



Knowledge Management and Ethics: Exploring of the Knowledge Conversion in the Industrial Organization

Peyman Akhavan^{1✉}, ja'far Yazdi Moqaddam²

1- Associate Professor, Faculty of Management and Industrial Engineering, Malek Ashtar University of Technology, Tehran, Iran.

2- MSc in Business Administration, Faculty of Management and Industrial Engineering, Malek Ashtar University of Technology, Tehran, Iran.

Abstract:

Nowadays organization success and pioneering in its industry has direct relation with knowledge generation and its production speed. In addition, organizations which increase strong learning culture are effective in Knowledge Management (KM) especially introducing modern knowledge. On the other hand, ethics is important issue that leads to social welfare and industrial improvement. If this subject extends to other fields, it can be possible to express their relation with ethic philosophy which knowledge management is one of them. So, the point is connection between ethics and KM. KM resources are easily available whereas subject resources due to systematic vision and considering all ethic aspects in KM processes are rare.

In this paper, the effect of ethics on knowledge conversion process based on Nonaka and Takeuchi model has been studied. To evaluate this, the conceptual model base on subject literature was designed and research hypotheses base on conceptual model were proposed. Then to examine the hypotheses has been used from data of the ninety-four questionnaires that they were relevant to research population and also method of Structure Equation Modeling (SEM). The results showed there is a positive and meaningful relation between ethics and knowledge conversion process. Also, among the knowledge conversion process dimensions, socialization, externalization and combination have direct and meaningful connection with ethics while internalization doesn't.

Keywords: Knowledge Management, Knowledge Conversion Process, Ethics.

1. ✉Corresponding author: peyman_akv@yahoo.com
2. jafar.yazdi@gmail.com

نشریه علمی - پژوهشی بهبود مدیریت
سال هفتم، شماره ۳، پیاپی ۲۱، پاییز ۱۳۹۲
صفحات: ۲۴ - ۵

مدیریت دانش و اصول اخلاقی: واکاوی تبدیل دانش در یک سازمان صنعتی^۱

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۰/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۱۳)

پیمان اخوان^۲، جعفر یزدی مقدم^۳

چکیده

امروزه، موفقیت و پیشگام بودن سازمان‌ها در یک صنعت، با میزان دانشی که سازمان می‌تواند تولید کند، ارتباطی مستقیم دارد. از طرفی دیگر، اخلاق، موضوعی مهم و جدی است که دامنه‌ی آن به تمام حوزه‌ها کشیده شده است؛ به طوری که می‌توان از ارتباط مباحث اخلاق و آن پدیده‌ها سخن گفت. مدیریت دانش از جمله‌ی این پدیده‌ها است. این درحالی است که مطالعات بسیاری در زمینه مدیریت دانش، انجام شده است، اما بررسی این موضوع از دیدگاه اخلاقی، ناچیز است. از این رو، در مقاله حاضر به بررسی تاثیرگذاری اصول اخلاقی بر فرآیند تبدیل دانش، پرداخته شده است. در این راستا، الگو مفهومی این تحقیق، بر اساس ادبیات موضوع طراحی و بر مبنای این الگو مفهومی، فرضیه‌های تحقیق، ارائه شده است. سپس فرضیه‌های تحقیق، بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده از ۹۴ پرسشنامه و با استفاده از روش الگوسازی معادلات ساختاری، مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان دهنده‌ی وجود ارتباطی مثبت و معنادار میان اصول اخلاقی و فرآیند تبدیل دانش است. همچنین، از بین ابعاد کارکردی فرآیند تبدیل دانش، رابطه‌ی اجتماعی شدن، برونی‌سازی و ترکیب، با اصول اخلاقی مستقیم و معنادار است ولی رابطه بین اصول اخلاقی و درونی‌سازی، معنادار نیست که در این تحقیق، دلایلی مبنی بر نبود این رابطه، ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی:

مدیریت دانش، فرآیند تبدیل دانش، اصول اخلاقی

۱. با توجه به رعایت اخلاق تحقیق و توافق انجام شده، از بیان نام سازمان مورد مطالعه خودداری شده است.

۲. دانشیار دانشگاه صنعتی مالک اشتر (نویسنده مسؤل)

۳. کارشناس ارشد MBA : jafar.yazdi@gmail.com

۱) مقدمه

در عصر حاضر که عصر دانایی نامیده می‌شود، سرمایه‌های نامشهود و معنوی که همان دانش تلقی می‌شوند، به عنوان یک عامل مهم و حیاتی نگریسته می‌شوند. به بیان دیگر، سازمان‌هایی در برابر تغییرها و تحولات پیروز خواهند بود که بتوانند این سرمایه‌ی نامشهود (دانش) خود را بهبود و توسعه بخشند [۲۰]. علاوه بر این، دانشی که به‌عنوان برترین و والاترین شکل اطلاعات شناخته می‌شود، باید به شیوه‌ای مناسب مدیریت شده تا سازمان بتواند برای خود مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند [۲۵]. سازمان‌های موفق و کامیاب امروزی، سازمان‌هایی هستند که دانش جدید را خلق و یا کسب کرده و آن را به شیوه‌های کاربردی برای بهبود فعالیت‌هایشان تبدیل کرده‌اند. آنها از شیوه‌هایی نو و خلاق برای اصلاح ساختار و عملکردشان بهره برده‌اند و در نتیجه توانسته‌اند دانش خود را به گونه‌ای مناسب و موثر مدیریت کنند. از این رو، می‌توانند برای ما سرمشق و الگو باشند [۱]. اما در این میان، یکی از عوامل اصلی برای رسیدن به چنین سازمان‌ها و موفقیت در پیاده سازی سیستم‌های پشتیبان این مقوله‌ها، در نظر گرفتن موضوعات اخلاقی است. با رشد سریع فناوری، شیوه‌ی کار و زندگی انسان نیز به سرعت تغییر کرده و همراستا با این تغییرها، موضوع‌های اخلاقی روز به روز بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. اکنون نزدیک به سه دهه است که در غرب، اقتصاددان‌ها و فیلسوفان اخلاق، گفتمان‌هایی را که در دوران شکوفایی متدولوژی اثبات‌گرایی متوقف شده بود، احیا کرده‌اند. حاصل این گفتمان و تعامل به رشته‌ای کاربردی از دانش اخلاق، به نام اخلاق کسب و کار انجامید. هدف نهایی این رشته این است که کیفیت اخلاقی تصمیم‌گیری‌ها و عملکردها را در همه‌ی سطوح کسب و کار بهبود بخشد [۲۹]. همچنین اخلاق کسب و کار، مقوله‌ای کاربردی است که از تنوع گسترده نگرش‌ها و رویکردها برخوردار است [۲۷]. از طرفی دیگر در چارچوب مفاهیم الهی و اسلامی، مباحث اخلاقی از موضوعات اصلی است که مورد تاکید فراوان است زیرا در رویکرد اخلاق اسلامی، به همه‌ی ابعاد زندگی انسان توجه شده و بعد نیت درونی و درونی سازی اخلاق به شکل ویژه در نظر گرفته شده است [۱۳]. به-خصوص این که در تدوین شاخص‌های اخلاقی در این تحقیق، به رویکرد اخلاق اسلامی، توجه ویژه شده است. بنابراین مدیریت دانش، به‌ویژه فرآیند تبدیل دانش^۱ که در این فرآیند، دانش ضمنی^۲ و دانش صریح^۳ به یکدیگر تبدیل می‌شوند، موضوعاتی نظام‌مند هستند که اجرای موفقیت آمیز آنها نیازمند نگرش همه جانبه و فراگیر به عوامل درگیر آنها است که یکی از این عوامل نیروی انسانی می‌باشد [۵]. رعایت اخلاقیات از سوی نیروی انسانی به هرچه بهتر پیاده‌سازی شدن فرآیند تبدیل دانش کمک می‌نماید. این درحالی است که مطالعات انجام شده در زمینه‌ی تبدیل دانش بسیاراند، اما منابع موضوع به لحاظ داشتن نگاه نظام‌مند و در نظر گرفتن اخلاق در همه‌ی ابعاد فرآیند تبدیل دانش، دچار کمبود است. بنابراین، بررسی تاثیر اخلاق بر مدیریت دانش از مباحث نوینی است که نیاز به تحقیق در آن احساس می‌شود که این پژوهش می‌تواند دریچه‌ای تازه در فضای مطالعات مربوط به مدیریت دانش و اخلاق باز کند که جای کار بسیاری در آن مشاهده می‌شود.

^۱. Knowledge Conversion Process

^۲. Tacit Knowledge

^۳. Explicit Knowledge

بنابر آنچه گفته شد، این مقاله در پی آن است که با تحلیل و بررسی، نقش کلیدی اخلاق را در فرآیند تبدیل دانش در سازمان مورد مطالعه، تبیین نماید. در همین راستا، سوال اصلی این تحقیق به صورت زیر بیان می‌شود:

- آیا بین اصول اخلاقی و فرآیند تبدیل دانش در سازمان مورد مطالعه، رابطه‌ی معناداری وجود دارد؟

۲) مرور ادبیات تحقیق

۲-۱- مرور مبانی نظری تحقیق

در این قسمت به مبانی نظری مدیریت دانش (مفاهیم، الگوها، فرآیند تبدیل دانش و مولفه‌های آن) و مباحث اخلاقی (تعاریف، اخلاق حرفه‌ای و دیدگاه اسلام) پرداخته شده است.

۲-۱-۱- مدیریت دانش

کارل ویگ (۲۰۰۲)، بر این باور است که مدیریت دانش، یعنی «ایجاد فرآیندهای لازم برای شناسایی و جذب داده، اطلاعات و دانش‌های مورد نیاز سازمان از محیط درونی و بیرونی و انتقال آنها به تصمیم‌ها و اقدام‌های سازمان و افراد».

همچنین کرافورد^۲ (۲۰۰۵)، مدیریت دانش را به دو گونه تعریف می‌کند: «مدیریت دانش به‌عنوان هدف و مدیریت دانش به‌عنوان یک فرآیند». او معتقد است که مدیریت دانش به‌عنوان هدف، بیشتر بر تبادل دانش تاکید دارد درحالی که در مدیریت دانش به‌عنوان فرآیند، تلاش بر این است تا دانش ضمنی قابل دسترسی شود. به بیان دیگر، از مدیریت دانش در نقش فرآیند، به‌عنوان عنصر مبدل دانش، تعبیر می‌شود. در فرآیند تبدیل دانش، دانش ضمنی و دانش صریح به یکدیگر تبدیل می‌شوند.

دانش ضمنی، نوعی از دانش است که به شدت شخصی است و به دشواری شکل می‌گیرد و به‌راحتی نمی‌توان آن را در قالب‌های خاص عرضه کرد. دانش ضمنی، ماهیتی نامحسوس دارد و شامل الگوهای ذهنی، عقاید و دانش چگونگی انجام کار است. دانش ضمنی، به سادگی در قالب کلمات نمی‌گنجد.

از سوی دیگر، دانش صریح، می‌تواند در قالب زبان گفتاری و یا نوشتاری بیان شود و در نتیجه به‌راحتی قابل انتقال است. همچنین این نوع از دانش، به سادگی کسب شده، منتقل شده و مبادله می‌شود [۳۵].

در این تحقیق با توجه به نظر خبرگان، برای فرآیند تبدیل دانش، الگوی نوناکا و تاکوچی، انتخاب شده است. بر اساس الگوی نوناکا و تاکوچی، تبدیل دانش ضمنی و صریح به یکدیگر، فرآیندی چهار بعدی ایجاد می‌کند. این ابعاد شامل: اجتماعی شدن، برونی سازی، ترکیب و درونی سازی هستند و هر یک، به صورت زیر تعریف می‌شوند:

- اجتماعی شدن^۳: تبدیل دانش ضمنی به یک دانش ضمنی جدید. برای مثال: به اشتراک گذاری تجربیات بین اعضای سازمان.

- برونی سازی^۴: تبدیل دانش ضمنی به یک دانش صریح جدید. برای مثال: مستند سازی بهترین تجربیات.

^۱.Karl Wig

^۲.Crawford

^۳.Socialization

^۴. Externalization

- ترکیب^۱: تبدیل دانش صریح به یک دانش صریح جدید. برای مثال: بررسی مقالات و گزارش‌ها در یک حیطه.

- درونی سازی^۲: تبدیل دانش صریح به یک دانش ضمنی جدید. برای مثال: یادگیری از گفت و گوهای گروهی مکتوب [۲۸].

۲-۱-۲- اصول اخلاقی

بنابر تعریف، اخلاق جمع خُلق است و خُلق به معنای خوی و طبع، کیفیتی نفسانی است که باعث می‌شود افعالی که با آن کیفیت تناسب دارند، بی‌شک و تردید، از انسان صادر شوند. اخلاقیات، شاخه‌ای از فلسفه است و به دلیل آن که مربوط به هنجارهای هدایت‌گر رفتار انسانی است، به‌عنوان یک علم هنجاری مورد توجه واقع می‌شود و از این‌رو از علوم رسمی مثل ریاضیات، علوم فیزیکی مثل شیمی و فیزیک و ... مجزا و قابل تفکیک است [۶].

۲-۱-۳- مباحث اخلاقی از دیدگاه اسلام

در چارچوب مفاهیم الهی و اسلامی، مباحث اخلاقی، از موضوعات اصلی هستند، که مورد تاکید فراوان قرار گرفته‌اند. در رویکرد اخلاق اسلامی، به همه‌ی ابعاد زندگی انسان توجه شده و بُعد نیت درونی و درونی‌سازی اخلاق، به شکل ویژه‌ای در نظر گرفته شده است. به‌خصوص این‌که، برای تعیین شاخص‌های اخلاقی در این تحقیق، به اخلاق اسلامی توجه ویژه شده است و تعدادی از شاخص‌ها، بر این اساس تعیین شده‌اند. در همین راستا، به معرفی مکتب اسلام در زمینه‌ی اخلاق، از منظر علامه طباطبایی پرداخته شده است. به نظر علامه طباطبایی، علم اخلاق، عبارت است از فنی که در مورد ملکات انسانی (که مربوط به قوای نباتی و حیوانی و انسانی اوست)، با این هدف بحث می‌کند که فضائل آنها را از رذائل، جدا ساخته و معلوم کند کدام یک از ملکات نفسانی انسان خوب و فضیلت و موجب کمال اوست، و کدام یک بد و موجب نقص اوست، تا آدمی بعد از شناسایی آنها خود را به نیکی‌ها بیاراید و از زشتی‌ها دور کند و در نتیجه، اعمال نیکی را که حاصل از خوبی‌های درونی است، انجام دهد تا در اجتماع انسانی، ستایش عموم را به خود جلب نماید و سعادت علمی و عملی خود را به کمال برساند [۸].

۲-۲- مرور سوابق و پیشینه تجربی تحقیق

در این قسمت خلاصه‌ی برخی تحقیقات، که تاحدی با موضوع مورد نظر مرتبط هستند، آورده شده است: راجنیش کومار (۲۰۱۱)، در پژوهش خود یک چارچوب نظری یکپارچه از مدیریت دانش و فرهنگ سازمانی، ارائه داده است. وی ابتدا چارچوب ارزش‌های رقیب (CVF)^۳ را معرفی کرده است و سپس با توجه به نقش مهم فرهنگ اخلاق در فرآیند مدیریت دانش، چارچوب ارزش‌های رقیب را با افزودن بُعدی که نشان دهنده‌ی فرهنگ اخلاق و اعتماد است، اصلاح کرد. او در ادامه، به چارچوب تبدیل دانش پرداخته و تشابهات این دو الگو را بیان کرده است و در نهایت، با تلفیق چارچوب ارزش‌های رقیب و چارچوب تبدیل دانش، الگوی یکپارچه ارائه داده و نتیجه‌گیری کرده است که این الگو روش‌هایی را فراهم می‌کند که با کمک آنها می-

^۱. Combination

^۲. Internalization

^۳. Competing Values Framework

توان فهمید چگونه فرهنگ سازمانی، بر توسعه دانش سازمانی تاثیر می‌گذارد. عزمی (۲۰۱۰)، به بررسی موضوعات حقوقی و اخلاقی در مدیریت دانش، در مالزی پرداخته است. او در این تحقیق، به شاخص‌های اخلاقی چون رعایت مالکیت، دقت در صحت، کمک به دیگران، محرمانگی، صداقت و تعهد اشاره کرده است و ارتباط این اصول اخلاقی را با هر بعد مدیریت دانش با توجه به الگوی عمومی مدیریت دانش (خلق، سازماندهی، انتشار و به‌کارگیری دانش)، تبیین نموده است. اینکین و تی سنگ (۲۰۰۵)، نقش اخلاق را در انتقال دانش مورد بررسی قرار داده‌اند و از بین شاخص‌های اخلاقی به نقش اعتماد گروهی و سازمانی تاکید کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که اعتماد گروهی و سازمانی بر انتقال دانش تاثیر مثبت و قابل ملاحظه‌ای دارند. لنگ (۲۰۰۴)، به تاثیرگذاری اخلاق در یکپارچگی دانش پرداخته است و در این راستا بر شاخص‌های اخلاقی همچون، رعایت مالکیت معنوی، صحت دانش و صداقت، تاکید نموده است و نتیجه‌گیری کرده است که این شاخص‌های اخلاقی بر یکپارچگی دانش تاثیر مثبت و معناداری دارند. هایسمن و ویت (۲۰۰۴)، در بررسی تاثیرگذاری اخلاق در به اشتراک‌گذاری دانش، نقش کمک به دیگران و وجدان کاری را در انتشار دانش، موثر می‌دانند. چاو (۲۰۰۲)، در پژوهشی تحت عنوان تاثیر اخلاق بر خلق دانش، شاخص‌های اخلاقی مرتبط با کارکردهای مدیریت دانش شامل: اعتماد فردی، کمک به دیگران و تعهد را استخراج کرد و سپس ارتباط این اصول اخلاقی را با خلق دانش مورد بررسی قرار داد. در این تحقیق این نتیجه حاصل شد که اعتماد فردی، کمک به دیگران و تعهد بر خلق دانش، موثر هستند.

رضاییان فردویی و قاضی نوری (۱۳۸۹)، در پژوهشی تحت عنوان الگویابی نقش اخلاق در موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش، به بررسی نقش اصول اخلاقی بر وظایف فرآیند مدیریت دانش پرداخته‌اند. نتیجه‌ی تحقیق آنان نشان داده است که رابطه‌ی بین شاخص‌های اخلاقی و ابعاد کارکردی فرآیند مدیریت دانش، معنی‌دار است. بین شاخص‌هایی مانند اعتماد فردی و گروهی، صداقت، رعایت مالکیت، کمک و هالگوی، تعهد، مسئولیت‌پذیری، محرمانگی، وجدان و دقت در صحت از یک طرف و ابعاد کارکردی فرآیند مدیریت دانش، شامل خلق، سازماندهی، انتشار و به‌کارگیری دانش، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، میرزایی و همکاران (۱۳۸۸)، به بررسی نقش دانشگاه اسلامی در توسعه مدیریت دانش، پرداختند. نتایج این تحقیق حاکی از آن بود که دانشگاه اسلامی با به‌رسمیت شناختن ارزش دانش و تکریم انفاق‌کنندگان دانش و ترویج و جوب کسب دانش، می‌تواند در ایجاد و تقویت فرهنگ دانایی محور تاثیرگذار بوده و دانش‌آموختگانی هدفمند، باانگیزه و توانمند درکسب، کاربرد و انفاق دانش تربیت کند. همچنین در این پژوهش، محققین به این نتیجه رسیدند که اعتماد سازمانی و گروهی درخلق، سازماندهی، انتشار و به‌کارگیری دانش موثر و با اهمیت است. دموری و همکاران (۱۳۸۸)، در بررسی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه یزد، نقش شاخص‌های اخلاقی همچون کمک به دیگران و صداقت را بر فرآیند مدیریت دانش مورد سنجش قرار داده و نتیجه‌گیری کردند، این شاخص‌ها برخلق، انتشار و به‌کارگیری دانش، تاثیر مثبت دارند. قلی‌زاده و همکاران (۱۳۸۴)، در تحقیقی، نسبت میان فرآیند تبدیل دانش و فرهنگ سازمانی در دانشگاه فردوسی مشهد را مورد بررسی قرار دادند. دراین تحقیق فرآیند تبدیل دانش بنا به نظریه نوناکا، شامل، اجتماعی شدن، برون‌سازی، ترکیب و درونی‌سازی، تعریف شد. یافته‌های تحقیق نشان داد، میان

فرهنگ سازمانی با درونی سازی، برونی سازی و ترکیب رابطه معناداری وجود دارد، درحالی که این رابطه با اجتماعی شدن، معنی دار نیست.

در جدول شماره ۱، اصول اخلاقی که از مرور پیشینه‌ی موضوع و برخی منابع اسلامی (آیات و احادیث) استخراج شده‌اند و مشتمل بر ۲۰ شاخص است، گردآوری شده است.

جدول ۱) اصول اخلاقی به همراه منابع آنها

منبع مورد استفاده	اصول اخلاقی
لند ^۱ (۲۰۰۷)، چاو ^۲ (۲۰۰۲)	مسئولیت پذیری
هایسمن و ویت ^۳ (۲۰۰۴)	وجدان کاری
عزیمی (۲۰۱۰)، چاو (۲۰۰۲)، ناهاپیت و گوشال ^۳ (۱۹۹۸)	تعهد
جرج ^۴ (۲۰۰۸)، اینکپن ^۵ (۲۰۰۵)، هاجینگ و میشایلاوو ^۶ (۲۰۰۴)، میرزایی و سایرین (۱۳۸۸)	اعتماد گروهی
گالفورد و دراپو ^۷ (۲۰۰۳)، میرزایی و سایرین (۱۳۸۸)	اعتماد سازمانی
عزیمی (۲۰۱۰)	محرمانگی
عزیمی (۲۰۱۰)، لنگ ^۸ (۲۰۰۴)، رنکو ^۹ (۲۰۰۱)	رعایت مالکیت معنوی
عزیمی (۲۰۱۰)	دقت در صحت
عزیمی (۲۰۱۰)، لنگ (۲۰۰۴)، دموری و سایرین (۱۳۸۸)	صداقت
عزیمی (۲۰۱۰)، هایسمن و ویت (۲۰۰۴)، چاو (۲۰۰۲)، قلی زاده و سایرین (۱۳۸۴)	کمک به دیگران و هالگوی با آنها
سوره اسراء، آیه ۳۴ امام صادق (ع) (الکافی: ۲ / ۴۲ / ۱ منتخب میزان الحکمه)	وفاداری
سوره حشر، آیه ۱۸ امام علی (ع) (غررالحکم، باب دور اندیشی)	دوراندیشی
سوره بقره، آیه ۲۸۳ امام رضا (ع) (عیون اخبار الرضا، ج ۲، ص ۵۱)	امانت‌داری

^۱. Land

^۲. Huysmans, Wit

^۳. Nahapiet, S. Ghoshal

^۴. Jorge

^۵. Inkpen

^۶. Hutchings, Michailova

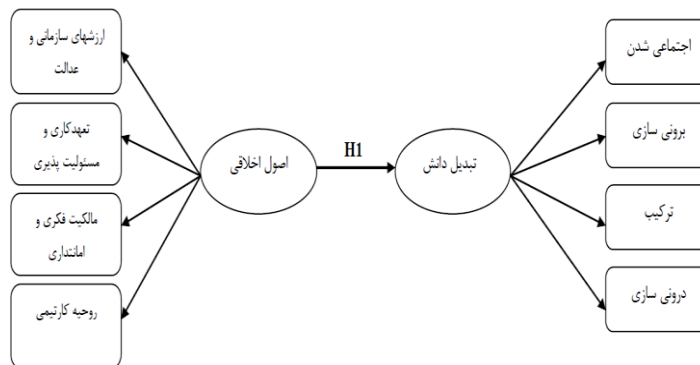
^۷. Galford, Drapeau

^۸. Lang

^۹. Renko

سوره مائده، آیه ۸ امام علی (ع) (غررالحکم، ج ۵، ص ۳۵۵، ح ۸۷۲۲)	رفتار عادلانه و بی طرفانه
امام حسن عسکری (ع) (تحف العقول، ص ۴۸۹) امام علی (ع) (غررالحکم، ج ۳، ص ۱۳۳، ح ۴۰۴۸)	تواضع و فروتنی
امام صادق (ع) (تحف العقول، ص ۳۶۶) امام حسین (ع) (ابن شعبه، ۱۳۸۴ ق، ۱۷۹)	انتقادپذیری
سوره شوری، آیه ۳۸ حضرت محمد(ص) (تحف العقول، مواعظ النبی)	مشاوره با دیگران
سوره بقره، آیه ۱۵۳ امام علی (ع) (غررالحکم، جلد ۲، حدیث ۲۵۴۲)	بردباری و استقامت در کارها
امام علی (ع) (غررالحکم، ج ۳، ص ۲۶۹، ح ۴۴۵۳) امام صادق(ع) (نهج الفصاحه، ح ۱۲۸۱)	حسن رفتار و گشاده رویی
امام علی (ع) (غررالحکم، حدیث ۷۶۴۵) امام علی (ع) (نهج البلاغه، نامه ۵۳)	خود کنترلی

در نهایت بر اساس ادبیات موضوع، الگوی مفهومی این تحقیق به گونه‌ای که در شکل ۱، نشان داده شده است، ارائه می‌شود. در این الگو، اصول اخلاقی به عنوان متغیر مستقل و فرآیند تبدیل دانش به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. در ادامه، شاخص‌های اخلاقی ۲۰ گانه، که از ادبیات موضوع و منابع اسلامی استخراج شده‌اند، با روش تحلیل عاملی دسته‌بندی شده‌اند که نتایج این دسته‌بندی، در جدول‌های ۲ و ۳، ارائه شده است.



شکل (۱) الگوی مفهومی تحقیق

۳) روش شناسی تحقیق

تحقیق مورد نظر از نظر هدف، کاربردی است و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نظر ارتباط میان متغیرهای تحقیق، از نوع همبستگی است. روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایشی است. هدف این مقاله آن است که با تحلیل و بررسی، نقش اصول اخلاق را بر فرآیند تبدیل دانش تبیین نماید. در همین راستا فرضیه‌های تحقیق به صورت زیر ارائه شده‌اند:

فرضیه اصلی:

۱- بین اصول اخلاقی و فرآیند تبدیل دانش در سازمان مورد مطالعه، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. فرضیه‌های فرعی:

۱-۱ بین اصول اخلاقی و اجتماعی شدن در سازمان مورد مطالعه، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

۲-۱ بین اصول اخلاقی و برونی سازی در سازمان مورد مطالعه، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

۳-۱ بین اصول اخلاقی و ترکیب در سازمان مورد مطالعه، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

۴-۱ بین اصول اخلاقی و درونی سازی در سازمان مورد مطالعه، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

۳-۱- ابزار گردآوری داده‌ها

به منظور بررسی ارتباط بین اصول اخلاقی و فرآیند تبدیل دانش، داده‌های مورد نیاز از طریق ابزار پرسشنامه گردآوری شدند. این پرسشنامه شامل ۲۸ سوال است، قسمت تبدیل دانش شامل ۸ سوال و اصول اخلاقی هم شامل ۲۰ سوال است، مقیاس مورد استفاده در این پرسشنامه نیز مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت است. همان طور که در قسمت قبل اشاره شد، به دلیل تعدد شاخص‌های اخلاقی، این شاخص‌ها دسته‌بندی شدند. این کار با استفاده از نرم‌افزار SPSS.۱۹ و تحلیل عاملی داده‌های اصول اخلاقی انجام شد. در انجام تحلیل عاملی ابتدا باید مشخص شود که داده‌های مورد نظر را می‌توان به منظور تحلیل مورد استفاده قرار داد یا خیر، بدین منظور، از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود.

شاخص KMO، مشخص می‌کند که آیا واریانس متغیرهای تحقیق، تحت تاثیر واریانس مشترک برخی عامل‌های پنهانی و اساسی هست یا خیر. اگر مقدار این شاخص نزدیک به یک باشد داده‌های مورد نظر برای تحلیل عاملی مناسب هستند و در غیر این صورت (معمولاً کمتر از ۰/۶)، نتایج تحلیل عاملی برای داده‌های مورد نظر چندان مناسب نیست.

آزمون بارتلت بررسی می‌کند که چه هنگام ماتریس همبستگی، شناخته شده است و بنابراین برای شناسایی و تعریف عامل‌های جدید مناسب نیست. اگر سطح معنی‌داری آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۵ درصد باشد تحلیل عاملی برای شناسایی عامل‌های جدید مناسب است زیرا فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی رد می‌شود [۱۲].

نتایج این آزمون‌ها در جدول ۲، آمده شده است. همان طور که در جدول زیر مشاهده می‌شود مقدار شاخص KMO، برابر با ۰/۸۲۷ است. بنابراین تعداد پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار آماره آزمون بارتلت (۱۰۸۵/۶۴۹) که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵، معنی‌دار است و نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی عامل‌های جدید مناسب است.

جدول ۲- آزمون بارتلت و شاخص KMO

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.۸۲۷
Bartlett's Test of Sphericity	۱۰۸۵,۶۴
Approx. Chi-Square	۹
df	۱۹۰
Sig.	.۰۰۰

در این مرحله، برای کاهش پراکندگی داده‌ها و کمتر شدن اثر داده‌های غیر قابل استفاده و در نتیجه دسته‌بندی بهتر شاخص‌های اخلاقی، چرخش داده‌ها توسط روش واریمکس^۱، انجام شد که نتایج آن در جدول ۳ آمده است. هر چقدر مقدار قدر مطلق این ضرایب بیشتر باشد، عامل مربوط به آن، نقش بیشتری در کل تغییرات متغیر مورد نظر دارد و آن شاخص در دسته آن عامل قرار می‌گیرد.

^۱ Varimax

جدول ۳- ماتریس چرخیده شده شاخص های اخلاقی

Question	Factors			
	۱	۲	۳	۴
Q۹	.۱۲۷	.۸۴۷	.۰۶۳	.۰۵۳
Q۱۰	.۰۵۴	.۸۶۴	.۰۸۶	.۱۸۰
Q۱۱	.۰۵۷	.۸۴۷	.۱۴۵	.۲۱۸
Q۱۲	.۳۵۰	.۶۳۶	.۲۱۲	.۰۱۴
Q۱۳	.۴۰۷	.۴۹۲	.۰۱۶	.۱۱۳
Q۱۴	.۶۱۸	.۲۳۵	.۲۲۶	.۲۸۵
Q۱۵	.۶۶۹	.۱۷۹	.۲۲۳	.۲۵۳
Q۱۶	.۳۱۳	.۳۲۳	.۳۲۷	.۱۹۶
Q۱۷	.۱۵۴	.۰۴۲	.۶۹۷	.۰۷۱
Q۱۸	.۱۵۱	.۳۳۳	.۷۶۷	.۰۴۴
Q۱۹	.۲۴۶	.۰۲۱	.۷۷۳	.۱۹۲
Q۲۰	.۷۴۸	.۱۴۶	.۲۹۷	.۱۵۹
Q۲۱	.۶۲۸	.۱۰۵	.۲۱۸	.۳۴۰
Q۲۲	.۶۰۴	.۲۳۸	.۲۶۰	.۱۸۲
Q۲۳	.۷۸۰	.۰۱۸	.۰۴۵	.۲۶۶
Q۲۴	.۴۳۳	.۱۹۵	.۳۷۰	.۵۰۱
Q۲۵	.۶۲۱	.۱۴۳	.۱۵۰	.۳۹۳
Q۲۶	.۳۵۴	.۱۵۰	.۰۷۲	.۶۸۸
Q۲۷	.۲۴۹	.۲۱۹	.۲۱۶	.۷۴۱
Q۲۸	.۳۳۴	.۱۱۹	.۰۲۶	.۷۵۳

بدین ترتیب شاخص های اخلاقی ۲۰ گانه، در چهار بعد دسته بندی شده و سپس هر کدام از ابعاد نام گذاری شد که نتایج آن در جدول ۴ گردآوری شده است.

جدول ۴- دسته بندی اصول اخلاقی

شاخص ها	ابعاد	ردیف
اعتماد گروهی اعتماد سازمانی صداقت رفتار عادلانه بی طرفانه تواضع و فروتنی انتقادپذیری بردباری و استقامت در کارها	ارزش‌های سازمانی و عدالت	۱
مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی وجدان کاری تعهد وفاداری دوراندیشی	تعهدکاری و مسئولیت‌پذیری	۲
محرمانگی رعایت مالکیت معنوی امانتداری دقت در صحت	مالکیت فکری و امانت‌داری	۳
مشاوره با دیگران در کارها حسن رفتار و گشاده رویی کمک و هالگوی با دیگران خود کنترلی	روحیه کار تیمی	۴

۳-۲- روایی و پایایی ابزار سنجش

برای بررسی روایی پرسشنامه‌ها، با خبرگان در این زمینه مصاحبه شد که صحت و روایی پرسشنامه را تایید کردند. همچنین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار SPSS.۱۹ محاسبه گردید که نتایج آن در جدول زیر آورده شده است:

جدول ۵- پایایی پرسشنامه

سوالات	آلفای کرونباخ
فرآیند تبدیل دانش	۰/۶۶۲
اصول اخلاقی	۰/۹۱۴
کل پرسشنامه	۰/۹۰۰

میزان پایایی پرسشنامه بر مبنای آن‌چه در جدول ۵ نشان داده شد، قابل قبول است لذا ابزار این پژوهش از اعتبار کافی و خوبی به‌منظور انجام تحلیل‌های آماری برخوردار است.

۳-۳- جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل همه‌ی کارشناسان و مدیران گروه‌های صنعتی یک سازمان صنعتی- دفاعی است که در دوره‌های آموزشی مدیریت دانش شرکت کرده‌اند و تعداد آنها ۱۱۰ نفر است. در تحقیق حاضر از مجموع پرسشنامه‌های توزیع شده، ۱۰۱ پرسشنامه به محقق برگشت داده شد که از این تعداد، ۹۴ پرسشنامه که کامل بودند مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

۳-۳-۱- توصیف آماری جامعه

همان‌طور که در قسمت قبل بیان شد، تعداد ۹۴ نفر از کارشناسان و مدیران این سازمان، حجم نمونه را تشکیل داده‌اند که اطلاعات دموگرافیک آنها در جدول ۶ آورده شده است:

جدول ۶- اطلاعات دموگرافیک کارکنان

عنوان شغلی				تحصیلات				سابقه کار				سن			
کارشناس	سرپرست	مدیر	معاون	کارشناسی ارشد	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دیگری	زیر ۵ سال	۵-۱۰ سال	۱۰-۱۵ سال	بالای ۱۵ سال	زیر ۲۰ سال	۲۰-۲۵ سال	۲۵-۳۰ سال	بالای ۳۰ سال
۴۸	۱۷	۲۸	۱	۱۲	۶۰	۲۲	۰	۱۸	۳۲	۱۹	۲۵	۱۸	۳۵	۲۴	۱۷
۵۱٪	۱۸٪	۳۰٪	۱٪	۱۳٪	۶۴٪	۲۳٪	۰٪	۱۹٪	۳۴٪	۲۰٪	۲۷٪	۱۹٪	۳۷٪	۲۶٪	۱۸٪

روش تحلیل داده‌ها

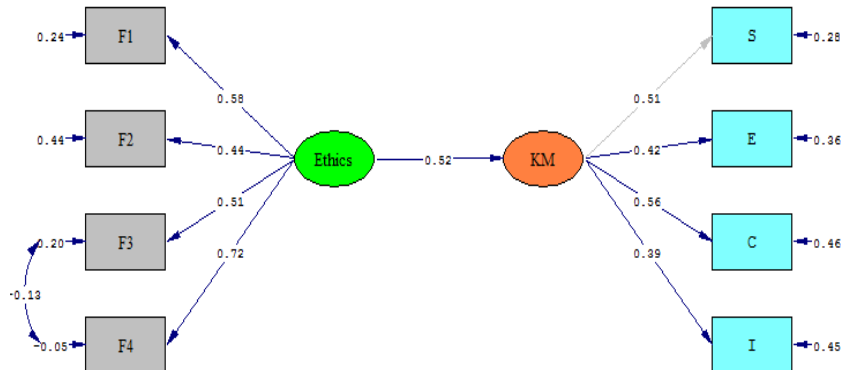
در این تحقیق از معادلات ساختاری استفاده شده است، بدین ترتیب که رابطه اخلاق و تبدیل دانش از طریق ضریب استاندارد و عدد معناداری با نرم افزار لیزرل^۱ مورد سنجش قرار گرفته است. همچنین برای بررسی روابط بین اصول اخلاقی و ابعاد فرآیند تبدیل دانش از رگرسیون خطی در قالب نرم افزار SPSS، استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

الگو ساختاری

در شکل ذیل، الگو در حالت تخمین استاندارد (ضرایب استاندارد) و ضرایب معناداری نشان داده شده است. همچنین در الگو ارایه شده، ابعاد اصول اخلاقی با F_۱-F_۴ و ابعاد فرآیند تبدیل دانش با S, E, C, I، نمایش داده شده‌اند (شکل ۲).

لازم به ذکر است، در الگوسازی معادله ساختاری، سازه‌های پنهان اندازه‌گیری، که معمولاً با شکل بیضی نمایش داده می‌شوند، از طریق متغیرهای آشکار که عمدتاً با شکل مستطیل نشان داده می‌شوند و با کمک بارهای عاملی، در الگو نشان داده می‌شوند. در روش الگوسازی معادله ساختاری برای هر یک از متغیرهای مشاهده شده یک خطای اندازه‌گیری و برای هر یک از متغیرهای پنهان یک خطای ساختاری در نظر گرفته می‌شود و از این رو هر چند مقادیر محاسبه شده نسبت به روش‌های قدیمی کمتر است با این حال نتایج دقیق‌تری به دست می‌آید [۹].



شکل ۲) الگوی ساختاری تحقیق

برازش الگو

برخی از مهم‌ترین شاخص‌های کلی برازش الگو عبارت‌اند از: کای اسکوئر بر درجه آزادی (χ^2/df)، شاخص نکویی برازش (GFI)، شاخص نکویی برازش اصلاح شده (AGFI)، شاخص ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده (RMR)، و شاخص ریشه میانگین مربعات برآورد (RMSEA)، مقادیر به دست آمده در نرم‌افزار لیزرل نشان

^۱Lisrel

می‌دهد که الگو مفهومی تحقیق از برازش خوبی برخوردار است. نتایج مربوط به برازش این الگو در جدول ۷، آمده است.

جدول ۷- شاخص‌های برازش الگو

شاخص برازش	شاخص برازش محاسبه شده	شاخص برازش قابل قبول	نتیجه
χ^2/df	۱/۹۱	زیر ۴ باشد	مناسب
RMSEA	۰/۰۶۹	کم‌تر از ۰/۰۵ یا بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸	مناسب
GFI	۰/۹۴	بالای ۰/۹۰	مناسب
AGFI	۰/۹۲	بالای ۰/۹۰	مناسب
RMR	۰/۰۳۹	نزدیک به صفر	مناسب

۳-۳-۲- آزمون فرضیه‌ها

در این الگو، برای آزمون فرضیه اصلی تحقیق، فرضیه H_1 ، به صورت زیر تعریف می‌شود:

H_1 : بین اصول اخلاقی و فرآیند تبدیل دانش، رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

برای تایید یا رد فرضیه از ضریب استاندارد استفاده شده و همچنین سطح خطا ۵ درصد در نظر گرفته شده است.

با توجه به شکل ۲ مشاهده می‌شود که ضریب استاندارد بین دو متغیر اصول اخلاقی و فرآیند تبدیل دانش برابر ۰/۵۲ بوده، بنابراین فرضیه H_1 ، تایید می‌شود.

همچنین در مرحله بعد، به منظور آزمون فرضیه‌های فرعی تحقیق، از رگرسیون استفاده گردید. در همین راستا رگرسیون خطی بین اصول اخلاقی به عنوان متغیر مستقل و هریک از ابعاد فرآیند تبدیل دانش به عنوان متغیر وابسته، به طور جداگانه محاسبه شد. البته در این روابط، اصول اخلاقی به صورت میانگین ابعاد اخلاقی (F_1-F_4) در نظر گرفته شده است. همچنین برای همه روابط سطح خطا ۵٪، است. نتایج مربوط به تحلیل رگرسیون در جدول‌های زیر ارایه شده است:

جدول ۸- ضرایب رگرسیون با متغیر اجتماعی شدن

الگو	ضرایب رگرسیون استاندارد نشده		ضرایب رگرسیون استاندارد	t	معناداری (sig)
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۲/۲۵۳	۰/۳۵۳	-	۴/۵۸۷	۰/۰۰۰
اصول اخلاقی	۰/۳۹۲	۰/۱۱۰	۰/۴۴۸	۳/۵۶۳	۰/۰۰۱

جدول ۹- ضرایب رگرسیون با متغیر برونی سازی

الگو	ضرایب رگرسیون استاندارد نشده		ضرایب رگرسیون استاندارد	t	معناداری (sig)
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۲/۲۷۵	۰/۴۰۸	-	۴/۵۷۲	۰/۰۰۰
اصول اخلاقی	۰/۲۹۱	۰/۱۲۷	۰/۳۲۲	۲/۲۸۵	۰/۰۲۵

جدول ۱۰- ضرایب رگرسیون با متغیر ترکیب

الگو	ضرایب رگرسیون استاندارد نشده		ضرایب رگرسیون استاندارد	t	معناداری (sig)
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۱/۶۵۹	۰/۴۶۰	-	۳/۶۰۳	۰/۰۰۱
اصول اخلاقی	۰/۵۴۵	۰/۱۴۴	۰/۴۷۶	۳/۷۹۷	۰/۰۰۰

جدول ۱۱- ضرایب رگرسیون با متغیر درونی سازی

الگو	ضرایب رگرسیون استاندارد نشده		ضرایب رگرسیون استاندارد	t	معناداری (sig)
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۲/۷۳۸	۰/۴۴۱	-	۴/۲۰۱	۰/۰۰۰
اصول اخلاقی	۰/۱۹۳	۰/۱۳۸	۰/۱۴۴	۱/۴۰۰	۰/۱۶۵

با انجام تحلیل رگرسیون و با توجه به این که مقدار معناداری (Sig) برای ضریب رگرسیون با متغیرهای وابسته اجتماعی شدن، برونی سازی و ترکیب، کمتر از ۰/۰۵، شده است و با وجود مقادیر مثبت B و BETA برای این متغیرها، نتیجه می شود که فرضیه های ۱-۱، ۲-۱، ۳-۱، تایید شده است ولی از آن جایی که مقدار Sig برای متغیر درونی سازی برابر ۰/۱۶۵ شده است، در نتیجه فرضیه ۴-۱، رد می شود.

۴) بحث و بررسی

بر مبنای الگو مفهومی تحقیق و الگوسازی معادله ساختاری، یافته ها حاکی از آن است که از بین ابعاد کارکردی فرآیند تبدیل دانش، رابطه اجتماعی شدن، برونی سازی و ترکیب، با اصول اخلاقی مستقیم و معنادار است، در حالی که رابطه بین اصول اخلاقی و درونی سازی، معنادار نیست. همچنین با توجه به یافته های پژوهش، می توان گفت: بین اصول اخلاقی و فرآیند تبدیل دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتیجه ی دیگری که از پژوهش حاضر حاصل می شود، این است که از بین ابعاد فرآیند تبدیل دانش، "ترکیب" بیشترین تاثیر پذیری را از اصول اخلاقی مورد نظر داشته و بعد از آن به ترتیب اجتماعی شدن و برونی سازی، از اصول اخلاقی تاثیر پذیرفته اند ولی درونی سازی از اصول اخلاقی تاثیر خاصی نپذیرفته است. در ادامه با توجه به ویژگی ها و اقتضائات سازمان مورد مطالعه، نتایج به دست آمده به بحث گذاشته می شود. به دلیل برخی ویژگی های سازمان مورد مطالعه، تبدیل انواع دانش، ضمنی و صریح به دانش صریح و ثبت و ذخیره سازی آن، از اهمیت بالایی برخوردار است. همچنین در این سازمان، جمع آوری دانش صریح افراد، تیم ها و گروه ها و دسته بندی و طبقه بندی و ذخیره سازی آن به منظور حفاظت از این دانش ها و نیز بررسی و تحلیل این منابع دانشی، برای تولید و توسعه محصولات جدید، بسیار مورد تاکید است. در نتیجه، ترکیب، که تبدیل یک دانش صریح به دانش صریح جدید است، بسیار مورد توجه است. همچنین اصول اخلاقی به ویژه شاخص هایی همانند: محرمانگی، رعایت مالکیت معنوی، امانت داری، دقت در صحت و اعتماد می تواند نقش زیادی در ترغیب کارکنان و حتی جدیت سازمان برای حرکت از دانش آشکار شخصی به دانش آشکار در سطح گروهی و سازمانی و ذخیره سازی آن داشته باشد. شاید بتوان گفت بنا بر همین دلایل است که در سازمان مورد مطالعه، ترکیب، بیشترین تاثیر پذیری را از اصول اخلاقی داشته است. در مورد اجتماعی شدن که تبدیل یک دانش ضمنی به یک دانش ضمنی جدید است، می توان گفت با توجه به تاکید سازمان بر کار تیمی و تشکیل تیم های کاری و پروژه محور و نیز اهمیت فرهنگ یادگیری در این سازمان، یادگیری افراد از همدیگر و به اشتراک گذاری تجربیات بین اعضا در سطح تیم ها و نیز در سطح سازمان، مورد تاکید است. بر این اساس، اجتماعی شدن در سازمان مورد مطالعه، از اهمیت بالایی برخوردار است. از طرفی دیگر، اجتماعی شدن بر پایه مرادفات و تعاملات اجتماعی افراد قرار دارد و بر این اساس نقش اصول اخلاقی در آن پررنگ است. به نظر می رسد، با توجه به این دلایل است که اجتماعی شدن بعد از ترکیب، بیشترین تاثیر پذیری را از اصول اخلاقی مورد نظر داشته است. همان طور که در قسمت قبل گفته شد، با توجه به تاکید سازمان بر تبدیل انواع دانش به دانش صریح و ثبت و ذخیره سازی آن، برونی سازی، که تبدیل یک دانش ضمنی به یک دانش صریح جدید است، نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. همچنین، در برونی سازی دانش، نقش اصول اخلاقی در ترغیب کارکنان به آشکار ساختن دانش خود، قابل توجه است. شاید بر اساس همین دلایل بتوان رابطه معنادار و مستقیم بین اصول اخلاقی و برونی سازی را تبیین کرد. ولی از آنجایی که برونی سازی

نسبت به تركيب، دشوارتر انجام مي‌گيرد و نيز افراد در شرايط عادي كمتر تمايل به آشكار ساختن دانش خود دارند، به نظر مي‌رسد كه بروني سازي نسبت به تركيب، از نظر تاثيرپذيري از اخلاق، جايگاه پايين تري دارد. شايد دلایلي كه بتوان براي نبود رابطه معنادار ميان دروني سازي، كه تبديل دانش صريح به يك دانش ضمنی جديد است، با اصول اخلاقی بيان نمود، اين است كه به دليل ماهيت خاص سازمان مورد مطالعه در اين تحقيق، مسائيل حفاظتي و محرمانگي اطلاعات در اين سازمان بيشتر مورد تاكيد است. لذا اطلاعات و دانش صريح و مكتوب، كمتر در اختيار كاركنان قرار مي‌گيرد تا نسبت به آنها دانش ضمنی حاصل شود. همچنين، در اين سازمان تاكيد بيشتر بر تبديل انواع دانش به دانش صريح است و بر اين اساس، ساختارهاي سازمانی نيز از دروني سازي در مقايسه با ديگر ابعاد تبديل دانش، كمتر حمايت مي‌كنند. بنا به اين دلایل است كه در سازمان مورد مطالعه به فعاليت دروني سازي نسبت به ديگر فعاليت‌هاي فرآيند تبديل دانش، كمتر پرداخته مي‌شود. از اين رو، تاثيرپذيري دروني سازي از اصول اخلاقی، كمتر خواهد بود. همچنين، در سازمان مورد مطالعه، دروني سازي بيشتر به صورت يادگيري كاركنان از مباحث مكتوب و دوره‌هاي آموزشي است كه توسط سازمان برگزار مي‌شود، در حالی كه به دليل وجود رسميت بالا در روابط كاركنان، سطح تعاملات اجتماعي ميان آنها، پايين است. بنا بر اين، در اين سازمان دروني سازي نسبت به ديگر ابعاد تبديل دانش، با تعاملات و مراودات كمتر افراد، همراه بوده و باطبع تاثيرپذيري آن از اصول اخلاقی هم كمتر است. همچنين، به نظر مي‌رسد كه فعاليت دروني سازي بيشتر جنبه‌ي دروني داشته و تحت تاثير روحيات و خليات شخصي فرد است، در حالی كه شاخص‌هاي اخلاقی مورد نظر در اين تحقيق بيشتر جنبه اجتماعي دارند. به نظر مي‌رسد بر مبنای دلایل ذكر شده بتوان، نبود رابطه‌ي معنادار ميان دروني سازي و اصول اخلاقی را توجيه نمود.

۵) نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی تاثير گذاري اخلاق بر فرآيند تبديل دانش است. نتایج اين تحقيق نشان داد كه اصول اخلاقی مورد نظر كه بر اساس الگو تحليل مسير ارايه شده‌اند، بر فرآيند تبديل دانش اثر مثبت و معناداری دارند. همچنين از ميان ابعاد كاركردي فرآيند تبديل دانش، رابطه‌ي اجتماعي شدن، بروني سازي و تركيب، با اصول اخلاقی مستقيم و معنادار است ولی رابطه ميان اصول اخلاقی و دروني سازي، معنادار نيست. همچنين با توجه به نتایج به دست آمده، مي‌توان بيان داشت كه اخلاق نيز به عنوان يك عامل كليدي موفقيت در فرآيندهاي مديريت دانش در کنار ديگر عوامل كليدي، نقش ايفا مي‌كند. همچنين، اصول اخلاقی به عنوان سرمايه‌ي اجتماعي، از مفاهيمي است كه مي‌تواند در نهايت موجب بهره وری بالاتر نیروی انسانی شود [۱]. بر اين اساس و با توجه به نتایج به دست آمده، پيشنهاده مي‌شود كه زمينه‌ي رعايت اصول اخلاقی در سازمان‌ها گسترش يابد تا سيستم‌هاي مديريت دانش با موفقيت بيشتری به كار خود بپردازند و افراد نيز در فرآيندهاي مديريت دانش مشاركت فعال تري داشته باشند. از سوی ديگر، تاكيد بر اصول اخلاقی از سوی سازمان‌ها و كاركنان مي‌تواند تبديل دانش‌هاي صريح و ضمنی به يكديگر را تسهيل كند و در نتيجه فرآيند تبديل دانش به خوبی اجرا و تكميل شود. همچنين، با توجه به نتایج تحليل فرضيه‌ها درباره‌ي سازمان مورد مطالعه، پيشنهاده مي‌شود كه با در نظر گرفتن اقتضائات موجود در سازمان، به بعد دروني سازي بيشتر پرداخته شود تا كاركنان از مباحثات گروهی مكتوب و نيز مستنداتی كه در اختيار آنها به منظور آموزش

و بهره‌برداری لازم قرار می‌گیرد، یادگیری کامل و موثری داشته باشند و در نتیجه بتوانند دانش و عملکرد خود را بهبود دهند.

در پایان پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی در این زمینه، به شرح زیر ارائه می‌شود: بررسی شاخص‌های اخلاقی در سایر الگوها و فرآیندهای مدیریت دانش و مقایسه آنها با هم، به‌عنوان یک پیشنهاد در این زمینه است که می‌تواند در آینده به آن پرداخته شود. الگوسازی اخلاق و ارائه الگویی به‌منظور اندازه‌گیری میزان رعایت اصول اخلاقی در سیستم‌های مدیریت دانش نیز از مباحث جالبی است که به‌عنوان موضوع تحقیق دیگری پیشنهاد می‌شود. همچنین در پژوهشی دیگر می‌توان، نبود رابطه معنادار بین درونی‌سازی و اصول اخلاقی را در سازمان مورد مطالعه، مورد تحلیل و بررسی دقیق قرار داد. اگر چه در این تحقیق دلایلی برای آن ارائه شد.

references:

منابع:

۱. الوانی، سیدمهدی و سیدنقوی، میرعلی، (۱۳۸۱)، "سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه‌ها"، فصلنامه مطالعات مدیریت، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۳۴.
۲. الوانی، سیدمهدی، ناطق، تهمینه و فراخی، محمد مهدی، (۱۳۸۶)، "نقش سرمایه اجتماعی در توسعه مدیریت دانش سازمانی"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال پنجم، شماره ۲.
۳. تقوی دامغانی، سید رضا، (۱۳۷۰)، "نگرشی بر مدیریت اسلامی"، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۴. خدمتی، ابوطالب، آقا پیروز، علی و شفیع، عباس، (۱۳۸۲)، "مدیریت علوی"، تهران، انتشارات پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
۵. دموری، داریوش، منصوری، حسین و طاهری، محسن، (۱۳۸۸)، "دامنه بررسی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی (از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد)"، فصلنامه دانشگاه اسلامی، شماره ۴۱.
۶. رضاییان فردویی، صدیقه و قاضی نوری، سید سپهر، (۱۳۸۹)، "الگویابی نقش اخلاق در موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش"، فصلنامه سیاست علم و فناوری، سال سوم، شماره ۲.
۷. رضی، سید شریف، (۱۳۷۹)، "نهج البلاغه"، ترجمه‌ی عبدالمحمد آیتی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۸. طباطبائی، سیدمحمدحسین، (۱۳۸۶)، "ترجمه تفسیر المیزان"، جلد یک.
۹. قاسمی، وحید، (۱۳۸۸)، "مقدمه‌ای بر الگوسازی معادله ساختاری"، تهران، نشر جامعه شناسان.
۱۰. قلی‌زاده، حسین، شعبانی، رضوان، ورکی، بختیار و مرتضوی، سعید، (۱۳۸۴)، "نسبت میان فرآیند تبدیل دانش و فرهنگ سازمانی در دانشگاه فردوسی مشهد"، دو فصلنامه مطالعات تربیتی و روانشناسی، سال ششم، شماره ۱.
۱۱. محمدی ری شهری، محمد، (۱۳۸۷)، "میزان الحکمه"، قم، انتشارات دانشکده علوم حدیث.
۱۲. مومنی، منصور، (۱۳۸۶)، "تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS"، تهران، انتشارات کتاب نو.
۱۳. میرباقری، محمد مهدی، (۱۳۸۵)، "رابطه اخلاق و فناوری اطلاعات و ارتباطات از منظر فلسفی"، مجموعه مقالات دومین همایش اخلاق و فناوری اطلاعات.
۱۴. میرزایی، فرشته، دارایی، اسماعیل و نفیسی، شادی، (۱۳۸۸)، "نقش دانشگاه اسلامی در توسعه مدیریت دانش"، فصلنامه دانشگاه اسلامی، شماره ۴۱.
۱۵. هس مر ال تی، (۱۳۸۲)، "اخلاق در مدیریت"، ترجمه‌ی اعرابی، سید محمد و ایزدی، داود، تهران، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۶. هومن، حیدرعلی، (۱۳۸۸)، "الگویابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل"، تهران، انتشارات سمت.

١٧. Azmi, I.M., (٢٠١٠), "Legal and ethical issues in knowledge management in Malaysia", journal of Computer law & security review, ٢٦, pp. ٦١-٧١.
١٨. Chua, A., (٢٠٠٢), "The influence of social interaction on knowledge creation", Journal of Intellectual Capital, ٣(٤), pp.٣٧٥-٣٩٢.
١٩. Crawford, C. B. (٢٠٠٥), "Effects of transformational leadership and organizational position on knowledge management", Journal of Knowledge Management , ٩ (٦), ٦-١٦.
٢٠. Finn, O.B. and Torgeir, D., (٢٠٠٨), "Knowledge management in software engineering: A systematic review of studied concepts, findings and research methods used", Information and Software Technology, ٥٠, pp. ١٠٥٥-١٠٦٨.
٢١. Hutchings, K. and Michailova, S., (٢٠٠٤), "Facilitating knowledge sharing in Russian and Chinese subsidiaries: the role of personal networks and group membership", Journal of Knowledge Management, ٨(٢), pp. ٨٤-٩٤.
٢٢. Inkpen, A.C. and Tsang, E.W.K., (٢٠٠٥), "Social capital, networks, and knowledge transfer", Academy of Management Review, ٣٠(١), pp. ١٤٦-١٦٥.
٢٣. J.Nahapiet, S.G., (١٩٩٨), "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", academy of Management Review, ٢٣(٢), pp. ٢٤٢-٢٦٦.
٢٤. Kumar, R, (٢٠١١), " Knowledge management and organizational culture: a theoretical integrative framework", Journal of Knowledge Management, Vol.١٥ No.٥, pp.٧٧٩-٨٨١.
٢٥. Lakshman,C., (٢٠٠٩), "Organizational knowledge leadership", The Leadership & Organization Development Journal, ٣٠ (٤), ٣٣٨-٣٦٤.
٢٦. Lang, J.C., (٢٠٠٤), "Social context and social capital as enablers of knowledge integration", Journal of Knowledge Management, ٨(٣), pp. ٨٩-١٠٥.
٢٧. Martz, W.B. and Morgan, J., (٢٠٠٧), "The Influence of Media Factors on Ethical Behavior", Proceedings of the ٤th Hawaii International Conference on System Sciences.
٢٨. Nonaka, I. and Takeuchi, H., (١٩٨٥), "The Knowledge creating Company: How Japanese Companies create the Dynamics of Innovation", Oxford University Press.
٢٩. Holden Philip, (٢٠٠٠), "Ethics Pays", Journal of Organizations & People, ٧(٣), pp. ١٧-٢٣.
٣٠. Renzl, Birgit, (٢٠٠٦)," Trust in management and knowledge sharing: The mediating effects of fear and knowledge documentation", Journal of Management Science, ٣٦(٣), pp.٢٠٦-٢٢٠.
٣١. Swenson G, Wood G. (٢٠١١), "A conceptual framework of corporate and business ethics across organizations", The Learning organization, ١٨(١), pp. ٢١-٣٥.
٣٢. Tseng, S. M. (٢٠١٠), "The correlation between organizational culture and knowledge conversion on corporate performance", Journal of Knowledge Management , ١٤ (٢), ٢٦٩-٢٨٤.
٣٣. Wig, Karl, (٢٠٠٢), "Application of Knowledge Management in Public Administration", Available from: www.egov.pl/-baza-analizy-km-pub.

۳۴. Wing S.C. and Chan, L.S., (۲۰۰۸), "Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing", Department of Finance and Decision Sciences School of Business", Journal of Information & Management, ۴۵, pp.۴۵۸-۴۶۵.
۳۵. Yang, J. T. (۲۰۰۷), "Knowledge sharing: Investigating appropriate leadership roles and collaborative culture", Tourism Management , ۲۸, ۵۳۰-۵۴۳.