

## بررسی تأثیر فرایندهای مدیریت دانش بر عملکرد عملیاتی با میانجی‌گری نوآوری در فرایند تولید و بسته‌بندی محصول

حمیده عباسی<sup>۱\*</sup>، آمنه المیر<sup>۲</sup>، محمد یوسفی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ماه ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش مقاله: دی ماه ۱۳۹۹

### چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر فرایندهای مدیریت دانش بر عملکرد عملیاتی با میانجی‌گری نوآوری در فرایند تولید و بسته‌بندی محصول بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل: مدیران و کارشناسان شرکت‌های شهرک صنعتی فراهان استان مرکزی بوده که مجموعاً ۳۰۰ نفر می‌باشند. به منظور گردآوری داده‌های پژوهش از پرسشنامه استفاده شده است. جهت تعیین پایایی پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقدار آن برای متغیر مدیریت دانش (۰/۸۸۰)، نوآوری در بسته‌بندی محصول (۰/۷۸۱)، نوآوری در فرایند تولید (۰/۸۱۵) و عملکرد عملیاتی (۰/۷۶۷) به دست آمد. در این پژوهش، تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق تحلیل مسیر و مدل معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار لیزرل انجام شده است. نتایج حاکی از آن بوده است که فرایندهای مدیریت دانش، دارای تأثیر مثبت بر نوآوری در بسته‌بندی محصول نوآوری در فرایند تولید و عملکرد عملیاتی است و نوآوری در بسته‌بندی محصول و نوآوری در فرایند تولید دارای تأثیر مثبت بر عملکرد عملیاتی می‌باشند. بنابراین در محیط پویا و رقابتی امروز، مدیران می‌توانند با مدیریت مستقیم فرایندهای دانش برای پشتیبانی و سرعت بخشیدن به سطوح نوآوری جهت افزایش سطح عملکرد عملیاتی شرکت‌های خود کوشا باشند.

### ۱- مقدمه

آنچه عصر حاضر را از سایر دوران متمایز می‌سازد دانشی شدن سازمان‌ها، جوامع و انسان‌ها می‌باشد [۱]. با ورود به اقتصاد دانشی، دانش در مقایسه با سایر عوامل تولید مانند: زمین، سرمایه، ماشین‌آلات و غیره از ارجحیت بیشتری برخوردار شده است، به طوری که در این اقتصاد، دانش به عنوان مهم‌ترین عامل تولید محسوب می‌شود و از آن به عنوان مهم‌ترین مزیت رقابتی سازمان‌ها یاد می‌شود [۲]. بنابراین سازمان‌های امروزی همواره به دنبال فرصت‌هایی تازه می‌باشند که از دید دیگر رقبا پنهان مانده است. طبعاً آنچه می‌تواند یک سازمان را به این فرصت‌ها رهنمون نماید، پدیده‌ای جز نوآوری در تمام سطوح آن نمی‌باشد. سازمانی که توان ارائه افکار نو و به کارگیری

### واژه‌های کلیدی

عملکرد عملیاتی، مدیریت دانش، نوآوری، بسته‌بندی.

۱- دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی

طلوع مهر، قم، ایران

(x نویسنده مسئول: Abbasi.59093@gmail.com)

۲- استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، فراهان،

ایران (amenehmalmir@yahoo.com)

۳- کارشناس ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، فراهان،

ایران (mha.sepid@gmail.com).

فعالیت‌های نوآوری به عملکرد عملیاتی بالاتر شرکت مرتبط می‌شود. نوآوری‌های موفقیت‌آمیز می‌تواند به شرکت در به دست آوردن سودهای بیشتر کمک کند [۱۸]. برخی محققان [۱۹]. در تحقیقات خود بیان می‌کنند که در سازمان‌ها، مدیریت دانش به عنوان پیش شرطی برای نوآوری در نظر گرفته می‌شود. نوآوری‌ها از ترکیب دانش جدید با دانش موجود برای تغییر قابلیت‌های سازمانی و شایستگی‌ها به وجود می‌آیند و در نهایت منجر به تولید ارزش افزوده می‌شوند. ادبیات نظری نشان می‌دهد مدیریت دانش، به طور قابل توجهی فرآیند نوآوری سازمان را بهبود می‌بخشد [۲۰].

نتایج بررسی‌ها در مورد پژوهش‌های موجود در موضوع تحقیق نشان می‌دهد بیشتر پژوهش‌ها در کشورهای توسعه یافته انجام شده است، اما در کشورهای در حال توسعه، پژوهش‌ها بیشتر تلاش می‌کنند، ارتباط‌های میان مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد عملیاتی را به منظور تعریف انواع نوآوری‌های مؤثر در بهبود کارایی عملیات و توانمند سازی سازمان‌ها برای دستیابی به اولویت‌های رقابتی معرفی کنند و اثرات انواع نوآوری بر عملکرد عملیاتی شرکت‌های تولیدی کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. از آنجایی که، تولیدکنندگان در کشورهای در حال توسعه مانند ایران دارای چالش‌های بزرگی برای رقابت با کسب و کار جهانی هستند، به نظر می‌آید، جهت کشف و روشن شدن روابط میان اثرات مدیریت دانش در نوآوری‌های بسته‌بندی محصول و فرآیند تولید مطالعات تجربی بیشتری مورد نیاز است، لذا مطالعه حاضر به بررسی ادبیات موجود با بررسی روابط پیشنهادی بین متغیرها می‌پردازد. در میان محققان، اجماع وجود دارد که نوآوری به طور کلی با عملکرد عملیاتی به طور کلی مرتبط است، این پژوهش نوآوری در فرآیند تولید و بسته‌بندی محصول را به طور خاص به عملکرد عملیاتی پیوند می‌دهد. بنابراین مسئله اصلی پژوهش عبارت است از: اینکه اثرات مستقیم و غیرمستقیم مدیریت دانش بر عملکرد عملیاتی با توجه به

مناسب آن را در خود داشته باشد، به هیچ وجه از تغییر و تحول روی گردان نبوده، بلکه حتی می‌تواند به عنوان عاملی در جهت ایجاد تغییر در محیط خویش عمل کند [۳]. محیط کسب و کار فعلی که بر سازمان‌های تولیدی تأثیرگذار می‌باشد با رقابت شدید پیشرفت‌های بی‌سابقه فناوری و بازارهای نوظهور همراه است. عوامل متعددی در این وضعیت تأثیرگذار بوده‌اند، که جهانی شدن، توافق‌نامه تجارت آزاد، پیشرفت فناوری اطلاعات، چرخه‌های کوتاه مدت تولید و تغییر نیازهای مشتری از مهم‌ترین آن‌ها می‌باشند. بنابراین شرکت‌های تولیدی به طور فزاینده‌ای تحت فشار قرار دارند تا منابع اطلاعاتی مبتنی بر دانش را به گونه‌ای بهبود بخشند که عملکرد عملیاتی‌شان بهبود یافته و در نتیجه توانایی رقابت داشته باشند. در این زمینه، مدیریت دانش و نوآوری به عنوان گزینه‌های مهم راهبردی شناخته شده است که می‌تواند به طور قابل توجهی توانایی سازمان‌ها را در رفع نیازهای مشتری، تغییر فناوری‌ها و حفظ عملکرد عملیاتی رقابتی در محیط کسب و کار امروزی افزایش دهند [۱۰ و ۱۱]. پژوهش‌های موجود در بررسی ارتباط بین مدیریت دانش و عملکرد عملیاتی به طور عمده بر اندازه‌گیری عملکرد عملیاتی از لحاظ اثربخشی سازمانی رقابت [۱۲]، عملکرد عملیاتی سازمانی [۱۳]، کارت امتیازی متوازن [۱۴]، عملکرد عملیاتی بازار [۱۵]. تمرکز دارند، با این حال شکاف پژوهشی درباره سهم مدیریت دانش در عملکرد عملیاتی و همچنین اثرات مستقیم و غیرمستقیم مدیریت دانش بر روی عملکرد عملیاتی وجود دارد. عملکرد عملیاتی یک پیش‌بینی‌کننده اساسی از اثربخشی و کارایی شرکت‌های تولیدی است و نشان‌دهنده مهارتی است که مدیریت از منابع دانش جهت تسهیل در روند نوآوری و توسعه محصول مورد استفاده قرار می‌دهد.

نوآوری یکی از عوامل اصلی در ارزش تجاری، عملکرد و بقای شرکت‌ها تلقی شده است [۱۶]. نوآوری به ایجاد و استفاده از دانش جدید برای توسعه فناوری‌های و فرایندهای جدید، محصولات و خدمات جدید اشاره دارد (بنابراین دانش به یک منبع اصلی برای نوآوری و توسعه) [۱۷].

نقش میانجی نوآوری در فرایند تولید و بسته‌بندی محصول چگونه می‌باشد؟

### ۲-۱- مدیریت دانش

مدیریت دانش به عنوان یک فرآیند کار، یک فعالیت، یک زیرساخت فناوری یا یک فرهنگ عملیاتی برای مدیریت دارایی‌های ارزشمند مورد بررسی قرار گرفته است [۲۱]. مدیریت دانش فرایند کسب و کاری است که برای تضمین استفاده از دانش و ایجاد دانش جدید در سازمان لازم است [۲۲]. استفاده از مدیریت دانش به دلیل نقش مؤثر در کاهش زمان چرخه تولید و افزایش بهره‌وری عملیاتی از اهمیت زیادی برخوردار است. همچنین مدیریت دانش سازمان‌ها را قادر می‌سازد عملکرد عملیاتی کارکنان و کیفیت محصولات و خدمات به مشتریان را بهبود بخشد، فرایندهای تجارتي را بازسازی و مدرنیزه کرده و انعطاف‌پذیری خود را افزایش دهند [۲۳]. مدیریت دانش در دستیابی به اهداف سازمانی موجب می‌شود که اولاً کارکنان دانش و مهارت را به آسانی به اشتراک گذاشته، ثانیاً بتوانند به آسانی به آن‌ها دسترسی پیدا کنند و با استفاده از منابع موجود اطلاعات، مهارت و تجربه خود را بالا ببرند [۲۴]. در مجموع، مدیریت دانش، تلاش برای کشف دانایی نهفته در ذهن افراد و تبدیل این گنج پنهان به دارایی سازمانی است به گونه‌ای که مجموعه وسیعی از افراد تصمیم‌گیرنده سازمانی بتوانند از آن استفاده کنند. مدیریت دانش، چهار فرآیند عمده را در زمینه دانش افراد دنبال می‌کند که شامل: دانش، انتقال، به کارگیری و ذخیره سازی دانش است، لذا مدیریت دانش بعد از کشف نواحی دانش موجود در یک سازمان یا پروژه، با تأکید بر حل مسائل گروهی، فرهنگ به اشتراک‌گذاری دانش را ترویج و پشتیبانی می‌کند [۴].

### ۳-۱- نوآوری فرایند

نوآوری فرایند تولید به عنوان روش جدیدی برای پیشرفت تولیدات یا تحویل خدمات تعریف شده است که شامل تغییرات مهمی در روش‌ها، تجهیزات و نرم افزارها می‌شود. نوآوری در فرآیند تولید بهره‌وری، اثربخشی و کیفیت فعالیت‌های تولید را ارتقاء می‌دهد و هزینه واحد تولید را کاهش می‌دهد [۲۵]. نوآوری در فرایند شامل بهبود در روش‌های تولید، لجستیک و یا پیشرفت‌هایی در فعالیت‌های حسابداری، محاسبات، خرید و نگهداری می‌باشد. سازمان‌ها از نوآوری‌های فرایند در تولید محصولات نوآورانه و جدید استفاده می‌کنند [۲۶]. دمنپور (۱۹۹۱) [۲۷] نوآوری فرایند را شامل دو مرحله اصلی می‌داند، راه اندازی اجرا. مرحله راه‌اندازی با تمایل اعضای سازمان برای همکاری یا مقاومت در برابر نوآوری تعیین می‌شود. در مرحله اجرا، بهتر است یک سیستم کنترل مؤثر برای ارزیابی انحرافات مراحل مختلف نوآوری فرایند به منظور اطمینان از اجرای موفق تعیین گردد [۲۸]. نوآوری در محصول با معرفی محصولات جدید و بهبود محصولات کنونی به دست می‌آید [۲۹]. نوآوری در محصول ممکن است شامل تغییراتی در طراحی شود که به نوبه خود باعث تغییرات مهمی در چگونگی استفاده یا ویژگی‌های یک محصول می‌گردد. هدف اصلی از نوآوری محصولات در سازمان، افزایش ارزش محصولات و دستیابی به سطح بالاتری از کارایی است [۳۰]. علاوه بر این، نوآوری محصول می‌تواند با استفاده از فناوری‌های جدید و یا با استفاده از ترکیب جدید فن‌آوری‌های موجود حاصل گردد. به طور کلی، نوآوری محصول به عنوان یک فرایند دشوار در نظر گرفته می‌شود، زیرا از طریق تغییر نیازهای مشتری، پیشرفت فناوری‌ها، افزایش رقابت بین‌المللی و کاهش چرخه عمر محصول متزلزل می‌گردد [۳۱].

#### ۴-۱- بسته بندی محصول

در فرهنگ نامه بسته بندی، بسته بندی به عنوان علم، هنر و فناوری در لفاف قرار دادن محصولات و نگهداری از آنها جهت توزیع، انبارداری، فروش و مصرف بیان شده است. فرآیند بسته بندی به معنی ظرف، محفظه و سامانه ای هماهنگ است که نه تنها سلامتی کالای مورد نظر را در طی فرآیند تولید تا مصرف تضمین می کند، بلکه سعی در ایجاد ارتباطی قوی، سریع و کم هزینه بین تولیدکننده و مصرف کننده دارد و از این طریق برای زنجیره عرضه در حمل و نقل، توزیع، انبارداری و فروش ایجاد ارزش افزوده بیشتری خواهد کرد. بنابراین تغییرات در بسته بندی کالاها معمولاً باعث تغییر میزان خرید کالا و یا میزان استفاده از آن در یک دوره زمانی و باز شدن بازارهای جدید بر روی آن کالا می شود. بسته بندی بهتر، نوع کیفیت انبار کردن کالا را بهبود می بخشد و به سلامت محصول و سهولت حمل آن کمک می کند. در واقع، بسته بندی بهتر، در میزان پذیرش مصرف کننده در خرید آن کالا یا محصول تأثیرگذار است. طراحی نوآورانه در بسته بندی ها، فقط در مورد نحوه ارائه محصول یا کالاها نیست، بلکه به نوعی معرف کیفیت و ویژگی های محصولات نیز می باشد. بسته بندی های امروزی تنها در یک قالب خشک و قراردادی خلاصه نشده اند زیرا به دنبال ایجاد تأثیر ماندگارتری در ذهن مصرف کنندگان خود هستند. امروزه آنچه مورد توجه طراحان بسته بندی است طراحی مفید، جذاب و باب سلیقه مشتریان امروزی می باشد، زیرا نوع بسته بندی نقش حیاتی در تصمیم به خرید دارد و پیش بینی شده که ۷۳ درصد تصمیمات خرید در محل خرید گرفته می شود و هر کجا بسته بندی جذاب تر باشد، اغلب برنده است [۵].

#### ۵-۱- عملکرد عملیاتی

عملکرد عملیاتی، نقش اساسی در ایجاد و حفظ رقابت شرکت ها در بازار ایفا می کند. از این رو، شرکت های تولیدی نیاز به تشکیل راهبردهای عملیاتی دارند تا به اجرای راه

کارهای رقابتی شرکتی خود کمک کنند. اولویت های رقابتی تولید، راه هایی هستند که از طریق آنها یک سازمان می تواند فرصت های رقابت در بازار را انتخاب کند. عملکرد عملیاتی می تواند به عنوان "خروجی یا نتیجه به دست آمده از طریق قابلیت های عملیاتی منحصر به فرد" تعریف شود [۳۲]. عملکرد عملیاتی را می توان به عنوان عملکرد عملیاتی داخلی در نظر گرفت [۳۳]. هم چنین عملکرد عملیاتی را به عنوان بهبود در پاسخ سازمان به محیط رقابتی تغییر یافته می دانند [۳۴]. عملکرد عملیاتی معمولاً به صورت مجموعه ای از ابعاد مختلف ظهور می کند که بازتاب عملیات داخلی یک سازمان از لحاظ عناصر محصول، کیفیت فرآیند، کارایی و بهره وری است. در برخی از مطالعات، عملکرد عملیاتی از طریق بهره وری، کارایی و کارآمدی عملیات داخلی اندازه گیری شده است [۳۵].

#### ۶-۱- پیشینه تجربی

در بررسی "تأثیر اجرای مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی (نمونه پژوهش: شرکت شیر پگاه)" نتیجه گرفتند که هم مؤلفه کلی مدیریت دانش (فرهنگ، سرمایه فکری، فرآیندها، راهبرد مدیریت دانش) سهم معناداری در تبیین عملکرد سازمانی داشته اند و از بین این مؤلفه ها، راهبرد مدیریت دانش، بالاترین ضریب رگرسیونی را به دست آورده است [۶ و ۷]. در بررسی "تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان با تأکید بر نقش میانجی یادگیری سازمانی نتیجه گرفتند که مدیریت دانش با مدنظر قرار دادن یادگیری سازمانی به عنوان متغیر میانجی بر عملکرد نوآورانه تأثیری مثبت و مستقیم داشته است. هم چنین زیرفرایندهای مدیریت دانش اعم از خلق، ذخیره سازی، تسهیم و به کارگیری دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان تأثیر مثبت داشته است [۸]. در بررسی "تأثیر مدیریت دانش در ادارات مالیاتی استان خوزستان" نتیجه گرفتند که مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی اثر مثبت و معناداری داشته است [۳۶]. در بررسی "ارزیابی

اشتراک اطلاعات در شرکت‌های تولیدی و جهت‌گیری نوآوری در تأثیر توانایی مدیریت بر عملکرد عملیاتی" نتیجه گرفتند که نوآوری و اشتراک اطلاعات موجب بهبود عملکرد عملیاتی و مزیت رقابتی شده است [۳۷]. در بررسی "مدیریت دانش و عملکرد تجاری: آیا نوآوری مهم است؟" نتیجه گرفتند که نوآوری رابطه مدیریت دانش و عملکرد سازمانی شرکت‌های خرد و کلان به شکلی کامل توسط نوآوری میانجی‌گری شده است [۳۸]. باس و همکاران (۲۰۱۵) در بررسی "تأثیرات متفاوت اعمال نوآوری سازمانی بر تداوم نوآوری فناوری" نتیجه گرفتند که نوآوری در بسته‌بندی محصول به طور قابل توجهی تحت تأثیر مدیریت دانش قرار داشته است و نوآوری در فرآیند با سازمان محل کار ارتباط داشته است [۳۹]. در بررسی "نقش رهبری دانش‌گرا در شیوه‌های مدیریت دانش و نوآوری" با استفاده از نمونه‌ای از شرکت‌های فناوری اسپانیا، نتیجه گرفتند که مدیریت دانش به طور قابل توجهی نقش رهبری دانش را بر نوآوری متمرکز کرده است [۴۰]. در بررسی "قابلیت اطمینان مدیریت دانش و تأثیر آن بر عملکرد سازمانی" با استفاده از نمونه‌ای از ۲۵۴ سازمان، در آمریکای شمالی نتیجه گرفتند که، مدیریت دانش تأثیر قابل توجهی بر اندازه‌گیری عملکرد سازمانی (مالی، فرآیند و داخلی) داشته است. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته به نظر می‌آید پژوهش‌های کمتری به شکل توأمان متغیرهای پژوهش حاضر را بررسی نموده است، لذا این پژوهش با سپردن متغیرها به بوته تحقیق، این خلا تحقیقاتی را بررسی نموده است.

## ۲- مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر بر حسب هدف از نوع تحقیقات توسعه‌ای است. همچنین این پژوهش بر حسب دستاورد یا نتیجه تحقیق از نوع کاربردی و به لحاظ راهبرد تحقیق مورد استفاده پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق، شامل مدیران و کارشناسان شرکت‌های شهرک صنعتی شهر فراهان بوده است. تعداد اعضای جامعه

آماري بالغ بر ۳۰۰ نفر بوده است. در این تحقیق با توجه به محدود بودن جامعه مورد بررسی، اقدام به نمونه‌گیری نشده و پرسشنامه بین تمامی اعضا توزیع شده است که در نهایت تعداد ۲۲۹ پرسشنامه توسط پاسخ‌دهنده‌ها کامل شده است. برای جمع‌آوری و سنجش عملکرد عملیاتی، نوآوری فرایند تولید و فرایندهای مدیریت دانش از پرسشنامه پژوهش [۴۱] استفاده شده است و هم‌چنین جهت سنجش بسته‌بندی محصول از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شده است. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، ابتدا ۳۰ نفر از جامعه آماری انتخاب شده است و پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار گرفته است و سپس از روش آلفای کرونباخ جهت تعیین پایایی پرسشنامه استفاده گردیده است. مقدار آلفای کرونباخ برای متغیر فرایندهای مدیریت دانش (۰/۸۸۰)، نوآوری در بسته‌بندی محصول (۰/۷۸۱)، نوآوری فرایند (۰/۸۱۵) و عملکرد عملیاتی (۰/۷۶۷) به دست آمده است. با توجه به مقادیر به دست آمده می‌توان گفت پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار بوده است. جهت سنجش روایی پرسشنامه از نقطه نظرات کتبی و شفاهی اساتید متخصص در موضوع تحقیق استفاده شده است. در همین راستا به منظور ارزیابی میزان هماهنگی محتوای ابزار اندازه‌گیری از روش کمی ارزیابی روایی محتوایی استفاده شده است. در این پژوهش، تعداد متخصصان ۱۰ نفر از متخصصان دانشگاهی بوده است که نظر آن‌ها درباره تک تک سؤالات پرسشنامه شده است. بر مبنای جدول تصمیم‌گیری سی وی آر (CVR)، حداقل مقدار روایی قابل قبول برای کانون ۱۰ نفره متخصصان ۰/۶۲ می‌باشد. با توجه به اینکه در این پژوهش میزان سی وی آر کل ۰/۶۸ به دست آمده است، لذا مقدار آن بزرگ‌تر از مقدار روایی قابل قبول بوده است. بنابراین اعتبار روایی ابزار گردآوری اطلاعات تأیید گردیده است. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق از

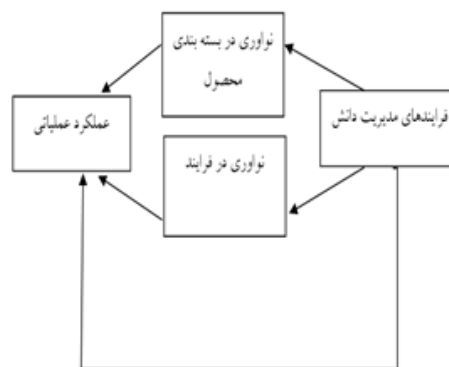
روش معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم افزار لیزرل استفاده شده است (نمودار ۱).

### ۳- نتایج

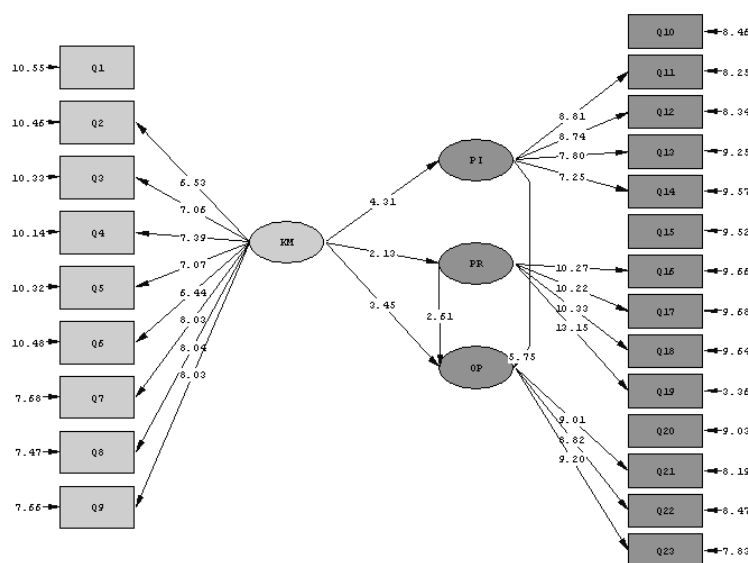
بر اساس یافته‌های آمار توصیفی، نتایج نشان داد که بیشترین تحصیلات مربوط به کارکنانی است که دارای سطح تحصیلات لیسانس (۶۸/۶ درصد) با بازه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال (۴۵/۰ درصد) و سوابق خدمتی بین ۱۰ تا ۱۵ سال (۳۳/۶ درصد) می‌باشد. در بخش دوم آزمون فرضیه‌های پژوهش حاضر با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری صورت گرفته است. معادلات ساختاری روش آماری مناسبی است که بر پایه فرضیه‌هایی درباره وجود روابط علی بین متغیرها می‌باشد. نمودار (۲) ضرایب  $t$  را برای مدل اندازه‌گیری (ضرایب  $t$  برای سؤالات و متغیرهای مربوط به آن‌ها) و مدل ساختاری (ضرایب  $t$  برای مسیرهای مطرح شده در مدل در بین متغیرها) نشان می‌دهد. از این مدل برای بررسی معنی‌داری ارتباط بین متغیرهای مکنون مطرح شده در مدل استفاده می‌شود. در صورتی که ضریب  $t$  محاسبه شده در سطح خطای ۰/۰۵ درصد در بازه بی‌معنی (۱/۹۶+ و ۱/۹۶-) قرار نداشته باشد می‌توان نتیجه گرفت که ارتباط معنی‌داری بین دو متغیر مکنون مورد بررسی وجود دارد.

#### فرضیات پژوهش:

- فرضیه اول:** فرایندهای مدیریت دانش بر نوآوری در فرایند تولید و نوآوری در بسته‌بندی محصول تأثیر دارد.
- فرضیه دوم:** فرایندهای مدیریت دانش با میانجی‌گری نوآوری در فرایند تولید و نوآوری در بسته‌بندی محصول بر عملکرد عملیاتی تأثیر دارد.
- فرضیه سوم:** نوآوری در بسته‌بندی محصول بر عملکرد عملیاتی تأثیر دارد.
- فرضیه چهارم:** نوآوری در فرایند تولید بر عملکرد عملیاتی تأثیر دارد.

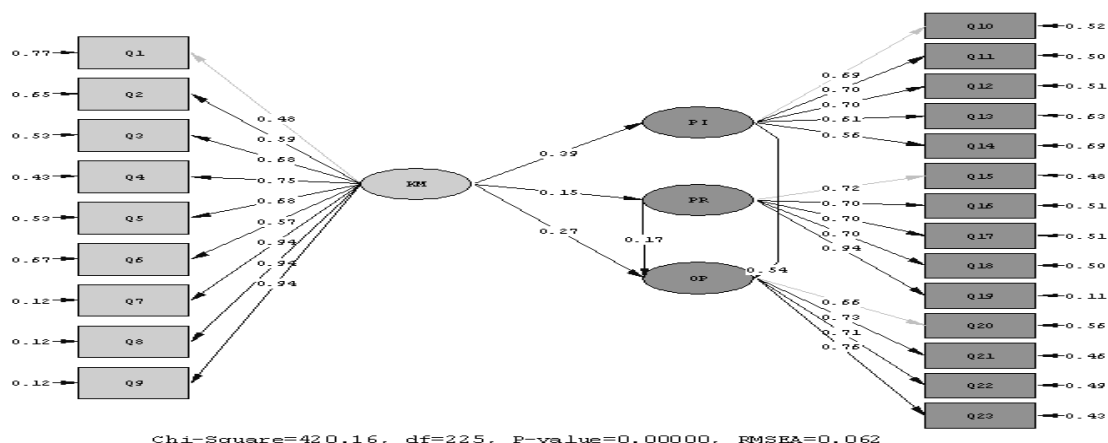


نمودار ۱- مدل مفهومی تحقیق [۴۱]



Chi-Square=420.16, df=225, P-value=0.00000, RMSEA=0.062

نمودار ۲- آماره  $t$  برای مدل تحقیق



نمودار ۳- ضرایب استاندارد برای مدل تحقیق

جدول ۱- نتایج مربوط به فرضیه اول

مسیر فرضیه	فرایندهای مدیریت دانش ← نوآوری در بسته بندی محصول
نوع متغیر در مدل	مکتون برونزا (مستقل) ← مکتون درونزا (وابسته)
آماره t	۴/۳۱
ضریب استاندارد گاما	۰/۳۹

به منظور بررسی این موضوع که آیا فرایندهای مدیریت دانش بر نوآوری بسته بندی محصول تأثیر دارد یا نه؟ باید در این مرحله به ضریب t استناد شود بر این اساس در این فرضیه مقدار t برابر با (۴/۳۱) به دست آمده که در سطح خطای (۰/۰۵) در بازه بی معنی (۱/۹۶، -۱/۹۶) قرار ندارد و مشخص می شود که فرایندهای مدیریت دانش بر نوآوری در بسته بندی محصول تأثیر دارد. برای بررسی نوع تأثیر به ضریب استاندارد مدل استناد می شود که بر این اساس با توجه به اینکه ضریب به دست آمده برابر با (۰/۳۹) و مثبت بوده نشان می دهد که فرایندهای مدیریت دانش تأثیر مثبتی بر نوآوری در بسته بندی محصول داشته و از آنجا که نتیجه به دست آمده با ادعای محقق منطبق می باشد، این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته است. از دیدگاه نظری این نتایج نشان داده که فرایندهای مدیریت دانش جهت افزایش محصولات و بسته بندی های جدید و نوآورانه محصولات در جهت افزایش توانایی

از سوی دیگر (نمودار ۳) ضرایب استاندارد را برای مدل اندازه گیری (ضرایب استاندارد برای سؤالات و متغیرهای مربوط به آنها) و مدل ساختاری (ضرایب مسیر برای مسیرهای مطرح شده در مدل را بین متغیرها) نشان می دهد. مسیر ترسیم شده از متغیرهای برونزا به سمت متغیرهای درونزای مدل با ضریب مسیر گاما و مسیر بین تمامی متغیرهای درونزا با ضریب مسیر بتا معرفی و نام گذاری شده است که بر این اساس، پنج مسیر ترسیم شده است که سه مسیر از نوع گاما و دو مسیر از نوع بتا می باشد.

### ۱-۳- آزمون فرضیه ها

#### ۱-۱-۳- فرضیه اول

ادعای محقق: فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر نوآوری در بسته بندی محصول می باشند (جدول ۱).

#### فرض آماری:

فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر نوآوری در بسته بندی محصول نمی باشد:  $H_0$   
 فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر نوآوری در بسته بندی محصول می باشد:  $H_1$

تحقیق [۲۳، ۴۲، ۴۴ و ۴۵]. مطابقت دارد. مدیریت دانش، نقش مهمی در تعیین زمان مورد نیاز محصول برای دستیابی به بازار هدف و به روز رسانی فرایندهای داخلی دارد. دانش به دست آمده توسط هر یک از کارکنان یا اعضای گروه‌ها، به طور مؤثری تعداد اشتباهات را کاهش می‌دهد و تصمیم‌گیری سریع‌تر را موجب می‌شود و به این ترتیب، منجر به بهبود نوآوری فرایند خواهد شد.

### ۳-۱-۳- فرضیه سوم

**ادعای محقق:** فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی می‌باشند (جدول ۳).

#### فرض آماری:

فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی

نمی‌باشد:  $H_0$

فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی

می‌باشد:  $H_1$

### جدول ۳- نتایج مربوط به فرضیه سوم

مسیر فرضیه	نوع متغیر در مدل	آماره t	ضریب استاندارد	گاما
فرایندهای مدیریت دانش ← عملکرد عملیاتی	مکنون برونزا (مستقل) ← مکنون درونزا (وابسته)	۳/۴۵	۰/۲۷	

در این فرضیه مقدار  $t$  برابر با (۳/۴۵) به دست آمده که در سطح خطای (۰/۰۵) در بازه بی‌معنی (۱/۹۶، -۱/۹۶) قرار ندارد و مشخص می‌شود که فرایندهای مدیریت دانش بر نوآوری در فرایند تولید تأثیر دارد. برای بررسی نوع تأثیر به ضریب استاندارد مدل استناد می‌شود که بر این اساس با توجه به اینکه ضریب به دست آمده برابر با (۰/۱۷) و مثبت بوده نشان می‌دهد که فرایندهای مدیریت دانش تأثیر مثبتی بر عملکرد عملیاتی داشته و از آنجایی که نتیجه به دست آمده با ادعای محقق منطبق می‌باشد. این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج حاصل از تحقیق [۸، ۴۶ و ۴۷]، مطابقت دارد. نتایج

شرکت‌های تولیدی برای رقابت در بازارهای جدید و متفاوت مؤثر است. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج حاصل از تحقیقات [۴۲ و ۴۳] مطابقت دارد. یافته‌ها حاکی از آن است که در زمینه شرکت‌های تولیدی، به کارگیری فرایندهای مدیریت دانش، از عوامل ضروری برای ارتقاء نوآوری در بسته‌بندی محصول هستند.

### ۳-۱-۲- فرضیه دوم

**ادعای محقق:** فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر نوآوری در فرایند تولید می‌باشند (جدول ۲).

#### فرض آماری:

فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر نوآوری در

فرایند تولید نمی‌باشد:  $H_0$

فرایندهای مدیریت دانش دارای تأثیر بر نوآوری فرایند

می‌باشد:  $H_1$

### جدول ۲- نتایج مربوط به فرضیه دوم

مسیر فرضیه	نوع متغیر در مدل	آماره t	ضریب استاندارد	گاما
فرایندهای مدیریت دانش ← نوآوری فرایند	مکنون برونزا (مستقل) ← مکنون درونزا (وابسته)	۲/۱۳	۰/۱۵	

در این فرضیه مقدار  $t$  برابر با (۲/۱۳) به دست آمده که در سطح خطای (۰/۰۵) در بازه بی‌معنی (۱/۹۶، -۱/۹۶) قرار ندارد و مشخص می‌شود که فرایندهای مدیریت دانش بر نوآوری در فرایند تولید تأثیر دارد. برای بررسی نوع تأثیر به ضریب استاندارد مدل استناد می‌شود که بر این اساس با توجه به اینکه ضریب به دست آمده برابر با (۰/۱۵) و مثبت بوده نشان می‌دهد که فرایندهای مدیریت دانش تأثیر مثبتی بر نوآوری در فرایند تولید داشته و از آنجا که نتیجه به دست آمده با ادعای محقق منطبق می‌باشد. این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته است. این نتایج ادعاهای قبلی مبنی بر نقش مؤثر مدیریت دانش جهت بهبود فرایندها، کاهش هزینه‌های تولید، بهبود کیفیت محصولات و ایجاد مزیت رقابتی را تأیید می‌کند. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج حاصل از



بر نقش اساسی مدیریت دانش برای افزایش عملکرد عملیاتی از طریق کاربرد مؤثر دانش و افزایش توانایی سازمان برای مدیریت منابع مختلف دانش تأکید دارد. هنگامی که یک شرکت کسب، تسهیم و اعمال دانش را به طور مؤثر انجام دهد، می تواند از منابع خود به روش بهتر با بالاتری برخوردار شود که باعث بهبود عملکرد عملیاتی می شود.

### ۳-۱-۴- فرضیه چهارم

**ادعای محقق:** نوآوری در بسته بندی محصول دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی می باشد (جدول ۴).

#### فرض آماری:

نوآوری در بسته بندی محصول دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی نمی باشد:  $H_0$

نوآوری در بسته بندی محصول دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی می باشد:  $H_1$

#### جدول ۴- نتایج مربوط به فرضیه چهارم

مسیر فرضیه	نوآوری در بسته بندی محصول ← عملکرد عملیاتی
نوع متغیر در مدل	مکنون درونزا (وابسته) ← مکنون درونزا (وابسته)
آماره t	۵/۷۵
ضریب استاندارد	۰/۵۴
بتا	

محصولات و خدمات را با شکلی جدید بسته بندی نمایند که در گذشته مشابه آن توسط شرکت و رقبا ارائه نشده باشد، نوآوری در بسته بندی محصولات اتفاق افتاده است. بنابراین اگر مدیران و مسئولین شرکت ها خواهان نوآوری در بسته بندی محصولات هستند باید شرایطی را ایجاد نمایند که کارکنان بتوانند با تکیه بر خلاقیت ها شیوه های نوین در بسته بندی را خلق نمایند.

### ۳-۱-۵- فرضیه پنجم

**ادعای محقق:** نوآوری در فرایند تولید دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی می باشد (جدول ۵).

#### فرض آماری:

نوآوری در فرایند تولید دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی نمی باشد:  $H_0$

نوآوری در فرایند تولید دارای تأثیر بر عملکرد عملیاتی می باشد:  $H_1$

#### جدول ۵- نتایج مربوط به فرضیه پنجم

مسیر فرضیه	نوآوری فرایند ← عملکرد عملیاتی
نوع متغیر در مدل	مکنون درونزا (وابسته) ← مکنون درونزا (وابسته)
آماره t	۲/۶۱
ضریب استاندارد بتا	۰/۱۷

در این فرضیه مقدار t برابر با (۲/۶۱) به دست آمده که در سطح خطای (۰/۰۵) در بازه بی معنی (۱/۹۶، -۱/۹۶) قرار ندارد و مشخص می شود که نوآوری در فرایند تولید بر عملکرد عملیاتی تأثیر دارد. برای بررسی نوع تأثیر به ضریب استاندارد مدل استناد می شود که بر این اساس با توجه به اینکه ضریب به دست آمده برابر با (۰/۱۷) و مثبت بوده است نشان می دهد که نوآوری در فرایند تولید تأثیر مثبتی بر عملکرد عملیاتی داشته و از آنجایی که نتیجه به دست آمده با ادعای محقق منطبق می باشد، این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته است. این یافته، بیانگر این نکته است که، انتظار می رود، استفاده از روش های تولید نوین و روش هایی که منجر به راندمان و بهره وری بالاتر می شود،

در این فرضیه مقدار t برابر با (۵/۷۵) به دست آمده که در سطح خطای (۰/۰۵) در بازه بی معنی (۱/۹۶، -۱/۹۶) قرار ندارد و مشخص می شود که نوآوری در بسته بندی محصول بر عملکرد عملیاتی تأثیر دارد. برای بررسی نوع تأثیر به ضریب استاندارد مدل استناد می شود که بر این اساس با توجه به اینکه ضریب به دست آمده برابر با (۰/۵۴) و مثبت بوده نشان می دهد که نوآوری در بسته بندی محصول تأثیر مثبتی بر عملکرد عملیاتی داشته و از آنجا که نتیجه به دست آمده با ادعای محقق منطبق می باشد، این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته است. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج حاصل از [۴۸]، مطابقت دارد. زمانی که شرکت ها بتوانند

هر چهار مسیر (مستقیم با میانجی، مستقیم بدون میانجی، مسیر مستقل به میانجی و مسیر میانجی به وابسته) معنادار می‌باشد. بر این اساس، مشخص می‌شود که فرایندهای مدیریت دانش از طریق نوآوری در بسته‌بندی محصول و فرایند تولید بر عملکرد عملیاتی تأثیر معناداری داشته و این فرضیه تایید شده است. زمانی نوآوری ایجاد خواهد شد که هم امکانات و تجهیزات در اختیار باشند و هم اینکه مدیران و سرپرستان از خلاقیت و نوآوری کارکنان حمایت و استقبال به عمل آورند. قابلیت‌های مدیریت دانش تأثیر مثبتی بر بهبود محصول، نوآوری کارکنان و نوآوری شرکت دارد. دانش ایجاد شده انتقال داده شده و به اشتراک گذاشته می‌شود و در شرکت‌ها منبع اصلی برای نوآوری است و نوآوری به عنوان یک مکانیزم مهم برای رقابت بیشتر و زنده ماندن در دنیای کسب و کار جهانی محسوب می‌شود. سازمان‌ها با مدیریت دانش از طریق ایجاد ایده‌های جدید و بهره‌برداری از سرمایه فکری سازمان از نوآوری‌ها بهره‌مند می‌شوند. به طور خاص، کسب دانش به افراد فرصت می‌دهد تا توانایی‌های خود را برای توسعه دانش جدید و تبدیل دانش موجود به دانش جدید به دست بیاورند. دانش جدید به دست آمده فرصتی برای ایجاد محیط نوآورانه و تفکر و در نتیجه ارتقاء نوآوری فراهم می‌کند. بدین ترتیب، نوآوری در بسته‌بندی محصول و فرایند ابزاری را در جهت حفظ و بهبود کیفیت فراهم می‌کند تا از یک سو از طریق اتخاذ روش‌های جدید

فرایندهای داخلی و عملکرد عملیاتی تولید را بهبود دهد. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج حاصل از تحقیق [۹، ۴۸ و ۴۹]، مطابقت دارد. زمانی که شرکت‌ها و سازمان‌ها فناوری‌های سخت افزاری و نرم افزاری پیشرفته‌ای را برای کارکنان فراهم می‌سازند، موجب می‌شود که کارکنان مهارت و تخصص‌ها را بهتر عملیاتی کنند، به عبارتی، زمانی که کمبودی از بابت فناوری وجود نداشته باشد، کارکنان می‌توانند فرایند تولید را در زمان مناسب و طبق برنامه‌ریزی‌ها پیش ببرند و در نهایت محصولات را به موقع تحویل دهند تا از طرفی با پایبندی به تعهدات، تصویر ذهنی مثبت از شرکت در نظر مشتریان ایجاد کنند و از طرف دیگر، شرکت‌ها جهت بهبود عملکرد عملیاتی خود از نوآوری‌های فرایند جهت کسب مزیت رقابتی استفاده کنند.

### ۳-۱-۶- فرضیه ششم

**ادعای محقق:** فرایندهای مدیریت دانش از طریق نوآوری در بسته‌بندی محصول و فرایند تولید بر عملکرد عملیاتی تأثیرگذار می‌باشد (جدول ۶).

### فرض آماری:

فرایندهای مدیریت دانش از طریق نوآوری در بسته‌بندی محصول و فرایند تولید بر عملکرد عملیاتی تأثیرگذار نمی‌باشد:  $H_0$

فرایندهای مدیریت دانش از طریق نوآوری محصول و

فرایند بر عملکرد عملیاتی تأثیرگذار می‌باشد:  $H_1$

همانطور که نتایج (جدول ۲) نشان می‌دهد با توجه به اینکه

جدول ۶- نتایج مربوط به فرضیه ششم

نتیجه	آماره T برای مسیرهای مدل				متغیر وابسته	متغیر میانجی	متغیر مستقل
	مسیر مستقیم با میانجی	مسیر میانجی به وابسته	مسیر مستقل به میانجی	مسیر مستقیم بدون میانجی			
تایید نقش میانجی	۳/۴۵	۵/۷۵	۴/۳۱	۵/۰۴	عملکرد عملیاتی	نوآوری در بسته‌بندی محصول	فرایندهای مدیریت دانش
تایید نقش میانجی	۳/۴۵	۲/۶۱	۲/۱۳	۵/۰۴	عملکرد عملیاتی	نوآوری فرایند تولید	فرایندهای مدیریت دانش

و بهبود یافته تولید، توزیع و تحویل کالا یا خدمت مطابق با نیازهای مشتریان و از سوی دیگر، با شیوه‌های نوین در بسته‌بندی و ارائه محصولات، بتواند کارایی و اثربخشی را افزایش دهد تا در نهایت منجر به بهبود عملکرد عملیاتی (تولید، توزیع و تحویل سریع کالا یا خدمات) نسبت به گذشته گردد.

#### ۴- نتیجه گیری

یافته‌ها نشان داده است که مدیریت دانش، تأثیر مثبت و قابل توجهی بر نوآوری در بسته بندی محصول و نوآوری در فرایند تولید داشته است، بنابراین به شرکت‌های تولید کننده که با توجه به یک راهبرد رقابتی مبتنی بر نوآوری فعالیت می‌کنند، توصیه می‌شود فرایندهای مدیریت دانش را به عنوان یک عامل کلیدی نوآوری در نظر گرفته و بر آن متمرکز شوند. شرکت‌هایی که قصد دارند عملکرد عملیاتی خود را بهبود بخشند باید بر نوآوری در فرایند و بسته‌بندی محصولات تمرکز کنند، زیرا نوآوری در فرایند و محصول به بهبود کیفیت، و پاسخ‌گویی بهتر و به روزتر کمک می‌کنند. با داشتن یک برنامه صحیح در فرایندهای مدیریت دانش، شرکت‌های تولیدی انبوهی از دانش و اطلاعات ارزشمند را از منابع داخلی و خارجی به دست می‌آورند، سازماندهی دانش و اطلاعات، ایجاد ارزش افزوده و مزیت رقابتی برای شرکت‌ها را به همراه دارند. می‌توان اذعان کرد که مزایای بالقوه فرایندهای مدیریت دانش بر عملکرد عملیاتی از طریق نوآوری در فرایند و بسته‌بندی محصولات فعال می‌شوند. در نهایت نوآوری‌ها با ایجاد شایستگی‌های بارز در شرکت‌ها تقلید از شایستگی‌ها را برای رقبا دشوار نموده و به مزیت رقابتی پایدار شرکت‌ها کمک می‌کنند.

با توجه به نتایج پژوهش به مدیران شرکت‌ها پیشنهاد می‌شود، ضمن استفاده از رویکرد سیستماتیک جهت جمع‌آوری پیشنهادات و ایده‌های کارکنان همراه با روش‌های انعطاف‌پذیر برای به اشتراک‌گذاری و اعمال دانش جدید، با مدیریت مستقیم و تقویت فرایندهای مدیریت دانش در میان تمام اعضا و لایه‌های شرکت، جهت پشتیبانی و سرعت

بخشیدن به سطوح نوآوری در راستای افزایش سطح عملکرد عملیاتی شرکت‌های خود کوشا باشند.

#### ۵- منابع

- محمد اسماعیل ص؛ سید وکیلی ر. (۱۳۹۷). «تأثیر فراموشی سازمانی بر استقرار مدیریت دانش». مطالعات مدیریت (تحول). ۸۹: ۳۹-۷۱.
- فیض د؛ زارعی ع؛ محسن زاده ی. (۱۳۹۷). «بررسی رابطه مدیریت دانش و شکل‌گیری تفکر استراتژیک با تبیین نقش میانجی سرمایه فکری در شرکت‌های دانش بنیان». پژوهش‌های مدیریت راهبردی. ۷۰: ۱۵-۴۳.
- رستگار ع؛ مقصودی ط. (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر رهبری تحول آفرین بر نوآوری سازمانی با میانجی‌گری تسهیم دانش». مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). ۸۰: ۱۵۷-۱۸۲.
- منافی شرف آباد ق. (۱۳۹۷). تأثیر اقدامات مدیریت دانش بر اثربخشی عملکرد پروژه در سازمانهای پروژه محور. نخبگان علوم سیاسی. ۲: ۲۱۱-۲۲۲.
- زارعی، د، وظیفه دوست، ح، رضا میرابی، و. (۱۳۹۶). «شناسایی و مطالعه عوامل مؤثر بر خلاقیت در طراحی بسته‌بندی و فروش محصولات غذایی». فصلنامه علمی علوم و فنون بسته بندی ۸(۳۲): ۳۸-۴۹.
- رشید علی پور ز؛ انصاری م؛ سیدجوادی ز. (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر اجرای مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی (نمونه پژوهش: شرکت شیرپگاه)». فصلنامه مدیریت راهبردی دانش سازمانی ۲(۷)، ۱۱۳-۱۵۱.
- حاجی زاده پ؛ سرداری ا. (۱۳۹۷). «تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان با تأکید بر نقش میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: هولدینگ تولید محصولات پتروشیمی قائد بصیر)». فصلنامه

- Analysis”, Annals of Information Systems, Department of Business Administration, University of Oviedo, Oviedo, Spain.
16. de Zubielqui, G. C., Lindsay, N., Lindsay, W., & Jones, J. (2019). **“Knowledge quality, innovation and firm performance: A study of knowledge transfer in SMEs”**, Small Business Economics, 53(1), 145–164.
17. Wang, L., Li, S., You, Z. (2020), **“The Journal of High Technology Management Research The effects of knowledge transfer on innovation capability: A moderated mediation model of absorptive capability and network reliance”**, The Journal of High Technology Management Research 31(1):1-13.
18. Martínez F. J., Díaz-García C., & González-Moreno A. (2014). **“Environmental orientation as a determinant of innovation performance in Young SMEs”**, International Journal of Environmental Research, 8, 635-642.
19. Darroch, J. and McNaughton, R. (2002), **“Examining the link between knowledge management practices and types of innovation”**, Journal of Intellectual Capital, 3 ( 3), 210-222.
20. Dahiyat, S.E. and Al-Zu’bi, Z.M.F. (2012), **“The role of knowledge acquisition in facilitating customer involvement in product development: examining the mediation effect of absorptive capacity”**, International Journal of Learning and Change, 6( 3/4), 171–206.
21. Pauleen, D. Wu, L. and Dexter, S. (2007), **“Exploring the relationship between national and organizational culture, and knowledge management: Cross-cultural perspectives on knowledge management”**, مدیریت راهبردی دانش سازمانی، ۱(۲)، ۶۳-۹۳.
۸. بیدغی م؛ بهرامی ا؛ تمیمی م؛ اوژن ف. (۱۳۹۵). **«تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی در ادارات مالیاتی استان خوزستان»**. پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری. ۴: ۱۵۹-۱۸۲.
۹. طالع پسند س؛ محمدی حسینی ا. (۱۳۹۵). **«آزمون مدل ساختاری فرهنگ سازمانی و فرایند مدیریت دانش با عملکرد سازمانی: نقش میانجی نوآوری سازمانی»**. فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی. ۹: ۱۰۱-۱۱۲.
۱۰. مهرانی، ه، صادقی، م. (۱۳۹۶). **«بررسی تأثیر عناصر تصویری بسته بندی با تصویر ذهنی نشان تجاری در مشتریان یکی از شرکت های فرآورده های لبنی شهر گرگان»**. فصلنامه علمی علوم و فنون بسته بندی. ۸(۳۲): ۱۸-۳۷.
11. Dahiyat, S.E. (2015), **“An integrated model of knowledge acquisition and innovation: examining the mediation effects of knowledge integration and knowledge application”**, International Journal of Learning and Change, 8( 2), 101–135.
12. Liu, P. Chen, W. and Tsai, C. (2004), **“An empirical study on the correlation between knowledge management capability and competitiveness in Taiwan’s industries”**, Technovation, 24(12), 971-7.
13. Tseng, S. and Lee, P. (2014), **“The effect of knowledge management capability and dynamic capability on organizational performance”**, Journal of Enterprise Information Management, 27 (2), 158-179.
14. Lee, Y. and Lee, S. (2007), **“Capability, processes, and performance of knowledge management: A structural approach”**, Human Factors and Ergonomics in Manufacturing, 17(1), 21- 41.
15. Pérez-López, S. Peón, J. and Vázquez-Ordás, C. (2012), **“Information Technology as an Enabler of Knowledge Management: An Empirical**

30. Polder, M. Leeuwen, G. Mohnen, P. and Raymond, W. (2010), **“Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects”**, UNU-MERIT, Maastricht Economic and Social Research and Training Centre on Innovation and Technology, pp.1-46.
31. Gunday, G. Ulusoy, G. Kilic, K. and Alpkan, L. (2011), **“Effects of innovation types on firm performance”**, *Int. J. Production Economics*, 133 (9), 662-676.
32. Tan, K. Kannan, V. and Narasimhan, R. (2007), **“The impact of operations capability on firm performance”**, *International Journal of Production Research*, 45(21), 5135-5156.
33. Manikas, I. and Terry, L. (2010), **“A case study assessment of the operational performance of a multiple fresh produce distribution centre in the UK”**, *British Food Journal*, 112(6), 653 – 667.
34. Flynn, B. Huo, B. and Zhao, X. (2010), **“The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach”**, *Journal of Operations Management*, 28(1), 58–71.
35. Ketokivi, M. and Schroeder, R. (2003), **“Manufacturing practices, strategic fit and performance a routine-based view”**, *International Journal of Operations and Production Management*, 24(2), 171-191.
36. Celtekliligil, K. & Adiguzel, Z. (2019), **“Evaluation of Data Sharing in Production Firms and Innovation Orientation in The Effect of Management Capability on Operational Performance”**, *Procedia Computer Science*. 158, 781-789.
37. Byukusenge, E.; Munene, J. C. (2017). **“Knowledge** Libraries Unlimited, Westport, CT.
22. Kör, B. and Maden, C. (2013), **“The Relationship between Knowledge Management and Innovation in Turkish Service and High-Tech Firms”**, *International Journal of Business and Social Science*, 4(4), 293-304.
23. Slavković, M. and Babić, V. (2013), **“Knowledge management, Innovativeness, and Organizational Performance: Evidence from Serbia”**, *Economic Annals*, 58(199), 85-107.
24. López-Nicolás, C. and L. Meroñ-Cerdán, Á. (2011), **“Strategic knowledge management, innovation and performance”**, *International Journal of Information Management*, 31(6), 502- 509.
25. Abdallah, A. and Phan, C. A. (2007), **“The relationship between just-in-time production and human resource management, and their impact on competitive performance”**, *Yokohama Business Review*, 28 (2), 27-57.
26. Hassan, M. Shaukat, S. Nawaz, M. and Naz, S. (2013), **“Effects of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan’s Manufacturing Sector”**, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7(2), 243 – 262.
27. Damanpour, F. (1991), **“Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators”**, *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
28. Tidd, J. and Bessant, J. (2011), **“Managing Innovation, Integrating Technological”**, *Market and Organizational Change*, 4th ed., Wiley, Chichester.
29. Chang, Y. Linton, J. and Chen, M. (2012), **“Service regime: an empirical analysis of innovation patterns in service firms”**, *Technological Forecasting and Social Change*, 79(10), 1569-1582.

- technology firms”, Industrial Management and Data Systems, 113(4), 523 – 540.
45. Mafabi, S. Munene, J. and Ntayi, J. (2012), “**Knowledge management and organizational resilience**”, Journal of Strategy and Management, 5(1), 57 – 80.
46. Chang, T. and Chuang, S. (2011), “**Performance implications of knowledge management processes: Examining the roles of infrastructure capability and business strategy**”, Expert Systems with Applications, 38( 5), 6170-6178.
47. Anderson, K. (2009), “**Organizational capabilities as predictors of effective knowledge management: An empirical examination**”, Unpublished doctoral dissertation, Southeastern University, US.
48. Abdallah A. B., Phan A. C., & Matsui Y. (2016). “**Investigating the effects of managerial and technological innovations on operational performance and customer satisfaction of manufacturing companies**”, International Journal of Business Innovation and Research, 3 ,153-183.
49. Kafetzopoulos, D. and Psomas, E. (2015), “**The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies**”, Journal of Manufacturing Technology Management, 26(1), 104 – 130.
- management and business performance: Does innovation matter? ”, Cogent Business & Management , 4, 1368434.
38. Bas, C. Mothe, C. and Nguyen-Thi, T. (2015), “**The differentiated impacts of organizational innovation practices on technological innovation persistence**”, European Journal of Innovation Management, (18(1), 110 – 127.
39. Donate M. J., & de Pablo J. D. S. (2015). “**The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation**”, Journal of Business Research, 68, 360-370.
40. Mazdeh, M. and Hesamamiri, R. (2014), “**Knowledge management reliability and its impact on organizational performance**”, Program: electronic library and information systems, 48(2), 102 – 126.
41. Al-Sa’di A. F., Abdallah A. B., & Dahiyat S. E. (2017). “**The mediating role of product and process innovations on the relationship between knowledge management and operational performance in manufacturing companies in Jordan**”, Business Process Management Journal, 23, 349-376.
42. Le Bas ., C. Mothe, C ., Nguyen-Thi , T U. (2015). “**The differentiated impacts of organizational innovation practices on technological innovation persistence**”, European Journal of Innovation Management, 18, 110-127.
43. Chen, C. and Huang, J. (2009), “**Strategic human resource Performance The mediating role of knowledge management capacity**”, Journal of Business Research, 62(1), 104-114.
44. Ruiz-Jiménez, J. and Fuentes-Fuentes, N. (2013), “**Knowledge combination, innovation, organizational performance in**

آدرس نویسنده :

قم- مؤسسه آموزش عالی طلوع مهر- قم-  
ایران