

چشم‌انداز مدیریت دولتی

شماره ۳- پاییز ۱۳۸۹

صص ۲۴-۹

بررسی رابطه فرایند چرخه‌ای دانش و نرخ بازده سرمایه

منیژه قره‌چه*، محمدرضا حسومیان**

چکیده

در این تحقیق ما به بررسی رابطه مدیریت دانش سازمانی و موفقیت در شرکت‌های صنایع غذایی عضو بورس می‌پردازیم. برای ارزیابی فعالیت شرکت‌ها در زمینه مدیریت دانش از مدل فرایند چرخه‌ای دانش و برای ارزیابی موفقیت شرکت‌ها از معیار نرخ بازده سرمایه (RIO) استفاده شده است. هدف ما در اصل بررسی تئوری مزیت‌های رقابتی دانش محور و رابطه مدیریت دانش و کسب مزیت رقابتی پایدار بوده است. نتایج حاصل نشان داد در میان مؤلفه‌های فرایند چرخه‌ای دانش (خلق، جمع، درونی سازی، اشتراک و کاربرد دانش)، خلق و کاربرد دانش قوی‌ترین رابطه را با کسب و حفظ مزیت رقابتی پایدار داشتند.

کلید واژه‌ها: مدیریت دانش، مدیریت راهبرد، مزیت رقابتی، فرایند چرخه‌ای دانش، نرخ بازده سرمایه‌گذاری.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

تاریخ دریافت مقاله: ۸۷/۱۰/۰۷ تاریخ پذیرش مقاله: ۸۹/۰۲/۱۰

* استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی.

** دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی بین‌الملل، دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول).

Email: M.Hasomian@modares.ac.ir

مقدمه

از سال ۱۹۹۲ مطالعه مدیریت دانش (KM) تبدیل به بحث مجامع علمی مدیریت و مدیران شده است. بحث و ادعای اکثر این مطالعات این است که در عصر حاضر دانش نقش بسیار مهمتری نسبت به سرمایه‌های ملموس در موفقیت سازمانها دارد. بنابراین ادعا ایجاد و حفظ مزیت رقابتی از طریق تخصیص دارایی‌های ملموس روز به روز سخت‌تر می‌شود. در حالی که سازمانهایی موفق هستند که بتوانند سرمایه‌های فکری را که برای خلق ارزش حیاتی دارند، توسعه دهند [۱۹]. ادعا کرده‌اند که برندگان بازارهای فردا پیش‌تازان مدیریت دانش خواهند بود. امروزه ادعا می‌شود که مهمترین منابع و قابلیت‌های سازمان در سالهای اخیر منابع دانش محور بوده‌اند. استیوارت [۲۲] معتقد است مدیریت موفق منابع دانش محور (مدیریت دانش) اصلی‌ترین مزیت رقابتی است.

مزیت رقابتی و موفقیت سازمان

تمام فعالیتهایی که یک شرکت انجام می‌دهد برای کسب مزیت رقابتی و بقا است. یک شرکت هنگامی رقابتی است که یک راهبرد ارزش‌آفرین را با موفقیت تدوین و اجرا کند. هنگامی که یک شرکت یک چنین راهبردی را اجرا کند و شرکت‌های دیگر قادر به تقلید از آن نمی‌باشند یا تقلید از آن برای آنها بسیار پرهزینه است [۹]. چنین شرکتی دارای مزیت رقابتی پایدار است. به عبارت دیگر یک شرکت هنگامی می‌تواند نسبت به یک مزیت رقابتی مطمئن باشد که تلاش دیگر شرکت‌ها برای تقلید از آن با شکست روبرو شود. حتی اگر یک شرکت مزیت رقابتی کسب کند این مزیت رقابتی فقط برای دوره‌ای مشخص پایدار خواهد بود [۱۳]. میزان سرعت رقبا در کسب مهارت‌های لازم برای تقلید از مزیت رقابتی مشخص می‌کند که آن مزیت تا چه مدت پایدار خواهد ماند [۴]. یک شرکت برای سود بالاتر از میانگین باید نحوه استفاده از مزیت رقابتی را درک کند [۱۱].

یک شرکت با کسب قدرت رقابتی و استفاده موفق از مزیت رقابتی به هدف اصلی خود یعنی کسب سود بالاتر از میانگین دست می‌یابد. سود میانگین، بازدهی است که یک سرمایه‌گذار انتظار دارد از یک سرمایه‌گذاری با ریسک مشابه بدست آورد. ریسک، میزان عدم اطمینان از سود یا زیان ناشی از یک سرمایه‌گذاری خاص است [۲۱]. بازدهی را اغلب از طریق معیارهای حسابداری مثل نرخ بازده سرمایه‌گذاری ROI، نرخ بازده فروش ROS یا نرخ بازده سهام ROE اندازه‌گیری می‌کنند. شرکت‌هایی که فاقد یک مزیت رقابتی هستند یا در یک صنعت بدون جذابیت فعالیت می‌کنند در بهترین حالت فقط سودی برابر با سود میانگین کسب می‌کنند. در بلند مدت ناتوانی در کسب حداقل سود میانگین باعث شکست شرکت می‌شود. زیرا سرمایه‌گذاران

انتظار دارند حداقل از سرمایه‌گذاری خود سودی برابر سود میانگین کسب کنند در غیر این صورت سرمایه خود را از این شرکت بیرون می‌برند [۱۸].

مباحث و پژوهش‌های انجام شده در زمینه مزیت رقابتی منجر به شکل‌گیری دیدگاهی جدید در مورد مزیت رقابتی شده است. این دیدگاه جدید که دیدگاه دانش‌محور نام دارد در برابر دو دیدگاه سازمان‌های صنعتی (IO) و دیدگاه منبع محور (RBW) مطرح شده است تا نقش روزافزون دانش را در خلق و حفظ مزیت رقابتی نشان دهد. دیدگاه IO [۲۰] عنوان می‌کند که سازمان باید با استفاده از روش‌های مختلف تجزیه و تحلیل، محیط صنعتی را شناسایی کرده و با توجه به این شناخت تصمیم‌های مهم سطح راهبردی را اتخاذ کند. با این تصمیمات شرکت یک صنعت جذاب را که بتواند در آن مزیت رقابتی به دست آورد انتخاب می‌کند. این دیدگاه منجر به انتخاب یک صنعت براساس شناخت محیط خارجی برای کسب و کار سازمان می‌شود. ولی احتمال تغییر شرایطی که منجر به انتخاب این صنعت شود، بسیار زیاد است. این تغییرات باعث از بین رفتن ارزش توانایی‌های شرکت می‌شود. به طور خلاصه نقطه ضعف اصلی این دیدگاه این است که راهبرد و مزیت رقابتی شرکت را بر اساس درک محیط تدوین می‌کند نه براساس توانایی‌های شرکت.

دیدگاه دیگر در مورد مزیت رقابتی دیدگاه منبع محور است. این دیدگاه برخلاف دیدگاه IO رویکردی درون نگر دارد. در این دیدگاه منابعی که در اختیار شرکت است می‌تواند منبع مزیت رقابتی باشد به شرطی که آنها منابعی یگانه باشند [۸]. این یعنی سود و برتری رقابتی معمولاً از شایستگی‌های هسته‌ای بدست می‌آید که کاملاً برای شرکت اختصاصی باشند [۱۲].

برای این که یک قابلیت تبدیل به شایستگی هسته‌ای و منبعی برای مزیت رقابتی شود باید دارای شرایطی باشد که عبارتند از: قابلیت باید دارای اهمیت راهبردی و ارزش آفرین باشد؛ امکان یافتن جایگزین برای آن وجود نداشته باشد. امکان تقلید قابلیت وجود نداشته باشد و نهایتاً قابلیت یگانه باشد. در دیدگاه IO فرض بر این است که منابع به طور یکسان و مشابه در میان سازمان‌های موجود در صنعت توزیع شده‌اند. در حالی که در دیدگاه RB تصور خلاف این است. یعنی فرض بر این است که منابع در اختیار سازمان‌های موجود در صنعت متنوع و نامشابه است. دیدگاه RB با تأکید بیش از اندازه بر تنوع منابع موجود در اختیار سازمان‌ها نقش دانش را به عنوان یکی از منابع کلیدی نادیده می‌گیرد. زیرا مزیت رقابتی را ناشی از تفاوت منابع در اختیار سازمانها می‌داند. در حالی که چه بسا ممکن است دو سازمان دارای منابعی تقریباً مشابه باشند ولی عملکردشان کاملاً متفاوت باشد.

در برابر این نظریات امروزه تئوری دیگری مطرح شده که سعی دارد با برطرف کردن معایب دو تئوری گذشته چارچوبی ارائه دهد که در آن اهمیت روز افزون دانش مدنظر قرار گیرد. این

تئوری همان‌طور که پیش از این اشاره شد، تئوری «دانش محور» نام دارد. در این تئوری دانش یگانه سازمان به عنوان مهمترین منبع کسب بازده بالاتر از میانگین در نظر گرفته می‌شود [۲۳]. یانگ [۲۵] معتقد است در عصر دانش دیگر نمی‌توان با انجام امور بهتر، سریع‌تر یا ارزان‌تر از دیگران مزیت رقابتی کسب کرد. بلکه مزیت رقابتی تنها از طریق انجام دادن کارهایی به‌دست می‌آید که دیگران توانایی انجام آن را ندارند و این از طریق یک دانش یگانه امکان‌پذیر است. هر چند نظر یانگ تا حدی افراطی است ولی به خوبی اهمیت دانش سازمانی را بیان می‌کند. براساس دیدگاه دانش محور، مزیت رقابتی پایدار بر اثر یک تفاوت مداوم بین دانش یک سازمان و دیگر رقبا ناشی می‌شود [۲۵]. به عبارت دیگر تفاوت در دانش سازمانی باعث کسب بازدهی متفاوت در سازمان‌های مختلف می‌شود.

دیدگاه دانش محور

دیدگاه دانش‌محور در مورد شرکت می‌گوید کالاها و خدمات تولید شده به وسیله منابع ملموس به چگونگی ترکیب و کاربرد آنها توسط دانش سازمان بستگی دارد. این دانش در کارکنان سازمان و اجزای آن از جمله: فرهنگ و هویت سازمان، رویه‌ها، سیاست‌ها، سیستم‌ها و پرونده‌های سازمان وجود دارد و به وسیله آنها حفظ می‌شود. دیدگاه دانش‌محور عنوان می‌کند که دارایی دانش می‌تواند مزیت رقابتی پایدار بلندمدت برای شرکت ایجاد کند زیرا منابع دانش‌محور از نظر درک اجتماعی پیچیده‌اند و تقلید از آنها مشکل است [۵].

طبق نظر علوی و لیدنر، دانش موجود در هر زمان اهمیت کمتری نسبت به توانایی شرکت در کاربرد اثربخش آن دانش برای خلق دانش جدید و اتخاذ اعمالی برای کسب مزیت رقابتی از طرق دارایی‌های دانش‌محور دارد [۵]. در حالی که دسترسی داشتن به منابعی با ارزش و یگانه راهی برای خلق مزیت رقابتی است اما بعضی مواقع این روش دیگر امکان‌پذیر نیست زیرا یا رقبا از این منابع تقلید می‌کنند یا جایگزینی برای این منابع می‌یابند. شرکت‌هایی که دارای دانش برتر هستند می‌توانند منابع و قابلیت‌های سنتی خود را به روش‌های جدیدی ترکیب و تلفیق کنند تا ارزش بیشتری نسبت به رقبا برای مشتریان خود فراهم آورند. به این طریق با داشتن دارایی‌های ذهنی برتر یک سازمان می‌تواند چگونگی استفاده و به‌کارگیری بهتر منابع سنتی نسبت به رقبا را درک کند؛ حتی اگر بعضی یا تمام این منابع یگانه نباشند. بنابراین دانش را می‌توان مهمترین منبع راهبردی دانست و توانایی تأمین، ادغام، ذخیره‌سازی، اشتراک گذاشتن و به‌کارگیری این دانش مهمترین قابلیت برای خلق و حفظ مزیت رقابتی است. گسترده‌ترین ارزشی که باعث به‌کارگیری مدیریت دانش می‌شود این است که مدیریت دانش کسب توانایی‌های اساسی مورد نیاز برای رقابت را در پی دارد [۲۶].

اما دانش چه خصوصیتی دارد که مزیت رقابتی ایجاد می‌کند؟ دانش خصوصاً دانش ضمنی که در رویه‌های پیچیده سازمانی قرار دارد و از تجربه به دست می‌آید، منبعی یگانه و غیر قابل تقلید خواهد بود. برخلاف بسیاری از منابع سنتی دانش را نمی‌توان به راحتی و به شکل آماده استفاده از بازار خرید. رقبا برای کسب دانش مشابه باید درگیر تجربیاتی مشابه باشند. در هر حال کسب دانش از طریق تجربه زمان‌بر است و در میزان تسریع یادگیری خود با استفاده از سرمایه‌گذاری محدودیت وجود دارد [۲۶].

مزیت‌های رقابتی دانش‌محور به این دلیل پایدار هستند که هر چه یک شرکت در حال حاضر بیشتر بداند، بیشتر می‌تواند یاد بگیرد. فرصت‌های یادگیری احتمالاً برای سازمانی که در حال حاضر یک مزیت دانش دارد نسبت به رقبایی که فرصت‌های یادگیری مشابهی دارند ولی با دانش کمتر شروع به یادگیری می‌کنند؛ با ارزش‌تر است. سازمانی که در حال حاضر نسبت به موردی آگاهی دارد که باعث تکامل دانش جدید او می‌شود و فرصت ایجاد هم‌افزایی دانش را برای سازمان فراهم می‌کند که برای رقبای آن وجود ندارد؛ پایداری به دست می‌آورد. دانش جدید با دانش موجود ادغام می‌شود تا بینشی یگانه و دانشی حتی با ارزش‌تر ایجاد کند.

بنابراین سازمان‌ها باید در پی یافتن محدوده‌هایی از یادگیری و تجربه اندوزی باشند که به طور بالقوه بتواند از طریق ترکیبی هم‌افزا به ارزش دانش موجود بیافزاید [۲۶].

حساسیت نسبت به اطلاعات، جمع‌آوری، سازماندهی، ارتباطات و استفاده از اطلاعات برای سازمان‌های دانش‌محور حیاتی است. بنابر نظر کتینگر و گروور [۱۵] اطلاعات می‌تواند یک منبع قدرت باشد. دانش ترکیبی از اطلاعات و تجربه است که در یک زمینه خاص به کار می‌رود و کیفیتی پویا دارد. قدرت و خصوصیات افراد و اتحاد گروه بر تبدیل دانش مؤثر است. قابلیت اشتراک دانش می‌تواند فرایندها و ساختارهای سازمانی را شکل دهد. قابلیت یک سازمان در اشتراک و به‌کارگیری دانش به عنوان یک کل می‌تواند قابلیت تغییر سازمان را تسهیل کند.

دیدگاه دانش‌محور سعی دارد تفاوت‌های عملکرد بین شرکت‌ها را توضیح دهد. بنابر نظر گروور و داونپورت [۱۴] فرض اصلی این است که دانش به عنوان یک منبع محوری، مزیت‌های یگانه‌ای برای اداره فعالیت‌های اقتصادی ایجاد می‌کند.

دانش در صورتی نقش راهبردی خواهد داشت که سازمان بتواند دانش یگانه خود را در فعالیت‌های ارزش‌آفرین به کار برد و از آن برای عملی کردن فرصت‌های موجود در بازار استفاده کند. امروزه به این خاطر که رقبا برای ایجاد راهبردهای بقای خود از رهبران صنعت الگوبرداری می‌کنند، باید تقلید دانش سازمانی را برای آنها مشکل ساخت [۱۶].

به این ترتیب مزیت دانش‌محور به عنوان جزئی از شایستگی هسته‌ای شرکت در نظر گرفته می‌شود. مزیت رقابتی پایدار از تفاوت مداوم بین دانش یک شرکت و دیگر شرکت‌های رقیب آن

ناشی می‌شود. توانایی تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح منجر به توانایی شرکت در حفظ مزیت رقابتی آن می‌شود.

تبدیل دانش صریح به دانش ضمنی می‌تواند یک منبع مزیت رقابتی باشد. همان‌طور که در دیدگاه منبع محور توضیح دادیم مالکیت منابعی که ایجاد، انتقال، خرید و فروش و جایگزینی آنها مشکل باشد؛ منجر به کسب شایستگی هسته‌ای برای شرکت می‌شود. منابع ممکن است ملموس یا ناملموس باشند و گاهی شناسایی این منابع مشکل می‌شود. دانش سازمانی منبع ناملموس رقابتی است زیرا در عمق سازمان قرار دارد و رقبا نمی‌توانند از آن تقلید کنند. چنین سرمایه‌های ذهنی به آهستگی طی زمان در سازمان انباشته می‌شوند.

منافع منابع ملموس در دسترس شرکت‌هایی قرار دارد که بتوانند آن منابع را تأمین کنند. ولی اندروز [۷] معتقد است شایستگی متمایز یک شرکت توانایی او در انجام دادن کاری بهتر از دیگر رقبا است، بنابراین توانایی آن در یادگیری مواردی یگانه‌ای که برای شرکت سود آوری بالاتری ایجاد می‌کند، در نهایت می‌تواند منبع مزیت رقابتی پایدار می‌شود. یک شرکت تا زمانی می‌تواند با استفاده از شایستگی‌های متمایز خود مزیت رقابتی پایدار داشته باشد که این شایستگی‌ها با استفاده از دانش یگانه خود محصولات یگانه‌ای تولید کنند که رقبا فاقد آن هستند.

ولی آیا واقعاً دانش سازمانی به عنوان یکی از منابع و همچنین ابزاری برای به‌کارگیری دیگر منابع بر عملکرد و بازدهی سازمان‌ها و کسب موفقیت توسط آنها اثرگذار است؟ در این تحقیق برای پاسخ‌گویی به این سؤال تلاش خواهیم کرد. برای این کار از مدل فرایند چرخه‌ای دانش [۱۷] جهت ارزیابی عملکرد مدیریت دانش شرکت‌ها استفاده کرده‌ایم. ملاک ما برای ارزیابی موفقیت سازمان‌ها نرخ بازده سرمایه شرکت‌ها بود. نرخ بازده سرمایه‌گذاری عبارت است از میزان سود کل شرکت تقسیم بر دارایی کل آن [۲]. همان‌طور که قبلاً ذکر شد، شرکتی موفق محسوب می‌شود که بتواند حداقل بازدهی برابر با میانگین بازده صنعت کسب کند. در واقع اگر شرکتی بتواند نرخ بازده بالاتر از میانگین صنعت کسب کند؛ آن شرکت نسبت به رقبا دارای مزیت رقابتی است.

فرایند چرخه‌ای دانش (KCP)

این فرایند شامل پنج قسمت است:

خلق دانش: شامل طیف متنوعی از دانش است؛ خواه دانش صریح باشد یا دانش ضمنی و از طریق تشویق روابط متقابل هم‌افزا بین افرادی با سوابق متنوع انجام می‌شود.

تجمیع دانش: تمام افراد سازمان برای انجام وظایف و تصمیم‌گیری‌ها باید به دانش مربوط دسترسی داشته باشند. دانش تجمیع شده در سازمان می‌تواند نقش بسیار مهمی در از بین بردن

موانع و عدم کارایی داشته باشد. با این حال اگر دانشی که طی سالها از طریق فعالیت‌های مدیریت خلق شده در سازمان تجمیع نشود نمی‌تواند برای نیازهای تصمیم‌گیری در آینده سودمند باشد.

اشتراک دانش: شامل ترویج توزیع دانش و همچنین هوشمندانه و دانش‌گرا کردن کارها است. اگر کارکنان بتوانند دانش مورد نیاز خود را از منابع دانشی که توسط شرکت اداره می‌شود به دست آورند می‌توانند وظایف خود را با موفقیت انجام دهند.

به *کارگیری دانش:* این بخش در تمام درجات فعالیت‌های مدیریتی می‌تواند ظاهر شود. یکی از مشهورترین روش‌های به‌کارگیری دانش تقلید از موفقیت‌های دیگر سازمان‌های پیشرو، شناسایی دانش و استفاده از آن است.

درونی کردن دانش: هنگامی شکل می‌گیرد که کارکنان دانش مربوط را یافته آن را به دست می‌آورند و به کار می‌گیرند. درونی کردن دانش می‌تواند باعث رشد دانش جدید شود. به این ترتیب مبنایی برای خلق فعالانه دانش فراهم می‌آورد.

دانش ایجاد شده در یک نقطه از سازمان را از طریق مخازن دانش سازمانی می‌توان در اختیار بخش‌های دیگر سازمان قرار داد. شرکت‌ها با توسعه مداوم دانش جدید براساس ایده‌های خلاقانه، تجربیات روزانه و فعالیت واحد تحقیق و توسعه می‌توانند نجات یابند. یک سازمان در صورتی می‌تواند بهترین عملکرد خود را ارائه دهد که بتواند تمامی حوزه‌های دانش موجود خود را ترکیب کند.

اثربخشی فرایند چرخه‌ای دانش توسط فرهنگ سازمانی، روابط انسانی، هماهنگی بین واحدهای تصمیم‌گیرنده، کیفیت فرایندهای کار، اتحاد راهبردی با عرضه‌کنندگان، اعتماد مشتریان، اثربخشی مدیریت راهبردی، خصوصیات و دیدگاه مدیرعامل و غیره تحت تأثیر قرار می‌گیرد. فرایند چرخه‌ای دانش همیشه در شرکت وجود دارد و دانش سازمانی با حمایت این فرایند از فعالیت‌های مدیریت، افزایش می‌یابد [۱۷].

دانش انباشته شده در شرکت محصول فرایند چرخه‌ای دانش است. بنابراین دارای جریان و سرعت است. اگر جریان دانش سریع باشد باعث انباشتن، اشتراک، کاربرد و درونی سازی سریع‌تر آن می‌شود و در نتیجه عملکرد سازمان بهبود می‌یابد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر در زمره‌ی تحقیقات توصیفی (غیر آزمایشی) و میدانی قرار دارد. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روشهایی است که هدف آنها توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی

است [۳۰]. همچنین برای بررسی موضوع مورد تحقیق، تحقیق پیمایشی مورد استفاده قرار گرفته است.

در گردآوری اطلاعات از هر دو منبع اطلاعات اولیه و ثانویه استفاده شده است. اطلاعات ثانویه از کتب، مقالات و اینترنت و همچنین اطلاعات سازمان بورس اوراق بهادار درخصوص موضوع مورد بررسی و اطلاعات اولیه از طریق پرسش‌نامه‌ها جمع‌آوری شده است. این پرسش‌نامه دارای ۳۱ سؤال بسته پنج گزینه‌ای براساس مقیاس لیکرت و چهار سؤال باز بود. مؤلفه‌های تحقیق و سؤال‌های مربوط به هر کدام همراه با آلفای کرونباخ آنها به اختصار در جدول ۱، نشان داده شده است.

جامعه آماری شامل شرکت‌های صنایع غذایی عضو بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. با توجه به اینکه هدف تحقیق که تعیین رابطه مدیریت دانش با موفقیت سازمان‌ها است و نرخ بازده سرمایه‌گذاری به عنوان معیار موفقیت در نظر گرفته شده است. همچنین با توجه به اینکه عوامل متعددی وجود دارند که بر این نرخ تأثیر گذارند.

جدول ۱. آلفای کرونباخ مؤلفه‌های تحقیق

متغیر	ضریب آلفای کرونباخ
کاربرد دانش (سؤال‌های ۱ تا ۵)	۰/۷۷۳۳
تجمیع دانش (سؤال‌های ۶ تا ۱۲)	۰/۸۰۷۶
درونی سازی دانش (سؤال‌های ۱۳ تا ۲۱)	۰/۷۳۶۵
اشتراک دانش (سؤال‌های ۲۲ تا ۲۴)	۰/۷۴۱۷
خلق دانش (سؤال‌های ۲۵ تا ۳۱)	۰/۶۱۲۳
فرایند چرخه‌ای دانش (سؤال‌های ۱ تا ۳۱)	۰/۹۲۶۵

بنابراین جامعه آماری باید از میان شرکت‌های فعال در یک صنعت مشابه انتخاب می‌شدند تا تأثیر متغیرهای مداخله‌گر به حداقل برسد یا کنترل شود. همچنین با توجه به اینکه دست‌یابی به اطلاعات نرخ بازده سرمایه‌گذاری شرکت‌های فعال خارج از بورس اوراق بهادار تقریباً غیرممکن بود بنابراین جامعه آماری باید از میان شرکت‌های فعال در بورس اوراق بهادار تهران انتخاب می‌شد. بنابراین و با توجه به موارد فوق شرکت‌های صنایع غذایی بورس اوراق بهادار تهران به عنوان جامعه آماری انتخاب شد.

جدول ۲. نوع فعالیت و فراوانی شرکت‌های صنایع غذایی عضو بورس

فراوانی	نوع فعالیت
۷	بیسکوئیت و شکلات
۶	روغن نباتی
۵	مواد غذایی کنسروی و خشک
۵	شیر و مواد لبنی
۵	آبمیوه و نوشابه
۲۸	جمع

یافته‌ها

در این تحقیق از روش مطالعه همبستگی دو متغیری استفاده شده است. در این گونه تحقیقات هدف تعیین میزان هماهنگی تغییرات دو متغیر است. برای این منظور بر حسب مقیاس‌های اندازه‌گیری متغیرها، شاخص‌های مناسبی اختیار می‌شود. از آنجا که در اکثر تحقیقات از مقیاس فاصله‌ای با پیش فرض توزیع نرمال دو متغیری برای اندازه‌گیری متغیرها استفاده می‌شود، بنابراین ضریب همبستگی محاسبه شده در این نوع تحقیقات ضریب همبستگی گشتاوری پیرسون است که در این تحقیق نیز از آن استفاده شده است.

در این تحقیق با قرار دادن میانگین بازده سرمایه‌گذاری در سال ۸۴ به عنوان معیار کسب مزیت رقابتی و میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری طی سال‌های ۸۰ تا ۸۴ به عنوان معیار حفظ مزیت رقابتی یا مزیت رقابتی پایدار، ۲۸ شرکت جامعه آماری را به دو گروه دارای مزیت رقابتی و فاقد مزیت رقابتی تقسیم کرده و از نظر میانگین مؤلفه‌های فرایند چرخه‌ای دانش مقایسه شدند.

جدول ۳. ضریب همبستگی مؤلفه‌های تحقیق با متغیرهای وابسته

ضریب همبستگی پیرسون	خلق دانش	اشرک دانش	درونی سازی دانش	تجمع دانش	کاربرد دانش	فرایند چرخه‌ای دانش
نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۱۳۸۴	۰/۷۸۰	۰/۶۳۶	۰/۴۳۵	۰/۵۹۵	۰/۷۶۴	۰/۷۴۷
میانگین چهارساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری	۰/۵۸۷	۰/۳۵۳	۰/۲۰۶	۰/۳۳۲	۰/۶۹۳	۰/۵۰۴

با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت از میان مؤلفه‌های فرایند چرخه‌ای دانش خلق و کاربرد دانش قوی‌ترین رابطه را با نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴ دارند. ضعیف‌ترین ضریب همبستگی بین درونی‌سازی دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری است. به این ترتیب می‌توان گفت

که در میان مؤلفه‌های فرایند چرخه‌ای دانش، خلق و کاربرد دانش بیشترین تأثیر را بر موفقیت شرکت‌ها دارند. براین اساس مؤلفه‌های فرایند چرخه دانش به ترتیب اهمیت برای کسب موفقیت عبارتند از: خلق دانش، کاربرد دانش، اشتراک دانش، تجمیع دانش، درونی‌سازی دانش. همچنین ضریب همبستگی به دست آمده بین فرایند چرخه‌ای دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴، رابطه‌ای بسیار قوی بین آنها را نشان می‌دهد. و بیانگر آن است که فرایند چرخه‌ای دانش به طور کلی رابطه‌ای بسیار قوی با موفقیت شرکت‌ها دارد. همچنین نتایج به دست آمده از رابطه مؤلفه‌های فرایند چرخه‌ای دانش با میانگین چهارساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری به عنوان معیار موفقیت در حفظ مزیت رقابتی نشان می‌دهد که خلق دانش و کاربرد آن در حفظ مزیت رقابتی و ایجاد یک مزیت رقابتی پایدار بیشترین تأثیر را دارند.

جدول ۴. میانگین مؤلفه‌های تحقیق در شرکت‌های دارای مزیت رقابتی و شرکت‌های فاقد این مزیت‌ها

میانگین خلق دانش	میانگین اشتراک دانش	میانگین درونی‌سازی دانش	میانگین تجمیع دانش	میانگین کاربرد دانش	میانگین فرایند چرخه‌ای دانش	
۳/۵۲	۳/۱	۳/۴	۳/۶	۳/۸۲	۳/۵	شرکت‌های فاقد مزیت رقابتی
۳/۱	۲/۷	۳/۳	۳/۳	۳/۳۵	۳/۱	شرکت‌های دارای مزیت رقابتی

ضعیف‌ترین رابطه بین مؤلفه‌های فرایند چرخه‌ای دانش و موفقیت بلند مدت شرکت‌ها متعلق به درونی‌سازی دانش است. ترتیب اهمیت مؤلفه‌های فرایند چرخه دانش برای حفظ مزیت رقابتی عبارتند از: کاربرد دانش، خلق دانش، اشتراک دانش، تجمیع دانش، درونی‌سازی دانش. ضریب همبستگی به دست آمده بین فرایند چرخه‌ای دانش و میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری رابطه‌ای نسبتاً قوی را نشان می‌دهد. یعنی فرایند چرخه‌ای دانش برای حفظ مزیت رقابتی شرکت‌ها دارای اهمیت است.

با مقایسه میانگین‌های دو گروه شرکت‌های دارای مزیت رقابتی و فاقد این مزیت‌ها در زمینه مؤلفه‌های تحقیق و فرایند چرخه‌ای دانش مشخص شد که در تمام مؤلفه‌های فرایند چرخه‌ای دانش شرکت‌های دارای مزیت رقابتی، میانگین‌هایی بالاتر نسبت به شرکت‌های فاقد مزیت رقابتی دارند. ولی این اختلاف در مورد مؤلفه‌های کاربرد دانش و خلق دانش بسیار عمده‌تر از دیگر مؤلفه‌ها است. کمترین اختلاف بین میانگین‌ها در مورد درونی‌سازی دانش دیده می‌شود. مؤلفه‌های تحقیق براساس اهمیت اختلاف بین شرکت‌های دارای مزیت رقابتی و فاقد این مزیت‌ها عبارتند از: کاربرد دانش، خلق دانش، اشتراک دانش، تجمیع دانش، درونی‌سازی دانش. میانگین‌های دو گروه شرکت‌های دارای مزیت رقابتی پایدار و فاقد این مزیت‌ها در زمینه

مؤلفه‌های تحقیق و فرایند چرخه‌ای دانش نیز تفاوت‌هایی را نشان می‌دهد. همچون مقایسه میانگین‌ها در مورد شرکت‌های دارای مزیت رقابتی و فاقد مزیت‌های رقابتی، مشخص شد که در تمام مؤلفه‌های فرایند چرخه‌ای دانش شرکت‌های دارای مزیت رقابتی پایدار دارای میانگین‌هایی بالاتر نسبت به شرکت‌های فاقد مزیت رقابتی پایدار هستند.

جدول ۵. میانگین مؤلفه‌های تحقیق در شرکت‌های دارای مزیت رقابتی پایدار و شرکت‌های فاقد این مزیت‌ها

میانگین فرایند چرخه‌ای دانش	میانگین کاربرد دانش	میانگین تجمیع دانش	میانگین درونی سازی دانش	میانگین اشتراک دانش	میانگین خلق دانش	
۳/۶	۴/۱	۳/۷	۳/۴۱	۳/۰۶	۳/۶	شرکت‌های دارای مزیت رقابتی پایدار
۳/۲	۳/۳۱	۳/۴	۳/۳	۲/۷۵	۳/۱	شرکت‌های فاقد مزیت رقابتی پایدار

ولی این اختلاف در مورد مؤلفه‌های کاربرد دانش و خلق دانش بسیار عمده‌تر از دیگر مؤلفه‌ها است. کمترین اختلاف بین میانگین‌ها مجدداً در مورد درونی‌سازی دانش دیده می‌شود. مؤلفه‌های تحقیق بر اساس اهمیت اختلاف بین شرکت‌های دارای مزیت رقابتی پایدار و شرکت‌های فاقد این مزیت‌ها عبارتند از: کاربرد دانش، خلق دانش، اشتراک دانش، تجمیع دانش، درونی‌سازی دانش.

با بررسی نتایج به دست آمده به طور خلاصه باید گفت که مؤلفه‌های اول و پنجم یعنی کاربرد و خلق دانش دارای رابطه نسبتاً قوی و معنادار با نرخ بازده سرمایه‌گذاری هستند. ولی در مورد مؤلفه‌های دوم، سوم و چهارم یعنی تجمیع، درونی‌سازی و اشتراک دانش نمی‌توان با اطمینان چنین نتیجه‌گیری کرد. در مورد این متغیرها می‌توان گفت که این مؤلفه‌ها یعنی تجمیع دانش، درونی‌سازی دانش و اشتراک دانش با نرخ بازده سرمایه‌گذاری در سال ۸۴ رابطه معنادار دارند ولی این رابطه را در مورد میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری نمی‌توان تأیید کرد. به عبارت دیگر این مؤلفه‌ها احتمالاً بر کسب مزیت رقابتی در صنایع غذایی مؤثر هستند ولی برای تداوم بخشیدن به این مزیت‌ها و تبدیل آنها به مزیت‌های رقابتی پایدار چندان تأثیر نیستند.

جدول ۶. بررسی اجمالی نتایج

اختلاف بین میانگین شرکت های دارا و فاقد مزیت رقابتی پایدار	اختلاف بین میانگین شرکت های دارا و فاقد مزیت رقابتی	ضریب همبستگی با میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه گذاری	ضریب همبستگی با نرخ بازده سرمایه گذاری ۸۴	
۰/۷	۰/۴۷	۰/۶۹۳	۰/۷۶۴	کاربرد دانش
۰/۳	۰/۳	۰/۳۳۲	۰/۵۹۵	تجمع دانش
۰/۱۱	۰/۱	۰/۲۰۶	۰/۴۳۵	درونی سازی دانش
۰/۳۱	۰/۴	۰/۳۵۳	۰/۶۳۶	اشتراک دانش
۰/۵	۰/۴۲	۰/۵۸۷	۰/۷۸۰	خلق دانش

در مورد مولفه اصلی تحقیق یعنی فرآیند چرخه‌ای دانش و رابطه‌اش با نرخ بازده سرمایه هم می‌توان با اطمینان آن را تأیید کرد.

کاربرد دانش: ضریب همبستگی به‌دست آمده بین کاربرد دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴ برابر ۰/۷۶ است که همبستگی بالایی را نشان می‌دهد و معناداری آن در آزمون تأیید شده است. این ضریب برای میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری برابر ۰/۶۹ است که باز هم همبستگی بالایی را نشان می‌دهد و آزمون معناداری آن بر این رابطه صحه گذارده است. با توجه به اختلاف میانگین‌های شرکت‌های دارا مزیت رقابتی و مزیت رقابتی پایدار با شرکت‌های فاقد این مزیت‌ها در کاربرد دانش می‌توان گفت که میان کاربرد دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری رابطه وجود دارد. به عبارت دیگر میان کاربرد دانش و کسب و حفظ مزیت رقابتی رابطه‌ای قوی وجود دارد.

تجمع دانش: ضریب همبستگی به‌دست آمده بین تجمع دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴ برابر ۰/۵۹۵ به‌دست آمد که مقدار قابل توجهی است و معناداری آن در آزمون تأیید شده است. ولی ضریب همبستگی بین تجمع دانش و میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه گذاری ۰/۳۳ است که رابطه ضعیفی را نشان می‌دهد همچنین معناداری این رابطه در آزمون معناداری تأیید نشده است. با توجه به اختلاف میانگین‌های شرکت‌های دارا مزیت رقابتی و مزیت رقابتی پایدار با شرکت‌های فاقد این مزیت‌ها در تجمع دانش باید گفت هر چند تجمع دانش با کسب مزیت رقابتی رابطه دارد، ولی تأثیری بر حفظ مزیت رقابتی پایدار ندارد.

درونی‌سازی دانش: نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می‌دهد که نمی‌توان وجود رابطه بین این متغیر و نرخ بازده سرمایه‌گذاری را تأیید کرد. شاهد این ادعا ضریب همبستگی کم، بین درونی‌سازی دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴ و همچنین میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری و اختلاف اندک بین میانگین درونی‌سازی دانش در شرکت‌های دارا مزیت رقابتی و مزیت رقابتی پایدار با شرکت‌های فاقد این مزیت‌ها است. ضریب همبستگی بین

درونی‌سازی دانش با نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴ و میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری به ترتیب برابر است با ۰/۴۳ و ۰/۲، هرچند معناداری رابطه بین درونی‌سازی دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری مورد تأیید قرار گرفت ولی با توجه به ضریب همبستگی اندک و همچنین عدم تأیید معناداری رابطه این مؤلفه با میانگین چهارساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری نمی‌توان این فرضیه را با اطمینان تأیید کرد. به عبارت دیگر می‌توان گفت هرچند درونی‌سازی دانش رابطه‌ای ضعیف با کسب مزیت رقابتی دارد ولی تأثیری بر حفظ و پایدارسازی این مزیت‌ها ندارد.

اشتراک دانش: با توجه به ضریب همبستگی بین اشتراک دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴ (۰/۶۳) و تأیید معناداری آن در آزمون به خاطر ضریب همبستگی پایین اشتراک دانش و میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری (۰/۳۵) و عدم تأیید معناداری رابطه آن، نمی‌توان فرضیه را با اطمینان کامل تأیید کرد. به بیان دیگر هرچند اشتراک دانش برای کسب مزیت رقابتی دارای اهمیت است ولی برای حفظ مزیت رقابتی پایدار چندان با اهمیت نیست.

خلق دانش: با توجه به نتایج به دست آمده با اطمینان می‌توان این رابطه را تأیید کرد. ضریب همبستگی به دست آمده بین خلق دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴ برابر ۰/۷۸ است که همبستگی بالایی را نشان می‌دهد همچنین این رابطه در آزمون معناداری موفق بوده و معناداری آن مورد تأیید قرار گرفته است. این ضریب برای میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری برابر ۰/۵۹ است که باز هم همبستگی نسبتاً بالایی را نشان می‌دهد معناداری این رابطه نیز در آزمون مورد تأیید قرار گرفته است. با توجه به اختلاف میانگین‌های شرکت‌های دارای مزیت رقابتی و مزیت رقابتی پایدار با شرکت‌های فاقد این مزیت‌ها در خلق دانش می‌توان گفت که میان خلق دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری رابطه وجود دارد. به عبارت دیگر میان خلق دانش و کسب و حفظ مزیت رقابتی رابطه‌ای قوی وجود دارد.

فرضیه اصلی تحقیق: ضریب همبستگی به دست آمده بین فرایند چرخه‌ای دانش و نرخ بازده سرمایه‌گذاری سال ۸۴ برابر ۰/۷۵ به دست آمد که مقدار بسیار قابل توجه و معناداری است. ضریب همبستگی بین فرایند چرخه‌ای دانش و میانگین چهار ساله نرخ بازده سرمایه‌گذاری ۰/۵۱ است که رابطه نسبتاً قوی را نشان می‌دهد و معناداری آن در آزمون مورد تأیید قرار گرفته است. با توجه به اختلاف میانگین‌های شرکت‌های دارای مزیت رقابتی و مزیت رقابتی پایدار با شرکت‌های فاقد این مزیت‌ها در فرایند چرخه‌ای دانش می‌توان گفت فرضیه اصلی تحقیق تأیید می‌شود. به طور دقیق‌تر می‌توان گفت فرایند چرخه‌ای دانش برای کسب مزیت رقابتی اهمیت حیاتی دارد و برای حفظ مزیت رقابتی پایدار لازم است.

نتیجه‌گیری

با مقایسه ترتیب اهمیت مؤلفه‌های تحقیق و فرضیه‌های رد و تأیید شده مشخص می‌شود که اولاً مدیریت دانش‌سازمانی بر موفقیت شرکت‌ها و کسب و حفظ مزیت رقابتی از سوی آنها مؤثر است. ثانیاً در میان ابعاد مدیریت دانش، خلق و کاربرد دانش بیشترین تأثیر را بر موفقیت شرکت‌ها دارند. هرچند خلق دانش برای کسب مزیت رقابتی دارای بیشترین اهمیت است ولی برای حفظ این مزیت باید برای کاربرد دانش اهمیت بیشتری قائل شد. بنابر این شرکت‌ها برای کسب و حفظ مزیت رقابتی باید به خلق و کاربرد دانش توجه زیادی نشان دهد.

شرکت‌ها برای کسب موفقیت و حفظ آن در بازار رقابتی هزاره سوم باید اهمیت دانش‌سازمانی و مدیریت آن را مدنظر قرار دهند و در جهت خلق و کاربرد دانش تلاش کنند. برای این کار باید سازمان خود را تبدیل به سازمانی یادگیرنده نمایند. سازمانی که افراد در آن از تغییر نهراسند و همواره در پی یادگیری و کسب تجربه باشد. شرکت‌ها هنگام تدوین راهبرد منابع انسانی خود باید جذب و استخدام نیروی انسانی دانش‌محور و دارای توانایی بالا را در اولویت قرار دهند. توانایی یادگیری نیروی انسانی برای خلق و کاربرد دانش در سازمان بسیار مهم است. باید محیط و فرهنگ سازمانی به شکلی باشد که کارکنان برای اشتراک دانش خود با دیگر کارکنان تشویق شوند. شرکت‌ها باید بسته به توانایی خود در فرایند تحقیق و توسعه سرمایه‌گذاری کنند تا به این وسیله بتوانند در راستای خلق دانش جدید و به تبع آن ارائه محصولات متمایز از رقبای بپردازند. اگر شرکتی توانایی سرمایه‌گذاری در فرایندهای تحقیق و توسعه را ندارد، الگوبرداری یا اتحادهای راهبردی روشی مؤثر برای کسب دانش جدید است. این مهم نیست که دانش جدید درون سازمان خلق می‌شود یا بیرون آن، مهم آن است که شرکت این دانش جدید را کسب کند و به کار گیرد.

منابع

۱. خاکی، غلامرضا (۱۳۷۹)، روش تحقیق در علوم رفتاری؛ مرکز انتشارات علمی، چاپ اول، تهران.
۲. ریموند پی. نوو (۱۳۸۳)، مدیریت مالی، جهانخانی و پارساییان، تهران: سمت.
۳. سرمد، زهره، عباس بازرگان و الهه حجازی (۱۳۸۳)، روشهای تحقیق در علوم رفتاری، چاپ دهم، نشر آگه، تهران.
4. Abell, D. (1999), "Competing today while preparing for tomorrow", *Sloan Management Review*, 73-81.
5. Alavi, M., and Leidner, D. E. (2001), "Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues". *MIS Quarterly*, 107-136
6. Amit, R., and Shoemaker, P. (1993), "Amit, R. and Shoemaker, P. Strategic assets and organizational rent", *Strategic Management Journal*, 33-46.
7. Andrews, K. (1987), "The Concept of Corporate Strategy (3rd ed.)", Homewood, IL: Dow Jones-Irwin.
8. Barney, J. B. (1991), "Firm resources and sustained competitive advantage", *Journal of Management*, 99-120.
9. Barney, J. B. (1999), "How firm's capabilities affect boundary decisions", *Sloan Management Review*, 137-145.
10. Bartlett, C. A., and Ghoshal, S. (1995), "Changing the rule of top management: Beyond systems to people", *Harvard Business Review*, 141. Beinhocke, E. (1999), "Robust adaptive strategies", *Sloan Management Review*, 95-106.
11. Coff, R. (1999), "when competitive advantage doesn't lead to performance: the resource-based view and stakeholder bargaining power", *Organization Science*, 119-33.
12. Dierickx, L., and Cool, K. (1989), "Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage", *Management Science*, 1504-1513.
13. Eisenhardt, K. M., & Brown, S. L. (1999), "Patching: Rest itching business portfolios in dynamic markets", *Harvard Business Review*, 72-84.
14. Grover, V., and Davenport, T. H. (2001), "General perspectives on knowledge management: Fostering a research agenda", *Journal of Management Information Systems*, 5-21.
15. Kettinger, W. J., and Grove, V. (1995), "Special section: Toward a theory of business process change management", *Journal of Management Information Systems*, 9-30.
16. Krogh, G., Ichijo, K., and Nonaka, I. (2000), Enabling knowledge creation. Oxford, UK: Oxford University Press.
17. Lee, K. C., Lee, S., & Kang, I. W. (2004), "KMPI: measuring knowledge management performance", *Information and Management*, 469-482.
18. March, J. G., and Sutton, R. I. (1998), "Organizational performance as dependent variable", *Organization Science*, 698-706. Markides, c. c. (1999), "A dynamic view of strategy", *Sloan Management Review*, 55-75.
19. Nonaka, I., and Takeuchi, H. (1995), "The Knowledge Creating Company", *Oxford University Press*.
20. Porter, M. E. (1985), "Competitive Advantage", New York: A Division of Macmillan press Inc.

21. Shrivastava, P. (1995), "Ecocentric management for a risk society", *Academy of Management Review* , 119.
22. Stewart, T. A. (1997), "Intellectual capital: The new wealth of organizations", UK : Nicholas Brealy.
23. Teece, D. J., Pisano, G., and Shuen, A. (1997), "Dynamic capabilities and strategic management", *Strategic Management Journal* , 509-533.
24. Williams, J. R. (1994), "Strategy and the search for rents: the evaluation of diversity among firms".
25. YANG, J. (2001), "The Impact of Knowledge Management on the Performance of New Product Development", Hong Kong: Chinese University of Hong Kong.
26. Zack, M. H. (1999), "Developing a knowledge strategy", *California Management Review*, 125-145.

