

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده ادبیات و علوم انسانی

گروه علوم تربیتی

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت آموزشی

موضوع:

الگوی علی روابط بین ارزش های فرهنگی ، مدیریت دانش و ارتقای مسؤلیت اجتماعی در

میان اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه در سال تحصیلی ۹۱-۹۲

استاد راهنما:

پروفسور میر محمد سیدعباس زاده

اساتید داور:

تنظیم و نگارش:

محمد اصلاحی

بهمین ۹۲

تقدیرم به:

پدر بزرگوارم

که تو ازش رفعت تابه توانی رسیدم

و موهایش سپیدی گرفت تا روی سپید بازم

و حاجت لیل خسته اش رزمزم و فقیه تم شد

مادفداکارم

او که شوق زیبای نهنس کشیدن و رنگ شادی هایم شد

عمری خستگی ما را به جان خرید

تا که فون تو از تم به جایگاه من که در آن ایرتاده ام برسم.

و تقدیرم به برادران و خواهران عزیزم

به پاس آسازین و فون کسب کردند تا شاید آسایش و پیشرفت من باشند.

و سپس روکننده قلم

رپاس بیکری که با راه کلبه عام که تری که دستش به چوب نیکی بود ملکه و قادر بی نیاز که هایتش را بر روشنائی و نور قرارداد و عام و معرفت را زبانی بیکاز و ملکان و کلا خوشنوی از الطاف پر مهرش بر آید که توفیق نگارش تیرخه ای را به نامش زنت پیونیم شک جایگاه و منزلت محام، اجل از آن است که در مقام قدردانی از زحمات بی شائبه با زبان قاصد و درست نا توان، چیزهای انگیزنده ای که تجلیل از محام، رپاس از انسان است که ف و خایت آفرینش را تا این می کند و سلامت امانت های مرا که به دستش رسیده اند تصدیق، پس وظیفه ما که گردی خود انحصار تا هر آیه رپاس و قدردانی را با خلوص و صبریت هر چه تمام تر به محض مراد که از ملیام جناب پرتوئی در میرید عباس زاهد قدیم و امام کما استاد اینها می این پیمان نامه با نزر کواری در از راهی بیغیش بهره مند بنیزه کوفندی و سه صدر هر داره را به نوا راه کشای این جانب اتمام و اکمال این پیمان نامه بود و رپاس کما از همه پندین از استاد که انقدر آقای دکتر کلا قبول ز مودت و خوبی این پیمان نامه را بر عهده گرفتند و در طین این مدت در از دار زنتی عیالین بی نصیب نگذاشته نهایت قدردانی را دارم و دیگر استاید که هر دو م تریدی آقای دکتر علی رضا حرین و آقای دکتر حیدر حیدر و آقای دکتر تن قلاوندی، آقای دکتر علی رضا قلعه ای و خانم دکتر تبرناز ما بهر بلایت هر کاری بی جادیتشان در ابرای این پیمان نامه بسیار رپاس کما از مودت رپاس خود و حاضر تا من استاید نزر کوار کجا که شام و سبی کمال بار اینها می های کار ساز و سازنده در اینک نایاری که قدیم مهلا و زمین از تا من دورتان و هر کلا بی نیزم که در طول تحصیل وجود عزیزان مایه امید و شادی من بود بسیار رپاس کما از م.

در ابتدا و انتهای هر کلامی از منم بینتان خداوند کلان هر دو مهربانی پدر و مادر عزیزم و بعد از خدایتان کنتم وجود مقدسان را به پاس حافظه مرشارو کرمای امید بخش وجودشان که در این سردترین روزگار ان به ترین پشتیبان است، قلبهای بزرگشان فریاد است و مایه بیستدین نشان هرگز فروکش نری کند در مقابل غنمت و صلواتی که در آن رپاس است و نه کلام و صحنین و بیکران برهدی و هر طریحا احسان و برادرا و غمخوارانی که در هر کوز و بریاری کرد و دگر من در صلواتی که کوفت محام و معرفت برای من آنچه در توان داشتند انجام دادند.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: «کلیات تحقیق».....	۱
۱-۱ مقدمه	۲
۲-۱ بیان مساله	۳
۳-۱ مدل مفهومی پژوهش	۵
۴-۱ اهمیت و ضرورت پژوهش	۵
۵-۱ اهداف پژوهش	۸
۱-۵-۱ هدف کلی	۸
۲-۵-۱ اهداف جزئی	۸
۶-۱ فرضیه های پژوهش	۸
۷-۱ تعاریف متغیرها	۸
۱-۷-۱ تعاریف مفهومی متغیرها	۹
۲-۷-۱ تعاریف عملیاتی متغیرها	۹
۸-۱ چارچوب فصول آتی	۹
فصل دوم: «پیشینه تحقیق».....	۱۰
۱-۲ مقدمه	۱۱
۲-۲ مدیریت دانش	۱۱
۱-۲-۲ سیرتحوّل مدیریت دانش و علل پیدایش آن	۱۱
۲-۲-۲ مؤلفه های مدیریت دانش	۱۵
۳-۲-۲ سلسله مراتب دانش	۱۶
۴-۲-۲ ارتباط بین داده، اطلاعات و دانش	۱۸
۵-۲-۲ انواع دانش	۲۰
۳-۵-۲-۲ دانش فردی	۲۱
۶-۲-۲ مدل های دانش	۲۲
۷-۲-۲ تعریف مدیریت دانش	۲۳
۸-۲-۲ اهداف مدیریت دانش	۲۴
۹-۲-۲ ضرورت مدیریت دانش در سازمانهای یادگیرنده	۲۴

- ۲-۲-۱۰ مزایای سازمان متأثر از مدیریت دانش ۲۵
- ۲-۲-۱۱ دستاوردهای سیستم مدیریت دانش برای سازمان ها ۲۵
- ۲-۲-۱۲ عوامل موفقیت مدیریت دانش ۲۶
- ۲-۲-۱۳ موانع مدیریت دانش ۲۶
- ۲-۲-۱۴ فرایندهای اصلی مدیریت دانش ۲۸
- ۲-۲-۱۵ راهکارهای پیاده سازی مدیریت دانش ۲۹
- ۲-۲-۱۶ عوامل پیاده سازی موفقیت آمیز مدیریت دانش در سازمان ۳۰
- ۲-۲-۱۷ مراحل پیاده سازی سیستم مدیریت دانش در سازمان ۳۱
- ۲-۲-۱۸ توصیه هایی برای موفقیت مدیریت دانش ۳۲
- ۲-۲-۱۹ مدل های مدیریت دانش ۳۳
- ۲-۲-۱۹-۳ مدل نوناکا و تاکوچی ۳۴
- ۲-۲-۱۹-۶ مدل مدیریت دانش در سازمان های دولتی ایران (صلواتی، ۱۳۸۹) ۳۸
- ۲-۳ فرهنگ ۳۹
- ۲-۳-۱ ابعاد ارزشهای فرهنگی از دیدگاه ترنر و ترامپنرز ۴۳
- ۲-۳-۲ تفسیر فرهنگ ۴۵
- ۲-۳-۳ انواع فرهنگ ۴۵
- ۲-۳-۴ ارزش های فرهنگی ۴۷
- ۲-۴ مسئولیت اجتماعی ۴۹
- ۲-۴-۱ پیشینه مسئولیت اجتماعی ۴۹
- ۲-۴-۲ مبانی فلسفی دیدگاه های مسئولیت اجتماعی ۵۱
- ۲-۴-۴ مبانی نظری مسئولیت اجتماعی ۵۲
- ۲-۴-۵ مدل های مسئولیت اجتماعی ۵۲
- ۲-۴-۶ مسئولیت پذیری از دیدگاه امام علی (ع) ۵۶
- ۲-۵-۱ پیشینه پژوهشی تحقیقات ۵۷
- ۲-۵-۲ پیشینه تحقیقات داخلی ۵۷
- ۲-۵-۲ پیشینه خارجی ۶۳
- ۲-۶ خلاصه فصل ۶۶
- فصل سوم: «روش تحقیق» ۶۷
- ۳-۱ مقدمه ۶۸
- ۳-۲ روش پژوهش ۶۸

۶۸	۳-۳ جامعه آماری
۶۹	۴-۳ نمونه آماری (حجم- روش)
۶۹	۵-۳ قلمرو زمانی و مکانی تحقیق
۶۹	۶-۳ روش جمع آوری اطلاعات
۶۹	۱-۶-۳ مطالعات کتابخانه ای
۶۹	۲-۶-۳ روش میدانی
۶۹	۳-۶-۳ ابزار اندازه گیری
۷۰	۷-۳ نتایج بررسی روایی و پایایی ابزار تحقیق
۷۰	۱-۷-۳ نتایج بررسی روایی
۷۲	۸-۳ نتایج بررسی پایایی
۷۳	۹-۳ خلاصه فصل
۷۴	فصل چهارم: «تجزیه و تحلیل داده ها»
۷۵	۱-۴ مقدمه
۷۶	۲-۴ آمار توصیفی
۷۶	۱-۲-۴ سیمای آزمودنی ها
۷۶	۲-۲-۴ جنسیت پاسخ دهندگان
۷۷	۳-۲-۴ رتبه علمی
۷۷	۴-۲-۴ سن پاسخ دهندگان
۷۷	۵-۲-۴ سنوات خدمت
۷۸	۳-۴ تحلیل اکتشافی دادهها (EDA)
۷۸	۴-۴ بررسی نرمال بودن دادهها
۷۹	۵-۴ یافته‌های استنباطی
۷۹	۱-۵-۴ همبستگی بین متغیرهای پژوهش
۸۰	۳-۴ یافته‌های تحقیق
۸۰	۱-۳-۴ مدل معادلات ساختاری حاصل از نرم افزار
۸۰	۲-۳-۴ تحلیل مدل ساختاری
۸۲	۳-۳-۴ بررسی فرضیه‌های تحقیق
۸۵	۴-۴ خلاصه فصل
۸۶	فصل پنجم: «بحث و نتیجه گیری»
۸۷	۱-۵ مقدمه

۸۷.....	۲-۵ نتایج و دستاوردهای حاصل از تحقیق
۸۷.....	۳-۵ روش شناختی پژوهش
۸۸.....	۴-۵ یافته های تحقیق
۸۹.....	۵-۵ بحث و نتیجه گیری
۹۲.....	۶-۵ محدودیت های تحقیق
۹۳.....	۷-۵ پیشنهاد های تحقیق
۹۳.....	۱-۷-۵ پیشنهاد های کاربردی بر پایه یافته های تحقیق
۹۴.....	۲-۷-۵ پیشنهاد های برای پژوهش های بعدی
۹۴.....	۸-۵ خلاصه ی نتایج حاصل از پژوهش
۹۵.....	منابع
۱۰۴.....	چکیده انگلیسی

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲ : تلاش های علمی در جهت توسعه مدیریت دانش	۱۴
جدول ۲-۲ مقایسه مدل هافستد و مدل ترنر و ترامپنرز	۴۵
جدول ۳-۲ نمره ایران در هر یک از ابعاد هافستد	۴۹
جدول ۱-۳ توزیع فراوانی جامعه آماری (منبع: کارگزینی دانشگاه ارومیه)	۶۸
جدول ۲-۳ نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای گویه‌های پرسش نامه	۷۱
جدول ۳-۳ نتایج تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای گویه‌های پرسش نامه	۷۲
جدول ۴-۳ شاخص‌های برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی	۷۲
جدول ۴-۴ - ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای اصلی تحقیق	۷۳
جدول ۱-۴ جنسیت پاسخ دهندگان	۷۶
جدول ۲-۴ رتبه علمی پاسخ دهندگان	۷۷
جدول ۳-۴ فراوانی سن پاسخ دهندگان	۷۷
جدول ۴-۴ فراوانی سنوات خدمت اساتید	۷۸
جدول ۵-۴ نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها بر اساس آزمون کولموگروف اسمیرنوف	۷۸
جدول ۶-۴ میانگین، انحراف معیار و همبستگی متغیرها	۷۹
جدول ۷-۴ شاخص‌های برازش مدل نظری تحقیق	۸۱
جدول ۸-۴ ضریب رگرسیونی و معناداری اثر فرهنگ سازمانی بر مدیریت دانش	۸۲
جدول ۹-۴ ضریب رگرسیونی و معناداری اثر فرهنگ سازمانی بر ارتقای مسئولیت اجتماعی	۸۳
جدول ۱۰-۴ ضریب رگرسیونی و معناداری اثر مدیریت دانش بر ارتقای مسئولیت اجتماعی	۸۳
جدول ۴ - ۱۱ نتایج تحلیل میانجی‌گری متغیر مدیریت دانش در رابطه بین فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی	۸۴

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۱۸	شکل ۱-۲ هرم دانش.....
۲۰	شکل ۲-۲ روابط مفاهیم داده، اطلاعات و دانش.....
۳۵	شکل ۳-۲: مدل حلزونی مدیریت دانش نوناکا و تاکوچی.....
۳۷	شکل ۴-۲: نمایی از فرایند تبدیل دانش (افرازه، ۱۳۸۱).....
۳۹	شکل ۵-۲: عوامل مؤثر بر مدیریت دانش در سازمان های دولتی ایران .
۸۰	شکل ۱-۴ مدل برازش شده تحقیق.....

چکیده

هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه ی علی بین ارزش های فرهنگی و مدیریت دانش و ارتقای مسئولیت اجتماعی در میان اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه بود. جامعه ی آماری مورد مطالعه در این پژوهش اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه که در سال تحصیلی ۱۳۹۲-۱۳۹۱ مشغول به خدمت در دانشگاه ارومیه بودند، می باشد. کلیه اعضای هیئت علمی به تعداد ۳۹۲ نفر بودند که در نهایت تعداد ۱۹۶ نفر از آنان به عنوان نمونه ی نهایی با روش نمونه گیری طبقه ای نسبتی متناسب با حجم انتخاب شدند. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی (غیر آزمایشی) و طرح پژوهش، همبستگی از نوع مدل یابی معادلات ساختاری می- باشد. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های مدیریت دانش بر اساس مدل نوناکا (حسین قلی زاده و همکاران، ۱۳۸۹)، ارزش های فرهنگی مدل هافستد (آکور، ۲۰۰۶) و مسئولیت اجتماعی (فورد و مکلاگلین، ۱۹۸۴؛ هولمز، ۱۹۷۶) استفاده شد. رای تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش از آزمون های همبستگی پیرسون، مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار آموس استفاده شد. نتایج مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد که بین ارزش های فرهنگی مدیریت دانش رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و همچنین بین ارزش های فرهنگی و ارتقای مسئولیت اجتماعی رابطه مثبت و معنادار دارد و در عین حال با میانجی گری مدیریت دانش ارزش های فرهنگی با مسئولیت اجتماعی اعضای هیئت علمی رابطه وجود دارد.

کلید واژگان: مدیریت دانش، ارزش های فرهنگی، مسئولیت اجتماعی، اعضای هیئت علمی و دانشگاه ارومیه

فصل اول

«کلیات تحقیق»

۱-۱ مقدمه

مسئولیت اجتماعی سازمان به عنوان دستورالعملی برای کسب و کار اخلاقی در طی سال های اخیر رشد فزاینده ای داشته است. وسعت این مفهوم و حرکت آن را می توان از تعداد کثیر انتشارات، کنفرانس ها و سازمان های فعال در این زمینه دریافت (دوون، ۲۰۰۵). بطور کلی، موضوع و مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان ها در چند سال اخیر با توجه به رشد سازمان های غیر دولتی، جنبش های اعتراضی علیه قدرت سازمان ها، افزایش آگاهی های اجتماعی، توسعه بازار های سرمایه، رسوایی های مالی و اخلاقی شرکت های بزرگ؛ تبدیل به پارادایم مسلط و غالب در فضای اداره سازمان ها شده است. در این راستا، افکار عمومی، بویژه در جوامعی که در آن دیدگاه های برنده — برنده جا نیفتاده است، بنگاه های اقتصادی و سرمایه داران را کسانی می پندارند که برای سود بیشتر به ضرر جامعه عمل می کنند. بدین شکل هر روز بر تعداد کسانی که نظارت و کنترل شرکت های بزرگ بر زندگی بشری اعتراض دارند، اضافه می شود؛ به نحوی که در گرهایی های سران شرکت ها یا رهبران کشور های صنعتی در اجلاس هایی چون سیاتل، شاهد قدرت نمایی جنبش های اعتراضی بوده ایم. محققان برجسته مدیریت مانند وارن بنیس، چالز هندی، فیلیپ کاتلر، میچل پورتر و پیتر سنگه همگی بر این موضوع تمرکز داشته اند. همچنین دانشگاه هایی مانند برکلی، بوستون، هاروارد، آکسفورد و استنفورد مراکز اختصاصی در راستای اخلاق کسب و کار ایجاد کرده اند. بسیاری از دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی روش های در حال توسعه ای درباره کسب و کار و جامعه ایجاد کرده اند که می تواند با برنامه های آموزشی و درسی ادغام شوند. شاید بزرگ ترین نشانه تغییر، مربوط به موضوعات و علایق دانشجویان است که در هر دو زمینه مدیریت آموزش و کسب و کار، خواستار بهبود اجتماعی هستند (نایت، ۲۰۰۶ به نقل از گلاواس، ۲۰۰۹).

در سالهای اخیر، سازمانها و شرکت های مختلف، پیوستن به مدیریت دانش را آغاز کرده اند و مفاهیم جدیدی چون کار دانشی، دانش کار، مدیریت دانش، و سازمانهای دانشی خبر از شدت یافتن این روند می دهند. پیتر دراگر^۱، با به کار گیری این واژگان خبر از ایجاد نوع جدیدی از سازمانها می دهد که در آنها به جای قدرت بازو قدرت ذهن حاکمیت دارد. بر اساس این نظریه در آینده جوامعی می توانند انتظار توسعه و پیشرفت داشته باشند که از دانش بیشتری برخوردار باشند. به این ترتیب برخورداری از منابع طبیعی نمی تواند به اندازه دانش

^۱Druker

مهم باشد. سازمان دانشی به توانمندی هایی دست می یابد که قادر است از نیروی اندک قدرتی عظیم بسازد (ابطحی و صلواتی، ۱۳۸۵).

اجماع عمومی بر این مساله وجود دارد که فرهنگ سازمانی نوعی فلسفه مدیریتی بوده و روشی برای مدیریت سازمان ها جهت ارتقاء عملکرد و اثربخشی کلی آنها ایجاد می نماید. همچنین در محیط رقابتی معاصر فرهنگ سازمانی به عنوان یک ابزار قوی برای سنجیدن کارکردهای سازمانی به شمار می رود، پژوهش ها نشان داده اند که فرهنگ سازمانی می تواند بر نگرش ها، احساسات، تعاملات و عملکرد اعضای سازمان و همچنین بر دامنه وسیعی از مسائل فردی و سازمانی مانند تعهد سازمانی، وفاداری و رضایت شغلی تاثیر گذارد (راشیدی و همکاران، ۱۳۹۱).

۱-۲ بیان مساله

در سده اخیر دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی نیز به عنوان یک سازمان نقش مهمی در توسعه ملی ایفا کرده اند. به همین اندازه مسئولیت اجتماعی دانشگاه در چند دهه اخیر با توجه به رشد تعداد دانشجویان و همگانی شدن آن و بالا رفتن انتظار از دانشگاه در قبال جامعه، مورد توجه برنامه ریزان آموزشی در کشورهای مختلف قرار گرفته و سیستم آموزش عالی بسیاری از کشور ها یکسری فعالیت ها و برنامه های شغلی و حرفه ای در اجتماع دانشگاهی گسترش داده اند. بدین صورت که بدون توجه به وضعیت اجتماعی و با ارائه کمک های مالی به دانشجویان، بستر آموزش را ایجاد نموده و برای کارکنان فرصت های آموزشی مساوی و عادلانه در جهت رشد شخصی و سازمانی فراهم کرده اند. در این راستا عدم تبعیض در انتخاب نیروی کار و حمایت از کارکنان و دانشجویان متعلق به گروه های تهدیدپذیر جامعه به عنوان یک معیار مهم در مسئولیت اجتماعی دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی محسوب می شود (تتروا و سابولوا ۲۰۱۰).

اهمیت کلیدی مسئولیت اجتماعی در مورد دانشگاه ها نیز از این واقعیت ناشی می شود که دانشگاه ها مراکز ذکاوت، دانش و فعالیت خلاق است و نقش کلیدی در توسعه علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در جامعه دارد. مخصوصا اینکه دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی دانش کسب شده، علم، پژوهش فعالیت های نوآورانه و هنرمندان را حفظ و توسعه می دهند و نقش مهمی در بحث های اجتماعی و اخلاقی جامعه دارا می باشند. علاوه بر این نهادهای آموزشی یک نقش ویژه در جامعه دارند و خدمات مربوط به انتقال دانش به افراد، سازمان های عمومی و خصوصی و جامعه بطور کلی را فراهم می کند (گوروا و دیگران، ۲۰۰۹). با توجه به عمومیت و گسترش آموزش عالی که ویژگی برجسته دنیای مدرن می باشد و مؤسسات آموزش عالی سرتاسر دنیا توسعه یافته اند (صالحی، ۱۳۸۳)، یکی از عوامل توجه به مسئولیت اجتماعی سازمان ها می باشد. از نظر واسیلسکو و همکاران، عواملی مانند جهانی شدن، جامعه دانش محور، نوآوری و توسعه فناوری و تاکید فزاینده روی عوامل مؤثر بر بازار کار می تواند در توجه بیشتر به مسئولیت اجتماعی دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی نقش اساسی ایفا کنند. در این راستا گیبونز می گوید که دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی بویسه بافت جدیدی تحت تاثیر واقع

شده اند و می توانند روی افکار سیاسی، جهانی شدن، نوآوری و اقتصاد دانش تأثیر بگذارند (گیبونز، به نقل از واسیلسکو و همکاران، ۲۰۱۰).

مسئولیت اجتماعی سازمان موضوع حساس برانگیز و روبه توجه در سال های اخیر بوده و عامل اساسی بقای هر سازمانی محسوب می شود. سازمان های سرآمد به عنوان سازمان های پاسخگو، برای شفافیت و پاسخ گویی به ذینفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود به مسئولیت اجتماعی را از طریق ارزش های خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در سراسر سازمان جاری می شوند و به این ترتیب مسئولیت پذیری اجتماعی برای آنان مزایای دوجانبه ای خواهد داشت به طوری که هم سازمان از رویکرد اخلاقی تر و منسجم تر خود نفع می برد و هم جامعه و طرف های ذینفع نیز نظر و برداشت بهتری از عملکرد و نقاط قوت سازمان خواهند داشت (رویایی، ۱۳۸۸). و بر^۱ (۱۹۹۸) در بررسی چالش های اساسی فرا روی آموزش عالی در هزاره سوم با تاکید بر پاسخگویی و مسئولیت پذیری به عنوان یکی از رسالت های دانشگاه ها خاطر نشان می سازد که دانشگاه ها باید با دقت بیشتری به دیدگاه های جامعه توجه نمایند و در برابر این نیازها حساسیت بیشتری نشان دهند (حسین قلی زاده و همکاران، ۱۳۸۶). به این اساس، دانشگاه ها نه تنها مسئولیت عرضه آموزش و انجام پژوهش را بر عهده دارند، بلکه مستقیماً در قبال رشد اقتصادی جامعه نیز مسئول اند (ساتز، ۲۰۰۵).

واضح است که دستیابی به این هدف مستلزم سیاست گذاری نظام مند و منسجمی است که با بهره گیری از سیستم ها و سازوکارهای مناسب، قابلیت دارایی های فکری تولید شده در دانشگاه ها را مهار و به دارایی های فکری ارزش زا تبدیل کند. لذا، این نکته که چگونه می توان با مدیریت بهینه فعالیت های دانشی در دانشگاه به کاربست موثر دارایی های دانشی موجود و ایجاد ارزش افزوده دست یافت، مسأله ای است که هنوز در ادبیات مدیریت دانش آموزش عالی بی پاسخ مانده است. مروری بر ادبیات کاربست دانش حکایت از وجود مطالعات بسیار معدود و انگشت شماری دارد که با موضوع بررسی مدل های کاربست دانش به ویژه در حوزه آموزش عالی صورت گرفته است (حسین قلی زاده و همکاران، ۱۳۸۶).

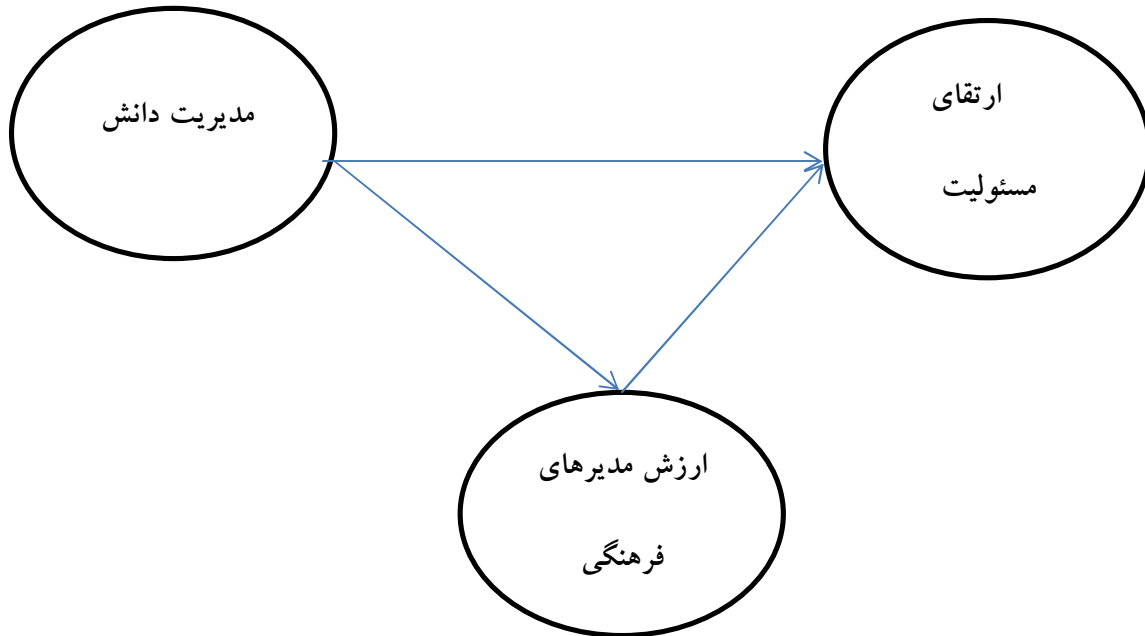
بر اساس ارزیابی از نتایج تحقیقات، عواملی از جمله منابع انسانی، فناوری ها، توانایی به کارگیری دانش، ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی، با موفقیت و گسترش برنامه مدیریت دانش همبسته هستند. شناسایی این عوامل، اهمیت بالقوه ای در سازمان ها از جمله دانشگاه دارد (چوی، ۲۰۰۶). فرهنگ سازمانی به دلیل اصلی نوآوری در مدیریت دانش شناخته شده است؛ و لذا فقدان فرهنگ سازمانی برای خلق و نشر تسهیم دانش، دلیل اصلی رقابت جویی بین سازمان هاست (پیلانیا، ۲۰۰۶). آماده سازی فرهنگ (ارزش ها و رفتارها) یک سازمان برای مدیریت دانش مهم ترین و مشکلترین چالش است، زیرا موفقیت مدیریت دانش به انگیزه، تمایل و توان افراد برای به اشتراک گذاری دانش و استفاده از دانش دیگران متکی است. افراد در سازمان، همیشه می توانند به عنوان

^۱.Weber

عامل توانمند ساز و یا مانع فرایند و فناوری برای مدیریت دانش تلقی شوند. آنها ممکن است به دلایل مختلفی مانند عمل متقابل، کسب شهرت و منزلت یا گاه نوع دوستی، به تسهیم دانش بپردازند، اما با وجود موانع مختلف، اشتراک گذاری دانش در سازمان‌ها امری اجتناب ناپذیر است و برای تغییر دیدگاه و رفتار افراد و کاستن از موانع، باید فرهنگ به اشتراک گذاشتن دانش ایجاد شود (حسن زاده، ۱۳۸۶).

۱-۳ مدل مفهومی پژوهش

بنابر آنچه در خصوص رابطه بین متغیرها گفته شد، الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر در قالب مدل مفهومی پژوهش به شمل زیر ارائه شده است.



۱-۴ اهمیت و ضرورت پژوهش

طی سالیان متمادی دانشگاه‌ها به مثابه مهم‌ترین کانون تولید، نشر و کاربرد دانش محسوب می‌شوند. حضور و فعالیت نهاد آموزشی دانشگاهی در یک جامعه، نوید بخش تحولی ژرف در گسترش علم، تحقیقات اساسی و تحولات چشمگیر در زمینه‌های مختلف است، بطوریکه در قرن بیستم از دانشگاه‌ها به عنوان نیروی محرکه آگاهی بخش و برج فرماندهی فکری جوامع یاد می‌کنند (مدهوشی و نیازی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۴). آموزش عالی از این حیث که از اجزا اساسی توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی برای افراد، جوامع و ملت‌ها امری حیاتی به شمار می‌آید خود نیز با چالش‌هایی مواجه است لذا برای ساختن آینده با فراهم آوردن مهارت‌های جدید،

شناختها و نظرات نو زمینه را برای اصلاحات تجدید و تغییر آن فراهم نمود که برگزاری کنفرانس جهانی آموزش عالی در قرن بیست و یکم از طرف یونسکو (۱۹۹۵) و ارائه سندی تحت عنوان «تغییر و توسعه در آموزش عالی» به همین منظور انجام شده است (جاودانی، ۱۳۸۷، ص ۵). با توجه به رساله حیاتی نهاد دانشگاه در جامعه که منبعث از همکاری اعضای هیئت علمی می باشد، مطالعه چگونگی رفتار اعضای آن حائز اهمیت است تا نظام های آموزش عالی برای مواجهه با روندهای موجود به معماری جدید برای بازسازی و روزآمد شدن و همراهی با توسعه آموزش عالی نائل آیند.

موضوع مسئولیت اجتماعی آنقدر اهمیت دارد که در سال های اخیر علاوه بر دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی، مدارس کسب و کار در سراسر جهان به آن توجه می نمایند. بطوری که در سال ۲۰۰۶، در رتبه بندی سایت TF که مدارس کسب و کار را که دارای مراکز و موسسه هایی برای موضوعاتی شامل اخلاقیات، مسئولیت اجتماعی شرکت، توسعه پایدار و رهبری می باشند؛ مدارس وارتون، هاروارد، استنفورد، کلمبیا و مدرسه کسب و کار لندن به ترتیب در رتبه اول تا پنجم در بین پنجاه مدارس فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی سازمان قرار داشتند (کریستن سن و دیگران، ۲۰۰۷). گفتنی است که در سال ۲۰۱۰ در رتبه بندی سایت FT مدرسه کسب و کار لندن از رتبه پنجم به رتبه اول ارتقا یافته است (رتبه بندی مدارس کسب و کار، ۲۰۱۱). متفکران رشته مدیریت از دهه ۱۹۵۰، توجه خود را بیشتر به مسئولیت های اجتماعی سازمانها معطوف کرده اند. تمام سازمان هایی که فقط سود و زیان خود را وزن می کردند، تحت فشار مردم و سازمان های مشابه، دید خود را اندکی به فراتر از منابع صرف سازمان اندوختند. دیگری به وضوح مشخص است که اعمال سازمان ها بر محیط بیرونی تاثیر بسزایی خواهد داشت و نمی توان سود و زیان ناشی از سازمان ها بر جامعه را نادیده گرفت. جهت مسئولیت اجتماعی به سمتی است که فواید اجتماع در آن امتداد است. منظور از مسئولیت اجتماعی این است که سازمان ها تاثیرات عمده ای بر سیستم اجتماعی دارند و لذا چگونگی فعالیت های آنها باید به گونه ای باشد که در اثر آن زیانی به جامعه نرسد، و در صورت رسیدن زیان، سازمان های مربوط ملزم به جبران آن باشند. به عبارت دیگر، سازمان ها نباید خود را مستقل از محیط بیرونی خود و به اصطلاح «تافته جدا بافته» بدانند، بلکه باید خود را جزئی از یک کل یعنی محیط بیرونی و اجتماع بدانند و باید اهداف و فعالیت های آنها در راستای ارمان های اجتماعی و رفاه و آسایش جامعه باشد. امروزه همه مدیران باید به کارهایی دست بزنند که مورد قبول جامعه و منطبق با ارزش های آنها باشد. سازمان هایی که نمی توانند خود را با این مهم تطبیق دهند، موفق نخواهند بود. پیتز دراکر یکی از صاحب نظران مدیریت در این باره می گوید که سازمان های خصوصی به منظور حفظ مشروعیت خود و بقادر محیط، باید قبول کنند که نقش و وظیفه اجتماعی نیز دارند. این نقش از این اص پذیرفته شده نشات میگیرد که: «هر فردی مسئول رفتار خود است و چنانچه از طرف وی، خواه به طور عمدی یا غیر عمد، صدمه ای به دیگران وارد شود، باید پاسخ گو باشد.» سازمان هانیز از این مهم مستثنی نیستند و باید پاسخگوی تاثیر اجتماعی نامطلوب خود باشند (مشبکی، ۱۳۸۹).

به سبب ماهیت پیچیده مفهوم فرهنگ سازمانی، چارچوب و مدل یکسانی برای بررسی و شناسایی آن وجود ندارد، با این حال یکی از جدیدترین مدل های شناسایی و اندازه گیری فرهنگ سازمانی، مدل فرهنگ سازمانی "هوفستد" است.

امروزه دانش به عنوان یک منبع ارزشمند در کنار منابعی که قبلاً در اقتصاد مورد توجه قرار گرفته بود (کار، زمین، سرمایه) به عنوان یک دارایی ارزشمند شناخته و مطرح می شود و حتی فراتر از این، فرانسیس بیکن از دانش به عنوان قدرت یاد می کند. پیتر دراگر نیز همین دیدگاه را در جامعه پسا سرمایه داری چنین بیان می کند: دیگر منبع اصلی قدرت اقتصادی، داشتن سرمایه بیشتر یا منابع طبیعی افزونتر یا تعداد نیروی کار زیادتر نیست بلکه منبع اصلی قدرت اقتصادی آینده، تنها دانش است (دراگر، ۱۹۹۳، ص ۷).

در جوامع صنعتی سنتی، مواد خام فیزیکی، بنیاد ورودی های منابع سازمانی را تشکیل می داد. ولی امروزه در جامعه فراصنعتی، تولید حول محور منابع کاربر یا مواد و انرژی بر، انجام نمی شود. بلکه حول محور منابع دانش بر تعریف می شود و منابع نامشهود و نامرئی، دانایی و اطلاعات، به عنوان منابع و عوامل عمده تولید، جایگزین داراییهای فیزیکی شده است (همان منبع).

تحقیقات انجام شده در سازمان های موفق نشان داده است که بهره وری، سودآوری، واکنش سریع به نیاز مشتری، کاهش هزینه و بالاخره کیفیت مطلوب از آن سازمان هایی نیست که سرمایه، ماشین آلات و نیروی انسانی بیشتری دارند. آنگونه که پیتر دراگر می گوید، سازمان های موفق آنهایی هستند که نیروی انسانی دانشگر بیشتری در اختیار دارند و از نیروی انسانی برای غلبه بر محیط پر رقابت و تغییر پذیر کسب و کار استفاده می کنند (پیروسیانی، ۱۳۸۹، ص ۹).

دانش به معنای واقعی خود، مجموعه ای از مهارت ها و توانمندی های انسانی می باشد که با آگاهی و اطلاعات از روش های تولید بهتر همراه است. دانش، زیر بنای مهارت، تجربه و تخصص هر فرد است، کاربرد چنین برداشتی از دانش، در سازمان های حال و آینده بسیار فراگیر شده است (همان منبع، ص ۹).

به زعم مهینی ایجاد مدیریت دانش در دانشگاه ها و مؤسسات آموزش عالی ضروری می باشد تا با ایجاد و نگهداری چهارچوب یکه همه اعضای دانشگاه با استفاده آن به اشتراکات و استفاده از دانش برای بهره وری در آموزش، یادگیری - یاد دهی و تحقیق و نیز اهدافی که آنان را قادر می سازد تا به راحتی و همزمان بتوانند به اطلاعات مورد نیاز خود در هر زمان و مکان دست یابند (مهینی، ۱۳۸۰، ص ۲).

۱-۵ اهداف پژوهش

۱-۵-۱ هدف کلی

- هدف کلی پژوهش بررسی رابطه ی بینارزشهای فرهنگی بامدیریت دانش و مسئولیت اجتماعی در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه ارومیه است.

۱-۵-۲ اهداف جزئی

۱. بررسی رابطه ی بینفرهنگ سازمانی با مدیریت دانش.
۲. بررسی رابطه یمدیریت دانش بامسئولیت اجتماعی
۳. بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی با مسئولیت اجتماعی
۴. بررسی رابطه میان فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی با نقش میانجی مدیریت دانش

۱-۶ فرضیه های پژوهش

۱. فرهنگ سازمانی بر مدیریت دانش در میان اعضای هیئت علمی اثر معنادار دارد
۲. فرهنگ سازمانی بر ارتقای مسئولیت اجتماعی اعضای هیئت علمی اثر معنادار دارد.
۳. مدیریت دانش بر ارتقای مسئولیت اجتماعی اعضای هیئت علمی اثر معنادار دارد.
۴. فرهنگ سازمانی بر ارتقای مسئولیت اجتماعی اعضای هیئت علمی از طریق مدیریت دانش اثر معنادار دارد.

۱-۷ تعاریف متغیرها^۱

در پژوهش حاضر، ارزش های فرهنگی و مؤلفه های آن، متغیر پیش بین بوده و متغیر مسئولیت اجتماعی متغیرابسته و متغیر مدیریت دانش به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده اند.

¹ Variable

۱-۷-۱ تعاریف مفهومی متغیرها

مدیریت دانش: مدیریت دانش، مثل ارتباطات، در بهترین وجه به عنوان روش یا شیوه ی عمل سازمانی تلقی می شود. مدیریت دانش شیوه شناسایی، در اختیار گرفتن، سازماندهی و پردازش اطلاعات جهت خلق دانش می باشد که پس از آن توزیع می شود و به عبارت دیگر در دسترس دیگران قرار می گیرد تا برای خلق دانش بیشتر به کار گرفته شود (رادینگ، ۱۳۸۳، ص ۳۳).

ارزش های فرهنگی: فرهنگ سازمانی قسمتی از محیط داخلی سازمان را توصیف می کند که در حقیقت ترکیبی از مجموعه تعهدات، اعتقادات و ارزش های مشترک بین اعضای سازمان است و برای راهنمایی کارکنان در انجام وظایف شان استفاده می شود. فرهنگ سازمانی در واقع یک نظام نظارت اجتماعی بالقوه است که در برابر نظام نظارت رسمی قرار دارد (جواهری کامل و کوثرنشان، ۱۳۸۸).

مسئولیت اجتماعی: گریفین وبارنی مسئولیت اجتماعی را چنین تعریف می کنند «مسئولیت اجتماعی مجموعه وظایف و تعهداتی است که سازمان بایستی در جهت حفظ و مراقبت و کمک به جامعه ای که در آن فعالیت می کند انجام دهد» (خلیج عراقی، ۱۳۸۲؛ به نقل از قربانی وهمکاران، ۱۳۸۴).

۱-۷-۲ تعاریف عملیاتی متغیرها

مدیریت دانش: منظور از مدیریت دانش در این پژوهش نمره ای است که براساس پاسخ اعضای هیئت علمی به سوالات ۱ الی ۲۶ پرسشنامه مدیریت دانش نوناکا به دست می آید.

ارزش های فرهنگی: منظور از ارزشهای فرهنگی در این پژوهش نمره ای است که براساس پاسخ اعضای هیئت علمی به سوالات ۱ الی ۲۵ پرسشنامه ارزش های فرهنگی هافستد به دست می آید.

مسئولیت اجتماعی: منظور از مسئولیت اجتماعی در این پژوهش نمره ای است که بر اساس پاسخ اعضای هیئت علمی به سوالات ۱ الی ۱۴ پرسشنامه مسئولیت اجتماعی بدست می آید.

۱-۸ چارچوب فصول آتی

در فصل دوم به بررسی ادبیات موضوعی و پیشینه پژوهش پرداخته خواهد شد. در فصل سوم در مورد روش های پژوهش، جامعه و نمونه آماری، روشها و ابزارهای جمع آوری اطلاعات بحث خواهد شد. در فصل چهارم به تجزیه و تحلیل داده ها پرداخته شده و فصل پنجم نیز شامل نتیجه گیری و پیشنهادات خواهد بود.