

Original Article

Open Access

Students' View on the Influence of Various Dimensions of Knowledge Management on Academic Value Co-Creation in Gonabad University of Medical Sciences

Fatemeh Dadmand¹ , Ali Akbar Ajam^{2*} 

1. Department of Management, Payame Noor University, Tehran, Iran

2. Department of Educational Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran

Received: 2025/01/15

Accepted: 2025/05/17

Keywords:

Knowledge management

Medical Sciences

Students

University

Value co-creation

***Corresponding author:**

Ali Akbar Ajam, Department of Educational Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran
aliakbarajam1387@pnu.ac.ir

**ABSTRACT**

Introduction: Academic Value co-creation plays a pivotal role in expanding activities and rendering better services at universities. In this regard, knowledge management is quite an influential factor. Accordingly, the current study aimed to investigate the role of various dimensions of knowledge management in value co-creation by students of Gonabad University of Medical Sciences, Gonabad, Iran.

Methods: This is a cross-sectional analytical study. statistical population included 1615 students of Gonabad University of Medical Sciences in the academic year 2023-24. The statistical sample was selected using the proportionate stratified sampling technique, with the sample size totaling 325 students based on Cochran's formula. The data were collected using a questionnaire devised based on a study conducted by Dziewanowska on the value co-creation styles in higher education, as well as a questionnaire on knowledge management (Shafait et al.). For data analysis, the Pearson correlation coefficient and multiple linear regression were utilized, applying the IBM SPSS Statistics software (Version 22).

Results: Results indicated a positively significant relationship between knowledge management and academic value co-creation ($r=0.58$, $P=0.002$). The results of the multiple linear regression analysis for the prediction of value co-creation through knowledge management at universities indicated that 37.5% of the variance of academic value co-creation by students is explained via the different dimensions of knowledge management including: knowledge creation, knowledge maintenance, and knowledge application within the organization.

Conclusion: According to the findings of the present study, managers and policy makers are suggested to plan by focusing on the dimensions of knowledge management (knowledge creation, knowledge storage, and knowledge application) to create academic value co-creation.

How to Cite This Article: Dadmand F, Ajam AA. Students' View on the Influence of Various Dimensions of Knowledge Management on Academic Value Co-Creation in Gonabad University of Medical Sciences: A Case Study. *Res Med Edu.* 2025;17 (3):28-35

[10.32592/rmegums.17.3.28](https://doi.org/10.32592/rmegums.17.3.28)

Copyright © 2025 Research In Medical Education, and Guilan University of Medical Sciences.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. License (<https://creativecommons.org/mission/by-nc/4.0/>)

بررسی نظر دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد درباره تأثیر مؤلفه‌های مدیریت دانش در شکل‌گیری هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی

فاطمه دادمند^۱، علی‌اکبر عجم^{۲*}

۱. گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخچه:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۲۷

کلیدواژه‌ها:

دانشجویان

دانشگاه

علوم پزشکی

مدیریت دانش

هم‌آفرینی ارزش

*نویسنده مسئول:

علی‌اکبر عجم، گروه علوم تربیتی،

دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

aliakbarajam1387@pnu.ac.ir

چکیده

مقدمه: هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی عاملی مهم در توسعه خدمات بهتر ارائه‌شده توسط دانشگاه‌ها است. یکی از عوامل مؤثر در این راستا، مدیریت دانش است. بنابراین، این مطالعه به بررسی نقش ابعاد مدیریت دانش در شکل‌گیری هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد پرداخته است.

روش‌ها: این مطالعه، مقطعی - تحلیلی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل تمام دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه علوم پزشکی گناباد در سال ۱۴۰۲ بود که تعداد آن‌ها برابر با ۱۶۱۵ نفر بود. برای انتخاب اعضای نمونه از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی‌شده با تخصیص متناسب استفاده شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۲۵ نفر به دست آمد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی برگرفته از مطالعه ژیانوفسکا و پرسش‌نامه مدیریت دانش شافیت و همکاران استفاده شد. داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری ضریب هم‌بستگی پیرسون و رگرسیون خطی چندگانه و نرم‌افزار IBM SPSS Statistics نسخه ۲۲ تحلیل شد.

یافته‌ها: نتایج آزمون هم‌بستگی این مطالعه بیانگر آن بود که بین مدیریت دانش و هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($r=0/58$, $P=0/002$). نتایج تحلیل رگرسیون خطی چندگانه برای پیش‌بینی هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی از طریق ابعاد مدیریت دانش، بیانگر آن بود که ۳۷/۵ درصد از واریانس هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دانشجویان، با ابعاد مدیریت دانش شامل خلق دانش، ذخیره دانش و کاربرد دانش سازمانی تبیین می‌شود.

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌های این مطالعه، به مدیران و سیاست‌گذاران پیشنهاد می‌شود که با تمرکز روی ابعاد مدیریت دانش (خلق دانش، ذخیره دانش و کاربرد دانش) برای ایجاد هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی برنامه‌ریزی کنند.

مقدمه

فناوری، علمی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی نقشی اساسی ایفا می‌کند (۱). دانشگاه ارزش‌آفرین، تمدن‌ساز، انسان‌ساز و ثروت‌ساز برای جامعه، باید در راستای تحقق کامل مأموریت‌ها، اهداف و وظایف محوله، از کارایی و اثربخشی لازم برخوردار باشد (۲) و این مهم تنها با همیاری و همفکری استادان، کارکنان و دانشجویان (و دیگر ذی‌نفعان دانشگاه شامل جامعه، صنعت و دولت) صورت می‌پذیرد. سازمان‌ها به‌خصوص سازمان‌های دانش‌محور، همانند دانشگاه‌ها، برای تداوم فعالیت و رقابت‌پذیری و همچنین دستیابی به بهبود وضعیت در شرایط سخت رقابتی، نیازمند ارزش‌زایی برای

هم‌آفرینی ارزش، مفهومی است که توجه بسیاری از دانشگاه‌ها را به خود جلب کرده است؛ به‌طوری‌که امروزه در سراسر جهان شاهد گسترش مؤسسات آموزشی-پژوهشی با پارادایم‌های جدید و دانشگاه‌های نسل چهارم و پنجم، یعنی حرکت از دانشگاه‌های آموزش‌محور به سمت دانشگاه‌های ارزش‌آفرین و تمدن‌ساز هستیم. با اندیشیدن به اهداف جدید آموزش عالی، به‌راحتی هدف بهبود و توسعه هم‌آفرینی ارزش برای بازیگران دانشگاه فهمیده می‌شود. دانشگاه به‌عنوان بالاترین سطح آموزشی جامعه، اهمیت بسیاری دارد؛ چراکه در رشد و توسعه و ارتقای کیفیت بخش‌های مختلف جامعه در ابعاد گوناگون

این مطالعه نشان داد که هم‌آفرینی نه‌تنها بر ارزش استفاده‌شده تأثیر دارد، بلکه بر مزایایی که برای دانشجویان دارد، از جمله رضایت و وفاداری دانشجویان، تأثیر می‌گذارد. نتایج مطالعه بوویل (Bovill) (۷) بیانگر آن است که وجود روابط مثبت بین کارکنان و دانشجویان و بین دانشجویان و دانشجویان، بر ایجاد هم‌آفرینی ارزش تأثیرگذار است. نتایج مطالعه بیر (Beier) و همکاران (۸) نشان داد که ظرفیت هم‌آفرینی برای تعامل رابطه‌ای، با چهار نوع ارزش (کارکردی، معرفتی، اجتماعی و تصویری) مرتبط است و ظرفیت برای تعامل اخلاقی، تنها با ارزش تصویری مرتبط است.

به‌طور کلی، ارزیابی وضعیت هم‌آفرینی ارزش دانشگاه، یکی از اجزای حیاتی آموزش عالی و آموزش پزشکی است و با هماهنگ کردن شیوه‌های مدیریت دانش، دانشگاه‌ها می‌توانند دانشجویان را با ابزار، منابع و تجربیات لازم برای رشد در دنیای به‌سرعت در حال تغییر امروز تجهیز کنند. از این طریق، دانشگاه‌ها می‌توانند محیطی را به وجود آورند که در آن بهبود مدیریت دانش منجر به تقویت هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی شود. از این‌رو، این مطالعه با هدف بررسی نقش هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی و مدیریت دانش و پاسخ‌گویی به این پرسش انجام شد که آیا ابعاد مدیریت دانش در شکل‌گیری هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد نقش دارد.

روش‌ها

این مطالعه، مقطعی-تحلیلی بود. جامعه آماری این پژوهش، شامل تمام دانشجویان مشغول تحصیل در دانشگاه علوم پزشکی گناباد در سال ۱۴۰۲ در همه مقاطع تحصیلی بود که تعداد آن‌ها برابر با ۱۶۱۵ نفر بود. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی‌شده با تخصیص متناسب استفاده شد؛ بدین‌صورت که جامعه براساس دانشکده‌ها (پزشکی، پرستاری، پیراپزشکی و بهداشت) به چهار طبقه تقسیم شد و قسمتی از نمونه، که به هر طبقه تخصیص یافت، متناسب با تعداد دانشجویان در هر دانشکده بود. نمونه تخصیص‌یافته به هر طبقه، به‌صورت تصادفی ساده انتخاب شد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران، ۳۲۵ نفر به دست آمد. معیار ورود به مطالعه، اشتغال به تحصیل و تمایل دانشجو برای شرکت در مطالعه، و معیار خروج، عدم تکمیل صحیح و کامل پرسش‌نامه بود.

در این مطالعه، برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه هم‌آفرینی

ذی‌نفعان به شیوه‌هایی هستند که خود نیز از آن نفع ببرند (۳). در این بین، فرآیند هم‌آفرینی ارزش به‌عنوان موضوعی مبتنی بر کنش و ارتباط دوطرفه بین ذی‌نفعان، موضوعی کلیدی در سراسر شبکه آموزش عالی و آموزش پزشکی محسوب می‌شود، که نقشی انکارناپذیر در حرکت دانشگاه‌ها به سوی پیشرفت و غلبه بر چالش‌های پیش رو ایفا می‌کند. بنابراین، دانشگاه‌ها باید حرکت به سمت هم‌آفرینی ارزش را در نظر گیرند (۱). عوامل متعددی در اجرای موفقیت‌آمیز هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی نقش دارند. یکی از آن‌ها، مدیریت دانش است که می‌تواند به بهبود همکاری درون دانشگاه کمک کند. مدیریت دانش با فراهم کردن مکانی مرکزی برای ذخیره‌سازی، سازمان‌دهی و به‌اشتراک‌گذاری دانش، اطمینان می‌دهد که اعضای سازمان به‌راحتی به اطلاعات موردنیاز برای تصمیم‌گیری‌های آگاهانه، حل مسائل و همکاری مؤثر دسترسی دارند. علاوه بر این، نرم‌افزارهای مدیریت دانش می‌توانند ارتباطات کارآمد را ترویج کنند، نیاز به جلسات را کاهش دهند و گفت‌وگوهای چهره‌به‌چهره حضوری یا مجازی را سریع‌تر کنند. بدین‌ترتیب، اعضا می‌توانند همکاری بهتری داشته باشند و مسائل را خلاقانه‌تر حل کنند. علاوه بر این، با یک‌پارچه‌سازی فناوری‌های جدید و تمرکز بر آسانی استفاده، سیستم‌های مدیریت دانش می‌توانند به اعضا کمک کنند تا بهتر با یکدیگر کار کنند و منجر به افزایش بهره‌وری، کارایی بیشتر و کسب نتایج بهتر شوند. درنهایت، مدیریت دانش می‌تواند خلاقیت را تقویت کند، انگیزه تیمی را افزایش دهد و تمرکز را بهبود بخشد و در نتیجه به موفقیت کلی دانشگاه کمک کند (۴). برای برقراری ارتباط بین مدیریت دانش و هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی می‌توان با تشکیل تیم‌های فرابخشی متشکل از نمایندگان دانشکده‌های دانشگاه علوم پزشکی، بیمارستان‌های آموزشی و مراکز تحقیقاتی، به طراحی برنامه‌های مشترک دانشی و سازوکارهای هماهنگی برای همکاری‌های بین‌بخشی اقدام کرد و با ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال مشترک بین‌سازمانی، داده‌های پژوهشی و بهترین تجربیات بالینی را به اشتراک گذاشت و به تقویت همکاری‌های بین‌بخشی پرداخت (۵).

پژوهشگران در این باره پژوهش‌های متعددی انجام داده‌اند؛ از جمله لیم (Leem) (۶) مطالعه‌ای انجام داده که هدف آن ارائه چهارچوبی نظری برای فرآیند هم‌آفرینی ارزش مبتنی بر منطق خدماتی و بررسی اثر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی بر فواید مترتب بر دانشجویان در محیط آموزش عالی است. نتایج

تسهیم دانش سازمانی ۰/۸۲۷ و به‌کارگیری دانش ۰/۷۴۲ (۱۰). در این مطالعه نیز ضریب آلفای کرونباخ متغیر مدیریت دانش، معادل ۰/۸۹۸ به دست آمد.

در این تحقیق، برای تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار BM SPSS Statistics نسخه ۲۲ و روش‌های آمار توصیفی (فراوانی، میانگین و درصد) و آمار استنباطی (ضریب هم‌بستگی پیرسون و رگرسیون خطی چندگانه) استفاده شد. سطح معناداری ۰/۰۵ در نظر گرفته شد.

یافته‌ها

در این مطالعه، ۳۲۵ دانشجو مشارکت داشتند که ۱۴۳ نفر زن و ۱۸۲ نفر مرد بودند. ۲۹/۵ درصد شرکت‌کنندگان در این تحقیق، مشغول تحصیل در رشته پزشکی، ۲۴ درصد دانشجوی رشته‌های پیراپزشکی، ۲۶/۲ درصد دانشجوی رشته پرستاری و ۲۰/۳ درصد دانشجوی رشته بهداشت محیط بودند. اطلاعات توصیفی متغیرهای مدیریت دانش و هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی در جدول ۱ آمده است.

برای بررسی رابطه بین مؤلفه‌های متغیر مدیریت دانش و هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی، از ضریب هم‌بستگی پیرسون استفاده شد.

نتایج هم‌بستگی مدیریت دانش با متغیر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی نشان داد که ضریب هم‌بستگی پیرسون این ارتباط معادل ۰/۵۸ بود. بالاترین میزان هم‌بستگی، بین بُعد خلق دانش و مدیریت دانش برقرار بود. این هم‌بستگی معادل ۰/۸۵ بود. کمترین میزان هم‌بستگی نیز بین دو بُعد کسب دانش و به‌کارگیری دانش به میزان ۰/۲۹ وجود داشت (جدول ۲).

ارزش دانشگاهی برگرفته از مطالعه ژویانوفسکا (Dziewanowska) (۲۰۱۸) استفاده شد که شامل ۲۱ گزاره و در مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) بود. این پرسش‌نامه در شش مؤلفه، شامل دسترسی به اطلاعات (۳ گزاره)، بُعد تعامل (۳ گزاره) و بُعد کنترل (۳ گزاره)، درگیری (۳ گزاره)، تحرک ذهنی (۳ گزاره)، تعاملات بین دانشجویان (۳ گزاره) و تسهیم دانش (۳ گزاره) است (۸). ضریب آلفای کرونباخ محاسبه‌شده در این تحقیق برای این متغیر معادل ۰/۹۱۳ به دست آمد. در تحقیق ژویانوفسکا (۲۰۱۸) آلفای کرونباخ در گزاره‌های مختلف متغیر هم‌آفرینی ارزش شامل دسترسی به اطلاعات ۰/۸۸۴، بُعد تعامل ۰/۸۳۲ و بُعد کنترل ۰/۷۵۱، درگیری ۰/۷۲۱، تحرک ذهنی ۰/۸۷۴، تعاملات بین دانشجویان ۰/۸۰۵ و تسهیم دانش سازمانی ۰/۷۷۲ به دست آمد (۹). علاوه بر این، مدیریت دانش نیز با پرسش‌نامه برگرفته از شافیت (Shafait) و همکاران (۲۰۲۱) با ۱۹ گزاره، و مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای (کاملاً مخالفم (نمره ۱)، مخالفم (نمره ۲)، نظری ندارم (نمره ۳)، موافقم (نمره ۴)، کاملاً موافقم (نمره ۵)) سنجیده شد. این پرسش‌نامه، پنج مؤلفه اصلی مدیریت دانش، شامل خلق دانش (۶ گزاره)، کسب دانش (۳ گزاره)، ذخیره‌سازی دانش (۴ گزاره)، بُعد تسهیم دانش سازمانی (۴ گزاره) و بُعد به‌کارگیری دانش (۲ گزاره) را دارد و انواع ابعاد دانش ثبت و ضبط و سنجیده شد (۴). در مطالعه کاپوتا (Caputo) و همکاران (۲۰۱۹) از این پرسش‌نامه استفاده شده و ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای ابعاد مختلف مدیریت دانش به این صورت بوده است: خلق دانش ۰/۹۰۱، کسب دانش ۰/۷۹۲، ذخیره‌سازی دانش ۰/۸۴۳،

جدول ۱: اطلاعات توصیفی متغیرهای مدیریت دانش و هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی

متغیر	میانگین (انحراف معیار)	حداقل نمره	حداکثر نمره
مدیریت دانش	۵۵/۴۳ (۱۰/۱۸)	۱۹	۹۵
خلق دانش	۱۷/۸۰ (۳/۸۷)	۶	۳۰
کسب دانش	۸/۳۵ (۱/۹۷)	۳	۱۵
ذخیره‌سازی دانش	۱۱/۹۶ (۲/۶۷)	۴	۲۰
تسهیم دانش سازمانی	۱۱/۴۶ (۲/۸۲)	۴	۲۰
به‌کارگیری دانش	۵/۸۴ (۱/۴۳)	۲	۱۰
هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی	۶۷/۳۲ (۱۴/۷۴)	۲۱	۱۰۵

استفاده‌شده در این تحلیل رگرسیون، بررسی مستقل بودن خطاها از همدیگر است که از طریق آزمون دوربین-واتسون محاسبه می‌شود. نتایج آزمون دوربین-واتسون برابر با ۱/۲۴ و

برای آگاهی از نقش مدیریت دانش در هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد، از تحلیل رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد. از مفروضه‌های

کمتر از ۴ بود. بنابراین، خطاها مستقل از هم هستند. همچنین، عامل تورمی واریانس (VIF - Variance Inflation Factor) در همه موارد حداکثر ۲/۷ و بسیار کمتر از ۱۰ بود. بنابراین، مشکل هم‌خطی وجود نداشت و پیش‌فرض‌های تحلیل رگرسیون برقرار بود. نتایج تحلیل رگرسیون خطی چندگانه برای پیش‌بینی

هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی از طریق ابعاد مدیریت دانش، بیانگر آن بود که میزان F مشاهده‌شده معنادار است و نتایج نشان می‌دهند که ۳۷/۵ درصد از واریانس هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دانشجویان با ابعاد مدیریت دانش شامل خلق دانش، ذخیره‌سازی دانش و کاربرد دانش سازمانی دانشکده تبیین می‌شود (جدول ۳).

جدول ۲: تعیین ارتباط بین مؤلفه‌های متغیر مدیریت دانش و هم‌آفرینی ارزش

هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی	به‌کارگیری دانش	تسهیم دانش سازمانی	ذخیره‌سازی دانش	کسب دانش	خلق دانش	مدیریت دانش
						۱
					۱	**۰/۸۵۲
				۱	**۰/۷۲۶	**۰/۷۸۰
			۱	**۰/۵۲۷	**۰/۵۵۵	**۰/۸۳۷
		۱	**۰/۷۰۲	**۰/۴۶۸	**۰/۴۱۶	**۰/۷۷۶
	۱	**۰/۴۶۵	**۰/۴۷۵	**۰/۲۹۹	**۰/۴۹۵	**۰/۶۴۱
۱	**۰/۳۹۵	**۰/۳۴۲	**۰/۴۶۲	**۰/۴۴۲	**۰/۵۸۵	**۰/۵۸۰

** معناداری در سطح ۰/۰۱

جدول ۳: تعیین عوامل پیش‌بینی‌کننده هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی از طریق ابعاد مدیریت دانش

متغیرهای پیش‌بین	بنای استاندارد نشده	خطای معیار	بنای استاندارد شده	مقدار t	p
خلق دانش	۱/۶۶	۰/۲۷	۰/۴۳۸	۶/۰۱	۰/۰۰۱
کسب دانش	۰/۰۵۶	۰/۵۱	۰/۰۰۷	۰/۱۰	۰/۹۱۴
ذخیره‌سازی دانش	۰/۹۸۷	۰/۳۷	۰/۱۷۹	۲/۶۰	۰/۰۱۰
تسهیم دانش سازمانی	۰/۰۷۵	۰/۳۴	۰/۰۱۴	۰/۲۲۱	۰/۸۲۶
به‌کارگیری دانش	۱/۱۱۶	۰/۳۲	۰/۱۲۸	۲/۰۳۱	۰/۰۴۷

F(5,319)=38/35, P-value<0/001, R²=0/375

بحث

نتایج این مطالعه نشان داد که ابعاد مختلف مدیریت دانش تأثیرات متفاوتی بر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دارند؛ به‌ویژه خلق دانش به‌عنوان قوی‌ترین عامل شناسایی شده که نشان‌دهنده اهمیت نوآوری و تولید دانش جدید در محیط‌های دانشگاهی است. این یافته با نظریه‌های مدیریت دانش، که تأکید بر ایجاد دانش و نوآوری دارند، هم‌راستا است. در تبیین این یافته می‌توان گفت که وقتی سازمان‌ها بخواهند برای مشتریان خود ارزش ایجاد کنند، در وهله اول باید خلق دانش را در نظر بگیرند. یافته‌های تحقیقات کاپیلا (Käpylä) و همکاران (۲۰۱۱) و مارتلو (Martelo) و کپدا (Cepeda) (۲۰۱۶) با یافته‌های این تحقیق در این باره همخوانی دارند (۱۱، ۱۲). نتایج مطالعه بنامیگو (Bonamigo) و همکاران نیز

نشان می‌دهند که تسهیم دانش و مدیریت دانش بین دانشجویان، راه‌حل‌های نوآورانه ایجاد می‌کند و در نهایت از این طریق، هم‌آفرینی ارزش در سازمان صورت می‌گیرد (۱۳). در این راستا، باشکوه اجیرلو و قاسمی همدانی (۱۴۰۲) در پژوهششان به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش بر اثربخشی هم‌آفرینی ارزش تأثیر مثبت و معناداری دارد (۱۴). کوشکی و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه‌شان به این نتیجه رسیدند که استراتژی هم‌آفرینی ارزش به‌عنوان عامل زیربنایی محسوب می‌شود که بر مدیریت دانش سازمانی و مدیریت منابع انسانی اثر می‌گذارد. مدیریت دانش و منابع انسانی نیز بر مدیریت تجربه مشتریان اثر می‌گذارد. به‌این ترتیب، مدیریت تجربه مشتریان نیز هم‌آفرینی ارزش راهبردی و مهارت توسعه خدمات را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در نهایت، به هم‌آفرینی

کاربرد دانش نیز تأثیر معناداری بر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دارد. این یافته به اهمیت استفاده عملی از دانش موجود در فرآیندهای آموزشی و پژوهشی اشاره می‌کند. در مطالعه ریویس (Reeves) (۲۰۲۲) تأکید شده است که کاربرد مؤثر دانش می‌تواند به بهبود تصمیم‌گیری و افزایش ارزش‌آفرینی کمک کند (۲۱). درنهایت، نتایج این مطالعه نشان داد که دانشگاه‌ها باید روی ابعاد خلق، ذخیره و کاربرد دانش تمرکز کنند تا ارزش‌آفرینی خود را افزایش دهند.

از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به این نکته اشاره کرد که عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی متعددی می‌توانند بر هریک از مؤلفه‌های مدیریت دانش تأثیرگذار باشند که در این مطالعه مغفول مانده است. این نکته نشان می‌دهد که نیاز به بررسی جامع‌تر درباره عوامل مختلف تأثیرگذار بر مدیریت دانش وجود دارد و محققان آتی می‌توانند با گسترش دامنه مطالعات خود، نقش این عوامل را بررسی کنند و تصویری کامل‌تر از چگونگی تأثیرگذاری آن‌ها ارائه دهند.

نتیجه‌گیری

نتایج این مطالعه نشان داد که ابعاد مختلف مدیریت دانش تأثیرات متفاوتی بر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دارند. در این باره خلق دانش به‌عنوان قوی‌ترین عامل شناسایی شده که نشان‌دهنده اهمیت نوآوری و تولید دانش جدید در محیط‌های دانشگاهی است. علاوه بر این، ذخیره دانش نیز تأثیر معناداری بر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دارد، که نشان‌دهنده اهمیت حفظ و نگهداری دانش برای استفاده در آینده و بهبود عملکرد دانشگاه‌ها است. این یافته‌ها می‌توانند به سیاست‌گذاران و مدیران دانشگاه‌ها کمک کند تا با طراحی استراتژی‌هایی هدفمند، مدیریت دانش را بهبود بخشند و کیفیت آموزشی و پژوهشی را ارتقا دهند. تمرکز بر خلق دانش نوآورانه، ذخیره مؤثر اطلاعات و تقویت همکاری میان بخش‌ها می‌تواند زمینه‌ساز دستیابی به اهداف بلندمدت دانشگاه‌ها در عرصه تولید علم و هم‌آفرینی ارزش باشند.

با این حال، کسب و تسهیم دانش سازمانی تأثیر معناداری بر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی ندارند. این موضوع ممکن است ناشی از چالش‌های فرهنگی، موانع ساختاری یا نبود زیرساخت‌های مناسب برای تسهیم دانش در دانشگاه‌ها باشد. چنین عواملی ممکن است مانع بهره‌گیری کامل از ظرفیت‌های موجود برای تسهیم دانش شوند. با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها روی ابعاد خلق، ذخیره و کاربرد

ارزش با مشتریان منجر می‌شوند (۱۵). همسو با نتایج این مطالعه، شکیبی و همکاران (۱۴۰۲) نشان دادند که استقرار مدیریت سازمانی بر هم‌آفرینی ارزش سازمانی تأثیرگذار است (۱۶). یافته‌های این تحقیق بیانگر آن بود که ذخیره دانش سازمانی نیز تأثیر معناداری بر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی دارد. این نشان‌دهنده اهمیت حفظ و نگهداری دانش برای استفاده در آینده و بهبود عملکرد است.

درباره کسب دانش و تسهیم دانش سازمانی، نتایج مطالعه نشان داد که این ابعاد تأثیر معناداری بر هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی ندارند. در تبیین این یافته می‌توان اذعان کرد که اگرچه کسب دانش و تسهیم آن می‌تواند عاملی کلیدی در موفقیت سازمان‌ها باشد، در عمل ممکن است با چالش‌های فرهنگی و موانع ساختاری موجود در دانشگاه‌ها مواجه شود. مطالعه دیب (Deb) (۲۰۲۱) نشان داد که رابطه مثبتی بین رویکرد سازمان‌ها به انتقال دانش و سودآوری با نقش میانجی تمایل و آموزش افراد برای همکاری و هم‌آفرینی ارزش آن‌ها وجود دارد. براساس این یافته، هم‌آفرینی ارزش در صورت مشارکت افراد در هر نقشی در برنامه‌ها و استراتژی‌های سازمان حاصل می‌شود (۱۷). بنابراین، منابع انسانی را می‌توان یکی از منابع مؤثر در ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان در نظر گرفت (۱۸). در همین راستا، مطالعات متعددی بر اهمیت هرگونه تلاش برای توانمندسازی نیروی کار برای همکاری و ایجاد ارزش تأکید کرده‌اند. در واقع، تنها شرکت‌هایی که تمام منابع انسانی در آن‌ها مشارکت فعال دارند و برای دستیابی به اهداف مشترک جهت‌گیری می‌کنند، می‌توانند سازمان‌های یادگیرنده در نظر گرفته شوند (۱۹). نتایج مطالعه یانگ (Yang) و همکاران (۲۰۲۳) نشان داد که ادغام ایجاد دانش و کل چرخه عمر پروژه‌های مهندسی اساساً یک سیستم دانش را ایجاد می‌کند که با تأثیرگذاری بر رفتار اصلی شرکت‌های ذی‌نفع، مزیت‌های رقابتی را به دست می‌آورد و منجر به توسعه بلندمدت می‌شود. در این صورت، مکانیسم ارزش‌آفرینی فعال می‌شود. نکته مهم در یافته‌های این تحقیق، وجود تعامل در سیستم دانشگاهی است. به عبارت دیگر، هم‌آفرینی ارزش براساس تعامل گسترده ذی‌نفعان در سیستم دانشگاهی به حداکثر می‌رسد (۲۰). بنابراین، در دانشگاه‌های علوم پزشکی در ایران نیز اگر مشارکت فعال منابع انسانی در تمام امور سازمانی صورت پذیرد، می‌توان اذعان کرد که هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی رخ خواهد داد. البته این امر نیاز به فرهنگ‌سازی و برطرف کردن موانع ساختاری دارد.

تمام کسانی که در این پژوهش با ما همکاری کردند، تقدیر و تشکر می‌شود.

مشارکت نویسندگان

مفهوم‌سازی و طراحی مطالعه: علی‌اکبر عجم و فاطمه دادمند؛ جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر داده‌ها: علی‌اکبر عجم و فاطمه دادمند؛ تهیه پیش‌نویس دست‌نوشته: فاطمه دادمند؛ بازبینی نقادانه دست‌نوشته برای محتوای فکری مهم: علی‌اکبر عجم.

تعارض منافع

بین نویسندگان تعارض منافع وجود ندارد.

استفاده از هوش مصنوعی در فرآیند نگارش

نویسندگان اعلام می‌دارند که در فرآیند نگارش این مقاله، از فناوری‌های هوش مصنوعی برای تولید محتوا، ایده، تجزیه و تحلیل و سایر موارد استفاده نشده است.

قدردانی

از تمام دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد، که در این پژوهش همکاری کردند، تشکر و قدردانی می‌شود.

دانش متمرکز شوند تا هم‌آفرینی ارزش دانشگاهی حاصل شود. این تمرکز می‌تواند شامل:

توسعه برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی برای تقویت مهارت‌های نوآوری و خلاقیت در بین اعضای هیئت‌علمی و دانشجویان؛ ایجاد سیستم‌های ذخیره‌سازی مؤثر برای حفظ دانش و تجربیات پیشین، به‌ویژه در زمینه‌های تحقیقاتی و آموزشی؛ تشویق به همکاری بین دپارتمان‌ها و تسهیل تبادل ایده‌ها و تجربیات از طریق ایجاد شبکه‌های ارتباطی داخلی یا برگزاری نشست‌ها و کنفرانس‌های بین‌رشته‌ای باشد.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

این مطالعه در کمیته اخلاق دانشگاه علوم پزشکی گناباد با کد اخلاق IR.GMU.REC.1403.029 تصویب شد.

حمایت مالی

این تحقیق برگرفته از طرح پژوهشی با شماره ۴۵۶۷۸۳ مصوب EDC دانشگاه علوم پزشکی گناباد است و با اعتبارات این دانشگاه انجام شده است. بدین‌وسیله از معاونت محترم تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی گناباد و همچنین از

References

- Fazel A, Kamalian A, Roshan A. Identifying the dimensions and components affecting the empowerment of university human resources with an emphasis on the third and fourth generation universities using the fuzzy Delphi approach: providing a conceptual model. *Educ Strategy Med Sci* 2017; 10 (6) :455-468. [Persian] [[Link](#)]
- Abtahi SH, Torabian M. Examining goal achievements of university education set in national 20-year development plan: A study through AHP. *journal of Research in educational systems* 2010, 4(8):31-60.[Persian] [[Link](#)]
- Harandi A, Parhizgar MM, Fazel A, Amini MT. Conceptual Model of Value Co-Creation of University with Emphasis on Fourth and Fifth Generation Universities Using Meta-Synthesis and Fuzzy Delphi Approach. *Management of government organizations* 2021;10(1):103–24.[Persian] [[DOI: 10.30473/ipom.2021.58824.4377](https://doi.org/10.30473/ipom.2021.58824.4377)]
- Shafait Z, Khan MA, Bilan Y, Oláh J. Modeling the mediating roles of self-directed learning and knowledge management processes between emotional intelligence and learning outcomes in higher education. *PLoS One* 2021;16(7):e0255177. [[DOI: 10.1371/journal.pone.0255177](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255177)]
- AlQhtani FM. Knowledge Management for Research Innovation in Universities for Sustainable Development: A Qualitative Approach. *Sustainability* 2025; 17(6):2481. [[DOI: 10.3390/su17062481](https://doi.org/10.3390/su17062481)]
- Leem B. An effect of value co-creation on student benefits in COVID-19 pandemic. *International Journal of Engineering Business Management* 2021;13:18479790211058320. [[DOI: 10.1177/18479790211058320](https://doi.org/10.1177/18479790211058320)]
- Bovill C. Co-creation in learning and teaching: the case for a whole-class approach in higher education. *Higher education* 2020;79(6):1023-37. [[Link](#)]
- Beier CG, Schmidt S, Froehlich C, Bohnenberger MC. What co-creation for what value? A study

- at a Brazilian university. *Heliyon* 2022;8(11):e11799. [DOI: [10.1016/j.heliyon.2022.e11799](https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11799)]
9. Dzierwanowska K. Value co-creation styles in higher education and their consequences. The Case of Poland. *UC Berkeley CSHE* 2018;10(18). [Link]
 10. Caputo F, Garcia-Perez A, Cillo V, Giacosa E. A knowledge-based view of people and technology: directions for a value co-creation-based learning organisation. *Journal of Knowledge Management* 2019;23(7):1314-34. [DOI: [10.1108/JKM-10-2018-0645](https://doi.org/10.1108/JKM-10-2018-0645)]
 11. Martelo-Landroguez S, Cepeda-Carrión G. How knowledge management processes can create and capture value for firms?. *Knowledge Management Research & Practice* 2016;14(4):423-33. [DOI: [10.1057/kmrp.2015.26](https://doi.org/10.1057/kmrp.2015.26)]
 12. Käpylä J, Laihonon H, Lönnqvist A, Carlucci D. Knowledge-intensity as an organisational characteristic. *Knowledge Management Research & Practice* 2011;9(4):315-26. [DOI: [10.1057/kmrp.2011.23](https://doi.org/10.1057/kmrp.2011.23)]
 13. Bonamigo A, Rosa LG, Guimarães Frech C, Andrade HD. Knowledge management in dairy production: a contribution to the competitiveness based on the value co-creation. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems* 2025;55(1):146-67. [DOI: [10.1108/VJKMS-06-2022-0193](https://doi.org/10.1108/VJKMS-06-2022-0193)]
 14. Bashkoh Ajirlou M, Ghasemi Hamdani A. Analyzing the role of influencing factors on value co-creation through technologies equipped with artificial intelligence and knowledge management in the tourism industry. *Library and Information Sciences* 2023;26(1):115-42. [DOI: [10.30481/lis.2023.377727.2037](https://doi.org/10.30481/lis.2023.377727.2037)]
 15. Koshki AA, Alizadeh Meshkani F, Faqhi Farhamand N. Validation of the value co-creation model with customers in the banking industry - case study: Bank Mellat. *Financial engineering and securities management* 2022; 14 (57): 200-221. [Persian] [Link]
 16. Shakibi H, Shabgo Monsef SM, Qalipoursolimani A. Brand value co-creation model with customers in line with regional planning. *Geography Quarterly (Regional Planning)* 2023;13(3):339–56. [Persian] [DOI: [10.22034/jgeoq.2022.330617.3576](https://doi.org/10.22034/jgeoq.2022.330617.3576)]
 17. Deb N. A knowledge-based view of people and technology: Directions for a value co-creation-based learning organisation. *Webology* 2021;18(5). [Link]
 18. Banmairuroy W, Kritjaroen T, Homsombat W. The effect of knowledge-oriented leadership and human resource development on sustainable competitive advantage through organizational innovation's component factors: Evidence from Thailand's new S-curve industries. *Asia Pacific Management Review* 2022;27(3):200-9. [DOI: [10.1016/j.apmr.2021.09.001](https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.09.001)]
 19. Antalová M, Fodranová I, Labudová V. Learning organization as a tool for high-performance management. *Polish Journal of Management Studies* 2022;26(1):26- 44. [DOI: [10.17512/pjms.2022.26.1.02](https://doi.org/10.17512/pjms.2022.26.1.02)]
 20. Yang G, Miao G, Zhang X, Xie Q. Research on value creation of engineering project from the perspective of knowledge creation fusion-Based on stakeholder theory. *Journal of the Knowledge Economy* 2023;14(3):2723-41. [Link]
 21. Reeves M. Knowledge Management Use in Technology Operations for Innovations and Value Creation: Qualitative Case Study. University of Phoenix ProQuest Dissertations & Theses; 2022. [Link]