

طراحی الگوی مدیریت دانش سازمانی موثر بر روی عملکرد مالی شهرداری ها با تاکید بر

تکنولوژی اطلاعات : مطالعه موردی مناطق شهرداری شهر بندرعباس

پونه تجلی فر

کارشناس ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد قشم، p.tajalifar@gmail.com

حدیث عامری سیاهویی،

کارشناس ارشد مدیریت مالی موسسه عالی قشم، hadisss.ameri1372@gmail.com

نجمه سایبانی

دانشجوی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد بندرعباس، Najmehsaybani@gmail.com

فرشته فتاح پور

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد قشم، fereshteh.fp56@gmail.com

چکیده:

شرکت هایی که به نقش دانش سازمانی به عنوان یک منبع استراتژیک برای گسترش قابلیت های تجاری شرکت تاکید دارند می توانند مزیت رقابتی برای خود در فضای کسب و کار فراهم کنند . بیشتر مطالعات تأکید کرده اند ایجاد و به دست آوردن یک دانش جدید مهم تر از دانش موجود است. در سالهای اخیر مدیریت دانش به عنوان یکی از عبارتهای شایع در سازمانها مورد عنایت واقع شده است. این سیستم بر اکتساب دانش از کارکنان درباره مشتری، رقبا و محصولات سازمان تاکید دارند .این پژوهش توصیفی و کاربردی می باشد و برای آزمون فرضیه های این پژوهش از آزمون تی و برای تجزیه و تحلیل از نرم افزار smart pls استفاده شده است. جهت اجرای بررسی میدانی تعداد ۸۵ عدد پرسشنامه بین مدیران و کارشناسان ارشد شهرداری بندرعباس توزیع شد. یافته های پژوهش نشان می دهد که بین منابع دانشی دیجیتال و مهارت های خدمات دهی و کارایی مشتریان رابطه معناداری وجود ندارد اما منابع دانشی نیروی انسانی تاثیر معناداری بر روی مهارت های خدمات دهی و بهبود عملکرد مالی داشتند. همچنین نتایج نشان داد زیر ساخت های فناوری اطلاعات می توانند بر روی مهارت های خدمات دهی و بهبود عملکرد مالی اثرگذار باشند.

کلمات کلیدی:

عملکرد مالی، فناوری اطلاعات، شهرداری، مدیریت دانش

مقدمه

امروزه مشتریان خدمات متنوع و مخصوصی را از شرکت‌ها تقاضا می‌کنند و برای برآورده نمودن این نیازها به مهارت‌هایی که در داخل سازمان و بین کارکنان وجود دارد مورد نیاز است (چوی و ریو، ۲۰۱۵). شهرداری بندرعباس به صورت روزمره با مشتریانی در تعامل می‌باشد که به دنبال صدور مجوز فعالیت‌های شهری می‌باشند و وجود فناوری که بتواند با دقت و در زمان کم خدمات لازم را ارائه دهد می‌تواند بهبود عملکرد سازمانی این اداره را در پی داشته باشد. از آنجایی که مشتریان این مجموعه شامل شهروندانی هستند که در محیط پر از تلاطم فعالیت می‌کنند ارائه خدمات سریع، به موقع و دقیق به این مشتریان از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد. بنابراین داشتن کارکنانی که از دانش سازمانی برخوردار می‌باشند و همچنین وجود هوش تجاری می‌تواند در بهبود خدمات دهی به مشتریان اداره بازرگانی نقش مهمی را ایفا نماید.

مشتریان هر سازمان انتظار دارند که کارکنان به صورت صحیح و مناسب و با مهارت کامل پاسخگوی آنها باشند (مهارت خدمات دهی) و در کمترین زمان و با دقت خدمات را ارائه دهند (کارایی عملکرد) (چوی، ۲۰۱۸). تئوری مبتنی بر منابع توضیح می‌دهد که منابع کلیدی در هر سازمان می‌توانند مزیت رقابتی را برای شرکت ایجاد نمایند (بارنی، ۱۹۹۱). در سازمان‌های خدماتی ارائه خدمات می‌تواند شرکت‌ها را به داشتن مزیت رقابتی هدایت کند اما این مزیت رقابتی نمی‌تواند پایدار باشد بنابراین شرکت‌ها باید به دنبال خدماتی باشند که به صورت خاص‌تری به مشتریان داده می‌شود در این پژوهش برای اینکه شرکت‌ها بتوانند خدمات منحصر به فردی به مشتریان ارائه دهند، بر روی منابع دانش سازمانی و همچنین هوش تجاری تمرکز می‌گردد بدین ترتیب شرکت‌هایی که از هوش تجاری اطلاعات برخوردارند می‌توانند اطلاعات و خواسته‌های مشتریان را در پایگاه‌های داده‌ها خود ذخیره نمایند و از این اطلاعات برای ارائه خدمات تخصصی و خاص برای مشتریان سازمان استفاده نمایند.

این پژوهش بررسی می‌کند که چگونه دانش سازمانی و منابع فناوری اطلاعات می‌توانند منابع کلیدی برای بهبود خدمات مشتریان از نظر کارایی و مهارت باشند. در بیشتر مطالعات صورت

گرفته به بررسی شناسایی عوامل اثرگذار بر روی سیستم‌های مدیریت دانش ای پرداخته شده است به گونه ای که سهم دانش افراد در سازمان را ارتقا دهند (کانکاھلیا، ۲۰۱۱) اما در این پژوهش سعی می شود نقش منابع دانشی نیروی انسانی و همچنین سیستم‌های مدیریت دانش که در مجموع دانش سازمانی را شکل می‌دهند با هم مورد بررسی قرار گیرد تا نقش هریک از آنها ر روی بهبود عملکرد خدمات به مشتریان شناسایی گردد.

پیشینه پژوهش

پیشینه ی نظری

بر اساس تئوری مبتنی بر دانش^۱ شرکت هایی که به نقش دانش سازمانی به عنوان یک منبع استراتژیک برای گسترش قابلیت‌های تجاری شرکت تاکید دارند می‌توانند مزیت رقابتی برای خود در فضای کسب و کار فراهم کنند (گری و همکاران، ۲۰۰۵) بیشتر مطالعات تأکید کرده اند ایجاد و به دست آوردن یک دانش جدید مهم تر از دانش موجود است. ایجاد کردن دانش به تنهایی کافی نمی باشد به عبارت دیگر اگرچه سازمان‌ها برای خود سیستم های مدیریت دانشی فراهم می کنند اما کارکنان به دلیل عدم استفاده صحیح از این منابع اطلاعاتی سبب شکست مزیت های سیستم های دانشی می گردند در حقیقت این مهم است که شرکت ها بدانند چگونه و به چه قابلیت های سازمانی بر اساس دانش فراهم شده نیاز دارند (نیوس و همکاران ۲۰۱۶) بنابراین این پژوهش نشان می‌دهد که چگونه دانش و فناوری در سیستم های مدیریت دانشی ذخیره می گردد و چگونه می‌تواند به بهبود خدمات مشتریان کمک کنند، در حقیقت سیستم های مدیریت دانشی، دانش سازمانی هستند که از تجربیات گذشته سازمان و کسب و کار امروز سازمان حاصل شده اند (چوی، ۲۰۱۸)

در این پژوهش دانش سازمانی به دو بخش دانش دیجیتالی و دانش منابع انسانی تقسیم می

¹ knowledge-based view

شود. دانش دیجیتال از طریق سیستم های مدیریت دانشی و فناوری اطلاعات ذخیره و استفاده می گردند درحالیکه دانش منابع انسانی در تجربیات افراد وجود دارند و به صورت واضح و صریح مشخص نمی باشند. در بخش کسب و کارهای خدماتی مطالعات گذشته نشان دادند که توجه به اهمیت دانش دیجیتال می تواند برای بهبود خدمات مشتریان گردد. سالامون (۲۰۰۵) نشان داد که دانش سازمانی کیفیت خدمات و افزایش می دهد و منجر به وفاداری و نگهداری مشتریان می گردد. ریچارد و همکاران (۲۰۰۹) نشان دادند که دانش سازمانی سبب افزایش فروش فروشنده ها و گرایش مشتریان به فروشگاه ها می گردد. لای و همکاران در سال ۲۰۱۱ فهمیدند که رابطه مثبتی بین دانش سازمانی و بهبود خدمات پرستاران وجود دارد. بنابراین یکی از اهداف این پژوهش این است که بدانند سیستمهای دانش دیجیتال چگونه می توانند برای بهبود خدمات به مشتریان اثرگذار باشد.

در حالی که منابع دانش دیجیتال در سیستم های مدیریت دانشی قرار دارند و اینگونه دانش ها صریح و واضح هستند، منابع دانش انسانی بایستی از طریق تاکتیک های دانشی در سازمان آشکار شود (سو و همکاران، ۲۰۱۱) مطالعات گذشته تایید کردند که استفاده از تاکتیک های دانشی افراد مشکل می باشد و برای استفاده از آن باید از راه های تخصصی استفاده نمود. سو و همکاران (۲۰۱۱) فهمیدند که کارکنان سعی می کنند دانش تخصصی بیشتری را نسبت به دانش دیجیتال به دست آورند. بنابراین در این پژوهش از دانش منابع انسانی به عنوان یکی از راه های اثرگذار برای بهبود خدمات مشتریان استفاده می گردد. با استفاده از منابع دانشی نیروی انسانی می توان به حل مشکلات پیچیده مشتریان پرداخت. منابع دانشی نیروی انسانی شامل مهارتهای فنی تجربیات گذشته و دانش خاصی می باشند که می توانند مهارت های لازم را به کارکنان برای بهبود خدمات مشتریان فراهم کنند.

در سالهای اخیر مدیریت دانش به عنوان یکی از عبارتهای شایع در سازمانها مورد عنایت واقع شده است. این سیستم بر اکتساب دانش از کارکنان درباره مشتری، رقبا و محصولات سازمان

تاکید دارند. (گیلبرت و همکاران، ۲۰۰۰) با ورود به هزاره سوم سازمانها برای بقای خود و حفظ مزیت رقابتی در عرصه جهان به راهبردهایی نوین برای مقابله با تغییرات سریع و شگرف در این عصر نیاز دارند که فناوری و مدیریت دانش یکی از این راهبردهاست و سازمانها به منظور اعمال مدیریت صحیح تغییرات و تبدیل آن به فرصتهایی طلایی برای توسعه و بقای خود به آن مجهز می شوند، از طرف دیگر در عصر حاضر سازمانها از هرسو تحت تاثیر اطلاعات قرار گرفته اند که باید با تجزیه و تحلیل های متفاوت، اطلاعات مورد نیاز را برداشت نموده و بر اساس آن تصمیمات لازم برای رسیدن به اهداف را اخذ نمایند. در این راستا سازمان هایی از رقبا پیشی می گیرند که به کمک فناوری های نوین و ابزارهای مختلف مدیریتی، از فرصتها استفاده نمایند و دانش خود را سازماندهی و مدیریت کنند. از این رو امروزه با پیوند ناگسستنی مدیریت دانش و فناوری اطلاعات مواجه هستیم (دیهم و همکاران، ۱۳۹۵)

فناوری اطلاعات و مدیریت دانش نقش حیاتی در افزایش عملکرد سازمان ها دارند. کیفیت فناوری اطلاعات و مدیریت دانش بسیار مهم است و می تواند باعث موفقیت و یا شکست سازمان شود. (پرامول، ۲۰۱۲) به اعتقاد داونپورت و پروساک (۱۹۹۸) در اقتصاد جهانی امروز، دانش و مهارت به عنوان عامل کلیدی موفقیت سازمانها و به عنوان حیاتی ترین و منبع برای حفظ و افزایش مزیت رقابتی به شمار می آید. دانش زمانی می تواند تاثیر گذاری لازم را داشته باشد که به صورت مناسبی مدیریت شود. از آنجایی که داده به اطلاعات و اطلاعات تبدیل به دانش می شود، مدیریت دانش به فناوری اطلاعات که یکی از مهمترین عوامل زیر ساختی در تولید دانش می باشد، نیاز دارد. پیتر دراگر به صراحت بیان کرده است که ارزشمند ترین دارایی سازمان ها در قرن بیست یکم، دانشگران و دانش آنهاست. امروزه عوامل سنتی تولید یعنی زمین، نیروی کار و سرمایه، در مقایسه با دانش، در درجه دوم اهمیت قرار گرفته اند و دانش و فناوری اطلاعات عامل اصلی در اقتصاد نوین است. بطوری که با بررسی و تحلیل دانش و اهمیت ویژگی های آن در حیطه ی عملکرد سازمان ها می توان دریافت که برخورداری از

مدیریت دانش و فناوری اطلاعات نوین برای ادامه حیات سازمان ها به یک ضرورت انکار ناپذیر تبدیل شده است. (نوری مال، ۱۳۹۲)

مناطق شهرداری بندرعباس به صورت روزمره با مشتریانی در تعامل می باشد که به دنبال صدور مجوز های مختلف ساختمانی و یا کارهای مرتبط با شهرداری می باشند و وجود فناوری که بتواند با دقت و در زمان کم خدمات لازم را ارائه دهد می تواند بهبود عملکرد سازمانی این اداره را در پی داشته باشد. از آنجایی که مشتریان این مجموعه شامل شهروندان شهر بندرعباس هستند ارائه خدمات سریع ، به موقع و دقیق به این مشتریان از اهمیت بالایی برخوردار می باشد. بنابراین داشتن کارکنانی که از دانش سازمانی برخوردار می باشند و همچنین وجود هوش تجاری می تواند در بهبود خدمات دهی به مشتریان شهرداری بندرعباس نقش مهمی را ایفا نماید.

پیشینه تجربی

- چوی (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان دانش سازمانی و فناوری اطلاعات : بهبود خدمات مشتری انجام داد. تعداد ۲۹۲ پرسشنامه بین مراکز پاسخ تلفنی توزیع شد. یافته ها نشان داد دانش دیجیتالی ، دانش منابع انسانی باعث بهبود خدمات رسانی به مشتریان می گردند. همچنین نتایج نشان داد صرفا فناوری اطلاعات نمی تواند سبب بهبود خدمات به مشتریان گردد و نیاز است دانش سازمانی با فناوری اطلاعات هماهنگ شوند.
- لیاو و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان ارائه مزیت رقابتی پایدار از طریق ظرفیت جذب، انتقال دانش و یادگیری سازمانی انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد در صنایع مختلف رابطه های متغیرهای این پژوهش می تواند متفاوت باشد.
- گیرت و همکاران (۲۰۱۷) پژوهشی با عنوان ، یکپارچه ساختن سیستم های مدیریت ارتباط با مشتری و مدیریت دانش انجام دادند نتایج پژوهش نشان داد می توان مزایای استفاده از آنها را افزایش داد و ریسک را کاهش داد. بررسی ها نشان داد که مدیریت دانش و مدیریت

ارتباط با مشتری پتانسیل هم افزایی زیادی دارند و باید با هم ترکیب شوند.

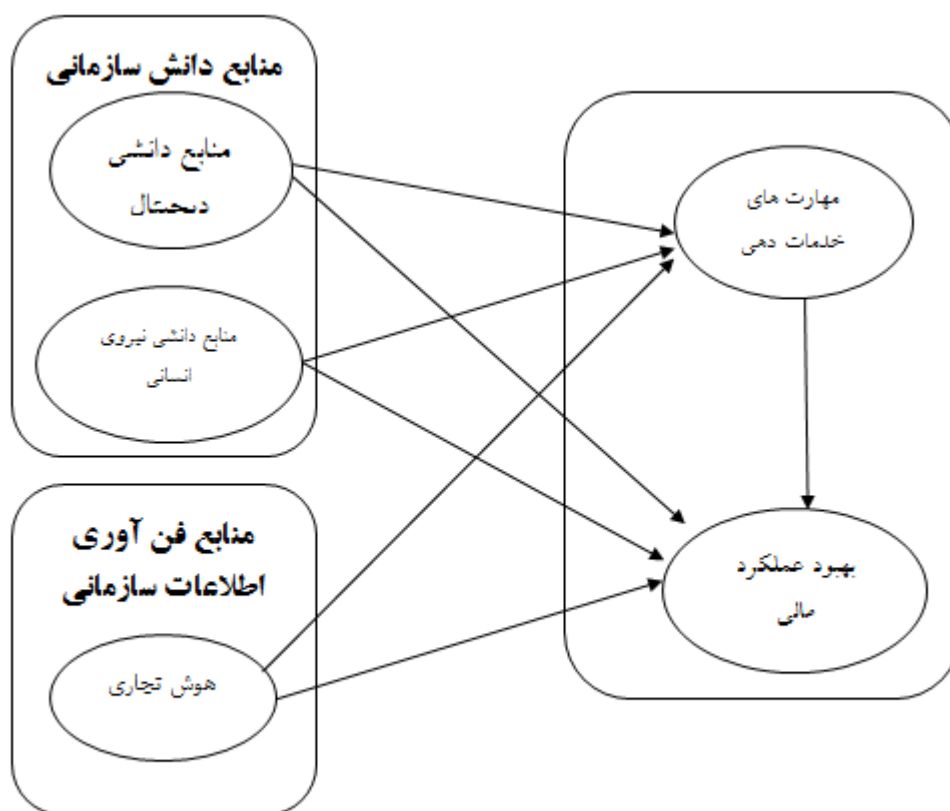
- پاکوتی (۲۰۱۴) مقوله تسهیم دانش را مورد بررسی قرار دادند. وی بیان کرد که تسهیل تسهیم دانش بین افراد و گروه های داخلی سازمان امری ضروری است، اما هنگامی که این دانش در مالکیت افراد سازمان نیست و از بیرون سازمان به داخل راه می یابد کمی مشکل تر می شود.

- حاجی کریمی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان تاثیر مدیریت دانش بر متغیرهای سازمانی و موفقیت اجرای مدیریت ارتباط با مشتری انجام دادند. نتایج نشان داد که یادگیری محوری بیشترین تاثیر را بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری و انتشار دانش، کمترین اثر را بر متغیرهای سازمانی و در نهایت موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری دارند.
- تقوی فرد و همکاران (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان تأثیر مدیریت دانش در موفقیت "مدیریت ارتباط با مشتری" با در نظر گرفتن اثرات واسطه ای عوامل سازمانی انجام دادند. بررسی نتایج نشان داد که متغیرهای فناوری مدیریت ارتباط با مشتری، اکتساب دانش، انتشار دانش و مشتری محوری بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری دارا است. همچنین متغیرهای تجارب مدیریت ارتباط با مشتری و متغیرهای سازمانی بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری دارای تأثیر معناداری می باشند.

مدل مفهومی پژوهش و فرضیه های تحقیق

با توجه به مطالب ارائه شده در بالا، مدل اولیه این پژوهش برای تدوین فرضیات بشرح شکل

۱ می باشد :



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

با توجه به مدل تحقیق فرضیه ها به شرح زیر تدوین گردید:

- ۱- بین منابع دانشی دیجیتال با مهارت های خدمات دهی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- بین منابع دانشی دیجیتال با بهبود عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- بین منابع دانشی نیروی انسانی با مهارت های خدمات دهی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- بین منابع دانشی نیروی انسانی با بهبود عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- بین هوش تجاری با مهارت های خدمات دهی رابطه معناداری وجود دارد.

۶- بین هوش تجاری با بهبود عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

روش شناسی پژوهش

جامعه آماری و نمونه تحقیق

جامعه تحقیق در این پژوهش مدیران و کارشناسان ارشد مناطق شهرداری بندرعباس می باشند که تعداد آنها ۸۵ نفر می باشد.

سنجش پرسش نامه

در این پژوهش به منظور گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده است. سؤال های پرسشنامه در پژوهش حاضر شامل دو بخش می باشد. بخش اول؛ مربوط به سؤال های عمومی (جمعیت شناختی) است که شامل جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کاری می باشد. بخش دوم؛ مربوط به سؤال های تخصصی است شامل ۲۸ سؤال بسته می باشد، که هریک از سوالات بخش تخصصی براساس مقیاس ۵ گزینه ای طیف لیکرت طراحی شده اند.

روایی و پایایی پرسشنامه

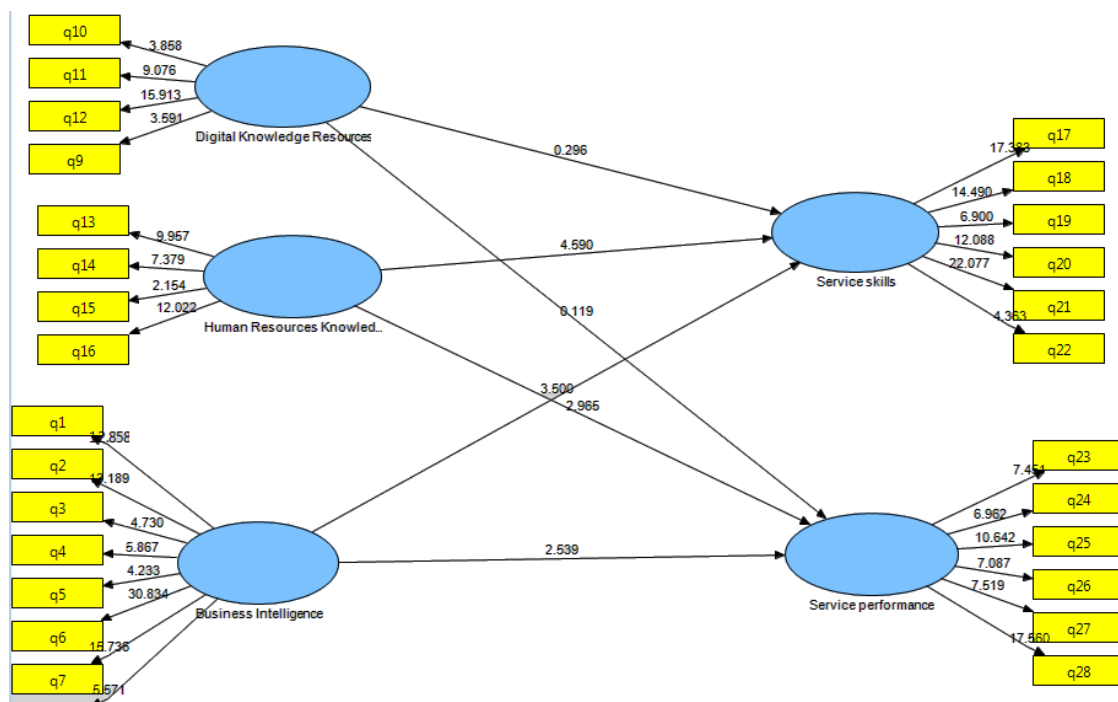
برای تعیین روایی، پرسشنامه طراحی شده برای بررسی روایی در اختیار متخصصین خبره و اساتید محترم راهنما و مشاور و سایر متخصصین قرار گرفته تعدیل و تصحیح گردید و روایی پرسشنامه تایید گردید.

یافته های پژوهش

روش های آماری مورد استفاده در این پژوهش را می توان به دو دسته روش های آماری استنباطی و روش های آماری توصیفی تقسیم کرد. برای بررسی و توصیف ویژگی های عمومی پاسخ دهندگان از روش های آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی و میانگین استفاده شده است. روش های آماری استنباطی مورد استفاده نیز در زیر به اختصار توضیح داده شده اند. همچنین تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار SPSS صورت گرفته است.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

در این پژوهش برای رد یا تایید فرضیه‌ها از آزمون t value استفاده شده است، که نتایج آن مطابق شکل زیر می‌باشد، در صورتی که مقدار t -value بالاتر از ۱,۹۶ می‌باشد فرضیه پژوهش تایید می‌گردد، همچنین ضریب همبستگی نیز میزان رابطه بین دو متغیر را نشان می‌دهد.



نتیجه آزمون فرضیه	سطح معناداری	آماره t	ضریب علی	فرضیه های تحقیق
رد فرضیه	$<0/0.5$	۲۹	۰.۳	۱- بین منابع دانشی دیجیتال با مهارت های خدمات دهی رابطه معناداری وجود دارد.
رد فرضیه	$<0/0.5$	۱۱۹	-۰.۱	۲- بین منابع دانشی دیجیتال با بهبود عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.
تایید فرضیه	$<0/0.5$	۴,۵۹	۰.۵۲	۳- بین منابع دانشی نیروی انسانی با مهارت های خدمات دهی رابطه معناداری وجود دارد.
تایید فرضیه	$<0/0.5$	۲,۹۶	۰.۵۲۵	۴- بین منابع دانشی نیروی انسانی با بهبود عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.
تایید فرضیه	$<0/0.5$	۲,۹۶	۰.۳۷	۵- بین هوش تجاری با مهارت های خدمات دهی رابطه معناداری وجود دارد.
تایید فرضیه	$<0/0.5$	۲,۵۳	۰.۳۴	۶- بین هوش تجاری با بهبود عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه گیری

در فرضیه اول پژوهش به بررسی رابطه بین منابع دانشی دیجیتال به مهارت های خدمات دهی پرداخته شد. در این پژوهش دانش سازمانی به دو بخش دانش دیجیتال و دانش منابع انسانی تقسیم می شود در دانش دیجیتال از سیستم های مدیریت دانش استفاده می گردد در حالی که در دانش منابع انسانی مهارت ها و تجربیات نیروی انسانی مدنظر می باشد. دانش دیجیتالی از طریق سیستم های مدیریت دانشی و فناوری اطلاعات ذخیره و استفاده می گردند. نتایج آزمون با استفاده از t-value نشان

داد که منابع دانشی دیجیتال بر روی مهارت های خدمات دهی تاثیر معناداری ندارند و فرضیه پژوهش رد می گردد. در حقیقت این موضوع نشان می دهد پاسخ دهندگان منابع دانشی دیجیتال را عامل موثری بر روی مهارت های خدمات دهی نمی دانند با توجه به اینکه در تحقیقات صورت گرفته خارجی این فرضیه تایید شده است می توان دلیل رد این فرضیه را در جامعه آماری این پژوهش عدم شناخت مزایای منابع دانشی دیجیتال برای کارکنان دانست. در رابطه با مطالعات تطبیقی چوی (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان دانش سازمانی و فناوری اطلاعات : بهبود خدمات مشتری انجام داد. نتایج وی نشان داد بین دانش دیجیتالی با مهارت های خدمات دهی کارکنان رابطه مستقیم و معناداری دارد که با نتایج این پژوهش هماهنگ نمی باشد.

در فرضیه دوم پژوهش به بررسی رابطه بین منابع دانشی دیجیتال با بهبود عملکرد مالی پرداخته شد. همان گونه که عنوان شد دانش دیجیتالی از طریق سیستم های مدیریت دانشی و فناوری اطلاعات ذخیره و استفاده می گردند. در بخش کسب و کارهای خدماتی مطالعات گذشته نشان دادند که توجه به اهمیت دانش دیجیتالی می تواند برای بهبود خدمات مشتریان گردد. در رابطه با مطالعات تطبیقی چوی (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان دانش سازمانی و فناوری اطلاعات : بهبود خدمات مشتری انجام داد. نتایج وی نشان داد بین دانش دیجیتالی با بهبود عملکرد مالی کارکنان رابطه مستقیم و معناداری دارد که با نتایج این پژوهش هماهنگ نمی باشد.

در فرضیه سوم پژوهش به بررسی رابطه بین منابع دانشی نیروی انسانی با مهارت های خدمات دهی پرداخته شد. در حقیقت منابع انسانی دانشی کسانی هستند که دارای تحصیلات ، سواد، شناخت و دارای استدلال بالایی می باشند و می توانند با انتقال تجربیات دانش خود به دیگران باعث شوند در سازمان تصمیم گیری های بهتری صورت گیرد و از این طریق راه حل های مناسب تری برای سازمان گرفته شود. اساس این فرضیه در این پژوهش بدین ترتیب می باشد در صورتی که سازمان ها دارای منابع دانشی نیروی انسانی باشند که بتوانند اطلاعات مختلف را به دست آورده و تجزیه و تحلیل کرده و اطلاعات جدیدی را به دست آورند ، این منابع دانشی می تواند باعث گردد مهارت های خدمات بدهی به مشتریان در سازمان بالا رود. نتایج آزمون با استفاده از t-value نشان داد که منابع دانشی نیروی انسانی بر روی مهارت های خدمات دهی تاثیر معناداری دارند و فرضیه پژوهش تایید می گردد.

در حقیقت این موضوع نشان می دهد پاسخ دهندگان منابع دانشی نیروی انسانی عامل موثری بر روی مهارت های خدمات دهی می دانند .

در فرضیه چهارم پژوهش به بررسی رابطه بین منابع دانشی نیروی انسانی با بهبود عملکرد مالی پرداخته شد. در این پژوهش همان گونه که عنوان شد دانش سازمانی به دو بخش دانش دیجیتال و دانش منابع انسانی تقسیم می شود ، در دانش منابع انسانی مهارت ها و تجربیات نیروی انسانی مدنظر می باشد. نتایج آزمون با استفاده از t -value نشان داد که منابع دانشی نیروی انسانی بر روی بهبود عملکرد مالی تاثیر معناداری دارند و فرضیه پژوهش تایید می گردد. در حقیقت این موضوع نشان می دهد پاسخ دهندگان منابع دانشی نیروی انسانی عامل موثری بر روی بهبود عملکرد مالی می باشند. در رابطه با مطالعات تطبیقی چوی (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان دانش سازمانی و فناوری اطلاعات : بهبود خدمات مشتری انجام داد. نتایج وی نشان داد بین منابع دانشی نیروی انسانی با بهبود عملکرد مالی رابطه مستقیم و معناداری دارد که با نتایج این پژوهش هماهنگ می باشد.

در فرضیه پنجم پژوهش به بررسی رابطه بین هوش تجاری با مهارت خدمات دهی کارکنان پرداخته شد. هوش تجاری می تواند نقش مهمی در مهارت های کارکنان در خدمات دهی داشته باشند، از طریق هوش تجاری کارکنان به راحتی می توانند مدارک و مستندات مشتریان را دریافت نمایند و با بررسی مدارک از طریق لینک های مربوط مشکلات مدارک را به مشتریان بازگو نماید. نتایج آزمون با استفاده از t -value نشان داد که هوش تجاری بر روی مهارت های خدمات دهی کارکنان تاثیر معنادار و مستقیمی دارند و فرضیه پژوهش تایید می گردد . در فرضیه ششم پژوهش به بررسی رابطه بین هوش تجاری با بهبود عملکرد مالی کارکنان پرداخته شد. هوش تجاری امروزه جزء اصلی هر واحد می باشند و سرمایه گذاری در این بخش نه به عنوان هزینه بلکه جزء دارایی های هر شرکت محسوب می گردند. آنچه که امروز برای شرکت ها تبدیل به یقین شده است این موضوع می باشد که سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات یقیناً هزینه نمی باشد بلکه سرمایه گذاری برای آینده سازمان می باشد و به نوعی می توان این سرمایه گذاری را نوعی دارایی مشهود سازمان طبقه بندی نمود. نتایج آزمون با استفاده از t -value نشان داد که هوش تجاری بر روی بهبود عملکرد مالی کارکنان تاثیر معنادار و مستقیمی دارند و فرضیه پژوهش تایید می گردد. در رابطه با مطالعات تطبیقی چوی (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان دانش سازمانی و فناوری اطلاعات :

بهبود خدمات مشتری انجام داد. نتایج وی نشان داد بین هوش تجاری با بهبود عملکرد مالی رابطه مستقیم و معناداری دارد که با نتایج این پژوهش هماهنگ می باشد.

منابع تحقیق

۱. تقوی فرد، محد تقیرال واقف، ماندانا، (۱۳۹۴)؛ تأثیر مدیریت دانش در موفقیت "مدیریت ارتباط با مشتری" با در نظر گرفتن اثرات واسطه ای عوامل سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات سال سوم، شماره ۲
۲. دیهیم، جواد، بینش، مرتضی (۱۳۹۵)، بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش سازمانها، تحقیقات جدید در علوم انسانی، سال دوم، شماره ۲، بهار ۱۳۹۵
۳. حاجی کریمی، عباسعلی، کریم نژاد، المیرا (۱۳۹۵)، تاثیر مدیریت دانش بر متغیرهای سازمانی و موفقیت اجرای مدیریت ارتباط با مشتری، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲۲.
۴. رضائی ملک، نرگس و محمد رضائی ملک، ۱۳۹۲، ارزیابی تاثیر مدیریت دانش مشتری و فناوری اطلاعات بر بهبود ارائه خدمات بانکی، ششمین کنفرانس نظام اداری الکترونیک، تهران، دانشگاه صنعتی امیرکبیر، سازمان فناوری اطلاعات ایران

۵. محمودزاده، سیدمحتبی، صداقت، مریم (۱۳۹۲)، رابطه مدیریت دانش و عملکرد سازمانی در صنعت هتل داری، صنامه مطالعات مدیریت گردشگری شماره ۲۴ سال هشتم - زمستان ۹۲.

6. Barney JB (1991) Firm resources and sustained competitive advantage. *J Manag* 17(1):99–120
7. Choi, S. Organizational knowledge and information technology: the key resources for improving customer service in call centers. *Information Systems and e-Business Management*, 1-17.
8. Choi S, Ryu I (2015) Leveraging accumulated customer knowledge in electronic knowledge repositories for superior customer service. *Asia Pac J Inf Syst* 25(3):519–539
10. Gray PH, Durcikova A (2005–2006) The role of knowledge repositories in technical support environments: speed versus learning in user performance. *J Manage Inf Syst* 22(3):159–190
12. Gibbert, M., Leibold, M., Probst, G. (2012) “Five styles of customer knowledge management, and how smart companies use them to create value” *European Management Journal*. 20(5), pp. 459-469.
13. Kankanhalli A, Lee O, Lim KH (2011) Knowledge reuse through electronic repositories: a study in the context of customer service support. *Inf Manag* 48(2):106–113
14. Liao, S. H., Chen, C. C., Hu, D. C., Chung, Y. C., & Yang, M. J. (2017). Developing a sustainable competitive advantage: absorptive capacity, knowledge transfer and organizational learning. *The Journal of Technology Transfer*, 42(6), 1431-1450.
15. Nieves J, Quintana A, Osorio J (2016) Organizational knowledge and collaborative human resource practices as determinants of innovation. *Knowl Manag Res Pract* 14(3):237–245

16. Paquette, S. (2011) "Customer knowledge management" available at
<http://www.fis.utoronto.ca/phd/paquette/Documents/paquette%20%20>
17. Reychav I, Weisberg J (2009) Going beyond technology: knowledge sharing as a tool for enhancing customer-oriented attitudes. *Int J Inf Manag* 29(5):353–361
18. Salomann H, Dous M, Kolbe L, Brenner W (2005) Rejuvenating customer management: how to make knowledge for, from and about customers work. *Eur Manag J* 23(4):392–403
19. Su C, Contractor N (2011) A multidimensional network approach to studying team members' information seeking from human and digital knowledge sources in consulting firms. *J Am Soc Inf Sci Technol* 62(7):1257–1275