

نگرش اخلاقی به مدیریت دانش در حوزه بازرگانی در شرکت پیشگامان یزد

مصطفی کشاورز مولایی^{۱*}، محمدمامین رادفر^۲، مهری غلامی نوجه ده^۳

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

m.keshavarz65@gmail.com

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اهر

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد تبریز

چکیده

سیستم مدیریت دانش یکی از مرسوم‌ترین انواع مدیریت در عصر حاضر است چرا که به دلیل نوع بافت و ساختار آن، نه تنها اشخاص بلکه گروه‌ها را نیز قادر به اشتراک‌گذاری و بکارگیری دانش جمعی و اصولی برای کسب اهداف بازرگانی می‌نماید. این مطالعه به روش توصیفی-تحلیلی و با هدف بررسی نگرش اخلاقی به مدیریت دانش در حوزه بازرگانی انجام شده است. نتایج این مطالعه نشان داد که ارائه و تایید وظایف اشخاص در سازمان‌ها ممکن است از سوی فرهنگ بازرگانی صحیح کسب شود. اصول اساسی و اخلاقی بازرگانی در واقع ارزش‌های بازرگانی را نشان می‌کند؛ ارزش‌ها، وسعت اخلاقیات یا نهایتاً رفتار غیر اخلاقی را بازتاب می‌کنند؛ بنابراین فرهنگ بازرگانی غالب را ارائه می‌کنند. کشورهای غربی ادعا دارند که هم به ارزش‌های سنتی توجه دارند و هم به پذیرش ارزش‌های جدید فرهنگ‌های دیگر در نظام ارزشی خود تکیه دارند. قبول این مبانی و اصول در سایر فرهنگ‌ها با تغییراتی در نظام ارزش بازرگانی در یک راستا قرار دارد، در حالی که هم چنین برای کشف و پذیرش اخلاقیات در مناطق دیگر هم مورد نیاز هستند. در عصر جهانی شدن، حفظ آگاهی فرهنگی ملی جهت حفظ ارزش‌های بازرگانی و رقابتی بودن دارای اهمیت بوده و نمی‌تواند دست کم گرفته شود. همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان داد که اخلاق در این شرکت دارای همبستگی مثبتی با مدیریت دانش سازمانی و فرایندهای آن بوده و مدیریت صحیح دانش سازمانی می‌تواند موجب بهبود و ارتقاء برخورد مناسب در میان کارکنان باشد.

واژگان کلیدی: مدیریت دانش، ارزش‌های سنتی، نگرش اخلاقی