University of Qom

Sciences and Techniques of Information Management

Volume 8, Issue 2, 2022

Research Article

The Impact of Knowledge Management and Intellectual Capitals on Achieving Competitive Advantage and Ranking it with AHP Method (Case Study: Iran Insurance Company)[1]

Vadood Javan Amani
Assistant Professor, Department of Business Administration, Firoozkooh Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. amani@iaufb.ac.ir

Hamid Akbari
PhD. Student, Department of Public Administration,
Payame Noor University, Tehran, Iran (**Corresponding author**).
h.akbari@student.pnu.ac.ir

Abstract

Aim: The purpose of this research is to investigate the impact of knowledge and intellectual capital management in gaining competitive advantage and its prioritization using the AHP method in Iran Insurance Company.

Methodology: The research method is descriptive-survey type. To collect data, the library method (reading documents) and field method (questionnaire) were used. The statistical population of this research was selected from 3000 Iranian insurance company employees. To determine the size of the statistical sample, Morgan's table is used, according to the size of the statistical population; the number of the statistical sample was estimated to be 341 people. The value of Cronbach's alpha for the variables of knowledge management, intellectual capital, and competitive advantage was obtained as 0.956, 0.926, and 1.250, respectively, which indicates the high reliability of the questionnaires. Hypotheses were investigated using the structural equation model and Lisrel and SPSS software. Meanwhile, all hypotheses were confirmed.

Findings: The results obtained from the analysis of statistical data at the significance level of 0.05 indicate the existence of the effect of knowledge management and intellectual capital in gaining a competitive advantage. The result of prioritization also shows that knowledge distribution with a weight of 0.246 has the most effectiveness among the dimensions of knowledge management and knowledge maintenance with a weight of 0.119 has the least effect. Also, relational capital with a weight of 0.210 has the most impact among the dimensions of intellectual capital, and organizational capital with a weight of 0.130 has the least effect.

1. **Cite this article:** Javan Amani, V. & Akbari, H. (2022). The Impact of Knowledge Management and Intellectual Capitals on Achieving Competitive Advantage and Ranking it with AHP Method (Case Study: Iran Insurance Company). *Sciences and Techniques of Information Management*, 8(2), 373-404.
DOI: 10.22091/stim.2021.7000.1604

Received: 2021-06-28 ; **Revised:** 2021-09-18 ; **Accepted:** 2021-09-21 ; **Published online:** 2022-07-06

©2022 The Author(s).
Published by: University of Qom.
This is an open access article under the: https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

According to the results, dimensions of intellectual capital have a direct and significant relationship with knowledge sharing, and intellectual capital has a significant relationship with knowledge sharing. In addition, intellectual capital leads to improved employee knowledge sharing. The results of the hypothesis test confirm the positive and significant relationship between intellectual capital and competitive advantage. This means that the variable of knowledge management has a positive and significant effect on gaining a competitive advantage in Iran's insurance companies.

Conclusion: Organizations with intellectual capital management generally perform better. Therefore, organizations should make more efforts to create the desire and empower their employees to share knowledge and gain competitive advantages. The development and improvement of social capital, intellectual capital, and knowledge management in the organization not only requires the improvement of communication and interactions based on trust between the members of the organization but also requires the structure and appropriate technology of each organization. Therefore, social capital can be considered as one of the capabilities of the organization and help a lot in the creation and sharing of knowledge in the intellectual capital and knowledge management of the organization.

Keywords: Knowledge Management, Intellectual Capital, Competitive Advantage, Organization Performance, Iran Insurance Company.

/http://stim.qom.ac.ir

علوم و فنون مدیریت اطلاعات
دوره ۸، شماره ۲، ۱۴۰۱
مقاله پژوهشی

بررسی تاثیر مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی و اولویت‌بندی آن به روش AHP (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران)[1]

ودود جوان امانی
استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. amani@iaufb.ac.ir
حمید اکبری
دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، گرایش منابع انسانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (**نویسنده مسئول**).
h.akbari@student.pnu.ac.ir

چکیده

هدف: هدف این تحقیق بررسی تاثیر مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی و اولویت‌بندی آن به روش AHP در شرکت بیمه ایران می‌باشد.

روش‌شناسی: روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی- پیمایشی است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش کتابخانه‌ای (مطالعه اسناد و مدارک) و روش میدانی (پرسشنامه) استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق از کارکنان شرکت بیمه ایران به تعداد ۳۰۰۰ نفر انتخاب شدند. برای تعیین اندازه نمونه آماری از جدول مورگان استفاده گردید که با توجه به حجم جامعه آماری، تعداد نمونه آماری ۳۴۱ نفر برآورد شد. مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرهای مدیریت دانش، سرمایه فکری و مزیت رقابتی به ترتیب ۰/۹۵۶، ۰/۹۲۶ و ۱/۲۵۰ بدست آمد که بیانگر قابلیت اعتماد بالای پرسشنامه‌ها است. فرضیه‌های پژوهش نیز با استفاده از مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای lisrel و Spss مورد بررسی قرار گرفته و همه فرضیه‌ها تأیید شدند.

نتایج: نتایج بدست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری در سطح معنی‌داری ۰/۰۵، بیانگر وجود تاثیر مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی می‌باشد. نتیجه اولویت‌بندی نیز بیانگر این است که توزیع دانش با وزن ۰,۲۴۶ بیشترین تاثیر را در بین ابعاد مدیریت دانش دارد و نگهداری دانش با وزن ۰,۱۱۹ کم‌ترین تاثیر را دارد. همچنین سرمایه رابطه‌ای با وزن ۰,۲۱۰ بیشترین تاثیر را در بین ابعاد سرمایه فکری و سرمایه سازمانی با وزن ۰,۱۳۰ کم‌ترین تاثیر را دارد.

---

۱. **استناد به این مقاله:** جوان امانی، و.، اکبری، ح. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی و اولویت‌بندی آن به روش AHP (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران). *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۸(۲)، ص۳۷۳-۴۰۴.

DOI: 10.22091/stim.2021.7000.1604

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۷ ؛ **تاریخ اصلاح:** ۱۴۰۰/۰۶/۲۷ ؛ **تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۰/۰۶/۳۰ ؛ **تاریخ انتشار:** ۱۴۰۱/۰۴/۱۵
ناشر: دانشگاه قم
نویسندگان.©حق مولف

ابعاد سرمایه فکری با اشتراک دانش ارتباط مستقیم و معناداری داشته و سرمایه فکری ارتباط معناداری با اشتراک دانش دارد. به علاوه، سرمایه فکری منجر به بهبود اشتراک دانش کارکنان می‌شود. نتایج آزمون فرضیه‌ها حاکی از تایید رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی می‌باشد؛ بدین معنی که متغیر مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران تاثیر مثبت و معنی‌داری می‌گذارد.

نتیجه‌گیری: سازمان‌های برخوردار از مدیریت سرمایه فکری اصولاً عملکرد بهتری نیز دارند. لذا، سازمان‌ها باید تلاش بیشتری در جهت ایجاد تمایل و توانمند ساختن کارکنان خود برای به اشتراک‌گذاری دانش و کسب مزایای رقابتی انجام دهند. توسعه و بهبود سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری و مدیریت دانش در سازمان، نه تنها مستلزم بهبود ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان اعضای سازمان بوده، بلکه نیازمند ساختار و فناوری مطلوب و مناسب هر سازمان است. بنابراین، سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان یکی از قابلیت‌های سازمان به‌شمار آید و در خلق و تسهیم دانش موجود در سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش سازمان کمک بسیار نماید.

کلیدواژه‌ها: مدیریت دانش، سرمایه فکری، مزیت رقابتی، عملکرد سازمان، شرکت بیمه ایران.

http://stim.qom.ac.ir/

۱. مقدمه

مدیریت سرمایه‌های فکری یکی از عناصر کلیدی زنجیره ارزش و مقوله‌ای است که برای هر بنگاه اقتصادی می‌تواند مزیت رقابتی محسوب گردد. امروزه در دنیای فراصنعتی و رقابتی، منطق فازی جایگاه با اهمیت خود را در شاخه‌های گوناگون علوم کاربردی و در حوزه‌های متفاوت، از جمله مدیریت کسب نموده است (کدیورنیا و میلادیان، ۱۳۹۶). صنعت بیمه کشور یکی از مهم‌ترین بخش‌هایی است که علاوه بر کارکرد اقتصادی، در پیشگیری و مدیریت خطر و نیز تأمین ایمنی و آرامش خاطر برای فعالیت‌های مختلف بشر، نقش شگرفی ایفا می‌کند. در دنیای امروز، بیمه از صنایع بسیار باارزش جامعه است و به چنان جایگاهی رسیده که می‌تواند با ایجاد اطمینان در مجموعه فعالیت‌های اقتصادی کشورها، نقش کلیدی در توسعه اجتماعی و اقتصادی ایفا کند. به عبارت دیگر، امروزه تمامی جوامع توسعه‌گرا، بیمه را عامل مهمی در توسعه کشور می‌دانند، زیرا معتقدند بیمه در رشد بخش‌های مختلف اقتصادی، نقش برجسته‌ای ایفا می‌کند. صنعت بیمه از صنایع خدماتی می‌باشد که همواره رقابت‌پذیری در آن معنادار بوده است. ایجاد سیستم مدیریت دانش موثر از عوامل کلیدی در بهبود فرایندهای کسب‌وکار در شرکت‌های بیمه است. بنابراین، این شرکت‌ها برای بقاء در بازار به شدت رقابتی کنونی، ناگزیر به سرمایه‌گذاری در این حیطه هستند (اکبری و همکاران، ۱۳۹۸).

سازمان‌ها برای حفظ بقای خود در دنیای رقابتی امروز، راهی جز کسب مزیت رقابتی ندارند. از طرفی، امروزه که عصر ارتباطات و اطلاعات است، تغییرات به قدری شدید شده که طول عمر فناوری‌ها و محصولات را به حدأقل رسانده است، در چنین شریطی خلق و حفظ پایدار مزیت رقابتی با تکیه بر قابلیت‌ها و شایستگی‌های سنّتی و قدیمی، برای حضور موفق بنگاه در محیط و بازارهای رقابتی کافی نیست. این امر مستلزم تدابیری نو و روی‌آوری به شایستگی‌های جدیدی بوده که مبتنی بر فناوری اطلاعات و مدیریت دانش است. بنابراین، در دنیای امروز، مدیریت دانش و فناوری ارتباطات و اطلاعات از نقشی محوری در ایجاد و پایدارسازی مزیت رقابتی برای شرکت‌ها برخوردار است (اکبرزاده و همکاران، ۱۳۹۳). مزیت رقابتی عامل یا ترکیبی از عواملی است که در یك محیط رقابتی، سازمان را بسیار موفق‌تر از سایر سازمان‌ها می‌کند و رقبا نمی‌توانند به راحتی از آن تقلید کنند (Abker & et al., 2019). هافمن[1] و همکاران (۲۰۰۵) مزیت رقابتی را

1. Hoffman

/http://stim.qom.ac.ir

تحت عنوان سود طولانی مدت ناشی از اجرای برخی استراتژی‌های منحصر به فرد و خلق ارزش تعریف می‌کند که رقبای بالقوه و بالفعل در اجرای آن ناتوان هستند. در واقع، عدم توانایی رقباء در کپی کردن از مزایای استراتژی، رمز موفقیت شرکت در دستیابی به مزیت رقابتی است. در دنیای امروز، مهم‌ترین منبع برای دستیابی به مزیت رقابتی، دانش است و در واقع اسلحه‌ای بسیار پر قدرت و راهبردی در کسب وکار به‌شمار می‌آید.

مدیریت دانش شیوهٔ جدید تفکر در مورد سازمان و تسهیم منابع فکری، شیوه‌ای به منظور بهره‌وری، بهبود عملکرد و کاهش هزینه‌ها است (سلیلی و همکاران، ۱۳۹۸). ارزیابی دقیق روند تغییر و تحولات دانش در هزارهٔ سوم، مبین این است که جهان صنعتی امروز جامعه‌ای است که در آن به تدریج فناوری‌های نیروافزا جای خود را به فناوری‌های دانش‌افزا»[1] می‌دهند. از این‌رو، سازمان‌ها باید به طور مداوم دانش جدید را به شکل ایجاد، اعتباربخشی و کاربرد در محصولات و خدمات به‌کار گیرند (درانی و ادیبان، ۱۳۹۴). تحولات سریع و شگرف کنونی در محیط سازمان‌ها و اعمال مدیریت صحیح و کارآمد بیانگر این مطلب است که برای برخورد درست با چالش‌ها و تبدیل آن‌ها به فرصت‌های رشد و افزایش بهره‌وری سازمان‌ها، به دانش مدیریت نیاز است تا بتوان از مسیر تحولات دنیای کنونی، روند رشد را به شکلی مناسب و تکامل بخشید، زیرا فقط می‌توان با سرمایه دانش، سرمایه طبیعی و انسانی را به ثروت تبدیل کرد (نیکخواه و همکاران، ۱۳۹۸). امروزه با افزایش پیچیدگی‌های دنیای کسب و کار، لزوم استفاده از روش‌های نوآورانه و در عین حال مشارکتی برای کاهش فشار فزاینده فضای رقابتی امری ضروری است. به همین دلیل برخورداری از مزیت رقابتی پایدار، کلید حل معضلات رقابتی حال حاضر می‌باشد. توسعه محصولات جدید منطبق با نیازهای روز، یکی از روش‌های معمول پاسخ به این نیاز می‌باشد که لازمه دستیابی به آن برخورداری از توان و سرمایه فکری مورد نیاز در قالب فرایندهای موثر مدیریت دانش در زنجیره ارزش است (مظاهری و پورجعفری، ۱۳۹۴).

دانش، مفهوم چند وجهی است و در بسیاری از هویت‌های سازمانی از جمله فرهنگ، سیاست‌ها، اسناد و اعضای سازمان جای دارد و هدف از فعالیت‌های آن در سازمان، کسب مداوم دانش مربوط، توسعهٔ دانش جدید از طریق یادگیری، اطمینان از رشد و تداوم فعالیت‌ها در جهت

1. Knowledge-intensive technologies

http://stim.qom.ac.ir/

حفظ دانش حیاتی در تمام سطوح به‌کارگیری دانش موجود در تمام چرخه‌ها و ترکیب دانش در جهت هم‌افزایی است (خداداد حسینی و لاجوردی، ۱۳۹۸). در اقتصاد دانش‌محور، نقش سرمایه فکری در ایجاد ارزش برای سازمان‌ها بیشتر از نقشی است که سرمایه فیزیکی ایفا می‌کند. بنابراین، سازمان‌ها برای کسب مزیت رقابتی پایدار، نیازمند شناسایی نظام‌مند سرمایه‌های فکری خود می‌باشند (غفوری و همکاران، ۱۳۹۹). در اقتصاد مبتنی بر دانش، محصولات و سازمان‌ها بر اساس دانش زندگی می‌کنند و می‌میرند و موفق‌ترین سازمان‌ها، آن‌هایی هستند که از این دارایی ناملموس به نحو بهتر و سریع‌تری استفاده می‌کنند. مطالعات نشان داده است که برخلاف کاهش بازدهی منابع سنّتی (مانند پول، زمین، ماشین‌آلات و غیره)، دانش واقعاً منبعی برای افزایش عملکرد کسب و کار است. از دیدگاه استراتژیک، امروزه از دانش و سرمایه فکری به منظور خلق و افزایش ارزش سازمانی استفاده می‌شود و موفقیت یک سازمان به توانایی آن در مدیریت این منبع کمیاب بستگی دارد (علیقلی و همکاران، ۱۳۹۰).

در کنار سرمایه مالی، این سرمایه فکری است که مزیت رقابتی را برای سازمان فراهم می‌کند. سرمایه فکری پویا که با افراد، گروه‌ها و سازمان سرمایه‌گذاری می‌شود را می‌توان با استفاده از روش‌های سیستماتیک و اثبات شده زیر پرورش داد. منابع سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و رابطه‌ای در معرض تغییرات و تجدید قرار دارند. این سرمایه، سرمایه فکری بوده که منبع مزیت رقابتی است (Mathews & Ligori, 2021). مدیریت دانش در آشکار کردن سرمایه‌های ضمنی و ناملموس و به کار بردن آن‌ها برای بقای سازمان، و مزیتی در عرصه رقابت سازمانی است (Balogun & et al., 2004). بر اساس این مفاهیم، می‌توان مدیریت دانش را شامل فرآیند مدیریت دانش، فناوری، استراتژی و رفتار سازمانی دانست. امروزه استراتژی رقابتی و شاخه‌های محوری آن در مورد تحلیل صنعت، تحلیل رقباء و تعیین موقعیت استراتژیک به عنوان بخشی پذیرفته شده از فعالیت‌های مدیریت محسوب می‌شود (حاجی‌زاده و سرداری، ۱۳۹۷). از بین این دارایی‌ها، دانش بیشترین توجه را به خود معطوف ساخته و به عنوان بهترین دارایی نامشهود سازمان مورد تاکید قرار گرفته است. بنابراین، مدیریت دانش یک مفهوم و روش کاملاً جدید مدیریت را معرفی می‌کند. این مفهوم برای کارکنان و سازماندهی نیروها، کارکنان، نیروی رقابت و ارزش جدید، موهبتی عقلانی است (Cerdan, 2017).

رقابت‌پذیری فرآیندی است که هر نهادی می‌کوشد تا از این طریق بهتر از دیگری عمل کرده و از وی پیشی گیرد. کسب توانمندی‌های رقابتی در جهان امروز، به یکی از چالش‌های اساسی

/http://stim.qom.ac.ir

کشورهای مختلف در سطح بین‌المللی تبدیل شده است. مزیت رقابتی عبارت از میزان جذابیت پیشنهادهای شرکت در مقایسه با رقباء، از مشتریان است (Yang, 2010). ضریب رقابتی، تمایز در ویژگی‌ها یا ابعاد هر شرکتی است که آن را قادر به ارائه خدمات بهتر از رقبا به مشتریان می‌کند. به طور کلی، مؤلفه‌های مفهوم مزیت رقابتی شامل ارزش‌آفرینی، بازارگرایی، خشنودی مشتری، شناخت توان بالقوه، حرکت دادن توان بالفعل، مهارت‌سازی، قیمت مناسب، پاسخ‌گویی و نوآوری است (خیراندیش و همکاران، ۱۳۹۰). پیچیدگی جهان قرن بیست و یک، فضای انقلاب را تسریع نموده است و آن‌هایی که نمی‌توانند یاد بگیرند، سازگار شوند و تغییرات را بپذیرند، به سادگی نابود خواهند شد. یادگیری ما را نجات خواهد داد و این امر به‌واسطه مدیریت بر دانش سازمانی صورت خواهد گرفت (رحیمی، ۱۳۹۶).

در حال حاضر مدیریت دانش یك مفهوم جدید محسوب می‌شود و به سازمان‌ها کمك می‌کند تا اطلاعات و تخصص‌های مهمی که بخشی از حافظه سازمان می‌باشد و بدون ساختار مشخص در سازمان وجود دارد را شناسایی، انتخاب، سازماندهی، توزیع و منتقل نماید (جلالی و همکاران، ۱۳۹۷). لیبوویتز[1] (۲۰۰۱) مفاهیم داده، اطلاعات، دانش و فرآیندهای سازمانی را در یك مدل نمایش داده که بر اساس آن داده به اطلاعات کاربردی تبدیل می‌گردد و اطلاعات به دانش منجر می‌شود و پس از آن از دانش برای بهبود فرآیندهای فردی و سازمانی استفاده می‌گردد (Mian, 2009). بر اساس تعریف رخشانی و غیبی (۱۳۹۴)، داده‌ها همان اعداد خام اشکال بدون زمینه و تفسیر، نمودارها و سمبل‌هایی از واقعیت‌های عینی هستند که به تنهایی معنی‌دار نمی‌باشند. اطلاعات از معنا دادن به داده‌ها ایجاد می‌شوند. دانش همان اطلاعاتی است که به طور مرتبط معنی‌دار بوده و قابل اجرا می‌باشد. نوناکا و کروگ[2] (۲۰۰۹) انواع دانش را به دو دسته دانش ضمنی و دانش صریح تقسیم کرده‌اند. دانش ضمنی دانشی می‌باشد که در ذهن افراد وجود دارد و بیشتر برداشت‌های ناگفته از پدیده‌ها است. این دانش از ارزش بالایی برخوردار بوده و انتقال آن به دیگران مشکل است، زیرا برای دیگران ناشناخته بوده و دسترسی به آن دشوار می‌باشد. آن‌ها بر این عقیده‌اند که دانش ضمنی تا حدی شخصی و انتزاعی بوده و به سختی قابل بیان و توصیف است و به همین دلیل انتشار آن مشکل می‌باشد (Askool & Nakata, 2010a).

1. Liebowitz
2. Nonaka & Von Krogh

http://stim.qom.ac.ir/

مدیریت فعال سرمایه‌های فکری این دانش می‌تواند به شکل دانش صریح موجود در دست ساخته‌های انسان و یا دانش ضمنی در اختیار افراد باشد. بنت و گابریل[1] (۲۰۰۷) مدیریت دانش را به عنوان تاکیدی بر انجام کارهای درست به جای انجام درست کارها تعریف کرده‌اند و آن را چارچوبی در نظر گرفته‌اند که در آن کلیه فرآیندهای سازمان بر پایه مدیریت دانش می‌باشد. طبق تعریف مرکز کیفیت و بهره‌وری آمریکا (APQC)، مدیریت دانش عبارت است از یك استراتژی با هدف در اختیار گذاشتن دانش صحیح به فرد مناسب در زمان مناسب (Kamasak & Bulutlar, 2010). مفهوم استراتژی در مطالعه‌های کسب و کار، به‌کار برده شده و با وجود پذیرش گستردهٔ آن، هنوز مفهومی مبهم و خاص در مدیریت است (پازوکی، ۱۳۹۹). تعریف مفهوم استراتژی از یک پژوهشگر به پژوهشگر دیگر متفاوت است، اما جوهرهٔ بسیاری از تعاریف، مفهوم استراتژی چنین بیان شده است: طرحی در راستای رسیدن به اهداف بلندمدت سازمان که منابع سازمان را با تغییرات محیطی هماهنگ می‌سازد (Crook & et al., 2011).

یك شرکت زمانی می‌تواند پیروز یك نبرد رقابتی شود که در مقایسه با رقبا از دانش مناسب‌تری برخوردار باشد. از این دیدگاه، رقابت‌پذیری اساساً از شرکت و دانش آن ناشی می‌شود. دانش منبع مناسبی برای مزیت رقابتی است، چرا که یک شرکت زمانی در حوزه‌های گوناگون می‌تواند از این دانش برای کاهش هزینه‌های نهایی خود استفاده کند که دانش مناسبی داشته باشد (علیقلی و همکاران، ۱۳۹۰). شرکت بیمه ایران به عنوان تنها شرکت بیمه دولتی از لحاظ رشد منابع مالی، گسترش شبکه فروش و افزایش میزان فروش، به وضعیت قابل قبولی رسیده است. علی‌رغم پیشرفت‌های مذکور، شرکت بیمه ایران همانند بسیاری از سازمان‌ها در استفاده بهینه از سرمایه انسانی خود دچار چالش بوده و بهره‌وری کارکنان در حد مطلوب نیست. بنابراین، مطالعه حاضر با بررسی اثرات سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش در بیمه ایران به عنوان مهم‌ترین عامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی در سازمان‌ها، بر ضرورت بازنگری نحوه مدیریت سرمایه فکری تاکید می‌کند و به دنبال پاسخ به این پرسش است که کدام یک از مولفه‌های مدیریت دانش تأثیر بیشتری بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران دارد. همچنین، در این پژوهش به عنوان یک هدف فرعی به اولویت‌بندی ابعاد مدیریت دانش و ابعاد سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی با استفاده از روش AHP پرداخته خواهد شد.

1. Bennet & Gabriel

/http://stim.qom.ac.ir

۲. پیشینه پژوهش

تحقیقات متعددی درباره مدیریت دانش و رقابت‌پذیری انجام شده است، ولی آثار محدودی معطوف به تاثیر مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابت‌پذیری وجود دارد. بررسی پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که جز موارد اندکی، کم‌تر مطالعه‌ای بر روی تاثیر مدیریت دانش و سرمایه انسانی بر رقابت‌پذیری به طور اخص در حوزه صنعت بیمه انجام شده که می‌توان مطالعه حاضر را تکمیل‌کننده این کمبود و خلاء پژوهشی دانست. پیشینه‌های پژوهش داخلی و خارجی از اثربخشی سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش بر رقابت‌پذیری حمایت می‌کنند که در دو بخش داخلی و خارجی به تعدادی از آن‌ها اشاره شده است.

۲-۱. تحقیقات خارجی

اِلدا[1] و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهشی تاثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش را با توجه به مزیت رقابتی در بین مدیران باسابقه و مجرب بانک اندونزی، با استفاده از پرسشنامه و نظرسنجی بررسی کردند. نتایج این مطالعه نشان داد که مدیریت دانش تأثیر قابل توجهی بر مزیت رقابتی و سرمایه فکری دارد. همچنین سرمایه فکری نیز تأثیر بسزایی در مدیریت دانش دارد.

ایبارا[2] و همکاران (۲۰۲۰)، نیز در پژوهشی به بررسی نقش سرمایه فکری در سازمان‌ها و پاسخ به این سوال پرداختند که آیا سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای، بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبتی دارند یا خیر؟. داده‌ها با استفاده از نظرسنجی ارسال شده به ۳۰۹ مدیرعامل شرکت‌های تولیدی در مکزیک به دست آمد. به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق، اعتبار سازه با استفاده از روایی چهره، محتوا، هم‌گرایی، اسمی و تمایز مورد آزمایش قرار گرفت که برای این منظور از تکنیک‌هایی مانند تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی به ترتیب با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS استفاده شد. نتایج نشان داد که سه بُعد سرمایه فکری، تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمان دارند. علاوه بر این، مزیت رقابتی نقشی میانجی در ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی ایفا می‌کند.

هندیانی و کارناواتی[3] (۲۰۲۰)، در پژوهشی نقش سرمایه فکری را در افزایش توانایی و عملکرد رقابتی بررسی کردند که شامل ضریب سرمایه ارزش افزوده، سرمایه انسانی و سرمایه

1. Elda
2. Ibarra
3. Handayani & Karnawati

http://stim.qom.ac.ir/

ساختاری برای دستیابی به مزیت رقابتی است. این تحقیق از نوع علّی بوده و جامعه آماری این مطالعه شرکت‌های معدنی در بورس اوراق بهادار اندونزی هستند. روش نمونه‌گیری مورد استفاده، نمونه‌گیری اشباع با مجموع ۲۲۳ داده است. تکنیک تحلیل مورد استفاده رگرسیون خطی چندگانه می‌باشد. نتایج نشان داد که ضریب ارزش افزوده سرمایه، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری به طور همزمان بر مزیت رقابتی تأثیر می‌گذارد. در حالی که ضریب سرمایه ارزش افزوده تا حدی و سرمایه ساختاری بر مزیت رقابتی تأثیر مثبت دارند. با این حال، سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی تأثیر نمی‌گذارد.

ساچاری و سحبان[1] (۲۰۱۹)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین سرمایه فکری و مدیریت دانش با مزیت رقابتی در شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از نرم‌افزار SPSS24 و معادلات ساختاری پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه تایید می‌کند که بین سرمایه فکری و مدیریت دانش در مزیت رقابتی، رابطه معنی‌داری وجود دارد. درجه سرمایه فکری می‌تواند قابلیت پیشرفت یک شرکت را پیش‌بینی کند. شرکت باید از مدیریت دانش برای افزایش سرمایه فکری و بهره‌برداری از پتانسیل دانش استفاده کند. نتایج این مطالعه نشان‌دهنده مزایای توسعه نوآوری‌ها برای نشان دادن ارتباط مدیریت دانش در بهره‌برداری از سرمایه فکری برای بهبود مزیت رقابتی شرکت است.

یونیتا[2] و همکاران (۲۰۱۹)، در پژوهشی تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد کسب و کار و تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد کسب و کار را بررسی کردند. این تحقیق از نوع تحقیقات علّی بوده که هدف آن مشاهده میزان تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته است. جمعیت این تحقیق را ۶۳ نفر از کارکنان بانک، در یکی از شهرهای اندونزی با حداقل ۵ سال تجربه و سمت مدیریتی تشکیل می‌دهند. داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شده و با استفاده از رگرسیون خطی چندگانه با کمک نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۴، برای تعیین تأثیر متغیرهای مستقل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه فکری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مشاغل دارد و مدیریت دانش نیز تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مشاغل دارد.

ایندیاتی[3] (۲۰۱۶)، در پژوهشی تأثیر مدیریت دانش بر سرمایه فکری و تأثیر سرمایه فکری بر

http://stim.qom.ac.ir/

1. Syahchari & Sahban
2. Yonita
3. Indiyati

مزیت رقابتی را در دانشگاه‌های خصوصی با استفاده از روش نمونه‌گیری احتمال متناسب و حجم نمونه را با استفاده از آزمون رویکرد تحلیل توان بررسی می‌کند. گردآوری اطلاعات با استفاده از تکنیک‌های مصاحبه، مشاهده و پرسشنامه انجام شد که از نظر روایی و پایایی با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری و نرم‌افزار SPSS 8.3 مورد آزمایش قرار گرفتند. نتیجه تحقیق نشان داد که مدیریت دانش تأثیر قابل توجهی بر سرمایه فکری دارد، سرمایه فکری تأثیر قابل توجهی بر مزیت رقابتی دارد و مدیریت دانش از طریق سرمایه فکری، خود بر مزیت رقابتی در حوزه آموزشی تأثیر می‌گذارد.

۲-۲. تحقیقات داخلی

دانش و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در بیمه ایران استان کرمانشاه پرداخته‌اند. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان بیمه ایران در استان کرمانشاه (۱۴۰ نفر) هستند. پایایی ابزار آزمون با روش آلفای کرونباخ به ترتیب سرمایه اجتماعی (۰/۷۳)، سرمایه فکری (۰/۸۱) و مدیریت دانش (۰/۷۹) به دست آمد. تحلیل نتایج آزمون معادلات ساختاری بیانگر تأیید فرضیه‌های اصلی پژوهش است؛ یعنی به‌طور کلی بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین تحلیل نتایج رگرسیون خطی چندگانه نشان داد که فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید است. به عبارت دیگر، بین ابعاد سرمایه اجتماعی (بعد رابطه‌ای، بعد شناختی و بعد ساختاری) با سرمایه فکری و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بر اساس یافته‌های این پژوهش، سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان یکی از قابلیت‌های سازمان به‌شمار آید و در خلق و تسهیم دانش موجود در سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش سازمان کمک بسیار نماید.

http://stim.qom.ac.ir/

زراعت‌کار و کاس آقایی (۱۳۹۹)، نیز در پژوهشی به بررسی تأثیر قابلیت‌های سازمان از جمله قابلیت پویا، قابلیت نوآوری، قابلیت پژوهش، توسعه و قابلیت خدمات بر عملکرد سازمان با توجه به نقش میانجی مزیت رقابتی پرداخته‌اند. جامعه آماری شامل کارکنان شرکت سهامی بیمه ایران استان تهران است. نتایج پژوهش حاکی از تأثیر معنادار قابلیت‌های سازمان بر مزیت رقابتی و تأثیر معنادار مزیت رقابتی بر عملکرد و همچنین تأثیر معنادار قابلیت‌های سازمان بر عملکرد سازمان با توجه به نقش میانجی مزیت رقابتی در شرکت سهامی بیمه ایران استان تهران می‌باشد.

فرهادیار و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی به بررسی تأثیر سرمایه فکری و استراتژی کارآفرینی

بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی مزیت رقابتی در شرکت صنایع غذایی سحر پرداختند. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران، کارکنان و مشتریان شرکت صنایع غذایی سحر بود. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده گردید و حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۴۸۳ نفر در نظر گرفته شد. نتایج به دست آمده مؤید آن است که سرمایه فکری و استراتژی کارآفرینی بر مزیت رقابتی تأثیر مثبت و معناداری دارند. همچنین سرمایه فکری و استراتژی کارآفرینانه بر عملکرد شرکت تأثیرگذارند. در نهایت، نقش میانجی مزیت رقابتی در رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد شرکت و نیز نقش میانجی مزیت رقابتی در رابطه بین استراتژی کارآفرینانه و عملکرد شرکت به اثبات رسید.

هاشمی و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین مدیریت استراتژیک منابع انسانی و عملکرد نوآورانه با رویکرد مدیریت دانش پرداختند. جامعه آماری پژوهش کلیه رؤسا و مدیران سازمان آموزش و پرورش استان گیلان می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان داد که مدیریت منابع انسانی بر نوآوری سازمانی تأثیر دارد و همچنین مدیریت استراتژیک منابع انسانی نیز بر مدیریت دانش تأثیرگذار بوده و مدیریت دانش هم بر نوآوری سازمانی مؤثر است.

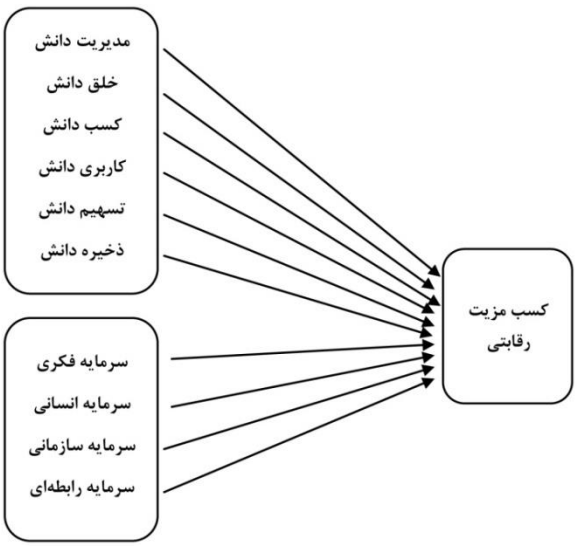
صحت و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی به تبیین رابطهٔ بین نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی در شرکت‌های بیمه پرداختند. جامعهٔ آماری این تحقیق را مدیران ارشد شرکت‌های بیمهٔ خصوصی در شهر تهران تشکیل می‌دهند که ۱۳۰ نفر از آن‌ها به عنوان نمونه انتخاب شدند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که رابطهٔ مثبت و معناداری میان نوآوری سازمانی به طور کلی و انواع آن با مزیت رقابتی در شرکت‌های بیمه وجود دارد و در میان انواع نوآوری، نوآوری در محصول، بیشترین رابطه را با مزیت رقابتی در شرکت‌های بیمه دارد. همچنین، نتایج تحلیل آزمون تی تک نمونه‌ای نشان داد که شرکت‌های بیمه تنها از لحاظ نوآوری فرایندی، در وضعیت مطلوب قرار دارند.

http://stim.qom.ac.ir/

۳. مدل مفهومی پژوهش

از آنجا که هر پژوهش میدانی نیازمند نقشه ذهنی و مدل مفهومی است که در قالب ابزار تحلیلی مناسب، متغیرها و روابط بین آن‌ها ترسیم شده باشد، بنابراین، در این تحقیق نیز از مدل مفهومی استفاده می‌شود. با توجه به اینکه از مدیریت دانش به عنوان مهم‌ترین عامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی در سازمان‌ها یاد می‌شود، در این تحقیق به دنبال پاسخ به این پرسش هستیم که آیا رابطهٔ معناداری میان مدیریت دانش و مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران وجود دارد؟ و در صورت

وجود رابطه، کدام یک از انواع مدیریت دانش، تأثیر بیشتری بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران دارد.



نمودار شماره ۱- مدل مفهومی پژوهش (علیقلی و همکاران، ۱۳۹۰)

۴. اهداف و فرضیه‌های تحقیق

در این پژوهش با توجه به مبانی نظری، پیشینه و مدل مفهومی پژوهش، اهداف و فرضیه‌های اصلی و فرعی مبنی بر وجود رابطهٔ مثبت بین مدیریت دانش و مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران به شرح ذیل مطرح و سپس این فرضیه‌ها در بخش نتایج مورد آزمون قرار می‌گیرد.

هدف اصلی اول: بررسی تاثیر مولفه‌های مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران.

هدف فرعی اول: بررسی تاثیر خلق دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران،

هدف فرعی دوم: بررسی تاثیر کسب دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران،

هدف فرعی سوم: بررسی تاثیر تسهیم دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران،

هدف فرعی چهارم: بررسی تاثیر کاربری دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران،

هدف فرعی پنجم: بررسی تاثیر ذخیره دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران.

هدف اصلی دوم: بررسی تاثیر سرمایه فکری بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران.

هدف فرعی اول: بررسی تاثیر مدیریت سرمایه انسانی بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران،

http://stim.qom.ac.ir/

هدف فرعی دوم: بررسی تاثیر مدیریت سرمایه سازمانی بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران،

هدف فرعی سوم: بررسی تاثیر مدیریت سرمایه رابطه‌ای بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران؛

هدف اصلی سوم: اولویت‌بندی ابعاد مدیریت دانش و ابعاد سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی به روش AHP در شرکت بیمه ایران.

فرضیه اصلی اول: مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی اول: خلق دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی دوم: کسب دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی سوم: تسهیم دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی چهارم: کاربری دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی پنجم: ذخیره دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه اصلی دوم: سرمایه فکری بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی اول: مدیریت سرمایه انسانی بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت ومعناداری دارد.

فرضیه فرعی دوم: مدیریت سرمایه سازمانی بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه فرعی سوم: مدیریت سرمایه رابطه‌ای، بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

۵. روش تحقیق

پژوهش حاضر را می‌توان از نظر گردآوری داده‌ها، تحقیق توصیفی- پیمایشی و از نظر اهداف،

http://stim.qom.ac.ir/

تحقیقی کاربردی به حساب آورد. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش کتابخانه‌ای (مطالعه اسناد و مدارك) و روش میدانی (پرسشنامه) استفاده شد. جامعه آماری این تحقیق را کارکنان شرکت بیمه ایران در شهر تهران تشکیل می‌دهند که تعدادشان با توجه به استعلام به عمل آمده از معاونت نیروی انسانی، ۳۰۰۰ نفر می‌باشد. برای تعیین اندازه نمونه آماری از جدول مورگان استفاده شد و با توجه به حجم جامعه آماری، تعداد نمونه آماری ۳۴۱ نفر برآورد گردید که پس از توزیع پرسشنامه، تعداد ۲۰۰ پرسشنامه تکمیل و عودت داده شد. روش و ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه استاندارد مدیریت دانش است که توسط کونینک[1] (۲۰۰۸) تهیه شده و شامل ده پرسش می‌باشد. پاسخ‌ها روی یك پیوستار لیکرت از یك تا پنج نمره‌گذاری می‌شود که شامل بیست پرسش با سه مؤلفه مدیریت دانش با ۸، سرمایه فکری با ۶ و مزیت رقابتی ۶ سوال بود. برای سنجش روایی پرسشنامه‌ها، از نظر خبرگان رشته مدیریت و کارشناسان ارشد شرکت بیمه ایران با حداقل ۱۵ سال سابقه تجربی به‌کار گرفته شد که پس از اعمال نظرات اصلاحی و تایید نهایی آنان، میان افراد جامعه آماری توزیع شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها نیز از تکنیک آلفای کرونباخ، استفاده گردید. مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرهای مدیریت دانش، سرمایه فکری و مزیت رقابتی به ترتیب ۰/۹۵۶، ۰.۹۲۶ و ۱/۲۵۰ بدست آمد که بیانگر قابلیت اعتماد بالای پرسشنامه‌ها است.

جدول شماره ۱- مقادیر آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق

متغیر تحقیق	مقدار آلفای کرونباخ
اکتساب دانش	۰,۸۳۵
ایجاد دانش	۰,۷۴۹
ذخیره دانش	۰,۸۴۴
توزیع دانش	۰,۸۲۰
نگهداری دانش	۰,۷۶۴
سرمایه‌های فکری	۰,۸۰۲
مزیت رقابتی	۰,۸۰۹

همان‌طور که جدول شماره (۱) نشان می‌دهد، تمامی مقادیر ضریب آلفای کرونباخ، بالاتر از ۰/۰۵ می‌باشد و نشان‌دهنده پایایی مناسب پرسشنامه است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از

1. Quink

http://stim.qom.ac.ir/

آمار استنباطی (آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش و آزمون ضریب همبستگی و آزمون رگرسیون خطی چندگانه) در نرم‌افزار SPSS و مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزار Lisrel استفاده شد. همچنین در روش نمره‌گذاری طبق مقیاس لیکرت، برای هر سؤال نمره‌ای منظور گردید. در این پرسشنامه برای تبدیل مقیاس رتبه‌ای به مقیاس فاصله‌ای، بر اساس مقیاس ۵ قسمتی لیکرت، اعداد زیر در نظر گرفته شده است.

جدول شماره ۲- نمره‌گذاری طبق مقیاس لیکرت

کاملاً موافقم	موافقم	نه موافقم، نه مخالفم	مخالفم	کاملاً مخالفم
۵	۴	۳	۲	۱

۶. یافته‌های پژوهش

به منظور مشخص نمودن روش‌های آماری مناسب برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات تحقیق، در مرحله اول بایستی توزیع عامل‌ها و متغیرهای تحقیق در نمونه مورد بررسی مشخص گردد. بدین منظور از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف (K.S) استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول شماره (۳) به صورت خلاصه آمده است. طبق نتایج این آزمون، همه متغیرها در نمونه مورد بررسی، از توزیع نرمال پیروی می‌کنند (جهت نرمال بودن توزیع داده‌ها، سطح معناداری باید بیشتر از ۰/۰۵ باشد). بنابراین، برای آزمون فرضیات باید از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد که در این پژوهش از آزمون پارامتریک رگرسیون خطی برای بررسی فرضیات پژوهش استفاده شده است.

فرض H0: تفاوت معناداری بین توزیع متغیرها با توزیع نرمال وجود ندارد (توزیع متغیرها نرمال است).

فرض H1: تفاوت معناداری بین توزیع متغیرها با توزیع نرمال وجود دارد (توزیع متغیرها نرمال نیست).

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف (K.S) استفاده شده است. این آزمون در حالت تک نمونه‌ای به مقایسه تابع توزیع تجمعی مشاهده شده با تابع توزیع تجمعی مورد انتظار (توزیع نرمال) در یک متغیر، در سطح سنجش ترتیبی می‌پردازد. به عبارت دیگر، در این آزمون، توزیع یک صفت در یک نمونه، با توزیع نرمال، مورد مقایسه قرار می‌گیرد. در تفسیر نتایج آزمون، چنانچه مقدار سطح معنی‌داری (sig)، از سطح احتمال خطا (a =۰/۰۵) بیشتر باشد، در آن صورت توزیع مورد نظر، توزیع نرمال است (فرض صفر رد نمی‌شود). اما چنانچه مقدار سطح معنی‌داری (sig)، از سطح احتمال خطا (a =۰/۰۵) کوچک‌تر باشد، آنگاه توزیع فوق، نرمال نخواهد بود (فرض صفر رد می‌شود).

http://stim.qom.ac.ir/

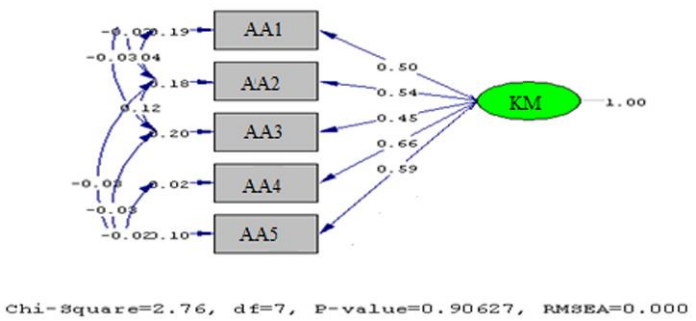
جدول شماره ۳- آزمون نرمال بودن توزیع متغیرها

متغیرها	آزمون کولموگروف	Sig	سطح احتمال خطا	نتیجه
مدیریت دانش	۰/۹۵۶	۰/۳۲۰	۰/۰۵	نرمال
سرمایه فکری	۰/۹۲۶	۰/۳۶۵	۰/۰۵	نرمال
کسب مزیت رقابتی	۱/۲۰۵	۰/۱۲۵	۰/۰۵	نرمال

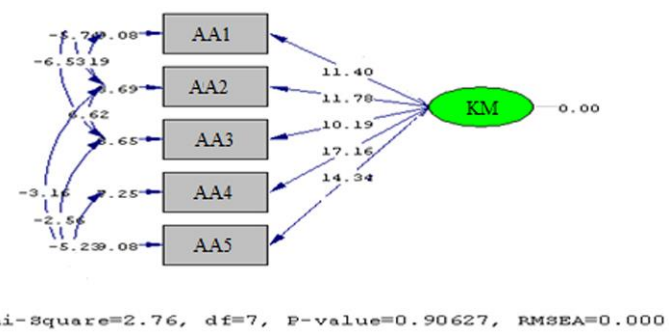
با توجه به داده‌های مندرج در جدول شماره (۳)، توزیع مورد انتظار (توزیع نرمال)، با توزیع مشاهده شده برای تمام متغیرها، تفاوت معنی‌داری ندارد و توزیع این متغیرها نرمال است. بنابراین، باید متناسب با نوع توزیع متغیرها از آماره‌های پارامتریک، برای آزمون فرضیه‌ها استفاده نمود.

۶-۱. آزمون فرضیه‌های تحقیق

متغیر مدیریت دانش خود شامل ۵ دسته نشانگر یا مولفه است. مدل اندازه‌گیری آن‌ها در نمودارهای شماره (۲) و (۳) آمده است. بر اساس این مدل مشخص می‌شود که همه مولفه‌ها دارای مقدار t بیش از ۱/۹۶ هستند. از این‌رو، معرف‌های قابل قبولی به‌شمار می‌روند.



نمودار شماره ۲- مدل اندازه‌گیری متغیر مدیریت دانش پس از برازش مدل



نمودار شماره ۳- مدل مقدار t برای بررسی معنی‌داری پارامترهای مدل اندازه‌گیری متغیر مدیریت دانش پس از برازش مدل

http://stim.qom.ac.ir/

بر اساس نمودار شماره (۳)، مشخص می‌شود که مولفه‌های تشکیل‌دهنده متغیر مدیریت دانش پس از برازش مدل در قالب مدل مفهومی، ساختار مورد نظر محقق را به درستی تایید نمود، زیرا مدل حاضر با استفاده از روش تحلیل عاملی تائیدی به درستی اجرا شده است و تداخل قابل توجهی مشاهده نمی‌شود. همچنین مقدار (RMSEA) هم معادل با ۰/۰۰۰ است. لذا می‌توان چنین اذعان نمود که مدل اندازه‌گیری متغیر مدیریت دانش هم معنی‌دار و هم برازنده است.

جدول شماره ٤- نتایج مدل اندازه‌گیری متغیر مدیریت دانش

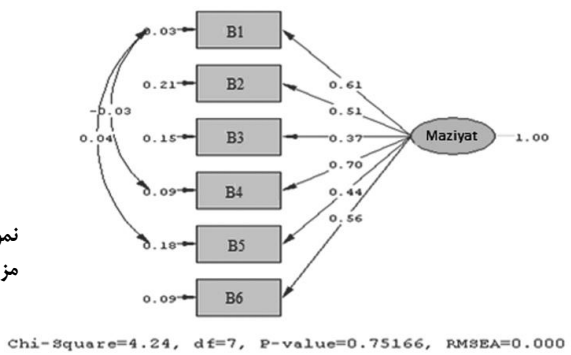
سازه‌های تحقیق	عامل مدل	ضریب مسیر	T	p-value
مدیریت دانش	گویه ۱	۰/۵۰	۱۱/۴۰	یک درصد
	گویه ۲	۰/۵۴	۱۱/۷۰	یک درصد
	گویه ۳	۰/۴۵	۱۰/۱۹	یک درصد
	گویه ۴	۰/۶۶	۱۷/۱۶	یک درصد
	گویه ۵	۰/۵۹	۱۴/۳۴	یک درصد

مقادیر محاسبه شده t برای هر یک از بارهای عاملی هر مولفه، با سازه یا متغیر پنهان خود، بالای ۱/۹۶ است. لذا، می‌توان همسویی معرف‌ها برای اندازه‌گیری مفاهیم را در این مرحله، معتبر نشان داد. در واقع، نتایج جدول شماره (۴) نشان می‌دهد که آنچه محقق توسط معرف‌ها قصد سنجش آن‌ها را داشته، توسط این ابزار محقق شده است. لذا، روابط بین سازه‌ها، با متغیرهای پنهان قابل استناد می‌باشد.

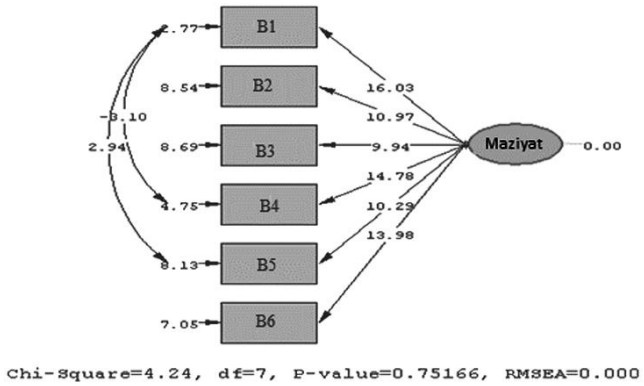
۶-۲. مدل اندازه‌گیری متغیر کسب مزیت رقابتی

متغیر کسب مزیت رقابتی از ۶ دسته نشانگر تشکیل شده است. مدل اندازه‌گیری آن‌ها در نمودارهای شماره (۴) و (۵) آمده است. بر اساس این مدل مشخص می‌شود که همه مولفه‌ها دارای مقدار t بیش از ۱/۹۶ هستند و از این‌رو معرف‌های قابل قبولی به‌شمار می‌روند.

http://stim.qom.ac.ir/



نمودار شماره ٤- مدل اندازه‌گیری متغیر کسب مزیت رقابتی پس از برازش مدل



نمودار شماره ۵- مدل مقدار t برای بررسی معنی‌داری پارامترهای مدل اندازه‌گیری کسب مزیت رقابتی پس از برازش مدل

بر اساس تصاویر فوق مشخص می‌شود که مولفه‌های تشکیل‌دهنده متغیر کسب مزیت رقابتی پس از برازش مدل در قالب مدل مفهومی در کنار یکدیگر، مولفه‌های مربوط به خود را با توجه به ساختار مورد نظر محقق به درستی تایید نمودند، زیرا مدل حاضر با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی به درستی اجرا شده و تداخل قابل توجهی مشاهده نمی‌شود. همچنین مقدار (RMSEA) هم معادل با ۰/۰۰۰ است که بر این اساس می‌توان چنین اذعان نمود که مدل اندازه‌گیری متغیر کسب مزیت رقابتی، هم معنی‌دار و هم برازنده است.

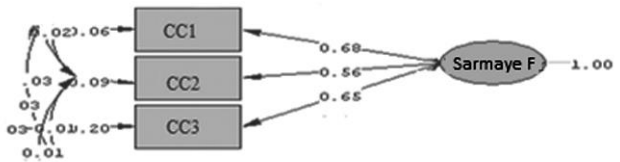
جدول شماره ۵- نتایج مدل اندازه‌گیری متغیر کسب مزیت رقابتی

سازه‌های تحقیق	عامل در مدل	ضریب مسیر	T	p-value
کسب مزیت رقابتی	گویه ۱	۰/۶۱	۱۶/۰۳	یک درصد
	گویه ۲	۰/۵۱	۱۰/۹۷	یک درصد
	گویه ۳	۰/۳۷	۹/۹۴	یک درصد
	گویه ۴	۰/۷۰	۱۴/۷۸	یک درصد
	گویه ۵	۰/۴۴	۱۰/۲۹	یک درصد
	گویه ۶	۰/۵۶	۱۳/۹۸	یک درصد

مقادیر محاسبه شده t برای هر یک از بارهای عاملی هر مولفه، با سازه یا متغیر پنهان خود، بالای ۱/۹۶ است. لذا، می‌توان همسویی معرف‌ها برای اندازه‌گیری مفاهیم را در این مرحله، معتبر نشان داد. در واقع نتایج جدول شماره (۵) نشان می‌دهد که آنچه محقق توسط معرف‌ها قصد سنجش آن‌ها را داشته، توسط این ابزار محقق شده است. لذا، روابط بین سازه‌ها با متغیرهای پنهان

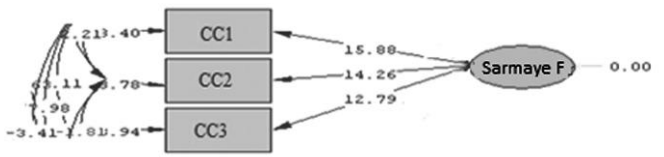
http://stim.qom.ac.ir/

قابل استناد است. متغیر سرمایه فکری، خود از ۳ دسته نشانگر یا مولفه تشکیل شده است. مدل اندازه‌گیری آن‌ها در نمودارهای شماره (۶) و (۷) آمده است. بر اساس این مدل مشخص می‌شود که همه مولفه‌ها دارای مقدار t بیش از ۱/۹۶ هستند و از این‌رو معرف‌های قابل قبولی به‌شمار می‌روند.



Chi-Square=13.75, df=14, P-value=0.46878, RMSEA=0.000

نمودار شماره ٦- مدل اندازه‌گیری متغیر سرمایه فکری پس از برازش مدل



Chi-Square=13.75, df=14, P-value=0.46878, RMSEA=0.000

نمودار شماره ۷- مدل مقدار t برای بررسی معنی‌داری پارامترهای مدل اندازه‌گیری متغیر سرمایه فکری پس از برازش مدل

بر اساس تصاویر فوق مشخص می‌شود که مولفه‌های تشکیل‌دهنده متغیر سرمایه فکری پس از برازش مدل در قالب مدل مفهومی، ساختار مورد نظر محقق را به درستی تائید نمود، زیرا مدل حاضر با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی به درستی اجرا شده و تداخل قابل توجهی مشاهده نمی‌شود. همچنین مقدار (RMSEA) هم معادل با ۰/۰۰۰ بوده که بر این اساس می‌توان چنین اذعان نمود که مدل اندازه‌گیری سرمایه فکری هم معنی‌دار و هم برازنده است.

جدول شماره ٦- نتایج مدل اندازه‌گیری شاخص سرمایه فکری

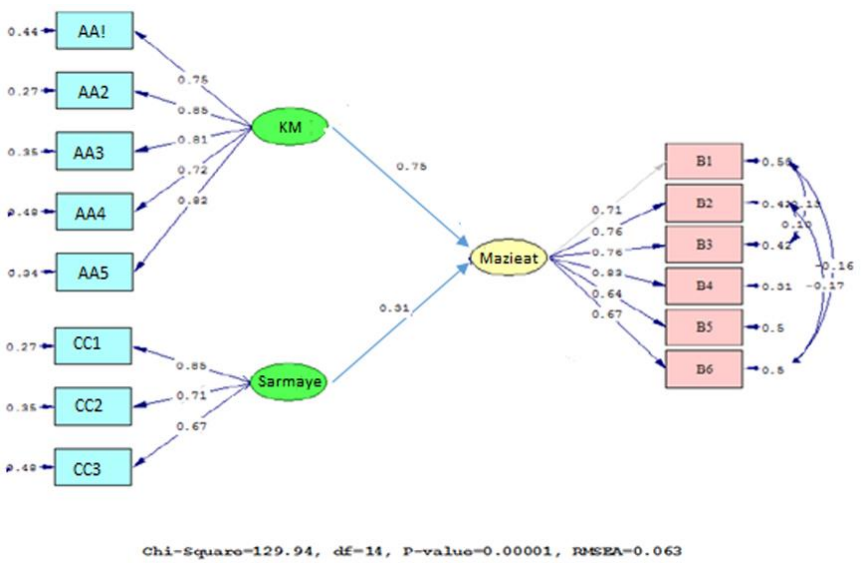
سازه‌های تحقیق	عامل در مدل	ضریب مسیر	T	p-value
سرمایه فکری	گویه ۱	۰/۶۸	۱۵/۸۸	یک درصد
	گویه ۲	۰/۵۶	۱۴/۲۶	یک درصد
	گویه ۳	۰/۶۵	۱۲/۷۹	یک درصد

http://stim.qom.ac.ir/

مقادیر محاسبه شده t برای هر یک از بارهای عاملی هر مولفه، با سازه یا متغیر پنهان خود، بالای ۱/۹۶ است. لذا، می‌توان همسویی معرف‌ها برای اندازه‌گیری مفاهیم را در این مرحله معتبر نشان داد. در واقع نتایج جدول شماره (۶) نشان می‌دهد آنچه محقق توسط معرف‌ها قصد سنجش آن‌ها را داشته، توسط این ابزار محقق شده است. لذا، روابط بین سازه‌ها، با متغیرهای پنهان قابل استناد می‌باشد.

۶-۳. مدل ساختاری

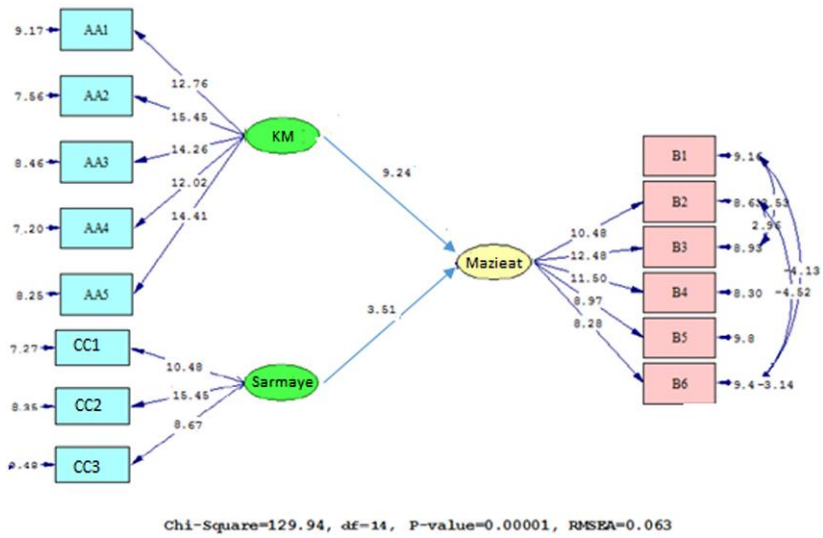
پس از طی مراحل تصدیق مدل اندازه‌گیری و محاسبات روایی سازه و تشخیصی در این مرحله می‌توان به آزمون روابط بین سازه‌های تحقیق، تعیین مدل نهایی و مدل ساختاری پرداخت. به این منظور، مدل مورد نظر در نرم‌افزار لیزرل[1] پیاده می‌شود. با توجه به اینکه مقدار ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA برای مدل‌های اندازه‌گیری تحقیق کم‌تر از ۰/۱ گزارش شده است، لذا، جهت برآورد دقیق ضرایب مسیر برای آزمون فرضیات تحقیق، نیاز به اصلاحات وجود ندارد.



نمودار شماره ۸- مدل ضرایب مدل ساختاری استاندارد

1. Lisrel

http://stim.qom.ac.ir/



نمودار شماره ۹- مدل مقدار t برای بررسی معنی‌داری مدل ساختاری

برای ارزیابی مدل ساختاری نیز از شاخص‌های X^2، میانگین مجذور پس‌ماندها RMR، شاخص برازندگی GFI، شاخص هنجار شده برازندگی NFI، شاخص هنجار نشده برازندگی NNFI، شاخص برازندگی فزاینده IFI، شاخص برازندگی تطبیقی CFI و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA استفاده شده است.

جدول شماره ۷- شاخص‌های برازندگی مدل ساختاری

شاخص	حد مطلوب	مقدار برآورد شده
میانگین مجذور پس‌ماندها (RMR)	نزدیک به صفر	۰/۰۲۳
میانگین مجذور پس‌ماندها استاندارد شده (SRMR)	نزدیک به صفر	۰/۰۳۴
شاخص برازندگی (GFI)	بیش از ۰/۹	۰/۹۷
شاخص نرم‌شده برازندگی (NFI)	بیش از ۰/۹	۰/۹۸
شاخص نرم‌نشده برازندگی (NNFI)	بیش از ۰/۹	۰/۹۶
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	بیش از ۰/۹	۰/۹۹
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	بیش از ۰/۹	۰/۹۸
ریشه دوم برآورد واریانس خطا (RMSEA)	کم‌تر از ۰/۱	۰/۰۵۷

همان‌طور که مشخصه‌های برازندگی در جدول شماره (۷) نشان می‌دهد، داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق، برازش مناسبی دارد و این بیانگر اعتبار سازه است.

http://stim.qom.ac.ir/

۶-۴. اولویت‌بندی ابعاد مدیریت دانش و سرمایه فکری

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌ها با کمک نرم‌افزار Expert Choice تجزیه و تحلیل شد. بدین صورت که ماتریس‌های مقایسات زوجی پرسشنامه‌ها، درون نرم‌افزار به صورت انفرادی وارد و سپس نرخ ناسازگاری ماتریس نظرات هر یک از کارکنان، محاسبه شد. سپس با استفاده از نرم‌افزار، نتایج تلفیقی محاسبه، و رتبهٔ نهایی ابعاد مدیریت دانش و سرمایه فکری تعیین شد. در ادامه، نتایج ماتریس مقایسات و اولویت‌بندی در قالب جدول ارائه شده است.

جدول شماره ۸- ماتریس مقایسه ابعاد مدیریت دانش

اولویت	وزن	نگهداری دانش	توزیع دانش	ذخیره کردن دانش	ایجاد دانش	اکتساب دانش	مدیریت دانش
۳	۰/۱۶۰	۰/۶۲۲۳۱	۰/۴۹۸۰۳	۱/۳۳۲۹۳	۰/۴۶۸۴		اکتساب دانش
۴	۰/۱۳۹	۱/۰۹۱۶۳	۰/۶۲۱۰۴	۱/۰۰۴۵۴			ایجاد دانش
۲	۰/۱۸۰	۰/۷۴۵۲۱	۰/۵۹۵۹۰۱				ذخیره کردن دانش
۱	۰/۲۴۶	۱/۳۴۰۱۸					توزیع دانش
۵	۰/۱۱۹						نگهداری دانش

جدول شماره ۹- ماتریس مقایسه ابعاد سرمایه فکری

اولویت	وزن	رابطه‌ای	سازمانی	انسانی	ابعاد سرمایه فکری
۲	۰,۱۹۰	۱,۲۵۶۲۰۱	۰,۷۴۰۳۲		انسانی
۳	۰,۱۳۰	۱,۴۷۵۰۳۲			سازمانی
۱	۰,۲۱۰				رابطه‌ای

همان‌گونه که در جدول‌های شماره (۸) و (۹) مشخص است، توزیع دانش با وزن ۰/۲۴۶ بیشترین تاثیر را در بین ابعاد مدیریت دانش دارد و نگهداری دانش با وزن ۰/۱۱۹ کم‌ترین تاثیر را به خود اختصاص داده است. همچنین سرمایه رابطه‌ای با وزن ۰/۲۱۰، بیشترین تاثیر را در بین ابعاد سرمایه فکری دارد و سرمایه سازمانی با وزن ۰/۱۳۰ کم‌ترین تاثیر را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره۱۰- خلاصه نتایج آزمون معادلات ساختاری

شماره فرضیه	فرضیه‌های تحقیق	اثر	عدد معنی‌داری	بررسی فرضیه
اول	خلق دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۱۱,۴۰	۰,۵۰	تایید
دوم	کسب دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۱۱,۷۰	۰,۵۴	تایید
سوم	تسهیم دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۱۰,۱۹	۰,۴۵	تایید
چهارم	کاربری دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۱۷,۱۶	۰,۶۶	تایید
پنجم	ذخیره دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و م عناداری دارد.	۱۴,۳۴	۰,۵۹	تایید

http://stim.qom.ac.ir/

جدول شماره ۱۱- خلاصه نتایج آزمون معادلات ساختاری

شماره فرضیه	فرضیه‌های تحقیق	اثر	عدد معنی‌داری	بررسی فرضیه
اول	مدیریت سرمایه انسانی بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۱۰,۴۸	۰,۵۶	تایید
دوم	مدیریت سرمایه سازمانی بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۱۵,۴۵	۰,۷۲	تایید
سوم	مدیریت سرمایه رابطه‌ای، بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران، تأثیر مثبت و معناداری دارد.	۸,۶۷	۰,۶۷	تایید

از آنجایی که شاخص‌های برازش به دست آمدهٔ مدل مفهومی (GFI=0.97، CFI=0.98، NFI=0.98 و RMSEA=0.000)، بالاتر از حد مجاز هستند، بنابراین، مدل مفهومی از برازش مطلوبی برخوردار است؛ یعنی داده‌های جمع‌آوری شده، به خوبی روابط بین مدل مفهومی را تبیین و نشان می‌دهند. جدول‌های شماره (۱۰) و (۱۱)، خلاصهٔ نتایج حاصل از مدل‌سازی معادلات ساختاری بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. با توجه به این نتایج، تمامی بارهای عاملی (ضرایب مسیر) به دست آمده در سطح اطمینان ۹۵% معنی‌دار هستند.

۷. نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر پاسخ به این سوال بود که آیا مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران تاثیر گذار است یا خیر. بر اساس نتایج مندرج در جدول‌های شماره (۸) و (۹)، توزیع دانش با وزن ۰/۲۴۶ بیشترین تاثیر و نگهداری دانش با وزن ۰/۱۱۹ کم‌ترین تاثیر را در بین ابعاد مدیریت دانش دارد. همچنین سرمایه رابطه‌ای با وزن ۰/۲۱۰ بیشترین تاثیر و سرمایه سازمانی با وزن ۰/۱۳۰ کم‌ترین تاثیر را در بین ابعاد سرمایه فکری به خود اختصاص داده است. همچنین ابعاد سرمایه فکری با اشتراک دانش ارتباط مستقیم و معناداری داشته و سرمایه فکری ارتباط معناداری با اشتراک دانش دارد. به علاوه، سرمایه فکری منجر به بهبود اشتراک دانش کارکنان می‌شود. لذا، سازمان‌ها باید تلاش بیشتری در جهت ایجاد تمایل و توانمند ساختن کارکنان خود برای به اشتراک‌گذاری دانش انجام دهند. هرچه کارکنان از تمایل قوی‌تری نسبت به تسهیم دانش برخوردار باشند، نسبت به هم احساس همدلی بیشتری می‌کنند و ارزش‌ها، باورها و عقایدشان مشترک می‌شود. بنابراین، توسعه و بهبود سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری و مدیریت دانش در سازمان، نه تنها مستلزم بهبود ارتباطات و تعاملات مبتنی بر اعتماد میان

http://stim.qom.ac.ir/

اعضای سازمان بوده، بلکه نیازمند ساختار و فناوری مطلوب و مناسب هر سازمان است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان یکی از قابلیت‌های سازمان به‌شمار آید و در خلق و تسهیم دانش موجود در سرمایه‌های فکری و مدیریت دانش سازمان کمک بسیار نماید.

نتایج آزمون فرضیه‌ها حاکی از تایید رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی می‌باشد. بدین معنی که متغیر مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران تاثیر مثبت و معنی‌داری می‌گذارد. در نتیجه، هرچه بیشتر شرکت بیمه ایران به مدیریت دانش توجه داشته باشد، مزیت رقابتی در آن به طرف مثبت سیر می‌کند که نتایج آزمون فرضیه‌ها با نتایج پژوهشگرانی چون کشاورز افشار و همکاران (۱۴۰۰)، دارابی و همکاران (۱۳۹۶)، کراسنه[1] (۲۰۲۰)، زاهدی یزدی و همکاران (۲۰۱۹) و تحقیقات هوانگ و وو[2] (۲۰۱۰)، مطابقت و با نتیجه مطالعات آدام و اورکوهارت[3] (۲۰۰۹) مغایرت دارد.

بر اساس نتایج حاصل از داده‌های جمع‌آوری شده و آزمون‌های آماری، برای بهبود وضعیت سرمایه فکری و مزیت رقابتی، به مدیران ارشد شرکت بیمه ایران پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

کارکنان آموزش دیده و باتجربه در فرایند کاری جذب، و مسئول کسب دانش دریافتی از منابع خارج از سازمان شوند. از چرخش شغلی حمایت و از کارکنان با تجربه دعوت شود تا دانش و تجربه خود را به اشتراک بگذارند. کارکنان باید تشویق شوند تا راه‌حل‌های جایگزینی برای تخصص‌های موجود در سازمان پیدا کنند. از پیشنهادات حرفه‌ای کارکنان حمایت و از دانش موجود جهت توسعه دانش جدید استفاده شود. مدیران باید کارکنان را تشویق کنند تا بهترین راهبردهای شغلی برای آینده شرکت را تعیین، عوامل موفقیت را جهت غنی کردن دانش خود تحلیل، خطاها و اشتباهات خود را جهت غنی کردن دانش خود تحلیل کنند. همچنین قبل از ذخیره داده‌ها و اطلاعات در سازمان، باید گزینش و سازماندهی شوند. دانش از طریق ابزار الکترونیکی ثبت و به شکل مستنداتی مانند دفترچه‌های اداری، استانداردهای سازمانی و غیره ثبت شوند. به علاوه، کارکنان باید مسئول بروز کردن منظم دانش در پایگاه داده‌ها یا کتابخانه‌ها باشند و تدابیری اتخاذ شود تا کارکنان در صورت نیاز، قادر به کسب دانش لازم گردند. یک مدیر یا یک

http://stim.qom.ac.ir/

1. Karasneh
2. Huang & Wu
3. Adam & Urquhart

کارمند ارشد، مسئول رسیدگی به نیازهای دانش در شرکت بیمه ایران باشد و در زمینه چگونگی مدیریت دانش، یک استراتژی و سیاست روشن تدوین شود. از آنجایی که سرمایه‌های انسانی و سازمانی نیز بر کسب مزیت رقابتی تأثیرگذارند، می‌توان با ارائه آموزش، مشاوره، امکانات سازمانی، آموزش رفتار مناسب به کارکنانی که ارتباط مستقیمی با ارباب رجوعان دارند. همچنین باید در جهت پیگیری مستمر و پاسخ‌گویی به موقع، به انتظارات و شکایات ارباب رجوعان، در جهت توسعه سرمایه رابطه‌ای گام برداشت. در نهایت، کارکنان باتجربه باید به ایفای نقش یک مرشد و مربی برای کارکنان کم تجربه‌تر و جدیدتر تشویق شوند. دانش کسب شده از پروژه‌های مختلف، از طریق ابزارهای الکترونیک در دسترس تمام اعضای شرکت و کل سازمان قرار گیرد و دانش از طریق مستندسازی و تعاملات روزانه و اجتماعی، با همکاران توزیع شود.

۸. تقدیر و تشکر

موردی گزارش نشده است.

۹. تعارض منافع

موردی گزارش نشده است.

http://stim.qom.ac.ir/

منـــابـــع

اکبرزاده، ز.، مهرمنش، ح.، هاشم‌زاده خوراسگانی، غ. (۱۳۹۳). تحلیل اثر قابلیت نوآوری بر کارآفرینی با رویکرد مزیت رقابتی پایدار در صنایع کوچک و متوسط (شهرک صنعتی کاوه). *مدیریت کسب و کار*، ۶(۲۳)، ۱۴۸-۱۲۳.

اکبری، م.، فرخنده، م.، ایاغ، ز. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی با تعدیل‌کنندگی کیفیت افشای اطلاعات: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مدیریت دارایی و تامین مالی*، ۷(۱)، ۴۴-۲۹.
DOI: 10.22108/amf.2018.108951.1236

پازوکی، ع. (۱۳۹۹). *مدیریت استراتژیک با رویکرد مدیریت دانش*. تهران: انتشارات شریف‌زاده.

جلالی، م.ج.، افرازه، ف.، نظافتی، ن. (۱۳۹۷). *طراحی و بکارگیری نرم‌افزار سیستم جامع مدیریت دانش در وزارت راه و ترابری جمهوری اسلامی ایران*. در: تهران: پنجمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع.

حاجی‌زاده، پ.، سرداری، ا. (۱۳۹۷). تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد نوآورانه سازمان با تأکید بر نقش میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: هولدینگ تولید محصولات پتروشیمی قائد بصیر). *مدیریت راهبردی دانش سازمانی*، ۱(۲)، ۹۳-۶۳.

خداداد حسینی، س.، لاجوردی، م. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی بر عملکرد سازمانی. *مدیریت منابع در نیروی انتظامی*، ۷(۱)، ۱۶۰-۱۳۵.

خیراندیش، م.، دوستکام، ک.، حسینایی، ی. (۱۳۹۰). نقش عوامل فناورانه در موفقیت مدیریت دانش در سازمان. *مدیریت نظامی*، ۱۱(۴۴)، ۸۸-۶۹.

دارابی، ر.، نصیری، م.، مولایی ایل ذوله، ع. (۱۳۹۶). بررسی تاثیر سرمایه فکری بر فرایندهای مدیریت دانش متاثر از فرهنگ سازمانی (مطالعه موردی: دانشگاه علوم پزشکی استان مازندران). *مدیریت سلامت*، ۲۰(۶۸)، ۶۵-۷۴.

دانش، ف.، کاظمی علیشاهی، ح.، رحیمی، ص.، سهیلی، ف. (۱۳۹۹). رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در بیمه ایران. *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۶(۲)، ۱۵۵-۱۲۲.
DOI: https://stim.qom.ac.ir/article_1639.html

درانی، ک.، ادیبان، ه. (۱۳۹۴). بررسی رابطه فرایندهای مدیریت دانش با عملکرد شغلی کارکنان در آموزش عالی (مطالعه موردی دانشگاه تهران. *بازیابی دانش و نظام‌های معنایی*، ۱(۴)، ۲۵-۱.

رحیمی، ا. (۱۳۹۶). بررسی تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد مالی با میانجی‌گری یادگیری سازمانی. *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*، ۱۲(۴۸)، ۲۱-۷.

رخشانی، ج.، غیبی، ب. (۱۳۹۴). *مروری بر مفهوم مدیریت دانش در سازمان*. در: تهران: کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱.

زراعت‌کار، س.، کاس آقائی، ن. (۱۳۹۹). تأثیر قابلیت سازمان بر عملکرد با نقش میانجی مزیت رقابتی در شرکت سهامی بیمه ایران شهر تهران. *توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی*، ۵۶، ۱۵۴-۱۲۷.

سلیلی، س.س.، حمیدی‌زاده، م.، قره‌چه، م.، حاجی‌کریمی، ع. (۱۳۹۸). کارکردهای مدیریت دانش بازاریابی بر توانمندسازی مزیت‌های رقابتی. *کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۱۱(۲۱)، ۴۲۵-۴۰۳.

صحّت، س.، مظلومی، ن.، فخیمی محمدپور، ح. (۱۳۹۴). رابطهٔ بین نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی در شرکت‌های بیمه. *پژوهشنامه بیمه*، ۳۰(۲)، ۳۴-۱.

علیقلی، م.، بازایی.، ق.، عسگری ماسوله، س. (۱۳۹۰). نقش مدیریت دانش در کسب مزیت رقابتی. *مدیریت کسب و*

/http://stim.qom.ac.ir

کار، ۳(۹)، ۲۶۹-۲۴۰.

غفوری، ا.، ثابت ع.، انوری، ع. (۱۳۹۹). بررسی ارتباط بین سرمایه فکری با عملکرد مالی بر اساس نقش میانجی اشتراک دانش. *رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۴(۲۸)، ۱۴-۱.

فرهادیار، ع.، فرهادیار، ف.، دهقان چوبر، ع.، اسکندریان، م. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سرمایه فکری و استراتژی کارآفرینی بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی مزیت رقابتی (مطالعه موردی: شرکت صنایع غذایی سحر). *مطالعات مدیریت و حسابداری*، ۶(۴)، ۲۶۳-۲۴۸.

کدیورنیا، م.م.، میلادیان، ح. (۱۳۹۶). *مزیت رقابتی سرمایه‌های فکری سازمان*. تهران: سخنوران.

کشاورز افشار، ر.، کشاورزی، ع.، سهرابی، ش. (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های موثربر بلوغ مدیریت دانش در سازمان‌های دولتی ایران. *مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی*، ۱۱(۴۵)، ۲۹۶-۲۷۱.

DOR: 20.1001.1.24234621.1400.11.45.10.1

مظاهری، س.، پورجعفری، س. (۱۳۹۴). *تبیین عناصر کلیدی سرمایه فکری و مدیریت دانش با هدف خلق مزیت رقابتی در مدل ECR با تاکید بر فرایند توسعه محصول جدید NPD*. در: تهران: هفتمین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش.

نیک‌خواه تکمه داش، ی.، حسینی، س.، کرمی، ا. (۱۳۹۸). تأثیر مدیریت منابع انسانی دانش‌محور بر عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط صادرکننده ایرانی. *مدیریت کسب و کار بین‌المللی*، ۲(۴)، ۲۱-۱.

هاشمی، س.ح.، اکرادی، ک.، یوسفی، م. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر مدیریت منابع انسانی بر مدیریت دانش و نوآوری سازمانی. *بازیابی دانش و نظام‌های معنایی*، ۲(۸)، ۲۰-۱.

References

Abker, A., Mohamed, A. & Ibrahim, S. (2019). The Effect of knowledge Management on Innovation Capabilities in the Sudanese Industrial Firms. *Asian Journal of Management*, 10(2), 2321-5763.

Adam, M.S. & Urquhart, C. (2009). No man is an island: Social and human capital in IT capacity building in the Maldives. *Information and Organization*, 19(1), 1-21. **DOI:** http://dx.doi.org/10.1016/j.infoandorg.2007.11.002.

Akbari, M., Farkhunde, M. & Ayagh, Z. (2018). Investigating the effect of competition in the product market on financial performance by moderating the quality of information disclosure: companies admitted to the Tehran Stock Exchange. *Asset Management and Financing*, 7(1), 29-44. **DOI:** 10.22108/amf.2018.108951.1236. [in persian]

Akbarzadeh, Z., Mehrmanesh, H. & Hashemzadeh Khorasgani, G. (2013). Analysis of the effect of innovation capability on entrepreneurship with the approach of sustainable competitive advantage in small and medium industries (Kaveh Industrial Town). *Business Management*, 6(23), 123-148. [in persian]

Aliqli, M., Bazaei, Q. & Asghari Masuleh, S. (1390). The role of knowledge management in gaining competitive advantage. *Business Management*, 3(9), 269-240. [in persian]

Askool, S. & Nakata, K. (2010a). A conceptual model for acceptance of social CRM systems based on a scoping study. *AI and Society*, 26(3), 205–220.

Balogun, O., Hawisa, H. & Tannock, J. (2004). Knowledge management for manufacturing: The product and process database. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(7),

/http://stim.qom.ac.ir

575-584. **DOI:** https://doi.org/10.1108/17410380410555826.

Bennett, R. & Gabriel, H. (2007). Organizational Factors and Knowledge Management within large marketingdepartment: an empirial study. *Journal of Knowledge Management*, 3(3), 212-225.

Cerdan, M. (2017). Strategic Knowledge management, innovation and performance. *International Journal of Information Management*, 31, 502-509.

Crook, K., Kamasak, R. & Bulutlar, F. (2011). The influence of Knowledge sharing on innovation. *European Business Review*, 22(3), 306-317.

Danesh, F., Kazemi Alishahi, H., Rahimi, S. & Sohaili, F. (2019). The relationship between social capital and intellectual capital and knowledge management in Iranian insurance. *Information Management Sciences and Techniques*, 6(2), 155-122. **DOI:** 10.22091/stim.2020.4909.1349. [in persian]

Darabi, R., Nasiri, M.& Moulai Il-Zouleh, A. (2016). Investigating the impact of intellectual capital on knowledge management processes affected by organizational culture (case study: Mazandaran University of Medical Sciences). *Health Management*, 20(68), 65-74. [in persian]

Durrani, K. & Adiban, H. (2014). Investigating the relationship between knowledge management processes and the job performance of employees in higher education (a case study of Tehran University. *Knowledge retrieval and semantic systems*, 1(4), 1-25. [in persian]

Elda, R., Patrisia, D., Abror, A. & Linda, M. (2021). The Impact of Intellectual Capital and Knowledge Management on Competitive Advantage. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 177, 480-487. **DOI:** http://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.210616.075.

Farhadyar, A., Farhadyar, F., Dehghan Chobar, A. & Eskandrian, M. (2019). Investigating the impact of intellectual capital and entrepreneurial strategy on company performance with regard to the mediating role of competitive advantage (case study: Sahar Food Industry Company). *Management and Accounting Studies*, 6(4), 263-248. [in persian]

Ghafouri, A., Thabit A. & Anuri, A. (2019). Investigating the relationship between intellectual capital and financial performance based on the mediating role of knowledge sharing. *New research approaches in management and accounting*, 4(28), 1-14. [in persian]

Hajizadeh, P. & Sardari, A. (2017). The effect of knowledge management on improving the innovative performance of the organization with an emphasis on the mediating role of organizational learning (case study: Quaid Basir Petrochemical Production Holding). *Strategic Management of Organizational Knowledge*, 1(2), 63-93. [in persian]

Handayani, Y.S. & Karnawati, Y. (2020). *Achieving Competitive Advantage Through Intellectual Capital*. In: International Conference on Business Economics and Social Science, 4. **DOI:** http://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.200309.013.

Hashemi, S.H., Akradi, K. & Yousefi, M. (2015). Investigating the impact of human resource management on knowledge management and organizational innovation. *Knowledge retrieval and semantic systems*, 2(8), 1-20. [in persian]

Hoffman, J.J., Hoelscher, M.L. & Sherif, K. (2005). Social capital, knowledge management, and sustained superior performance. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 93-100.

Huang, Y.C. & Wu, Y.C.J. (2010). Intellectual capital and knowledge productivity: the Taiwan biotech industry. *Management decision*, 48(4).

/http://stim.qom.ac.ir

DOI: http://dx.doi.org/10.1108/00251741011041364.

Ibarra-Cisneros, M.A., Hernández-Perlines, F. & Rodríguez-García, M. (2020). Intellectual capital, organisational performance and competitive advantage. *European Journal of International Management*, 14(6), 976-998. **DOI:** http://dx.doi.org/10.1504/EJIM.2020.110585.

Indiyati, D. (2016). An Influence of Knowledge Management to the Intellectual Capital and the Effect to the Competitive Advantage. *Sains Humanika*, 8(1-2).
DOI: http://dx.doi.org/10.11113/sh.v8n1-2.826.

Jalali, M.J., Afrazeh, F. & Nezafati, N. (2017). Design and application of comprehensive knowledge management system software in the Ministry of Roads and Transport of the Islamic Republic of Iran. In: Tehran: The Fifth International Conference on Industrial Engineering. [in persian]

Kadiournia, M.M. & Miladian, H. (2016). *The competitive advantage of the organization's intellectual capital*. Tehran: Sokhoran. [in persian]

Kamasak, R. & Bulutlar, F. (2010). The influence of knowledge sharing on innovation. *European Business Review*, 22(3), 306-317.

Karasneh, A.A. (2020). Revitalizing the BSC through knowledge management: The mediating role of intellectual capital. *Journal of Public Affairs*, 22:e2359. **DOI:** http://dx.doi.org/10.1002/pa.2359.

Keshavarz Afshar, R., Kashwari, A. & Sohrabi, Sh. (1400). Identifying and prioritizing the factors affecting the maturity of knowledge management in Iran's government organizations. *Interdisciplinary studies of strategic knowledge*, 11(45), 296-271.
DOR: 20.1001.1.24234621.1400.11.45.10.1 . [in persian]

Khairandish, M., Dostkam, K. & Hosseini, Y. (2011). The role of technological factors in the success of knowledge management in the organization. *Military Management*, 11(44), 88-69. [in persian]

Khodadad Hosseini, S. & Lajavardi, M. (2018). Investigating the impact of information technology, knowledge management and organizational learning on organizational performance. *Resource Management in Police Force*, 7(1), 135-160. [in persian]

Liebowitz, J. (2001). Knowledge Management and its links to artificial intelligence. *Expert Systems with Applications*, 20, 1-6.

Mathews, J. & Ligori, A. (2021). Title: Cultivating Intellectual Capital for Competitive Advantage. *Business Management Practices Emerging Trends*, 3, 134-140.

Mazaheri, S. & Pourjafari, S. (2014). Explaining the key elements of intellectual capital and knowledge management with the aim of creating a competitive advantage in the ECR model with an emphasis on the NPD new product development process. In: Tehran: 7th National Conference and 1st International Conference on Knowledge Management. [in persian]

Mian, A. (2009). Managing knowledge in project- based organization: a cultural perspective. *Acta Wasaevisa*. Retrieved from: http://www.uva.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-278-6.pdf.

Nikkhah Takme Dash, Y., Hosseini, S. & Karmi, A. (2018). The effect of knowledge-based human resource management on innovation performance in small and medium-sized Iranian exporting companies. *International Business Management*, 2(4), 1-21. [in persian]

Nonaka, I. & Krogh, G. (2009). Tacit Knowledge and Knowledge Conversion: Controversy and Advancement in Organizational Knowledge Creation Theory. *Organization Science*, 20(3),

/http://stim.qom.ac.ir

481-683. **DOI:** http://dx.doi.org/10.1287/orsc.1080.0412.

Pazuki, A. (2019). *Strategic management with knowledge management approach*. Tehran: Sharifzadeh publishing house. [in persian]

Quink, U. (2008). An exploration of knowledge management and intellectual capital in a nonprofit organisation context. Doctoral dissertation. Queensland University of Technology.

Rahimi, A. (2016). Investigating the effect of knowledge management on financial performance with the mediation of organizational learning. *Educational Management Innovations*, 12(48), 7-21. [in persian]

Rakhshani, J. & Ghaibi, B. (2014). *An overview of the concept of knowledge management in the organization*. In: Tehran: International Conference on Management and Economy in the 21st Century. [in persian]

Sahat, S., Mazloumi, N. & Fakhimi Mohammadpour, H. (2014). The relationship between organizational innovation and competitive advantage in insurance companies. *Insurance Journal*, 30(2), 1-34. [in persian]

Salili, S.S., Hamidizadeh, M., Qareche, M. & Haji Karimi, A. (2018). The functions of marketing knowledge management on empowering competitive advantages. *Business Management Studies*, 11(21), 425-403. [in persian]

Syahchari, D. & Sahban, M. (2019). The Impact of Intellectual Capital and Knowledge Management on Competitive Advantage. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(8), 261-272.

Yang, J. (2010). Knowledge management opportunities for cycle time reduction. *International Journal of Innovation and Learning*, 1(2), 192–207.

Yonita, R., Yem, S. & Linda, M.R. (2019). Business Performance: Impact of Intellectual Capital and Knowledge Management. *International Journal of Economics and Management Studies*, 6(12), 223-226. **DOI:** http://dx.doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V6I12P125.

Zahedi Yazdi, M., Ramezan, M. & Hajighasemi, R. (2019). Prioritizing the Components of Intellectual Capital in Technology-based Organizations Using the FGAHP Method. *International Academic Journal of Organizational Behavior and Human Resource Management*, 6(1), 1-23. **DOI:** https://doi.org/10.9756/IAJOBHRM/V6I1/1910001.

Zaretkar, S. & Kas Aghaei, N. (2019). The effect of organizational capability on performance with the mediating role of competitive advantage in Iran Insurance Joint Stock Company, Tehran. *Human Resource Management Development and Support*, 56, 154-127. [in persian]

/http://stim.qom.ac.ir