



### Link Between Knowledge-Based Value Management and Process Efficiency with Competitiveness as a Mediator

**Hamid Reza Mahmoodi** 

Ph.D. Candidate, Department of Knowledge & Information Science, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: Hamidreza8520@gmail.com

**Mohammad Hassan Zadeh** 

\*Corresponding author, Professor, Department of Knowledge & Information Science, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: hasanzadeh@modares.ac.ir

**Atefeh Sharif** 

Assistant Professor, Department of Knowledge & Information Science, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. E-mail: atefeh.sharif@modares.ac.ir

#### Abstract

**Objective:** In today's highly competitive environment, knowledge-based value management serves as a strategic tool to enhance process efficiency and bolster the competitiveness of organizations. This method, through the effective utilization of available knowledge, improves organizational performance and contributes significantly to achieving long-term competitive advantage. This research aims to explore how knowledge-based value management affects process efficiency and investigate the mediating role of competitiveness in enhancing this relationship.

**Method:** The study follows a positivist approach to establish causal relationships and measure the effects of variables within a scientific framework. It is primarily based on library research, complemented by field data collection techniques. Data analysis involves structural equation modeling and various statistical methods, such as Pearson correlation, ANOVA, and regression analysis. The sample consists of branches of Bank Gostaresh Iran, chosen through simple random sampling. The sample size was determined to be 165 individuals, according to Morgan's table. Three questionnaires designed by the researchers were used for data collection: the knowledge-based value management questionnaire (5 dimensions, 20 items), the process efficiency questionnaire (6 dimensions, 18 items), and the competitiveness questionnaire (7 dimensions, 21 items). Experts confirmed the validity of these questionnaires, and their reliability was assessed using Cronbach's alpha. The data was analyzed using LISREL software for structural equation modeling.

**Findings:** The findings of the study highlight the critical role of knowledge-based value management in enhancing process efficiency within organizations. Specifically, the dimensions

of knowledge-based value management - namely knowledge identification, auditing, organizing, and ranking values - are shown to be significant predictors of process efficiency, accounting for an impressive 95 percent of its variation. This suggests that effectively managing knowledge and values within an organization can lead to substantial improvements in how processes are executed.

Furthermore, the study reveals a robust positive correlation between competitiveness and process efficiency, with a correlation coefficient of 0.979 ( $p < 0.000$ ). This indicates that as an organization's competitiveness increases, so does its process efficiency. Similarly, there is a strong positive relationship between knowledge-based value management and competitiveness, with a correlation coefficient of 0.951 ( $p < 0.000$ ). This finding underscores the importance of managing knowledge effectively to enhance an organization's competitive edge.

Path analysis conducted in the study indicates that competitiveness acts as a mediator in the relationship between knowledge-based value management and process efficiency. This means that the impact of knowledge-based value management on process efficiency is, in part, facilitated through its influence on competitiveness. Key elements such as pricing strategies, innovation capabilities, customer service quality, and management practices are identified as significant factors that affect process efficiency.

**Conclusion:** This study concludes that knowledge-based value management enables organizations to use their knowledge resources optimally, improving their value-creation processes. This approach strengthens the organization's ability to generate value and enhances its competitive position in the market. Therefore, incorporating knowledge-based value management as a central strategy is vital for achieving success and long-term growth in a competitive landscape.

**Keywords:** knowledge, knowledge management, knowledge-based value management, process efficiency, competitiveness

**Article type:** Research

**How to cite:**

Mahmoodi, H. R., Hassan Zadeh, M., & Sharif, A. (2025). Link Between Knowledge-Based Value Management and Process Efficiency with Competitiveness as a Mediator. *Library and Information Sciences*, 28(2), 5-32.

**ARTICLE INFO**

---

**Article history:**

Received: 25/03/2025

Received in revised form: 15/05/2025

Accepted: 27/05/2025

Available online: 22/09/2025

Publisher: Central Library of Astan Quds Razavi

Library and Information Sciences, 2025, Vol. 28, No.2, pp. 5-32.

© The author(s)





شاپا چاپی: ۹۶۳۷-۱۶۸۰  
شاپا الکترونیکی: ۲۶۷۶-۵۹۷۷

# کتابداری و اطلاع رسانی

## رابطه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرآیندها با میانجی‌گری رقابت‌پذیری

حمیدرضا محمودی <sup>ID</sup>

دانشجوی دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: Hamidreza8520@gmail.com

محمد حسن زاده <sup>ID</sup>

نویسنده مسئول، استاد، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: hasanzadeh@modares.ac.ir

عاطفه شریف <sup>ID</sup>

استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: atefeh.sharif@modares.ac.ir

### چکیده

**هدف:** در دنیای رقابتی امروزی، مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به عنوان یک رویکرد راهبردی، نقش مهمی در بهبود کارایی فرآیندها و تقویت رقابت‌پذیری سازمان‌ها ایفا می‌کند. این رویکرد با استفاده بهینه از دانش موجود، علاوه بر بهبود عملکرد سازمانی، به طور مؤثر زمینه‌ساز ایجاد مزیت رقابتی پایدار می‌شود. در این پژوهش، تأثیر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بر کارایی فرآیندها مورد بررسی قرار گرفته و نقش میانجی رقابت‌پذیری به عنوان عامل کلیدی در تقویت این رابطه تحلیل می‌شود. **روش:** در این پژوهش، از رویکرد اثبات‌گرایانه برای شناسایی روابط علی و تأثیرات متغیرها در یک چارچوب علمی و قابل اندازه‌گیری استفاده شده است. نوع پژوهش به صورت کتابخانه‌ای طراحی شده و همچنین از تکنیک‌های میدانی برای جمع‌آوری داده‌ها بهره‌گیری شده است. داده‌ها با استفاده از روش‌های معادلات ساختاری و آزمون‌های آماری مانند: همبستگی پیرسون، تحلیل مسیر و رگرسیون چندگانه همزمان تحلیل شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل شعب بانک گردشگری ایران بوده و نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. بر اساس جدول مورگان، حجم نمونه ۱۶۵ نفر تعیین گردیده است. ابزار جمع‌آوری داده شامل سه پرسشنامه محقق ساخته است: پرسشنامه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش با ۵ مؤلفه و ۲۰ گویه؛ پرسشنامه کارایی فرآیندها با ۶ مؤلفه و ۱۸ گویه و پرسشنامه رقابت‌پذیری که شامل ۷ مؤلفه و ۲۱ گویه است. روایی محتوای این پرسشنامه‌ها توسط خبرگان تأیید شده و پایایی آن‌ها نیز با استفاده از آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفته است. برای تحلیل داده‌ها و اجرای مدل‌های معادلات ساختاری، از نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است.

**یافته‌ها:** ابعاد مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، شامل شناسایی و ممیزی دانش و سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها، به طور قابل توجهی کارایی فرآیندها را پیش‌بینی می‌کنند؛ به طوری که ۹۵ درصد از تغییرات کارایی فرآیندها توسط این ابعاد قابل توضیح است. همچنین، رابطه مثبت و معنی‌داری میان رقابت‌پذیری و کارایی فرآیندها ( $r=0.979, p<0.000$ ) و میان مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و رقابت‌پذیری ( $r=0.951, p<0.000$ ) وجود دارد. تحلیل مسیر نیز نشان داد که رقابت‌پذیری نقش میانجی میان مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرآیندها را ایفا می‌کند؛ به طوری که ابعاد مختلف مدیریت ارزش‌ها از طریق فرآیندهای مختلف مانند: قیمت‌گذاری، نوآوری، خدمات مشتری و مدیریت، بر کارایی فرآیندها تأثیرگذار هستند.

**نتیجه‌گیری:** مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به سازمان‌ها کمک می‌کند تا از منابع دانش خود به طور بهینه بهره‌برداری کرده و فرآیندهای ارزش‌آفرینی را بهبود بخشند. این رویکرد موجب تقویت ظرفیت سازمان برای ایجاد ارزش و تقویت موقعیت رقابتی آن در بازار می‌شود. بنابراین، به کارگیری مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به عنوان یک راهبرد محوری، برای دستیابی به موفقیت و رشد پایدار در فضای رقابتی ضروری است.

**کلیدواژه:** دانش، مدیریت دانش، مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، کارایی فرآیندها، رقابت‌پذیری

**نوع مقاله:** پژوهشی

**استناد:**

محمودی، حمیدرضا؛ حسن زاده، محمد؛ شریف، عاطفه (۱۴۰۴). رابطه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرآیندها با میانجی‌گری رقابت‌پذیری. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۲۸(۲)، ۳۲-۵.

**تاریخچه مقاله:**

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۰۵ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۴/۰۲/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۰۶ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۶/۳۱

ناشر: کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی

کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۴۰۴، دوره ۲۸، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۱۰، صص. ۳۲-۵.

© نویسندگان



## مقدمه

در دنیای پرقابیت و پویای امروزی، سازمان‌ها به طور فزاینده‌ای به دنبال راه‌هایی برای بهبود عملکرد، افزایش کارایی فرآیندها و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار هستند. رمز موفقیت در این دوره بهره‌گیری از دانش است. امروزه دانش به یکی از نیروهای محرک اساسی برای موفقیت کسب و کار بدل شده است. سازمان‌ها دانش‌محورتر شده‌اند و به جای نیروی یدی روی ذهن هزینه می‌کنند. نیاز به ارتقای دانش در حال افزایش بوده و با دانش مانند دیگر منابع ملموس به طور سیستماتیک رفتار شده و از کاوش در حوزه پیشرفت و تقویت رقابت‌پذیری استفاده می‌شود (اخوان و دیگران، ۲۰۱۰). در شرایط و فضای رقابتی امروز، سازمان‌ها بیش از پیش پیچیده و متغیر شده‌اند. این محیط به سرعت در حال تغییر است، به طوری که برای بسیاری از سازمان‌ها، این تغییرات از سرعت پاسخگویی و توانایی انطباق آن‌ها پیشی گرفته است. تغییرات پیوسته در دانش نیز وضعیت عدم تعادل جدیدی برای سازمان‌ها ایجاد کرده است. یکی از مهمترین نقش‌هایی که می‌توان به مدیریت دانش نسبت داد، این است که آن را به عنوان یک روش‌شناسی تغییر در نظر بگیریم.

مدیریت دانش، از یک سو با جذب دانش‌های جدید به درون سیستم و از سوی دیگر با اداره مؤثر آن‌ها، می‌تواند به عنوان مهمترین عامل تغییر در یک سازمان عمل کند (ابطحی و صلواتی، ۱۳۸۵). نیاز به مدیریت دانش از این واقعیت ناشی می‌شود که دانش به عنوان یک عامل مهم در عملکرد سازمانی و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار محسوب می‌شود (قاسم‌نژاد، ۱۴۰۳). دانش حاوی و حامل ارزش‌های بی‌شماری است. مادامی که ارزش‌های نهفته در دانش، شناسایی و مدیریت نشود، مدل‌های مدیریت دانش از دید افرادی که درک اندکی از بنیان‌های نظری مدیریت دانش دارند، کم ارزش یا حتی بی ارزش شمرده خواهند شد. در واقع، ضعف مدل‌های مدیریت دانش، بی توجهی یا کم‌توجهی به مفاهیم ارزش و ارزش‌آفرینی از دانش است. در همین راستا، مدل مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به عنوان مکمل مدل‌های مدیریت دانش عمل می‌کند.

در حقیقت پیش‌نیاز پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز مدل مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، اهتمام و توجه هوشمندانه به مفهوم مدیریت دانش است. مدیریت ارزش مبتنی بر دانش ۵ مرحله اساسی: شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌های نهفته در دانش، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌های نهفته در دانش و بالفعل‌سازی ارزش‌های نهفته در دانش را شامل می‌شود. در مرحله اول، دانش موجود در سازمان، شناسایی و سپس در گام بعد، ممیزی و سازماندهی می‌شود. در این مراحل، ترسیم نقشه دانش نه تنها یک پیشنهاد بلکه یک ضرورت و اقدام کلیدی است. پس از آن، ارزش‌های نهفته در دانش، شناسایی و هر کدام از مصادیق ارزش‌ها، در دسته‌های از پیش تعیین‌شده قرار می‌گیرند. در حقیقت، ارزش‌های نهفته در دانش به ۱۳ دسته اصلی نظیر: ارزش اقتصادی، مدیریتی، اجتماعی، فرهنگی، آموزشی-پژوهشی، سیاسی، فناورانه و چند

طبقه دیگر تقسیم شده‌اند. در واقع بلافاصله پس از مرحله شناسایی ارزش‌ها، انتساب هر ارزش به دسته‌های از پیش تعیین‌شده رخ می‌دهد (محمودی و دیگران، ۱۴۰۴).

اگرچه دسته‌های از پیش تعیین‌شده ارزش‌ها، روند سازماندهی ارزش‌های نهفته در دانش را تسریع و تسهیل می‌کند؛ با این وجود گاهی می‌توان دسته دیگری از ارزش‌ها تشکیل داد. سپس هر دسته از ارزش‌های نهفته در دانش، بر اساس شاخصه‌های متفاوت نظیر میزان احتمال دستیابی به آن، یا میزان تطابق ارزش‌های نهفته در دانش با اهداف سازمانی و موارد مشابه رتبه‌بندی و درجه‌بندی می‌شود. در این مراحل، ترسیم نقشه ارزش‌های نهفته در دانش یک ضرورت و اقدام حیاتی است. در واقع به کمک نقشه ارزش‌های نهفته در دانش، مسئولان ذیربط می‌توانند وضعیت ارزش‌های نهفته در دانش موجود در سازمان را به صورت دقیق، مصور، جامع، و به همراه اطلاعات آماری رصد کنند. در نهایت، بر اساس اطلاعات موجود در نقشه‌های دانش و ارزش، می‌توان و می‌بایست به بالفعل‌سازی ارزش‌های نهفته در دانش اقدام نمود. به طور مثال، شاید برای یک سازمان، ارزش‌های اقتصادی نظیر کسب ثروت و یا کاهش هزینه‌ها و برای سازمانی دیگر ارزش‌های اجتماعی نظیر اشتغال و بهبود برند در اولویت باشد. نقشه ارزش‌های نهفته در دانش کمک می‌کند که تمام ظرفیت‌های ارزش‌آفرینی مبتنی بر دانش در سازمان آشکار شود.

نقشه‌های دانش و ارزش، به عنوان تسهیلگر در فرآیند تصمیم‌گیری عمل می‌کنند. در شرایط کنونی، سازمان‌ها با چالش‌های متعددی در زمینه بهینه‌سازی فرآیندها مواجه هستند. یکی از مشکلات اصلی، عدم توانایی در شناسایی و استخراج ارزش‌های نهفته در دانش موجود است. بسیاری از سازمان‌ها به رغم داشتن منابع و دانش فراوان، نتوانسته‌اند از این دارایی‌ها به نحو مؤثری بهره‌برداری کنند. این موضوع به ویژه در محیط‌های رقابتی که نیاز به نوآوری و بهبود مستمر دارند، به یک چالش جدی تبدیل شده است (خان و الشریف<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). در این راستا، مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به عنوان یک رویکرد راهبردی می‌تواند به شناسایی و بالفعل‌سازی ارزش‌های نهفته در دانش کمک کند و در نتیجه احتمالاً کارایی فرآیندها را افزایش دهد.

علاوه بر این، با درجه‌ای از احتمال می‌توان حدس زد که رقابت‌پذیری به عنوان یک میانجی در این رابطه نقش مهمی ایفا می‌کند. سازمان‌هایی که قادر به ایجاد و حفظ رقابت‌پذیری هستند، معمولاً از دانش خود به نحو بهتری استفاده می‌کنند و می‌توانند فرآیندهای خود را بهینه‌سازی کنند (اگان و دیگران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۸).

1. Khan & Alsharif

2. Ağan, Y., Acar, M. F. & Erdogan

با این حال، در بسیاری از سازمان‌ها، ارتباط بین مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندها به وضوح مشخص نیست و این عدم شفافیت می‌تواند منجر به ناکارآمدی و هدررفت منابع شود. بنابراین، این پژوهش به دنبال بررسی رابطه میان مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندها با میانجی‌گری رقابت‌پذیری است. هدف این پژوهش شناسایی و تحلیل تأثیر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بر کارایی فرایندها و نقش رقابت‌پذیری به عنوان یک عامل میانجی در این رابطه است. با انجام این پژوهش، می‌توان به درک بهتری از چالش‌ها و فرصت‌های موجود در زمینه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و بهینه‌سازی فرایندها دست یافت و راهکارهایی برای بهبود عملکرد سازمان‌ها ارائه کرد. انتخاب بانک به عنوان جامعه آماری در این پژوهش به چندین دلیل توجیه‌پذیر است. نخست، بانک‌ها به عنوان نهادهای مالی و اقتصادی، به شدت تحت تأثیر مدیریت دانش و اطلاعات قرار دارند، زیرا موفقیت آن‌ها به توانایی در تحلیل و بهره‌برداری از داده‌های مشتریان و بازار وابسته است. دوم، رقابت‌پذیری در صنعت بانکداری به شدت بالاست و بانک‌ها باید به طور مداوم فرایندهای خود را بهینه‌سازی کنند تا بتوانند در برابر رقبا ایستادگی کنند. همچنین، بانک‌ها به دلیل حجم بالای اطلاعات و داده‌های مالی، فرصت‌های مناسبی برای پیاده‌سازی مدیریت ارزش مبتنی بر دانش فراهم می‌آورند. در نهایت، بررسی این رابطه در بانک‌ها می‌تواند به شناسایی بهترین شیوه‌ها و راهبردها برای بهبود کارایی و افزایش رقابت‌پذیری در این صنعت کمک کند که نتایج آن می‌تواند به سایر صنایع نیز تعمیم یابد.

این پژوهش می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا با بهره‌گیری از دانش موجود و تقویت رقابت‌پذیری، به بهبود کارایی فرایندهای خود بپردازند و در نتیجه به موفقیت‌های بیشتری دست یابند.

### پرسش‌های پژوهش

**پرسش اول:** آیا ابعاد مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، پیش‌بینی‌کننده کارایی فرایندهاست؟

**پرسش دوم:** آیا میان رقابت‌پذیری و کارایی فرایندها رابطه وجود دارد؟

**پرسش سوم:** آیا میان مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و رقابت‌پذیری رابطه وجود دارد؟

**پرسش چهارم:** آیا رقابت‌پذیری، رابطه میان مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندها را

میانجی‌گری می‌کند؟

### پیشینه پژوهش

#### پیشینه داخلی

قوی‌پنجه و سلیمانی (۱۳۸۵) در پژوهشی به نقش و تأثیر مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها پرداختند. نتایج این مطالعه به وضوح نشان می‌دهد که مدیریت دانش می‌تواند نقش محوری در ایجاد

مزیت رقابتی پایدار ایفا کند، اما این ادعا نیازمند تأملی انتقادی است. اگرچه تسهیل فرآیندهای یادگیری، نوآوری و بهبود تصمیم‌گیری از طریق مدیریت دانش می‌تواند به افزایش بهره‌وری و انطباق با تغییرات محیطی کمک کند، اما باید توجه داشت که موفقیت در این زمینه به عوامل متعددی بستگی دارد، از جمله: فرهنگ سازمانی، تعهد رهبری و منابع مالی.

شهبازی و گل‌محمدی (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد شرکت‌ها: با تأکید بر نقش قابلیت‌های پویا و سرمایه‌ای اجتماعی پرداختند. نتایج این پژوهش، نشان‌دهنده اهمیت این عوامل در بهبود عملکرد سازمان‌هاست. با این حال، باید توجه داشت که تأثیر مدیریت دانش ممکن است تحت تأثیر عوامل دیگری مانند فرهنگ سازمانی و شرایط بازار قرار گیرد. همچنین، ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی نیازمند زمان و تلاش مستمر است و ممکن است در برخی سازمان‌ها به دلیل رقابت‌های داخلی کاهش یابد.

قاسم‌نژاد (۱۴۰۳) در پژوهشی به نقش مدیریت دانش در ارتقای رقابت‌پذیری سازمان‌های پژوهشی پرداخت و به این نتیجه رسید که مدیریت دانش نقش بسزایی در ارتقای رقابت‌پذیری سازمان‌های پژوهشی ایفاء می‌کند، به‌گونه‌ای که تسهیم، ذخیره‌سازی و بهره‌برداری از دانش موجب بهبود نوآوری، کاهش هزینه‌های پژوهشی و افزایش کیفیت خروجی‌های علمی می‌شود. از دیدگاه نقادانه می‌توان گفت این نتایج ممکن است به طور کامل نمایانگر واقعیت‌های پیچیده در سازمان‌های پژوهشی نباشد. به عنوان مثال، در حالی که تسهیم و ذخیره‌سازی دانش می‌تواند به شناسایی فرصت‌های جدید کمک کند، ممکن است در عمل با چالش‌هایی مانند عدم هماهنگی بین بخش‌های مختلف یا فقدان انگیزه در کارکنان برای به اشتراک‌گذاری دانش مواجه شود.

صفریان و آقازاده (۱۴۰۳) در پژوهشی به تأثیر مدیریت دانش بر بهبود رقابت‌پذیری و افزایش درآمد شرکت‌های تجاری گردشگری پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش تأثیر مستقیمی بر افزایش رقابت‌پذیری و درآمد شرکت‌های تجاری گردشگری دارد، به‌گونه‌ای که به کارگیری راهبردهای دانش‌محور موجب بهینه‌سازی فرآیندهای کسب‌وکار، کاهش هزینه‌ها و ارتقای کیفیت خدمات می‌شود. به کارگیری راهبردهای دانش‌محور، اگرچه به بهینه‌سازی فرآیندها و ارتقای کیفیت خدمات اشاره دارد، ممکن است در عمل با چالش‌های عملیاتی و فرهنگی مواجه شود.

### پیشینه خارجی

کارنیرو<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) در پژوهشی به تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری و رقابت‌پذیری پرداخت و به این نتیجه رسید که مدیریت دانش از طریق تسهیل جریان اطلاعات و ایجاد محیطی مناسب برای یادگیری سازمانی، تأثیر

مستقیمی بر افزایش نوآوری و رقابت‌پذیری دارد. مدیریت دانش به عنوان یک ابزار برای تسهیل جریان اطلاعات و ایجاد محیط یادگیری، می‌تواند به افزایش نوآوری و رقابت‌پذیری کمک کند، اما این تأثیر به زمینه و شرایط خاص هر سازمان بستگی دارد. در برخی سازمان‌ها، ممکن است تلاش برای ایجاد یک محیط یادگیری به جای افزایش نوآوری، به ایجاد فشار و استرس منجر شود، زیرا کارکنان ممکن است احساس کنند که تحت نظارت دائمی هستند و باید به طور مداوم در حال یادگیری و بهبود باشند. این می‌تواند به کاهش انگیزه و خلاقیت منجر شود.

تاهاته کامیا و دیگران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در پژوهشی به روابط مدیریت دانش و مزیت رقابتی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش به تنهایی می‌تواند تأثیر مثبتی بر مزیت رقابتی داشته باشد، اما زمانی که با گرایش به بازار ترکیب شود، این تأثیر به طور قابل توجهی تقویت می‌شود. با این حال، این نتایج نیاز به تحلیل عمیق‌تری دارند، زیرا صرفاً تمرکز بر مدیریت دانش و گرایش به بازار ممکن است به تنهایی کافی نباشد. در این راستا، مفهوم مدیریت ارزش مبتنی بر دانش اهمیت پیدا می‌کند. این رویکرد به سازمان‌ها کمک می‌کند تا نه تنها دانش را جمع‌آوری و به اشتراک بگذارند، بلکه ارزش‌های نهفته در آن را شناسایی و بالفعل کنند.

رحیمی (۲۰۱۲) در پژوهشی به مدیریت دانش و مزیت رقابتی پرداخت و به این نتیجه رسید که پیاده‌سازی موفق مدیریت دانش منجر به بهبود عملکرد سازمانی، افزایش قابلیت‌های یادگیری و توانمندی در پاسخگویی به تغییرات محیطی می‌شود. این پژوهش به تأثیر مدیریت دانش بر بهبود عملکرد سازمانی و ایجاد مزیت رقابتی پایدار اشاره دارد، اما باید به این نکته توجه کرد که پیاده‌سازی مدیریت دانش به تنهایی نمی‌تواند به نتایج مطلوب منجر شود. یکی از چالش‌های اصلی در این زمینه، عدم تطابق بین اهداف مدیریت دانش و نیازهای واقعی سازمان است. به عنوان مثال، اگر سازمان‌ها نتوانند به درستی نیازهای بازار و مشتریان را شناسایی کنند، حتی بهترین سیستم‌های مدیریت دانش نیز نمی‌توانند به بهبود عملکرد منجر شوند.

پژوهش کاوه و دیگران (۲۰۱۵) به رابطه بین مدیریت دانش و مزیت رقابتی پرداخته و نتایج آن نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که از سیستم‌های مدیریت دانش بهره می‌برند، توانایی بیشتری در پاسخگویی به نیازهای متغیر بازار و توسعه قابلیت‌های رقابتی دارند. با این حال، نتایج این پژوهش نیاز به تحلیل عمیق‌تری دارند. به عنوان مثال، در حالی که بهبود یادگیری سازمانی و ارتقای تصمیم‌گیری مبتنی بر دانش می‌تواند به افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های عملیاتی منجر شود، چالش‌هایی مانند مقاومت در برابر تغییر و عدم تطابق فرهنگ سازمانی با رویکردهای جدید ممکن است مانع از تحقق این اهداف شود.

کورتوغلو<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی به بررسی تولید دانش، مدیریت دانش و رقابت‌پذیری پرداخت و به این نتیجه رسید که تولید و مدیریت دانش به عنوان یک عامل کلیدی در ارتقای رقابت‌پذیری سازمان‌ها شناخته می‌شود، اما این فرآیندها به تنهایی کافی نیستند و نیازمند توجه به چالش‌های موجود هستند. اگرچه سازمان‌هایی که به خلق، ذخیره و بهره‌برداری از دانش می‌پردازند، مزیت رقابتی پایدارتری به دست می‌آورند، اما عدم توجه به فرهنگ سازمانی، زیرساخت‌های فناوری و معیارهای اندازه‌گیری می‌تواند مانع از تحقق این مزایا شود.

واهیونو<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تأثیرات میانجی نوآوری محصول در رابطه بین مدیریت دانش و مزیت رقابتی پرداخت و به این نتیجه رسید که مدیریت دانش به عنوان ابزاری برای تسهیل فرآیندهای خلاقانه و بهبود تصمیم‌گیری، می‌تواند به توسعه محصولات نوآورانه و افزایش رقابت‌پذیری سازمان‌ها کمک کند، اما این دیدگاه نیازمند تحلیل دقیق‌تری است. اگرچه شرکت‌هایی که به طور مؤثر دانش را مدیریت می‌کنند، توانایی بیشتری در پاسخ به نیازهای بازار و ارائه محصولات متمایز دارند، اما این فرآیند به تنهایی کافی نیست و باید در کنار نوآوری محصول قرار گیرد. نتایج نشان می‌دهد که بدون نوآوری، تأثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی به طور قابل توجهی کاهش می‌یابد که این امر اهمیت هم‌افزایی بین مدیریت دانش و نوآوری را برجسته می‌سازد. نیوگا و تانوا<sup>۳</sup> (۲۰۲۴) در پژوهشی به ارزیابی نقش میانجی مدیریت دانش در رابطه بین نوآوری فناوری و مزیت رقابتی پایدار پرداخت و به این نتیجه رسید که نوآوری فناوری می‌تواند به مزیت رقابتی پایدار منجر شود، اما این امر به طور مستقیم به توانایی سازمان‌ها در مدیریت، تسهیم و به کارگیری دانش حاصل از این نوآوری‌ها بستگی دارد. در حالی که مدیریت دانش می‌تواند فرآیند یادگیری سازمانی را تسهیل کند و توانایی جذب فناوری‌های جدید را افزایش دهد، این دیدگاه به تنهایی کافی نیست و نیازمند توجه به چالش‌های عملیاتی و فرهنگی در سازمان‌هاست.

رافال کوسا و دیگران<sup>۴</sup> (۲۰۲۴) طی پژوهشی رابطه مدیریت دانش، کارآفرینی و عملکرد شرکت را مورد واکاوی قرار دادند. نتایج حاکی از آن است که مدیریت دانش، رابطه کارآفرینی و عملکرد شرکت را به صورت جزئی میانجی‌گری می‌کند. این یافته اگرچه تأثیر مدیریت دانش را نشان می‌دهد اما ضعیف بودن رابطه، نشانگر آن است که یا باید عوامل دیگری نظیر ساختار فرهنگی، زیرساخت فناوریانه، بودجه و موارد مشابه را در نظر گرفت و یا رویکردهای مکمل مدیریت دانش را به عنوان متغیر میانجی مورد سنجش قرار داد.

1. Kurtoğlu  
2. Wahyono  
3. Nyuga & Tanova  
4. Rafal kusa & et al.

### استنتاج از پیشینه

با توجه به پیشینه پژوهش‌های موجود، می‌توان نتیجه گرفت که مفهوم مدیریت دانش به عنوان یک ابزار کلیدی در بهبود عملکرد سازمان‌ها و افزایش رقابت‌پذیری آن‌ها شناخته شده است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که مدیریت دانش می‌تواند به طور مؤثری بر رقابت‌پذیری تأثیر بگذارد و به سازمان‌ها کمک کند تا در بازارهای رقابتی بهتر عمل کنند. با این حال، در میان این پژوهش‌ها، توجه کمتری به مفهوم کارایی فرایندها که می‌تواند به عنوان یک عامل حیاتی در تحقق اهداف سازمانی و بهبود عملکرد کلی در نظر گرفته شود، شده است. این شکاف در ادبیات پژوهشی نشان‌دهنده نیاز به بررسی عمیق‌تر رابطه بین مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندهاست. بنابراین، با توجه به این که مفهوم مدیریت ارزش مبتنی بر دانش برای اولین بار مطرح شده و به طور خاص بر ارزش‌آفرینی از دانش تأکید دارد، پژوهش حاضر می‌تواند به عنوان یک گام مهم در پر کردن این شکاف عمل کند. با در نظر گرفتن نقش میانجی‌گری رقابت‌پذیری، این پژوهش می‌تواند به درک بهتری از چگونگی تأثیر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بر کارایی فرایندها کمک کند و به سازمان‌ها راهکارهایی ارائه دهد که به بهبود عملکرد و افزایش مزیت رقابتی آن‌ها منجر شود. در نتیجه، انجام پژوهشی با عنوان «رابطه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندها با میانجی‌گری رقابت‌پذیری» ضروری به نظر می‌رسد تا به این نیاز پاسخ دهد و به غنای ادبیات علمی در این حوزه بیفزاید.

### روش‌شناسی

این پژوهش در سایه پارادایم اثبات‌گرایانه انجام شده است که از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، پژوهشی میدانی، از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و از نظر روش انجام، یک پژوهش پیمایشی است. برای تحلیل داده‌ها، مشخصاً از روش معادلات ساختاری و آزمون‌های آماری شامل همبستگی پیرسون، تحلیل مسیر و رگرسیون چندگانه همزمان بهره‌برداری شده است. برای پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش، انتخاب آزمون‌های رگرسیون چندگانه همزمان، همبستگی پیرسون و تحلیل مسیر به دلیل توانایی آن‌ها در بررسی روابط پیچیده بین متغیرها و تحلیل تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم است. رگرسیون چندگانه همزمان به ما این امکان را می‌دهد که تأثیر همزمان ابعاد مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بر کارایی فرایندها و همچنین تأثیر رقابت‌پذیری بر این روابط را بررسی کنیم. همبستگی پیرسون نیز برای سنجش شدت و جهت روابط خطی بین متغیرها مفید است و می‌تواند به شناسایی وجود یا عدم وجود ارتباط بین رقابت‌پذیری و کارایی فرایندها کمک کند. در نهایت، تحلیل مسیر به ما این امکان را می‌دهد که روابط میانجی‌گری را به طور دقیق‌تری بررسی کنیم و تأثیر رقابت‌پذیری را در رابطه بین مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندها تحلیل کنیم. این ترکیب از آزمون‌ها به ما کمک می‌کند

تا درک جامع‌تری از روابط بین متغیرها و تأثیرات آن‌ها بر یکدیگر به دست آوریم. با توجه به محدود بودن کارکنان و مدیران بانک گردشگری و با توجه به محدودیت‌های زمانی، شعب بانک گردشگری به عنوان جامعه آماری انتخاب شد و در این پژوهش، روش نمونه‌گیری روش تصادفی ساده بوده است. با توجه به این که حجم جامعه آماری ۲۹۵ بوده است، حجم نمونه ۱۶۵ نفر طبق جدول مورگان تعیین گردیده است. ابزار گردآوری داده شامل سه پرسشنامه محقق‌ساخته است: پرسشنامه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش که شامل ۵ مؤلفه و ۲۰ گویه، پرسشنامه کارایی فرآیندها با ۶ مؤلفه و ۱۸ گویه و پرسشنامه رقابت‌پذیری شامل ۷ مؤلفه و ۲۱ گویه است.

روایی صوری پرسشنامه‌ها به تأیید خبرگان رسید. روایی محتوایی این پرسشنامه‌ها نیز با استفاده از روش نسبت روایی محتوایی (CVR) مورد ارزیابی قرار گرفت. پس از جمع‌آوری نظرات ۱۰ نفر از کارشناسان حوزه مدیریت دانش، گویه‌های پرسشنامه‌ها را بررسی و تحلیل کردند. نتایج نشان داد که نسبت CVR برای تمامی گویه‌ها بالاتر از ۰.۶۲ بوده و این امر تأییدکننده روایی محتوایی مناسب پرسشنامه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، کارایی فرآیندها و رقابت‌پذیری است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که ابزارهای اندازه‌گیری طراحی شده به خوبی ابعاد مورد نظر را پوشش می‌دهند. در این پژوهش، پایایی پرسشنامه‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان داد که آلفای کرونباخ برای پرسشنامه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش ۰.۸۷، برای پرسشنامه کارایی فرآیندها ۰.۸۲ و برای پرسشنامه رقابت‌پذیری ۰.۸۵ است. این مقادیر بالای آلفای کرونباخ، نشان‌دهنده پایایی مناسب و قابل قبول ابزارهای اندازه‌گیری است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه‌های طراحی شده از ثبات و قابلیت اعتماد بالایی برخوردارند و می‌توانند به طور مؤثر در سنجش مفاهیم مورد نظر استفاده شوند.

برای تحلیل داده‌ها و اجرای مدل‌های معادلات ساختاری، از نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است.

### یافته‌های پژوهش

نمونه منتخب از ۹۹ نفر از آقایان و ۶۶ نفر از بانوان تشکیل شده است. از این میان ۱۱۱ نفر، مدرک کارشناسی؛ ۴۹ نفر کارشناسی ارشد و ۵ نفر مدرک دکتری داشته‌اند. سابقه شغلی افراد از ۲ سال تا ۱۸ سال متغیر بوده است. در ادامه پاسخ هر کدام از پرسش‌های پژوهش در ۴ بخش، تشریح شده است.

#### ۱- رابطه مدیریت ارزش مبتنی دانش و کارایی فرآیندها

به منظور بررسی این رابطه، از آزمون همبستگی پیرسون و آزمون آماری تحلیل رگرسیون چندگانه به روش همزمان استفاده شد و ابعاد مدیریت ارزش مبتنی بر دانش (شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش،

شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها) به عنوان متغیرهای پیش‌بین و کارایی فرایندها به عنوان متغیر ملاک در نظر گرفته شدند. نتایج آن در جدول‌های ۱ تا ۵ نمایش داده شده است.

با توجه به نتایج جدول (۱)، بین متغیرهای پیش‌بین (شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها) با متغیر ملاک (کارایی فرایندها) همبستگی وجود داشت و از نظر آماری کمتر از ۰/۰۵ و معنی‌دار بود.

جدول ۱. ضرایب همبستگی بین ابعاد مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندها

متغیر	کارایی فرایندها		
	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
شناسایی دانش	۱۶۵	۰/۸۶۳	۰/۰۰۰
ممیزی و سازماندهی دانش	۱۶۵	۰/۸۷۴	۰/۰۰۰
شناسایی ارزش‌ها	۱۶۵	۰/۸۹۷	۰/۰۰۰
سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها	۱۶۵	۰/۸۰۴	۰/۰۰۰
بالفعل‌سازی ارزش‌ها	۱۶۵	۰/۹۶۵	۰/۰۰۰

در جدول (۲) مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش وارد شده به معادله و روش انجام آزمون نمایش

داده شده است.

جدول ۲. متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیون همزمان

روش	متغیر حذف شده	مؤلفه‌های وارد شده
همزمان	-----	شناسایی دانش ممیزی و سازماندهی دانش شناسایی ارزش‌ها سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها بالفعل‌سازی ارزش‌ها

نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد که مقدار ضریب تعیین ( $R^2$ ) در مدل مذکور برابر با ۰/۹۵ بود. به این معنی

که ۹۵ درصد از تغییرات متغیر کارایی فرایندها توسط مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش پیش‌بینی می‌شود.

جدول ۳. خلاصه مدل رگرسیون چندگانه همزمان

R	$R^2$	$R^2$ اصلاح شده	خطای استاندارد
۰/۹۷	۰/۹۵	۰/۹۵	۰/۱۹۸

یافته‌های جدول (۴) نشان‌دهنده آن است که با توجه به نتایج آزمون تحلیل واریانس ( $F=716/41$ ) و سطح معنی‌داری ( $p=0/000$ ) مدل رگرسیون اجرا شده به طور معنی‌داری تغییرات متغیر ملاک (کارایی فرآیندها) را پیش‌بینی می‌کند و حکایت از تأیید مدل رگرسیونی دارد.

جدول ۴. تحلیل واریانس ANOVA در رگرسیون همزمان

مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی‌داری
رگرسیون	۱۴۰/۶۷	۵	۲۸/۱۳۶	۷۱۶/۴۱	۰/۰۰۰
باقی مانده	۶/۳۴	۱۵۹	۰/۰۳		
کل	۱۴۶/۹۲	۱۶۴			

مندرجات جدول (۵) نشان‌گر میزان تأثیر متغیرهای مستقل (شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها) بر متغیر وابسته (کارایی فرآیندها) است. ضرایب رگرسیونی استاندارد به دست آمده (Beta) نشان می‌دهد که بالفعل‌سازی ارزش‌ها قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده کارایی فرآیندهاست. همچنین، بر اساس معنی‌داری  $t$  به این نتیجه می‌رسیم که ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی دانش، ممیزی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها به تنهایی و با کنترل عوامل دیگر می‌توانند کارایی فرآیندها را پیش‌بینی کنند.

- میزان بتای متغیر شناسایی دانش در پیش‌بینی متغیر کارایی فرآیندها به اندازه ۰/۲۰۶ و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار نیست.

- میزان بتای متغیر ممیزی و سازماندهی دانش در پیش‌بینی متغیر کارایی فرآیندها به اندازه ۰/۴۱۸ و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است. یعنی با افزایش یک واحد انحراف استاندارد در نمره ممیزی و سازماندهی دانش، نمره کارایی فرآیندها ۰/۴۱ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

- میزان بتای متغیر شناسایی ارزش‌ها در پیش‌بینی متغیر کارایی فرآیندها به اندازه ۰/۳۳۰- و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است. یعنی با افزایش یک واحد انحراف استاندارد در نمره شناسایی ارزش‌ها، نمره کارایی فرآیندها ۰/۳۳ انحراف استاندارد کاهش خواهد یافت.

- میزان بتای متغیر سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها در پیش‌بینی متغیر کارایی فرآیندها به اندازه ۰/۱۳۸- و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است. یعنی با افزایش یک واحد انحراف استاندارد در نمره سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها، نمره کارایی فرآیندها ۰/۱۳ انحراف استاندارد کاهش خواهد یافت.

میزان بتای بالفعل‌سازی ارزش‌ها در پیش‌بینی متغیر کارایی فرآیندها به اندازه ۰/۶۰۸ و در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است. یعنی با افزایش یک واحد انحراف استاندارد در نمره بالفعل‌سازی ارزش‌ها، نمره کارایی فرآیندها ۰/۶۰ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

جدول ۵. ضریب تأثیر متغیرها در رگرسیون همزمان

سطح معنی‌داری	آماره t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		مدل
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۱۲/۳۰		۰/۰۵۹	۰/۷۲۴	مقدار ثابت
۰/۰۷۶	۱/۷۸	۰/۲۰۶	۰/۰۹۴	۰/۱۶۸	شناسایی دانش
۰/۰۰۰	۴/۸۳	۰/۴۱۸	۰/۰۷۲	۰/۳۴۹	ممیزی و سازماندهی دانش
۰/۰۰۲	-۳/۱۱	-۰/۳۳۰	۰/۰۸۵	-۰/۲۶۵	شناسایی ارزش‌ها
۰/۰۰۱	-۳/۳۸	-۰/۱۳۸	۰/۰۳۳	-۰/۱۱۰	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۰/۰۰۰	۲/۳۹	۰/۶۰۸	۰/۰۶۸	۰/۳۹۷	بالفعل‌سازی ارزش‌ها

## ۲- رابطه رقابت‌پذیری و کارایی فرایندها

به منظور بررسی رابطه بین رقابت‌پذیری و کارایی فرایندها، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به دست آمده از این آزمون در جدول (۶) نمایش داده شده است. با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، ضریب همبستگی ( $r=0/979$ ) و سطح معنی‌داری ( $P=0/000$ ) بین رقابت‌پذیری و کارایی فرایندها رابطه مثبت و معنی‌دار وجود داشت.

جدول ۶. نتایج آزمون همبستگی متغیرهای رقابت‌پذیری و کارایی فرایندها

کارایی فرایندها			متغیر
سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	تعداد	
۰/۰۰۰	۰/۹۷۹	۱۶۵	رقابت‌پذیری

## ۳- رابطه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و رقابت‌پذیری

به منظور بررسی رابطه بین مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و رقابت‌پذیری، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به دست آمده از این آزمون در جدول (۷) نمایش داده شده است. با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، ضریب همبستگی ( $r=0/951$ ) و سطح معنی‌داری ( $P=0/000$ ) بین مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و رقابت‌پذیری رابطه مثبت و معنی‌دار وجود داشت.

جدول ۷. نتایج آزمون همبستگی متغیرهای مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و رقابت‌پذیری

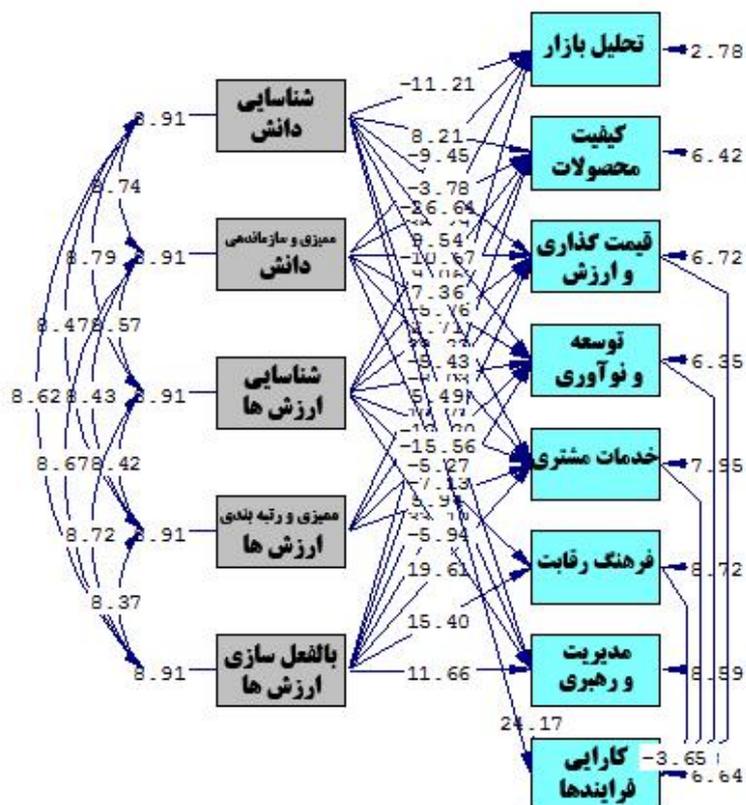
رقابت‌پذیری			متغیر
سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی	تعداد	
۰/۰۰۰	۰/۹۵۱	۱۶۵	مدیریت ارزش مبتنی بر دانش



جدول ۸. t-value مسیرهای مدل اولیه

t-values	متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین
-۳۰/۱۱	تحلیل بازار	شناسایی دانش
-۹/۲۵	تحلیل بازار	ممیزی و سازماندهی دانش
۳۶/۴۹	تحلیل بازار	شناسایی ارزش‌ها
۰/۶۱	تحلیل بازار	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۳/۴۰	تحلیل بازار	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۸/۲۸	کیفیت محصول	شناسایی دانش
-۲۶/۷۴	کیفیت محصول	ممیزی و سازماندهی دانش
۹/۱۲	کیفیت محصول	شناسایی ارزش‌ها
۲۸/۰۸	کیفیت محصول	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۰/۷۹	کیفیت محصول	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
-۳/۷۸	قیمت‌گذاری و ارزش	شناسایی دانش
-۱۰/۵۴	قیمت‌گذاری و ارزش	ممیزی و سازماندهی دانش
۲/۷۳	قیمت‌گذاری و ارزش	شناسایی ارزش‌ها
۱۶/۸۰	قیمت‌گذاری و ارزش	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۲۹/۸۸	قیمت‌گذاری و ارزش	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۹/۴۷	توسعه و نوآوری	شناسایی دانش
-۵/۸۳	توسعه و نوآوری	ممیزی و سازماندهی دانش
۸/۰۱	توسعه و نوآوری	شناسایی ارزش‌ها
-۱۳/۸۴	توسعه و نوآوری	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۳۳/۰۵	توسعه و نوآوری	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۷/۳۲	خدمات مشتری	شناسایی دانش
-۵/۵۱	خدمات مشتری	ممیزی و سازماندهی دانش
-۱۲/۱۸	خدمات مشتری	شناسایی ارزش‌ها
۶/۰۵	خدمات مشتری	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۹/۶۵	خدمات مشتری	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
-۱/۰۵	فرهنگ رقابت	شناسایی دانش
-۰/۹۶	فرهنگ رقابت	ممیزی و سازماندهی دانش
-۲/۶۰	فرهنگ رقابت	شناسایی ارزش‌ها
۰/۲۸	فرهنگ رقابت	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۱/۸۴	فرهنگ رقابت	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۵/۴۱	مدیریت و رهبری	شناسایی دانش
-۵/۴۱	مدیریت و رهبری	ممیزی و سازماندهی دانش
-۶/۰۲	مدیریت و رهبری	شناسایی ارزش‌ها
۱/۰۳	مدیریت و رهبری	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۱/۷۰	مدیریت و رهبری	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۲/۷۱	کارایی فرایندها	شناسایی دانش
-۰/۲۹	کارایی فرایندها	ممیزی و سازماندهی دانش
۱/۲۷	کارایی فرایندها	شناسایی ارزش‌ها
۱/۰۵	کارایی فرایندها	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۰/۵۱	کارایی فرایندها	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۱/۰۱	کارایی فرایندها	تحلیل بازار
۰/۰۶	کارایی فرایندها	کیفیت محصولات

متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	t-values
قیمت‌گذاری و ارزش	کارایی فرایندها	۲/۷۱
توسعه و نوآوری	کارایی فرایندها	۶/۶۸
خدمات مشتری	کارایی فرایندها	۰/۴۲
فرهنگ رقابت	کارایی فرایندها	-۵/۷۶
مدیریت و رهبری	کارایی فرایندها	۲۲/۷۶



شکل ۲. t-value مسیرهای مدل مفهومی پژوهش

به منظور بررسی برازش مدل مورد نظر از شاخص‌های p-value، شاخص ریشه میانگین مجذورات تقریب

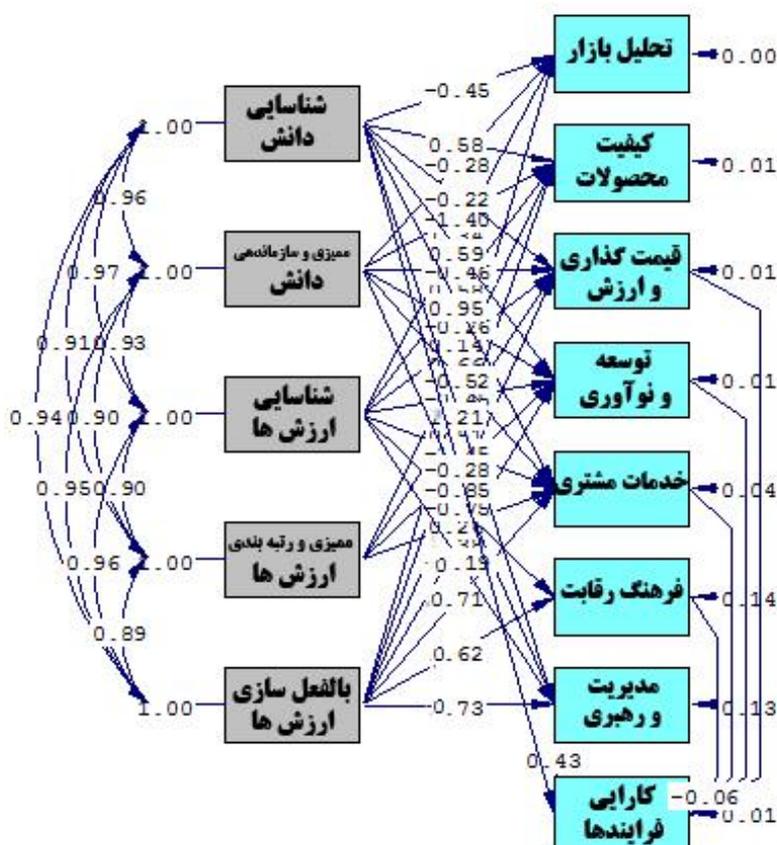
(RMSEA)، شاخص نیکویی برازش (GFI) و شاخص تعدیل شده برازندگی (AGFI) استفاده شد.

با توجه به شاخص‌های برازش جدول (۹) نتیجه‌گیری می‌شود که مدل مورد نظر از برازش قابل قبولی

برخوردار است.

جدول ۹. شاخص‌های برازش

مقدار ملاک	برازش مدل	شاخص‌های برازشی
< ۰/۰۵	۰/۰۰۰	p-value
> ۰/۰۵	۰/۵۸۱	RMSEA
> ۰/۹	۰/۹۱	GFI
> ۰/۹	۰/۹۴	AGFI



شکل ۳. ضریب مسیرهای مدل مفهومی پژوهش

با توجه به شاخص‌های برازندگی که نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل پیشنهادی با داده‌های حاصل از پژوهش بود می‌توان نتیجه گرفت که پرسش اصلی پژوهش در این مدل پاسخ داده شد. به عبارتی با توجه به شکل (۳) و جدول (۱۰) شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها پیش‌بینی‌کننده بعد تحلیل بازار، رقابت‌پذیری است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر ۰/۴۵، ۰/۲۸، ۰/۳۴ و ۰/۳۶ است که نشان می‌دهد شناسایی دانش بیشترین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد تحلیل بازار، رقابت‌پذیری را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/88$ ) نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به تنهایی به میزان ۸۸ درصد قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد تحلیل بازار، رقابت‌پذیری را دارند. همچنین  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با ۱۱/۲۱، ۹/۴۵، ۳۶/۲۹ و ۱۳/۳۴ است که قدر مطلق تمامی آن‌ها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این روابط است.

شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها پیش‌بینی‌کننده بعد کیفیت محصول، رقابت‌پذیری است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر ۰/۵۸، ۰/۴۰، ۰/۵۸ و ۰/۶۶ است که نشان می‌دهد سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها بیشترین قدرت

پیش‌بینی‌کنندگی بعد کیفیت محصول، رقابت‌پذیری را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/80$ ) نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به تنهایی به میزان ۸۰ درصد قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد کیفیت محصول، رقابت‌پذیری را دارند. همچنین،  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با ۸/۲۱، ۲۶/۶۴، ۹/۰۶، ۲۸/۲۲ و ۱۰/۷۱ است که قدر مطلق تمامی آن‌ها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این روابط است.

شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها پیش‌بینی‌کننده بعد قیمت‌گذاری و ارزش، رقابت‌پذیری است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر ۰/۲۲، ۰/۴۶، ۰/۱۴، ۰/۳۳ و ۰/۱۹ است که نشان می‌دهد ممیزی و سازماندهی دانش بیشترین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد قیمت‌گذاری و ارزش، رقابت‌پذیری را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/80$ ) نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به تنهایی به میزان ۸۰ درصد قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد قیمت‌گذاری و ارزش، رقابت‌پذیری را دارند. همچنین،  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با ۳/۷۸، ۱۰/۶۷، ۲/۷۱، ۱۷/۱۹ و ۳۰/۲۵ است که قدر مطلق تمامی آن‌ها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این روابط است.

شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها پیش‌بینی‌کننده بعد توسعه و نوآوری، رقابت‌پذیری است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر ۰/۵۹، ۰/۲۶، ۰/۴۵، ۰/۲۹ و ۰/۳۸ است که نشان می‌دهد شناسایی دانش بیشترین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد توسعه و نوآوری، رقابت‌پذیری را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/78$ ) نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به تنهایی به میزان ۷۸ درصد قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد توسعه و نوآوری، رقابت‌پذیری را دارند. همچنین،  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با ۹/۵۴، ۵/۷۶، ۸/۰۳، ۱۴/۱۵ و ۳۰/۱۰ است که قدر مطلق تمامی آن‌ها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این روابط است.

شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها پیش‌بینی‌کننده بعد خدمات مشتری، رقابت‌پذیری است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر ۰/۹۵، ۰/۵۲، ۰/۴۵، ۰/۲۶ و ۰/۷۱ است که نشان می‌دهد شناسایی دانش بیشترین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد خدمات مشتری، رقابت‌پذیری را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/75$ ) نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به تنهایی به میزان ۷۵ درصد قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد خدمات مشتری، رقابت‌پذیری را دارند. همچنین،  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با ۷/۳۶، ۵/۴۳، ۱۲/۲۰، ۵/۹۴ و ۱۹/۶۱ است که قدر مطلق تمامی آن‌ها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این روابط است.

شناسایی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها پیش‌بینی‌کننده بعد فرهنگ رقابت، رقابت‌پذیری است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر ۰/۷۵ و ۰/۶۲ است که نشان می‌دهد شناسایی ارزش‌ها بیشترین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد فرهنگ رقابت، رقابت‌پذیری را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/65$ ) نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به تنهایی به میزان ۶۵ درصد قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد فرهنگ رقابت، رقابت‌پذیری را دارند. همچنین،  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با ۷/۱۳ و ۱۵/۴۰ است که قدر مطلق تمامی آن‌ها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این روابط است.

شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها پیش‌بینی‌کننده بعد مدیریت و رهبری، رقابت‌پذیری است و ضریب مسیر آن به ترتیب برابر ۰/۲۱، ۰/۸۵، ۰/۱۹ و ۰/۷۳ است که نشان می‌دهد ممیزی و سازماندهی دانش بیشترین قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد مدیریت و رهبری، رقابت‌پذیری را دارد. ضریب تعیین ( $R^2=0/75$ ) نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به تنهایی به میزان ۷۵ درصد قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بعد مدیریت و رهبری، رقابت‌پذیری را دارند. همچنین،  $t$ -value هر یک از روابط به ترتیب برابر با ۵/۴۹، ۵/۲۷، ۵/۹۴ و ۱۱/۶۶ است که قدر مطلق تمامی آن‌ها بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این روابط است.

شناسایی دانش از طریق قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری، خدمات مشتری و مدیریت و رهبری بر کارایی فرایندها اثر می‌گذارد و ضریب مسیر غیرمستقیم آن برابر با ۰/۶۹ و ضریب مسیر کل آن برابر با ۰/۹۷ است. همچنین،  $t$ -value این رابطه برابر با ۲۴/۲۷ است که قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این رابطه است. ممیزی و سازماندهی دانش از طریق قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری، خدمات مشتری و مدیریت و رهبری بر کارایی فرایندها اثر می‌گذارد و ضریب مسیر غیرمستقیم آن برابر با ۰/۳۵ و ضریب مسیر کل آن برابر با ۰/۳۵ است. همچنین،  $t$ -value این رابطه برابر با ۳/۶۲ است که قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این رابطه است.

شناسایی ارزش‌ها از طریق قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری، خدمات مشتری، فرهنگ رقابت و مدیریت و رهبری بر کارایی فرایندها اثر می‌گذارد و ضریب مسیر غیرمستقیم آن برابر با ۰/۳۸ و ضریب مسیر کل آن برابر با ۰/۳۸ است. همچنین،  $t$ -value این رابطه برابر با ۴/۳۰ است که قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این رابطه است. سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها از طریق قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری و خدمات مشتری بر کارایی فرایندها اثر می‌گذارد و ضریب مسیر غیرمستقیم آن برابر با ۰/۱۱ و ضریب مسیر کل آن برابر با ۰/۱۱ است. همچنین،  $t$ -value این رابطه برابر با ۹/۰۸ است که قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این رابطه است.

بالفعل‌سازی ارزش‌ها از طریق قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری، خدمات مشتری، فرهنگ رقابت و مدیریت و رهبری بر کارایی فرآیندها اثر می‌گذارد و ضریب مسیر غیر مستقیم آن برابر با ۰/۷۵ و ضریب مسیر کل آن برابر با ۰/۷۵ است. همچنین، t-value این رابطه برابر با ۵/۴۷ است که قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ است که نشان‌دهنده معنی‌دار بودن این رابطه است.

جدول ۱۰. نتایج تحلیل مسیر مدل مفهومی پژوهش

t-values	R <sup>2</sup>	ضریب کل	ضریب غیر مستقیم	ضریب مستقیم	متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین
-۱۱/۲۱	۰/۸۸			-۰/۴۵	تحلیل بازار	شناسایی دانش
-۹/۴۵				۰/۲۸	تحلیل بازار	ممیزی و سازماندهی دانش
۳۶/۲۹				۰/۳۴	تحلیل بازار	شناسایی ارزش‌ها
-				-	تحلیل بازار	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۳/۳۴				۰/۳۶	تحلیل بازار	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۸/۲۱	۰/۸۰			۰/۵۸	کیفیت محصول	شناسایی دانش
۲۶/۶۴				۰/۴۰	کیفیت محصول	ممیزی و سازماندهی دانش
۹/۰۶				۰/۵۸	کیفیت محصول	شناسایی ارزش‌ها
۲۸/۲۲				۰/۶۶	کیفیت محصول	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۰/۷۱				۰/۵۱	کیفیت محصول	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
-۳/۷۸	۰/۸۰			۰/۲۲	قیمت‌گذاری و ارزش	شناسایی دانش
-۱۰/۶۷				۰/۴۶	قیمت‌گذاری و ارزش	ممیزی و سازماندهی دانش
۲/۷۱				۰/۱۴	قیمت‌گذاری و ارزش	شناسایی ارزش‌ها
۱۷/۱۹				۰/۳۳	قیمت‌گذاری و ارزش	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۳۰/۲۵				۰/۱۹	قیمت‌گذاری و ارزش	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۹/۵۴	۰/۷۸			۰/۵۹	توسعه و نوآوری	شناسایی دانش
-۵/۷۶				-۰/۲۶	توسعه و نوآوری	ممیزی و سازماندهی دانش
-۸/۰۳				۰/۴۵	توسعه و نوآوری	شناسایی ارزش‌ها
۱۴/۱۵				-۰/۲۹	توسعه و نوآوری	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۳۳/۱۰				۰/۳۸	توسعه و نوآوری	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۷/۳۶	۰/۷۵			۰/۹۵	خدمات مشتری	شناسایی دانش
-۵/۴۳				-۰/۵۲	خدمات مشتری	ممیزی و سازماندهی دانش
-۱۲/۲۰				۰/۴۵	خدمات مشتری	شناسایی ارزش‌ها
۵/۹۴				۰/۲۶	خدمات مشتری	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۹/۶۱				۰/۷۱	خدمات مشتری	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
-	۰/۶۵			-	فرهنگ رقابت	شناسایی دانش
-				-	فرهنگ رقابت	ممیزی و سازماندهی دانش
-۷/۱۳				۰/۷۵	فرهنگ رقابت	شناسایی ارزش‌ها
-				-	فرهنگ رقابت	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۵/۴۰				۰/۶۲	فرهنگ رقابت	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۵/۴۹	۰/۷۵			۰/۲۱	مدیریت و رهبری	شناسایی دانش

t-values	R <sup>2</sup>	ضریب کل	ضریب غیر مستقیم	ضریب مستقیم	متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین
۵/۲۷				۰/۸۵	مدیریت و رهبری	ممیزی و سازماندهی دانش
۵/۹۴				-۰/۱۹	مدیریت و رهبری	شناسایی ارزش‌ها
-				-	مدیریت و رهبری	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۱۱/۶۶				۰/۷۳	مدیریت و رهبری	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
۲۴/۲۷	۸۱	۰/۹۷	۰/۶۹	۰/۲۸	کارایی فرایندها	شناسایی دانش
۳/۶۲		۰/۳۵	۰/۳۵	-	کارایی فرایندها	ممیزی و سازماندهی دانش
۴/۳۰		۰/۳۸	۰/۳۸	-	کارایی فرایندها	شناسایی ارزش‌ها
۹/۰۸		-۰/۱۱	-۰/۱۱	-	کارایی فرایندها	سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها
۵/۴۷		۰/۷۵	۰/۷۵	-	کارایی فرایندها	بالفعل‌سازی ارزش‌ها
-				-	کارایی فرایندها	تحلیل بازار
-				-	کارایی فرایندها	کیفیت محصول
۱۱/۲۸				۰/۲۷	کارایی فرایندها	قیمت‌گذاری و ارزش
۲۴/۰۸				۰/۷۶	کارایی فرایندها	توسعه و نوآوری
-۵/۱۴				۰/۱۲	کارایی فرایندها	خدمات مشتری
-۳/۶۵				۰/۰۶	کارایی فرایندها	فرهنگ رقابت
۲۴/۱۷				۰/۴۳	کارایی فرایندها	مدیریت و رهبری

## بحث و نتیجه‌گیری

در شرایط کنونی، سازمان‌ها با چالش‌های متعددی در زمینه مدیریت منابع و بهینه‌سازی فرایندها مواجه هستند. یکی از رویکردهای نوین در این زمینه، مدیریت ارزش مبتنی بر دانش است که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا از دانش و اطلاعات به عنوان یک منبع کلیدی برای ایجاد ارزش و بهبود کارایی استفاده کنند. این رویکرد به ویژه در محیط‌های رقابتی و پویا اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، جایی که توانایی سازمان‌ها در بهره‌برداری از دانش و تبدیل آن به فرایندهای کارآمد می‌تواند به عنوان یک مزیت رقابتی محسوب شود.

در این راستا، رقابت‌پذیری به عنوان یک میانجی‌گر کلیدی در ارتباط بین مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندها مطرح می‌شود. رقابت‌پذیری، نه تنها به سازمان‌ها کمک می‌کند تا در بازارهای رقابتی باقی بمانند، بلکه می‌تواند به بهبود کارایی و بهره‌وری فرایندها نیز منجر شود. بنابراین، بررسی این رابطه و تأثیرات متقابل آن‌ها می‌تواند به درک بهتری از چگونگی بهینه‌سازی عملکرد سازمان‌ها در عصر اطلاعات کمک کند. بر همین اساس، هدف از انجام پژوهش حاضر، سنجش رابطه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و کارایی فرایندها با تأکید بر نقش میانجی رقابت‌پذیری بوده است.

مدیریت مبتنی بر دانش با تأثیرگذاری مستقیم بر بهبود کارایی فرایندها و ارتقاء رقابت‌پذیری، می‌تواند نقش مهمی در ایجاد مزیت رقابتی پایدار ایفاء کند. به ویژه، کارایی فرایندها از طریق بهبود بهره‌برداری از منابع

دانشی و استفاده از راهبردهای دانش‌محور، به تقویت رقابت‌پذیری سازمان‌ها کمک می‌کند. همچنین، رقابت‌پذیری به عنوان یک متغیر میانجی، رابطه بین مدیریت مبتنی بر دانش و کارایی فرآیندها را تسهیل می‌کند و موجب تسریع در دستیابی به نتایج مطلوب در زمینه‌های نوآوری و بهره‌وری سازمانی می‌شود.

یافته‌های پژوهش نشان داد که ابعاد مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، شامل شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، ممیزی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها، تأثیر قابل‌توجهی بر کارایی فرآیندها دارند. یافته‌ها حاکی از آن است که مدیریت اثربخش دانش و ارزش‌های مرتبط با آن نه تنها می‌تواند به بهبود کارایی فرآیندهای سازمانی منجر شود، بلکه بهینه‌سازی جریان‌های کاری، کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش بهره‌وری را نیز تسهیل می‌کند. نتایج این مطالعه تأکید می‌کند که سازمان‌هایی که به صورت نظام‌مند و هدفمند به مدیریت ارزش مبتنی بر دانش می‌پردازند، قادرند فرآیندهای خود را با کارایی بیشتری طراحی و اجرا کنند. به ویژه، شناسایی و ممیزی دانش به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که منابع دانشی ارزشمند خود را به درستی تشخیص داده و از آن‌ها در جهت بهینه‌سازی فرآیندهای کلیدی استفاده کنند.

علاوه بر این، شناسایی و رتبه‌بندی ارزش‌ها کمک می‌کند تا سازمان‌ها بر جنبه‌هایی از دانش تمرکز کنند که بیشترین تأثیر را بر بهبود عملکرد و رقابت‌پذیری دارند. بالفعل‌سازی ارزش‌ها نیز نقشی اساسی در تبدیل دانش به اقدامات اجرایی و راهبردهای کارآمد ایفا می‌کند که می‌تواند موجب افزایش سرعت و دقت فرآیندها شود. در مجموع، این نتایج تأیید می‌کنند که مدیریت ارزش مبتنی بر دانش نه تنها ابزاری برای بهبود تصمیم‌گیری‌های سازمانی است، بلکه نقشی محوری در افزایش بهره‌وری و ایجاد مزیت رقابتی دارد.

این یافته‌ها بر اهمیت سرمایه‌گذاری سازمان‌ها در توسعه سیستم‌های مدیریت دانش و ارزش تأکید دارند، چرا که بهره‌گیری از این رویکردها می‌تواند منجر به بهینه‌سازی فرآیندهای داخلی، کاهش اتلاف منابع و افزایش قابلیت‌های سازمان در پاسخگویی به تغییرات محیطی و نیازهای بازار شود. یافته‌های پژوهش نشان داد که میان رقابت‌پذیری و کارایی فرآیندها، رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد. بر حسب نتایج می‌توان گفت که رقابت‌پذیری سازمان تأثیر مستقیمی بر بهبود کارایی فرآیندهای آن دارد. این یافته نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که از سطح رقابت‌پذیری بالاتری برخوردارند، قادرند فرآیندهای خود را با کارایی بیشتری مدیریت کرده و بهینه‌سازی کنند.

این ارتباط معنی‌دار را می‌توان به عواملی همچون نوآوری در فرآیندها، افزایش بهره‌وری عملیاتی، بهینه‌سازی منابع و چابکی سازمان در پاسخ به تغییرات بازار نسبت داد. به بیان دیگر، سازمان‌هایی که برای حفظ و ارتقای جایگاه رقابتی خود تلاش می‌کنند، معمولاً فرآیندهای داخلی را به گونه‌ای طراحی و مدیریت می‌کنند که از کارایی بیشتری برخوردار باشد، چرا که بهبود کارایی فرآیندها مستقیماً بر کاهش هزینه‌ها،

افزایش سرعت و کیفیت خدمات و در نهایت، افزایش قدرت رقابتی سازمان تأثیر می‌گذارد. نتایج این پژوهش همچنین بر این نکته تأکید دارد که رقابت‌پذیری نه تنها یک عامل تعیین‌کننده در موفقیت سازمانی است، بلکه به عنوان یک متغیر اثرگذار، می‌تواند بهبود مداوم فرآیندهای سازمانی را تسهیل کند. بنابراین، سازمان‌ها باید راهبردهایی را اتخاذ کنند که ضمن افزایش رقابت‌پذیری، بهینه‌سازی فرآیندهای داخلی را نیز به صورت مستمر دنبال کنند تا بتوانند در محیط‌های پویا و رقابتی به مزیت‌های پایدار دست یابند. نتایج پژوهش نشان داد که افزایش سطح مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، منجر به تقویت رقابت‌پذیری سازمان‌ها می‌شود. در واقع، سازمان‌هایی که دانش را به عنوان یک دارایی ارزشمند مدیریت می‌کنند، توانایی بیشتری در ایجاد تمایز رقابتی دارند. مدیریت ارزش مبتنی بر دانش شامل شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌های نهفته در دانش در سازمان است که این اقدامات به سازمان‌ها کمک می‌کند تا از مزیت‌های رقابتی پایدار برخوردار شوند.

در واقع، سازمان‌هایی که به طور مؤثر از دانش برای بهبود فرآیندها، توسعه محصولات و خدمات نوآورانه، و تصمیم‌گیری‌های راهبردی استفاده می‌کنند، نه تنها قادر به افزایش بهره‌وری و اثربخشی خواهند بود، بلکه می‌توانند جایگاه رقابتی خود را نیز در بازار ارتقا دهند. یافته‌های این پژوهش بر اهمیت اتخاذ راهبردهای دانش‌محور برای تقویت رقابت‌پذیری تأکید دارد. سازمان‌هایی که دانش را به درستی مدیریت و ارزش آن را در جهت تحقق اهداف راهبردی خود بالفعل می‌کنند، قادرند چابکی سازمانی خود را افزایش داده و سریع‌تر از رقبا به تغییرات محیطی پاسخ دهند. بنابراین، توسعه و بهبود مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، یک ضرورت برای سازمان‌هایی است که به دنبال حفظ و افزایش مزیت‌های رقابتی خود در بازارهای پویا و پیچیده هستند. مؤلفه‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، از جمله شناسایی دانش، ممیزی و سازماندهی دانش، شناسایی ارزش‌ها، سازماندهی و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها، از طریق تقویت رقابت‌پذیری تأثیر مثبتی بر کارایی فرایندها دارند.

یافته‌ها بیانگر آن است که شناسایی دانش نه تنها به طور مستقیم بر کارایی فرایندها تأثیر دارد، بلکه این تأثیر از طریق متغیرهای واسطی مانند قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری، خدمات مشتری، مدیریت و رهبری نیز اعمال می‌شود. همچنین، ممیزی و سازماندهی دانش از مسیرهای مشابهی، از جمله قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری، خدمات مشتری، مدیریت و رهبری، به بهبود کارایی فرایندها منجر می‌شود. از سوی دیگر، شناسایی ارزش‌ها از طریق مؤلفه‌هایی نظیر فرهنگ رقابت، قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری، خدمات مشتری و مدیریت و رهبری، به تقویت کارایی فرایندهای سازمانی کمک می‌کند. به همین ترتیب، سازماندهی

و رتبه‌بندی ارزش‌ها و بالفعل‌سازی ارزش‌ها نیز از مسیرهای مشابه، از جمله قیمت‌گذاری و ارزش، توسعه و نوآوری، خدمات مشتری و فرهنگ رقابت، بر بهبود کارایی فرآیندها اثرگذار هستند.

این نتایج نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که در جهت مدیریت اثربخش ارزش‌های نهفته در دانش خود گام برمی‌دارند، نه تنها می‌توانند فرآیندهای خود را بهینه‌سازی کنند، بلکه از طریق رقابت‌پذیری بالاتر، جایگاه بهتری در بازار کسب خواهند کرد. نقش رقابت‌پذیری به عنوان یک متغیر میانجی، بیانگر آن است که سازمان‌ها باید علاوه بر مدیریت دانش، بر توسعه مزیت‌های رقابتی خود نیز تمرکز داشته باشند تا از طریق نوآوری، بهبود خدمات مشتری و تصمیم‌گیری‌های راهبردی، عملکرد بهینه‌تری در فرآیندهای سازمانی خود داشته باشند. بنابراین، یافته‌های این پژوهش تأکید می‌کند که رقابت‌پذیری عاملی کلیدی در تبدیل مدیریت ارزش مبتنی بر دانش به نتایج عملی و بهبود کارایی فرآیندها در سازمان‌ها است.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت ارزش مبتنی بر دانش نقش محوری در بهبود کارایی فرآیندهای سازمانی و افزایش رقابت‌پذیری دارد. سازمان‌هایی که به طور نظام‌مند به شناسایی، سازماندهی، ممیزی، رتبه‌بندی و بالفعل‌سازی ارزش‌های نهفته در دانش خود می‌پردازند، قادرند فرآیندهای خود را بهینه کرده و عملکرد عملیاتی خود را ارتقا دهند. سازمان‌های رقابت‌پذیر، فرآیندهای خود را به گونه‌ای طراحی و مدیریت می‌کنند که بهره‌وری بیشتری داشته و هزینه‌های عملیاتی کاهش یابد. در همین راستا، مشخص شد که مدیریت ارزش مبتنی بر دانش تأثیر مستقیمی بر رقابت‌پذیری دارد، زیرا سازمان‌هایی که دانش را به عنوان یک دارایی راهبردی مدیریت می‌کنند، از توانمندی بیشتری در ایجاد مزیت‌های رقابتی برخوردارند.

یافته‌ها مؤید آن است که سازمان‌هایی که در مدیریت ارزش‌های نهفته در دانش خود موفق عمل می‌کنند، از طریق افزایش رقابت‌پذیری می‌توانند عملکرد فرآیندهای خود را بهبود بخشند. عواملی مانند: نوآوری در فرآیندها، بهینه‌سازی منابع، خدمات مشتری‌محور، مدیریت و رهبری مؤثر و فرهنگ رقابتی در این مسیر نقش اساسی دارند. به طور کلی، این پژوهش بر اهمیت سرمایه‌گذاری در مدیریت دانش و ارزش‌های نهفته در دانش تأکید می‌کند. سازمان‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از رویکردهای دانش‌محور، نه تنها فرآیندهای داخلی خود را بهینه کنند، بلکه در محیط‌های پویای رقابتی جایگاه خود را نیز تقویت نمایند. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود که سازمان‌ها راهبردهای مدیریت ارزش مبتنی بر دانش را به عنوان یک اولویت کلیدی در برنامه‌های توسعه‌ای خود قرار داده و با ارتقای توان رقابتی خود، به مزیت‌های پایدار در بازار دست یابند.

با توجه به پیشینه پژوهش‌های مختلف، نتایج این پژوهش همخوانی زیادی با یافته‌های دیگر مطالعات دارد. شهبازی و گل‌محمدی (۱۳۹۸) تأکید دارند که مدیریت دانش از طریق تقویت قابلیت‌های پویا و سرمایه اجتماعی می‌تواند بهبود عملکرد و مزیت رقابتی را در پی داشته باشد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش حاضر همراستا است که نشان می‌دهد ابعاد مدیریت ارزش مبتنی بر دانش پیش‌بینی‌کننده کارایی فرآیندها هستند و بر

رقابت‌پذیری نیز تأثیر دارند. همچنین قاسم‌نژاد (۱۴۰۳) اشاره دارد که مدیریت دانش می‌تواند رقابت‌پذیری سازمان‌های پژوهشی را ارتقا دهد، که مشابه با یافته‌های این پژوهش است که به رابطه مثبت میان مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و رقابت‌پذیری اشاره دارند. پژوهش صفریان و آقازاده (۱۴۰۳) نیز تأکید دارد که مدیریت دانش موجب افزایش رقابت‌پذیری و درآمد شرکت‌ها می‌شود که با نتایج پژوهش حاضر، مبنی بر تأثیر مستقیم مدیریت دانش بر رقابت‌پذیری و کارایی فرایندها، همخوانی دارد. از سوی دیگر، پژوهش‌های قوی‌پنجه و سلیمانی (۱۳۸۵) و رحیمی (۲۰۱۲) نیز نشان می‌دهند که مدیریت دانش، از طریق تسهیل فرایندهای یادگیری و نوآوری، موجب ایجاد مزیت رقابتی پایدار می‌شود که با نتایج پژوهش حاضر، مبنی بر تأثیر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و رقابت‌پذیری بر کارایی فرایندها و نوآوری‌ها، همراستا است. در مجموع، نتایج پژوهش حاضر از نظر نظری و عملی با این مطالعات مطابقت دارد و به تقویت نقش مدیریت دانش در بهبود عملکرد و رقابت‌پذیری سازمان‌ها می‌پردازد.

همچنین نشان داده شد که ابعاد مدیریت ارزش مبتنی بر دانش تأثیر مستقیمی بر کارایی فرایندها داشته و رقابت‌پذیری به عنوان یک متغیر میانجی، این رابطه را تقویت می‌کند. این نتایج با پژوهش کارنیرو (۲۰۰۰) و رحیمی (۲۰۱۲) همخوانی دارد؛ زیرا هر دو تأکید کرده‌اند که مدیریت دانش از طریق تسهیل جریان اطلاعات و یادگیری سازمانی، منجر به بهبود نوآوری و رقابت‌پذیری می‌شود. همچنین، مطالعه کاوه و دیگران (۲۰۱۵) نیز بر نقش مدیریت دانش در بهبود پاسخگویی به نیازهای بازار و ارتقای قابلیت‌های رقابتی شرکت‌های کوچک و متوسط تأکید دارد که با یافته‌های پژوهش حاضر مطابقت دارد. در مقابل، نتایج پژوهش واهیونو (۲۰۲۰) نشان داد که نوآوری محصول نقش میانجی حیاتی در رابطه بین مدیریت دانش و رقابت‌پذیری ایفا می‌کند، در حالی که در پژوهش حاضر چنین رابطه‌ای مستقیماً بررسی نشده است. همچنین، نیوگا و تانوا (۲۰۲۴) بر اهمیت مدیریت دانش در تبدیل نوآوری‌های فناورانه به مزیت رقابتی پایدار تأکید دارند؛ اما در پژوهش حاضر، تمرکز اصلی بر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بوده است. بنابراین، در حالی که بخش عمده‌ای از یافته‌ها با مطالعات پیشین همخوانی دارد، برخی تفاوت‌ها در نحوه بررسی متغیرهای میانجی و تأثیر نوآوری مشاهده می‌شود.

### محدودیت‌های پژوهش

- محدودیت زمانی
- عدم پاسخگویی برخی از اعضای نمونه آماری
- عدم آشنایی جامعه آماری با مفهوم مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و بالتبع پاسخدهی اشتباه به برخی از پرسش‌ها

- عدم کنترل متغیرهای پنهان و مداخله‌گر
- پاسخ‌های سهل‌انگارانه برخی از اعضای نمونه آماری
- تغییرات سریع در محیط کسب و کار و احتمال منسوخ شدن نتایج پژوهش در بازه‌های زمانی متفاوت

### پیشنهاد پژوهش‌های آتی

- رابطه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، نوآوری و خلاقیت سازمانی
- مطالعه تطبیقی مفهوم مدیریت دانش و مدیریت ارزش مبتنی بر دانش در صنایع مختلف
- تحلیل تأثیر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بر رضایت مشتری و وفاداری مشتریان
- تحلیل نقش مدیریت ارزش مبتنی بر دانش در بهبود عملکرد مالی سازمان‌ها
- تأثیر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بر فرهنگ سازمانی و رفتار کارکنان
- رابطه بین مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و مدیریت ریسک در سازمان‌ها
- تحلیل تأثیر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بر کارایی زنجیره تأمین
- تأثیر مدیریت ارزش مبتنی بر دانش بر توانمندی‌های یادگیری سازمانی
- رابطه بین مدیریت ارزش مبتنی بر دانش و توسعه پایدار در سازمان‌ها
- پژوهش در مورد چالش‌ها و موانع پیاده‌سازی مدیریت ارزش مبتنی بر دانش در سازمان‌ها
- تدوین راهبردهای ارزش‌آفرینی از دانش در بافت اقتصادی

### پیشنهاد‌های کاربردی

- ایجاد و توسعه فرهنگ سازمانی متناسب با مفهوم مدیریت ارزش مبتنی بر دانش
- ایجاد زیرساخت‌های مدیریت ارزش مبتنی بر دانش
- برگزاری کارگاه‌های آشنایی با مفهوم مدیریت ارزش مبتنی بر دانش، مزایا و چالش‌های پیاده‌سازی آن
- به‌کارگیری هوش مصنوعی به منظور مدیریت سریع‌تر ارزش‌های نهفته در دانش (در تمامی مراحل پنجگانه مدیریت ارزش مبتنی بر دانش)

### منابع

- ابطحی، حسین؛ صلواتی، عادل (۱۳۸۵). *مدیریت دانش در سازمان*. تهران: انتشارات پیوند نو، چاپ اول.
- شهبازی، سامره؛ گل‌محمدی، عماد (۱۳۹۸). تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد شرکت‌ها: با تأکید بر نقش قابلیت‌های پویا و سرمایه اجتماعی. *فصلنامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت*، ۹(۳)، ۳۵-۴۶.
- صفریان کجبابادی، مهرداد؛ آقازاده، محمد (۱۴۰۳). مدیریت دانش برای بهبود رقابت‌پذیری و افزایش درآمد شرکت‌های تجاری گردشگری، <https://civilica.com/doc/2017520>
- قاسم‌نژاد، یونس (۱۴۰۳). نقش مدیریت دانش در ارتقای رقابت‌پذیری سازمان‌های پژوهشی. <https://civilica.com/doc/2179961>
- قوی پنجه، مهدی؛ سلیمانی روزبهانی، فاطمه (۱۳۹۸). نقش و تأثیر مدیریت دانش در ایجاد مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها. *کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع*.

## References

- Abtahi, H., & Salavati, A. (2006). *Knowledge management in organizations*. Tehran: Payvand No Publications. (in Persian)
- Ağan, Y., Acar, M. F., & Erdogan, E. (2018). Knowledge management, supplier integration, and new product development. *Knowledge Management Research and Practice*, 16(1), 105-117.
- Akhavan, P., Dastranj Mamaghani, N., Oliyae, E., & Saghafi, F. (2011). Developing Knowledge Management Cycle Processes Based on Knowledge Management Success Factors. *Journal of Science and Technology Policy*, 3(2), 1-13.
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Caiazza, R., & Lehmann, E. E. (2020). Knowledge management and entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 373-385.
- Carneiro, A. (2000). How does knowledge management influence innovation and competitiveness?, *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 87-98. <https://doi.org/10.1108/13673270010372242>
- Dalkir, K. (2011). Knowledge Management in Theory and Practice. *Massachusetts Institute of Technology*.
- Ghasemnejad, Y. (2024). The role of knowledge management in enhancing the competitiveness of research organizations. <https://civilica.com/doc/2179961>. (in Persian)
- Ghavipankeh, M., & Soleimani Roozbehani, F. (2019). The role and impact of knowledge management in creating sustainable competitive advantage in organizations. *International Conference on Modern Research in Management and Industrial Engineering*. (in Persian)
- Kamya, M. T., Ntayi, J. M., & Ahiauzu, A. (2010). Knowledge management and competitive advantage: The interaction effect of market orientation. *African Journal of Business Management*, 4(14), 2971.
- Kaveh, D., Bamipour, E. M., Salari Far, M., & Salari Far, M. (2015). The relationship between knowledge management and competitive advantage: a case study in small and medium-sized companies in the packaging industry of Khorasan Razavi. *European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, 4(1 (s)), pp-650.
- Khan, S. A., & Alsharif, M. H. (2021). Knowledge management and organizational performance: The mediating role of innovation. *Journal of Knowledge Management*, 25(5), 1123-1140. <https://doi.org/10.1108/JKM-05-2020-0360>
- Kurtoğlu, Y. (2016). Knowledge production, knowledge management and the competitiveness (6). *Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi İstanbul: BilgiToplumu Yayınları, TÜBİTAK*.
- Kusa, R., Suder, M., Duda, J., Czakon, W. and Juárez-Varón, D. (2024). Does knowledge management mediate the relationship between entrepreneurial orientation and firm performance?, *Journal of Knowledge Management*, 28(11), 33-61. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2023-0608>
- Nyuga, G., & Tanova, C. (2024). Assessing the mediating role of knowledge management in the relationship between technological innovation and sustainable competitive advantage. *Heliyon*, 10(23).
- Rahimli, A. (2012). Knowledge management and competitive advantage. In *Information and Knowledge Management*, 2(7), 37-43.
- Safarian Kajoobadi, M., & Aghazadeh, M. (2024). Knowledge management for improving competitiveness and increasing revenue in tourism companies. Retrieved from <https://civilica.com/doc/2017520> (in Persian)
- Shahbazi, S., & Golmohammadi, E. (2019). The impact of knowledge management on company performance: Emphasizing the role of dynamic capabilities and social capital. *Journal of Standard and Quality Management*, 9(3), 35-46. (in Persian)
- Wahyono, W. (2020). The mediating effects of product innovation in relation between knowledge management and competitive advantage. *Journal of Management Development*, 39(1), 18-30. <https://doi.org/10.1108/JMD-11-2018-0331>