



Analysis of the Effect of Knowledge Management on Export Performance with an Emphasis on the Mediating Role of Innovation, Case Study: Small and Medium Companies of Isfahan Province

Document Type: Research Paper

Peyman Akbari

*Corresponding author: Assistant Professor, Department of Public Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Siros Mohammadi Janbazlofer

Msc. Department of Public Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Abstract

Purpose: The purpose of this research is to analyze the impact of knowledge management on export performance with an emphasis on the mediating role of innovation.

Methodology: The statistical population of this research is all employee of small and medium companies in Isfahan province (unlimited), of which 384 people were studied by simple random sampling. The data collection tool was Nonaka and Takuchi's (1995) knowledge management questionnaire, Azizi innovation (2014) and Alipour and Shirin (2017) export performance questionnaires, the validity and reliability of the questionnaires indicated that the data collection tool has validity. And they were very reliable. Analysis of research data was done through structural equation modeling using PLS version 3 software.

Findings: The results showed that knowledge management has an effect on innovation and export performance. Also, innovation has an effect on export performance. And finally, the mediating role of innovation was confirmed.

Conclusion: With the design model, it can be expected that the managers of small and medium-sized companies can pay attention to increasing the level of knowledge management in order to increase their export performance, and if they want to have a greater impact on their export performance, they should can pay attention to the mediating role of innovation.

Keywords: Knowledge Management, Export Performance, Innovation, Small & Medium Co, Smart Pls.

Citation: Akbari, P., & Mohammadi Janbazlofer, S. (2022). Analysis of the Effect of Knowledge Management on Export Performance with an Emphasis on the Mediating Role of Innovation, Case Study: Small and Medium Companies of Isfahan Province. *Knowledge and Information Management*, 8(4), (1-12). (In Persian)

(DOI): 10.30473/MRS.2022.64327.1520

Quarterly Journal of Knowledge and Information Management

Vol 8, No 4, (Series 32), Winter 2022, (1-12)

Received: (2022/04/09)

Accepted: (2022/09/14)

Copyrights

© 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)





تحلیل تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد صادرات با تأکید بر نقش میانجی نوآوری، مطالعه موردی: شرکت‌های کوچک و متوسط استان اصفهان

نوع مقاله: پژوهشی

پیمان اکبری

*نویسنده مسئول: استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

سیروس محمدی جانباز لوفر

کارشناس ارشد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

چکیده

هدف پژوهش: هدف از انجام این پژوهش، تحلیل تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد صادرات با تأکید بر نقش میانجی نوآوری می‌باشد.

روش انجام پژوهش: جامعه آماری این پژوهش تمامی کارکنان شرکت‌های کوچک و متوسط استان اصفهان (نامحدود) می‌باشد که تعداد (۳۸۴ نفر) از آن‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده مورد مطالعه قرار گرفت. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه مدیریت دانش نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵)، نوآوری عزیزی (۱۳۹۳) و عملکرد صادرات علیپور و شیرین (۲۰۱۷) بود که روایی و پایایی پرسشنامه‌ها حاکی از آن داشت که ابزار گردآوری داده‌ها دارای روایی و پایایی خوبی بودند. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار پی. ال. اس. نسخه ۳ انجام شد.

یافته‌ها: نتایج نشان داد مدیریت دانش بر نوآوری و عملکرد صادرات تأثیر دارد. همچنین نوآوری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد و در نهایت نقش میانجی نوآوری تأیید شد.

بحث و نتیجه‌گیری: با وجود مدل طراحی می‌توان انتظار داشت که مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط بتوانند به منظور افزایش عملکرد صادراتی‌شان به افزایش سطح مدیریت دانش توجه داشته باشند و اگر بخواهد تأثیرگذاری بیشتری بر عملکرد صادراتی‌شان نیز داشته باشند بایستی بتوانند به نقش میانجی نوآوری توجه شایانی کنند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، عملکرد صادرات، نوآوری، شرکت‌های کوچک و متوسط، اسمارت پی. ال. اس.

استناد: اکبری، پیمان و محمدی جانباز لوفر، سیروس (۱۴۰۰). تحلیل تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد صادرات با تأکید بر نقش میانجی نوآوری، مطالعه موردی: شرکت‌های کوچک و متوسط استان اصفهان. مدیریت منابع و خدمات اطلاعاتی، ۹(۱)، (۱-۱۲).

(DOI): 10.30473/MRS.2022.64327.1520

فصلنامه مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی

سال هشتم، شماره چهارم، (پیاپی ۳۲)، زمستان ۱۴۰۰، (۱-۱۲)

تاریخ دریافت: (۱۴۰۱/۰۱/۲۰)

تاریخ پذیرش: (۱۴۰۱/۰۶/۲۳)

Copyrights

© 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)



مقدمه

امروزه پژوهشگران به اهمیت نقش مدیریت دانش و تأثیر حیاتی‌ای که می‌تواند بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط داشته باشد، پی برده‌اند. چاندران و مونوسامی^۱ (۲۰۰۹) دریافته‌اند که بخش تولید در هر کشوری به‌عنوان محرک اقتصادی مطرح است و می‌تواند منبع مهم اشتغال برای اقتصاد آن نیز باشد. لذا، برای برقرار کردن ثبات بازار سازمان‌ها، سازمان‌ها نیازمند مزیت رقابتی هستند. کوهن و ماریسک^۲ (۲۰۱۰) دریافته‌اند که نوآوری در تبدیل کردن ایده‌هایی که هدف آن‌ها تأمین نیازهای مشتریان است، نقش دارد. لذا شرکت‌های کوچک و متوسط برای به دست آوردن مزیت رقابتی در بازار نیاز به نوآوری و همچنین بهبود عملکرد صادرات خود دارند. شرکت‌های کوچک و متوسط قادر به تعیین سطح کسب‌وکار، چه در سطح خوب، چه در سطح بد از طریق عملکرد صادرات می‌باشند. با وجود این، شرکت‌های کوچک و متوسط در ایران به آن صورتی که در خارج از کشور هستند، کاملاً توسعه نیافته‌اند، به همین خاطر می‌توانند منجر به عملکرد پایین، صادراتی شوند. برخی از شرکت‌های کوچک و متوسط هنوز در دستیابی به فناوری مربوطه، با موانعی روبرو هستند و وابستگی شدیدی به فناوری‌های ضعیف دارند. از طرف دیگر، برخی از این شرکت‌ها برای انجام تحقیقات و توسعه، زمان و سرمایه کافی ندارند زیرا آن‌ها تحقیق و توسعه را به‌جای سرمایه‌گذاری، به‌عنوان یک هزینه در نظر گرفته‌اند. جنبه بزرگ این قضیه بدین صورت است که شرکت‌های کوچک و متوسط کشور متوجه خطر در تجارت و افزایش آگاهی نسبت به مدیریت دانش نیستند چرا که همان‌طور که مشخص است دانش یا اطلاعات به دست آمده منجر به افزایش عملکرد تجاری می‌شود. لذا محققان در این پژوهش به دنبال پرداختن به مسائلی هستند که شرکت‌های کوچک و متوسط با آن روبرو هستند، در این پژوهش مشخصاً از تئوری‌های زیربنایی همچون نظریه مبتنی بر منابع^۳، نظریه دید مبتنی بر دانش^۴ و مدل فرآیند بین‌المللی-سازی^۵ الهام گرفته شده است. بر این اساس هدف این پژوهش تحلیل تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد صادراتی در میان شرکت‌های کوچک و متوسط استان اصفهان و با تأکید

بر نقش میانجی نوآوری، می‌باشد. هر نتیجه‌ای که از این پژوهش به دست آید می‌تواند سودمند باشد و به‌عنوان راهنمایی برای شرکت‌های کوچک و متوسط که مشتاق توجه به مدیریت دانش برای ارتقای شرکت خود هستند مورد استفاده قرار گیرد. همچنین می‌تواند زمینه‌ای برای درک تأثیر نوآوری در ارتباط بین مدیریت دانش و عملکرد صادرات، فراهم کند. با تمامی این اوصاف، شرکت‌های کوچک و متوسط استان اصفهان می‌توانند دانش خود را در زمینه مدیریت دانش و نوآوری و همچنین بهبود عملکرد صادرات کسب کنند.

در نهایت، با توجه به هدف، سؤال اصلی که محققان در این پژوهش با آن روبرو هستند، آن است که آیا مدیریت دانش بر عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیرگذار است و این تأثیرگذاری با وجود نقش میانجی نوآوری چگونه است.

مبانی نظری

مدیریت دانش

کشورهای در حال گذار از اقتصاد مبتنی بر تولید به اقتصاد دانش‌بنیان می‌توانند ابتکار عمل مدیریت دانش در بین شرکت‌هایی به دلیل اینکه موفقیت شرکتی بسیار مهمی را به دنبال خواهد داشت را گسترش دهند. ریچ^۶ (۲۰۰۷) اشاره کرد که دانش نقش مهمی در ایجاد ثروت و موفقیت کسب‌وکار دارد. دانش برای شرکت‌ها ضروری است مدیریت دانش به دلیل افزایش آگاهی از اهمیت دانش برای بقا و موفقیت شرکت‌ها، به‌عنوان یک مفهوم مهم شده است. دانش موتور اصلی حرکت رشد اقتصادی و تسریع‌کننده پیشرفت فناوری و بهره‌وری است (ابوسویلیم و مون^۷، ۲۰۱۹؛ بایکوسنج و مون^۸، ۲۰۱۷). مدیریت دانش به شرکت‌ها اجازه می‌دهد برای پاسخگویی به نیازها و انتظارات و همچنین افزایش عملکرد شرکت و رقابت در بازار از طریق ایجاد ایده یا روش‌های جدید عمل کند. ابعاد مدیریت دانش عبارت‌اند از کسب دانش^۹، انتشار دانش^{۱۰} و کاربرد دانش^{۱۱}. عبید و رابی^{۱۲}، (۲۰۱۶) کسب دانش را شامل فرایندهایی می‌دانند که در آن

6. Riege

7. Abusweilem & Abualous

8. Byukusenge & Munene

9. Knowledge Acquisition

10. Knowledge Dissemination

11. Knowledge Application

12. Obeid & Rabay'a

1. Chandran & Munusamy

2. Kuhn & Marisck

3. Resource-Based Theory

4. Knowledge-Based View Theory

5. Internationalization Process Model

۲۰۱۷). اشاعه دانش یکی از ابعاد مدیریت دانش است که در آزمایش رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد استفاده می‌شود. همچنین انتظار می‌رود انتشار دانش با عملکرد رابطه مثبتی داشته باشد. مطالعه انجام شده توسط هارملینا-لاکانن^۹، (۲۰۱۱) نیز نشان‌دهنده رابطه مثبت بین انتشار دانش و عملکرد نوآوری می‌باشد. داود و یوسف (۲۰۱۰) برنامه کاربرد دانش را شامل ذخیره‌سازی و اشتراک برنامه تعریف کردند. شرکت‌ها می‌توانند از دانش به دست آمده برای حل مشکلات شرکتی استفاده کنند. بات^{۱۰} (۲۰۱۱) اظهار داشت که کاربرد دانش در شرکت‌ها مهم است چرا که به آن‌ها اجازه می‌دهد فعال‌تر و ارزش‌آفرین‌تر باشند. استفاده کاربردی از دانش و عملکرد مؤثر دانش این است که باعث اطمینان از دستیابی به اهداف شرکتی به‌طور مؤثر می‌شود (ابوسولیم و مونن، ۲۰۱۹). به‌طور کلی، کاربرد دانش فرآیندی است که شامل استفاده واقعی از دانش برای تصمیم‌گیری و حل مسئله می‌شود (گلد و همکاران^{۱۱}، ۲۰۰۱). علاوه‌بر این، استفاده از دانش می‌تواند به تبدیل دانش از یک ابزار قدرت بالقوه به نوآوری‌ها یا اختراعات واقعی کمک کند که می‌تواند عملکرد کلی سازمان‌ها را افزایش دهد (مادوشی و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۱؛ متین و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۳). کاربرد دانش یکی از ابعاد مدیریت دانش است که در آزمایش رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد استفاده می‌شود. همچنین انتظار می‌رود کاربرد دانش با عملکرد رابطه مثبت داشته باشد. حمدون و همکاران^{۱۴} (۲۰۱۸) پژوهشی را انجام دادند و عنوان کرد که استفاده از دانش عامل موفقیت اساسی در تولید محصولات جدید و تسهیل‌کننده نوآوری و عملکرد شرکت است. هدف اصلی کاربرد دانش، تلفیق دانش برای دستیابی به اهداف شرکت از منابع داخلی و خارجی به دست آمده است (شین و همکاران^{۱۵}، ۲۰۰۱).

نوآوری

داغرتی و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۱) نوآوری را ایده یا عملی تعریف کردند که توسط یک نفر به‌عنوان یک رویکرد جدید، به کار

شرکت‌ها به دنبال تولید و ایجاد دانش هستند، یا بین دانش ضمنی و دانش صریح که تعامل بین دانش ضمنی و دانش صریح از طریق دانش جدید داخل سازمان است تا انواع مختلف دانش را به نفع تصمیمات آینده تأمین کند (زوایده و همکاران^۱، ۲۰۱۸). کسب دانش نقش مهمی در سازمان دارد. زیرا که کسب دانش مناسب منجر به افزایش دارایی دانش نسبت به شرکت می‌شود و بنابراین موجب افزایش عملکرد شرکت‌ها می‌شود. در این باره، رئیسی و همکاران^۲ (۲۰۱۳) ذکر کردند که دانش اکتسابی باید به‌طور مؤثر سازمان‌دهی شود تا بتواند برای شرکت ارزشمند و مفید باشد. لیائو و همکاران^۳ (۲۰۱۰) اشاره کرد که تلاش و تجربه در فرآیند کسب دانش موردنیاز است. همچنین، لیائو و همکاران (۲۰۱۰) نیز همین مطالعه را در تایوان انجام داد و دریافت که رابطه معناداری بین کسب دانش و عملکرد وجود دارد. انتشار دانش به‌عنوان اشتراک دانش یا انتقال دانش نیز شناخته می‌شود. ماکوره و ارسیا-اکه^۴ (۲۰۱۴) انتشار دانش را به‌عنوان توزیع دانش در داخل شرکت مربوط دانستند. دانش انتشار همچنین به‌عنوان فرایندها و روش‌های سازمان برای انتشار و انتقال دانش در بین کارمندان برای استفاده و توسعه آن برای تولید دانش جدید تعریف می‌شود (دالکی^۵، ۲۰۰۵؛ عیدات و همکاران^۶، ۲۰۱۸). اشتراک دانش را یکی از مهم‌ترین عناصر مدیریت دانش موفق می‌دانند زیرا تفاوت‌هایی را که نمی‌توان از دانش‌های دیگر به دست آورد، پوشش می‌دهد و برای استفاده مناسب و استفاده از دارایی‌های دانش حیاتی است (ابوسولیم و مونن، ۲۰۱۹). اشتراک دانش تأثیر مستقیمی بر سایر فرایندهای دانش مانند ادغام و تولید دارد (ماسیده و همکاران^۷، ۲۰۱۶). روند اشتراک دانش از طریق انتشار افرادی که دانش ضمنی و صریح هستند انجام می‌شود که باعث ایجاد دانش جدید می‌شود (هاسیو و همکاران^۸، ۲۰۱۱). برای ایجاد فرهنگ انتقال دانش، شرکت‌ها باید مردم را تشویق کنند تا با هم به‌منظور همکاری و به اشتراک‌گذاری و همچنین به‌منظور بهره‌وری بیشتر دانش شرکتی به‌طور مؤثر کار کنند (فاطمه و جمال‌الدن،

9. Hurmelinna-Laukkanen
10. Bhatt
11. Gold et al
12. Madhoushi et al
13. Matin et al
14. Hamdoun et al
15. Shin et al
16. Daugherty et al

1. Zawaideh et al
2. Reisi
3. Liao et al
4. Makore & Eresia-Eke
5. Dalki
6. Obeidat et al
7. Masa'deh et al
8. Hsiao et al

گرفته شده است. کوهن و ماریسک (۲۰۱۰) اظهار داشتند که نوآوری فرایند تبدیل ایده‌هاست که هدف آن، ایجاد و برآورده کردن نیازهای مشتریان است. اخیراً، هاینترهابر و لیزو^۱ (۲۰۱۴) دریافته‌اند که نوآوری فرایند ایجاد ارزش و مزیت رقابتی برای شرکت‌هاست. گریفیت و همکاران^۲ (۲۰۰۶) اشاره کردند که نوآوری نه تنها می‌تواند بازار شرکت را تقویت کند، بلکه با دانش جدید به ساخت محصول جدید یا خدمات به مشتری می‌پردازد. لین^۳ (۲۰۰۷) با ذکر نوآوری به‌عنوان فرایند جدید نسبت به شرکت که شامل کالاها، خدمات، سیاست‌ها، پروژه‌ها و تجهیزات می‌باشد، از این تعریف حمایت کرد. ثابرومانیم و یونت^۴ (۲۰۰۵) اشاره کردند که نوآوری به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد ایده‌ها را به ایده‌های اصلی یا محصولات یا خدمات پیشرفته‌ای تبدیل کنند تا در بازار همچنان رقابت کنند. نوآوری نقش مهمی در قبال شرکت‌ها دارد زیرا می‌تواند به ارتقای عملکرد شرکت منجر شود. نوآوری در حال تبدیل شدن به آزمایشی است که به شرکت‌ها امکان می‌دهد محصولات یا خدمات خود را به‌منظور کسب سود بیشتر و همچنین ماندن در بازار رقابتی آزمایش کند. دو نوع نوآوری یعنی نوآوری در محصول و نوآوری در فرایند مورد بحث است. آل سعدی و همکاران (۲۰۱۷) اشاره کردند که نوآوری محصول، یک فرایند مداوم و عملکردی است که تعداد فزاینده قابلیت‌های مختلف را در داخل و خارج از محدودیت‌های سازمانی ادغام می‌کند. به عبارتی، در طول نوآوری فرایند، روشی که سازمان از دانش و ایده‌های شرکای خارجی استفاده می‌کند، هسته اصلی نوآوری است. نوآوری به سازمان اجازه می‌دهد تا به نسخه جدیدی تغییر شکل دهند در بازار در مقایسه با رقبای خود در رقابت باقی بمانند. نوآوری منجر به تغییر جزئی یا عمده‌ای در جهت خط تولید موجود می‌شود. بنابراین، شرکت‌های کوچک و متوسط برای پاسخگویی به بازار در حال تغییر باید با شرایط متغیر بازار سازگار شوند (هرگو و جاماندرو^۵، ۲۰۰۴).

پیشینه پژوهش

سورگلی و همکاران^{۱۲} (۲۰۲۱)، در پژوهشی به بررسی "تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری صنایع" پرداخت. نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر نوآوری تأثیر دارد. خاو^{۱۳} (۲۰۲۰)، در پژوهشی به بررسی "تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد صادرات شرکت‌های کوچک و متوسط مالزی" پرداخت. نتایج نشان داد که مدیریت

عملکرد صادرات

عملکرد صادرات در هنگام انجام کارها، نقش مهمی را ارائه می‌دهد. عملکرد صادرات می‌تواند تلاش کند عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط را بهبود بخشد. در طی عملکرد صادراتی، شرکت‌های کوچک و متوسط قادرند بدانند که صادرات‌شان در

6. Christian
7. Larimo
8. Knight & Cavusgil
9. Cassiman & Golovko
10. Lu & Beamish
11. Kshetri
12. Sorguli et al
13. Khaw

1. Hinterhuber & Liozu
2. Griffith et al
3. Lin
4. Subramaniam & Youndt
5. Huergo & Jaumandreu

روش کار پژوهش

این پژوهش از نظر هدف از نوع "تحقیقات کاربردی" و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع "تحقیقات توصیفی - پیمایشی" است. از آنجا که محققان به دنبال تعیین رابطه بین متغیرهای پژوهش هستند، این پژوهش از نوع "تحقیقات همبستگی" است. جامعه آماری پژوهش، شامل ۵۰۰۰ نفر از شرکت‌های کوچک و متوسط استان اصفهان بودند که تعداد ۳۸۴ نفر از طریق فرمول کوکران و به روش تصادفی ساده انتخاب شدند (جدول ۱). از پرسشنامه مدیریت دانش نوناکا و تاکوچی^۴ (۱۹۹۵) که مشتمل بر ۱۶ سؤال، پرسشنامه نوآوری سازمانی عزیززی (۱۳۹۳) که مشتمل بر ۹ سؤال و در نهایت پرسشنامه توسعه صادرات شرکت‌ها علی‌پور و شیرین‌پور (۲۰۱۷) که مشتمل بر ۶ سؤال استفاده شده بودند، به‌عنوان ابزار اصلی گردآوری داده‌ها استفاده شدند. مقیاس اندازه‌گیری نظریات براساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت بوده که از "کاملاً مخالفم" شروع و به "کاملاً موافقم" ختم شده، نحوه نمره‌دهی به سؤالات نیز، از نمره ۱ تا نمره ۵، محاسبه شده است و نحوه ارسال و دریافت پرسشنامه‌ها به صورت حضوری بود. برای تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری از سه نوع روایی ارزیابی استفاده شده، روایی محتوا^۵، روایی همگرا^۶ و روایی واگرا^۷. روایی محتوا به‌وسیله اطمینان از سازگاری بین شاخص‌های اندازه‌گیری و ادبیات موجود ایجاد می‌شود، این روایی توسط نظرسنجی از استادان حاصل شد. روایی همگرا به این اصل بر می‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. معیار روایی همگرا بودن این است که میانگین واریانس‌های خروجی^۸ (AVE) بیشتر از ۰/۵ باشد. روایی واگرا نیز از طریق مقایسه جذر AVE با همبستگی بین متغیرهای مکنون (جدول ۲) سنجیده شده و برای هر کدام از سازه‌های انعکاسی جذر AVE باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها در مدل باشد. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از سه معیار (ضریب آلفای کرونباخ^۹، ضریب پایایی مرکب^{۱۰} و بارهای عاملی) استفاده شده است. ضرایب آلفای کرونباخ تمامی متغیرها در این پژوهش، از حداقل مقدار (۰/۷) بیشتر است. در ضریب پایایی ترکیبی حداقل مقدار (۰/۷) به بالا پایایی سازه‌ها به صورت مطلق، با توجه به

دانش بر عملکرد صادرات تأثیر دارد. برزنیک^۱ (۲۰۱۸) پژوهشی به بررسی "تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری صنایع" پرداختند. نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر نوآوری تأثیر دارد. رسیکا و همکاران^۲ (۲۰۱۸) پژوهشی به بررسی "تأثیر نوآوری بر عملکرد صادراتی صنایع در اقتصاد در حال گذر" پرداختند. نتایج نشان داد که نوآوری بر عملکرد صادراتی تأثیر دارد. ترامبیوا و مافینی^۳ (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی "تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد صادرات شرکت‌های زیمنباوه" پرداختند. نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر عملکرد صادرات تأثیر دارد. فونچامنو و وژونگ (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی "تأثیر نوآوری و عملکرد صادرات در شرکت‌های تولیدی در کامرون" پرداختند. نتایج نشان داد که نوآوری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد.

حیدریه و آهنی لایق (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی "عوامل مؤثر بر صادرات نوآورانه و تأثیر آن بر عملکرد صادراتی" پرداختند. نتایج نشان داد که نوآورانه بر عملکرد صادرات تأثیر دارد. صفرزاده و قیوم‌زاده (۱۳۹۵). در پژوهشی به بررسی "تأثیر نوآوری بر روی عملکرد صادرات در شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی در تهران" پرداختند. نتایج نشان داد که نوآوری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد. کریمی علویجه و اشرف حساری (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی "رابطه فعالیت‌های مدیریت دانش و عملکرد صادراتی در شرکت‌های کوچک و متوسط صادرکننده خدمات فنی و مهندسی" پرداختند. نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر عملکرد صادرات تأثیر دارد. براری و جمشیدی (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی "نقش مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی در بین کارکنان دانشگاه مازندران پرداختند. نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر نوآوری تأثیر دارد. قلیچلی و اقتصاد (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی "مدیریت دانش و نوآوری در عملکرد کسب‌وکار شرکت‌های کوچک و متوسط (مورد مطالعه: مرکز رشد و واحدهای فناوری و کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی)" پرداختند. نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر عملکرد صادرات تأثیر دارد. دهقانی (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی "نقش مدیریت دانش در نوآوری سازمان‌ها" پرداختند. نتایج نشان داد که مدیریت دانش بر نوآوری تأثیر دارد.

4. Nonaka & Akochi

5. Content Validity

6. Convergent Validity

7. Divergent Validity

8. Average Variance Extracted

9. Coefficient of Cronbach's alpha

10. Coefficient of Composite Reliability

1. Breznika

2. Recica et al

3. Tarambiwa & Mafini

پایایی مرکب باید مقداری بیش از ۰/۷ را به دست آورد تا بیانگر ثبات درونی سازه باشد (فورنل و لارکر، ۱۹۸۱). در جدول ۲ و ۳ نتایج پایایی و روایی ابزار سنجش به‌طور کامل آورده شده است.

همبستگی سازه‌ها با یکدیگر محاسبه خواهند شد. پایایی مرکب برخلاف آلفای کرونباخ که به‌طور ضمنی فرض می‌کند هر شاخص وزن یکسانی دارد، متکی بر بارهای عاملی حقیقی هر سازه است؛ و بنابراین معیار بهتری را برای پایایی ارائه می‌دهد.

جدول ۱. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

| جنسیت | مرد ۰/۷۵ | زن ۰/۲۵ |
|-------|------------|---------------|
| مدرک | دپلم ۰/۳۵ | لیسانس ۰/۵۰ |
| سن | کمتر از ۳۰ | بین ۳۰ الی ۵۰ |
| | ۰/۷۵ | ۰/۱۵ |

جدول ۲. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

| متغیرهای پژوهش | (AVE) | بارهای عاملی | | ضریب پایایی مرکب | ضریب پایایی آلفای کرونباخ |
|----------------|-------|--------------|---------|------------------|---------------------------|
| | | ضریب مسیر | آزمون t | | |
| مدیریت دانش | ۰/۸۶ | - | - | ۰/۸۰ | ۰/۷۲ |
| نوآوری | ۰/۸۴ | - | - | ۰/۹۰ | ۰/۸۴ |
| عملکرد صادرات | ۰/۸۳ | - | - | ۰/۸۲ | ۰/۷۴ |

جدول ۳. ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا

| متغیر | مدیریت دانش | نوآوری | عملکرد صادرات | جذر (AVE) |
|---------------|-------------|--------|---------------|-----------|
| مدیریت دانش | ۰/۸۸ | | | ۰/۹۳ |
| نوآوری | ۰/۸۹ | ۰/۹۱ | | ۰/۹۲ |
| عملکرد صادرات | ۰/۹۱ | ۰/۹۲ | ۰/۹۳ | ۰/۹۱ |

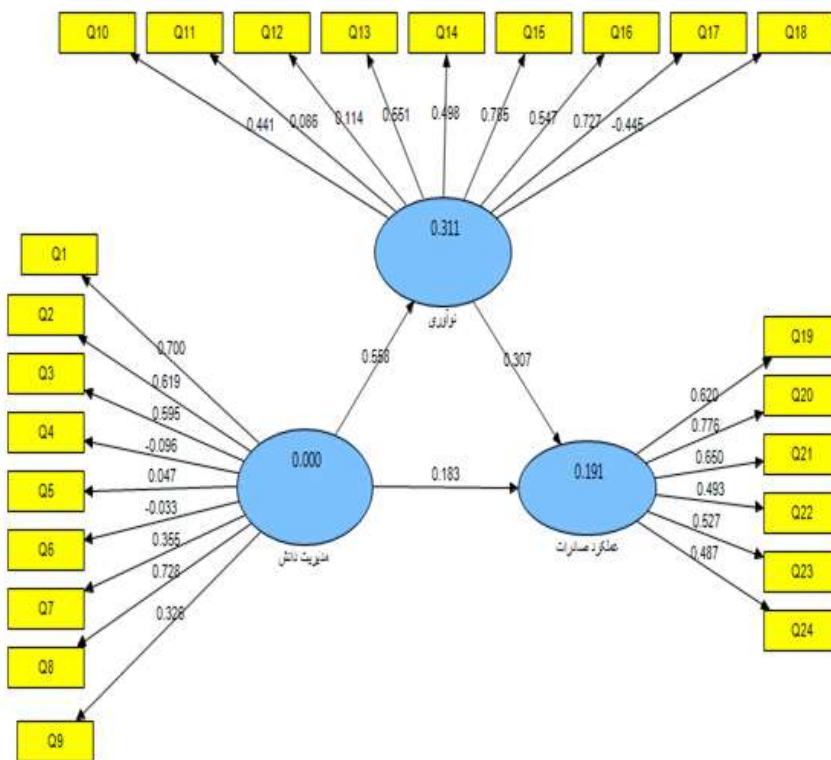
سیستمی از متغیرهای نهفته را فراهم می‌سازد. برآورد پارامترهایی که نشان‌دهنده شاخص‌ها هستند و روابط مسیر، با استفاده از تکنیک‌های حداقل مربعات معمولی صورت می‌گیرد. در این روش، پژوهشگر باید ابتدا ساختار مدل و روابط شاخص‌ها را مشخص کند. نرم‌افزار مورد استفاده در این پژوهش اسمارت پی. ال. اس است. در ادامه خروجی‌های حاصل از نرم‌افزار و تحلیل آن‌ها آورده شده است.

براساس مطالب عنوان شده و نتایج حاصله از خروجی‌های نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس^۱ در جداول ۲ و ۳ نشان‌دهنده این است که، ابزار اندازه‌گیری از روایی (محتوا، همگرا، واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی مرکب، ضریب آلفای کرونباخ)، مناسب برخوردار هستند.

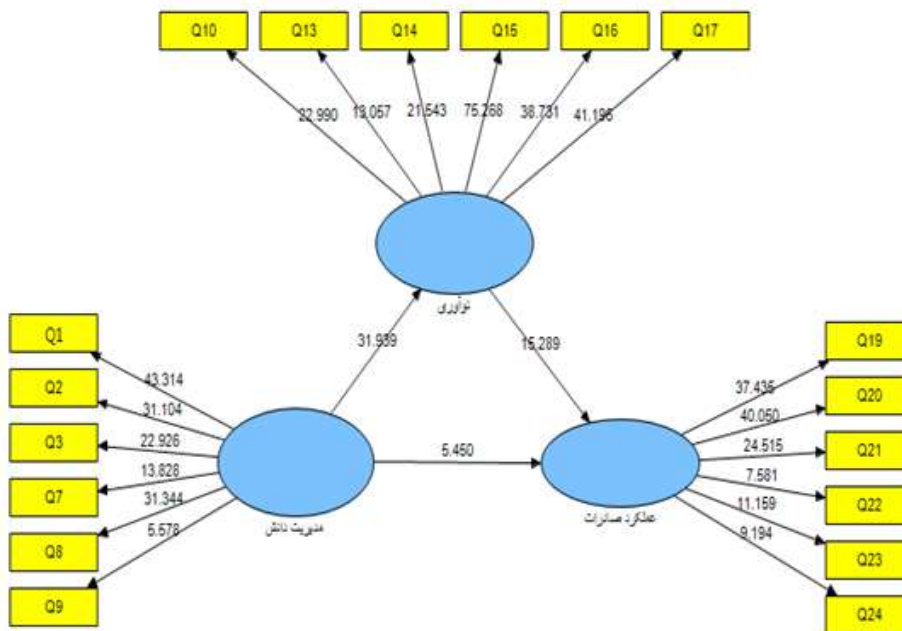
یافته‌ها

در این پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. روشی برای مدل‌سازی معادله ساختاری است. مدل‌سازی معادله ساختاری تنها ابزار تحلیل مدل‌های مسیر یا علی است. درواقع، این روش ترکیبی است از تحلیل مؤلفه‌های اصلی، که شاخص‌ها را به متغیرهای نهفته مرتبط می‌کند و تحلیل مسیر که امکان ایجاد

1. Smart Pls



نمودار ۲. ضرایب مسیر مدل



نمودار ۳. نتایج آزمون T

دارد ولی معنادار است و همچنین ضرایب مسیر اگر بالای ۰/۶ باشد بدین معناست که ارتباطی قوی میان دو متغیر وجود دارد، اگر بین ۰/۳ تا ۰/۶ باشد ارتباط متوسط و اگر زیر ۰/۳ باشد ارتباط ضعیفی وجود دارد (چین، ۲۰۰۳). داده‌های به دست آمده از تحقیق میدانی در

قابل ذکر است ارزش t (Value-T) یا معنی‌دار بودن اثر متغیرها را بر هم نشان می‌دهند. اگر مقدار T بیشتر از $۱/۹۶$ باشد یعنی، اثر مثبت وجود دارد و معنی‌دار است. اگر بین $۱/۹۶$ تا $-۱/۹۶$ باشد اثر معناداری وجود ندارد و اگر کوچک‌تر از $-۱/۹۶$ باشد یعنی اثر منفی

نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس. اجرا شد و مطابق نمودارهای (۴) و (۵) نتایج فوق به دست آمد تحلیل هر یک از روابط که در واقع نشان‌دهنده فرضیه‌های پژوهش می‌باشد به صورت مفید و مختصر در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیات

| متغیرها | ضریب مسیر | ارزش آزمون T | سطح معناداری | میزان تأثیر |
|-----------------------------|-----------|--------------|--------------|-------------|
| مدیریت دانش و نوآوری | ۰/۵۵۸ | ۳۱/۹۴۰ | معناداری | متوسط |
| نوآوری و عملکرد صادرات | ۰/۳۰۷ | ۱۵/۲۹۰ | معنادار | متوسط |
| مدیریت دانش و عملکرد صادرات | ۰/۱۸۳ | ۵/۴۵۰ | معنادار | ضعیف |

معنادار و متوسط دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم با ضریب مسیر ۰/۱۸۳ و مقدار T ۵/۴۵۰، گواه بر این دارد که مدیریت دانش بر عملکرد صادرات تأثیر معنادار و ضعیف دارد. برای بررسی میزان تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته لازم است تا اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم برای متغیرهای درون‌زای مدل ارائه شود (جدول ۵).

با توجه به جدول فوق که بر پایه نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش به دست آمده است می‌توان عنوان کرد که: نتیجه حاصل از آزمون فرضیه اول با توجه به ضریب مسیر ۰/۵۵۸ و مقدار T ۳۱/۹۴۰، نشان می‌دهد که مدیریت دانش بر نوآوری تأثیر متوسط و معنادار دارد. در آزمون فرضیه دوم با ضریب مسیر ۰/۳۰۷ و مقدار T ۱۵/۲۹۰، این نتیجه حاصل شد که نوآوری بر عملکرد صادرات تأثیر

جدول ۵. تفکیک اثرات کل، مستقیم و غیرمستقیم

| روابط | اثرات مستقیم | اثرات غیرمستقیم | اثرات کل |
|--|--------------|-----------------|----------|
| مدیریت دانش و نوآوری | ۰/۵۵۸ | ----- | ۰/۵۵۸ |
| نوآوری و عملکرد صادرات | ۰/۳۰۷ | ----- | ۰/۳۰۷ |
| مدیریت دانش عملکرد صادرات | ۰/۱۸۳ | ----- | ۰/۱۸۳ |
| نقش میانجی نوآوری در تأثیرگذاری مدیریت دانش بر عملکرد صادرات | ----- | ۰/۱۷۱ | ۰/۱۷۱ |

برازش مدل

معیار GOF^۳ مرتبط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است و توسط تننهاوس و همکاران^۴ (۲۰۰۴) معرفی شد. طوری که \overline{R}^2 نشانگر میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه می‌باشد و نیز مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه-های درون‌زای مدل است. وتزل و همکاران^۵ (۲۰۰۹) سه مقدار ۰، ۰،۲۵ و ۰،۳۶ را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کرده‌اند. مقدار معیار GOF معادل ۰/۶۹ و از ۰/۳۶ بیشتر می‌باشد که نشانگر برازش قوی مدل کلی پژوهش است.

در جدول ۵ برخلاف جدول ۳ که به بررسی ضرایب مسیر (اثرات مستقیم) پرداخته شد، به بررسی نقش متغیرهای میانجیگر پرداخته شده و مشخص شد که نوآوری، قادر هستند تا به‌درستی نقشش را اجرا کند. آزمون سوبل متغیر میانجی نیز گویای این واقعیت است که نوآوری می‌تواند به ترتیب به مقادیر ۳/۱۸ را میانجی‌گری کنند، چرا که طبق گفته داوری و رضازاده، (۱۳۹۶) تست سوبل اگر از ۰/۹۶، بیشتر باشد به احتمال ۰/۹۵ نقش میانجی تأیید خواهد شد اثر واف^۱ که شدت متغیرهای میانجیگر رو بررسی می‌کند نشان داد که شدت متغیر نوآوری، (۰/۴۶) می‌باشد و گویای نقش جزئی این متغیرهای میانجی است، چرا که طبق گفته پرفسور هایر و همکاران^۲ (۲۰۱۲) اثر واف در یکی از سه حال در یکی از سه حالت $VAF < 0.20$ بدون اثر میانجی؛ $0.20 \leq VAF \leq 0.80$ دارای اثر میانجی جزئی؛ $VAF > 0.80$ دارای میانجی کامل؛ قرار می‌گیرد.

3. Goodness of fit
4. Tenenhaus et al
5. Wetzles et al

1. VAF Variance Accounted For
2. Hair et al

جدول 6. نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

| متغیرهای درون‌زا | R ² | Communality | GOF |
|------------------|----------------|-------------|------------------------|
| مدیریت دانش | --- | ۰/۷۲ | GOF = |
| نوآوری | ۰/۶۳ | ۰/۸۴ | $\sqrt{0.62 * 0.77} =$ |
| عملکرد صادرات | ۰/۶۱ | ۰/۷۴ | 0.69 |

و ارائه برنامه‌هایی به‌منظور ایجاد دانش جدید براساس دانش موجود توصیه می‌شود. ارزیابی عملکرد و جبران خدمات و افزایش تعهد، کاهش جابجایی و افزایش عملکرد از طریق تأثیر بر توسعه و انگیزش کارکنان باعث ارتقای مدیریت دانش می‌شود.

نتایج فرضیه چهارم نیز مشخص کرد که نوآوری در تأثیرگذاری مدیریت دانش بر عملکرد صادرات نقش میانجی را دارد. به مدیران شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی اصفهان توصیه می‌شود که جهت بالا بردن و تقویت عملکرد صادرات، امکانات شرکت‌های کوچک و متوسط استان اصفهان را بر اساس فناوری‌های روز ارتقا داده و دوره‌های آموزش ضمن خدمت برای کارکنان برگزار کنند. همچنین کارکنانی که عملکرد خوبی دارند را تشویق کنند. همچنین کارمندان خود را نسبت به مقاصد و اهداف شرکت آگاهی دهند که کارمندان با آگاهی کامل نسبت به هر تغییری در زمینه فعالیت‌های خود پاسخگو باشند. همچنین توصیه می‌شود که سازمان‌ها به ایجاد دانش جدید، کسب دانش مشتری و کسب دانش به‌منظور توسعه خدمات جدید و یکپارچه‌سازی انواع منابع و دانش توجه ویژه‌ای داشته باشند. همچنین به مسئله انتقال و پالایش دانش سازمانی نیز توجه کنند. استفاده از دانش به‌منظور حل مشکلات جدید مثل توزیع دانش در کل سازمان، توزیع دانش در میان شرکای تجاری، نظام استاندارد پاداش برای اشتراک دانش و تسهیل آن نیز پیشنهاد می‌شود.

در پایان و با عنایت به نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری می‌توان گفت که مدل مفهومی پژوهش، را می‌توان به‌عنوان مدل تجربی که می‌تواند راهنما و مبنایی برای پژوهش‌های علمی و عملی آینده قرار گیرد، در نظر گرفت. البته با توجه به نتایج گفته شده در فوق، محدودیتی که پژوهشگران در این پژوهش با آن روبرو بودند آن است که کارکنان از ترس اینکه مبدا پاسخ به سؤالات اترسویی بر وضع خدمتی و حقوق آن‌ها داشته باشد، ممکن است سؤالات را با دید محافظه‌کارانه پاسخ داده باشند.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌طور که گفته شد هدف از این پژوهش، تحلیل تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد صادرات با تأکید بر نقش میانجی نوآوری بود.

نتایج فرضیه اول نشان داد که مدیریت دانش بر نوآوری تأثیر دارد. این یافته با نتایج به دست آمده از سورگلی و همکاران (۲۰۲۱)، برزنیک (۲۰۱۸)، براری و جمشیدی (۱۳۹۴)، دهقانی (۱۳۹۳) همسویی دارد. به مدیران شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی اصفهان توصیه می‌شود که به فکر تأمین منابع مالی لازم جهت بک یارگیری مدیریت دانش مناسب و مرتبط با اهداف و فعالیت‌های شرکت‌های کوچک و متوسط استان اصفهان باشند. همچنین به تغییر نگرش و دیدگاه مسئولان نسبت به نقش و جایگاه نوآوری در فرآیند مدیریت دانش توجه شود.

نتایج فرضیه دوم حاکی از آن است که نوآوری بر عملکرد صادرات تأثیر دارد که یافته با نتایج رسیکا و همکاران (۲۰۱۸)، فونچامنو و وژونگ (۲۰۱۶) و حیدریه و آهنی لایق (۱۳۹۷) و صفرزاده و قیومزاده (۱۳۹۵)، مشابهت دارد. به مدیران شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی اصفهان توصیه می‌شود به‌منظور عقب نماندن از قافله تغییرات سریع حاصل از دانش روز دنیا، شرکت‌های تحت بررسی در هر موضوعی که نیاز به دانش دارند حتماً نسبت به آموزش در واحد خود اقدام؛ همچنین دسترسی مشترک به اطلاعات برای همه - به‌طور یکسان - امکان‌پذیر باشد؛ تا کارکنان از تغییرات در قوانین خود اطلاع پیدا کنند چراکه این کار باعث بهبود عملکرد صادرات خواهد شد.

نتایج فرضیه سوم نیز گویای این واقعیت است که مدیریت دانش بر عملکرد صادرات تأثیر دارد که این نتیجه با نتایج به دست آمده توسط خاو (۲۰۲۰)، ترامبیوا و مافیینی (۲۰۱۷) و کریمی علویجه و اشرف حصاری (۱۳۹۵)، قلیچلی و اقتصاد (۱۳۹۴) در مشابهت دارد. به مدیران شرکت‌های فعال در شهرک صنعتی اصفهان توصیه می‌شود که از طریق اجرای سیاست‌هایی مانند بسیج منابع و امکانات و آموزش مستمر و در حین کار و همچنین انتقال دانش و مهارت‌های جدید به کارکنان جهت انجام امور سازمانی موجب ارتقای سطح دانش کارکنان گردند، همچنین توجه به برنامه‌های کسب دانش به‌منظور توسعه نوآوری

منابع

- حیدری، سید عبدالله و آهنی لایق، لاله (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر صادرات نوآورانه و تأثیر آن بر عملکرد صادراتی. کنفرانس بین‌المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، موسسه آموزش عالی تاکستان.
- داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۶). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- دهقان، حسن (۱۳۹۳). نقش مدیریت دانش در نوآوری سازمان‌ها. رشد فناوری، ۱۰(۳۹)، ۴۴-۵۲.
- قلیچلیف بهروز و اقتصاد، الهام (۱۳۹۴). بررسی نقش مدیریت دانش و نوآوری در عملکرد کسب‌وکار شرکت‌های کوچک و متوسط (مورد مطالعه: مرکز رشد و واحدهای فناوری و کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی)، آموزش و توسعه منابع انسانی، ۲(۵) ۷۳-۵۳.
- کریمی علویچه، محمدرضا و اشرف حصار، عطیه (۱۳۹۵). رابطه فعالیت‌های مدیریت دانش و عملکرد صادراتی در شرکت‌های کوچک و متوسط صادرکننده خدمات فنی و مهندسی. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۸(۱۵)، ۷۴-۵۷.
- صفرزاده، حسین و قیوم‌زاده، سارا، (۱۳۹۵). بررسی تأثیر نوآوری بر روی عملکرد صادرات در شرکت‌های تولید کننده مواد غذایی در تهران، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری، علوم تربیتی و اقتصاد مقاومتی؛ اقدام و عمل.
- Abusweilem, M., & Abualous, S. (2019). The impact of knowledge management process and business intelligence on organizational performance. *Management Science Letters*, 2143-2156.
- Alipour Shirsavar Hamidreza, Shirinpour Masumeh (2017) The effect of electronic customs administration on facilitating the export activities of export companies based in Gilan, Iran, *Intellectual Economics* 10, 114-121.
- Al-Sa'di, A., Abdallah, A., & Dahiyat, S. (2017). The mediating roles of product and process innovations on the relationship between knowledge management and operational performance in Jordanian companies. *Business Process Management Journal*, 23(2), 349-376.
- Bhatt. (2001). Knowledge management in organizations: Examining the interaction between technologies, techniques and people. *Journal of Knowledge Management*, 5(1), 68-75.
- Breznika, K., (2018). Knowledge Management – from its Inception to the Innovation Linkage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 238(2018) 141-148.
- Byukusenge, E., & Munene, J. C. (2017). Knowledge management and business performance: Does innovation matter? *Cogent, Business & Management*, 4(1), 1-18.
- Cassiman, B., & Golovko, E. (2011). Innovation and internationalization through exports. *Journal of International Business Studies*, 42(1), 56-75.
- Chandran, V. G. R., & Munusamy. (2009). Trade openness and manufacturing growth in Malaysia. *Journal of Policy Modeling, Elsevier*, 31(5), 637-647.
- Chin, W. W. (2003). Issues and opinions on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), 7-16.
- Christian, D. (2000). Silk road or stepper roads? The silk roads in world history. *Journal of World History*, 11(1), 1-26.
- Dalkir, K. (2005). *Knowledge management in theory and practice*. Montreal: McGill University.
- Daud, S., & Yusoff, W. (2010). Knowledge management and firm performance in SMEs: The role of social capital as a mediating variable. *Asian Academy of Management Journal*, 15(2), 135-155.
- Daugherty, P. J., Chen, H., & Ferrin, B. G. (2011). Organizational structure and logistics service innovation. *International Journal of Logistics Management*, 22(1), 26-51.
- Fatemeh, T., & Jamal El-Den. (2017). The impact of knowledge management on organizational productivity: A case study on Koosar Bank of Iran. *Procedia Computer Science*, 124, 300-310.
- Fonchamnyo, D.C & Wujung, V.A. (2016). Innovation and Export Performance: An Empirical Insight on the Effect of Innovation on Manufacturing Firms in Cameroon, *Applied Economics and Finance*, 3(4), 123-133.
- Fornell C., and Larcker D., (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18 (1), 39-50.
- Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214.

- Griffith, R., Huergo, E., Mairesse, J., & Peters, B. (2006). Innovation and productivity across four European countries. *Oxford Review of Economic Policy*, 22 (4), 483-498.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hamdoun, M., Jabbour, C. J. C., & Othman, H. B. (2018). Knowledge transfer and organizational innovation: Impacts of quality and environmental management. *Journal of Cleaner Production*, 193, 759-770.
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. M. (2014). Is innovation in pricing your next source of competitive advantage? *Business Horizons*, 57(3), 413-423.
- Hsiao, Y. C., Chen, C. J., & Chang, S. C. (2011). Knowledge management capacity and organizational performance: The social interaction view. *International Journal of Manpower*, 32(5-6), 645-660.
- Huergo, E., & Jaumandreu, J. (2004). How does probability of innovation change with firm age? *Small Business Economics*, 22(3-4), 193-207.
- Hurmelinna-Laukkanen, P. (2011). Enabling collaborative innovation – knowledge protection for knowledge sharing. *European Journal of Innovation*, 14(3), 303-321.
- Khaw, J.Q. (2020). Knowledge Management And Export Performance Among Malaysian SMEs: A Theoretical Framework. Conference: 13th Asian Academy of Management International Conference.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2005). A taxonomy of born-global firms. *MIR: Management International Review*, 45, 15-35.
- Kshetri, N. D. (2011). Regulatory institutions supporting entrepreneurship in emerging economies: A comparison of China and India. *Journal of International Entrepreneurship*, 110-132.
- Kuhn, J. S., & Marisck, V. J. (2010). Action learning for strategic innovation in mature organizations: Key cognitive, design and contextual considerations. *Action Learning: Research and Practice*, 2(1), 27-48.
- Larimo, J. (2006). Different types of exporting SMEs: Similarities and differences in export performance. *Advances in International Marketing*, 17, 17-62.
- Liao, S.H., Wu, C.C., Hu, D.C., & Tsui, K.A. (2010). Relationships between knowledge acquisition, absorptive capacity and innovation capability: An empirical study on Taiwan's financial and manufacturing industries. *Journal of Information Science*, 36(1), 19-35.
- Lin, C. Y. (2007). Factors affecting innovation in logistics technologies for logistics service providers in China. *Journal of Technology Management in China*, 2(1), 22-37.
- Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2006). SME internationalization and performance: Growth vs. profitability. *Journal of International Entrepreneurship*, 4, 27-48.
- Madhoushi, M., Sadati, A., Delavari, H., Mehdivand, M., & Mihandost, R. (2011). Entrepreneurial orientation and innovation performance: The mediating role of knowledge management. *Asian Journal of Business Management*, 3(4), 310-316.
- Makore, S., & Eresia-Eke, C. E. (2014). The role of knowledge management in organisational performance. Paper presented at the 15th European Conference on Knowledge Management (ECKM2014), 4-5 September, Santarem. Portugal.
- Masa'deh, R., Obeidat, B., & Tarhini, A. (2016). A Jordanian empirical study of the associations among trans-formational leadership, transactional leadership, knowledge sharing, job performance, and firm performance: A structural equation modelling approach. *Journal of Management Development*, 35(5), 681-705.
- Matin, E. K., Nakhchian, A., & Kashani, B. H. (2013). Effect of employees' entrepreneurial orientations on knowledge management in small and medium enterprises in Iran. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(3), 608-617.
- Nonaka AH, Takochi A, (1995). Knowledge Management: an Organizational Capabilities Perspective. *Journal of Management Information System*, 18(1), 185- 214.
- Obeid, S. M., & Rabay'a, S. (2016). The impact of knowledge management dimensions in the learning organiza-tion from the perspective of the Arab American University's (AAU) faculty– Palestine. *Jordan Journal of Business Administration*, 12(4), 813-840.

- Obeidat, A. M., Abualoush, S. H., Irtaimah, H. J., Khaddam, A. A., & Bataineh, K. A. (2018). The role of organisational culture in enhancing the human capital applied study on the social security corporation. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 15(3), 258-276.
- Recica, C. Hashi, I. Jackson, I. & Krasniqi, B.A. (2018). Innovation and the Export Performance of Firms in Transition Economies: the Relevance of the Business Environment and the Stage of Transition. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* forthcoming.
- Reisi, M., Hoseini, S. E., Talebpour, M., & Nazari, V. (2013). Regression equation fitted to knowledge management and organizational effectiveness in the selected sport organizations of Iran. *African Journal of Business Management*, 7(39), 4159-4167.
- Riege, A. (2007). Actions to overcome knowledge transfer barriers in MNCs. *Journal of Knowledge Management*, 11(1), 48-67.
- Shin, M., Holden, T., & Schmidt, R. A. (2001). From knowledge theory to management practice: Towards an integrated approach. *Information Processing & Management*, 37(2), 335-355.
- Sorguli, Sarhang and Gardi, Bayar and Jabbar Othman, Baban and Mahmood Aziz, Hassan and Ali Ahmed, Shahla and Sabir, Bawan Yassin and Burhan Ismael, Nechirwan and Abdalla Hamza, Pshdar and Ali, Bayad Jamal and Anwar, Govand, Innovation: Knowledge Management in the Innovating Industries (May 22, 2021).
- Sorguli, S., Gardi, B., Othman, B.J., Aziz, H. M., Ahmed, S. A., Sabir, B. Y., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Ali, B. J., & Anwar, G. (2021) Innovation: Knowledge Management in the Innovating Industries, *International Journal of Electrical, Electronics and Computers*, 6(3), 10-23.
- Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), 450-463.
- Tarambiwa, E & Mafini, C., (2017). KNOWLEDGE Management Systems on the Export Performance of Manufacturing Firms: Evidence From Zimbabwe. *International Journal of eBusiness & eGovernment Studies*, 9(2), 88-105.
- Tenenhaus, M., Amato, S. and Vinzi, V.E. (2004) A Global Goodness-of-Fit Index for PLS Structural Equation Modelling. *Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting*, 1, 739-742.
- Wetzels, M, Odekerken-Schröder, G and Oppen, C.V., (2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*. 33(1), pp. 177-195.
- Zawaideh, F., Al-Zoubi, M. I., Abualoush, S. H., Kanaan, R. K., & Masa'deh, R. (2018). The impact of knowledge documentation process as an intermediary variable among knowledge acquisition process, organizational culture and human capital. *Modern Applied Science*, 12(11), 151-168.