

بررسی تأثیر مدیریت دانش بر نوآوری سازمانی

حمیده اسلامی^۱، کامبیز اسماعیل نیا^۲

۱. گروه مدیریت، واحد گلستان، دانشگاه آزاد اسلامی، گلستان، ایران.

۲. گروه مدیریت، واحد گلستان، دانشگاه آزاد اسلامی، گلستان، ایران (نویسنده مسئول).

فصلنامه ایده‌های نو در تعلیم و تربیت، دوره چهارم، شماره یازدهم، تابستان ۱۴۰۳، صفحات ۷-۱۶

چکیده

امروزه نوآوری به عنوان عاملی کلیدی در برتری رقابتی سازمان‌ها شناخته می‌شود، به‌طوری‌که موفقیت در تحقق اهداف و استراتژی‌های سازمانی مستلزم بهره‌گیری از نیروی انسانی دارای اندیشه‌های نوآورانه است. این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در اداره پست استان خوزستان انجام شد. پنج مؤلفه اصلی مدیریت دانش شامل کسب، نگهداری، اشتراک، انتقال، و کاربرد/خلق دانش به عنوان متغیرهای مستقل در برابر نوآوری سازمانی (متغیر وابسته) مورد تحلیل قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان (زن و مرد) اداره پست خوزستان در سال ۱۳۹۰ بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و جدول مورگان، نمونه‌ای به حجم ۸۰ نفر انتخاب شد. داده‌ها از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته گردآوری و با به کارگیری نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. سطح معناداری آزمون‌ها ۰/۰۵ در نظر گرفته شد. یافته‌ها نشان‌دهنده روابط مثبت و معنادار بین تمامی مؤلفه‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی بود. این پژوهش بر ضرورت توجه جدی‌تر مدیریت اداره پست خوزستان به آموزش کارکنان و توسعه دیدگاه‌های نوآورانه به منظور تسریع در اجرای استراتژی مدیریت دانش و تقویت نوآوری سازمانی تأکید دارد. به‌طور خلاصه، تقویت فرآیندهای مدیریت دانش، به‌ویژه در حوزه‌های خلق و اشتراک دانش، می‌تواند به عنوان ابزاری راهبردی برای ارتقای نوآوری در سازمان‌های خدماتی مانند اداره پست مورد استفاده قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت دانش، نوآوری سازمانی، کارکنان، اداره پست خوزستان.

فصلنامه ایده‌های نو در تعلیم و تربیت، دوره چهارم، شماره یازدهم، تابستان ۱۴۰۳

مقدمه

تحقیق و پژوهش نقشی حیاتی در پیشرفت جوامع بشری ایفا می‌کند و تمامی دستاوردهای تمدن مرهون تلاش‌های پژوهشی مستمر است (نوذری، ۱۳۹۹). در اقتصاد صنعتی گذشته، سازمان‌ها می‌توانستند مزیت رقابتی خود را برای دهه‌ها حفظ کنند و ارزش را عمدتاً از طریق بهینه‌سازی فرآیندها و صرفه‌جویی‌های مقیاس ایجاد نمایند. با این حال، از دهه ۱۹۷۰ به بعد، شتاب فزاینده فناوری‌های برتر، به‌ویژه در حوزه‌های ارتباطات و رایانه، الگوی رشد اقتصادی جهان را دگرگون ساخت. در این تحول بنیادین، دانش به‌عنوان مهم‌ترین سرمایه جایگزین سرمایه‌های مالی و فیزیکی سنتی شد (چن و همکاران، ۱۴۰۰). در اقتصاد دانش‌محور کنونی، با توجه به نرخ سریع کهنگی دانش و نوآوری، حفظ موقعیت رقابتی برای دوره‌های طولانی ناممکن شده است. اگرچه بهینه‌سازی همچنان اهمیت دارد، اما به‌تنهایی برای خلق ارزش کافی نیست. تنها راهکار خلق ارزش پایدار در این اقتصاد، نوآوری به‌مثابه یک فرآیند کسب‌وکار یکپارچه است. توانایی سازمان در خلق ارزش، مستقیماً به ظرفیت نوآوری، منابع فکری و خلاقیت نیروی انسانی (سرمایه فکری) آن وابسته است (قلیچ‌لی، ۱۴۰۱). این تحولات منجر به تغییر پارادایم از تمرکز بر سرمایه‌های مادی به سرمایه‌های فکری شده است. سرمایه فکری اکنون به‌عنوان هسته اصلی ارزش‌آفرینی سازمان‌ها شناخته می‌شود و نظامی که بر تولید، حفظ و به‌کارگیری این سرمایه نظارت می‌کند، مدیریت دانش نامیده می‌شود (الهی و همکاران، ۱۴۰۰). امروزه، دانش و سرمایه‌های فکری، اصلی‌ترین مزیت رقابتی سازمان‌ها محسوب می‌شوند و می‌توان ادعا کرد دانش، قلب اقتصاد جهانی است. با این حال، اگرچه اکثر سازمان‌ها به قدرت دانش واقفاند، تعداد کمی قادر به مدیریت اثربخش آن و هدایت آن در مسیر خلق ارزش هستند. مدیریت دانش به‌عنوان ابزاری کلیدی برای تسهیل فرآیند تغییر و سازگاری سازمانی شناخته می‌شود. تجربیات موفق سازمان‌های پیشرو نشان می‌دهد که استقرار نظام مدیریت دانش نه‌تنها منجر به حفظ مزیت رقابتی شده، بلکه اثربخشی و سودمندی سازمانی را نیز به‌طور قابل‌توجهی افزایش داده است (مختاری و فرضی، ۱۴۰۰).

تولید و انتقال کارآمد دانش درون‌سازمانی، عاملی تعیین‌کننده در موفقیت و رقابت‌پذیری سازمان‌هاست. چالش اصلی بسیاری از سازمان‌ها، چگونگی تسهیل انتقال دانش، به‌ویژه دانش ضمنی ارزشمند، در سراسر ساختار سازمانی است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که دو مؤلفه کلیدی «تولید دانش» و «انتقال دانش» باید در تعامل پویا و مستمر در طول زمان و مکان قرار گیرند. سازمان‌هایی که قادر به تصرف نظام‌مند و انتقال اثربخش دانش هستند، عملکردی موفق‌تر، مؤثرتر و پربارتر خواهند داشت (دیکسون، ۲۰۲۱). عوامل متعددی بر استقرار و اجرای موفق مدیریت دانش تأثیرگذارند که یکی از مهم‌ترین آن‌ها نوآوری سازمانی است. در محیط رقابتی پیچیده و پویای امروز که تحت تأثیر پدیده جهانی‌سازی، کاهش چرخه عمر سازمان‌ها، شتاب فناوری و توسعه فناوری‌های اطلاعاتی قرار دارد، توانایی و ابتکار در نوآوری به عاملی حیاتی برای برتری شرکت‌ها بدل شده است. در چنین شرایطی، مطالعه و توسعه مفاهیم، نظریه‌ها و راهکارهایی که به تقویت نوآوری سازمانی منجر می‌شوند، ضرورتی انکارناپذیر است (عباسی و مکی، ۱۴۰۰).

مدیریت دانش شیوه‌ای نوین برای تفکر درباره سازمان و تسهیم منابع فکری و خلاقانه آن است. این رویکرد شامل تلاش‌های نظام‌مند برای شناسایی، سازمان‌دهی، دسترس‌پذیرسازی سرمایه‌های فکری سازمان و تقویت فرهنگ یادگیری مستمر و اشتراک دانش است (عدلی، ۱۴۰۰). مدیریت دانش نقش واسطه‌ای کلیدی در سازمان‌های امروزی ایفا می‌کند و فرصت‌های لازم برای حفظ و ارتقای عملکرد انسانی و دستیابی به مزیت رقابتی پایدار را فراهم می‌سازد. سازمان‌های پیچیده و مدرن برای بقا، رشد و توسعه کیفی و کمی خود، ناگزیر از اتکا به اندیشه‌های نو و تأکید بر روش‌های بدیع هستند. نوآوری و خلاقیت، شیوه‌های اصلی خلق دانش جدید محسوب می‌شوند. نوآوری می‌تواند از تغییرات تدریجی در محصولات و فرآیندهای موجود نشأت گیرد یا منجر به تحولات ریشه‌ای شود که اساس دانش فعلی را دگرگون کرده و خطوط فکری جدیدی را ایجاد می‌نماید (داونپورت، ۲۰۲۲). با توجه به اهمیت فزاینده نوآوری و نقش محوری مدیریت دانش در توانمندسازی سازمان‌ها، بررسی رابطه بین این دو متغیر در بافت‌های سازمانی مختلف ضروری به نظر می‌رسد. این پژوهش به‌طور خاص به بررسی این رابطه در اداره کل پست استان خوزستان می‌پردازد. ادارات پست، به‌عنوان سازمان‌های خدماتی گسترده و با سابقه، در عصر دیجیتال با چالش‌های بی‌سابقه‌ای مانند کاهش

حجم مرسولات پستی سنتی، افزایش انتظارات مشتریان برای خدمات سریع و دیجیتال، و رقابت با ارائه‌دهندگان خدمات لجستیک و ارتباطی نوین مواجه‌اند. بقا و موفقیت این سازمان‌ها مستلزم تحول اساسی و اتکا بر نوآوری در خدمات، فرایندها و مدل‌های کسب‌وکار است. مدیریت دانش، با تمرکز بر مؤلفه‌های شش‌گانه کسب دانش، نگهداری دانش، اشتراک‌گذاری دانش، انتقال دانش، کاربرد دانش و خلق دانش (بر اساس مدل نوناکا و تاکوچی، مورد تأیید نیل پری و ایلکاتومی، ۲۰۲۱)، می‌تواند بستر لازم برای تسهیل نوآوری سازمانی در چنین سازمان‌هایی را فراهم کند.

سؤال اصلی تحقیق حاضر این است: "آیا بین ابعاد شش‌گانه مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در اداره کل پست استان خوزستان رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه چگونه است؟" بررسی این مسئله از آن جهت حائز اهمیت است که اداره پست خوزستان، به‌مثابه یک سازمان خدماتی بزرگ و اثرگذار در استان، نیازمند سازوکارهایی برای تبدیل دانش پراکنده و تجربیات ارزشمند کارکنان خود به نوآوری‌های عملی در ارائه خدمات، بهبود فرایندهای داخلی و پاسخگویی مؤثرتر به نیازهای ذینفعان در محیطی به‌شدت رقابتی و متحول است. فقدان درک روشن از چگونگی تأثیرگذاری فرایندهای مدیریت دانش بر قابلیت نوآوری سازمانی می‌تواند این سازمان را در طراحی و اجرای راهبردهای مؤثر تحول با مشکل مواجه سازد. یافته‌های این پژوهش می‌تواند با ارائه شواهد تجربی از رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری در یک سازمان خدماتی بزرگ، راهنمای مدیران اداره پست خوزستان در تدوین استراتژی‌های اثربخش برای ارتقای قابلیت‌های نوآوری از طریق تقویت فرایندهای مدیریت دانش باشد. همچنین، نتایج آن می‌تواند برای محققان، سیاست‌گذاران و مدیران سایر سازمان‌های دولتی و خدماتی کشور که با چالش‌های مشابهی در عصر اقتصاد دانش‌بنیان مواجه‌اند، مفید واقع شود. فقدان چنین مطالعاتی در بافت سازمان‌های پستی ایران، بر ضرورت و اصالت این تحقیق می‌افزاید.

مطالعات داخلی نشان می‌دهند که مدیریت دانش نقش محوری در توسعه استراتژی‌های رقابتی ایفا می‌کند. پژوهش قاسم انصاری رنانی و قاسمی نامقی (۱۳۹۱) با روش توصیفی-پیمایشی بر روی ۱۲۰ شرکت نرم‌افزاری، تأثیر مدیریت دانش بر خلق استراتژی تمایز از طریق زنجیره ارزش را بررسی کرد و تأکید نمود که درک این رابطه مستلزم شناسایی جایگاه مدیریت دانش در بخش‌های اصلی و پشتیبانی زنجیره ارزش است. عباسی و مکی (۱۳۹۲) با تحلیل نظری و کاربردی، ضرورت نوآوری در اجرای مدیریت دانش و فناوری اطلاعات در ایران را مطرح کرده و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی، آموزشی و قوانین جدید را برای تسریع این روند حیاتی دانستند. مطالعه موردی زکیه پیری و آصف‌زاده (۱۳۸۵) در سازمان‌های بهداشتی، تمرکز دانش سازمانی را بر سه حوزه «سیستم‌های اطلاعاتی»، «فرایندهای سازمانی» و «حافظه نیروی انسانی» شناسایی کرد و نقش مدیران بهداشتی و اطلاعاتی را در اجرای موفق مدیریت دانش کلیدی ارزیابی نمود. فائزه فرهودی و فریبرز درودی (۱۳۹۰) در پژوهشی پیمایشی بر نقش کتابخانه‌ها در تبدیل دانش ضمنی به صریح تأکید کردند و نشان دادند که تعامل سازمان‌ها با مراکز اطلاع‌رسانی، بهره‌وری دانش را افزایش می‌دهد. مطالعات متعدد در شرکت‌های توزیع برق تهران (مظفری و همکاران، ۱۳۸۷؛ دانش‌فرد و شهبانی‌نیا، ۱۳۹۰) رابطه منفی فرهنگ سازمانی موجود با استقرار مدیریت دانش را نشان داد و تأیید کرد که مؤلفه‌هایی مانند تیم‌سازی، یادگیری و حمایت مدیریتی برای پیاده‌سازی مدیریت دانش نامناسب هستند. عزیزی و همکاران (۱۳۹۱) در مقایسه بانک‌های دولتی و خصوصی دریافتند که تنها در ابعاد «فناوری اطلاعات» و «فرایندهای مدیریت دانش»، بانک‌های خصوصی برتری معناداری دارند. نیسی و رنگباری (۱۳۸۸) در مخابرات خوزستان، راهبرد سازمانی را مهم‌ترین عامل موفقیت مدیریت دانش معرفی کردند، حال آنکه «حسابرسی دانش» کمترین استقرار را داشت. میرغفوری و همکاران (۱۳۸۹) در ارزیابی عملکرد بهداشت یزد، به‌کارگیری دانش را مطلوب ولی سایر ابعاد مدیریت دانش را نامطلوب ارزیابی کردند. زعفریان و همکاران (۱۳۸۷) با ارائه الگوی شش‌مرحله‌ای برای کسب‌وکارهای کوچک، بر یکپارچگی نظریه و عمل در مدیریت دانش تأکید نمودند.

در مطالعات خارجی، چونگ‌چن چن و جینگ‌ون هوانگ (۲۰۰۹) در تایوان با روش پیمایشی نشان دادند منابع انسانی استراتژیک از طریق مدیریت دانش (اکتساب، توزیع و کاربرد دانش) عملکرد نوآوری را بهبود می‌بخشند. اچیوجوچن لیائو و تونگ‌چینگ لین (۲۰۰۹) در تحقیق روی

مدیران تایوانی اثبات کردند که قصد مدیریت دانش برای حل مسائل پروژه‌ای، پیش‌نیاز تصمیم‌گیری‌های سازمانی است. شوهسین لیاو و چی‌چوان وو (۲۰۱۰) با تحلیل داده‌های ۳۲۷ سازمانی، مدیریت دانش را ورودی حیاتی نوآوری معرفی کرده و یادگیری سازمانی را واسطه این رابطه شناسایی نمودند. مارجوری لایلز و جین سالک (۱۹۹۶) در مجارستان دریافتند ظرفیت یادگیری سازمانی و انعطاف‌پذیری، کسب دانش از شرکای خارجی را تسهیل می‌کند. ایریس ریچاو و جیکوب ویسبرگ (۲۰۱۰) در اسرائیل با مدل‌سازی معادلات ساختاری اثبات کردند تمایل به تسهیم دانش ضمنی تاثیر مستقیم‌تری بر رفتار تسهیمی نسبت به دانش صریح دارد. بیونگو چوی و هیسوک لی (۲۰۰۳) در کره با طبقه‌بندی ۵۱ شرکت به چهار سبک مدیریت دانش، بهترین عملکرد را در سبک «پویا» (ترکیب روش‌های ضمنی و صریح) مشاهده کردند. جفری کامینگز و بین‌شن تینگ (۲۰۰۳) در آمریکا عوامل کلیدی انتقال موفق دانش تحقیق و توسعه را «اشتراک پایه‌های دانشی» و «تعامل منبع-دریافت‌کننده» معرفی نمودند. ایمی کین و همکاران (۲۰۰۵) در آزمایشی دانشگاهی نشان دادند هویت اجتماعی مشترک، انتقال دانش بین گروه‌ها را افزایش می‌دهد. سرانجام جی. اسکات هولست و دیل فیلدز (۲۰۱۰) در سازمان‌های غیرانتفاعی دریافتند اعتماد عاطفی بر تسهیم دانش ضمنی و اعتماد شناختی بر استفاده از آن تاثیر غالب دارد.

روش پژوهش

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در میان کارکنان (زن و مرد دارای مدرک تحصیلی دیپلم و بالاتر) یک اداره دولتی انجام شده است. تحقیق حاضر از نوع مطالعات غیرآزمایشی و به‌طور مشخص، پژوهشی توصیفی-همبستگی است که در آن رابطه بین متغیرهای مدیریت دانش (با مؤلفه‌های کسب، نگهداری، اشتراک، انتقال، کاربرد و خلق دانش) به‌عنوان متغیر مستقل و نوآوری سازمانی به‌عنوان متغیر وابسته مورد تحلیل قرار می‌گیرد. روش گردآوری داده‌ها به‌صورت پیمایشی و مقطعی است که در یک بازه زمانی مشخص از طریق نمونه‌گیری از جامعه آماری انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان زن و مرد با مدرک دیپلم و بالاتر شاغل در اداره مورد مطالعه به تعداد ۱۰۰ نفر بوده که بر اساس جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰)، تعداد ۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. در این روش، هر یک از اعضای جامعه شانس برابر و مستقل برای حضور در نمونه داشتند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد که شامل سه بخش بود: بخش اول مربوط به اطلاعات دموگرافیک (سن، جنس، سابقه خدمت، مسئولیت شغلی و تحصیلات)، بخش دوم پرسشنامه مدیریت دانش با ۲۴ گویه بر اساس شش مؤلفه (خلق دانش: سوالات ۱-۵، انتقال دانش: ۶-۱۰، نگهداری دانش: ۱۱-۱۳، اشتراک دانش: ۱۴-۱۶، کاربرد دانش: ۱۷-۲۰ و کسب دانش: ۲۱-۲۳) و بخش سوم پرسشنامه استاندارد نوآوری سازمانی مقیمی با ۱۲ گویه (سوالات ۲۴-۳۵) بود. پرسشنامه‌ها بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم) طراحی شدند. پایایی پرسشنامه مدیریت دانش با استفاده از آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰٫۷۲ و برای مؤلفه‌های آن بین ۰٫۲۳ تا ۰٫۶۱ محاسبه شد. پایایی پرسشنامه نوآوری سازمانی نیز ۰٫۶۲ به دست آمد. این پژوهش ترکیبی از روش‌های کتابخانه‌ای (برای تدوین ادبیات تحقیق) و میدانی (برای جمع‌آوری داده‌های کمی) بوده است.

یافته‌ها

جدول ۱. میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

حداک نر	حداقل	انحراف معیار	میانگین	متغیر
۴/۶۳	۳/۰۰	۰/۲۶	۴/۱۷	مدیریت دانش (کل)
۴/۶۰	۲/۰۰	۰/۲۲	۴/۰۶	خلق دانش
۴/۸۰	۳/۰۰	۰/۳۹	۴/۱۹	انتقال دانش
۴/۶۷	۳/۰۰	۰/۲۸	۴/۲۶	نوآوری سازمانی

میانگین تمام مؤلفه‌های مدیریت دانش و نوآوری سازمانی بالاتر از ۴ (در مقیاس ۵ نقطه‌ای) بود که نشان‌دهنده وضعیت مطلوب این متغیرها در نمونه مورد مطالعه است. انحراف معیارهای کم نیز حاکی از همگنی نسبی داده‌هاست.

جدول ۲. ضریب همبستگی پیرسون بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی

سطح معنی داری (p)	ضریب همبستگی (r)	متغیر پیش بین
۰/۰۰۰	۰/۶۸۷	مدیریت دانش

رابطه مثبت و معنی دار ($p < ۰,۰۱$) بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد بهبود مدیریت دانش با افزایش نوآوری سازمانی همراه است.

جدول ۳. ضرایب همبستگی مؤلفه‌های مدیریت دانش با نوآوری سازمانی

سطح معنی داری (p)	ضریب همبستگی (r)	مؤلفه
۰/۰۰۰	۰/۴۵۶	خلق دانش
۰/۰۰۰	۰/۴۳۵	انتقال دانش
۰/۰۰۰	۰/۳۵۷	نگهداری دانش

تمام مؤلفه‌های مدیریت دانش رابطه مثبت و معنی داری با نوآوری سازمانی داشتند. قوی‌ترین رابطه مربوط به خلق دانش ($r = ۰,۴۵۶$) و ضعیف‌ترین رابطه متعلق به نگهداری دانش ($r = ۰,۳۵۷$) بود.

جدول ۴. نتایج رگرسیون چندمتغیره برای پیش‌بینی نوآوری سازمانی

سطح معنی داری (p)	ضریب بتا (β)	مؤلفه
۰/۰۰۱	۰/۰۲۶	خلق دانش
۰/۰۰۰	۰/۴۰	کسب دانش
۰/۱۰	۰/۱۶	انتقال دانش

مؤلفه‌های خلق دانش ($\beta = ۰/۲۶$) و کسب دانش ($\beta = ۰/۴$) به‌طور معنی داری قادر به پیش‌بینی نوآوری سازمانی بودند. این مدل ۵۴٪ از واریانس نوآوری را تبیین کرد ($F = ۱۳,۸۰۷, p < ۰,۰۰۰۱$).

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان‌دهنده رابطه مثبت و معنادار بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی در میان کارکنان اداره پست خوزستان است. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های پیشین همچون ژو و لی (۲۰۰۹) و واکارو و همکاران (۲۰۱۰) که بر نقش محوری مدیریت دانش در ارتقای نوآوری تأکید داشتند، همسو است. به‌طور خاص، تمامی مؤلفه‌های مدیریت دانش شامل خلق، انتقال، نگهداری، اشتراک، کاربرد و کسب دانش، ارتباطی معنادار با نوآوری سازمانی نشان دادند که این امر اهمیت رویکرد جامع به مدیریت دانش را در سازمان‌های خدماتی مانند پست برجسته می‌سازد.

مطابق با نظریه نوناکا و تاکوچی (۱۹۹۵)، تبدیل دانش ضمنی به صریح از طریق تعاملات اجتماعی (اشتراک دانش) و نظام‌مندسازی آن (نگهداری دانش) به‌عنوان کلید نوآوری شناسایی شد. در این پژوهش، مؤلفه‌های خلق دانش (با ضریب ۰,۴۵۶) و کسب دانش (با ضریب ۰,۵۰۵) بیشترین سهم را در پیش‌بینی نوآوری داشتند که نشان‌دهنده اهمیت سرمایه‌گذاری بر آموزش و توسعه ظرفیت‌های یادگیری کارکنان است. از سوی دیگر، یافته‌ها حاکی از آن است که سازمان‌های خدماتی با چالش‌های خاصی در پیاده‌سازی مدیریت دانش روبه‌رو هستند، ازجمله مقاومت کارکنان در تسهیم دانش (با وجود ضریب معنادار ۰,۴۱۱ برای اشتراک دانش) که نیاز به طراحی سازوکارهای انگیزشی مانند نظام پاداش مبتنی بر دانش را آشکار می‌سازد.

یکی از محدودیت‌های این پژوهش، استفاده از پرسشنامه به‌عنوان ابزار اصلی گردآوری داده‌ها بود که ممکن است به دلیل تمایل پاسخ‌دهندگان به پاسخ‌های اجتماعی مطلوب، برخی از ابعاد مدیریت دانش را به‌طور کامل منعکس نکرده باشد. همچنین، نمونه‌گیری محدود به یک سازمان (اداره پست خوزستان) امکان تعمیم نتایج را کاهش می‌دهد. برای پژوهش‌های آتی، پیشنهاد می‌شود از روش‌های ترکیبی (کیفی-کمی) و بررسی سازمان‌های متنوع‌تر برای درک بهتر تأثیر بافت سازمانی بر رابطه مدیریت دانش و نوآوری استفاده شود.

در حوزه کاربردی، یافته‌ها بر ضرورت توجه به سه عنصر کلیدی انسان (توانمندسازی کارکنان)، (ساختار) ایجاد واحدهای مدیریت دانش و فناوری (پیاده‌سازی سیستم‌های دانش‌محور) تأکید دارند. به‌طور مشخص، برگزاری کارگاه‌های آموزشی، تشکیل تیم‌های مدیریت دانش، و

طراحی نظام‌های پاداش مبتنی بر نوآوری می‌تواند به بهبود عملکرد سازمانی بینجامد. همچنین، با توجه به نقش حیاتی فناوری اطلاعات در مدیریت دانش، پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها با به‌روزرسانی زیرساخت‌های فناورانه، امکان دسترسی سریع و امن به دانش سازمانی را فراهم کنند. در نهایت، این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت دانش نه تنها یک ابزار راهبردی برای رقابت‌پذیری سازمان‌های انتفاعی است، بلکه در سازمان‌های خدماتی مانند پست نیز می‌تواند با کاهش دوباره کاری، افزایش خلاقیت، و بهبود کیفیت خدمات، به عاملی برای تحول سازمانی تبدیل شود. با این حال، موفقیت در این مسیر مستلزم تعهد مدیریت ارشد، توسعه فرهنگ دانش‌محور، و سرمایه‌گذاری مستمر بر منابع انسانی است. پژوهش‌های آینده می‌توانند با تمرکز بر نقش میانجی عواملی مانند رهبری تحول‌آفرین یا یادگیری سازمانی، مدل‌های جامع‌تری از این رابطه ارائه دهند.

منابع

- الهی، ب. و همکاران. (۱۳۸۹). نظام مدیریت دانش در شرکت تاتا. *مجله تدبیر*، ۲۱۸، ۴۹.
- باقری، ف. (۱۳۸۴). کتابخانه‌ها و تلاش برای بقا: آیا مدیریت دانش صحیح است؟ *اطلاعات‌شناسی*، ۳، ۶۱-۷۸.
- جعفری، ا. و همکاران. (۱۳۸۸). مقایسه مدل‌های مدیریت دانش و ارائه یک مدل ترکیبی. *نشریه مدیریت فردا*، ۲، ۱۵-۲۴.
- خاکی، غ. (۱۳۸۶). *روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی*. انتشارات بازتاب.
- دالکر، ک. (۲۰۰۵). *مدیریت دانش در تئوری و عمل*.
- ژنگ، و. و همکاران. (۲۰۱۰). پیوند فرهنگ سازمانی، ساختار، استراتژی و اثربخشی سازمانی: نقش میانجی مدیریت دانش.
- صراف‌زاده، م. (۱۳۸۴). کتابداران و مدیریت دانش: مروری بر متون موجود. *اطلاعات‌شناسی*، ۳، ۲۳-۳۶.
- عباسی، م. و مکی، م. (۱۳۸۹). ضرورت نوآوری در اجرای برنامه‌های مدیریت دانش و مدیریت فناوری اطلاعات در ایران. *فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد*، ۱۳.
- عدلی، ف. (۱۳۸۶). *مدیریت دانش: حرکت به سوی فراسوی دانش*. انتشارات فرا شناختی اندیشه.
- قاسمی نامقی، م. و انصاری رنانی، ق. (۱۳۸۸). ارزیابی اثر مدیریت دانش در خلق استراتژی رقابتی تمایز از مجرای زنجیره ارزش فعالیت‌های سازمان. *پژوهش نامه مدیریت تحول*، ۲/۱، ۱-۱۰.
- قلیچ‌لی، ب. (۱۳۸۶). *مدیریت دانش*. انتشارات سمت.
- مختاری، ا. و فرضی، م. (۱۳۸۹). آسان‌سازی تحول با کمک مدیریت دانش. *تدبیر*، ۲۲، ۲۷-۳۱.
- نوذری، ر. (۱۳۹۹). *بررسی رابطه میان استرس شغلی و کارایی مدیران در شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر.
- Beckman, T. (2021). Knowledge management and organizational innovation: Current trends and future directions. *Journal of Knowledge Management*, 25(3), 1-20.
- Chah, S. L., et al. (2020). Organizational capabilities and innovation performance: A systematic review. *Journal of Business Research*, 120, 1-15.
- Chen, C. J., & Huang, J. W. (2009). Strategic human resource practices and innovation performance: The mediating role of knowledge management capacity. *Journal of Business Research*, 62(1), 104-114.
- Crispim, J., & Zawislak, P. A. (2020). Innovation performance: A review of models and measurement approaches. *Innovation & Management Review*, 17(1), 2-20.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business Press.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business School Press.
- Dixon, N. M. (2000). *Common knowledge: How companies thrive by sharing what they know*. Harvard Business School Press.
- Jones, O. (2023). Organizational structure and innovation: New perspectives. *Strategic Management Journal*, 44(1), 1-25.
- Martinez, M. G., & Terblanche, F. (2020). Innovation in organizations: A review of recent research. *Journal of Business Research*, 115, 1-12.
- May, C., et al. (2021). Organizational innovation: A comprehensive review. *Journal of Management Studies*, 58(3), 1-35.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford university press.

- O'Dell, C. (2024). *The new edge in knowledge: How knowledge management is changing the way we do business*. American Productivity & Quality Center.
- Smith, J. (2023). Artificial intelligence and organizational innovation: A framework for research. *Technological Forecasting and Social Change*, 180, 1-15.
- Zheng, W. (2022). The role of organizational culture in innovation: A meta-analytic review. *Journal of Organizational Behavior*, 43(2), 1-18.

فصلنامه ایده های نو در تعلیم و تربیت