

ارائه مدل مزیت رقابتی مبتنی بر مدیریت دانش در موسسه نوین دانش پژوهان

محمد حسن زاده^۱

عاطفه شریف^۲

ستاره پاریان^۳

چکیده

هدف: هدف از این پژوهش ارائه مدل مزیت رقابتی مبتنی بر مدیریت دانش در موسسه نوین دانش پژوهان است. روش‌شناسی: این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی بوده و روش انجام آن از نوع مطالعات کمی است. جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از روش‌های اسنادی و پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق ۳۰ نفر از کارمندان موسسه نوین دانش پژوهان تشکیل می‌دهند (به علت کم بودن تعداد این افراد و بنابر صلاح‌دید استاد راهنما نمونه‌گیری انجام نشد). سوالات پرسشنامه پژوهش حاضر طبق مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت و با بهره‌گیری از پرسشنامه استاندارد مدیریت دانش شرون لاوسون (۲۰۰۳) تدوین شد که روایی آن توسط اساتید متخصص در این حوزه و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۷۱) بررسی و مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و برای ارائه مدل مناسب از نرم‌افزار PLS و همچنین از روش‌های آماری-توصیفی میانگین، انحراف معیار، همبستگی پیرسون و آزمون ناپارامتریک اسمیرنف کولموگروف استفاده شد. یافته‌ها: با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون پیرسون مشخص شد که سطح معناداری مزیت رقابتی با مولفه‌های مدیریت دانش (شامل خلق، کسب، ذخیره، اشاعه و کاربرد دانش) کمتر از ۰/۰۵ بوده، که نشان‌دهنده ارتباط معنادار میان آن‌ها است. طبق یافته‌های معادلات ساختاری نیز مشخص شد که مقدار t-value تمامی فرضیات بیشتر از ۱/۹۶ است و در نتیجه تمامی مولفه‌های مدیریت دانش با مزیت رقابتی دارای ارتباط معنادار هستند. علاوه بر آن طبق شاخص‌های Q^2 ، SRMR، NFI و GOF مدل بدست آمده دارای برازش مناسبی است. نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج بیان شده به نظر می‌رسد مدیریت دانش و مولفه‌های آن، به‌عنوان اجزا و عناصر مهم بقای سازمان و حفظ موقعیت رقابتی آن مورد توجه قرار گرفته‌اند.

کلیدواژه: مدیریت دانش، مزیت رقابتی، موسسه نوین دانش پژوهان

^۱مدیرگروه گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس، hasanzadeh@modares.ac.ir

^۲عضو هیأت‌علمی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس، atefe.sharif@gmail.com

^۳دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس، se.parian7575@gmail.com

مقدمه

امروزه مهم‌ترین و اساسی‌ترین متغیر رشد همه‌جانبه سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، «دانش» است. در دیدگاه متفکران بزرگ، دانش همواره قدرت است، قدرتی که تقلید و کپی‌برداری از آن تقریباً ممکن نیست. بدیهی است که برای رسیدن به اهداف ترسیم شده سازمان باید چنین منبعی را محافظت و مدیریت کرد. روشی که علاوه بر محافظت از دانش باعث ایجاد مزیت رقابتی در سازمان می‌شود «پیاده‌سازی مدیریت دانش» است.

مدیریت دانش^۱ فرآیندی سیستماتیک و منسجم است که ترکیب مناسبی از فناوری‌های اطلاعاتی و تعامل انسانی را با هدف شناسایی، مدیریت و تسهیم سرمایه‌های اطلاعاتی سازمان (شامل پایگاه‌های اطلاعاتی، اسناد و خط‌مشی‌ها) به کار می‌گیرد. با وجود مطالب بیان شده باید همچنان در نظر داشت که پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان همچون پیاده‌سازی هر روش دیگری باید در یک فرایند گام به گام و پیوسته صورت گیرد.

مهم‌ترین هدف بکارگیری مدیریت دانش در سازمان، انطباق سریع با تغییرات محیط پیرامون به منظور ارتقاء کارایی و سودآوری بیشتر است. ظهور و بروز فناوری اطلاعات و ارتباطات و نفوذ آن به تمامی ابعاد زندگی بشر پارادایم‌های جدیدی را پیش روی همگان قرار داده و زندگی بشر را متحول ساخته است که سازمان‌ها نیز از این امر مستثنی نبوده و در همین راستا دچار تغییرات و تحولات زیادی شده‌اند. با توجه به این تغییرات و انجام مطالعاتی در حوزه مدیریت دانش می‌توان اذعان داشت که این علم به فرآیند چگونگی خلق، انتشار و بکارگیری دانش به صورتی هدفمند در سازمان اشاره دارد. به عبارت دیگر هدف نهایی علم مدیریت دانش شامل تسهیم دانش میان کارکنان برای ارتقاء ارزش افزوده دانش موجود در سازمان تعریف می‌شود.

از طرفی صاحب‌نظران، مزیت رقابتی^۲ را مجموعه‌ای از توانمندی‌ها تعریف می‌کنند که همواره شرکت را در مسیر عملکرد بهتر نسبت به رقبای قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، مزیت رقابتی عامل یا عواملی است که در یک محیط رقابتی باعث موفقیت

^۱ Knowledge Management (KM)

^۲ Competitive Advantage (CA)

سازمان میان رقبا می‌شود. نکته قابل توجه در ایجاد مزیت رقابتی در سازمان توجه به توانمندی‌های داخلی سازمان در کنار موقعیت خارجی آن است.

علاوه بر آن، هدف مهم دیگر مزیت رقابتی این است که با استفاده از آن شرکت از سطح پایداری عملکرد بالایی برخوردار باشد. به عبارت دیگر، لازمه پایداری یک کسب و کار، مزیت رقابتی پایدار است که باعث می‌شود آن کسب و کار طی سال‌های طولانی و به طور پیوسته عملکردی بهتر نسبت به رقبای خود داشته باشد. بسیاری از شرکت‌ها نشان داده‌اند که توانایی یک یا دو سال عملکرد خوب را دارند، ولی تعداد بسیار اندکی از آن‌ها توانسته‌اند این توانایی را برای سال‌های مستمر و طولانی حفظ کنند.

بیان مسأله

در عصر حاضر که عصر اطلاعات و دانایی نامیده می‌شود، دانش می‌تواند به عنوان مزیت رقابتی یک سازمان تلقی شود و به آن توانایی حیات و رقابت را اعطا کند. پیتر دراکر^۱ با کاوش‌گیری واژه‌های دانشی^۲، دانشگر^۳ و سازمان مجازی^۴ به جای واژه‌های کار یدی، کارگر و سازمان سنتی نوع تازه‌ای از سازمان را معرفی کرد که در آن حاکمیت قدرت بازو جای خود را به حاکمیت قدرت ذهن می‌دهد. بر اساس این نظریه، جامعه و سازمانی توسعه و پیشرفت خواهد داشت که سهم بیشتری از دانش را به خود اختصاص دهد.

مزیت رقابتی در سازمان به شکل توانایی سازمان در مدیریت دانش و اطلاعات نمایان شده و سرمایه‌های فیزیکی و مالی جای خود را به سرمایه‌های ذهنی خواهند داد. اینجاست که قدرت ذهن^۵ به عنوان قدرت غالب و مسلط در عرصه‌های جهانی ایفای نقش می‌کند.

به گفته پیتر دراکر، «راز موفقیت سازمان‌ها در قرن ۲۱، همان مدیریت دانش است»؛ بنابراین، مدیران سازمان‌ها باید با تکیه بر دانش برتر امکان اتخاذ تصمیم‌های معقول‌تر در زمینه موضوعات مهم و بهبود عملکردهای مبتنی بر دانش را پیدا کنند. درواقع مدیریت دانش، مقوله‌ای مهم‌تر از خود دانش محسوب می‌شود و سازمان‌ها در صدد آن هستند که نحوه چگونگی تبدیل اطلاعات و دانسته فردی و سازمانی را به دانش و مهارت‌های فردی و گروهی تبیین کنند.

اهمیت منابع و توانایی‌های یک سازمان در رسیدن به مزیت رقابتی موضوعی غیرقابل کتمان است. در واقع اگر این توانایی وجود داشته باشد که منابع کارآمد و اساسی یک سازمان به درستی شناسایی شده و مدیریت شوند، تقریباً می‌توان ادعا کرد که آن سازمان در مسیر خود موفق خواهد شد. موفقیتی که باعث درخشش آن میان رقبا می‌شود.

¹ Peter Drucker

² Knowledge Work

³ Knowledge Worker

⁴ Virtual Organization

⁵ Brain Power

مساله مورد بررسی در این پژوهش اجرای مدیریت دانش در موسسه نوین دانش پژوهان و ایجاد مزیت رقابتی ناشی از آن در این سازمان است. در واقع هدف این است که مشخص شود در موسسه نوین دانش پژوهان «دانش» به عنوان یک دارایی منحصر به فرد در جهت رقابت و حیات سازمان خلق شده و به کار گرفته می شود؟

در واقع بررسی این موضوع که KM و مولفه های آن به عنوان یک ابزار در موسسه مورد مطالعه منجر به ایجاد جایگاه رقابتی مطلوب شده است یا نه اهمیت ویژه ای دارد. اهمیت این موضوع از آن حیث است که سازمان ها برای کسب جایگاه مناسب در فضای رقابتی موجود به استراتژی مدیریت دانش وابسته هستند. این در حالی است که استراتژی مدیریت دانش مجموعه ای کارآمد و موثر از مولفه های خلق، کسب، ذخیره، اشاعه و کاربرد دانش می باشد.

فرضیه و مدل مفهومی پژوهش

پژوهش حاضر دارای دو متغیر مدیریت دانش (مستقل) و مزیت رقابتی (وابسته) است که در ادامه مفهوم آن ها را مورد بررسی قرار می دهیم.

مدیریت دانش

نوناکا و تاکوچی^۱ مدیریت دانش را فرایندی تعریف می کنند که طی آن سازمان به تولید ثروت از دانش یا سرمایه فکری خود می پردازد. از طرفی داونپورت و پروساک^۲، مدیریت دانش را فرایندی می دانند برای به جریان انداختن دانش در میان افراد سازمان و به عنوان ابزاری برای دستیابی به نوآوری در فرآیندها، محصولات و خدمات، تصمیم گیری اثربخش و انطباق سازمان با محیط پویا و رقابتی. طبق اظهارات پیترسان و پوفلت^۳ هدف اصلی در مدیریت دانش، تلفیق دانش بیرونی و درونی سازمان به منظور حل چالش های محیطی و سازمانی است. از دیگر اهداف مدیریت دانش توسعه، تسهیم و بکارگیری دانش در سازمان برای کسب و نگهداری مزیت رقابتی است. مدیریت دانش دارای ۵ مولفه است که به ترتیب شامل خلق، کسب، ذخیره، اشاعه و کاربرد دانش می شود.

مزیت رقابتی

مزیت رقابتی شامل مجموعه عوامل یا توانمندی هایی است که همواره شرکت را به داشتن عملکردی بهتر از رقبای خود می سازد (سادری و لیز^۴، ۲۰۰۱). به عبارتی، مزیت رقابتی عامل یا ترکیبی از عواملی است که در یک محیط رقابتی، سازمان را بسیار موفق تر از سایر سازمان ها نموده و رقیب نمی توانند به راحتی از آن تقلید کنند.

در این پژوهش تاثیر مولفه های مدیریت دانش بر مزیت رقابتی به شرح زیر سنجیده می شود.

¹ Nonaka & Takuchi

² Davenport & Prusak

³ Pipersan & Poflet

⁴ Sadri and Leez

۱. بین مدیریت دانش و مزیت رقابتی در موسسه نوین دانش پژوهان تاثیر معنادار وجود دارد.
۲. بین مؤلفه تولید دانش مدیریت دانش و مزیت رقابتی در موسسه نوین دانش پژوهان تاثیر معنادار وجود دارد.
۳. بین مؤلفه کسب دانش مدیریت دانش و مزیت رقابتی در موسسه نوین دانش پژوهان تاثیر معنادار وجود دارد.
۴. بین مؤلفه ذخیره دانش مدیریت دانش و مزیت رقابتی در موسسه نوین دانش پژوهان تاثیر معنادار وجود دارد.
۵. بین مؤلفه انتشار دانش مدیریت دانش و مزیت رقابتی در موسسه نوین دانش پژوهان تاثیر معنادار وجود دارد.
۶. بین مؤلفه کاربرد دانش مدیریت دانش و مزیت رقابتی در موسسه نوین دانش پژوهان تاثیر معنادار وجود دارد.

پژوهش حاضر به دنبال بررسی تاثیر مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی در موسسه نوین دانش پژوهان است. همانطور که پیش تر بیان شد در این مطالعه مدیریت دانش به عنوان متغیر مستقل و مزیت رقابتی به عنوان متغیر وابسته ایفای نقش می کنند. با توجه به موارد بیان شده الگوی مفهومی این پژوهش به صورت زیر ارائه می شود:



شکل 1 مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

مرور پیشینه های پژوهش

رمضان پور نصیر محله و همایون فر (۲۰۲۰) در مقاله ای تحت عنوان «تبیین نقش میانجی نوآوری در رابطه مدیریت دانش و مزیت رقابتی شرکت های کوچک و متوسط با رویکرد شبکه عصبی و مدل سازی معادلات ساختاری» بیان کردند که مطالعه حاضر به بررسی رابطه مدیریت دانش، نوآوری (فناوری و بازاریابی) و مزیت رقابتی در شرکت های کوچک و متوسط پرداخته است. جامعه آماری پژوهش را شرکت های کوچک و متوسط شهرک های صنعتی رشت تشکیل می دهند که از

میان آن‌ها ۱۲۴ شرکت با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌های جمع‌آوری شده توسط پرسشنامه، با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری و شبکه عصبی مصنوعی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌های پژوهش از طریق تجزیه و تحلیل حداقل مربعات جزئی (PLS) نشان می‌دهد که مدیریت دانش دارای رابطه مثبت با نوآوری (فناوری و بازاریابی) و مزیت رقابتی است و به واسطه نوآوری فناوری بیشترین رابطه را با مزیت رقابتی دارد، بنابراین، نوآوری فناوری واسطه‌ای قوی میان مدیریت دانش و مزیت رقابتی است. از سوی دیگر، نتایج رویکرد شبکه عصبی نیز نشان‌دهنده آن است که نوآوری فناوری، مهم‌ترین عامل پیش‌بینی‌کننده مزیت رقابتی است که این نتیجه با حداقل مربعات جزئی همسو می‌باشد.

ویجایا و سواسیه^۱ (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «اثر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی و عملکرد تجاری» بیان کردند که هدف این مقاله تحلیل تأثیر مدیریت دانش در مورد عملکرد شرکت‌های صنایع دستی از طریق مزیت رقابتی است. در این پژوهش که جامعه آماری آن شرکت‌های صنایع دستی در اندونزی بوده، برای گردآوری داده‌ها از روش کمی و برای تجزیه و تحلیل آن‌ها از نرم‌افزار PLS استفاده شده است. این مطالعه نشان داد که مدیریت دانش از طریق مزیت رقابتی بر عملکرد تجاری شرکت‌های صنایع دستی تأثیر مثبت و معناداری دارد. مدیریت دانش مورد انتظار در این پژوهش شامل ترکیبی از دانش، به اشتراک‌گذاری و کاربرد آن است.

سلونک^۲ و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی تحت عنوان «رقابت از طریق نوآوری خدمات: نقش ترکیب منابع موجود و کارآفرینی در شرکت‌های پروژه‌محور»، به بررسی شرکت‌های پروژه‌محور در آمریکا و استرالیا پرداختند. این پژوهش، یک برنامه تحقیقاتی چندمرحله‌ای را برای نمایش اینکه چگونه شرکت‌های خدماتی کارآفرین‌گرا به‌طور استراتژیک با ترکیب منابع نوآور و پیش‌تاز در رقابت باقی می‌مانند، در پیش گرفته است. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که دو نوع نوآوری تعاملی و حمایتی با مزیت رقابتی پایدار در ارتباط است که بستر موفقیت شرکت را فراهم می‌آورند.

عبدلی مسینان و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان «تأثیر نوآوری باز بر مزیت رقابتی با نقش میانجی‌گری مدیریت دانش» در شرکت داده‌ورزی سداد در شهر تهران انجام دادند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر نوآوری باز بر مزیت رقابتی (با ابعاد کیفیت، کارایی، پاسخگویی و نوآوری) با نقش میانجی‌گری مدیریت دانش بود. نوع این تحقیق کاربردی و روش آن توصیفی-پیمایشی بوده و برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) استفاده شده است. جامعه این تحقیق ۲۰۰ نفر از کارشناسان شرکت داده‌ورزی سداد بانک ملی در شهر تهران بودند که از طریق فرمول کوکران تعداد ۱۳۱ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام گرفت. در سطح

¹ Wijaya & Suasih

² Salunke

آمار توصیفی از شاخص‌هایی چون فراوانی و درصد فراوانی؛ در سطح آمار استنباطی از روش‌هایی مثل همبستگی، تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شده است که برای این منظور نرم‌افزارهای spss و lisrel مورد استفاده قرار گرفتند. نتایج حاکی از آن بود که نوآوری باز نقشی مهم و کلیدی در مدیریت موثر سازمان‌ها ایفا می‌کند. در واقع یکی از راه‌های تبدیل مدیریت دانش به یک دارایی استفاده از نوآوری باز است.

ایرانیان (۱۳۹۶) مقاله‌ای را با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر استقرار مدیریت دانش و رابطه آن با مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی» انجام داد. جامعه آماری این تحقیق را کلیه پرسنل لیسانس به بالا با سابقه کار حداقل پنج سال تشکیل می‌دهند که تعداد آن‌ها برابر با ۳۰۰ نفر است. با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه ۱۶۲ نفر در نظر گرفته شد که به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. پایایی پرسشنامه بوسیله آلفای کرونباخ و روایی آن توسط تکنیک روایی محتوایی ظاهری، تشخیصی و روایی سازه همگرا تأیید شده است. نتایج نشان داد بین عوامل مؤثر بر استقرار مدیریت دانش با مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جمع‌بندی از مرور پیشینه‌ها

همانطور که مشخص است در سال‌های اخیر علاقه پژوهشگران به سمت تحقیق در زمینه مدیریت دانش برای کسب مزیت رقابتی در سازمان‌ها متمایل شده است. در این زمینه تحقیقات گسترده‌ای در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است. از این تعداد می‌توان به تحقیق‌های داخلی کنجکاو منفرد و همکاران (۱۳۹۹)، مزارعی و ثابت (۱۳۹۹)، عبدلی مسینان و همکاران (۱۳۹۹) و ایرانیان (۱۳۹۶) اشاره کرد که قبل از این برخی از آن‌ها با جزئیات بیشتر مورد بررسی قرار گرفتند. در خارج از کشور هم رمضان‌پور نصیرمحلّه و همایون‌فر (۲۰۲۰)، ویجایا و سوامیه (۲۰۲۰)، گیتینگ (۲۰۲۰)، کاوا و ساکسنا (۲۰۱۲) و سلیونک و همکاران (۲۰۱۳) در زمینه موضوعی مذکور پژوهش‌هایی را انجام داده‌اند که پیش‌تر به تعدادی از آن‌ها اشاره شد. انجام پژوهش‌های گسترده در ایران و دیگر کشورهای دنیا در زمینه کسب مزیت رقابتی با استفاده از مدیریت دانش و موضوعات مشابه این، نشان از اهمیت این مقوله در دنیا دارد.

روش‌شناسی پژوهش

هدف از پژوهش حاضر، ارائه مدل مزیت رقابتی مبتنی بر مدیریت دانش در موسسه نوین دانش‌پژوهان است. این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی بوده که به روش ترکیبی (توصیفی-تحلیلی و همبستگی) انجام شده است. در پژوهش حاضر برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مدیریت دانش موسسه نوین دانش‌پژوهان از پرسشنامه استفاده شد که روایی صوری و محتوایی آن به تایید اساتید متخصص رسیده و پایایی آن از طریق محاسبه آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفته است ($\alpha=0.871$). در این پژوهش کلیه مدیران و کارشناس مسئولین موسسه نوین دانش‌پژوهان که شامل ۳۳ نفر بودند به عنوان جامعه آماری انتخاب

شدند. با توجه به کم بودن تعداد اعضای جامعه آماری، تصمیم بر این شد که نمونه گیری انجام نشود و پژوهش بین کلیه اعضای جامعه صورت گیرد. بنابراین پرسشنامه بین همه اعضای جامعه توزیع شد که از ۳۳ پرسشنامه توزیع شده، ۳ پرسشنامه عودت داده نشد؛ لذا جامعه نهایی را ۳۰ نفر از کارمندان موسسه مورد مطالعه تشکیل می دهند. برای تحلیل داده ها آمار توصیفی (جدول فراوانی، نمودارهای مناسب، میانگین، انحراف معیار)، آمار استنباطی (آزمون کولموگروف- اسمیرنف، همبستگی پیرسون، رگرسیون و معادلات ساختاری) و نرم افزارهای spss و Smartpls مورد استفاده قرار گرفتند.

یافته های پژوهش

توصیف متغیرهای جمعیت شناختی

در این بخش سعی شده نتایج حاصل از داده های گردآوری شده در روند تحقیق ارائه شود. در ابتدا مشخصات جمعیت شناختی جامعه آماری مورد بررسی قرار گرفته که نتایج آن به شرح جدول زیر است. در بررسی فرضیات پژوهش، مشخصات جمعیت شناختی جامعه آماری مورد توجه قرار گرفته است.

جدول ۱ توصیف ویژگی های جمعیت شناختی

ردیف	ویژگی های جمعیت شناختی		فراوانی	درصد فراوانی
۱	جنسیت	زن	۲۱	۷۰
		مرد	۹	۳۰
۲	سن	۲۰ تا ۳۰	۱۶	۵۳/۳
		۳۰ تا ۴۰	۱۲	۴۰
		۴۰ تا ۵۰	۲	۶/۷
۳	تحصیلات	فوق دیپلم و پایین تر	۵	۱۶/۷
		کارشناسی	۱۶	۵۳/۳
		کارشناسی ارشد و بالاتر	۹	۳۰
۴	سابقه خدمت	کمتر از ده سال	۲۰	۶۶/۷
		ده تا ۱۵ سال	۷	۳۳/۳
		بالاتر از ۱۵	۲	۶/۷
		بدون پاسخ	۱	۳/۳
کل: ۳۰ نفر				

تحلیل های آماری

همانطور که پیش تر بیان شد مدیریت دانش (متغیر مستقل) و مزیت رقابتی (متغیر وابسته) به عنوان متغیرهای این پژوهش، اجزا حائز اهمیتی هستند که اطلاعات جمع وری شده مربوط به آن ها در روند تجزیه و تحلیل و در نتیجه دستیابی به یافته های ارزشمند

مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه به توصیف وضعیت داده‌های جمع‌آوری شده مربوط به مولفه‌های مدیریت دانش و مزیت رقابتی می‌پردازیم.

جدول ۲ یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرها و مؤلفه‌های پژوهش

ردیف	متغیر / مولفه	تعداد		کمینه	بیشینه	میانگین	انحراف معیار
		اعتبار	بدون پاسخ				
۱	متغیر مزیت رقابتی	۲۷	۳	۱۳	۳۴	۲۵/۲۲	۴/۹۵
۲	متغیر مدیریت دانش	۲۶	۴	۲۸	۶۱	۴۳/۹۲	۸/۴۷
۳	مؤلفه‌های مدیریت دانش	خلق دانش	۲۹	۱	۴	۸/۲۴	۲/۵۵
۴		کسب دانش	۳۰	۰	۵	۸/۵۳	۱/۷۹
۵		ذخیره دانش	۲۹	۱	۴	۹/۷۹	۲/۷۰
۶		اشاعه دانش	۲۹	۱	۴	۸/۷۹	۲/۴۲
۷		کاربرد دانش	۲۹	۱	۴	۸/۶۶	۲/۱۷

برای بررسی نرمال بودن یا نبودن داده‌های پژوهش از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده می‌شود. در این آزمون فرض صفر مبتنی بر نرمال بودن توزیع داده‌ها و فرض یک مبتنی بر نرمال نبودن توزیع داده‌ها در نظر گرفته می‌شود که هر دو مورد در سطح خطای ۵٪ قابل بررسی هستند. بنابراین اگر آماره آزمون بزرگتر یا مساوی ۰/۰۵ باشد، توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود و در غیر این صورت توزیع داده‌ها نرمال نیست. بدین ترتیب برای آزمون نرمالیت، فرض‌های آماری به صورت زیر تنظیم می‌شود:

H_0 : توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال است.

H_1 : توزیع داده‌های مربوط به هر یک از متغیرها نرمال نیست.

جدول ۳ نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌های پژوهش

ردیف	متغیر / مولفه	مقدار آماره Z	سطح معناداری	نتیجه
۱	مزیت رقابتی	۰/۱۰۶	۰/۲۰۰	نرمال
۲	مدیریت دانش	۰/۱۵۴	۰/۱۰۲	نرمال
۳	خلق دانش	۰/۱۲۴	۰/۲۰۰	نرمال
۴	کسب دانش	۰/۱۱۷	۰/۲۰۰	نرمال
۵	ذخیره دانش	۰/۱۵۱	۰/۰۸۹	نرمال
۶	اشاعه دانش	۰/۱۱۳	۰/۲۰۰	نرمال
۷	کاربرد دانش	۰/۱۷۰	۰/۱۳۲	نرمال

با توجه به تحلیلی که در جدول (۳) مشاهده می‌شود، در ابتدا سطح معناداری و مقدار آماره‌های داده‌های جمع‌آوری شده متعلق به مولفه‌ها و متغیرها مورد شناسایی قرار گرفت. با توجه به مقدار آماره‌های شناسایی شده مشخص شد که آماره آزمون از $\alpha=0.05$ بزرگتر است. در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵٪ فرض H_0 تایید شده که نشان‌دهنده توزیع نرمال تمامی متغیرهای پژوهش است.

برای سنجش آزمون‌های فرض آماری با توزیع نرمال داده، می‌توان از آزمون همبستگی پیرسون استفاده کرد. در ادامه با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرهای مورد مطالعه و به منظور تجزیه و تحلیل آزمون فرضیه‌های پژوهش، برای سنجش آزمون‌های فرض آماری از قابلیت‌های آزمون پیرسون و علاوه بر آن برای سنجش برازش مدل محقق ساخته پژوهش از معادلات ساختاری استفاده شده است.

جدول ۴ نتایج آزمون همبستگی پیرسون

ردیف	آزمون‌های آماری	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	تعداد پاسخگویان
۱	بین مزیت رقابتی و مدیریت دانش	۰/۵۷۰	۰/۰۰۳	۲۶
۲	بین مولفه خلق دانش و مزیت رقابتی	۰/۳۵۶	۰/۰۰۳	۲۹
۳	بین مولفه کسب دانش و مزیت رقابتی	۰/۲۷۴	۰/۰۰۲	۳۰
۴	بین مولفه ذخیره دانش و مزیت رقابتی	۰/۴۱۷	۰/۰۰۱	۲۹
۵	بین مولفه اشاعه دانش و مزیت رقابتی	۰/۴۵۴	۰/۰۰۰	۲۹
۶	بین مولفه کاربرد دانش و مزیت رقابتی	۰/۲۰۱	۰/۰۰۲	۲۹

آزمون پیرسون نشان‌دهنده ارتباط بین دو متغیر است که باید ارزشی بین ۱ و ۱- باشد. در این آزمون فرض صفر مبنی بر عدم وجود ارتباط میان دو متغیر است. با توجه به تحلیل انجام شده در جدول (۴)، سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و میزان ضریب همبستگی آزمون‌ها بین ۱ و ۱- است، در نتیجه فرض صفر رد می‌شود که این امر بیان می‌کند بین تمام مولفه‌های مدیریت دانش و مزیت رقابتی در موسسه نوین دانش پژوهان رابطه معناداری برقرار است.

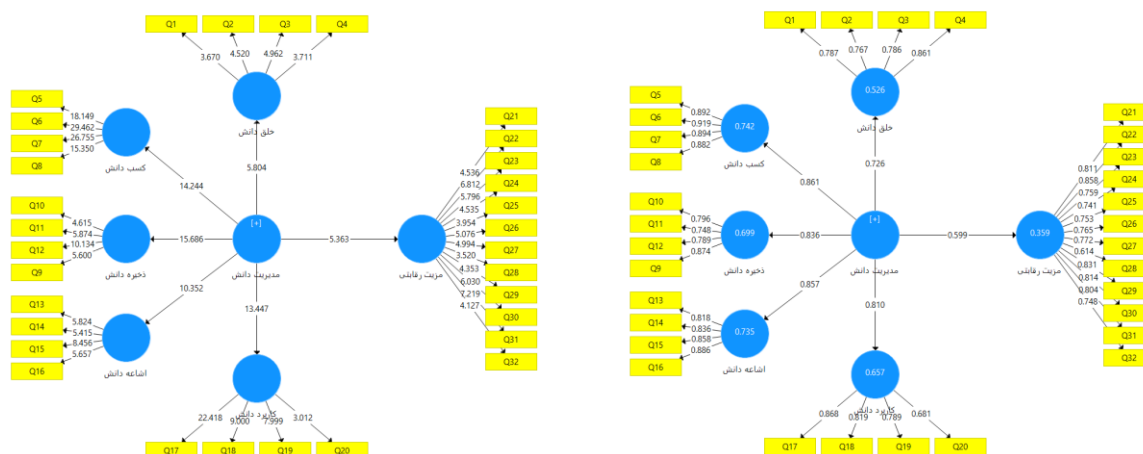
بررسی برازش الگوی پژوهش

پس از تحلیل و بررسی مدل اندازه‌گیری، مدل معادلات ساختاری مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. معیارهای این مدل شامل موارد زیر است:

۱- ضرایب مسیر (بتا) و معناداری آن (t-value)

۲- شاخص ضریب تعیین (R^2) متغیرهای مکنون وابسته

۳- شاخص ارتباط پیش‌بین Q^2



شکل 3 مدل پژوهش با ضرایب t -value (ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری)

شکل 2 مدل پژوهش با ضرایب استاندارد شده بار عاملی (ارزیابی مدل‌های ساختاری و کلی)

طبق الگوریتم تحلیل داده‌ها در PLS پس از سنجش بارهای عاملی شاخص‌ها، به محاسبه پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ پرداختیم. با توجه به تعریف آلفای کرونباخ، هر قدر همبستگی مثبت بین سوالات بیشتر شود میزان آلفای کرونباخ نیز بیشتر خواهد شد و بالعکس. همچنین هر قدر واریانس میانگین سوالات بیشتر شود آلفای کرونباخ کاهش پیدا خواهد کرد. این فرضیه با استفاده از نرم‌افزار PLS و با تکنیک تحلیل مسیر انجام شد و برازش مدل نیز مورد بررسی قرار گرفت. تصمیم‌گیری در خصوص تایید یا رد فرضیه‌ها براساس مقدار t -value انجام می‌شود. اگر مقدار t -value بیشتر از ۱/۹۶ بدست آید فرضیه مربوطه تایید و اگر کمتر از ۱/۹۶ شود فرضیه موردنظر غیرمعنادار خواهد شد. پس از آزمون معناداری پایداری شدت و جهت رابطه بین متغیرها نیز مورد بررسی قرار گیرد که این مهم براساس ضرایب استاندارد شده بار عاملی انجام خواهد شد. طبق جدول زیر نتیجه می‌گیریم که چون مقادیر t -value بیشتر از ۱/۹۶ است، رابطه بین مولفه‌های مدیریت دانش و مزیت رقابتی معنادار است. ضرایب مسیر نیز هر چه به یک نزدیکتر باشند از معناداری بیشتری برخوردارند. در قسمت برازش مدل $NFI=0/745$ و $SRMR=0/067$ بدست آمد که نشان می‌دهد این مدل دارای برازش مناسبی است.

جدول ۵ مقادیر منتج از مدل معادلات ساختاری متغیرها در مدل نهایی

ردیف	مسیر	ضریب مسیر	P-value	t-value	نتایج
۱	مزیت رقابتی - مدیریت دانش	۰/۵۹۹	۰/۰۰۰	۵/۳۶۳	تایید
۲	مزیت رقابتی - خلق دانش	۰/۷۲۶	۰/۰۰۰	۵/۸۰۴	تایید
۳	مزیت رقابتی - کسب دانش	۰/۸۶۱	۰/۰۰۰	۱۴/۲۴۴	تایید
۴	مزیت رقابتی - ذخیره دانش	۰/۸۳۶	۰/۰۰۰	۱۵/۶۸۶	تایید
۵	مزیت رقابتی - اشاعه دانش	۰/۸۵۷	۰/۰۰۰	۱۰/۳۵۲	تایید
۶	مزیت رقابتی - کاربرد دانش	۰/۸۱۰	۰/۰۰۰	۱۳/۴۴۷	تایید

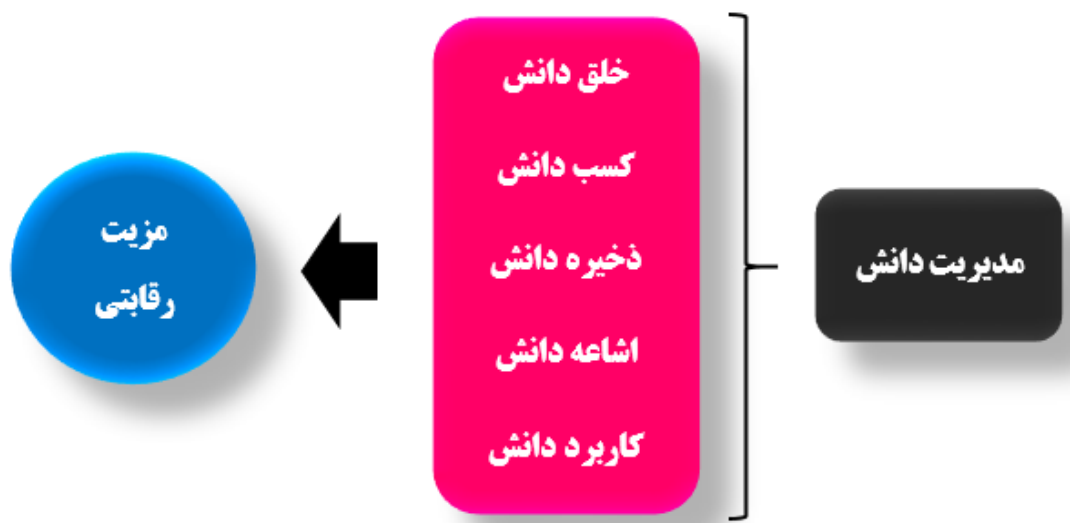
بحث و نتیجه گیری

همانطور که پیش تر بیان شد پژوهش حاضر اجرای مدیریت دانش در موسسه نوین دانش پژوهان برای دستیابی به مزیت رقابتی را بررسی می کند. به منظور دستیابی به نتایج صحیح و منطقی، فرضیه ها با توجه به هدف پژوهش طراحی شدند. نتایج بدست آمده از تحلیل آماری یافته های پژوهش نشان می دهد که پیاده سازی مدیریت دانش تاثیر مثبت و معناداری در ایجاد مزیت رقابتی مورد پژوهی دارد و در نتیجه فرضیه اول پژوهش تایید می شود. علاوه بر آن تاثیر مثبت و معنادار هریک از مولفه های مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی در سازمان ثابت شد که تایید کننده فرضیه های ۲ تا ۶ پژوهش است.

بررسی ها نشان می دهد سازمان هایی می توانند در پیشبرد اهداف خود موفق باشند که قادرند مفیدترین، معتبرترین و به روز ترین دانش مرتبط با حوزه کسب و کار خود را در اختیار گرفته و به شیوه مناسب از آن استفاده کنند. به عبارت دیگر دانش سازمانی به زعم مدیران موفق دنیا، مهم ترین سرمایه شرکت های سده ۲۱ محسوب می شود. علاوه بر آن نظرسنجی های انجام شده در میان ۲۰۰ شرکت برتر دنیا نشان می دهد بیش از ۸۸ درصد از مدیران شرکت های موفق دنیا، مدیریت دانش سازمانی را به عنوان دومین اولویت اصلی کاری خود ذکر کرده اند. در واقع مدیریت دانش علاوه بر ارتقا عملکرد سازمان باعث ایجاد جایگاه رقابتی مطلوب در دنیای رقابتی موجود برای سازمان می شود.

با مطالعه پژوهش های صورت گرفته و نگاه دقیق به اهداف اجرای مدیریت دانش و توجه به تحلیل هریک از مراحل تشکیل دهنده استراتژی مدیریت دانش، در تعیین اینکه چه نوع تلاش هایی باید برای پیاده سازی آن درون یک سازمان انجام شود، تا به هدف مورد نظر دست یابد، نقش ایفا می کند. صاحب نظران مکتب راهبردی معتقدند یک شرکت تنها زمانی می تواند در میدان رقابت پیروز شود که دانش مناسب تری نسبت به رقبای خود داشته باشد. وجود یک شکاف استراتژیک میان تولید دانش و سازمان می تواند یکی از عوامل شکست در اجرا و بکارگیری مدیریت دانش باشد. در کنار آن عواملی همچون عدم وجود برنامه های تشویقی برای نیروی انسانی به منظور اشتراک دانش، عدم پاسخگویی به ایده های خلاق پرسنل، عدم وجود سازوکار مناسب برای جذب و انتقال دانش، عدم استفاده از تکنولوژی اطلاعات برای دسترسی راحت تر به دانش، عدم وجود

خط مشی مناسب به منظور ثبت و انحصاری کردن دانش جدید، نبود مسیرهای مناسب برای نشر و نمایش دانش جدید، عدم وجود روش‌های مناسب برای گسترش دانش پرسنل، عدم وجود راهکار مناسب برای جلوگیری از استفاده نابجا و غیرقانونی از دانش در داخل یا خارج از سازمان، عدم استفاده از دانش برای حل مشکلات سازمان و عدم بکارگیری نیروی انسانی آموزش دیده نیز می‌تواند دلایل شکست در اجرای مدیریت دانش محسوب شوند. در مدل مفهومی پژوهش عوامل تاثیرگذار در پیاده‌سازی مدیریت دانش در موسسه نوین دانش‌پژوهان و ایجاد جایگاه رقابتی مطلوب در دنیای رقابتی موجود برای این موسسه نشان داده شده است.



شکل 4 مدل مفهومی پژوهش (محقق ساخته)

با توجه به اینکه این مفهوم در حال توسعه و گسترش است، پیاده‌سازی این سیستم در موسسه نوین دانش‌پژوهان به عنوان یک رویکرد می‌تواند ابزاری مناسب و کارآمد در کسب مزیت رقابتی تلقی گردد. لذا الزامی است که با توجه به اهمیت موضوع و میزان تاثیرگذاری بالای آن بر موفقیت یا عدم موفقیت سازمان، از پیاده‌سازی مدیریت دانش حمایت بیشتری نسبت به گذشته صورت گیرد. علاوه بر آن به مدیران موسسه نوین دانش‌پژوهان پیشنهاد می‌شود که از تحقق مدیریت دانش در عمل حمایت کنند و شرایط را برای پرسنل به منظور تسهیم و به اشتراک‌گذاری دانش و جذب دانش از منابع داخلی و خارجی در جهت یادگیری و حل مساله فراهم کنند. انجام این مهم افراد را برای ورود موثر به فرآیند مدیریت دانش مشتاق کرده و رهبران را برای تحقق مدیریت دانش توانمند می‌کند. ادامه پیشنهادات به صورت مفصل در ادامه بیان می‌شود.

پیشنهادهای پژوهش

با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده، محقق درصدد است برای ارتقا و بهبود مزیت رقابتی پیشنهادهایی را ارائه کند. به نظر می‌رسد که بررسی، ارتقا و توسعه مولفه‌های مدیریت دانش (خلق، کسب، ذخیره، اشاعه و کاربرد دانش) برای دستیابی به مزیت رقابتی باید به صورت ویژه مورد توجه قرار گیرد. برای تحقق موفقیت در این زمینه لازم است متخصصان مدیریت دانش روی کار آمده و با استفاده از دانش خود موسسه را در مسیر بهبود مزیت رقابتی هدایت کنند. در این صورت می‌توان امیدوار بود که سازمان در مواجهه با رقبا، خوش درخشیده و جایگاه مطلوبی را بدست آورد. در ادامه مواردی را بیان خواهیم کرد که امید است با رعایت آن‌ها، سازمان‌ها به منظور کسب جایگاه رقابتی مناسب، گام‌های سازنده‌ای بردارند.

۱. تسهیم دانش کارکنان و به کارگیری مدیریت دانش می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری و بهبود کیفیت محصولات شود و همچنین در کاهش هزینه‌ها و کاهش قیمت محصولات بسیار مفید باشد که در نتیجه به افزایش تقاضا در سطح کلان می‌انجامد. در واقع مدیریت دانش بر تسهیم دانش بین کارکنان در فرآیند توزیع دانش ضمنی متمرکز است تا از این طریق تجربه کارکنان در طی زمان ثبت و ضبط شود و مورد استفاده موثر قرار گیرد.

۲. از میان مولفه‌های مدیریت دانش، کسب دانش، ذخیره دانش، اکتساب دانش و تسهیم دانش به منظور بهبود و افزایش بهره‌وری مورد توجه قرار گرفته‌اند. براساس نتایج پژوهش، ابعاد مدیریت دانش بر مزیت رقابتی تأثیر مستقیم و معناداری دارد؛ به عبارتی شرکت با صرف زمان و هزینه در اجرا و تداوم برنامه‌های مدیریت دانش می‌تواند به افزایش کارایی دست یابد.

۳. سنجش میزان مطلوبیت عملکرد سازمان با استفاده از ابزار سنجش مناسب؛ بررسی وضعیت هزینه فعالیت‌های سازمان، جلوگیری از اتلاف منابع و به طور کلی مدیریت هزینه‌ها به گونه‌ای که سازمان با صرف منابع کمتری نسبت به رقیب بتواند به اهداف خود دست یابد؛ ارزیابی مداوم عملکرد کارکنان و اقدامات اصلاحی و برگزاری کلاس‌های آموزشی در صورت نیاز. علاوه بر مطالب بیان شده پیشنهاد می‌شود برای موفقیت یک سازمان با استفاده از پیاده‌سازی مدیریت دانش، تصمیمات ویژه‌ای برای عملی شدن اقدامات زیر صورت گیرد:

۱. تدوین برنامه و اهداف عملکردی متوازن به همراه نگاه سیستمی به آن برای همه کارکنان در تمام سطوح به منظور

شناسایی استانداردهای عملکردی

۲. تدوین آئین‌نامه مدیریت دانش

۳. ایجاد بسترهای مورد نیاز برای رشد دانش درون‌سامانی سازمان

۴. اختصاص بودجه و زمان بیشتر به بخش تحقیق و توسعه کاربردی

۵. فرهنگ‌سازی به منظور ایجاد فضای به اشتراک گذاری دانش و استقرار نظام پاداش‌دهی بر اساس میزان تبادل دانش

در سازمان

۶. ارزیابی روند پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان در دوره‌های زمانی مشخص و با توجه به برنامه عملیاتی سازمان

سپاسگزاری

مقاله حاضر از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی در گرایش مدیریت اطلاعات دانشگاه تربیت مدرس استخراج شده است. از معاونت پژوهشی دانشگاه تربیت مدرس به خاطر حمایت معنوی و همکاری در اجرای این پژوهش سپاسگزاری می‌شود.

نشریه بازیابی دانش و نظام‌های معنایی (نشریه بازیابی دانش و نظام‌های معنایی)

- انصاری، منوچهر؛ رحمانی یوشانلوئی، حسین؛ رحمانی؛ کمال الدین؛ پاسبانی، محمد؛ و عسگری، محمدعلی (۱۳۹۲). ارائه مدل مفهومی تاثیر موفقیت پیاده سازی مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت های کوچک و متوسط (SMEs). مدیریت بازرگانی. ۵(۱)، ۴۰-۲۱.
- ایرانبان سیدجواد، (۱۳۹۶)، شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر استقرار مدیریت دانش و رابطه آن با مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی، فصلنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال هشتم، شماره ۲، ۱۴۱-۱۲۷.
- حسن زاده، محمد (۱۳۸۶). مدیریت دانش: مفاهیم و زیرساخت ها. تهران: انتشارات کتابدار.
- رمضانپور نصیر محله، احمد، همایون فر، مهدی. (۱۳۹۹). تبیین نقش میانجی نوآوری در رابطه مدیریت دانش و مزیت رقابتی شرکت های کوچک و متوسط با رویکرد شبکه عصبی و مدل سازی معادلات ساختاری. پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۱۲(۲۴)، ۴۳-۶۹.
- سیری، ریحانه؛ اسماعیلی قلات، بهلول (۱۳۹۴). جایگاه مدیریت دانش در کسب مزیت رقابتی سازمان ها، فصلنامه علمی پژوهشی چالش های جهان، ۱(۳)، ۶۳-۹۱.
- سیف اللهی، ناصر؛ حاضری، هاتف؛ آسوده، علی (۱۳۹۸). بررسی تاثیر مدیریت دانش و نوآوری فناورانه بر خلق مزیت رقابتی (نمونه پژوهش: شرکت های تولیدی پارس خزر و پارس شهاب)، نشریه مدیریت راهبردی دانش سازمانی، ۲(۵)، ۱۲-۵۳.
- عبدلی مسینان، فائزه، رودساز، حبیب، سید نقوی، میرعلی. (۱۳۹۹). تاثیر نوآوری بازرگانی بر مزیت رقابتی با نقش میانجیگری مدیریت دانش. مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۸(۵۹)، ۱۱۷-۱۵۰.
- فراهانی، حسن (۱۳۸۸). مدیریت دانش و کارکردهای آن در سازمان. معرفت، ۱۳۷.
- فلاح، محمدرضا (۱۳۹۷). شناسایی و تبیین پیش آیندهای توانمندسازی منابع انسانی با رویکرد مدیریت دانش، فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال دهم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۷، صص ۱۶۰-۱۳۳.

- قوی پنجه، مهدی؛ سلیمانی روزبهانی، فاطمه (۱۳۹۴). نقش و تاثیر مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها. کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع.
- کنجکاومفرد، امیررضا، سعید اردکانی، سعید، ملک پور، لیلا، باروت کوب، محمدرضا، محب علی المیری، میلاد. (۱۳۹۹). واکاوی تأثیر عوامل پذیرش نوآوری فناورانه و تعهد منابع بر قابلیت‌های مدیریت دانش به‌منظور افزایش مزیت رقابتی (نمونه پژوهش: شرکت های دانش بنیان استان یزد). فصلنامه مدیریت راهبردی دانش سازمانی، ۳(۱۰)، ۱۴۲-۱۷۵.
- مزارعی‌نسترن، ثابت عباس، (۱۳۹۹). بررسی ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی با مزیت رقابتی بر اساس نقش میانجی تسهیم دانش. فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۴(۳۶)، ۱۳-۲۳.
- منوریان، عباس (۱۳۸۵). مدیریت دانش و دانایی. کار و جامعه، ۷۴-۷۳، ۳۴-۴.

Reference

- Abdoli Mesinan, Faezeh, Rudsaz, Habib, Seyed Naqavi, Mir Ali. (2020). The effect of open innovation on competitive advantage with the mediating role of knowledge management. *Industrial Management Studies*, 18 (59), 117-150.
- Adli, Fariba (2004). *Knowledge management Moves beyond knowledge*. Tehran: Andisheh.
- Afrazeh, Abbas (2002). *Comprehensive information quality management in knowledge management*. International Conference of Quality Managers. Tehran.
- Agha, S., Alrubaiee, L., & Jamhour, M. (2012). Effect of core competence on competitive advantage and organizational performance. *International Journal of Business and management*, 7(1), 192.
- Ansari, Manouchehr; Rahmani Yoshanoloui, Hossein; Rahmani; Kamaluddin; Pasbani, Mohammad; And Asgari, Mohammad Ali (2013). Presenting a conceptual model of the impact of knowledge management implementation success on gaining competitive advantage in small and medium enterprises (SMEs). *Business Management*. 5 (1), 40-21.
- Boiko, V., Kwilinski, A., Misiuk, M., & Boiko, L. (2019). Competitive advantages of wholesale markets of agricultural products as a type of entrepreneurial activity: the experience of Ukraine and Poland. *Economic Annals-XXI*, 175(1-2), 68-72.
- Chawla, A., & Saxena, S. (2012). Knowledge management enablers: A comparative study of traditional and technical universities. *International Journal of Computational Engineering & Management*, 15(2), 81-86.
- Davenport, Thomas H. & Prusak, L. (2000). "Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know". Boston: Harvard Business School Press. 240 p.
- Din, N. and Haron, S. (2012). "Knowledge sharing as culture among Malaysian online social networking users," *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 50, 1043-1050

- Fallah, Mohammad Reza (2018), Identifying and explaining the antecedents of human resource empowerment with knowledge management approach, Journal of Human Resources Management Research, Imam Hossein University, 10th year, No. 1, Spring1397, pp. 160-133.
- Farahani, Hassan (2009). Knowledge management and its functions in the organization. Knowledge, 137.
- Ge, B., Yang, Y., Jiang, D., Gao, Y., Du, X., & Zhou, T. (2018). An empirical study on green innovation strategy and sustainable competitive advantages: Path and boundary. Sustainability, 10(10), 3631.
- Ginting, Y. M. (2020). Intellectual Capital Investigation in Achieving Sustainable Competitive Advantages in the Creative Industry: Does the Mediation of Knowledge Management System Affect?. Journal of Management Information and Decision Sciences, 23(2), 111-126.
- Gold, A. H.; Malhotra A. & Segars, A. H. (2001). "Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective. Journal of Management Information Systems; 18(1):185-214.
- Grant, R. M. (1996). "Toward a Knowledge-based Theory of the Firm". Journal of Strategic Management; 17(S2): 109-122.
- Heisig, P. (2009). "Harmonisation of Knowledge Management-Comparing 160 Km Frameworks Around the Globe". Journal of Knowledge Management; 13(4): 4-31.
- Joshi, K. D. & Sarker, S. (2007). "Knowledge Transfer within Information Systems Development Teams". Examining the Role of Knowledge Source Attributes. Decision Support Systems. 43(2): 322-335.
- Khojastehpour, Alireza; Al-Dawood, Seyed Hamid and Saemi Siddiq, Hamid, (2011). Knowledge Management Process for Continuous Innovation, Labor and Society Monthly, No. 135, pp. 95-45.
- Khorakian, Alireza; Kadkhoda, Negar and Mollazadeh Yazdani, Baharoo (2017), A Study of the Role of Intellectual Capital on Innovative Behavior with Emphasis on the Mediating Role of Knowledge Sharing (Case Study of the Air-Sun Research Institute), Journal of Innovation Management, Year 6, Issue 1, pp. 134- 101.
- Lee, V.H., Foo, A. T.L., Leong, L.Y., & Ooi, K.B. (2016). Can competitive advantage be achieved through knowledge management? A case study on SMEs. Expert Systems with Applications, 65, 136-151.
- Mahdi, O. R., Nassar, I. A., & Almsafir, M. K. (2019). Knowledge management processes and sustainable competitive advantage: An empirical examination in private universities. Journal of Business Research, 94, 320-334.
- Mathews, J. A. (2002). Competitive advantages of the latecomer firm: A resource-based account of industrial catch-up strategies. Asia Pacific journal of management, 19(4), 467-488.
- Mazaree, nastaran, Sabet, Abbas, (2020). Investigating the relationship between organizational citizenship behavior and competitive advantage based on the mediating role of knowledge sharing. Journal of New Research Approaches in Management and Accounting, 4 (36), 13-23.
- Monavarian, Abbas (2006). Knowledge management. Work and Society, 74-73, 34-4.
- Nielsen, A. P. (2006). "Understanding Dynamic Capabilities through Knowledge Management". Journal of Knowledge Management; 10(4): 59-71.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). "The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation". Oxford University Press; New York 284 p.

- Ramazanpour Nasir Mahalla, Ahmad, Homayoun Far, Mehdi. (2020). Explain the mediating role of innovation in relation to knowledge management and competitive advantage of small and medium enterprises with neural network approach and structural equation modeling. Journal of Executive Management, 12 (24), 43-69.
- Salunke, S.; Weerawardena, J. & McColl-Kennedy Janet R. (2013). "Competing through Service Innovation: The Role of Bricolage and Entrepreneurship in Project-Oriented Firms". Journal of Business Research. 66(8): 1085-1097.
- Sandhawalia, B. S. and Dalcher, D. (2011). Developing knowledge management capabilities: a structured approach, Journal of Knowledge Management, 15:2, 313-328.
- Sohrabi, Babak; And Darmi, Hadi (2018). Knowledge management (with MBA approach).
- Wiig, Karl M.(2007). "Effective Societal Knowledge Management". Journal of Knowledge Management.; 11(5): 141-158.
- Wijaya, P. Y., & Suasih, N. N. R. (2020). The effect of knowledge management on competitive advantage and business performance: A study of silver craft SMEs. Entrepreneurial Business and Economics Review, 8(4), 105-121.

روزانه ویرایش شده (نشریه بازاریابی دانش و نظام‌های معنایی)

Presenting a Competitive Advantage Model Based on Knowledge Management in Novin Daneshpajooan Institute

Abstract

Objective: The purpose of this study is to present a model of competitive advantage Based on Knowledge Management in Novin Daneshpajooan Institute.

Methodology: This research is an applied research and the research method is quantitative studies. Data were collected using documentary and survey methods and random sampling. The statistical population of this study consists of 30 employees of the Novin Daneshpajooan Institute, but due to the small number of these people and at the discretion of the supervisor, sampling was not performed. Questionnaire questions were used according to the Likert scale of five options, and the standard knowledge management questionnaire of Sharon Lawson (2003) was used. The validity of the questionnaire was evaluated and confirmed by professors specializing in this field, and the reliability of the questionnaire was evaluated with Cronbach's alpha coefficient (0.871). SPSS software was used to analyze the data and pls software was used to fit the model and present a suitable model. Statistical-descriptive methods, mean, standard deviation were used.

Results: According to the results of Pearson test, it was found that the significant level of competitive advantage with the components of knowledge management, including knowledge creation, knowledge acquisition, knowledge storage, knowledge dissemination and knowledge application is less than 0.05, and all have Communication is meaningful. According to the findings of structural equations, it was found that the value of t-statistic of all hypotheses is more than 1.96 and all components of knowledge management have a significant relationship with competitive advantage. Also, according to Q2, SRMR, NFI and GOF indicators, the model has a good fit.

Conclusion: According to the present results, it seems that knowledge management and related components have been considered as important components and elements for the survival of the organization and maintaining its competitive position.

Keywords: Knowledge Management, Competitive Advantage, Novin Daneshpajooan Institute