Sari Agriculture Sciences and Natural Resources University

Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture Vol. 11, Issue 2, 2024 p: 160-172 OPEN ACCESS

Research Paper

The Effect of Knowledge Management Strategies on the Financial Performance of Knowledge-Based Agricultural Companies in Khorasan Razavi Province: Analysis of the Mediating Role of Innovation Capabilities and Corporate Social Responsibility

Shahrzad Shahbeyki [1] and Saeed Jafari Titkanloo [2]

1- M.Sc., Department of Business Management, Finance Department, Faculty of Administrative Sciences, Imam Reza University (pbuh), Mashhad, Iran

2- Ph.D. in Operations Research, Assistant Professor, Department of Management, Imam Reza University (pbuh), Mashhad, Iran, (Corresponding author: s_jafari_t@imamreza.ac.ir)

Received: 18 January, 2024 Accepted: 7 May, 2024

Extended abstract

Background: Knowledge-based companies are known as drivers of the economic wheel of developed and developing countries. The performance of these companies, especially in the agricultural sector, affects the future performance of the country's economy. Hence, examining factors affecting financial performance, as the most important indicator in evaluating the performance of companies, has always been of interest. In addition to external factors and economic, social, and climatic conditions and policies and plans to support these companies, management factors also significantly impact their financial performance. Organizations adopt different policies and strategies in using their resources, and choosing appropriate strategies puts companies on the right path of progress and development. In today's knowledge-oriented world, the effect of knowledge and knowledge management on the performance of companies is not hidden for the elite. Knowledge management (Heenkenda *et al.*) strategies can be understood as special programs designed to help an organization manage information, data, and knowledge for the benefit of the organization and its stakeholders. Applying the knowledge exploitation strategy puts the existing knowledge in the field of exploitation, and the knowledge exploration strategy paves the way for development and progress by discovering hidden knowledge. On the other hand, the current age is the age of innovation, and the ability to innovate is a gift that organizations make their progress and development more possible. On the other hand, sustainability and creating a common competitive advantage have led organizations to commit to environmental, social, and economic responsibility while the most important performance expected by investors is the company's financial performance. Therefore, the desire and insistence of business units have been drawn to fulfill corporate social responsibility (CSR) in environmental, social, and economic dimensions and its significant impact on their popularity and financial performance. In the meantime, the simultaneous use of exploitation and exploration knowledge management strategies, known as "organizational ambidexterity", and the mediating effect of influencing factors, such as the capabilities of innovation and CSR, on financial performance can be a challenge that agricultural knowledge-based companies are facing in a new era to create a sustainable competitive advantage. Therefore, this research aims to investigate the effect of choosing knowledge management strategies on financial performance and the mediation of innovation capabilities and corporate social responsibility in knowledge-based agricultural companies in Khorasan Razavi Province.

Methods: This is applied research based on the purpose and a descriptive post-event and quantitative study based on data collection and methodology, respectively. The research statistical population consisted of more than 200 managers of knowledge-based agricultural companies in Khorasan Razavi Province, determined by simple random sampling with a sample size of 127 people according to Morgan's table. A questionnaire adapted from articles (González-Ramos, Guadamillas, et al., 2023; Ramos et al., 2018) was used to collect data. The face validity of the questionnaire was confirmed by scientific elites and university professors, and its convergence and divergence were confirmed using Fornell and Larcker (1981) and HTMT methods. The reliability of the questionnaire was confirmed based on Cronbach's alpha coefficients and composite reliability. SPSS and SMART PLS-3 software were used for processing.

Results: In this research, knowledge management strategies, innovation capabilities, and corporate social responsibility each had a positive and significant effect on the financial performance of agricultural knowledge-based companies, with a confidence factor of 95%. Their significance coefficients are 2.11, 3.18, and 2.16, respectively. Innovation capabilities mediated the effect of knowledge management strategies on financial performance with a significant coefficient of 2.84, and the mediation of corporate social responsibility in the effect

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

Copyright ©2024 jafari titkanloo and Shahbeyki. Published by Sari Agricultural Sciences and Natural Resources University.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 Unported License which allows users to read, copy, distribute and make derivative works for non-commercial purposes from the material, as long as the author of the original work is cited properly.

of knowledge management strategies on financial performance was confirmed with a significant coefficient of 2.09. In this research, the effect of corporate social responsibility on innovation capabilities was confirmed in a positive direction with a significant coefficient of 3.
Conclusion: The conceptual model of the research was confirmed based on the results. Considering the importance of adopting the right knowledge management strategies according to their position and abilities, agricultural knowledge-based companies can create a space to increase the capacity and ability to innovate in the direction of development and progress. Considering the unmet needs of the market, it will be possible to discover new distribution channels, commercialize new products to explore knowledge, or make improvements and modifications to existing products to exploit existing knowledge. In addition to increasing innovation capabilities in products and processes, such companies can have a more stable and greater effect on their financial performance by improving, modifying, and developing existing and new products to be ahead of their competitors, in parallel with adhering to corporate social responsibility, with inputs of less environmental damage. They should also produce a product with the least negative impact on the environment, provide fair wages, and pay attention to the rights and demands of the people of the region to create a common advantage with other stakeholders.

Keywords: Economic responsibility, Environmental responsibility, Knowledge exploration, Knowledge exploitation, Process innovation, Product innovation, Social responsibility

How to Cite This Article: Jafari titkanloo, S., & Shahbeyki, Sh. (2024). The Effect of Knowledge Management Strategies on the Financial Performance of Knowledge-Based Agricultural Companies in Khorasan Razavi Province: Analysis of the Mediating Role of Innovation Capabilities and Corporate Social Responsibility. *J Entrepreneurial Strategies Agric,* 11(2), 160-172. DOI: 10.61186/jea.11.2.160

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

مقاله پژوهشی

بررسی اثر استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد مالی شرکت‌های دانش بنیان کشاورزی خراسان: تحلیل نقش میانجی قابلیت‌های نوآوری و مسئولیت اجتماعی شرکتی

شهرزاد شاه بیکی[۱] و سعید جعفری تیتکانلو [۲]

۱- کارشناس ارشد، گروه مدیریت کسب وکار، گرایش مالی، دانشکده علوم اداری دانشگاه بین‌المللی امام رضا (علیه‌السلام)، مشهد، ایران
۲- دکتری تخصصی تحقیق در عملیات، استادیار،گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (علیه‌السلام)، مشهد، ایران، (نویسنده مسوول: s_jafari_t@imamreza.ac.ir)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۲/۲۹
صفحه: ۱۶۰ تا ۱۷۲

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: شرکت‌های دانش بنیان به‌عنوان محرک‌های چرخ اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه شناخته می‌شوند. عملکرد این شرکت‌ها به‌خصوص در بخش کشاورزی بر عملکرد آینده اقتصاد کشور تأثیرگذار است. ازاین‌رو بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد مالی، به‌عنوان مهم‌ترین شاخص در ارزیابی عملکرد شرکت‌ها، همواره موردتوجه بوده است. در کنار عوامل خارجی و شرایط اقتصادی، اجتماعی، اقلیمی و سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های حمایت از این شرکت‌ها عوامل مدیریتی نیز تأثیر به‌سزایی بر عملکرد مالی آنها دارد. سازمان‌ها در استفاده از منابع خود سیاست‌ها و استراتژی‌های متفاوتی اتخاذ می‌کنند همچنین انتخاب راهبردهای مناسب، شرکت‌ها را در مسیر درست پیشرفت و توسعه قرار می‌دهد. در دنیای دانش‌محور امروز، اثر دانش و مدیریت دانش بر عملکرد شرکت‌ها برای نخبگان پوشیده نیست. استراتژی‌های مدیریت دانش را می‌توان به‌عنوان برنامه‌های خاصی درک کرد که برای کمک به سازمان برای مدیریت اطلاعات، داده‌ها و دانش به نفع خود سازمان و ذی‌نفعان آن طراحی شده است به‌کارگیری استراتژی بهره‌برداری دانش، دانش موجود را در عرصه بهره‌برداری قرار می‌دهد و استراتژی اکتشاف دانش با کشف دانش پنهان، مسیر توسعه و پیشرفت را هموار می‌سازد. از سویی عصر حاضر، عصر نوآوری و قابلیت‌های نوآوری است که سازمان با استفاده از آن پیشرفت و توسعه خود را امکان‌پذیرتر می‌سازد. از سوی دیگر پایداری و ایجاد مزیت رقابتی مشترک، سازمان‌ها را به‌سمت تعهداتی در قبال مسئولیت زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی برده است، این در حالی است که مهم‌ترین عملکرد مورد انتظار سرمایه‌گذاران، عملکرد مالی شرکت است. ازاین‌رو تمایل و اصرار واحدهای تجاری بر ایفای مسئولیت اجتماعی شرکتی در ابعاد محیطی، اجتماعی و اقتصادی و تأثیر قابل‌توجهی که بر محبوبیت و عملکرد مالی آنها دارد جلب شده است. دراین‌بین استفاده هم‌زمان از هر دو استراتژی بهره‌برداری و اکتشافی مدیریت دانش که به "دو سوتوانی"معروف است و اثر میانجی‌گری عوامل تأثیرگذاری چون؛ قابلیت‌های نوآوری و مسئولیت اجتماعی شرکتی، بر عملکرد مالی می‌تواند چالشی باشد که شرکت‌های دانش بنیان کشاورزی در عصر جدید برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار با آن روبه‌رو هستند؛ بنابراین این پژوهش باهدف بررسی اثر استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد مالی و نیز بررسی نقش میانجی‌گری قابلیت‌های نوآوری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی در تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد مالی شرکت‌های دانش بنیان کشاورزی خراسان شکل‌گرفته است.

مواد و روش‌ها: جامعه آماری پژوهش مدیران شرکت‌های دانش بنیان کشاورزی خراسان بالغ بر۲۰۰ نفر بودند. نمونه‌گیری به‌روش تصادفی ساده با حجم نمونه ۱۲۷ نفر باتوجه به جدول مورگان انجام شد. از پرسشنامه مستخرج از مقالات (González-Ramos, Guadamillas, *et al.*, 2023; Ramos *et al.*, 2018) جهت گردآوری داده‌ها استفاده گردید. روایی صوری پرسشنامه توسط نخبگان علمی و اساتید دانشگاهی و روایی همگرا و واگرایی آن با استفاده از روش‌های فورنل و لارکر وHTMT تأیید شد و همچنین پایایی پرسشنامه بر اساس ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی مرکب مورد تأیید گردید. تحلیل‌های آمار توصیفی با استفاده از نرم‌افزار SPSS27 استفاده گردیده است. با توجه به نرمال نبودن توزیع داده‌ها، که از طریق انجام آزمون کولموگرف ـ اسمیرنوف و با استفاده از نرم‌افزار SPSS27 آزمون گردید، روش حداقل مربعات و یا مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس برای آزمون فرضیات و مدل جزئی مفهومی پژوهش انتخاب گردید.

یافته‌ها: در این پژوهش با ضریب اطمینان ۹۵درصد استراتژی‌های مدیریت دانش، قابلیت‌های نوآوری و مسئولیت اجتماعی شرکتی هرکدام به‌طور مستقیم در جهت مثبت بر عملکرد مالی شرکت‌های دانش بنیان کشاورزی اثر مثبت و معناداری دارند و ضرایب معناداری آنها به‌ترتیب ۲/۱۱، ۳/۱۸، ۲/۱۶ است. قابلیت‌های نوآوری اثر استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد مالی را با ضریب معناداری ۲/۸۴ میانجی‌گری می‌کنند و همچنین میانجی‌گری مسئولیت اجتماعی شرکتی در اثر استراتژی‌های مدیریت دانش بر عملکرد مالی با ضریب معناداری ۲/۰۹ مورد تأیید قرار گرفت. در پژوهش انجام شده اثر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر قابلیت‌های نوآوری در جهت مثبت با ضریب معناداری ۳ مورد تأیید قرار گرفت.

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌ها مدل مفهومی پژوهش تأیید شد و شرکت‌های دانش بنیان کشاورزی برای حفظ بقا و پیشرفت، با نظر به اهمیت اتخاذ استراتژی‌های مدیریت دانش درست و متناسب با موقعیت و قابلیت‌های خود، می‌توانند فضایی برای افزایش ظرفیت و توانایی نوآوری در جهت توسعه و پیشرفت ایجاد کنند؛ این امر با توجه به نیازهای برآورده نشده بازار موجود ممکن خواهد بود. همچنین در کنار افزایش قابلیت‌های نوآوری در محصول و فرایندها؛ با بهبود، اصلاح و توسعه محصولات موجود و جدید در راستای پیشتازی نسبت به رقبای خود، و به‌موازات پایبندی به مسئولیت اجتماعی شرکتی، با ورودی‌هایی با ضرر زیست‌محیطی کمتر و تولید محصولی با کمترین تأثیرات منفی بر محیط‌زیست، ارائه دست مزدهای منصفانه، توجه به حقوق و مطالبات مردم منطقه به‌جهت ایجاد مزیت مشترک با دیگر ذی‌نفعان، اثر پایدارتر و بیشتری بر عملکرد مالی خود داشته باشند. همچنین پیشنهاد می‌شود مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی در یک محیط کاری حمایت‌کننده، کارکنان را تشویق به توسعه و ادغام فعالیت‌های اکتشافی و بهره‌برداری مدیریت دانش کنند. آنها همچنین با استفاده از کانال‌های توزیع جدید و نیز تجاری‌سازی محصولات جدید می‌توانند عملکرد مالی شرکت را افزایش دهند.

واژه‌های کلیدی: اکتشاف دانش، بهره‌برداری دانش، مسئولیت زیست‌محیطی، مسئولیت اجتماعی، مسئولیت اقتصادی، نوآوری فرایند، نوآوری محصول

مقدمه

کشورها در عصر جدید با رویکردی دانش‌محور در جهت ایجاد و توسعه اقتصادی روبه‌رشد، به تشکیل شرکت‌های دانش بنیان پرداخته‌اند. در ایران نیز این شرکت‌ها به‌شدت حائز اهمیت می‌باشند (Akbari *et al.*, 2020) این اهمیت را می‌توان در اسناد بالادستی مانند بیانیه اقتصاد مقاومتی (Pourebrahimi *et al.*, 2021) و نیز قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسه‌های دانش بنیان (Mehdizadeh, 2022) مشاهده نمود. در وادی عمل نیز تعداد شرکت‌های دانش بنیان تا سال ۱۴۰۲، ۹۰ درصد رشد داشته است. شرکت‌های دانش

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

بنیان در حوزه کشاورزی به‌عنوان موتور رشد و توسعه اقتصاد با تولید دانش روز منشاء کارآفرینی هستند (Shafiee & Jamshidi, 2023). تأسیس اولین مرکز نوآوری و فناوری نوین کشور در مشهد در سال۱۴۰۲ اهمیت فعالیت‌های مدیریتی بر بخش کشاورزی دانش بنیان را روشن‌تر کرده است. با این‌حال علی رغم اهمیت بخش کشاورزی در رشد و توسعه کشور، شمار شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی به‌نسبت دیگر بخش‌ها کمتر بوده و یا پس از مدتی از عرصه رقابت کنار رفتند (Arkavazi*et al.*, 2023).

درکنار اهتمام به تاسیس این شرکت‌ها، توجه به عملکرد آنها نیز موضوع بسیار مهمی می‌باشد. عملکرد، میزان بازدهی است که سازمان به‌موجب به‌کارگیری منابع دردسترس خود در جهت رسیدن به آنچه باید برسد، به‌دست می‌آورد. سنجش عملکرد اغلب در دو بعد مالی و غیرمالی انجام می‌شود (Kakaei *et al.*, 2022) و در صنایع کشاورزی نیز توجه به بعد مالی اغلب موردتوجه بوده است (Ataie Solout, 2022). در عصر حاضر با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژی و افزایش رقابت در خلاقیت و نوآوری و سبقت شرکت‌ها در ایجاد ارزش مشترک با محیط و دیگر ذی‌نفعان جامعه، پژوهشگران را به‌سمت بررسی عوامل نوین تأثیرگذار عملکرد مالی سوق داده است. سرمایه‌های فکری همچون خلاقیت و نوآوری می‌توانند با افزایش درآمد و فروش، کاهش هزینه‌ها موجب افزایش سود و عملکرد مالی بهتر شوند (Fazli Kobriya *et al.*, 2021). اقتصاد دانش‌محور بر پایه خلاقیت و نوآوری است. شرکت‌های دانش‌بنیان باتوجه‌به شرایط متغیر امروز در میدان رقابتی در به‌کارگیری نوآوری و خلاقیت در محصول‌ها و روندها در کسب مزیت رقابتی پویاتر فعالیت کنند (Namazi& Khorramdel Masouleh, 2022). عملکرد بهتر این شرکت‌ها متأثر از استراتژی‌های کسب دانشی است که منجر به قابلیت‌های نوآورانه (Amirhosseini, & Bahmanabadi, 2023) می‌شود. استراتژی‌های مدیریت دانش می‌تواند سازمان را در مسیر تولید محصولات نوآورانه سوق دهد (Heenkenda *et al.*, 2022)که در نهایت منجربه بهبود عملکرد مالی می‌گردد (Shahriari & Jahanshahi, 202).

از سوی دیگر سازمان‌ها در تعامل با جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند مسئول هستند و تعهداتی در قبال استفاده از منابع انسانی، محیطی و اقتصادی جامعه بر عهده دارند (Abdi *et al.*, 2019). ازاین‌رو هزینه‌های قابل‌توجهی را صرف پایبندی به ایفای مسئولیت اجتماعی[1](CSR) خود می‌کنند. همچنین تمایل و اصرار واحدهای تجاری بر ایفای مسئولیت اجتماعی و تأثیر قابل‌توجهی که بر عملکرد مالی آنها دارد، مسئولیت اجتماعی را به‌بخش جدایی‌ناپذیر فعالیت‌های تجاری تبدیل کرده است (Dadashi& Pourali, 2022).

این امر موجب شد تا شرکت‌های دانش‌بنیان مانند دیگر سازمان‌ها، در جهت توسعه پایدار فعالیت‌های خود و ایجاد محبوبیت و شهرت اجتماعی که منجربه عملکرد مالی بهتر و دوام آنها می‌شود، ضرورت عمل به مسئولیت‌های اجتماعی خود را در دستور کار قرار دهند (Mehdizadeh, 2022).

عملکرد مالی به درجه دستیابی به اهداف مالی ناشی از عملیات و سیاست‌های سازمان اشاره دارد (Fazel *et al.*, 2024). در شرایط رقابتی امروز اینکه شرکت‌ها در راه رسیدن به اهداف مالی خود تا چه اندازه از دارایی‌های خود استفاده کرده‌اند بسیار حائز اهمیت است (Kirwa& Ngeno, 2020). بسیاری از پژوهش‌ها، دانش را به‌عنوان یکی از منابع سازمان در جهت ارتقای عملکرد مالی دانسته و مدیریت دانش را بخش مهمی برای پایداری شرکت‌ها در عصر حاضر در نظر گرفته‌اند (Liu *et al.*, 2020). سازمان‌ها در استفاده از منابع خود سیاست‌ها و استراتژی‌های متفاوتی اتخاذ می‌کنند. در ادبیات از استراتژی‌های مدیریت دانش به‌عنوان عامل تشخیص و متمرکز کننده تصمیمات راهبردی یاد می‌کنند و آن‌را وسیله‌ای برای تسهیل فعالیت‌ها می‌دانند. استراتژی مدیریت دانش، دانش، فرایند ایجاد، کدگذاری و انتقال اطلاعات آشکار و ضمنی در سازمان است به‌گونه‌ای که اطلاعات مناسب در مکان و زمان مناسب در اختیار افراد درست قرار گیرد (Falahnejad & Pirayesh, 2019). استراتژی‌های مدیریت دانش را می‌توان به‌عنوان برنامه‌های خاصی درک کرد که برای کمک به سازمان برای مدیریت اطلاعات، داده‌ها و دانش به‌نفع خود سازمان و ذی‌نفعان آن طراحی شده است (González-Ramos, Donate, *et al.*, 2023). در تعریفی دیگر استراتژی کشف دانش را به‌جهت کشف و کسب منابع و فرایندهای جدید جهت توسعه و رشد شرکت‌ها و استراتژی بهره‌برداری دانش را به‌جهت گسترش و بهبود روندها و منابع برای بازده حداکثری و توانایی استفاده هم‌زمان این دو استراتژی به "دو سو توانی"بیان می‌شود (Saberi & Rahimi, 2024). مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی می‌توانند با اتخاذ استراتژی مدیریت دانش درست (Saberi & Rahimi, 2024) در رسیدن به عملکرد مالی مناسب و پایداری شرکت در شرایط موجود موفق باشند. در پژوهش‌های اخیر تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش برعملکرد مالی در شرکت‌های فناوری اطلاعات (Shea *et al.*, 2023) و خدمات (Kafetzopoulos et al., 2023) تأیید شد.

نوآوری و دانش، پایه‌های شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان هستند و به آن به‌عنوان وسیله‌ای برای کسب مزیت رقابتی می‌نگرند (Ghorbani *et al.*, 2022). در بازارهای پیچیده کنونی که چرخه عمر محصولات کوتاه و پویایی در فرایندها ضروری تلقی می‌شود (Kolah Kaj & Pouriyan Far, 2022). با اینکه واژه نوآوری به پژوهش‌های شومپیتر (Schumpeter, 1983) برمی‌گردد، هامل نوآوری را به هرنوع رفتار، تفکر و یا هر چیزی که به‌طور کلی نسبت به اشکال موجود، جدید است و تازگی دارد بیان می‌کند (Hamel, 2006). شومپیتر بیشتر بر ابعاد مختلف نوآوری تاکید داشت که شامل ایجاد خدمات و محصولات جدید، شناسایی بازارهای جدید، کشف منابع جدید عرضه، روش‌های تولید و ایجاد ساختارهای سازمانی جدید می‌شد. بسیاری قابلیت‌های نوآوری را با نوآور بودن یکی می‌دانند در حالی‌که قابلیت نوآوری ترکیب توانایی سازمان و ظرفیت سازمان در تولید نوآوری است و بیانگر توسعه و آمادگی سازمان از طریق

1- corporate social responsibility

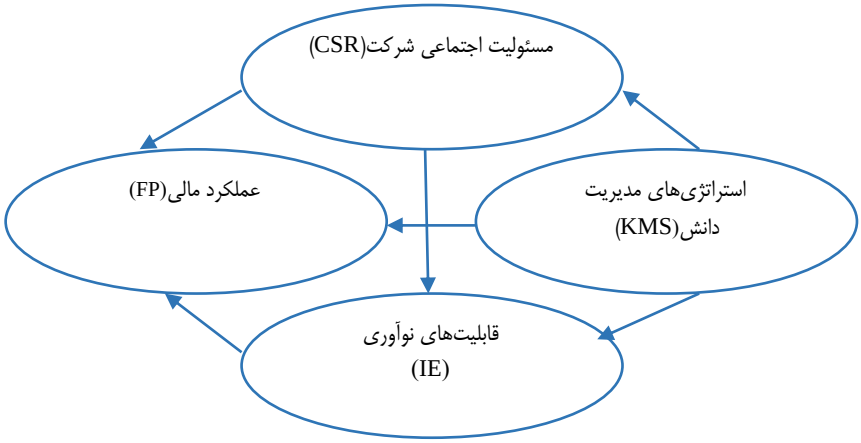
[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]
[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

نیروهای نوآوری می‌باشد (Kazazi *et al.*, 2022). قابلیت نوآوری توانایی یک کسب و کار برای تولید محصول نوآورانه مطابق با بازار و همچنین توسعه درونی خود کسب و کار برای برآورده‌کردن رضایت درونی است (Andersson *et al.*, 2020). قابلیت‌های نوآوری در چهار ناحیه قابل بررسی است؛ نوآوری در محصول، نوآوری در فرایند، نوآوری در بازاریابی و نوآوری در مدل‌های کسب و کار. در این بین قابلیت نوآوری در محصول و فرایند بیشترین کاربرد را برای بهبود عملکرد شرکت‌ها دارد (Sari *et al.*, 2023). نوآوری در محصول را می‌توان در توسعه محصول جدید در حوزه فعالیت و بازار هدف و یا بهبود محصولات فعلی از نظر کیفیت، استانداردهای بالا یا مدل‌های نوآورانه تعریف کرد (Mendoza-Silva, 2021). این امر ارزش بیشتری به مشتریان ارائه می‌کند که نتیجه آن رشد عملکرد سازمان‌ها است (YuSheng & Ibrahim 2020). محصولات جدید در صورت داشتن ویژگی‌های بهتر، عملکرد برتر و یا بهبود یافته‌تر در مقایسه با محصولات موجود ارائه شده توسط رقبا می‌توانند موجب رشد فروش شوند (Migdadi, 2022). از سوی دیگر (Hjalager, 2010) نوآوری فرایند را به‌عنوان "نوآوری‌های پشت صحنه‌ای که هدف آنها افزایش کارایی، بهره‌وری و روندها است" توصیف می‌کند. نوآوری فرایند مستلزم آن است که سازمان یک فرایند تولید جدید را به‌جای یک فرایند موجود برای دستیابی به عملکرد بیشتر ارائه دهد (YuSheng & Ibrahim, 2020). یک فرایند ممکن است هزینه‌های عملیاتی را کاهش دهد یا موجب افزایش تولید در یک شرکت شود.گاهی جریان نوآوری در فرایند با سرمایه‌گذاری در جهت مهندسی مجدد فرایندهای تولید به‌وجود می‌آید و به‌موجب آن کاهش قابل‌توجهی در پیچیدگی‌های فرایند تولید حاصل می‌شود (Migdadi, 2022). اثر قابلیت‌های نوآوری بر عملکرد شرکت‌ها در طول زمان تأیید شده است. در لاهور پاکستان اختر (Akhtar, 2023) پژوهشی در مورد اثر قابلیت‌های نوآوری در محصول و فرایندها بر عملکرد شرکت‌های نرم‌افزاری انجام داد ونتایج آن با پژوهشی دیگر که توسط ساری و همکاران (Sari *et al.*, 2023) و فاضل و همکاران (Fazel *et al.*, 2024)، حول شرکت‌های بورسی انجام شده هم جهت بود. این نکته که بخش کشاورزی ایران نیازمند خلاقیت و نوآوری است تا با ارائه محصولات، فرایندها و ایده‌های جدید موانع بر سر راه پیشرفت این بخش را بردارد در پژوهش پاشازاده و علیپور (alipour& pashazadeh, 2024) روشن شده است. از سویی دیگر پژوهش‌های متعدد اثر مثبت مدیریت دانش بر نوآوری و قابلیت‌های نوآوری در سازمان‌ها را تأیید کردند. به‌عنوان نمونه گنزالس روماس و دانته (González-Ramos, Donate, *et al.*, 2023) در پژوهشی در شرکت‌های اسپانیایی با انرژی تجدیدپذیر اثر مثبت استراتژی‌های مدیریت دانش بر قابلیت‌های نوآوری را تأیید کردند، همچنین پژوهشی در شرکت‌های تولیدی پاکستان به این یافته که ابعاد مدیریت دانش بر نوآوری سبز محصول و فرایند اثر مثبت دارد رسیدند (Shehzad *et al.*, 2024). در ایران نیز نادری‌نژاد (Nadri Nezhad, 2024) اثر مثبت استراتژی‌های مدیریت دانش بر قابلیت‌های نوآوری را در شرکت همراه اول تأیید کردند، از طرفی پیش‌تر نوروزی و همکاران میانجی‌گری قابلیت‌های نوآوری در اثر مدیریت دانش برعملکرد نوآورانه را تأیید کردند. باتوجه به ضعف در بررسی روابط اشاره شده در پژوهش‌های گذشته، در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی، پژوهش پیش‌رو فرضیات ۱ تا۴ بیان می‌کند.

کارول (Carroll, 1999) مسئولیت اجتماعی شرکتی را به‌عنوان تعهداتی که شرکت‌ها مطابق با ارزش‌ها و انتظارات اجتماعی همراه با برآورده کردن خواسته‌های سهامداران برای توسعه فعالیت‌های خود می‌پذیرند تعریف کرد. مسئولیت اجتماعی شرکت به نحوه تعامل یک شرکت با جامعه اشاره و شامل ارزش‌های یک شرکت و نحوه همسویی آنها با انتظارات جامعه‌ای است که در آن فعالیت می‌کند (Aggarwal& Saxena, 2023) و در کنار توسعه فناوری‌های نوظهور، باید متوجه تأثیرات آن بر جامعه و پاسخگویی در برابر آن باشند و این امر پیدایش مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را در قالب ظهور جنبشی با اهداف افزایش عملکرد زیست‌محیطی، اجتماعی در کنار ابعاد اقتصادی برای توسعه پایدار سازمان‌ها در جامعه را نشان می‌دهد (Mashayekh *et al.*, 2021). مهدی‌زاده (Mehdizadeh, 2022) در طراحی مدل مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت‌های دانش‌بنیان، ابعاد مختلف از آن را مورد بررسی قرار داد که در این بین ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی مطلوبیت داشت. پژوهش‌های انجام شده در جوامع مختلف اثر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکردشان به‌ویژه عملکرد مالی در جهت مثبت را نشان دادند (Karami *et al.*, 2023; Villavicencio *et al.*, 2023; Yasir *et al.*, 2023). اما در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی به این موضوع کمتر پرداخته شده است. پژوهشی که در شرکت‌های تولید پاکستان (Aftab *et al.*, 2023) و پژوهشی دیگر (Alketbi & Ahmad, 2023) در شرکت‌های تولیدی در امارات متحده عربی انجام شد، اثر مسئولیت اجتماعی شرکت را در جهت مثبت بر نوآوری سبز در محصول و فرایند را نشان دادند. از سویی مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند نقش میانجی بین مدیریت دانش و قابلیت‌های نوآوری را طی پژوهش انجاد شده در شرکت‌های همراه اول داشته باشد (Nadri Nezhad, 2024). اثر مدیریت دانش برمسئولیت اجتماعی درقالبت توسعه پایدار در جهت مثبت طی پژوهشی در شرکت‌های شهرک صنعتی شهرکرد تأیید شده است (Ghaedamini Harouni *et al.*, 2023). ازاین‌رو پژوهش حاضر به بررسی فرضیات ۵ تا ۸ می‌پردازد.

زمانی‌که یک شرکت سعی می‌کند اهداف کوتاه‌مدت و میان‌مدت مبتنی بر سودآوری شرکت را محقق کند، استراتژی‌های بهره‌برداری KM بر استراتژی‌های اکتشاف KM برتری خواهد داشت.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]
[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش
Figure 1. Conceptual model of research

زمانی‌که شرکت در جستجوی منابع جدید در جهت ایجاد تمایز باشد، به یک رویکرد نوآورانه در فرایندها و محصولات نیاز خواهد داشت که این امر در استراتژی‌های اکتشافی KM دیده می‌شود. این بدان‌معنا نیست که دانش موجود را نمی‌توان در توسعه راه‌حل‌های جدید مبتنی بر محصولات، فرایندها یا خدمات محیطی یا اجتماعی مورد استفاده قرار داد، اما برای یک شرکت، احساس ایده‌های جدید در مورد تغییرات در زمینه محیطی و اجتماعی می‌تواند برتری استراتژی‌های اکتشافی را به استراتژی‌های بهره‌برداری نشان دهد (González-Ramos, Guadamillas, *et al.*, 2023)، زیرا تلاش می‌کند قابلیت‌های نوآوری خود را بهبود بخشد و در راستای آن به عملکرد مالی بهتر دست یابد. استان خراسان (جنوبی، رضوی، شمالی) دارای ۱/۴میلیون هکتار سطح زیر کشت انواع محصولات زراعی و باغی آبی و دیم با هشت میلیون تن انواع محصولات است. و مقام اول تولید زعفران، دوم پسته، سوم انار و چهارم انگور کشور را در اختیار دارد و از ویژگی‌های این استان، تولید محصولات متنوع نظیر سیب‌زمینی، پیاز، گیاهان دارویی، زرشک، زیره است. همچنین مقام نخست تولید گوشت قرمز، دوم تولید تخم مرغ، سوم تولید شیر و مقام چهارم گوشت مرغ کشور را دارد. باتوجه‌به پتانسل‌های نیروی کار و اهمیت اشتغال‌زایی و کارآفرینی در این استان، نقش شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی به‌عنوان پیشتازان هم‌افزایی علم و منابع در جهت بهبود بهره‌وری، افزایش تولید و کاهش هزینه‌ها، ضرورت عملکرد بهتر این شرکت‌ها مهم شناخته شد.

لذا این پژوهش در راستای پاسخ به این پرسش که آیا اتخاذ استراتژی‌های KM خاص در دست‌یابی به عملکرد مالی بهتر با نقش میانجی‌گری تعهدات CSR و قابلیت نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان، در جهت مثبت اثرگذار است؟

پس از مرور پیشینه‌های پژوهش و ادبیات نظری فرضیات پژوهش بر مبنای مدل مفهومی شکل ۱ طراحی و ترسیم شد.

فرضیه ۱: استراتژی‌های مدیریت دانش شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان بر عملکرد مالی این شرکت‌ها اثر مثبت و معنادار دارد.

فرضیه ۲: قابلیت‌های نوآوری شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان بر عملکرد مالی این شرکت‌ها اثر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۳: استراتژی‌های مدیریت دانش شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان بر قابلیت‌های نوآوری این شرکت‌ها اثر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۴: قابلیت‌های نوآوری شرکت‌های دانش-بنیان کشاورزی خراسان اثر استراتژی‌های مدیریت دانش این شرکت‌ها بر عملکرد مالیشان را میانجی‌گری می‌کند.

فرضیه ۵: مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان بر عملکرد مالی این شرکت‌ها اثر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۶: استراتژی‌های مدیریت دانش شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان بر مسئولیت‌های اجتماعی این شرکت‌ها اثر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۷: مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان اثر استراتژی‌های مدیریت دانش این شرکت‌ها بر عملکرد مالیشان را میانجی‌گری می‌کند.

فرضیه ۸: مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان بر قابلیت‌های نوآوری این شرکت‌ها اثر مثبت و معناداری دارد.

مواد و روش‌ها

این پژوهش برمبنای هدف یک پژوهش کاربردی، بر اساس گردآوری داده‌ها، پژوهشی توصیفی از نوع پس رویدادی و از منظر روش‌شناسی از نوع کمّی بود. جامعه‌ی آماری پژوهش مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان که بر اساس سایت رسمی شرکت‌های دانش‌بنیان، شامل ۳۴ شرکت در خراسان رضوی، ۳ شرکت خراسان جنوبی و ۴ شرکت خراسان شمالی که در مجموع ۴۰ شرکت در حوزه فناوری‌های زیستی کشاورزی و صنایع غذایی بودند،

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]
[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

که بالغ بر۲۰۰ نفر عضو بوده و نمونه‌گیری به‌روش تصادفی ساده با حجم نمونه۱۲۷ نفر باتوجه به جدول مورگان تعیین شد. برای بررسی یافته‌های توصیفی از متغیرهای جمعیت‌شناختی سن، جنسیت، وضعیت تاهل، تحصیلات، سابقه کار و تعداد کارکنان استفاده شد.

متغیر عملکرد مالی متغیر وابسته مدل است که با گویه‌های Q_{25}تا Q_{28} که شامل مضمون افزایشی بودن سودآوری، وضعیت مطلوب سودآوری نسبت به رقبا و میانگین صنعت و میزان فروش طی سه سال اخیر می‌باشد، سنجش شده است (Ramos *et al.*, 2018).

متغیر استراتژی‌های مدیریت دانش متغیر مستقل مدل است که با گویه‌های Q_1 تا Q_7 سنجش شده است. متغیر استراتژی‌های مدیریت دانش که شامل مضمون برآورده‌کردن نیازهایی که با محصولات موجود برآورده نمی‌شود، استفاده از فرصت‌های موجود در بازار، استفاده از کانال‌های توزیع جدید، تجاری‌سازی محصولات جدید، اصلاحات و بهبود بر محصولات موجود، معرفی محصولات بهبود یافته به بازار و استقبال از محصولات بهبود یافته در بازار هدف می‌باشد، سنجش شده است (González-Ramos, Guadamillas, *et al.*, 2023).

متغیر مسئولیت اجتماعی شرکت متغیر میانجی مدل است که با گویه‌های Q_8 تا Q_{17} که شامل مضمون استفاده از ورودی‌های کم ضررتر برای محیطزیست، تولید محصولات نهایی کم ضررتر برای محیطزیست، کاهش احتمال حوادث زیست‌محیطی از طریق بهبود فرایند، کاهش انتشار زباله از طریق ساده‌سازی فرایندها، اقدام به افزایش بهره‌وری و وفاداری کارکنان با ارائه دستمزد منصفانه و فرصت‌های برابر، ارائه فرصت‌های آموزشی و ارتقای کارکنان، تولید محصولات باکیفیت و ایمن در جهت افزایش فروش و وفاداری مشتریان، فعالیت در جهت بهبود سلامت و ایمنی جامعه، تعهد به پاسخگویی به شکایات مشتریان و در نظر گرفتن حقوق و مطالبات مردم در فعالیت‌های شرکت می‌باشد، سنجش شده است (González-Ramos, Guadamillas, *et al.*, 2023).

متغیر قابلیت نوآوری متغیر میانجی مدل است که با گویه‌های Q_{18} تا Q_{24} که مضمون فعالیت‌هایی در جهت اصلاح یا بهبود محصولات موجود، فعالیت در توسعه محصولات جدید، پیشتاز بودن شرکت در جهت اصلاح یا بهبود محصولات موجود و یا توسعه محصولات جدید نسبت به رقبا، جدید و بروز بودن فرایندهای تولیدی شرکت، انعطاف‌پذیر شدن تولید و کوتاه شدن آن و همچنین کاهش هزینه‌های تولید از طریق فرایندهای تولیدی شرکت می‌باشد سنجش شده است (González-Ramos, Guadamillas, *et al.*, 2023).

روایی صوری آن توسط نخبگان علمی واساتید دانشگاهی و روایی همگرایی (AVE) آن در دو روش فورنل و لارکر (1981) و HTMT برای پرسش‌ها مورد بررسی قرار گرفت. مقادیر قطر ماتریس بزرگتر از مقادیر متناظر هر سطرو ستون است و نتایج تمام متغیرها کمتر از ۰/۹بوده و نشان از تأیید این آزمون داشت. پایایی پرسشنامه با توجه به ضرایب آلفای کرونباخ بیش از ۰/۷ همه پرسش‌ها و ضریب پایایی ترکیبی بیش از ۰/۷ پرسش‌ها مورد تأیید قرار گرفت (Mohsenin & Esfidani, 2017) و در نهایت ۱۲۷ پرسشنامه مورد بررسی قرار گرفت (جدول ۱).

جدول ۱- تحلیل عاملی تأییدی، روایی همگرا و پایایی پرسشنامه تحقیق

Table 1. Confirmatory factor analysis, convergent validity, and reliability

متغیر VARIABLE	شماره پرسش NUMBER OF QUESTION	بار عاملی FACTOR LOADING	روایی همگرا AVE	آلفای کرونباخ CORONBACH'S ALPHA COEFFICIENTS	پایایی مرکب (CR) COMPOSITE RELIABILITY	نرمال بودن متغیرها NORMALITY OF VARIABLES z	سطح معناداری (sig)
استراتژی‌های مدیریت دانش Knowledge management strategies	Q1	0.808	0.541	0.769	0.837	غیرنرمال UNNORMALI	0.000
	Q2	0.618					
	Q3	0.843					
	Q4	0.830					
	Q5	0.685					
	Q6	0.699					
	Q7	0.638					
	Q8	0.757					
	Q9	0.776					
مسئولیت اجتماعی شرکتی Corporate social responsibility	Q10	0.756	0.503	0.781	0.803	غیرنرمال UNNORMALI	0.000
	Q11	0.857					
	Q12	0.777					
	Q13	0.646					
	Q14	0.575					
	Q15	0.524					
	Q16	0.785					
	Q17	0.568					
قابلیت‌های نوآوری Innovation capabilities	Q18	0.757	0.513	0.734	0.815	غیرنرمال UNNORMALI	0.000
	Q19	0.746					
	Q20	0.564					
	Q21	0.840					
	Q22	0.647					
	Q23	0.789					
	Q24	0.817					
عملکرد مالی Financial performance	Q25	0.703	0.508	0.707	0.719	غیرنرمال UNNORMALI	0.000
	Q26	0.663					
	Q27	0.623					
	Q28	0.843					

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

جدول ۲- روایی واگرا (روش فورنل و لارکر)

Table 2. Divergent validity(Fornell and Larker)

	استراتژی‌های مدیریت دانش Knowledge management strategies	عملکرد مالی Financial performance	قابلیت‌های نوآوری Innovation capabilities	مسئولیت اجتماعی شرکت Corporate social responsibility
استراتژی‌های مدیریت دانش Knowledge management strategies	0.735			
عملکرد مالی Financial performance	0.678	0.713		
قابلیت‌های نوآوری Innovation capabilities	0.699	0.686	0.716	
مسئولیت اجتماعی شرکت Corporate social responsibility	0.7030.524	0.554	0.701	0.708

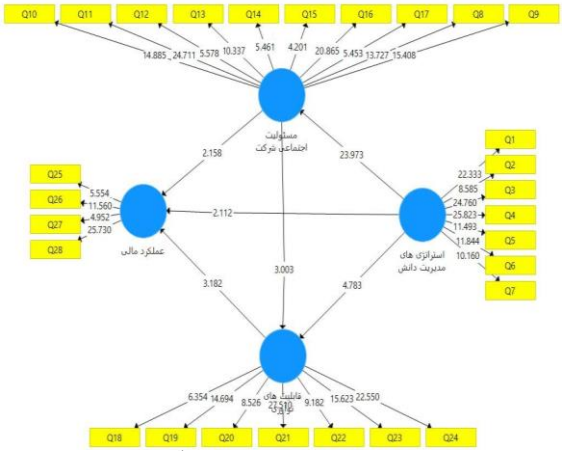
جدول ۳- روایی واگرا (روش HTMT)

Table 3. Divergent validity (HTMT)

	استراتژی‌های مدیریت دانش Knowledge management strategies	عملکرد مالی Financial performance	قابلیت‌های نوآوری Innovation capabilities	مسئولیت اجتماعی شرکت Corporate social responsibility
استراتژی‌های مدیریت دانش Knowledge management strategies				
عملکرد مالی Financial performance	0.740			
قابلیت‌های نوآوری Innovation capabilities	0.808	0.843		
مسئولیت اجتماعی شرکت Corporate social responsibility	0.703	0.791	0.508	

به‌منظور ارزیابی مدل ساختاری در نرم‌افزار PLS_3 SMART از شاخص‌هایی مانند ضریب تعیین (R^2)، شاخص (Q^2) استون و گیسر و شاخص GOF استفاده می‌شود و در مورد ضریب تغییر سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷را به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی تعریف می‌شود. از طرفی شاخص Q^2 مثبت و بزرگ، نشان از قابلیت بالای پیش‌بینی مدل دارد و مقادیرQ^2 منفی بیانگر تخمین بسیار ضعیف متغیر پنهان است (Dijkstra & Henseler, 2015)، در ارزیابی مدل کلی شاخصGOF برازش مدل کلی مقدار این شاخص عددی بین صفر و یک بوده و هرچه این عدد به یک نزدیکتر باشد نشان دهنده برازش بهتر و اعتبار بیشتر مدل است. وتزلس و همکاران (Wetzels *et al.*, 2009) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نمودند. با استفاده از نرم‌افزار PSS تحلیل توصیفی داده‌ها انجام گرفت.

نتایج آزمون کلموگروف اسمیرنف نشان داد که توزیع متغییرها نرمال نیست. ازاین‌رو برای مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم‌افزار SMART PLS_3 برای آزمون فرضیه‌ها استفاده شده است. در تحلیل فرضیه‌های پژوهش باید دو عامل را مورد بررسی قرار داد که عبارتند از ضریب مسیر استاندارد و ضریب مقدار t معناداری. اگر آماره t بیشتر از مقدار ۱/۹۶باشد، این بدان معنا است که فرضیه موردنظر در سطح اطمینان درصد ۹۵ مورد تأیید قرار می‌گیرد (Hair Jr *et al.*, 2021). ضریب مسیر (β)، عددی بین ۱- تا ۱+ است که اگر برابر با صفر شوند، نشان‌دهنده نبود رابطه علی خطی بین دو متغیر پنهان است (Pashawi *et al.*, 2014).

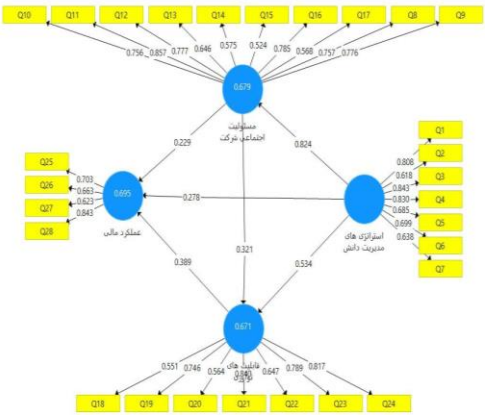


شکل ۲- معناداری ضرایب مسیر (آماره‌ی t)

Figure 2. Significance of path coefficients (t)

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]



شکل ۳- ضرایب مسیر مدل
Figure 3. Model path coefficients

نتایج و بحث

جامعه آماری پژوهش۲۰۰ نفر از مدیران۴۰ شرکت دانش‌بنیان کشاورزی خراسان بود و حجم نمونه باتوجه به جدول مورگان ۱۲۷نفر تعیین شد. از میان ۱۲۷ نفر پاسخ‌دهنده مردان با ۷۳/۲ درصد نسبت به زنان بیشترین فراوانی را تشکیل دادند. بیشترین فراوانی سن پاسخ‌دهندگان نمونه آماری مربوط به ۳۰ تا۴۰ سال (۵۳ درصد) و۴۰ تا۵۰ سال (۴۸ درصد) بود و در بررسی توصیفی نمونه، سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان؛ ۱۷/۳ درصد لیسانس، ۵۴/۳ درصد فوق‌لیسانس، ۲۸/۳ درصد دکترا بودند. در خصوص سابقه خدمت ۷۷ درصد سابقه بیش از ۱۰ سال، ۴۳ درصد سابقه بین ۵ تا۱۰ سال داشتند با توجه آزمون‌های انجام شده شاخص ضریب تعیین (R^2) و شاخص اشتراک (Q^2) برازش مدل و در نهایت ارزیابی مدل کلی (GOF) برازش مدل تأیید. در سنجش بارهای عاملی مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با سازه، مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این معیار حداقل میزان قابل‌قبول برای بار عاملی هریک از گویه‌ها برابر با ۰/۴ می‌باشد (Ruggiero, 2004). نتایج جدول ۴، تأیید تمامی گویه‌ها را نشان می‌دهد.

حال پس از آزمون شاخص‌های برازش مدل و تأیید مدل اجرا شده، می‌توان به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخت. در تحلیل فرضیه‌های پژوهش ضریب مسیر استاندار و ضریب مقدار t دوعامل مهم برای رد و یا تأیید فرضیه‌ها هستند. ضریب مسیر نشان می‌دهد که اگر متغیر مستقل یک واحد یعنی صد در صد تغییر کند، متغیر وابسته چند درصد و در چه جهتی نسبت به متغیر مستقل، تغییر می‌کند و ضریب آماره t رابطه و تأثیر معنادار دو متغیر را نشان می‌دهد و باتوجه به سطح اطمینان در نظر گرفته شده در این پژوهش اگر مقدار آمار t از ۱/۹۶ بیشتر باشد فرضیه موردنظر تأیید می‌شود (شکل ۲ و شکل). و نتایج بررسی در جدول۴ نمایش داده شده تأیید تمامی فرضیات را نشان می‌دهد.

جدول ۴- نتایج مربوط به فرضیه‌ها

Table 4. Results related to the hypotheses

همسو با مقالات Equivalent results	نتایج Results	سطح اطمینان confidence level	معناداری t	ضریب مسیر Path coefficient	فرضیه‌ها Hypotheses
Al-Dmour *et al.*, 2023;) Kafetzopoulos *et al.*, 2023; Shea *et al.*, 2023; Trieu *et* (*al.*, 2023	تایید confirmation	95%	2.112	0.278	استراتژی‌های مدیریت دانش ← عملکرد مالی Knowledge management strategies →financial performance قابلیت های نوآوری ← عملکرد مالی
Akhtar, 2023; Azimi *et al.*,) 2024; Fazel *et al.*, 2024; Sari (*et al.*, 2023	تایید confirmation	95%	3.182	0.389	Innovation capabilities→financial performance استراتژی های مدیریت دانش←قابلیت های نوآوری
Ghaedamini Harouni *et al.*,) 2023; González-Ramos, Donate, *et al.*, 2023; Norouzi *et al.*, 2023; Shehzad *et al.*, (2024	تایید confirmation	95%	4.783	0.534	Knowledge management strategies → innovation capabilities
	تایید confirmation	95%	2.836	0.208	استراتژی های مدیریت دانش← قابلیت های نوآوری← عملکرد مالی Manamgent strategies→ innovation capabilities → financial performance مسئولیت اجتماعی شرکتی← عملکرد مالی
Jafarpoor Inallo *et al.*,) 2023; Karami *et al.*, 2023; Villavicencio *et al.*, 2023; (Yasir *et al.*, 2023	تایید confirmation	95%	2.158	0.229	Corporate social responsibility →Financial performance استراتژی های مدیریت دانش← مسئولیت اجتماعی شرکتی Knowledge management strategies →corporte social responsibility
González-Ramos,) Guadamillas, *et al.*, 2023; Hajizadeh *et al.*, 2023; Nadri Nezhad, 2024; Vazife& (Karbalai, 2021	تایید confirmation	95%	23.973	0.824	استراتژی های مدیریت دانش← مسئولیت اجتماعی شرکتی←عملکرد
	تایید confirmation	95%	2.088	0.189	Knowledge management strategies →corporte social responsibility→financial performance مسئولیت اجتماعی شرکتی ←قابلیت های نوآوری
Bhat et al., 2024; Hajizadeh) (et al., 2023	تایید confirmation	95%	3.003	0.321	Corporate social responsibility → innovation capabilities

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]
[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

در فضایی که شرکت‌ها برای ایجاد مزیتی برتر با یکدیگر رقابتی می‌کنند، انتخاب استراتژی‌های درست می‌تواند آنها را پس از حفظ بقا، در مسیر پیشرفت و توسعه قرار دهد. یکی از عوامل مهم موفقیت برنامه‌های مدیریت دانش، انتخاب استراتژی‌های مدیریت دانش مناسب است. سازمان‌ها باید به‌صورت استراتژیک منابع و توانایی و ظرفیت‌های دانشی خورد را ارزیابی و برای کاهش و از بین بردن شکاف‌های موجود، راهبردهای مناسبی اتخاذ کنند. همچنین باید در فعالیت‌های خود به‌طور مؤثر به شناسایی ضرورت‌ها و چشم‌انداز احتمالی در کسب برتری بپردازند. در این راستا به مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی پیشنهاد می‌شود استراتژی‌هایی در راستای؛ برآورده‌کردن نیازهایی که با محصولات موجود برآورده نمی‌شود، استفاده از فرصت‌هایی موجود در بازار، کشف کانال‌های توزیع جدید و یا تجاری‌سازی محصولات جدید در جهت کشف دانش و یا انجام اصلاحات و بهبودهایی روی محصولات موجود، معرفی آن به بازار هدف و بازخورد آن در جهت بهره‌برداری از دانش موجود متناسب با شرایط و امکانات، اتخاذ کنند. زیرا همان‌طور که نتایج پژوهش نشان می‌دهد اتخاذ استراتژی‌های مدیریت دانش مناسب به‌طور مستقیم بر عملکرد مالی اثرگذار است.

شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی خراسان همچون دیگر شرکت در بازار تولید و رقابت قرار دارند. کسب عملکرد مالی اولین هدفی است که این شرکت‌ها در جهت منافع حفظ سرمایه‌گذاران اتخاذ می‌کنند. پایداری و توسعه این شرکت‌ها به ایجاد مزیت‌های رقابتی آن‌ها وابسته است که این مهم با افزایش قابلیت‌های نوآوری در محصولات و فرایندها حاصل می‌شود. در این راستا پیشنهاد می‌شود؛ قابلیت‌های نوآوری خود را در جهت اصلاح یا بهبود محصولات جدید افزایش داده و سعی در پیشتازی نسبت به رقبای خود در این زمینه داشته باشند و این قابلیت را در جهت توسعه محصولات جدید نیز گسترش و بهبود بخشند. پیشرفت تکنولوژی و اختراع ابزارآلات نوین در جهت کوتاه‌کردن و انعطاف‌پذیری تولیدات و همچنین کاهش هزینه‌های تولید قابلیت نوآوری در فرایندهای شرکت را به چالش می‌کشد، توجه به این قابلیت در ایجاد مزیت رقابتی و همچنین دستیابی به عملکرد مالی کمک شایانی خواهد کرد. از سویی انتظارات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی دیگر ذی‌نفعان در فضای رقابتی، بازارها و اجتماع، شرکت‌ها را به‌سوی ایجاد مزیت مشترک سوق داده است. باوجود هزینه‌هایی که شرکت‌ها در قبال انجام تعهدات CSR متحمل می‌شوند. باتوجه به نتایج فرضیه ۸ پژوهش اثر مثبت این تعهدات بر قابلیت‌های نوآوری و عملکرد مالی را نشان می‌دهد. پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها ورودی‌هایی با ضرر کمتر استفاده کنند و یا محصولی با تأثیرات منفی کمتری بر محیط‌زیست تولید کنند که این امر می‌تواند با بهبود فرایندهای تولید و یا ساده‌سازی این روندها در جهت کاهش انتشار آلودگی ممکن شود. همچنین در راستای مسئولیت اجتماعی اقتصادی پیشنهاد می‌شود با ارائه دستمزدهای منصفانه، ارائه فرصت‌های آموزشی و ارتقا کارکنان در جهت افزایش بهره‌برداری و وفاداری کارکنان و تولید محصولات باکیفیت و ایمن برای افزایش فروش و وفاداری مشتریان، به عملکرد مالی بهتر دست یابند. از سویی فعالیت‌های اجتماعی شرکت‌ها در ایجاد محبوبیت در بازار رقابتی جایگاهی ویژه دارد لذا پیشنهاد می‌شود با انجام فعالیت‌هایی در زمینه کمک به بهبود سلامت و ایمنی جامعه، توجه به حقوق و مطالبات مردم منطقه کوشا و متعهد به شکایات مشتریان خود باشند که این امر موجب افزایش محبوبیت و در نتیجه رشد فروش و افزایش عملکرد مالی شرکت می‌شود.

در راستای پژوهش‌های آینده باتوجه به محدود بودن جامعه، پیشنهاد می‌شود، پژوهش در حوزه شرکت‌های دانش‌بنیان کشاورزی کل کشور و همچنین طبقه‌بندی این شرکت‌ها به‌لحاظ تولیدات جداگانه مورد بررسی قرار گیرد و عمر و ظرفیت شرکت به‌عنوان متغیر کنترلی مورد بررسی قرار گیرد و همچنین سطح تحصیلات و میانگین سنی کارکنان عملیاتی و بخش‌های دیگر را به‌عنوان متغیر کنترلی در قابلیت‌های نوآوری و پایبندی به مسئولیت اجتماعی بررسی نمود.

References

Abdi, M., Kazemiolum, M., Mohammadpoorzanjani, M., & Parvizi, A. (2019). Gender Diversity within Audit Committee, Board of Directors and Chief Financial Officer and Disclosure of Corporate Social Responsibility: An Altruism Theory Test. *Accounting and Auditing Review*, *26*(4), 544-569. https://doi.org/ 10.22059/acctgrev.2020.281539.1008178 [In Persian]

Aftab, J., Abid, N., Sarwar, H., Amin, A., Abedini, M., & Veneziani, M. (2023). Does corporate social responsibility drive financial performance? Exploring the significance of green innovation, green dynamic capabilities, and perceived environmental volatility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. https://doi.org/10.1002/csr.2654 [In Persian]

Aggarwal, A., & Saxena, N. (2023). Examining the relationship between corporate social responsibility, corporate reputation and brand equity in Indian banking industry. *Journal of Public Affairs*, *23*(1), e2838. https://doi.org/10.1002/pa.2838 [In Persian]

Akbari, M., Mozafari Far, F., & Sakhdari, K. (2020). *Breadth, Depth Knowledge and Innovative and financial Performance of Knowledge-Based Companies* National conference on improvement and rebuilding of Organization and Businesses https://civilica.com/doc/1044790 [In Persian]

Akhtar, N. (2023). Unlocking the Potential: The Impact of Innovative Capability on Process, Product, and Market Innovation and Firm Performance. https://doi.org/10.21272/mmi.2023.2-03.

Al-Dmour, A., Zaidan, H., & Al Natour, A. R. (2023). The impact knowledge management processes on business performance via the role of accounting information quality as a mediating factor. *VINE*

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

Journal of Information and Knowledge Management Systems, *53*(3), 523-543. https://doi.org/10.1108/VJIKMS-12-2020-0219

alipour, s., & pashazadeh, y. (2024). Analysis the Role of Open Innovation Strategy and Effectuation on Innovative Performance by Creating Entrepreneurial Opportunities in Iranian Startups [Research]. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, *10*(20), 138-150. https://doi.org/10.61186/jea.10.20.138 [In Persian]

Alketbi, M. S., & Ahmad, S. Z. (2023). Corporate social responsibility and sustainability practices: mediating effect of green innovation and moderating effect of knowledge management in the manufacturing sector. *International Journal of Organizational Analysis*. https://doi.org/10.1108/IJOA-02-2023-3627

Amirhosseini, M., & Bahmanabadi, A. (2023). Stakeholders in The Establishment of the Knowledge-Based Education System in the Agricultural Sector Based on Knowledge Management Thinking. *Agricultural Information Sciences and Technology*, *6*(1), 21-29. doi. 10.22092/jaist.2023.360905.1077 [In Persian]

Andersson, M., Moen, O., & Brett, P. O. (2020). The organizational climate for psychological safety: Associations with SMEs' innovation capabilities and innovation performance. *Journal of Engineering and Technology Management*, *55*, 101554. https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2020.101554

arkavazi, k., Pishbin, S. A., Hejazi, Y., & Alambeigi, A. (2023). Importance-performance matrix analysis of the agricultural knowledge-based companies of Iran. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*,.https://doi.org/10.22059/ijaedr.2023.361344.669232 [In Persian]

Ataie Solout, K. (2022). Investigating the Performance of Agricultural Technology Units in the Mazandaran Science and Technology Park, (Case Study: Agricultural Technology Units Located in The Sari's Incubator) [Research]. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, *9*(17), 104-115. https://doi.org/10.52547/jea.9.17.104 [In Persian]

Azimi, H., Pirayesh, R., & Karami, F. (2024). Modeling the Effect of Transformational Leadership on Financial Performance with the Mediating Role of Organizational Innovation and Performance Readiness. *Innovation Management in Defensive Organizations*, *7*(1), 1-26. https://doi.org/10.22034/qjimdo.2023.407613.1609 [In Persian]

Bhat, A. A., Mir, A. A., Allie, A. H., Lone, M. A., Al-Adwan, A. S., Jamali, D., & Riyaz, I. (2024). Unlocking corporate social responsibility and environmental performance: Mediating role of green strategy, innovation, and leadership. *Innovation and Green Development*, *3*(2), 100112. https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100112

Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, *38*(3), 268-295. https://doi.org/10.1177/000765039903800303

Dadashi, N., & Pourali, M. R. (2022). The effect of social responsibility and risk-taking on the performance of companies according to the moderator variable of financial constraint. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, *11*(41), 145-158. https://www.jmaak.ir/article_19157_en.html?lang=en [In Persian]

Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent and asymptotically normal PLS estimators for linear structural equations. *Computational Statistics & Data Analysis*, *81*, 10-23. https://doi.org/10.1016/j.csda.2014.07.008

Falahnejad, S., & Pirayesh, R. (2019). Developing knowledge management strategies to improve business performance in service institutions. *Applied Research in Management and Accounting*, *3*(12), 80-94. https://www.joas.ir/user/articles/3546 [In Persian]

Fazel, A., Karamshahi, B., & Harandi, A. (2024). Green Process Innovation and Financial Performance; The Moderating Role of Green Social Capital and Customers' Tacit Green Needs. *Journal of Innovation Management in Defensive Organizations*, *6*(4), DOI: 10.22034/QJIMDO.2023.405331.1603 [In Persion]

Fazli Kobriya, H., Chekin, M., Babaei Samirmi, M., & Aziz Abadi Farahani, P. (2021). Investigating the impact of intellectual capital and innovation on financial performance (Study of Mapna Company). *Innovation and Creativity in Humanities*, *11*(1), 43-23. https://www.sid.ir/paper/1032539/fa [In Persian]

Ghaedamini Harouni, A., Sadeghi de cheshmeh, M., Musharraf ghahfarakhi, e., & keldani, S. (2023). The effect of green knowledge management on green innovation and sustainable development with the mediating role of green organizational culture. *Journal of Green Management*, *3*(3), 104-126. https://journals.iau.ir/article_707949.html [In Persian]

Ghorbani, M., Sabouhi, M., & avazpoor, p. (2022). Troubleshooting Agricultural Knowledge-Based Companies in Razavi Khorasan Province and Presenting a Map to Improve its Efficiency [Research]. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, *9*(17), 73-81. https://doi.org/10.52547/jea.9.17.73 [In Persian]

González-Ramos, M. I., Donate, M. J., & Guadamillas, F. (2023). The interplay between corporate social responsibility and knowledge management strategies for innovation capability development in dynamic environments. *Journal of Knowledge Management*, *27*(11), 59-81. https://doi.org/10.1108/JKM-08-2022-0637

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

González-Ramos, M. I., Guadamillas, F., & Donate, M. J. (2023). The relationship between knowledge management strategies and corporate social responsibility: Effects on innovation capabilities. *Technological Forecasting and Social Change*, *188*, 122287. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122287

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7

Hajizadeh, Z., Rajabpour, E., Ahmadi, H., & Esmaeilpour, M. (2023). Corporate Social Responsibility's Influence on Product Innovation: Spotlight on the Mediating Role of Employer Branding (A Case Study of Medium and Large Manufacturing Firms in Bushehr City). *Journal of Business Management*, *15*(4), 722-746. https://doi.org/10.22059/JIBM.2022.345250.4405

Hamel, G. (2006). The why, what, and how of management innovation. *Harvard business review*, *84*(2), 72.

Heenkenda, H., Xu, F., Kulathunga, K., & Senevirathne, W. (2022). The role of innovation capability in enhancing sustainability in SMEs: An emerging economy perspective. *Sustainability*, *14*(17), 10832. https://doi.org/10.3390/su141710832

Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism management*, *31*(1), 1-12. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012

Jafarpoor Inallo, H., Nakhaei, H., & Talebnia, G. (2023). Investigating the Impact of Environmental Management Criteria on Social Responsibility on Financial Performance of Manufacturing Companies with Emphasis on New Financial Criteria in Accounting. *Accounting Knowledge and Management Auditing*, *12*(47), 323-342 [In Persian]

Kafetzopoulos, P., Psomas, E., & Katou, A. A. (2023). Promoting strategic flexibility and business performance through organizational ambidexterity. *Sustainability*, *15*(17), 12997. https://doi.org/10.3390/su151712997

Kakaei, H., Malekzadeh, E., Akhavi, S. M. S., & Haghighat, T. (2022). *Examining the role of corporate governance on the financial performance of knowledge-based companies* The second international conference of management laboratory and innovative approaches in management and economics. https://civilica.com/doc/1588910 [In Persian]

Karami, M., Nasr Esfahani, A., & Daneshyar, F. (2023). Investigating the effect of board attributes on the relationship between social responsibility and financial performance in companies listed on the Tehran Stock Exchange. *Journal of Motaher Auditing Studies*, *1*(2), 71-91. https://masj.ihu.ac.ir/article_208555.html?lang=en [In Persian]

Kazazi, A., Taghavifard, M. T., Kianimavi, R., & Hooshangi, M. (2022). Social Capital and Innovation Capabilities in the Buyer-Supplier Relationship: The Role of Opportunism and Intellectual Property Risk. *Industrial Management Studies*, *20*(64), 35-61. https://doi.org/10.22054/jims.2022.58477.2606 [In Persian]

Kirwa, T., & Ngeno, V. (2020). Organizational capital and financial performance; What is the mediation effect of firm innovation: Evidence from insurance firms in Kenya. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, *8*(2), 72-78. http://scipg.com/index.php/102/article/view/252/331

Kolah Kaj, K., & Pouriyan Far, F. (2022). The effect of customer knowledge management and innovation on the organization's financial performance. *Innovation Management*, *2*(1), 41-56. https://journals.iau.ir/article_699189.html?lang=en [In Persian]

Liu, G., Tsui, E., & Kianto, A. (2020). A meta-analysis study on the relationship between strategic KM and firm performance. European Conference on Knowledge Management,

Mashayekh, S., Parsaei, M., & Korani, A. (2021). The Relation between Corporate Social Responsibility (CSR), Accounting Information Quality and Auditor's Report. *The Financial Accounting and Auditing Researches*, *13*(51), 41-64. https://sid.ir/paper/414087/en

Mehdizadeh, m. (2022). Designing a social responsibility model for knowledge-based companies. *National Research Institute for Science Policy (NRISP)*, *32*(86), 25-42. https://doi.org/10.22034/rahyaft.2023.11284.1367 [In Persian]

Mendoza-Silva, A. (2021). Innovation capability: A sociometric approach. *Social Networks*, *64*, 72-82. https://doi.org/10.1016/j.socnet.2020.08.004

Migdadi, M. M. (2022). Knowledge management processes, innovation capability and organizational performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, *71*(1), 182-210. https://doi.org/10.1108/IJPPM-04-2020-0154 [In Persian]

Mohsenin, S., & Esfidani, M. R. (2017). *Structural equations based on the partial least squares approach using Smart-PLS software.* Mehraban Book Publishing House [In Persion].

Nadri Nezhad, T. S., Ali. (2024). Investigating the Impact of Knowledge Management Strategies on Innovation Capabilities with the Mediating Role of Corporate Social Responsibility Activities and Information and Communication Technology in Hamrah Aval Company. *Journal of Behavioral Studies and Organizational Excellence*, *1*(2), 38-54. https://www.sid.ir/paper/1132593/en [In Persian]

Namazi, M., & Khorramdel Masouleh, Z. (2022). The Effect of Green Innovation and Environmental Management Accounting on Financial, Environmental and Economic Performance of the Company.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]

Empirical Studies in Financial Accounting Quarterly, *19*(74), 1-40. https://doi.org/https://doi.org/10.22054/qjma.2022.65916.2350 [In Persian]

Norouzi, H., Ashrafzadeh, A., & Nosratpanah, R. (2023). The effect of information and communication technology capabilities on the innovation performance: The mediating role of knowledge management capabilities, innovation capability and product innovation flexibility. *Journal of Innovation Management in Defensive Organizations*, *6*(1), 57-82. https://doi.org/10.22034/qjimdo.2023.376822.1548 [In Persian]

Pashawi, Q., Seyed Abbaszadeh, M. M., Khazri Azar, H., & Amani, J. (2014). *Introduction to Modeling Structural Equation by PLS and its Application in Behavioral Sciences by introducing PLS-GRAPH software, Visual Pls, Smart Pls*. Urmia University. [In Persian]

Pourebrahimi, M., Daliri, A., SAGHAFI, A., & Abdoh Tabrizi, H. (2021). Investigating the effect of corporate and performance variables on the choice of financing method and the interaction of financing method on these variables. *Journal of Innovation and Enterpreneurship*, *9*(18), 99-122. https://sid.ir/paper/1038279/en [In Persian]

Ramos, M. I. G., Manzanares, M. J. D., & Gómez, F. G. (2018). The effect of technological posture and corporate social responsibility on financial performance through corporate reputation. *International Journal of Innovation*, *6*(2), 164-179. http://dx.doi.org/10.5585/iji.v6i2.244

Ruggiero, J. (2004). Performance evaluation when non-discretionary factors correlate with technical efficiency. *European Journal of Operational Research*, *159*(1), 250-257. https://doi.org/10.1016/S0377-2217(03)00403-X

Saberi, N., & Rahimi, H. (2024). The Impact of Entrepreneurial Thinking Skills on Organizational Ambidexterity: The Mediating Role of Intellectual Capital (Case Study: Teachers of Isfahan City). *Education and Management of Entrepreneurship*, *2*(4), 58-43. [In Persian]

Sari, D., Kusuma, B. A., Sihotang, J., & Febrianti, T. (2023). The role of entrepreneurial marketing & innovation capability in the performance of SMEs during covid-19 pandemic: Evidence of MSMEs in West Java. *Cogent Business & Management*, *10*(1), 2194091. https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2194091

Schumpeter, J. A. (1983). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle* (46). Transaction Books.

Shafiee, F., & Jamshidi, O. (2023). Identifying and Analyzing the Challenges of Agricultural Technological and Knowledge-based Companies, Fairs and Startups, Mazandaran Province [Research]. *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, *10*(2), 87-99. https://doi.org/10.61186/jea.10.20.81 [In Persian]

Shahriari, S., & Jahanshahi, F. (2021). Explaining the Mediating Role of Marketing Ambidexterity in the Relationship between Market Knowledge Development, Intellectual Capital, and Knowledge based Firms' Performance. *New Marketing Reserch Journal*, *11*(4), 107-126. https://doi.org/10.22108/nmrj.2021.124133.2191 [In Persian]

Shea, T., Usman, S. A., Arivalagan, S., & Parayitam, S. (2023). "Knowledge management practices" as moderator in the relationship between organizational culture and performance in information technology companies in India. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, *53*(4), 719-747. https://doi.org/10.1108/VJIKMS-12-2020-0232

Shehzad, M. U., Zhang, J., Dost, M., Ahmad, M. S., & Alam, S. (2024). Knowledge management enablers and knowledge management processes: a direct and configurational approach to stimulate green innovation. *European Journal of Innovation Management*, *27*(1), 123-152. https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2022-0076.

Trieu, H. D., Van Nguyen, P., Nguyen, T. T., Vu, H. M., & Tran, K. (2023). Information technology capabilities and organizational ambidexterity facilitating organizational resilience and firm performance of SMEs. *Asia Pacific Management Review*, *28*(4), 544-555. https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2023.03.004.

Vazife, Z., & Karbalai, S. (2021). Investigating the relationship between knowledge management and social responsibility in the tax administrations of Sistan and Baluchistan province. *Economic Magazine-Monthly Review of Economic Issues and Policies*, *21*(5), 11-20. [in persian]

Villavicencio, G. J. D., Zumba-Zúñiga, M.-F., & Toledo-Macas, R.-K. (2023). Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility related to Financial Performance: Evidence from Ecuadorian Companies. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, *19*(1). https://doi.org/10.54399/rbgdr.v19i1.6665

Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 177-195. https://doi.org/10.2307/20650284

Yasir, M., Khan, S., Khan, S., Khan, K., & Nisar, M. (2023). Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance; Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Economic Affairs*, *8*(2), 66-85. https://doi.org/10.24088/IJBEA-2023-82006

YuSheng, K., & Ibrahim, M. (2020). Innovation capabilities, innovation types, and firm performance: evidence from the banking sector of Ghana. *Sage Open*, *10*(2), 2158244020920892. https://doi.org/10.1177/2158244020920892

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2025-03-12]

[DOI: 10.61186/jea.11.2.160]