University of Qom

Sciences and Techniques of Information Management

Volume 9, Issue 4, 2023

The Effect of Intellectual Capital and Knowledge Management on Competitive Advantage, Considering the Mediating Role of Innovation

Masoud Bakhtiari
Assistant Professor, Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran.
mbakhtiari1363@pnu.ac.ir

Abstract

Purpose: Advanced organizations that have embraced the knowledge-based economy should enhance their skills in knowledge creation, aggregation, and maintenance to increase their capabilities and gain a competitive advantage. Knowledge management is the structured process of collecting, securing, and managing information and knowledge within an organization. It is essential for enhancing organizational understanding of knowledge management, value production, and intellectual capital, which are crucial for maintaining competitive advantage. Today, the most significant challenge for organizations is to develop the intellectual capital necessary to understand how organizational management promotes knowledge sharing among employees and how to ensure that this knowledge contributes to the organization's success. The present study aimed to investigate the influence of intellectual capital and knowledge management on competitive advantage at Shiraz University of Medical Sciences, with a focus on the mediating role of innovation.

Method: The research method is applied for the purpose of descriptive-correlational analysis, with a focus on the nature and method of data collection. The statistical population for this research includes all managers and staff of Shiraz University of Medical Sciences. Based on the available information, there are 400 individuals in this population, of whom 196 were selected using Cochran's formula through simple random sampling. The tool used to collect field information in this research is a questionnaire comprising intellectual capital questions (Kianto et al., 2010; Bantis, 1998; Subramaniam & Yondt, 2005), knowledge management (Gold et al., 2001), competitive advantage (Wu and Chen, 2012), and innovation (Harley and Hallett, 1998). The research utilized structural equation modeling as the analysis method, based on SmartPLS3 software. In this study, the content validity method is used to provide greater assurance. For this purpose, the questionnaire was distributed to specialists and experts, including a respected teacher, who were asked to provide their opinions on each question and the evaluation of the associated goal. The questionnaire was approved with some minor amendments. Cronbach's alpha method was utilized to assess the reliability of the measurement tool.

Findings: The research findings indicated that intellectual capital has a positive and significant impact on innovation, with a path coefficient of 0.304 and a t-statistic value of 4.860. Furthermore, knowledge management has a substantial and positive impact on innovation, with a path coefficient of 0.516 and a t-statistic value of 8.009. The impact of innovation on competitive advantage was confirmed, with a path coefficient of 0.370 and a t-statistic value of 4.014. The impact of knowledge

https://doi.org/10.22091/STIM.2023.9887.2004

Received: 2023-09-18 ; **Revised:** 2023-10-28 ; **Accepted:** 2023-11-21 ; **Published online:** 2023-12-23
© The Author(s).
Article type: Research Article **Published by:** University of Qom.

management on competitive advantage has been confirmed, with a path coefficient of 0.255 and a t-statistic value of 3.602. Furthermore, it was discovered that innovation serves as a mediator in the relationship between intellectual capital, knowledge management, and competitive advantage.

Conclusion: In order for today's organizations to survive in the new competitive and knowledge-oriented environment, they must consider innovation as a necessary strategy to effectively respond to changes. Innovation is essential for navigating the turbulent external environment and managing complexity and change within the organization. Therefore, it is important to prioritize innovation. Organizations that prioritize intellectual capital tend to be more innovative than others. This is because in such organizations, the presence and utilization of intellectual capital lead to increased knowledge acquisition, which in turn facilitates the generation of solutions. Innovation will lead to new actions and advancements in general.

Keywords: Intellectual Capital, Knowledge Management, Innovation, Competitive Advantage, Value Creation, Knowledge-Oriented.

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

علوم و فنون مدیریت اطلاعات
دوره ۹، شماره ٤، ۱٤۰۲

تأثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری

مسعود بختیاری
استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. mbakhtiari1363@pnu.ac.ir

چکیده

هدف: سازمان‌های پیشرفته‌ای که اقتصاد دانش‌محور را مورد پذیرش قرار داده‌اند، باید مهارت خلق، تجمیع و نگهداری دانش خود را تقویت نمایند، تا از طریق آن بتوانند بر قابلیت‌های خود افزوده و مزیت رقابتی به دست بیاورند. مدیریت دانش، فرآیند گردآوری ساختاریافته، امنیت و مدیریت اطلاعات و دانش در سازمان قلمداد می‌شود؛ در واقع داشتن توان رقابتی، بدون بالا بردن درک سازمانی از مدیریت دانش، تولید ارزش و سرمایه فکری میسر نخواهد بود. امروزه، چالش بزرگ‌تر پیش روی سازمان‌ها، ایجاد سرمایه فکری جهت تشخیص اینکه چگونه مدیریت سازمان تسهیم دانش در میان کارکنان را تسهیل می‌کند، و چگونه اطمینان حاصل شود که دانش به موفقیت سازمان کمک می‌کند، است. پژوهش حاضر با هدف کشف تاثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر مزیت رقابتی، با توجه به نقش میانجی نوآوری در دانشگاه علوم پزشکی شیراز انجام شده است.

روش: روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش گردآوری داده‌ها توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کلیه مدیران و کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی شیراز که براساس اطلاعات به دست آمده، تعداد آنها ۴۰۰ نفر است. با استفاده از فرمول کوکران، ۱۹۶ نفر از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات میدانی در این پژوهش، پرسشنامه است که از پرسشنامه‌های سرمایه فکری (کیانتو و همکاران، ۲۰۱۰؛ بانتیس، ۱۹۹۸؛ سابرامانیام و یوندت، ۲۰۰۵)، مدیریت دانش (گلد و همکاران، ۲۰۰۱)، مزیت رقابتی (وو و چن، ۲۰۱۲)، نوآوری (هارلی و هالت، ۱۹۹۸) استفاده شده است. روش تحلیل مورد استفاده در این پژوهش، مدل‌یابی معادلات ساختاری براساس نرم‌افزار SmartPLS3 بود. در این پژوهش جهت اطمینان بیشتر، از روش روایی محتوا استفاده شد. به این منظور، پرسشنامه در اختیار متخصصین و خبرگان قرار گرفت. با اصلاحات جزئی، پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی ابزار اندازه‌گیری، از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است.

یافته‌ها: نتایج حاصل از اجرای تحقیق نشان داد که سرمایه فکری اثر مثبت و معناداری بر نوآوری دارد و ضریب مسیر اثرگذاری آن (۰,۳۰۴) و مقدار آماره t (۴,۸۶۰) است. همچنین مدیریت دانش بر نوآوری اثر مثبت و معناداری دارد و ضریب

استناد به این مقاله: بختیاری، مسعود (۱۴۰۲). تأثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری. *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۹(۴): ۳۸۵-۴۱۸. https://doi.org/10.22091/STIM.2023.9887.2004

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۷ ؛ **تاریخ اصلاح:** ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ ؛ **تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۲/۰۸/۳۰ ؛ **تاریخ انتشار آنلاین:** ۱۴۰۲/۱۰/۰۲

نوع مقاله: پژوهشی **ناشر:** دانشگاه قم

© نویسندگان.

مسیر اثرگذاری آن (۰,۵۱۶) و مقدار آماره t (۸,۰۰۹) است. تاثیر نوآوری بر مزیت رقابتی نیز تایید شد و ضریب مسیر اثرگذاری آن (۰,۳۷۰) و مقدار آماره t (۴,۰۱۴) بدست آمد. تاثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی نیز تأیید شد، که ضریب مسیر اثرگذاری آن (۰,۲۵۵) و مقدار آماره t (۳,۶۰۲) است. همچنین مشخص شد که نوآوری، رابطه بین سرمایه فکری، مدیریت دانش و مزیتی رقابتی را میانجی‌گری می‌کند.

نتیجه‌گیری: سازمان‌های امروزی برای آنکه بتوانند در پارادایم جدید رقابت میان سازمان‌ها که فضایی کاملاً رقابتی و دانش‌محور است، به حیات خود ادامه دهند، باید به نوآوری به عنوان یک استراتژی ضروری در عصر کنونی نگاه کنند، تا بتوانند مناسب‌ترین پاسخ را به تغییرات بدهند؛ زیرا نوآور بودن در سازمان در برخورد با محیط متلاطم خارجی، که با پیچیدگی و تغییر همراه است، کمک می‌کند. سازمان‌هایی که تاکید بیشتری بر سرمایه‌های فکری دارند، نسبت به دیگر سازمان‌ها نوآورتر هستند؛ زیرا در چنین سازمان‌هایی، به علت وجود سرمایه‌های فکری و استفاده از دانش، یادگیری دانش نیز بیشتر است؛ این امر به نوبه خود، ارائه راهکارهای جدید برای انجام امور و به‌طور کلی نوآوری را درپی خواهد داشت.

کلیدواژه‌ها: سرمایه فکری، مدیریت دانش، نوآوری، مزیت رقابتی، خلق ارزش، دانش سازمانی، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، اقتصاد دانش‌محور.

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

۱. مقدمه

مزیت رقابتی مجموعه‌ای از توانایی‌های منحصربه‌فرد یک واحد اقتصادی است که اجازه نفوذ به بازارهای دلخواه و برتری بر رقبا را برای آن واحد فراهم می‌کند (کمیسن و لوپز[1]، ۲۰۱۱). به عبارت دیگر، ارزش‌های قابل ارائه واحد اقتصادی برای مشتریان به نحوی است که این ارزش‌ها از هزینه‌های مشتری بالاتر است (ملکی مین باش رزگاه و کهیاری حقیقت، ۱۳۹۵). در مسیر ایجاد مزیت رقابتی، دو نکته مهم قابل تعمق است: نخست اینکه، سازمان بتواند به واسطه شایستگی‌های خود، مزیت رقابتی پایداری خلق کند که برای مشتریان ارزشمند بوده، همواره برتر از رقبا باشد. دوم، به دلیل افزایش پیچیدگی‌های محیطی و شدت رقابت، مزیت رقابتی یا به راحتی توسط رقبا تقلید می‌شود، یا از نظر مشتریان به زودی رنگ می‌بازد و بایستی با مزیت‌های جدیدی جایگزین شوند؛ بر این اساس، سازمان باید به فکر پیدا کردن مزیت‌های رقابتی پایدار برای خود باشد (حسینی و شمس، ۱۳۹۳).

باتوجه به اینکه دانش از لحاظ اجتماعی پیچیده است و بر مبنای دیدگاه مبتنی بر دانش، تقلید از آن می‌تواند مشکل باشد، ظرفیت مدیریت دانش یکی از عوامل تعیین‌کننده اصلی مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی است. دانش مفید می‌تواند نسبتاً جذب شده، اعمال شود و یا به منظور ارتقای مزیت رقابتی با ظرفیت مدیریت دانش قوی، خلق و یا ترویج گردد. مدیریت موثر فرایندهای دانش، ازجمله کسب، انتقال و استفاده از دانش، به‌طور موثر، تعامل شرکا با سازمان را بهبود می‌بخشد، به کیفیت محصول و یا خدمات و توسعه محصول جدید و یا خدمات کمک می‌کند و توانایی‌های منحصربه‌فرد و با ارزش را توسعه می‌دهد (مائو و همکاران، ۲۰۱۶). دانش بیشتر و بیشتر به عنوان دارایی حیاتی لحاظ شده و منبع اصلی مزیت رقابتی شرکت به‌شمار می‌رود. به دلیل ماهیت معماگونه آن، هیچ تعریف ساده و مشخصی برای دانش قابل قبول نیست. علوم دانشی نیز در این مورد از دیدگاه فردگرایی به جمع گرایی تغییر یافته است. خلق دانش ارائه‌کننده پتانسیلی برای خلق ارزش خواهد شد، اما استفاده از دانش باعث درک آن می‌شود (خجسته‌پور و همکاران، ۱۳۹۰). دانش و سرمایه‌های فکری به عنوان راهبردهای پایدار برای به دست آوردن مزیت رقابتی برای سازمان‌ها و نگهداری آن تشخیص داده شده است. در واقع می‌توان گفت که دارایی‌های دانشی در بسیاری از سازمان‌های دانش‌محور، منابع اولیه مزیت رقابتی محسوب می‌شوند. سرمایه فکری یکی از دارایی‌های نامشهود و ارزشی سازمان‌ها برای رسیدن به نوآوری و پاسخگویی به تحولات روزافزون است و می‌تواند از طریق بهره‌برداری از منابع مختلف دانش در سازمان، به افزایش مزیت رقابتی

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

1. Camisón & López

منجر شود. هنگامی که نوآوری با ارائه و به‌کارگیری ایده‌های نوآورانه توسط افراد در سازمان ایجاد می‌شود، منجربه موفقیت سازمانی خواهد شد (خوراکیان و همکاران، ۱۳۹۶).

سرمایه فکری به ارزش پایگاه دانش و قابلیت‌های خدمات شرکت اشاره دارد که کارآمدترین و چالش‌برانگیزترین وسیله برای درونی‌سازی شایستگی سازمانی بوده که بر سودآوری و عملکرد سازمان تاثیرگذار است (سیف‌الهی و همکاران، ۱۴۰۱). سرمایه فکری از طریق سرمایه انسانی، ساختاری و رابطه‌ای سنجیده می‌شود. امروزه، چالش بزرگ‌تر پیش روی سازمان‌ها، ایجاد سرمایه فکری جهت تشخیص اینکه چگونه مدیریت سازمان تسهیم دانش در میان کارکنان را تسهیل می‌کند، و چگونه اطمینان حاصل شود که دانش به موفقیت سازمان کمک می‌کند، است (ماهامد و زعیم[1]، ۲۰۲۰). دانش از نظر شاغلین و دانشگاهیان اهمیت بسزایی دارد (گیامپاولی و همکاران،[2] ۲۰۱۷). نتایج تحقیقات حاکی از آن است که دانش به عنوان یک منبع حیاتی در اقتصاد مبتنی بر دانش، برای دستیابی به مزیت رقابتی در نظر گرفته می‌شود (گرانت[3]، ۱۹۹۶). دانش به عنوان یک دارایی استراتژیک حیاتی برای بقاء در بازار تلقی می‌شود (بارائو[4] و همکاران، ۲۰۱۷). امروزه تغییرات سریع و فزاینده‌ای در بازار جهانی، فناوری و نیازهای مشتری رخ داده است (پایال[5] و همکاران، ۲۰۱۹). درک و پیش‌بینی این تغییرات سریع و پیچیده برای شرکت‌ها کاری دشوار و طاقت‌فرسا است. از این‌رو، این تغییرات مدیریت سازمان را برای پیش‌بینی نتایج احتمالی در معرض آزمون قرار می‌دهد و اقداماتی را در این فضای ناپایدار، نامشخص، پیچیده و مبهم توصیه می‌کنند (پایال و همکاران، ۲۰۱۹). علاوه‌بر این، مدیریت دانش منبع مهمی برای بقاء در یک محیط پیچیده در نظر گرفته می‌شود (ونکیتاچلام و ویلموت[6]، ۲۰۱۷). اشتراک دانش صریح و ضمنی، عملکرد مالی سازمان را ارتقاء می‌بخشد (وانگ و وانگ[7]، ۲۰۱۲). مدیریت دانش فاکتوری ضروری برای مدیریت است، در صورتی که بخواهد عملکرد شرکت را بهبود بخشد و به مزیت رقابتی دست یابد. اکثر شرکت‌ها بودجه خاصی را برای برنامه‌های مدیریت دانش اختصاص می‌دهند (لی و چوی[8]، ۲۰۰۳). مدیریت دانش از طریق اکتساب، تبدیل و کاربرد سنجیده می‌شود.

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

1. Muhammed & Zaim
2. Giampaoli
3. Grant
4. Barão
5. Payal
6. Venkitachalam & Willmott
7. Wang & Wang
8. Lee & Choi

سرمایه فکری و مدیریت دانش با یکدیگر متفاوت هستند، اما از نظر مفهومی به هم مرتبط می‌باشند (اسمیت و پریتو[1]، ۲۰۰۸). مدیریت دانش به معنای انجام آنچه برای کسب بیشترین بهره از منابع دانش مانند تاکتیک‌ها و دانش صریح لازم است (سابهروال و فرناندز[2]، ۲۰۰۳)، تعریف می‌شود. در همین راستا، سرمایه فکری به «مجموع تمام دانش‌هایی که سازمان برای کسب مزیت رقابتی استفاده می‌کند»، اشاره دارد (سابرامانیام و یوندت[3]، ۲۰۰۵). ادبیات پیرامون سرمایه فکری، ماهیت دانش سازمان و همچنین انواع و نحوه تأثیرگذاری آنها بر عملکرد سازمانی را تعیین می‌کند (روسو و همکاران[4]، ۱۹۹۷). ادبیات مدیریت دانش به فرآیندها و شیوه‌های مدیریت سرمایه فکری می‌پردازد (سابهروال و سابهروال[5]، ۲۰۰۵). به گفته بارنی[6] (۱۹۹۱)، منابع نامشهود یک سازمان به‌طور قابل توجهی تعیین‌کننده قابلیت‌های پویا و نوآوری‌های سازمان است. علاوه‌بر این، تعداد کمی از محققان از این استدلال حمایت کرده‌اند که سرمایه فکری نقش حیاتی در تعیین نوآوری ایفا می‌کند (وو و همکاران[7]، ۲۰۰۸). همچنین، محققان ارتباط معناداری بین سرمایه فکری و نوآوری یافته‌اند (زرنلر و همکاران[8]، ۲۰۰۸). سرمایه فکری به‌طور قابل توجهی راه‌هایی را جهت بهبود ویژگی‌ها یا خدمات محصولات فعلی و پیامدهای توسعه محصولات جدید هموار می‌کند (زرنلر و همکاران، ۲۰۰۸). همچنین، مارچ[9] (۱۹۹۱)، در پژوهشی به اکتشاف و بهره‌برداری از دانش توجه کرده و آن را با نوآوری و کارایی مرتبط دانست. تعداد معدودی از محققان دریافتند که مدیریت دانش به‌طور مستقیم بر نوآوری تاثیر می‌گذارد (کوگات و زاندر[10]، ۱۹۹۲؛ ماچرزاک و همکاران[11]، ۲۰۰۴). از طرفی، مدیریت دانش سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا کارآمدتر شوند (گرانت، ۱۹۹۶). دیدگاه مبتنی بر دانش اهمیت مدیریت دانش در نوآوری‌های سازمانی را برجسته می‌سازد (گرانت، ۱۹۹۶). امروزه، نوآوری به عنوان چالشی بزرگ برای همه شرکت‌ها در نظر گرفته می‌شود (آندریوا و کیانتو[12]،

1. Smith & Prieto
2. Sabherwal & Fernandez
3. Subramaniam & Youndt
4. Roos
5. Sabherwal & Sabherwal
6. Barney
7. Wu
8. Zerenler
9. March
10. Kogut & Zander
11. Majchrzak
12. Andreeva & Kianto

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

۲۰۱۱). نوآوری به منظور موفقیت بلندمدت سازمان، امری بسیار مهم تلقی می‌گردد (انزینگ و همکاران[1]، ۲۰۱۱). همچنین، رقابت مبتنی بر نوآوری در سطح سازمانی می‌تواند پایه و اساس توسعه پایدار را تشکیل دهد (لبیتزک و همکاران[2]، ۲۰۱۴). تئوری مبتنی بر منابع، استراتژی کسب‌وکار را در بررسی عملکرد و مزیت رقابتی سازمان نادیده می‌گیرد (بارنی و آریکان[3]، ۲۰۰۵). تئوری هماهنگ‌سازی منابع، توجه ویژه‌ای به استراتژی در تعیین مزیت رقابتی پایدار دارد (سیرمون و همکاران[4]، ۲۰۱۱). استراتژی‌ها در سطح سازمان برای روشن نمودن تغییرات در سودآوری سازمان، امری حیاتی تلقی می‌شوند (بیرد و دس[5]، ۱۹۸۱).

سرمایه انسانی ویژگی‌های کارکنان مانند توانایی‌ها، تحصیلات، دانش و مهارت‌ها را می‌شناسد، در حالی‌که سرمایه سازمان‌محور شامل تمام ذخایر غیرانسانی دانش سازمان است. سرمایه ساختاری «همه ذخایر غیرانسانی دانش» در داخل یک سازمان را در برمی‌گیرد. علاوه‌بر این، سرمایه فکری یک منبع نامشهود برای یک سازمان در نظر گرفته می‌شود، که به بهبود عملکرد سازمانی و مزیت رقابتی کمک می‌کند. سرمایه فکری به‌طور قابل توجهی عملکرد شرکت را تعیین می‌نماید. محققان با انجام تحقیقاتی دریافتند که سرمایه فکری (یعنی رابطه‌ای، انسانی و ساختاری) عملکرد مالی را به‌طور قابل توجهی افزایش می‌دهد (آسیایی و بانتیس[6]، ۲۰۲۰).

یاسین و همکاران[7] (۲۰۱۶) در پژوهشی دریافتند که یکی از عواملی که بر مزیت رقابتی سازمان موثر است، سرمایه‌های فکری آن است. رابطه بین سرمایه فکری و عملکرد سازمانی / مزیت رقابتی قطعی نیست، و نیاز به مطالعه بیشتر و تمرکز بر سرمایه فکری در تعیین مزیت رقابتی وجود دارد. سرمایه فکری یک منبع حیاتی در بررسی نوآوری در نظر گرفته می‌شود. این رابطه توسط بارنی (۱۹۹۱) مطرح شد، که برمبنای آن منابع نامشهود یک شرکت منجربه قابلیت‌های پویای یک شرکت می‌شود. علاوه‌بر این، محققان نشان دادند که سرمایه انسانی، رابطه‌ای و ساختاری، به‌طور قابل توجهی نوآوری را تعیین می‌کنند. اخیراً محققان دریافتند که سرمایه فکری سبز به‌طور قابل توجهی، نوآوری سبز را در شرکت‌های بزرگ تولیدی مالزی تعیین می‌کند. بنابراین، سرمایه فکری می‌تواند

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

1. Enzing
2. Labitzke
3. Barney & Arikan
4. Sirmon
5. Beard & Dess
6. Asiaei & Bontis
7. Yaseen

عامل مهمی در تعیین نوآوری باشد (رحمان و همکاران، ۲۰۲۱).

مدیریت دانش به دلیل اهمیت برای بقاء و شکوفایی یک شرکت، توجه بسیاری از محققان و دست‌اندرکاران را در انواع شرکت‌ها به خود جلب کرده است. دانش یک دارایی گران‌بهاء برای ادامه حیات در محیط کسب‌وکار محسوب می‌شود. علاوه‌بر این، دانش منبع مهمی در اقتصاد مبتنی بر دانش است که به دستیابی به مزیت رقابتی کمک می‌کند. مدیریت دانش می‌تواند کارکنان شرکت را از طریق کسب دانش، تبدیل دانش و به‌کارگیری دانش، پربارتر کرده و کارایی شرکت را افزایش دهد. تعداد کمی از محققین اظهار داشته‌اند که مدیریت دانش به‌طور قابل توجهی به نوآوری سازمانی و به محصول پایه دانش جدید کمک می‌کند، و محتوای اطلاعاتی قابل توجهی ارائه می‌دهد. علاوه‌بر این، فرآیند مدیریت دانش (یعنی ایجاد، به اشتراک‌گذاری، ذخیره‌سازی و مستندسازی و کسب دانش) به‌طور قابل توجهی قابلیت نوآوری در شرکت‌ها را تعیین می‌کند (رحمان و همکاران، ۲۰۲۱).

نوآوری یک روش برای بهینه‌سازی عملیات‌ها است و باعث ایجاد مزیت رقابتی و تمایز شده و موجب مطرح شدن در بازار می‌گردد. در زمینه زیست محیطی، نوآوری سبز همچنین نقش مهمی در بهبود عملکرد زیست محیطی ایفا می‌کند. اخیراً، محققان دریافتند که نوآوری نقش مهمی در دستیابی به مزیت رقابتی دارد. سازمان‌های نوآور می‌توانند خود را با تغییرات سریع هماهنگ کنند. در حال حاضر، نوآوری عامل اصلی مزیت رقابتی و موفقیت بلندمدت در بازار رقابتی است؛ زیرا شرکت‌هایی که از نوآوری بالاتر لذت می‌برند، به جای شرکت‌هایی که نوآوری را نادیده می‌گیرند، قادر خواهند بود به مسائل زیست محیطی پاسخ دهند. شرکت‌هایی با نوآوری بالا، مزیت رقابتی ایجاد و حفظ می‌کنند. نوآوری به‌طور مثبت با عملکرد یک شرکت مرتبط است. همچنین نوآوری، عملکرد سازمانی را به‌طور قابل توجهی افزایش می‌دهد. در زمینه محیطی نیز نوآوری سبز به‌طور قابل توجهی عملکرد زیست محیطی را افزایش می‌دهد.

سرمایه فکری یک منبع حیاتی در تعیین عملکرد سازمانی محسوب می‌شود. علاوه‌بر این، سرمایه فکری رابطه مثبت و ترکیبی با مزیت رقابتی دارد. رابطه بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی قطعی نیست. بنابراین، با افزودن متغیر دیگری نیاز به تحقیقات بیشتر دارد. این پژوهش از نوآوری به عنوان متغیر میانجی بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی استفاده کرده است. مدیریت دانش یک منبع حیاتی در بقای کسب‌وکار در یک محیط پیچیده است. اشتراک دانش صریح و ضمنی، عملکرد مالی را افزایش می‌دهد. علاوه‌بر این، مدیریت کارآمد منابع دانش، نوآوری را افزایش می‌دهد و منجربه عملکرد سازمانی می‌شود. این استدلال نظری، نوآوری را به عنوان میانجی بین مدیریت دانش و عملکرد شرکت توصیه می‌کند. همچنین نوآوری بین اشتراک دانش و عملکرد سازمانی، به عنوان یک

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

میانجی عمل می‌کند (رحمان و همکاران، ۲۰۲۱).

پژوهش حاضر به دانش پیرامون سرمایه فکری، مدیریت دانش، نوآوری و همچنین ادبیات مزیت رقابتی می‌افزاید. همچنین در این پژوهش به بررسی اثر میانجی نوآوری بین سرمایه فکری، مدیریت دانش و مزیت رقابتی پرداخته خواهد شد. لذا سوال اصلی پژوهش به این شرح است: سرمایه فکری و مدیریت دانش از طریق متغیر میانجی نوآوری چه تاثیری بر مزیت رقابتی خواهد داشت؟

فرضیه‌های پژوهش نیز به شرح زیر است:

۱) سرمایه فکری تاثیر مثبت و معناداری بر نوآوری دارد.

۲) مدیریت دانش تاثیر مثبت و معناداری بر نوآوری دارد.

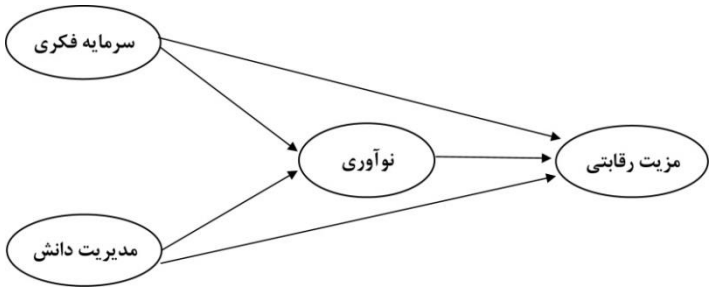
۳) نوآوری تاثیر مثبت و معناداری بر مزیت رقابتی دارد.

۴) سرمایه فکری تاثیر مثبت و معناداری بر مزیت رقابتی دارد.

۵) مدیریت دانش تاثیر مثبت و معناداری بر مزیت رقابتی دارد.

۶) سرمایه فکری از طریق نوآوری، تاثیر معناداری بر مزیت رقابتی دارد.

۷) مدیریت دانش از طریق نوآوری، تاثیر معناداری بر مزیت رقابتی دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش (رحمان و همکاران[1]، ۲۰۲۱)

۲. پیشینه پژوهش

آفرند و بهبودی (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر نوآوری بر مزیت رقابتی از طریق قابلیت مدیریت مخاطرات و قابلیت انعطاف‌پذیری، همراه با بررسی نقش رابطه بین خریدار و عرضه‌کننده» در مورد شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی مشهد بودند. نشان دادند که نوآوری، قابلیت مدیریت مخاطرات و قابلیت انعطاف‌پذیری بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نقش واسطه‌ای قابلیت مدیریت مخاطرات و قابلیت انعطاف‌پذیری تایید شد. نقش تعدیل‌گری روابط

1. Rehman

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

بین عرضه‌کننده و خریدار نیز تایید شد.

جوان امامی و اکبری (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی و اولویت‌بندی آن به روش AHP (مورد مطالعه: شرکت بیمه ایران)»، تاثیر مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی را تایید کردند. همچنین نشان داده شد که توزیع دانش، بیشترین تاثیر را در بین ابعاد مدیریت دانش دارد و نگهداری دانش کم‌ترین تاثیر را داشته است. سرمایه رابطه‌ای بیشترین تاثیر را در بین ابعاد سرمایه فکری، و سرمایه سازمانی کم‌ترین تاثیر را دارد. ابعاد سرمایه فکری با اشتراک دانش ارتباط مستقیم و معناداری داشته و سرمایه فکری ارتباط معناداری با اشتراک دانش دارد. به‌علاوه، سرمایه فکری منجربه بهبود اشتراک دانش کارکنان می‌شود. نتایج آزمون فرضیه‌ها حاکی از تایید رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی است؛ بدین معنی که متغیر مدیریت دانش بر کسب مزیت رقابتی در شرکت بیمه ایران تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. در نتیجه 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 کنند. توسعه و بهبود سرمایه اجتماعی، سرمایه فکری و مدیریت دانش در سازمان، نه‌تنها 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.

سیف‌الهی (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان «واکاوی نقش تعدیل‌گری مدیریت دانش در رابطه سرمایه‌های فکری و مزیت رقابتی برند: با تمرکز بر نقش میانجی ارزش برند»، نشان دادند که ارزش برند نتوانست نقاش میانجی را در رابطه بین سرمایه فکری و مزیت رقابتی ایفا کند و همچنین استفاده از سرمایه‌های فکری، با ارتقای مدیریت دانش، به ایجاد مزیت رقابتی در سازمان‌های مرتبط با هتل‌داری منجر می‌شود.

وقفی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر استراتژی رهبری هزینه و تمایز بر ریسک شرکت‌ها، با تاکید بر نقش مدیریت ریسک و سرمایه فکری»، نشان دادند که بین استراتژی رهبری هزینه با معیارهای ریسک شرکت، رابطه معناداری وجود ندارد و مدیریت ریسک و سرمایه فکری هم بر این رابطه تاثیر معناداری ندارد. اما بین استراتژی تمایز و ریسک، رابطه منفی و معناداری وجود دارد.

محمودی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر سرمایه‌های فکری بر نوآوری،

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

با میانجی‌گری مدیریت دانش در کتابخانه‌های عمومی ایران»، نشان دادند که بین سرمایه فکری و نوآوری، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین مدیریت دانش و سرمایه فکری نیز رابطه معناداری مشاهده شد. نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد که مدل پیشنهادی پژوهشگران از برازش مناسبی برخوردار بوده و بین سرمایه‌های فکری و نوآوری با نقش میانجی‌گری مدیریت دانش در کتابخانه‌های عمومی ایران، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

دالوند و همکاران (۱۴۰۰)، نیز در پژوهشی با عنوان «اثر سرمایه فکری بر مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی، با نقش میانجی نوآوری و فرهنگ یادگیری اعضای هیأت علمی دانشگاه لرستان»، نشان دادند که سرمایه فکری بر مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی از طریق نوآوری و فرهنگ یادگیری، اثر مستقیمی دارد.

حسین‌زاده شهری و شاهینی (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «تاثیر قابلیت پویا و نوآوری بر مزیت رقابتی»، نشان دادند که در دستیابی به استراتژی رهبری هزینه و تمرکز، تمام ابعاد قابلیت اثر پویای مثبت و معنادار دارند، اما در رسیدن به استراتژی تمایز، فقط قابلیت ادراک اثر مثبت و معنادار دارد و هر دو بعد نوآوری بر ابعاد مزیت رقابتی اثر مثبت و معنادار دارند.

قلیچ‌لی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تاثیر سرمایه فکری بر مزیت رقابتی از طریق ظرفیت نوآوری»، نشان دادند که استفاده از سرمایه فکری، با ارتقای ظرفیت نوآوری کسب‌وکارها، به ایجاد مزیت رقابتی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط منجر می‌شود.

ربیعی مندجین و رمضانی میمی (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «تاثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی، با تاکید بر نقش واسطه‌ای نوآوری فناوری در سازمان زیباسازی شهر تهران»، نشان دادند که مدیریت دانش بر نوآوری فناوری تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین مدیریت دانش بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد. نوآوری فناوری بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد. مدیریت دانش نیز تاثیر غیرمستقیم مثبت و معناداری بر مزیت رقابتی دارد.

نتایج پژوهش حجازی و رامشه (۱۳۹۲)، با عنوان «بررسی روابط میان استراتژی تمایز، نوآوری و سیستم‌های کنترل مدیریت»، نیز حاکی از ارتباط مستقیم میان تمایز محصول با نوآوری و با هر دو بعد MCS است. ابعاد MCS نیز اثراتی مستقیم بر نوآوری دارند. علاوه‌بر اثر مستقیم تمایز بر نوآوری، اثر واسطه‌ای MCS در رابطه میان استراتژی تمایز و نوآوری، که معرّف اثرات غیرمستقیم تمایز بر نوآوری است، نیز تأیید شد.

علیقلی و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان «نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی»، نشان دادند که مدیریت دانش، سرمایه فکری و ابعاد آن‌ها، بر کسب مزیت

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

رقابتی تأثیر مثبت و معناداری دارند. همچنین در میان ابعاد مدیریت دانش، تسهیم و انتقال دانش به همراه کسب دانش و ذخیره دانش، به عنوان مهم‌ترین زیرمعیارها انتخاب و در میان اجزای سرمایه فکری نیز سرمایه رابطه‌ای و سرمایه انسانی، از قوت بیشتری نسبت به سایر متغیرها برخوردار بودند. در میان متغیرهای مورد بررسی در تحقیق، تنها یادگیری سازمانی است که در سطح مطلوبی قرار ندارد.

الدوساری[1] (۲۰۲۳)، در پژوهشی با عنوان «رابطه بین تسلّط رهبران بر مهارت‌های مدیریت دانش ضمنی و دستیابی به مزیت رقابتی در دانشگاه‌های عربستان»، نشان دادند که: (الف) سطح تسلّط رهبران دانشگاهی بر مهارت‌های مدیریت دانش ضمنی در دانشگاه بالا بود، (ب) بین سطح تسلّط و دستیابی به مزیت رقابتی، رابطه مثبت وجود دارد، (ج) به دلیل تأثیر متغیر، تفاوت آماری معنی‌داری در سطح تسلّط وجود نداشت.

رحمان و همکاران (۲۰۲۱)، در پژوهشی تأثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش را بر مزیت رقابتی با نقش میانجی نوآوری در صنعت تولید پاکستان بررسی کردند. علاوه‌بر این، استراتژی تمایز به عنوان تعدیل‌کننده بین نوآوری و مزیت رقابتی نیز بررسی شد. نتایج نشان داد که سرمایه فکری و مدیریت دانش به‌طور قابل توجهی نوآوری و مزیت رقابتی را پیش‌بینی می‌کنند. نوآوری به‌طور قابل توجهی بین سرمایه فکری، مدیریت دانش و مزیت رقابتی میانجی‌گری می‌کند. همچنین، نوآوری به‌طور قابل توجهی مزیت رقابتی را پیش‌بینی می‌نماید. استراتژی‌های تجاری به‌طور قابل توجهی منجربه مزیت رقابتی می‌شوند. در نهایت، استراتژی تمایز به‌طور قابل توجهی رابطه بین نوآوری و مزیت رقابتی را تعدیل می‌کند. در این تحقیق نشان داده شد که چگونه مدیریت بخش تولید از سرمایه فکری، مدیریت دانش، نوآوری و استراتژی تمایز، در تعیین مزیت رقابتی استفاده می‌کند.

نیواش و همکاران[2] (۲۰۲۲)، در پژوهشی تأثیر متغیرهای میانجی هوش تجاری، سرعت نوآوری و کیفیت نوآوری را بر رابطه بین مؤلفه‌های مختلف سرمایه فکری و مزیت رقابتی در زمینه شرکت‌های اردنی بررسی کردند. نتایج حاکی از آن است که همه متغیرهای میانجی به‌عنوان مکانیسم‌های میانجی مهم بین اجزای مختلف سرمایه فکری و مزیت رقابتی عمل می‌کنند. به‌طور کلی، نتایج این مطالعه مکانیسم میانجی هوش تجاری، سرعت نوآوری و کیفیت نوآوری را به‌عنوان واسطه‌هایی که از طریق آن سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای مزیت رقابتی را در زمینه شرکت‌های اردنی بهبود می‌بخشند، نشان می‌دهد.

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

1. Aldosari
2. Niwash

اوبیدات و همکاران[1] (۲۰۲۱)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر سرمایه فکری بر مزیت رقابتی: نقش میانجی نوآوری»، در این راستا، ابعاد سرمایه فکری (سرمایه ساختاری، انسانی و رابطه‌ای)، و انواع نوآوری (نوآوری تدریجی و رادیکال) شناسایی شدند. همچنین نشان داده شد که سرمایه فکری به‌طور قابل توجهی بر دستیابی به مزیت رقابتی تأثیر می‌گذارد. علاوه‌بر این، نوآوری تأثیر میانجی بر رابطه بین سرمایه فکری و دستیابی به مزیت رقابتی دارد.

الدا و همکاران[2] (۲۰۲۱)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر مزیت رقابتی»، نتایج نشان داد که مدیریت اطلاعات تأثیر عمیقی بر مزیت رقابتی دارد. همچنین سرمایه فکری تأثیر شگرفی بر مدیریت اطلاعات داشت. ادغام همزمان IC و KM تأثیر ۱۴/۱ درصدی بر مزیت رقابتی دارد.

دیستانونت و همکاران[3] (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان «نقش نوآوری در ایجاد مزیت رقابتی»، نشان دادند که نوآوری مزیت‌های رقابت را از طریق عوامل خارجی افزایش می‌دهد. این عوامل خارجی به دو گروه عوامل خرد و کلان‌گرا تقسیم می‌شوند. عوامل خارجی در سطح خرد، تأثیر بیشتری بر توسعه نوآوری مشاغل مواد غذایی منجمد، نسبت به عوامل در سطح کلان داشتند. همچنین کارآفرینان، به‌ویژه کارآفرینان SME، باید خود را برای رویارویی با تغییرات اقتصادی آتی که نه‌تنها در سطح جهانی، بلکه در سطح منطقه‌ای و کشوری در حال وقوع است، تطبیق داده و به آسانی آماده کنند. علاوه‌بر بسترهای درونی درون سازمان، عوامل بیرونی نیز حائز اهمیت هستند، به ویژه عواملی که منجربه توسعه نوآوری می‌شوند. نوآوری به ابزار استراتژیک در این رقابت مهم برای بهبود، ایجاد و ارتقای کسب‌وکار، برای ایجاد مزیت‌های رقابتی برابر یا بهتر از کشورهای خارجی به منظور تحقق توسعه پایدار تبدیل خواهد شد.

یاسین و همکاران[4] (۲۰۱۶)، در تحقیقی با عنوان «تأثیر سرمایه فکری بر مزیت رقابتی: مطالعه کاربردی در شرکت‌های مخابرات اردن»، نشان دادند که سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری، تأثیر مثبتی بر مزیت رقابتی دارند. سرمایه رابطه‌ای و سرمایه ساختاری ۴۸/۴ درصد از مزیت رقابتی را تشکیل می‌دادند. همچنین سرمایه انسانی به‌طور غیرمستقیم و به‌طور قابل توجهی بر مزیت رقابتی تأثیر می‌گذارد؛ زیرا در سرمایه رابطه‌ای تعبیه شده است. اثر سرمایه رابطه‌ای بر مزیت رقابتی، با جنسیت

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

1. Obeidat
2. Elda
3. Distanont
4. Yaseen

و سن تعدیل می‌شود. این تأثیر در مردان جوان قوی‌تر است. در مورد سرمایه ساختاری، تأثیر آن تنها براساس جنسیت تعدیل می‌شود، به طوری که تأثیر آن برای زنان به جای مردان کمی قوی‌تر است.

میهامی[1] (۲۰۱۴)، در پژوهشی با عنوان «مدیریت دانش راهی برای کسب مزیت رقابتی در شرکت‌ها (شواهد شرکت‌های تولیدی)»، نشان دادند مدیریت دانش یک مدل کسب‌وکار میان رشته‌ای با تمام جنبه‌های ایجاد دانش، کدگذاری، اشتراک‌گذاری و استفاده از دانش برای ارتقای یادگیری و نوآوری در بستر شرکت بوده و در حال کار است. همچنین مدیریت دانش بر سطح مزیت رقابتی تأثیر دارد.

هانا[2] (۲۰۱۳)، در پژوهشی با عنوان «دستیابی به مزیت رقابتی از طریق نوآوری و دانش»، نشان داد که در محیط پر رقابت امروزی، هدف هر سازمانی شکست رقابت و به دست آوردن مشتریان جدید است. افرادی که دارای دانش هستند، ابزاری برای تولید نوآوری هستند. به لطف خلاقیت شخصی، دانش، مهارت‌ها و توانایی‌های آنها می‌توان ایده‌های نوآورانه جدیدی تولید کرد که به سازمان‌ها برای دستیابی به مزیت رقابتی کمک می‌کند. سازمان‌ها نوآوری و حمایت از فرهنگ نوآورانه را مهم می‌دانند. دانش نیز در فرآیند نوآوری بسیار مهم است؛ زیرا نه‌تنها ورودی مهم، بلکه خروجی فرآیند تحول را نیز نشان می‌دهد.

پژوهش حاضر با هدف تبیین تاثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر مزیت رقابتی، با توجه به نقش میانجی نوآوری انجام شده است و به بسط این موضوع پرداخته است، تا نشان دهد که دارایی‌های دانشی قابل توجه هستند.

۳. روش پژوهش

روش پژوهش توصیفی و نوع پژوهش از لحاظ جهت‌گیری کاربردی، از لحاظ رویکرد قیاسی و از لحاظ داده‌ها کمّی است. استراتژی پژوهش نیز پیمایشی است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده و نرم‌افزار مورد استفاده Smartpls3 و SPSS26 است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه مدیران و کارکنان ستادی دانشگاه علوم پزشکی شیراز می‌باشد که تعداد آن‌ها ۴۰۰ نفر است. به علت گسترده بودن جامعه پژوهش، جهت تعیین حداقل حجم نمونه لازم، از فرمول کوکران استفاده شد:

$$n=\frac{Nz^{2}_{\alpha/2}p(1-p)}{(N-1)d^{2}+z^{2}_{\alpha/2}p(1-p)}$$

که در آن:

N= تعداد جامعه آماری

1. Meihami
2. Hana

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

n= حداقل حجم نمونه لازم

p= نسبت توزیع صفت در جامعه (۰/۵)

$Z^2\alpha/2$= مقدار به‌دست آمده از جدول توزیع نرمال استاندارد (در این تحقیق و با در نظر گرفتن مقدار خطای ۰/۰۵، مقدار به‌دست آمده از جدول توزیع نرمال استاندارد ۱/۹۶ است).

d= خطای پذیرفته شده توسط محقق یا بازه قابل تحمل از برآورد پارامتر موردنظر (معمولاً در علوم اجتماعی برابر ۰/۰۵ در نظر گرفته می‌شود (محمدی لرد، ۱۳۸۸). لذا حجم نمونه ۱۹۶ نفر بدست آمد. با توجه به همگن بودن تمام افراد جامعه آماری، نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انجام می‌شود.

داده‌های مورد مطالعه نرمال نبودند، لذا از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر روش تحلیل واریانس و رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است.

ساختار پرسشنامه و منابع هر یک از سوالات در مورد سرمایه فکری شامل سرمایه نوسازی ۳ سوال (اندریوا و کیانتو[1]، ۲۰۱۰)، سرمایه ساختاری ۳ سوال (بانتیس[2]، ۲۰۰۰ ؛ اندریوا و کیانتو[3]، ۲۰۱۰)، سرمایه انسانی شامل ۵ سوال (سابرامانیام و یوندت[4]، ۲۰۰۵) و مدیریت دانش شامل کسب دانش ۶ سوال، تبدیل دانش ۶ سوال و بکارگیری دانش ۵ سوال (گلد و همکاران، ۲۰۰۱) می‌باشد. مزیت رقابتی ۳ سوال (وو و چن،[5] ۲۰۱۲) و نوآوری ۵ سوال (هارلی و هالت،[6] ۱۹۹۸) در نظر گرفته شده است.

آمار توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱- آمار توصیفی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه

پارامتر		فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۲۶	۶۴,۳
	زن	۷۰	۳۵,۷
کل		۱۹۶	۱۰۰

1. Andreeva & Kianto
2. Bontis
3. Andreeva & Kianto
4. Subramaniam & Youndt
5. Wu & Chen
6. Hurley & Hult

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

پارامتر		فراوانی	درصد
سن	کمتر از ۳۰ سال	۳۰	۱۵,۳
	۳۰ تا ۴۰ سال	۹۶	۴۹
	۴۱ تا ۵۰ سال	۳۴	۱۷,۳
	بالاتر از ۵۰ سال	۳۶	۱۸,۴
		۱۹۶	۱۰۰
تحصیلات	لیسانس	۱۱۱	۵۶,۶
	فوق لیسانس	۷۳	۳۷,۲
	دکتری	۱۲	۶,۱
		۱۹۶	۱۰۰
سابقه کاری	کمتر از ۱ سال	۶	۳,۱
	۱ تا ۵ سال	۲۵	۱۲,۸
	۶ تا ۱۰ سال	۸۰	۴۰,۸
	۱۱ تا ۱۵ سال	۶۷	۳۴,۲
	بیشتر از ۱۵ سال	۱۸	۹,۲
		۱۹۶	۱۰۰
سمت سازمانی	مدیر	۲۴	۱۲,۲
	معاون	۱۲	۶,۱
	کارشناس	۱۶۰	۸۱,۶
		۱۹۶	۱۰۰
وضعیت تاهل	مجرد	۸۴	۴۲,۹
	متاهل	۱۱۲	۵۷,۱
		۱۹۶	۱۰۰

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

۴. یافته‌های تحقیق

۴-۱. آمار توصیفی

در این بخش، آمار توصیفی متغیرهای مدل پژوهش به شرح جدول (۲) ارائه می‌شود. در این جدول، متغیرهای پژوهش، تعداد سوالات مطرح شده برای هر یک از متغیرها و آمار توصیفی مربوط به هر یک از متغیرها شامل میانگین و انحراف معیار آمده است.

جدول ۲- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	سوالات	میانگین	انحراف معیار
سرمایه نوسازی	۱-۴	۴,۲۹۷	۰,۵۸۹
سرمایه ساختاری	۵-۸	۴,۰۷۴	۰,۷۱۴
سرمایه انسانی	۹-۱۳	۳,۹۸۴	۰,۶۶۸
کسب دانش	۱۴-۱۹	۳,۷۳۰	۰,۸۶۲
تبدیل دانش	۲۰-۲۵	۲,۶۹۶	۱,۲۰۳
بکارگیری دانش	۲۶-۳۰	۳,۶۳۰	۰,۸۶۱
مزیت رقابتی	۳۱-۳۴	۳,۹۳۸	۰,۸۲۵
نوآوری	۳۵-۳۹	۳,۸۵۹	۰,۸۹۵
استراتژی تمایز	۴۰-۴۳	۳,۵۰۶	۰,۹۰۷

۴-۲. آمار استنباطی

۴-۲-۱. بررسی برازش مدل پژوهش

پس از گردآوری داده‌ها و مشخص‌سازی نوع مدل اندازه‌گیری، در مرحله بعد برازش مدل مورد بررسی قرار گرفت. در برازش مدل اندازه‌گیری، هدف تضمین اعتبار و قابلیت اعتماد سازه است که برای تحقق این موضوع از سه معیار پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود. پایایی شاخص نیز توسط سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد سنجش قرار می‌گیرد.

سنجش بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه انجام می‌شود. در صورتی که این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار سهل‌گیرانه ۰/۴ (هولاند[1]، ۱۹۹۹) یا مقدار سخت‌گیرانه ۰/۵(ریوارد و هاف[2]، ۱۹۸۸) باشد، نشان‌دهنده آن است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده، و در نتیجه قابلیت اعتماد مدل اندازه‌گیری قابل قبول است.

نتایج محاسبه بارهای عاملی سؤالات پژوهش به تفکیک سازه‌های مدل در جدول (۳) آمده است.

1. Hulland
2. Rivard & Huff

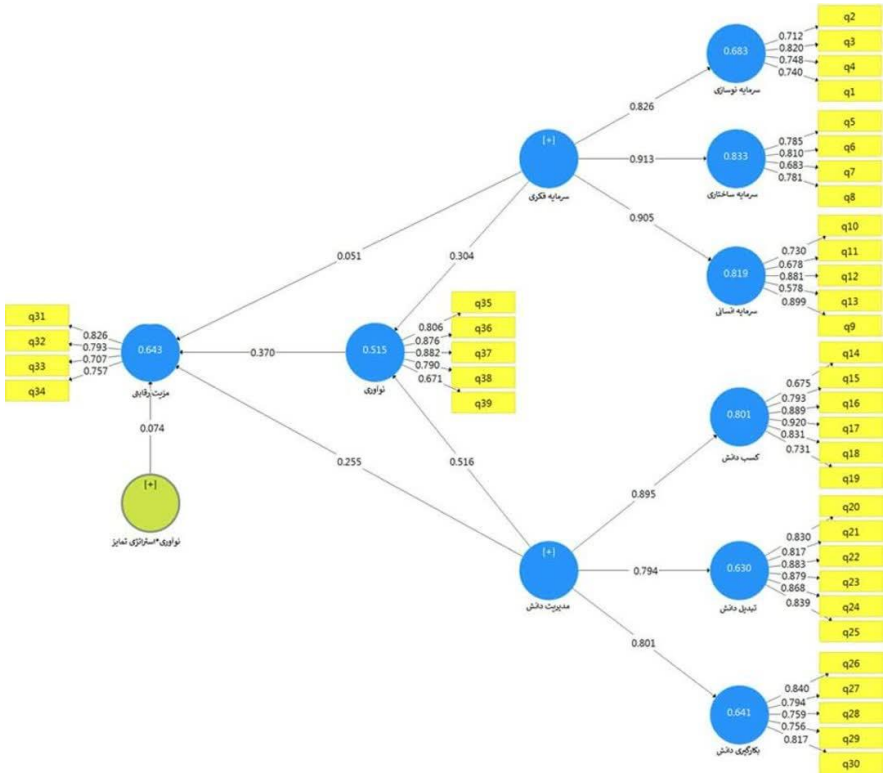
http://stim.qom.ac.ir/

جدول ۳- نتایج تحلیل عاملی ابزار اندازه‌گیری

متغیر	سؤالات	بارعاملی	متغیر	سؤالات	بارعاملی
سرمایه نوسازی	۱	۰,۷۴۰		۲۳	۰,۸۷۹
	۲	۰,۷۱۲		۲۴	۰,۸۶۸
	۳	۰,۸۲۰		۲۵	۰,۸۳۹
	۴	۰,۷۴۸	بکارگیری دانش	۲۶	۰,۸۴۰
سرمایه ساختاری	۵	۰,۷۸۵		۲۷	۰,۷۹۴
	۶	۰,۸۱۰		۲۸	۰,۷۵۹
	۷	۰,۶۸۳		۲۹	۰,۷۵۶
	۸	۰,۷۸۱		۳۰	۰,۸۱۷
سرمایه انسانی	۹	۰,۸۹۹	مزیت رقابتی	۳۱	۰,۸۲۶
	۱۰	۰,۷۳۰		۳۲	۰,۷۹۳
	۱۱	۰,۶۷۸		۳۳	۰,۷۰۷
	۱۲	۰,۸۸۱		۳۴	۰,۷۵۷
	۱۳	۰,۵۷۸	نوآوری	۳۵	۰,۸۰۶
کسب دانش	۱۴	۰,۶۷۵		۳۶	۰,۸۷۶
	۱۵	۰,۷۹۳		۳۷	۰,۸۸۲
	۱۶	۰,۸۸۹		۳۸	۰,۷۹۰
	۱۷	۰,۹۲۰		۳۹	۰,۶۷۱
	۱۸	۰,۸۳۱			
	۱۹	۰,۷۳۱			
تبدیل دانش	۲۰	۰,۸۳۰			
	۲۱	۰,۸۱۷			
	۲۲	۰,۸۸۳			

چنانکه جدول (۳) نشان می‌دهد، بار عاملی تمامی گویه‌ها یا سؤالات پرسشنامه در بازه مورد پذیرش قرار دارد. لذا، می‌توان گفت که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه گیری آن سازه بیشتر بوده و در نتیجه قابلیت اعتماد مدل اندازه‌گیری قابل قبول است. شکل (۲)۲ ضرایب مسیر و بارهای عاملی سؤالات مدل را نشان می‌دهد.

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



شکل ۲- ضرایب مسیر و بارهای عاملی مدل

دومین زیرمعیار برای سنجش پایایی شاخص که سنجه مناسبی برای ارزیابی پایداری درونی می‌باشد، آلفای کرونباخ است.آلفای کرونباخ مقدار ۰/۷را به عنوان مقدار قابل قبول ضریب آلفای کرونباخ معرفی کرده است. همچنین موس، روسائو، پرنت، موس و همکاران[1] (۱۹۹۸) نیز برای متغیرهایی با تعداد سؤالات کم، مقدار ۰/۶ به بالا را نشانگر پایایی قابل قبول دانسته‌اند. نتایج حاصل از بررسی پایایی مدل و نیز اعتبار همگرا در سطح متغیرهای پنهان در جدول (۴) ارائه شده است.

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

جدول ٤- مقادیر آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
سرمایه نوسازی	۰,۷۴۹	۰,۸۴۲	۰,۵۷۲
سرمایه ساختاری	۰,۷۶۴	۰,۸۵۰	۰,۵۸۷
سرمایه انسانی	۰,۸۱۲	۰,۸۷۲	۰,۵۸۲
کسب دانش	۰,۸۹۳	۰,۹۱۹	۰,۶۵۸

1. Moss

متغیر	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
تبدیل دانش	۰,۹۲۵	۰,۹۴۱	۰,۷۲۸
بکارگیری دانش	۰,۸۵۳	۰,۸۹۵	۰,۶۳۰
مزیت رقابتی	۰,۷۷۳	۰,۸۵۵	۰,۵۹۶
نوآوری	۰,۸۶۵	۰,۹۰۳	۰,۶۵۴

براساس نتایج جدول (۴)، مقدار آلفای کرونباخ برای تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷ بوده، بنابراین، پایایی تمامی متغیرها مورد قبول است.

سومین زیرمعیار برای سنجش پایایی شاخص، پایایی ترکیبی[1] است که معیار مدرن‌تر و بهتری نسبت به آلفای کرونباخ معرفی شده است (وینزی و همکاران[2]، ۲۰۱۰). قابلیت این معیار در مقایسه با ضریب آلفای کرونباخ این است که پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق، بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌شود. مقدار پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۷ بیانگر پایداری درونی مناسب سازه‌ها و مقادیر کمتر از ۰/۶ نشان‌دهنده عدم پایایی مناسب شاخص است (نیونالی[3]، ۱۹۷۸). مطابق اطلاعات جدول (۴) این معیار برای تمام متغیرها دارای مقدار قابل قبول بوده و در مجموع پایایی شاخص برای مدل اندازه‌گیری مورد تأیید قرار می‌گیرد.

۴-۲-۲. برازش مدل ساختاری

پس از برازش مدل اندازه‌گیری برازش مدل ساختاری مورد سنجش قرار می‌گیرد. برازش مدل ساختاری شامل ۳ مرحله است:

- ضرایب معناداری Z (مقادیر t-value)
- معیار R Square یا R^2
- معیار Redundancy

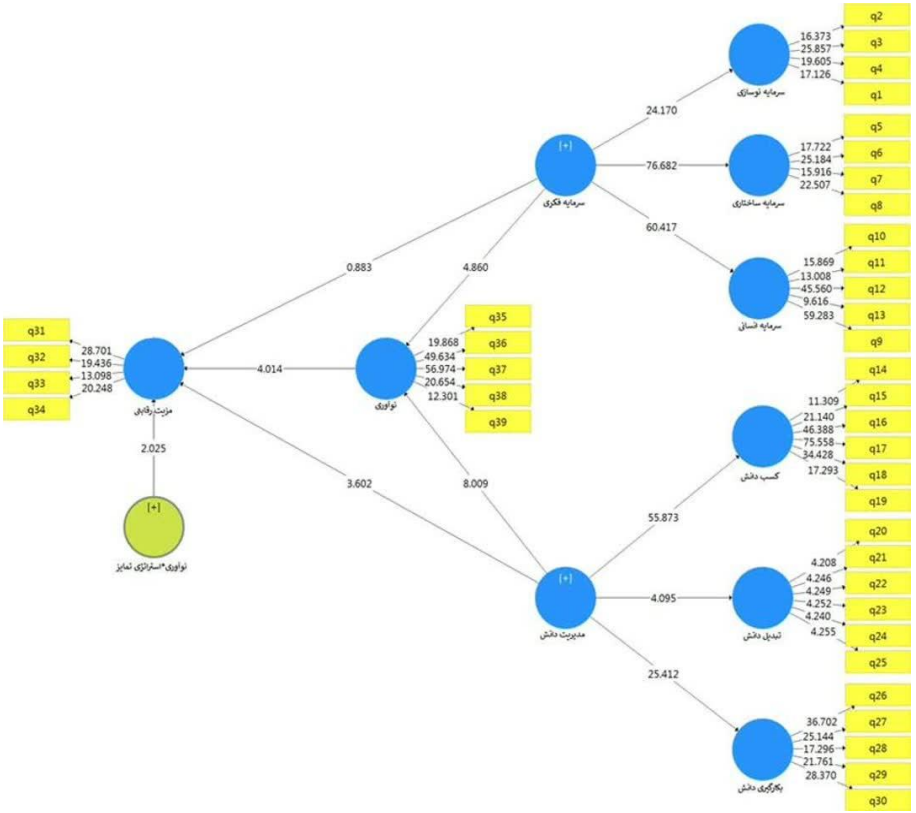
۴-۲-۳. ضرایب معناداری

یکی از مهم‌ترین معیارها برای بررسی برازش مدل ساختاری ضرایب معناداری Z یا همان t-value است. برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب t به این صورت است که این ضرایب باید از ۱/۹۶ بیشتر باشد، تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵% معنادار بودن آنها را تأیید نمود. شایان ذکر است که این معیار صحّت روابط را نشان می‌دهد و شدت رابطه بین سازه‌ها را نمی‌توان با آن سنجید. مقادیر

1. CR: Composit Reliability
2. Vinzi
3. Nunnally

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

ضرایب معناداری برای مدل ساختاری این پژوهش در قالب جدول (۱۱) ارائه شده است. شکل (۳) ضرایب معناداری مدل پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۳- ضرایب معناداری مدل پژوهش

۴-۲-۴. معیار R^2

معیار دوم ارزیابی مدل ساختاری، واریانس تبیین شده (ضریب تعیین [1]) متغیرهای پنهان درون‌زا است. این معیار برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به‌کار می‌رود. R^2 میزان تاثیر یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا در مدل را نشان می‌دهد؛ به عبارت دیگر، حاکی از آن است که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. سه مقدار «۰/۱۹»، «۰/۳۳» و «۰/۶۷» به ترتیب به عنوان مقادیر «ضعیف»، «متوسط» و «قوی» R^2 در نظر گرفته می‌شوند. لازم به ذکر است که مقدار R^2 تنها برای سازه‌های

1. Coefficient of Determination (R^2)

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

درون‌زای (وابسته) مدل محاسبه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا، مقدار این معیار صفر است.

جدول ۵- نتایج تحلیل ضریب تعیین (R^2)

متغیرهای درون‌زا	مقدار R2	شدت ضریب
مزیت رقابتی	۰,۶۴۳	قوی
نوآوری	۰,۵۱۵	قوی

اطلاعات جدول (۵) نشان می‌دهد که ضریب تعیین متغیرهای درون‌زا در بازه قوی قرار دارد و این موضوع تأییدکننده برازش مدل از بُعد این معیار است.

۴-۲-۵. معیار افزونگی[1]

این معیار از حاصل‌ضرب مقادیر اشتراکی[2] سازه‌ها در مقادیر R^2 مربوط به آنها به دست آمده و نشانگر مقدار تغییرپذیری شاخص‌های یک سازه درون‌زا است، که از یک یا چند سازه برون‌زا تأثیر می‌پذیرد. در خصوص مقدار ملاک برای این شاخص، عددی بیان نشده است. به بیان دیگر، میانگین شاخص افزونگی یک معیار کلی کیفیت مدل ساختاری است که برای همه سازه‌های درون‌زا به‌کار می‌رود و تنها برای استفاده در فرمول محاسبه برازش مدل کلی و شاخص نیکویی برازش[3] محاسبه می‌شود و مقدار آن هرچه بالاتر باشد، نشان‌دهنده برازش مناسب‌تر مدل است. جدول (۶) مقادیر افزونگی محاسبه شده براساس فرمول زیر را نشان می‌دهد.

$$\text{Red} = \text{Communality} \times R^2$$

جدول ٦- مقادیر افزونگی متغیرهای مدل پژوهش

متغیرهای درون‌زا	معیار افزونگی	نتیجه
مزیت رقابتی	۰,۳۳۴	تایید
نوآوری	۰,۳۱۰	تایید

۴-۲-۶. برازش مدل کلی (معیار نیکویی برازش)

برای بررسی برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند، از معیار نیکویی برازش، براساس فرمول زیر استفاده می‌شود (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

$$GOF = \sqrt{(\overline{communality}) \times (\overline{R\ square})}$$

1. Redundacy
2. Communality
3. Goodness of Fit

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

براساس رابطه فوق، ابتدا میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان محاسبه شد. مقادیر مذکور براساس اطلاعات جدول (۷) برای متغیرهای پژوهش قابل مشاهده است. همچنین مقادیر ضریب تعیین (R2) براساس جدول فوق برای متغیرهای درون‌زای مدل ذکر شده است. به این ترتیب سطح نیکویی برازش مدل براساس فرمول بالا و طبق جدول (۷) محاسبه شده است.

جدول ۷- معیار نیکویی برازش مدل پژوهش

متغیرهای پژوهش	مقادیر R2	مقادیر اشتراکی	GOF
سرمایه نوسازی	–	۰,۲۵۶	
سرمایه ساختاری	–	۰,۲۷۰	
سرمایه انسانی	–	۰,۳۷۲	
کسب دانش	–	۰,۴۶۳	
تبدیل دانش	–	۰,۵۱۷	۰,۴۶۰
بکارگیری دانش	–	۰,۴۰۱	
مزیت رقابتی	۰,۶۴۳	۰,۲۷۶	
نوآوری	۰,۵۱۵	۰,۴۶۳	
استراتژی تمایز	–	۰,۲۸۴	

با توجه به اینکه مقادیر (۰/۰۱)، (۰/۲۵) و (۰/۳۶) به ترتیب به‌عنوان سطوح «ضعیف»، «متوسط» و «قوی» نیکویی برازش مدل کلی معرفی شده و چنانکه در جدول (۷) نیز قابل مشاهده است، مدل از سطح قوی GOF برخوردار است.

۴-۲-۷. آزمون فرضیه‌های پژوهش

جدول (۸) خلاصه نتایج یافته‌های تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۸- خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	ضریب مسیر	مقدار t	sig	نتیجه
سرمایه فکری	–	نوآوری	۰,۳۰۴	۴,۸۶۰	۰,۰۰۰	تایید
مدیریت دانش	–	نوآوری	۰,۵۱۶	۸,۰۰۹	۰,۰۰۰	تایید
نوآوری	–	مزیت رقابتی	۰,۳۷۰	۴,۰۱۴	۰,۰۰۰	تایید
سرمایه فکری	–	مزیت رقابتی	۰,۰۵۱	۰,۸۸۳	۰,۳۷۸	عدم تایید
مدیریت دانش	–	مزیت رقابتی	۰,۲۵۵	۳,۶۰۲	۰,۰۰۰	تایید
سرمایه فکری	نوآوری	مزیت رقابتی	۰,۱۱۲*	۳,۲۸۳	۰,۰۰۱	تأیید
مدیریت دانش	نوآوری	مزیت رقابتی	۰,۱۹۱*	۳,۴۰۱	۰,۰۰۱	تأیید

* ضرایب تأثیر غیرمستقیم متغیرهای مستقل از طریق میانجی

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

جهت آزمون این فرضیه از روش بوت استرپینگ[1] استفاده شد، که در نرم‌افزار smartpls3 این آزمون به صورت خودکار در خروجی نرم‌افزار قابل مشاهده است. اطلاعات جدول (۹) نیز نشان می‌دهد که ضریب مسیر اثرگذاری مدیریت دانش بر مزیت رقابتی از طریق متغیر میانجی نوآوری (۰/۱۹۱) و مقدار آماره t (۳/۴۰۱) است. با توجه به اینکه این مقدار نیز در بازه قابل قبول قرار دارد، لذا فرضیه هفتم پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۹- بررسی نقش میانجی نوآوری با روش بوت استرپینگ

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
J -> H -> G	0.112	0.110	0.034	3.283	0.001
K -> H -> G	0.191	0.189	0.056	3.401	0.001

۵. نتیجه‌گیری

مزیت رقابتی یکی از موضوعات مهم در سازمان‌های پیشرو است. داشتن مزیت رقابتی برای بنگاه اقتصادی، یک شرط الزامی نیست؛ اما این ویژگی این امکان را فراهم می‌آورد که بنگاه مسیر اقتصادی خاص خود را طی کند و امکان تقلید رقبا را محدود نماید. امروزه تغییرات محیطی موجب ظهور قابلیت‌های مدیریت دانش به عنوان شایستگی اصلی سازمان‌ها برای ارتقای عملکرد فردی، نوآوری، قابلیت‌های سازمانی و مزیت رقابتی شده است. در اقتصاد دانش‌محور، وظیفه سازمان‌ها فقط تولید خدمت یا محصول نیست، بلکه باید ارزش‌افزوده خلق کنند، تا بتوانند در شرایط جدید پایدار بمانند. در محیط رقابتی امروز که مبتنی بر اقتصاد دانش‌بنیان است، دانش و سرمایه‌های فکری سازمان به عنوان مزیتی رقابتی برای سازمان‌ها شناخته می‌شود. تغییرات سریع در محیط امروزی، اکتساب و به‌روزرسانی دانش توسط سازمان‌ها به منظور کسب مزیت رقابتی، به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. سازمان‌ها با کاربست مدیریت دانش، امکان خالقیت و نوآوری در فعالیت‌ها، فرآیندها، محصولات و خدمات خود را فراهم کرده و در نتیجه در رقابت با سایر سازمان‌ها، از حالت انفعالی خارج خواهند شد. سرمایه فکری اساسی‌ترین دارایی یک سازمان بوده و در اقتصاد دانش‌محور، از سرمایه فکری به منظور ایجاد ارزش برای سازمان استفاده می‌شود و موفقیت سازمانی به توانایی مدیریت این دارایی‌ها بستگی دارد. هنگامی که اقدامات مدیریت دانش برای توسعه و حفظ سرمایه فکری به‌کار می‌روند، به منبعی برای مزیت رقابتی پایدار در سازمان تبدیل

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

1. Bootstrapping

می‌شوند. از سوی دیگر، هنگامی که از سرمایه فکری به خوبی بهره‌برداری شود، توانایی سازمان در انجام فرآیندهای مدیریت دانش، توسعه می‌یابد. دانش به عنوان منبع اصلی نوآوری و بهره‌وری سازمانی، از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخودار بوده و موفقیت حال و آینده در رقابت بین سازمان‌ها، تا حد زیادی مبتنی بر مدیریت دانش است. سازمان‌هایی که دانش خود را مدیریت می‌کنند، به سطح بالاتری از بهره‌وری دست می‌یابند. این سازمان‌ها با دسترسی بیشتر به دانش کارکنان خود می‌توانند تصمیمات بهتری اتخاذ نموده، فرآیندها را بهینه‌سازی کنند، از تکرار کارها کاسته و بر نوآوری‌ها بیافزایند.

هدف پژوهش حاضر تبیین تاثیر سرمایه فکری و مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با توجه به نقش میانجی نوآوری بود. در این راستا، نشان داده شد که دارایی‌های دانشی بسیار قابل توجه هستند. سرمایه فکری و مدیریت دانش در پرتو نوآوری، تأثیر بسیاری بر مزیت رقابتی دارند. محققان پیشین تأثیر یادگیری سازمانی را بر استراتژی کسب‌وکار بررسی کرده‌اند، و یافته‌ها نشان می‌دهد که سرمایه فکری تأثیر معناداری بر مزیت رقابتی دارد. نتایج این تحقیق با نتایج پژوهش رحمان و همکاران (۲۰۲۱)، نیواش (۲۰۲۲)، اوبیدات و همکاران (۲۰۲۱)، و الدا و همکاران (۲۰۲۱) مشابه است، که نشان دادند سرمایه فکری به‌طور قابل توجهی عملکرد شرکت را تعیین می‌کند.

در تحقیقات پیشین، از سرمایه انسانی، ساختاری و رابطه‌ای برای سنجش سرمایه فکری و نادیده گرفتن سرمایه نوسازی استفاده شده است. از این‌رو، مطالعه حاضر از سرمایه نوسازی جهت سنجش سرمایه فکری استفاده نمود. نتایج نشان داد که مدیریت دانش تأثیر قابل توجهی بر مزیت رقابتی دارد. این یافته‌ها مشابه نتایج پژوهش لی و همکاران (۲۰۰۳) است، که نشان داد مدیریت دانش به‌طور قابل توجهی مزیت رقابتی را تعیین می‌کند. همچنین دانش باید روزآمد شود و به‌طور تدریجی قابلیت‌ها را توسعه داده و به عنوان زمینه‌ای برای دستیابی به منافع نسبت به رقبا، مورد استفاده قرار گیرد (سیرمون و همکاران، ۲۰۱۱). نتایج این تحقیق همچنین هم‌راستا با نتایج پژوهش جوان امامی و همکاران (۱۴۰۱)، علیقلی و همکاران (۱۳۹۰) و الدا (۲۰۲۱) است. سرمایه فکری نقش مهمی در تعیین نوآوری دارد. سرمایه فکری منبع مهمی از نوآوری تلقی می‌شود (رحمان و همکاران، ۲۰۲۱). نتایج این تحقیق همچنین هم‌راستا با نتایج پژوهش محمودی و همکاران (۱۴۰۰) و نیواش (۲۰۲۲) است. علاوه‌بر این، مدیریت دانش به‌طور قابل توجهی نوآوری را تعیین می‌کند. نتایج این تحقیق از این رابطه حمایت می‌کند که دانش جدید منجربه نوآوری یک سازمان می‌شود (بارنی، ۱۹۹۱؛ سیرمون و همکاران، ۲۰۱۱). نوآوری تاثیر مثبت و معناداری بر مزیت رقابتی دارد. نتایج این فرضیه همراستا با نتایج پژوهش رحمان و همکاران (۲۰۲۱) و هانا (۲۰۱۳) است. نوآوری به عنوان یک متغیر میانجی در نظر گرفته شده و نشان می‌دهد که به‌طور قابل توجهی بین سرمایه فکری، مدیریت

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

دانش و مزیت رقابتی واسطه می‌شود. نتایج این فرضیه هم‌راستا با نتایج پژوهش دالوند و همکاران (۱۴۰۰)، نیواش و همکاران (۲۰۲۲)، و اوبیدات و همکاران (۲۰۲۱) است. به‌طور کلی، این مطالعه نشان داد که سرمایه فکری و مدیریت دانش به‌طور قابل توجهی مزیت رقابتی و نوآوری را تعیین می‌کنند.

سازمان‌های پیشرفته‌ای که اقتصاد دانش‌محور را مورد پذیرش قرار داده‌اند، باید مهارت خلق، تجمیع و نگهداری دانش خود را تقویت نمایند، تا از طریق آن بتوانند بر قابلیت‌های خود افزوده و مزیت رقابتی به دست بیاورند. یکی از دلایل اصلی پرداختن به سرمایه فکری، ایجاد مزیت رقابتی در سازمان است. شناسایی، بهبود و تقویت سرمایه فکری و ابعاد آن، به عنوان یکی از قابلیت‌های مهم دانشگاه علوم پزشکی شیراز در خلق، ذخیره، تسهیم، کاربرد، و ارزیابی دانش سازمانی، می‌تواند باعث توسعه فعالیت‌های نوآورانه شود. سازمان‌های امروزی برای آنکه بتوانند در پارادایم جدید رقابت میان سازمان‌ها، که فضایی کاملاً رقابتی و دانش‌محور است، به حیات خود ادامه دهند، باید به نوآوری به عنوان یک استراتژی ضروری در عصر کنونی نگاه کنند، تا بتوانند به تغییرات، مناسب‌ترین پاسخ را بدهند؛ زیرا نوآور بودن در سازمان در برخورد با محیط متلاطم خارجی، که با پیچیدگی و تغییر همراه است، کمک می‌کند. سازمان‌هایی که تاکید بیشتری بر سرمایه‌های فکری دارند، نسبت به دیگر سازمان‌ها نوآورتر هستند؛ زیرا در چنین سازمان‌هایی، به علت وجود سرمایه‌های فکری و استفاده از دانش، یادگیری دانش نیز بیشتر است، که این امر به نوبه خود، ارائه راهکارهای جدید برای انجام امور، و به‌طور کلی نوآوری را درپی خواهد داشت.

۶. پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج فرضیه اول مبنی بر اینکه سرمایه فکری بر نوآوری تاثیر مثبت و معناداری دارد، لذا پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

ـ سازمان، اطلاعات جدید و مهم زیادی را بیاموزد و کسب نماید و کارکنان مهارت‌ها و قابلیت‌های مهم را در سازمان کسب نمایند. کارکنان سازمان در مشاغل و وظایف خاص خود متخصص باشند و ایده‌ها و دانش جدید را توسعه دهند.

با توجه به نتایج فرضیه دوم و پنجم، مبنی بر اینکه مدیریت دانش بر نوآوری و مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد، لذا پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

ـ فرآیندهایی جهت کسب دانش و تبدیل هوش رقابتی به برنامه‌های عملیاتی تدوین گردد.

با توجه به نتایج فرضیه سوم، مبنی بر اینکه نوآوری بر مزیت رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد، لذا پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

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

ـ نوآوری در مدیریت برنامه‌ها و پروژه‌ها اعمال شده و نوآوری‌های فناورانه براساس تحقیق و بررسی‌های انجام شده مورد بررسی و پذیرش قرار گیرد.

با توجه به نتایج فرضیه ششم و هفتم، مبنی بر اینکه نوآوری نقش میانجی در رابطه بین سرمایه فکری، مدیریت دانش و مزیت رقابتی دارد، لذا پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

ـ تدابیری اندیشیده شود که سازمان از کیفیت برتر نسبت به رقبا برخوردار گردد و خدماتی متمایز از سایر رقبا ارائه دهد.

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

منـــابـــع

آفرند، س.، بهبودی، ا. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر نوآوری زنجیره تأمین بر مزیت رقابتی از طریق قابلیت انعطاف‌پذیری و قابلیت مدیریت مخاطرات؛ بررسی نقش روابط عرضه‌کننده و خریدار. *اندیشه آماد*، ۲۱(۸۳): ۱۷۵-۱۹۴.

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): ۳۷۳-۴۰۴.

حجازی، ر.، رامشه، م. (۱۳۹۲). بررسی روابط میان استراتژی تمایز، نوآوری و سیستم‌های کنترل مدیریت. *دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت*، ۲(۷): ۶۱-۷۳.

حسین‌زاده شهری، م.، شاهینی، ص. (۱۳۹۷). تاثیر قابلیت پویا و نوآوری بر مزیت رقابتی. *کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۱۰(۱۹): ۱۲۳-۱۴۱.

حسینی، ا.، شمس، ف. (۱۳۹۳). تاثیر رفتار سازمانی مثبت و نوآوری باز بر بهبود مزیت رقابتی. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۲۳(۷۵): ۱۳۸-۱۵۹.

خجسته‌پور، ع.ر.، آل داود، س.ح.، صائمی صدیق، ح. (۱۳۹۰). فرآیند مدیریت دانش برای نوآوری دائمی. *کار و جامعه*، شماره ۱۳۹: ۴۵-۵۹.

خوراکیان، ع.ر.، کدخدا، ن.، ملازاده یزدانی، ب. (۱۳۹۶). بررسی نقش سرمایه فکری بر رفتار نوآورانه با تاکید بر نقش میانجی‌گری اشتراک دانش (مطالعه موردی: پژوهشکدهٔ هوا خورشید). *مدیریت نوآوری*، ۶(۱): ۱۰۱-۱۳۴.

دالوند، و.، سپهوند، ر.، نظرپوری، ا.ه. (۱۴۰۰). اثر سرمایه فکری روی مزیت رقابتی و عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری و فرهنگ یادگیری اعضای هیأت علمی دانشگاه لرستان. *رشد فناوری*، ۶۹(۱۸): ۳۴-۴۵.

داوری، ع.، رضازاده، آ. (۱۳۹۲). *مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS*. تهران: جهاد دانشگاهی.

ربیعی‌مندجین، م.ر.، رمضانی‌میمی، م. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با تاکید بر نقش واسطه‌ای نوآوری فناوری در سازمان زیباسازی شهر تهران. *مدیریت شهری و روستایی*، ۴۸(۱۸): ۱۸۲-۱۹۷.

سیف‌اللهی، ن.، ابراهیمی خراجو، و. (۱۴۰۱). واکاوی نقش تعدیل‌گری مدیریت دانش در رابطه سرمایه‌های فکری و مزیت رقابتی برند: با تمرکز بر نقش میانجی ارزش برند (نمونه پژوهش: هتل‌های اردبیل). *مدیریت دانش سازمانی*، ۴(۱۵): ۱۵۱-۱۸۲.

علیقلی، م.، بازایی، ق.، عسکری ماسوله، س. (۱۳۹۰). نقش مدیریت دانش و سرمایه‌های فکری در کسب مزیت رقابتی. *مدیریت کسب‌وکار*، ۳(۹): ۲۴۰-۲۶۹.

قلیچ لی، ب.، میرزایی، ف.، رحمتی، ح. (۱۳۹۶). تأثیر سرمایه فکری در ظرفیت نوآوری و مزیت رقابتی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. *چشم‌انداز مدیریت صنعتی*، ۷(۳): ۱۰۵-۱۲۶.

محمدی لرد، ع. (۱۳۸۸). *فرایندهای تحلیل شبکه‌ای و سلسله مراتبی*. تهران: انتشارات البرز فردانش.

محمودی، ع.ر.، زارعی، ع.، فامیل روحانی، ع.ا. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر سرمایه‌های فکری بر نوآوری، با میانجی‌گری مدیریت دانش در کتابخانه‌های عمومی ایران. *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۷(۳): ۱۷-۶۰.

ملکی مین باش رزگاه، م.، کهیاری حقیقت، ا. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر نوآوری بازاریابی بر استراتژی رقابتی کسب‌وکار (مورد مطالعه: خوشه قطعات خودرو شهرک‌های صنعتی استان سمنان). *نوآوری و ارزش‌آفرینی*، ۵(۹).

وقفی، س.ح.، حسینی، س.ا.، کشوری، ف. (۱۴۰۱). تاثیر استراتژی رهبری هزینه و تمایز بر ریسک شرکت با تاکید بر نقش مدیریت ریسک و سرمایه فکری. *پژوهشنامه بازرگانی*، ۲۶(۱۰۴): ۱۵۷-۱۸۰.

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

References

Afrand, S. & Behboodi, O. (2023). Investigating the Impact of Supply Chain Innovation on Competitive Advantage through Flexibility and Risk Management Capability; Investigating the role of supplier and buyer relations. *Logistics Thought*, 21(83): 175-194. https://doi.org/10.22034/lot.2023.1269262.1211 [in persian]

Aldosari, S.A.M. (2023). Retracted article: The relationship between leaders' mastery of tacit knowledge management skills and the achievement of competitive advantage at universities. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 13(1): 142-160.

Aligholi, M., Bazaei, Q. & Askari Masuleh, S. (2011). The role of knowledge management and intellectual capital in gaining competitive advantage. *Business Management*, 3(9): 240-269. [in persian]

Andreeva, T. & Kianto, A. (2011). Knowledge processes, knowledge-intensity and innovation: a moderated mediation analysis. *Journal of knowledge management*, 15(6): 1016-1034.

Asiaei, K. & Bontis, N. (2020). Translating knowledge management into performance: the role of performance measurement systems. *Management Research Review*, 43(1): 113-132.

Barão, A., de Vasconcelos, J.B., Rocha, Á. & Pereira, R. (2017). A knowledge management approach to capture organizational learning networks. *International Journal of Information Management*, 37(6): 735-740.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1): 99-120.

Barney, J.B. & Arikan, A.M. (2005). *The resource-based view: origins and implications.* The Blackwell handbook of strategic management: 123-182.

Beard, D.W. & Dess, G.G. (1981). Corporate-level strategy, business-level strategy, and firm performance. *Academy of management Journal*, 24(4): 663-688.

Bontis, N., Chua Chong Keow, W. & Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of intellectual capital*, 1(1): 85-100.

Camisón, C. & López A.V. (2011). Non-technical innovation: Organizational memory and learning capabilities as antecedent factors with effects on sustained competitive advantage. *Industrial Marketing Management*, 40(8): 1294-1304.

Dalvand, V., Sepahvand, R. & Nazarpuri, A.H. (1400). The effect of intellectual capital on competitive advantage and organizational performance with the mediating role of innovation and promotion culture of academic staff members of Lorestan University. *Journal of science and technology parks & incubators*, 69(18): 34-45. [in persian]

Davari, A. & Rezazadeh, A. (2012). *Modeling of structural equations with PLS software*. Tehran: Jihad Davanghi. [in persian]

Distanont, A. & Khongmalai, O. (2018). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1): 15-21.

Easterby-Smith, M. & Prieto, I.M. (2008). Dynamic capabilities and knowledge management: an integrative role for learning? *British journal of management*, 19(3): 235-249.

Elda, R.P., Patrisia, D. & Linda, M.R. (2021). *The Impact of Intellectual Capital and Knowledge Management on Competitive Advantage.* In: Sixth Padang International Conference on Economics

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

Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2020) (pp. 480-487). Atlantis Press.

Enzing, C.M., Batterink, M.H., Janszen, F.H. & Omta, S.W.F. (2011). Where innovation processes make a difference in products' short-and long-term market success. *British Food Journal*, 113(7): 812-837.

Ghlichlee, B., Mirzaei, F. & Rahmate, H. (2017). Effect of Intellectual Capital on Innovation Capacity and Competitive Advantage in SME's. *Journal of Industrial Management Perspective*, 7(3): 105-126. [in persian]

Giampaoli, D., Ciambotti, M. & Bontis, N. (2017). Knowledge management, problem solving and performance in top Italian firms. *Journal of Knowledge Management*, 21(2): 355-375.

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). Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. *Organization science*, 7(4): 375-387.

Hana, U. (2013). Competitive advantage achievement through innovation and knowledge. *Journal of competitiveness*, 5(1): 82-96.

Hejazi, R. & Ramsheh, M. (2013). Exploring the Relationships between Strategy, Innovation, and Management Control Systems. *Journal of Management Accounting and Auditing Knowledge*, 2(7): 61-73. [in persian]

Hosseini, A. & Shams, F. (2014). The impact of Positive Organizational Behavior and Open Innovation on Improving the Competitive Advantage. *Management Studies in Development and Evolution*, 23(75): 138-159. [in persian]

Hosseinzadeh Shahri, M. & Shahini, S. (2018). The impact of Dynamic Capability and Innovation Capability on Competitive Advantage. *Journal of Business Administration Researches*, 10(19): 123-141. [in persian]

Hulland, J. (1999). Use of partial least squres in stratgic management research: A review of four recent studies. *Stratgic management journal*, 20(2): 20- 195.

Hurley, R.F. & Hult, G.T.M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3): 42-54.

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. https://doi.org/10.22091/stim.2021.7000.1604 [in persian]

Khojastepour, A.R., Ale Davoud, S.H. & Saemi Sediq, H. (2011). knowledge management process for continuous innovation. *Work and Society*, No.139: 45-59. [in persian]

Khorakian, A.R., Kadkhoda, N. & Mollazadeh Yazdani, B. (2018). Investigating the Effect of Intellectual Capital on Innovative Behavior through the Role of Knowledge Sharing as a Mediator (Case of Sun-Air Research Institute). *Innovation Management Journal*, 6(1): 101-134. [in persian]

Kogut, B. & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization science*, 3(3): 383-397.

Labitzke, G., Svoboda, S. & Schultz, C. (2014). The role of dedicated innovation functions for

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

innovation process control and performance–an empirical study among hospitals. *Creativity and Innovation Management*, 23(3): 235-251.

Lee, H. & Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: An integrative view and empirical examination. *Journal of management information systems*, 20(1): 179-228.

Mahmoudi, A.R., Zarei, A. & Famil Rouhani, A. A. (2021). Investigating the Impact of Intellectual Capitals on Innovation, Mediated by Knowledge Management in Iranian Public Libraries. *Sciences and Techniques of Information Management*, 7(3): 17-60. https://doi.org/10.22091/stim.2020.5943.1440 [in persian]

Majchrzak, A., Cooper, L.P. & Neece, O.E. (2004). Knowledge reuse for innovation. *Management science*, 50(2): 174-188.

Maleki Min Bash Rozgah, M. & Kehiari Haqit, A. (2015). Investigating the effect of marketing innovation on competitive business strategy) case of study: auto parts cluster of industrial towns of Semnan province. *Innovation and value creation quarterly*, 5(9). [in persian]

Mao, H., Liu, S., Zhang, J. & Deng, Z. (2016). Information technology resource, knowledge management capability, and competitive advantage: The moderating role of resourcecommitment. *International Journal of Information Management*, 36(6): 1062-1074.

Meihami, B. & Meihami, H. (2014). Knowledge Management a way to gain a competitive advantage in firms (evidence of manufacturing companies). *International letters of social and humanistic sciences*, 3(14): 80-91.

Mohammadi Lord, A. (1388). *Network and Hierarchical Analysis Processes*. Tehran: Alborz Fardanesh Publications. [in persian]

Moss, S. Prosser, H. Costello, H. Simpson, N. Patel, P. Rowe, S. & Hatton, C. (1998) "Reliability and Validity of the PAS-ADD Checklist for Detecting Psychiatric Disorders in Adults with Intellectual Disability." *Journal of Intellectual Disability Research*, 42(2): 173-183.

Muhammed, S. & Zaim, H. (2020). Peer knowledge sharing and organizational performance: the role of leadership support and knowledge management success. *Journal of Knowledge Management*, 24(10): 2455-2489.

Niwash, M.N.K., Cek, K. & Eyupoglu, S.Z. (2022). Intellectual Capital and Competitive Advantage and the Mediation Effect of Innovation Quality and Speed, and Business Intelligence. *Sustainability*, 14(6): 3497.

Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.

Obeidat, U., Obeidat, B., Alrowwad, A., Alshurideh, M., Masadeh, R. & Abuhashesh, M. (2021). The effect of intellectual capital on competitive advantage: The mediating role of innovation. *Management Science Letters*, 11(4): 1331-1344.

Payal, R., Ahmed, S. & Debnath, R.M. (2019). Impact of knowledge management on organizational performance: An application of structural equation modeling. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 49: 510-530.

Rabie Mandjin, M.R. & Ramezani Mimi, M. (1395). Investigating the effect of knowledge management on competitive advantage with emphasis on the mediating role of technological innovation in Tehran beautification organization. *Urban and rural management*, 48(18): 182-197.

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

[in persian]

Rehman, S.U., Elrehail, H., Alsaad, A. & Bhatti, A. (2021). Intellectual capital and innovative performance: a mediation-moderation perspective. *Journal of Intellectual Capital*, 23(5).

Rivard, S. & Huff, S.L. (1988). Factors of success fro end user computing. *Communication of the ACM*, 31(5): 552-570.

Roos, J., Edvinsson, L. & Dragonetti, N.C. (1997). *Intellectual capital: Navigating the new business landscape*. Springer.

Sabherwal, R. & Becerra-Fernandez, I. (2003). An empirical study of the effect of knowledge management processes at individual, group, and organizational levels. *Decision sciences*, 34(2): 225-260.

Sabherwal, R. & Sabherwal, S. (2005). Knowledge management using information technology: Determinants of short-term impact on firm value. *Decision sciences*, 36(4): 531-567.

Seifollahi, N. & Ebrahimi Kharajo, V. (2022). Analyzing the Moderating Role of Knowledge Management in Relation to Intellectual Capital and Brand Competitive Advantage: Focusing on the Mediating Role of Brand Value (Case Study: Ardebil Hotels). *Scientific Journal of Strategic Management of Organizational Knowledge*, 4(15): 151-182. [in persian]

Sirmon, D.G., Hitt, M.A., Ireland, R.D. & Gilbert, B.A. (2011). Resource orchestration to create competitive advantage: Breadth, depth, and life cycle effects. *Journal of management*, 37(5): 1390-1412.

Subramaniam, M. & Youndt, M.A. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management journal*, 48(3): 450-463.

Vaghfi, S.H., Hosseini, S.E. & Keshvari, F. (2022). Investigating the Effect of Cost Management and Differentiation Strategies on Company Risk, with Emphasis on the Role of Intellectual Capital and Risk Management. *Iranian Journal of Trade Studies*, 26(104): 157-180. [in persian]

Venkitachalam, K. & Willmott, H. (2017). Strategic knowledge management—Insights and pitfalls. *International Journal of Information Management*, 37(4): 313-316.

Vinzi, V.E., Chin, W.W., Henseler, J. & Wang, H. (Eds.) (2010) *Handbook of Par-Tial Least Squares: Concepts, Methods and Applications*. London, New York: Dordrecht.

Wang, Z. & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert systems with applications*, 39(10): 8899-8908.

Wu, J. & Chen, X. (2012). Leaders' social ties, knowledge acquisition capability and firm competitive advantage. *Asia Pacific Journal of Management*, 29(2): 331-350.

Wu, W.Y., Chang, M.L. & Chen, C.W. (2008). Promoting innovation through the accumulation of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation. *R&d Management*, 38(3): 265-277.

Yaseen, S.G., Dajani, D. & Hasan, Y. (2016). The impact of intellectual capital on the competitive advantage: Applied study in Jordanian telecommunication companies. *Computers in Human Behavior*, No.62: 168-175.

Zerenler, M., Hasiloglu, S.B. & Sezgin, M. (2008). Intellectual capital and innovation performance: empirical evidence in the Turkish automotive supplier. *Journal of technology management & innovation*, 3(4): 31-40.

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