

A Framework for Identifying Knowledge Management Advantages Based on Meta-synthesis Method

Seyyed Mohammadbagher Jafari¹ Assistant Professor, Department of Industrial and Financial Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus of Tehran University, Qom, Iran, (Corresponding Author).

Mahdi Shammi Zanjani² Associate Professor, Department of IT Management, Faculty of Management, Tehran University, Iran.

Seyyed Mohammad Mahmoodi³ Associate Professor, Department of Industrial and Financial Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus of Tehran University, Qom, Iran.

Hossein Yekkeh⁴ Ph.D Student, Systems Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus of Tehran University, Qom, Iran.

Abstract

Today, knowledge is an invaluable resource which should be dynamically and smartly sought by any organization intending to achieve competitive advantage. The present research aims to identify and classify the advantages of establishing knowledge management. It was carried out by using the meta-synthesis method. To reach this end, databases of articles containing those advantages and released between 2000 through 2019 were identified and categorized. Finally, 34 qualitative researches were selected. Then, the advantages were broken into three categories: advantages for the business, for the employees and for the customers and the market. Using confirmatory factor analysis, the suggested framework was approved. Based on the obtained results, the advantages for the business have the highest factorial load in the model; the advantages for the personnel and the customers and the market fall in the second and third places, respectively.

Keywords: Knowledge Management, Knowledge Management Advantages, Meta-synthesis Method, Structural Equations Modeling, Confirmatory Factor Analysis.

1. sm.jafari@ut.ac.ir

2. shamizanjani@ut.ac.ir

3. mahmoudi@ut.ac.ir

4. hyekkeh@ut.ac.ir

عنوان مقاله: ارائه چارچوب شناسایی منافع مدیریت دانش در سازمان با استفاده از روش فراترکیب

سیدمحمدباقر جعفری^۱ - مهدی شامی زنجانی^۲ -
سیدمحمد محمودی^۳ - حسین یکه^۴

مقاله پژوهشی

دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۲۵

پذیرش: ۱۳۹۹/۰۱/۲۱

چکیده:

امروزه دانش به عنوان یک منبع ارزشمند قلمداد می‌شود که باید به‌طور بویا و هوشمندانه توسط هر سازمانی که در پی کسب مزیت رقابتی است، دنبال شود. هدف از پژوهش حاضر شناسایی و دسته‌بندی منافع حاصل از استقرار مدیریت دانش است که با استفاده از روش فراترکیب به شناسایی و دسته‌بندی آن‌ها پرداخته می‌شود. بدین منظور، با جستجو در پایگاه‌های داده بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ و پس از ارزیابی مرحله‌ای آن‌ها، در نهایت ۳۴ پژوهش کیفی مورد تایید نهایی قرار گرفت. در ادامه، منافع پیشنهادی در قالب سه سطح منافع کسب‌وکار، منافع کارکنان، و منافع مشتری و بازار دسته‌بندی گردید. سپس با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی به عنوان زیرشاخه‌ای از مدلسازی معادله‌های ساختاری چارچوب پیشنهادی مورد بررسی و تایید قرار گرفت. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده منافع سطح کسب‌وکار دارای بالاترین بار عاملی در مدل است و پس از آن، منافع سطح کارکنان و سپس منافع سطح مشتری و بازار در جایگاه دوم و سوم قرار می‌گیرند.

کلیدواژه‌ها: مدیریت دانش، منافع مدیریت دانش، روش فراترکیب، مدلسازی معادله‌های ساختاری، تحلیل عامل تاییدی

۱. استادیار گروه مدیریت صنعتی و مالی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران (نویسنده‌مسئول).

sm.jafari@ut.ac.ir

۲. دانشیار گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. shamizanjani@ut.ac.ir

۳. دانشیار گروه مدیریت صنعتی و مالی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. mahmoudi@ut.ac.ir

۴. دانشجوی دکتری مدیریت سیستم‌ها، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. hyekkeh@ut.ac.ir

مدیریت دانش یک اصل بنیادین است و مدیریت و حفظ حساب شده منابع دانش می‌تواند به ارزش افزوده سازمان‌ها کمک کند (McIver & Lepisto, 2017). بدون شک، با وجود این‌که تعدادی از سازمان‌ها پذیرای مدیریت دانش هستند، اما همه آن‌ها قادر نیستند که آن را به نحو موفقیت‌آمیزی اجرا کنند و از آن منتفع شوند. اجرای مدیریت دانش یک فرایند راهبردی است و نیازمند آن است که توسط یک مجموعه دقیق و به‌طور مداوم هدایت شود (Mehralian *et al.*, 2018). موفقیت در اجرای مدیریت دانش تا حد زیادی به سنجش خروجی‌های مدیریت دانش بستگی دارد. آنچه که اکنون بیش‌تر نمایان می‌شود این موضوع است که شرکت‌هایی که فکر می‌کنند در سنجش خروجی‌های مدیریت دانش دارای بهترین عملکرد هستند، در آن موضوع خوب عمل نمی‌کنند. در واقع، سازمان‌ها گرایش دارند علاوه بر کمیت، ارزش پولی ابتکارهای مدیریت دانش را نیز بسنجند. سازمان‌ها به منظور دستیابی به اهداف مدیریت دانش باید ساختارهایی برای سنجش خروجی‌های مدیریت دانش ایجاد نمایند. با این همه، تلاش مدیران باید در جهت ایجاد یک چارچوب معیار برای سنجش خروجی‌های مدیریت دانش برای پیشینه‌سازی منافع بالقوه مدیریت دانش باشد (Tabrizi *et al.*, 2011). با وجود منافع بالقوه‌ای که می‌توان با بهره‌برداری از مدیریت دانش در محیط کاری به‌دست آورد، سازمان‌ها هنوز در تعیین منافع به‌دست‌آمده از مدیریت دانش مشکلاتی دارند. تعریف روشن از منافع مدیریت دانش برای سازمان‌هایی ضروری به نظر می‌رسد که به تعهد بیش‌تر و مشارکت کارکنان در اقدام‌های مدیریت دانش توجه دارند. به علاوه، یک فهم درست از منافع مدیریت دانش به درک بهتر اهداف مدیریت دانش منجر می‌گردد (Yahyapour *et al.*, 2015). در پژوهش‌های پیشین به پاره‌ای از منافع به‌دست‌آمده از مدیریت دانش در سازمان‌ها اشاره می‌شود (McIver & Lepisto, 2017; Egbu *et al.*, 2005; Choy *et al.*, 2006; Anantatmula & Kanungo, 2006). با وجود منافع مطرح‌شده مدیریت دانش، پژوهش‌های رو به رشدی موانع مدیریت دانش را بررسی می‌کنند و مخالفت‌هایی درباره تاثیر مدیریت دانش بر خروجی‌های متفاوت عملکردی سازمانی دارند و معتقدند که تعدادی از فعالیت‌های مدیریت دانش در کسب نتایج شکست می‌خورند. همچنین، پژوهش‌های اخیر منافع متفاوت فعالیت‌های مدیریت دانش را در حوزه کاری معین مطرح می‌کنند و پیشنهاد می‌دهند که

برخی از فعالیت‌های مدیریت دانش مفید نیست و حتی می‌تواند عملکرد را در حوزه‌های معین بازدارد (McIver & Lepisto, 2017). تعیین و تعریف منافع مدیریت دانش و خلق سازوکاری که اجازه می‌دهد نتایج آن‌ها ارزیابی شود، با نشان دادن همراستایی اهداف مدیریت دانش با اهداف کسب‌وکار، یک شکاف مهم در پژوهش‌های مدیریت دانش است. به باور برخی پژوهشگران ارزیابی مدیریت دانش به عنوان یک موضوع غایب، نه تنها به دلیل این حقیقت توصیف می‌شود که دانش نامحسوس است، بلکه به دلیل چگونگی تعریف منافع مدیریت دانش توسط ادبیات، بسیار محدود بررسی می‌شود (Pina *et al.*, 2013). ایجاد چارچوب‌های نظری یکی از روش‌هایی است که پژوهشگران با هدف فراهم آوردن یک فهم از پدیده‌ای که مورد مطالعه قرار می‌دهند، استفاده می‌کنند تا موضوع‌های مهم را مورد بررسی قرار دهند. مدیریت دانش یکی از آن رشته‌های مهم و پیچیده‌ای است که به این چارچوب‌ها نیاز دارد (kamhawi, 2012). همان‌گونه که رویکردهای جدید به‌طور مداوم در این حوزه در حال معرفی هستند، یک چارچوب به‌روز برای حفظ دانش پژوهشگران و کارگزاران و مدیران سازمان‌ها ضروری است. با توجه به این‌که در پژوهش‌های پیشین بیش‌تر به صورت موردی به بررسی خروجی‌ها، تاثیر، مزیت یا موفقیت مدیریت دانش پرداخته می‌شود، این پژوهش سعی دارد که بر مبنای اصول روش فراترکیب به عنوان یک روش مناسب برای شناسایی منافع، با فراهم کردن یک نگرش نظام‌مند و با ترکیب یافته‌های پژوهش‌های کیفی به ارائه و توسعه یک چارچوب جدید اقدام کند و از این راه، دانش جاری را ارتقا دهد و دید گسترده‌تری نسبت به منافع مدیریت دانش در سازمان‌ها به‌وجود آورد.

مبانی نظری پژوهش

حوزه مدیریت دانش یک تنوع گسترده‌ای از رشته‌ها شامل فلسفه، نظریه مدیریت، علم شناختی، علم اجتماعی، علم مدیریت، علم اطلاعات و به‌تازگی هوش مصنوعی را در بر می‌گیرد و این به دامنه گسترده‌ای از تعاریف، چارچوب‌ها، و گونه‌شناسی‌ها منتج می‌شود. در حقیقت، با وجود محبوبیت مدیریت دانش، یک تعریف ساده برای شفافیت در دسترس وجود ندارد (McIver & Lepisto, 2017). این پژوهش مدیریت دانش را به عنوان مدیریت مداوم و طرح‌ریزی شده فعالیت‌ها و فرایندها برای توانمندسازی دانش برای افزایش رقابت‌پذیری با استفاده بهتر و خلق منابع دانش فردی و جمعی تعریف می‌کند. مدیریت دانش و سرمایه فکری در میان جوان‌ترین رشته‌های مدیریت در نظر گرفته می‌شوند که می‌توانند پذیرش را در جامعه علمی

به‌دست آوردند (Dženopoljac *et al.*, 2016). براهما و میشرّا (۲۰۱۵)، مبانی مدیریت دانش را به هفت گروه تقسیم‌بندی می‌کنند: مبانی مدیریت دانش، دانش به عنوان یک منبع سازمانی کلیدی، فناوری‌های مدیریت دانش، خروجی‌های مدیریت دانش، نقش فرهنگ سازمانی در عملکرد مبتنی بر دانش، تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی، و سنجه‌هایی برای سنجش تاثیر مدیریت دانش. مسئله چگونگی اندازه‌گیری موفقیت رویکرد مدیریت دانش یکی از مواردی است که هنوز توسط سازمان‌ها، پژوهشگران، و مشاوران مدیریت مورد بررسی قرار می‌گیرد (De Gooijer, 2000). به اعتقاد کارگزاران، مدیریت دانش زمانی ارزشمند است که به منافع سازمانی مورد نظر منجر گردد. مدیریت دانش می‌تواند سازمان‌ها را در حوزه‌های متفاوت از قبیل بازاریابی، فروش، و مدیریت مالی منتفع گرداند (Mousavizadeh *et al.*, 2015). از زمان آغاز سیستم‌های مدیریت دانش، برخی از موسسه‌ها به نحو فعالی پی می‌برند که می‌توانند منافی را با استفاده از سیستم‌های مدیریت دانش به‌دست آورند. موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش به ارزشگذاری منافع سیستم مدیریت دانش توسط کاربران اشاره دارد. به عبارت دیگر، کاربران با سیستم‌های مدیریت دانشی که مورد استفاده قرار می‌دهند، احساس رضایت می‌کنند. آن‌ها موفقیت سیستم مدیریت دانش را برحسب منافع کلی که دریافت می‌کنند، تشخیص می‌دهند.

مدل‌های بلوغ مدیریت دانش بر نیاز به همراستایی مدیریت دانش با اهداف کسب‌وکار متمرکز است و تعدادی از این مدل‌ها مسئله منافع مدیریت دانش را در نظر می‌گیرند و رهنمودهایی برای چگونگی همراستایی مدیریت دانش با اهداف کسب‌وکار ارائه می‌نمایند، ولی شامل چگونگی تعریف منافع مدیریت دانش نمی‌شوند (Pina *et al.*, 2013). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ۹۰ درصد پاسخ‌دهندگان این مسئله را که چگونه مدیریت دانش در خروجی کسب‌وکار سهیم است، به عنوان یک حوزه ضروری و حیاتی برای این رشته می‌دانند (Heisig *et al.*, 2016). همان‌طور که گفته شد، مدیریت دانش یک تاثیر شگرف بر جنبه‌های متفاوت عملکرد کسب‌وکار دارد. به باور عده‌ای از پژوهشگران مدیریت دانش، اگر سازمان‌ها راهبردهایی را برای فیلتر کردن دانش، تقویت فلسفه سازمان، و تسهیل ارتباطات موثر توسعه دهند، منافع عملکردی به‌دست می‌آورند (Gupta & Chopra, 2018). به همین جهت، برنامه‌های مدیریت دانش به تعیین عوامل حیاتی برای کسب شاخص‌های عملکردی نیاز دارد. همچنین، این برنامه‌ها باید فرایند مدیریت و برنامه‌ریزی کارا را توسعه دهد و علت شکست و بهبود سیستم را در آینده تعیین کند (Rohajawati *et al.*, 2016). همان‌گونه که ادبیات نشان می‌دهد، رهبران و مدیران یک

1. Brahma & Mishra

نقش اساسی در طراحی و اجرای راهبرد شرکت دارند و از آنجایی که این راهبردها مدیریت دانش را نیز شامل می‌شود، پس آن‌ها انتظار دارند که از آن برای منفعت شرکت استفاده کنند. مدیریت «دانش‌محور» تاثیر مهمی بر عملکرد دارد و به همین جهت، مدیریت دانش موثر یکی از ملاحظه‌های مدیران کسب‌وکار معاصر است (Dayan *et al.*, 2017). سرمایه‌گذاری در برنامه‌های مدیریت دانش اغلب به دلیل چالش‌هایی در برآوردن نیاز در عملی ساختن منافع، به صورت مداوم و پیوسته است. آنچه که به نظر می‌رسد از درک رایج غایب است، این حقیقت است که سهم مدیریت دانش در خلق ارزش کسب‌وکار چگونه است و شکی است که درباره فقدان تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد یا درباره منافع عملی آن وجود دارد. به عبارتی دیگر، فقدان یک درک شفاف از منافع مدیریت دانش می‌تواند به‌طور بالقوه یک تهدید را در مشروعیت و انسجام این حوزه به عنوان یک کل مطرح کند. جوامع برای شناخت مدیریت دانش باید بیش‌تر از پژوهش‌های مروری و فراتحلیل^۱ استفاده کنند تا شواهد بیش‌تری از پژوهش‌های موجود درباره سهم ارزش کسب‌وکار یا ارزش‌افزوده مدیریت دانش استخراج کنند (Heisig *et al.*, 2016). در ادامه، به بیان مهم‌ترین پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه منافع حاصل از مدیریت دانش برای سازمان‌ها و تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی پرداخته می‌شود.

چوی و همکاران (۲۰۰۶)، مدیریت دانش را به پنج بُعد کلیدی (فعالیت‌های دانش نظام‌مند، توسعه کارکنان، رضایت مشتریان، رابطه بیرونی خوب، و موفقیت سازمانی) دسته‌بندی می‌کنند. بر مبنای نتایج به‌دست‌آمده، توسعه کارکنان، رضایت مشتریان، و عملکرد سازمانی به عنوان شاخص‌های معمول خروجی‌های عملکرد مدیریت دانش در سازمان تعیین می‌شوند. آنانتاتمولا و کانونگو^۲ (۲۰۰۶)، به تعیین معیاری برای ارزیابی اثربخشی مدیریت دانش و فهم چگونگی روابط میان این معیارها با یکدیگر می‌پردازند. آن‌ها خروجی مدیریت دانش را به پنج معیار عملکرد کارکنان، عملکرد سازمانی، عملکرد کسب‌وکار، عملکرد بازار، و سرمایه‌های فکری دسته‌بندی می‌کنند. ایگبو^۳ و همکاران (۲۰۰۵)، در بررسی اثرهای مدیریت دانش بر دستیابی به مزیت رقابتی مداوم در سازمان‌های متوسط و کوچک، تعداد ۱۹ منفعت بالقوه را برای مدیریت دانش شناسایی می‌کنند. یحیی‌پور (۱۳۹۲)، منافع مدیریت دانش را در قالب هفت منفعت: آموزش و یادگیری، ارتباطات و مشارکت، انگیزش و نگهداشت، مدیریت ارتباط با مشتری، مدیریت بازار، عملکرد ملموس، و عملکرد ناملموس، و سه منفعت کلان: سرمایه‌های انسانی، توسعه بازار و

1. Meta-analysis
2. Anantatmula & Kanungo
3. Egbu

روابط مشتری، و عملکرد سازمانی تقسیم‌بندی می‌کند. ریسی وانانی و همکاران (۱۳۹۷)، عملکرد سیستم مدیریت دانش را در چهار دسته عوامل: ۱. عوامل فردی و سازمانی؛ ۲. عوامل زیرساخت فناوری اطلاعات و کارکرد سیستم مدیریت دانش؛ ۳. فرایند مدیریت دانش؛ و ۴. هزینه سیستم مدیریت دانش معرفی می‌کنند.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، فراترکیب به عنوان یک روش مناسب برای دستیابی به یک ترکیب جامع از عوامل تشکیل‌دهنده منافع مدیریت دانش معرفی می‌شود. فراترکیب با فراهم کردن یک نگرش نظام‌مند برای پژوهشگران، از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف به کشف موضوع‌ها و استعاره‌های جدید و اساسی می‌پردازد. این رویکرد می‌تواند ابزار ارزشمندی برای تسهیل در رویه ساخت نظریه به صورت ترکیب نظام‌مند باشد (زارعی و بلوچی، ۱۳۹۴). فراترکیب مستلزم این است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی انجام دهد و یافته‌های پژوهش‌های کیفی مرتبط را ترکیب کند (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۰). به منظور تحقق این هدف، از روش هفت‌مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۶) استفاده می‌شود.

گام یکم: پرسش پژوهش

برای تنظیم پرسش پژوهش، نخستین گام برای پژوهشگران تمرکز بر «چه چیزی»^۱ پژوهش است. در پژوهش حاضر، شناسایی و گروه‌بندی منافع حاصل از بکارگیری مدیریت دانش مورد بررسی قرار می‌گیرد. این پارامتر با جواب دادن به پرسش‌های زیر تنظیم می‌شود:

۱. چه کسی^۲: در این پژوهش پایگاه‌های داده، نشریه‌ها، کنفرانس‌ها، و موتورهای جستجوی مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرند، و مقاله‌هایی که با روش پژوهش کیفی انجام می‌شوند، مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

۲. چه وقت^۳: پژوهش‌های مطالعه‌شده از سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ هستند.

۳. چگونه^۴: در این پژوهش، روش «تحلیل اسنادی»، یعنی تحلیل داده‌هایی که به صورت ثانویه هستند، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

1. Sandelowski & Barroso
2. What
3. Who
4. When
5. How

گام دوم: بررسی متون به صورت نظام‌مند

در این مرحله، بر جستجوی نظام‌مند پژوهش‌های منتشرشده در پایگاه‌های مختلف تمرکز می‌شود. همچنین، کلیدواژه‌های مرتبط انتخاب می‌شوند. در این پژوهش کلیدواژه‌هایی مانند مدیریت دانش^۱، عملکرد مدیریت دانش^۲، منافع^۳، موفقیت^۴، نتایج^۵، خروجی^۶، ارزش^۷، و تاثیر^۸ مد نظر قرار می‌گیرند. در سراسر پژوهش، تعاریف واژه‌های جستجو یا چارچوب زمانی به‌طور مستمر دوباره ارزیابی می‌شود. در این پژوهش هفت پایگاه علمی به زبان انگلیسی و چهار پایگاه علمی به زبان فارسی بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ مورد بررسی قرار می‌گیرند که در جدول (۱) اشاره می‌شود.

جدول ۱: فهرست پایگاه‌های مورد استفاده و تعداد مقاله‌های یافت شده

پایگاه‌های داده انگلیسی	مقالات یافت شده	پایگاه داده فارسی	مقالات یافت شده
IEEE	۹	Civilica	-
Science Direct (Elsevier)	۵۷	Magiran	-
Springer	۲۲	Irاندو	۶
Emerald	۱۱۲	Noormags	-
ProQuest	۵		
Taylor & Francis	۲۳		
Sage	۱۴		

گام سوم: انتخاب مقاله‌های مرتبط

در این گام، پژوهشگران در هر بازبینی تعدادی از مقاله‌ها را به دلیل نامرتبط بودن رد می‌کنند. فرایند بازبینی به این صورت انجام می‌گیرد که با توجه به پارامترهای مختلفی مانند عنوان، چکیده، محتوا، و جزئیات (سال)، مقاله‌ها بررسی می‌شوند، به این نحو که: ابتدا عنوان مقاله‌ها مرور می‌شود

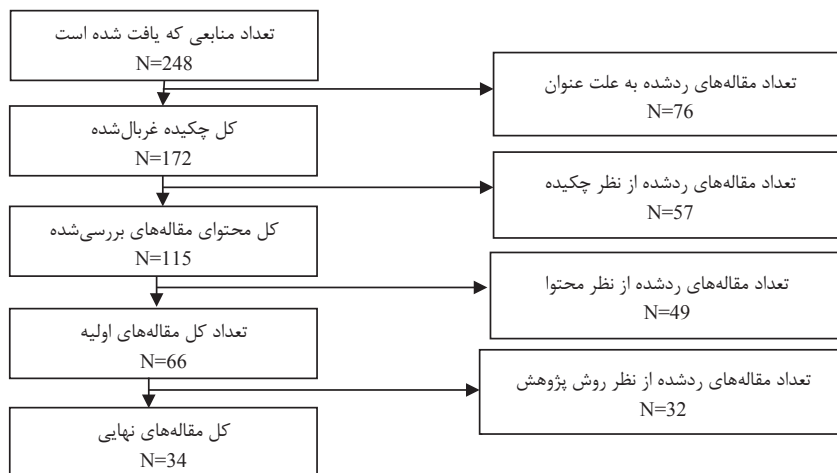
1. Knowledge Management
2. Knowledge Management Performance
3. Benefits
4. Success
5. Result
6. Outcome
7. Value
8. Impact

و آن‌هایی که با پرسش و هدف پژوهش تناسبی ندارند، حذف می‌شوند. در مرحله بعد، چکیده مقاله‌هایی که از مرحله قبل باقی مانده‌اند، بررسی می‌شود و مقاله‌های نامربوط حذف می‌شود. پس از آن، مقاله‌ها بر اساس محتوا و کل متن مطالعه می‌شوند. در انتها، مقاله‌های باقی‌مانده را دوباره با دقت بررسی می‌شوند و آن‌هایی که به لحاظ روش پژوهش نامرتب (مانند پژوهش‌هایی با روش‌های غیرکیفی) هستند، کنار گذاشته می‌شوند. در جدول (۲)، معیارهای پذیرش مقاله‌ها گزارش می‌شود.

جدول ۲: معیارهای پذیرش یا رد مقاله‌ها

معیار پذیرش	
زبان	فارسی و انگلیسی
زمان	پژوهش‌های منتشرشده از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹
روش	روش‌های کیفی جمع‌آوری داده و تجزیه و تحلیل آن
نوع پژوهش	مقاله‌های منتشرشده در نشریه‌ها و کنفرانس‌ها

در نهایت، تعداد مقاله‌های باقی‌مانده وارد گام بعدی روش فراترکیب می‌شوند. در شکل (۱)، خلاصه‌ای از فرایند ارائه‌شده به همراه نتایج به‌دست‌آمده مشاهده می‌شود.



شکل ۱: خلاصه‌ای از نتایج انتخاب مقاله‌های مرتبط

گام چهارم: استخراج نتایج

در این مرحله، محتوای مقاله‌ها به‌دقت مطالعه می‌شود و شاخص‌های اساسی استخراج می‌شوند. پژوهشگران پس از شناسایی ۲۴۸ مقاله اولیه در نهایت، ۳۴ مقاله مرتبط می‌یابند که در نتیجه ۶۳ شاخص در قالب ۱۱ بُعد مورد شناسایی قرار می‌گیرد.

گام پنجم: تجزیه و تحلیل، و تلفیق یافته‌های کیفی

هدف روش فراترکیب ایجاد تفسیر یکپارچه و جدیدی از یافته‌هاست. در طول تجزیه و تحلیل، موضوع‌ها یا تم‌هایی^۱ جستجو می‌شود که در میان پژوهش‌های موجود در روش فراترکیب پدیدار شده باشند. ساندلوسکی و باروسو^۲ (۲۰۰۶)، به این مورد به عنوان «بررسی موضوعی» اشاره می‌کنند، به گونه‌ای که پژوهشگران بتوانند موضوع‌ها را مشخص کنند. پس از شناسایی موضوع‌ها، بررسی کنندگان با شکل دادن یک طبقه‌بندی^۳، طبقه‌بندی‌های مشابه و مربوطه را در موضوعی قرار می‌دهند که آن را به بهترین نحو توصیف می‌شود. موضوع‌ها پایه‌ای برای ایجاد «توضیح‌ها و مدل‌ها، نظریه‌ها یا فرض‌ها» ارائه می‌دهند (Sandelowski & Barroso, 2006).

گام ششم: حفظ کنترل کیفیت

در روش فراترکیب، رویه‌هایی برای حفظ کیفیت در نظر گرفته می‌شود: ۱. در کل پژوهش، تلاش می‌شود که گزینه‌های موجود در پژوهش با فراهم کردن توضیح‌ها و توصیف روشن، گام‌های اتخاذ شده برداشته شود؛ ۲. در زمان مناسب، پژوهشگران رویکردها و نگرش‌های مستقر را برای تلفیق پژوهش‌های اصلی در پژوهش کیفی استفاده می‌کنند؛ ۳. در زمان مناسب، پژوهشگران از برنامه‌های مستقر (مانند کسپ^۴)، برای ارزیابی کیفیت پژوهش‌های اصلی در پژوهش کیفی استفاده می‌کنند؛ و ۴. پژوهشگران، روش‌های کنترل کیفیت استفاده شده را در پژوهش‌های کیفی اصلی بکار می‌گیرند.

گام هفتم: ارائه یافته‌ها

در این مرحله از روش فراترکیب، یافته‌های حاصل از مراحل قبل ارائه می‌شوند. در ادامه، منافع استخراج شده در سه سطح کسب و کار، کارکنان، و بازار و مشتری به همراه منابع آن‌ها دسته‌بندی می‌شود:

1. Themes
2. Sandelowski & Barroso
3. Subcategory
4. CASP

جدول ۳: منافع به دست آمده در سطح کسب و کار

منبع	شاخص	بُعد
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006)	راه‌اندازی سیستم‌های رسمی انتقال دانش در سازمان	اقدام‌های مدیریت دانش
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006)	بهبود جذب و بکارگیری دانش از منابع برون‌سازمانی	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005)	بهبود جذب دانش در داخل سازمان	
(Jennex <i>et al.</i> , 2012)	شفافیت و حفظ دانش	
(Choy <i>et al.</i> , 2006)	بهبود یکپارچگی دانش در سازمان	
(Jennex <i>et al.</i> , 2012; Marouf, 2016; Yahyapour <i>et al.</i> , 2015; Henttonen <i>et al.</i> , 2016; Heisig <i>et al.</i> , 2016)	افزایش تسهیم دانش و ارتباطات	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006)	شناسایی شکاف‌های دانشی سازمانی	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006)	شناسایی جریان‌های دانشی سازمان	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006)	شناسایی سرمایه‌های دانشی سازمان	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006; Wei <i>et al.</i> , 2009)	بهبود کارایی	
(Chong <i>et al.</i> , 2000; Edvardsson & Durst, 2013)	افزایش فروش	
(Chong <i>et al.</i> , 2000; Choy <i>et al.</i> , 2006; Edvardsson & Durst, 2013; Anantatmula & Kanungo, 2006)	کاهش هزینه	
(Gupta & Chopra, 2018; Valmohammadi & Ahmadi, 2015; Tseng, 2016; Tubigi & Alshawi, 2015; Mehralian <i>et al.</i> , 2018)	بهبود عملکرد مالی	
(Jennex <i>et al.</i> , 2012; Egbu <i>et al.</i> , 2005; Heisig <i>et al.</i> , 2016; Wei <i>et al.</i> , 2009; Goldoni & Oliveira, 2010)	افزایش بهره‌وری	
(Yahyapour <i>et al.</i> , 2015)	بهبود عملکرد ناملموس	

ادامه جدول ۳: منافع به دست آمده در سطح کسب و کار

منبع	شاخص	بُعد
(Lee <i>et al.</i> , 2012; Ferraresi <i>et al.</i> , 2012; Fallatah, 2018; Heisig <i>et al.</i> , 2016; Yahyapour <i>et al.</i> , 2015; Shehata, 2015)	ارتقای عملکرد سازمان	
(Vakharia <i>et al.</i> , 2018)	افزایش اثربخشی	عملکرد سازمان
(Chong <i>et al.</i> , 2000)	بهبود مدیریت پروژه	
(Goldoni & Oliveira, 2010)	کاهش دوباره کاری	
(Goldoni & Oliveira, 2010)	کاهش زمان چرخه تولید	
(Kamhawi, 2012; Edvardsson & Durst, 2013; Ferraresi <i>et al.</i> , 2012; Cabrilo & Dahms, 2018; Elmorshidy, 2018)	افزایش خلاقیت و نوآوری	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Heisig <i>et al.</i> , 2016; Choy <i>et al.</i> , 2006; Tubigi & Alshawi, 2015)	ارتقای سرمایه فکری	یادگیری سازمانی، خلاقیت، و نوآوری
(Goldoni & Oliveira, 2010; McIver & Lepisto, 2017; Lee <i>et al.</i> , 2012; Heisig <i>et al.</i> , 2016; Edvardsson & Durst, 2013)	ارتقای سطح یادگیری سازمانی	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Heisig <i>et al.</i> , 2016; Jennex <i>et al.</i> , 2012)	افزایش مزیت رقابتی	
(Ferraresi <i>et al.</i> , 2012; Tubigi & Alshawi, 2015)	کسب گرایش راهبردی	راهبرد و مزیت رقابتی
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Goldoni & Oliveir, 2010; Choy <i>et al.</i> , 2006 ; Heisig <i>et al.</i> , 2016)	بهبود راهبرد کسب و کار	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006; Egbu <i>et al.</i> , 2005)	توسعه فرصت‌های جدید کسب و کار	

جدول ۳: منافع به‌دست آمده در سطح کسب‌وکار

منبع	شاخص	بُعد
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006; Goldoni & Oliveira, 2010)	توسعه فرهنگ نوآوری	
(Wei <i>et al.</i> , 2009; Vakharia <i>et al.</i> , 2018)	افزایش انعطاف‌پذیری	
(Kamhawi, 2012)	افزایش چابکی	فرایندهای سازمانی
(Tubigi & Alshawi, 2015; Valmohammadi & Ahmadi, 2015; Tseng, 2016; Mehralian <i>et al.</i> , 2018; Gupta & Chopra, 2018)	بهبود فرایند داخلی کسب‌وکار	

جدول ۴: منافع به‌دست آمده در سطح کارکنان

منبع	شاخص	بُعد
(Chong <i>et al.</i> , 2000; Giampaoli <i>et al.</i> , 2017; Goldoni & Oliveira, 2010; Heisig <i>et al.</i> , 2016)	افزایش توان حل مسئله	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006)	بهبود آموزش حین خدمت به کارکنان	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006; Wei <i>et al.</i> , 2009)	پاسخگویی سریع‌تر به مسائل کلیدی	آموزش و یادگیری و توان حل مسئله
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Wei <i>et al.</i> , 2009; Choy <i>et al.</i> , 2006)	بهبود تصمیم‌گیری	
(Choy <i>et al.</i> , 2006; Goldoni & Oliveira, 2010)	بهبود توانایی یادگیری کارکنان	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006)	کسب نتایج فوری در حل مشکلات	

ادامه جدول ۴: منافع به دست آمده در سطح کارکنان

منبع	شاخص	بُعد
(Edvardsson & Durst, 2013; Choy <i>et al.</i> , 2006; Wei <i>et al.</i> , 2009; Yahyapour <i>et al.</i> , 2015)	بهبود جذب و نگهداشت کارکنان	رضایتمندی و نگهداشت کارکنان
(Jennex <i>et al.</i> , 2012; Kianto <i>et al.</i> , 2016)	افزایش رضایت شغلی	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Choy <i>et al.</i> , 2006; Yahyapour <i>et al.</i> , 2015)	بهبود و افزایش انگیزش	
(Anantmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006; Edvardsson & Durst, 2013)	بهبود مهارت‌های کارکنان	
(Anantmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006)	روش‌های جدیدتر و بهتر انجام کارها	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005)	بهبود کیفیت نیروی کار سازمان	توانمندی و عملکرد کارکنان
(Anantmula & Kanungo, 2006; Tseng, 2016; Choy <i>et al.</i> , 2006; Abualoush <i>et al.</i> , 2018; Edvardsson & Durst, 2013)	توانمندسازی کارکنان	
(Masa'deh <i>et al.</i> , 2017; Abualoush <i>et al.</i> , 2018)	ارتقای بهبود عملکرد کارکنان	
(Chong <i>et al.</i> , 2000; Choy <i>et al.</i> , 2006; Anantmula & Kanungo, 2006)	بهبود ارتباطات میان کارکنان	
(Chong <i>et al.</i> , 2000; Anantmula & Kanungo, 2006)	ارتقای مشارکت میان کارکنان	ارتباطات و مشارکت کارکنان
(Anantmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006; Goldoni & Oliveira, 2010)	به اشتراک‌گذاری بهترین شیوه‌ها	

جدول ۵: منافع به دست آمده توسط مشتری و بازار

منبع	شاخص	بُعد
(Chong <i>et al.</i> , 2000; Liu <i>et al.</i> , 2016; Egbu <i>et al.</i> , 2005)	ارائه خدمات بهتر به مشتری	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005)	تسهیم دانش با مشتریان	
(Egbu <i>et al.</i> , 2005; Goldoni & Oliveira, 2010)	توسعه ارتباط با مشتری	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006; Yahyapour <i>et al.</i> , 2015)	بهبود مدیریت ارتباط با مشتری	مدیریت مشتری
Edvardsson & Durst, 2013; Mehralian <i>et al.</i> , 2018; Valmohammadi & Ahmadi, 2015; Goldoni & Oliveira, 2010; Gupta & Chopra, 2018)	افزایش رضایت مشتری	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006)	خلق ارزش بیش تر برای مشتری	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006)	افزایش بهای سهام	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006)	افزایش سهم بازار	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006; Tubigi & Alshawi, 2015)	ورود به بازارهای جدید	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006)	افزایش اندازه بازار	
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Wei <i>et al.</i> , 2009; Jennex <i>et al.</i> , 2012; Choy <i>et al.</i> , 2006)	ارتقای کیفیت محصولات و خدمات	مدیریت بازار
(Anantatmula & Kanungo, 2006; Choy <i>et al.</i> , 2006)	بهبود و توسعه محصولات جدید	
(Goldoni & Oliveira, 2010; Edvardsson & Durst, 2013)	گسترش ارتباط با عرضه کنندگان	
(Yahyapour <i>et al.</i> , 2015)	مدیریت بازار	
(Yahyapour <i>et al.</i> , 2015)	بهبود عملکرد بازار	

در ادامه، چارچوب نهایی منافع استخراج شده مدیریت دانش که مشتمل بر ۶۳ منفعت شناسایی شده است، در سه سطح منافع کسب و کار (اقدامهای مدیریت دانش، عملکرد سازمان، یادگیری سازمانی و خلاقیت و نوآوری، راهبرد و مزیت رقابتی، و فرایندهای سازمانی)، منافع کارکنان (آموزش و یادگیری و توان حل مسئله، رضایتمندی و نگهداشت کارکنان، توانمندی و عملکرد کارکنان، و ارتباطات و مشارکت

ادامه جدول ۶: چارچوب مفهومی پژوهش

سطح	بعد	شاخص ها
		توانمندسازی کارکنان بهبود کیفیت نیروی کار سازمان ارتقای بهبود عملکرد کارکنان
	ارتباطات و مشارکت کارکنان	ارتقای مشارکت بیش تر میان کارکنان بهبود ارتباط میان کارکنان به اشتراک گذاری بهترین شیوهها
	مدیریت مشتری	ارائه خدمات بهتر به مشتری تسهیم دانش با مشتریان توسعه ارتباط با مشتری افزایش رضایت مشتری بهبود مدیریت ارتباط با مشتری خلق ارزش بیش تر برای مشتری
	منافع سطح مشتری و بازار	ورود به بازارهای جدید افزایش سهم بازار مدیریت بازار افزایش بهای سهام
	مدیریت بازار	ارتقای کیفیت محصولات و خدمات بهبود عملکرد بازار افزایش اندازه بازار بهبود توسعه محصولات جدید گسترش ارتباط با عرضه کنندگان

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

تجزیه و تحلیل در دو بخش انجام می‌شود. بخش نخست تایید پرسشنامه طراحی شده توسط پژوهشگران مبتنی بر تجزیه و تحلیل کیفی است و در بخش دوم، به تایید مدل آماری با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تاییدی می‌رسد. نخستین گام در تعیین روایی پرسشنامه طراحی شده، بررسی روایی محتواست. در این روش، پرسش‌های پرسشنامه در اختیار متخصصان یا برخی از آزمودنی‌ها قرار می‌گیرد و از آن‌ها خواسته می‌شود که مشخص کنند آیا پرسش‌های پرسشنامه، متغیر مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کند یا خیر و این که آیا پرسش‌ها کل مضمون آزمون را در بر می‌گیرد یا خیر (هومن، ۱۳۸۸).

بررسی پایایی و روایی آزمون ساخته شده

برای بررسی روایی مضمون آزمون به دو شیوه عمل می‌شود:
شاخص نسبت روایی مضمون^۱ (CVR):

برای محاسبه این شاخص از نظر ۱۵ نفر از استادان، اعضای هیئت علمی، و کارشناسان متخصص در حوزه مدیریت دانش استفاده می‌شود، و با توضیح اهداف پرسشنامه برای آن‌ها و ارائه تعاریف عملیاتی مربوط به مضمون پرسش‌ها، از آن‌ها خواسته می‌شود که هر یک از پرسش‌ها را بر اساس طیف سه‌بخشی لیکرت «گویه ضروری است»، «گویه مفید است ولی ضروری نیست»، و «گویه ضرورتی ندارد» طبقه‌بندی کنند. بر اساس تعداد متخصصانی که پرسش‌ها را ارزیابی می‌کنند (۱۵ نفر در این پژوهش)، کمترین مقدار CVR قابل قبول بر اساس جدول (۷) باید ۰/۴۹ باشد. چنانچه مقدار CVR محاسبه شده کمتر از میزان مورد نظر با توجه به تعداد متخصصان ارزیابی کننده باشد، باید از آزمون کنار گذاشته شوند (محمدیگی و همکاران، ۱۳۹۳).

جدول ۷: کمیته CVR قابل قبول بر اساس تعداد متخصصان نمره گذار

تعداد متخصصان	مقدار CVR	تعداد متخصصان	مقدار CVR	تعداد متخصصان	مقدار CVR
۵	۰/۹۹	۱۱	۰/۵۹	۲۵	۰/۳۷
۶	۰/۹۹	۱۲	۰/۵۶	۳۰	۰/۳۳
۷	۰/۹۹	۱۳	۰/۵۴	۳۵	۰/۳۱
۸	۰/۷۵	۱۴	۰/۵۱	۴۰	۰/۲۹
۹	۰/۷۸	۱۵	۰/۴۹		
۱۰	۰/۶۲	۲۰	۰/۴۲		

شاخص روایی مضمون^۲ (CVI): بدین صورت که متخصصان «مربوط بودن»، «واضح بودن»، و «ساده بودن» هر گویه را بر اساس یک طیف لیکرت چهاربخشی مشخص می‌کنند. متخصصان، مربوط بودن هر گویه را از نظر خودشان از ۱ «مربوط نیست»، ۲ «به نسبت مربوط است»، ۳ «مربوط است»، تا ۴ «به طور کامل مربوط است» مشخص می‌کنند. ساده بودن گویه نیز به ترتیب از ۱ «ساده نیست»، ۲ «به نسبت ساده است»، ۳ «ساده است»، تا ۴ «به طور کامل ساده است»، و

1. Content Validity Ratio
2. Content Validity Index

واضح بودن گویه نیز به ترتیب از ۱ «واضح نیست»، ۲ «به نسبت واضح است»، ۳ «واضح است»، تا ۴ «به طور کامل واضح است» مشخص می‌شود. کم‌ترین مقدار قابل قبول برای شاخص CVI برابر با ۰/۷۹ است و اگر شاخص CVI گویه‌ای کم‌تر از ۰/۷۹ باشد، آن گویه باید حذف شود. بر اساس توضیح‌های ارائه شده، به بررسی CVI و CVR هر یک از سنجه‌های پرسشنامه توزیع شده بر اساس نظر ۱۵ خبره پرداخته می‌شود که در آن‌ها هر یک از سنجه‌ها در هر سه سطح کسب و کار، کارکنان، و بازار و مشتری بیش از مقدار قابل قبول است.

برای سنجش پایایی مدل اندازه‌گیری از معیارهای آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی استفاده می‌شود. بر طبق نتایج به دست آمده همه متغیرها از پایایی بالایی در مدل برخوردار هستند. پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در مورد همه متغیرها بالاتر از ۰/۷ است. روایی پرسشنامه توسط دو معیار روایی همگرا و واگرا که مختص تحلیل عاملی تاییدی است، بررسی می‌شود. با محاسبه مقدار میانگین واریانس استخراج شده هر متغیر، میانگین واریانس استخراج شده همه سازه‌ها بالاتر از ۰/۵ است و در نتیجه، روایی همگرایی مدل و مناسب بودن برازش مدل اندازه‌گیری تایید می‌شود. همچنین، بررسی روایی واگرا میزان همبستگی یک سازه را با شاخص‌هایش در مقایسه با همبستگی آن سازه با دیگر سازه‌ها نشان می‌دهد. روایی واگرا وقتی در سطح قابل قبول است که میزان جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر سازه بیش‌تر از واریانس اشتراکی بین آن سازه با دیگر سازه‌ها در مدل باشد. مقدار جذر میانگین واریانس استخراج شده متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های قطر اصلی ماتریس قرار دارند، از مقدار همبستگی آن‌ها که در خانه‌های زیرین و راست قطر اصلی ماتریس قرار می‌گیرند، بیش‌تر است. از این‌رو، می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها در مدل نسبت به سازه‌های دیگر، تعامل بیش‌تری با شاخص‌های خود دارند.

جدول ۸: بارهای عاملی استاندارد شده در مدل تاییدی اصلاح شده سازه سطح کسب و کار

متغیر	ابعاد	سنجه‌های پرسشنامه	آلفای کرونباخ	آلفای ترکیبی
		به راه‌اندازی سیستم‌های رسمی انتقال دانش در سازمان	۰/۹۲	۰/۹۱
		بهبود جذب و بکارگیری دانش از منابع برون‌سازمانی	۰/۹۱	۰/۸۹
	اقدام‌های مدیریت دانش	بهبود جذب دانش در داخل سازمان	۰/۹۲	۰/۹۰
		شفافیت و حفظ دانش	۰/۹۲	۰/۹۱
		بهبود یکپارچگی دانش در سازمان	۰/۸۹	۰/۸۸
		افزایش تسهیم دانش و ارتباطات	۰/۹۱	۰/۸۹
		شناسایی شکاف‌های دانشی درون‌سازمانی	۰/۸۲	۰/۷۸
		شناسایی جریان‌های دانشی سازمان	۰/۸۴	۰/۸۱
		شناسایی سرمایه‌های دانشی سازمان	۰/۸۶	۰/۸۴
منافع سطح کسب و کار		بهبود کارایی	۰/۸۸	۰/۸۲
		افزایش فروش	۰/۹۳	۰/۹۱
		کاهش هزینه	۰/۹۴	۰/۹۱
		بهبود عملکرد مالی	۰/۹۱	۰/۸۹
		افزایش بهره‌وری	۰/۹۰	۰/۸۷
		بهبود عملکرد ناملموس سازمان	۰/۸۵	۰/۸۲
		ارتقای عملکرد سازمان	۰/۸۶	۰/۸۵
		افزایش اثربخشی	۰/۸۷	۰/۸۴
		بهبود مدیریت پروژه	۰/۸۹	۰/۸۶
		کاهش دوباره کاری	۰/۸۵	۰/۸۳
		کاهش زمان چرخه تولید	۰/۹۳	۰/۹۱
	یادگیری سازمانی، خلاقیت، و نوآوری	افزایش خلاقیت و نوآوری	۰/۹۰	۰/۸۷
		ارتقای سرمایه فکری	۰/۹۱	۰/۸۹
		ارتقای سطح یادگیری سازمانی	۰/۹۲	۰/۸۹

ادامه جدول ۸: بارهای عاملی استاندارد شده در مدل تاییدی اصلاح شده سازه سطح کسب و کار

متغیر	ابعاد	سنجه‌های پرسشنامه	آلفای کرونباخ	آلفای ترکیبی
منافع سطح کسب و کار	راهبرد و مزیت رقابتی	افزایش مزیت رقابتی	۰/۹۳	۰/۹۱
		کسب گرایش راهبردی بهبود راهبرد کسب و کار	۰/۹۱	۰/۸۹
	فرایندهای سازمانی	ایجاد و توسعه فرصت‌های جدید کسب و کار	۰/۹۳	۰/۹۰
		توسعه فرهنگ نوآوری	۰/۸۶	۰/۸۳
فرایندهای سازمانی	افزایش انعطاف پذیری	افزایش چابکی	۰/۸۸	۰/۸۶
		بهبود فرایند داخلی کسب و کار	۰/۹۰	۰/۸۴
				۰/۹۵

جدول ۹: بارهای عاملی استاندارد شده در مدل تاییدی اصلاح شده سازه سطح کارکنان

متغیر	ابعاد	سنجه‌های پرسشنامه	آلفای کرونباخ	آلفای ترکیبی	
منافع سطح کارکنان	آموزش و یادگیری و توان حل مسئله	افزایش توان حل مسئله	۰/۸۸	۰/۸۳	
		آموزش در حین خدمت بهتر به کارکنان	۰/۸۸	۰/۸۶	
	توان حل مسئله	پاسخگویی سریع تر به مسائل کلیدی کسب و کار	۰/۹۰	۰/۸۴	
		بهبود تصمیم گیری	۰/۹۵	۰/۹۳	
	رضایتمندی و نگهداشت کارکنان	بهبود توانایی یادگیری کارکنان	۰/۹۷	۰/۹۳	
		کسب نتایج فوری در حل مشکلات سازمانی	۰/۹۳	۰/۹۱	
	رضایتمندی و نگهداشت کارکنان	بهبود جذابیت و نگهداشت کارکنان	بهبود جذابیت و نگهداشت کارکنان	۰/۹۲	۰/۸۹
			افزایش رضایت شغلی	۰/۸۷	۰/۸۴
	رضایتمندی و نگهداشت کارکنان	بهبود مهارت‌های کارکنان	افزایش انگیزش و نگهداشت کارکنان	۰/۸۸	۰/۸۷
			بهبود مهارت‌های کارکنان	۰/۸۹	۰/۸۶
ارتباطات و مشارکت کارکنان	توانمندی و عملکرد کارکنان	روش‌های جدیدتر و بهتر برای انجام کارها	۰/۹۱	۰/۸۸	
		بهبود کیفیت نیروی کار سازمان	۰/۸۷	۰/۸۵	
ارتباطات و مشارکت کارکنان	ارتقای بهبود عملکرد کارکنان	توانمندسازی کارکنان	۰/۹۵	۰/۹۳	
		ارتقای بهبود عملکرد کارکنان	۰/۹۲	۰/۸۹	
			بهبود ارتباطات میان کارکنان	۰/۹۳	۰/۹۱
		ارتقای مشارکت و همکاری بیش تر میان کارکنان	۰/۹۴	۰/۹۱	
		به اشتراک گذاری بهترین شیوه‌ها	۰/۸۸	۰/۹۱	

جدول ۱۰: بارهای عاملی استاندارد شده در مدل تاییدی اصلاح شده سازه سطح بازار و مشتری

متغیر	ابعاد	سنجه‌های پرسشنامه	آلفای کرونباخ	آلفای ترکیبی
		ارائه خدمات بهتر به مشتری	۰/۸۸	۰/۸۲
		تسهیم دانش با مشتریان	۰/۹۳	۰/۹۱
مدیریت		توسعه ارتباط با مشتری	۰/۹۴	۰/۹۱
مشتری		بهبود مدیریت ارتباط با مشتری	۰/۹۱	۰/۸۹
		افزایش رضایت مشتری	۰/۹۰	۰/۸۷
		خلق ارزش بیش‌تر برای مشتری	۰/۸۵	۰/۸۲
منافع سطح بازار و مشتری		افزایش بهای سهام	۰/۸۶	۰/۸۵
		افزایش سهم بازار	۰/۸۷	۰/۸۴
		ورود به بازارهای جدید (گسترش بازار)	۰/۸۹	۰/۸۶
مدیریت بازار		افزایش اندازه بازار	۰/۸۵	۰/۸۳
		ارتقای کیفیت محصولات و خدمات	۰/۹۳	۰/۹۱
		بهبود توسعه محصولات جدید	۰/۹۰	۰/۸۷
		گسترش ارتباط با عرضه‌کنندگان	۰/۹۱	۰/۸۹
		مدیریت بازار	۰/۹۲	۰/۸۹
		بهبود عملکرد بازار	۰/۸۸	۰/۸۲

جدول ۱۱: نتایج میانگین واریانس استخراج شده سازه‌های مدل

متغیر	ابعاد	AVE
	اقدام‌های مدیریت دانش	۰/۸۱
	عملکرد سازمان	۰/۷۹
منافع سطح کسب‌وکار	یادگیری سازمانی، خلاقیت، و نوآوری	۰/۸۰
	راهبرد و مزیت رقابتی	۰/۷۶
	فرایندهای سازمانی	۰/۸۱
منافع سطح کارکنان	آموزش و یادگیری و توان حل مسئله	۰/۷۸
	رضایتمندی و نگهداشت کارکنان	۰/۷۹
	توانمندی و عملکرد کارکنان	۰/۸۲
	ارتباطات و مشارکت کارکنان	۰/۷۶
منافع سطح بازار و مشتری	مدیریت مشتری	۰/۸۱
	مدیریت بازار	۰/۸۰

برازش مدل ساختاری

برای بررسی برازش مدل ساختاری با روش PLS¹ از ضرایب R^2 و Q^2 استفاده می‌شود. ضریب R مربع معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل بکار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. Q مربع نیز معیاری است که قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند (هومن، ۱۳۸۸). مقادیر R و Q مربع برای سازه‌های مدل در جدول (۱۲) بررسی می‌شود.

جدول ۱۲: مقادیر ضرایب R^2 و Q^2 سازه‌های مدل

متغیر	ابعاد	R^2	Q^2
	اقدام‌های مدیریت دانش	۰/۹۱۳	۰/۷۲۵
	عملکرد سازمان	۰/۸۲۴	۰/۶۲۸
منافع سطح کسب‌وکار	یادگیری سازمانی، خلاقیت، و نوآوری	۰/۸۳۹	۰/۶۴۱
	راهبرد و مزیت رقابتی	۰/۸۹۵	۰/۷۱۴
	فرایندهای سازمانی	۰/۸۱۶	۰/۶۰۳
	آموزش، یادگیری، و توان حل مسئله	۰/۸۵	۰/۶۵
منافع سطح کارکنان	رضایتمندی و نگهداشت کارکنان	۰/۸۶	۰/۶۶
	توانمندی و عملکرد کارکنان	۰/۹۲	۰/۷۳
	ارتباطات و مشارکت کارکنان	۰/۸۴	۰/۶۲
منافع سطح بازار و مشتری	مدیریت مشتری	۰/۷۸۲	۰/۵۷۲
	مدیریت بازار	۰/۸۶۳	۰/۶۹۲

هرچه مقادیر R مربع مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیش‌تر باشد، نشان‌دهندهٔ برازش بهتر مدل است. با توجه به جدول (۱۲)، مناسب بودن برازش قوی مدل ساختاری تأیید می‌شود. هرچه مقادیر Q مربع، مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیش‌تر باشد، نشان می‌دهد که قدرت پیش‌بینی مدل بهتر است. با توجه به جدول (۱۲)، و مقادیر به‌دست‌آمده برای سازه‌های مدل می‌توان گفت که برازش قوی مدل ساختاری پژوهش تأیید می‌گردد.

برازش کلی مدل

ارزیابی برازش کلی مدل با استفاده از شاخص نیکویی برازش GOF^۱ انجام می‌پذیرد که برای محاسبه آن از دو شاخص میانگین Commuality و R² استفاده می‌شود (مرادی و سپهوندی، ۱۳۹۴).

جدول ۱۳: مقادیر Commuality و R² مدل

متغیر	ابعاد	Commuality	R ²	GOF
	اقدام‌های مدیریت دانش	۰/۶۰۹	۰/۴۱۸	۰/۵۰۵
	عملکرد سازمان	۰/۷۲۸	۰/۵۳۱	۰/۶۲۲
منافع سطح کسب‌وکار	یادگیری سازمانی، خلاقیت، و نوآوری	۰/۷۸۴	۰/۶۱۲	۰/۶۹۳
	راهبرد و مزیت رقابتی	۰/۶۵۳	۰/۶۱۹	۰/۶۳۶
	فرایندهای سازمانی	۰/۶۱۸	۰/۶۰۵	۰/۶۱۱
	آموزش، یادگیری، و توان حل مسئله	۰/۷۴۱	۰/۵۴۰	۰/۶۳۳
منافع سطح کارکنان	رضایتمندی و نگهداشت کارکنان	۰/۸۰۰	۰/۶۲۴	۰/۷۰۷
	توانمندی و عملکرد کارکنان	۰/۶۷۰	۰/۶۳۲	۰/۶۵۱
	ارتباطات و مشارکت کارکنان	۰/۶۳۲	۰/۶۱۹	۰/۶۲۵
منافع سطح بازار و مشتری	مدیریت مشتری	۰/۶۸۹	۰/۵۲۷	۰/۶۰۳
	مدیریت بازار	۰/۷۱۲	۰/۶۳۷	۰/۶۷۳

با محاسبه شاخص نیکویی برازش مشخص می‌شود که میزان GOF در این مدل قابل قبول است.

آزمون رتبه‌بندی عوامل

تحلیل عاملی تاییدی به عنوان زیرشاخه‌ای از مدل‌سازی معادله‌های ساختاری^۲ یک روش قدرتمند برای بررسی روایی سازه^۳ در پژوهش‌هایی است که دارای ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه با سنجه‌های کمی و کیفی هستند. زمانی که با چند سنجه کمی یا کیفی، یک سازه اندازه‌گیری می‌شود، میزانی از همبستگی و اشتراک سنجه‌ها در اندازه‌گیری سازه مهم است. در تحلیل عاملی تاییدی سنجه‌های اندازه‌گیری‌کننده سازه^۴ مد نظر به عنوان نشانگر^۴ و سازه^۵ مد نظر به عنوان عامل^۵ شناخته می‌شود.

1. Goodness of Fit
2. Structural Equations Modeling
3. Construct Validity
4. Indicator
5. Factor

نشانگرها در تحلیل عامل تاییدی به صورت مشاهده شده^۱ و عامل به صورت پنهان یا مکنون^۲ هستند. ارتباط بین نشانگرها و سازه مورد ارزیابی (عامل) با بار عاملی اندازه گیری می شود. هر کدام از بارهای عاملی بین نشانگر و سازه مکنون^۳ جهت و شدت ارتباط بین نشانگر و سازه را نشان می دهد که با یک مقدار P-Value برای هر نشانگر در مورد معناداری این ارتباط قضاوت می شود.

طراحی مدل در نرم افزار

در پژوهش حاضر، برای تحلیل عاملی تاییدی از روش برآورد حداقل مربع های تعمیم یافته^۴ برای برآورد پارامترها استفاده می شود. در این پژوهش، از نرم افزار Smart PLS با توجه به ویژگی هایی مانند کم بودن حجم نمونه (حسین خانی و همکاران، ۱۳۹۸)، برای برآورد پارامترها و کلیه محاسبه های تحلیل عاملی تاییدی سازه ها استفاده می شود.

جدول ۱۴: متغیرها و کدهای آن در نرم افزار

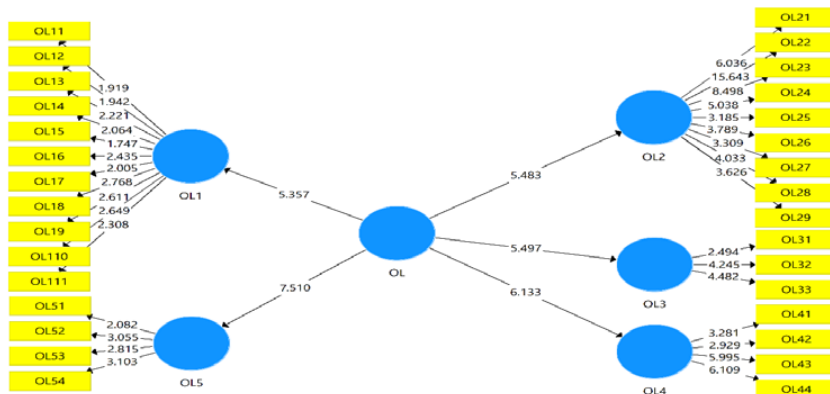
کد	ابعاد	کد	متغیر
OL1	اقدام های مدیریت دانش		
OL2	عملکرد سازمان		
OL3	یادگیری سازمانی، خلاقیت، و نوآوری	OL	منافع سطح کسب و کار
OL4	راهبرد و مزیت رقابتی		
OL5	فرایندهای سازمانی		
WL1	آموزش، یادگیری، و توان حل مسئله		
WL2	رضایتمندی و نگهداشت کارکنان	WL	منافع سطح کارکنان
WL3	توانمندی و عملکرد کارکنان		
WL4	ارتباطات و مشارکت کارکنان		
MCL1	مدیریت مشتری	MCL	منافع سطح بازار و مشتری
MCL2	مدیریت بازار		

بدین ترتیب، ابتدا به تایید هر سازه و سپس تایید کل مدل پرداخته می شود.

1. Observed
2. Latent
3. Lambda
4. Generalized Least Squares

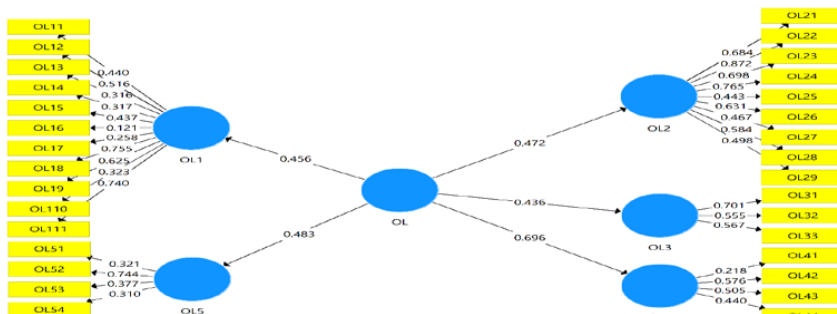
تایید سازه منافع سازمان

در ادامه، به بررسی آماره t مربوط به روابط سازه منافع سطح کسب و کار پرداخته می‌شود.



شکل ۲: مقدار معناداری روابط سازه منافع سطح کسب و کار بر اساس مقادیر t

همان‌طور که در شکل (۲) مشخص است، همه روابط در مدل مورد تایید هستند. با توجه به این که روابط معنادارند، در ادامه به بررسی بارهای عاملی سازه سطح کسب و کار پرداخته می‌شود.

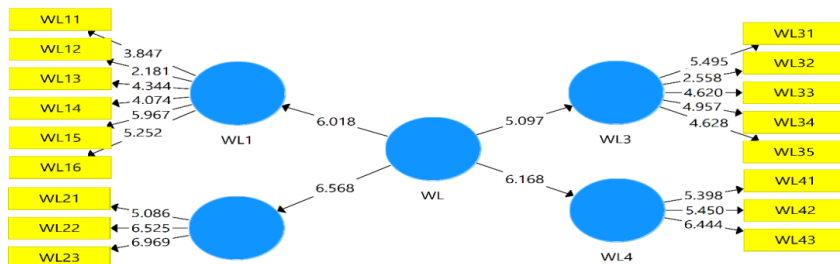


شکل ۳: میزان بارهای عاملی محاسبه شده در سازه منافع سطح کسب و کار

بارهای عاملی نشان می‌دهند که سازه منافع سطح کسب و کار از ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده ساخته می‌شود.

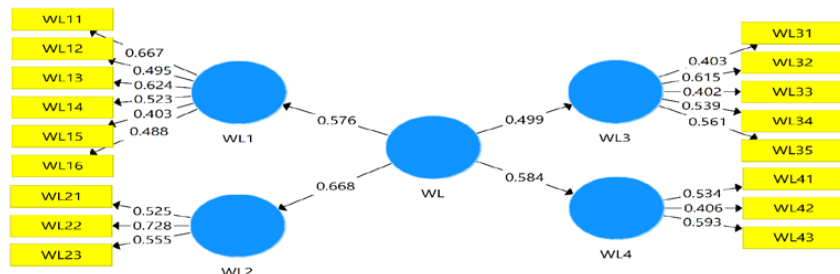
تایید سازه منافع سطح کارکنان

با بررسی آماره t به روابط سازه منافع سطح کارکنان پرداخته می‌شود.



شکل ۴: مقدار معناداری روابط سازه منافع سطح کارکنان بر اساس مقادیر t

همه روابط در مدل تایید می‌شوند. با توجه به این که روابط معنادار هستند، در ادامه به بررسی بارهای عاملی سازه سطح کارکنان پرداخته می‌شود.

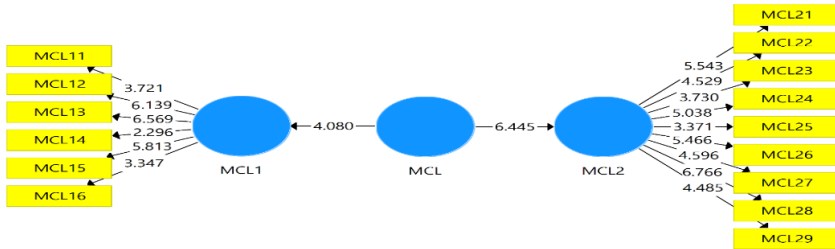


شکل ۵: میزان بارهای عاملی محاسبه شده در سازه منافع سطح کارکنان

همان طور که در شکل (۵) مشخص است، بارهای عاملی نشان می‌دهند که سازه منافع سطح کارکنان از ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده ساخته می‌شود.

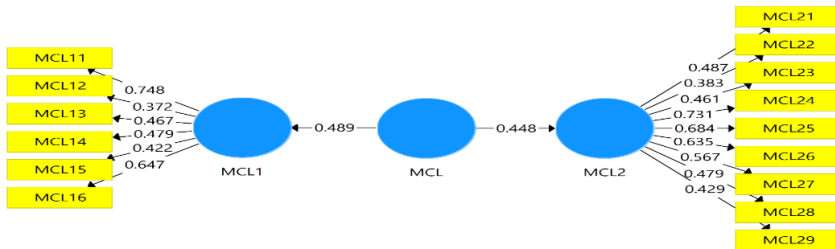
تایید سازه منافع سطح بازار و مشتری

در ادامه به بررسی آماره t مربوط به روابط سازه منافع سطح بازار و مشتری پرداخته می‌شود.



شکل ۶: مقدار معناداری روابط سازه منافع سطح بازار و مشتری بر اساس مقادیر t

همه روابط در مدل تایید می‌شوند. با توجه به این که روابط معنادار هستند، در ادامه به بررسی بارهای عاملی سازه سطح بازار و مشتری پرداخته می‌شود.

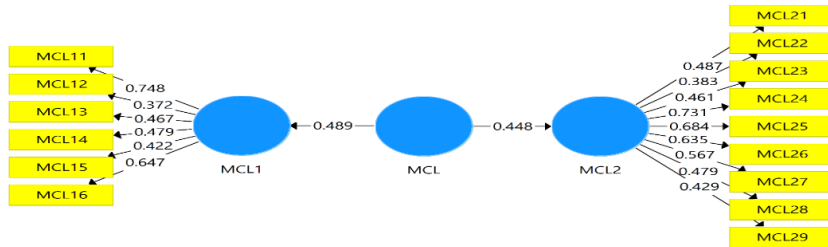


شکل ۷: میزان بارهای عاملی محاسبه شده در سازه منافع سطح بازار و مشتری

بارهای عاملی نشان می‌دهند که سازه منافع سطح بازار و مشتری از ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده ساخته می‌شود.

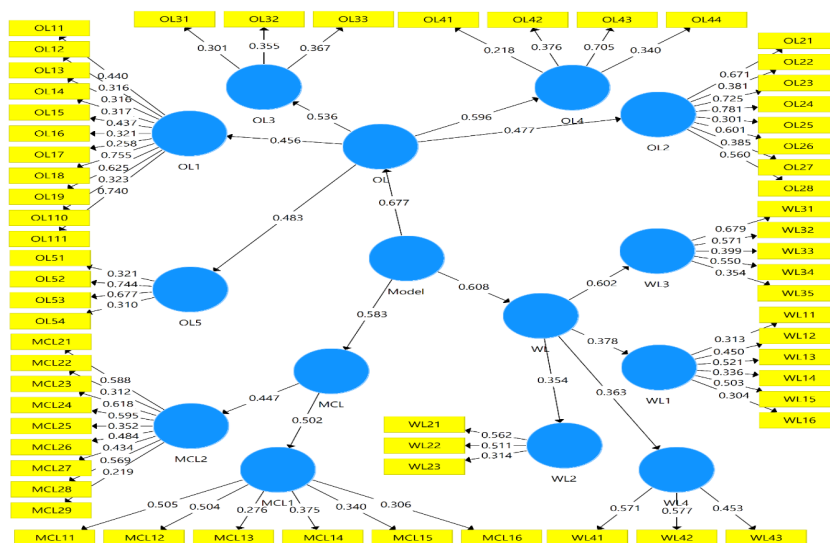
سازه مدل نهایی

برای بررسی سازه کلی مدل متشکل از سه سازه تایید شده قبلی، در شکل (۸)، مقدار t که نشان‌دهنده معناداری رابطه ابعاد و مولفه‌ها با متغیر مورد بررسی است، نشان داده می‌شود.



شکل ۸: مقدار معناداری روابط مدل نهایی بر اساس مقادیر t

همه روابط در مدل نهایی تایید می‌شوند. با توجه به این که روابط معنادار هستند، در ادامه به بررسی بارهای عاملی پرداخته می‌شود.



شکل ۹: میزان بارهای عاملی محاسبه شده در مدل نهایی

منافع سطح کسب‌وکار دارای بالاترین بار عاملی در مدل است و پس از آن، منافع سطح کارکنان و سپس منافع سطح مشتری و بازار در جایگاه دوم و سوم قرار دارند. در ادامه، به برآزش مدل نهایی در نرم‌افزار Smart PLS پرداخته می‌شود.

جدول ۱۵: شاخص‌های برازش مدل نهایی پژوهش

IFI	NFI	CFI	AGFI	GFI	RMSEA	درجه آزادی/کای دو	شاخص
۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۰۶۴	۲/۴	مقدار محاسبه شده

همان‌طور که در جدول (۱۵) مشخص است، مدل در حالت کلی دارای تناسب کافی است. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده روشن است که منافع سطح کسب‌وکار با بار عاملی $0/667$ یک بخش موثر و مهم از سازه کلی مدل است. همچنین، طبق نتایج نهایی تعیین می‌شود که در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد، میزان بار عاملی به‌دست‌آمده برای منافع کارکنان $0/608$ است که نشان‌دهنده اثرگذاری بالای این متغیر بر سازه نهایی مدل است. همچنین، نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، منافع بازار و مشتریان نیز اثرگذاری به‌نسبت بالایی دارد و حضور آن برای سنجش کلی و بررسی نهایی مدل پژوهش الزامی است.

بحث و نتیجه‌گیری

در مجموع از آنچه که در مراحل پیشین اشاره شد، می‌توان نتیجه گرفت که مدیریت دانش یک رشته در حال رشد است. با وجود رشد ادبیات مدیریت دانش، شکاف‌های حیاتی درباره این رشته وجود دارد که به پژوهش بیش‌تر نیاز دارد (Anantatmula & Kanungo, 2006). موفقیت در اجرای مدیریت دانش تا حد زیادی به سنجش خروجی‌های مدیریت دانش بستگی دارد. همان‌گونه که رویکردهای جدید به‌طور مداوم در این حوزه در حال معرفی هستند، یک چارچوب به‌روز برای حفظ دانش پژوهشگران، کارگزاران، و مدیران سازمان‌ها برای دنبال کردن ضروری است. هدف اصلی این پژوهش، ارائه چارچوبی برای شناسایی منافع مدیریت دانش و سنجش‌های آن در سازمان‌هاست که دستیابی به آن با استفاده از روش فراترکیب به عنوان رویکرد مناسب میسر می‌شود. در این پژوهش، از روش فراترکیب با استفاده از کلیدواژه‌ها، متغیرهای بیش‌تری مورد مطالعه قرار می‌گیرند و با ترکیب یافته‌های پژوهش‌های کیفی پیشین، به ارائه و توسعه یک چارچوب گسترده‌تر و جدیدی اقدام می‌شود که نتیجه آن یک چارچوب به‌روز نسبت به پژوهش‌های پیشین است. بدین منظور، ۶۳ منفعت با استفاده از روش فراترکیب شناسایی می‌شود و در قالب سه سطح منافع کسب‌وکار، کارکنان، و مشتری و بازار دسته‌بندی می‌شوند، و پس از تحلیل آن‌ها با استفاده از روش تحلیل عامل تاییدی مشخص می‌شود که منافع سطح کسب‌وکار

دارای بالاترین بار عاملی در مدل است و پس از آن منافع سطح کارکنان و سپس منافع سطح مشتری و بازار در جایگاه دوم و سوم قرار می‌گیرند. در مقایسه با پژوهش‌های پیشین، می‌توان به تعداد منافع تشخیص داده‌شده اشاره کرد که به لحاظ کمی بیش‌تر است و تعدادی از آن‌ها جدید و منحصر به فرد هستند. مولفه‌ها و منافع یافته‌های این پژوهش، مولفه‌ها و منافع اشاره‌شده پژوهش‌های پیشین را نیز شامل می‌شود و فهرست کامل‌تری از منافع مدیریت دانش را در سطوح مختلف در خود جای می‌دهد (آناتامولا و کانونگو، ۲۰۰۶، ۲۶ منفعت؛ جوی و همکاران، ۲۰۰۶، ۳۸ منفعت؛ و یحیی‌پور و همکاران، ۲۰۱۵، ۴۴ منفعت را شناسایی کرده بودند).

پس با توجه به این‌که چارچوب پیشنهادی و منافع شناسایی‌شده مورد تایید خبرگان و کارشناسان متخصص حوزه مدیریت دانش قرار گرفته است، چارچوب حاضر می‌تواند کمک شایانی به پژوهشگران و مدیران سازمان‌ها برای سنجش منافع مدیریت دانش نماید. برای انجام پژوهش‌های آتی در خصوص منافع مدیریت دانش می‌توان علاقه‌مندان به این حوزه را به سنجش منافع مدیریت دانش در سازمان‌ها و صنایع مختلف بر اساس منافع شناسایی‌شده، ارائه مدل‌های متنوع سنجش منافع با استفاده از روش‌ها و رویکردهای مختلف مانند مدل‌های فازی یا شبکه‌های عصبی، و همچنین تحلیل ارتباط میان منافع تشخیصی با فرایندهای مدیریت دانش توصیه کرد.

منابع

الف فارسی

- حسین‌خانی، مهدی؛ رهنورد، فرج‌اله؛ طاهرپور، حبیب‌اله، و حمیدی، ناصر (۱۳۹۸). مدل ساختاری التزام کارکنان در سازمان‌های دولتی ایران. *نشریه فرایند مدیریت و توسعه*، ۲(۳۲)، ۶۱-۳۱.
- ریسی واثانی، ایمان؛ تقوا، محمدرضا، و امیرعشایی، دنیا (۱۳۹۷). طراحی سیستم استنتاج فازی برای ارزیابی عملکرد سیستم مدیریت دانش در صنعت توسعه نرم‌افزار. *فصلنامه مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند*، ۶(۲۴)، ۳۶-۵.
- زارعی، عظیم، و بلوچی، حسین (۱۳۹۴). شناسایی و استخراج مولفه‌های پیشران خرید آنی با استفاده از روش «فراترکیب». *راهبردهای بازرگانی*، ۱۲(۵)، ۶۸-۵۳.
- سهرابی، بابک؛ اعظمی، امیر، و یزدانی، حمیدرضا (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه مدیریت اسلامی با رویکرد فراترکیب. *نشریه چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ۲(۶)، ۲۴-۹.
- محمدبیگی، ابوالفضل؛ محمدصالحی، نرگس، و علی‌گل، محمد (۱۳۹۳). روایی و پایایی ابزارها و روش‌های مختلف اندازه‌گیری آن‌ها در پژوهش‌های کاربردی سلامت. *نشریه دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان*، ۱۳(۱۲)، ۱۱۷۰-۱۱۵۳.

مرادی، محمد، و سپهوندی، سعیده (۱۳۹۴). تاثیر استراتژی‌های رقابتی بر پایداری عملکرد مالی و ریسک. *پژوهش‌های حسابداری مالی*، ۷(۳)، ۷۵-۹۰.

هومن، حیدرعلی (۱۳۸۸). مدلیابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل. چاپ سوم، انتشارات سمت.

یحیی‌پور، شیوا (۱۳۹۲). *ارائه سیستمی فازی برای ارزیابی منافع حاصل از مدیریت دانش در شرکت فولاد خوزستان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.

(ب) انگلیسی

- Abualoush, S. H., Obeidat, A. M., Tarhini, A., & Al-Badi, A. (2018). The Role of Employees' Empowerment as an Intermediary Variable between Knowledge Management and Information Systems on Employees' Performance. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(2), 217-237.
- Ananatmula, V., & Kanungo, S. (2006). Structuring the Underlying Relations Among the Knowledge Management Outcomes. *Journal of Knowledge Management*, 10(4), 25-42.
- Brahma, S., & Mishra, S. (2015). Understanding Researchable Issues in Knowledge Management: A Literature Review. *IUP Journal of Knowledge Management*, 13(4), 43-68.
- Cabrilo, S., & Dahms, S. (2018). How Strategic Knowledge Management Drives Intellectual Capital to Superior Innovation and Market Performance. *Journal of Knowledge Management*, 22(3), 621-648.
- Chong, C. W., Holden, T., Wilhelmij, P., & Schmidt, R. A. (2000). Where Does Knowledge Management Add Value? *Journal of Intellectual Capital*, 1(4), 366-380.
- Choy, C. S., Yew, W. K., & Lin, B. (2006). Criteria for Measuring KM Performance Outcomes in Organisations. *Industrial Management & Data Systems*, 106(7), 917-936.
- Dayan, R., Heisig, P., & Matos, F. (2017). Knowledge Management as a Factor for the Formulation and Implementation of Organization Strategy. *Journal of Knowledge Management*, 21(2), 308-329.
- De Gooijer, J. (2000). Designing a Knowledge Management Performance Framework. *Journal of Knowledge Management*, 4(4), 303-310.
- Dženopoljac, V., Janošević, S., & Bontis, N. (2016). Intellectual Capital and Financial Performance in the Serbian ICT Industry. *Journal of Intellectual Capital*, 17(2), 373-396.

- Edvardsson, I. R., & Durst, S. (2013). The Benefits of Knowledge Management in Small and Medium-Sized Enterprises. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 81(1), 351-354.
- Egbu, C. O., Hari, S., & Renukappa, S. H. (2005). Knowledge Management for Sustainable Competitiveness in Small and Medium Surveying Practices. *Structural Survey*, 23(1), 7-21.
- Elmorshidy, A. (2018). The Impact of Knowledge Management Systems on Innovation. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3), 388-403.
- Fallatah, M. I. (2018). Does Value Matter? An Examination of the Impact of Knowledge Value on Firm Performance and the Moderating Role of Knowledge Breadth. *Journal of Knowledge Management*, 22(3), 678-695.
- Ferraresi, A. A., Quandt, C. O., dos Santos, S. A., & Frega, J. R. (2012). Knowledge Management and Strategic Orientation: Leveraging Innovativeness and Performance. *Journal of Knowledge Management*, 16(5), 688-701.
- Giampaoli, D., Ciambotti, M., & Bontis, N. (2017). Knowledge Management, Problem Solving and Performance in Top Italian Firms. *Journal of Knowledge Management*, 21(2), 355-375.
- Goldoni, V., & Oliveira, M. (2010). Knowledge Management Metrics in Software Development Companies in Brazil. *Journal of Knowledge Management*, 14(2), 301-313.
- Gupta, V., & Chopra, M. (2018). Gauging the Impact of Knowledge Management Practices on Organizational Performance—A Balanced Scorecard Perspective. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(1), 21-46.
- Heisig, P., Suraj, O. A., Kianto, A., Kemboi, C., Arrau, G. P., & Easa, N. F. (2016). Knowledge Management and Business Performance: Global Experts' Views on Future Research Needs. *Journal of Knowledge Management*, 20(6), 1169-1198.
- Henttonen, K., Kianto, A., & Ritala, P. (2016). Knowledge Sharing and Individual Work Performance: An Empirical Study of a Public Sector Organisation. *Journal of Knowledge Management*, 20(4), 749-768.
- Hussinki, H., Ritala, P., Vanhala, M., & Kianto, A. (2017). Intellectual Capital, Knowledge Management Practices and Firm Performance. *Journal of Intellectual Capital*, 18(4), 904-922.
- Jennex, M. E., Smolnik, S., & Croasdell, D. (2012). Towards a Consensus Knowledge Management Success Definition. *Organizational Learning and Knowledge: Concepts, Methodologies, Tools and Applications* (403-415): IGI Global.

- Kamhawi, E. M. (2012). Knowledge Management Fishbone: A Standard Framework of Organizational Enablers. *Journal of Knowledge Management*, 16(5), 808-828.
- Kianto, A., Vanhala, M., & Heilmann, P. (2016). The Impact of Knowledge Management on Job Satisfaction. *Journal of Knowledge Management*, 20(4), 621-636.
- Lee, S., Kim, B. G., & Kim, H. (2012). An Integrated View of Knowledge Management for Performance. *Journal of Knowledge Management*, 16(2), 183-203.
- Liu, L., Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2016). An Empirical Investigation of Information Sharing Behavior on Social Commerce Sites. *International Journal of Information Management*, 36(5), 686-699.
- Marouf, L. (2016). The Role of Knowledge Sharing Culture in Business Performance. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 46(2), 154-174.
- Masa'deh, R. e., Shannak, R., Maqableh, M., & Tarhini, A. (2017). The Impact of Knowledge Management on Job Performance in Higher Education. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(2), 244-262.
- McIver, D., & Lepisto, D. A. (2017). Effects of Knowledge Management on Unit Performance: Examining the Moderating Role of Tacitness and Learnability. *Journal of Knowledge Management*, 21(4), 796-816.
- Mehralian, G., Nazari, J. A., & Ghasemzadeh, P. (2018). The Effects of Knowledge Creation Process on Organizational Performance Using the BSC Approach: The Mediating Role of Intellectual Capital. *Journal of Knowledge Management*, 22(4), 802-823.
- Mousavizadeh, M., Ryan, S., Harden, G., & Windsor, J. (2015). Knowledge Management and the Creation of Business Value. *Journal of Computer Information Systems*, 55(4), 35-45.
- Pina, P., Romao, M., & Oliveira, M. (2013). Using Benefits Management to Link Knowledge Management to Business Objectives. *Vine*, 43(1), 22-38.
- Rohajawati, S., Sensuse, D. I., Suchayo, Y. G., & Arymurthy, A. M. (2016). Mental Health Knowledge Management: Critical Success Factors and Strategy of Implementation. *Journal of Knowledge Management*, 20(5), 980-1003.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2006). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*: Springer Publishing Company.
- Shehata, G. M. (2015). Leveraging Organizational Performance Via Knowledge Management Systems Platforms in Emerging Economies. *Vine*, 45(2), 239-278.

- Tabrizi, R. S., Ebrahimi, N., & Delpisheh, M. (2011). KM Criteria and Success of KM Programs: An Assessment on Criteria from Importance and Effectiveness Perspectives. *Procedia Computer Science*, 3(1), 691-697.
- Tseng, S.-M. (2016). The Effect of Knowledge Management Capability and Customer Knowledge Gaps on Corporate Performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 51-71.
- Tubigi, M., & Alshawi, S. (2015). The Impact of Knowledge Management Processes on Organisational Performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(2), 167-185.
- Vakharia, N., Vecco, M., Srakar, A., & Janardhan, D. (2018). Knowledge Centricity and Organizational Performance: An Empirical Study of the Performing Arts. *Journal of Knowledge Management*, 22(5), 1124-1152.
- Valmohammadi, C., & Ahmadi, M. (2015). The Impact of Knowledge Management Practices on Organizational Performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(1), 131-159.
- Wei, C. C., Choy, C. S., & Yew, W. K. (2009). Is the Malaysian Telecommunication Industry Ready for Knowledge Management Implementation? *Journal of Knowledge Management*, 13(1), 69-87.
- Yahyapour, S., Shamizanjani, M., & Mosakhani, M. (2015). A Conceptual Breakdown Structure for Knowledge Management Benefits Using Meta-Synthesis Method. *Journal of Knowledge Management*, 19(6), 1295-1390.