



طراحی الگوی تأثیر گذاری دانش مراجعه کنندگان بر بهبود عملکرد سازمان های دولتی با استفاده از روش داده بنیاد (نمونه موردی: سازمان تامین اجتماعی استان مازندران)

فرهاد بابائزاد برسمانی

دانشجوی دکتری مدیریت، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران.

مجتبی طبری (مسئول مکاتبات)

دانشیار گروه مدیریت، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران.

Mo_Tabari@yahoo.com

سیده شایسته واردی

استادیار گروه اقتصاد، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۲۹

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۱۲/۲۸

چکیده

هدف: در این پژوهش، هدف نویسندگان طراحی الگوی تأثیر گذاری دانش مشتریان بر فرآیند بهبود عملکرد سازمانی با تأکید بر چارچوب کارت ارزیابی امتیاز متوازن در سازمان تأمین اجتماعی استان مازندران است. روش: روش تحقیق حاضر از نوع کیفی و بر اساس گزند تئوری و انجام مصاحبه با خبرگان سازمان تأمین اجتماعی استان مازندران می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۴ نفر از خبرگان، متخصصان، مدیران کنونی و اسبق ارشد سازمان تأمین اجتماعی و صاحب نظران و متخصصان حوزه تأمین اجتماعی بوده اند که برای انتخاب آنان از ترکیب روش های هدفمند قضاوتی و روش گلوله برفی - که روشی غیر احتمالی بوده - استفاده شده است. در ادامه نیز جهت نمونه گیری از شیوه نمونه گیری نظری استفاده شد که در پژوهش حاضر این موضوع در مصاحبه ۲۶ ام به اشباع نظری و حد کفایت دست یافت. یافته ها: یافته های پژوهش نشان داد اولاً دانش مشتریان (مراجعه کنندگان) بر عملکرد سازمان تأمین اجتماعی اثرگذار است و ثانیاً این دانش بر چهار وجه عملکردهای مشتریان، مالی، رشد و یادگیری و فرآیندهای داخلی تأثیرگذار است و ثالثاً جهت جهت افزایش اثربخشی دانش مراجعه کنندگان بر بهبود عملکرد سازمان تأمین اجتماعی بلوغ دانش مراجعه کنندگان ضروری است. نتیجه گیری: چنانچه سازمان تأمین اجتماعی بتواند در موضوع توسعه مدیریت دانش مراجعه کنندگان موفقیت آمیز اقدام کند، گذشته از توسعه و بهبود شاخص های عملکردی این سازمان، در موضوع توسعه عملکرد مالی نیز موفقیت آمیز اقدام خواهد کرد. پژوهش حاضر از جمله نخستین پژوهش هایی است که با محوریت اثرگذاری دانش مراجعه کنندگان بر میزان کیفیت و نحوه عملکرد سازمان تأمین اجتماعی را با تأکید بر ابعاد چهارگانه کارت امتیازی متوازن مورد بررسی و ارزیابی قرار می دهد.

واژگان کلیدی: الگوی سازمانی، مراجعه کنندگان، دانش، عملکرد سازمانی، سازمان تأمین اجتماعی

۱- مقدمه

یکی از مهمترین پدیده‌های حاضر در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، هویتی و حتی فرهنگی، افزایش تعاملات و نیز وقوع تحولات گسترده در جهان ارتباطات و فناوری‌هاست. این موضوع، در گام نخست به تحولاتی شگرف در حوزه‌های تقاضا انجامیده است به نحوی که با توسعه روزافزون تکنولوژی‌ها، فرآیند تقاضا، نحوه و کیفیت خدمات رسانی به مشتریان در سازمان‌های مختلف، آنان را ناگزیر در استفاده از دانش‌های روز جهانی و فناوری‌های مدرن نموده است (سیرفی نفیس^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). نکته مهم در این میان، نحوه استفاده و برخورداری سازمان‌ها، به ویژه سازمان‌های مهم و اثرگذار دولتی در زمینه‌های اقتصادی، بیمه‌ای و بهداشت و درمان از فناوری‌ها و دانش‌های روز در راستای ارائه خدمات بهینه و هوشمند و کارآمد به مشتریان و مراجعه کنندگان می‌باشد (شریف‌زاده^۲ و همکاران، ۲۰۲۱؛ شریفی و همکاران، ۱۴۰۱). درواقع، چنانچه این سازمان‌ها نتوانند در ارائه خدمات هرچه بهتر، وسیع‌تر و باکیفیت‌تر به مراجعه کنندگان خود موفقیت‌آمیز اقدام کنند، با توجه به شرایط رقابتی و حساس کنونی، احتمال بقای چنین سازمان‌ها بسیار کاهش خواهد یافت، لذا لاجرم دستیابی به دانش روز و فناوری‌های مدرن گریزناپذیر است (دخسوس سوارز^۳ و همکاران، ۱۴۰۱). این موضوع زمانی از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار می‌گردد که مجموعه فناوری‌ها و تکنولوژی‌های کنونی، خواسته‌ها و نیازهای مشتریان و مراجعه کنندگان را به نحوی چشمگیر متحول نموده است به نحوی که هر روز، میزان نیازها و خواسته‌های متفاوت، متنوع و بروز مشتریان با روندی صعودی مواجه شده است و چنین فرآیندی بیش از پیش نیاز سازمان‌ها به دانش جدید و نوین را ضروری ساخته است (ریکاردو سیلوسترو و همکاران^۴، ۲۰۲۲). یکی از رویکردهای مهم سازمان‌های امروزی جهت ارتقاء و دستیابی به دانش نوین و روز تعاملات

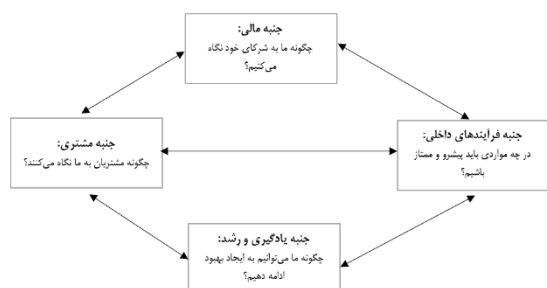
با مشتریان و مراجعه کنندگان در این زمینه است. به عبارتی دیگر، سازمان‌های امروزی همچون گذشته صرفاً روابط اقتصادی محض و مبتنی بر روابط فروشنده- خریدار با مشتریان و مراجعه کنندگان خود ندارند، بلکه ضمن بسط تعاملات خود با آنان از نقطه نظرات مشتریان در ارتقاء و گسترش دانش سازمانی خود بهره می‌برند (۵ دانگ لینگ و همکاران، ۲۰۲۲)؛ بنابراین، نحوه، میزان و کیفیت تعاملات سازمان‌های امروزی با مراجعه کنندگان، گذشته از تأمین نیازهای اصلی آنان، برآورده‌سازی و تأمین نیازهای متنوع و مختلف آنان نیز می‌باشد و تحقق این موضوع مهم منوط به ایجاد، افزایش و برخورداری همیشگی سازمان‌ها از نیازهای علمی و دانش فناوری و تکنولوژیکی روز می‌باشد که در صورت تحقق این امر، سه موضوع افزایش رضایت مشتریان، ارائه بهترین نوع خدمات به آنان و نهایتاً قابلیت بالای سازمان‌ها در عرصه رقابتی برای سازمان‌ها بدست خواهد آمد (ولازکو^۵ و همکاران، ۲۰۲۱). لذا استفاده از دانش مشتریان یا مراجعه کنندگان میتواند چندین پیامد مهم برای سازمان‌ها داشته باشد: نخست آنکه چنین تعاملی، به بسط هر چه عمیتر تعاملات و روابط سازمان‌ها و مشتریان می‌انجامد، بر این اساس، مشتریان دیگر به مثابه یک خریدار یا یک مشتری صرف برای سازمان محسوب نخواهد بلکه به نوعی خود را به سازمان متعهد و وابسته می‌داند، دوم؛ دانش ارائه شده از سوی مشتریان برای سازمان، بسیار مهم و اثرگذار است زیرا، این دانش مبتنی بر مجموعه‌ای از اطلاعات و داده‌های با ارزش است که نیازهای اصلی و به نوعی خلأهای اصلی موجود را به سازمان ارائه می‌دهد، ضمن آنکه چنین دانشی برآیندی از تجربیات ارزشمند، دیدگاه‌های عمیق برون سازمانی یا محیط و نگرش‌های کارشناسانه و منطقی (نه جهت‌دار) بوده که برای سازمانها بسیار حائز اهمیت است

³ Ricardo Silvestro⁴ Dongling⁵ Velazco¹ SirafiNafis

9- Sharafizadeh

² De Jesus Soares

سازمانها با توجه به شرایط رقابتی بسیار بالاست، لذا نمی توان عملکرد سازمانها را صرفاً بر اساس موارد سنتی که مبتنی بر دستاوردهای مالی (ارزیابی سود و زیان) است، مورد ارزیابی قرار داد. در سال ۱۹۹۲ نورتون و کاپلان^۴ در راستای ارزیابی عملکرد چندجانبه سازمانها، چارچوبی نوین با عنوان «کارت امتیازی متوازن»^۵ و با هدف برنامه ریزی راهبردی ارائه نمودند. در کارت ارزیابی متوازن چهار وجه عملکردی مختلف معرفی شده که از طریق آن می توان تمام فعالیت های شرکت را یکپارچه کرد. این چهار وجه، شاخص های مالی، مشتری، فرایندهای داخلی و یادگیری و رشد هستند (مارامبا^۶، ۲۰۲۲).



شکل ۱. ابعاد کارت امتیازی متوازن از دیدگاه نورتون و کاپلان

در کارت امتیازی متوازن، در تحقق مسائلی همچون عوامل کلیدی موفقیت، شناسایی شاخص های بحرانی، کنترل پیش دستانه، دستیابی به راهبردهای واحد، حفظ و توسعه اقدامات مالی سازمانی بایستی بتوان تاثیرات دانش مشتریان بر عملکرد سازمانها را بر مبنای چهار بعد مسائل مالی، مراجعه کنندگان، فرایندهای داخلی و نهایتاً یادگیری و رشد مورد ارزیابی قرار داد (سیلوا جونیور^۷ و همکاران، ۲۰۲۳). این موضوع با توجه به پویایی بالای محیط بازار از یک سو و نیز رقابت گسترده سازمانها بسیار مهم و حیاتی است که سازمانها بتوانند بر اساس چنین توانمندی هایی اولاً به عرضه محصولات نوآورانه مبادرت نموده و ثانیاً نیازهای متنوع مشتریان و نهایتاً رضایت خاطر آنان را کسب نمایند. بنابراین، استفاده بهینه از دانش مشتریان جهت توسعه هرچه بیشتر

(تریودی و سریواستاوا^۸، ۲۰۲۲). چنین دانشی برای هر سازمانی به مثابه یک دارایی نامحسوس اما بسیار مهم و ضروری تلقی می شود که نهایتاً سازمانها را جهت شناسایی هرچه بهتر نقاط ضعف، قدرت بالای مانور و پاسخگویی به نیازهای متفاوت، قدرت بالای تطابق با شرایط متحول بازار و نهایتاً ارائه خدمات بهتر به مراجعه کنندگان و افزایش مشارکت و تعامل با آنان یاری می رساند (بتو^۹ و همکاران، ۲۰۲۲). این مسأله مهم را می توان از بعد سلبی نیز مورد توجه قرار داد. به این معنا که اگر سازمانها در بعد توسعه دانش نتوانند خود را به میزانی از توسعه و ارتقاء مطلوب برسانند، آنگاه اولاً قادر به ارائه محصولات نوین، متنوع و متناسب با نیاز مراجعه کنندگان نخواهند بود، ثانیاً قابلیت رقابت پذیری با دیگر سازمانها را از دست خواهند داد که این موضوع نهایتاً باعث از دست رفتن طیف وسیعی از مشتریان و مراجعه کنندگان خواهند شد (درمینا^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۱). با این مقدمات، در پژوهش حاضر و با تأکید بر اهمیت مفهوم دانش مراجعه کنندگان، تأثیر این موضوع بر عملکرد سازمانهای مهم دولتی همچون سازمان تأمین اجتماعی مورد واکاوی و بررسی قرار خواهد گرفت. بر این اساس، پژوهش حاضر با استفاده از تئوری داده بنیاد، سعی دارد به بررسی اثرات دانش مراجعه کنندگان بر شاخص های عملکردی سازمان تأمین اجتماعی و اثرات آن بر ابعاد عملکردی کارت ارزیابی متوازن را مورد مذاقه قرار دهد. در قسمت اول مقاله، ادبیات نظری و پیشینه پژوهش بررسی شده، سپس روش پژوهش که برپایه نظریه داده بنیاد بوده معرفی و در قسمت سوم داده ها تجزیه و تحلیل شده و در نهایت جمع بندی و نتیجه گیری در خصوص مدل تدوین شده ارائه شده است.

۲- ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

اساساً از آنجایی که در محیط های کسب و کار کنونی میزان و شدت نوسانات و تغییرات اعم از تغییرات محیطی و درونی

^۵ The Balanced Scorecard

^۶ Maramba

^۱ Silva Junior

^۶ Trivedi & Srivastava

^۱ Bhutto

^۲ Dermina

^۴ Norton & Kaplan

نویسندگان با بررسی در پایگاه‌های مطرح داخلی و خارجی به پژوهش مستقلی که به صورت همزمان به بررسی موضوع تاثیرات دانش مراجعه کنندگان بر اساس عملکرد سازمان‌ها و نیز ابعاد کارت امتیازی متوازن پرداخته و در نهایت به مدلی جامع در این راستا مبادرت نموده باشد، دست نیافتند، بنابراین، بر اساس مطالعات پیشین صورت گرفته در این زمینه، نیازمند مدلی هستیم که بتوان بر اساس آن، به بررسی جامع و کامل تاثیرات دانش مشتریان بر تمامی ابعاد عملکردی سازمان‌ها آن هم به نحوی جامع و همزمان مبادرت نمود. لذا بر اساس پژوهش‌های پیشین صورت گرفته، برخی از مهمترین موارد مطرح شده به اجمال در جدول ۱ تبیین خواهند شد:

جدول ۱. بررسی تاثیرات دانش مراجعه کنندگان بر عملکرد سازمانی بر مبنای مدل کارت ارزیابی متوازن در پژوهش‌های صورت گرفته پیشین

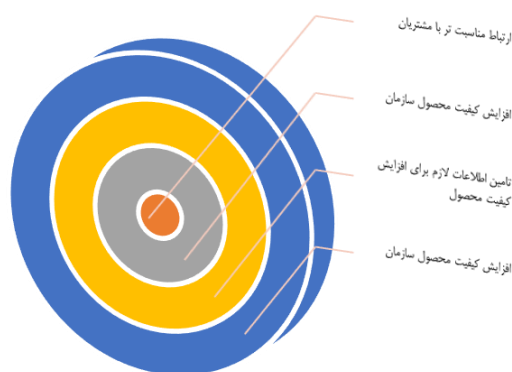
وجه مالی

حاشیه سود	گریسا ^۵ و همکاران (۲۰۲۳)، صادقی جعفری و فروتن کیا (۱۴۰۲)
عملکرد مالی	دورست و همکاران (۲۰۲۳)، سمیع و براتی (۱۴۰۲)
افزایش فروش	یانگ و لی ^۶ (۲۰۲۳)، رزمی و احمدی (۱۴۰۲)
کاهش هزینه	کولندو ^۷ و همکاران (۲۰۲۳)، پرتوی نیا و خدای (۱۴۰۲)
جذب مشتریان	عباس و مارتینتی ^۸ (۲۰۲۳)، غلامعلیان و همکاران (۱۴۰۲)

وجه مشتری

ارتباط با مشتری	هو ^۹ (۲۰۲۳)، قائدآمینی هارونی و همکاران (۱۴۰۲)
نیازسنجی مشتری و رفع نیازهای مشتری	دو کوئه ^{۱۰} و همکاران (۲۰۲۳)

نوآوری‌های سازمانی بسیار مهم و اثرگذار خواهد بود (آلن^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). با مدیریت هدفمند و اصولی دانش مراجعه کنندگان می‌توان نیازسنجی‌های متنوع آنان را بهتر محقق نمود و از طرفی این موضوع به حل هرچه بهتر و سریع‌تر نیازهای مشتریان و نهایتاً ارزیابی عملکرد سازمان‌ها (موفقیت یا عدم موفقیت سازمان‌ها در تحقق این موضوع) منتهی خواهد شد (دورست^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). به طور کلی، دانش مشتریان، فرآیند بهبود خدمات‌رسانی و نیز تحقق بهینه عملکرد سازمان‌ها را از طریق فرآیندهایی همچون اطلاعات مورد نیاز، روند برنامه‌ریزی، مشارکت فعال در طراحی محصولات نوین، داده‌های مورد نظر جهت کاهش هزینه سازمان، یاری‌رسانی جهت دستیابی به مشتریان بیشتر و تعامل گسترده‌تر سازمان با مشتریان محقق خواهد کرد (کیسر^۳ و همکاران، ۲۰۲۳؛ طهماسبی زاده و همکاران، ۱۴۰۲). از طرفی، چنانچه سازمان‌ها در تحقق این موضوع موفقیت‌آمیز اقدام نکنند، یعنی در مدیریت دانش مشتریان و استفاده بالقوه از این موضوع توانمندی‌های لازم را از خود نشان ندهند، نه در تأمین نیازهای متنوع آنان دستاوردی خواهند داشت و نه می‌توانند فرآیند تعامل پیوسته و نهایتاً غنی سازی پایگاه‌های دانشی و علمی خود را به سار انجام برسانند (کلمنته و دومینگز^۴، ۲۰۲۳).



شکل ۲. تأثیر دانش مراجعه کنندگان بر بهبود عملکرد توسعه محصولات سازمان‌ها

² Yang & Li

⁶ Dumitrache

⁹ Abbas & Martinetti

² Hou

⁵ Duque

² Allan

³ Durst

⁴ Keiser

⁵ Clemente & Domingues

¹ Grissa

نماید بر اساس مبانی تفسیری و تحلیلی به بررسی وجوه و کارکرد یک پدیده خاص می‌پردازد. بر این اساس، پژوهشگر در راستای ارائه تئوری مشخص، به گردآوری اطلاعات مورد نیاز مبادرت نموده و سپس به تحلیل نظام‌مند آنان مبادرت خواهد کرد تا در نهایت با راهبرد حرکت از جزء به کل تئوری مورد نظر نائل شود. روش‌گرند تئوری بر سه اصل عناصر، مفاهیم، مقوله‌ها و قضایا استوار است. در پژوهش حاضر نیز نویسندگان، ابتدا پس از مطالعه و بررسی ادبیات نظری و پیشینه پژوهش، در ادامه ضمن مصاحبه با خبرگان و نخبگان سازمان تأمین اجتماعی سعی در به تفسیر اطلاعات بدست آمده از درون مصاحبه‌ها اقدام تا بتوانند در نهایت به الگوی مورد نظر پژوهش دست یابند. لذا تعداد ۳۴ تن از نخبگان و مدیران سازمان تأمین اجتماعی جهت اجرای مصاحبه انتخاب شدند که دارای شرایط و ضوابط ذیل بوده‌اند:

- مدیران ارشد سازمان تأمین اجتماعی استان مازندران؛
- مدیران عامل اسبق سازمان تأمین اجتماعی استان مازندران؛
- صاحب‌نظران و نخبگان مرتبط با مسائل تأمین اجتماعی.

روش نمونه‌گیری خبرگان در پژوهش حاضر، نمونه‌گیری غیراحتمالی و از نوع گلوله برفی بوده است. بر این اساس، پژوهشگران بر اساس معرفی و شناخت سایر نخبگان فعال در این حوزه، دیگر نخبگان و فعالان و صاحب‌نظران فعال را شناسایی و از آنان نیز مصاحبه به عمل آوردند. به طور کلی، معیار و مبنای انتخاب خبرگان در این زمینه بر اساس موارد ذیل بوده است:

ماگیاری ^۱ (۲۰۲۲)	
چن ^۲ (۲۰۲۲)	بهبود ارائه خدمات به مشتری - افزایش رضایت و وفاداری مشتری - بهبود نگهداری و حفظ مشتری
امیری و حسینی (۱۴۰۲)، صمیمی و همکاران (۱۴۰۲)	توسعه ارتباطات بازاریابی و ارتقای بازاریابی
توماس ^۳ (۲۰۲۱)	حل مشکلات مشتری

وجه فرایندهای داخلی

اوپازو باسائز ^۴ و همکاران (۲۰۲۳)، واررال ^۵ و همکاران (۲۰۲۳) اقبال ^۶ و همکاران (۲۰۲۳)	نوآوری توسعه محصول جدید
شهزاد ^۷ و همکاران (۲۰۲۳)، ریجونز ^۸ و همکاران (۲۰۲۳)	بهبود محصولات
ادریس ^۹ و همکاران (۲۰۲۳)، جونز ^{۱۰} (۲۰۲۳)	کاهش زمان ایده تا محصول
فری ^{۱۱} و همکاران (۲۰۲۳)	بهبود کیفیت محصول

وجه رشد و یادگیری

دومیتراک ^{۱۲} و همکاران (۲۰۲۳)، رزم‌طلب و خالق‌خواه (۱۴۰۲)	آشناسازی سازمان با دانش مخصوص مشتری
سابه‌روال ^{۱۳} و همکاران (۲۰۲۳)، عبدالهی و همکاران (۲۰۲۳)	افزایش دانش مشتری و سازمان و کمک به حل مساله

با بررسی‌های صورت گرفته در ادبیات نظری و پیشینه تحقیق، نویسندگان پژوهش حاضر بر اساس هدف و سوال اصلی به بررسی موضوع تاثیر دانش مراجعه کنندگان بر عملکرد سازمان تأمین اجتماعی با تأکید بر ابعاد چهارگانه کارت ارزیابی متوازن خواهند پرداخت.

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از روش‌گرند تئوری که شیوه استقرایی به موضوع مورد نظر می‌پردازد، استفاده نموده است. به طور کلی، روش‌گرند تئوری مبتنی بر پارادایم تفسیری است که در آن، پژوهشگر بیش از آنکه از رویکردهای کمی استفاده

⁵ Reijonen

⁷ Idrees

⁸ Jones

¹¹ Frey

⁴ Dumitrache

⁸ Sabherwal

⁶ Magyari

³ Chen

¹⁰ Thomas

³ Opazo-Basaez

⁷ Varriale

¹ Iqbal

⁴ Shehzad

۵	از اعضای هیئت مدیره سابق	۲۶ سال	دکتری	معرفی شده مصاحبه شوندگان - سابقه علمی
۶	از اعضای هیئت مدیره سابق	۲۸ سال	دکتری	پیشنهاد شده مصاحبه شوندگان - سابقه صنعتی
۷	از اعضای هیئت مدیره سابق	۲۶ سال	دکتری	پیشنهاد شده مصاحبه شوندگان - تجربه تحقیقاتی - آشنایی با مفاهیم پژوهش
۸	معاون مدیر عامل	۱۸ سال	دکتری	پیشنهاد شده مصاحبه شوندگان - سابقه تحقیقاتی
۹	معاونت درمان	۱۸ سال	دکتری	تجربه مدیریتی و صنعتی - آشنایی با مفاهیم پژوهش
۱۰	معاون برنامه ریزی، مالی و پشتیبانی	۲۲ سال	دکتری	تجربه مدیریتی در سطح ملی
۱۱	معاون توسعه مدیریت و منابع انسانی	۲۰ سال	دکتری	معرفی شده مصاحبه شوندگان - تجربه آموزشی و تحقیقاتی - آشنایی با مفاهیم پژوهش
۱۲	هیئت مدیره صندوق	۱۶ سال	کارشناسی ارشد	پیشنهاد شده مصاحبه شوندگان - سابقه تحقیقاتی
۱۳	هیئت مدیره صندوق	۲۰ سال	دکتری	پیشنهاد شده مصاحبه شوندگان - سابقه تحقیقاتی
۱۴	هیئت مدیره صندوق	۱۸ سال	کارشناسی ارشد	پیشنهاد شده مصاحبه شوندگان - سابقه تحقیقاتی
۱۵	هیئت مدیره صندوق	۱۶ سال	کارشناسی ارشد	پیشنهاد شده مصاحبه شوندگان - سابقه تحقیقاتی

- خبرگی: دانش، تخصص لازم و تجربه کافی در حوزه دانش مراجعه کنندگان؛
- مدیریت: داشتن مسئولیت و مدیریت کلیدی در حوزه تأمین اجتماعی؛
- فهم مطلوب و جامع از موضوع: درک و شناخت و آگاهی لازم از ابعاد مورد نظر پژوهش؛
- رضایت در مشارکت: رغبت و تمایل برای حضور و مشارکت در مصاحبه.

در نهایت آنکه، پژوهشگران در راستای انجام کفایت نمونه گیری از روش نمونه گیری نظری بهره بردند. در این رابطه و جهت نیل به کفایت مدل و اشباع نظری پژوهش که نیازمند تحلیل دائمی و پیوسته اطلاعات انجام مصاحبه ها ادامه یافت که در مصاحبه ۲۶ام، کفایت و اشباع نظری حاصل شد. در جدول ۲ مشخصات دموگرافیک خبرگان ارائه شده است.

جدول ۲. مشخصات دموگرافیک مصاحبه شوندگان

موضوع مصاحبه	تخصص	تجربه تخصصی در زمینه پژوهش	مدرک تحصیلی	دلیل انتخاب
۱	از اعضای هیئت مدیره	۲۲ سال	دکتری	تجربه مدیریتی و صنعتی - آشنایی با مفاهیم پژوهش
۲	از اعضای هیئت مدیره	۲۰ سال	دکتری	تجربه مدیریتی در سطح ملی
۳	از اعضای هیئت مدیره	۲۰ سال	کارشناسی ارشد	معرفی شده مصاحبه شوندگان - تجربه آموزشی و تحقیقاتی - آشنایی با مفاهیم پژوهش
۴	از اعضای هیئت مدیره	۱۸ سال	دانشجوی دکتری	سابقه مدیریتی و صنعتی - آشنایی با مفاهیم پژوهش

قبول بدون، میزان انتقال پذیری یافته‌ها و نتایج پژوهش، قابلیت اطمینان و نهایتاً قابلیت تأییدپذیری. در پژوهش حاضر، در راستای تأمین اعتمادپذیری نتایج پژوهش از راهبردهای جدول ۳ استفاده شده است.

جدول ۳. روش‌های تأمین اعتمادپذیری در تحقیق حاضر

معیار	زیرمعیارها	راهبرد تأمین	اقدامات صورت پذیرفته
قابلیت انتقال پذیری	بررسی میزان روایی داده‌های ورودی تحقیق	نمونه‌گیری گلوله‌برفی	معرفی و پیشنهاد افراد مصاحبه‌شونده بعدی از سوی مصاحبه‌شوندگ ان قبلی
	نمونه‌گیری بر مبنای اعتبار	انتخاب مصاحبه‌شوندگ ان براساس پیشنهاد خبرگان	
	روایی تفسیری (ماکسول، ۱۹۹۲)	بهره‌گیری از توصیف گرهای ی با کمترین میزان مداخله	استفاده از عبارت‌های توصیفی مانند نقل قول در تفاسیر
قابلیت انتقال پذیری			
قابلیت اطمینان	ممیزی قابلیت اطمینان	استفاده از روش نمونه‌گیری بر مبنای اعتبار	انتخاب مصاحبه‌شوندگ ان از میان افراد معتبری مدیران ارشد مشهور در پژوهش‌ها
	توصیف تفصیلی برای کلیه جزئیات	ارائه یک تصویر جامع از زمینه‌ای که تحقیق در آن صورت گرفته است	
قابلیت اطمینان			
قابلیت اطمینان	ممیزی قابلیت اطمینان	در اختیار قرار دادن اطلاعات، روش‌ها و تصمیمات در	

۱۶	اعضای بازرسی	۲۰ سال	پیشنهادشده مصاحبه‌شوندگان- سابقه تحقیقاتی
----	--------------	--------	---

در روش گرندد تئوری، فرآیند جمع‌آوری اطلاعات و انجام تحلیل داده‌ها در هر مرحله از مصاحبه‌ها به صورت همزمان صورت می‌گیرد. در واقع، پژوهشگر پس از تحلیل اطلاعات بدست آمده از یک مصاحبه، مصاحبه بعدی را آغاز و مجموعه اطلاعات و داده‌های آن را نیز مورد تحلیل را می‌دهد. این فرآیند تا هنگامی که کفایت نظری یا اشباع نظری محقق شود، ادامه خواهد یافت. در این رابطه، پژوهشگران مقاله حاضر با ۱۶ تن از خبرگان آگاه با مسائل تأمین اجتماعی به مدت ۷۵ الی ۱۱۰ دقیقه مصاحبه نموده و اطلاعات حاصل از این مصاحبه‌ها در هر مرحله بلافاصله پیاده‌سازی و تعداد ۲۲۹ کلیدواژه یا نکته اصلی بدست آمد. در گام بعدی، جهت تحلیل و آنالیز مصاحبه‌ها و انجام کدگذاری باز، از نرم افزار مکس. کیودا^۱ ورژن ۲۰۲۰ استفاده شد. نرم افزار مذکور، اساساً در راستای روشی است که از آن جهت تحلیل اطلاعات کیفی استفاده شده که در این رابطه از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی عبور و نهایتاً به پارادایم مورد نظر دست یافته می‌شود.

بدین منظور در مرحله اول یا کدگذاری باز، کدهای توصیفی ایجاد شده و در ادامه با اجرای مقایسه مستمر کدهای توصیفی، پژوهشگر در مرحله بعدی، کدهای تفسیری را تولید خواهد کرد با همین رویکرد در ادامه مجموعه خوشه‌ها تکمیل تر و نهایتاً با انجام تفسیر و خوشه‌بندی کدها در یک سطح بالاتر، مضامین فراگیر ایجاد می‌شوند.

همچنین، در پژوهش‌های کیفی جهت فرآیند اعتمادپذیری یا قابلیت اعتماد جهت ارجاع به ارزیابی کیفیت یافته‌های کیفی استفاده می‌گردد. بنابراین، قابلیت اعتماد، معیاری است که با استفاده از آن می‌توان به نتایج پژوهش کیفی اتکا نموده و به نتایج بدست آمده پژوهش تکیه کرد. چهار معیار اصلی جهت تعیین قابلیت اعتماد در یک پژوهش کیفی عبارتند از قابل

^۱ MAXQDA

۴۱	۱۹	۶	استفاده از تجارب و محیط مراجعه کنندگان برای ایده	ایده پردازی مراجعه کنندگان	دانش مراجعه کنندگان
		۱۳	کسب ایده از مراجعه کنندگان		
	۹	۹	جذب دانش فنی از دانش مشتری	دانش از مراجعه کنندگان	
	۱۰	۵	افزایش جذب دانش مراجعه کنندگان	بلوغ دانش مراجعه کنندگان	
		۵	بهره برداری از دانش مراجعه کنندگان		
	۲	۲	خدمات پس از فروش در دانش مراجعه کنندگان	کسب دانش مراجعه کنندگان	
	۱	۱	ارائه آموزش بهره برداری	دانش برای مراجعه کنندگان	
	۱۴۸	۳۶	۲	لزوم دانش مراجعه کنندگان در توسعه خدمت رسانی	
۲			استفاده از فناوری های نوین		
۳			نصب و راه اندازی محصول به واسطه دانش مراجعه کنندگان		
۹			شناسایی نیاز با دانش مشتری		
۳			توسعه خدمات جدید غیر حضوری		
۱۲			ارزیابی عملکرد خدمت رسانی		

راستای بازاریابی و موشکافی تحقیق با استفاده از کمک پژوهشگران دیگران		
قابلیت تأیید پذیری	ارائه جزئیات روش ها و اطلاعات تحقیق	ارائه گزیده مصاحبه ها و تبیین روند تحلیل داده ها تا دستیابی به یافته های تحقیق

پس از انجام فرآیند مدلسازی و اجرای کد گذاری انتخابی و نیز اثبات قضای تاثیرات دانش مشتریان بر عملکرد سازمان تأمین اجتماعی، میزان و نحوه این اثرگذار با تأکید بر ابعاد چهارگانه کارت ارزیابی متوازن در هر یک از ابعاد چهارگانه مذکور مورد بررسی قرار خواهند گرفت. در این مرحله، مقولات عملکردی مدل بدست آمده و مورد اثبات واقع شده پژوهش در ابعاد عملکردی کارت ارزیابی متوازن مورد قیاس واقع شده و میزان تاثیرات دانش مشتریان بر هر یک ابعاد مذکور مشخص خواهند شد.

۴- تجزیه و تحلیل داده ها

۴-۱- کد گذاری باز

فرآیند کد گذاری باز، نخستین گام در اجرای تحلیل داده های حاصل از مصاحبه هاست. در این مرحله، فرآیند شناسایی مفاهیم، ابعاد و ویژگی های یک پدیده شناسایی می شوند. همانگونه که در فوق نیز بدان اشاره شد، در پژوهش حاضر، با انجام مصاحبه از ۱۶ تن از خبرگان آگاه و مدیران فعال در حوزه تأمین اجتماعی تعداد ۲۲۹ کد اولیه بدست آمد که در ۶۳ مقوله فرعی و ۳ مقوله اصلی تفکیک و دسته بندی شدند. فرآیند کد گذاری باز پژوهش حاضر در جدول ۴ ارائه شده است:

جدول ۴- فرآیند کد گذاری باز (تعیین مقوله های اصلی، فرعی و مفاهیم)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم	فراوانی کدهای باز
------------	------------	--------	-------------------

		۱	بهره بردن از منابع انسانی خوش فکر		
		۸	وجوب بانک اطلاعاتی برای بلوغ دانش		
		۹	وجوب آموزش برای بلوغ دانش		
		۲	وجوب فرهنگ سازی برای بلوغ دانش		
	۱۲	۲	دادن آموزش های امنیتی به مشتریان برای توسعه بازار	توسعه بازار	
		۱	تبلیغات		
		۲	بالا بردن کیفیت محصول برای توسعه بازار		
		۵	شناخت بازار مشتری		
		۲	تبلیغ به واسطه دانش کنندگان		
	۱۳	۲	مطالعه	دانش فنی	
		۲	جذب دانش		
		۵	استفاده از دانش شبکه همکاران		
		۲	استفاده از تجارب		
		۱	مباحثه های فنی		
		۱	روش استاد-شاگردی		
	۱۶	۱۰	کاهش زمان ایده تا محصول با دانش مشتری	کاهش زمان ایده تا محصول	
		۲	استفاده از فناوری نوین برای کاهش زمان ایده تا محصول		
		۲	نسخه گذاری محصول و ارائه		

			سازمان به واسطه دانش مراجعه کنندگان		
		۵	امکان سنجی با استفاده از دانش مراجعه کنندگان		
		۲	جلوگیری از دوباره کاری به کمک دانش مراجعه کنندگان		
	۱۰	۱	کاهش هزینه سیستم اطلاعاتی دانش مراجعه کنندگان	کاهش هزینه	
		۱	معرفی تأمین کنندگان		
		۶	کاهش هزینه به روش تست از سوی مراجعه کنندگان		
	۱۹	۳	شرایط محیطی مناسب برای ارائه ایده	ایده	
		۱	طوفان فکری		
		۵	خرید ایده		
		۷	ارتباط ایده با بلوغ دانش		
		۲	استفاده از ایده های موجود		
		۱	وجوب فکر باز برای ایده پردازی		
	۳۴	۳	برگزاری سمینارها	بلوغ دانش	
		۸	وجوب انگیزش نیروی انسانی برای بلوغ دانش		
		۳	وجوب فرایند دانش محور برای بلوغ دانش		

		۲	همه گیر بودن صنعت		
--	--	---	----------------------	--	--

سه مقوله اصلی دانش مراجعه کنندگان، عملکرد شرکت و زمینه‌های صنعت مؤثر بر عملکرد، در فرآیند کدگذاری باز مورد شناسایی واقع شدند. سپس برای مقوله دانش که یکی از مقولات اصلی پژوهش حاضر بوده است، ۵ مقوله فرعی که شامل ۴۱ کدباز بوده است شناسایی شدند. این مقولات فرعی پنجگانه شامل: دانش برای مراجعه کنندگان، کسب دانش برای مراجعه کنندگان، بلوغ دانشی مراجعه کنندگان، ایده پردازی مراجعه کنندگان و دانش از مشتری بوده‌اند. مقوله اصلی دوم، عملکرد بوده است که شامل ۱۴۸ کد باز و ۸ مقوله فرعی شامل: توسعه محصول، کاهش هزینه‌ها، ایده‌ها، کاهش زمان ایده تا تولید محصول، وفاداری مراجعه کنندگان، بلوغ دانش، توسعه بازار و دانش فنی بوده است. سومین مقوله اصلی، زمینه‌های صنعت بوده است که دارای ۴۰ کد باز و ۳ مقوله فرعی شامل: مشخصات خدمات‌رسانی، مشخصات محیطی و مشخصات بازار بوده است.

فرایند گردآوری اطلاعات و سپس تجزیه و تحلیل آنها تا بدست آمدن کفایت نظری ادامه یافت. در واقع هنگامی که محقق از بطن مصاحبه‌ها به مفاهیمی تکراری و مشابه دست یافته و نیز تغییری در فرآیند مقولات و مفاهیم نوین ایجاد نشود، فرآیند اشباع نظری یا کفایت نظری ایجاد می‌شود. جدول ۵ چگونگی فرآیند ایجاد مفاهیم جدید و نحوه ایجاد اشباع نظری در پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

جدول ۵. فرایند ایجاد مفاهیم و مقوله‌ها تا ایجاد کفایت نظری

تکمیل مقوله‌های اصلی	۱	۰	۰	۰	۰
تکمیل مقوله‌های فرعی	۱	۴	۰	۰	۰
تکمیل مفاهیم	۱	۱۵	۵	۱۰	۴
تعداد مقوله‌های اصلی	۴	۴	۴	۴	۴
تعداد مقوله‌های فرعی	۱۲	۱۴	۱۱	۱۴	۱۲
تعداد مفاهیم	۲۷	۲۵	۱۷	۲۵	۲۶
فراوانی کدهای باز	۳۷	۴۰	۱۸	۳۴	۳۴
مصاحبه	۱	۲	۳	۴	۵

			محصول اولیه به بازار	وفاداری مراجعه کنندگان	
		۲	برون سپاری هوشمند		
	۸	۲	ارتباط دانش مراجعه کنندگان و وفاداری		
		۴	ارائه محصول با کیفیت برای وفاداری مشتری		
		۲	تعهد به مراجعه کنندگان و جامعه		
۴۰	۲۷	۲	تنوع خدمات و محصولات	مشخصات خدمات رسانی	زمینه های صنعت مؤثر بر عملکرد
		۶	ترکیب خدمات و محصولات		
		۲	بالا بودن زمان توسعه محصول		
		۲	بومی بودن صنعت		
		۲	بالا بودن هزینه تولید و پژوهش		
		۳	کوتاهی طول عمر محصول		
		۱	نسخه برداری راحت محصولات از سوی رقا		
		۹	پیچیدگی فناوری		
	۸	۳	تفاوت محیط کاری با دیگر صنایع	مشخصات محیطی	
		۳	نیاز به تخصص زیاد نیروی انسانی		
		۲	اهمیت صنعت در سطح کشور		
	۵	۱	فعال نشدن بازارهای B2C	مشخصات بازار	
۲		بازار بالقوه بزرگ در آینده			

براساس هدف مقاله و کدگذاری باز انجام شده، کدگذاری محوری انجام پذیرفت.

۳-۴- کدگذاری انتخابی

اساساً در روش گرند تئوری، نظریه‌ها در قالب سه نوع کدگذاری بصری، مجموعه قضایا و روایت داستان دسته بندی می‌شوند. در پژوهش حاضر، یافته‌ها بر مبنای قضایا و زیرقضایای نظری، گزاره‌های حکمی و در خلال کدگذاری انتخابی بدست آمده و نقطه اتکای آن، مصاحبه‌های خبرگان استوار بوده است. چکیده‌های پرمغز از محتوای مفاهیم کدگذاری شده به صورت این قضایا بیان می‌شود:

قضیه ۱: مدیریت دانش مراجعه کنندگان در سازمان تامین اجتماعی بر عملکرد شرکت اثرگذار بوده و بهره‌برداری از دانش مراجعه کنندگان باعث رشد شاخص‌های عملکرد سازمان می‌شود.

بیشترین ارجاع مصاحبه‌های انجام شده نیز بر موضوع عملکرد سازمان تمرکز داشته است. در مصاحبه‌های انجام یافته بر تأثیر غیرمستقیم دانش مراجعه کنندگان بر عملکرد مالی تأکید شده است و مؤلفه‌های عملکرد سازمان از دانش مراجعه کنندگان اثرپذیر هستند. در مصاحبه انجام شده «الف» اشاره شده است که «به جرئت می‌توان گفت بیش از ۸۰ درصد خدمات رسانی‌ها در سازمان تامین اجتماعی ناشی از بازخورد کلی مراجعه کنندگان هست».

بنابراین، باتوجه به شرایط زمینه‌ای مشخصات خدمات رسانی در سازمان تامین اجتماعی دانش مراجعه کنندگان برای بهبود عملکرد سازمان مؤثر است. در مصاحبه «د» نیز در این خصوص بیان شده است که:

«بسیاری از ایده‌ها که بنده روی آن کار کردم، با صحبت با مراجعه کنندگان به دست آمده است. این موضوعات با استفاده از دانش و پایه علمی خود و با ترکیب با صحبت مراجعه کنندگان به دست آمده است. اصلش را از آنها گرفته‌ام. مراجعه کنندگان از صحبت عامیانه شروع می‌کند و من با دانش آن را کامل می‌کنم».

۰	۰	۲	۳	۱۱	۱۸	۲۴	۶
۰	۰	۰	۳	۱۳	۲۰	۲۲	۷
۰	۰	۰	۳	۱۰	۱۸	۲۱	۸
۰	۰	۰	۳	۹	۱۵	۲۴	۹
۰	۰	۰	۳	۱۰	۱۷	۲۰	۱۰
۰	۰	۰	۳	۶	۱۰	۱۶	۱۱
۰	۰	۱	۳	۷	۱۴	۲۲	۱۲
۰	۰	۰	۳	۳	۸	۱۶	۱۳
۰	۰	۰	۳	۵	۱۲	۱۸	۱۴
۰	۰	۲	۳	۷	۱۴	۲۰	۱۵
۰	۰	۱	۳	۹	۱۵	۲۳	۱۶

۲-۴- کدگذاری محوری

در این مرحله از پژوهش پس از کدگذاری باز، باتوجه به رویکرد پارادایمی، مقوله دانش مراجعه کنندگان به عنوان مقوله محوری (پدیده) در نظر گرفته می‌شود که اثر این پدیده بر عملکرد سازمان تامین اجتماعی سنجیده شود؛ بدین‌رو مقوله‌های فرعی دانش از مراجعه کنندگان و دانش برای مراجعه کنندگان نیز در نقش پدیده معرفی می‌شوند. پیامدهای مدنظر در این پژوهش مقوله اصلی عملکرد بوده و مقوله‌های فرعی توسعه محصول، کاهش هزینه، توسعه بازار، دانش فنی، وفاداری مراجعه کنندگان و کاهش زمان ایده تا خدمات رسانی بهتر که نمایانگر هر چهار وجه مدل کارت ارزیابی متوازن بوده، در نقش پیامد است. با این رویکرد مطابق با شکل ۱ کدگذاری محوری انجام پذیرفت. در خصوص زمینه نیز باتوجه به بررسی موضوع پژوهش در سازمان تامین اجتماعی استان مازندران اطلاعات، مقوله‌های فرعی این سازمان که شامل مشخصات خدمات رسانی، مشخصات بازار و مشخصات محیطی بوده، در نقش زمینه معرفی شد. شرایط مداخله‌گر نیز ایده است که بر راهبردهای منتج از پدیده اثر می‌گذارد. کسب دانش مراجعه کنندگان و ایده‌پردازی آنان نیز در جایگاه راهبردها معرفی شده که بر نتایج مدنظر اثرگذار است. شرایط علی اثرگذار بر پدیده دانش مراجعه کنندگان بلوغ دانش و بلوغ دانش مراجعه کنندگان است که بر سطح دانش آنان اثرگذار است. بنابراین

است. دانش دیگر، شناخت اولیه سازمان، سطح دانش فنی برای مسئولان، ساختار سازمانی، شناخت مجموعه». همچنین در مرحله امتحان محصول جدید، بهره‌برداری از دانش مراجعه کنندگان نیاز است. در مصاحبه «الف» با توجه به شرایط زمینه‌ای سازمان تامین اجتماعی به خصوص شرایط محصولات این موضوع بیان شده است: «معمولاً سازمان‌ها با ارائه نمونه اولیه با قابلیت محدود برای گروهی از مراجعه کنندگان پیش‌تاز و دریافت بازخوردهای عمیق عمل می‌کنند».

ایده‌پردازی مراجعه کنندگان با کسب ایده از آنان و استفاده از تجارب و محیط مشتری در توسعه محصول نیز مؤثر است و در ابتدای فرایند ایده تا محصول به سازمان تامین اجتماعی مؤثر است.

زیرقضیه ۱-۲: با توجه به شرایط محصول و شرایط بازار سازمان تامین اجتماعی، دانش مراجعه کنندگان بر کاهش هزینه‌ها مؤثر است و باعث کاهش هزینه‌ها می‌شود. دستیابی به دانش مراجعه کنندگان نیاز به زیرساخت و سرمایه‌گذاری دارد. بنابراین نخست به نظر می‌رسد مدیریت دانش مراجعه کنندگان باعث افزایش هزینه‌ها می‌شود، اما نتایج مدیریت دانش مراجعه کنندگان در سازمان تامین اجتماعی باعث کاهش هزینه‌ها می‌شود. جلوگیری از دوباره‌کاری‌ها یکی از مؤلفه‌های مؤثر در کاهش هزینه‌هاست. یکی دیگر از مؤلفه‌های کاهش هزینه با توجه به شرایط زمینه‌ای شرایط محصولات در سازمان تامین اجتماعی، کاهش هزینه تست از سوی مراجعه کنندگان است که در مصاحبه «د» این موضوع به صورت زیر اشاره شده است:

«انواع خدمات رسانی را به مشتری قابل اعتماد بدهیم و او ارزیابی کند و در محیط عملیاتی خوب و بد را تشخیص دهیم. هم کاهش هزینه داده‌ایم؛ یعنی رفت و برگشت محصول کم شده است و هم یک نفر را برای تست نگذاشته‌ایم».

در اینجا نیز در شرایط زمینه‌ای مشخصات خدمات در سازمان تامین اجتماعی، بهره‌برداری از دانش مراجعه کنندگان در عملکرد سازمان اشاره شده است. بدین‌رو دانش مراجعه کنندگان بر مؤلفه‌های عملکرد سازمان مؤثر بوده و این موضوع بر مؤلفه‌های مالی نیز تأثیرگذار است.

براساس این قضیه زیر قضیه‌های زیر تعریف می‌شود. زیرقضیه ۱-۱: با توجه به شرایط خدمات سازمان تامین اجتماعی، دانش مراجعه کنندگان بر توسعه خدمت رسانی اثرگذار است.

یکی از مهم‌ترین نتایج مدیریت دانش توسعه محصول است. در سازمان تامین اجتماعی نیز با توجه به شرایط زمینه‌های اعم از مشخصات خدمات رسانی که شامل تنوع خدمات رسانی، پیچیده بودن خدمت رسانی و... و مشخصات سازمان نقش دانش مراجعه کنندگان حیاتی است؛ بدین‌رو دانش مراجعه کنندگان در توسعه محصول (خدمات) در این سازمان نقش مهمی دارد. نقش دانش مراجعه کنندگان در ابتدای این فرایند تا انتهای آن بسیار مؤثر است. در گام اول دانش مراجعه کنندگان در شناسایی نیاز آنان در سازمان تامین اجتماعی نقش‌آفرین است. در مصاحبه «ب» در خصوص شناسایی نیاز مراجعه کنندگان از دانش مشتری به شرح زیر اشاره شده است:

«ما باید نیاز مراجعه کنندگان را بفهمیم؛ فقط با اصول خودمان کار نکنیم. به آنان بگوییم می‌خواهیم فلان کار را انجام بدهیم چه کار کنیم».

در ادامه در امکان‌سنجی برای توسعه محصول و خدمات نیز دانش مراجعه کنندگان اثرگذار است با توجه به شرایط زمینه‌ای سازمان تامین اجتماعی که خدمات و محصولات با یکدیگر عجین‌اند، نیاز به دانش مراجعه کنندگان بیشتر احساس می‌شود. در مصاحبه «ه» نیز این موضوع تأکید شده است.

«اولین دانش مورد نیاز شناخت شرکت است. اولین سؤال، معرفی سازمان، تعداد نیروهای خدمات و نحوه ارائه خدمات است؛ پس نخست دانش سازمانی بوده که خیلی تعیین‌کننده

شرایط زمینه‌ای محیطی این صنعت باعث می‌شود جذب دانش از مشتری در توسعه دانش فنی سازمان اثرگذار شود. در مصاحبه «ه» این مطلب بدین گونه بیان شده است:

«خیلی از دانش‌ها کلاسیک نیست. مخصوصاً در زمان ارائه خدمت با خیلی از مشکلات مواجه می‌شویم که در سازمان با آن روبه‌رو نمی‌شویم که خیلی ایده به ما می‌دهد و خیلی دانش فنی در کارکنان آن شرکت است که در حل مسئله کمک می‌کند».

زیرقضیه ۱-۶: زمان ایده تا محصول با استفاده از دانش مراجعه کنندگان در صنعت سازمان تامین اجتماعی کاهش می‌یابد. براساس مشخصات محصول این سازمان و طول عمر پایین خدمات در این صنعت زمان ایده تا محصول یکی از مؤلفه‌های مهم در عملکرد سازمان است. در این شرایط مدیران ارشد سازمان باید راهکارهایی در خصوص کاهش زمان پژوهش و توسعه ارائه دهند. بهره‌برداری از دانش مراجعه کنندگان باعث کاهش زمان ایده تا محصول شده و استفاده از دانش مراجعه کنندگان در هر مرحله از فرایند توسعه محصول باعث کاهش این زمان می‌شود. به‌طور مثال در تست نمونه خدمت رسانی این زمان را می‌توان کاهش داد. در مصاحبه «ح» این موضوع بیان شده است:

«با استفاده از دانش مراجعه کنندگان و محیط عملیاتی مشتری رفت و برگشت‌های خدمات رسانی هنگام تست محصول با مراجعه کنندگان کاهش می‌یابد»

قضیه ۲: بلوغ دانش در سازمان تامین اجتماعی بر مدیریت دانش مراجعه کنندگان اثر می‌گذارد.

باتوجه به شرایط زمینه‌ای مشخصات محیطی و مشخصات خدماتی سازمان تامین اجتماعی اعم از بومی بودن، تفاوت محیط کاری با دیگر صنایع و نیاز به تخصص زیاد نیروی انسانی برای مدیریت دانش مراجعه کنندگان، به بلوغ دانش و بلوغ دانش مراجعه کنندگان در این نیاز سازمان است. بدین منظور نیاز به بلوغ جذب دانش مراجعه کنندگان و بلوغ بهره‌برداری از دانش مشتری است. بنابراین شرکت باید بتواند دانش مراجعه کنندگان را از طرق مختلف جذب کند. جذب

زیرقضیه ۱-۳: باتوجه به شرایط بازار سازمان تامین اجتماعی، دانش مراجعه کنندگان بر توسعه بازار سازمان تامین اجتماعی اثرگذار است.

توسعه بازار باتوجه به شرایط بازار یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های عملکردی است که بر تعداد مراجعه کنندگان و به تبع آن فروش بیشتر تأثیر دارد. در این شرایط تبلیغ یکی از مؤلفه‌های اثرگذار در توسعه بازار است. بهره‌گیری مراجعه کنندگان و شناخت آنان از بازار نیز در توسعه بازار این سازمان مؤثر است. در مصاحبه «الف» این موضوع اشاره شده است.

«بسیاری از مراجعه کنندگان، مراجعه کنندگان دیگر را می‌شناسند. بهترین شیوه تبلیغ خود مراجعه کنندگان هستند. همان گونه که شبکه تولید کنندگان داریم، شبکه مشتریان نیز داریم. بعضی از مشتریان مبلغ هستند. به مشتریان دیگر زنگ می‌زنند. بعضی از مشتریان زیرمجموعه‌ای از مشتریان دارند؛ مانند سازمان‌های بزرگ».

زیرقضیه ۱-۴: برای افزایش وفاداری مراجعه کنندگان از دانش مراجعه کنندگان می‌توان بهره برد.

دانش برای مراجعه کنندگان یکی از مؤلفه‌های افزایش وفاداری است. زمانی که شما برای مراجعه کنندگان اطلاعات و دانش ارسال می‌کنید، باعث افزایش وفاداری آنان می‌شود و باتوجه به شرایط زمینه‌ای سازمان تامین اجتماعی و مشخصات خدمات رسانی و پیچیدگی، دانش برای مراجعه کنندگان از مؤلفه‌های مهم افزایش وفاداری است. در مصاحبه «ب» این موضوع اشاره شده است:

«اگر وفاداری مشتری نباشد، نمی‌توانیم با آن تجارت کنیم. برای وفاداری مشتری باید شفاف باشیم. دائماً باید اطلاعات با مشتری رد و بدل شود».

زیرقضیه ۱-۵: باتوجه به شرایط محصول صنعت سازمان تامین اجتماعی، دانش مشتری بر افزایش دانش فنی اثرگذار است. در شرایط زمینه‌ای صنعت سازمان تامین اجتماعی و مشخصات محصول نیاز به دانش فنی متناسب و به‌روز هستیم. دانش از مراجعه کنندگان در این زمینه اثرگذار است. کسب دانش مراجعه کنندگان یکی از راهبردهای ارائه شده است.

باتوجه به شرایط بازار و شرایط محصول کاهش هزینه از شاخص های مهم وجه مالی مدل کارت ارزیابی متوازن است. کاهش هزینه باعث افزایش سود، افزایش سطح بازار و مزیت رقابتی شده و عملکرد مالی سازمان را افزایش می دهد.

توسعه بازار و افزایش تعداد مراجعه کنندگان یکی از شاخص های مشتریان در مدل ارزیابی عملکرد بوده است. دانش مراجعه کنندگان در سازمان تامین اجتماعی بر توسعه این سازمان اثرگذار است و باعث افزایش مراجعه کنندگان می شود. از دیگر شاخص های وجه مشتری مدل کارت ارزیابی متوازن وفاداری مراجعه کنندگان بوده است که در این پژوهش مشخص شد دانش مشتری نیز باعث افزایش وفاداری مشتری در صنعت سازمان تامین اجتماعی می شود. در خصوص وجه نوآوری و یادگیری دانش مراجعه کنندگان در سازمان تامین اجتماعی، دانش فنی را توسعه می دهد. باتوجه به مشخصات خدمات رسانی و نیاز به فناوری پیشرفته در سازمان تامین اجتماعی، این شاخص در این سازمان مهم است. بنابراین در این پژوهش اثبات می شود که دانش مراجعه کنندگان بر هر چهار وجه عملکردی اثر می گذارد. دانش مشتری در وجه مالی بر کاهش هزینه، در وجه مشتری بر وفاداری مراجعه کنندگان و توسعه بازار، در وجه فرایندهای داخلی بر توسعه محصول و کاهش زمان ایده تا محصول و در وجه نوآوری و رشد بر دانش فنی اثر می گذارد.

۵- نتیجه گیری

در دنیای رقابتی امروز دانش مراجعه کنندگان، دارایی نامحسوس و بسیار ضروری برای هر سازمانی است. سازمانها در عصر حاضر باید عملکرد خود را در حوزه های مختلف بررسی کنند و توسعه دهند؛ بدین رو مدل کارت ارزیابی متوازن با دیدگاه جامع عملکرد کل شرکت را بررسی می کند. در این مقاله اثر دانش مراجعه کنندگان بر عملکرد سازمان تامین اجتماعی مازندران با استفاده از روش نظریه داده بنیاد بررسی شده و اثبات شد که دانش مراجعه کنندگان بر شاخص های عملکردی سازمان اثرگذار است؛ همچنین در قیاس با چارچوب کارت ارزیابی متوازن، این اثرگذاری در

دانش مشتری از عوامل علی مدیریت دانش مراجعه کنندگان است. در مصاحبه «الف» در خصوص جذب دانش مراجعه کنندگان موارد زیر بیان شد:

«اگر بلوغ دانش به یک میزان باشد که برای مراجعه کنندگان ارزش قائل باشیم که نظر بدهد، مشتری ایده هایی دارد که باید بتوانیم بگیریم. باید شرکت قبل از تحویل کالا و بعد از تحویل کالا مشتری را رصد کند».

برای افزایش بلوغ دانش نیز باید سازمان برنامه ریزی انجام دهد تا شرایط و زیرساخت های مربوطه اعم از بانک های اطلاعاتی، فرایندهای کاری مناسب، فرهنگ سازی و... بدین منظور انجام شود.

۴-۴- اثر دانش مشتری بر وجوه عملکردی کارت ارزیابی متوازن

بنابر نتایج کدگذاری محوری و انتخابی دانش مراجعه کنندگان بر شش شاخص عملکردی توسعه خدمات رسانی، کاهش هزینه، توسعه بازار، دانش فنی، کاهش زمان ایده تا محصول، وفاداری مراجعه کنندگان اثر می گذارد. براساس هدف مقاله، باتوجه به چارچوب کارت ارزیابی متوازن، این اثرگذاری بر چهار وجه فرایندهای داخلی، مالی، توسعه بازار، نوآوری و یادگیری بررسی می شود. مطابق با دستاوردهای این پژوهش دانش مراجعه کنندگان باعث توسعه محصول بیشتر در سازمان تامین اجتماعی می شود. این موضوع وجه فرایندهای داخلی مدل کارت ارزیابی متوازن است. بهبود فرایند توسعه محصول و توسعه سبد محصول یکی از شاخص های وجه فرایندهای داخلی مدل ارزیابی کارت متوازن است. همچنین دانش مراجعه کنندگان در سازمان تامین اجتماعی باعث کاهش زمان ایده تا محصول می شود. باتوجه به مشخصات خدمات رسانی در سازمان تامین اجتماعی و کوتاهی طول عمر خدمات، این شاخص از مهم ترین شاخص های عملکردی در وجه فرایندهای داخلی در این سازمان است.

دانش مراجعه کنندگان بر کاهش هزینه در سازمان تامین اجتماعی تأثیرگذار است. در سازمان تامین اجتماعی

مشخص شدن اثرگذاری دانش مراجعه کنندگان بر عملکرد سازمان باید در پژوهش‌های آینده تأثیرات متقابل دانش مراجعه کنندگان و عملکرد سازمان و چگونگی رشد و کاهش این دو مقوله در طول زمان بررسی می‌شود. همچنین پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده میزان اثرگذاری دانش مراجعه کنندگان بر وجوه عملکردی سازمان به صورت کمی اندازه‌گیری شود. مشخص شدن تأثیرات مدیریت دانش مراجعه کنندگان و بررسی آن در عملکرد، به تصمیم‌گیری سازمان‌ها در خصوص، ایجاد زیرساخت‌های لازم و افزایش سطح بلوغ کمک می‌کند.

شاخص‌های هر چهار وجه عملکردی نشان داده شد. براین اساس مدل اثرگذاری دانش مراجعه کنندگان با شرایط زمینه‌ای سازمان تامین اجتماعی ترسیم شد. در این مدل چگونگی اثرگذاری دانش مراجعه کنندگان بر عملکرد و شاخص‌های عملکردی با استفاده از شرایط زمینه‌ای سازمان تامین اجتماعی و مداخله‌گر نشان داده شد.

در این پژوهش نیز بر اهمیت تأثیر بلوغ دانش بر مدیریت دانش مراجعه کنندگان اشاره شده است؛ بدین‌رو برای اثرگذاری بیشتر دانش مراجعه کنندگان بر شاخص‌های عملکردی باید بلوغ دانش و دانش مراجعه کنندگان ارتقا یابد. سطح بلوغ دانش در سازمان تامین اجتماعی از عوامل مهم برای افزایش عملکرد است. این موضوع در مطالعات پیشین موضوع بیان نشده بود؛ بنابراین برای بهره‌بردن از اثرگذاری دانش مراجعه کنندگان بر عملکرد باید بلوغ دانش نیز در سازمان رشد کند و این شرکت‌ها باید بر افزایش بلوغ دانش هدف‌گذاری کنند. مهم‌ترین دستاورد حاصل از این پژوهش، نشان‌دادن تأثیر دانش مراجعه کنندگان بر عملکرد سازمان تامین اجتماعی و در چهار وجه براساس مدل کارت ارزیابی متوازن است. باتوجه به جامعیت و ابراز چندبعدی کارت ارزیابی متوازن و اثرگذاری دانش مشتری بر تمامی وجوه عملکرد، اهمیت مدیریت دانش مراجعه کنندگان بیش از پیش احساس می‌شود. هدف مدیریت دانش مراجعه کنندگان همکاری با مشتریان برای خلق مشترک ارزش بوده است، این ارزش برای سازمان با بهبود عملکرد در تمامی وجوه مدل کارت ارزیابی متوازن به دست می‌آید.

در مدل ارائه‌شده در این پژوهش اثر دانش مراجعه کنندگان بر شاخص‌های عملکردی را به صورت مستقیم نشان داده شده است؛ اما اثرگذاری‌های غیرمستقیم و اثرگذاری هریک از شاخص‌های عملکردی بر یکدیگر به همراه دانش مراجعه کنندگان بر شاخص عملکردی دیگر بررسی نشده است، بدین‌منظور در مطالعات دیگر می‌توان مدلی با اثرگذاری متقابل شاخص‌های عملکردی بر یکدیگر باتوجه به دانش مراجعه کنندگان ترسیم ساخت. همچنین باتوجه به

منابع

توسعه مدیریت دانش با میانجی گری ساختار سازمانی مناسب (مورد مطالعه: یک دانشگاه نظامی). سیاستگذاری دانش و پژوهش های نوین دفاعی، ۲(۲)، ۱-۲۵.

طهماسبی زاده، سیروس؛ زمانی مقدم، افسانه و حقیقی نسب، منیژه. (۱۴۰۲). اولویت بندی مولفه های کارآفرینی سازمانی در صنعت حفاری به روش ANP. دانش کارآفرینی، ۳(۱)، ۱-۱۲.

غلامعلیان، محسن؛ صفری، علی؛ مشرف جوادی، محمدحسین و تیموری، هادی. (۱۴۰۲). شناسایی پیشرانها و پیامدهای جانشین پروری سازمانی. مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۴(۵۵)، ۸۷-۱۱۳.

قاندامینی هارونی، عباس؛ صادقی ده چشمه، مهرداد؛ مشرف قهفرخی، الهه و کلدانی، سمانه. (۱۴۰۲). تاثیر دانش برند و وفاداری سازمانی بر ارزش ویژه برند مبتنی بر کارکنان با نقش میانجی فرهنگ سازمانی. مدیریت نوآفرینی، ۳(۱)، ۱۲-۳۰.

Abbas, Y., & Martinetti, A. (2023). Design for an integrated knowledge management policy for railway maintenance: An industrial synopsis. *Procedia CIRP*, (119), 521-526.

Abdollahi, A., Ghaderi, Z., & Cooper, C. (2023). The intersection between knowledge management and organizational learning in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, (55), 719-736.

Allan, J., Chipeta, G., & Chawinga, W. (2023). An analysis of knowledge management practices at Lilongwe University of agriculture and natural resources, Malawi. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 166-183.

Chen, A. (2022). The Impact of "Real life" Working Environment on Knowledge Management in Transport Organizations. *Transportation Research Procedia*, (63), 2421-2433.

امیری، فرهاد و حسینی، رضا. (۱۴۰۲). الگوی ممیزی دانش سازمانهای دفاعی جمهوری اسلامی ایران. مدیریت استاندارد و کیفیت، ۱۳(۱)، ۹۶-۱۲۸.

پرتوی نیا، پیام و خدای، سهیلا. (۱۴۰۲). بررسی تاثیر دانش کنترل فرآیندی سازمان بر عملکرد برندهای ایرانی مبتنی بر خلاقیت فردی، مدیریت راهبردی برند و ابعاد دوسوتوانی. مدیریت دانش سازمانی، ۶(۳)، ۱۷۹-۲۱۴.

رزم طلب، ناصر و خالق خواه، علی. (۱۴۰۲). طراحی مدل عملکرد سازمانی و مدیریت دانش با میانجی گری یادگیری سازمانی. مدیریت دانشگاهی، ۲(۱)، ۱-۱۵.

رزمی، زهرا و احمدی، شهلا. (۱۴۰۲). تاثیر مدیریت دانش از طریق یادگیری سازمانی بر نوآوری دیجیتال (مورد مطالعه بانک رفاه). علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۹(۳)، ۱-۲۳.

سمیع، محمدابراهیم و براتی، فرنوش. (۱۴۰۲). تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد تجاری سازی فناوری با اثر میانجی نوآوری سازمانی. بازیابی دانش و نظام های معنایی، ۱۰(۳۷)، ۱-۲۶.

شریفی، ماندانا؛ صناعی، علی و انصاری، آذرنوش. (۱۴۰۱). تاثیر مدیریت دانش مشتری بر خلق ارزش سازمانی در تجارت الکترونیک B2C. مدیریت بازرگانی، ۱۴(۲)، ۲۷۵-۲۵۴.

صادقی جعفری، جواد و فروتن کیا، مهدیه سادات. (۱۴۰۲). بررسی رابطه بین بالندگی اعضای هیات علمی و مدیریت دانش در دانشگاه شهید بهشتی. نامه آموزش عالی، ۱۶(۶۲)، ۲۶-۷.

صمیمی، مهدی؛ سلیمی، جلال الدین و جلیلی نیکو، رضا. (۱۴۰۲). طراحی الگوی تاثیر عوامل تعالی سازمانی بر

Idrees, H., Xu, J., Haider, S., & Tehseen, S. (2023). A systematic review of knowledge management and new product development projects: Trends, issues, and challenges. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(2), 94-112.

Iqbal, M., Yanuarni, E., Astuti, E. (2023). Linking knowledge management to tourism business of SMEs in aftermath of disaster: Implications for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 594-612.

Jones, E. (2023). Indigenous knowledge management practices in subsistence farming: A comprehensive evaluation. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 3(2), 543-559.

Keiser, D., Petzoldt, C., & Freitag, M. (2023). Concept and Integration of Knowledge Management in Assembly Assistance Systems. *Procedia CIRP*, (118), 940-945.

Kolendo, J., Corin, J., & Vossler, J. (2023). Taking our own medicine: Applying librarian expertise to improve organizational health through knowledge management. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(5), 1-19.

Magyari, J. (2023). Smart knowledge management driving green transformation: A comparative case study. *Smart Energy*, (7), 603-620.

Opazo-Basaez, M., Monroy-Osorio, J., Maric, J. (2023). Evaluating the effect of green technological innovations on organizational and environmental performance: A treble innovation approach. *Technovation*, (129), 1014-1026.

Reijonen, H., Alexander, W., & Norris, S. (2023). Resilience in knowledge management – the case of natural analogues in radioactive waste management. *Process Safety and Environmental Protection*, (180), 205-222.

Sabherwal, R., Steelman, Z., & Becerra-Fernandez, I. (2023). Knowledge management mechanisms and common knowledge impacts on the value of knowledge at individual and

Clemente, M., & Domingues, L. (2023). Analysis of Project Management Tools to support Knowledge Management. *Procedia Computer Science*, (219), 1769-1776.

De Jesus Soares, A., Blanco, R., Pereira, R. (2022). Creation of organizational knowledge through a model of standardization of production systems in the paper industry. *Journal of Knowledge Management*, 14(4), 26-49.

Dongling, W., Yuming, Z., Xinmin, L., Chen, J., Xiao, Y., & Chang, H. (2022) Can Inter-organizational Knowledge-Sharing Improve Enterprise Innovation Performance? The Mediator Effect of Innovation Capability and the Moderator Effect of Network Characteristics. *Journal of Frontiers in Communications*, 11(7), 406-423.

Dumitrache, I., Stefania Predescu, L., & Moisesescu, M. (2023). Collaborative Decisions in Knowledge Management for Intelligent Cyber-Enterprises. *Journal of Procedia Computer Science*, (221), 955-962.

Duque, J., Silva, F., & Godinho, A. (2023). Data Mining applied to Knowledge Management. *Procedia Computer Science*, (219), 455-461

Durst, S., Foli, S., Torre, M., & Borgia, M. (2023). Knowledge risk management in banks - An area for improving organizational performance. *Journal of Heliyon*, 9(11), 31-46.

Frey, N., Beck, J., & Hadfield, J. (2023). Western US Residents' Knowledge of Wild Free-Roaming Horses and Their Management on Federal Public Lands. *Rangeland Ecology & Management*, (92), 12-23.

Grissa, D., Andonoff, E., & Hanachi, C. (2023). Discovering and evaluating organizational knowledge from textual data: Application to crisis management. *Journal of Data & Knowledge Engineering*, (148), 225-241.

Hou, Z. (2023). Exploration the route of information integration for vehicle design: A knowledge-enhanced energy management strategy. *Energy*, (282), 1-13.

organizational levels. *International Journal of Information Management*, (72), 1044-1062.

Shehzad, M., Zhang, J., & Waseel, A. (2023). Do green entrepreneurial orientation and green knowledge management matter in the pursuit of ambidextrous green innovation: A moderated mediation model. *Journal of Cleaner Production*, (388), 1-15.

Silva Junior, C., Rigo, P., Machado, F., & Siluk, J. (2023). Analyzing intangible assets' impact on electricity sector companies through balanced scorecard and life cycle stages. *The Electricity Journal*, 36(7), 574-593.

Thomas, N. (2021). Towards agile knowledge management in an online organization. *Procedia Computer Science*, (192), 4406-4415.

Varriale, V., Cammarano, A., & Caputo, M. (2023). Knowledge management in high-tech products and customer satisfaction: The smartphone industry. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 272-288.

Yang, M., & Li, Z. (2023). The influence of green human resource management on employees' green innovation behavior: The role of green organizational commitment and knowledge sharing. *Journal of Heliyon*, 11(9), 361-379.