

تأثیر مدیریت دانش و سرمایه فکری بر نوآوری و مزیت رقابتی با نقش یادگیری سازمانی و استراتژی تمایز:

استفاده از دیدگاه هماهنگ سازی منابع

مطالعه موردی دانشگاه پیام نور بندرعباس

امیر عباس نصیری^۱

عماد کمالی^۲

چکیده

این تحقیق با هدف بررسی تأثیر مدیریت دانش و سرمایه فکری بر مزیت رقابتی به همراه تأثیر متغیرهای نوآوری، یادگیری و استراتژی تمایز در سازمان انجام شد. جامعه آماری تحقیق شامل کارکنان دانشگاه پیام نور بندرعباس به تعداد ۲۵۰ نفر بود که بر اساس جدول کوکران، ۱۵۲ نفر به عنوان نمونه پژوهشی برآورد شد. پرسشنامه تحقیق به صورت تصادفی ساده به تعداد نمونه برآورد شده از جامعه آماری جمع آوری و مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت. روایی مسئله به کمک ابزار ماتریس فروئل لارکرز و پایایی پرسشنامه از طریق آزمون آلفای کرونباخ بررسی و تایید شد. نرمال بودن توزیع داده‌ها نیز از محاسبه ضرایب کشیدگی و چولگی به اثبات رسید و فرضیه‌های پژوهشی به کمک تحلیل ضریب مسیر و آماره t بررسی شد. یافته‌ها حاکی از تأثیر مثبت و معنادار سرمایه فکری بر مزیت رقابتی و نوآوری، مدیریت دانش بر مزیت رقابتی، نوآوری، یادگیری سازمان و استراتژی تمایز و نیز تأثیر مثبت و معنادار استراتژی تمایز بر مزیت رقابتی و همچنین یادگیری سازمانی بر نوآوری و مزیت رقابتی و نهایتاً تأثیر مثبت و معنادار نوآوری بر استراتژی تمایز بود.

کلیدواژه‌ها: نوآوری، مدیریت دانش، سرمایه فکری، مزیت رقابتی، استراتژی تمایز، یادگیری

۱. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دانشگاه پیام نور، تهران، ایران و نویسنده مسئول a_nasiri@pnu.ac.ir

۲. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دانش

مقدمه و بیان مسئله

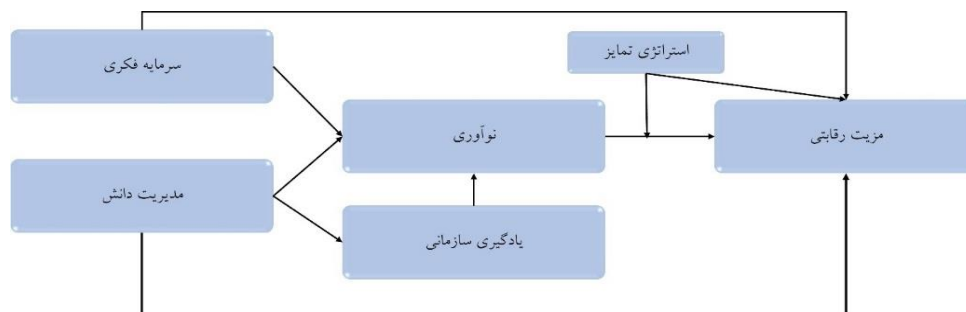
منابع سازمانی، به‌ویژه دارایی‌های ناملموس، نقشی کلیدی در ارتقای جایگاه رقابتی شرکت‌ها ایفا می‌کنند. این دسته از منابع به‌عنوان عنصری حیاتی در تدوین استراتژی‌های تجاری محسوب می‌شوند. سرمایه فکری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین دارایی‌های نامشهود سازمانی، تأثیر مستقیمی بر عملکرد کسب‌وکار و ایجاد مزیت رقابتی پایدار دارد. سازمان‌هایی که توانایی خلق نوآوری‌های ماندگار - اعم از ابداع محصولات جدید یا توسعه فرآیندهای نوین - را دارند، قادر به حفظ برتری رقابتی خود در بلندمدت خواهند بود. مزیت رقابتی مجموعه دارایی‌ها، ویژگی‌ها و توانمندی‌هایی است که به سازمان کمک می‌کند تا فراتر از رقبا در بازار عمل کند (پورترا^۱ ۲۰۱۸). با این حال، سنجش دقیق سرمایه فکری به دلیل ماهیت ناملموس آن همواره با چالش‌هایی همراه است. اما ارزش افزوده سرمایه فکری کاملاً به رسمیت شناخته شده است. سرمایه فکری به عنوان دارایی ارزشمند سازمان موقعیت رقابتی سازمان را در صنعت تعیین می‌کند. ایجاد سرمایه فکری و نحوه مدیریت و به اشتراک‌گذاری دانش مرتبط با آن و در نهایت رسیدن به موفقیت سازمانی چالش بزرگ پیش روی سازمان‌ها است (آسیایی و بونتیس^۲، ۲۰۲۱). در عین حال، در اقتصاد مبتنی بر دانش، مسئله مدیریت دانش به عنوان یک منبع حیاتی برای دستیابی به مزیت رقابتی در نظر گرفته می‌شود. دانش به عنوان یک دارایی استراتژیک مهم برای بقا در بازار تلقی می‌شود. با سرعت گرفتن تحولات فناوری، تغییرات سریعی در شرایط بازار جهانی، فناوری و فرآیند تولید محصول و نیازهای مشتری رخ داده است. درک و پیش‌بینی این تغییرات سریع و پیچیده برای شرکت‌ها سخت است. این تغییرات یک چالش مدیریتی برای سازمان به شمار می‌رود و نیازمند انجام اقداماتی در این فضای ناپایدار، نامشخص، پیچیده و مبهم است. مدیریت دانش منبع مهمی برای بقا در یک محیط پیچیده در نظر گرفته می‌شود. اشتراک دانش صریح و ضمنی عملکرد سازمان را بهبود می‌بخشد و در نهایت به ایجاد مزیت رقابتی در سازمان منجر می‌شود (پایال^۳، ۲۰۱۹). مزیت رقابتی^۴ شامل مجموعه عوامل یا توانمندی‌هایی است که همواره شرکت را به نشان دادن عملکردی بهتر از رقبا قادر می‌سازد (فریدا^۵، ۲۰۲۲). در اقتصاد دانش بنیان چرخه عمر محصولات و خدمات بر اساس دانش شکل می‌گیرد امروزه در سازمان‌ها، دانش یک سرمایه ناملموس اما بسیار مهم به شمار می‌رود و مدیریت دانش و حفظ و ارتقاء سرمایه فکری در سازمان‌ها امری بسیار حیاتی است (علیقلی^{۱۳۹۹})، یکی از بخش‌های مهم در مدیریت دانش و ارتقاء سرمایه فکری در یک سازمان، یادگیری سازمانی است، یادگیری سازمانی به فرایند پیوسته کسب، به اشتراک‌گذاری و پیاده‌سازی و دانش و تجربیات عملی در یک سازمان یا شرکت اشاره تعریف می‌شود. یادگیری سازمانی به آن‌ها کمک می‌کند تا از اشتباهات گذشته درس بیاموزند، عملکرد خود را ارتقاء دهند و با تغییرات پیرامونی سازگار شوند. و بتوانند به موقع نسبت به آن واکنش مناسب نشان دهند. یادگیری سازمانی شامل مراحل مختلفی از جمله کسب، ذخیره، توزیع و تجزیه و تحلیل دانش است. هدف نهایی یادگیری سازمانی آن بهبود کارایی، نوآوری و رقابت‌پذیری در سازمان است. مدیریت دانش و ارتقاء سرمایه فکری از طریق به اشتراک‌گذاری و نهادینه کردن اصول دانش در سازمان و کشف و ارتقاء مستمر دارایی‌های ناملموس سازمان‌ها زمینه رشد خلاقیت فردی و سازمانی را فراهم می‌کنند این خلاقیت به نوآوری در سازمان منجر می‌شود (رخشانی، ۱۳۹۴). نوآوری در سازمان نیز به نوبه خود منجر به خلق و تولید خدمات و محصولات جدید، ارتقاء و بهبود فرآیندهای سازمانی و تولیدی، ارتقاء محصولات و افزایش کیفیت و افزایش بهره‌وری، کاهش هدر رفت منابع و در نهایت بهبود عملکرد سازمان می‌شود که خود برای سازمان یک مزیت رقابتی ایجاد می‌کند (حمزوی^{۱۴۰۳}). این مزیت رقابتی سبب برندسازی و متمایز نمودن شرکت و یا سازمان نسبت به سایر رقبا می‌شود، در علم مدیریت این تمایز تحت عنوان استراتژی تمایز شناخته می‌شود، استراتژی تمایز به معنای این است که یک کسب و کار، محصول یا خدماتی را ارائه کند که مشتریان،

1. Porter
2. Asiaei & Bontis.
3. Payal
4. Competitive Advantager
5. Farida

آن را در سطح صنعت، منحصر به فرد و کاملاً متمایز بدانند. این تمایز ممکن است در طراحی، تصویر ذهنی برند، فناوری، امکانات و قابلیت‌ها، خدمات مشتریان، شبکه فروش یا شبکه توزیع و یا سایر مولفه‌های مرتبط با محصول باشد (یوسفی، ۱۴۰۱). همه سازمان‌ها در حوزه ارتباطی و مدیریت دانش خود با محدودیت در منابع و امکانات مواجه هستند، از این رو تنها سازمان‌هایی می‌توانند به خوبی اهداف سازمانی خود را محقق کنند که منابع محدود خود را به درستی مدیریت کنند. این مسئله تحت عنوان هماهنگ‌سازی منابع شناخته می‌شود (سنگوزی، ۲۰۲۲). هماهنگ‌سازی منابع می‌تواند به درک بیشتر نحوه برخورد سازمان‌ها با فناوری‌های نوظهور با توسعه و مدیریت پایگاه منابع استراتژیک خود کمک کند (ژو و پرو، ۲۰۲۳). در تئوری مبتنی بر منابع، منابع سازمانی، به ویژه منابع و قابلیت‌های ناملموس، در دستیابی به عملکرد پایدار و مزیت رقابتی سازمان، نقش حیاتی ایفا می‌کند (بارنی، ۱۹۹۱). مدیریت دانش و ارتقاء سرمایه فکری از طریق به اشتراک‌گذاری و نهادینه کردن اصول دانش در سازمان و کشف و ارتقاء مستمر دارایی‌های ناملموس سازمان‌ها زمینه رشد خلاقیت فردی و سازمانی را فراهم می‌کنند. با توجه به مباحث مطرح شده، شناخت و واکاوی مقوله مدیریت دانش و ارتقاء دارایی‌های فکری سازمان و نحوه اثرگذاری آن بر سایر مولفه‌های سازمان مانند نوآوری و مزیت رقابتی حائز اهمیت زیادی است. این تحقیق به دنبال یافتن این ارتباط با در نظر گرفتن یادگیری سازمانی، استراتژی تمایز و هماهنگی منابع در سازمان است. برای مطالعه موردی دانشگاه پیام نور بندرعباس در نظر گرفته شد بنابراین مسئله اصلی تحقیق تحت عنوان زیر مطرح می‌شود: بررسی تاثیر مدیریت دانش و سرمایه فکری بر نوآوری و مزیت رقابتی با نقش یادگیری سازمانی و استراتژی تمایز: استفاده از دیدگاه هماهنگ‌سازی منابع در دانشگاه پیام نور بندرعباس.

مدل و چارچوب مفهومی پژوهش

چارچوب نظری تحقیق شامل متغیرهای مختلف تعریف شده برای مسئله و روابط بین آن‌ها است با توجه به فرضیات مطرح شده در تحقیق متغیرهای مسئله به صورت زیر تعیین می‌شود:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

جدول ۱. متغیرهای پژوهشی مورد استفاده و رابطه میان آنها

ردیف	متغیرهای مستقل	متغیرهای میانجی	متغیرهای تعدیل گر	متغیر وابسته
۱	مدیریت دانش	نوآوری	استراتژی تمایز	مزیت رقابتی
۲	سرمایه فکری	یادگیری سازمان		
۳	استراتژی تمایز			

جدول ۱ نگاهی گسترده به همه متغیرهای بررسی شده تحقیق حاضر به صورت یکجا دارد. بررسی این جدول می‌تواند ذهنیت مطالعه کننده نسبت به چارچوب تحقیق را ساماندهی نموده و ابهامات موجود در تحلیل‌ها و مباحثات بالقوه را از میان ببرد.

پیشینه پژوهش

در حالی که کار پژوهشی حاضر، تاثیر سرمایه فکری بر مزیت رقابتی را به صورت مستقیم مورد ارزیابی قرار داده است اما بختیاری (۱۴۰۲) این رابطه را از طریق متغیر میانجی نوآوری سنجیده است. در واقع ابتدا اثر سرمایه فکری بر نوآوری و سپس اثر نوآوری بر مزیت رقابتی را مورد بررسی قرار داده است. او همچنین تاثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری را بررسی نمود. بر اساس یافته‌های این تحقیق تاثیر مثبت و معنا دار سرمایه فکری بر نوآوری، تاثیر نوآوری بر مزیت رقابتی، تاثیر مثبت و معنا دار مدیریت دانش بر مزیت رقابتی و در نهایت نقش میانجی بین مدیریت دانش و مزیت رقابتی نشان داده شد. قلیپور و بهروزی (۱۴۰۰)، نیز نقش دانش در سازمان را برجسته‌تر کرده و بر این اساس تاثیر استراتژیهای مدیریت دانش را در یادگیری و نوآوری سازمانی مورد ارزیابی قرار دادند. بر اساس نتایج تحقیق آنها دانش راهبردی‌ترین دارایی سازمان است و همراستا سازی مدیریت دانش استراتژی‌های کسب و کار سازمان امری ضروری است نقش استراتژی‌های مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی، نوآوری سازمانی و تسهیم دانش در سازمان را بررسی نمودند. بر اساس نتایج این تحقیق دانش راهبردی‌ترین دارایی سازمان است و همراستا سازی مدیریت دانش استراتژی‌های کسب و کار سازمان امری ضروری است و فرآیند پایش وضعیت دانش سازمان فرآیند مستمر و پویا است. و سازمان‌هایی که از فرهنگ یادگیری بالایی برخوردار هستند می‌توانند نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی کنند و عملکرد خود را بهبود بخشند. نعمتی (۱۳۹۸) نیز با اولویت دادن به دانش و مدیریت آن در سازمان، این متغیر را در ادغام با توسعه منابع انسانی به عنوان تعیین کننده های ارتقا عملکردی سازمان و به دنبال آن بهبود و تقویت مزیت رقابتی آن نشان داد. بر اساس نتایج این تحقیق توسعه منابع انسانی به عنوان عنصر کلیدی در سیستم مدیریت دانش به شمار می‌رود و ادغام مدیریت منابع انسانی با مدیریت دانش به ارتقاء عملکرد سازمان منجر می‌شود و بهره‌وری و اثربخشی آن را بهبود می‌بخشد و در نهایت به کسب مزیت رقابتی در سازمان منجر می‌شود. در مقابل اما رودساز و نقوی (۱۳۹۷)، مدیریت دانش را به عنوان میانجی در رابطه با اثر نوآوری باز بر مزیت رقابتی بررسی نمودند. در واقع آنها متغیر نوآوری را مقدم بر سایر متغیرها در فرایند چرخه مزیت رقابتی سازمان در نظر گرفتند. نتایج این تحقیق نشان داد نوآوری باز بر تبدیل مدیریت دانش به دارایی سازمان نقش مهمی دارد. قوی پنجه و روزبهانی (۱۳۹۴) نیز به مانند قلیپور و بهروزی (۱۴۰۰) و نعمتی (۱۳۹۸) اولویت دهی به نقش و تاثیر مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها را بررسی نمودند. بر اساس نتایج این تحقیق استفاده از فنون داده‌کاوی، یادگیری سازمانی، خلق دانش، سبک‌های رهبری توانمندساز و بستر سازی تکنولوژیک از عوامل مهم اثر گذار بر مدیریت دانش در سازمان هستند.

در پژوهشهای خارجی اما، باکوئرو و همکاران (۲۰۲۴) در تقابل با اکثر یافته‌های داخلی نقش میانجی مدیریت دانش را در رابطه بین یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی نشان دادند. با توجه به اینکه آنها تاثیر یادگیری سازمانی و مدیریت دانش را با در نظر گرفتن نوآوری بر قابلیت‌های شرکت بر اساس دیدگاه هماهنگ‌سازی منابع بررسی نمودند کارشان همراستایی با بخشی از کار تحقیق حاضر یعنی اهمیت دهی به یادگیری سازمانی در مسیر رقابتی سازمان دارد. همچنین، رحمان و برسیانی^۲ (۲۰۲۲)، نیز به مانند باکوئرو و همکاران^۳ (۲۰۲۴) با استفاده از چارچوب نظریه هماهنگ‌سازی منابع ارتباط میان سرمایه فکری، مدیریت دانش و مزیت رقابتی را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن بود که هم سرمایه فکری و هم مدیریت دانش تأثیر معناداری بر نوآوری و مزیت رقابتی دارند. آنها همچون اکثر تحقیقات مرتبط نشان دادند که نوآوری به عنوان متغیر میانجی، رابطه بین سرمایه فکری و مدیریت دانش با مزیت رقابتی را تسهیل می‌کند. علاوه بر این، تأثیر مستقیم و مثبت نوآوری بر مزیت رقابتی نیز تأیید شد. آنها در عین حال بر خلاف رویه ادبیات، متغیر استراتژی‌های تجاری را نیز وارد چرخه بررسی خود کرده و نشان دادند که این متغیر به شکل قابل توجهی منجر به ایجاد مزیت رقابتی می‌شود و نقش تعدیل‌گری در رابطه بین نوآوری و مزیت رقابتی ایفا می‌کند. این یافته‌ها بر اهمیت توجه

1.Baquero et al

2. Rahman & Beresiani

3.Baquero et al

همزمان به عوامل سازمانی و راهبردی در ایجاد مزیت رقابتی پایدار تأکید دارند. اما جوردائو و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در تقابل با بیشتر کارهای مرتبط، پژوهش کیفی را در دستور کار قرار داد و با این روش تأثیر سرمایه فکری بر نوآوری را بررسی نمود. نکته دیگر قابل ذکر این کار در نظر گرفتن نقش میانجی برای قابلیت یادگیری سازمانی بود که در اکثر تحقیقات مشابه به عنوان متغیر مستقل مورد بررسی قرار گرفته بود. همچنین آنها در رویه ای متفاوت، پرسش از نخبگان را برای روش کاری شان برگزیدند. نتایج تحقیق نشان داد شبکه دانش نقش مهمی در نوآوری در سازمان و بهبود عملکرد شرکتها دارد. سرمایه های فکری سازمان در کنار استقرار شبکه دانش عنوان راهی برای ارتقای بهبود عملکرد سازمانی است این بهبود در نتایج مالی، رشد بازاریابی، کارایی، نوآوری و رقابت خودش را نشان می دهد. فریریا و همکاران^۲ (۲۰۲۰) تأثیر نوآوری بر مزیت رقابتی با در نظر گرفتن نقش یادگیری سازمانی را بررسی نمودند. نتایج این تحقیق نشان داد نوآوری سازمانی بر ایجاد مزیت رقابتی در سازمان تأثیر مثبت و معنادار دارد همچنین یادگیری سازمانی سبب بهبود نوآوری در سازمان می شود و بر مزیت رقابتی تأثیر مثبت و معنادار دارد. در مقابل اکثر کارهای پژوهشی مشابه که در سازمانهای با اندازه بزرگ انجام گرفت، عباس و ژانگ^۳ (۲۰۲۰) در تحقیق خود در خصوص نوآوری پایدار، شرکت های کوچک و متوسط را مورد بررسی قرار دادند. نکته جالب این کار استفاده از مدیریت دانش و یادگیری سازمانی در رابطه با همدیگر بود. در حالی که در بیشتر کارهای مشابه، این دو متغیر به عنوان متغیر مستقل برای سنجش دیگر متغیرها مانند مزیت رقابتی و نوآوری به کار برده شده اند. بر اساس نتایج این تحقیق رابطه مثبت و معنادار بین مدیریت دانش و یادگیری سازمانی به اثبات رسید، همچنین تأثیر مثبت و معنا دار مدیریت دانش و یادگیری سازمانی بر نوآوری در سازمان به اثبات رسید، همچنین ثابت شد یادگیری سازمانی بین مدیریت دانش و نوآوری نقش میانجی را دارد. حنیفه و همکاران^۴ (۲۰۲۰) به مانند باکوئرو و همکاران^۵ (۲۰۲۴) به نقش واسطه ای مدیریت دانش اهمیت دادند. آنها این واسطه گری را در رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی مورد بررسی قرار دادند. یافته های تحقیق نشان دهنده ارتباط مثبت و معنادار بین سرمایه انسانی و سرمایه رابطه ای خارجی با تسهیم دانش و در نهایت عملکرد نوآوری بود. همچنین نتایج حاکی از تأثیر قابل توجه اشتراک دانش بر ارتقای عملکرد نوآوری شرکتها داشت. این پژوهش بر اهمیت توجه به ابعاد مختلف سرمایه فکری و نقش کلیدی اشتراک دانش در بهبود عملکرد نوآورانه سازمانها تأکید دارد. آمایا و همکاران^۶ (۲۰۲۲)، نیز به مانند اکثر کارهای مشابه نقش منابع داخلی و سرمایه فکری در ایجاد مزیت رقابتی در سازمان های دانش بنیاد در بازارهای نوظهور را بررسی نمودند. نتایج این تحقیق نشان داد که در چارچوب VRIO (ارزش، نادر بودن، تقلیدپذیری و سازمان)، کارخانه و تجهیزات و دانش فنی آن، منابعی هستند که به دلیل ویژگی هایشان سبب ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان می شوند. همچنین یافته ها نشان می دهند که دیدگاه مبتنی بر هماهنگی منابع تقریب خوبی برای ایجاد مزیت رقابتی فراهم می کند.

در جدول ۲ مبنای طراحی پرسشنامه پژوهشی یعنی سوالات و فرضیه های تحقیقی در کنار یکدیگر آورده شده است.

-
1. Jordão et al
 2. Ferreira et al
 3. Abbas & Zhang
 4. Hanifeh et Al
 5. Baquero et al
 6. Amaya et al

جدول ۲. سوالات و فرضیه های پژوهشی

سوالات پژوهشی	فرضیه های پژوهشی
سوال اصلی آیا مدیریت دانش و سرمایه فکری (از دیدگاه هماهنگ سازی منابع) بر نوآوری و مزیت رقابتی با در نظر گرفتن نقش یادگیری سازمان و استراتژی تمایز اثر دارد؟	فرضیه اصلی مدیریت دانش و سرمایه فکری (از دیدگاه هماهنگ سازی منابع) بر نوآوری و مزیت رقابتی با در نظر گرفتن نقش یادگیری سازمان و استراتژی تمایز تاثیر مثبت و معنادار دارد.
سوالات فرعی ۱- آیا سرمایه فکری بر مزیت رقابتی تاثیر دارد؟ ۲- آیا سرمایه فکری تاثیری بر نوآوری دارد ؟ ۳- آیا مدیریت دانش تاثیری بر مزیت رقابتی دارد ؟ ۴- آیا مدیریت دانش تاثیری بر نوآوری دارد ؟ ۵- آیا استراتژی تمایز تاثیری بر مزیت رقابتی دارد ؟ ۶- آیا مدیریت دانش تاثیری بر یادگیری سازمانی دارد ؟ ۷- آیا یادگیری سازمانی تاثیری بر نوآوری دارد ؟ ۸. آیا نوآوری تاثیری بر استراتژی تمایز دارد؟ ۹. آیا یادگیری سازمانی تاثیر معناداری بر مزیت رقابتی دارد؟	فرضیه های فرعی ۱- سرمایه فکری تاثیر معناداری بر مزیت رقابتی دارد ۲- سرمایه فکری تاثیر معناداری بر نوآوری دارد ۳- مدیریت دانش تاثیر معناداری بر مزیت رقابتی دارد ۴- مدیریت دانش تاثیر معناداری بر نوآوری دارد ۵- استراتژی تمایز تاثیر معناداری بر مزیت رقابتی دارد ۶- مدیریت دانش تاثیر معناداری بر یادگیری سازمانی دارد ۷- یادگیری سازمانی تاثیر معناداری بر نوآوری دارد ۸- نوآوری تاثیر معناداری بر استراتژی تمایز دارد ۹- یادگیری سازمانی تاثیر معناداری بر مزیت رقابتی دارد

روش شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی به شمار می رود و از نظر روش جزء تحقیقات پیمایشی و میدانی است، برای تجزیه و تحلیل آماری از محاسبات پایایی، روایی، نرمال بودن توزیع داده ها، ضریب تاثیر سوالات و ضرایب مسیر بین متغیرهای مسئله مد نظر استفاده شد. برای بررسی پایایی از آزمون آلفای کرونباخ، برای بررسی روایی تحقیق از ماتریس فورنل و لارکر در نرم افزار SMART-PLS، برای بررسی توزیع نرمال داده ها از محاسبه کشیدگی و چولگی و جهت سنجش میزان تاثیر گویه ها و جهت سنجش فرضیات مسئله از آزمون ضریب تاثیر، ضریب مسیر و آماره تی استفاده شد.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق کارکنان دانشگاه پیام نور بندرعباس در نظر گرفته شد که تعداد ۲۵۰ نفر را شامل می شوند. برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول کرسی مورگان استفاده شد که نمونه آماری برابر با ۱۵۲ نفر به دست آمد. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی استفاده شد و بین کارکنان دانشگاه پیام نور بندرعباس پرسشنامه توزیع شد و داده ها جهت تجزیه و تحلیل در نرم افزارهای آماری آماده گردید. در مجموع تعداد ۱۷۰ پرسشنامه توزیع گردید با توجه به عدم عودت پرسشنامه ها و مخدوش بدون برخی از آن ها و همچنین عدم دقت در پر کردن برخی از پرسشنامه ها در نهایت تعداد ۱۵۲ مورد جهت تحلیل آماری انتخاب شد.

ابزار پژوهش

پرسشنامه مورد استفاده به صورت پرسشنامه استاندارد بود که از کار رحمان و برسیانی (۲۰۲۱) استخراج شد. این پرسشنامه دارای ۴۳ گویه است که متغیرهای یادگیری سازمانی (۴ گویه)، سرمایه فکری (۹ گویه)، استراتژی تمایز (۴ گویه)، مزیت رقابتی (۴ گویه)، نوآوری (۵ گویه) و مدیریت دانش (۱۷ گویه) را شامل می شود در کار رحمان و برسیانی هر کدام از این متغیرها از منابع مختلفی استخراج شده است که شرح منابع و مراجع مورد استفاده در کار رحمان و برسیانی به تفکیک متغیرهای پرسشنامه در جدول ۲-۳ آورده شده است:

جدول ۳. متغیرهای پرسشنامه و منابع مورد استفاده

عنوان متغیر	مرجع مورد استفاده
یادگیری سازمانی	کیانتو و همکاران (۲۰۱۰)
سرمایه فکری	کیانتو و همکاران (۲۰۱۰) ، بونتیس (۱۹۹۸) ، سابرامانیام (۲۰۰۵)
استراتژی تمایز	نارور (۱۹۹۰)
مزیت رقابتی	وو و چن (۲۰۱۲)
نوآوری	هارلی و هالت (۱۹۹۸)
مدیریت دانش	گلد و همکاران (۲۰۰۱)

یافته‌های پژوهش

در این تحقیق با نمونه آماری ۱۵۲ نفر از کارکنان دانشگاه پیام نور بندرعباس فرضیات مسئله بررسی شد. ۵۳ درصد شرکت کنندگان مرد و ۴۷ درصد زن بودند، ۲۱ درصد دارای تحصیلات کاردانی ۵۸ درصد کارشناسی ۱۴ درصد کارشناسی ارشد و ۷ درصد دارای تحصیلات دکتری بودند، ۱۵ درصد پرسش شونده‌گان دارای سن زیر ۳۰ سال ۳۶ درصد بین ۳۰ الی ۴۰ سال ۳۵ درصد بین ۴۰ الی ۵۰ سال و ۱۴ درصد بیش از ۵۰ سال سن داشتند.

پایایی ابزار اندازه‌گیری

در این تحقیق، از روش آلفای کرونباخ جهت اندازه‌گیری پایایی استفاده شده است به منظور سنجش سطح پایایی پرسشنامه، از پایایی همسانی درونی، روش آلفای کرونباخ برای سوالات پرسشنامه به عنوان پایایی اولیه و مقدماتی استفاده شده است. ضریب آلفای کرونباخ یک ضریب محاسباتی پر کاربرد برای بررسی پایایی پرسشنامه ها و مقیاس ها است، که بر اساس آن می توان سازگاری درونی پرسشنامه یا مقیاس تحقیق را سنجید اندازه ضریب آلفا می تواند از منفی بی نهایت تا +۱ باشد. در واقع هرچه رقم حاصله به +۱ نزدیکتر باشد پایایی تحقیق بالاتر خواهد بود. چنانچه در جدول ۴ مشاهده می شود ضریب آلفای کرونباخ ضریب آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرهای مسئله بیشتر از ۰,۷ می باشد که پایایی بالای مسئله تحقیق را تایید می نماید.

جدول ۴. ضرایب آلفای کرونباخ

عنوان متغیر نهان مسئله	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
یادگیری سازمان	۴	۰,۹۰۹
سرمایه فکری	۹	۰,۹۷۶
استراتژی تمایز	۴	۰,۹۸۶
مزیت رقابتی	۴	۰,۹۶۷
نوآوری	۵	۰,۹۵۵
مدیریت دانش	۱۷	۰,۹۸۸

-
- 1 Kianto et al
 - 2 Bontis
 - 3 Subramaniam
 - 4 Narver
 - 5 Wu and Chen
 - 6 Hurley and Hult
 - 7 Gold et al

روایی ابزار اندازه‌گیری

پس از پایایی، روایی مسئله نیز باید بررسی شود در این تحقیق برای بررسی روایی تشخیصی یا واگرا از ماتریس فورنل لارکز و نرم افزار Smart PLS استفاده شد. روایی تشخیصی یا رواواگرا به توانایی یک مدل برای تمایز بین سازه‌های مختلف اشاره دارد. اطمینان از روایی تشخیصی تضمین می‌کند که سازه‌های مدل به درستی از هم تمایز یافته‌اند و به طور واضح مفهوم خاص خود را اندازه‌گیری می‌کنند. در مدل سازی معادلات ساختاری، روایی تشخیصی به معنای متمایز بودن سازه‌ها از یکدیگر است. به عبارت دیگر، هر سازه باید به طور منحصر به فرد و متفاوت از سایر سازه‌ها اندازه‌گیری شود. در صورتی که دو یا چند سازه با هم همبستگی بسیار بالایی داشته باشند، ممکن است به جای سازه‌های جداگانه، یک مفهوم واحد را اندازه‌گیری کنند، که این مسئله باعث کاهش اعتبار مدل می‌شود. برای اطمینان از روایی تشخیصی، هر شاخص باید همبستگی بالاتری با سازه خود داشته باشد و همبستگی آن با سایر سازه‌ها کم باشد. در این ماتریس اگر مقادیر آرایه‌های قطر اصلی از مقادیر متناظر مربوط به سایر پارامترها بیشتر باشد روایی مسئله مورد تایید می‌باشد در جدول ۵ مقادیر مربوط به این آزمون آورده شده است. همان‌گونه که در جدول ۵ نیز نشان داده شده مقادیر مربوط به درایه‌های قطر اصلی ماتریس فورنل و لارکز از مقادیر متناظر همان متغیر نهان با متغیرهای نهان دیگر بیشتر است که این مسئله استقلال متغیرهای مسئله و عدم وابستگی آن‌ها به یکدیگر را نشان می‌دهد.

جدول ۵. ماتریس فورنل لارکز برای متغیرهای مسئله

یادگیری سازمان	یادگیری فکری	استراتژی تمایز	مزیت رقابتی	نوآوری	مدیریت دانش
۰,۹۶					
۰,۵۶	۰,۹۳۵				
۰,۶۸	۰,۸۲	۰,۹۱			
۰,۵۹	۰,۶۳	۰,۶۴	۰,۹۷		
۰,۷۹	۰,۵۷۱	۰,۸۱	۰,۶۴	۰,۹۵۱	
۰,۸۱	۰,۶۳۲	۰,۷۳	۰,۶۲۱	۰,۵۶۱	۰,۸۹

بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون‌های مختلفی می‌توان استفاده نمود، یکی از آزمون‌هایی که برای سنجش نرمال بودن داده‌های طیف لیکرت کاربرد زیادی دارد روش تحلیل کشیدگی و چولگی می‌باشد. چولگی و کشیدگی داده‌ها دو آزمون آماری برای ارزیابی میزان پراکندگی فراوانی داده‌ها بوده و برای بررسی نرمال بودن توزیع استفاده می‌شوند. کشیدگی معیاری از بلندی منحنی در نقطه ماکزیمم است و مقدار کشیدگی برای توزیع نرمال برابر ۳ می‌باشد. کشیدگی مثبت یعنی قله توزیع مورد نظر از توزیع نرمال بالاتر و کشیدگی منفی نشانه پایین تر بودن قله از توزیع نرمال است. برای مثال در توزیع t که پراکندگی داده‌ها بیشتر از توزیع نرمال است، ارتفاع منحنی کوتاه تر از منحنی نرمال است. چولگی در آمار نشان دهنده میزان عدم تقارن توزیع احتمالی است. اگر داده‌ها نسبت به میانگین متقارن باشند، چولگی برابر صفر خواهد بود. چولگی یک توزیع کاملاً متقارن برابر صفر است، یک توزیع نامتقارن با کشیدگی به سمت مقادیر بالاتر، چولگی مثبت دارد و یک توزیع نامتقارن با کشیدگی به سمت مقادیر کوچکتر، چولگی منفی دارد. در خروجی آزمون چولگی و کشیدگی داده‌ها با SPSS میزان خطای استاندارد نیز قابل مشاهده است. برای بررسی نرمال بودن داده‌ها باید «نسبت چولگی» و «نسبت کشیدگی» را حساب کنید. این نسبت از تقسیم چولگی و کشیدگی بر خطای استاندارد آن قابل محاسبه است. اگر عدد حاصل در بازه $[-۲, ۲]$ قرار گیرد، می‌توان توزیع داده‌ها را نرمال در نظر گرفت. برای یک توزیع کاملاً متقارن چولگی صفر و برای یک توزیع نامتقارن با کشیدگی به سمت مقادیر بالاتر چولگی مثبت و برای توزیع نامتقارن با کشیدگی به سمت مقادیر کوچکتر مقدار چولگی منفی است.

جدول ۶ نتایج مربوط به این آزمون آورده شده است. همانطور که در جدول ۴-۲ نشان داده شده مقادیر مربوط به Z چولگی و کشیدگی برای تمامی گویه‌های مسئله در بازه $[-۲, ۲]$ قرار دارد این موضوع توزیع نرمال داده‌ها را به اثبات می‌رساند بنابراین می‌توان از آزمون‌های پارامتریک برای تحلیل مسئله استفاده نمود.

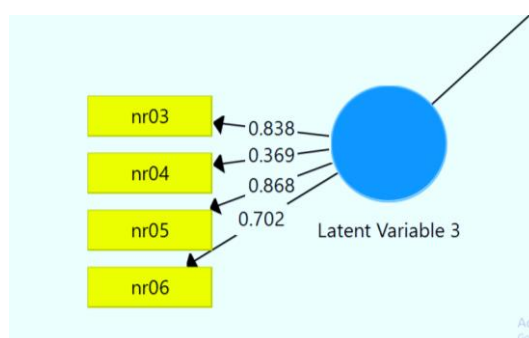
جدول ۶. نتایج آزمون کشیدگی و چولگی

عنوان سوال	چولگی	انحراف استاندارد چولگی	کشیدگی	انحراف استاندارد کشیدگی
A1	-۱/۲۰۴	۰/۶۸۷	۰/۱۴۱	۱/۳۳۴
A2	-۰/۶۱۰	۰/۶۸۷	-۰/۱۵۷	۱/۳۳۴
A3	-۱/۷۹۲	۰/۶۸۷	۳/۳۹۳	۱/۳۳۴
A4	-۱/۷۰۹	۰/۶۸۷	۳/۷۱۱	۱/۳۳۴
B1	-۱/۳۲۳	۰/۶۸۷	۲/۸۱۶	۱/۳۳۴
B2	-۱/۷۱۸	۰/۶۸۷	۳/۴۱۸	۱/۳۳۴
B3	-۱/۳۳۸	۰/۶۸۷	۱/۸۶۴	۱/۳۳۴
B4	-۱/۱۵۶	۰/۶۸۷	۰/۲۰۱	۱/۳۳۴
B5	-۱/۶۹۱	۰/۶۸۷	۱/۸۶۴	۱/۳۳۴
B6	-۱/۳۹۹	۰/۶۸۷	۱/۲۰۸	۱/۳۳۴
B7	-۱/۰۸۵	۰/۶۸۷	۰/۹۱۴	۱/۳۳۴
B8	-۱/۲۴۱	۰/۶۸۷	۰/۹۴۶	۱/۳۳۴
B9	-۱/۰۸۵	۰/۶۸۷	۰/۲۶۵	۱/۳۳۴
C1	-۱/۰۹۴	۰/۶۸۷	۰/۰۴۳	۱/۳۳۴
C2	-۰/۸۶۶	۰/۶۸۷	-۰/۵۶۷	۱/۳۳۴
C3	-۰/۸۴۸	۰/۶۸۷	-۰/۴۰۱	۱/۳۳۴
C4	-۱/۰۸۵	۰/۶۸۷	۰/۲۶۵	۱/۳۳۴
D1	-۰/۸۰۱	۰/۶۸۷	-۰/۳۷۸	۱/۳۳۴
D2	-۱/۳۹۱	۰/۶۸۷	۰/۸۴۲	۱/۳۳۴
D3	-۰/۶۳۲	۰/۶۸۷	-۰/۸۹۵	۱/۳۳۴
D4	-۰/۸۸۹	۰/۶۸۷	-۰/۱۶۰	۱/۳۳۴
E1	-۱/۳۵۸	۰/۶۸۷	۰/۶۸۸	۱/۳۳۴
E2	-۱/۱۵۶	۰/۶۸۷	۰/۲۰۱	۱/۳۳۴
E3	-۰/۸۵۹	۰/۶۸۷	-۰/۹۱۲	۱/۳۳۴
E4	-۱/۲۴۱	۰/۶۸۷	۰/۹۴۶	۱/۳۳۴
E5	-۱/۲۴۱	۰/۶۸۷	۰/۹۴۶	۱/۳۳۴
F1	-۰/۰۹۱	۰/۶۸۷	۱/۴۹۸	۱/۳۳۴
F2	-۱/۷۱۸	۰/۶۸۷	۳/۴۱۸	۱/۳۳۴
F3	-۰/۷۳۸	۰/۶۸۷	-۰/۸۷۸	۱/۳۳۴
F4	-۰/۴۳۱	۰/۶۸۷	-۱/۴۶۱	۱/۳۳۴
F4	-۲/۰۷۶	۰/۶۸۷	۴/۰۵۹	۱/۳۳۴
F5	-۰/۸۶۳	۰/۶۸۷	-۰/۵۲۲	۱/۳۳۴
F6	-۱/۱۵۶	۰/۶۸۷	۰/۲۰۱	۱/۳۳۴
F7	-۱/۰۸۵	۰/۶۸۷	۰/۲۶۵	۱/۳۳۴
F8	-۰/۶۱۰	۰/۶۸۷	-۰/۱۵۷	۱/۳۳۴
F9	-۰/۸۷۱	۰/۶۸۷	-۰/۵۱۳	۱/۳۳۴

۱/۳۳۴	-۱/۴۴۹	۰/۶۸۷	-۰/۶۴۳	F10
۱/۳۳۴	-۱/۰۰۱	۰/۶۸۷	-۰/۵۶۶	F11
۱/۳۳۴	-۱/۴۴۹	۰/۶۸۷	-۰/۶۴۳	F12
۱/۳۳۴	۰/۰۴۳	۰/۶۸۷	-۱/۰۹۴	F13
۱/۳۳۴	۳/۶۰۷	۰/۶۸۷	-۱/۹۱۳	F14
۱/۳۳۴	-۱/۴۶۱	۰/۶۸۷	-۰/۴۳۱	F15
۱/۳۳۴	-۰/۰۳۷	۰/۶۸۷	-۱/۲۵۳	F16
۱/۳۳۴	۰/۱۴۱	۰/۶۸۷	-۱/۲۰۴	F17

ضریب تاثیر

در این تحقیق این آزمون‌ها به کمک نرم‌افزار Smart-PLS انجام شد. به‌طور کلی تحلیل عاملی جهت پی بردن به متغیرهای زیر بنایی یک پدیده یا اطمینان از گویه‌های سنجش عوامل (سوالات پرسشنامه) استفاده می‌شود. داده‌های اولیه برای فاکتور آنالیز، ماتریس همبستگی بین متغیرها است. در این روش، متغیرهای وابسته وجود ندارد و هدف بررسی روابط متغیرهای پنهان نیست. بلکه هدف بررسی و تعیین رابطه متغیر پنهان و آشکار است. به بیان واضح‌تر محاسبه بارهای عاملی میزان تأثیر هر سوال بر متغیر پنهان تحقیق را نشان می‌دهد. در شکل نمونه‌ای از بارهای عاملی محاسبه شده در نرم‌افزار Smart Pls نشان داده شده است (حبیبی، ۱۴۰۱).



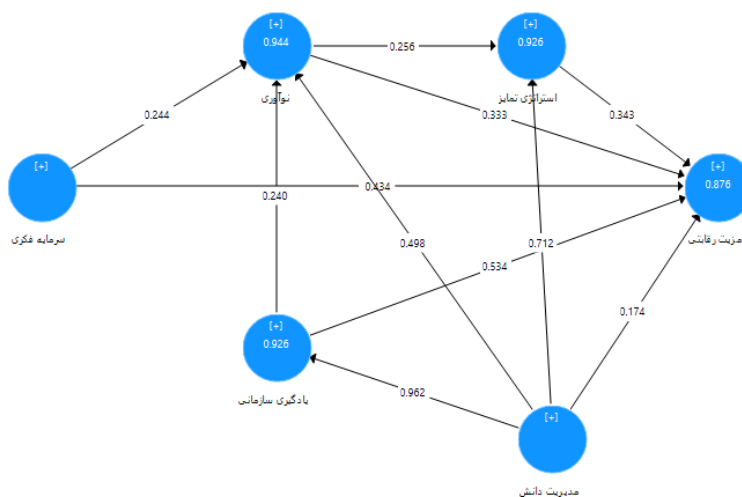
شکل ۲. بارهای عاملی گویه‌ها در نرم‌افزار smart Pls

تحلیل مسیر

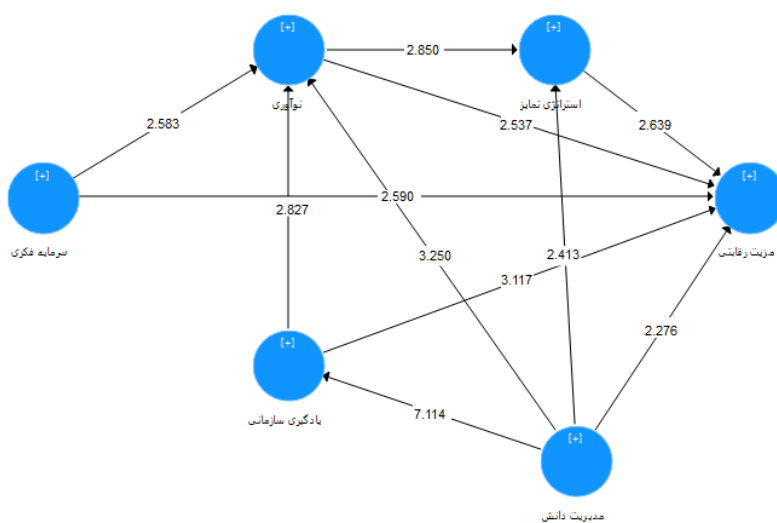
تحلیل مسیر^۱ روشی آماری مبتنی بر تحلیل رگرسیون چند متغیری است که برای سنجش روابط متغیرها در یک مدل علی استفاده می‌شود. در این روش از ضریب بتای استاندارد رگرسیون جهت تعیین جهت و شدت روابط میان متغیرها استفاده می‌شود. مقدار آماره تی نیز معناداری روابط را نشان می‌دهد. هدف تحلیل مسیر به دست آوردن برآوردهای کمی روابط علی بین مجموعه‌ای از متغیرهاست. تحلیل مسیر جهت و شدت روابط متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. مقادیری که جهت و میزان تأثیر میان متغیرها را نشان می‌دهند ضریب مسیر نامیده می‌شوند و با به صورت قراردادی با حرف بتای لاتین β نمایش داده می‌شوند. در ارتباط با ضریب مسیر و آماره تی، اگر ضریب مسیر مثبت و آماره تی از ۱٫۹۶ بزرگتر باشد رابطه مثبت و معنا دار است و اگر ضریب مسیر منفی و آماره تی از ۱٫۹۶- کوچکتر باشد رابطه منفی و معنادار است. در جدول ۷ این ارقام به صورت مجزا نشان داده شده است.

جدول ۷. ضریب مسیر و آماره t مربوط به فرضیات تحقیق

مسیر	ضریب مسیر	آماره t
سرمایه فکری – مزیت رقابتی	۰,۴۳۴	۲,۵۹
سرمایه فکری – نوآوری	۰,۲۴۴	۲,۵۸۳
مدیریت دانش – مزیت رقابتی	۰,۱۷۴	۲,۲۷۶
مدیریت دانش – نوآوری	۰,۴۹۸	۳,۲۵
استراتژی تمایز – مزیت رقابتی	۰,۳۴۳	۲,۶۳۹
مدیریت دانش – یادگیری سازمانی	۰,۹۶۲	۷,۱۱۴
یادگیری سازمانی – نوآوری	۰,۲۴۰	۲,۸۲۷
نوآوری – استراتژی تمایز	۰,۲۵۶	۲,۸۵
یادگیری سازمانی – مزیت رقابتی	۰,۵۳۴	۳,۱۱۷
مدیریت دانش – استراتژی تمایز	۰,۷۱۷	۲,۴۱۳
نوآوری – مزیت رقابتی	۰,۳۳۳	۲,۵۳۷



شکل ۳. ضریب مسیر بین متغیرهای مسئله



شکل ۴. آماره t مربوط به سوالات

نتیجه گیری و تحلیل

در فرضیه اول تاثیر سرمایه فکری بر مزیت رقابتی بررسی شد. بر اساس تحلیل صورت گرفته ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر ۰,۴۳۴ به دست آمد این موضوع نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص سرمایه فکری سازمان به اندازه انحراف معیار ۱ واحد مزیت رقابتی سازمان به اندازه ۰,۴۳۴ واحد بهبود می‌یابد. بختیاری (۱۴۰۲) و رحمان و برسیانی^۱ (۲۰۲۲)، این رابطه را از طریق متغیر میانجی نوآوری سنجیده‌اند. در واقع ابتدا اثر سرمایه فکری بر نوآوری و سپس اثر نوآوری بر مزیت رقابتی را مورد بررسی قرار داده‌اند. اما، آمایا و همکاران^۲ (۲۰۲۲) اثر مستقیم این رابطه را نشان داد. بهرحال رویکرد های مستقیم و غیرمستقیم سنجش اثرات متغیرها بر یکدیگر ضمن تکمیل ادبیات روش تحقیق، چالشهای جدیدی را در خصوص اعتبارسنجی قطعی اثرات رفتاری سازمانها در محیط رقابتی مطرح می‌کنند. سرمایه فکری (دانش تجارب، فناوری‌ها و ...) در هر سازمان با شناسایی نیازهای جدید زمینه را برای ایجاد نوآوری در سازمان فراهم می‌کند. سرمایه فکری از یک طرف با بررسی و پایش دقیق شرایط بیرونی و درونی در یک سازمان نیازهای مربوط به ایجاد نوآوری در محصولات و خدمات را شناسایی می‌کند و از دیگر سو با مدیریت دانش، تجربیات و فناوری‌ها امکان ایجاد محصولات و خدمات جدید و نوآورانه در سازمان را فراهم می‌کند و به این ترتیب بر نوآوری در سازمان تاثیر می‌گذارد.

در فرضیه دوم تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری در سازمان بررسی شد. بر اساس بررسی صورت گرفته ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰,۲۴۴ به دست آمد این موضوع نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص سرمایه فکری سازمان به اندازه انحراف معیار ۱ واحد، نوآوری (در سازمان مورد بررسی در این تحقیق) به اندازه ۰,۲۴۴ واحد بهبود می‌یابد. نتایج این بخش از تحقیق با نتایج بختیاری، باکوئرو، جوردائو، رحمان و برسیانی و حنیفه و همکاران همراستا می‌باشد. مدیریت دانش شامل مجموعه نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مختلفی است که وظایف اشتراک، درونی سازی، برونی سازی، توسعه، تبدیل و کاربردی سازی دانش در سازمان را بر عهده دارد، مدیریت دانش با دریافت به موقع داده‌ها و اطلاعات و پردازش آنها از یک سو شناخت صحیح و به موقع تحولات درونی و بیرونی سازمان را فراهم می‌سازد و از دیگر سو زمینه را برای رشد علمی و فنی کارکنان و توسعه فناوری‌ها و توانمندی‌های سازمان را فراهم می‌کند مجموعه این عوامل به ایجاد مزیت رقابتی در سازمان منجر می‌شود.

در فرضیه سوم تاثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی در سازمان بررسی شد. ضریب مسیر برای رابطه این متغیر برابر ۰,۱۷۴ به دست آمد که نشان می‌دهد به ازای بهبود وضعیت مدیریت دانش سازمان به اندازه انحراف استاندارد ۱ واحد مزیت رقابتی در سازمان به ازای ۰,۱۷۴ واحد بهبود می‌یابد. نتایج این بخش از تحقیق با نتایج بختیاری، قلی پور و بهروزی، رودساز و نقوی، قوی پنجه و روزبهانی، جوردائو و همکاران، رحمان و برسیانی و آمایا و همکاران همراستا است. البته در تبیین پایین بودن رقم ضریب تاثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی (۰,۱۷۴) بایستی توجه نمود که برخی اوقات میزان اثرگذاری عملی متغیرها بر همدیگر از طریق متغیرهای واسطه نمود می‌یابد. در این رابطه نیز با تفسیر اثرگذاری مدیریت دانش بر مزیت رقابتی از طریق متغیر اصلی این پژوهش یعنی یادگیری سازمانی، می‌توان تفسیر بهتری ارائه نمود. چنانچه در شکل ۳ مشاهده می‌شود تاثیر مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی برابر با ۰,۹۶۲ و نیز میزان اثر یادگیری سازمانی بر مزیت رقابتی برابر با ۰,۵۳۴ است. این نوع اثر سنجی که در واقع همان تاثیر غیرمستقیم است از حاصل ضرب دو مقدار عددی یاد شده برابر با ۰,۵۱ به دست می‌آید که عدد نسبتاً بالایی می‌باشد. به هر روی، تسهیم، درونی‌سازی، ترکیب و توسعه دانش و مهارت‌ها نقش مهمی در خلق و توسعه ایده‌های جدید در سازمان دارد مدیریت دانش، با ایجاد تعامل و تبادل دانش و تجربیات بین کارکنان زمینه را برای خلق ایده و همفکری در بین کارکنان فراهم می‌کند و از طرفی با ترکیب و توسعه دانش به تولید ایده، محصول و خدمات جدید در سازمان منجر می‌شود.

در فرضیه چهارم تاثیر مدیریت دانش بر نوآوری در سازمان بررسی شد. ضریب مسیر مربوط به این متغیر برابر ۰,۴۹۸، به دست آمد که نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص مدیریت دانش در سازمان به ازای انحراف معیار ۱ واحد و وضعیت نوآوری در سازمان به اندازه ۰,۴۹۸ واحد بهبود می‌یابد نتایج این بخش از تحقیق با نتایج نعمتی، قوی پنجه و روزبهانی، باکوئرو و همکاران، جوردائو و همکاران، عباس و ژانگ، رحمان و برسیانی و حنیفه و همکاران همراستا می‌باشد. استراتژی تمایز به این معنا است که سازمان خدمات یا محصولاتی ارائه نماید که در بازار منحصر به فرد باشد و سایر رقبا امکان ارائه محصول یا خدمات مشابه را نداشته باشند این تمایز می‌تواند ناشی از طراحی، تصویر ذهنی برند، تکنولوژی، امکانات و قابلیت‌ها، خدمات مشتریان، شبکه فروش یا شبکه توزیع و یا سایر ابعاد شرکت یا سازمان باشد بدیهی است متمایز بودن شرکت و سازمان نسبت به سایر رقبا به ایجاد مزیت رقابتی برای آن سازمان منجر می‌شود.

در فرضیه پنجم تاثیر استراتژی تمایز بر ایجاد مزیت رقابتی بررسی شد. ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر ۰,۳۴۳، به دست آمد که نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص استراتژی تمایز سازمان به اندازه انحراف معیار ۱ واحد و وضعیت مزیت رقابتی آن به اندازه ۰,۳۴۳ واحد بهبود می‌یابد نتایج این بخش از تحقیق با نتایج رحمان و همکاران، باکوئرو و همکاران و بنی و همکاران همراستا است. مدیریت دانش به عنوان یک عامل توانمندساز برای یادگیری سازمانی به شمار می‌رود؛ مدیریت دانش قابلیت‌های گسترده‌ای را برای کسب، ذخیره، توزیع و به کارگیری دانش در اختیار سازمان‌ها قرار می‌دهد. این فعالیت‌ها به دلیل افزایش پاسخگویی سازمانی، فعالیت‌هایی بنیادی محسوب می‌شوند و این مسئله از جهت سازگاری مداوم با محیط‌های آشفته و رقابتی برای سازمان ضروری است. فناوری اطلاعات هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی بر یادگیری تاثیر داشته، ایجاد دانش را تسهیل می‌کند و در نهایت سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا قابلیت‌ها را بهبود بخشند و عملکردها را برای مقابله با تغییرات پیش‌رو ارتقا دهند.

در فرضیه ششم تاثیر مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی بررسی شد ضریب مسیر برای این فرضیه برابر با ۰,۹۶۲، به دست آمده که تاثیر بسیار بالای مدیریت دانش بر یادگیری سازمان را نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص مدیریت دانش به اندازه انحراف استاندارد ۱ واحد وضعیت یادگیری سازمان به اندازه ۰,۹۶۲ واحد بهبود می‌یابد نتایج این بخش از تحقیق با نتایج تحقیق قلی پور و بهروزی، قوی پنجه و روزبهانی، باکوئرو و همکاران، فریرا و همکاران و عباس و ژانگ همراستا است. یکی از عوامل تاثیرگذار بر سطح نوآوری در سازمان‌ها، میزان اطلاعات و دانش موجود در سازمان است، زیرا محیط غنی از اطلاعات عامل تسهیل کننده خلاقیت و نوآوری است. می‌توان گفت سازمان‌هایی خلاق و نوآور خواهند بود که شرایط کسب، توزیع و تفسیر اطلاعات و دانش را فراهم کرده، حافظ و تقویت کننده این شرایط باشند. در حقیقت، نوآوری با مفهوم یادگیری گره خورده است. یادگیری سازمانی عاملی بنیادی برای خلاقیت و نوآوری به شمار می‌رود.

در فرضیه هفتم تاثیر یادگیری سازمانی بر نوآوری در سازمان بررسی شد. ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر ۰,۲۴۲، واحد به دست آمد که نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص یادگیری سازمانی به اندازه انحراف معیار یک واحد نوآوری سازمانی به اندازه ۰,۲۴۲ واحد بهبود می‌یابد نتایج این بخش از تحقیق با نتایج تحقیق قلی پور و بهروزی، رودساز و نقوی، باکوئرو و همکاران، جوردائو و همکاران، فریرا و همکاران، عباس و ژانگ و رحمان و همکاران همراستا است. نوآوری یک نیاز اساسی شرکت‌ها در فضای رقابتی به شمار می‌رود و به عنوان شناسایی ایده‌های خلاقانه و صحیح جهت ایجاد و خلق محصولات و خدمات جدید شناخته می‌شود فرآیند نوآوری سبب متمایز شدن شرکت نسبت به سایر رقبا می‌شود و به ایجاد مزیت رقابتی و استقرار استراتژی تمایز در سازمان کمک می‌کند.

در فرضیه هشتم تاثیر نوآوری بر استراتژی تمایز بررسی شد. ضریب مسیر برای متغیرهای این فرضیه برابر با ۰,۲۵۶، واحد به دست آمد که نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص نوآوری در سازمان به اندازه انحراف معیار ۱ واحد استراتژی تمایز آن به اندازه ۰,۲۵۶ واحد بهبود می‌یابد نتایج این بخش از تحقیق با نتایج تحقیق رحمان و همکاران و باکوئرو و همکاران همراستا می‌باشد. یادگیری سازمانی با جستجو، کشف و ایجاد دانش جدید زمینه را برای نوآوری در محصول و خدمات فراهم می‌کند و سازمان را در کشف و شناخت نیازهای بازار و مشتریان و پاسخ صحیح به این نیازها کمک می‌کند مجموعه این عوامل به ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان منجر می‌شود.

در فرضیه نهم تاثیر یادگیری سازمانی بر مزیت رقابتی در سازمان بررسی شد. ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰,۵۳۴ به دست آمد که نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص یادگیری سازمان به اندازه انحراف معیار ۱ واحد مزیت رقابتی در سازمان به ازای ۰,۵۳۴ واحد بهبود می‌یابد نتایج این بخش از تحقیق با نتایج قلی پور و بهروزی، قوی پنجه و روزبهانی، باکوئرو و همکاران، فریرا و همکاران و رحمان و برسیانی همراستا است. با افزایش نقش دانش و نوآوری و اهمیت منابع دانشی، سازمان‌ها به طور مداوم به دنبال راهکارهایی کارآمد برای بهبود عملکرد خود و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار هستند. مدیریت دانش به عنوان یکی از کلیدی‌ترین و مؤثرترین ابزارها، نقش مهمی در موفقیت سازمان‌ها در محیط رقابتی کسب و کار ایفا می‌کند. مدیریت دانش، علاوه بر افزایش بهره‌وری، اشتراک‌گذاری اطلاعات و تجربیات را تسهیل کرده و نوآوری و خلاقیت را تقویت می‌کند.

در فرضیه دهم تاثیر مدیریت دانش بر استراتژی تمایز بررسی شد. بر اساس و ضریب مسیر بین این دو متغیر برابر با ۰,۷۱۷ واحد به دست آمد که نشان می‌دهد به ازای بهبود شاخص مدیریت دانش در سازمان به ازای انحراف استاندارد ۱ واحد شاخص استراتژی تمایز سازمان به میزان ۰,۷۱۷ واحد بهبود می‌یابد نتایج این بخش از تحقیق با نتایج رحمان و همکاران و باکوئرو و همکاران همراستا می‌باشد.

نوآوری پژوهش

در مقایسه با سایر پژوهشهایی که با متغیرهای مورد استفاده در این تحقیق انجام گرفته است، پژوهش حاضر با توجه به اینکه در یک محیط آموزشی انجام یافته است یک جهت گیری علمی‌تر را در محور تحقیقاتی خود تعریف کرد و آن سنجش متغیر یادگیری سازمانی در مسیر نیل به مزیت رقابتی بود. در واقع بیشتر پژوهشهای مربوط به متغیرهای تحقیق حاضر یا از متغیر مدیریت دانش در مدل خود استفاده کرده اند یا اینکه ارتباطی را میان یادگیری سازمانی با نیل به مزیت رقابتی مورد سنجش قرار نداده اند. تحقیقاتی مانند بختیاری، مسعود (۱۴۰۲)، علیقلی و دیگران. (۱۳۹۹)، قلیپور و دیگران (۱۴۰۰)، قوی پنجه و دیگران. (۱۳۹۴) و نعمتی و دیگران. (۲۰۱۹) از این زمره هستند. شاید بتوان گفت مهمترین کار تحقیقی مرتبط با متغیرهای تحقیق حاضر، که اکثر متغیرهای آن را در بر دارد، کار رحمان و دیگران (۲۰۲۲) است. در اینجا به یافته‌های کار یاد شده اشاره می‌شود تا مبنای دقیق تری برای اشاره به راهبرد نوآورانه پژوهش حاضر حاصل آید. شفیق رحمان، استفانو بر سچیان و خرم شفاق در کار تحقیقی خود در صنعت تولید در پاکستان نشان دادند که سرمایه فکری و مدیریت دانش به طور قابل توجهی نوآوری و مزیت رقابتی را تعیین می‌کنند. علاوه بر این، نوآوری به طور قابل توجهی بین سرمایه فکری، مدیریت دانش و مزیت رقابتی میانجی‌گری می‌کند. همچنین، نوآوری به طور قابل توجهی مزیت رقابتی را تعیین می‌کند. استراتژیهای کسب و کار به طور قابل توجهی منجر به مزیت رقابتی شده و همزمان بین نوآوری و مزیت رقابتی واسطه‌گری می‌کنند. در واقع بایستی اذعان نمود که یادگیری سازمانی به عنوان عنصری مکنون در دایره ماموریتی و پویای یک دانشگاه نقطه برتری و مزیت رقابتی آن در محیط متلاطم و رقابتی امروزین دنیا به شمار می‌رود. سازمان‌ها به ویژه دانشگاهها می‌توانند به عنوان یک سازمان یادگیرنده با توانایی انطباق سریع با تغییرات محیطی، در بازار رقابتی حضور مؤثرتری داشته باشند. مجموعه این عوامل به ایجاد تمایز بین سازمان با سایر رقبا منجر می‌شود و به استقرار استراتژی تمایز در سازمان کمک می‌کند.

محدودیت‌های پژوهشی

در کنار محدودیت زمانی انجام تحقیق که در واقع به صورت مقطعی و در یک بازه زمانی خاص انجام شده است، محدودیت جامعه آماری را می‌توان مهمترین محدودیت تحقیق حاضر در نظر گرفت. این تحقیق با جامعه آماری دانشگاه پیام نور بندرعباس انجام شده است. به دلیل محدودیت‌های مربوط به تردد، امکان توسعه جامعه آماری فراهم نبود. این نوع محدودیت، به طور ذاتی شامل محدودیت تک نهادی نیز است که شاید برخی اذهان را به سمت تعمیم‌های ضعیف

مطالعات موردی سوق دهد. اما در واقع بایستی در نظر داشته باشیم که با وجود اینکه این محدودیت نیز به مانند سایر محدودیتهای بالقوه هر پژوهشی بخشی اجتناب ناپذیر از پیمایش هست، اما به هر روی پژوهش حاضر شامل نتایج و دستاوردهای جدیدی است که اقدام برای تکمیل آنها از طریق مطالعات تکمیلی می تواند گامی مهم در مسیر غنی سازی علمی ادبیات در نظر گرفته شود. در واقع این نوع تلاش در مسیر ورود به حوزه های نوین دستاوردی و نهایتا کاهش اثرات چنین محدودیتی در کمترین حالت نتیجه ای، ایجاد زمینه ورود به ابعاد جدیدتر و اشاعه جذابیت های پژوهشی نوین خواهد بود. همچنین ممکن است برخی از افراد هنگام پر کردن پرسشنامه دقت کافی را در نظر نداشته باشند و بعضا پاسخ غیر واقعی داده باشند، برخی از پرسشنامه ها با تاخیر پر شد که می تواند بر دقت پاسخگویی به سوالات تاثیر گذاشته باشد. حداکثر تلاش برای کاهش این محدودیت نیز از طریق نظارت، پیگیری و شفافیت بخشی به فرایند پژوهش و تضمین ناشناس بودن پاسخ دهنده، همچنین یادآوری اهمیت صداقت به آنها انجام گرفت.

پیشنهادهای عملی پژوهش های آینده

پیشنهاد می شود همین پژوهش با متغیرها و جامعه آماری یکسان در بازه های زمانی دیگری نیز در راستای تضمین و ارتقای پایایی تحقیق انجام شود. همچنین با توجه به اینکه تحقیق در محدوده شهر بندرعباس و با جامعه آماری دانشگاه پیام نور انجام شد پیشنهاد می شود جهت کاهش اثرات محدودیت تک نهادی، در محدوده جغرافیایی و سازمان های هدف توسعه داده شود. همچنین افزایش اندازه نمونه نیز می تواند قدرت تعمیم دهی نتایج را ارتقا دهد. بازبینی پرسشنامه تحقیق و معادلات ساختاری به کمک اساتید و صاحب نظران و در نظر گرفتن سایر مولفه ها و متغیرها در تحقیق می تواند به غنای آن کمک کند. به عنوان گامی خلاقانه در مسیر بهبود ادبیات، تحلیل کیفی متغیرهای تحقیق و نظر سنجی از صاحب نظران در کنار تحقیقات کمی صورت گرفته نیز پیشنهاد می گردد. نهایتا در مورد اثر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی که ضریب مسیر مقدار نسبتا پایینی را نشان می دهد، پیشنهاد می گردد که سایر عوامل درونی یا بیرونی موثر در تعدیل آن رابطه مانند فناوری، ظرفیت و قابلیت توسعه، سیاستها و... به عنوان متغیر میانجی یا تعدیل گر مورد مطالعه قرار گیرد.

- بختیاری، مسعود (۱۴۰۲)، تأثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری، علوم و فنون مدیریت اطلاعات، دوره ۹، شماره ۴، ۳۸۵-۴۱۸. <https://doi.org/10.22091/stim.2023.9887.2004>
- حمزوی، حسین (۱۴۰۳) بررسی نوآوری در سازمان، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، پایگاه داده سیویلیکا، [/https://civilica.com/note/3688](https://civilica.com/note/3688)
- رخشانی جاوید (۱۳۹۴). مروری بر مفهوم مدیریت دانش در سازمان، کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱، دانشگاه آزاد واحد اردبیل. <https://civilica.com/doc/508699/>
- رودساز، حبیب، سید نقوی، میرعلی، عبدلی مسینان. (۲۰۲۰). تأثیر نوآوری باز بر مزیت رقابتی با نقش میانجیگری مدیریت دانش. مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۸ (۵۹)، ۱۵۰-۱۱۷. <https://doi.org/10.22054/jims.2018.26323.1903>
- علیقلی، منصوره، بازایی، قاسمعلی، و عسگری ماسوله، سعید. (۱۳۹۹). نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی. مدیریت کسب و کار، ۲ (۹)، ۴۸-۲۵. SID. <https://sid.ir/paper/237810/fa>
- قلیپور، وحید و بهروزی، ابوالفضل و غفوری، مسعود. (۱۴۰۰). نقش استراتژی‌های مدیریت دانش بر یادگیری سازمانی، نوآوری سازمانی و تسهیم دانش در سازمان، <https://civilica.com/doc/1420022>
- قوی پنجه، مهدی، و سلیمانی روزبهانی، فاطمه. (۱۳۹۴). نقش و تأثیر مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها. کنفرانس بین المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع. SID. <https://civilica.com/doc/435158/>
- نعمتی مریم، خدابخشی محمد، حیدری علی. (۲۰۱۹). ارتباط مدیریت دانش و مدیریت منابع انسانی و تأثیر آن بر مزیت رقابتی سازمان‌ها. <https://sid.ir/paper/899332/fa>
- یوسفی، ایمانی، لطفعلی زاده مهرآبادی، نیلوفر، موسوی، دکترزهراسادات. (۱۴۰۱). بررسی استراتژی‌های رشد در کسب و کار از نگاه پورتر و عوامل ایجاد مزیت در رقابت با سایر شرکت. کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته‌ای در مدیریت و مهندسی، ۳ (۳)، ۹۱۰-۸۹۲. <https://civilica.com/doc/1178783/>

References

- Abbas, J., Zhang, Q., Hussain, I., Akram, S., Afaq, A., & Shad, M. A. (2020). Sustainable innovation in small medium enterprises: the impact of knowledge management on organizational innovation through a mediation analysis by using SEM approach. Sustainability, 12(6), 2407. <https://doi.org/10.3390/su12062407>

Amaya, N., Bernal-Torres, C. A., Nicolás-Rojas, Y. W., & Pando-Ezcurra, T. T. (2024). Role of internal resources on the competitive advantage building in a knowledge-intensive organisation in an emerging market. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 54(5), 1153-1169 <https://doi.org/10.1108/vjikms-01-2022-0029>

Anderson ,James(2023), Innovation in business: Importance, benefits, & examples, IMD, Institute , <https://www.imd.org/blog/innovation/importance-of-innovation-in-business/>

Asiaei, K., Rezaee, Z., Bontis, N., Barani, O. and Sapiei, N.S., 2021. Knowledge assets, capabilities and performance measurement systems: a resource orchestration theory approach. *Journal of Knowledge Management*, 25(8), pp.1947-1976. <https://doi.org/10.1108/jkm-09-2020-0721>

Baquero, A. (2024). Unveiling the path to green innovation: the interplay of green learning orientation, knowledge management capability and manufacturing firm's capability to orchestrate resources. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 39(10), 2205-2221. <https://doi.org/10.1108/jbim-08-2023-0486>

Barney, J.B. (1991), "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, Vol.17No.1, pp.99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>

Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: the role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>

Ferreira, J., Cardim, S., & Coelho, A. (2021). Dynamic capabilities and mediating effects of innovation on the competitive advantage and firm's performance: The moderating role of organizational learning capability. *Journal of the Knowledge Economy*, 12, 620-644. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00655-z>

Hanifah, H., Abd Halim, N., Vafaei-Zadeh, A., & Nawaser, K. (2022). Effect of intellectual capital and entrepreneurial orientation on innovation performance of manufacturing SMEs: mediating role of knowledge sharing. *Journal of Intellectual Capital*, 23(6), 1175-1198. <https://doi.org/10.1108/jic-06-2020-0186>

Jordão, R. V. D., Novas, J., & Gupta, V. (2020). The role of knowledge-based networks in the intellectual capital and organizational performance of small and medium-sized enterprises. *Kybernetes*, 49(1), 116-140. <https://doi.org/10.1108/k-04-2019-0301>

Payal, R., Ahmed, S. and Debnath, R.M. (2019), "Impact of knowledge management on organizational performance", *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, Vol. 49 No. 4, pp. 510-530. <https://doi.org/10.1108/vjikms-07-2018-0063>

Porter, M. E.(1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press. <https://doi.org/10.1590/s0034-75901985000200009>

Rehman, S. U., Bresciani, S., Ashfaq, K., & Alam, G. M. (2022). Intellectual capital, knowledge management and competitive advantage: a resource orchestration perspective. *Journal of Knowledge Management*, 26(7), 1705-1731. <https://doi.org/10.1108/jkm-06-2021-0453>

Ssengonzi, C., Kogeda, O. P., & Olwal, T. O. (2022). A survey of deep reinforcement learning application in 5G and beyond network slicing and virtualization. *Array*, 14, 100142. <https://doi.org/10.1016/j.array.2022.100142>

Xu, J., & Pero, M. E. P. (2023). A resource orchestration perspective of organizational big data analytics adoption: evidence from supply chain planning. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 53(11), 71-97. <https://doi.org/10.1108/ijpdlm-04-2022-0118>

The Effect of Knowledge Management and Intellectual Capital on Innovation and Competitive Advantage with the Role of Organizational Learning and Differentiation Strategy: Using the Resource Coordination Perspective
A Case Study of Payam Noor University of Bandar Abbas

Amir Abbas Nasiri^{1*}
Emad Kamali²

Abstract

This study aimed to investigate the effect of knowledge management and intellectual capital on competitive advantage along with the effect of innovation, learning, and differentiation strategy variables in the organization. The statistical population of the study included 250 employees of Payam Noor University of Bandar Abbas, of which 152 were estimated as the research sample based on the Cochran table. The research questionnaire was collected by simple random sampling from the estimated number of samples from the statistical population and was statistically analyzed. The validity of the problem was examined and confirmed using the Freonel Larkers matrix tool and the reliability of the questionnaire was examined and confirmed using the Cronbach's alpha test. The normality of the data distribution was also proven by calculating the coefficients of elongation and skewness, and the research hypotheses were examined using the path coefficient analysis and t-statistics. The findings indicated a positive and significant effect of intellectual capital on competitive advantage and innovation, knowledge management on competitive advantage, innovation, organizational learning and differentiation strategy, as well as a positive and significant effect of differentiation strategy on competitive advantage, as well as organizational learning on innovation and competitive advantage, and finally a positive and significant effect of innovation on differentiation strategy.

Keywords: Innovation, Knowledge Management, Intellectual Capital, Competitive Advantage, Differentiation Strategy, Learning