-105.
- [22] Mowlaie S., Hejrat S.; Investigating the Relationship between the Dimensions of Personal Knowledge Management and Entrepreneurial Organizational Culture in

- Knowledge Based Organizations, National Conference on Management, Human Resources and Organizational Culture, Sanandaj, 2015, 1-16. [In Persian].
- [23] Alirezaei A.T., Pashaei Houlaso A.; The impact of organizational culture on organizational agility capabilities (Case study: one of the organizations of the Armed Forces) , Management Research in Iran, Vol. 20, No. 2, 2016, 149-176. [In Persian].
- [24] Sanjaghi M.A., Akhvan P., Ojaghei H.; Designing an Interactive Model for Various Organizational Cultures and the Processes Involved in Knowledge Management, Journal of Resarch in Human Resource Management, Vol. 5, No. 1, 2013, 23-42. [In Persian].
- [25] Zhang Y., Zhou Y.L.; An Empirical Study on Innovative Culture from the View of Educational Factors, International Conference on Future Electrical Power and Energy Systems, Vol. 17, 2012, 700-705.
- [26] Tesluk, P.E., Faar, J.L., Klien, S.R.; Influences of organizational culture and climate on individual creativity, The Journal of Creative Behavior, Vol. 31, No. 1, 1997, 21-41.
- [27] O'Cass A., Ngo L.V.; Market orientation versus innovation culture: two routes to superior brand performance, European Journal of Marketing, Vol. 41, No.7, 2007, 868-87.
- [28] Rajapathirana R.P., Hui Y.; Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance, Journal of Innovation & Knowledge, Vol. 3, No. 1, 2018, 44-55.
- [29] Rylková Z., Chobotová.; Protection of intellectual property as a means of evaluating innovation performance, International Conference on Applied Economics (ICOAE), Vol 14, 2014, 544-552.
- [30] Farsijani H., Samieineyestani A.; Surveying the role of integration between TQM and Technology management in determining Quality and Innovation Performance(Survey around: Product ompanies Located at Markazi Province),

- Information Technology Management, Vol. 4, No. 2, 2011, 117-136. [In Persian].
- [31] Jimenez D., Vall R.S., Espallardo M.H.; Fostering innovation - The role of market orientation and organizational learning, European Journal of innovation Management, Vol.11, No. 3, 2008, 389-412.
- [32] Seraji R., Ahadi S.M., Abasi A., norouzi D.; Study of the relationship between knowledge management and organizational culture Case study: agriculture organization of Qom, International Research Journal of Applied and Basic Sciences, Vol. 4, No. 6, 2013, 1535-1542.
- [33] Chang S. C Lee M.S.; The Effects of Organizational Culture and Knowledge Management Mechanisms on Organizational Innovation: An Empirical Study in Taiwan, The Journal of Business Review. 7, No. 1, 2007, 295-301.
- [34] Kaid A., Rosli M.; How does organizational culture shape the relationship between entrepreneurial orientation and the organizational performance of banks, European Journal of Social Sciences, Vol. 20, No. 1, 2011, 28- 46.
- [35] Rutherford M.W., Holt D. T.; Corporate entrepreneurship: an empirical look at the innovativeness dimension and its antecedents, Journal of Organizational Change Management, Vol. 20, No. 3, 2007, 429-446.
- [36] Montes F.J., Moreno A.R., Fernandez L.M.; Assessing the Organizational Climate and Contractual Relationship for Perceptions of Support for Innovation, International Journal Manpower, Vol. 25, No. 2, 2004, 167-180.
- [37] Baregheh A., Rowley J., Sambrook S.; Towards a multidisciplinary definition of innovation, Management Decision, Vol. 47, No. 8, 2009, 1323-1339.
- [38] Abasi H.; 'Designing the Model for Commercialization of University Research Using Structural Equation Modeling- Partial Least Squares Method (SEM-PLS)', Journal of Trade Studies, Vol. 21, No. 82, 2013, 33-65. [In Persian].
- [39] Mirfakhredini S.H., HatamiNasab S.H., Tale'ifar R., Monfared A.R.; Knowledge management, innovation knowledge and innovation performance in small and medium enterprises, Journal of Business Management Perspective, Vol. 9, No. 2,

- 2010, 103-118. [In Persian].
- [40] Jiménez-Jiménez D., Sanz-Valle R.; Innovation, organizational learning, and performance, *Journal of Business Research*, Vol. 64, No. 4, 2011, 408-417.
- [41] Migdadi, M., Knowledge management enabler and outcomes in the small and medium sized enterprises, *Journal of Industrial management & data systems*. Vol. 7, No. 6, 2009, 108-127.
- [42] Hashemi S., Abasi A.; The Relationship Between Knowledge Management and Organizational Culture in Lamerd Islamic Azad University, *International Management Conference (Challenges and Solutions)*, Shiraz, 2014, 1-7. [In Persian].
- [43] Chang S.C., Lee M.S.; The linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 12, No. 1, 2008, 3-20.
- [44] Ghaedi M., Madhoshi M., Rasekhi S.; Investigating the Effect of Macroeconomic Variables on the Survival of Manufacturing Companies using a Hazard Function, *Modern Researches in Decision Making*, Vol. 2, No. 2, 2017, 217-239. [In Persian].
- [45] Salehi A., Danaeifard H.; Investigating the role of knowledge sharing in the relation between components of intellectual capital and innovative behavior, *Organizational Resources Management Researchs*, Vol. 5, No. 1, 2015, 47-66. [In Persian].