بررسی توأم نقش اصول اخلاقی و مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی

دکتر پیمان اخوان، جعفر یزدی‌مقدم*

گروه مدیریت سیستم و بهره‌وری، دانشکده مدیریت و مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک‌اشتر

(تاریخ دریافت: ۹۱.۰۳.۱۷، تاریخ پذیرش: ۹۱.۰۸.۰۹)

چکیده

زمینه: عملکرد سازمانی و مدیریت دانش موضوعاتی هستند که اجرای موفقیت‌آمیز آنها نیازمند نگرش همه جانبه و فراگیر به عوامل درگیر آنها است. یکی از این عوامل اصلی، نیروی انسانی می‌باشد. رعایت اخلاقیات از سوی نیروی انسانی می‌تواند به ارتقا عملکرد سازمانی و هر چه بهتر پیاده‌سازی شدن مدیریت دانش کمک نماید. بنابراین در این مقاله به بررسی توام نقش اصول اخلاقی و مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی پرداخته شده است.

روش: تحقیق مورد نظر از جهت ارتباط بین متغیرهای تحقیق، از نوع همبستگی است. روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایشی می‌باشد. برای سنجش موضوع تحقیق، مدل مفهومی براساس ادبیات موضوع طراحی گردید و به‌منظور بررسی مدل مفهومی تحقیق از کارکنان یک سازمان صنعتی خواسته شد تا به سؤالات پرسشنامه‌ای که به همین منظور تنظیم شده بود، پاسخ دهند. برای بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق، از مدل‌سازی معادلات ساختاری، در قالب نرم‌افزار لیزرل استفاده گردیده است.

یافته‌ها: یافته‌های تحقیق نشان داد که در سازمان مورد مطالعه، بین اصول اخلاقی و عملکرد سازمانی رابطه مثبت و قوی برقرار است. همچنین رابطه‌ی بین اصول اخلاقی و فرآیند مدیریت دانش، مثبت و معنادار است ولی بین فرآیند مدیریت دانش و عملکرد سازمانی، رابطه معناداری وجود ندارد. بنابراین مشخص شد، اگر چه اصول اخلاقی به‌طور مستقیم بر عملکرد تأثیر مثبت و قوی دارد ولی با میانجی‌گری مدیریت دانش نتوانسته بر عملکرد تأثیرگذار باشد.

نتیجه‌گیری: می‌توان نتیجه گرفت، اخلاق به‌عنوان یک عامل کلیدی در ارتقا عملکرد سازمانی و نیز موفقیت فرآیندهای مدیریت دانش، در کنار دیگر عوامل مؤثر نقش ایفا می‌کند. بر این اساس، پیشنهاد می‌گردد زمینه رعایت اصول اخلاقی در سازمان‌ها، فراهم آید تا افراد در ارتقا عملکرد سازمان خود نقش بیشتر و مؤثرتری ایفا کنند و نیز در فرآیندهای مدیریت دانش مشارکت فعالتری داشته باشند.

کلید واژه‌ها: اصول اخلاقی، مدیریت دانش، عملکرد سازمانی، فرآیند مدیریت دانش

سرآغاز

دنیای پویا و متغیر امروزی، در حال ورود به اقتصاد دانش محور است. در این اقتصاد، دانش و سرمایه‌های فکری سازمان، جزء مهمترین دارایی‌های سازمانی محسوب شده و یکی از منابع حیاتی برای کسب مزیت رقابتی در سازمان ها می‌باشند(۱). علاوه‌بر این، دانش که به‌عنوان برترین و والاترین شکل اطلاعات شناخته می‌شود می‌بایست به شیوه‌ای مناسب مدیریت شده تا سازمان بتواند برای خود مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند(۲). سازمان های موفق و کامیاب امروزی، سازمان هایی هستند که دانش جدید را خلق و یا کسب کرده و آن را به شیوه های کاربردی برای بهبود فعالیت هایشان بدل 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 مؤثر مدیریت کنند. از این‌رو می‌توانند برای ما سرمشق و الگو

* نویسنده مسؤول، پست الکترونیکی: j.yazdimoghaddam@yahoo.com

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

باشند. اما در این بین، یکی از عوامل اصلی برای رسیدن به چنین سازمان‌هایی و موفقیت در پیاده‌سازی سیستم‌های پشتیبان این مقوله ها، در نظر گرفتن موضوعات اخلاقی است(۳). در واقع اخلاق، بحثی مهم و جدی است که دامنه‌ی آن به تمام حوزه‌ها کشیده شده است بطوریکه می‌توان از ارتباط مباحث اخلاق و آن پدیده‌ها سخن گفت. مدیریت دانش و عملکرد سازمانی از جمله این پدیده‌ها هستند.

مروری بر ادبیات تحقیق

مدیریت دانش[۱]

هاینس مدیریت دانش را فرایندی می‌داند که مبتنی بر چهار رکن است:

الف) محتوا: که به نوع دانش (آشکار یا نهفته بودن) مربوط می‌شود.

ب) مهارت: دستیابی به مهارت‌هایی جهت استخراج دانش.

ج) فرهنگ: فرهنگ سازمان‌ها باید مشوق توزیع دانش و اطلاعات باشد.

د) سازماندهی: سازماندهی دانش موجود(۴).

کرافورد 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 تأکید داشته درحالی که در مدیریت دانش به منزله‌ی فرآیند، تلاش بر این است تا دانش ضمنی[۲] قابل دسترسی شود. به بیان دیگر از مدیریت دانش در فرآیند به تبدیل دانش نیز تعبیر می‌شود. در چرخه تبدیل دانش، دانش ضمنی و دانش صریح[۳] به یکدیگر تبدیل می‌شوند(۵).

ینگ دانش ضمنی و دانش صریح را بدین گونه تعریف می‌کند:

دانش ضمنی نوعی از دانش است که در ذهن افراد وجود دارد. به شدت شخصی است و به راحتی نمی‌توان آن را در قالب‌های خاص عرضه کرد. دانش ضمنی ماهیتی نامحسوس داشته و شامل مدل‌های ذهنی، عقاید و دانش چگونگی انجام کار می‌باشد. دانش ضمنی به سادگی در قالب کلمات نمی‌گنجد و مستندسازی[۴] نشده است.

اما دانش صریح می‌تواند در قالب زبان گفتاری و یا نوشتاری بیان شود و در نتیجه براحتی قابل انتقال است. به سادگی کسب شده، منتقل شده و تبادل می‌شود(۶).

در این پژوهش با توجه به نظر خبرگان، برای فرآیند مدیریت دانش، الگوی نوناکا و تاکوچی انتخاب شد. طبق الگوی نوناکا و تاکوچی، تبدیل دانش ضمنی و صریح به یکدیگر فرآیندی چهار بعدی ایجاد می‌کند. این ابعاد شامل: اجتماعی شدن[۵]، برونی سازی[۶]، ترکیب[۷] و درونی سازی[۸] می‌باشند و طبق این الگو، به صورت زیر تعریف می‌شوند:

اجتماعی شدن: تبدیل دانش ضمنی به یک دانش ضمنی جدید. اجتماعی شدن همان فرایند تسهیم و تشریک ایده‌هاست، در این مرحله افراد در مورد آنچه برایشان مهم است، به گفتگو می‌نشینند و از اندیشه‌های دیگران تغذیه می‌کنند.

برونی‌سازی: تبدیل دانش ضمنی به یک دانش صریح جدید. در برونی‌سازی ایده‌ها به یک واقعیت عملی تبدیل می‌شود. در یک جو تیمی، افراد تلاش می‌کنند تا دانش ضمنی خود را آشکار سازند و نیز تصویری روشن از ایده‌های دیگران را در ذهن مجسم کنند.

ترکیب: تبدیل دانش صریح به یک دانش صریح جدید. در ترکیب، دانش آشکار در قالب مجموعه‌های گوناگونی از دانش که پیش از آن منتشر و مستند شده‌اند و یا در طی جلسات گروهی مورد بحث قرار گرفته‌اند، پردازش شده، سپس به منظور خلق دانش جدید، دسته‌بندی می‌شود.

درونی‌سازی: تبدیل دانش صریح به یک دانش ضمنی جدید. درونی‌سازی به اعضای گروه کمک می‌کند تا ایده‌های خود را درباره‌ی مسائلی که نیازمند حل و فصل می‌باشد، بیان کنند. درونی کردن این ایده‌ها در ایجاد تفاهم و توسعه یک فرهنگ یادگیری مؤثر است. این امر مستلزم تصریح دانش ضمنی آشکار شده در قالب اسناد، دستورالعمل‌ها و حکایت‌های موفق در سازمان می‌باشد(۷).

اصول اخلاقی

بنابر تعریف، اخلاق جمع خلق است و خلق به معنای خوی، طبع و سجیه، کیفیتی نفسانی است که باعث می‌شود افعالی که

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

با آن کیفیت تناسب دارند بی‌شک و تردید از انسان صادر شود. اخلاقیات شاخه‌ای از فلسفه است و بدلیل آنکه مربوط به هنجارهای هدایتگر رفتار انسانی است به‌عنوان یک علم هنجاری مورد توجه واقع می‌شود و از این‌رو از علوم رسمی مثل ریاضیات و علوم فیزیکی مثل شیمی و فیزیک، مجزا و قابل تفکیک است(۸).

با رشد سریع فناوری، شیوه کار و زندگی انسان نیز به سرعت تغییر کرده و همراستا با این تغییرها، موضوع‌های اخلاقی روز به روز بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. در این میان اخلاق فناوری اطلاعات[۹] و اخلاق کسب و کار[۱۰] از اهمیت خاصی برخوردار می‌باشند. به‌ویژه آنکه مدیریت دانش با حوزه فناوری اطلاعات و عملکرد سازمانی با حوزه کسب و کار، ارتباط تنگاتنگی دارند.

اخلاق فناوری اطلاعات موضوعی میان رشته‌ای است که در اخلاق کاربردی[۱۱] مطرح می‌شود و بحث از آن نیازمند آشنایی و تخصص در دو حوزه اخلاق و فناوری اطلاعات است. هدف از اخلاق فناوری اطلاعات آن است که به سؤالاتی پاسخ گوید که مربوط به بنیان‌های ارزشی افعال و مسئولیت‌های افراد در حوزه فناوری اطلاعات است. برخی از مفاهیمی که در حوزه فلسفه اخلاق، کاربردی خاص داشته‌اند با پیشرفت فناوری اطلاعات دچار چالش هایی شده‌اند که از آن جمله می‌توان به مفاهیم مالکیت، حریم خصوصی، آزادی‌های اساسی و مسئولیت اخلاقی، اشاره نمود(۸).

اکنون نزدیک به سه دهه است که در غرب، اقتصاددان ها و فیلسوفان اخلاق، گفتمان‌هایی را که در دوران شکوفایی متدولوژی اثبات‌گرایی متوقف شده بود، احیا کردند. 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 همه سطوح کسب و کار بهبود بخشد. همچنین اخلاق کسب و کار، نوعی اخلاق کاربردی است که مانند همه اخلاق های کاربردی، از تنوع گسترده نگرش‌ها و رویکردها برخوردار است(۹).

از طرفی دیگر در چارچوب مفاهیم الهی و اسلامی، مباحث اخلاقی از موضوعات اصلی است که مورد تأکید فراوان است. نظام اخلاق اسلامی که برگرفته از روح پیام های قرآن و رهنمودهای اولیای دین است، انسان را به‌عنوان جانشین خدا بر روی زمین، محور توجهات اخلاقی قرار می‌دهد. از این‌رو در رویکرد اخلاق اسلامی، به همه ابعاد زندگی انسان توجه شده و بعد نیت درونی و درونی‌سازی اخلاق به شکل ویژه در نظر گرفته شده است(۱۰).

عملکرد سازمانی[۱۲]

امروزه در فضای رقابتی، کسب و کارها در تلاشند تا با ایجاد مزیت رقابتی پایدار از طریق ارتقای عملکرد سازمانی، رونق یابند و خود را با تغییرات انطباق دهند. بیشتر مطالعات گذشته در زمینه‌ی عملکرد سازمانی بر مبنای عملکرد مالی[۱۳] بوده‌اند، اگرچه شاخص‌های مالی چندان با اهداف بلندمدت یک کسب و کار، همبستگی ندارند و نمی‌توانند در شرایط حاد رقابتی، مزیت برای سازمان‌ها ایجاد کنند(۱۱). بنابراین در سال ۱۹۹۴ از سوی انجمن حسابداران خبره آمریکا، پیشنهاد شد که شاخص‌های عملکردی شامل اطلاعات غیر مالی نیز باشند، این اطلاعات می‌توانند منعکس‌کننده‌ی سرمایه‌ی فکری[۱۴]، پاسخگویی اجتماعی و افزایش سطح دانش سازمانی باشند(۱۱). به منظور شناخت کامل جنبه‌های گوناگون اندازه‌گیری عملکرد سازمانی می‌بایست به تحلیل شیوه‌های مختلف عملکرد پرداخت. شاخص‌های سنتی عملکرد شاخص‌های مالی بوده‌اند، نسبت‌هایی مانند بازدهی سرمایه[۱۵] و گردش مالی. در این راستا، پژوهشگری در ۱۹۸۴ هفت بعد برای عملکرد بیان کرده است: بهره‌وری، هزینه‌ی واحد[۱۶]، قیمت، نسبت عوامل[۱۷]، نسبت هزینه[۱۸]، سبد محصول[۱۹] و تخصیص ورودی‌ها[۲۰]. همچنین یوکل در ۲۰۰۸، عملکرد را با ۳ بعد تبیین کرد که این ابعاد عبارتند از: بازدهی[۲۱]، انطباق‌پذیری[۲۲] و منابع انسانی[۲۳](۱۲). در این تحقیق، با توجه به نظر خبرگان، برای عملکرد سازمانی از مدل یوکل استفاده گردید.

مروری بر تحقیقات انجام شده

در این قسمت، خلاصه و نتایج برخی تحقیقات، که تا حدی با موضوع موردنظر مرتبط هستند، آورده شده است:

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

– ارتباط بین توانمندسازهای[۲۴] مدیریت دانش و عملکرد: در این پژوهش به بررسی نقش توانمندسازهای مدیریت دانش بر عملکرد مالی با میانجی‌گری شاخص‌های عملکردی مدیریت دانش پرداخته شده است. نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که ارتباط توانمند سازهای مدیریت دانش با شاخص‌های عملکردی مدیریت دانش نظیر استراتژی و رهبری، مثبت و معنادار بوده و همچنین ارتباط بین شاخص‌های عملکردی مدیریت دانش و شاخص‌های عملکرد مالی، مثبت و معنادار می‌باشد. بنابراین توانمندسازهای مدیریت دانش با میانجی‌گری شاخص‌های عملکردی مدیریت دانش، بر عملکرد مالی سازمان، تأثیر مثبتی دارند(۱۲).

– مدیریت دانش و عملکرد سازمانی: یک تحلیل اکتشافی[۲۵]: این مقاله ارتباط بین شاخص‌های مدیریت دانش و خروجی‌های عملکرد را بررسی می‌کند. با جستجو در ادبیات موضوع، ۱۲ شاخص برای مدیریت دانش تعیین شد. نتیجه تحقیق نشان داد که بین شاخص‌های مدیریت دانش و عملکرد سازمانی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد. همچنین عملکرد سازمانی با عملکرد مالی رابطه مستقیم و معنادار دارد. بنابراین نتیجه شد که عملکرد سازمانی به عنوان میانجی[۲۶] ارتباط بین شاخص‌های مدیریت دانش و عملکرد مالی، عمل می‌کند(۱۳).

– ارائه یک چارچوب مفهومی از شرکت و اخلاق کسب و کار در سراسر سازمان (ساختارها، فرآیندها و عملکرد): هدف از این مقاله آن است که یک چارچوب مفهومی از سازمان و اخلاق کسب و کار در سراسر بخش‌های سازمان برحسب ساختارهای اخلاقی، فرآیندهای اخلاقی و عملکرد اخلاقی ارائه دهد. چارچوب ارائه شده یک پایه برای توسعه و پالایش ارتباطات اخلاقی در سازمان فراهم می‌آورد. همچنین می‌تواند باعث همکاری و اتحاد در ارتباطات اخلاقی در سازمان‌ها شود و نیز می‌توان جهت مدیریت کردن و ارزیابی کاربردهای اخلاق کسب و کار در سازمان از آن بهره برد. بنابر این اجرای چارچوب مفهومی ارائه شده در سراسر سازمان، باعث اصلاح ساختارها و فرآیندها شده و موجب می‌شود که توانایی‌های سازمان افزایش یافته و عملکرد سازمانی ارتقا یابد(۱۴).

– مدل یابی نقش اخلاق در موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش: این پژوهش به بررسی نقش اصول اخلاقی بر وظایف فرآیند مدیریت دانش پرداخته است. البته برای فرآیند مدیریت دانش از الگوی عمومی مدیریت دانش، به دلیل سادگی و کامل بودن زوایای آن، استفاده شده است. نتیجه تحقیق نشان داد که رابطه بین شاخص‌های اخلاقی و ابعاد کارکردی فرآیند مدیریت دانش، معنادار است. بین شاخص‌هایی مانند اعتماد فردی و گروهی، صداقت، رعایت مالکیت، کمک و همدلی، تعهد، مسئولیت‌پذیری، محرمانگی، وجدان و دقت در صحت و ابعاد کارکردی فرآیند مدیریت دانش شامل خلق، سازمان دهی، انتشار و بکارگیری دانش، همبستگی وجود دارد(۱۵).

بنابر موارد گفته شده، مشخص می‌شود که در زمینه عملکرد سازمانی و مدیریت دانش، پژوهش‌های بسیاری صورت گرفته است اما منابع موضوع به لحاظ در نظر گرفتن اخلاق در همه ابعاد عملکرد سازمانی و فرآیندهای مدیریت دانش و نیز بررسی توأم ارتباط آنها با یکدیگر، دچار کمبود بسیار است. بنابراین هدف از این مقاله آن است که به بررسی توام نقش اصول اخلاقی و مدیریت دانش، بر عملکرد سازمانی بپردازد. در همین راستا سؤالات تحقیق به صورت زیر بیان می‌شود:

– آیا بین اصول اخلاقی و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد؟

– ایا میان اصول اخلاقی و فرآیند مدیریت دانش رابطه معناداری وجود دارد؟

– آیا میان فرآیند مدیریت دانش و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد؟

روش بررسی

اصول اخلاقی که از مرور پیشینه ی موضوع استخراج شده و مشتمل بر ۲۰ شاخص می‌باشد، در جدول شماره ۱ گردآوری شده است.

بدلیل تعدد شاخص‌های اخلاقی و به‌منظور بررسی بهتر و دقیق‌تر آنها، این شاخص‌ها دسته‌بندی شدند. برای این کار از نظر ۵ نفر خبره استفاده شد و با جمع‌بندی نظرات آنها، شاخص‌های اخلاقی در چهار بعد دسته‌بندی شده و این ابعاد نامگذاری شدند که نتایج آن در جدول ۲ گردآوری شده است.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

جدول۱: اصول اخلاقی به همراه مراجع آنها

ردیف	اصول اخلاقی	مراجع
۱	تعهد	(۱۶)، (۱۷)
۲	وجدان کاری	(۱۸)
۳	مسئولیت‌پذیری	(۱۹)، (۱۷)
۴	اعتماد گروهی	(۲۰)، (۲۱)، (۲۲)، (۲۳)
۵	اعتماد سازمانی	(۲۴)، (۲۳)
۶	رفتار عادلانه و بی‌طرفانه	(۲۵)، (۲۶)
۷	تواضع و فروتنی	(۲۷)، (۲۸)
۸	دور اندیشی	(۲۹)، (۳۰)
۹	صداقت	(۱۶)، (۳۱)، (۳۲)
۱۰	امانتداری	(۳۳)، (۲۸)
۱۱	مشاوره با دیگران	(۳۴)، (۲۷)
۱۲	دقت در صحت	(۱۶)
۱۳	وفاداری	(۳۵)، (۳۶)، (۲۴)، (۲۸)
۱۴	خود کنترلی	(۳۷)، (۳۸)
۱۵	محرمانگی	(۱۶)
۱۶	حسن رفتار و گشاده‌رویی	(۳۹)، (۲۷)
۱۷	کمک و همدلی با دیگران	(۱۶)، (۱۷)، (۱۸)، (۳۲)، (۴۰)
۱۸	بردباری و استقامت در کارها	(۱۹)، (۲۰)، (۴۱)
۱۹	انتقادپذیری	(۲۵)، (۴۱)
۲۰	رعایت مالکیت معنوی	(۱۶)، (۳۱)

جدول۲: دسته‌بندی اصول اخلاقی

ردیف	ابعاد	شاخص‌ها
۱	دیدگاه ارزش مدار	اعتماد گروهی، اعتماد سازمانی، صداقت، رفتار عادلانه بی‌طرفانه، تواضع و فروتنی، انتقادپذیری، بردباری و استقامت در کارها
۲	احساس همکاری و همدلی	مشاوره با دیگران در کارها، حسن رفتار و گشاده‌رویی، کمک و همدلی با دیگران، خود کنترلی
۳	نگرش مسئولانه	مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی، وجدان کاری، تعهد، وفاداری، دوراندیشی
۴	مالکیت فکری و رازداری	محرمانگی، رعایت مالکیت معنوی، امانتداری، دقت در صحت

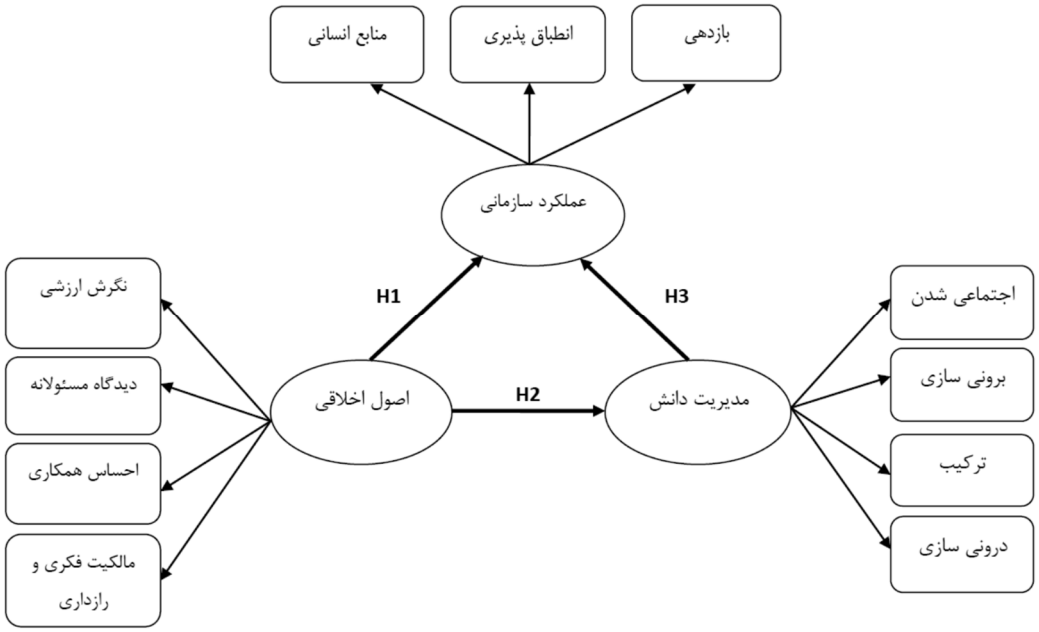
براساس ادبیات موضوع، مدل مفهومی[۲۷] این تحقیق به‌نحوی که در نگاره ۱ آمده، ارائه شده است.

همانطور که در نگاره۱ مشاهده می‌شود، اصول اخلاقی شامل ۴ بُعد می‌باشد که هر کدام از این ابعاد تعدادی شاخص اخلاقی را در بر می‌گیرند. بُعد اول اصول اخلاقی، نگرش ارزشی نام دارد و شامل شاخص‌های اعتماد گروهی و سازمانی، صداقت، رفتار عادلانه، تواضع، انتقادپذیری و استقامت در کارها می‌باشد. این شاخص‌های اخلاقی بر ارزش‌های رفتاری و کاری تأکید دارند و می‌توانند در محیط کاری و روابط افراد، به عنوان ارزش تلقی شوند. بعد دوم اصول اخلاقی

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

شاخص‌هایی همچون مسئولیت‌پذیری، وجدان کاری، تعهد، وفاداری و دوراندیشی را در بر می‌گیرد. با بررسی این شاخص‌ها مشخص می‌گردد که تمامی آنها بر مسئولیت‌پذیری و تعهد افراد در قبال وظایفشان، تأکید دارند و در مجموع می‌توان گفت این شاخص‌ها نشان‌دهنده‌ی یک دیدگاه مسئولانه می‌باشند. شاخص‌های اخلاقی شامل مشاوره با دیگران، حسن رفتار، کمک و همدلی و خود کنترلی، بعد سوم اصول اخلاقی را تشکیل می‌دهند. با توجه به اینکه این شاخص‌ها بر مشاوره و همکاری با دیگران و نیز رعایت اخلاق در همکاری و مشاوره مانند داشتن حسن رفتار و خودکنترلی تأکید دارند، می‌توان گفت این شاخص‌ها، احساس همکاری را القا می‌کنند. بعد چهارم اصول اخلاقی در این مدل، شامل شاخص‌های محرمانگی، رعایت مالکیت معنوی، امانتداری و دقت در صحت می‌باشد. با توجه به این شاخص‌ها، مشخص می‌شود که تمامی آنها بر رعایت حق مالکیت به‌ویژه مالکیت معنوی، حفظ اطلاعات و امانتدار بودن تأکید دارند و می‌توان گفت این شاخص‌ها در مجموع، مبیّن مالکیت فکری و رازداری هستند. متغیر اصلی دیگر در مدل مفهومی، عملکرد سازمانی است که بر مبنای مدل ۳ بعدی تعیین شده برای آن، شامل بازدهی، انطباق‌پذیری و منابع انسانی می‌باشد که در این پژوهش عملکرد سازمانی بر اساس این ابعاد، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است. متغیر سوم در مدل تحقیق، فرآیند مدیریت دانش است که بر اساس مدل نوناکا و تاکوچی، شامل ابعاد اجتماعی شدن، برونی‌سازی، ترکیب و درونی‌سازی است. علاوه بر این، روابط بین متغیرهای اصلی تحقیق، در مدل مفهومی با H1، H2 و H3 مشخص شده‌اند که براساس هدف پژوهش و با توجه به این روابط، فرضیه‌های تحقیق تعریف می‌شوند. همچنین در این مدل، اصول اخلاقی به عنوان متغیر مستقل و فرآیند مدیریت دانش و عملکرد سازمانی به عنوان متغیرهای وابسته در نظر گرفته شده‌اند.



نگاره۱: مدل مفهومی تحقیق

روش تحقیق

تحقیق مورد نظر از جهت هدف، کاربردی است و از نظر روش گردآوری داده‌ها، توصیفی و از حیث ارتباط بین متغیرهای تحقیق، از نوع همبستگی است. روش انجام تحقیق نیز به صورت پیمایشی می‌باشد.

براساس هدف پژوهش، فرضیه‌های تحقیق به صورت زیر ارائه می‌شوند:

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

۱. رابطه میان اصول اخلاقی و عملکرد سازمانی، مثبت و معنادار است.
۲. رابطه میان اصول اخلاقی و فرآیند مدیریت دانش، مثبت و معنادار است.
۳. رابطه میان فرآیند مدیریت دانش و عملکرد سازمانی، مثبت و معنادار است.

ابزار گردآوری داده‌ها

به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق داده‌های مورد نیاز از طریق ابزار پرسشنامه گردآوری شدند. این پرسشنامه توسط محقق تنظیم گردید. جهت تدوین پرسشنامه از پرسشنامه‌های استاندارد فرآیندهای مدیریت دانش فونگ و چوی(۴۲) و سرمایه اجتماعی[۲۸] ناهاپیت و گوشال استفاده شد(۴۳). این پرسشنامه شامل ۴۰ سؤال می‌باشد، قسمت مدیریت دانش شامل ۸ سؤال، اصول اخلاقی شامل ۲۰ سؤال و بخش عملکرد سازمانی شامل ۱۲ سؤال است. همچنین مقیاس مورد استفاده در این پرسشنامه مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت[۲۹] می‌باشد.

روایی و پایایی ابزار سنجش

برای بررسی روایی پرسشنامه، با ۶ نفر خبره در این زمینه مصاحبه شد که صحت و روایی پرسشنامه را تأیید کردند. همچنین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار SPSS.19 محاسبه گردید. مقدار آلفای کرونباخ برای سؤالات مدیریت دانش ۰/۶۷۳، برای سؤالات اصول اخلاقی ۰/۹۱۹، برای سؤالات عملکرد سازمانی۰/۸۴۳ و برای کل پرسشنامه ۰/۹۲۸، بدست آمد. بنابراین میزان پایایی پرسشنامه بر مبنای مقادیر بدست آمده برای آلفا، قابل قبول می‌باشد. لذا ابزار این پژوهش از روایی و پایایی کافی و خوبی به‌منظور انجام تحلیل‌های آماری برخوردار است.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش تعدادی از شرکت‌ها و صنایع وابسته به یک سازمان صنعتی می‌باشد. البته با توجه به پاره‌ای محدودیت‌ها از ذکر نام سازمان مورد مطالعه، خودداری می‌شود. در تحقیق حاضر از مجموع ۱۲۰ پرسشنامه توزیع شده، ۱۱۰ پرسشنامه جمع‌آوری گردید که نرخ بازگشت معادل ۹۲٪ بوده است. از بین پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده، ۸ تای آن که به‌صورت ناقص پرشده بود از روند تحلیل داده‌ها خارج گردید. بنابراین ۱۰۲ پرسشنامه معتبر، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. همچنین فرآیند جمع‌آوری داده‌ها، به‌مدت ۴ ماه و در پاییز و زمستان ۹۰، انجام گردید.

توصیف آماری جامعه

همانطور که در قسمت قبل بیان شد، تعداد ۱۰۲ نفر از کارکنان، سرپرستان و مدیران این سازمان، حجم نمونه را تشکیل داده‌اند که اطلاعات دموگرافیک آنها در جدول ۳ آورده شده است.

جدول۳: اطلاعات دموگرافیک نمونه آماری

عنوان شغلی				تحصیلات			سابقه کار			سن			
کارشناس	سرپرست	مدیر	معاون	کاردانی	کارشناسی	کارشناسی ارشد	زیر ۵ سال	۵–۱۰ سال	۱۰–۱۵ سال	بالای ۱۵ سال	زیر ۳۰ سال	۳۰–۳۵ سال	۳۵–۴۰ سال	بالای ۴۰ سال
۴۸	۱۹	۳۴	۱	۱۲	۶۴	۲۶	۱۹	۳۴	۲۱	۲۸	۱۹	۳۸	۲۶	۱۹
٪۴۷	٪۱۹	٪۳۳	٪۱	٪۱۲	٪۶۳	٪۲۵	٪۱۹	٪۳۳	٪۲۱	٪۲۷	٪۱۹	٪۳۷	٪۲۵	٪۱۹

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

روش تحلیل داده‌ها

در این تحقیق از معادلات ساختاری استفاده شده است بدین ترتیب که روابط اخلاق، مدیریت دانش و عملکرد از طریق ضریب استاندارد و عدد معناداری با نرم‌افزار لیزرل[۳۰] مورد سنجش قرارگرفته است. همچنین برای بررسی روابط بین اصول اخلاقی و ابعاد عملکرد سازمانی، روابط بین اصول اخلاقی و ابعاد مدیریت دانش و نیز روابط بین مدیریت دانش و ابعاد عملکرد سازمانی از همبستگی در قالب نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها

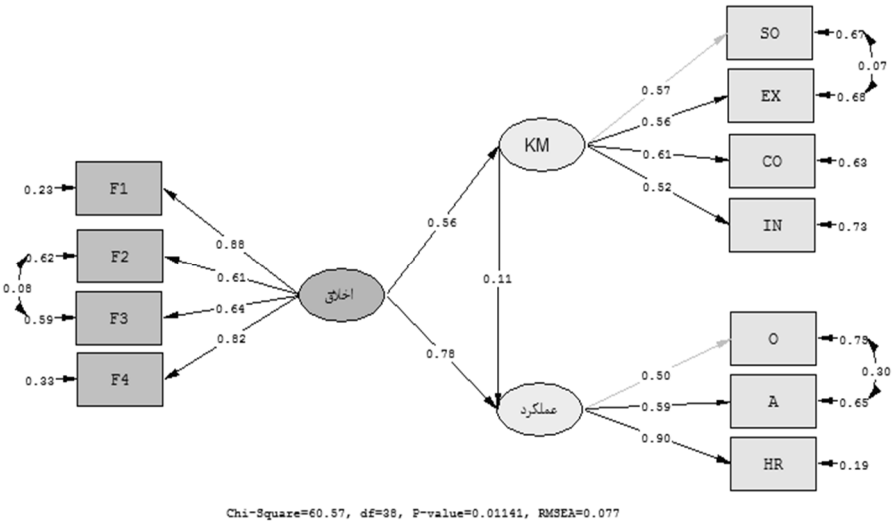
مدل ساختاری

در نگاره ۲، مدل ساختاری[۳۱] تحقیق، در حالت تخمین استاندارد (ضرایب استاندارد) و ضرایب معناداری نشان داده شده است. همچنین در مدل ساختاری، متغیرهای پژوهش و ابعاد آنها، به صورت جدول ۴ نامگذاری شده‌اند.

لازم به ذکر است که در مدل‌سازی معادله ساختاری[۳۲]، سازه‌های پنهان اندازه‌گیری که معمولاً با شکل بیضی نمایش داده می‌شوند از طریق متغیرهای آشکار یعنی گویه‌ها که عمدتاً با شکل مستطیل نشان داده می‌شوند، بر اساس روش بارهای عاملی، مدل می‌گردند. در روش مدل‌سازی معادله ساختاری برای هر یک از متغیرهای مشاهده شده[۳۳] یک خطای اندازه‌گیری و برای هر یک از متغیرهای پنهان[۳۴] یک خطای ساختاری در نظر گرفته می‌شود و از این‌رو هرچند مقادیر محاسبه شده نسبت به روش‌های قدیمی کمتر است با این حال نتایج دقیق‌تری بدست می‌آید(۴۴ و ۴۵).

جدول٤: نامگذاری متغیرهای پژوهش در مدل ساختاری

متغیر در مدل	نام متغیر
F1-F4	ابعاد اصول اخلاقی
KM	مدیریت دانش
SO	اجتماعی شدن
EX	برونی‌سازی
CO	ترکیب
IN	درونی سازی
O	بازدهی
A	انطباق‌پذیری
HR	منابع انسانی



نگاره ۲: مدل ساختاری تحقیق

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

برازش مدل

برخی از مهمترین شاخص‌های کلی برازش مدل عبارتند از: مجذور کای 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)(۴۵). مقادیر بدست آمده در نرم‌افزار لیزرل نشان می‌دهد که مدل مفهومی تحقیق از برازش خوبی برخوردار است. نتایج مربوط به برازش این مدل در جدول ۵ آمده است.

جدول۵: شاخص‌های برازش مدل ساختاری

شاخص برازش	شاخص برازش محاسبه شده	شاخص برازش قابل قبول	نتیجه
χ^2/df	1.6	زیر ۴ باشد	مناسب
RMSEA	0.077	کم‌تر از ۰/۰۵ یا بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸	مناسب
GFI	0.94	بالای ۰/۹۰	مناسب
AGFI	0.92	بالای ۰/۹۰	مناسب
RMR	0.033	نزدیک به صفر	مناسب

آزمون فرضیه‌ها

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، فرضیه‌های H0 و H1 به‌صورت زیر تعریف شده‌اند:

H0: بین متغیرهای مذکور رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود ندارد.

H1: بین متغیرهای مذکور رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد.

با توجه به مدل معادله ساختاری (نگاره۲) و ضرایب استاندارد، فرضیه‌ها تأیید یا رد می‌شوند. همچنین سطح خطا ۵٪ در نظر گرفته شده است. در همین راستا، با توجه به جدول ۶ نتیجه شد، که فرضیه‌های ۱و ۲ تأیید شده ولی فرضیه ۳ رد می‌شود.

جدول ٦: نتیجه آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	فرضیه H0	فرضیه H1
۱	رد	تأیید
۲	رد	تأیید
۳	تأیید	رد

در مرحله بعد برای بررسی رابطه بین ابعاد متغیرهای تحقیق، از ضریب همبستگی پیرسون[۳۵] و به‌صورت دو طرفه (2-tailed) استفاده شده است. البته در این روابط، اصول اخلاقی به‌صورت میانگین ابعاد اخلاقی (F1-F4) در نظر گرفته شده است. نتایج مربوط به مقادیر همبستگی در جدول‌های ۷، ۸ و ۹ ارائه شده است.

جدول۷: مقادیر همبستگی بین اصول اخلاقی و ابعاد عملکرد سازمانی

عملکرد سازمانی	اصول اخلاقی	معناداری(sig)
بازدهی	۰/۳۹۴**	۰/۰۰۰
انطباق‌پذیری	۰/۵۲۱**	۰/۰۰۰
منابع انسانی	۰/۷۱۸**	۰/۰۰۰

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

بنابراین، بر مبنای مدل مفهومی تحقیق و مدل‌سازی معادله ساختاری نتیجه شد که بین اصول اخلاقی و عملکرد سازمانی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین رابطه بین اصول اخلاقی و مدیریت دانش، مثبت و معنادار است ولی بین مدیریت دانش و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد. به‌عنوان نتایج دیگر پژوهش می‌توان گفت با توجه به جدول ۷، اصول اخلاقی با بازدهی، انطباق‌پذیری و منابع انسانی به‌عنوان ابعاد عملکرد سازمانی، رابطه‌ای مثبت و معنادار دارد. با توجه به نتایج جدول ۸، رابطه اصول اخلاقی با ابعاد مدیریت دانش شامل: اجتماعی شدن، برونی سازی، ترکیب و درونی سازی، مثبت و معنادار است و همچنین با توجه به جدول ۹، رابطه بین عملکرد سازمانی با ابعاد مدیریت دانش، مثبت و معنادار می‌باشد.

جدول۸: مقادیر همبستگی بین اصول اخلاقی و ابعاد مدیریت دانش

مدیریت دانش	اصول اخلاقی	معناداری(sig)
اجتماعی شدن	۰/۴۰۰**	۰/۰۰۰
برونی‌سازی	۰/۲۷۷**	۰/۰۰۵
ترکیب	۰/۳۸۹**	۰/۰۰۰
درونی‌سازی	۰/۲۱۴*	۰/۰۳۱

جدول۹: مقادیر همبستگی بین عملکرد سازمانی و ابعاد مدیریت دانش

مدیریت دانش	عملکرد سازمانی	معناداری(sig)
اجتماعی شدن	۰/۲۱۳*	۰/۰۳۲
برونی سازی	۰/۲۴۵*	۰/۰۱۳
ترکیب	۰/۳۰۴**	۰/۰۰۲
درونی سازی	۰/۲۰۶*	۰/۰۳۸

** همبستگی در سطح ۰.۰۱ معنادار است. * همبستگی در سطح ۰.۰۵ معنادار است.

بحث

با توجه به تعاریف و الگوهای بررسی شده و همچنین ویژگی‌ها و اقتضائات سازمان مورد مطالعه، در تبیین نتایج بدست آمده می‌توان گفت در تمام مدل‌هایی که برای عملکرد سازمانی ارائه شده نیروی انسانی یکی از ابعاد آنها می‌باشد و بخصوص در سازمان مورد مطالعه بر اساس چشم انداز و اهداف آن،کارکنان سرمایه و دارایی اصلی سازمان محسوب می‌شوند. از طرفی هم اولین و بیشترین تأثیرپذیری را از اصول اخلاقی در سازمان‌ها، همواره نیروی انسانی داشته است(۴۶). شاید با توجه به همین موارد بتوان رابطه مثبت و قوی اصول اخلاقی با عملکرد سازمانی را تبیین کرده و همچنین بتوان تحلیل کرد که چرا از بین ابعاد عملکرد سازمانی، منابع انسانی بیشترین تأثیرپذیری را از اصول اخلاقی داشته است. در ارتباط با انطباق‌پذیری می‌توان گفت، با توجه به مؤلفه‌های این بُعد، همچون افزایش عرضه محصولات تحقیقاتی، افزایش رضایت کارفرمایان، افزایش واگذاری پروژه‌های تحقیقاتی به سازمان و همچنین ویژگی سازمان مورد مطالعه که همواره به‌دنبال توسعه محصولات خود و ارائه محصولات جدید می‌باشد، مشخص می‌شود که نیروی انسانی بخصوص نیروی با دانش و متخصص نقش مهمی در افزایش انطباق‌پذیری و در نتیجه بهبود عملکرد سازمانی دارد. همچنین اصول اخلاقی به‌ویژه شاخص‌هایی نظیر اعتماد گروهی و سازمانی، مسئولیت‌پذیری، دوراندیشی و وفاداری به سازمان، تأثیر زیادی بر کارایی نیروها بویژه کارکنان دانشی و در نتیجه آن بر انطباق‌پذیری خواهد داشت. به نظر می‌رسد با توجه به این دلایل است که انطباق‌پذیری بعد از منابع انسانی، بیشترین تأثیرپذیری را از اصول اخلاقی داشته است. در مورد بازدهی هم می‌توان گفت که این بُعد از عملکرد بیشتر در ارتباط با هزینه‌ها و درآمدها و

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

مسائل مالی سازمان می‌باشد و همچنین در مورد سازمان مورد مطالعه بدلیل دولتی بودن، تأثیرپذیری مستقیم بازدهی از نیروی انسانی نسبت به دیگر ابعاد عملکرد، کمتر است، در نتیجه به نظر می‌رسد بنا به این دلایل است که بازدهی نسبت به دیگر ابعاد عملکرد، تأثیرپذیری کمتری را از اصول اخلاقی داشته است. نتیجه دیگر این پژوهش رابطه مستقیم و معنادار اصول اخلاقی با ابعاد فرآیند مدیریت دانش شامل اجتماعی شدن، برونی‌سازی، ترکیب و درونی‌سازی می‌باشد. این نتیجه نیز با توجه به اقتضائات سازمان مورد مطالعه، تحلیل می‌شود. در همین راستا می‌توان گفت با توجه به سیاست سازمان مبنی بر کار تیمی، یادگیری افراد از همدیگر و به اشتراک‌گذاری تجربیات بین اعضا در سطح تیم‌ها و در سطح سازمان، مورد تأکید است. لذا اجتماعی شدن در سازمان مورد مطالعه، از اهمیت بالایی برخوردار است. از طرفی دیگر اجتماعی شدن، بر پایه مراودات و تعاملات اجتماعی افراد قرار دارد و بر این اساس نقش اصول اخلاقی در آن پررنگ می‌باشد. به نظر می‌رسد با توجه به این دلایل است که اجتماعی شدن بیشترین تأثیرپذیری را از اصول اخلاقی مورد نظر داشته است. در مورد برونی‌سازی با توجه به تأکید سازمان بر تبدیل انواع دانش به دانش صریح و ذخیره‌سازی و حفاظت از آن، برونی‌سازی نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. از طرفی هم اصول اخلاقی در ترغیب کارکنان خبره به آشکار ساختن دانش خود نقش زیادی دارد. شاید بر اساس همین دلایل بتوان رابطه معنادار و مستقیم بین اصول اخلاقی و برونی‌سازی را تبیین کرد. بدلیل برخی ویژگی‌های سازمان مورد مطالعه، جمع‌آوری دانش صریح افراد و گروه‌ها و دسته‌بندی و ذخیره‌سازی آن به جهت حفاظت از این دانش‌ها و نیز بررسی و تحلیل این منابع دانشی، جهت تولید و توسعه محصولات جدید، بسیار مورد تأکید است لذا ترکیب مورد توجه می‌باشد، همچنین اصول اخلاقی به‌ویژه شاخص‌هایی نظیر محرمانگی، رعایت مالکیت معنوی، امانتداری، دقت در صحت و اعتماد می‌تواند نقش زیادی در ترغیب کارکنان برای حرکت از دانش آشکار شخصی به دانش آشکار در سطح گروهی و سازمانی داشته باشد. شاید بنا بر همین دلایل است که در سازمان مورد نظر، ترکیب تأثیرپذیری مثبتی را از اصول اخلاقی داشته است. درونی سازی نیز می‌تواند سبب یادگیری مؤثر کارکنان از مباحثات مکتوب و نیز مستندات آموزشی گردد و به همین علت از اهمیت خاص خود برخوردار است(۴۷). ولی با توجه به ماهیت خاص سازمان مورد مطالعه، مسایل حفاظتی و محرمانگی اطلاعات در این سازمان بیشتر مورد تأکید است و به فعالیت درونی‌سازی نسبت به دیگر فعالیت‌های فرآیند مدیریت دانش، کمتر پرداخته می‌شود و همچنین به نظر می‌رسد که فعالیت درونی‌سازی بیشتر جنبه درونی داشته و تحت تأثیر روحیات و خلقیات شخصی فرد می‌باشد، در حالیکه شاخص‌های اخلاقی مورد نظر در این تحقیق بیشتر جنبه اجتماعی دارند. شاید بر اساس همین دلایل بتوان گفت تأثیرپذیری درونی‌سازی از اصول اخلاقی کمتر از سایر ابعاد فرآیند مدیریت دانش می‌باشد. یکی دیگر از نتایج مهم تحقیق حاضر، نبود رابطه معنادار بین مدیریت دانش و عملکرد سازمانی است که در تبیین آن می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

به عنوان مهمترین دلیل می‌توان گفت که بحث مدیریت دانش در سازمان مورد مطالعه بحث تقریباً جدیدی است و با توجه به گستردگی بخش‌ها و حوزه‌های کاری این سازمان، زیرساخت‌های لازم برای اجرای کامل مدیریت دانش، هنوز فراهم نشده است و کارکنان درک کامل و دقیقی نسبت به آن پیدا نکرده اند. بنابراین تاکنون مدیریت دانش در سازمان مورد نظر، نتوانسته تأثیر مشهود و ملموس خود را بر عملکرد سازمانی نشان دهد.

به عنوان دلیل دیگر این نتیجه می‌توان بیان داشت که همبستگی بین هر یک از ابعاد مدیریت دانش و عملکرد سازمانی به صورت مستقل محاسبه گردید(جدول۹) و مقادیر بدست آمده رابطه معنادار بین آنها را نشان داد ولی از آنجائیکه در مدل تحقیق، تأثیر متغیرهای مدیریت دانش و اصول اخلاقی، به طور همزمان بر عملکرد سازمانی، سنجیده شده است و نیز با توجه به اینکه تأثیر اصول اخلاقی بر عملکرد خیلی قوی می‌باشد لذا از تأثیر عامل دیگر یعنی مدیریت دانش بر عملکرد کاسته شده است، بطوریکه ضریب استاندارد بین این دو متغیر در مدل 0.11 شده و رابطه آنها در لیزرل تأیید نمی‌شود.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی و تبیین تأثیرگذاری توأم اصول اخلاقی و مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی می‌باشد. نتایج بدست آمده نشان داد، بر طبق مدل تحلیل مسیر ارائه شده، اصول اخلاقی مورد نظر بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و قوی دارد. همچنین اصول اخلاقی با فرآیند مدیریت دانش، ارتباط مثبت و معناداری دارد ولی بین فرآیند مدیریت دانش و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد. بنابراین مشخص می‌شود اگر چه اصول اخلاقی به‌طور مستقیم بر عملکرد تأثیر مثبت و قوی دارد ولی با میانجی‌گری مدیریت دانش نتوانسته بر عملکرد تأثیرگذار باشد. در واقع با توجه به نتایج بدست آمده می‌توان بیان داشت که اخلاق به‌عنوان یک عامل کلیدی در ارتقا عملکرد سازمانی و نیز موفقیت فرآیندهای مدیریت دانش، در کنار دیگر عوامل مؤثر نقش ایفا می‌کند.

پیشنهادات

با توجه به نتایج بدست آمدهی این تحقیق، پیشنهاداتی کاربردی به شرح زیر ارائه می‌گردد:

– بر اصول اخلاقی در سازمان‌ها، توجه و تأکید شود و زمینه رعایت و رشد این اصول اخلاقی فراهم آید تا افراد بتوانند در بهبود عملکرد سازمان خود نقش مؤثرتری ایفا کنند و شاخص‌های عملکردی سازمان خود را ارتقا دهند و همچنین در فرآیندهای مدیریت دانش مشارکت فعالتری داشته باشند.

– بر کارهای تیمی در سازمان تأکید شده و از تیم‌سازی حمایت شود. زیرا در تیم‌ها و گروه‌ها، اصول اخلاقی به‌ویژه شاخص‌های اخلاقی نظیر همکاری و همدلی، مشاوره، اعتماد، مسئولیت‌پذیری و انتقادپذیری، بیشتر مورد توجه قرار گرفته و بهتر می‌تواند رشد یابد و این شرایط می‌تواند به رشد و فراگیر شدن این اصول اخلاقی در کل سازمان منجر شود که در نتیجه آن شاخص‌های عملکردی سازمان ارتقا می‌یابد و سیستم‌های مدیریت دانش می‌توانند با موفقیت بیشتری به کار خود ادامه دهند.

– تشویق و حمایت ویژه از کارکنانی که به لحاظ شاخص‌های اخلاق فردی و کاری، برجسته هستند که این مسئله می‌تواند هم باعث الگوگرفتن سایر کارکنان از ویژگی‌های اخلاقی این افراد شود و هم باعث نشر و گسترش این شاخص‌های اخلاقی در سازمان گردد.

– سوق دادن و تبدیل فرهنگ سازمانی به فرهنگی حمایت کننده و تقویت کننده‌ی اصول و ارزش‌های اخلاقی که در این صورت اصول اخلاقی می‌تواند در سراسر سازمان نهادینه شود و سازمان به یک سازمان اخلاق‌مدار تبدیل گردد که در نتیجه آن تمام مؤلفه‌های سازمانی به‌ویژه سطح عملکردی و کارایی سیستم‌های مدیریت دانش، رشد و ارتقا خواهند یافت.

– با توجه به نتایج تحلیل فرضیه‌ها، در مورد سازمان مورد مطالعه پیشنهاد می‌شود که بحث مدیریت دانش با جدیت بیشتری هم از سوی کارکنان و هم مدیران دنبال شود و زیرساخت‌های لازم برای اجرای کامل مدیریت دانش فراهم گردد تا مدیریت دانش اثرگذاری ملموس و قابل توجه خود را بر عملکرد سازمانی نشان دهد. زیرا امروزه بخش مهمی از دارایی‌های هر سازمان، دارایی‌های نامشهود می‌باشند که اجرای موفق مدیریت دانش می‌تواند باعث حفظ، سازماندهی و افزایش سرمایه‌های فکری سازمان گردد.

واژه‌نامه

1. Knowledge Management	مدیریت دانش
2. Tacit Knowledge	دانش ضمنی
3. Explicit Knowledge	دانش صریح
4. Documentation	مستندسازی
5. Socialization	اجتماعی شدن
6. Externalization	برونی‌سازی
7. Combination	ترکیب
8. Internalization	درونی‌سازی
9. Information Technology Ethics	اخلاق فناوری اطلاعات
10. Business Ethics	اخلاق کسب و کار
11. Applied Ethics	اخلاق کاربردی
12. Organizational Performance	عملکرد سازمانی
13. Financial Performance	عملکرد مالی

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

سرمایه فکری	14. Intellectual Capital
بازدهی سرمایه	15. Return on Investment
هزینه واحد	16. Unit Cost
نسبت عوامل	17. Factor Proportion
نسبت هزینه	18. Cost Proportion
سبد محصول	19. Product Mix
تخصیص ورودی	20. Input Allocation
بازدهی	21. Out put
انطباق پذیری	22. Adapting
منابع انسانی	23. Human Resource
توانمند ساز	24. Enabler
تحلیل اکتشافی	25. Exploratory Analysis
میانجی	26. Interface
مدل مفهومی	27. Conceptual Model
سرمایه اجتماعی	28. Social Capital
لیکرت	29. Likert
لیزرل	30. Lisrel
مدل ساختاری	31. Structual Model
	32. Structual Equations Modeling
مدل‌سازی معادلات ساختاری	
متغیر مشاهده شده	33. Observed Variable
متغیر پنهان	34. Latent Variable
همبستگی پیرسون	35. Pearson Correlation

منابع

1. Finn OB, Torgeir D (2008). Knowledge management in software engineering: A systematic review of studied concepts, findings and research methods used. Information and Software Technology 50: 1055-1068.
2. Lakshman C (2009). Organizational knowledge leadership. Journal of Leadership & Organization Development 30 (4): 338-364.
۳. الوانی، سیدمهدی و سیدنقوی، میرعلی. سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه‌ها. فصلنامه مطالعات مدیریت. ۱۳۸۱، شماره ۳۴: ۱۲-۹.
4. Haines T .The Problem of Knowledge Management. Available from: www.information/ir/hartlyl.html. Accessed:15 November.2001.
5. Crawford CB (2005). Effects of transformational leadership and organizational position on knowledge management. Journal of Knowledge Management 9 (6): 6-16.
6.Yang JT (2007). Knowledge sharing: Investigating appropriate leadership roles and collaborative culture. Tourism Management 28: 530–543.
7. Nonaka I, Takeuchi H (1995). The Knowledge creating Company: How Japanese Companies create the Dynamics of Innovation. Oxford University Press.Oxford.pp:31-42.
۸. میرباقری، محمدمهدی. رابطه اخلاق و فناوری اطلاعات و ارتباطات از منظر فلسفی. مجموعه مقالات دومین همایش اخلاق و فناوری اطلاعات. ۱۳۸۵: ۲۴-۱۸.
9. Philip H (2000). Ethics Pays. Journal of Organizations & People 7(3): 17-23.
۱۰. علی‌احمدی، علیرضا و علی‌احمدی، حسین. مبانی و اصول مدیریت اسلامی (رویکردی نوین برای مدیریت در هزاره سوم و جهانی شدن). چاپ اول، انتشارات تولید دانش.۱۳۸۳: ۱۱۵-۸۵.
11. Wu SI, Liu SY (2010). The performance measurement perspectives and causal relationship for ISO-certified companies A case of opto-electronic industry. International Journal of Quality & Reliablity Management 27 (1): 27-47.
12. Tsang, EWK (2009).The relationship between knowledge management enablers and performance. Industrial Management & Data systems 109(1): 98-117.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

13. Michael Z, McKean J, Singh S (2009). Knowledge management and organizational performance: an exploratory analysis. Journal of Knowledge Management 13(6): 392-409.

14. Swenson G, Wood G (2011).A conceptual framework of corporate and business ethics across organizations. The Learning organization 18(1): 21-35.

۱۵. رضاییان‌فردویی، صدیقه و قاضی‌نوری، سید سپهر. مدل یابی نقش اخلاق در موفقیت سیستم‌های مدیریت دانش. فصلنامه سیاست علم و فناوری.۱۳۸۹،(۳)۲: ۱۵-۱.

16. Azmi IM (2010). Legal and ethical issues in knowledge management in Malaysia. Journal of Computer law& security review, 26(2): 61-71.

17. Chua A (2002).The influence of social interaction on knowledge creation. Journal of Intellectual Capital, 3(4): 375-392.

18. Huysmans M, Wit D (2004).Practices of managing knowledge sharing: towards a second wave of knowledge management. Knowledge and Process Management 11(2): 81–92.

19. Neck C, Mitchell C, Manz C, Cooper K, Thompson E (2000).Observations - Fit to lead: is fitness the key to effective executive leadership? Journal of Managerial Psychology 15(8): 833 – 841.

20. Raps A (2005). Strategy implementation - an insurmountable obstacle? Handbook of Business Strategy 6(1):141 – 146.

21. Inkpen A, Tsang EWK (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. Academy of Management Review, 30(1): 146–165.

22. Hutchings K, Michailova S (2004).Facilitating knowledge sharing in Russian and Chinese subsidiaries: the role of personal networks and group membership. Journal of Knowledge Management, 8(2): 84–94.

۲۳. میرزایی، فرشته، دارایی، اسماعیل و نفیسی، شادی. نقش دانشگاه اسلامی در توسعه مدیریت دانش. فصلنامه دانشگاه اسلامی. ۱۳۸۸، شماره۴۱: ۱۳۲-۱۱۴.

24. Huang Y, Huddleston P (2009). Retailer premium own-brands: creating customer loyalty through own-brand products advantage. International Journal of Retail & Distribution Management 37(11): 975 - 992.

25. Al-Aali M (2008).Computer ethics for the computer professional from an Islamic point of view. Journal of Information, Communication & Ethics in Society, 6(1): 28-45.

۲۶. بهشتی‌فر، ملیکه و نکوئی‌مقدم، محمود. رابطه رفتار اخلاقی مدیران با رضایت شغلی کارکنان. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری.۱۳۸۹، (۲و۱)۵ : ۷۳-۶۷.

۲۷. ربی‌پور، محمدعلی و صمدی‌وند، منوچهر. اخلاق مدیریت از منظر آیات و روایات. مجله فراسوی مدیریت. ۱۳۸۹، (۱۵)۴ : ۲۲۸-۲۱۱.

۲۸. خنیفر، حسین و مقیمی، سید محمد. درآمدی به فلسفه اخلاق در سازمان، مطالعه موردی: منشورهای اخلاقی. فصلنامه دانشگاه قم. ۱۳۸۸، (۱)۱۱ :۲۶۰-۲۳۵.

29. Calof J, E. Smith J (2012).Foresight impacts from around the world: a special issue. Foresight 14(1): 5-14.

30. Johnston R (2012).Developing the capacity to assess the impact of foresight. Foresight 14(1): 56 – 68.

31. Lang JC (2004). Social context and social capital as enablers of knowledge integration. Journal of Knowledge Management 8(3): 89–105.

۳۲.دموری، داریوش، منصوری، حسین و طاهری، محسن. دامنه بررسی ارتباط مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در دانشگاه اسلامی (از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه یزد). فصلنامه دانشگاه اسلامی، ۱۳۸۸، شماره ۴۱: ۶۶-۶۴.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

33. Sayce S (2012).Being a female pension trustee Equality. Diversity and Inclusion: An International Journal 31(3): 298-314.

34. Harper W, Preston J, Hayward T (1998). British Council LIS in Italy: a marketing perspective. New Library World 99(1142): 149–158.

35. Bove LI, Johnson L (2009).Does "true" personal or service loyalty last? A longitudinal study. Journal of Services Marketing 23(3):187 – 194.

36. Jordan P, Troth A (2011). Emotional intelligence and leader member exchange: The relationship with employee turnover intentions and job satisfaction. Leadership & Organization Development Journal 32(3): 260 -280.

37. Hsiang M, Yang F (2003). The Effect of Organization-Based Self-Esteem and Deindividuation in Protecting Personal Information Privacy. Journal of Business Ethics 42(2): 305–320.

۳۸. ابطحی، سید حسین و خیراندیش، مهدی. ارائه الگوی خودکنترلی در سازمان با نگرش اسلامی. فصلنامه تدبیر.۱۳۸۸، شماره۲۱۳: ۳۸-۲۳.

39. Ferris G, Blickle G, Schneider P, Kramer J, Zettler I, Solga J, Noethen D, Meurs J (2008).Political skill construct and criterion-related validation: a two-study investigation. Journal of Managerial Psychology 23(7): 744 – 771.

۴۰. قلی‌زاده، حسین، شعبانی، رضوان، ورکی، بختیار و مرتضوی، سعید. نسبت میان فرآیند تبدیل دانش و فرهنگ سازمانی در دانشگاه فردوسی مشهد. دو فصلنامه مطالعات تربیتی و روانشناسی. ۱۳۸۴، (۱)۶ : ۲۷-۵.

۴۱. طیب، مهدی. مدیریت اسلامی.چاپ اول، نشر سفینه. ۱۳۸۷: ۱۲۲-۸۳.

42. Fong SW, Choi S (2009).The process of knowledge management in professional services firms in the construction industry: a critical assessment of both theory and practice. Journal of Knowledge Management 13(2):110-126.

43. Nahapiet J, Ghoshal S (1998).Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. Academy of Management Review 23(2): 242–266.

۴۴. قاسمی، وحید. مقدمه‌ای بر مدل‌سازی معادله ساختاری. چاپ سوم، نشر جامعه شناسان. ۱۳۸۸: ۶۳-۲۵.

۴۵. هومن. حیدرعلی. مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل. چاپ چهارم، انتشارات سمت. ۱۳۸۸: ۵۸-۳۲.

۴۶. واثقی، قاسم. اخلاق مدیریت. چاپ دوم. انتشارات امیرکبیر.۱۳۸۴: ۲۳-۲۰.

۴۷. اخوان، پیمان و باقری، روح‌الله. مدیریت دانش از ایده تا عمل. چاپ چهارم، انتشارات آتی نگر.۱۳۸۹: ۳۳-۳۱.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1392.8.2.4.3] [Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-10-30]