



Investigating the effect of organizational knowledge sharing on innovation performance with the mediating role of innovation capability and moderating scale of networking and Connection strength (case study of small and medium enterprises in Iraq)

Amir Adnan Hasun Alkhafaji¹ | Omid Behboodi² | Mohsen Moradi³

Abstract

Innovation is an important indicator for organizations because it creates value and sustainable competitive advantage in the current complex and changing environment. More innovative organizations are more successful than other organizations in responding to changing environments and creating and expanding new capabilities and achieving better performance. Therefore, the purpose of this research was to investigate the effect of organizational knowledge sharing on the innovation performance of Iraqi small and medium enterprises with the mediating role of innovation capability and moderating Connection strength and networking scale. The statistical population of this research is all managers and vice presidents of small and medium companies in Iraq, whose number is unknown; According to Klein's thumb method (5 to 10 times the number of items), the number of members of 170 people was selected non-randomly. The research tool was Dongling et al.'s (2022) questionnaire, which was used to test the validity of content validity and experts' approval, and for construct validity, construct validity, convergent and divergent validity were used. The reliability of the questionnaire was done with Cronbach's alpha and composite reliability (more than 0.7). Data analysis was done by structural equation method with PLS software. The results showed that the effect of organizational knowledge sharing on innovation performance with the mediation of innovation capability was significant ($t=2.559$). In addition, the moderating role of networking scale ($t=2.671$) and Connection strength ($t=3.651$) in the effect of organizational knowledge sharing on innovation ability has been reported.

Keywords: organizational knowledge sharing, innovation performance, innovation capability, Connection strength, networking scale.

DOR: 20.1001.1.26454262.1402.6.1.3.4

1. Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran. Ameerameerwewe1991@gmail.com
2. Corresponding Author: Assistant Professor, Department of Management, Attar Institute of Higher Education, Mashhad, Iran. Drbehboodi@attar.ac.ir
3. Associate Professor, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza International University, Mashhad, Iran. Moradi@imamreza.ac.ir

شماره
۲۰سال ششم
بهار ۱۴۰۲
صص: ۴۷-۱۱

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:
۱۴۰۱/۱۰/۳۰
تاریخ پذیرش:
۱۴۰۱/۱۱/۱۹شماره چاپی: ۴۶۴۳-۴۶۴۵
الکترونیکی: ۵۲۴۲-۴۶۴۵

بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری مقیاس شبکه‌سازی و قدرت ارتباط (مورد مطالعه شرکت‌های کوچک و متوسط عراق)

امیر عدنان حسون الخفاجی^۱ | امید بهبودی^۲ | محسن مرادی^۳

چکیده

نوآوری شاخصی با اهمیت برای سازمان‌هاست چون موجب ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار در فضای بخرنج و دگرگون کنونی می‌شود. سازمان‌های نوآورتر نسبت به دیگر سازمان‌ها، در واکنش به فضاها دارای دگرگونی و برای خلق گسترش توانمندی‌های تازه و نیل به عملکرد بهتر پیروزتر هستند. لذا هدف این تحقیق بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط عراق با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری قدرت رابطه و مقیاس شبکه‌سازی بوده است. جامعه آماری تحقیق حاضر، کلیه مدیران و معاونان شرکت‌های کوچک و متوسط در کشور عراق می‌باشد که تعداد آن‌ها نامشخص بوده است؛ بر اساس روش سرانگشتی کلاین (۵ تا ۱۰ برابر تعداد گویه‌ها)، تعداد اعضای ۱۷۰ نفر به روش غیرتصادفی در دسترس انتخاب شده است. ابزار پژوهش پرسشنامه دونگلینگ و همکاران (۲۰۲۲) بوده که برای آزمودن روایی از روایی محتوا و تأیید خبرگان و جهت روایی سازه از روایی سازه، همگرا و واگرا بهره گرفته شده است. پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ و پایایی مرکب (بیش از ۰/۷) انجام شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش معادلات ساختاری با نرم‌افزار پی ال اس انجام شده است. نتایج نشان داد تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با میانجی‌گری قابلیت نوآوری معنادار بوده است ($t=2/559$). به‌علاوه نقش تعدیلگر مقیاس شبکه‌سازی ($t=2/671$) و قدرت ارتباط ($t=3/651$) در تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر قابلیت نوآوری معنادار گزارش شده است.

کلیدواژه‌ها: اشتراک دانش سازمانی، عملکرد نوآوری، قابلیت نوآوری، قدرت ارتباط، مقیاس شبکه‌سازی.

DOR: 20.1001.1.26454262.1402.6.1.3.4

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- مدیریت استراتژیک، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع) مشهد، ایران.

Ameerameerwewe1991@gmail.com

Drbehboodi@attar.ac.ir

۲. نویسنده مسئول: استادیار، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی عطار مشهد، ایران.

Moradi@imamreza.ac.ir

۳. دانشیار، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین المللی امام رضا (ع) مشهد، ایران.

۱- مقدمه و بیان مسئله

بهبود عملکرد و دستیابی به حدی از پایداری به جهت ماندگار بودن، کسب سود و رفع احتیاجات جامعه رسالت بنیادین سازمان می‌باشد (Ting et al., 2021) و این موضوع پایه و اساس گسترش کمی و کیفی در هر سرزمین به شمار می‌رود. البته اگر سازمان‌ها دارای عملکرد نوآوری در حوزه خود نباشند عملکرد کلی و گسترشی به وجود نمی‌آید. به این جهت در این موقعیت‌های درهم و دگرگون باید برای پیروزی بر رقبا در پی به‌دست آوردن مزیت رقابتی باشند (Nahid et al., 2015). از طرفی خلاقیت‌ها و فعالیت‌های نوآوری خیلی بیشتر به دانش و مهارت کارکنان بستگی دارد. بنابراین دانش ثروتی ارزشمند برای سازمان‌ها به شمار می‌رود و اشتراک آن قابل اهمیت است. بنابراین، برای به‌دست آوردن دانش ارزشمند، شرکت‌ها باید بر روی ویژگی‌هایی از جمله قدرت رابطه و مقیاس شبکه تمرکز کنند تا به‌طور مؤثرتری منابع دانش خارجی را شناسایی کنند. رشد رقابت در بازار همراه با تغییرات فناورانه و اقتصادی بر دست‌یابی به مزیت رقابتی شرکت‌ها به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه فشار وارد می‌کند. به‌منظور تحکیم موقعیت شرکت‌ها در رقابت بازار جهانی، توسعه قابلیت‌های نوآوری به‌عنوان یک استراتژی توسعه مؤثر برای عملکرد شرکت‌ها در نظر گرفته شده است (Wang et al., 2021). قدرت بازار ناشی از نوآوری ممکن است نتایج بسیار مؤثری را در مقایسه با رقابت قیمتی خالص ارائه دهد. وی اظهار داشت که پیشرفت فنی اغلب منجر به انحصارهای موقتی می‌شود که سود مازادی را ایجاد می‌کند. توسعه قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد شرکت‌ها از جمله سودآوری، سهم بازار، رضایت مشتری و پایداری شرکت تأثیر می‌گذارد (Shafi, 2020). همچنین عدم نگهداری نوآوری موجب شکست می‌شود لذا شرکت‌ها باید سعی کنند قابلیت نوآوری را به عملکرد نوآوری تبدیل کنند (Moghasem et al., 2018). از طرفی، اشتراک دانش سازمانی همواره محرک فرایند نوآوری است و نوآوری موفقیت‌آمیز در زمینه‌های وابسته، به پیشرفت مهارت‌های داخلی و خارجی اشتراک دانش بستگی دارد. قابلیت نوآوری از ترکیب متعادل از دانش خارجی و داخلی حاصل می‌شود و اشتراک دانش همه‌ی ابعاد قابلیت نوآوری را ضبط می‌کند (Hock-Doepgen et al., 2020). بر اساس مطالعات، اشتراک دانش در داخل سازمان،

ایده‌های نوآورانه را ترویج و باعث نوآوری فردی می‌شود. کسب دانش خارج از سازمان نیز می‌تواند برای ایجاد ذینفعان جدید و ارتباطات تازه مشتری مورد استفاده قرار گیرد. شرکت‌ها با درک درست از قابلیت‌های مدیریت دانش می‌توانند در کسب و کار خود نوآوری داشته باشند (Rashnavadi et al., 2021). فرایند اشتراک دانش استراتژی با اهمیتی در جهت استواری و کاربردی نمودن مدیریت دانش به شمار می‌رود و ایجاد محرک اشخاص برای این روند از جمله ترجیحات سازمان‌هاست (Singh et al., 2019). در رویه‌ی اشتراک دانش، اشخاص متقابلاً دانش و تجربیاتشان را بهم انتقال می‌دهند اما سازمان‌های نباید به آن تکیه محض داشته باشند علاوه بر این باید به دانش داخل سازمان، دانش تازه و ارزشمند بیرون سازمان هم عنایت کنند (Rajaei et al., 2013). از عوامل تقویت‌کننده رابطه بین اشتراک دانش و قابلیت نوآوری می‌توان به قدرت ارتباط اشاره کرد. رابطه شریک را به‌عنوان یک ارتباط قوی و رابطه با شرکت‌های شناخته‌شده را به‌عنوان یک ارتباط ضعیف تعریف کرد. رابطه قوی بین شرکت‌ها منجر به ترویج تمایل به مشارکت در انتقال دانش متقابل، ارتقای به موقع انتقال اطلاعات پنهان و کاهش هزینه‌های جستجو می‌شود (Dongling et al., 2022). به‌طور کلی، به اشتراک‌گذاری دانش زمانی که طرفین ارتباط نزدیک و قوی تری دارند بیشتر است (Shazi et al., 2015). با اشتراک دانش ضمنی بیشتر، توسعه مساعدتری از قابلیت نوآوری محقق می‌شود (Dongling et al., 2022). به‌علاوه هرچه مقیاس شبکه بزرگ‌تر باشد، روابط شبکه خارجی بیشتری وجود دارد و منابع موجود در آن‌ها غنی‌تر است (Swierczek, 2019). عملکرد نوآوری شرکت‌ها به فراوانی منابع خارجی بستگی دارد (Woschke et al., 2017). با توجه به محدودیت منابع سازمانی، دانش خارجی به یک منبع بالقوه در فرآیند نوآوری سازمانی تبدیل شده است. منابع دانش به‌دست‌آمده از خارج، اطلاعات و جهت‌گیری را برای نوآوری سازمانی فراهم می‌کند (Dongling et al., 2022). از طرفی خلاقیت‌ها و فعالیت‌های نوآوری خیلی بیشتر به دانش و مهارت کارکنان بستگی دارد. بنابراین دانش ثروتی ارزشمند برای سازمان‌ها به شمار می‌رود و اشتراک آن قابل اهمیت است. بنابراین، برای به‌دست آوردن دانش ارزشمند، شرکت‌ها باید بر روی ویژگی‌هایی از جمله قدرت رابطه و مقیاس شبکه تمرکز کنند تا به‌طور مؤثرتری منابع دانش خارجی را شناسایی کنند. از آن جایی که شرکت‌های کوچک و متوسط از متداول‌ترین شکل‌های

شرکت‌های تجاری هستند که بنیاد اقتصاد هر کشوری را تشکیل می‌دهند (Xuan et al., 2020). شرکت‌های کوچک و متوسط عراق با نظر به خصوصیات متمایزشان همچون بافت غیررسمی و خصوصیت انعطاف‌پذیری در بهره‌گیری از فناوری قادر هستند زودتر از کشورهای دیگر محصولات تازه و هماهنگ با موقعیت‌های رقابتی بومی، ناحیه‌ای و عالم‌گیر را عرضه کنند و از این راه به سود، رشد تجاری و کم شدن بیکاری در سرزمین خود دست یابند (Mengli et al., 2015). ماهیت شرکت‌های کوچک و متوسط در عراق شرکت‌های صنعتی، مواد غذایی، شیمیایی، ساختمانی و شرکت‌های بسته‌بندی را تشکیل می‌دهد. در کشور عراق نیز شرکت‌های کوچک و متوسط یکی از اهداف وزارت صنایع و معادن در جهت گسترش شهرک‌های صنعتی مدرن به منظور تشویق بخش خصوصی برای ایجاد شرکت‌های کوچک و متوسط است که به اقتصاد ملی خدمت می‌کند و همچنین می‌توانند زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های شغلی برای بسیاری از کارگران با تخصص‌های مختلف باشد. توجه به چنین شرکت‌هایی به دلیل نقش مهمی که ایفا می‌کند یک الزام اقتصادی برای سرمایه‌گذاران و صنعتگران داخلی و خارجی است، علاوه بر این که یک ضرورت اجتماعی و توسعه‌ای برای مشارکت مطمئن در دست‌یابی به رونق و توسعه در استان‌هایی است که این شرکت‌ها در آن مستقر شده‌اند. شرکت‌های طراح کارآمد با مهارت و تجربه عالی در تهیه مطالعات امکان‌سنجی، طراحی و اجرا به منظور تأسیس این شهرهای صنعتی فعالیت می‌نمایند. از این‌رو حوزه مکانی مطالعه پیش رو، شرکت‌های کوچک و متوسط عراق است؛ این مطالعه در پی پاسخ‌دهی به این پرسش است که آیا اشتراک دانش سازمانی از طریق نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری مقیاس شبکه‌سازی و قدرت ارتباط بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط عراق تأثیر داشته باشد یا خیر؟.

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

عملکرد نوآوری^۱

نوآوری کسب و کار تعیین‌کننده اصلی پایداری و رقابت‌پذیری یک شرکت است (Ruiz-Ortega, et al., 2021؛ Clausset al., 2021). عملکرد نوآوری نتیجه استراتژی‌های مدیریتی مختلف است که در شیوه‌های تجاری شرکت‌ها پیاده‌سازی شده‌اند. علاوه بر این،

1. Innovation Performance

مطالعات قبلی عملکرد نوآوری را از نظر نوآوری محصول و فرآیند بررسی کرده‌اند. عملکرد نوآوری محصول به‌عنوان معرفی موفق کالاها و خدمات به بازار درک می‌شود (Huang et al., 2018؛ Tang et al., 2020)، در حالی که عملکرد نوآوری فرآیند مشخص می‌شود. با اجرای فرآیندهای جدید در فعالیتهای عملیاتی یک شرکت (Hurtado et al., 2022). عملکرد نوآورانه آمیخته‌ای از پیامدهای سازمانی می‌باشد که از توسعه اقدامات حاصل می‌شود و زاویه‌های متعدد نوآوری در محصول، فرایند و ساختار را شامل می‌گردد. نظر به قدرت سازمان‌ها به منزله‌ی نخستین کاربرندهای نظرات، وسایل، تنظیمات، رویه‌ها، طرح‌ها، روندها، محصولات و خدمات‌های تازه دارد، از راه نوآوری‌های درونی (یعنی تبدیل ورودی به خروجی و نهایتاً دریافتی‌های نوآوری به عملکرد سازمانی) توصیف می‌گردد. همچنین عملکرد نوآوری به معنای مساعی پی‌درپی سازمان با هدف بهبود، نوسازی، بهره‌وری، آموختن از اشتباهات و کنار آمدن با فضای رقابتی هم تلقی می‌گردد (Hosseinpour et al., 2019).

اشتراک دانش سازمانی^۱

رفتار اشتراک دانش یادگیری متقابل را افزایش می‌دهد، بهترین شیوه‌ها را ترویج می‌کند، هزینه‌های عملیاتی یادگیری اضافی را کاهش می‌دهد، دانش جدید و ظرفیت حل مسئله سازمانی بیشتری ایجاد می‌کند، نوآوری سازمانی را تسریع می‌کند و بهره‌وری سازمانی را افزایش می‌دهد. اشتراک دانش را می‌توان به‌عنوان انتقال اطلاعات مفید و دانش خاص، دانش در کار با یکدیگر، حل مسئله، اجرای خط‌مشی یا توسعه ایده‌های جدید، مهارت‌های منحصر به فرد و تخصص بین اعضا در سراسر خطوط سازمانی شناسایی کرد (Alkhwaldi & Aldhmour, 2022). فعالیت‌های به اشتراک گذاری دانش، از جمله به اشتراک گذاری تجربیات و دانش، به افراد کمک می‌کند تا مشکلات کاری را بر اساس تجربیات موجود حل کنند (Bashokouh & Ghasemi, 2023). این با تعریف اشتراک دانش شامل اکتساب دانش، مستندسازی، انتقال، ساخت و ساز، کاربرد، مشارکت و گردآوری دانش مطابقت دارد و به‌طور خلاصه، درجه‌ای است که هر فرد فعالیت‌های اشتراک دانش را به‌گونه‌ای انجام می‌دهد که به دیگران امکان می‌دهد به راحتی دانش را درک، جذب و به کار گیرند. بنابراین، یک چالش بزرگ در مدیریت دانش شامل ایجاد انگیزه

1. Inter Organizational knowledge sharing

در افراد برای به اشتراک گذاشتن دانش با دیگران است، زیرا برخی ممکن است از اشتراک دانش خوششان نیاید - آن را در حفظ مزیت یا مزیت رقابتی مشکل ساز می‌دانند (Nguyen et al., 2019). دستیابی به مزیت رقابتی و بسیاری از موفقیت‌ها در سازمان ریشه در به کارگیری دانش دارد. در واقع هرچند فرآیند تسهیم دانش در سازمان هدفمندتر انجام شود، یادگیری فردی و سازمانی و نوآوری افزایش می‌یابد و همین امر در نهایت موجب موفقیت بیشتر در بازار هدف و نیز به اهداف کلان سازمان می‌شود (Arefnejad & Mousavi, 2022). پشتیبانی مدیریت از رفتار به اشتراک گذاری دانش ممکن است با تأکید بر «درس‌های آموخته شده» از اشتراک گذاری به جای «اشتباهات انجام شده» یا با ارائه پشتیبانی از طریق پاداش و منابع نشان داده شود، به طوری که عناصر فرهنگ سازمانی ممکن است اشتراک دانش را تشویق کند. شیوه‌های منابع انسانی و اعتماد به سرپرستان می‌توانند نقش‌های محوری در ارتقای اشتراک دانش ایفا کنند. بنابراین، نقش عوامل زمینه‌ای یا محیطی گسترده‌تر در قصد و رفتار اشتراک دانش افراد نیز شایسته توجه است (Aldhmour, 2023).

مقیاس شبکه‌سازی^۱

به گردهمایی فعالان و همبستگی‌های میان آنان شبکه اجتماعی گفته می‌شود. بنا بر اصول اساسی این دیدگاه، رفتار افراد نه به خاطر ملاحظات یا ویژگی‌های جمعیت‌شناسی بلکه به واسطه شبکه ارتباطی که در آن فعالیت دارند اندیشیده می‌شود. حقیقتاً شبکه ارتباطات هر فعالی قادر است امکانات و تنگناها را در مقابل فعالیت‌هایش قرار می‌دهد. اگر دو شخص به شکل شبیه به هم در حال فعالیت باشند، این شانس وجود دارد که موقعیت‌هایشان در شبکه‌های اجتماعی با هم قابل مقایسه باشد (Sadeghinejad et al., 2017). به عقیده‌ی Granvoter (1985) شبکه‌ها، مواضع اجتماعی هستند که بر مبنای رفتارهای واداشته از ارتباطات اجتماعی حاصل می‌شوند و داخل مجموعه‌ی اجتماعی محصور می‌گردند؛ در حقیقت اجتماعی شدن سرشت تشکیل شبکه‌ها با حمایت از رفتارهای انسانی، ایجاد شده است (Kargar, 2017). مقیاس شبکه به تعداد شرکای مرتبط با شرکت‌های کلیدی در یک شبکه اشتراک دانش اشاره دارد. به طور خلاصه، مقیاس شبکه به معنای میزان تعبیه روابط و منابع

1. Network scale

سازمانی در شبکه خارجی سازمان است (Yan & Guan, 2018). مقیاس شبکه‌سازی، توانمندی‌های سازمان به‌منظور خلق، گسترش و آمیختن ارتباطات با شرکای گوناگون همچون مشتری‌ها، عرضه‌کنندگان، رقیبان و شرکتهای مطالعاتی می‌باشد. این توانمندی، پیش‌فعالی در خلق ارتباط سازمانی، توانمندی همبستگی و قدرت هماهنگ‌سازی گروه پیوندهای سازمانی را در بر می‌گیرد. توانمندی پیش‌فعالی، توانایی سازمان به‌منظور یافتن و بهره‌گیری از مجال دستیاری تازه و امیدبخش می‌باشد. قدرت سازمان‌ها به‌منظور برقراری رابطه با سازمان‌ها دیگر بر مبنای اعتماد و پابندی رو در رو به معنای توانمندی ارتباطی می‌باشد. همچنین قدرت سازمان در هم‌آمیختن، هماهنگی و روند اطلاعاتی میان شریک‌ها توانمندی هماهنگی نام دارد. این سه توانمندی در کل، به‌منزله توانمندی ایجاد شبکه سازمان‌ها (Sakhtri, 2014).

قدرت ارتباط^۱

روابط، شالوده‌ی ضروری برای دستیابی به پیروزی در همه‌ی نظام‌ها و جزئیات متعلق به آن‌ها در نظر گرفته می‌شود. در عمل استنباط شده است که پیروزی یا شکست در روابط بر خروجی‌های شخصی و اجتماعی مؤثر است. علاوه بر روابط که یک شرکت در محیطی ساده و معین به تولید محصولات و ارائه‌ی خدمات اقدام می‌کند، محیط پیچیده و گسترده‌ای از عوامل داخلی و خارجی هم وجود دارد که سازمان در حال مبادله‌ی پیام‌ها و داده‌ها با آن می‌باشد (Daneshvar et al., 2019). بر اساس نظریه سرمایه اجتماعی، قدرت ارتباط می‌تواند دسترسی به اطلاعات حیاتی و مشروعیتی را فراهم کند که می‌توان از آن برای تحقق نتایج مثبت استفاده کرد. به‌طور خاص، قدرت ارتباط، منعکس‌کننده توانایی شرکت‌ها، افراد و ... برای استخراج منافع از ساختارهای اجتماعی، شبکه‌ها و رابطه‌های خود است. مطابق این دیدگاه، سرمایه اجتماعی در بین افراد و سازمان‌ها، اذعان می‌کند که قادر است اقدامات فردی و سازمانی را تسهیل کند (Nguyen et al., 2022). قدرت ارتباط می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا منابع گسترده‌ای از اطلاعات دقیق و به موقع را از شرکای خود به‌دست آورند. بر اساس تئوری سرمایه اجتماعی محققان کردند که ارتباطات مدیریتی مدیران عالی هم موجب خلق سرمایه اجتماعی برای سازمان

1. Connection strength

می‌گردد و کارگزاری آن بر عهده‌ی مدیران آن است. ارتباطات مدیریتی قادر است ارتباطات فردی کارکنان (که رسمی هم نیست) را با افراد متناظر خویش در بنگاه‌های بیرونی بازتاب دهد و موجب مساعدت آن‌ها برای تبادل با شرکا به منظور دستیابی به اهدافشان شود (Chen et al., 2018). سازمان‌ها که قدرت ارتباطی بیشتری دارند، جو همکاری و اعتماد بهتری حاکم است و افراد تمایل بیشتری برای مشارکت و ارائه پیشنهادهای نوآورانه نشان می‌دهند (Naeji et al., 2022).

قابلیت نوآوری^۱

شومپتر اولین کسی بود که نوآوری را به عنوان یک عامل مهم تغییر اقتصادی تشخیص داد. او قدرت بازار، فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآوری را به عنوان محرک‌های تغییرات اقتصادی شناسایی کرد. علاوه بر این، نویسنده استدلال کرد که نوآوری فن‌آوری باعث ایجاد انحصارات موقتی می‌شود که شرکت‌ها را به تولید محصولات و فرآیندهای جدید ترغیب می‌کند. در زمان‌های اخیر، ارتباط این مفهوم به دلیل تغییرات سریع در چشم‌انداز اجتماعی-سیاسی و اقتصادی جهانی افزایش یافته است. (Dmanpour (1991 نوآوری را این گونه تعریف می‌کند: «پذیرش دستگاه، سیستم، خط‌مشی، برنامه، فرآیند، محصول یا خدمتی که برای سازمان پذیرنده جدید است، تولید یا خریداری شده است». علاوه بر این، (Lavson & Samson (2001 این قابلیت را از رویکرد قابلیت پویایی به عنوان توانایی مستمر برای تبدیل ایده‌ها و دانش به محصولات، سیستم‌ها و فرآیندهای جدید تعریف کردند که به نفع شرکت و سهامداران آن است. از آغاز این قرن، توانایی یک کشور برای نوآوری توجه بیشتری را به خود جلب کرده است (Novillo-Villegas et al., 2022). برای توصیف قابلیت‌های نوآوری از اصطلاحات ظرفیت‌های نوآوری، سازگاری و جذب استفاده می‌شود. انتخاب محصول و شبیه‌سازی شرکتی برخی از مراحل استراتژیک اصلی در فرآیند نوآوری هستند. از منظر استراتژی شرکت، شایستگی‌های کارآفرینی و نوآوری را می‌توان جزء قابلیت نوآوری در نظر گرفت. قابلیت نوآوری توانایی شکل دادن و مدیریت انواع قابلیت‌هاست. سایر محققان قابلیت‌های نوآوری را به عنوان «نوآوری، توسعه محصول جدید و سرمایه فکری فرآیندها» تعریف کرده‌اند (Aldulaimi et al., 2022).

1. Innovation capability

Talebi et al., (2022) پژوهشی را با عنوان «بررسی تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری با اثر میانجی نوآوری باز (مورد مطالعه: پارک علم و فناوری پردیس)» انجام دادند. نتایج نشان داد که همبستگی قدرتمندی میان مدیریت دانش و نوآوری باز موجود است و نوآوری باز بر عملکرد نوآوری تأثیر دارد. ارتباط سازنده‌ای میان مدیریت دانش و عملکرد نوآوری ایجاد نشده است. Arabshahi et al., (2022) پژوهشی را با عنوان «تأثیر ارزش دانش مدیران ارشد بر روش تسهیم دانش، نوآوری باز و عملکرد» انجام دادند. نتایج نشان داد دانش مدیر ارشد بر روش تسهیم دانش تأثیر معناداری دارد. روش تسهیم دانش بر نوآوری باز درونی و بیرونی تأثیر معناداری دارد. نوآوری باز درونی بر عملکرد تأثیر و معناداری داشته اما نوآوری باز بیرونی خیر. دانش مدیر ارشد با میانجی‌گری روش تسهیم دانش تأثیر معناداری بر نوآوری باز دارد. روش تسهیم دانش با میانجی‌گری نوآوری باز درونی بر عملکرد تأثیر معناداری دارد، ولی میانجی‌گری نوآوری باز بیرونی معنادار نیست. Zade Gorgan & Mohagheghzade (2021) پژوهشی را با عنوان «تأثیر قابلیت نوآوری و تسهیم دانش بر عملکرد نوآوری و بازاریابی» انجام دادند. نتایج نشان داد قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری، عملکرد نوآوری بر عملکرد بازاریابی، اشتراک‌گذاری دانش بر عملکرد نوآوری تأثیر دارد؛ همچنین تأثیر نوآوری سازمانی، خدمات، بازاریابی و فرایند بر عملکرد نوآوری، معنادار مشاهده شده است. Maghsoodi Ganje et al., (2018) پژوهشی را با عنوان «قدرت شبکه‌سازی، ساختار شبکه‌های کسب و کار و عملکرد تجاری در شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان» انجام دادند. نتایج نشان داد قدرت شبکه عملکرد تجاری شرکت تأثیر معناداری دارد. میانجی‌گری ساختار شبکه در ارتباط میان قدرت شبکه و عملکرد تأیید شد. Ghadampour & Zandkarimi (2017) پژوهشی را با عنوان «همبستگی میان رابطه سازمانی و اشتراک دانش با میانجی‌گری میانجی‌گری اعتماد» انجام دادند. نتایج نشان داد رابطه سازمانی به شکل مستقیم و غیرمستقیم بر اشتراک‌گذاری دانش اثر دارد. رابطه سازمانی مستقیماً بر اعتماد تأثیر دارد. اعتماد مستقیماً بر اشتراک‌گذاری دانش مؤثر است. رابطه سازمانی بر اشتراک‌گذاری دانش با میانجی‌گری اعتماد تأثیر گذار است. Keshavarzi et al., (2015) پژوهشی را با عنوان «تأثیر اشتراک دانش بر یادگیری، نوآوری و عملکرد» انجام دادند. نتایج نشان داد اشتراک دانش بر یادگیری، نوآوری و تأثیر دارد. اشتراک دانش آشکار تأثیر بیشتری بر

عملکرد مالی و تسهیم دانش نهان تأثیر معنادارتری بر عملکرد عملیاتی داشته است. Dehghanan (2013) & Harandi پژوهشی را با عنوان «تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه: میانجیگری تسهیم دانش در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی در عرصه‌ی فناوری اطلاعات» انجام دادند. نتایج نشان داد سرمایه اجتماعی و تسهیم دانش بر عملکرد نوآورانه اثر دارد. میانجیگری تسهیم دانش در تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه هم تأیید شد. Dongling et al., (2022) پژوهشی را با عنوان «آیا به اشتراک‌گذاری دانش بین سازمانی می‌تواند عملکرد نوآوری سازمانی را بهبود بخشد؟ اثر میانجی قابلیت نوآوری و اثر تعدیل‌کننده ویژگی‌های شبکه» انجام دادند. نتایج نشان داد اشتراک دانش تأثیر مثبتی بر قابلیت نوآوری دارد. قابلیت نوآوری تأثیر مثبتی بر عملکرد نوآوری دارد. اشتراک‌گذاری دانش و عملکرد نوآوری توسط قابلیت نوآوری واسطه می‌شود. قدرت ارتباط و مقیاس شبکه نقش تعدیل‌کننده مثبتی در رابطه بین اشتراک دانش بین قابلیت نوآوری دارند. Bhutto et al., (2022) پژوهشی را با عنوان «عوامل مؤثر بر مدیریت دانش: مطالعه‌ای در دانشگاه بین‌المللی المدینه، مالزی» انجام دادند. نتایج نشان داد عوامل انگیزشی مانند قدرت روابط اجتماعی و تعاملات، اعتماد، حمایت مدیریت، جهت‌گیری یادگیری و انگیزه می‌توانند موجب اشتراک دانش شوند. این مطالعه همبستگی مثبتی را بین اشتراک دانش و تعامل اجتماعی میان کارکنان نشان داد. Lathong et al., (2021) پژوهشی را با عنوان «رهبری تحول‌آفرین، اشتراک دانش و قابلیت نوآوری: یک مطالعه تجربی از شرکت‌های لائوس» انجام دادند. نتایج نشان داد اشتراک دانش واسطه ارتباط بین رهبری تحول‌آفرین و قابلیت‌های نوآوری است. به‌طور قابل‌توجهی، یافته‌ها تأثیر بیشتر رهبری تحول‌آفرین بر قابلیت نوآوری سازمانی را در مقایسه با تأثیر آن بر قابلیت نوآوری فردی برجسته می‌کنند. تأثیر اشتراک دانش بر قابلیت نوآوری نیز معنادار گزارش شده است. Zhang et al., (2021) پژوهشی را با عنوان «جستجوی دانش، اشتراک دانش و نوآوری موفقیت‌آمیز سازمانی تحت ویژگی‌های شبکه اکوسیستم نوآوری: شواهد تجربی از شرکت‌ها در منطقه پکن-تیانجین-هی» انجام دادند. نتایج نشان داد اشتراک دانش بخشی از نقش واسطه بین جستجوی دانش و نوآوری موفقیت‌آمیز سازمانی را ایفا می‌کند. هرچه مقیاس شبکه بزرگ‌تر باشد، ارتباطات شبکه قوی‌تر است، نقش واسطه‌ای اشتراک دانش در رابطه بین جستجوی دانش و نوآوری موفقیت‌آمیز سازمانی قوی‌تر است.

نتایج تحقیق نقش مهم اکوسیستم نوآوری را در نوآوری موفقیت آمیز سازمانی نشان می‌دهد. در عین حال، تحقیق در مورد جستجوی دانش و نوآوری موفقیت آمیز موفقیت آمیز سازمانی باید ویژگی‌های شبکه اکوسیستم نوآوری و توانایی اشتراک دانش سازمانی را در نظر بگیرد. Bagherzade et al., (2020) پژوهشی را با عنوان «چگونه نوآوری باز خارجی بر عملکرد نوآوری تأثیر می‌گذارد؟ تحلیل نقش‌های میانجی تسهیم دانش و استراتژی نوآوری» انجام دادند. نتایج نشان داد نوآوری باز بیرونی بر اشتراک دانش، عملکرد نوآوری و قابلیت نوآوری تأثیر معناداری دارد. به علاوه تأثیر اشتراک دانش بر عملکرد نوآوری از طریق قابلیت نوآوری نیز تأیید شد. Abbas et al., (2019) پژوهشی را با عنوان «تأثیر اشتراک دانش و نوآوری بر عملکرد پایدار در بانک‌های اسلامی: تحلیل میانجی‌گری از طریق رویکرد شرکت‌های کوچک و متوسط» انجام دادند. نتایج نشان داد اشتراک دانش و نوآوری سازمانی تأثیرات واسطه‌ای بر یادگیری سازمانی دارند. این یافته‌ها همچنین می‌تواند برای پیشنهاد یک چارچوب سامانمند و کل‌نگر برای دست‌یابی به عملکرد بهبودیافته در بانک‌های اسلامی از طریق نقش میانجی یادگیری سازمانی مورد استفاده قرار گیرد. این مطالعه شواهد تجربی و داده‌های اصلی را برای بررسی ارتباط بین اشتراک دانش، فرآیندهای نوآوری و فرهنگ یادگیری در بانک‌های اسلامی ارائه می‌کند. Kambey et al., (2018) پژوهشی را با عنوان «بررسی نقش رهبری و تسهیم دانش بر قابلیت‌های نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط» انجام دادند. نتایج نشان داد رهبری تحول‌آفرین تأثیر مثبتی بر تشویق به اشتراک‌گذاری دانش دارد. علاوه بر این، نتایج نشان داد که اشتراک دانش تأثیر مثبتی بر افزایش قابلیت نوآوری دارد. با کمال تعجب، نتایج نشان داد که جمع‌آوری دانش تأثیر منفی بر قابلیت نوآوری دارد. Ngoc & Anh (2017) پژوهشی را با عنوان «تأثیر توانمندی‌های نوآورانه بر عملکرد نوآوری: بررسی آزمایشی در شهر هوچی مین» انجام دادند. نتایج نشان داد قابلیت نوآوری بر ابعاد عملکرد نوآوری شامل عملکرد داخلی، عملکرد اجتماعی و عملکرد تجاری تأثیر می‌گذارد. Yesil et al., (2013) پژوهشی را با عنوان «فرآیند به اشتراک‌گذاری دانش، توانمندی نوآوری و عملکرد نوآوری: بررسی آزمایشی» انجام دادند. نتایج معنادار بودن اثرگذاری تسهیم دانش بر قابلیت نوآوری و قابلیت نوآوری بر عملکرد را پشتیبانی کرد. تأثیر توانمندی

■ بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری

نوآوری بر عملکرد نوآوری از دیگر یافته‌های این مطالعه است. تأثیر فرایند اشتراک دانش بر عملکرد نوآوری تأیید نشد. خلاصه پیشینه‌ها در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. خلاصه پیشینه‌ها

ردیف	عنوان	محقق	سال	یافته‌ها
پژوهش‌های داخلی				
۱	بررسی تأثیر قابلیت‌های مدیریت دانش بر عملکرد نوآوری با اثر میانجی نوآوری باز (مورد مطالعه: پارک علم و فناوری پردیس)	Talebi et al.,	2022	همبستگی قدرتمندی میان مدیریت دانش و نوآوری باز موجود است و نوآوری باز بر عملکرد نوآوری تأثیر دارد. ارتباط سازنده‌ای میان مدیریت دانش و عملکرد نوآوری ایجاد نشده است
۲	تأثیر ارزش دانش مدیران ارشد بر روش تسهیم دانش، نوآوری باز و عملکرد	Arabshahi et al.,	2022	دانش مدیر ارشد بر روش تسهیم دانش تأثیر معناداری دارد. روش تسهیم دانش بر نوآوری باز درونی و بیرونی تأثیر معناداری دارد. نوآوری باز درونی بر عملکرد تأثیر و معناداری داشته اما نوآوری باز بیرونی خیر. دانش مدیر ارشد با میانجی‌گری روش تسهیم دانش تأثیر معناداری بر نوآوری باز دارد. روش تسهیم دانش با میانجی‌گری نوآوری باز درونی بر عملکرد تأثیر معناداری دارد، ولی میانجی‌گری نوآوری باز بیرونی معنادار نیست

ردیف	عنوان	محقق	سال	یافته‌ها
۳	تأثیر قابلیت نوآوری و تسهیم دانش بر عملکرد نوآوری و بازاریابی	Zade Gorgan & Mohagheghzade	2021	قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری، عملکرد نوآوری بر عملکرد بازاریابی، اشتراک‌گذاری دانش بر عملکرد نوآوری تأثیر دارد؛ همچنین تأثیر نوآوری سازمانی، خدمات، بازاریابی و فرایند بر عملکرد نوآوری، معنادار مشاهده شده است
۴	قدرت شبکه‌سازی، ساختار شبکه‌های کسب و کار و عملکرد تجاری در شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان	Maghsoodi Ganje et al.,	2018	قدرت شبکه عملکرد تجاری شرکت تأثیر معناداری دارد. میانجی‌گری ساختار شبکه در ارتباط میان قدرت شبکه و عملکرد تأیید شد
۵	همبستگی میان رابطه سازمانی و اشتراک دانش با میانجی‌گری اعتماد	Ghadampour & Zand Karimi	2017	رابطه سازمانی به شکل مستقیم و غیرمستقیم بر اشتراک‌گذاری دانش اثر دارد. رابطه سازمانی مستقیماً بر اعتماد تأثیر دارد. اعتماد مستقیماً بر اشتراک‌گذاری دانش مؤثر است. رابطه سازمانی بر اشتراک‌گذاری دانش با میانجی‌گری اعتماد تأثیرگذار است
۶	تأثیر اشتراک دانش بر یادگیری، نوآوری و عملکرد	Keshavarzi et al.,	2015	اشتراک دانش بر یادگیری، نوآوری و تأثیر دارد. اشتراک دانش آشکار تأثیر بیشتری بر عملکرد مالی و تسهیم دانش نهان تأثیر معنادارتری بر عملکرد عملیاتی داشته است.

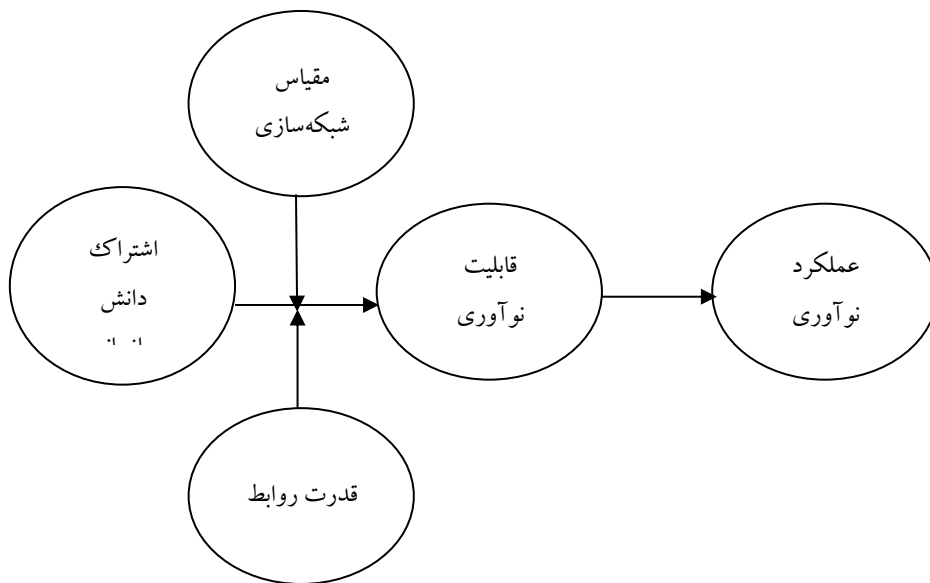
ردیف	عنوان	محقق	سال	یافته‌ها
۷	تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه: میانجیگری تسهیم دانش در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی در عرصه‌ی فناوری اطلاعات	Dehghanan & Harandi	2013	سرمایه اجتماعی و تسهیم دانش بر عملکرد نوآورانه اثر دارد. میانجیگری تسهیم دانش در تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه هم تأیید
پژوهش‌های خارجی				
۸	آیا به اشتراک‌گذاری دانش بین سازمانی می‌تواند عملکرد نوآوری سازمانی را بهبود بخشد؟ اثر میانجی قابلیت نوآوری و اثر تعدیل‌کننده ویژگی‌های شبکه	Dongling et al.,	2022	اشتراک دانش تأثیر مثبتی بر قابلیت نوآوری دارد. قابلیت نوآوری مثبتی بر عملکرد نوآوری دارد. اشتراک‌گذاری دانش و عملکرد نوآوری توسط قابلیت نوآوری واسطه می‌شود. قدرت ارتباط و مقیاس شبکه نقش تعدیل‌کننده مثبتی در رابطه بین اشتراک دانش بین و قابلیت نوآوری دارند
۹	عوامل مؤثر بر مدیریت دانش: مطالعه‌ای در دانشگاه بین‌المللی المدینه، مالزی	Bhutto et al.	2022	عوامل انگیزشی مانند قدرت روابط اجتماعی و تعاملات، اعتماد، حمایت مدیریت، جهت‌گیری یادگیری و انگیزه می‌توانند موجب اشتراک دانش شوند. این مطالعه همبستگی مثبتی را بین اشتراک دانش و تعامل اجتماعی میان کارکنان نشان داد

ردیف	عنوان	محقق	سال	یافته‌ها
۱۰	رهبری تحول‌آفرین، اشتراک دانش و قابلیت نوآوری: یک مطالعه تجربی از شرکت‌های لائوس	Latong et al.	2021	اشتراک دانش واسطه ارتباط بین رهبری تحول‌آفرین و قابلیت‌های نوآوری است. به‌طور قابل توجهی، یافته‌ها تأثیر بیشتر رهبری تحول‌آفرین بر قابلیت نوآوری سازمانی را در مقایسه با تأثیر آن بر قابلیت نوآوری فردی برجسته می‌کند. تأثیر اشتراک دانش بر قابلیت نوآوری نیز معنادار گزارش شده است
۱۱	جستجوی دانش، اشتراک دانش و نوآوری موفقیت‌آمیز سازمانی تحت ویژگی‌های شبکه اکوسیستم نوآوری: شواهد تجربی از شرکت‌ها در منطقه پکن-تیانجین-هبی	Zahng et al.	2021	اشتراک دانش بخشی از نقش واسطه بین جستجوی دانش و نوآوری موفقیت‌آمیز سازمانی را ایفا می‌کند. هرچه مقیاس شبکه بزرگ‌تر باشد، ارتباطات شبکه قوی‌تر است، نقش واسطه‌ای اشتراک دانش در رابطه بین جستجوی دانش و نوآوری موفقیت‌آمیز سازمانی قوی‌تر است. نتایج تحقیق نقش مهم اکوسیستم نوآوری را در نوآوری موفقیت‌آمیز سازمانی نشان می‌دهد. در عین حال، تحقیق در مورد جستجوی دانش و نوآوری موفقیت‌آمیز سازمانی باید ویژگی‌های شبکه اکوسیستم نوآوری و توانایی اشتراک دانش سازمانی را در نظر بگیرد
۱۲	چگونه نوآوری باز خارجی بر عملکرد نوآوری تأثیر می‌گذارد؟ تحلیل نقش‌های میانجی تسهیم دانش و استراتژی نوآوری	Bagherzade et I.	2020	نوآوری باز بیرونی بر اشتراک دانش، عملکرد نوآوری و قابلیت نوآوری تأثیر معناداری دارد. به‌علاوه تأثیر اشتراک دانش بر عملکرد نوآوری از طریق قابلیت نوآوری نیز تأیید شد

■ بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری با نقش میانجی قابلیت نوآوری و تعدیلگری

ردیف	عنوان	محقق	سال	یافته‌ها
۱۳	تأثیر اشتراک دانش و نوآوری بر عملکرد پایدار در بانک‌های اسلامی: تحلیل میانجی‌گری از طریق رویکرد شرکت‌های کوچک و متوسط	Abbas et al.	2019	اشتراک دانش و نوآوری سازمانی تأثیرات واسطه‌ای بر یادگیری سازمانی دارند. این یافته‌ها همچنین می‌تواند برای پیشنهاد یک چارچوب سامانمند و کل‌نگر برای دستیابی به عملکرد بهبودیافته در بانک‌های اسلامی از طریق نقش میانجی یادگیری سازمانی مورد استفاده قرار گیرد. این مطالعه شواهد تجربی و داده‌های اصلی را برای بررسی ارتباط بین اشتراک دانش، فرآیندهای نوآوری و فرهنگ یادگیری در بانک‌های اسلامی ارائه می‌کند
۱۴	بررسی نقش رهبری و تسهیم دانش بر قابلیت‌های نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط	Kambey et al.	2018	رهبری تحول‌آفرین تأثیر مثبتی بر تشویق به اشتراک‌گذاری دانش دارد. علاوه بر این، نتایج نشان داد که اشتراک دانش تأثیر مثبتی بر افزایش قابلیت نوآوری دارد. با کمال تعجب، نتایج نشان داد که جمع‌آوری دانش تأثیر منفی بر قابلیت نوآوری دارد
۱۵	تأثیر توانمندی‌های نوآورانه بر عملکرد نوآوری: بررسی آزمایشی در شهر هوچی مین	Ngoc & Anh	2017	قابلیت نوآوری بر ابعاد عملکرد نوآوری شامل عملکرد داخلی، عملکرد اجتماعی و عملکرد تجاری تأثیر می‌گذارد
۱۶	فرآیند به اشتراک‌گذاری دانش، توانمندی نوآوری و عملکرد نوآوری: بررسی آزمایشی	Yesil et al.	2013	نتایج معنادار بودن اثرگذاری تسهیم دانش بر قابلیت نوآوری و قابلیت نوآوری بر عملکرد را پشتیبانی کرد. تأثیر توانمندی نوآوری بر عملکرد نوآوری از دیگر یافته‌های این مطالعه است. تأثیر فرآیند اشتراک دانش بر عملکرد نوآوری تأیید نشد.

بر اساس مبانی نظری و پیشینه تجربی ذکر شده و بر اساس مطالعه Dongling et al., (2022) مدل مفهومی پژوهش در شکل ۱ ارائه شده و فرضیه‌ها در ادامه آورده شده است. مبنای انتخاب مدل دونگ‌لینگ و همکاران این است که تنها در این مدل است که ارتباط بین تمامی متغیرهای اشتراک دانش، قدرت روابط، مقیاس شبکه‌سازی، قابلیت نوآوری و عملکرد نوآوری بررسی شده است و این مدل مفهومی مدل جدیدی می‌باشد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش برگرفته از مطالعه دونگ‌لینگ و همکاران (۲۰۲۲)

فرضیه ۱: اشتراک دانش بر قابلیت نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط عراق تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۲: قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط عراق تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۳: اشتراک دانش سازمانی با میانجی‌گری قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط عراق تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۴: مقیاس شبکه‌سازی، تأثیر اشتراک دانش بر قابلیت نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط عراق را تعدیل می‌کند.

فرضیه ۵: قدرت ارتباط، تأثیر اشتراک دانش بر قابلیت نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط عراق را تعدیل می‌کند.

۳- روش‌شناسی پژوهش

از چشم‌انداز هدف این پژوهش کاربردی و روش آن پیمایشی - تحلیلی به لحاظ شیوه اجرا بوده و با نرم‌افزار اسمارت پی ال اس ۳ انجام شده است. جامعه کلیه مدیران و معاونان شرکت‌های کوچک و متوسط در کشور عراق است. با توجه به نبود آمار مشخص در خصوص جامعه مورد نظر، حجم جامعه آماری برای محقق ناشناخته است. برای سنجش متغیرها از پرسشنامه استاندارد Dongling et al., (2022) استفاده شد. روایی محتوای پرسشنامه به تأیید اساتید و خبرگان که زمینه‌ی تخصصی آن‌ها مدیریت بازاریابی، مدیریت استراتژیک، مدیریت کسب و کار و مدیریت فناوری اطلاعات بوده است، رسید. روایی محتوای پرسشنامه به تأیید اساتید مدیریت رسید. بر مبنای روش Chin (1998)، حجم نمونه بین ۵ تا ۱۰ برابر تعداد گویه‌های پرسشنامه در نظر گرفته می‌شود (Amani et al., 2011). لذا از آن جهت که تعداد گویه‌ها ۱۷ تاست حجم نمونه ۱۷۰ پیش‌بینی می‌گردد ($170 = 10 * 17$) که با توجه به پراکنده بودن جامعه آماری، ۱۷۰ نفر به روش در دسترس انتخاب می‌شوند.

بار عاملی سؤالات از ۰/۴ بیشتر بوده و روایی مناسبی دارند (Ruggiero, 2004). برای اثبات روایی سازه علاوه بر تحلیل عاملی تأییدی از روایی همگرا و واگرا استفاده شد. جدول ۲ ضرایب پایایی و روایی همگرا را نشان داده است. از آنجایی که میانگین واریانس استخراج شده متغیرها حداقل مقدار ۰/۵ را دارا بوده و سازه از روایی هم‌گرای خوبی برخوردار است (Davari & Rezazade, 2013). آلفای کرونباخ و پایایی مرکب برای تمامی متغیرها کمتر از ۰/۷ نیست، بنابراین پایایی تأیید می‌شود (Mohsenin & Esfidani, 2016). در پژوهش حاضر از روش مربع معادلات جزئی (نرم‌افزار اسمارت پی ال اس ۳) برای بررسی ارتباط بین متغیرهای استفاده شده است. دلیل انتخاب این نرم‌افزار غیر نرمال بودن داده‌ها و نیز وجود متغیر تعدیلگر بوده است.

که در این نرم افزار به سهولت قابل بررسی است. همچنین آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی پژوهش نیز با استفاده از نرم افزار اسپس انجام شده است.

جدول ۲. روایی هم گرا، آلفای کرونباخ و پایایی مرکب

متغیر	AVE	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب (CR)
اشتراک دانش	۰/۶۷۹	۰/۷۶۸	۰/۸۶۳
عملکرد نوآوری	۰/۵۷۰	۰/۸۴۷	۰/۸۸۶
قابلیت نوآوری	۰/۵۵۷	۰/۷۱۸	۰/۷۹۰
قدرت ارتباط	۰/۶۰۸	۰/۷۴۷	۰/۸۲۰
مقیاس شبکه سازی	۰/۵۶۷	۰/۷۱۵	۰/۷۹۵

جدول ۳ روایی واگرا به روش HTMT را تأیید می کند. بر مبنای اعداد گزارش شده به دلیل کمتر بودن مقادیر از ۰/۹ روایی واگرا تأیید می گردد (Habibi & Adnor, 2016).

جدول ۳. روایی واگرا (روش HTMT)

	اشتراک دانش	عملکرد نوآوری	قابلیت نوآوری	قدرت ارتباط	مقیاس شبکه سازی
اشتراک دانش					
عملکرد نوآوری	۰/۷۵۸				
قابلیت نوآوری	۰/۳۲۰	۰/۳۳۳			
قدرت ارتباط	۰/۷۶۲	۰/۸۲۵	۰/۷۹۷		
مقیاس شبکه سازی	۰/۸۹۱	۰/۵۳۶	۰/۲۰۰	۰/۱۷۹	

۴- یافته های پژوهش

از نظر جمعیتی، بیشترین تعداد پاسخ دهندگان مردان هستند که ۶۵/۳ درصد از جمعیت پاسخ دهندگان را تشکیل داده اند. درصد زنانی که در پاسخ گویی شرکت داشته اند نیز ۳۴/۷ درصد بوده است. از حیث تحصیلات ۱۲/۴ درصد فوق دیپلم و پایین تر، ۳۵/۳ درصد لیسانس، ۲۵/۳

درصد فوق لیسانس و ۲۷/۱ درصد دکترا و بالاتر بوده‌اند. از نظر بازه سنی ۵/۹ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۸/۸ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال و ۵۵/۳ درصد بیشتر از ۴۰ سال سن داشته‌اند. ۲۲/۴ درصد کمتر از ۵ سال، ۳۷/۶ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال و ۴۰ درصد بیشتر از ۱۰ سال سابقه کاری داشته‌اند. به خاطر این که مدل مفهومی متغیر تعدیلگر دارد از نرم افزار اسمارت پی‌ال‌اس ۳ برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. نتایج نرم افزار PLS در دو بخش برازش مدل و آزمون فرضیه‌ها تحلیل می‌شود. برای تعیین برازش مدل از سه شاخص مقادیر اشتراکی، ضریب تعیین و GOF استفاده می‌شود. اگر مقادیر اشتراکی مثبت باشد، مدل انعکاسی از کیفیت لازم برخوردار است. شاخص اصلی آزمون متغیرهای پنهان وابسته توسط متغیر مستقل است. مقایسه با اعداد ۰/۶۷، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ به ترتیب قابل توجه، متوسط و ضعیف بودن این پیش‌بینی را نشان می‌دهد (Mohsenin & Esfidani, 2016). جدول ۴ شاخص‌های برازندگی پژوهش را نشان می‌دهد که هر دو برازندگی مناسبی را نشان می‌دهند.

جدول ۴. مقادیر اشتراکی و ضریب تعیین

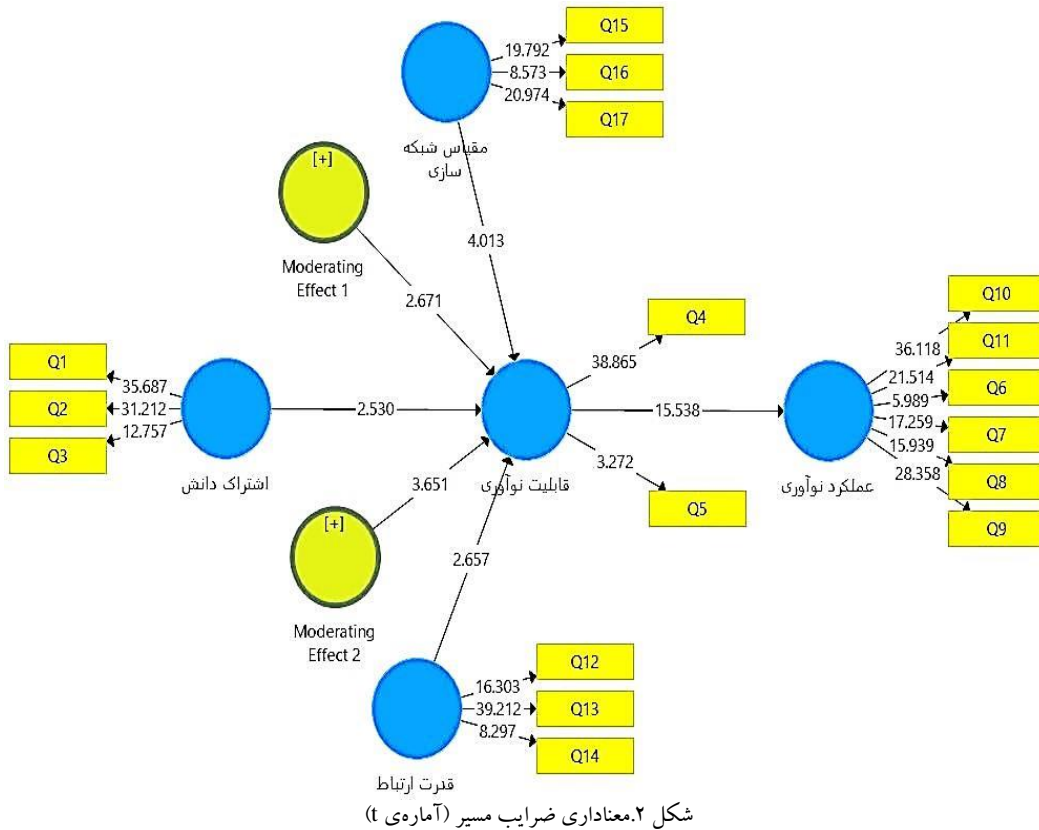
متغیر	شاخص اشتراک (Communality) $Q2 = 1 - SSE/SSO$	ضریب تعیین	ارزیابی
اشتراک دانش	۰/۳۵۹	---	---
عملکرد نوآوری	۰/۴۱۰	۰/۴۱۲	بیشتر از متوسط
قابلیت نوآوری	۰/۲۶۸	۰/۴۳۸	بیشتر از متوسط
قدرت ارتباط	۰/۲۶۵	---	---
مقیاس شبکه‌سازی	۰/۱۶۸	---	---

برازش کلی با معیار GOF در نظر گرفته می‌شود. به منظور محاسبه GOF باید از متوسط حسابی مقادیر اشتراکی و ضرایب تعیین میانگین هندسی بگیریم. بنابراین:

$$GOF = \sqrt{0/294 \times 0/425} = 0/353$$

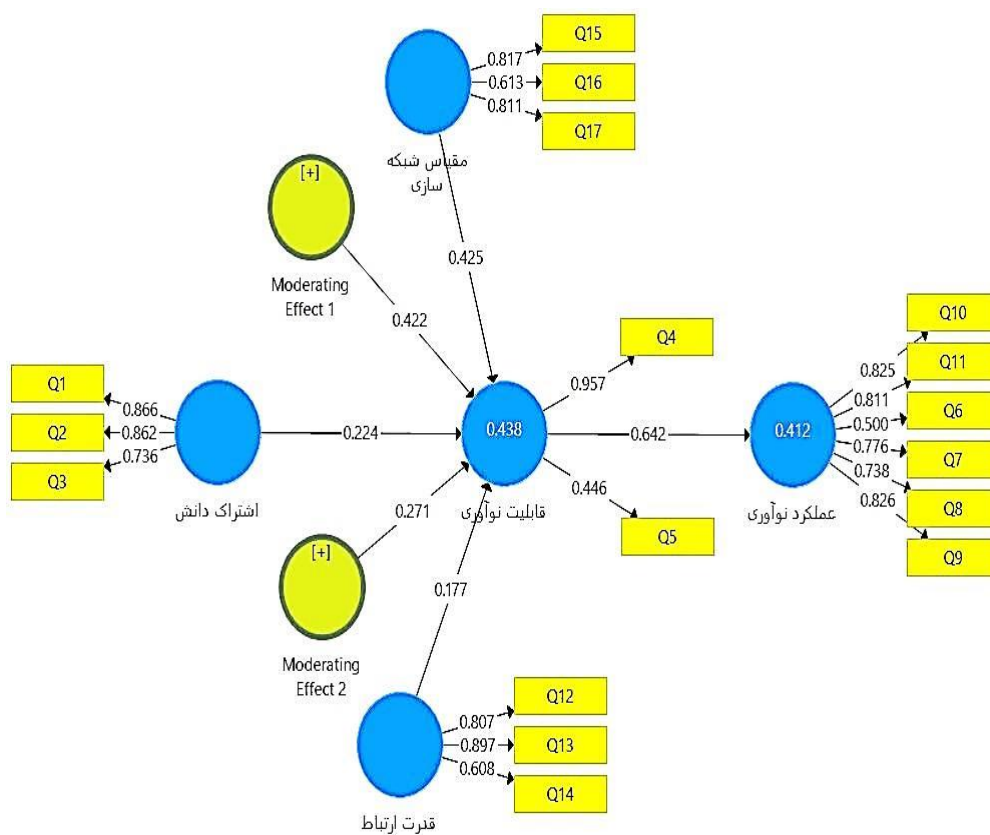
مقایسه با اعداد ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به منزله‌ی ضعیف، متوسط و قوی بودن شاخص GOF مدنظر قرار می‌گیرد (Davari & Rezazade, 2013). GOF در بازه قوی قرار دارد، لذا مدل برازش کلی مناسبی دارد. بخش دیگری از خروجی نرم‌افزار PLS مربوط به آزمون فرضیه‌هاست.

پس از تأیید برازش مدل و روایی پرسشنامه که به عنوان بخشی از برازش محسوب می شود، باید فرضیه های پژوهش مورد آزمون قرار گیرد. ابتدا آزمون معناداری تی مورد استفاده قرار می گیرد و با توجه به درصد خطای ۰/۰۵ در نظر گرفته می شود معناداری اثرگذاری سنجیده می شود. در این مرحله چنانچه قدرمطلق مقدار اماره تی بالاتر از ۱/۹۶ باشد نشان دهنده معنادار بودن اثرگذاری مورد سنجش است، در غیر صورت اثرگذاری معنادار در نظر گرفته نمی شود (Mohsenin & Esfidani, 2016). همان طور که مشاهده می شود شکل ۲ مقادیر آماره تی را نشان داده است. ادامه مبنای رد یا تأیید فرضیه ها بر این اساس در سطح اطمینان ۹۵ درصد صورت خواهد پذیرفت.



برای بررسی آزمون فرضیه ای که دارای متغیر میانجی است از روش بوت استرپینگ در نرم افزار اسمارت پی ال اس ۳ استفاده شده است که به صورت خودکار در ورژن سوم نرم افزار

اسمارت پی ال اس در خروجی جدول اثرات غیر مستقیم (specific indirect effect) گزارش می‌گردد. دلیل عدم استفاده از آزمون سوبل غیر نرمال بودن داده‌هاست (پیش فرض آزمون سوبل نرمال بودن داده‌هاست). با توجه به این که ضرایب معناداری برای تمام روابط، بیشتر از قدر مطلق ۱/۹۶ شده است، می‌توان پذیرفت که رابطه علی مطرح شده در فرضیه‌ها مورد تأیید است (Raminmehr & Charstad, 2015). با توجه به شکل ۳ ضرایب مسیر ساختاری مقدار اثرگذاری بین دو متغیر را نشان می‌دهد. ضرایب مسیر مثبت به معنای مستقیم رابطه و منفی بودن آن به معنی ارتباط غیرمستقیم می‌باشد (Seyyedabbaszade et al., 2013).



شکل ۳. ضرایب مسیر ساختاری

جدول ۵، خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۵. نتایج آزمون مدل

ردیف	فرضیه‌ها	معناداری	ضریب مسیر	سطح اطمینان	نتایج
۱	اشتراک دانش ← قابلیت نوآوری	۲/۵۳۰	۰/۲۲۴	%۹۵	تأیید
۲	قابلیت نوآوری ← عملکرد نوآوری	۱۵/۵۳۸	۰/۶۴۲	%۹۵	تأیید
۳	اشتراک دانش ← قابلیت نوآوری ← عملکرد نوآوری	۲/۵۵۹	۰/۱۴۴	%۹۵	تأیید
۴	اشتراک دانش ← قابلیت نوآوری (مقیاس شبکه‌سازی تعدیلگر)	۲/۶۷۱	۰/۴۲۲	%۹۵	تأیید
۵	اشتراک دانش ← قابلیت نوآوری (قدرت ارتباط تعدیلگر)	۳/۶۵۱	۰/۲۷۱	%۹۵	تأیید

بعد از نتیجه معنادار بودن متغیرهای تعدیلگر مدل، باید شدت این تأثیرگذاری بررسی شود در واقع می‌باید قدرت این اثر محاسبه گردد. بر اساس رابطه‌ی ۱ که Henseler, Cohen (1988) و Fasot & (2010) پیشنهاد دادند برای محاسبه شدت این اثرگذاری می‌بایست در حالت حضور تعدیلگر و عدم حضور آن و با جایگذاری ضریب تعیین در هر کدام از این حالات در فرمول، شدت اثر تعدیلگر محاسبه گردد. با مقایسه عدد موردنظر با ۰/۰۲، ۰/۱۵، و ۰/۳۵ اثرات ضعیف، متوسط و قوی بودن اثرگذاری برآورد می‌گردد (Mohsenin & Esfidani, 2016).

$$f^2 = \frac{R^2_{model\ with\ moderator} - R^2_{model\ without\ moderator}}{1 - R^2_{model\ with\ moderator}} \quad (\text{رابطه‌ی ۱})$$

$$(\text{شدت اثر متغیر تعدیلگر مقیاس شبکه‌سازی}) \quad f^2 = \frac{0.438 - 0.390}{1 - 0.438} = 0.085$$

$$(\text{شدت اثر متغیر تعدیلگر قدرت ارتباط}) \quad f^2 = \frac{0.438 - 0.423}{1 - 0.438} = 0.0266$$

قدرت اثرگذاری متغیرهای مقیاس شبکه‌سازی و قدرت ارتباط به ترتیب ۰/۰۸۵ و ۰/۰۲۶۶ و در محدوده‌ی نسبتاً ضعیف قرار دارد. این موضوع بدین معناست که با اینکه

متغیرهای تعدیلگر مقیاس شبکه سازی و قدرت ارتباط در فرضیه های ۴ و ۵ تأثیر معناداری داشته اند اما شدت اثر آن ها چندان قوی نبوده است.

۵- نتیجه گیری و پیشنهادها

فرضیه اول: اشتراک دانش سازمانی بر قابلیت نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط عراق تأثیر مثبت و معناداری دارد.

شرکت ها نه تنها از طریق عوامل درونی، بلکه به واسطه ی یک فرآیند تعاملی شامل روابط بین شرکت ها و بازیگران مختلف در سیستم نوآوری شرکت، نوآوری را تعیین می کنند. این بدین معنی است که شرکت ها تنها با تکیه بر منابع و توانمندی های خود نمی توانند نوآوری کنند. آن ها تمایل دارند توانایی خود را برای ایجاد دانش "در داخل" با استفاده از دانش از منابع خارجی نوآوری تکمیل کنند. یک شرکت دانش و مهارت های ارزشمندی را از طریق شبکه خارجی به دست می آورد و می آموزد، پایگاه دانش شرکت را گسترش می دهد، به تدریج دارایی های دانش ارزشمند را تشکیل می دهد، استفاده از ارزش دانش را گسترش می دهد و اثرات دانش را تولید می کند تا نوآوری سازمانی را سرعت بخشد. یک شرکت دانش و مهارت های ارزشمندی را از طریق شبکه یادگیری خارجی خود به دست می آورد، پایگاه دانش سازمانی را گسترش می دهد و انبار دانش خود را افزایش می دهد. این بر موانعی مانند کمبود انباشت دانش و فقدان تجربه در روند بهبود قابلیت نوآوری سازمانی غلبه می کند. آماره ی تی ۲/۵۳۰ در اثرگذاری اشتراک دانش بر قابلیت نوآوری نشان دهنده تأیید فرضیه اول می باشد که هم راستا با نتایج (Arabshahi et al., Talebi et al., (2022)، (2022)، (2022)، (2020)، Bagheri & Taheri (2020)، (2018)، Mirkamali et al., Keshavarzi et al., (2022)، (2015)، et al., (2022)، Dongling et al., (2022)، Lee et al., (2022)، Latong et al., (2021)، (2021)، Zhang et al., (2021)، (2020)، Abbas et al., Bagherzade et al., (2020)، (2019)، (2018)، Kambey et al., (2018) و Yesil et al., (2013) بوده است. از این رو توصیه می گردد مدیران شرکت های کوچک و متوسط با بیشتر کردن پشتیبانی از روند تسهیم دانش و انگیزش های مادی، قائم مقامی و ... نیت کارکنان برای تسهیم دانش را بهبود دهند و افزون

بر این با زدایش شاخص‌هایی همچون بی‌عدالتی، برتری‌های بیجا میان کارکنان و ... انگیزه آن‌ها را به منظور تسهیم دانش با هم بیشتر کنند و رویه‌هایی را استخدام نمایند تا اشخاص در برابر تخصص‌هایشان دانایی کامل کسب کنند. از این رو توصیه می‌گردد مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط با بیشتر کردن پشتیبانی از روند تسهیم دانش و انگیزش‌های مادی، قائم مقامی و ... نیست کارکنان برای تسهیم دانش را بهبود دهند و افزون بر این با زدایش شاخص‌هایی همچون بی‌عدالتی، برتری‌های بیجا میان کارکنان و ... انگیزه آن‌ها را به منظور تسهیم دانش با هم بیشتر کنند و رویه‌هایی را استخدام نمایند تا اشخاص در برابر تخصص‌هایشان دانایی کامل کسب کنند.

فرضیه دوم: قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط عراق تأثیر مثبت و معناداری دارد.

شرکت‌هایی با قابلیت نوآوری می‌توانند قابلیت‌ها و منابع مهم را برای تقویت موفقیت‌آمیز نوآوری ادغام کنند. شرکت‌های دارای توانایی‌های نوآورانه می‌توانند بهتر منابع را ادغام، توسعه و تغییر دهند تا محصولات و خدمات ارزشمندی را به مشتریان ارائه دهند. از یک سو، قابلیت نوآوری شرکت عامل مهمی در دستیابی به تفاوت در عملکرد نوآوری سازمانی است. تأثیر مستقیمی بر فعالیت‌های نوآورانه شرکت، فرصت‌های اکتشاف و توسعه و همچنین تحقق محصولات و نوآوری فرآیند تولید دارد. به دلیل پیچیدگی قابلیت نوآوری و مبهم بودن علیت، رقبا تکرار این سیستم را دشوار می‌یابند که مزیت نوآوری شرکت را تشکیل می‌دهد و عملکرد نوآوری آن را بهبود می‌بخشد. هرچه توانایی نوآوری شرکت قوی‌تر باشد، راحت‌تر می‌تواند اطلاعات منابع و تقاضای بازار مصرف را در شبکه ارتباطی به دست آورد، که برای شرکت بسیار مهم است تا مفهوم و توانایی نوآوری را به عملکرد نوآوری تبدیل کند. از سوی دیگر، قابلیت نوآوری شرکت‌ها می‌تواند با دانشی که سازمان‌ها از وضعیت بازار کسب می‌کنند، مطابقت داشته باشد. به عبارت دیگر، شرکت‌ها می‌توانند دانش کسب‌شده را با توسعه و استفاده از دانش درونی سایر سازمان‌ها تغییر داده و ذخیره کنند. این می‌تواند به منبع نوآوری شرکت برای انطباق با تقاضای متغیر بازار و بهبود عملکرد نوآوری تبدیل شود. هرچه سطح توانایی نوآوری شرکت بالاتر باشد، تمایل بیشتری به شکستن ترکیب اصلی منابع

یا فرآیند تولید محصول و انجام بازسازی منابع، تغییر سازمانی، تحول و ارتقاء، برای استفاده از سرمایه گذاری کمتر برای دست یابی به عملکرد نوآوری بالاتر است. آماره‌ی تی ۱۵/۵۳۸ در اثرگذاری قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری نشانگر معناداری فرضیه دوم بوده و این نتیجه همسو با پژوهش‌های (Dongling et al., Zadeh, Gorgan & Mohagheghzade (2021), Yesil et al., و Ngoc & Anh (2017), Bagherzade et al., (2020), al., (2022) (2013) می‌باشد. بر این اساس توصیه این است که مدیران برای معرفی محصولات جدید و اتخاذ فرایندهای جدید که از جنبه‌های رقابتی می‌باشد بهره گیرند. همچنین احتیاج به گستره‌ی گوناگونی از ثروت‌ها، منابع و توانمندی‌ها می‌باشد که توانمندی نوآوری به خاطر سرشت پیچیده‌ای که دارد موجب پیروزی سازمان گردد از این رو مدیران به منظور پیاده‌سازی نوآوری به توانمندی‌های نوآوری با هدف ادغام منابع نایاب احتیاج دارند تا بدین وسیله بر عملکرد نوآوری نائل شوند. بر این اساس توصیه این است که مدیران برای معرفی محصولات جدید و اتخاذ فرایندهای جدید که از جنبه‌های رقابتی می‌باشد بهره گیرند. همچنین احتیاج به گستره‌ی گوناگونی از ثروت‌ها، منابع و توانمندی‌ها می‌باشد که توانمندی نوآوری به خاطر سرشت پیچیده‌ای که دارد موجب پیروزی سازمان گردد از این رو مدیران به منظور پیاده‌سازی نوآوری به توانمندی‌های نوآوری با هدف ادغام منابع نایاب احتیاج دارند تا بدین وسیله بر عملکرد نوآوری نائل شوند.

فرضیه سوم: اشتراک دانش با میانجیگری قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط عراق تأثیر مثبت و معناداری دارد.

بر اساس تئوری مبتنی بر منبع، قابلیت‌های منحصر به فرد یک شرکت، عناصر اصلی عملکرد بالای آن است و منابعی که در اختیار دارد، کلید شکل‌گیری قابلیت‌های منحصر به فرد آن است. به عنوان یک بازیگر در سیستم نوآوری باز، یک شرکت دانش را در شبکه قرار می‌دهد تا تقاضای خارجی سایر اعضا برای منابع دانش نامتوازن را برآورده کند. در عین حال، می‌تواند منابع دانشی را که توسعه نوآوری آن نیاز دارد از طریق سایر اعضا به دست آورد. هم سرمایه‌گذاری داخلی تحقیق و توسعه و هم جستجوی دانش خارجی می‌توانند به طور قابل توجهی بر عملکرد نوآوری تأثیر بگذارند، اما اگر یک شرکت فاقد توانایی

نوآوری باشد و نتواند دانش جذب شده از بیرون را به محصولاتی تبدیل کند که بازار آن را می‌پذیرد و به آن نیاز دارد. همچنان در دست‌یابی به عملکرد ایدئال نوآوری شکست خواهد خورد. در پس‌زمینه تغییرات سریع محیطی، سختی قابلیت نوآوری سازمانی به‌طور فزاینده‌ای برجسته می‌شود. بنابراین، شرکت‌ها باید قابلیت‌های نوآورانه‌ای را در پاسخ به محیط پیچیده خارجی ایجاد کنند. شرکت‌ها می‌توانند انتظارات نوآوری سازمانی را برای بهبود بهره‌وری منابع با تخصیص مجدد و ترکیب منابع داخلی و خارجی برآورده کنند. شرکت‌هایی با توانایی نوآوری خوب می‌توانند محصولات جدید را سریع‌تر از رقبای خود توسعه دهند. بنابراین، بهبود توانایی نوآوری کلید بهبود عملکرد نوآوری سازمانی برای شرکت‌ها است. از این‌رو، دانش به‌دست‌آمده از شبکه‌های خارجی نمی‌تواند مستقیماً عملکردی ایجاد کند. شرکت‌ها تنها از طریق تبدیل ظرفیت نوآوری می‌توانند در نهایت عملکرد نوآوری سازمانی را بهبود بخشند. لذا سومین هدف این پژوهش نیز بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر عملکرد نوآوری از طریق قابلیت نوآوری شرکت‌های کوچک و متوسط عراق بوده است. آماره‌ی تی این فرضیه ۲/۵۵۹ و به معنای تأیید آن است که هم‌راستا با نتایج Talebi et al., (2022)، Arabshahi et al., (2022)، Dongling et al., Keshavarzi et al., (2015)، Bagherzade et al., (2020)، al., (2022) و Yesil et al., (2013) بوده است. با توجه به تأیید فرضیه‌ی سوم پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط فرصت‌های لازم را به کارکنان به‌منظور ارائه‌ی ایده‌هایشان و اشتراک دانش سازمانی داده شود. لذا هر کارمند برای ارائه‌ی ایده‌ی خود نباید مراحل طولانی را طی کند. همچنین بهتر است برای اشتراک دانش و تبادل ایده‌ها، جلسات هم‌اندیشی و گفتگوی صمیمانه در روزهای پایان هفته گذاشته شود و به افراد این فرصت داده شود تا نظرات خود را آزادانه بیان کنند. همچنین در این جلسات مدیران می‌توانند از نظرات کارکنان خود در جهت اجرای بهتر تصمیمات استراتژیک بهره ببرند. با توجه به تأیید فرضیه‌ی سوم پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط فرصت‌های لازم را به کارکنان به‌منظور ارائه‌ی ایده‌هایشان و اشتراک دانش سازمانی داده شود. لذا هر کارمند برای ارائه‌ی ایده‌ی خود نباید مراحل طولانی را طی کند. همچنین بهتر است برای اشتراک دانش و تبادل ایده‌ها، جلسات هم‌اندیشی و گفتگوی

صمیمانه در روزهای پایان هفته گذاشته شود و به افراد این فرصت داده شود تا نظرات خود را آزادانه بیان کنند. همچنین در این جلسات مدیران می‌توانند از نظرات کارکنان خود در جهت اجرای بهتر تصمیمات استراتژیک بهره ببرند.

فرضیه چهارم: مقیاس شبکه‌سازی، تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر قابلیت نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط عراق را تعدیل می‌کند.

مقیاس شبکه به تعداد شرکای مرتبط با شرکت‌های کلیدی در یک شبکه اشتراک دانش اشاره دارد. مقیاس شبکه به معنای میزان تعبیه روابط و منابع سازمانی در شبکه خارجی سازمان است. هرچه مقیاس شبکه بزرگ‌تر باشد، روابط شبکه خارجی بیشتری وجود دارد و منابع موجود در آن‌ها غنی‌تر است. منابع دانش به‌دست آمده از خارج، اطلاعات و جهت‌گیری را برای نوآوری سازمانی فراهم می‌کند. هرچه مقیاس شبکه بزرگ‌تر باشد، روابط خارجی بیشتری وجود دارد که اعضای شبکه می‌توانند به آن متصل شوند و شرکت‌های دانش‌ناهمگن بیشتری می‌توانند به‌دست آورند. هرچه مقیاس شبکه بزرگ‌تر باشد، منابع بیشتری در روابط شبکه خارجی سازمان تعبیه شده است و دست‌یابی به انواع منابع لازم برای بقا و توسعه آسان‌تر است. اشتراک دانش بین سازمانی فرصت‌هایی را برای یادگیری متقابل، تبادل و همکاری فراهم می‌کند و ایجاد و نوآوری شرکت‌ها را تحریک می‌کند. هرچه مقیاس شبکه بزرگ‌تر باشد، درک نوآوری در مقیاس و شکستن حد آستانه در فعالیت‌های نوآوری آسان‌تر است. در فرآیند به اشتراک‌گذاری دانش بین سازمانی، یک شرکت ممکن است یک مقیاس شبکه بزرگ را برای کمک به اطمینان از تنوع اطلاعات و دانش حفظ کند. نتیجه بهبود توانایی شرکت در تشخیص منابع و حل مشکلات و کمک به اشتراک‌گذاری بیشتر پلتفرم‌های دانش عمومی با همکاران، کاهش رفتارهای فرصت‌طلبانه و خطرات طرف‌های تعاونی است. این امر تأثیر مثبتی بر اشتراک دانش بین شرکت‌ها دارد و قابلیت نوآوری شرکت‌هایی را که به اشتراک می‌گذارند، بیشتر می‌کند. بر اساس آماره تی ۲/۶۷۱ در اثرگذاری اشتراک دانش بر قابلیت نوآوری با تعدیلگری مقیاس شبکه و تأیید این فرضیه، این نتیجه هم‌راستا با نتایج (2017) Ghadampour & Zandkarimi, Dehghanan & Harandi (2013)، dongling et al., (2022) و Zhang et al., (2021) بوده است. با

توجه به تأیید فرضیه‌ی چهارم پیشنهاد می‌شود مدیریت شرکت‌های کوچک و متوسط تمهیداتی را در جهت افزایش تعداد مبادلات و همکاری با تأمین کنندگان عمده در شرکت‌ها بیندیشند. همچنین توصیه دیگر به مدیران شرکت‌ها این است که تعداد مبادلات و همکاری‌ها با مشتریان کلیدی و حتی سایر شرکت‌ها را نیز افزایش دهند. بنابراین، در عمل مدیریت، شرکت‌ها باید تلاش زیادی برای ایجاد ارتباطات شبکه خارجی برای پیشبرد اشتراک دانش بین سازمان‌ها، با ایجاد راهنمایی‌های همکاری بلندمدت برای تعامل بیشتر انجام دهند. ایجاد ارتباطات شبکه‌ای قوی باعث افزایش درک ضمنی بین سازمان‌ها، تسهیل یادگیری و تقلید بین آنها، وابستگی رشته‌های سازمانی به یکدیگر و تحقق انتقال اطلاعات و دانش با کیفیت بالا خواهد شد. با توجه به تأیید فرضیه‌ی چهارم پیشنهاد می‌شود مدیریت شرکت‌های کوچک و متوسط تمهیداتی را در جهت افزایش تعداد مبادلات و همکاری با تأمین کنندگان عمده در شرکت‌ها بیندیشند. همچنین توصیه دیگر به مدیران شرکت‌ها این است که تعداد مبادلات و همکاری‌ها با مشتریان کلیدی و حتی سایر شرکت‌ها را نیز افزایش دهند. بنابراین، در عمل مدیریت، شرکت‌ها باید تلاش زیادی برای ایجاد ارتباطات شبکه خارجی برای پیشبرد اشتراک دانش بین سازمان‌ها، با ایجاد راهنمایی‌های همکاری بلندمدت برای تعامل بیشتر انجام دهند. ایجاد ارتباطات شبکه‌ای قوی باعث افزایش درک ضمنی بین سازمان‌ها، تسهیل یادگیری و تقلید بین آنها، وابستگی رشته‌های سازمانی به یکدیگر و تحقق انتقال اطلاعات و دانش با کیفیت بالا خواهد شد.

فرضیه پنجم: قدرت ارتباط، تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر قابلیت نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط عراق را تعدیل می‌کند.

قدرت ارتباط ترکیبی از زمان، درگیری عاطفی، درجه صمیمیت (اعتماد متقابل) و خدمات متقابل در برخی از ارتباطات تعریف می‌شود. قدرت ارتباط مستقیماً بر عمق و وسعت انتقال اطلاعات و فناوری بین سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد. این به عنوان اعتماد بین افراد (نگرش‌ها، ادعاها و باورهای مشترک به‌طور مداوم) و همچنین مکانیسم هماهنگی (به اشتراک گذاشتن هزینه و خطر انتقال اطلاعات) بیان می‌شود. با توجه به نظریه تعبیه شده شبکه، رابطه و ساختار رابطه می‌تواند اعتماد ایجاد کند و از تقلب جلوگیری کند. اعتماد

معمولاً شرط مهمی برای کسب توانایی ارتباط در بین شرکت‌ها است. هر دو طرف در رابطه برای به دست آوردن ارزش و کنترل خطرات احتمالی تلاش می‌کنند که به درجه خاصی از اعتماد، تعهد و انعطاف‌پذیری در رابطه نیاز دارد. هنگامی که هر دو طرف معامله دارای سطوح بالایی از اعتماد هستند، شرکت نه تنها منافع کوتاه مدت خود را در نظر می‌گیرد. شرکای تجاری که با یکدیگر اعتماد ایجاد می‌کنند، می‌خواهند تلاش بیشتری فراتر از قرارداد انجام دهند. در فرآیند به اشتراک گذاری دانش بین سازمانی، هر چه اعتماد بیشتر باشد، میزان دانش به اشتراک گذاشته شده بیشتر است. با اعتماد بیشتر، ایجاد دانش و انتقال روان‌تر می‌شود، بنابراین دانش ضمنی بیشتری به اشتراک گذاشته می‌شود و توسعه مساعدتری از قابلیت نوآوری محقق می‌شود. لذا پنجمین هدف این پژوهش نیز بررسی تأثیر اشتراک دانش سازمانی بر قابلیت نوآوری با نقش تعدیلگر قدرت ارتباط بوده است. آماره‌ی تی در $3/651$ و معناداری فرضیه این نتیجه هم‌راستا با نتایج پژوهش‌های Ghadampour & Zandkarimi (2017)، Dehghanan & Harandi (2013)، Zhang et al. (2021) و dongling et al., (2022) بوده است. از این رو توصیه می‌شود مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط و مدیران و مسئولان ارتباطات بین سازمانی با توجه به عوامل مربوط به قدرت ارتباطات سازمانی و بیشتر شدن اعتماد بین شرکتی، سایر شرکت‌ها را به همکاری ترغیب نمایند و بازدهی عملکرد سازمان و قابلیت‌های نوآوری خود را افزایش دهند؛ بنابراین مدیران سازمان‌ها ضمن سرمایه‌گذاری بر عوامل فنی و سیستم‌های اطلاعاتی برای به اشتراک گذاری دانش لازم است برای موفقیت در نوآوری توجه کنند. از جمله توصیه‌های دیگر این است که مدیران همکاری با تأمین‌کنندگان اصلی، مشتریان کلیدی و سایر شرکت‌ها را افزایش دهند. از این رو توصیه می‌شود مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط و مدیران و مسئولان ارتباطات بین سازمانی با توجه به عوامل مربوط به قدرت ارتباطات سازمانی و بیشتر شدن اعتماد بین شرکتی، سایر شرکت‌ها را به همکاری ترغیب نمایند و بازدهی عملکرد سازمان و قابلیت‌های نوآوری خود را افزایش دهند؛ بنابراین مدیران سازمان‌ها ضمن سرمایه‌گذاری بر عوامل فنی و سیستم‌های اطلاعاتی برای به اشتراک گذاری دانش لازم است برای موفقیت در نوآوری توجه

کنند. از جمله توصیه‌های دیگر این است که مدیران همکاری با تأمین‌کنندگان اصلی، مشتریان کلیدی و سایر شرکت‌ها را افزایش دهند.

در نهایت می‌توان نتیجه‌گیری نمود و به پرسش پژوهش این‌گونه پاسخ داد که اشتراک دانش سازمانی بر قابلیت نوآوری سازمانی تأثیر معناداری دارد و متغیرهای مقیاس شبکه‌سازی و قدرت ارتباط این رابطه را تعدیل می‌کند و به علاوه اشتراک دانش سازمانی از طریق نقش میانجی قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآوری تأثیر گذار بوده است.

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بعدی به طور ویژه صنایع دیگر را بررسی نماید مثلاً صنایع تولید قطعات، تجهیزات پزشکی و ... حتی آن‌ها سازمان‌های سازمان‌ها خدماتی مانند بیمه هم می‌تواند به عنوان جامعه پژوهش انتخاب گردد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی تأثیر هوش رقابتی بر متغیرهای ذکر شده در مدل نیز بررسی شود. تأثیر پیاده‌سازی ابری برنامه‌ریزی منابع سازمانی بر عملکرد نوآوری نیز سنجیده شود. جامعه آماری پژوهش جاری مدیران و معاونان شرکت‌های کوچک و متوسط عراق بوده‌اند، پیشنهاد می‌شود تحقیق مشابه در کشورهای دیگر نیز تکرار شود. حتی می‌توان نوع صنعت مورد نظر را هم به عنوان متغیر مداخله‌گر در نظر گرفت. در ادامه محدودیت‌های پیش روی پژوهش به صورت زیر بوده است: با توجه به این که قلمروی انتخابی و اینکه روش نمونه‌گیری در دسترس بوده است برای تعمیم نتایج باید با احتیاط رفتار کرد. حوزه مکانی از جمله محدودیت‌های موجود می‌باشد که می‌تواند برای تعمیم نتیجه به شرکت‌های دیگر مانعی باشد، چرا که به دلیل گستردگی شرکت‌ها، کار جمع‌آوری نظر مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط عراق دشوار بود. این مطالعه در بازه زمانی پاییز ۱۴۰۱ صورت گرفته که چون مقطعی بودن زمان را نشان می‌دهد، امکان دارد یافته‌ها در بازه‌های زمانی دیگر فرق داشته باشد. محدودیت استفاده از ابزار پرسشنامه از جمله موارد ناگزیر در پژوهش است. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده از مصاحبه نیز در کنار ابزار پرسشنامه استفاده شود.

References:

- Abbas, J., Hussain, I., Hussain, S., Akram, S., Shaheen, I., & Niu, B. (2019). The Impact of Knowledge Sharing and Innovation on Sustainable Performance in Islamic Banks: A Mediation Analysis through a SEM Approach. *Sustainability*, 11, 1-25.
- Aldhmour, F. M. (2023). Knowledge Sharing of Postgraduates Online: The IntentionBehavior Gap. *Information Science letter*, 12, 1-18.
- Al Dulaimi, A.M.Z., Al Marzooqi, S.M., Lubis, A., Siren, N.B.H., & Kassim, S.B. (2022) Innovation capabilities and human development competitiveness in education sector: Evidence from UAE. *Front. Psychol.* 13:933432.
- Alkhwaldi, A., & Aldhmour, F. (2022). Beyond the Bitcoin: Analysis of Challenges to Implement Blockchain in the Jordanian Public Sector, in *Convergence of Internet of Things and Blockchain Technologies. Springer, Cham*, 207-220.
- Amani, J., Khazri Azar, H., & Mahmoudi, H. (2011). Introducing Structural Equation Modeling by the Partial Least Squares Method (PLS-PM) and its application in behavioral research. *Online Journal of Psychology*, (1). [In persian]
- Arabshahi, M., Kabiri, A., & Behboodi, O. (1401). The effect of knowledge value of top managers on knowledge sharing practices, open innovation and organization performance. *Organizational Knowledge Management*, (1)5, 165-191. [In persian]
- Arefnejad, M., & Mousavi, S. M. (2022). Fuzzy Cognitive Mapping Factors Affecting Knowledge Hooser in the Organization (Case Study: Lorestan University). *Scientific Journal Of Organizational knowledge Management*, 5, 47-74. [In persian]
- Bagherzadeh, M., Markovic, S., Cheng, J., & Vanhaverbeke, W. (2020). How Does Outside-In Open Innovation Influence Innovation Performance? Analyzing the Mediating Roles of Knowledge Sharing and Innovation Strategy. *IEEE Transaction on engineering management*, 67(3), 740 -753.
- Bashokouh, M., & Ghasemi, I. (2023). Investigating the Effect of Knowledge Management on the Performance and loyalty of Employees with the Moderating Role of Innovation (Case Study: Employees of Tabriz Petrochemical Company). *Scientific Journal Of Organizational knowledge Management*, 5, 75-109. [In persian]
- Bavik, Y. L., Tang, P. M., Shao, R., & Lam, L. W. (2018). Ethical leadership and employee knowledge sharing: Exploring dual-mediation paths. *The Leadership Quarterly*, 29(2), 322–332.
- Bhutto, S., Khoso, U., & Mehmood, K. (2022). Factors Affecting Knowledge Management: A Study in Al-Madinah International University, Malaysia. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 28(1), 515-530.

- Chen, M., Liu, H., Wei, Sh., & Gu, J. (2018). Top managers' managerial ties, supply chain integration, and firm performance in China: A social capital perspective. **Industrial marketing management**, 74.
- Clauss, T., Kraus, S., Kallinger, F.L., Bican, P.M., Brem, A., & Kailer, N. (2021). Organizational ambidexterity and competitive advantage: The role of strategic agility in the exploration-exploitation paradox. **Innovation and Knowledge**, 6 (4), 203-213.
- Daneshvar, A., Pour Ghorbani Shijani, F., & Shakib, B. (2019). Management communication channels and their role in effectiveness. **Scientific research conference on new achievements in management, accounting and economics studies in Iran**, 4. [In persian]
- Davari, A., & Rezazadeh, A. (2013). Structural equation modeling with PLS software. Academic Jihad Publishing Organization, second edition. [In persian]
- Dehghanan, H., & Harandi, A. (2013). Investigating the impact of social capital on innovative performance: emphasizing the mediating role of knowledge sharing (a case study of Iranian knowledge-based companies active in the field of information technology). **Innovation Management**, 3(1), 1-22. [In persian]
- Dongling, W., Yuming, Z., Xinmin, L., Chen, J., XiaoYi, Z., & Chang, H. (2022). Can Inter-organizational Knowledge-Sharing Improve Enterprise Innovation Performance? The Mediator Effect of Innovation Capability and the Moderator Effect of Network Characteristics. **Front. Commun.**, 7.
- Ghadampour, E., & Zandkarimi, M. (2017). Investigating the relationship between organizational communication and knowledge sharing with the mediating role of organizational trust among school teachers. **Library and Information Science Studies**, (25), 103-128. [In persian]
- Habibi, A., & Adnor, M. (2016). Structural equation modeling and factor analysis, Jihad University Publications, first edition. [In persian]
- Hock-Doepgen, M., Clausse, T., Kraus, S., & Cheng, C. F. (2020). Knowledge management capabilities and organizational risk taking for business model innovation in SMEs. **Journal of business research**, 130, 683-697.
- Hosseinpour, M., Jamshidi, M. J., Mohammadifar, Y., & Behor, Sh. (2019). Investigating the impact of strategic innovation on innovative performance with the moderating role of the business environment (case study: small and medium enterprises in Kermanshah). **Karafan**, (5)194,17-177. [In persian]
- Huang, D., Chen, S., Zhang, G., Ye, J. (2018). Organizational forgetting, absorptive capacity, and innovation performance: A moderated mediation analysis. **Management Decision**, 56 (1), 87-104.
- Hurtado-Palomino, A., Gala-Velasquez, B., & Scorisapra, J. (2022). The interactive effect of innovation capability and potential absorptive capacity on innovation performance. **Journal of Innovation & Knowledge**, 7(4).
- Kambey, J. P., Wuryaningrat, N. F., & Kumaja, L. I. (2018). Examining Leadership and Knowledge Sharing Role on Small and Medium Enterprises Innovation

- Capabilities. **International Journal of Economics and Business Administration**, 5(1), 24-38.
- Kargar, B. (2017). the theory of innovation networks; Analytical approach to socio-economic relationship. **Science and Technology Policy**, 8(2), 101-71. [In persian]
- Keshavarzi, A. H., Safari, S., & Hamidi Rad, J. (2015). Investigating the effect of knowledge sharing on learning, innovation and organizational performance. **Public administration perspective**, (22). [In persian]
- Lathong, L., Phong, L. B., & Saeheng, P. (2021). Transformational Leadership, Knowledge Sharing and Innovation Capability: An Empirical Study from Lao Firms. **Journal of International Business and Management**, 4(9), 1-10.
- Lee, H., & Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: an integrative view and empirical examination. **J. Manag. Inf. Syst.** 20(1), 179–228.
- Maghsoodi Ganja, Y., Khani, N., & Alam Tabriz, A. (2018). Networking ability, structure of business networks and commercialization performance in knowledge-based companies (case study: knowledge-based companies of Isfahan province). **Technology Development Management**, (4)7, 180-151. [In persian]
- Mengli, N., Rezaei, R., & Safa, L. (2015). Investigating the effect of marketing capabilities on the performance of small and medium businesses. **Entrepreneurship in Agriculture**, (4)3, 1-16. [In persian]
- Moghasem, Y., Saeedi, P., Dedekhani, H., & Mehrabian, A. (2018). Development of small and medium-sized manufacturing businesses based on effectiveness of performance and innovation in technology. **Technology Development Management**, (1)7, 194-163. [In persian]
- Mohsenin, Sh., & Esfidani, M. R. (2016). Structural equations based on partial least squares approach using Smart-PLS software. Tehran: Ketab Mehraban Publishing. [In persian]
- Nahid, M., Davari, A., & Sajdenia, F. (2015). The effect of entrepreneurial orientation on organizational performance (case study: Research Institute of Islamic Culture and Thought). **Technology Growth**, (49)13, 16-23. [In persian]
- Naeji, M. J., Ghourchibeigi, E., Ghorbani, M., Seyedalijanlou, M. H. (2022). Investigating the moderating role of Strategic Knowledge Management in relation between intellectual capital dimensions and innovative performance (Research example: dairy companies). **Scientific Journal Of Organizational knowledge Management**, 5, 145-171. [In persian]
- Ngoc, T. N., Anh, T. T. (2017). The impact of innovation capabilities on innovation performance an empirical study in Ho Chi city. The 8th Scientific Conference on Sustainable Tourism: Marketing of Tourism Products, Businesses, and Protection of Ecosystems: Issues and Challenges? At: Ho Chi Minh City, Viet Nam.
- Nguyen, T.M. Nham, , P.T., & Hoang, V.N. (2019). The theory of planned behavior and knowledge sharing: A systematic review & meta-analytic structural equation

- modelling. **VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems**, 49(1), 76-94
- Nguyen, A. T. H., Nguyen, P. V., & Do, H. T. S. (2022). The effects of entrepreneurial orientation, social media, managerial ties on firm performance: Evidence from Vietnamese SMEs. **International journal of data and network sciences**, 6, 243-252.
- Novillo-Villegas, S., Acosta-Vargas, P., Cruz-Boada, C., Garzon, M., Marin-Dett, A., & Anzules-Falcones, W. (2022). Sustaining the Path for Innovation Capability from a Developing Country Perspective: A Conceptual Framework. **Sustainability**, 14, 12807.
- Rajaei Azarkhorani, A., Rajaeipour, S., & Howida, R. (2013). Determining the multiple relationships between knowledge sharing and the ability to absorb knowledge with the improvement of scientific quality from the perspective of faculty members of selected universities in Isfahan. **Research and Planning in Higher Education**, (4)20, 123-144. [In persian]
- Ramin Mehr, H., & Charstad, P. (2015). Quantitative research method using structural equation modeling (Lisrel software). Tehran: Termeh Publications. [In persian]
- Rashnavadi, Y., Sadegh Waziri, F., & Nosratpanah, R. (2021). Improving the performance of the organization through knowledge management capabilities, strategic flexibility and strategic agility; Mediating role of business model innovation. **Innovation in Defense Organizations**, (11)4, 106-79. [In persian]
- Ruggiero, J. (2004). Performance Evaluation When Non-Discretionary Factors Correlate with Technical Efficiency. **EJOR**, 159(1), 250-257.
- Ruiz-Ortega, M.J., García-Villaverde, P.M., Gala-Velásquez, La De, B., Hurtado Palomino, A., & Arredondo-Salas, Á.Y. (2021). Innovation capability and pioneering orientation in Peru's cultural heritage tourism destinations: Conflicting environmental effects. **Hospitality and Tourism Management**, 48, 441-450.
- Sadeghinejad, M., Noghani Dekht Bahmani, M., & Akbari, H. (2017). Searching for job information in a scientific collaboration network; An example of social network dynamics analysis. **Sociology of social institutions**, (12)5, 139-178. [In persian]
- Sakhtri, K. (2014). Networking ability and organizational entrepreneurial performance: explaining the role of organizational strategic trends (case study: companies providing technical and engineering equipment and services to the mining sector of Iran). **Entrepreneurship Development**, (1)8, 174-159. [In persian]
- Seyed Abbaszadeh, M. M., Amani-Sari-Beglou, J., Khazari-Azer, H. (2013). An introduction to structural equation modeling by PLS method and its application in behavioral sciences with the introduction of SmartPLS, VisualPLS, PLS-Graph software. Urmia, Urmia University Publications. [In persian]

- Shafi, M. (2020). Sustainable development of micro firms: Examining the effects of cooperation on handicraft firm's performance through innovation capability. **International Journal of Emerging Markets**, 16(8), 1634–1653.
- Shazi, R., Gillespie, N., & Steen, J. (2015). Trust as a predictor of Innov network ties in project teams. **Int. J. Project Manag.**
- Singh, S.K., Guptab, S., Bussoc, D., & Kambojd, S. (2019). Top management knowledge value, knowledge sharing practices, open innovation and organizational performance. **Business Research**, 2.
- Swierczek, A. (2019). Manufacturer structural embeddedness the network rent: The intervening role of relational embeddedness in the triadic supply chains. **Supply Chain Manag. Int. J.** 24, 334–354.
- Talebi, D., Esmaili, M. J., & Mozhezidikhah, A. (2022). Investigating the effect of knowledge management capabilities on innovation performance with the mediating effect of open innovation (case study: Fardis Science and Technology Park). **Industrial Management Perspectives**, (46)12, 277-253. [In persian]
- Tang, W., & Zhang, P., Lu, Y., Wang, T.C., Tsai, C.L. (2020). The effect of tourism core competence on entrepreneurial orientation and service innovation performance in tourism SMEs. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 25 (2), 89-100,
- Ting, I.W.K., Tebourbi, I., Lu, WM., & Kweh, Q. L. (2021).The effects of managerial ability on firm performance and the mediating role of capital structure: evidence from Taiwan. **Financ Innov**, 7(89).
- Vali Bahraini, H., & Khayat Moghadam, S. (2014). Identifying factors affecting knowledge-based innovation with the Delphi method. The third international conference on new researches in management - economics and accounting, Istanbul. [In persian]
- Wang, Z. & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. **Expert Systems with Applications**, 39(10), 8899-8908.
- Wang, H., Ko, E., Woodside, A., & Yu, J. (2021). SNS marketing activities as a sustainable competitive advantage and traditional market equity. **J. Bus. Res.**, 130, 378–383.
- Woschke, T., Haase, H., & Kratzer, J. (2017). Resource scarcity in SMEs: effects on incremental and radical innovations. **Manage. Res. Rev.** 40, 195–217.
- Xuan, V. N., Thu, N. T. P., & Anh, N. T. (2020). Factors affecting the business performance of enterprises: Evidence at Vietnam small and medium-sized enterprises. **Management Science Letters**, 10, 865–870.
- Yan, Y., & Guan, J. (2018). Social capital, exploitative and exploratory innovations: mediating roles of ego-network dynamics. **Technol. Forecast. Social. Change**, 126, 244–258.
- Yesil, S., Koska, A., & Buyukbese, T. (2013). Knowledge Sharing Process, Innovation Capability and Innovation Performance: An Empirical Study. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 75 , 217 – 225.

- Zadeh Gorgan, M., & Mohaghegzadeh, F. (2021). The effect of innovation capability and knowledge sharing on innovation performance and marketing performance (case study: Bank Parsian, Tehran province). **New research approaches in management and accounting**, (5) 60, 176-155. [In persian]
- Zhang, Y., Wang, D., & Xu, L. (2021). Knowledge search, integration and enterprise breakthrough innovation under characteristics of innovation ecosystem network: empirical evidence from enterprises in Beijing-Tianjin-Hebei region. **PLOS one**, 16(12), 1-16.

