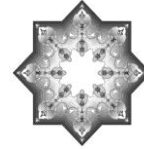


بررسی رابطه مدیریت دانش و شکل‌گیری تفکر استراتژیک با تبیین نقش میانجی سرمایه فکری در شرکت‌های دانش‌بنیان



داود فیض^۱
عظیم زارعی^۲
یگانه محسن زاده^۳

صفحات ۱۵ تا ۴۴
دریافت: ۹۶/۰۹/۰۷
پذیرش: ۹۷/۰۱/۲۹

چکیده

امروزه دانش نقش راهبردی در سازمان‌ها ایفا می‌کند؛ لذا شناسایی، کسب و مدیریت دانش به یک مزیت رقابتی برای سازمان‌ها مبدل شده است. از طرفی، در محیطی که ویژگی آن پیچیدگی و تغییرات مستمر است، تفکر استراتژیک به‌عنوان هسته مرکزی خلق مزیت رقابتی محسوب می‌شود. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه مدیریت دانش و شکل‌گیری تفکر استراتژیک با میانجی‌گری سرمایه فکری است. جامعه آماری این پژوهش کلیه مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک فناوری پردیس می‌باشد و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۷۳ نفر در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر پرسشنامه استاندارد بوده که برای پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. تحقیق حاضر بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی و همچنین بر اساس چگونگی به‌دست آوردن داده‌های مورد نیاز، از نوع تحقیقات توصیفی و همبستگی می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه از مدل معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتایج به‌دست آمده از پژوهش بیانگر این است که بین مدیریت دانش و شکل‌گیری تفکر استراتژیک رابطه معناداری برقرار است. بدین معنا که مدیریت دانش در شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک فناوری پردیس منجر به شکل‌گیری تفکر استراتژیک می‌شود. نتایج تحقیق همچنین نشان می‌دهد که سرمایه فکری در رابطه میان مدیریت دانش و تفکر استراتژیک نقش میانجی دارد.

واژگان کلیدی: تفکر استراتژیک، مدیریت دانش، سرمایه فکری، شرکت‌های دانش‌بنیان.

Feiz1353@semnan.ac.ir
A_zarei@semnan.ac.ir
Ya.mohsennejad@yahoo.com

۱. دانشیار مدیریت علوم اداری، دانشکده اقتصاد، دانشگاه سمنان؛
۲. دانشیار مدیریت علوم اداری، دانشکده اقتصاد، دانشگاه سمنان؛
۳. کارشناسی ارشد مدیریت MBA گرایش استراتژی، دانشگاه سمنان؛

مقدمه

عصر حاضر، عصر تحولات و تغییرات شگرف در فناوری‌هاست. عصری که ساختار فکری آن آکنده از عمق بخشیدن به اطلاعات و توجه به مشارکت نیروی انسانی خلاق و دانش‌گرا به‌جای نیروی انسانی عملکردی است (پاسبانی، ۱۳۹۴). از این‌رو، مدیریت هوشیار بر آن است تا هر چه بیشتر و بهتر در جهت استفاده از ابزاری به نام دانش برای رویارویی و مقابله با عوامل عدم اطمینان، حفظ موقعیت و ایجاد خلاقیت و نوآوری جهت گسترش عرصه رقابتی خود برآید (Mao & et al, 2016). این امر مستلزم این است که سازمان با ارج نهادن به مدیریت دانش و توسعه سرمایه‌های فکری، آن را به‌عنوان یک نیاز راهبردی و ضروری جهت پیشگامی در عرصه رقابت‌پذیری، در زمره برنامه‌های اولویت‌دار خود قرار دهد (جمشیدی، ۱۳۹۱).

مدیریت دانش به‌عنوان ابزار کلیدی مدیریت قرن جدید در سازمان‌ها، به‌عنوان فراهم‌کننده زمینه بازخوانی، ایجاد، پرورش، تسهیم و تبادل، ارتقاء سازماندهی، نگهداری و انتشار دانش در سطح سازمان، به‌ویژه در سطح بخش‌ها خواهد توانست سبب شکل‌گیری رویکردی جدید شود (Schiuma, 2012). با ورود به اقتصاد دانشی، دانش در مقایسه با سایر عوامل تولید مانند زمین و سرمایه و ماشین‌آلات و غیره از ارجحیت بیشتری برخوردار شده است، به‌طوری که در این اقتصاد، دانش به‌عنوان مهمترین عامل تولید محسوب می‌شود و از آن به‌عنوان مهمترین مزیت رقابتی سازمان‌ها یاد می‌شود. در این اقتصاد دانشی، موفقیت سازمان‌ها به توانایی مدیریت این دارایی‌های نامشهود بستگی دارد (داداشی خاص و بابائی نیولوئی، ۱۳۹۳). از طرفی، سرمایه فکری عامل اصلی ایجاد ارزش در شرکت‌ها می‌باشد و شرکت‌ها در حال حرکت به سمت خلق ارزش از طریق سرمایه فکری موجود در سازمان می‌باشند؛ در واقع دیدگاه گذشته مدیران در مورد ایجاد ارزش شرکت توسط دارایی‌های فیزیکی تغییر پیدا کرده است (Madinis, 2011).

از سوی دیگر، شرایط محیطی امروز، پیش‌بینی و برآورد دقیق آینده را بسیار دشوار ساخته است. در این شرایط مکاتب کلاسیک استراتژی که بر مبنای پیش‌بینی روند آینده استوار هستند اثربخشی خود را از دست می‌دهند (Benito-Ostolaza & Sanchis-Llopis, 2014). در چنین شرایطی نیاز به ارائه راه‌حل‌های بهتر و استفاده از ابزارهای قدرتمندتر از برنامه‌ریزی استراتژیک، خودنمایی می‌کند چرا که مدیران با تفکر استراتژیک با فهم و درک بهتر از برنامه استراتژیک، عملکرد مؤثرتری خواهند داشت و می‌توان گفت تفکر استراتژیک به‌عنوان مکملی برای برنامه‌ریزی استراتژیک، رویکرد مناسب سازمان شمرده می‌شود و می‌تواند در جهت مقابله

سیستماتیک با معضلات، درک فرصت‌ها، تخصیص بهینه منابع کمیاب و دستیابی به نتایج مورد نظر کمک نماید (Linhares, 2014). لذا تفکر افراد در مقابل مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد. این نوع از تفکر، که تفکر استراتژیک نام گرفته است نقش بسیار مهمی را در استمرار، بقا و پیشرفت در محیط متغیر و پویای امروزی بازی می‌نماید (Goldman & Scott, 2016). تفکر استراتژیک رویکردی مناسب برای خلق استراتژی در محیط کسب و کار امروز است. این رویکرد در شرایط رقابتی شدید، جایی که رفتار بازار غیرقابل پیش‌بینی است یک مزیت بی‌جایگزین به شمار می‌آید (Goldman & et al, 2015).

بنابراین، سرمایه فکری که از منابع نامشهود سازمان تلقی می‌شود (Yassen & et al, 2016)، با کمک مدیریت دانش می‌تواند بر شکل‌گیری و پیاده‌سازی تفکر استراتژیک، در سازمان‌ها اثرگذار باشد (Bashouri & Duncan, 2014; Marr & et al, 2003). از سویی دیگر پویایی محیط و تغییرات پرشتاب بازار، ایجاد تفکر استراتژیک را از اولویت‌های سازمان‌های امروزی کرده است. از جمله سازمان‌هایی که بیشتر به چنین بستری نیاز دارند، سازمان‌های نوآور و دانش‌بنیان هستند. چنین سازمان‌هایی در صورت برخورداری از مدیریت دانش کارآمد می‌توانند با به کارگیری سرمایه‌های فکری زمینه را برای ایجاد تفکر استراتژیک در تمامی سطوح سازمان فراهم نمایند. پارک فن‌آوری پردیس^۱ مجموعه‌ای است که تعدادی از این شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور زیر نظر دولت، کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند تا با استفاده بهینه از امکانات موجود در جهت رشد هر چه بیشتر گام بردارند. در نتیجه هدف از این پژوهش مطالعه و بررسی رابطه مدیریت دانش و تفکر استراتژیک با تبیین نقش میانجی سرمایه فکری در شرکت‌های ثبت شده و فعال در پارک فناوری پردیس می‌باشد.

۱. ادبیات تحقیق

۱-۱. ادبیات تجربی

مشبکی و خزاعی در سال ۱۳۸۷ پژوهشی با عنوان طراحی مدل عناصر تفکر استراتژیک در سازمان‌های ایرانی انجام دادند. در این مدل عناصر تفکر استراتژیک، در چهار سطح و براساس میزان وابستگی و همچنین قدرت پیش‌برندگی آن‌ها در ارتباط با سایر عوامل، دسته‌بندی شده‌اند. مدل ارائه شده، مبنایی جهت ارزیابی ظرفیت تفکر استراتژیک در سازمان‌های ایرانی فراهم نموده و

همچنین از طریق سطح‌بندی عواملی می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی در خصوص اولویت‌بندی اقدامات بهبود و آموزش‌های سازمانی بسیار راه‌گشا بوده و منجر به اثربخشی بیشتر سرمایه‌گذاری‌های ملموس و غیرملموس سازمان‌ها گردد. تقی‌زاده و همکارانش در سال ۱۳۸۹ پژوهشی را با عنوان بررسی میزان به‌کارگیری فرآیند مدیریت دانش در یک سازمان خدماتی انجام دادند. نتایج بررسی نشان می‌دهد که در سازمان موردبررسی، میزان به‌کارگیری پنج مرحله اصلی (ابعاد فرآیند) مدیریت دانش در حد متوسطی می‌باشد. همچنین بین وضع موجود و مطلوب پنج مرحله اصلی مدیریت دانش در سازمان موردبررسی فاصله قابل توجهی وجود دارد. عسکری ماسوله (۱۳۹۰) تحقیقی با عنوان بررسی نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری بر کسب مزیت رقابتی در شرکت سایپا را انجام داد. نتایج حاصل از به‌کارگیری آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون، بیانگر تاثیر مثبت و معنادار مدیریت دانش، سرمایه فکری و ابعاد آن‌ها بر کسب مزیت رقابتی بود. در ادامه با بکارگیری آزمون فریدمن، ابعاد دو متغیر اصلی پژوهش رتبه‌بندی شدند که در میان ابعاد مدیریت دانش، تسهیم و انتقال دانش به همراه کسب دانش و ذخیره دانش، به عنوان مهمترین زیرمعیارها انتخاب و در میان اجزای سرمایه فکری نیز سرمایه رابطه‌ای و سرمایه انسانی از قوت بیشتری نسبت به سایر متغیرها برخوردار بودند. در انتها نیز به‌کارگیری آزمون میانگین نشان داد که در میان کلیه متغیرهای تحقیق، تنها یادگیری سازمانی در سطح مطلوبی قرار ندارد. سیه پوش (۱۳۹۳) پژوهشی را با عنوان بررسی ارتباط میان تفکر استراتژیک با مدیریت دانش کاربردی در وزارت امور اقتصادی و دارایی انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که سطح کلی مدیریت دانش و تفکر استراتژیک در وزارت دارایی و امور اقتصادی کمتر از حد متوسط است. همچنین ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که میان تمام فرآیندهای مدیریت دانش و تفکر استراتژیک رابطه معناداری وجود دارد و رگرسیون گام به گام هم نشان داد که از میان همه متغیرها، سه متغیر انتقال دانش، به‌کارگیری دانش و ذخیره‌سازی دانش رابطه مهمتری با تفکر استراتژیک دارند و متغیر کسب و خلق دانش در مقایسه با دیگر متغیرها اثر چندانی ندارد. محمدپور و همکارانش (۱۳۹۲) در تحقیقی عنوان بررسی رابطه بین فرآیند مدیریت دانش و ظرفیت تفکر استراتژیک در شرکت گاز استان مازندران به این نتیجه دست یافتند که بین فرآیند مدیریت دانش و ظرفیت تفکر استراتژیک در شرکت گاز ارتباط معناداری وجود دارد. با توجه به همبستگی پیرسون بین دو متغیر فرآیند مدیریت دانش و ظرفیت تفکر استراتژیک که برابر با $0/4102$ با سطح خطاپذیری کمتر از $0/05$ است، بنابراین همبستگی بین دو متغیر فوق، مثبت و معنی‌دار می‌باشد. کیاکجوری (۱۳۹۳)

پژوهشی را با نام بررسی رابطه مدیریت دانش و تفکر استراتژیک کارکنان در اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران انجام داد. یافته‌های پژوهش نشان داد که رابطه معنی‌داری بین مدیریت دانش و مؤلفه‌های آن (کسب، خلق، ثبت، انتقال و کاربرد دانش) با تفکر استراتژیک کارکنان اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران وجود دارد. داداشی خاص و بابائی نیلویی (۱۳۹۳) در پژوهشی پیرامون تأثیر مدیریت سرمایه فکری بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران در شرکت‌های شهرک صنعتی به این نتیجه دست یافتند که اجزای مدیریت سرمایه فکری با ابعاد تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران رابطه معنی‌داری داشته و بر آن‌ها تأثیرگذار هستند. نتایج نشان داد در اکثر شرکت‌ها، سرمایه فکری در سطح مناسبی بوده، ولی به موضوع و روش استفاده از این سرمایه‌های فکری به‌منظور تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری مدیران توجه کمتری شده است. بنابراین شکاف توجه کمتر به سرمایه‌های فکری می‌تواند با کاربرد چارچوب‌های نوین سرمایه فکری در سایر واحدهای صنعتی نیز برای اتخاذ خط‌مشی‌های مناسب رفع و تعالی‌شان را منجر گردد.

بون^۱ (۲۰۰۱) در مقاله خود تحت عنوان توسعه تفکر استراتژیک همانند یک شایستگی محوری، با ارائه مدلی، تفکر استراتژیک را در دو سطح فردی و سازمانی، اما وابسته به هم، مورد بحث قرار داده است. از دید او، سازمان‌ها اگر بتوانند تفکر استراتژیک را در این دو سطح مستقر کنند، یک شایستگی محوری برایشان ایجاد می‌شود که خود مبنایی برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار است. تفکر استراتژیک، در یک سطح فردی دارای سه عنصر مهم است که شامل درک کلی سازمان و محیط آن، خلاقیت و چشم‌انداز از آینده سازمان و تفکر استراتژیک در سطح سازمانی، می‌باشد و زمینه‌ای را فراهم می‌کند که در آن تفکر استراتژیک فردی (که شامل ترویج گفتگوی استراتژیک و استفاده از ابتکار کارکنان می‌باشد) بتواند اتفاق بیفتد. طبق نظر پابلوس^۲ (۲۰۰۴) سرمایه فکری همان منابع دانش محوری است که برای سازمان ارزش تولید می‌کنند ولی در صورت‌های مالی وارد نمی‌شوند. چن^۳ و همکاران (۲۰۰۵) به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه فکری به عنوان دارایی استراتژیکی مهمی برای مزیت‌های رقابتی پایدار شرکت شناخته شده است. سوروار^۴ و همکاران (۲۰۰۶) معتقد است مدیریت سرمایه فکری به سازمان اجازه خواهد داد که توانایی‌ها و شایستگی‌هایش را به‌منظور بهره‌برداری از آن‌ها طی زمان، شناسایی، حفظ و بازسازی

-
1. Boon
 2. Pablos
 3. Chen
 4. Sudarsanam

کند. توکلی و لاونتون^۱ (۲۰۰۵) در پژوهشی با عنوان تفکر استراتژیک و مدیریت دانش به این نتیجه دست یافتند که تفکر استراتژیک می‌تواند به صورت معناداری بر مدیریت دانش تأثیرگذار باشد. اولانر^۲ و همکاران در سال ۲۰۰۷ در تحقیقی با عنوان رابطه بین مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد بنگاه‌ها، در شرکت‌های زیرمجموعه انجمن معادن، فلزات و استخراج در هلند که به صورت گزارشی از سوی وزارت امور اقتصادی هلند در سال ۲۰۰۷ منتشر شده به بررسی رابطه بین عناصر فوق پرداخته‌اند. این تحقیق در بین ۴۰۰ بنگاه کوچک (جمعیت کمتر از ۱۰۰ نفر) انجام شده است که کلیه فرضیات این تحقیق تأیید شد و رابطه مثبت بین کسب دانش و رشد فروش را نشان داد و بر اهمیت جذب و ایجاد دانش جهت موفقیت تلاش‌های نوآورانه در بنگاه‌های کوچک تأیید شد. میخائیل^۳ و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهش خود تحت عنوان «مدیریت دانش و عملکرد سازمانی یک تحلیل اکتشافی»، ارتباط بین شاخص‌های مدیریت دانش و خروجی‌های عملکرد را بررسی کردند. با جستجو در ادبیات موضوع، ۱۲ شاخص برای مدیریت دانش تعیین شد. نتیجه تحقیق نشان داد که بین شاخص‌های مدیریت دانش و عملکرد سازمانی رابطه مستقیم و معنی‌دار وجود دارد. همچنین عملکرد سازمانی با عملکرد مالی رابطه مستقیم و معنادار دارد. بنابراین عملکرد سازمانی به عنوان یک متغیر میانجی در ارتباط بین شاخص‌های مدیریت دانش و عملکرد مالی، عمل می‌کند. قربانی^۴ و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی که با عنوان بررسی رابطه بین مدیریت سرمایه فکری و نوآوری سازمانی در میان ۱۵۵ نفر از کارکنان بانک ملی ایران انجام دادند، به این نتیجه دست یافتند که بین سرمایه فکری و نوآوری سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که سرمایه فکری به‌طور غیرمستقیم بر عوامل شخصی و شغلی تأثیر می‌گذارد. بولیسانی و اسکارسو^۵ (۲۰۱۵) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که برنامه‌ریزی مدیریت دانش می‌تواند به‌عنوان رویکرد نوینی در افزایش بهره‌وری سازمان‌ها محسوب گردد.

-
1. Tavakoli & Lawton
 2. Uhlaner
 3. Michael
 4. Ghorbani
 5. Bolisani & Scarso

۲-۱. ادبیات نظری

۱-۲-۱. مدیریت دانش و راهبردهای آن

امروزه مدیریت دانش به‌عنوان ابزاری مهم که دانایی موجود را گردآوری می‌کند و نظم و پویایی می‌بخشد و در کل سازمان اشاعه می‌دهد، اهمیت یافته است (Borjigen, 2015). تعاریف بسیاری از مدیریت دانش در مقالات مختلف وجود دارد که در ادامه به چند مورد از آن‌ها پرداخته شده است:

- بون‌فور^۱ (۲۰۰۳)، مدیریت دانش را به‌عنوان مجموعه‌ای از رویه‌ها، زیرساخت‌ها و ابزارهای فنی و مدیریتی می‌داند که در جهت خلق، تسهیم و به‌کارگیری اطلاعات و دانش در درون و بیرون سازمان‌ها طراحی شده‌اند.
- مدیریت دانش فرآیند کشف، کسب، توسعه و ایجاد، تسهیم، نگهداری، ارزیابی و به‌کارگیری دانش مناسب در زمان مناسب توسط فرد مناسب در سازمان است که از طریق ایجاد پیوند بین منابع انسانی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و ایجاد ساختاری مناسب برای دستیابی به اهداف سازمانی صورت می‌پذیرد (زاهدی و نجاری، ۱۳۸۵).
- گلویت و ترزیوسکی^۲ (۲۰۰۴)، مدیریت دانش را اینگونه تعریف می‌کنند: رسمیت دسترسی به تجربه، دانش و تخصص که قابلیت‌ها و توانایی‌های جدیدی را ایجاد می‌کند، نوآوری را تشویق کرده و ارزش مشتری را افزایش می‌دهد.
- هرسل و جونز^۳ (۲۰۰۵)، مدیریت دانش را اینگونه تعریف می‌کند: رویکردی یکپارچه و نظام‌مند در جهت تشخیص، مدیریت و تسهیم کلیه دارایی‌های فکری شامل پایگاه‌های داده، مستندات، رویه‌ها و سیاست‌ها و تجارب موجود در ذهن افراد است.
- مدیریت دانش چیزی نیست جز مدیریت سرمایه دانشی یک سازمان از ابتدا تا انتهای دوره حیات آن؛ به تعبیر واضح‌تر مدیریت دانش شامل دانش آفرینی، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش و کاربرد دانش است (Lawson, 2003). بنابراین انعطاف‌پذیری و واکنش سریع در برابر شرایط متغیر محیطی، استفاده بهتر از منابع انسانی و دانش موجود در نزد آن‌ها و همچنین اتخاذ تصمیمات بهتر، از دستاوردهای مدیریت دانش

1. Bounfour

2. Gloet & Terziovski

3. Herschel & Jones

برای سازمان‌های امروزی است (میرفخرالدینی و همکاران، ۱۳۸۹). اجزای مدیریت دانش عبارتند از:

۱. دانش‌آفرینی: خلق و توسعه دانش از طرق مختلف، از راهکارهای ایجاد دانش در سازمان است. خرید دانش، توسعه مراکز تحقیق و توسعه در سازمان، ارتباط موثر با مراکز تحقیقاتی در خارج سازمان، تجزیه و تحلیل مداوم فعالیت سازمان‌های رقیب و خرید سازمان‌های دانش‌مدار دیگر در جهت کسب دانش آن‌ها، فعالیت‌هایی است که در جهت خلق و دانش‌آفرینی صورت می‌گیرد (Pandey & Dutta, 2013).
۲. جذب دانش: جمع‌آوری دانش، نخستین گام در ایجاد و بهره‌گیری از مدیریت دانش است که طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها را شامل خرید دانش در بازارهای دانش، جذب افرادی که دارای دانش مورد نیاز سازمان هستند، توسعه دانش از طریق گفتگوهای علمی کارکنان با یکدیگر و بسیاری فعالیت‌های مرتبط با جمع‌آوری دانش را شامل می‌شود (Freeze & Kulkarni, 2007).
۳. سازماندهی دانش: رمزگذاری دانش سازمان که عبارت است از قرار دادن دانش سازمانی، در قالب‌هایی که به وسیله آن قالب‌ها دسترسی کلیه اشخاص نیازمند به دانش، محقق گردد؛ یکی از روش‌های سازماندهی اطلاعات است. رمزگذاری، دانش را در چارچوب-هایی قرار می‌دهد که بهره‌گیری از دانش را عملی و امکان‌پذیر می‌سازد. از آنجا که هدف رمزگذاری گنجاندن دانش در چارچوب‌هایی است که آن را قابل استفاده می‌سازد، سازمان باید موارد استفاده از دانش را بررسی و شناسایی کند. البته دانش و کاربرد آن را نباید محدود تعریف کرد. از سوی دیگر، تشخیص و تعیین کاربرد آن نیز نباید دشوار باشد (Marr & et al, 2003).
۴. ذخیره دانش: با توجه به نظام‌های رایانه‌ای شخصی و شبکه‌های حوزه محلی که این اطلاعات روی آن‌ها ذخیره می‌شود، حجم این اطلاعات می‌تواند بسیار زیاد باشد. نظام‌های مدیریت اسناد به اداره این اطلاعات وسیع کمک می‌کند. به عنوان مثال شرکت هوندا طرح‌های شکست خورده خود را ثبت و ضبط می‌کند زیرا عقیده دارد که ممکن است همان فکرها در آینده موفقیت‌آمیز باشد (Freeze Kulkarni, 2007).
۵. انتشار دانش: یکی از راه‌های انتشار دانش میان کارکنان فراهم آوردن امکاناتی برای گفتگوهای سازنده آن‌ها با یکدیگر در جهت تبادل و توزیع دانش بین ایشان است. از این

نظر، طراحی و اجرای سیستمی که بتواند توزیع منظم و دائمی دانش را میان کارکنان پیگیری کند، از ضروریات است (Singh, 2008).

۶. کاربرد دانش: استفاده مناسب و اثربخش از دانش، در واقع حصول نتیجه از مدیریت دانش است. بدیهی است تا زمانی که زمینه‌های مناسب جهت استفاده از دانش وجود نداشته باشد، نمی‌توان از دانش انتظار اثربخشی و کارایی مناسبی داشت و از مزایای آن بهره‌مند شد (Pandey & Dutta, 2013).

۲-۲-۱. سرمایه فکری

سرمایه فکری شامل آن بخش از کل سرمایه یا دارایی شرکت است که مبتنی بر دانش بوده و شرکت دارنده و مالک آن به شمار می‌آید (Zhou & Fink, 2003). سرمایه فکری در نوآوری، بهره‌وری، رشد و نمو، رقابت‌جویی تجاری و عملکرد اقتصادی از اهمیت اساسی و فزاینده‌ای برخوردار است (چوپانی و همکاران، ۱۳۹۱). ناآگاهی از سرمایه فکری موجب عدم توجه کافی مدیریت به آن خواهد شد و عدم بهره‌برداری کامل از ارزش افزوده قابلیت‌ها را در پی دارد (Meles & et al, 2016). پس می‌توان نتیجه گرفت که موفقیت روزافزون و بهره‌وری سازمان مرهون توجه به دانش و سرمایه فکری است (Zhou & Fink, 2003). صاحب‌نظران حوزه سرمایه فکری، اتفاق نظر دارند که سرمایه فکری از سه عنصر تشکیل شده است که عبارتند از: سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای.

۱. سرمایه انسانی: سرمایه انسانی نشان‌دهنده موجودی دانش افراد یک سازمان است (قلیچ‌لی و مشبکی، ۱۳۸۵). سرمایه انسانی به عنوان دانش ترکیبی، مهارت، تجربه و توانایی یکایک افراد سازمان تعریف می‌شود (Tseng & et al, 2015). این سرمایه متحرک است و به سازمان خاصی تعلق ندارد زیرا کارکنان مالکان سرمایه انسانی محسوب می‌شوند. استوارت سرمایه انسانی را سرچشمه خلاقیت و بصیرت می‌داند. به نظر بونتیس نیز سرمایه انسانی مهم است چون منبع استراتژیک خلاقیت برای سازمان به حساب می‌آید (Ortize, 2009). کارکنان، سرمایه فکری را از طریق شایستگی، نگرش و چالاکی فکری ایجاد می‌کنند. مهمترین عناصر تشکیل دهنده سرمایه انسانی سازمان، مجموعه مهارت‌های نیروی کار، عمق و وسعت تجربه آن‌هاست (Halim, 2010).

۲. سرمایه رابطه‌ای: سرمایه رابطه‌ای، شامل همه روابطی است که بین سازمان با هر فرد یا سازمان دیگری وجود دارد. این افراد و سازمان‌ها می‌توانند شامل مشتریان، واسطه‌ها، کارکنان، تأمین کنندگان، مقامات قانونی، جوامع، اعتباردهندگان، سرمایه‌گذاران و غیره باشند. سرمایه مشتری ارزشی است که مشتریان سازمان برای سازمان قائل‌اند (Tseng & et al, 2015). این ارزش به وسیله ارتباطات بین سازمان و مشتریانش شکل می‌گیرد (Ortize, 2009).
۳. سرمایه ساختاری: شامل همه ذخایر غیرانسانی دانش در سازمان، و دربرگیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی، دستورالعمل‌های اجرایی فرآیندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی و به طور کلی هر آن چیزی است که ارزش آن برای سازمان بالاتر از ارزش مادی‌اش باشد (Kamukama & et al, 2010).

۳-۲-۱. تفکر استراتژیک

تفکر استراتژیک یک «بصیرت و فهم از وضعیت موجود و بهره‌برداری از فرصت‌ها» است. این بصیرت کمک می‌کند تا واقعیت‌های بازار و قواعد آن به درستی و به موقع شناخته شود؛ و برای پاسخگویی به این شرایط راه‌کارهایی بدیع و ارزش‌آفرین خلق شود (Nuntamanop & et al, 2013). تفکر استراتژیک مدیران را به سوی یادگیری سریع از محیط کسب و کار و به کارگیری خلاقیت برای خلق ارزش‌های جدید فرا می‌خواند. این شیوه تفکر، چشم‌اندازهایی متمایز از رقبای هم‌راه دارد. چشم‌اندازهایی که می‌تواند استراتژی‌های نوآورانه و مزیت بخشی را سبب شود (Self & et al, 2015). تفکر استراتژیک فرآیند یافتن راه‌کارهای جایگزین برای رقابت در ایجاد ارزش برای مشتریان می‌باشد. بنابراین می‌توانیم تفکر استراتژیک را به عنوان استراتژی‌های جایگزین یا مدل‌های تجاری که برای مشتریان ارزش ایجاد می‌نمایند تعریف نماییم (Evans & et al, 2009). مولفه‌های به کار گرفته شده برای متغیر تفکر استراتژیک عبارتند از:

۱. تفکر سیستمی: تفکر استراتژیک بر مبنای نگرش سیستمی شکل می‌گیرد. یک متفکر استراتژیک باید یک سیستم کامل از ارزش‌ها را در ذهن خود ایجاد کرده و ارتباط بین اجزای آن را به خوبی درک کند. بهینه‌سازی خروجی سیستم برای مشتری نهایی بدون داشتن چنین درکی غیرممکن است (Liedtka, 1998).
۲. تمرکز بر هدف: منظور از تمرکز بر هدف، تمرکز بر هدف استراتژیک است، که به افراد در داخل یک سازمان اجازه می‌دهد که از نظم دادن و اهرم قرار دادن انرژی‌شان به منظور

تمرکز و مقاومت در برابر حواس‌پرتی، برای هر مدتی که تا رسیدن به یک هدف طول می‌کشد، استفاده کنند (Pagani & Otta, 2013).

۳. فرصت‌جویی هوشمندانه: این ویژگی به مفهوم استقبال از تجارب و موضوعات جدید و اهمیت دادن به کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از آن‌ها به‌عنوان یک اصل مهم است. ماهیت این مفهوم، ایده باز بودن در مقابل تجارب جدیدی است که برای درک فرصت‌های جدید، فرد به صدای ناموزون افراد مخالف در سازمان گوش می‌سپارد و توان درک شرایط مناسب برای تغییر استراتژی را دارا می‌باشد (Steptoe-Warren & et al, 2011).

۴. تفکر در زمان: بر اساس تعریف هامل و پراهالاد^۱ (۱۹۹۴)، استراتژی فقط مربوط به آینده نیست بلکه فضای بین واقعیت حال حاضر و هدف آینده است. درحالی که دیدگاه پیشین استراتژی بر روی برقراری تناسب بین منابع موجود و فرصت‌های حال حاضر تمرکز می‌کند. هدف استراتژیک، یک عدم تناسب حداکثر بین منابع موجود و جاه‌طلبی‌های فراوان ایجاد می‌کند. بنابراین با وصل کردن گذشته به حال و برقراری ارتباط با آینده تفکر استراتژیک، همیشه تفکر در زمان است.

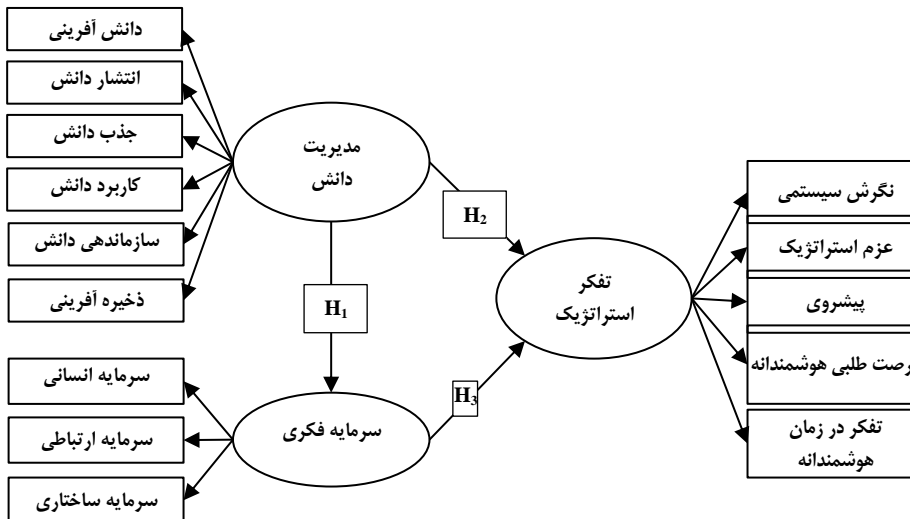
۵. فرضیه‌سازی: جین لیدکا^۲ (۱۹۹۸)، معتقد است که هنوز هم در یک محیط در حال رشد که در آن دسترسی به اطلاعات در حال افزایش است و زمان در دسترس برای فکر کردن در حال کاهش، توانایی توسعه فرضیه‌های خوب و امتحان آن‌ها به صورت مؤثر حیاتی و کلیدی است. توانایی خوب کار کردن با فرضیه‌ها، هسته رقابتی بهترین شرکت‌های مشاوره‌ای استراتژی است.

با توجه به تحقیقات داخلی و خارجی صورت‌گرفته بر روی متغیرهای مورد نظر، مدل مفهومی پژوهش شامل متغیرهای مدیریت دانش، سرمایه فکری و تفکر استراتژیک است که به صورت شکل ۱ ارائه شده است. این شکل تصویر کلی ارتباطات فرضیات مورد بررسی در این تحقیق و روابط بین مدیریت دانش، سرمایه فکری و تفکر استراتژیک را نشان می‌دهد. این چارچوب مفهومی نقش محوری سرمایه فکری به‌عنوان یک مکانیسم گسترش اثربخشی را در نظر می‌گیرد که پیوند بین مدیریت دانش و تفکر استراتژیک را آسان می‌سازد. در این مدل متغیر مدیریت دانش

1. Hamel & Prahalad

2. Liedtka

بر اساس مدل لاوسون^۱ (۲۰۰۳)، متغیر سرمایه فکری بر اساس مدل بونتیس^۲ (۱۹۹۸) و متغیر تفکر استراتژیک بر اساس نظریه لیدکا^۳ (۱۹۹۸) در نظر گرفته شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

بدین ترتیب با طراحی مدل مفهومی، فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تدوین می‌گردند:

- (۱) مدیریت دانش بر سرمایه فکری تاثیر معناداری دارد.
- (۲) مدیریت دانش در شکل‌گیری تفکر استراتژیک تاثیر معناداری دارد.
- (۳) سرمایه فکری در شکل‌گیری تفکر استراتژیک تاثیر معناداری دارد.
- (۴) مدیریت دانش با میان‌جیگری سرمایه فکری، بر شکل‌گیری تفکر استراتژیک تأثیر گذار است.

۲. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی و همچنین بر اساس چگونگی به دست آوردن داده‌های مورد نیاز، از نوع پژوهش‌های توصیفی و همبستگی می‌باشد. جامعه آماری در این تحقیق کلیه مدیران شرکت‌های مستقر در پارک فناوری پردیس تهران است. بر این اساس جامعه

1. Lawson
2. Bontis
3. Liedtka

آماري محدود بوده و كل جامعه آماری ۹۰ نفر هستند. بنابراین طبق فرمول كوكران (سرمد و همكاران، ۱۳۹۴)، حجم نمونه تحقيق ۷۳ نفر تعيين شد.

$$n = \frac{(90) \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(90-1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 73$$

بر طبق این فرمول، حجم نمونه ۷۳ نفر تعیین و سپس برای افزایش دقت نمونه‌گیری، تعداد ۹۰ پرسشنامه توزیع شد. نهایتاً با کنار گذاشتن تعدادی از پرسشنامه‌های غیرقابل تحلیل، تعداد ۸۴ پرسشنامه مناسب تشخیص داده شد. در پژوهش حاضر از یک پرسشنامه استاندارد که تأثیر مدیریت دانش را بر تفکر استراتژیک با در نظر گرفتن نقش میانجی سرمایه فکری می‌سنجد، استفاده شده است. تعداد سئوالات، گویه‌های سنجش و منابع مورد استفاده برای طراحی پرسشنامه، در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. منابع سئوالات پرسشنامه پژوهش

متغیر	شماره سئوالات	مولفه‌ها	منبع	آلفای کرونباخ
مدیریت دانش	۳ و ۱	تولید دانش، تبادل عقاید، کسب دانش	لاسون (۲۰۰۳)	۰/۸۵۰
	۶ و ۴	تحقق ایده‌ها، برنامه عملی، ابراز عقاید	لاسون (۲۰۰۳)	
	۹ و ۷	بررسی منظم دانش، بازخورد به افراد، به کارگیری دانش حاصل از تجارب	لاسون (۲۰۰۳)	
	۱۲ و ۱۱ و ۱۰	پایگاه داده، نشر دانش، بهره‌برداری انحصاری از دانش جدید	لاسون (۲۰۰۳)	
	۱۵ و ۱۴ و ۱۳	دسترسی دانش، گزارش‌های بهنگام، جلسات منظم بحث	لاسون (۲۰۰۳)	
	۱۸ و ۱۷ و ۱۶	به‌کارگیری دانش، استفاده نامناسب دانش، حل مشکلات رقابتی با دانش	لاسون (۲۰۰۳)	
سرمایه فکری	۲۱ و ۲۰ و ۱۹	کار گروهی، آموزش و ارتقا کارکنان، آموختن کارکنان از یکدیگر	بونتیس (۱۹۹۸)	۰/۸۹۶
	۲۴ و ۲۳ و ۲۲	سیستم اطلاعاتی، ترک غیرمنتظره شرکت، سطح عملکرد	بونتیس (۱۹۹۸)	
	۲۷ و ۲۶ و ۲۵	وفاداری مشتریان، ارتباط با مشتریان، ادامه تجارت با مشتریان	بونتیس (۱۹۹۸)	
تفکر استراتژیک	۳۰ و ۲۹ و ۲۸	تحقق ارزش‌ها، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات، تأثیر نظر مراجعین در	جین لیدکا (۱۹۹۸)	۰/۸۲۹

متغیر	شماره سوالات	مولفه‌ها	منبع	آلفای کرونباخ
		تصمیم‌گیری‌ها		
عزم استراتژیک	۳۱ و ۳۲ و ۳۳	توان منابع انسانی در تحقق اهداف، مشخص بودن اهداف و آرمان‌ها، ارجاع مشکلات	جین لیدکا (۱۹۹۸)	
پیشروی بر اساس رویکرد علمی	۳۴ و ۳۵ و ۳۶	امکان فرضیه‌سازی، به‌کارگیری خلاقیت در تصمیم‌گیری، شرایط محیط کار برای آزمودن فرضیه	جین لیدکا (۱۹۹۸)	
فرصت‌طلبی هوشمندانه	۳۷ و ۳۸ و ۳۹	کشف فرصت‌های نو، بحث در جلسات عمومی، بررسی عملکرد سازمان‌های همسو	جین لیدکا (۱۹۹۸)	
تفکر در زمان	۴۰ و ۴۱ و ۴۲	ارتباط بین گذشته، حال و آینده، نقاط قوت فعلی و عملکرد گذشته، تدوین اهداف بر اساس فرصت‌های گذشته	جین لیدکا (۱۹۹۸)	

طبق جدول ۱، متغیر مدیریت دانش دارای ۶ مولفه است که برای هر کدام ۳ گویه طراحی شده و این متغیر جمعاً دارای ۱۸ سوال می‌باشد. سرمایه فکری دارای ۳ مولفه است که برای هر یک ۳ گویه طراحی شده و این متغیر جمعاً دارای ۹ سوال می‌باشد. متغیر تفکر استراتژیک دارای ۵ مولفه است که برای هر کدام ۳ گویه طراحی شده و این متغیر در کل ۱۵ سوال دارد. به این ترتیب کل پرسشنامه شامل ۴۲ سوال می‌باشد. اعتبار محتوای پرسشنامه این پژوهش، توسط اساتید راهنما و مشاور و چند نفر از افراد متخصص مورد تأیید قرار گرفت. از این رو ابزار سنجش، از روایی محتوا برخوردار است. همچنین، در این پژوهش برای تعیین پایایی پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است که در جدول ۱ آورده شده است.

۳. تحلیل تجربی

به طور کلی دو رویکرد برای برآورد پارامترهای یک SEM وجود دارد، رویکرد مبتنی بر کواریانس^۱ (CBSEM) و رویکرد مبتنی بر واریانس^۲ (PLS-SEM). برای کاربرد صحیح CBSEM و PLS-SEM محققان باید اهدافی را که برای هر رویکرد در نظر گرفته شده است، درک کرده و بر اساس آن اهداف، رویکرد مناسب را انتخاب کنند. علاوه بر این، هر دو رویکرد

1. Covariance-Based Structural Equation Modeling (CBSEM)

2. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

باید مسائلی مثل استفاده مناسب و تفسیر سنج‌های انعکاسی و ترکیبی را در نظر داشته باشند. بنابراین لازم است محققان قضاوت مستدلی در مورد اینکه کدام رویکرد بیشتر مناسب است، داشته باشند. هیر و همکاران^۱ (۲۰۱۱) در این مطالعه برای اجتناب از محدودیت‌های رویکرد مبتنی بر کواریانس در خصوص نوع مدل، حجم نمونه و پیچیدگی مدل، چین^۲ (۲۰۱۰) از رویکرد مبتنی بر مولفه (PLS) استفاده شده است. علاوه بر این ماهیت اکتشافی مدل مورد مطالعه نیز منطبق بر خصوصیات PLS است. PLS نسبت به LISREL دارای انعطاف پذیری بیشتری می‌باشد (Lee & et al, 2014). فرض اساسی در مدل PLS این است که سیستم یا فرایند مورد مطالعه حاوی تعدادی متغیرهای مکنون است که این متغیرهای مکنون به‌عنوان میانگین وزنی متغیرهای مشاهده شده تخمین زده می‌شوند. بنابراین PLS را می‌توان به‌عنوان یک جعبه ابزار تحلیلی داده برای مشاهده غیرمستقیم متغیرهای مکنون دید (Wold & et al, 2001). PLS شامل دو مرحله است:

- ارزیابی روایی و پایایی مدل سنجش در مورد ارتباط بین متغیرهای مشاهده شده با متغیر مکنون متناظر.
- ارزیابی مدل ساختاری مربوط به ارتباط بین متغیرهای مکنون با یکدیگر (حاجی‌پور و غلامزاده، ۱۳۸۹).

این فرایند در ابتدای کار خود به ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری می‌پردازد. وقتی که شواهد کافی مبنی بر روایی و پایایی مدل‌های اندازه‌گیری به‌دست آمد، می‌توان به ارزیابی مدل ساختاری (درونی) پرداخت (آذر و همکاران، ۱۳۹۴). توالی این دو مرحله تضمین می‌کند که مقیاس سنجش سازه‌ها معتبر و قابل اطمینان است، قبل از اینکه تلاشی در خصوص نتیجه‌گیری در مورد روابط بین سازه‌ها صورت گیرد (Saenz & et al, 2009).

۱-۳. همبستگی بین متغیرهای پژوهش

در جلد ۲ همبستگی بین متغیرهای پژوهش ارائه شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود بین تمام متغیرهای پژوهش همبستگی مثبت و معنادار در سطح اطمینان ۹۵ درصد وجود دارد. مدیریت دانش و سرمایه فکری بیشترین همبستگی را با یکدیگر دارند.

1. Hair
2. Chin

جدول ۲. همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرهای مکنون	مدیریت دانش	سرمایه فکری	تفکر استراتژیک
مدیریت دانش	-	۰/۶۹۴	۰/۵۹۴
سرمایه فکری	-	-	۰/۵۲۱
تفکر استراتژیک	-	-	-

* در خطای ۰/۰۵ معنادار است.

۳-۲. برازش مدل

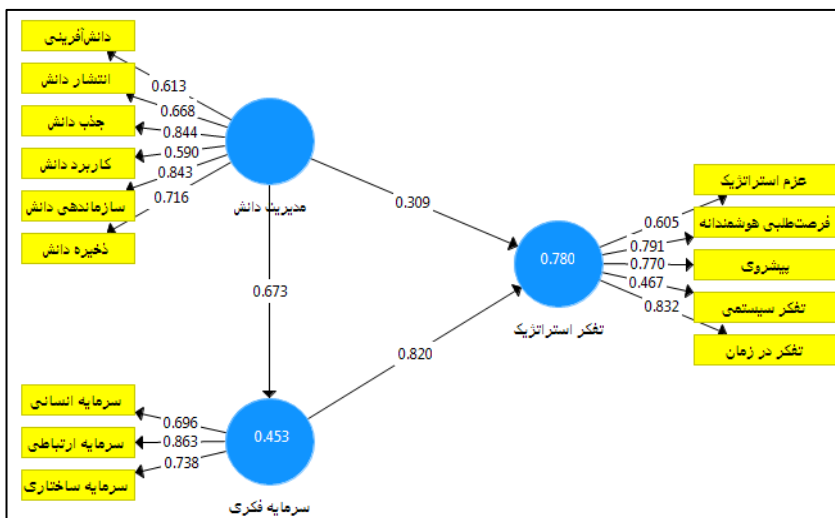
برای ارزیابی مدل ساختاری از ضریب تعیین (R^2) استفاده شده است (Sarstedt & et al, 2014). مقدار R^2 که نشان‌دهنده توانایی مدل در توصیف سازه برای سرمایه فکری و تفکر استراتژیک به ترتیب معادل ۰/۴۵۳ و ۰/۷۸۰ می‌باشد. این نتایج نشان‌دهنده آن است که مدل ارائه شده توانایی قابل قبولی برای شرح سرمایه فکری و تفکر استراتژیک دارد.

جدول ۳. مقدار ضریب تعیین برای متغیرهای مکنون

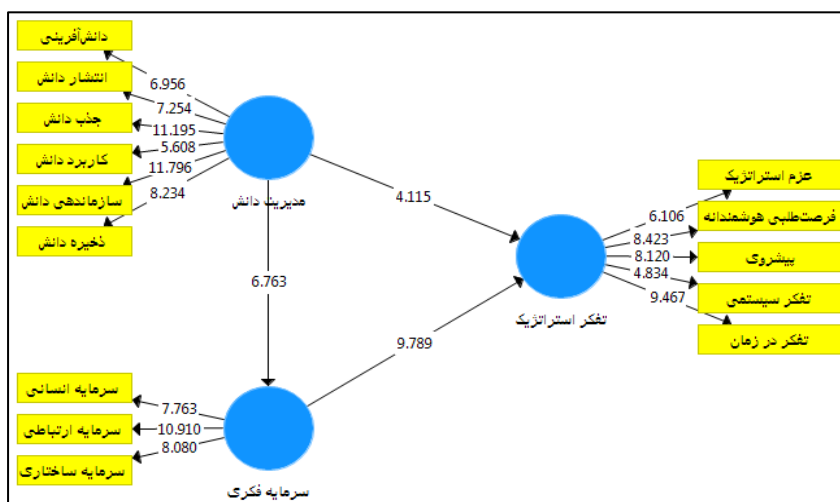
سازه	ضریب تعیین
مدیریت دانش	-
سرمایه فکری	۰/۴۵۳
تفکر استراتژیک	۰/۷۸۰

۳-۳. آزمون فرضیه‌ها و مدل

برای ارزیابی مدل مورد مطالعه از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس^۱ و برای آزمون فرضیات از معناداری ضرایب مسیر استفاده شده است (Rezaie, 2015). برای به‌دست آوردن T آماری نیز از آزمون بوت‌استرپ با ۵۰۰۰ تکرار استفاده شده است. ضرایب مسیر مدل ساختاری را در جدول ۴ می‌توانید ببینید.



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر



شکل ۳. مدل معادلات ساختاری در حالت معناداری ضرایب

جدول ۴ خلاصه نتایج حاصل از تحلیل PLS را برای آزمون مدل ساختاری به‌ویژه ضریب مسیر استاندارد شده (β) و T آماری را نشان می‌دهد.

جدول ۴. نتایج تحلیل مسیر

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	T آماری	سطح معناداری	نتیجه
۱	مدیریت دانش ← سرمایه فکری	۰/۶۷۳	۶/۷۶۳	$P < ۰/۰۰۱$	تأیید
۲	مدیریت دانش ← تفکر استراتژیک	۰/۳۰۹	۴/۱۱۵	$P < ۰/۰۰۱$	تأیید
۳	سرمایه فکری ← تفکر استراتژیک	۰/۸۲۰	۹/۷۸۹	$P < ۰/۰۰۱$	تأیید

ضریب مسیر، نشان‌دهنده اثر مستقیم یک سازه بر روی سازه دیگر است. در آزمون فرضیه-های مورد نظر با استفاده از مدل معادلات ساختاری، ضرایب به دست آمده زمانی معنادار می‌باشند که مقدار آزمون معناداری آن‌ها از عدد $1/96$ بزرگتر باشد (دهقانی سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ اجلی و اصغری‌زاده، ۱۳۹۴). نتایج تحلیل نشان‌دهنده تأیید همه فرضیات است. ضریب معناداری میان مدیریت دانش و سرمایه فکری برابر با $6/763$ می‌باشد. بنابراین مدیریت دانش، تأثیر معناداری روی سرمایه فکری دارد. بدین ترتیب فرضیه اول پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. ضریب معناداری اثر مستقیم میان مدیریت دانش و تفکر استراتژیک برابر با $4/115$ می‌باشد. بنابراین مدیریت دانش، تأثیر معناداری روی تفکر استراتژیک دارد. بدین ترتیب فرضیه دوم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. ضریب معناداری میان سرمایه فکری و تفکر استراتژیک برابر با $9/789$ می‌باشد. بنابراین سرمایه فکری، تأثیر معناداری روی تفکر استراتژیک دارد. بدین ترتیب فرضیه سوم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. در جدول ۵ اطلاعات بیشتری شامل، اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل روابط نشان داده شده در فرضیات ارائه شده است.

جدول ۵. اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل روابط بین متغیرها

فرضیه	روابط بین متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل
۴	مدیریت دانش ← تفکر استراتژیک	۴/۱۱۵	۶۶/۲۰۳	۷۰/۳۱۸
		۰/۳۰۹	۰/۵۵۱	۰/۸۶

همان‌طور که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود، ضریب معناداری اثر غیرمستقیم میان مدیریت دانش و تفکر استراتژیک برابر با $66/203$ می‌باشد. بنابراین مدیریت دانش از طریق متغیر میانجی سرمایه فکری تأثیر معناداری روی تفکر استراتژیک دارد.

۴. نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف مطالعه و بررسی رابطه مدیریت دانش و شکل‌گیری تفکر استراتژیک با میانجی‌گری سرمایه فکری انجام شد. در راستای دست‌یابی به این هدف، پس از طراحی پرسشنامه،

ضریب همبستگی بین متغیرها نیز تعیین شد که نشان داد متغیرهای تحقیق دارای رابطه معناداری با یکدیگر هستند. به منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. با توجه به مقادیر به دست آمده برای ضریب مسیر و آماره t فرضیه اول در سطح اطمینان ۹۹ درصد تایید شده و این نتیجه حاصل شد که مدیریت دانش بر سرمایه فکری تاثیر معناداری دارد. با توجه به این واقعیت که دانش به عنوان منبع اصلی توسعه سرمایه فکری در نظر گرفته می‌شود، حفظ و توسعه دانش سازمانی و مقابله با کمبود آن، به عنوان ضرورتی برای استقرار سامانه‌ای به منظور اجرای فرآیندهای مدیریتی مرتبط با دانش و اطلاعات سازمانی به حساب می‌آید. علاوه بر این موضوع، دانش برای تصمیم‌گیری اثربخش‌تر و کارآمدتر در سازمان، مورد نیاز است. در حال حاضر مدیریت دانش و سرمایه فکری به مهارت‌های اساسی مدیران در شرکت‌های دانش‌بنیان تبدیل شده است. از طرفی در اقتصاد کنونی مزیت رقابتی شرکت‌ها بر پایه دارایی نامشهود و سرمایه فکری است که با برقراری ارتباط مناسب با مشتریان کسب تجربه لازم در این مسیر و با اتکا به دانش و تکنیک‌های سازمانی و مهارت‌های تخصصی محقق می‌گردد. نتایج این فرضیه با نتایج به دست آمده از پژوهش عسکری ماسوله (۱۳۹۰) که به بررسی نقش مدیریت دانش و سرمایه فکری بر کسب مزیت رقابتی در شرکت سایپا پرداخت، و همچنین نظری پور و پرویزی (۱۳۸۹)، نقوی و همکاران (۱۳۹۱)، زرگر (۱۳۹۱) و سلیم و خلیل^۱ (۲۰۱۱)، اسپندر^۲ (۲۰۰۶)، مکسود^۳ و همکاران (۲۰۰۷)، منینگ^۴ (۲۰۱۰)، شیه^۵ و همکاران (۲۰۱۰) و لیو^۶ (۲۰۰۸) هم‌خوانی دارد. این پژوهشگران در پژوهش‌های خود به این نتیجه دست یافتند که بین مدیریت دانش و سرمایه فکری رابطه مثبت معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم و سوم بیان می‌کنند که مدیریت دانش و همچنین سرمایه فکری در شکل‌گیری تفکر استراتژیک تاثیر معناداری دارد. با توجه به مقادیر ضریب مسیر و آماره t هر دو فرضیه تایید شدند. ادبیات موجود در این زمینه نیز نشان می‌دهند که مدیریت دانش بر تفکر استراتژیک تاثیر مثبت می‌گذارد. تفکر استراتژیک در پی یافتن فرصت‌های منحصربه‌فرد و توسعه آنان است تا

-
1. Seleim & Khalil
 2. Spender
 3. Maqsood
 4. Manning
 5. Shih et al
 6. Liew

بدین وسیله ارزش خلق کند. یافتن فرصت‌ها مهم‌ترین کار یک مدیر با تفکر استراتژیک است. شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری پردیس اگر بخواهد در محیط رقابتی امروز توانایی لازم برای مقابله با دیگر حریفان را داشته باشند، بایستی از تمامی منابع داخل و خارج شرکت به بهترین شکل استفاده کنند و یکی از ابزارهای استفاده بهینه از این منابع، نهادینه کردن تفکر استراتژیک در افراد و کل شرکت است. تیوانا (۲۰۰۰) اظهار می‌کند که دانش، استراتژی را هدایت می‌کند و استراتژی نیز هدایت‌کننده دانش می‌باشد، و بدون یک ارتباط روشن بین مدیریت دانش و استراتژی تجاری حتی بهترین سیستم‌های مدیریت دانش جهان نیز بیهوده خواهند بود. به‌علاوه موسسات بایستی اطمینان حاصل کنند که استراتژی دانش و برنامه دانش آن‌ها با اهداف سازمان سازگاری دارد و فن‌آوری‌ها، تکنولوژی‌ها، منابع، قواعد، مهارت‌ها، فرهنگ و سایر عوامل سازمانی اهداف تجاری را پشتیبانی می‌نمایند. یافته‌های به دست آمده از این فرضیات با نتایج تحقیق سیه‌پوش (۱۳۹۳)، محمدی و همکاران (۲۰۱۶)، ربیعی و سیه‌پوش (۲۰۱۵) و گرایلی^۱ و همکاران (۲۰۱۵) هم‌خوانی دارد. این محققان در تحقیقات خود به این نتیجه دست یافتند که بین مدیریت دانش و سرمایه فکری با تفکر استراتژیک ارتباط مثبت معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم چنین مطرح می‌شود: مدیریت دانش با میانجی‌گری سرمایه فکری، بر شکل‌گیری تفکر استراتژیک تاثیرگذار است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد اثر غیرمستقیم بین مدیریت دانش و شکل‌گیری تفکر استراتژیک بیشتر از اثر مستقیم می‌باشد، بنابراین فرضیه تأیید شده و نتیجه می‌گیریم مدیریت دانش با میانجی‌گری سرمایه فکری بر شکل‌گیری تفکر استراتژیک تاثیرگذار است. مدیریت دانش یک نیاز استراتژیک برای شرکت‌های دانش بنیان محسوب می‌شود و از طریق به کارگیری سرمایه فکری و انسانی، مزیت پایدار برای این شرکت‌ها به‌دنبال خواهد داشت. فرآیندهای مدیریت دانش با خلق و ثبت دانش و فراهم آوردن بستر استفاده صحیح و به موقع از دانش سازمانی، قابلیت تفکر سیستماتیک و آینده‌نگارانه را در شرکت‌های دانش‌بنیان تقویت می‌کند که به نوبه خود ارتقاء دهنده تفکر استراتژیک در این شرکت‌ها می‌باشد. در واقع می‌توان چنین بیان داشت که به بهره‌گیری از فرآیند مدیریت دانش، درک سازمان از محیط پیچیده و تحولات آن بالا می‌رود و در نهایت تفکر استراتژیک در شرکت، بهبود و ارتقاء می‌یابد.

پیشنهادات کاربردی:

- با توجه به تأیید فرضیه‌های پژوهش و مشخص شدن نقش مدیریت دانش در شکل‌گیری تفکر استراتژیک، با میانجی‌گری سرمایه فکری، پیشنهاد می‌شود:
 - تمامی شرکت‌ها اعم از دانش‌بنیان و غیره در راستای به‌کارگیری تفکر استراتژیک و پیاده‌سازی سیستم مدیریت دانش، تلاش کرده و رویکرد عملی نسبت به این مباحث داشته باشند.
 - از آنجایی که بر اساس پژوهش حاضر به این نتیجه رسیدیم که مدیریت دانش در شکل‌گیری تفکر استراتژیک در سازمان‌ها، تأثیر دارد، شرکت‌ها می‌توانند با سامان‌دهی دانش خود و مدیریت درست آن، تفکر استراتژیک را بهتر از پیش پیاده کنند. بنابراین یکی از پیشنهادات کاربردی این پژوهش این است که شرکت‌ها، سیستمی برای مدیریت دانش خود به کار بگیرند. این سیستم می‌تواند دانش موجود را شناسایی و دانش جدید را کسب کرده و در یک پایگاه دانش ذخیره‌سازی کند تا در مواقع لازم به کار گرفته شوند.
 - ایجاد فرآیندهایی جهت تسهیم و انتشار اطلاعات و دانش در سطحی وسیع‌تر از طریق کانال‌های ارتباطی و شبکه‌های مجازی؛ رفع موانع فردی، سازمانی و تکنولوژیکی در تسهیم دانش، استفاده از فرآیند چرخش شغلی، توجه بیشتر به اجتماعات کاری و جلسات بحث و مناظره.
 - ثبت دانش از طریق ثبت اتفاقات خاص و تجارب ویژه تا در موارد مشابه سایرین عملکرد موفق‌تری داشته باشند.
 - مکتوب نمودن تجارب کسب‌شده از خطاها و تهیه کتابچه‌ای که در اختیار همه کارکنان قرار بگیرد.
 - فرهنگ و شرایط ذخیره اطلاعات و دانش خاص در سازمان نهادینه شود.
 - در همه مراکز سازمان، پشتیبان اطلاعات تهیه شود و ذخیره اطلاعات ترجیحاً به صورت الکترونیکی در سطح گسترده‌تر و با طبقه‌بندی مناسب انجام شود.
 - تشویق کارکنان با تجربه و با تخصص ویژه به انتقال تجارب خود به سایر کارکنان.
 - تعیین فرد یا افرادی در خصوص ذخیره اطلاعات و بررسی اطلاعات ذخیره‌شده گذشته در دوره‌های زمانی منظم.
 - استفاده از سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای مطمئن در راستای ذخیره و استفاده اطلاعات.

- مدیران ارشد از همه مدیران بخواهند تا مدیریت دانش را در طرح‌های شغلی خود لحاظ نمایند.
- پشتیبانی و حمایت از فرآیند اشتراک‌گذاری دانش، توسط مدیران به صورت مستمر انجام شود.

منابع

۱. اجلی، مهدی، اصغری‌زاده، عزت‌اله (۱۳۹۴). تبیین موانع تولید به هنگام در صنعت گاز با استفاده از رویکرد ترکیبی مدل‌سازی ساختاری تفسیری و تحلیل مسیر. مجله پژوهش‌های مدیریت داهبردی، ۲۲(۶۰)، ۹-۳۵.
۲. آذر، عادل، غلامزاده، رسول، قنوتی، مهدی (۱۳۹۴). مدل‌سازی مسیری-ساختاری در مدیریت. تهران، انتشارات نگاه دانش.
۳. حاجی‌پور، بهمن، غلامزاده، رسول (۱۳۸۹). بررسی تاثیر سبک و مقیاس ورود به بازار بر سودآوری شرکت‌ها در صنایع غذایی و شیمیایی. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ۱۶(۶۳)، ۱۰۳-۸۷.
۴. تقی‌زاده، هوشنگ، سلطانی، غلامرضا، مهدی‌لوی، روح‌اله (۱۳۸۹). بررسی میزان به کارگیری فرآیند مدیریت دانش در یک سازمان خدماتی. مجله فراسوی مدیریت، ۳(۱۲)، ۳۳-۴۸.
۵. پاسبانی، محمد (۱۳۹۴). ارائه مدلی جهت ارتقای خلاقیت و یادگیری سازمانی با استفاده از شاخص‌های کلیدی موفقیت مدیریت دانش در صنایع خودرو و نیرو محرکه. فصلنامه مدیریت بهره‌وری، ۹(۳۵)، ۲۱۲-۱۹۵.
۶. جمشیدی، لاله (۱۳۹۱). جایگاه مدیریت دانش در توسعه نوآوری در موسسات کوچک و متوسط دانش بنیان. نشریه صنعت و دانشگاه، ۱۶، ۸-۱.
۷. چوپانی، حیدر، زارع خلیلی، مجتبی، قاسمی، عقیل، غلامزاده، حجت (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه فکری با نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه توسعه). فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۲(۱)، ۲۷-۵۸.
۸. داداشی‌خاص، اسماعیل، بابائی نیولوثی، فهیمه (۱۳۹۳). پژوهشی پیرامون تأثیر مدیریت سرمایه فکر بر تصمیم‌گیری استراتژیک مدیران در شرکت‌های شهرک صنعتی. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۱۷، ۱۷-۲۶.
۹. دهقانی سلطانی، مهدی، محمدی، اسفندیار، پوراشرف، یاسان‌اله، سایه‌میری، کورش (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر بر ارزیابی نگرش مصرف‌کنندگان از توسعه برند. مجله مدیریت بازرگانی، ۱(۱۵)، ۸۵-۱۰۴.
۱۰. زاهدی، شمس‌السادات، نجاری، رضا (۱۳۸۵). بهره‌وری منابع انسانی و مدیریت دانش. نشریه پیک نور، ۶(۱)، ۱-۱۲.
۱۱. زرگر، طیبه (۱۳۹۱). تأثیر سرمایه فکری و اجتماعی بر مدیریت دانش و نقش آن بر اثربخشی سازمانی در سازمان‌های ورزشی ایران. رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

۱۲. سرمد، زهره، بازرگان، عباس، حجازی، الهه (۱۳۹۴). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران، انتشارات آگاه.
۱۳. سیه‌پوش، سوسن (۱۳۹۳). بررسی ارتباط میان تفکر استراتژیک با مدیریت دانش کاربردی در وزارت امور اقتصادی و دارایی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
۱۴. عسکری ماسوله، سعید (۱۳۹۰). بررسی نقش مدیریت دانش و سرمایه فکری بر کسب مزیت رقابتی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
۱۵. قلیچلی، بهروز، مشبکی، اصغر (۱۳۸۵). نقش سرمایه اجتماعی در ایجاد سرمایه فکری سازمان (مطالعه دو شرکت خودروسازی ایرانی). فصلنامه دانش مدیریت، ۱۹(۷۵)، ۱۴۷-۱۲۵.
۱۶. کیاکجوری، سعید (۱۳۹۳). بررسی رابطه مدیریت دانش و تفکر استراتژیک کارکنان (مطالعه موردی: اداره کل بنادر و دریانوردی استان مازندران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس.
۱۷. محمدپور، زهرا، کرمی، علی، رسولی، مسلم (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین فرآیند مدیریت دانش و ظرفیت تفکر استراتژیک در شرکت گاز استان مازندران. اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت.
۱۸. مشبکی، اصغر، خزاعی، آناهیتا (۱۳۸۷). طراحی مدل عناصر تفکر استراتژیک در سازمان‌های ایرانی. مجله مدیریت بازرگانی، ۱(۱)، ۱۱۸-۱۰۵.
۱۹. میرفخرالدینی، سیدحیدر، حاتمی‌نسب، سیدحسن، طالعی‌فر، رضا، کنجکاو منفرد، امیر رضا (۱۳۸۹). مدیریت دانش، نوآوری دانش و عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط. مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۲(۳۵)، ۱۱۸-۱۰۳.
۲۰. نظری‌پور، محمد، پرویزی، بهزاده (۱۳۹۰). تبیین ارتباط بین مدیریت دانش و سرمایه فکری در سازمان‌های دانش‌محور. اولین همایش ملی مدیریت دانش در سازمان‌های دولتی.
۲۱. نقوی، میرعلی، خانی‌پرندهجانی، سجاده، علیزاده، حسین (۱۳۹۱). سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش: پژوهشی در سازمان‌های دانش‌بنیان. فصلنامه منابع انسانی ناجا، ۷(۳۰)، ۱۵۸-۱۳۱.
22. Bashouri, J & Duncan, G.W (2014). Communities of practice: linking knowledge management and strategy in creative firms. *Journal of Business Strategy*, 35(6), 49-57.
23. Benito-Ostolaza, J.M & Sanchis-Llopis, J.A (2014). Training strategic thinking: Experimental evidence. *Journal of Business Research*, 67(5), 785-789.

24. Bolisani, E & Scarso, E (2015). Strategic planning approaches to knowledge management: a taxonomy. *VINE*, 45(4), 495-508.
25. Bontis, N (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(1), 63-76.
26. Boon, I (2001). Developing Strategic Thinking As A Core Competency. *Management decision*, 39(1), 63-70.
27. Borjigen, C (2015). Mass collaborative knowledge management: Towards the next generation of knowledge management studies. *Program*, 49(3), 325-342.
28. Bounfour, A (2003). *The Management of Intangibles, the Organisation's Most Valuable Assets*, Roudlege, London.
29. Chen, M.C, Cheng, S & Hwang, Y(2005). An Empirical Investigation of the Relationship Between Intellectual Capital and Firms, Market Value and Financial Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 159-176.
30. Chin, W.W (2010). How to Write Up and Report PLS Analyses. In: V. Esposito Vinzi, W. Chin, J. Hensler, and H. Wold (Eds.,) *Handbook of partial least squares*.
31. Evans, N, Ralston, B & Broderick, A (2009). Strategic thinking about disruptive technologies. *Strategy & Leadership*, 37(1), 23-30.
32. Freeze, R.D & Kulkarni, U (2007). Knowledge management capability: defining knowledge assets. *Journal of Knowledge Management*, 11(6), 94-109.
33. Geraeeli, R, Mohammadi, M, Hashemi, M & Ghasemi, B (2015). The Relationship between Knowledge Management Process and Strategic Thinking by Using Spss Software (Case Study: Mellat Bank). *International Journal of Review Life Science*, 5(5), 1119-1126.
34. Ghorbani, M, Mofaredi, B & Bashiriyan, S (2012). Study of the relationship between intellectual capital management and organizational

- innovation in the banks. *African Journal of Business Management*, 6(15), 5208-5217.
35. Gloet, M & Terziovski, M (2004). Exploring the Relationship Between Knowledge Management Practices and Innovation Performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(5), 402-409.
 36. Goldman, E, Scott, A , R & Follman, J.M (2015). Organizational practices to develop strategic thinking. *Journal of Strategy and Management*, 8(2), 155-175.
 37. Goldman. E & Scott, A.R (2016). Competency models for assessing strategic thinking. *Journal of Strategy and Management*, 9(3), 258-280.
 38. Hair, J.F, Ringle, C.M & Sarstedt, M (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
 39. Halim, S (2010). Statistical analysis on the intellectual capital statement. *Journal of Intellectual Capital*, 11(1), 61-73.
 40. Hamel, G & Prahalad, C.K (1994). *Competing for the Future*. Harvard Business School Press, Boston.
 41. Herschel, R.T & Jones, N.E (2005). Knowledge management and business intelligence: the importance of integration. *Journal of Knowledge Management*, 9(4), 45-55.
 42. Kamukama, N, Ahiauzu, A & Ntayi, J.M (2010). Intellectual capital and performance: testing interaction effects. *Journal of Intellectual Capital*, 11(4), 554-574.
 43. Lawson, S (2003). Examining the relationship between organizational culture and knowledge management. Doctoral dissertation, Nova Southeastern University.
 44. Lee, J, Park, S, Baek, I & Lee, C (2014). The impact of the brand management system on brand performance in B–B and B–C environments. *Industrial Marketing Management*, 37(7), 848-855.
 45. Liedtka, J.M (1998). Strategic thinking: Can it be taught?. *Long Range Planning*, 31(1), 120-129.

46. Liew, C.A (2008). Strategic integration of knowledge management and customer relationship management. *Journal of Knowledge Management*, 12(4), 131-46.
47. Linhares, A (2014). The emergence of choice: Decision-making and strategic thinking through analogies. *Information Sciences*, 259, 36-56.
48. Manning, P (2010). Explaining and developing social capital for knowledge management purposes. *Journal of Knowledge Management*, 14(1), 83-99.
49. Mao, H, Liu, S, Zhang, J & Deng, Z (2016). Information technology resource, knowledge management capability, and competitive advantage: The moderating role of resource commitment. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1062-1074.
50. Maqsood, T, Walker, D & Finegan, A (2007). Facilitating knowledge pull to deliver innovation through knowledge management, a case study. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 149(1), 94-109.
51. Marr, B, Gupta, O, Pike, S & Roos, G (2003). Intellectual capital and knowledge management effectiveness, *Management Decision*, 41(8), 771-781.
52. Meles, A, Porzio, C, Sampagnaro, G & Verdoliva, V (2016). The impact of the intellectual capital efficiency on commercial banks performance: Evidence from the US. *Journal of Multinational Financial Management*, 36(1), 64-74.
53. Michael, Z, McKean, J & Singh, S (2009). Knowledge management and organizational performance: an exploratory analysis. *Journal of Knowledge Management*, 13(6), 61-81.
54. Mohammadi, M, Geraeeli, R & Hashemi, M (2016). The Relationship between Knowledge Management Processes and Strategic Thinking in the Branches of Mellat Bank of Babol City. *Iranian Journal of Business and Economics*, 3(1), 10-17.

55. Nuntamanop, P, Kauranen, I & Igel, B (2013). A new model of strategic thinking competency. *Journal of Strategy and Management*, 6(3), 242-264.
56. Ortize, M.A.A (2009). Analysis and valuation of intellectual capital according to its context. *Journal of Intellectual Capital*, 10(3), 451-482.
57. Pablos, P.O (2004). Evidence of intellectual capital measurement from Asia, Europe and the Middle East. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 287-302.
58. Pagani, M & Otta, P (2013). Integrating strategic thinking and simulation in marketing strategy: Seeing the whole system. *Journal of Business Research*, 66(9), 1568-1575.
59. Pandey, S.C & Dutta, A (2013). Role of knowledge infrastructure capabilities in knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 17(3), 435-453.
60. Rabiee, M & Siahpoosh, S (2015). Relationship Between Strategic Thinking and Knowledge Management (Case Study: Iran's Ministry of Economic Affairs and Finance). *Journal of Applied Sciences*, 15, 367-373.
61. Rezaie, S (2015). Segmenting consumer decision-making styles (CDMS) toward marketing practice: A partial least squares (PLS) path modeling approach. *Journal of Retailing and Customer Services*, 22, 1-15.
62. Saenz, J, Aramburu, N & Rivera, O (2009). Knowledge sharing and innovation performance a comparison between high-tech and low-tech companies. *Journal of Intellectual Capital*, 10(1), 22-36.
63. Sarstedt, M, Ringle, C.M, Smith, D, Reams, R & Hair, Jr J.F (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 105-115.

64. Schiuma, G (2012). Managing knowledge for business performance improvement, *Journal of Knowledge Management*, 16(4), 515-522.
65. Seleim, A & Khalil, O (2011). Understanding the knowledge management-intellectual capital relationship: a two-way analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 586-614.
66. Self, D.R, Selt, T, Matuszek, T & schraeder, M (2015). Improving organizational alignment by enhancing strategic thinking. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 29(1), 11-14.
67. Shih, K, Chang, C & Lin, B (2010). Assessing knowledge creation and intellectual capital in banking industry. *Journal of Intellectual Capital*, 11(1), 74-89.
68. Singh, S.K (2008). Role of leadership in knowledge management: a study. *Journal of Knowledge Management*, 12(4), 3-15.
69. Spender, J.C (2006). Getting value from knowledge management. *The TQM Magazine*, 18(3), 238-54.
70. Steptoe-Warren, G, Howat, D. & Hume, I (2011). Strategic thinking and decision making: literature review. *Journal of Strategy and Management*, 4(3), 238-250.
71. Sudarsanam, S, Sorwar, G. & Marr, B (2006). Real options and the impact of intellectual capital on corporate value. *Journal of Intellectual Capital*, 7(3), 291-308.
72. Tavakoli, I & Lawton, J (2005). Strategic thinking and knowledge management. *Handbook of Business Strategy*, 6(1), 155-160.
73. Tseng, K.A, Lin, C & Yen, S.W (2015). Contingencies of intellectual capitals and financial capital on value creation: Moderation of business cycles. *Journal of Intellectual Capital*, 16(1), 156-173.
74. Uhlaner, L, Stel, A.V, Meijard, J & Folkeringa, M (2007). The Relationship Between Knowledge Management , Inovation And Firm performance: Evidence From Dutch SMEs. *Academy of management Review*, 5(6), 108-114.

75. Wold, S, Trygg, J, Berglund, A. & Antti, H (2001). Some recent developments in PLS modeling. *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 58(2), 131-150.
76. Yassen, S.G, Dajani, D & Hassan, Y (2016). The impact of intellectual capital on the competitive advantage: Applied study in Jordanian telecommunication companies. *Computers in Human Behavior*, 62(1), 168-175.
77. Zhou, A.Z & Fink, D (2003). The intellectual capital web: A systematic linking of intellectual capital and knowledge management. *Journal of Intellectual Capital*, 4(1), 34-48.