فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت

شماره ۲۸،
دوره هشتم،
سال ششم،
زمستان ۱۴۰۱
صص ۱-۱۱

تاثیر 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 تاثیر رهبری دانش‌محور بر عملکرد شرکت با توجه به نقش میانجی مدیریت‌دانش مشتری و کیفیت نوآوری پرداخته شد. این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نوع توصیفی پیمایشی است. جامعهٔ‌آماری 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 وحور تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت دارد. همچنین مدیریت دانش مشتری و کیفیت نوآوری این رابطه را میانجی می‌کند.

واژگان کلیدی: رهبری دانش‌محور، عملکرد شرکت، مدیریت‌دانش مشتری، کیفیت نوآوری

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

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

مقدمه

امروزه موفقیت سازمان‌ها بیش از هر زمان دیگری در گرو کسب مزیت رقابتی به‌واسطه 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 ویکم 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 پس‌از 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[1] ۲۰۱۹). جهت کسب مزیت رقابتی در محیط کسب وکار مبتنی بر دانش، سازمان‌ها دیگر بر کارآیی (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 وکار 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[2] ۲۰۱۹).

از طرفی از چالش‌های بزرگ فراروی رهبران سازمان‌ها، افزایش بهره‌وری ازطریق تسهیم دانش درون سازمان و دانش خارج از سازمان است (رید[3] 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 (لاکشمن[4] 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 دانش محور ایجاد، انتقال، ذخیره‌سازی، و کاربرد دانش در سازمان را تحت تأثیر قرار دهد؛ رهبری دانش محور ترکیبی از سبک‌های رهبری تحول‌گرا و عمل‌گرا همراه با انگیزش و ارتباطات می‌شود (دونات و همکاران[5] ۲۰۱۵).

پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهند که بین سبک رهبری دانش محور و تسهیم دانش مشتری رابطه معناداری وجود. در 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[6] ۲۰۱۱).

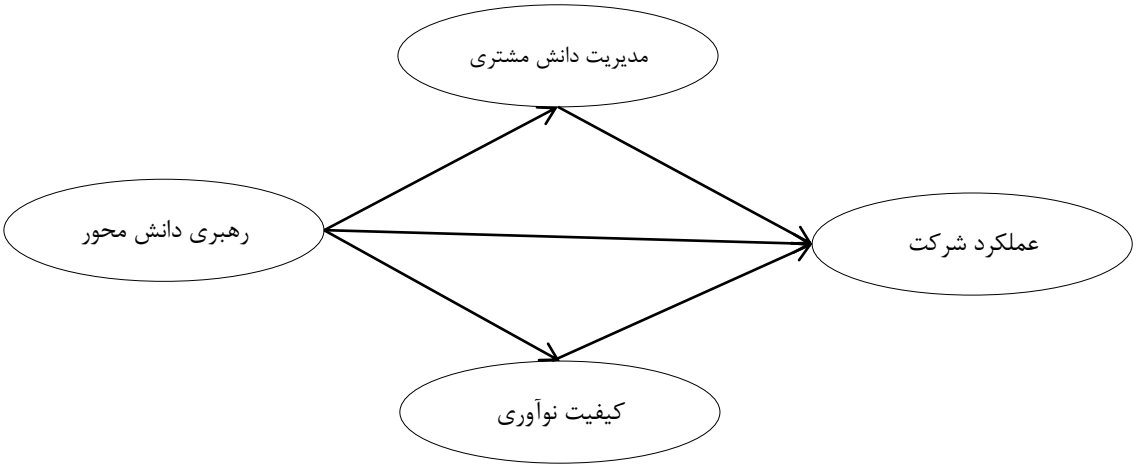
[1] Raudeliūnienė & Kordab
[2] Choi et al
[3] Reid
[4] Lakshman
[5] Donate et al
[6] Lin

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

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[1] ۲۰۱۱). شرکت‌ها امکان انطباق سریع با تغییرات فراهم شده از طریق عملکرد نوآوری را به وجود آورده و در برابر ناپایداری های محیطی محافظت می شوند و با توجه به عملکرد، سود و سهم بازار آنها افزایش می یابد (زهیرا و همکاران[2] 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). برهمین اساس لازم است تا شرکت‌های تولیدی تاثیری که رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت دارد توجه داشته باشند. بر همین اساس در این پژوهش به تاثیر 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 تاثیرگذار است.
- رهبری دانش محور با توجه به نقش میانجی مدیریت دانش مشتری بر عملکرد شرکت تاثیرگذار است.
- رهبری دانش محور با توجه به نقش میانجی کیفیت نوآوری بر عملکرد شرکت تاثیرگذار است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

[1] Hung et al
[2] Zehira et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

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 وتحلیل 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	٤
رهبری دانش محور	۰,۷٥٦	۰,۷٥٥	۰,٥٦۱	۱			
عملکرد شرکت	۰,۸۷٤	۰,۷۳٦	۰,٥۲۱	۰,٤۳٦	۱		
مدیریت دانش مشتری	۰,۸۹۱	۰,۷۸۱	۰,٥۱۲	۰,٤۳۱	۰,۲۷٤	۱	
کیفیت نوآوری	۰,۸٤۳	۰,۸٦٥	۰,٥۳۷	۰,٤۱۹	۰,٤٦۹	۰,۳۷٥	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 به‌دست آمد از درصد، فراوانی، جداول، اشکال و نمودار استفاده شد و همچنین به‌منظور 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[1] با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS-v21، Smart Pls-v2 بهره گرفته شده است.

یافته‌ها

[1] Structural Equation Modeling (SEM)

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

در بخش آمار توصیفی پژوهش در ابتدا به بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان پرداخته شد. بر اساس جدول ۲، نتایج بررسی‌ها نشان داد ازنظر جنسیت بیشترین حجم نمونه مربوط به مردان است. همچنین بیشترین حجم از نمونه را افرادی در بازه سنی ۳۰ تا ٤۰ سال و همچنین تحصیلات کارشناسی تشکیل داده‌اند.

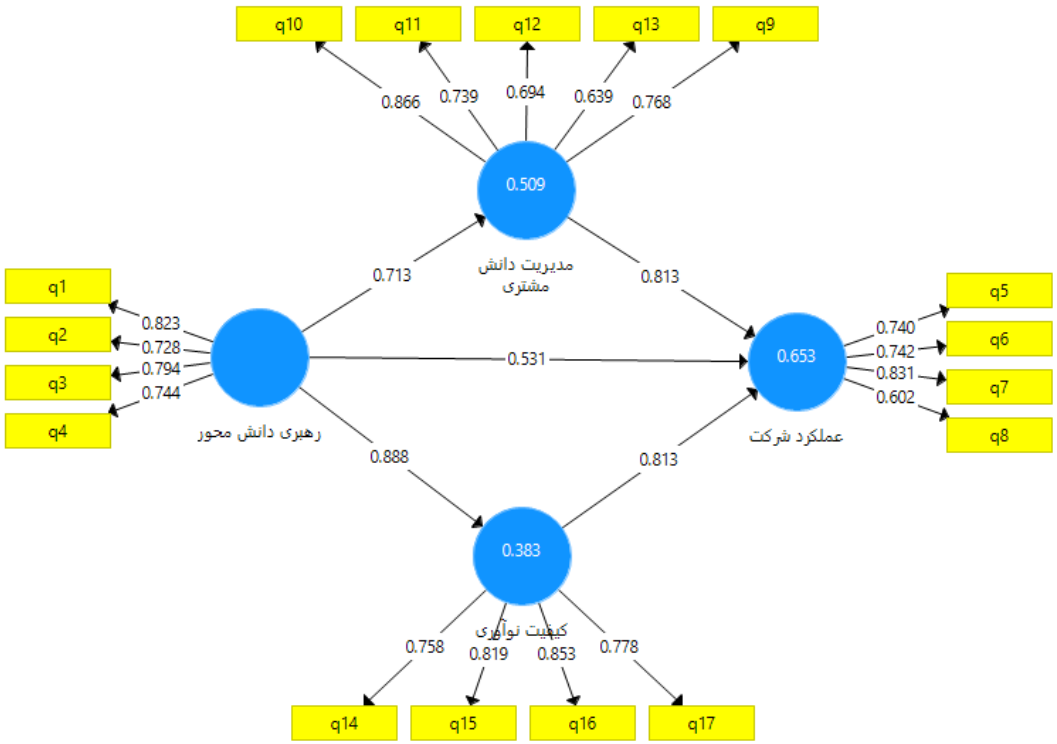
در ادامه به آمار توصیفی متغیرها پرداخته شد. در جدول زیر، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مربوط به متغیرهای پژوهش نمایش داده شده است. لازم به ذکر است، کمینه و بیشینه هر یک از متغیرهای زیر به ترتیب ۱ و ۵ می‌باشد.

جدول ۲: مشخصه‌های آماری مدل پژوهش

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
رهبری دانش محور	۳,۲۹٤	۰,۸۷۵	-۰,۰۳۹	۰,۲۲۳
عملکرد شرکت	۳,٤۳٦	۰,٦۹۰	-۰,۲۸۰	۰,۵۰۸
مدیریت دانش مشتری	۳,۵۵۸	۰,۷۳۸	۰,۳۳۹	-۰,۰۹۹
کیفیت نوآوری	۳,٤۹۳	۰,٦۷٦	-۰,۵۳٤	۰,۵۲۷

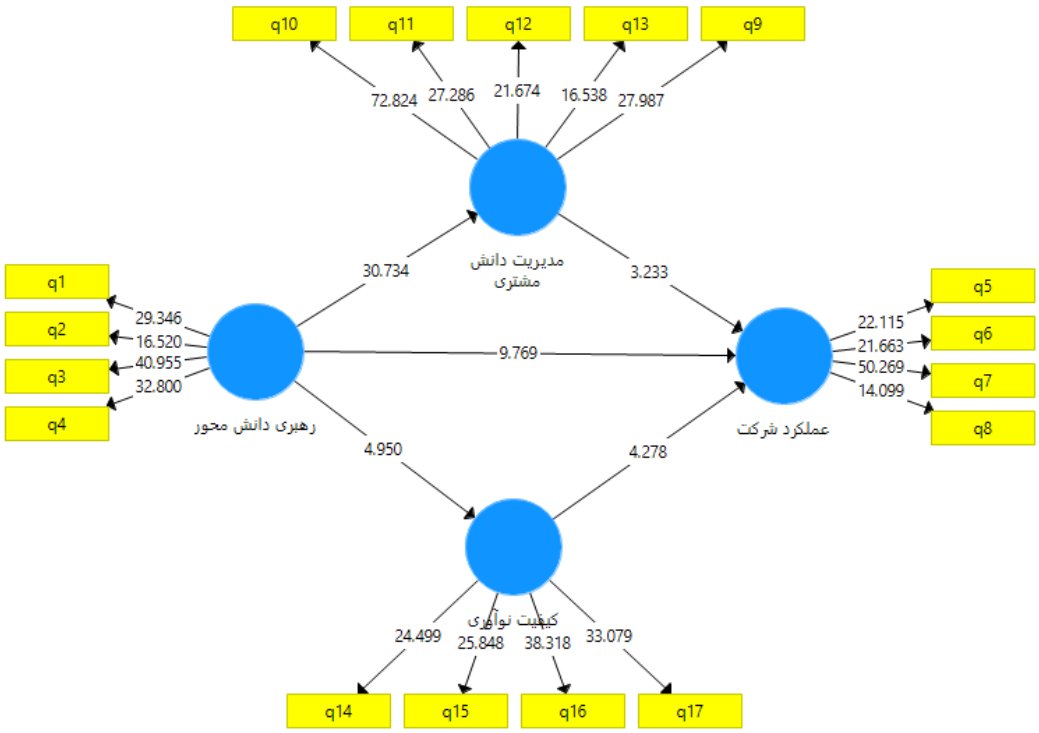
اطلاعات جدول مشخصه‌های آماری همچون میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی را برای متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. بر اساس نتایج، تمامی متغیرهای مدل دارای میانگین بالای ۳ هستند.

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

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]



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 استراپ[1]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 ۰/٦۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شوند. مقدار R^2 برای سازه‌های مدل، ۰,۵۰۹، ۰,٦۵۳ 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، ۰/۱۵و 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، ۰,۲٦۹، ۰,۲٤۷، ۰,۲۳۵است که مثبت و در سطح مطلوب است. بر همین اساس می‌توان گفت قدرت پیش بینی مدل در مورد متغیرها مطلوب هستند.

شاخص GOF

[1] Bootstrapping

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

شاخص که برای برازش توسط تنن هاوس و همکاران[1](۲۰۰۵) معرفی شده است، ملاک کلی برازش(GOF) است که با محاسبه میانگین هندسی میانگین اشتراک و R^2 به صورت زیر محاسبه می‌شود.

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

این شاخص نیز همانند شاخص‌های برازش مدل لیزرل عمل می‌کند و بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. البته باید توجه داشت این شاخص همانند شاخص‌های مبتنی بر خی دو در مدل‌های لیزرل به بررسی میزان برازش مدل نظری با داده‌های گردآوری شده نمی‌پردازد. بلکه توانایی پیش‌بینی کلی مدل را مورد بررسی قرار می‌دهد و اینکه آیا مدل آزمون شده در پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا موفق بوده است یا نه.

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

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 می‌باشد که جز اندازه‌های بزرگ است. با توجه به این یافته‌ها می‌توان 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، می‌توان 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 می‌توان 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. بررسی‌ها 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 میزان ۰/۵ است، می‌توان گفت اثر میانجی تایید می‌شود. 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 می‌توان گفت ۵۲ درصد از اثر کل رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت از طریق مدیریت دانش مشتری تبیین می‌شود.

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 میزان ۰/۵ است، می‌توان گفت اثر میانجی تایید می‌شود. 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 می‌توان گفت ۵۷ درصد از اثر کل رهبری دانش محور بر عملکرد شرکت از طریق کیفیت نوآوری تبیین می‌شود.

[1] Tennen House et al

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

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 رقبا 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 نهادینه‌سازی سیستم‌ها و روندهای جدیدی است که بدون دانش و حمایت رهبری محقق نمی‌شود.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

منابع

کزازی، 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)، ۱۷-۱.

همایون فر، مهدی و آراسته، آرمان. (۱٤۰۲). 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.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

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[2]

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

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

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