



Fazel, Amir; Karamshahi, Behnam; Harandi, Azin (2024). Investigating the Mediating Role of Cross-Border Knowledge and Knowledge Absorption Capacity in the Relationship Between Social Capital and Innovative Performance of SMEs in Kerman Province. *Journal of Knowledge-Research Studies*, 3 (2): 53-74.

DOI: 10.22034/jkrs.2024.61278.1078

URL: https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article_18380.html

©The Author(s)

Publisher: University of Tabriz

The paper is an open access and licensed under the Creative Commons CC BY NC license.



Investigating the Mediating Role of Cross-Border Knowledge and Knowledge Absorption Capacity in the Relationship Between Social Capital and Innovative Performance of SMEs in Kerman Province

Amir Fazel*¹, Behnam Karamshahi², Azin Harandi³

Received: April, 19, 2024; Revised: August, 11, 2024

Accepted: August, 12, 2024; Published: September, 1, 2024

Abstract

Purpose: This research aims to investigate the impact of social capital on the innovative performance of SMEs in Kerman province, with a focus on the mediating role of cross-border knowledge search and knowledge absorption capacity.

Methodology: The study adopts an applied research approach, employing a survey method. A total of 210 SMEs in Kerman province were selected as the sample population, and 420 questionnaires were distributed to managers and vice presidents of these companies. Data collected was analyzed using SPSS 26 and SmartPLS 3 software.

Findings: The results reveal that structural, communicative, and cognitive social capitals significantly influence the innovative performance of SMEs. Social capital impacts innovative performance through the mediating roles of cross-border technical knowledge search, cross-border market knowledge search, and knowledge absorption capacity.

Conclusion: The findings suggest that SMEs in Kerman province should prioritize enhancing their innovative performance to remain competitive. Utilizing social capital, engaging in cross-border knowledge search, and improving knowledge absorption capacity are crucial for innovation and product development in these companies.

Value: Understanding the relationship between social capital, cross-border knowledge, knowledge absorption capacity, and innovative performance is essential for SME managers in Kerman province to enhance their company's performance and competitiveness in the market.

Key Words: *Social Capital, Innovative Performance, Cross-Border Knowledge Search, Knowledge Absorption Capacity, SMEs, Kerman Province.*

1. Assistant Professor, Department of Business Management, Baft Higher Education Complex, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. (Corresponding author) amir.fazel@uk.ac.ir

2. Assistant Professor, Department of Accounting, Baft Higher Education Complex, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.

3. PhD in Business Management, Department of Business Management, Baft Higher Education Complex, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran.

Extended Abstract

Introduction: In the post-Corona era, industries, organizations, and particularly small and medium enterprises (SMEs) are embracing new technologies, with a focus on leveraging information, knowledge, and artificial intelligence. The adoption of these technologies is seen as essential for addressing challenges related to limited resources, communication barriers, and a lack of innovation within companies. Internal resources alone are no longer sufficient to meet the evolving innovative needs of organizations, necessitating the utilization of social capital to access external resources. Companies with robust social capital can leverage their connections to tap into diverse external knowledge and collaborate effectively on innovation-related activities. Accessing such heterogeneous external knowledge can stimulate innovation and enhance companies' performance in this regard. Social capital, as a construct rooted in the interconnectedness of stakeholders within a network, facilitates the exchange of knowledge, fosters innovation, and drives value creation. Thus, there exists a strong correlation between social capital, cross-border knowledge search, knowledge absorption capacity, and innovative performance.

Purpose: The foundation of cross-border knowledge search is built upon social capital, enabling leading SMEs to effectively obtain diverse knowledge beyond organizational boundaries through their network connections. Acquiring heterogeneous knowledge enhances organizations' capacity to absorb new ideas and knowledge, aiding in the conversion of acquired knowledge into improved innovative performance. This study aims to examine the influence of social capital on innovative performance, with a specific focus on the mediating roles of cross-border knowledge search and knowledge absorption capacity.

Methodology: This research adopts a descriptive survey approach, targeting all SMEs in Kerman, totaling approximately 460 companies. The sample size was determined using Morgan's table, resulting in 210 companies being selected. Data collection involved administering 420 questionnaires randomly to managers and assistants within the selected companies. A researcher-developed questionnaire, informed by existing literature and prior research in the field, was utilized for data collection. The validity of the questionnaire was established through face and content validity analysis involving 10 experts, while reliability was confirmed using Cronbach's alpha coefficient among 30 managers in the sample. Data analysis employed statistical methods and structural equation modeling, with SPSS26 and Smart PLS3 serving as the primary analytic tools.

Findings: The research model fitting was validated, with a GOF value indicating a good overall fit. Direct hypotheses regarding the impact of structural, communicative, and cognitive social capitals on innovative performance were supported. Mediation hypotheses were also confirmed, as evidenced by Sobel coefficients exceeding the threshold. Specifically, social capital was found to influence innovative performance through the mediation of cross-border technical knowledge search, cross-border market knowledge search, and knowledge absorption capacity.



Journal of
Knowledge-Research Studies
(JKRS)

Vol 3

Issue 2

Serial Number 8

Table 1. Direct hypothesis test results

No	Hypothesis	t	Path coefficient	Result
1	Structural social capital has a significant effect on innovative performance.	5.237	0.199	confirm
2	communicative social capital has a significant effect on innovative performance.	14.853	0.704	confirm
3	cognitive social capital has a significant effect on innovative performance.	5.219	0.311	confirm

Table 2, shows the results of mediating hypotheses.

Table 2. Mediation hypothesis test results

No	Hypothesis	Sobel	VAF	Result
4	Structural social capital affects innovative performance, considering the mediating role of cross-border technical knowledge search.	4.082	0.510	confirm
5	Communicative social capital affects innovative performance considering, the mediating role of cross-border technical knowledge search.	2.201	0.119	confirm
6	Cognitive social capital affects innovative performance, considering the mediating role of cross-border technical knowledge search.	4.687	0.444	confirm
7	Structural social capital affects innovative performance, considering the mediating role of cross-border market knowledge search.	2.812	0.321	confirm
8	Communicative social capital affects innovative performance, considering the mediating role of cross-border market knowledge search.	2.922	0.132	confirm
9	Cognitive social capital affects innovative performance, considering the mediating role of cross-border market knowledge search.	3.640	0.313	confirm
10	Structural social capital affects innovative performance, considering the mediating role of knowledge absorption capacity.	7.708	0.776	confirm
11	Communicative social capital affects innovative performance, considering the mediating role of knowledge absorption capacity.	3.420	0.15	confirm
12	Cognitive social capital affects innovative performance, considering the mediating role of knowledge absorption capacity.	7.844	0.592	confirm



Journal of
Knowledge-Research Studies
(JKRS)

Vol 3

Issue 2

Serial Number 8

Conclusion: Despite the growing emphasis on knowledge acquisition and innovation in SMEs post-COVID-19, limited research exists on the interplay between social capital, innovative performance, and knowledge components within these companies. Strong social capital within organizations, characterized by shared goals, clear norms, and a robust organizational culture, can enhance performance and foster innovation. The findings of this study contribute valuable

insights for SMEs aiming to enhance their innovative performance through leveraging social capital, cross-border knowledge search, and knowledge absorption capacity. Additionally, this research expands the theoretical understanding of the relationship between social capital and innovative performance in SMEs, particularly in the current post-pandemic landscape.

Value: Innovation is essential for SMEs' survival and growth, with social capital and knowledge playing pivotal roles in this process. This research offers valuable perspectives on the influence of social capital, cross-border knowledge, knowledge absorption capacity, and innovative performance in SMEs, providing actionable insights for organizations seeking to drive innovation and improve performance.

References

- Agyapong, F. O., Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-20. doi:10.1080/23311975.2017.1309784
- Ahsan, N., & Hafeez, M. H. (2023). Impact of Social Capital on Innovation Performance: The Mediating Role of Learning and Strategic Orientations. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(3), 3488–3498. doi: 10.52131/pjhss.2023.1103.0630
- Akintimehin, O. O., Eniola, A. A., Alabi, O. J., Eluyela, D. F., Okere, W., & Ozordi, E. (2019). Social capital and its effect on business performance in the Nigeria informal sector. *Heliyon*, 5(7), 1-13. doi:10.1016/j.heliyon.2019.e02024.
- Alamdaran, Zahra. (2018). Investigating the effect of knowledge sharing perception on the innovative performance of employees with the moderating role of social capital, a case study of Part Rubber Industrial Group. [Thesis of Master of Industrial Management, Ferdowsi University of Mashhad]. Irandak.
- Ali, A., Bahadur, W., Wang, N., Luqman, A., & Khan, A. N. (2020). Improving team innovation performance: role of social media and team knowledge management capabilities. *Technology in Society*, 61(5), 1-17. doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101259.
- An, W., Huang, Q., Liu, H., & Wu, J. (2022). The match between business model design and knowledge base in firm growth: From a knowledge-based view. *Technology Analysis & Strategic Management*, 34(1), 99–111. doi: 10.1080/09537325.2021.1890011.
- Asgari, M. H., khodaparast, M., & einy, A. (2022). Innovative Job Performance: The Role of Knowledge and Social Capital Sharing Background (Case Study of West Mazandaran Electricity Offices). *Journal of Advertising and Sales Management*, 3(1), 57-69. doi: 10.52547/JABM.3.1.57
- Chichkanov, N. (2021). The role of client knowledge absorptive capacity for innovation in KIBS. *Knowledge Management*, 25(5), 1194–1218. doi:10.1108/JKM- 05-2020-0334
- Chowdhury, M., Prayag, G., Patwardhan, V., & Kumar, N. (2020). The impact of social capital and knowledge sharing intention on restaurants' new product development. *Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3271-3293. doi: 10.1108/IJCHM-04-2020-0345
- Crupi, A., Liu, S., & Liu, W. (2022). The top-down pattern of social innovation and social entrepreneurship. Bricolage and agility in response to COVID-19: cases from China. *R&d Management*, 52(2), 313-330. doi:10.1111/radm.12499.
- Dehghanan, H., & Hrandi, A. O. (2014). Investigating the Impacts of Social Capital on Innovation Performance with an Emphasis on the Mediatory Role of Knowledge Transfer: A Case Study of Iranian IT Knowledge-based Firms. *Innovation Management Journal*, 3(1), 1-22.



Journal of
Knowledge-Research Studies
(JKRS)

Vol 3

Issue 2

Serial Number 8

- Duan, Y., Huang, L., Cheng, H., Yang, L., & Ren, T. (2021). The moderating effect of cultural distance on the cross-border knowledge management and innovation quality of multinational corporations. *Knowledge Management*, 25(1), 85–116. doi:10.1108/JKM-11-2019-0656.
- Fabiano, G., Marcellusi, A., & Favato, G. (2021). R versus D, from knowledge creation to value appropriation: Ownership of patents filed by European biotechnology founders. *Technovation*, 108, 102328. doi: 10.1016/j.technovation.2021.102328.
- fazel, A., karamshahi, B., & harandi, A. (2023). Green Process Innovation and Financial Performance; The Moderating Role of Green Social Capital and Customers' Tacit Green Needs. *Innovation Management in Defensive Organizations*, 6(4), 51-74. doi: 10.22034/qjimdo.2023.405331.1603
- Ganguly, A., Talukdar, A., & Chatterjee, D. (2019). Evaluating the role of social capital, tacit knowledge sharing, knowledge quality and reciprocity in determining innovation capability of an organization. *Knowledge Management*, 23(6), 1105–1135. doi:10.1108/JKM-03-2018-0190.
- Gao, J. H., H., Teng, D., Wan, X., & Zhao, S. (2021). Cross-border knowledge search and integration mechanism – a case study of Haier open partnership ecosystem (HOPE). *Chinese Management Studies*, 15(2), 428–455. doi:10.1108/CMS-05-2020- 0196.
- Gürlek, M. & Çemberci, M. (2020), Understanding the relationships among knowledge-oriented leadership, knowledge management capacity, innovation performance and organizational performance: A serial mediation analysis. *Kybernetes*, 49(11), 2819-2846. doi: 10.1108 / K-09-2019-0632
- Han, S. H., Yoon, S. W., & Chae, C. (2020). Building social capital and learning relationships through knowledge sharing: A social network approach of management students' cases. *Knowledge Management*, 24(4), 921-939. doi: 10.1108/JKM-11-2019-0641
- Hejazi, A., & Nazarpouri, A. H. (2018). Analyzing the Effect of Organizational Support Factors on Innovation Capabilities: Mediating Role of Absorptive Capacity. *Organizational Culture Management*, 16(4), 851-870. doi: 10.22059/jomc.2019.244381.1007365
- Hornig, S. M., & Wu, C. L. (2020). How behaviors on social network sites and online social capital influence social commerce intentions. *Information & Management*, 57(2), 103176. doi:10.1016/j.im.2019.103176.
- Ince, H., Imamoglu, S. Z., & Karakose, M. A. (2023). Entrepreneurial orientation, social capital, and firm performance: The mediating role of innovation performance. *Entrepreneurship and Innovation*, 24(1), 32-43. doi: 10.1177/14657503211055297.
- konjkav monfared, A., & maharat, M. (2022). The effect of social capital on entrepreneurial orientation, creativity and university performance with the mediating role of knowledge management. *Journal of Research on Management of Teaching in Marine Sciences*, 9(1), 87-100. doi: 10.22034/rmt.2021.537961.1897
- Lee, C. C., Yeh, W. C., Yu, Z., & Luo, Y. C. (2023). Knowledge sharing and innovation performance: a case study on the impact of organizational culture, structural capital, human resource management practices, and relational capital of real estate agents. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-16. DOI:10.1057/s41599-023-02185-w
- Lee, H., Park, J.G., & Lee, J. (2020). Knowledge sharing in ISD projects: role of task interdependence and social capital. *Managing Projects in Business*, 14(3), 580-599. doi: 10.1108/IJMPB-12-2019-0307.
- Lyu, Ch., Peng, C, Yang, H., Li, H, & Gu, X. (2022). Social capital and innovation performance of digital firms: Serial mediation effect of cross-border knowledge search and absorptive capacity. *Innovation & Knowledge*, 7(1), 1-15. doi: 10.1016/j.jik.2022.100187.
- Manteghi, M., Skandarpour, B., Dastyari, A., & Nazari, Y. (2016). The Role of Social Capital in Innovative Performance with Emphasis on the Role of



Journal of
Knowledge-Research Studies
(JKRS)

Vol 3

Issue 2

Serial Number 8



Journal of
Knowledge-Research Studies
(JKRS)

Vol 3

Issue 2

Serial Number 8

- Resiliency and Empowerment. *Social Capital Management*, 3(2), 189-207. doi: 10.22059/jscm.2016.59962
- Maurer, I., Bartsch, V., & Ebers, M. (2011). The value of intra-organizational social capital: How it fosters knowledge transfer, innovation performance, and growth. *Organization Studies*, 32(2), 157–185. doi:10.1177/0170840610394301.
- Moeen, M., & Agarwal, R. (2017). Incubation of an industry: Heterogeneous knowledge bases and modes of value capture. *Strategic Management Journal*, 38(3), 566-587. DOI:10.1002/smj.2511
- naeiji, M. J., Ghoorchibeygi, E., qorbani faryab, M. T., & Seyyed Ali Janloo, M. H. (2022). Investigating the Moderation Role of Strategic Knowledge Management in Relationship between Intellectual Capital Dimensions and Innovative Performance (Case Study: Dairy Companies). *Scientific Journal of Strategic Management of Organizational Knowledge*, 5(4), 145-171. Dor: 20.1001.1.26454262.1401.5.4.5.5
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V.N. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 18-30. doi: 10.3390/joitmc6040104.
- Rezaei, H., & Khakzadian, S. M. (2021). The effect of social capital on new product development with the mediating role of knowledge management in knowledge-based companies in Mazandaran province. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 8(4), 119-134. doi: 10.22069/jead.2022.19901.1571
- Santoro, G., Bresciani, S., & Papa, A. (2020). Collaborative modes with cultural and creative industries and innovation performance: The moderating role of heterogeneous sources of knowledge and absorptive capacity. *Technovation*, 92(1), 102-118. doi: 10.1016/j.technovation.2018.06.003.
- Shahriyari, S., & Shahrabi Farahani, M. (2021). Explanation The Role of Organizational Innovation and Social Capital. *Management Studies in Development and Evolution*, 30(99), 79-102. doi: 10.22054/jmsd.2021.47511.3445
- Sheng, M. L., & Hartmann, N. N. (2019). Impact of subsidiaries' cross-border knowledge tacitness shared and social capital on MNCs' explorative and exploitative innovation capability. *International Management*, 25(4), 100-115. doi: 10.1016/j.intman.2019.100705.
- Tripathi, V. R., Popli, M., Ghulyani, S., Desai, S., & Gaur, A. (2021). Knowledge creation practices at organizational boundaries: The role of ICT in sickle-cell care for tribal communities. *Knowledge Management*, 25(3), 595–617. doi: 10.1108 / JKM-09-2019-0521.
- Tsai, F.S., & Hsu, I.C. (2019). The effects of social capital on knowledge heterogeneity. *Management Decision*, 57(5), 1237–1253. doi: 10.1108/MD-12-2016-0909.
- Yang, H., Cozzarin, B. P., Peng, C., & Xu, C. (2021). Start-ups and entrepreneurial teams. *Managerial and Decision Economics*, 43(5), 1167–1184. doi: 10.1002/mde.3465.
- Yoshida, M., Gordon, B. S., & James, J. D. (2021). Social capital and consumer happiness: toward an alternative explanation of consumer-brand identification. *Brand Management*, 28(5), 481–494. doi: 10.1057/s41262-021-00240-y.
- Yu, S.H. (2013). Social capital, absorptive capability, and firm innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(7), 1261–1270. doi: 10.1016/j.techfore.2012.12.005.
- Yuliarmi, N., Martini Dewi, N., Rustariyuni, S., Marhaeni, A., & Andika, G. (2021). The effects of social capital and human resources on financing and small and medium enterprises performance. *Human Capital in Urban Management*, 6(1), 29-44. doi: 10.22034/IJHCUM.2021.01.03.
- Zhang, Q., Pan, J., Jiang, Y., & Feng, T. (2020). The impact of green supplier integration on firm performance: The mediating role of social capital accumulation. *Purchasing and Supply Management*, 26 (2), 1-20. doi: 10.1016/j.pursup.2019.100579.



فاضل، امیر؛ کرماشاهی، بهنام؛ هرنندی، آرزین (۱۴۰۳). بررسی نقش میانجی دانش فرامرزی و ظرفیت جذب دانش، در ارتباط بین سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه شرکت‌های کوچک و متوسط استان کرمان. *نشریه مطالعات دانش‌پژوهی*، ۳ (۲): ۷۴-۵۳.

Doi: 10.22034/jkrs.2024.61278.1078

URL: https://jkrs.tabrizu.ac.ir/article_18380.html



ناشر: دانشگاه تبریز

© نویسندگان

این مقاله به صورت دسترسی باز و با لایسنس CC BY NC کپی‌رایت‌کامانز قابل استفاده است.

بررسی نقش میانجی دانش فرامرزی و ظرفیت جذب دانش، در ارتباط بین سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه شرکت‌های کوچک و متوسط استان کرمان

امیر فاضل^{۱*}، بهنام کرماشاهی^۲، آرزین هرنندی^۳

۱. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. (نویسنده مسئول) amir.fazel@uk.ac.ir

۲. استادیار، گروه حسابداری، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

۳. دکتری مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، مجتمع آموزش عالی بافت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

تاریخ بازنگری: ۲۱ مرداد ۱۴۰۳

تاریخ دریافت: ۳۱ فروردین ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۱۱ شهریور ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۲ مرداد ۱۴۰۳

چکیده

هدف: در محیط کسب و کار کنونی، سرمایه اجتماعی، جستجوی دانش فرامرزی را بهبود می‌دهد، ظرفیت جذب دانش را فزونی می‌بخشد، و این سه متغیر می‌توانند نقشی اساسی در عملکرد نوآورانه ایفا نمایند. هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش فرامرزی و ظرفیت جذب دانش در شرکت‌های کوچک و متوسط است.

روش‌شناسی: این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را شرکت‌های کوچک و متوسط استان کرمان، به تعداد ۴۶۰ شرکت تشکیل می‌دهند که تعداد ۲۱۰ شرکت به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. نهایتاً برای اطمینان بیشتر نسبت به نتایج پژوهش تعداد ۴۲۰ پرسشنامه در بین مدیران و معاونان شرکت‌ها، توزیع شد. داده‌ها با نرم‌افزارهای لیزرل، اسپاس‌اس ۲۶ و اسمارت پی‌ال‌اس ۳، تحلیل شدند.

یافته‌ها: سرمایه‌های اجتماعی ساختاری، ارتباطی و شناختی بر عملکرد نوآورانه شرکت‌ها تأثیرگذارند. سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش فنی فرامرزی و جستجوی دانش بازار فرامرزی تأثیرگذار است. سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش تأثیرگذار است.

نتایج: شرکت‌های کوچک و متوسط جهت ادامه حیات در محیط رقابتی، عملکرد نوآورانه را بسیار مهم می‌پندارند. بنابراین به کارگیری سرمایه اجتماعی، جستجوی دانش فرامرزی و ظرفیت جذب دانش برای بهبود عملکرد نوآورانه و توسعه محصولات جدید و باقی ماندن در بازار این شرکت‌ها ضروری است.

اصالت و ارزش: با توجه به نقش عملکرد نوآورانه در حیات و ارتقا شرکت‌های کوچک و متوسط، بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی، دانش فرامرزی و ظرفیت جذب دانش بر عملکرد نوآورانه، مدیران این شرکت‌ها را برای بهبود عملکرد یاری می‌دهد، و می‌تواند راهگشای اقدامات مؤثر باشد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، عملکرد نوآورانه، جستجوی دانش فرامرزی، ظرفیت جذب دانش، شرکت‌های کوچک و متوسط استان کرمان

امروزه و در دوره پسا کرونا، تقریباً در همه صنایع، سازمان‌ها و به خصوص شرکت‌های کوچک و متوسط به توسعه فناوری‌های نوین پرداخته می‌شود و تلاش شرکت‌ها جهت به کارگیری فناوری‌های مبتنی بر اطلاعات، دانش و هوش مصنوعی است تا بدین وسیله بتوانند از عهده فشارهای چندگانه مرتبط با منابع محدود، مسائل ارتباطی و فقدان نوآوری، برآیند. در مواجهه با این فشارها، منابع داخلی دیگر قادر به برآورده کردن نیازهای نوآورانه شرکت‌ها نیستند و متعاقب آن شرکت‌ها برای دسترسی به منابع بیرونی نیازمند سرمایه اجتماعی هستند (لیو و همکاران^۱، ۲۰۲۲).

سرمایه اجتماعی عامل مهمی برای حمایت مؤثر از شرکت‌ها در جهت کسب دانش، حرکت در جهت نوآوری و بهبود عملکرد است (ژانگ و همکاران^۲، ۲۰۲۰). شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی برتر، با ایجاد ارتباطات مستحکم‌تر می‌توانند دانش ناهمگون بیرونی را کسب نمایند و در موضوعات مشارکتی به اجماع نظر برسند (تسای و هست^۳، ۲۰۱۹). به علاوه کسب دانش نامتجانس بیرونی در جای خود، می‌تواند شرکت‌ها را ترغیب به نوآوری شدن و بهبود عملکرد نوآورانه آن‌ها نماید. با این حال، دوره بیماری کرونا، سطح تغییر در محیط کسب و کار را تشدید نمود و این امر ایجاد سرمایه اجتماعی توسط شرکت‌ها را دشوار ساخت (لیو و همکاران، ۲۰۲۲). بدین لحاظ پریونو و همکاران^۴ (۲۰۲۰) پیشنهاد کردند که شرکت‌های کوچک و متوسط به منظور کنار آمدن با تغییرات در دوران کرونا و پسا کرونا، تحولات دانشی و فناوری اطلاعات را پذیرا باشند. با این وجود، حقیقتی انکارناپذیر وجود دارد که فقدان منابع اصلی شرکت‌های کوچک و متوسط در ایجاد سرمایه اجتماعی و پذیرش تحولات دانشی و نوآورانه است (کروبی و همکاران^۵، ۲۰۲۱). شرکت‌های کوچک و متوسط به طور خاص نیازمند نوآوری دائمی در فرایندهای تولید، پژوهش و توسعه، و فروش برای دستیابی به تحول و عملکرد بهینه می‌باشند، که این مهم مستلزم صرف منابع قابل توجه است (لیو و همکاران، ۲۰۲۲). متأسفانه در کشور ما و به علل گوناگونی چون چالش‌های اقتصادی و سیاسی گریبان‌گیر شرکت‌های کوچک و متوسط، و نیز در دوره پسا کرونا، بسیاری از این شرکت‌ها با کمبود و فقدان منابع مواجه شده‌اند و ایجاد تعاملات سازنده بین کسب و کارها و شرکت‌ها با مشکل مواجه شده است. متعاقباً، اینکه آیا شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند در این دوران با ایجاد سرمایه اجتماعی، عملکرد نوآورانه خود را بهبود ببخشند یا خیر؟ امری مبهم است. پژوهشگران اذعان دارند که سرمایه اجتماعی شرکت‌ها را در ایجاد شبکه‌های اجتماعی توانمند ساخته (آکینتیمهین و همکاران^۶، ۲۰۱۹) و روابط میان شرکتی را تقویت می‌کند. بنابراین اطلاعات و دانش به آسانی می‌توانند منتقل شده و در نهایت عملکرد نوآورانه بهبود یابد (مورر و همکاران^۷، ۲۰۱۱). با این حال، در شرایطی مرکب از محدودیت منابع و تحولات شرکت‌ها در دوران پسا کرونا، بهبود عملکرد نوآورانه با ایجاد سرمایه اجتماعی موضوعی مبهم و ناشناخته



1. Lyu et al
2. Zhang et al
3. Tsai & Hsu,
4. Priyono et al.
5. Crupi et al
6. Akintimehin et al
7. Maurer et al.

است.

جستجوی دانش فراتر از مرزهای سازمان می‌تواند دانش ناهمگون را به درون شرکت هدایت نماید که خود راهبر ایجاد ایده‌های جدید در شرکت است (آن و همکاران^۱، ۲۰۲۲). با این وجود، شرکت‌ها بدون تعامل با ذی‌نفعان و دیگر شرکت‌ها نمی‌توانند به فعالیت پردازند و مستقل نیستند. در چنین تعاملاتی، گره‌هایی وجود دارد که به هم وابسته هستند. در این بین سرمایه اجتماعی پیوندی است که با اقدام مشترک همه طرف‌ها در شبکه منافع شکل می‌گیرد، و به ذی‌نفعان در تغییر دانش، نوآوری و ارزش کمک می‌کند. از این رو می‌توان بیان کرد که ارتباط نزدیک بالقوه‌ای میان سرمایه اجتماعی، جستجوی دانش فرامرزی و عملکرد نوآورانه وجود دارد.

از سوی دیگر بایستی اذعان کرد که کسب دانش ناهمگون و نامتجانس برای نوآوری شرکت ناکافی است. بدین معنا که، شرکت‌ها برای جذب و به کارگیری دانش ناهمگون، نیازمند ظرفیت جذب دانش نیز می‌باشند (لیو و همکاران، ۲۰۲۲). سانتورو و همکاران^۲ (۲۰۲۰) دریافتند که منابع ناهمگون دانش و ظرفیت جذب می‌توانند تعامل و همکاری میان شرکت‌ها را به منظور بهبود عملکرد نوآورانه، تضمین نمایند. به طور مشابه، یو^۳ (۲۰۱۳) نشان داد که ظرفیت جذب دانش به عنوان یک متغیر میانجی بر رابطه سرمایه اجتماعی و نوآوری شرکتی تأثیر می‌گذارد. در عین حال، جستجوی دانش فرامرزی ابزار مؤثر شرکت‌ها در کسب دانش ناهمگون است. مطابق یافته‌های معین و آگراوال^۴ (۲۰۱۷)، کسب دانش ناهمگون منجر به خلق دانش درون شرکت می‌شود که ظرفیت آن‌ها را در جذب و انتقال دانش بهبود می‌بخشد.

به نظر می‌رسد در محیط کسب و کار کنونی و با تحولات جدید در عصر هوش مصنوعی و پسا کرونا، فرض بر این است که سرمایه اجتماعی شرکت‌ها نقش مهمی را در کسب دانش بیرونی ایفا می‌کند. سرمایه اجتماعی شالوده و بنیان جستجوی دانش فرامرزی را بنا می‌نهد و شرکت‌های کوچک و متوسط پیشرو می‌توانند به گونه‌ای اثربخش فرای مرزهای درون شرکت، از طریق شبکه‌های سرمایه اجتماعی به دانش ناهمگون دست یابند. به علاوه، کسب دانش ناهمگون می‌تواند ظرفیت جذب دانش شرکت‌ها را بهبود بخشد که به آن‌ها در تبدیل دانش کسب شده به محصولات و خدمات جدید کمک نماید و متعاقب آن عملکرد نوآورانه شرکت‌ها بهبود یابد. بدین لحاظ و با توجه به مطالب ذکر شده، سؤال اصلی این پژوهش به صورت زیر می‌باشد:

آیا جستجوی دانش فرامرزی، و ظرفیت جذب دانش رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه در شرکت‌های کوچک و متوسط را میانجی‌گری می‌کند؟

1. An et al
2. Santoro et al
3. Yu
4. Moeen & Agarwal



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۵۵

بررسی نقش میانجی
دانش فرامرزی و
ظرفیت جذب دانش در
ارتباط بین ...

۲- پیشینه پژوهش

امروزه سرمایه اجتماعی به مثابه ابزاری مهم جهت دستیابی به دانش و نوآوری مطرح شده است. عسگری و همکارانش (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر اشتراک‌گذاری دانش و سرمایه اجتماعی بر عملکرد شغلی نوآورانه کارکنان می‌پردازند. نتایج این پژوهش نشان از میانجی‌گری اشتراک‌گذاری دانش در تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد شغلی نوآورانه دارد. در مطالعه‌ای دیگر نائینی و همکاران (۱۴۰۱) به بررسی نقش تعدیل‌گری مدیریت دانش استراتژیک در رابطه ابعاد سرمایه فکری و عملکرد شرکت‌های لبنی می‌پردازند. نتایج این پژوهش نشان از تأیید نقش تعدیل‌گری مدیریت دانش استراتژیک در ارتباط بین دو بعد سرمایه فکری (سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای) با عملکرد نوآورانه دارد. در همین زمینه کنجکاومنفرد و مهارت (۱۴۰۱) در پژوهشی به واکاوی تأثیر سرمایه اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه، خلاقیت و عملکرد دانشگاه با نقش میانجی مدیریت دانش پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش تأثیر ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی سرمایه اجتماعی در دانشگاه بر مدیریت دانش را تأیید می‌نمایند. در مطالعه‌ای که در شرکت‌های دانش‌بنیان استان مازندران توسط رضایی و خاکزادیان (۱۴۰۰) انجام گرفته است، نتایج پژوهش نقش میانجی مدیریت دانش در ارتباط با سرمایه اجتماعی و توسعه محصول جدید را تأیید می‌نمایند. همچنین علمداران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای که در صنعت لاستیک انجام داده است، بر نقش تعدیل‌گری سرمایه اجتماعی بین ادراک از تسهیم دانش و عملکرد نوآورانه کارکنان صحه گذاشته است.

همچنین با مطالعه منابع خارجی، پژوهش‌های چندی در رابطه با موضوع این پژوهش وجود دارد. در مطالعه‌ای که در شرکت‌های ترکیه‌ای انجام گرفته است، این سه و همکاران^۱ (۲۰۲۳) نشان می‌دهند که عملکرد نوآوری رابط بین سرمایه اجتماعی و عملکرد شرکت، و گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت است. در مطالعه‌ای که در بین نمایندگان املاک تایوانی انجام شده است، پژوهشگران نشان داده‌اند که فرهنگ سازمانی، سرمایه ساختاری، و سرمایه رابطه‌ای می‌توانند به‌طور غیرمستقیم بر عملکرد نوآوری از طریق اشتراک دانش تأثیر بگذارند (لی و همکاران^۲، ۲۰۲۳). در مطالعه‌ای دیگر که در شرکت‌های پاکستانی توسط احسن و حافظ^۳ (۲۰۲۳) انجام شده است، این دو پژوهشگر نشان می‌دهند که جهت‌گیری فناوریانه و جهت‌گیری یادگیری هر دو تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه را میانجی‌گری می‌کنند. در مطالعه‌ای که در شرکت‌های چینی و در سال ۲۰۲۲ انجام شده است، اثر واسطه‌ای زنجیره‌ای جستجوی دانش فرامرزی و ظرفیت جذب بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآوری تأیید شده است (لیو و همکاران، ۲۰۲۲). در مطالعه‌ای دیگر که در شرکت‌های کوچک و متوسط یمنی انجام گرفته است، بر تأثیر سرمایه اجتماعی و منابع انسانی بر تأمین مالی و عملکرد این شرکت‌ها صحه گذاشته شده است (یولیاری و همکاران^۴، ۲۰۲۱). در پژوهشی که در سازمان‌های دولتی روسیه توسط ورلک و سمبرسی^۵ (۲۰۲۰) انجام گرفته است، نتایج پژوهش نشان از رابطه مثبت بین رهبری دانش‌محور، ظرفیت مدیریت دانش، عملکرد



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۵۶

دوره ۳، شماره ۲

پیاپی ۸

1. Ince et al.
2. Lee et al
3. Ahsan & Hafeez
4. Yuliarmi et al
5. Gürlek & Çemberci

نوآوری و عملکرد سازمانی دارد. در پژوهشی دیگر که در شرکت‌های غیردولتی تاجیکستان انجام شده است، نتایج حاکی از ارتباط مثبت و معنادار بین رسانه‌های اجتماعی و قابلیت‌های مدیریت دانش با عملکرد نوآورانه را نشان می‌دهد (علی و همکاران^۱، ۲۰۲۰). در مطالعه‌ای که در بانک‌های چین پاریس صورت گرفته است، نتایج پژوهش نشان می‌دهد میان وظیفه‌شناسی و سرمایه اجتماعی با نقش میانجی اشتراک دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (لی و همکاران^۲، ۲۰۲۰). چادهوری و همکاران^۳ (۲۰۲۰) در پژوهش خود بر تأثیر سرمایه اجتماعی و قصد اشتراک دانش بر توسعه محصول در رستوران‌های ۵ ستاره تأکید کرده‌اند. نهایتاً آن‌که نتایج مطالعه‌ای در بین دانشجویان رشته مدیریت دانشگاه توکیو، نشان از تأثیر سرمایه اجتماعی و قصد اشتراک دانش بر میزان یادگیری دانشجویان دارد (هان و همکاران^۴، ۲۰۲۰).

۳- مبانی و چارچوب نظری پژوهش

۳-۱- سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی تعاملات میان شرکت‌ها و ذی‌نفعان را تشریح می‌کند. استقرار، نگهداری یا شکست این تعاملات می‌تواند بر تغییر در اطلاعات و منابع میان شرکت‌ها تأثیر بگذارد (یانگ و همکاران^۵، ۲۰۲۱). از آنجایی که سرمایه اجتماعی مفهومی پیچیده و چندبعدی بوده و هر یک از پژوهشگران همانند بوردیو^۶ (۱۹۸۲)، کلمن^۷ (۱۹۹۰)، ناهاپیت و گوشال^۸ (۱۹۹۸)، و گروه کندی دانشگاه هاروارد^۹ (۲۰۰۲) با توجه به سطح تحلیل خود، به بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند، در ادبیات موضوع می‌توان انواع مختلفی از ابعاد سرمایه اجتماعی مشاهده نمود. در پژوهش حاضر از ابعاد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال استفاده شده است. این پژوهشگران ابعاد سرمایه اجتماعی را در سه بعد سرمایه اجتماعی ساختاری، سرمایه اجتماعی ارتباطی، و سرمایه اجتماعی شناختی مورد مطالعه قرار داده‌اند. در تعریفی کوتاه سرمایه اجتماعی ساختاری به الگوی کلی تماس‌های بین افراد اشاره دارد و تلاش می‌کند تا ارتباطات کلی و الگوی دسترسی افراد به یکدیگر را بشناسد. سرمایه اجتماعی ارتباطی بیان‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد بر اساس سابقه تعامل هایشان با یکدیگر برقرار می‌کنند (فاضل و همکاران، ۱۴۰۲). سرمایه ارتباطی به کیفیت و نزدیکی تعاملات میان دو یا چند طرف یک کسب‌وکار اطلاق می‌شود. سرمایه اجتماعی شناختی اشاره به منابعی دارد که فراهم‌کننده مظاهر، تعبیرها، تفسیرها و سامانه‌های معانی مشترک در میان گروه‌ها است. سرمایه شناختی بازتابی از میزان تعهد و دفاع اعضا گروه از هدف و رسالت خود می‌باشد (عسگری و همکاران، ۱۴۰۱).



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۵۷

بررسی نقش میانجی

دانش فرامرزی و

ظرفیت جذب دانش در

ارتباط بین ...

1. Ali et al
2. Lee et al
3. Chowdhury et al
4. Han et al
5. Yang et al
6. Bourdieu
7. Coleman
8. Nahpiet & Ghoshal
9. Harvard Kennedy School

۲-۳- جستجوی دانش فرامرزی

جستجوی دانش فرامرزی به فعالیت شرکت‌ها در کسب دانش ناهمگون از منابعی خارج از سازمان اطلاق می‌شود. فرض اولیه در جستجوی دانش فرامرزی، مشخص نمودن مرزهای سازمانی به گونه‌ای آگاهانه است. مشخص بودن مرزهای سازمان‌ها به آن‌ها این امکان را می‌دهد که موقعیت خود را در تقسیم‌کار اجتماعی پیدا کنند و همچنین رویکردهای خود را برای ایجاد ارزش داخلی طراحی نمایند. هدف اصلی از مشخص نمودن مرزهای سازمانی، دسترسی مؤثر به اهداف سازمانی است (تریپاتی و همکاران^۱، ۲۰۲۱). پژوهشگران جستجوی دانش فرامرزی را در دو بعد اصلی طبقه‌بندی می‌کنند: جستجوی دانش فنی و جستجوی دانش بازار.

جستجوی دانش فرامرزی فنی به جستجوی فرامرزی مهارت‌ها و دانش مرتبط با محصولات، فرایندها، رویه‌ها و روش‌ها در یک صنعت، از عرضه‌کنندگان، مؤسسات پژوهشی و سایر منابع اطلاق می‌شود. جستجوی دانش فرامرزی بازار به جستجوی فرامرزی دانش مرتبط با تقاضای بازار، طراحی محصول و کانال‌های توزیع، از مشتریان و ارائه‌دهندگان کانال‌های توزیع و سایر منابع اطلاق می‌شود (گائو و همکاران^۲، ۲۰۲۱).



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۵۸

دوره ۳، شماره ۲

پیاپی ۸

۳-۳- ظرفیت جذب دانش

جستجوی دانش تنها گام نخست در ساختار سیستم دانش یک شرکت است. شرکت‌ها باید ظرفیت جذب، انتقال و بهره‌برداری از دانش را نیز توسعه دهند. ظرفیت جذب دانش به توانایی شرکت‌ها در شناسایی و ارزیابی دانش خارجی جدید و جذب و به‌کارگیری آن اطلاق می‌شود (چیچکانوف^۳، ۲۰۲۱). پژوهشگران ظرفیت جذب دانش را در دو مقوله ظرفیت جذب دانش بالقوه و واقعی طبقه‌بندی نموده‌اند. ظرفیت جذب دانش بالقوه شامل ارزیابی و جذب دانش خارجی است و ظرفیت جذب واقعی شامل انتقال و بهره‌برداری از دانش است (حجازی و نظر پوری، ۱۳۹۷).

۳-۴- عملکرد نوآورانه

عملکرد نوآورانه ترکیبی از موفقیت کلی سازمان در نتیجه تلاش‌های صورت گرفته جهت نو کردن و بهبود بخشیدن و به‌کارگیری جنبه‌های مختلف نوآوری در سازمان است. شرکت‌ها از نوآوری به‌عنوان یک وسیله برای ایجاد انطباق سازمانی، مقابله با فشارهای رقابتی شدید و تغییر تقاضاهای مشتری بهره می‌جویند. به واسطه نوآوری، شرکت‌ها قادر به پاسخ‌گویی مؤثر به تقاضاهای محیط بوده و در نتیجه موجب حفظ و بهبود عملکرد سازمانی خواهند شد. نوآوری شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا قابلیت‌های خود را که تضمین‌کننده عملکرد بلندمدت کسب‌وکار است، خلق و افزایش دهند (دهقانان و هرندی، ۱۳۹۳).

بی‌شک، در کشور ما و در دوره پسا کرونا و نیز با توجه به چالش‌های سیاسی و اقتصادی کسب‌وکار،

1. Tripathi et al.
2. Gao et al
3. Chichkanov

بسیاری از شرکت‌ها را در موقعیت دشوار قرار داده است. مسائلی مانند کاهش شدید سودآوری، منابع محدود شده، و مسدود شدن ارتباطات، به فشارهای عملیاتی شرکت‌ها اضافه شده است. از این منظر، زمانی که شرکت‌ها کمتر تحت تأثیر این فشارها قرار می‌گیرند، منابع بیشتری را برای بهبود عملکرد نوآورانه خود کسب می‌نمایند (گانگولی و همکاران، ۲۰۱۹). به‌طور کلی، شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی بالاتر عملکرد بهتری نسبت به شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی پایین ایجاد می‌کنند (فاضل و همکاران، ۱۴۰۲). زیرا شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی بالاتر دارای شبکه‌های اجتماعی پایداری هستند که جریان آزاد منابع (مانند دانش ناهمگون) را در میان شرکت‌ها تضمین می‌کنند و متعاقب آن کسب دانش ناهمگون می‌تواند به گونه‌ای اثربخش بر نوآوری شرکت‌ها تأثیر بگذارد و عملکرد نوآورانه را بهبود بخشد (لیو و همکاران، ۲۰۲۲).

به‌علاوه، جریان دانش ناهمگون از طریق این ارتباطات، عنصر کلیدی برای نوآوری شرکتی در نظر گرفته می‌شود. زمانی که این ارتباطات قوی باشد، شرکت می‌تواند ثروتی از دانش باارزش نوآورانه را کسب نماید و در نتیجه بهبود عملکرد نوآورانه در شرکت‌ها آسان‌تر می‌شود.

در پژوهش‌های گذشته عمدتاً تأثیرات متغیرهای اجتماعی و عملکردی در محیط‌های باثبات نسبی مورد تجزیه و تحلیل و بحث قرار گرفته است (منطقی و همکاران، ۱۳۹۵؛ شهریاری و شهرابی، ۱۴۰۰)، و بعضاً مطرح می‌شود که در محیط‌های باثبات نسبی از نوآوری پرهیز گردد. اما در محیط متلاطم و بی‌ثبات امروزی و به‌ویژه در دوران پسا کرونا شرکت‌ها تلاش می‌کنند تا فعالیت‌های سازمانی خود را به گونه‌ای فرامرزی و پویا هدایت نمایند. شنگ و هارتمن^۲ (۲۰۱۹) دریافتند که تسهیم دانش ضمنی فرامرزی و سرمایه اجتماعی می‌تواند بر روی توسعه توانمندی‌های نوآورانه دوسویه شرکت تأثیر بگذارند (شنگ و هارتمن، ۲۰۱۹). به گونه‌ای مشابه دوآن و همکاران^۳ (۲۰۲۱) دریافتند که مدیریت دانش فرامرزی می‌تواند در حضور متغیر تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی کیفیت نوآوری را در شرکت‌های چندملیتی بهبود بخشد. بدین لحاظ، میان فعالیت‌های مدیریت دانش فرامرزی و نوآوری سازمانی، ارتباط نزدیکی وجود دارد.

جستجوی دانش فرامرزی با تطبیق ادراکات و ایده‌های متفاوت ذی‌نفعان منجر به ایده‌پردازی و طوفان فکری در جهت باز کردن مسیرهای چندگانه منجر به نوآوری می‌شود. در این بین سرمایه اجتماعی تعاملات شرکت‌ها را نشان می‌دهد. در واقع سرمایه اجتماعی ساختاری به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا در خصوص دانش فناوری مانند توسعه فناوری پیشرو، فرایندهای طراحی محصول و چشم‌انداز فناوری رقابتی و همچنین، دانش بازار مربوطه شامل ترجیحات مشتریان و تقاضای بازار یاد بگیرند و بیاموزند. سرمایه اجتماعی ارتباطی به شرکت‌ها در توسعه همکاری‌های مشترک و افزایش اعتماد عمیق بین ذی‌نفعان کمک می‌کند. تعاملات مؤثر با دیگر بازیگران بازار منجر به یافتن دانش باکیفیت بالا و معتبر فرای مرزهای شرکت می‌شود. شرکت‌هایی با سرمایه شناختی می‌توانند به سرعت دانش ناهمگون را از شرکای تجاری خود کسب و جذب نمایند و سازوکارهای کشف و جستجوی دانش فرامرزی بر دانش فناوری و بازار موجود غلبه می‌کند. جستجوی دانش فرامرزی به عنوان ابزاری در دست شرکت‌ها در تکمیل مدیریت دانش به گونه‌ای فعال

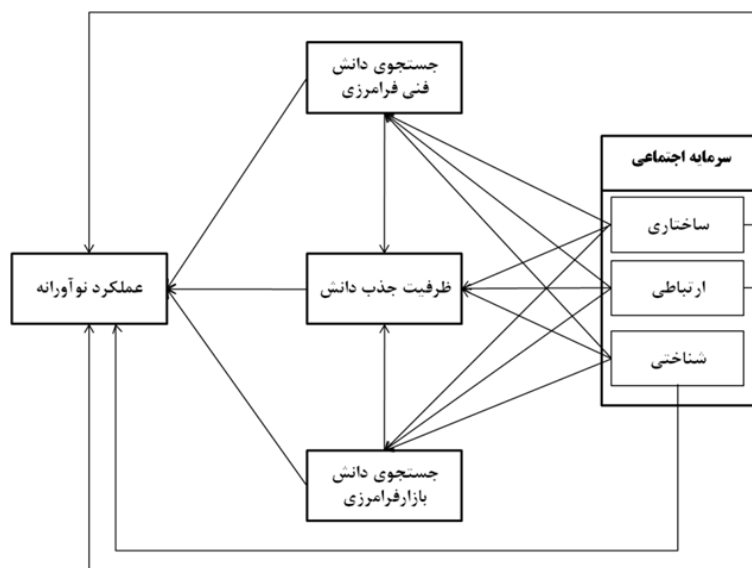
1. Ganguly et al
2. Sheng & Hartmann
3. Duan et al



است و می‌تواند منجر به تحصیل ارزشمند دانش بازار و دانش فنی، شامل اطلاعات و منابع از شبکه‌های اجتماعی شود و بر مبنای آن دانش پایه و محصولات نوآورانه بهینه‌سازی می‌شوند. بنابراین، فرض بر این است که جستجوی دانش فرامرزی به‌عنوان متغیر میانجی بر رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه تأثیر می‌گذارد.

شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی ساختاری قوی، توسط اکثر ذی‌نفعان و شبکه‌های همکار مورد پذیرش قرار می‌گیرند و لذا می‌توانند منابع اضافی را کسب کرده، و فرصت‌هایی را برای همکاری و مشارکت جستجو نمایند. سرمایه اجتماعی ساختاری خوب، به استقرار ارتباطات رسمی و قانونی میان شرکت‌ها کمک می‌کند، و با جریان آزادانه منابع و اطلاعات، شناسایی و کسب دانش را تسهیل می‌نماید. شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی ارتباطی مناسب می‌توانند بر مبنای اعتماد متقابل دانش ناهمگون با کیفیت بالا را تحصیل نمایند. به‌طور هم‌زمان، آن‌ها قادر به توسعه محصولات و خلق ارزش از جذب و تجمیع دانش می‌باشند. شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی شناختی مطلوب، می‌توانند به‌گونه‌ای اثربخش دانش خارجی را جذب کرده، و مورد بهره‌برداری قرار دهند، زیرا تبادل دانش میان شرکت‌های زیرمجموعه عموماً ایمن، راحت و روان در نظر گرفته می‌شود. به‌واسطه جذب دانش، شرکت‌ها می‌توانند ایده‌های جدید را به‌منظور بهینه‌سازی فرایند موجود، از جمله؛ طراحی محصول، تولید و بازاریابی خلق نمایند و یا این‌که با جذب دانش جدید می‌تواند محصولات کاملاً جدیدی را طراحی و تولید نمایند و بدین‌وسیله عملکرد نوآورانه خود را افزایش دهند.

بنابراین و با توجه به مطالب بیان‌شده، مدل مفهومی پژوهش به‌صورت شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

همچنین فرضیه‌های پژوهش به‌صورت زیر تدوین شده‌اند:

فرضیه اول: سرمایه اجتماعی ساختاری تأثیر معناداری بر روی عملکرد نوآورانه دارد.
فرضیه دوم: سرمایه اجتماعی ارتباطی تأثیر معناداری بر روی عملکرد نوآورانه دارد.
فرضیه سوم: سرمایه اجتماعی شناختی تأثیر معناداری بر روی عملکرد نوآورانه دارد.
فرضیه چهارم: سرمایه اجتماعی ساختاری بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش فنی فرامرزی تأثیر دارد.

فرضیه پنجم: سرمایه اجتماعی ارتباطی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش فنی فرامرزی تأثیر دارد.

فرضیه ششم: سرمایه اجتماعی شناختی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش فنی فرامرزی تأثیر دارد.

فرضیه هفتم: سرمایه اجتماعی ساختاری بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش بازار فرامرزی تأثیر دارد.

فرضیه هشتم: سرمایه اجتماعی ارتباطی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش بازار فرامرزی تأثیر دارد.

فرضیه نهم: سرمایه اجتماعی شناختی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش بازار فرامرزی تأثیر دارد.

فرضیه دهم: سرمایه اجتماعی ساختاری بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش تأثیر دارد.

فرضیه یازدهم: سرمایه اجتماعی ارتباطی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش تأثیر دارد.

فرضیه دوازدهم: سرمایه اجتماعی شناختی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش تأثیر دارد.

۴- روش شناسی پژوهش

این پژوهش از حیث هدف از نوع کاربردی و از نظر روش پژوهش پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش کلیه شرکت‌های کوچک و متوسط شهر کرمان به تعداد تقریبی ۴۶۰ شرکت می‌باشد. برای به دست آوردن حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد که تعداد نمونه ۲۱۰ شرکت به دست آمد. در نتیجه با مشخص شدن حجم نمونه و برای اطمینان بیشتر نسبت به نتایج پژوهش تعداد ۴۲۰ پرسشنامه در ۲۱۰ شرکت به صورت تصادفی و در میان مدیران و معاونین شرکت‌ها به جهت اشراف نسبی که نسبت به متغیرهای پژوهش داشتند، توزیع شد.

در این پژوهش جهت جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌ای محقق ساخته، مبتنی بر ادبیات پژوهش و با توجه به پژوهش‌های انجام شده در این زمینه استفاده شده است. سؤالات پرسشنامه به ازای هر متغیر ۳ سؤال در نظر گرفته شد و بر اساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت طرح‌ریزی گردید. برای سنجش روایی پرسشنامه از



روش صوری و روایی محتوا استفاده شد. لذا پرسشنامه‌ها، در اختیار ۱۰ نفر از متخصصان و صاحب‌نظران و اساتید دانشگاه قرار گرفت، تا اهمیت اطلاعات و ارتباط بین متغیرها، در جای مناسب مورد بررسی قرار بگیرد و مشخص شود آیا پرسشنامه‌ها در راستای هدف مطالعه قرار دارند یا خیر. با طرح دیدگاه‌های آن‌ها، تغییر در آیین نگارش و مفهوم برخی از پرسش‌ها، روایی صوری حاصل شد.

همچنین برای اطمینان بیشتر در این پژوهش روایی محتوایی پرسشنامه نیز بررسی شد. برای این منظور از شاخص‌های نسبت روایی محتوایی^۱ و شاخص روایی محتوایی^۲ استفاده شد. مقادیر این دو شاخص در جدول ۱ نشان داده شده است. با توجه به اینکه مقدار CVRهای به دست آمده از مقدار ۰/۶۲ برای تعداد خبرگان ده نفر بیشتر هستند، لذا از این منظر روایی پرسشنامه‌ها تأیید شد. به علاوه شاخص روایی محتوایی نیز برای سنجش روایی پرسشنامه استفاده شد. برای این منظور از پرسشنامه‌ای استفاده شد که میزان مرتبط بودن هر گونه را با طیف چهار قسمتی غیر مرتبط، نیاز به بازبینی اساسی، مرتبط اما نیاز به بازبینی، کاملاً مرتبط مشخص نمود. از آنجا که مقادیر به دست آمده برای این شاخص برای کلیه سؤالات از مقدار بحرانی ۰/۷۹ بیشتر بود، لذا از این منظر نیز، روایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت.

همچنین به منظور تأیید روایی پرسشنامه علاوه بر روش تعیین اعتبار صوری و محتوایی، از اعتبار سازه عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل^۳ در بین نمونه آماری پژوهش استفاده گردید. برای این منظور نخست از آزمون‌های $KMO^4 = 0/852$ و کرویت بارتلت^۵ $\chi^2 = 87458$ ، $sig = 0/001$ استفاده شد که نشان‌دهنده صحت نمونه‌گیری و کفایت داده‌ها از لحاظ آماری به جهت تحلیل عاملی تأییدی بودند. سپس برای هر متغیر تحلیل عاملی تأییدی^۶ انجام شد که با توجه به اینکه بار عاملی همه پرسش‌ها بیشتر از ۰/۵ بودند و شاخص‌های برازش نیز همگی در حد مناسب بودند، لذا روایی پرسشنامه‌ها نیز از این لحاظ تأیید گردید.

برای بررسی پایایی پرسشنامه‌های مورد استفاده از روش آلفای کرونباخ^۷ و در بین ۳۰ نفر از مدیران نمونه آماری استفاده گردید، که برای تمام متغیرهای مورد بررسی، میزان آلفا کرونباخ بیشتر از ۰/۷ بود، که پایایی پرسشنامه‌های مورد نظر را مورد تأیید قرار می‌دهد. در نهایت برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از روش‌های آماری و معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای اسپاس^۸ نگارش^۹ و اسمارت پی‌ال‌اس^۹ نگارش^۳ استفاده شده است. در جدول ۱ مقادیر تحلیل روایی و پایایی پرسشنامه پژوهش آورده شده است.

1. Content Validity Ratio(CVR)
2. Content Validity Index(CVI)
3. Lisrel
4. Kaiser-Meyer-Olkin
5. Bartlett's Sphericity Test
6. Confirmatory Factor Analysis (CFA)
7. Cronbach's Alpha
8. SPSS
9. Smart PLS3

جدول ۱. نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش و مقادیر مرتبط روایی و پایایی پرسشنامه

متغیر	نحوه اندازه‌گیری	منابع	CVR	CVI	Alpha
سرمایه اجتماعی ساختاری	۳ پرسش	(دهقانان و هرندی، ۱۳۹۳)	۰/۸۶۶	۰/۹	۰/۹۰
سرمایه اجتماعی ارتباطی	۳ پرسش	(دهقانان و هرندی، ۱۳۹۳)	۱	۱	۰/۸۸
سرمایه اجتماعی شناختی	۳ پرسش	(دهقانان و هرندی، ۱۳۹۳)	۱	۰/۹	۰/۹۲
دانش فنی فرامرزی	۳ پرسش	لیو و همکاران (۲۰۲۲)	۱	۰/۹	۰/۸۴
دانش بازار فرامرزی	۳ پرسش	لیو و همکاران (۲۰۲۲)	۰/۸	۱	۰/۸۸
ظرفیت جذب دانش	۳ پرسش	لیو و همکاران (۲۰۲۲)	۰/۸۶۶	۱	۰/۹۱
عملکرد نوآورانه	۳ پرسش	سانتورو و همکاران (۲۰۲۰)	۰/۸۶۶	۱	۰/۹۰

۵- یافته‌ها

از پیش شرط‌های بررسی مدل‌های معادلات ساختاری، وجود همبستگی میان مؤلفه‌های پژوهش است، و بنابراین می‌بایست از ضریب همبستگی استفاده شود. بدین لحاظ و برای شناسایی نوع آزمون همبستگی، نخست از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف^۱ برای بررسی نرمال یا غیر نرمال بودن متغیرهای پژوهش استفاده شد، و چون sig همه متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ است، لذا کلیه متغیرها نرمال هستند و بنابراین از ضریب همبستگی پیرسون^۲ استفاده شده است. در جدول ۲ نتایج آمار توصیفی و آزمون ضریب همبستگی نشان داده شده است.

جدول ۲. مقادیر توصیفی و ضریب همبستگی پیرسون متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	ردیف	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
سرمایه اجتماعی ساختاری	۴/۱۱	۱	۱						
سرمایه اجتماعی ارتباطی	۳/۹۵	۲	۰/۸۸	۱					
سرمایه اجتماعی شناختی	۴/۰۸	۳	۰/۸۶	۰/۸۰	۱				
دانش فنی فرامرزی	۳/۷۵	۴	۰/۷۲	۰/۶۲	۰/۵۱	۱			
دانش بازار فرامرزی	۳/۹۰	۵	۰/۴۵	۰/۵۴	۰/۶۷	۰/۸۵	۱		
ظرفیت جذب دانش	۳/۶۸	۶	۰/۳۹	۰/۶۸	۰/۵۳	۰/۷۰	۰/۶۷	۱	
عملکرد نوآورانه	۳/۹۶	۷	۰/۵۱	۰/۵۳	۰/۴۷	۰/۶۶	۰/۵۷	۰/۴۵	۱

همان‌طور که ملاحظه می‌شود در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود رابطه مثبت و معنادار بین متغیرهای پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است. مقدار ضریب همبستگی بالا در بین اکثر متغیرها، بیانگر ارتباط قوی و نسبتاً قوی بین متغیرها است. بنابراین با توجه به تأیید ارتباط بین متغیرها برای بررسی فرضیه‌های پژوهش و مدل مفهومی پژوهش از روش معادلات ساختاری و نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس^۳ استفاده شده است.

1. Kolmogorov Smirnov(K-S)
2. Pearson correlation



برای این منظور نخست به برازش مدل پرداخته شد. برای بررسی برازش مدل ساختاری پژوهش در روش حداقل مربعات جزئی^۱ از چندین معیار استفاده می شود. سنجش پایایی مدل به وسیله پایایی ترکیبی^۲ و آلفای کرونباخ بررسی می شود. همان طور که در جدول ۳ نشان داده شده است، از آنجا که مقادیر به دست آمده برای این دو شاخص بیشتر از ۰/۷ می باشد، لذا برازش مدل از منظر این دو شاخص مورد تأیید قرار گرفته است. معیار R² دومین معیاری است که برای برازش مدل های PLS استفاده می شود. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی در نظر گرفته می شود. با توجه به مقادیر به دست آمده متغیرهای پژوهش، این معیار در حد قوی است و با توجه به مقدار ملاک، مناسب بودن برازش مدل ساختاری تأیید می شود.

روایی همگرا^۳ یکی دیگر از معیارهایی است که برای برازش مدل های اندازه گیری در روش PLS به کار برده می شود. برای این منظور از میانگین واریانس استخراج شده^۴ برای بررسی روایی همگرای سازه ها استفاده می شود. طبق نظر پژوهشگران مقدار ملاک برای سطح قبولی برای AVE، ۰/۴ است. نتایج این معیار در جدول ۳ نشان داده شده است. همان گونه که مشخص است، تمامی مقادیر AVE بیشتر از ۰/۴ بوده و این مطلب مؤید آن است که مدل از منظر این شاخص در حد قابل قبولی است.

جدول ۳. معیارهای برازش مدل

R ²	روایی همگرا AVE	پایایی ترکیبی CR	آلفای کرونباخ Alpha	متغیر
-	۰/۸۲۰	۰/۹۳۲	۰/۸۹۰	سرمایه اجتماعی ساختاری
-	۰/۷۸۸	۰/۹۱۷	۰/۸۶۵	سرمایه اجتماعی ارتباطی
-	۰/۷۷۶	۰/۹۱۲	۰/۸۵۴	سرمایه اجتماعی شناختی
۰/۸۵۴	۰/۶۲۵	۰/۸۶۹	۰/۸۰۰	دانش فنی فرامرزی
۰/۵۴۳	۰/۹۶۰	۰/۹۸۶	۰/۹۷۹	دانش بازار فرامرزی
۰/۹۷۸	۰/۷۵۳	۰/۹۰۱	۰/۸۳۶	ظرفیت جذب دانش
۰/۹۷۲	۰/۸۹۳	۰/۹۶۲	۰/۹۴۰	عملکرد نوآورانه

معیار شاخص نکویی برازش^۵ مربوط به برازش بخش کلی مدل های معادلات ساختاری است. بدین معنی که توسط این معیار محقق می تواند پس از بررسی برازش بخش اندازه گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. پژوهشگران بیان کرده اند که مدل با برازش خوب مقداری بالاتر از ۰/۳۶ دارد. مقدار فرمول GOF به صورت زیر محاسبه می شود.

$$GOF = \sqrt{R^2 * AVE}$$

با استفاده از فرمول و مقادیر جدول ۳ مقدار GOF=۰/۸۱۹ به دست آمد. با توجه به این مقدار برازش

مناسب، از این منظر تأیید شد.

1. Partial Least Squares (PLS)
2. Composite reliability
3. Convergent Validity
4. Average Variance Extracted (AVE)
5. goodness of fit (GOF)

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیه‌های اول تا سوم

شماره	فرضیه	آماره t	ضریب مسیر	نتیجه
اول	سرمایه اجتماعی ساختاری تأثیر معنی‌داری بر روی عملکرد نوآورانه دارد.	۵/۲۳۷	۰/۱۹۹	تأیید
دوم	سرمایه اجتماعی ارتباطی تأثیر معنی‌داری بر روی عملکرد نوآورانه دارد.	۱۴/۸۵۳	۰/۷۰۴	تأیید
سوم	سرمایه اجتماعی شناختی تأثیر معنی‌داری بر روی عملکرد نوآورانه دارد.	۵/۲۱۹	۰/۳۱۱	تأیید

برای بررسی فرضیه‌های میانجی و بررسی معناداری تأثیر میانجی از آزمون سوبل^۱ استفاده می‌شود. در آزمون سوبل، یک مقدار Z-value از طریق فرمول زیر به دست می‌آید که در صورت بیشتر شدن این مقدار از ۱/۹۶ می‌توان در سطح ۹۵ درصد معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید نمود.

$$z - \text{value} = \frac{a * b}{\sqrt{(b^2 * sa^2) + (a^2 * sb^2) + (sa^2 * sb^2)}}$$

در این فرمول:

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

sa: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

sb: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

به‌علاوه برای تعیین اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام شمول واریانس^۲ استفاده می‌شود که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می‌کند و هر چه این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم به اثر کل را می‌سنجد. روش محاسبه VAF از طریق فرمول زیر است.

$$VAF = \frac{a * b}{(a * b) + c}$$

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته

c: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و وابسته

بنابراین و با توجه به فرمول‌های بالا فرضیه‌های میانجی مورد بررسی قرار گرفته است که نتایج در جدول ۵ نشان داده شده است.



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۶۶

دوره ۳، شماره ۲

پیاپی ۸

1. Sobel
2. Variance Accounted For (VAF)

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه‌های میانجی

شماره	فرضیه	سوبل	VAF	نتیجه
چهارم	سرمایه اجتماعی ساختاری بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش فنی فرامرزی تأثیر دارد.	۴/۰۸۲	۰/۵۱۰	تأیید
پنجم	سرمایه اجتماعی ارتباطی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش فنی فرامرزی تأثیر دارد.	۲/۲۰۱	۰/۱۱۹	تأیید
ششم	سرمایه اجتماعی شناختی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش فنی فرامرزی تأثیر دارد.	۴/۶۸۷	۰/۴۴۴	تأیید
هفتم	سرمایه اجتماعی ساختاری بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش بازار فرامرزی تأثیر دارد.	۲/۸۱۲	۰/۳۲۱	تأیید
هشتم	سرمایه اجتماعی ارتباطی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش بازار فرامرزی تأثیر دارد.	۲/۹۲۲	۰/۱۳۲	تأیید
نهم	سرمایه اجتماعی شناختی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی جستجوی دانش بازار فرامرزی تأثیر دارد.	۳/۶۴۰	۰/۳۱۳	تأیید
دهم	سرمایه اجتماعی ساختاری بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش تأثیر دارد.	۷/۷۰۸	۰/۷۷۶	تأیید
یازدهم	سرمایه اجتماعی ارتباطی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش تأثیر دارد.	۳/۴۲۰	۰/۱۵	تأیید
دوازدهم	سرمایه اجتماعی شناختی بر عملکرد نوآورانه با توجه به نقش میانجی ظرفیت جذب دانش تأثیر دارد.	۷/۸۴۴	۰/۵۹۲	تأیید

با توجه به جدول فوق و محاسبه ضرایب سو بل که همگی از حد مجاز بیشتر است، کلیه فرضیه‌های میانجی تأیید می‌شود.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

علی‌رغم افزایش دانش شرکت‌ها و به کارگیری روش‌ها و فرایندهای مختلف نوآورانه جهت عملکرد بهتر، به‌ویژه در شرکت‌های کوچک و متوسط، مطالعات در مورد سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه و با توجه به مؤلفه‌های دانشی در این شرکت‌ها اندک است. با توجه به اهمیت موضوع و با هدایت سؤالات و فرضیه‌ها در این پژوهش، پژوهشگران سعی نمودند که رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه شرکت‌های کوچک و متوسط را بررسی و تبیین کنند. همچنین سعی شده است اثر میانجی‌گری متغیرهای جستجوی دانش فرامرزی و ظرفیت جذب دانش در این رابطه تحلیل گردد.



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۶۷

بررسی نقش میانجی

دانش فرامرزی و

ظرفیت جذب دانش در

ارتباط بین ...

با تأیید فرضیه‌های اول، دوم، و سوم پژوهش نتایج نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی شرکت‌های کوچک و متوسط به‌طور قابل‌توجهی و به‌صورت مثبت بر عملکرد نوآورانه آن‌ها تأثیر می‌گذارد. پژوهشگران اذعان دارند که سرمایه اجتماعی اعضای سازمان، به‌صورت مؤثری می‌تواند انتقال دانش درون-سازمانی را برای افزایش عملکرد نوآوری تسهیل کند، و ایجاد سرمایه اجتماعی در شرکت، می‌تواند در بهبود عملکرد نوآورانه شرکت، حتی اگر منابع شرکت مصرف شده باشد، تأثیرگذار باشد (مورر و همکاران، ۲۰۱۱). همچنین ارتباطات بین شرکت‌ها، مبتنی بر سرمایه اجتماعی، جریان آزاد دانش، اطلاعات، و سایر منابع را در بین شرکت‌ها تضمین می‌کند، که این مهم، دانش و اطلاعات متنوعی را برای توسعه فناوری‌های شرکت‌های کوچک و متوسط و عملکرد نوآورانه بهینه به ارمغان می‌آورد. بنابراین، ایجاد و به‌کارگیری سرمایه اجتماعی و تحقق تحولات نوآورانه، ممکن است ظاهراً متناقض به نظر برسند، اما مکمل یکدیگر هستند. سرمایه اجتماعی از طریق ارتقا، انسجام و همکاری گروهی، و شخصیت بخشیدن به گروه، سبب ارتقاء رفتارهای شهروندی سازمانی، و همدلی میان اعضا می‌شود و از این رهگذر بر ارتقاء عملکرد نوآورانه اعضای گروه مؤثر می‌باشد (دهقانان و هرندی، ۱۳۹۳). علاوه بر این، پژوهشگران بیان کرده‌اند که باوجود آنکه منابع کمیاب، موانع ارتباطی، و کاهش شدید سود ناشی از چالش‌های اقتصادی، سیاسی، و اجتماعی می‌تواند منجر به فشار عملیاتی بر شرکت‌های کوچک و متوسط گردد، بااین‌وجود شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی بالاتر نسبت به شرکت‌هایی با سرمایه اجتماعی پایین، در ایجاد عملکرد نوآورانه بهتر عمل می‌کنند (لیو و همکاران، ۲۰۲۲). بدین لحاظ یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک و متوسط باید سرمایه اجتماعی را فعالانه حتی تحت فشارهای محیطی ایجاد و به‌کارگیرند. سرمایه اجتماعی برتر می‌تواند جریان دانش و به اشتراک‌گذاری منابع اطلاعاتی را در بین شرکت‌ها تسهیل کند، بنابراین باوجود منابع محدود اجازه می‌دهد تا ارزش بیشتری (مانند عملکرد نوآورانه) برای شرکت‌ها ایجاد کند. بدین لحاظ ایجاد و به‌کارگیری سرمایه اجتماعی ساختاری، ارتباطی، و شناختی برای شرکت‌های کوچک و متوسط به‌جهت بهبود عملکرد نوآورانه آن‌ها بسیار مهم است. نتایج تأیید این فرضیه‌ها با پژوهش‌های هورنگ و وو^۱ (۲۰۲۰)، لیو و همکاران (۲۰۲۲)، عسگری و همکاران (۱۴۰۱)، شهریار و شهرابی فراهانی (۱۴۰۰)، و دهقانان و هرندی (۱۳۹۳) مبنی بر تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه همسو است. بدین لحاظ و باتوجه به تأیید فرضیه‌ها از آنجایی که سرمایه اجتماعی، حاصل روابط هرروزه، میان کارکنان است و این روابط اعتماد، درک متقابل، ارزش‌های مشترک و ارزش‌های رفتاری را در منبعی به نام سرمایه اجتماعی ذخیره می‌کند؛ به مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط پیشنهاد می‌شود، به‌منظور خلق و ارتقاء سرمایه اجتماعی و فرهنگی را بر سازمان حاکم کنند که مشوق و آموزنده این عوامل باشد تا از این رهگذر زمینه‌ساز گسترش عملکرد نوآورانه و خلاقیت در درون سازمان گردد. به‌علاوه به این شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود تا با وضع اصول و ارزش‌های بنیادی در میان کارکنان خود، سبب ساخت شخصیت و هویت در میان آن‌ها و ارتقاء سرمایه اجتماعی در درون سازمان شوند، تا به‌وسیله آن بتوانند در دوران پساکرونا عملکرد نوآورانه شرکت را ارتقا دهند.

نتایج پژوهش نشان داد که جستجوی دانش فرامرزی، رابطه بین سرمایه اجتماعی ساختاری، سرمایه اجتماعی رابطه‌ای، و سرمایه اجتماعی شناختی و عملکرد نوآورانه را میانجی‌گری می‌کند. هرچند که با توجه به نتایج بررسی فرضیات، میانجی‌گری جستجوی دانش فنی فرامرزی، و جستجوی دانش بازار فرامرزی، در رابطه بین سرمایه اجتماعی ارتباطی و عملکرد نوآورانه اندک است (به ترتیب ۱۲ درصد، و ۱۳ درصد)، با این وجود می‌توان بیان کرد که جستجوی دانش فرامرزی این رابطه را میانجی‌گری می‌کند. پژوهشگران اذعان دارند که یکی از مشکلات در جستجوی دانش فرامرزی، ساخت مسیرهای جستجوی دانش بین شرکت‌ها و سهام‌داران است (شنگ و هارتمن، ۲۰۱۹). خوشبختانه، شرکت‌های دارای سرمایه اجتماعی برتر می‌توانند به‌طور مؤثر بر این مشکل غلبه کنند و با امضای قراردادهای ایجاد اتحاد با شرکا، جستجوی دانش فرامرزی را محقق کنند. در واقع وجود سرمایه اجتماعی قوی در بین اعضای شرکت منجر به تسهیل تعاملات مبتنی بر اعتماد در میان کارکنان می‌شود، که این امر به‌نوبه خود منجر به انتقال دانش و تجربه‌های اعضای سازمان به یکدیگر، و تسهیل فرایند تبدیل دانش ضمنی به دانش آشکار می‌گردد. علاوه بر این، دانش متنوع حاصل از جستجوی دانش فرامرزی جان تازه‌ای به نوآوری شرکت می‌دهد و پایگاه دانش اصلی شرکت‌ها را گسترش می‌دهد که این مهم کلید بهبود عملکرد نوآورانه در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد. نتایج تأیید این فرضیه‌ها، با پژوهش‌های لیو و همکاران (۲۰۲۲)، گائو و همکاران (۲۰۲۱)، شنگ و هارتمن (۲۰۱۹)، رضایی و خاکزادیان (۱۴۰۰) مبنی بر میانجی‌گری دانش فرامرزی، در ارتباط بین ابعاد سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه همسو است. با توجه به تأیید این فرضیه‌ها به مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط پیشنهاد می‌شود تا با ترویج روح اعتماد در کارکنان خود، به تبلیغ فرهنگ جستجوی دانش در میان کارکنان سازمان پرداخته و سیاست‌های تشویقی بدین منظور در سازمان وضع نمایند.

نتایج پژوهش نشان داد که ظرفیت جذب دانش رابطه بین سرمایه اجتماعی ساختاری، سرمایه اجتماعی رابطه‌ای، و سرمایه اجتماعی شناختی و عملکرد نوآورانه را میانجی‌گری می‌کند. هرچند که باز هم، مقدار میانجی‌گری ظرفیت جذب، در رابطه سرمایه اجتماعی رابطه‌ای و عملکرد اندک است، اما قابل قبول می‌باشد. بدین لحاظ می‌توان بر اهمیت ظرفیت جذب دانش، در ارتباط بین سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه شرکت‌های کوچک و متوسط صحنه گذاشت. پژوهشگران اذعان دارند که مبتنی بر نظریه تولید دانش، ورودی دانش و جذب آن در شرکت، پایگاه دانش را گسترش می‌دهد (فابیانو و همکاران، ۲۰۲۱). این پایگاه دانش گسترش یافته، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا دانش افزوده شده را درک، تبدیل و صادر کنند، که در ایجاد نوآوری مؤثر است. بدین لحاظ، ظرفیت جذب دانش، روشی مؤثر برای کسب دانش در شرکت است و رابطه بین سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآوری، را میانجی‌گری می‌کند. نتایج تأیید این فرضیه‌ها با پژوهش‌های لیو و همکاران (۲۰۲۲)، دوآن و همکاران (۲۰۲۱)، چیچکانوف (۲۰۲۱)، یو (۲۰۱۳)، رضایی و خاکزادیان (۱۴۰۰) مبنی بر میانجی‌گری ظرفیت جذب دانش در ارتباط بین ابعاد سرمایه اجتماعی و عملکرد نوآورانه همسو است. در این راستا به شرکت‌های کوچک و متوسط پیشنهاد می‌گردد



تا به جست‌وجوی دانش فرامرزی پردازند و ظرفیت جذب دانش را در شرکت ارتقا دهند، و با توسعه و استمرار سرمایه اجتماعی به صورت توأمان با متغیرهای یادشده، عملکرد مثبتی را در فرایند نوآوری شرکت ایجاد نمایند.

در واقع سرمایه اجتماعی سبب بهبود ارتباطات مبتنی بر اعتماد در میان اعضای سازمان‌هایی با ساختار منعطف که در محیط‌های پویا- همانند بسیاری از شرکت‌های کوچک و متوسط - فعالیت می‌کنند، می‌گردد. این امر به نوبه خود میزان تماس‌ها و نقاط مشترک افراد را ارتقا می‌بخشد، و به متغیری تأثیرگذار بر بهبود عملکرد نوآورانه در این شرکت‌ها تبدیل می‌گردد. نهادی که از سرمایه اجتماعی قدرتمند برخوردار است، اعضای آن دارای اهداف مشترک، هویت و هنجارهای مشخص، و فرهنگ قوی سازمانی هستند و الزامات نقش، به خوبی برای ایشان آشکار می‌باشد، که این عوامل نیز سبب بهبود عملکرد و ارتقاء نوآوری می‌گردند. در دنیای رقابتی امروزی و در دوران پساکرونا، شرکت‌های کوچک و متوسط از طریق ایجاد سرمایه اجتماعی مطلوب، و به کارگیری دانش فرامرزی، و جذب این دانش‌ها به درون واحدهای تحقیق و توسعه خود و فرایند یادگیری مستمر است که می‌توانند تولید محصولات و خدمات نوآورانه را ایجاد نمایند، و بقای خود را تضمین کنند. به دلیل ماهیت وجودی شرکت‌های کوچک و متوسط، نوآوری در این شرکت‌ها، اصلی‌ترین عامل در حفظ بقا، و ارتقاء عملکرد آن‌ها به شمار می‌رود، که سرمایه اجتماعی و دانش تأثیر قابل ملاحظه‌ای در آن ایفا می‌نماید. در این راستا و برای آن‌که شرکت‌های کوچک و متوسط بتوانند بر مشکلات و فشارهای اقتصادی و کمبود منابع به‌ویژه در دوران پساکرونا غلبه کنند، پیشنهاد می‌شود مدیران این شرکت‌ها سرمایه اجتماعی را در شرکت نهادینه کرده و توسعه دهند، و در عین حال به جستجوی دانش فرامرزی و ظرفیت جذب دانش توجه شود تا بدین وسیله از مزایای عملکرد نوآورانه هم برخوردار گردند.

نهایتاً آن‌که، این پژوهش به بسط مبانی نظری در خصوص تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه شرکت‌های کوچک و متوسط، در دوران پساکرونا به‌عنوان حوزه‌ای که کمتر در آن کار شده است، یاری می‌نماید. انتظار می‌رود که یافته‌های این پژوهش دانش لازم را برای شرکت‌های کوچک و متوسط در بهبود عملکرد نوآورانه، از طریق سرمایه اجتماعی، جستجوی دانش فرامرزی و ظرفیت جذب دانش فراهم کند. شرکت‌های کوچک و متوسط، به‌ویژه در دوره پساکرونا و درحالی‌که تحولات اساسی در زمینه فناوری اطلاعات و هوش مصنوعی در حال شکل‌گیری است، باید توجه ویژه‌ای به سهم سرمایه اجتماعی در عملکرد نوآورانه داشته باشند. حتی اگر فشارهای ناشی از دوران پساکرونا، همانند محدودیت‌های منابع و موانع ارتباطی، و نیز مشکلات و چالش‌های کشور ما، چون هدر رفت منابع، محدودیت‌های اینترنتی و فیلترینگ، و اثرات تحریم، شرکت‌های کوچک و متوسط را با چالش‌های جدی مواجه کند و آن‌ها را محدود سازد، اما با استفاده از سرمایه اجتماعی مبتنی بر فناوری‌های نوین، چون به کارگیری شبکه‌های اجتماعی، این شرکت‌ها همچنان می‌توانند عملکرد نوآورانه خود را به‌طور چشمگیری بهبود بخشند. به‌طور هم‌زمان، نتایج این پژوهش نشان داد که هر سه بعد سرمایه اجتماعی در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند به عملکرد نوآورانه آن‌ها کمک کنند. اگرچه، در کشور ما و با توجه به چالش‌های ذکرشده، و



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۷۰

دوره ۳، شماره ۲

پیاپی ۸

به‌ویژه در دوران پسا کرونا، ایجاد سرمایه اجتماعی برای شرکت‌های کوچک و متوسط دشوارتر است، با این حال، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند با به‌کارگیری و توسعه فضای مجازی، سرمایه اجتماعی را در شرکت‌های خود فزونی بخشیده و به عملکردهای نوآورانه دست یازند. برای این منظور، شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند با ایجاد بسترهای برخط^۱ B2B، سرمایه اجتماعی ایجاد کنند. شرکت‌های کوچک و متوسط با ایجاد روابط همکاری و اشتراک‌گذاری اطلاعات، و دستیابی به دانش ناهمگون در سرمایه اجتماعی ساختاری، بهبود خدمات، و فرایندهای شرکت بر اساس بازخورد، و افزایش اعتماد در سرمایه اجتماعی رابطه‌ای، و اشتراک‌گذاری ارزش‌ها، هنجارها و اهداف با روش‌های مناسب و تأثیرگذار با شرکای خود، مبتنی بر پایگاه دانش، در سرمایه اجتماعی شناختی، می‌توانند به عملکرد نوآورانه بهتر دست یابند.

این مطالعه دارای چندین محدودیت است که باید در نظر گرفته شود. اولاً، طرح این پژوهش مقطعی است که جهت تعیین روابط علی در بین متغیرها اتخاذ شده و لذا مشمول محدودیت‌های ذاتی این طرح می‌گردد. ثانیاً، یافته‌های پژوهش از داده‌های نظرسنجی جمع‌آوری شده تنها از شرکت‌های کوچک و متوسط استان کرمان است که از این نظر محدود می‌باشد. ثالثاً این مطالعه از ارزیابی ذهنی پاسخ‌دهندگان برای اندازه‌گیری عملکرد نوآورانه استفاده می‌کند. با این وجود، نهایت تلاش به عمل آمد تا روایی و پایایی پژوهش خدشه‌دار نگردد. همچنین با توجه به محدودیت‌های بیان شده به دیگر پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که متغیرهای این پژوهش را از طریق مطالعات طولی یا تجربی، بررسی کنند. در صنایع و شرکت‌های دیگر به‌طور عمیق در این زمینه به مطالعه بپردازند و در گونه‌های متفاوت شرکت‌های کوچک و متوسط اجرا و باهم مقایسه کنند. در این پژوهش استدلال شد که دانش و ظرفیت جذب برای شرکت‌های کوچک و متوسط و جهت افزایش عملکرد نوآورانه از طریق سرمایه اجتماعی بسیار مهم است. با این حال، نمی‌توان تأثیر قابلیت‌های مختلف شرکت‌ها را برای فرایندهای جستجوی دانش و جذب دانش دست‌کم گرفت. بنابراین، تحقیقات بعدی می‌تواند تأثیر سایر قابلیت‌های یک شرکت را در فرایند فوق‌الذکر بررسی کند.

۷- سپاسگزاری

پژوهشگران بر خود لازم می‌دانند از مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط استان کرمان که با صبر و حوصله به پرسشنامه‌های این پژوهش پاسخ داده‌اند، همچنین از داوران محترمی که با نکته‌نظرات ارزشمندشان موجب تقویت این پژوهش گردیدند، مراتب تشکر و قدردانی خود را به عمل آورند.

۸- منابع و مآخذ

حجازی، اسد؛ و نظربوری، امیرهوشنگ. (۱۳۹۷). تحلیل تأثیر عوامل حمایتی سازمانی بر قابلیت‌های نوآوری سازمان با در نظر گرفتن نقش میانجی ظرفیت جذب دانش. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۶ (۴)، ۸۵۱-۸۷۰. doi: 10.22059/jomc.2019.244381.1007365





دهقانان، حامد؛ و هرندی، عطاءاله. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه: با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش (مطالعه موردی شرکت‌های دانش بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات). مدیریت نوآوری، ۳(۱)، ۱-۲۲.

رضائی، حمید؛ و خاکزادیان، سید مهدی. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه محصول جدید با نقش میانجی مدیریت دانش در شرکت‌های دانش بنیان استان مازندران. مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۸(۴)، ۱۱۹-۱۳۴. doi: 10.22069/jead.2022.19901.1571

شهریاری، سلطان علی؛ و شهرایی فراهانی، محمد. (۱۴۰۰). تبیین نقش نوآوری سازمانی و سرمایه اجتماعی. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۳۰(۹۹)، ۷۹-۱۰۲. doi: 10.22054/jmsd.2021.47511.3445

عسگری، محمد هادی؛ خداپرست، مهدی؛ و عینی، علی. (۱۴۰۱). عملکرد شغلی نوآورانه: نقش پیشایندهای اشتراک گذاری دانش و سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه ادارات برق غرب استان مازندران). مدیریت تبلیغات و فروش، ۳(۱)، ۵۷-۶۹. doi: 10.52547/JABM.3.1.57

علمداران، زهرا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر ادراک از تسهیم دانش بر عملکرد نوآورانه کارکنان با نقش تعدیل گری سرمایه اجتماعی، مورد مطالعه گروه صنعتی پارت لاستیک. [پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی، دانشگاه فردوسی مشهد]. ایرانداک.

فاضل، امیر؛ کرم شاهی، بهنام؛ و هرندی، آیین. (۱۴۰۲). نوآوری فرآیند سبز و عملکرد مالی: نقش تعدیل گری سرمایه اجتماعی سبز و نیازهای سبز ضمنی مشتریان. مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی، ۶(۴)، ۵۱-۷۴. doi: 10.22034/qjimdo.2023.405331.1603

کنجکاو منفرد، امیررضا؛ و مهارت، منیره. (۱۴۰۱). واكوی تأثیر سرمایه اجتماعی بر گرایش کارآفرینانه، خلاقیت و عملکرد دانشگاه با نقش میانجی مدیریت دانش. آموزش علوم دریایی، ۹(۱)، ۸۷-۱۰۰. doi: 10.22034/rmt.2021.537961.1897

منطقی، منوچهر؛ اسکندرپور، بهروز؛ دستیاری، اکرم؛ و نظری، یونس. (۱۳۹۵). نقش سرمایه اجتماعی در عملکرد نوآورانه کارکنان، با تأکید بر نقش تاب‌آوری و توانمندسازی. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۳(۲)، ۲۰۷-۱۸۹. doi: 10.22059/jscm.2016.59962

نائینی، محمدجواد؛ قورچی بیگی، اسحاق؛ قربانی فاراب، محمدتقی؛ و سید علی جانلو؛ محمد حسین. (۱۴۰۱). بررسی نقش تعدیل گری مدیریت دانش استراتژیک در رابطه‌ی ابعاد سرمایه فکری و عملکرد نوآورانه (نمونه پژوهش: شرکت‌های لبنی). مدیریت دانش سازمانی، ۵(۴)، ۱۴۵-۱۷۱. Dor: 20.1001.1.26454262.1401.5.4.5.5

Agyapong, F. O., Agyapong, A., & Poku, K. (2017). Nexus between social capital and performance of micro and small firms in an emerging economy: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 4(1), 1-20. doi:10.1080/23311975.2017.1309784

Ahsan, N., & Hafeez, M. H. (2023). Impact of Social Capital on Innovation Performance: The Mediating Role of Learning and Strategic Orientations. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(3), 3488-3498. doi: 10.52131/pjhss.2023.1103.0630

Akintimehin, O. O., Eniola, A. A., Alabi, O. J., Eluyela, D. F., Okere, W., & Ozordi, E. (2019). Social capital and its effect on business performance in the Nigeria informal sector. *Heliyon*, 5(7), 1-13. doi:10.1016/j.heliyon.2019.e02024.

Ali, A., Bahadur, W., Wang, N., Luqman, A., & Khan, A. N. (2020). Improving team innovation performance: role of social media and team knowledge management capabilities. *Technology in Society*, 61(5), 1-17. doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101259.

An, W., Huang, Q., Liu, H., & Wu, J. (2022). The match between business model design and knowledge base in firm growth: From a knowledge-based view.

Technology Analysis & Strategic Management, 34(1), 99–111. doi: 10.1080/09537325.2021.1890011.

- Chichkanov, N. (2021). The role of client knowledge absorptive capacity for innovation in KIBS. *Knowledge Management*, 25(5), 1194–1218. doi:10.1108/JKM-05-2020-0334
- Chowdhury, M., Prayag, G., Patwardhan, V., & Kumar, N. (2020). The impact of social capital and knowledge sharing intention on restaurants' new product development. *Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3271-3293. doi: 10.1108/IJCHM-04-2020-0345
- Crupi, A., Liu, S., & Liu, W. (2022). The top-down pattern of social innovation and social entrepreneurship. Bricolage and agility in response to COVID-19: cases from China. *R&d Management*, 52(2), 313-330. doi:10.1111/radm.12499.
- Duan, Y., Huang, L., Cheng, H., Yang, L., & Ren, T. (2021). The moderating effect of cultural distance on the cross-border knowledge management and innovation quality of multinational corporations. *Knowledge Management*, 25(1), 85–116. doi:10.1108/JKM-11-2019-0656.
- Fabiano, G., Marcellusi, A., & Favato, G. (2021). R versus D, from knowledge creation to value appropriation: Ownership of patents filed by European biotechnology founders. *Technovation*, 108, 102328. doi: 10.1016/j.technovation.2021.102328.
- Ganguly, A., Talukdar, A., & Chatterjee, D. (2019). Evaluating the role of social capital, tacit knowledge sharing, knowledge quality and reciprocity in determining innovation capability of an organization. *Knowledge Management*, 23(6), 1105–1135. doi:10.1108/JKM-03-2018-0190.
- Gao, J. H., H., Teng, D., Wan, X., & Zhao, S. (2021). Cross-border knowledge search and integration mechanism – a case study of Haier open partnership ecosystem (HOPE). *Chinese Management Studies*, 15(2), 428–455. doi:10.1108/CMS-05-2020-0196.
- Gürlek, M. & Çemberci, M. (2020), Understanding the relationships among knowledge-oriented leadership, knowledge management capacity, innovation performance and organizational performance: A serial mediation analysis. *Kybernetes*, 49(11), 2819-2846. doi: 10.1108 / K-09-2019-0632
- Han, S. H., Yoon, S. W., & Chae, C. (2020). Building social capital and learning relationships through knowledge sharing: A social network approach of management students' cases. *Knowledge Management*, 24(4), 921-939. doi: 10.1108/JKM-11-2019-0641
- Horng, S. M., & Wu, C. L. (2020). How behaviors on social network sites and online social capital influence social commerce intentions. *Information & Management*, 57(2), 103176. doi:10.1016/j.im.2019.103176.
- Ince, H., Imamoglu, S. Z., & Karakose, M. A. (2023). Entrepreneurial orientation, social capital, and firm performance: The mediating role of innovation performance. *Entrepreneurship and Innovation*, 24(1), 32-43. doi: 10.1177/14657503211055297.
- Lee, C. C., Yeh, W. C., Yu, Z., & Luo, Y. C. (2023). Knowledge sharing and innovation performance: a case study on the impact of organizational culture, structural capital, human resource management practices, and relational capital of real estate agents. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-16. DOI:10.1057/s41599-023-02185-w
- Lee, H., Park, J.G., & Lee, J. (2020). Knowledge sharing in ISD projects: role of task interdependence and social capital. *Managing Projects in Business*, 14(3), 580-599. doi: 10.1108/IJMPB-12-2019-0307.
- Lyu, Ch., Peng, C, Yang, H., Li, H, & Gu, X. (2022). Social capital and innovation performance of digital firms: Serial mediation effect of cross-border knowledge search and absorptive capacity. *Innovation & Knowledge*, 7(1), 1-15. doi: 10.1016/j.jik.2022.100187.
- Maurer, I., Bartsch, V., & Ebers, M. (2011). The value of intra-organizational social capital: How it fosters knowledge transfer, innovation performance, and growth. *Organization Studies*, 32(2), 157–185. doi:10.1177/0170840610394301.



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۷۳

بررسی نقش میانجی

دانش فرامرزی و

ظرفیت جذب دانش در

ارتباط بین ...

- Moeen, M., & Agarwal, R. (2017). Incubation of an industry: Heterogeneous knowledge bases and modes of value capture. *Strategic Management Journal*, 38(3), 566-587. DOI:10.1002/smj.2511
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V.N. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 18-30. doi: 10.3390/joitmc6040104.
- Santoro, G., Bresciani, S., & Papa, A. (2020). Collaborative modes with cultural and creative industries and innovation performance: The moderating role of heterogeneous sources of knowledge and absorptive capacity. *Technovation*, 92(1), 102-118. doi: 10.1016/j.technovation.2018.06.003.
- Sheng, M. L., & Hartmann, N. N. (2019). Impact of subsidiaries' cross-border knowledge tacitness shared and social capital on MNCs' explorative and exploitative innovation capability. *International Management*, 25(4), 100-115. doi: 10.1016/j.intman.2019.100705.
- Tripathi, V. R., Popli, M., Ghulyani, S., Desai, S., & Gaur, A. (2021). Knowledge creation practices at organizational boundaries: The role of ICT in sickle-cell care for tribal communities. *Knowledge Management*, 25(3), 595-617. doi: 10.1108 / JKM-09-2019-0521.
- Tsai, F.S., & Hsu, I.C. (2019). The effects of social capital on knowledge heterogeneity. *Management Decision*, 57(5), 1237-1253. doi: 10.1108/MD-12-2016-0909.
- Yang, H., Cozzarin, B. P., Peng, C., & Xu, C. (2021). Start-ups and entrepreneurial teams. *Managerial and Decision Economics*, 43(5), 1167-1184. doi: 10.1002/mde.3465.
- Yoshida, M., Gordon, B. S., & James, J. D. (2021). Social capital and consumer happiness: toward an alternative explanation of consumer-brand identification. *Brand Management*, 28(5), 481-494. doi: 10.1057/s41262-021-00240-y.
- Yu, S.H. (2013). Social capital, absorptive capability, and firm innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(7), 1261-1270. doi: 10.1016/j.techfore.2012.12.005.
- Yuliarmi, N., Martini Dewi, N., Rustariyuni, S., Marhaeni, A., & Andika, G. (2021). The effects of social capital and human resources on financing and small and medium enterprises performance. *Human Capital in Urban Management*, 6(1), 29-44. doi: 10.22034/IJHCUM.2021.01.03.
- Zhang, Q., Pan, J., Jiang, Y., & Feng, T. (2020). The impact of green supplier integration on firm performance: The mediating role of social capital accumulation. *Purchasing and Supply Management*, 26 (2), 1-20. doi: 10.1016/j.pursup.2019.100579.



نشریه مطالعات دانش پژوهی

صفحه ۷۴

دوره ۳، شماره ۲

پیاپی ۸