



تأثیر رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش

مشتری و کیفیت نوآوری

راحله احمدی^۱، حمیدرضا صفاری^۲

چکیده

در این پژوهش به بررسی تأثیر رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش مشتری و کیفیت نوآوری پرداخته شد. این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نوع توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه شرکت‌های تولیدی و خدماتی شهر تهران تشکیل دادند که با تکیه بر فرمول کوکران، ۳۸۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد استفاده شد که روایی و پایایی آن مورد تایید قرار گرفت. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار smartPLS بهره گرفته شد. نتایج این پژوهش نشان داد، رهبری دانش محور تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد. همچنین مدیریت دانش مشتری و کیفیت نوآوری این رابطه را میانجی می‌کند.

واژگان کلیدی: رهبری دانش محور، عملکرد شرکت، مدیریت دانش مشتری، کیفیت نوآوری

۱- کارشناسی ارشد مهندسی صنایع گرایش مدیریت سیستم بهره‌وری، دانشگاه امیرکبیر (نویسنده مسئول) ahmadir8339@gmail.com

۲- کارشناسی ارشد مدیریت بحران

امروزه موفقیت سازمان‌ها بیش از هر زمان دیگری در گرو کسب مزیت رقابتی به واسطه عملکرد نوآورانه ناشی از دانش‌محوری است (همایون فر و آراسته، ۱۴۰۲). خلق ثروت از دانش به علت تحولات شگرف فناوری در جهان اهمیت به سزایی یافته است، به گونه‌ای که در قرن بیست و یکم انتظار می‌رود اقتصاد مبتنی بر دانش در بسیاری از کشورها شکل گیرد و جوامعی که در آن‌ها ثروت ملی و رشد اقتصادی در قالب ایده‌ها و دانش فناوری و نه در قالب مواد و منابع فیزیکی سنجیده می‌شود، یکی پس از دیگری پدیدار شوند و توسعه یابند. لذا سیاست‌گذارانی که به دنبال توسعه فناوری و نوآوری در جوامع خود هستند، بایستی با رویکردی سیستمی مبادرت به ایجاد و تقویت نهادها و روابط لازم میان آن‌ها به گونه‌ای بنمایند که بتوانند در محیطی مناسب به طور هماهنگ و هم جهت عمل کرده و به این ترتیب بستر مورد نیاز برای افزایش جریان دانش و ایجاد ارزش افزوده در صنایع خود را فراهم آورند (رودلیونین و کورداب، ۲۰۱۹). جهت کسب مزیت رقابتی در محیط کسب و کار مبتنی بر دانش، سازمان‌ها دیگر بر کارایی (کاهش هزینه و زمان) تمرکز نمی‌کنند، بلکه به خلاقیت، نوآوری و دانش اولویت می‌دهند. موفقیت یک شرکت به کیفیت دانش به کارگرفته شده برای توسعه کسب و کار و ارتقاء کیفیت محصولات و خدماتش بستگی دارد. بنابراین، مدیریت دانش می‌تواند به منزله استراتژی مدیریت سازمان و همچنین منبع استراتژی‌های رقابتی در نظر گرفته شود (چوی و همکاران، ۲۰۱۹).

از طرفی از چالش‌های بزرگ فراوری رهبران سازمان‌ها، افزایش بهره‌وری از طریق تسهیم دانش درون سازمان و دانش خارج از سازمان است (رید، ۲۰۱۳). برخی از پژوهشگران در دو دهه گذشته به بررسی نقش رهبران در مدیریت دانش پرداخته‌اند و شبکه‌ای رهبری خاصی را در این زمینه مورد توجه قرار داده‌اند (لاکشمین، ۲۰۰۹). این پژوهشگران همچنین بر لزوم انجام پژوهش‌های بیشتر برای مشخص کردن تأثیر مدل‌های مختلف رهبری همانند رهبری دانش‌محور در فرآیندهای مدیریت دانش تأکید دارند. به طور کلی، رهبری دانش‌محور ایجاد، انتقال، ذخیره‌سازی، و کاربرد دانش در سازمان را تحت تأثیر قرار دهد؛ رهبری دانش‌محور ترکیبی از سبک‌های رهبری تحول‌گرا و عمل‌گرا همراه با انگیزش و ارتباطات می‌شود (دونات و همکاران، ۲۰۱۵).

پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهند که بین سبک رهبری دانش‌محور و تسهیم دانش مشتری رابطه معناداری وجود دارد. این پژوهش‌ها مشخص شد که حمایت رهبران یک سازمان نقش مهمی در خلق و تسهیم دانش برای سازمان دارد. شرکت‌ها می‌توانند از رفتار رهبری دانش‌محور برای گسترش اقدامات مدیریت دانش استفاده کنند و تمایل کارکنان به عملکرد نوآوری را ارتقاء و بهبود دهند. مدیران باید شرایط ایده‌آلی را ایجاد کنند تا استفاده شرکت از اقدامات و طرح‌های مدیریت دانش را از طریق طراحی ابزارهایی مثل اقدامات مدیریت منابع انسانی امکان‌پذیر سازند (لین، ۲۰۱۱).

¹ Raudeliūnienė & Kordab

² Choi et al

³ Reid

⁴ Lakshman

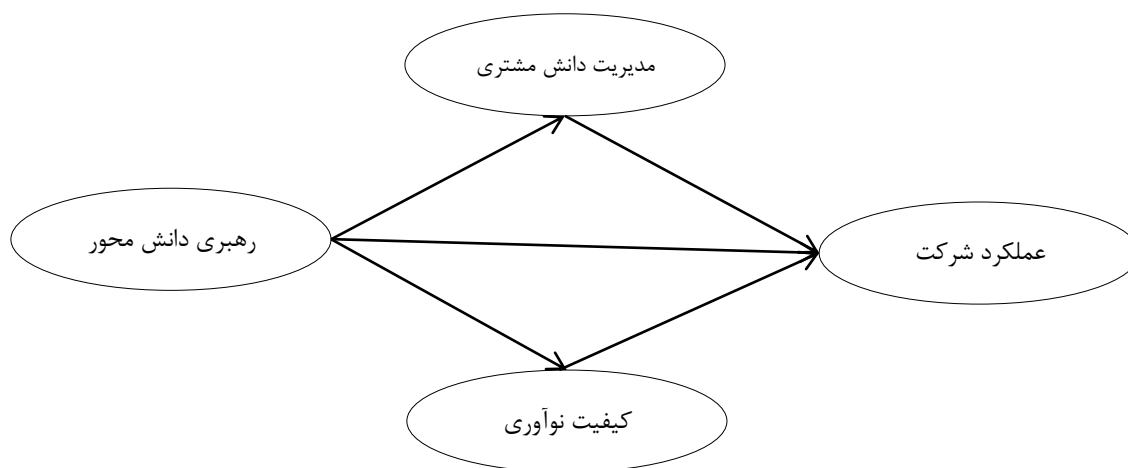
⁵ Donate et al

⁶ Lin

در این میان کیفیت نوآوری اغلب با بررسی تعداد دستاوردهای آشکار، گزارش‌های ثبت شده و پروژه‌های جدید که شرکت در روال کاری خود برعهده می‌گیرد، نمایان خواهد شد. همچنین مقایسه کیفیت محصولات جدید و استفاده فرایندهای جدید با رقیب نشان دهنده عمل نوآوری در شرکت است (هانگ و همکاران؛ ۲۰۱۱). شرکت‌ها امکان انطباق سریع با تغییرات فراهم شده از طریق عملکرد نوآوری را به وجود آورده و در برابر ناپایداری‌های محیطی محافظت می‌شوند و با توجه به عملکرد، سود و سهم بازار آنها افزایش می‌یابد (زهیرا و همکاران؛ ۲۰۱۲). با توجه به اهمیت موضوع عوامل ضعف در عملکرد نوآوری شرکت‌های تولیدی و تجاری را می‌توان در تمایل نداشتن معرفی محصولات یا خدمات جدید و معرفی فرایند جدید، نداشتن واکنش سریع نسبت به معرفی فرایندهای جدید رقابتی، نبود آموزش کافی برای نوآوری و کاهش تعداد محصولات با خدمات جدید ارائه شده در بازار عنوان کرد (کزازی و شول، ۱۳۹۲). بر همین اساس لازم است تا شرکت‌های تولیدی تأثیری که رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت دارد توجه داشته باشند. بر همین اساس در این پژوهش به تأثیر رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش مشتری و کیفیت نوآوری در شرکت‌های تولیدی پرداخته شده است. براساس هدف تحقیق، فرضیه‌ها و مدل مفهومی تحقیق به شرح زیر است.

فرضیه‌های پژوهش

- رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت تأثیرگذار است.
- رهبری دانش محور با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش مشتری بر عملکرد شرکت تأثیرگذار است.
- رهبری دانش محور با توجه به نقش میانجی کیفیت نوآوری بر عملکرد شرکت تأثیرگذار است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

¹ Hung et al

² Zehira et al

روش‌شناسی

پژوهش حاضر با هدف تاثیر رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش مشتری و کیفیت نوآوری صورت گرفته است. براین اساس می‌توان گفت این پژوهش از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی است. همچنین از نوع جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات، از نوع توصیفی-پیمایشی است. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های میدانی و کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است. در کتابخانه، ابزار پژوهش را کتب، مقالات و اسناد و مدارک تشکیل داده‌اند. در بخش میدانی همچنین از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه شرکت‌های تولیدی و خدماتی در شهر تهران تشکیل داده‌اند. با توجه به اینکه تعداد این افراد غیرقابل شمارش است، با تکیه بر فرمول کوکران ۳۸۵ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت بررسی روایی پرسشنامه تحقیق از روایی واگرا و همگرا استفاده شد. همچنین جهت بررسی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی اشتراکی استفاده شد که با توجه به اینکه مقدار ضریب آلفای کرونباخ و پایایی اشتراکی برای تمامی سازه‌های تحقیق بالای ۰/۷ محاسبه شد، می‌توان به پایایی ابزار تحقیق اعتماد کرد. نتایج مربوطه به شرح جدول زیر است:

جدول ۱: روایی و پایایی ابزار پژوهش

مؤلفه	آلفای کرونباخ	CR	AVE	۱	۲	۳	۴
رهبری دانش محور	۰,۷۵۶	۰,۷۵۵	۰,۵۶۱	۱			
عملکرد شرکت	۰,۸۷۴	۰,۷۳۶	۰,۵۲۱	۰,۴۳۶	۱		
مدیریت دانش مشتری	۰,۸۹۱	۰,۷۸۱	۰,۵۱۲	۰,۴۳۱	۰,۲۷۴	۱	
کیفیت نوآوری	۰,۸۴۳	۰,۸۶۵	۰,۵۳۷	۰,۴۱۹	۰,۴۶۹	۰,۳۷۵	۱

با توجه به جدول فوق می‌توان گفت: پایایی ابعاد مورد تائید است زیرا آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بالای ۰,۷ است و همچنین $AVE > 0.5$ است. روایی همگرا مورد تائید است، زیرا $CR > 0.7$ ؛ $CR > AVE$ ؛ $AVE > 0.5$. برای بررسی فرضیه‌های پژوهش، از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

الف) آمار توصیفی

برای توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی که داده‌های آن از پرسشنامه به دست آمد از درصد، فراوانی، جداول، اشکال و نمودار استفاده شد و همچنین به منظور توصیف متغیرهای پژوهش از میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی بهره گرفته شد. لازم به ذکر است که عملیات مربوط به آمار توصیفی با استفاده از نرم‌افزار Spss-21 انجام شد.

ب) آمار استنباطی

در بخش استنباطی برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری^۱ با استفاده از نرم‌افزارهای Smart PLS-v2، SPSS-v21 بهره گرفته شده است.

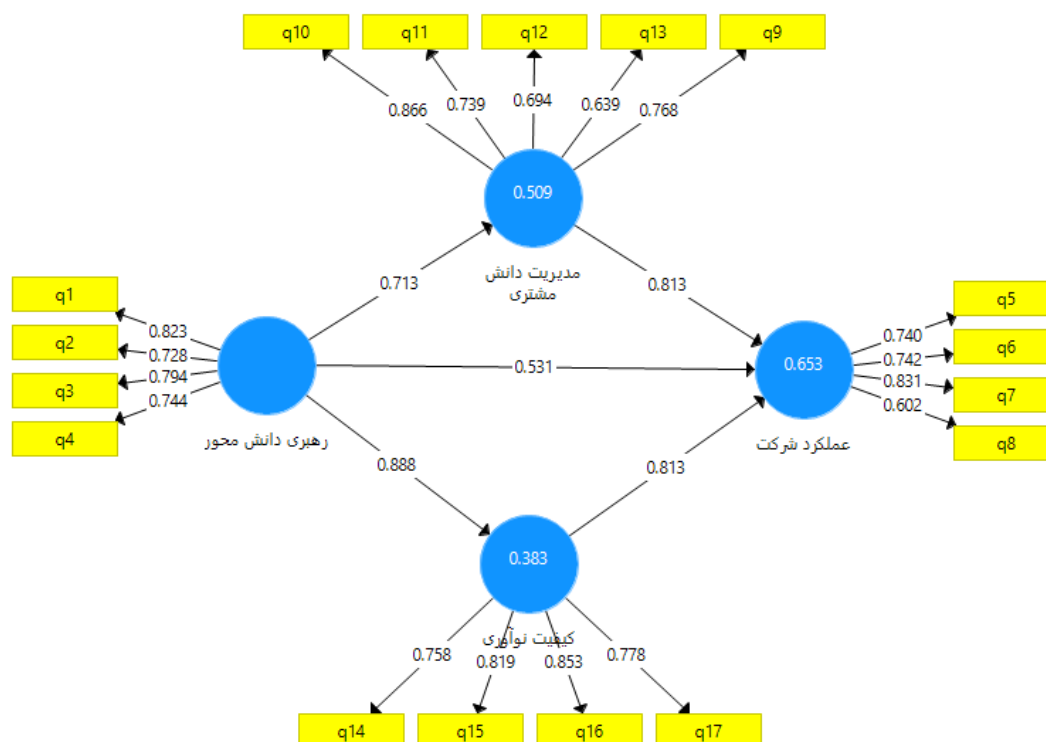
یافته‌ها

در بخش آمار توصیفی پژوهش در ابتدا به بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان پرداخته شد. بر اساس جدول ۲، نتایج بررسی‌ها نشان داد از نظر جنسیت بیشترین حجم نمونه مربوط به مردان است. همچنین بیشترین حجم از نمونه را افرادی در بازه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال و همچنین تحصیلات کارشناسی تشکیل داده‌اند. در ادامه به آمار توصیفی متغیرها پرداخته شد. در جدول زیر، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مربوط به متغیرهای پژوهش نمایش داده شده است. لازم به ذکر است، کمینه و بیشینه هر یک از متغیرهای زیر به ترتیب ۱ و ۵ می‌باشد.

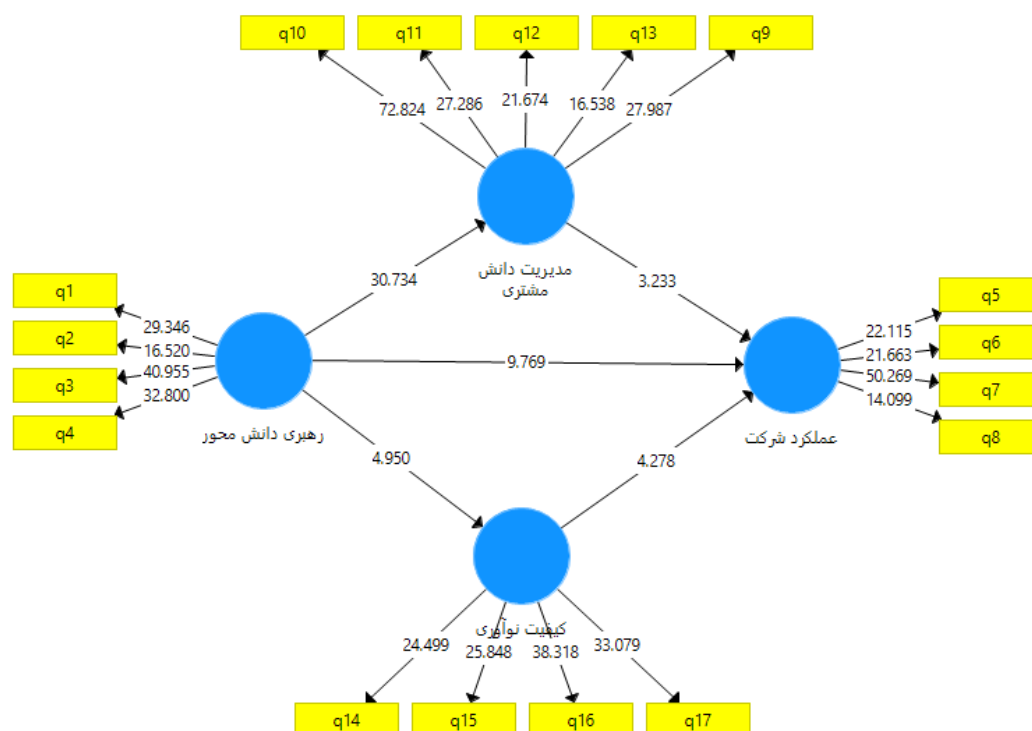
جدول ۲: مشخصه‌های آماری مدل پژوهش

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشدگی
رهبری دانش محور	۳,۲۹۴	۰,۸۷۵	-۰,۰۳۹	۰,۲۲۳
عملکرد شرکت	۳,۴۳۶	۰,۶۹۰	-۰,۲۸۰	۰,۵۰۸
مدیریت دانش مشتری	۳,۵۵۸	۰,۷۳۸	۰,۳۳۹	-۰,۰۹۹
کیفیت نوآوری	۳,۴۹۳	۰,۶۷۶	-۰,۵۳۴	۰,۵۲۷

اطلاعات جدول مشخصه‌های آماری همچون میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی را برای متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. بر اساس نتایج، تمامی متغیرهای مدل دارای میانگین بالای ۳ هستند. در ادامه برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش حداقل مربعات جزئی بهره گرفته شد. نتایج به صورت شکل‌های ۲ و ۳ است.



شکل ۱: بارهای عاملی و ضرایب مسیر



شکل ۲: معناداری مدل

مدل ساختاری، مدلی که در آن روابط بین متغیرهای مکنون مستقل (برون‌زا) و وابسته (درون‌زا) مدنظر است. مدل ساختاری تنها متغیرهای پنهان را به همراه روابط میان آنها بررسی می‌کند.

اعداد نوشته شده بر روی مسیرها ضرایب مسیر و همچنین بارهای عاملی را نمایش می‌دهد. برای آزمون معناداری ضرایب مسیر با استفاده از روش بوت استرپ^۱ مقادیر آزمون تی-استیودنت محاسبه شده است. مقادیر آزمون تی-استیودنت اگر مقداری مقداری بزرگتر از ۲,۵۸ باشد، ضریب مسیر در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

شاخص ضریب تعیین (R^2) متغیرهای وابسته

ضریب R^2 مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) است و تاثیر یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته را نشان می‌دهد که سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شوند. مقدار R^2 برای سازه‌های مدل، ۰,۵۰۹، ۰,۶۵۳ و ۰,۳۸۳ محاسبه شده است.

شاخص ارتباط پیش بین Q^2

این معیار، قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را نشان می‌دهد. ملاک تفسیر Q^2 ، سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی می‌باشد. اگر این شاخص مثبت باشد مطلوب است. مقدار Q^2 برای متغیرهای تحقیق ۰,۲۱۵، ۰,۲۶۹، ۰,۲۴۷، ۰,۲۳۵ است که مثبت و در سطح مطلوب است. بر همین اساس می‌توان گفت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرها مطلوب هستند.

شاخص GOF

^۱ Bootstrapping

شاخص که برای برازش توسط تنن هاوس و همکاران^۱ (۲۰۰۵) معرفی شده است، ملاک کلی برازش (GOF) است که با محاسبه میانگین هندسی میانگین اشتراک و R^2 به صورت زیر محاسبه می شود.

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2}$$

این شاخص نیز همانند شاخص های برازش مدل لیزرل عمل می کند و بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. البته باید توجه داشت این شاخص همانند شاخص های مبتنی بر خی دو در مدل های لیزرل به بررسی میزان برازش مدل نظری با داده های گردآوری شده نمی پردازد. بلکه توانایی پیش بینی کلی مدل را مورد بررسی قرار می دهد و اینکه آیا مدل آزمون شده در پیش بینی متغیرهای مکنون درونزا موفق بوده است یا نه.

$$GOF = \sqrt{\text{communality} \times R^2} = \sqrt{0.566 \times 0.515} = .539$$

متخصصان مدل یابی ساختاری به روش PLS شاخص GOF کمتر از ۰/۱ را کوچک، بین ۰/۱ تا ۰/۲۵ را متوسط و بیش از ۰/۳۶ را بزرگ قلمداد می کنند. با در نظر گرفتن این معیارها شاخص برازش مدل نمونه مورد بررسی ۰/۵۳۹ می باشد که جز اندازه های بزرگ است. با توجه به این یافته ها می توان نتیجه گرفت که مدل آزمون شده در نمونه مورد بررسی برازش مناسبی دارد. همچنین با توجه به اینکه بارهای عاملی تمامی متغیرهای آشکار مدل بیشتر از ۰,۵ و معناداری بیشتر از ۲,۵۸ است، می توان گفت سازه حاضر از روایی مطلوبی برخوردار است.

همچنین با توجه به اینکه تمامی ضرایب مسیر بیشتر از ۰,۵ و معناداری بیشتر از ۲,۵۸ است، فرضیه مستقیم پژوهش مورد تایید قرار گرفت. در این راستا می توان گفت رهبری دانش محور تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد. در بررسی رابطه میانجی، از بررسی روابط مستقیم و روابط کل استفاده شد. بررسی ها نشان داد میزان ضریب مسیر برای تاثیر رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت ۰,۵۳۱. همچنین اثر کل برابر با ۱,۱۱۰ محاسبه شده که با توجه به اینکه بیشتر از ۰/۵ است، می توان گفت اثر میانجی تایید می شود. همچنین شاخص VAF به شرح زیر محاسبه شد:

$$0.521 = \frac{0.713 * 0.813}{(0.713 * 0.813) + 0.531}$$

با توجه به میزان ضریب VAF می توان گفت ۵۲ درصد از اثر کل رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت از طریق مدیریت دانش مشتری تبیین می شود.

همچنین در تبیین فرضیه آخر پژوهش، میزان ضریب مسیر برای تاثیر رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت ۰,۵۳۱. همچنین اثر کل برابر با ۱,۲۵۲ محاسبه شده که با توجه به اینکه بیشتر از ۰/۵ است، می توان گفت اثر میانجی تایید می شود. همچنین شاخص VAF به شرح زیر محاسبه شد:

$$0.575 = \frac{0.888 * 0.813}{(0.888 * 0.813) + 0.531}$$

با توجه به میزان ضریب VAF می توان گفت ۵۷ درصد از اثر کل رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت از طریق کیفیت نوآوری تبیین می شود.

^۱ Tennen House et al

بحث و نتیجه‌گیری

همانگونه که ملاحظه شد، بررسی‌ها نشان داد رهبری دانش محور تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد. براین اساس می‌توان گفت زمانیکه مدیران شرکت‌های تولیدی و خدماتی از رهبری دانش محور استفاده کنند، عملکرد بهتری خواهند داشت. شرکت‌ها می‌توانند از رفتار رهبری دانش محور برای گسترش اقدامات مدیریت دانش استفاده کنند و تمایل کارکنان به عملکرد نوآوری را ارتقاء و بهبود دهند. رهبران باید به عنوان مشاور عمل کنند به طوری که کارکنان شرکت می‌توانند تشخیص دهند که چگونه اقدامات مدیریت دانش و شغل آنها در تضمین ارتباطات کمک کند. ارتباطات برای رهبران امری حیاتی است تا به روشنی انتظارات شرکت از آنها را نشان دهند و موانع ارتباطی را حذف کنند.

در این راستا پیشنهاد می‌شود بخش تحقیق و توسعه در تمامی شرکت‌های تولیدی و خدماتی راه‌اندازی شود. در صورت نبود بودجه و یا منابع دانشی لازم در سازمان، پیشنهاد می‌شود این شرکت‌ها با شرکت‌های دانش بنیان اتحاد استراتژیک برقرار کرده و از دانش به روز و جامع آنها بهره بگیرند. شرکت‌ها می‌توانند از رفتار رهبری دانش محور برای گسترش

همچنین نتایج نشان داد مدیریت دانش مشتری تاثیر رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت را میانجی می‌کند. براین اساس می‌توان گفت وجود مدیریت دانش مشتری در سازمان باعث می‌شود رهبران دانش محور بتوانند تاثیر بهتری بر عملکرد سازمان داشته باشند. مدیران می‌توانند با تشکیل گروه‌ها و کمیته‌هایی به منظور اشتراک‌گذاری دانش از پایانه‌های اطلاعاتی به واحدهای فرعی و اخذ بازخور سیستمی در میان کارکنان و استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی در جهت بهبود ارتباطات در میان مشتریان، جریانات مبتنی بر دانش را تقویت کنند. مدیران شرکت‌ها همچنین می‌توانند با توانمندسازی کارکنان در راستای انتقال دانش راهبردی، دانش موردنظر را به تمامی کارکنان واحدهای مختلف منتقل کنند تا اهداف و مقاصد مدنظر به منظور اشتراک‌گذاری و بهترین اقدامات صورت گیرد. شرکت‌های تولیدی و تجاری می‌توانند از سیستم‌های شبکه‌ای و اینترنتی بوسیله کامپیوتر برای ذخیره‌سازی فایل‌ها و پرونده‌ها استفاده کنند تا همه کارکنان بتوانند به مدارک و پایگاه داده از طریق اتصال به کامپیوترهای یکدیگر دسترسی داشته باشند. مدیران شرکت‌های تولیدی و تجاری باید درصدد تشکیل گروهی از کارشناسان خارج از شرکت باشند که اگر با مشکلاتی روبه رو شدند به کمک انتقال دانش کاربردی آنان از طریق یکپارچه سازی علم و دانش حل شوند. شرکت‌ها با توجه به ایده‌های نوین و تغییرات روزافزون در زمینه‌های علمی حداکثر توان خویش را استفاده کنند تا بتوانند به نوعی دارای مزیت رقابتی پایدار نسبت به رقبای در عملکرد نوآوری بدست آورند.

در نهایت نتایج نشان داد کیفیت نوآوری رابطه بیان رهبری دانش محور و عملکرد شرکت را میانجی می‌کند. براین اساس می‌توان گفت وجود کیفیت نوآوری در سازمان باعث می‌شود رهبران دانش محور بتوانند تاثیر بهتری بر عملکرد سازمان داشته باشند. اهمیت رهبری دانش محور در فرایند نوآوری به این دلیل است که نوآوری مستلزم ایجاد و نهادهای سیستم‌ها و روندهای جدیدی است که بدون دانش و حمایت رهبری محقق نمی‌شود.

کرازی، ابوالفضل؛ شول، عباس. (۱۳۹۲). تأثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد نوآوری: اثر تعدیل کنندگی یادگیری سازمانی، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۳ (۷۱)، ۱-۱۷.

همایون فر، مهدی و آراسته، آرمان. (۱۴۰۲). نقش رهبری دانش محور در عملکرد نوآورانه بخش دولتی. فصلنامه بازیابی دانش و نظام‌های معنایی.

Choi, H., Ahn, J-C., Jung, S-H., & Kim, J-H. (2019). Communities of practice and knowledge management systems: effects on knowledge management activities and innovation performance. *Knowledge Management Research & Practice*, DOI: 10.1080/14778238.2019.1598578.

Donate, M. J., & Sánchez de Pablo, J.D. (2015). The role of knowledge- oriented leadership in knowledge management practices and innovation. *Journal of Business Research*, 68, 360–370.

Hung, R. Y. Y., Lien, B. Y. H., Yang, B., Wu, C. M., & Kuo, Y. M. (2011). Impact of TQM and Organizational Learning on Innovation Performance in the High-Tech Industry. *International Business Review*, 20(2), 213-225.

Lakshman, C. (2009). Organizational knowledge leadership: An empirical examination of knowledge management by top executive leaders. *Leadership & Organization Development Journal*, 30(4), 338–364.

Lin, H. F.(2011). The effects of employee motivation, social interaction, and knowledge management strategy on KM implementation level. *Knowledge Management Research & Practice*, 9(3), 263–275.

Raudeliūnienė, J., & Kordab, M. (2019). Impact of knowledge oriented leadership on knowledge management processes in the Middle Eastern audit and consulting companies. *Business, Management and Education*, 17(2), 248-268.

Reid, F. (2003). Creating a knowledge sharing culture among diverse business units. *Employment Relations Today*, 30(3), 43-9.

Zehira,C, Oznur Gulen Ertosunb, Zehirc,S, Müceldilli,B.(2012).Total Quality Management Practices' Effects on Quality Performance and Innovative Performance, International Conference on Leadership, Technology and Innovation Management, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 41, 273 – 280.

The Effect of Knowledge-Based Leadership on Company Performance According to the Mediating Role of Customer Knowledge Management and Innovation Quality

Raheleh Ahmadi,¹ Hamidreza Saffari

Abstract

In this research, the effect of knowledge-based leadership on the company's performance was investigated with regard to the mediating role of customer knowledge management and the quality of innovation. This research is applied in terms of purpose and descriptive survey. The statistical population of this research was made up of all manufacturing and service companies in Tehran, and based on Cochran's formula, 385 people were selected as a sample. A standard questionnaire was used to collect information in this research, and its validity and reliability were confirmed. In this research, partial least squares method and smartPLS software were used for data analysis. The results of this research showed that knowledge leadership has a positive and significant effect on company performance. Also, customer knowledge management and innovation quality mediates this relationship.

Keywords: Knowledge-Based Leadership, Company Performance, Customer Knowledge Management, Innovation Quality

¹ Master of Industrial Engineering, Productivity System Management, Amirkabir University (author)
² Master of Crisis Management