

بسم الله الرحمن الرحيم



پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
پژوهشکده اطلاعات

رساله دکترای رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی گرایش علم اطلاعات

ارائه مدل هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب‌وکار

مورد مطالعه: دانشگاه افسری امام علی (ع)

نگارش

سید حسین سجادیان

استاد راهنما

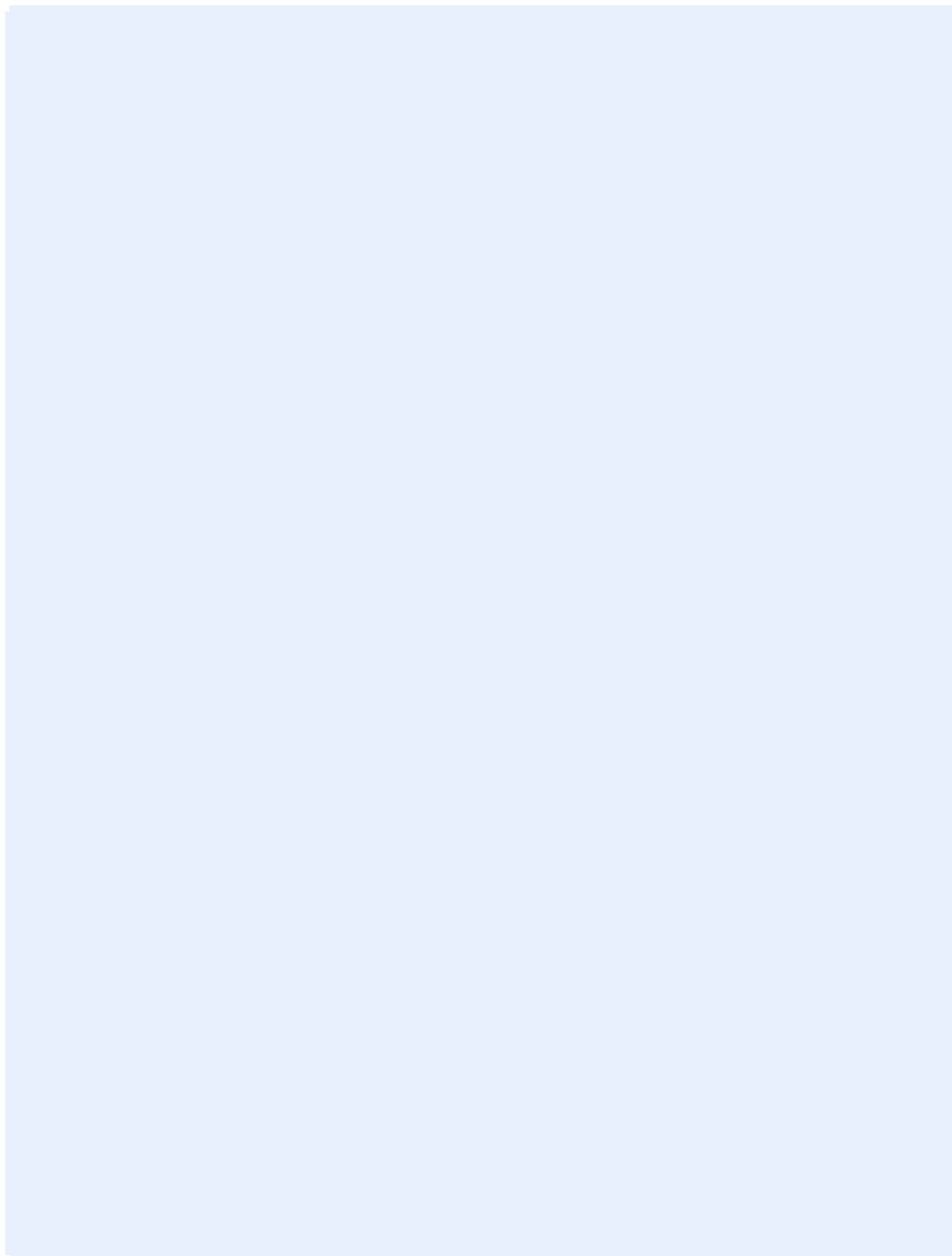
دکتر پیمان اخوان

استاد مشاور

دکتر اصغر محمدی‌فاتیح

تابستان ۱۴۰۱

برگ اصالت و مالکیت اثر



برگه تأیید داوران / صورتجلسه داوران (به زبان فارسی)

صفحه تقدیم

تقدیم به پیشگاه مقدس خداوند متعال، ستون محکم، منبع الهام و حکمت و دانش؛

تقدیم به روح پدر و مادر عزیزم؛

پدر عزیزم که در سال آخر مقطع کارشناسی و مادر عزیزتر از جانم که در سال آخر مقطع دکتری و در زمان نوشتن رساله به دیار باقی شتافتند؛ پروردگاران که اگر ایثار و از خودگذشتی آنها نبود من هم نبودم.

رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا

صفحه سپاسگزاری

در اینجا بر خود لازم و واجب می‌دانم تا از استاد محترم جناب آقای پروفیسور پیمان اخوان که راهنمایی این رساله را با دقت نظر و ژرف‌نگری و با صبر و مهربانی برعهده گرفتند، تشکر و قدردانی نمایم. ضمناً از استاد محترم جناب آقای دکتر اصغر محمدی‌فاتیح نیز که مشاوره این رساله را با نگاه ویژه و توجه وافر برعهده داشتند سپاس‌گزاری نمایم. در مسیر سخت و دشوار تدوین رساله بویژه انتخاب موضوع مناسب، همواره از رهنمودها و حمایت‌های بی‌دریغ استاد دکتر سیروس علیدوستی رئیس اسبق پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران بهره‌مند گردیدم و همیشه خود را وامدار این استاد فرهیخته می‌دانم. بنده در مسیر تحصیل علم از محضر استادانی همچون خانم دکتر رویا پورنقی، استاد دکتر فریبرز درودی در امر آموزش و پژوهش بهره‌مند شدم و از این استادان فرهیخته نیز کمال تشکر را دارم. در ضمن از تلاش‌های شبانه‌روزی مدیرمحترم آموزش پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران خانم مهندس پریسا لامعی که همواره در شرایط سخت و طاقت‌افزا، پیگیر برنامه‌های آموزشی و یار و یاور همیشگی ما بودند کمال سپاس‌گذاری را دارم. ضمناً بر خود لازم می‌دانم از برادر عزیزم استاد فرهیخته جناب آقای دکتر بهروز رسولی نیز که بنده را از رهنمودهای مؤثر خود بهره‌مند ساختند کمال قدردانی را داشته باشم. در ادامه جا دارد تا از آقای دکتر حمیدرضا قمی نماینده محترم حوزه کاربرد که همواره بنده را از نظرات ارز‌شمند و حمایت‌های بی‌دریغ خود بهره‌مند ساختند، کمال تشکر و قدردانی را داشته باشم. در پایان از تلاش همه استادان، همکاران، دانشجویان که در این مسیر همراه و همگام من بودند بی‌نهایت سپاس‌گزارم و برای همه آنها موفقیت و پیروزی و شادی روزافزون از درگاه حضرت حق مسئلت دارم.

چکیده

هدف: هدف نخست پژوهش حاضر ارائه مدل هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب‌وکار در دانشگاه افسری امام علی (ع) است.

روش‌شناسی پژوهش: در این مطالعه از روش آماری تحلیل محتوای کیفی برای شرح و تفسیر داده‌ها و از روش حداقل مربعات جزئی مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی ارتباط سازه‌ها در مدل نظری پژوهش استفاده کرده‌ایم.

یافته‌ها: در این مطالعه در فاز کیفی، ساختار سازه هم‌راستایی به منظور ساخت ابزار سنجش هم‌راستایی در دانشگاه مورد مطالعه ترسیم گردید و در فاز کمی مدل هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب‌وکار مورد آزمون و فرضیه‌های پژوهش مورد سنجش قرار گرفت. بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم در این مطالعه نشان داد که نقش میانجی‌گری هم‌راستایی به صورت جزئی و مکمل بین راهبرد کسب‌وکار و راهبرد دانش معنادار است.

نتیجه‌گیری: معرفی ساختار و سطح متغیر میانجی هم‌راستایی که از یک سو تحت تأثیر راهبرد کسب‌وکار قرار گیرد و از سویی دیگر بر راهبرد دانش تأثیر بگذارد موجبات عملیاتی‌سازی این مفهوم پیچیده را فراهم ساخته است. بر این اساس منابع و قابلیت‌های دانشی تحت تأثیر نیازهای فکری کسب‌وکار قرار می‌گیرند و با میانجی‌گری منابع و قابلیت‌های دانشی این تأثیر افزایش می‌یابد و موجبات هم‌راستایی بیشتر راهبرد کسب‌وکار و راهبرد دانش فراهم می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: راهبرد دانش، راهبرد کسب‌وکار، راهبرد تجاری، همسویی، هم‌راستایی، استراتژی

فهرست نوشتار

۱- فصل نخست: کلیات پژوهش.....	۱
۱-۱- مقدمه	۱
۲-۱- بیان مسئله	۲
۳-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش	۴
۴-۱- اهداف پژوهش	۵
۱-۴-۱- هدف کلی	۵
۲-۴-۱- اهداف فرعی.....	۵
۵-۱- مدل نظری و فرضیه‌های پژوهش	۵
۶-۱- دانش‌افزایی و نوآوری پژوهش	۷
۷-۱- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات	۸
۱-۷-۱- تعاریف نظری	۸
۲-۷-۱- تعاریف عملیاتی.....	۹
۸-۱- ساختار رساله	۹
۲- فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش.....	۱۱
۱-۲- مقدمه	۱۱
۲-۲- برترین پژوهش‌های خارجی مرتبط با موضوع پژوهش	۱۲
۳-۲- برترین پژوهش‌های داخلی مرتبط با موضوع پژوهش	۲۰
۴-۲- مفاهیم و کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع پژوهش (راهبرد دانش، راهبرد کسب وکار و هم‌راستایی)	۲۳

۴۰	۲-۵- راهبرد دانش
۴۲	۲-۵-۱- نوع‌شناسی راهبرد دانش
۴۵	۲-۵-۲- رابطه میان راهبرد دانش و راهبرد مدیریت دانش
۴۶	۲-۶- راهبرد کسب‌وکار
۴۷	۲-۶-۱- نوع‌شناسی راهبرد کسب‌وکار
۵۲	۲-۷- هم‌راستایی
۵۹	۲-۷-۱- هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب‌وکار
۷۰	۲-۷-۲- عملیاتی‌سازی هم‌راستایی
۷۳	۲-۸- انتخاب نوع‌شناسی راهبرد دانش، راهبرد کسب‌وکار و هم‌راستایی
۷۳	۲-۸-۱- انتخاب راهبرد دانش مناسب برای این مطالعه
۷۴	۲-۸-۲- انتخاب راهبرد کسب‌وکار مناسب برای این مطالعه
۷۶	۲-۸-۳- انتخاب سازه هم‌راستایی برای این مطالعه
۷۶	۲-۹- مدل نظری پژوهش
۷۷	۲-۱۰- جمع‌بندی
۷۹	۳- فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش
۷۹	۳-۱- مقدمه
۷۹	۳-۲- روش و طرح کلی پژوهش
۸۱	۳-۳- جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری
۸۴	۳-۴- متغیرهای پژوهش
۸۴	۳-۵- ابزارهای اندازه‌گیری
۸۵	۳-۶- شیوه‌های گردآوری داده‌ها

۳-۷-	روایی و «پایایی ابزار اندازه گیری	۸۶
۳-۸-	روش های آماری	۸۸
۳-۸-۱-	تحلیل محتوای کیفی	۸۸
۳-۸-۲-	حداقل مربعات جزئی (PLS) مدل سازی معادلات ساختاری	۹۰
۳-۹-	جمع بندی	۱۰۹
۴-	فصل چهارم: یافته های پژوهش	۱۱۰
۴-۱-	مقدمه	۱۱۰
۴-۲-	یافته های مربوط به تحلیل محتوای کیفی	۱۱۰
۴-۳-	آمار توصیفی ویژگی های جمعیت شناختی	۱۲۱
۴-۳-۱-	تحصیلات نمونه مورد مطالعه	۱۲۲
۴-۳-۲-	سن نمونه مورد مطالعه	۱۲۳
۴-۳-۳-	سابقه کار نمونه مورد مطالعه	۱۲۴
۴-۳-۴-	سابقه کار در دانشگاه مورد مطالعه	۱۲۵
۴-۳-۵-	جایگاه سازمانی نمونه مورد مطالعه	۱۲۶
۴-۳-۶-	قسمت نمونه مورد مطالعه	۱۲۷
۴-۴-	تحلیل استنباطی داده ها: مدل سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی	۱۲۸
۴-۴-۱-	مرحله ۱: تعیین مدل ساختاری	۱۲۸
۴-۴-۲-	مرحله ۲: تعیین مدل اندازه گیری	۱۲۹
۴-۴-۳-	مرحله ۳: جمع آوری و بررسی داده ها	۱۳۰
۴-۴-۴-	مرحله ۴: تخمین مدل مسیر	۱۳۱
۴-۴-۵-	مرحله ۵: ارزیابی نتایج مدل اندازه گیری	۱۳۲
۴-۴-۶-	مرحله ۶: ارزیابی نتایج مدل ساختاری	۱۳۶
۴-۵-	آزمون فرضیه های پژوهش	۱۳۹

۱۴۰	۴-۵-۱-آزمون فرضیه ۱.....
۱۴۱	۴-۵-۲-آزمون فرضیه ۲.....
۱۴۲	۴-۵-۳-آزمون فرضیه ۳.....
۱۴۳	۴-۵-۴-آزمون فرضیه ۴.....
۱۴۴	۴-۶-جمع بندی
۱۴۶	۵-فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری.....
۱۴۶	۵-۱-مقدمه
۱۴۶	۵-۲-خلاصه
۱۴۷	۵-۳-بحث
۱۵۲	۵-۴-نتیجه گیری (پیام پژوهش)
۱۵۲	۵-۵-محدودیت های پژوهش
۱۵۲	۵-۵-۱-محدودیت های خارج از کنترل پژوهشگر.....
۱۵۳	۵-۵-۲-محدودیت های در کنترل پژوهشگر.....
۱۵۴	۵-۶-پیشنهادهای برخاسته از پژوهش
۱۵۶	۵-۷-پیشنهادهای به سایر پژوهشگران
۱۵۷	۶-فهرست منابع.....
۱۷۶	۷-پیوست ها.....

فهرست جدول‌ها

جدول ۱- خلاصه پر استنادترین پیشینه‌های پژوهش	۱۳
جدول ۲- برترین پژوهش‌های داخلی مرتبط با موضوع پژوهش	۲۱
جدول ۳- مفاهیم کلیدی مرتبط با موضوع پژوهش	۲۵
جدول ۴- دسته‌بندی مفاهیم و کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع پژوهش براساس میانگین سال نشر	۳۳
جدول ۵- تعاریف راهبرد دانش	۴۱
جدول ۶- نوع‌شناسی راهبرد دانش	۴۳
جدول ۷- اصطلاحات مرتبط با هم‌راستایی	۵۳
جدول ۸- پیوندهای شناسایی شده هم‌راستایی در ادبیات پژوهش خارجی	۵۵
جدول ۹- پیوندهای شناسایی شده هم‌راستایی در ادبیات پژوهش داخلی	۵۶
جدول ۱۰- مفهوم‌سازی هم‌راستایی	۵۹
جدول ۱۱- وابستگی بین واحدهای سازمانی	۶۱
جدول ۱۲- مدل‌های هم‌راستایی راهبرد دانش	۶۲
جدول ۱۳- مفهوم‌سازی هم‌راستایی	۶۹
جدول ۱۴- انواع راهبرهای به کاررفته در پژوهش	۷۰
جدول ۱۵- طرح پژوهش	۸۰
جدول ۱۶- جامعه آماری تحلیل محتوا	۸۲
جدول ۱۷- بخش‌های نمونه	۸۳
جدول ۱۸- آلفای کرونباخ	۸۴
جدول ۱۹- روش‌ها و ابزارهای گردآوری داده‌ها	۸۵
جدول ۲۰- روایی و پایایی	۸۸
جدول ۲۱- دو رهیافت اصلی در تحلیل محتوای کیفی	۹۰
جدول ۲۲- اجزاء روش حداقل مربعات جزئی	۹۱
جدول ۲۳- نام پرسشنامه، ابعاد، شماره و تعداد پرسش‌های مربوطه	۹۶
جدول ۲۴- ارزیابی مدل اندازه‌گیری	۹۸
جدول ۲۵- معیارهای ارزیابی مدل ساختاری	۱۰۲
جدول ۲۶- ماتریس مفهومی تحلیل محتوای هدایت‌شونده دانشگاه سازمانی مورد مطالعه	۱۱۳

جدول ۲۷- تحصیلات	۱۲۲
جدول ۲۸- سن	۱۲۳
جدول ۲۹- سابقه کار	۱۲۴
جدول ۳۰- سابقه کار در دانشگاه	۱۲۵
جدول ۳۱- قسمت	۱۲۷
جدول ۳۲- وضعیت کشیدگی و چولگی داده‌های جمع‌آوری شده	۱۳۰
جدول ۳۳- ماتریس گزارش ضرایب مسیر	۱۳۱
جدول ۳۴- جدول آلفای کرونباخ	۱۳۳
جدول ۳۵- یافته‌های پایایی ترکیبی	۱۳۳
جدول ۳۶- بارهای بیرونی شاخص‌ها	۱۳۴
جدول ۳۷- میانگین واریانس استخراج شده	۱۳۵
جدول ۳۸- معیار فورنل-لارکر	۱۳۶
جدول ۳۹- نسبت روایی و اگرای یگانه-دوگانه	۱۳۶
جدول ۴۰- مقادیر عامل تورم واریانس	۱۳۷
جدول ۴۱- آزمون	۱۳۷
جدول ۴۲- ضریب تعیین (همبستگی R^2)	۱۳۸
جدول ۴۳- ارزیابی اندازه اثر F^2	۱۳۸
جدول ۴۴- مقادیر ارتباط پیش‌بینی Q^2	۱۳۹
جدول ۴۵- آزمون فرضیه ۱ پژوهش	۱۴۰
جدول ۴۶- آزمون فرضیه ۱ پژوهش	۱۴۱
جدول ۴۷- آزمون فرضیه ۱ پژوهش	۱۴۲
جدول ۴۸- ضرایب مسیر	۱۴۳
جدول ۴۹- تأثیرات غیرمستقیم کلی	۱۴۴

فهرست تصویرها

- تصویر ۱- مدل نظری و فرضیه‌های پژوهش ۶
- تصویر ۲- نقشه و شبکه مفاهیم و کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع پژوهش (فارسی) ۳۰
- تصویر ۳- نقشه و شبکه مفاهیم و کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع پژوهش (انگلیسی) ۳۱
- تصویر ۴- همپوشانی مفاهیم و کلیدواژه‌های مرتبط با بر اساس میانگین سال نشر (فارسی) ۳۸
- تصویر ۵- همپوشانی مفاهیم و کلیدواژه‌های مرتبط بر اساس میانگین سال نشر (انگلیسی) ۳۹
- تصویر ۶- مقایسه راهبرد دانش و راهبرد مدیریت دانش ۴۶
- تصویر ۷- نوع شناسی راهبرد کسب و کار مایلز و اسنو ۴۸
- تصویر ۸- نوع شناسی راهبرد کسب و کار پورتر ۵۰
- تصویر ۹- هم راستایی ۶۵
- تصویر ۱۰- مدل هم راستایی ۶۷
- تصویر ۱۱- نوع پژوهش و مفهوم سازی هم راستایی ۶۸
- تصویر ۱- مدل نظری و فرضیه‌های پژوهش ۷۷
- تصویر ۱۲- پیاز پژوهش ۸۰
- تصویر ۱۳- روش نظام مند بکارگیری مدل سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی ۹۲
- تصویر ۱۴- مدل اندازه گیری ۹۳
- تصویر ۱۵- آزمون مدل ساختاری ۱۰۱
- تصویر ۱۶- مراحل آزمون میانجی ۱۰۸
- تصویر ۱۷- مدل ساختاری پژوهش ۱۲۸
- تصویر ۱۸- مدل اندازه گیری ۱۲۹
- تصویر ۱۹- واریانس سازه ها ۱۳۲
- تصویر ۲۰- مدل نظری و فرضیه‌های پژوهش ۱۳۹
- تصویر ۲۱- مراحل آزمون میانجیگری ۱۴۴

فهرست نمودارها

- نمودار ۱- تحصیلات نمونه مورد مطالعه..... ۱۲۲
- نمودار ۲- سن نمونه مورد مطالعه..... ۱۲۳
- نمودار ۳- سابقه کار نمونه مورد مطالعه..... ۱۲۴
- نمودار ۴- سابقه کار در دانشگاه مورد مطالعه..... ۱۲۵
- نمودار ۵- جایگاه سازمانی..... ۱۲۶
- نمودار ۶- قسمت‌های نمونه مورد مطالعه..... ۱۲۷
- نمودار ۷- ضرایب مسیر..... ۱۳۱

فهرست پیوست‌ها

پیوست الف: پرسشنامه پژوهش ۱۷۱

فصل نخست: کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه

هم‌راستایی^۱ یا هم‌سویی در سازمان از اهمیت بسزایی برخوردار است و پس از گذشت بیش از سی سال کار مدیریتی و پیشرفت شگرف در عرصه‌های گوناگون، همچنان دغدغه مدیران به شمار می‌رود (Luftman et al., 2015). هم‌راستایی راهبرد دانش^۲ و راهبرد کسب‌وکار^۳ (راهبرد تجارت) در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. راهبرد کسب‌وکار می‌بایستی منعکس‌کننده نقش دانش در کمک به سازمان در دستیابی به مزیت رقابتی باشد و دانش نیز به عنوان منبع و قدرت راهبردی (Bolisani & Bratianu, 2018) می‌تواند نقش مهمی را در دستیابی سازمان به مزیت رقابتی ایفا نماید منوط به اینکه رویکرد مناسبی در سازمان برای هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب‌وکار اتخاذ گردد.

در این مطالعه سعی بر این است که ضمن بررسی نظرات و دیدگاه‌های گوناگون، مدل نظام‌مند و نوین هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب‌وکار جهت بهبود دستیابی به مزیت رقابتی در یک محیط دانشگاهی ارائه گردد. شایان ذکر است که در یک فرایند منطقی و منظم مبتنی بر یک روش پژوهش نظام‌مند،

¹ Alignment

² knowledge Strategy

³ Business Strategy

مطالعات و بررسی‌های نظری و میدانی و تحلیل‌های لازم در راستای نیل به اهداف و آزمون فرضیه‌های پژوهش صورت می‌پذیرد.

۲-۱- بیان مسئله

ظهور عصر مبتنی بر دانش منجر به تغییر معادلات و فرآیندهای مدیریتی در سازمان‌ها شده و قواعد بازی در عرصه‌های رقابت را متحول ساخته است. امروزه بسیاری از مدیران، دانش را به عنوان یک سرمایه راهبردی برای سازمان خود به رسمیت می‌شناسند و بیشتر سازمان‌های موفق دنیا، دانش را مهم‌ترین سرمایه شرکت‌ها در سده‌ی بیست و یکم می‌دانند (Bolisani & Bratianu, 2018; Văţămănescu et al., 2018). راهبرد کسب و کار می‌بایستی منعکس‌کننده نقش دانش در کمک به سازمان در دستیابی به مزیت رقابتی باشد، به طوری که به منظور تأکید بیشتر و نشان دادن جایگاه و نقش دانش برای دستیابی به مزیت یادشده می‌توانیم گفتمان قدیمی «دانش قدرت است» را این گونه بیان کنیم که «دانش یک منبع راهبردی» است (Bolisani & Bratianu, 2018).

به دلیل رشد ناگهانی و روزافزون اقتصاد دانش‌بنیان و گسترش برنامه‌های مدیریت دانش، زمینه شکل‌گیری و طرح مباحث نوپایی (Zack, 1999) مانند راهبرد دانش در ادبیات مدیریت فراهم شده است (Bolisani & Bratianu, 2018). برای سازمان‌هایی که در صدد دستیابی به مزیت رقابتی هستند، تعیین و اتخاذ راهبرد دانش از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است، بطوریکه بدون تعیین و اتخاذ راهبرد دانش، احتمال شکست فعالیت‌های مدیریت دانش بالاست (Asoh, 2004; Bierly & Chakrabarti, 1996; Kasten, 2006; Zack, 1999). از دیدگاه زک راهبرد دانش رویکردی کلی است که سازمان برای هم‌راستایی منابع و قابلیت‌های دانشی خود با نیازمندی‌های فکری راهبرد کسب و کار خود اتخاذ می‌کند (Zack, 1999). با توجه به اینکه راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار، متکی به

یکدیگر هستند و در راستای اهداف سازمان یکدیگر را تقویت می کنند (Drucker, 2012) بنابراین هم راستایی آن ها جهت دستیابی به اهداف سازمانی از اهمیت و ارزش بسزایی برخوردار است. هم راستایی در مواجهه با پیچیدگی های محیطی، فرصت های سرمایه گذاری رقابتی و اغلب ناسازگار و منابع محدود، موجب دستیابی به مزیت رقابتی و حفظ کارایی بهتر سازمان می گردد (Bolisani & Bratianu, 2018) و پس از گذشت بیش از سه دهه کار مدیریتی و پیشرفت شگرف، هم راستایی هم چنان دغدغه ای برای مدیران به شمار می رود (Luftman et al., 2015).

هم راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار در سازمان های دانش بنیان از قبیل دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی از اهمیت بسزایی برخوردار است زیرا انتخاب رویکرد درست در مواجهه با برنامه کسب و کار (تجاری) و هم راستایی نیازهای فکری کسب و کار با منابع و قابلیت های دانشی می تواند تقویت کننده راهبرد اصلی سازمان باشد و موجبات تقویت برنامه های آموزشی، پژوهشی و فرهنگی و دستیابی به مزیت رقابتی و عملکرد بهتر را فراهم می آورد.

در این پژوهش، مورد مطالعه دانشگاه امام علی (ع) است. این مرکز آموزش عالی نظامی در ساختار ارتش ایران، با بیش از ۹۰ سال قدمت، دارای نقشی راهبردی است و در اعتبار و اقتدار نیروهای مسلح نقشی حیاتی ایفا می کند (رشیدزاده، ۱۳۹۱)؛ در این دانشگاه برنامه های کسب و کار (تجاری) گوناگونی اجرا می گردد که از جمله آن می توان به انتشار و فروش کتاب های دانشگاهی، انجام پروژه های نظری و صنعتی برای سایر سازمان ها، برگزاری دوره های آموزشی آزاد (دوره های زبان های خارجی) و ... اشاره کرد. هر کدام از برنامه های مورد اشاره برای اینکه بتوانند مقوم اهداف دانشگاه باشند نیازمند منابع و قابلیت های فکری هستند. علی رغم اهمیت و لزوم هم راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار، ۱۹ سال تجربه کاری نویسنده این رساله در دانشگاه افسری امام علی (ع) و بررسی اسناد و مدارک در

دانشگاه مورد مطالعه نشان می‌دهد که تاکنون به موضوع راهبرد کسب و کار (تجارت) و نیز راهبرد دانش پرداخته نشده است و مسئله هم‌راستایی مورد توجه قرار نگرفته است. بنابراین مدلی برای هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار وجود ندارد و این مسئله می‌تواند موجبات عملکرد ضعیف و عدم کسب مزیت رقابتی و در نهایت شکست در عرصه کسب و کار را فراهم آورد.

با توجه به مسئله پژوهش و پیشینه پژوهش مدل نظری هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار در دانشگاه مورد مطالعه ارائه و برازش آن مورد بررسی قرار می‌گیرد. ضمناً در این مطالعه فرضیاتی در خصوص نوع‌شناسی راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار مطرح می‌گردد. ضمناً در این مطالعه ابزاری را طی یک مطالعه کیفی توسعه خواهیم داد که با استفاده از آن تأثیر متغیر هم‌راستایی به عنوان میانجی دو متغیر راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱-۳- اهمیت و ضرورت پژوهش

به‌رغم اهمیت تعیین و اتخاذ راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار و نیز هم‌راستایی راهبردهای مذکور، بر اساس پیشینه‌های پژوهش تاکنون پژوهشی مرتبط با این موضوع در دانشگاه‌های خارجی و داخلی از جمله دانشگاه امام علی (ع) انجام نگرفته و نقش هم‌راستایی در این میان تاکنون به عنوان متغیر مداخله‌گر و میانجی تبیین نشده است، بنابراین داشتن مدلی علمی برای افزایش هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار از دلایل اهمیت این پژوهش به شمار می‌رود.

در سطح راهبردی، این هم‌راستایی برای بهبود فرایند تصمیم‌سازی راهبردی، حیاتی است و همه سازمان‌ها از جمله دانشگاه مورد مطالعه، به آن نیاز دارند. افزون بر این، هرچند درباره اهمیت هم‌راستایی راهبرد دانش و راهبرد کسب و کار نظرات زیادی مطرح شده است اما از نظر عملیاتی به‌طور گسترده‌ای مغفول واقع شده است