

## **Predicting the impact of knowledge management on organizational value creation with emphasis on the mediating role of organizational creativity (Case of study: Qom province)**

Hamidreza Mahmoodi

Ph.D Student, Information Science and Knowledge Studies, Tarbiat Modares University/Tehran/Iran. hamidreza8520@gmail.com. 0000-0002-6121-5588.

Alireza Khosravi

MSC, Information Science and Knowledge Studies, Birjand University/ Birjand /Iran. [alireza74.kh@chmail.ir](mailto:alireza74.kh@chmail.ir).

۰۰۰۹-۰۰۰۰-۱۰۷۰-۷۹۱۶

Nazila Mehrabi

\*Corresponding Author, Ph.D Student, Information Science and Knowledge Studies, Tarbiat Modares University/Tehran/Iran. nazila.mehrabi1214@gmail.com. 0000-0003-2805-0301.

### **Abstract**

**Objective:** Attention to the concept of knowledge management has increased as one of the basic factors of organizational development. Knowledge management not only helps to benefit from the knowledge and experience of people in the organization, but also plays a very important role in developing innovative processes, improving organizational performance, and improving internal and external communications. In this context, the relationship between knowledge management and organizational value creation has been considered as an issue. This research was conducted with the aim of investigating the effect of knowledge management on organizational value creation and the mediating role of organizational creativity in this regard

**Method:** In terms of the purpose of application, in terms of information gathering, the present research is a document library research that uses field techniques, and in terms of the descriptive type, it is a survey that was carried out with a correlational method and with a quantitative approach. In this research, three questionnaires (two researcher-made and one pre-made) were used to collect information. To measure the validity of the organizational value creation questionnaire and the organizational creativity questionnaire of this research, content validity was used, which was confirmed by knowledge management experts. For the validity of the knowledge management questionnaire, confirmatory factor analysis and convergent validity have been reported as appropriate. Cronbach's alpha was also used to measure reliability, which was 0.91 for the creative value questionnaire, 0.076 for the organizational creativity questionnaire, and 0.91 for the knowledge management questionnaire. This research was done with the help of structural equation modeling method and using Pearson tests, linear regression, and path analysis. 40 employees of public libraries in Qom province were selected by snowball sampling and formed the statistical community of this research. Lisrel software was used for data analysis.

**Findings:** The findings show that the dimensions of knowledge management, as important factors, are positively and significantly related to organizational value creation. In fact, %<sup>Δ</sup> of changes in the organizational value creation variable are predicted by knowledge management dimensions; Also, the relationship between knowledge management and organizational creativity was investigated, and these two variables have a positive and significant relationship.

investigated the relationship between organizational creativity and organizational value creation, it was also confirmed by the Pearson correlation test. The mediating role of organizational creativity in the effect of knowledge management on organizational value creation was confirmed by path analysis

**Conclusion:** Knowledge management has a central role in creating value and predicting organizational performance, and organizational creativity as a mediating variable strengthens this relationship. The existence of a strong correlation between knowledge management and organizational creativity, as well as the positive results of creativity on value creation, emphasizes that investing in cultivating creative environments and effective knowledge management can lead to innovation and sustainable competitive advantage. This research helps organizations to form their management and strategies with a more accurate understanding of these relationships and as a result, achieve organizational value creation.

**Keywords:** knowledge management, value creation, organizational creativity, structural equations

# پیش بینی تاثیر مدیریت دانش بر ارزش آفرینی سازمانی با تاکید بر نقش میانجی خلاقیت سازمانی (مورد مطالعه: استان قم)

حمیدرضا محمودی

دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: [hamidreza8520@gmail.com](mailto:hamidreza8520@gmail.com) - 0000-0002-6121-5588

علیرضا خسروی

کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران. رایانامه: [alireza74.kh@chmail.ir](mailto:alireza74.kh@chmail.ir)

۰۰۰۹-۰۰۰۵-۱۵۷۵-۷۹۱۶

نازیلا محرابی

\*نویسنده مسئول، کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: [nazila.mehrabi1214@gmail.com](mailto:nazila.mehrabi1214@gmail.com)  
0000-0003-2805-0301

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۱۰/۱۵  
تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۷  
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۴

## چکیده

**هدف:** توجه به مفهوم مدیریت دانش به عنوان یکی از عوامل اساسی توسعه سازمانی افزایش یافته است. مدیریت دانش نه تنها به بهره‌مندی از دانش‌ها و تجربیات افراد در سازمان کمک می‌کند، بلکه در توسعه فرآیندهای نوآورانه، ارتقاء عملکرد سازمانی و بهبود ارتباطات داخلی و خارجی نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. در همین سیاق، ارتباط بین مدیریت دانش و ارزش آفرینی سازمانی به عنوان یک مسئله مورد توجه قرار گرفته است. این تحقیق با هدف بررسی تأثیر مدیریت دانش بر ارزش آفرینی سازمانی و نقش میانجی خلاقیت سازمانی در این رابطه انجام شده است.

**روش:** پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر گردآوری اطلاعات، پژوهشی کتابخانه‌ای-اسنادی است که از تکنیک‌های میدانی، و از نظر نوع توصیفی-پیمایشی است که به روش همبستگی، و با رویکردی کمی انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش سه پرسشنامه (دو محقق ساخته و یک از پیش ساخته) استفاده گردید. برای سنجش روایی پرسشنامه‌های ارزش آفرینی سازمان و پرسشنامه خلاقیت سازمانی این پژوهش از روایی محتوایی بهره برده شد که توسط خبرگان مدیریت دانش تایید گردید. برای روایی پرسشنامه مدیریت دانش روش تحلیل عاملی تاییدی و روایی همگرا مناسب گزارش شده است. برای سنجش پایایی نیز از آلفای کرونباخ استفاده شد که برای پرسشنامه ارزش آفرینی ۰/۹۱، برای پرسشنامه خلاقیت سازمانی ۰/۰۷۶، و برای پرسشنامه مدیریت دانش ۰/۹۱ گزار شد. این پژوهش با کمک روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و با استفاده از آزمون‌های پیرسون، رگرسیون خطی، و تحلیل مسیر انجام شده است. ۴۰

نفر کارکنان کتابخانه‌های عمومی استان قم به صورت نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند و جامعه آماری این پژوهش را تشکیل داد. نرم‌افزار لیزرل جهت تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

**یافته‌ها:** یافته‌ها نشان می‌دهد که ابعاد مدیریت دانش، به عنوان عوامل مهم، به‌طور مثبت و معنادار با ارزش‌آفرینی سازمانی مرتبط هستند. در واقع، ۸۷ درصد از تغییرات متغیر ارزش‌آفرینی سازمانی به وسیله ابعاد مدیریت دانش پیش‌بینی می‌شود؛ همچنین ارتباط بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی را مورد بررسی قرار گرفت که این دو متغیر دارای یک رابطه مثبت و معنادار هستند. ارتباط بین خلاقیت سازمانی و ارزش‌آفرینی سازمانی را بررسی می‌کرد، نیز توسط آزمون همبستگی پیرسون تأیید شد. به نقش واسطه‌ای خلاقیت سازمانی در تأثیر مدیریت دانش بر ارزش‌آفرینی سازمان می‌پرداخت، توسط تحلیل مسیر تأیید شد.

**نتیجه‌گیری:** مدیریت دانش نقش محوری در ایجاد ارزش و پیش‌بینی عملکرد سازمانی دارد و خلاقیت سازمانی به عنوان یک متغیر میانجی، این رابطه را تقویت می‌کند. وجود همبستگی قوی بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی، و همچنین نتایج مثبت خلاقیت بر ارزش‌آفرینی، تأکید می‌کند که سرمایه‌گذاری در پرورش محیط‌های خلاق و مدیریت دانش موثر، می‌تواند به نوآوری و مزیت رقابتی پایدار منجر شود. این تحقیق به سازمان‌ها کمک می‌کند تا با فهم دقیق‌تری از این ارتباطات مدیریت و استراتژی‌های خود را شکل دهند و به عنوان نتیجه، به ارزش‌آفرینی سازمانی دست یابند.

**کلیدواژه‌ها:** مدیریت دانش، ارزش‌آفرینی، خلاقیت سازمانی، معادلات ساختاری

نشر شده

## مقدمه و بیان مساله

امروزه، سرمایه دانش و خردمندی تنها راه ایجاد ثروت در سازمان‌ها و جوامع است. سرمایه طبیعی و انسانی زمانی به ثروت تبدیل می‌شوند که با سرمایه دانش آمیخته و عجین شده باشد ( غلامی و بهرام‌نژاد، ۲۰۱۷). در عصر حاضر سازمان‌ها برای بقا و موفقیت در محیط‌های رقابتی، نیازمند بهره‌گیری از منابع و دارایی‌های خود به نحوی موثر و کارآمد هستند. یکی از مهم‌ترین منابع و دارایی‌های سازمان‌ها، دانش است. دانش به عنوان یک دارایی ناملموس، می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا محصولات و خدمات جدیدی تولید کنند، فرایندهای خود را بهبود بخشند و به طور کلی، ارزش بیشتری برای مشتریان خود ایجاد کنند. در واقع دانش تنها منبعی در سازمان است که در اثر استفاده، نه تنها از ارزش آن کاشته نشده، بلکه بر ارزش آن نیز افزوده می‌گردد (گاسلر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸). با توجه به نقش مهم و کلیدی دانش در سازمان‌ها نیاز است که به درستی مدیریت شود. مدیریت صحیح دانش سبب دسترسی به تجارب، دانش، مهارت‌هایی می‌شود که در مجموع توانایی‌های جدید، قدرت اجرایی عملیات پیشتر، تشویق خلاقیت و نوآوری، شیوه به کار بردن بهتر دانش موجود سازمان و استفاده بهتر از دانش در فرآیند تجارت روز به روز را در سازمان ایجاد می‌کند ( هسکل<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). در دهه‌های اخیر، مفهوم مدیریت دانش به عنوان یکی از ابزارهای حیاتی برای توسعه و رشد سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفته است. مدیریت دانش نه تنها به انتقال اطلاعات و دانش در سازمان می‌پردازد، بلکه به کاربرد بهینه و ارتقا دانش در فرآیندها و تصمیم‌گیری‌های سازمانی نیز توجه دارد. در این سناریو، ارتباط مستقیم میان مدیریت دانش و ارزش‌آفرینی سازمانی به عنوان هدف اصلی به چشم می‌خورد. با توجه به اهمیت مدیریت دانش در تحول و تعالی سازمانی، این مساله مورد توجه قرار می‌گیرد که مدیریت دانش می‌تواند تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر ارزش‌آفرینی سازمانی داشته باشد و این تاثیر چگونه می‌تواند از طریق خلاقیت سازمانی بهبود پیدا کند. بررسی این مساله نیازمند تبیین روابط میان متغیرهای مختلفی از جمله مدیریت دانش، خلاقیت سازمانی، و ارزش‌آفرینی سازمانی نیاز دارد. یکی از جوانب مهم در این تحقیق، نقش میانجی

<sup>1</sup> Glaser

<sup>2</sup> Haskel

خلاقیت سازمانی در ارتباط بین مدیریت دانش و ارزش آفرینی سازمانی است. تعیین نقش خلاقیت سازمانی به عنوان یک متغیر میانجی امکان فهم عمیق تری از تاثیر مدیریت دانش بر ارزش آفرینی سازمانی را به ما می دهد. این تحقیق با هدف بررسی این ارتباطات و تاثیرات، به تدقیق در روابط بین مدیریت دانش، خلاقیت سازمانی، و ارزش آفرینی سازمانی می پردازد. از این رو، نتایج این تحقیق نه تنها می توانند به سازمان ها کمک کنند تا مدیریت دانش خود را بهبود بخشند بلکه با دست یافتن به اطلاعات بیشتر درباره نقش خلاقیت، مسیری بهینه برای ایجاد ارزش در سازمان را شناسایی کنند. ارزش آفرینی سازمانی فرآیندی است که طی آن سازمان ارزشی برای مشتریان، سهامداران و سایر ذینفعان ایجاد می کند. ارزش آفرینی سازمانی می تواند از طریق افزایش بهره وری، بهبود کیفیت، توسعه محصولات و خدمات جدید و افزایش رضایت مشتریان حاصل شود. همچنین خلاقیت سازمانی فرآیندی است که طی آن سازمان ها راه حل های جدید و نوآورانه ای برای مشکلات و چالش های خود ایجاد می کنند. با توجه به مطالب ذکر شده، می توان گفت که مدیریت دانش می تواند به سازمان ها کمک کند تا خلاقیت خود را افزایش دهند و در نتیجه، ارزش بیشتری برای مشتریان خود ایجاد کنند. با توجه به اینکه مدیریت دانش به عنوان یک رویکرد کلان به بهره گیری از دانش ها و تجربیات در سازمان مورد توجه قرار گرفته است. ارتقا سطح دانش داخلی و به روز رسانی فرآیندهای مدیریت دانش می تواند به سازمان کمک کند تا از بهترین دانش ها و روش ها بهره مند شود. مدیریت دانش با فراهم کردن زیرساخت ها و امکانات مورد نیاز برای به اشتراک گذاری دانش و ایجاد فرهنگی مبتنی بر دانش در سازمان، می تواند خلاقیت سازمانی را بهبود بخشد. ارتقا توانمندی سازمانی نیز می تواند یکی دیگر از موارد مورد اهم باشد. همچنین بهینه سازی عملکرد سازمانی و افزایش بهره وری، توسعه فرهنگ دانش محور، افزایش انعطاف پذیری در مواجهه با تغییرات محیطی، تسهیل در نوآوری سازمانی، کاهش تکرار و اشتباهات، سرعت در تطبیق با تغییرات، ترویج به اشتراک گذاری دانش، افزایش ارتباطات داخلی، استفاده بهینه از منابع، استقرار دانش به عنوان دارایی اصلی را به همراه دارد. همچنین این پژوهش کمک می کند که به سازمان این امکان را بدهند که به عنوان یک سازمان یادگیرنده عمل کنند. ضرورت پژوهش حاضر نیز می تواند در ارتقاء عملکرد سازمانی، افزایش نوآوری سازمانی، بهبود بهره وری سازمانی، افزایش رقابت پذیری سازمانی، تسهیل فرآیندهای یادگیری سازمانی، تقویت توانمندی های کارکنان، افزایش انعطاف پذیری سازمانی، تسهیل فرآیندهای بهره وری دانش، افزایش اعتماد سازمانی، تسهیل انتقال دانش، ارتقاء مهارت های ارتباطی، بهبود فرهنگ سازمانی، افزایش انگیزش و مشارکت کارکنان، تسهیل ایجاد و انتقال دانش تخصصی، ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان، افزایش توانمندی سازمانی در تصمیم گیری، تقویت روابط داخلی و بین وظیفه ای، افزایش انعطاف پذیری سازمانی، ایجاد فرصت های

نوآوری، تسهیل انتقال دانش و تجربیات به صورت مداوم مورد توجه قرار گیرد. مساله اصلی پژوهش حاضر این است که در این پژوهش تلاش می‌شود تا تاثیر مدیریت دانش بر ارزش آفرینی سازمانی با تاکید بر نقش میانجی خلاقیت سازمانی مورد بررسی قرار گیرد.

## فرضیات پژوهش

- فرضیه اول:** ابعاد مدیریت دانش پیش‌بینی کننده ارزش آفرینی سازمان است.
- فرضیه دوم:** بین مولفه‌های مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه سوم:** بین خلاقیت سازمانی و ارزش آفرینی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه چهارم:** خلاقیت سازمانی نقش واسطه‌ای در رابطه میان مدیریت دانش و ارزش آفرینی سازمان دارد.

## پیشینه‌های پژوهش

### پیشینه‌های داخلی

فرجاد و نجار (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با ملاحظه نقش میانجی اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش به صورت مستقیم و غیر مستقیم از طریق اقدامات راهبردی منابع انسانی بر عملکرد سازمانی تاثیر دارد.

مرتضوی و منیریان (۱۳۹۴) در پژوهش خود به بررسی تاثیر مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی پرداختند و نتایج حاصل نشان داد که ابعاد مدیریت دانش شامل تولید و اکتساب دانش، ذخیره و سازماندهی دانش، به اشتراک-گذاری دانش، ارزیابی دانش، به کارگیری دانش بر خلاقیت سازمانی تاثیر گذارند.

استانستی و شعلی‌بر (۱۳۹۹) در پژوهش نشان دادند که بین متغیرهای مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی با بهره‌وری کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. از میان ابعاد مدیریت دانش، بعد ذخیره دانش و از میان ابعاد خلاقیت سازمانی، بعد صلاحیت منابع انسانی بیشترین رابطه را با بهره‌وری کارکنان داشتند.

فرجاد و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود بیان کردند که فرآیندهای مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی و بهره‌وری منابع انسانی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نقش میانجی بهره‌وری منابع انسانی بین فرآیندهای مدیریت دانش و نوآوری سازمانی تایید شد.

مومیوند و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود نشان دادند که بین ابعاد مدیریت دانش شامل کسب دانش، خلق دانش، کاربرد دانش، انتقال دانش، حفظ دانش، نوآوری در مدیریت دانش و مستندسازی نتایج مدیریت دانش با مدیریت خلاقیت و نوآوری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

### پیشینه‌های خارجی

الیدا و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) در پژوهش خود بیان کردند که مدیریت دانش دارای‌های ناملموس است که برای سازمان ارزش ایجاد می‌کند که تولید ارزش در سازمانها نتیجه قدرت دانش در درون مدیریت و در سراسر سازمان، همراه با اطلاعات مربوطه و سرمایه انسانی است. همچنین بیان کردند که سرمایه فکری شامل مواد فکری، دانش، اطلاعات، مالکیت معنوی و تجربه است که می‌تواند برای ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی مورد استفاده قرار گیرد

در پژوهش رحمان و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۹) نشان داده شد که مدیریت دانش و یادگیری سازمانی تاثیر قابل توجهی در عملکرد سازمانی در موسسات آموزش عالی دارد و رابطه معناداری حاکم است و همچنین که مدیریت دانش و یادگیری سازمانی عوامل مهمی در بهبود عملکرد موسسات آموزش عالی در پاکستان هستند.

گلویت و سامسون<sup>۵</sup> (۲۰۲۰) بیان کردند که مدیریت دانش نقش مهمی در ایجاد ارزش از طریق نوآوری در سازمان‌های دانش فشرده دارد و نشان داده شد که مزیت رقابتی در اقتصادهای پیشرفته ناشی از توانایی نوآوری و مدیریت موثر دانش است و بر اهمیت مدیریت دانش به عنوان یک مدیریت ضروری و قابلیت سازمانی برای سازمان‌های دانش فشرده برای رشد و رقابت در محیط‌های پویا تاکید کردند و بیان کردند که توانایی نوآوری سیستماتیک از طریق شیوه‌های مدیریت دانش موثر افزایش می‌یابد.

آشا و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی رابطه مدیریت دانش و عملکرد سازمانی پرداختند و دریافتند که که اعتماد و جو سازمانی تاثیر قابل توجهی بر فرایندهای مدیریت دانش دارد و خود مدیریت دانش نیز به نوبه خود بر عملکرد سازمان تاثیر می‌گذارد.

---

<sup>3</sup> Elida & et al

<sup>4</sup> Rehman & et al

<sup>5</sup> Gloet & Samson

<sup>6</sup> Asha & et al



اینگا اوایلا و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۲۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که ارتباط مستقیمی بین فعالیت های اجتماعی سازی، ترکیبی و درونی سازی و ایجاد ارزش در شرکتهای خرد وجود دارد و رابطه بین بیرونی سازی و ایجاد ارزش معکوس بود. همچنین تأکید می کند که دانش در حال تبدیل شدن به یک پایه محکم برای ایجاد ارزش و منبع سرمایه در شرکت ها است.

صاحبروال و همکاران<sup>۸</sup> (۲۰۲۳) در پژوهش خود دریافتند که دانش مشترک و مکانیسم های بین فردی ارزش درک شده دانش را افزایش می دهد در صورتی که مکانیسم های مبتنی بر فناوری اطلاعات آن را کاهش می دهد.

## استنتاج از پیشینه ها

از پیشینه های ذکر شده می توان نتایج و نکات عمده ای را استخراج کرد که مرتبط با اهمیت مدیریت دانش، نقش آن در ایجاد ارزش برای سازمان ها، تأثیرش بر عملکرد، نوآوری و رقابت پذیری می باشد. اهمیت مدیریت دانش به عنوان دارایی ناملموس می تواند برای سازمان ها ارزش ایجاد کند. با توجه به پیشینه های پژوهشی مذکور، می توان نتیجه گرفت که مدیریت دانش به عنوان یک ابزار اساسی در پیشبرد اهداف سازمانی و خلق مزیت های رقابتی شناخته می شود. این فرایند، که تلفیقی از شناسایی، بهینه سازی و به اشتراک گذاری دانش است، به طور مستقیم و غیر مستقیم بر نوآوری و عملکرد سازمانی تأثیر می گذارد. همجواری این دانش با فرایندهای اجتماعی و انسانی، و همچنین فناوری است که قدرت ایجاد تغییر و تأثیر آن را چند برابر می نماید. اثربخشی مدیریت دانش بسته به قدرت سازمان در برقراری تعادل بین فرایندها و مکانیزم های انسانی و تکنولوژیک برای حداکثر کردن ارزش خلق شده از دانش است. مطالعات پژوهش های موجود نشان داد که در بستر ارزش آفرینی به خلاقیت سازمانی توجهی نشده است. به همین دلیل پژوهش حاضر در صدد آن است که در حوزه تأثیر مدیریت دانش در ارزش آفرینی به خلاقیت سازمانی نیز به عنوان نقش واسطه ای پردازد. چرا که خلاقیت سازمانی نیز به نوبه خود می تواند در ارزش آفرینی نقش کلیدی را به همراه داشته باشد و نیاز است که به این حوزه نیز توجه شود.

## روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر گردآوری اطلاعات، پژوهشی کتابخانه ای-اسنادی است که از تکنیک های میدانی، و از نظر نوع توصیفی-پیمایشی است که به روش همبستگی، و با رویکردی کمی انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش سه پرسشنامه (دو محقق ساخته و یک از پیش ساخته) استفاده گردید. پرسشنامه ارزش آفرینی

7 Inga-Ávila & et al

8 Sabherwal & et al

سازمان: این پرسش نامه توسط پژوهشگر ساخته شده است که پنج بعد نوآوری و خلاقیت (۳ گویه)، رضایت مخاطب (۳ گویه)، تولید درآمد و سود (۲ گویه)، توانایی ایجاد و نگهداری ارتباط (۳ گویه)، استراتژی بازاریابی و برندینگ (۳ گویه) را می‌سنجد. این پرسشنامه ۱۴ گویه دارد که با طیف لیکرت ۵ درجه ای از خیلی کم تا خیلی زیاد درجه بندی شده است. پرسشنامه خلاقیت سازمانی: این پرسشنامه توسط پژوهشگر ساخته شده است که شامل ۱۵ گویه و ۴ بعد اعتقادات و جو سازمانی (۳ گویه)، ابعاد ساختاری نوآوری (۴ گویه)، صلاحیت منابع انسانی (۴ گویه)، مکانیسم‌های نوآوری (۴ گویه) است. همان طور که گفته شد این پرسشنامه ۱۵ گویه دارد که با طیف لیکرت ۵ درجه ای از خیلی کم تا خیلی زیاد درجه بندی شده است. پرسشنامه مدیریت دانش: این پرسشنامه توسط شرون لاوسن (۲۰۰۳) تهیه شده است که شش بعد دانش آفرینی (۴ گویه)، جذب دانش (۴ گویه)، سازماندهی دانش (۴ گویه)، ذخیره دانش (۴ گویه)، انتشار دانش (۴ گویه) و به کارگیری دانش (۴ گویه) را می‌سنجد. این پرسشنامه ۲۴ گویه دارد که با طیف لیکرت ۵ درجه ای از خیلی کم تا خیلی زیاد درجه بندی شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه‌های پرسشنامه ارزش آفرینی سازمان و پرسشنامه خلاقیت سازمانی این پژوهش از روایی محتوایی بهره برده شد که توسط خبرگان مدیریت دانش تایید گردید. معیار انتخاب خبرگان موضوعی نیز داشتن مدرک دکتری و نگارش حداقل سه مقاله در زمینه مدیریت دانش بوده است. و پایایی پرسشنامه ارزش آفرینی سازمان ۰/۹۱ به دست آمده است. و پایایی پرسشنامه ساختار سازمانی آن ۰/۷۵ به دست آمده است. برای روایی پرسشنامه مدیریت دانش روش تحلیل عاملی تاییدی و روایی همگرا مناسب گزارش شده است و همچنین آلفای کرونباخ کل پرسشنامه ۰/۹۱ گزارش شده است. (لوسن، ۲۰۰۳). این پژوهش با کمک روش مدلسازی معادلات ساختاری و با استفاده از آزمون‌های پیرسون، رگرسیون خطی، و تحلیل مسیر انجام شده است. کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی استان قم جامعه آماری پژوهش حاضر را تشکیل دادند. ۴۰ نفر از کارکنان نهاد کتابخانه‌های عمومی استان قم به صورت نمونه‌گیری گلوله برفی انتخاب شدند. در این مرحله جهت تعیین حجم نمونه از تکنیک اشباع عددی استفاده شده است. در این روش میانگین ۱۰ پرسشنامه گرفته می‌شود و عدد به دست آمده ثبت می‌شود. مجدداً ۱۰ پرسشنامه دیگر اضافه می‌گردد و مجدداً میانگین گرفته می‌شود. اگر میانگین کمتر از ۰/۵ واحد اختلاف داشت یعنی داده‌ها اشباع شده است. جهت اطمینان بیشتر یک بار دیگر نیز ۱۰ پرسشنامه به پرسشنامه‌های قبلی اضافه می‌گردد و مجدداً میانگین گرفته می‌شود. در این پژوهش داده‌ها در دور دوم به اشباع رسید. با این حال یک دور دیگر ۱۰ پرسشنامه اضافه شد و تغییر ناچیز میانگین، اشباع داده‌ها را نشان داد. نرم‌افزار لیزرل جهت تحلیل داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

## یافته‌های پژوهش

### آزمون فرضیه‌های پژوهش

**فرضیه اول:** متغیر مدیریت دانش بر روی متغیر ارزش آفرینی سازمان به طور معناداری اثر می‌گذارد.

به منظور بررسی این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون و آزمون آماری تحلیل رگرسیون چندگانه به روش هم‌زمان استفاده شد و ابعاد مدیریت دانش (دانش آفرینی، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش) به عنوان متغیرهای پیش‌بین و ارزش آفرینی سازمان به عنوان متغیر ملاک در نظر گرفته شدند. نتایج آن در جدول‌های ۱-۱، ۲-۱، ۳-۱، ۴-۱ و ۵-۱ نمایش داده شده است.

جدول (۱-۱) ضرایب همبستگی بین ابعاد مدیریت دانش و ارزش آفرینی

ارزش آفرینی سازمان				متغیر
معنادار؟	سطح معنی داری	ضریب همبستگی	تعداد	
بله	۰/۰۰۰	۰/۸۴۰	۳۰۰	دانش آفرینی
بله	۰/۰۰۰	۰/۸۷۱	۳۰۰	جذب دانش
بله	۰/۰۰۰	۰/۸۴۲	۳۰۰	سازماندهی دانش
بله	۰/۰۰۰	۰/۸۲۳	۳۰۰	ذخیره دانش
بله	۰/۰۰۰	۰/۸۹۹	۳۰۰	انتشار دانش
بله	۰/۰۰۰	۰/۸۹۳	۳۰۰	به کارگیری دانش

با توجه به نتایج جدول ۱-۱، بین متغیرهای پیش‌بین (دانش آفرینی، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش) با متغیر ملاک (ارزش آفرینی) همبستگی وجود داشت و از نظر آماری در سطح ۰/۰۵ معنادار بود.

جدول (۲-۱) خلاصه مدل رگرسیون چندگانه هم‌زمان

خطای استاندارد	اصلاح شده $R^2$	$R^2$	R
۰/۴۲۶	۰/۸۷	۰/۸۷	۰/۹۳

نتایج جدول ۱-۲ نشان می‌دهد که مقدار ضریب تعیین ( $R^2$ ) در مدل مذکور برابر با ۰/۸۷ بود. به این معنی که ۸۷ درصد از تغییرات متغیر ارزش آفرینی توسط مؤلفه‌های مدیریت دانش پیش‌بینی می‌شود.

جدول (۳-۱) تحلیل واریانس ANOVA در رگرسیون هم‌زمان

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	مدل
۰/۰۰۰	۳۴۲/۹۳	۶۲/۳۹	۶	۳۷۴/۳۷	رگرسیون
		۰/۱۸	۲۹۳	۵۳/۳۱	باقی مانده
			۲۹۹	۴۲۷/۶۸	کل

یافته‌های جدول ۱-۳ نشان‌دهنده آن است که با توجه به نتایج آزمون تحلیل واریانس ( $f=۳۴۲/۹۳$ ) و سطح معناداری ( $p=۰/۰۰۰$ ) مدل رگرسیون اجرا شده به طور معناداری تغییرات متغیر ملاک (ارزش آفرینی) را پیش‌بینی می‌کند و حکایت از تأیید مدل رگرسیونی دارد.

جدول (۴-۱) ضریب تأثیر متغیرها در رگرسیون هم‌زمان

سطح معناداری	تآماره	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		مدل
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۱	۳/۴۴		۰/۰۷۴	۰/۲۵۳	مقدار ثابت
۰/۳۷۱	۰/۸۹	۰/۰۵۰	۰/۰۴۹	۰/۰۴۴	دانش آفرینی
۰/۰۹۳	۱/۶۸	۰/۱۱۳	۰/۰۶۰	۰/۱۰۱	جذب دانش
۰/۰۰۰	۵/۳۰	۰/۲۲۵	۰/۰۴۱	۰/۲۱۹	سازماندهی دانش
۰/۴۷۵	۰/۷۱	۰/۰۳۳	۰/۰۴۶	۰/۰۳۳	ذخیره دانش
۰/۰۰۰	۴/۰۵	۰/۲۷۱	۰/۰۶۹	۰/۲۷۹	انتشار دانش

۰/۰۰۰	۵/۵۲	۰/۳۰۸	۰/۰۵۹	۰/۲۹۶	به کارگیری دانش
-------	------	-------	-------	-------	-----------------

مندرجات جدول ۱-۴ نشان گر میزان تأثیر متغیرهای مستقل (دانش آفرینی، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش) بر متغیر وابسته (ارزش آفرینی) است. ضرایب رگرسیونی استاندارد به دست آمده (Beta) نشان می دهد که به کارگیری دانش قوی ترین پیش بینی کننده ارزش آفرینی است همچنین براساس معناداری t به این نتیجه می رسیم که مولفه های سازماندهی دانش (میزان بتای آن آفرینی به اندازه ۰/۲۲۵ و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است)، انتشار دانش (میزان بتای آن به اندازه ۰/۲۷۱ و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است) و به کارگیری دانش (میزان بتای آن به اندازه ۰/۳۰۸ و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است). به تنهایی و با کنترل عوامل دیگر می توانند ارزش آفرینی را پیش بینی کنند.

**فرضیه دوم:** بین مولفه های مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به دست آمده از این آزمون در جدول ۱-۵ نمایش داده شده است.

جدول (۱-۵) نتایج آزمون همبستگی متغیرهای مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی

خلاقیت سازمانی				متغیر
معنادار؟	سطح معنی داری	ضریب همبستگی	تعداد	
بله	۰/۰۰۰	۰/۹۰۰	۳۰۰	مدیریت دانش

با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، ضریب همبستگی ( $r=0.900$ ) و سطح معناداری ( $P=0.000$ ) بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود داشت.

**فرضیه سوم:** بین خلاقیت سازمانی و ارزش آفرینی رابطه معناداری وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین خلاقیت سازمانی و ارزش آفرینی، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به دست آمده از این آزمون در جدول ۶-۱ نمایش داده شده است.

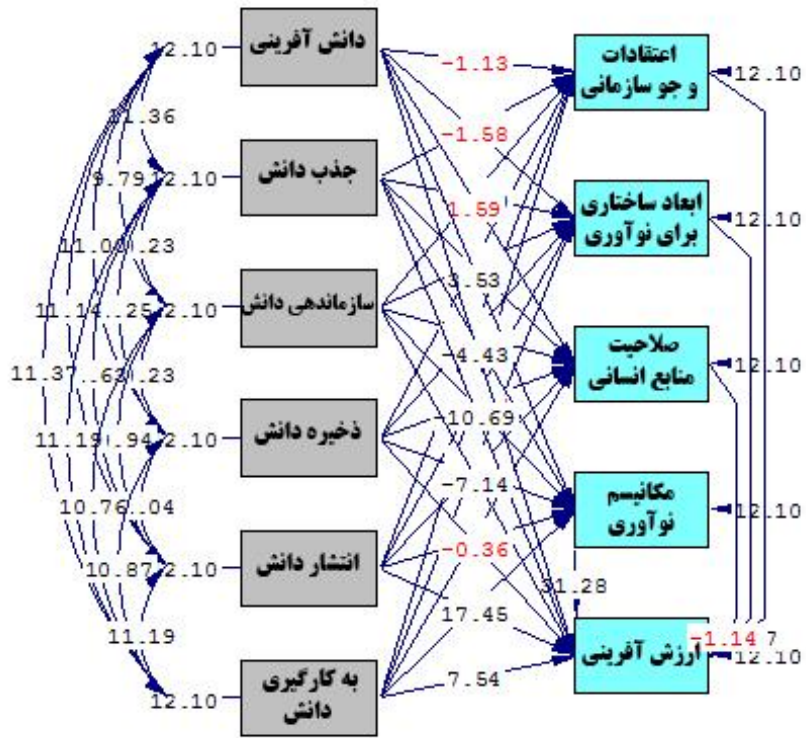
جدول (۶-۱) نتایج آزمون همبستگی متغیرهای خلاقیت سازمانی و ارزش آفرینی

ارزش آفرینی				متغیر
معنادار؟	سطح معنی داری	ضریب همبستگی	تعداد	
بله	۰/۰۰۰	۰/۹۲۲	۳۰۰	خلاقیت سازمانی

با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، ضریب همبستگی ( $r= ۰/۹۲۲$ ) و سطح معناداری ( $P=۰/۰۰۰$ ) بین خلاقیت سازمانی و ارزش آفرینی رابطه مثبت و معنادار وجود داشت.

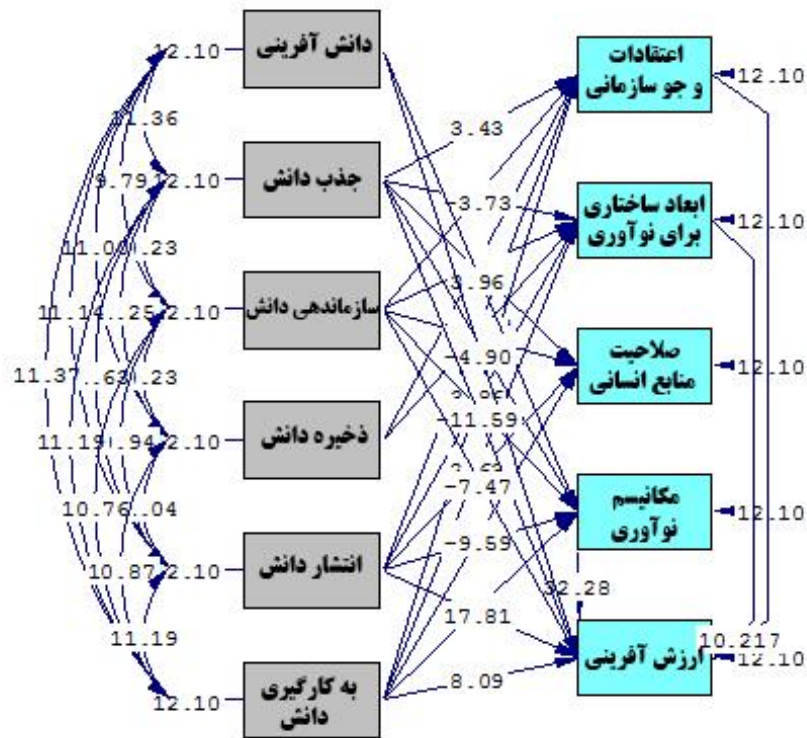
#### فرضیه چهارم: خلاقیت سازمانی نقش واسطه‌ای در رابطه میان مدیریت دانش و ارزش آفرینی سازمان دارد.

برای بررسی این فرضیه با استفاده از نرم‌افزار «لیزرل» اقدام به تحلیل مسیر شد که در آن مولفه های مدیریت دانش (دانش آفرینی، جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش) به عنوان متغیر مستقل، مولفه های خلاقیت سازمانی (اعتقادات و جو سازمانی، ابعاد ساختاری برای نوآوری، صلاحیت منابع انسانی و مکانیسم نوآوری) به عنوان متغیر میانجی و ارزش آفرینی سازمانی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد. و  $t$ -value تمام مسیرها مورد بررسی قرار گرفت و به دنبال آن ضریب مسیر مستقیم تمامی مسیرهایی که در سطح  $۰/۰۵$  رابطه معنادار داشتند بررسی شد. همچنین ضریب مسیر غیر مستقیم، ضریب مسیر کل و شاخص های برازش، ریشه میانگین مجذورات تقریب (RMSEA)، شاخص نیکویی برازش (GFI)، شاخص تعدیل شده برازندگی (AGFI) و  $p$ -value محاسبه شد.



اولیه مسیرهای مدل t-value (۱-۱) شکل

دیرپایش نشده



مسیرهای مدل مفهومی پژوهش t-value (۲-۱) شکل

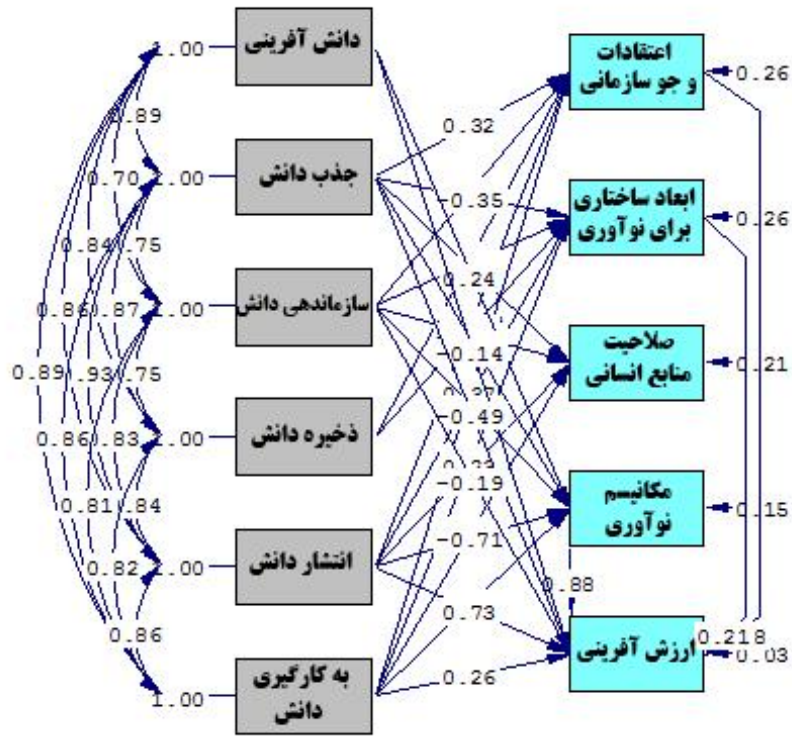
به منظور بررسی برازش مدل مورد نظر از شاخص های p-value، شاخص ریشه میانگین مجذورات تقریب (RMSEA)، شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص تعدیل شده برازندگی (AGFI) استفاده شد.

جدول (۷-۱) شاخص های برازش

مقدار ملاک	برازش مدل	شاخص های برازشی
< ۰/۰۵	۰/۰۰۰	p-value
> ۰/۰۵	۰/۳۷۵	RMSEA
> ۰/۹	۰/۹۱	GFI
> ۰/۹	۰/۹۳	AGFI

با توجه به شاخص های برازش جدول (۸-۱) نتیجه گیری می شود که مدل مورد نظر از برازش قابل قبولی برخوردار است.





شکل (۳-۱) ضریب مسیرهای مدل مفهومی پژوهش

جدول (۸-۱) نتایج تحلیل مسیر مدل مفهومی پژوهش

t-values	R <sup>2</sup>	ضریب کل	ضریب غیر مستقیم	ضریب مستقیم	متغیر ملاک	متغیر پیش بین
۳/۴۳	۰/۶۷			۰/۳۲	اعتقادات و جو سازمانی	جذب دانش
-۴/۶۵				-۰/۲۷	اعتقادات و جو سازمانی	سازماندهی دانش
۶/۲۸				۰/۴۰	اعتقادات و جو سازمانی	ذخیره دانش
-۳/۰۹				۰/۲۹	اعتقادات و جو سازمانی	انتشار دانش
۹/۶۷				۰/۶۶	اعتقادات و جو سازمانی	به کارگیری دانش
-۳/۷۳	۰/۷۶			-۰/۳۵	ابعاد ساختاری برای	جذب دانش

					نوآوری	
۶/۰۸				۰/۳۶	ابعاد ساختاری برای نوآوری	سازماندهی دانش
۵/۵۲				۰/۳۵	ابعاد ساختاری برای نوآوری	ذخیره دانش
۳/۸۲				۰/۳۷	ابعاد ساختاری برای نوآوری	انتشار دانش
۲/۷۰				۰/۱۸	ابعاد ساختاری برای نوآوری	به کارگیری دانش
۳/۹۳	۰/۷۹			۰/۳۱	صلاحیت منابع انسانی	جذب دانش
-۳/۹۱				-۰/۲۱	صلاحیت منابع انسانی	سازماندهی دانش
۲/۶۳				۰/۲۳	صلاحیت منابع انسانی	انتشار دانش
۹/۰۰				۰/۵۶	صلاحیت منابع انسانی	به کارگیری دانش
۳/۹۶	۰/۷۶			۰/۲۴	مکانیسم نوآوری	دانش آفرینی
۱۲/۹۸				۰/۹۱	مکانیسم نوآوری	جذب دانش
۶/۶۰				۰/۳۰	مکانیسم نوآوری	سازماندهی دانش
-۹/۵۹				-۰/۷۱	مکانیسم نوآوری	انتشار دانش
۳/۴۱				۰/۲۱	مکانیسم نوآوری	به کارگیری دانش
-۴/۹۰	۰/۸۴	۰/۰۷	۰/۲۱	-۰/۱۴	ارزش آفرینی	دانش آفرینی
-۱۱/۵۹		۰/۱۴	۰/۶۵	-۰/۴۹	ارزش آفرینی	جذب دانش
-۷/۴۷		۰/۲۱	۰/۴۰	-۰/۱۹	ارزش آفرینی	سازماندهی دانش
۲/۳۲		-۰/۰۴	-۰/۰۴	۰	ارزش آفرینی	ذخیره دانش
۱۷/۸۱		۰/۲۶	-۰/۴۷	۰/۷۳	ارزش آفرینی	انتشار دانش
۸/۰۹		۰/۲۹	۰/۰۳	۰/۲۶	ارزش آفرینی	به کارگیری دانش
-۱۴/۱۷				-۰/۲۸	ارزش آفرینی	اعتقادات و جو سازمانی
۱۰/۲۱				۰/۲۱	ارزش آفرینی	ابعاد ساختاری برای نوآوری
۳۲/۲۸				۰/۸۸	ارزش آفرینی	مکانیسم نوآوری

با توجه به شاخص های برازندگی که نشان دهنده برازش مطلوب مدل پیشنهادی با داده های حاصل از پژوهش بود می توان نتیجه گرفت که فرضیه پژوهش در این مدل تایید شد. به عبارتی با توجه به شکل (۱-۳) و جدول (۱-۱۰) جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش پیش بینی کننده بعد اعتقادات و جو سازمانی خلاقیت سازمانی است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر  $0/32$ ،  $-0/27$ ،  $0/40$ ،  $0/29$  و  $0/66$  است که نشان می دهد به کارگیری دانش بیشترین قدرت پیشبینی کنندگی بعد اعتقادات و جو سازمانی خلاقیت سازمانی را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/67$ ) نشان می دهد که مولفه های مدیریت دانش به تنهایی به میزان ۶۷ درصد قدرت پیش بینی کنندگی بعد اعتقادات و جو سازمانی خلاقیت سازمانی را دارند. همچنین  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با  $3/43$ ،  $-4/65$ ،  $6/28$ ،  $-3/09$  و  $9/67$  است که قدر مطلق تمامی آنها بیشتر از  $1/96$  است که نشان دهنده معنادار بودن این روابط است.

جذب دانش، سازماندهی دانش، ذخیره دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش پیش بینی کننده بعد ابعاد ساختاری برای نوآوری خلاقیت سازمانی است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر  $-0/35$ ،  $0/36$ ،  $0/35$  و  $0/37$  و  $0/18$  است که نشان می دهد انتشار دانش بیشترین قدرت پیشبینی کنندگی بعد ابعاد ساختاری برای نوآوری خلاقیت سازمانی را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/76$ ) نشان می دهد که مولفه های مدیریت دانش به تنهایی به میزان ۷۶ درصد قدرت پیش بینی کنندگی بعد ابعاد ساختاری برای نوآوری خلاقیت سازمانی را دارند. همچنین  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با  $-3/73$ ،  $6/08$ ،  $5/52$ ،  $3/82$  و  $2/70$  است که قدر مطلق تمامی آنها بیشتر از  $1/96$  است که نشان دهنده معنادار بودن این روابط است.

جذب دانش، سازماندهی دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش پیش بینی کننده بعد صلاحیت منابع انسانی خلاقیت سازمانی است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر  $0/31$ ،  $-0/21$ ،  $0/23$  و  $0/56$  است که نشان می دهد به کارگیری دانش بیشترین قدرت پیشبینی کنندگی بعد صلاحیت منابع انسانی خلاقیت سازمانی را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/79$ ) نشان می دهد که مولفه های مدیریت دانش به تنهایی به میزان ۷۹ درصد قدرت پیش بینی کنندگی بعد صلاحیت منابع انسانی خلاقیت سازمانی را دارند. همچنین  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با  $3/93$ ،  $-3/91$ ،  $2/63$  و  $9/00$  است که قدر مطلق تمامی آنها بیشتر از  $1/96$  است که نشان دهنده معنادار بودن این روابط است.

دانش آفرینی، جذب دانش، سازماندهی دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش پیش بینی کننده بعد مکانیسم نوآوری خلاقیت سازمانی است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر  $0/24$ ،  $0/91$ ،  $0/30$ ،  $-0/71$  و  $0/21$  است که نشان

می دهد جذب دانش بیشترین قدرت پیشبینی کنندگی بعد مکانیسم نوآوری خلاقیت سازمانی را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/76$ ) نشان می دهد که مولفه های مدیریت دانش به تنهایی به میزان ۷۶ درصد قدرت پیش بینی کنندگی بعد مکانیسم نوآوری خلاقیت سازمانی را دارند. همچنین  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با ۳/۹۶، ۱۲/۹۸، ۶/۶۰، ۹/۵۹- و ۳/۴۱ است که قدر مطلق تمامی آنها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان دهنده معنادار بودن این روابط است.

دانش آفرینی، جذب دانش، سازماندهی دانش، انتشار دانش، به کارگیری دانش، اعتقادات و جو سازمانی، ابعاد ساختاری برای نوآوری و مکانیسم نوآوری پیش بینی کننده ارزش آفرینی سازمان است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر با ۰/۱۴-، ۰/۴۹-، ۰/۱۹-، ۰/۷۳، ۰/۲۶، ۰/۲۸، ۰/۲۱ و ۰/۸۸ است که نشان می دهد مکانیسم نوآوری بیشترین قدرت پیشبینی کنندگی ارزش آفرینی را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/84$ ) نشان می دهد که مولفه های مذکور به تنهایی به میزان ۸۴ درصد قدرت پیش بینی کنندگی ارزش آفرینی را دارند. همچنین  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر ۴/۹۰-، ۱۱/۵۹-، ۷/۴۷-، ۱۷/۸۱، ۸/۰۹، ۱۴/۱۷-، ۱۰/۲۱ و ۳۲/۲۸ است که قدر مطلق آنها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان دهنده معنادار بودن این روابط است.

دانش آفرینی از طریق مکانیسم نوآوری بر ارزش آفرینی اثر می گذارد و ضریب مسیر غیر مستقیم آن برابر با ۰/۲۱ و ضریب مسیر کل آن برابر با ۰/۰۷ است. همچنین  $t$ -value این رابطه برابر با ۴/۹۰- است که قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان دهنده معنادار بودن این رابطه است.

جذب دانش از طریق اعتقادات و جو سازمانی، ابعاد ساختاری برای نوآوری، و مکانیسم نوآوری بر ارزش آفرینی اثر می گذارد و ضریب مسیر غیر مستقیم آن برابر با ۰/۶۵ و ضریب مسیر کل آن برابر با ۰/۱۴ است. همچنین  $t$ -value این رابطه برابر با ۱۱/۵۹- است که قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان دهنده معنادار بودن این رابطه است.

سازماندهی دانش از طریق اعتقادات و جو سازمانی، ابعاد ساختاری برای نوآوری و مکانیسم نوآوری بر ارزش آفرینی اثر می گذارد و ضریب مسیر غیر مستقیم آن برابر با ۰/۴۰ و ضریب مسیر کل آن برابر با ۰/۲۱ است. همچنین  $t$ -value این رابطه برابر با ۷/۴۷- است که قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان دهنده معنادار بودن این رابطه است.

ذخیره دانش از طریق اعتقادات و جو سازمانی و ابعاد ساختاری برای نوآوری بر ارزش آفرینی اثر می گذارد و ضریب مسیر غیر مستقیم آن برابر با  $0/04$  - و ضریب مسیر کل آن برابر با  $0/04$  - است. همچنین  $t$ -value این رابطه برابر با  $2/32$  است که قدر مطلق آن بیشتر از  $1/96$  است که نشان دهنده معنادار بودن این رابطه است.

انتشار دانش از طریق اعتقادات و جو سازمانی، ابعاد ساختاری برای نوآوری و مکانیسم نوآوری بر ارزش آفرینی اثر می گذارد و ضریب مسیر غیر مستقیم آن برابر با  $0/47$  - و ضریب مسیر کل آن برابر با  $0/26$  است. همچنین  $t$ -value این رابطه برابر با  $17/81$  است که قدر مطلق آن بیشتر از  $1/96$  است که نشان دهنده معنادار بودن این رابطه است.

به کارگیری دانش از طریق اعتقادات و جو سازمانی، ابعاد ساختاری برای نوآوری و مکانیسم نوآوری بر ارزش آفرینی اثر می گذارد و ضریب مسیر غیر مستقیم آن برابر با  $0/03$  و ضریب مسیر کل آن برابر با  $0/29$  است. همچنین  $t$ -value این رابطه برابر با  $8/09$  است که قدر مطلق آن بیشتر از  $1/96$  است که نشان دهنده معنادار بودن این رابطه است.

## بحث و نتیجه گیری

مدیریت دانش به عنوان یک عامل راهبردی و کلیدی در محیط کسب و کارها، به منظور بهبود عملکرد و افزایش توانمندی‌ها و ارزش آفرینی سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفته است. تفهیم و بهره‌مندی از دانش به عنوان یک منبع اساسی برای ایجاد ارزش و تعیین سطح رقابتی سازمان‌ها، نقش مهمی در تدوین راهبردها و تصمیم‌گیری‌های راهبردی ایفا می‌کند. این راهبرد با نهایت هدف، ایجاد و ارتقاء ارزش آفرینی سازمانی می‌باشد. در این پژوهش به دنبال آن بودیم که چگونه مدیریت دانش می‌تواند بر ارزش آفرینی سازمانی تأثیر بگذارد و آیا خلاقیت سازمانی نقش میانجی در این رابطه دارد یا خیر. با توجه به اینکه مدیریت دانش نقش بسیار مهمی را در سازمان‌ها برعهده دارد. نیاز است که بررسی شود که ابعاد مدیریت دانش پیش‌بینی کننده ارزش آفرینی سازمان است یا خیر. براساس یافته‌های به دست آمده می‌توان استنباط کرد که ابعاد مدیریت دانش به عنوان متغیرهای مستقل، توانسته‌اند به طور قابل توجهی،  $87$  درصد از تغییرات متغیر وابسته یعنی ارزش آفرینی سازمانی را پیش‌بینی کنند. این مقدار بالا نشان دهنده تأثیر گسترده‌ای است که مدیریت دانش در ایجاد ارزش برای سازمان‌ها دارد. همچنین از بین ابعاد مختلف مدیریت دانش که مورد بررسی قرار گرفت، سه بُعد به کارگیری دانش، انتشار دانش و سازماندهی دانش به نظر می‌رسد که نقش مهمی در پیش‌بینی ارزش آفرینی دارند. این ابعاد می‌توانند به عنوان عوامل کلیدی در برنامه‌ریزی استراتژیک و اقدامات مدیریتی مد نظر قرار گیرند. با توجه به موارد مذکور می‌توان گفت که سیاست‌گذاری‌ها

و اقدامات مربوط به مدیریت دانش در توسعه و افزایش ارزش آفرینی سازمانی نقش مؤثری دارند و باید به عنوان یک عنصر اساسی در توسعه سازمانی در نظر گرفته شوند. بنابراین می‌توان گفت که در سازمان‌ها، توسعه و پیشرفت در ابعاد مختلف مدیریت دانش، به ویژه در سازماندهی دانش، انتشار دانش و به کارگیری دانش، می‌تواند بهبود قابل ملاحظه‌ای در ارزش آفرینی سازمانی به دنبال داشته باشد. این یافته‌ها بر اهمیت استراتژیک مدیریت دانش در سازمان‌ها و نقش برجسته آن در ایجاد ارزش برای سازمان اشاره دارد. بنابراین، این پژوهش نه تنها اهمیت مدیریت دانش را در ارتقاء عملکرد سازمانی تأیید می‌کند، بلکه ابعاد خاص این مدیریت نیز مشخص شده‌اند که در پیش‌بینی ارزش آفرینی سازمان دارای تأثیر قابل توجهی هستند. بر اساس آزمون همبستگی پیرسون که برای سنجش وجود و قدرت رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی انجام شده است، می‌توان این چنین بیان کرد که با توجه به ضریب همبستگی بسیار بالا و سطح معناداری بسیار کم، می‌توان با اطمینان گفت که یک رابطه مثبت و قوی بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی وجود دارد. به این معنی که بهبود و تقویت مدیریت دانش در سازمان می‌تواند به افزایش خلاقیت سازمانی منجر شود. همچنین سازمان‌ها باید در نظر داشته باشند که اجرای استراتژی‌های مدیریت دانش نه تنها به انتقال و کاربرد بهتر دانش کمک می‌کند، بلکه می‌تواند عاملی تعیین‌کننده در ترویج و حمایت از خلاقیت در درون سازمانی باشد. این امر می‌تواند منجر به نوآوری‌های مهم، بهبود فرآیندها و در نهایت ارزش آفرینی بیشتر برای سازمان شود. بر اساس آزمون همبستگی پیرسون که برای مطالعه وجود و قدرت رابطه بین خلاقیت سازمانی و ارزش آفرینی انجام شده است، نشانگر این است که یک رابطه مثبت و بسیار قوی میان خلاقیت سازمانی و ارزش آفرینی وجود دارد. این نشان می‌دهد که سطح بالاتری از خلاقیت در محیط کار می‌تواند به بهبود عملکرد سازمان و افزایش ارزش آن کمک کند. این یافته‌ها سازمان‌ها را تشویق می‌کنند که در راستای تقویت و حمایت از خلاقیت در میان کارمندان سرمایه‌گذاری کنند، چرا که این امر می‌تواند مستقیماً به ارزش آفرینی سازمانی منجر شود. به این ترتیب، خلاقیت سازمانی به عنوان یک عنصر حیاتی در استراتژی‌های توسعه و بهبود عملکرد شناسایی می‌شود که در نهایت ارزش بیشتری را برای ذینفعان سازمان به ارمغان می‌آورد. علاوه بر موارد بیان شده خلاقیت سازمانی نقش واسطه‌ای در رابطه میان مدیریت دانش و ارزش آفرینی سازمان دارد و به این مورد نیز پرداخته شده است. براساس یافته‌های به دست آمده می‌توان چنین استنتاج کرد که مولفه‌های مختلف مدیریت دانش به صورت مستقیم بر ارزش آفرینی سازمانی تأثیر مثبت دارند. همچنین، خلاقیت سازمانی نقش واسطه‌ای موثر در ارتباط بین مدیریت دانش و ارزش آفرینی سازمانی دارد. بر اساس این نتایج، سازوکارهای نوآوری و جذب دانش از طریق اعتقادات و جو سازمانی، ابعاد ساختاری برای نوآوری، ذخیره دانش و انتشار دانش نیز به عنوان مسیرهای واسطه‌ای تاثیرگذار شناخته شده‌اند. می‌توان ادعا کرد که خلاقیت سازمانی نه تنها به عنوان یک عامل مداخله‌ای مهم در ارتباط میان مدیریت دانش و ارزش آفرینی سازمانی عمل کرده است بلکه این نقش

واسطه‌ای توسط سازوکارهای نوآوری و جذب دانش از طریق اعتقادات و جو سازمانی، ابعاد ساختاری برای نوآوری، ذخیره دانش و انتشار دانش پویا شده است. این یافته‌ها می‌توانند به سازمان‌ها در طراحی راهبردهای بهینه برای افزایش ارزش آفرینی از طریق بهبود مدیریت دانش و تحریک خلاقیت کمک کنند. بنابراین این نتایج نشان می‌دهد که خلاقیت سازمانی نقش واسطه‌ای مهمی در رابطه بین مدیریت دانش و ارزش آفرینی سازمانی دارد. به عبارت دیگر، خلاقیت سازمانی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تأثیر مهمی بر ارزش آفرینی سازمانی دارد. همچنین بیانگر این است که عوامل مختلف مدیریت دانش، از جمله دانش آفرینی، جذب دانش، سازماندهی دانش، انتشار دانش و به‌کارگیری دانش، تأثیر مستقیمی بر ارزش آفرینی دارند و همچنین خلاقیت سازمانی نقش واسطه‌ای در این رابطه دارد. بنابراین، این تحقیق تأکید می‌کند که خلاقیت سازمانی از اهمیت بسزایی در ارتقاء ارزش آفرینی سازمانی برخوردار است. ارتقاء این مولفه می‌تواند بهبود قابل توجهی در عملکرد و ارزش آفرینی سازمانی داشته باشد. این نتایج می‌تواند سازمان‌ها را تشویق کند تا بهبود فرآیندها و شرایطی را فراهم کنند که خلاقیت سازمانی را ترویج و تقویت کنند، زیرا این امر می‌تواند به بهبود عملکرد و ارزش آفرینی سازمانی کمک کند. در کل می‌توان گفت که این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت دانش نقش محوری در ایجاد ارزش و پیش‌بینی عملکرد سازمانی دارد و خلاقیت سازمانی به‌عنوان یک متغیر میانجی، این رابطه را تقویت می‌کند. وجود همبستگی قوی بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی، و همچنین نتایج مثبت خلاقیت بر ارزش آفرینی، تأکید می‌کند که سرمایه‌گذاری در پرورش محیط‌های خلاق و مدیریت دانش موثر، می‌تواند به نوآوری و مزیت رقابتی پایدار منجر شود. این تحقیق به سازمان‌ها کمک می‌کند تا با فهم دقیق‌تری از این ارتباطات مدیریت و استراتژی‌های خود را شکل دهند و به‌عنوان نتیجه، به ارزش آفرینی سازمانی دست یابند. مرور پیشینه‌های ذکر شده نشان داد که در پژوهش فرجاد و نجار (۱۳۹۲) به نقش منابع انسانی در تحقق پتانسیل مدیریت دانش اشاره شده است در این پژوهش نیز بیان شد که در تحقق عملکرد مدیریت دانش نیز خلاقیت سازمانی می‌تواند مورد توجه و بررسی قرار گیرد و همچنین یافت‌ها نشان دادند که تأثیر مثبتی حاکم است. بنابراین نقطه اشتراک این دو پژوهش این است که در تحقق امر و پتانسیل مدیریت دانش می‌توان از عوامل میانجی نیز استفاده کرد. مرتضوی و منیریان (۱۳۹۴) نیز در پژوهش خود دریافتند که برای ارتقای خلاقیت می‌توان برخی از ابعاد مدیریت دانش را تقویت کرد در صورتی که در پژوهش حاضر نشان داده شد که خلاقیت می‌توان به‌عنوان یک عامل واسطه در ارزش آفرینی سازمانی می‌تواند نقش کلیدی را داشته باشد. در پژوهش استانستی و شعلی‌بر (۱۳۹۹) نیز نشان داده شد که بین متغیرهای مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی رابطه معناداری وجود دارد که با پژوهش حاضر هماهنگی دارد. زیرا در این پژوهش نیز به رابطه معناداری بین مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی اشاره شده است. فرجاد و همکاران (۱۴۰۰) و مومیوند و همکاران (۱۴۰۰) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که فرآیندهای مدیریت دانش به‌طور مثبت و معناداری نوآوری سازمانی و

بهره‌وری منابع انسانی را افزایش می‌دهد و همچنین ابعاد متفاوت مدیریت دانش به طور چشمگیری بر مدیریت خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد که با یافته‌های پژوهش حاضر هماهنگی و همخوانی دارند. در پژوهش‌های الیدا و همکاران (۲۰۱۸) و رحمان و همکاران (۲۰۱۹) و گلوت و سامسون (۲۰۲۰) نیز نشان داده شد که مدیریت دانش به عنوان یک فرآیند مدیریتی از دارایی‌های ناملموس سازمانی عمل می‌کند که برای خلق ارزش و حفظ مزیت رقابتی اساسی است و در یادگیری و نوآوری سازمانی نقش موثری دارد با یافته‌های پژوهش حاضر همخوانی دارد. زیرا این پژوهش نیز نشان داد که بین خلاقیت، ارزش آفرینی و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری حاکم است. و در نهایت در پژوهش‌های اینگا اوپلا و همکاران (۲۰۲۳) و صابحروال و همکاران (۲۰۲۳) نشان داده شد که دانش نه تنها در فرایندهای اجتماعی‌سازی و درونی‌سازی برای ایجاد ارزش در شرکت‌ها نقش دارد و همچنین دانش مشترک و رویکردهای بین فردی می‌تواند ارزش درک شده دانش را افزایش دهد که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد و در این پژوهش بیان شد که باعاد مدیریت دانشی می‌تواند در ارزش آفرینی سازمانی نقش موثر و مفیدی را داشته باشد. در کل می‌توان گفت که مدیریت دانش به عنوان یک بستر سازمانی - با تأکید بر فرآیندهای کسب دانش، تبادل، ذخیره‌سازی و کاربرد دانش - تأثیر قابل توجهی بر افزایش خلاقیت، نوآوری و بهره‌وری در سازمان‌ها دارد. این امر با حضور مستقیم و غیرمستقیم عواملی نظیر منابع انسانی و اعتماد سازمانی تقویت می‌شود، که نهایتاً به ارتقای عملکرد سازمانی و حفاظت از مزیت رقابتی منجر می‌شوند.

## پیشنهادات

- ایجاد و تقویت پلتفرم‌هایی مانند انجمن‌های بحث و تبادل اطلاعات درون سازمانی، به منظور تسهیل تبادل دانش و تجارب بین کارکنان.
- تدارک دیدن جلسات آموزشی مرتب با موضوع نوآوری و خلاقیت سازمانی برای کارکنان در تمام سطوح.
- فراهم آوردن امکانات مالی و حمایتی برای پرورش ایده‌های خلاقانه کارکنان و اجرای پایلوت طرح‌های نوآورانه.
- انجام ارزیابی‌های دوره‌ای برای شناسایی موانع در فرآیند ارتقاء دانش و خلاقیت در سازمان
- استفاده از داده‌ها و تحقیقات میدانی برای سازمان‌دهی بهتر برنامه‌های مدیریت دانش و ارتقاء خلاقیت در سازمان.

## سپاسگزاری

بدین وسیله از معاونت پژوهشی دانشگاه تربیت مدرس به خاطر فراهم نمودن امکان پژوهش قدردانی می‌شود. همچنین از تمامی عزیزانی که در این پژوهش ما را یاری نمودند، تقدیر و تشکر نمایند.



## منابع و ماخذ

- استانستی، صدف؛ شعلی، بر، افسانه. (۱۳۹۹). بررسی رابطه مدیریت دانش و خلاقیت سازمانی با بهره‌وری کارکنان (مطالعه‌ی نیروگاه بخار ایرانشهر). پژوهش‌های مدیریت عمومی. ۱۲(۴۶)، ۳۰۵-۳۲۸.
- رجبی فرجاد، حاجیه؛ مطیعان‌نجان، مجید. (۱۳۹۷). تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با ملاحظه نقش میانجی اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۳۳(۱۰)، ۱۹۱-۲۱۴.
- رجبی فرجاد، حاجیه؛ میرسپاسی، نیلوفر؛ نادری مهربانی، کمال. (۱۴۰۰). تأثیر فرآیندهای مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی با نقش میانجی بهره‌وری منابع انسانی. دو ماهنامه علمی-پژوهشی رهیافتی‌نودر مدیریت آموزشی، ۱۲(۱)، ۱-۱۴.
- مرتضوی، مهدی؛ منیریان، فرزانه. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر مدیریت دانش بر خلاقیت سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان شرکت مخابرات استان همدان). فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۷(۲۰)، ۲۷-۳۸.
- مومیوند، حجت‌اله؛ نوری، جلال؛ اسکندری، احمدرضا؛ اخوان، پیمان. (۱۴۰۰). بررسی رابطه بین مدیریت دانش و خلاقیت و نوآوری در یک سازمان نظامی. فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، ۱۹(۴۵)، ۴۹-۶۰.
- doi: 10.22034/jtd.2021.247994

Ali Gholi, M., Bahramnejad, P., (2017). The Impact of Knowledge Management on Human Resource Productivity, Management Studies Quarterly, 3 (1), spring 2017, 458-475.

Asha, S , Thomas., M , Saleem, S ., Mehwish, M , Farooq, S . (۲۰۲۲). Nexus of knowledge management and organizational performance: a cross-country study of China and Pakistan higher educational institutes. Kybernetes, doi: ۱۰.۱۱۰۸/k-۰۷۶۸-۲۰۲۱-۰۸.

Elida, A , Taborda. (۲۰۱۸). El poder del conocimiento y de la información como generador de valor en las organizaciones. ۳(۱): ۲۰۱۰

Glaser, R., (1998), Measuring the Knower: toward a Theory of Knowledge Equity, California Management Review, Vol. 40, No. 3, P: 175-194.

Haskel, E., Thew, J. J., (2010), Engagement and the Chiara Criscuolo, activities of firms, International journal of industrial Organization, vol, 28. Issue2. p. 191

Khalid, R ., Shadi, U , Khan., A, Javed. (۲۰۱۹). Linking Knowledge Management with Organizational Performance through Organizational Learning: Evidence from Higher Education Institutions in Pakistan. ۴(۴):۳۲۷-۳۱۹. doi: ۱۰.۳۱۷۰۳/GRR.۲۰۱۹(IV-IV).۳۵

M., Inga-Ávila., R., Churampi-Cangalaya., M., Inga-Aliaga., Wagner, Vicente-Ramos., Wiliam, Rodríguez-Giraldez. (۲۰۲۳). Value generation and knowledge management in Peruvian microenterprises. Uncertain Supply Chain Management, ۱۱(۲):۷۵۴-۷۴۳. doi: ۱۰.۵۲۶۷/j.uscm.۲۰۲۳.۱.۰۰۶

Marianne, G ., Danny, S . (۲۰۲۰). Creating Value Through Knowledge Management and Systematic Innovation Capability. doi: ۱-۲۳۰۰-۷۹۹۸-۱-۹۷۸/۱۰.۴۰۱۸.CH۰۰۱.

Mortazavi, M ; Moniriyani, F . (2014). Investigating the impact of knowledge management on organizational creativity (case study: employees of Hamadan province telecommunications company). *Development and Transformation Management Quarterly*, 7(20), 27-38. ( in Persian).

Momiwand, H . E ; light, glory; Eskandari, A. d ; Akhwan, P . (2020 ). Investigating the relationship between knowledge management and creativity and innovation in a military organization. *Industrial Technology Development Quarterly*, 19(45), 49-60( in Persian).

Rajiv, S ., Zachary, R., Steelman., I , Becerra-Fernandez. (۲۰۲۳). Knowledge management mechanisms and common knowledge impacts on the value of knowledge at individual and organizational levels. *International Journal of Information Management*, doi: ۱۰.۱۰۱۶/j.ijinfomgt.۲۰۲۳.۱۰۲۶۶۰

Rajabifarjad, Hajiya; Matiyani-Najjar, Majid. (2017). The effect of knowledge management on organizational performance considering the mediating role of strategic actions of human resource management. *Human Resource Management Research*, 33(10), 191-214( in Persian).

Rajabi Farjad, Hajieh; Mirspasi, Niloufer; Rare kindness, perfection. (2020). The effect of knowledge management processes on organizational innovation with the mediating role of human resources productivity. *Bimonthly scientific research journal of new approach in educational management*, 12(1), 1-14. ( in Persian)

Stansty, Saadaf ; Shaolibar, Afsana. (2019). Investigating the relationship between knowledge management and organizational creativity with employee productivity (Study of Iranshahr Steam Power Plant). *Public management research*. 12(46), 305-328( in Persian) .

Toffler, A., (1990), *Power Shift: Knowledge, Wealth and Violence at the Edge of the 21 century*, New York: Bantam Books.