



تاثیر مدیریت دانایی و رهبری تحول آفرین بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان

مریم تقوایی

استادیار گروه مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی ساری، ایران

زهرا ادیبی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد ساری

مهسا غلامحسین زاده

استادیار گروه مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی ساری، ایران

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر مدیریت دانایی و رهبری تحول آفرین بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان (مطالعه موردی شرکت آراین قائمشهر) بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، روش گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر روش اجرا غیرتوصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه ی کارکنان شاغل در شرکت آراین قائمشهر که ۶۰۰ نفر می باشند، که به صورت تصادفی بر اساس جدول مورگان تعداد ۲۳۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. نتایج نشان داد که مدیریت دانایی و رهبری تحول آفرین بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر تاثیر دارد،

واژگان کلیدی: مدیریت دانایی، رهبری تحول آفرین، مدیریت ارتباطات

مقدمه

دانایی مهمترین سرمایه هر سازمان است و سازمان هایی که از این موهبت برخوردار باشند، با چالش های موجود بهتر برخورد می کنند و در عرصه رقابت موفق تر عمل می نمایند. سازمان ها جهت پیشرفت و توسعه هر چه بیشتر به کارکنانی با دانش بالاتر و مهارت های متنوع نیاز دارند. تئوریهای مربوط به سرمایه انسانی نشان دهنده این حقیقت است که دانش کسب شده توسط افراد به همراه ارتقاء توانایی های شناختی آنها منجر به بهره وری خواهد شد. (فاضلی، حیدری، ۱۴۰۱، ص ۲۴۵)

در اقتصادهای مبتنی بر دانش معاصر، بهره وری کارکنان دانش به عنوان منبع حیاتی نوآوری، عملکرد و پایداری سازمانی عمل می کند. پیتز دراکر (۱۹۹۹) ادعا کرده است که پرورش بهره وری کارکنان، فوق العاده ترین چالش برای مدیریت در قرن بیست و یکم است. بهره وری کارکنان دانش به کارایی کارکنان دانش برای بهینه سازی کار دانش برای خروجی فکری مبتنی بر دانش اشاره دارد. کار دانش در اینجا به وظایف فکری و شناختی اشاره دارد که شامل ایجاد و به کارگیری دانش برای بداهه گویی است. (کیانتو و همکاران^۱، ۲۰۱۸، ص ۴)

مساله ارتباط با مشتریان و تلاش برای حفظ آنها در دراز مدت می تواند به سودآوری و ثبات شرکت ها در عرصه رقابت کمک کند. به همین منظور یک برنامه ریزی صحیح و دقیق در مدیریت ارتباط با مشتری کارکنان، می تواند تأثیر بسیار فراوانی بر وفاداری مشتریان داشته باشد. (مژدگانلو، کمالی، ۱۴۰۰، ص ۲۲)

برای افزایش عملکرد سازمانی، شناسایی سبک رهبری مناسب که از اجرای دانش پشتیبانی می کند (برنامه های مدیریت دانایی) در این محیط ضروری است. زیرا محققان گزارش کرده اند که رهبری متفاوت سبک ها تأثیرات متفاوتی بر اجرای فرآیند مدیریت دانایی دارند. نظریه رهبری تحول آفرین این را فرض می کند رهبران رفتارهای خاصی را از خود نشان می دهند که سطح تفکر نوآورانه کارکنان را تسریع می بخشد و از طریق آن، عملکرد، نوآوری سازمانی و عملکرد سازمانی فردی کارمندان را بهبود می بخشد. از آنجایی که رهبران تحول آفرین به شدت بر کارمندانی تأثیر می گذارند که مشارکت آنها برای اجرای فرآیند مدیریت دانایی به شدت مورد نیاز است. نقش رهبری تحول آفرین بر پیاده سازی مدیریت دانایی متمرکز است. (بیراسناو^۲، ۲۰۱۹: ۱۶۲۲)

بر همین اساس پژوهش حاضر به دنبال یافتن تأثیرات مدیریت دانایی، بر ارتقاء مدیریت ارتباطات و سواد اطلاعاتی کارکنان به واسطه سبک رهبری مدیر است. که این امر در نهایت، بالا بردن بهره وری کارکنان و موفقیت سازمان را در پی خواهد داشت.

ادبیات نظری پژوهش

- تعریف مدیریت دانایی

از آنجا که تحقیقات کاربردی در حوزه مدیریت دانایی نسبتاً جدید است، در این خصوص تعریف خاص و دقیقی که مورد قبول محققین قرار گیرد وجود ندارد. آنچه مسلم است آن که می توان با آشنایی با تعاریف گوناگون، ابعاد و مصادیق این امر را بیشتر شناخت و آن را بهتر به کار گرفت. تعریف مدیریت دانایی، اغلب به حوزه های تخصصی نویسندگان مقالات وابسته است. مدیریت دانایی را به صورت فرآیند مستمر اطمینان از توسعه تجربی سازمان ها در جهت بهبود قابلیت حل مشکلات سازمانی، و حمایت از مزیت رقابتی تعریف می کنند. مدیریت دانایی را به عنوان قابلیت خلق ارزش افزوده از طریق دارایی های ناملموس سازمانی تعریف می کنند.

«والتر» عقیده دارد که مدیریت دانایی، به محدوده های سازمانی، فرایندها و فناوری های اطلاعاتی مختلفی مربوط است که برای دستیابی، خلق و نشر دانایی جهت تحقق مأموریت سازمانی، اهداف کسب و کار و استراتژی ها به کار گرفته می شوند

مدیریت دانایی، هنر و مهارت تبدیل دانش به خردورزی و دانایی سازمانی است بطوریکه اثربخشی تصمیم گیری سازمانی بهبود یابد. دانش، ترکیبی از حقایق، اطلاعات و مهارت ها است که براساس تجربه در سازمان آموخته می شود. منبع این دانش می تواند مشتریان، رقبا یا کارکنان سازمان باشد.

در هر سازمان باید سازوکارهای روشنی برای خلق دانش و ذخیره آن وجود داشته باشد. سپس از طریق بازیابی و تسهیم و بکارگیری دانش به اهداف سازمان در جهت موفقیت و بقا در اکوسیستم کسب و کار دست یافت. اگر داده های معنادار، اطلاعات را می سازند، اطلاعات زیربنای دانش را فراهم می سازد.

¹Kianto et al. 2018

² Birasnav

در نهایت این دانش باید به خرد و ادراک منتهی شود که از آن به دانایی تعبیر می‌شود. این رویه پارادایم فکری جدیدی است که ریشه در اصول مدیریت دانش دارد. (آسمانی نسب، قدمی، ۱۴۰۰)

- مدیریت ارتباطات سازمانی (کارکنان)

ارتباطات در معنای عام آن عبارت است از: کلیه فعالیت‌های گفتاری، نوشتاری و حرکتی که برای انتقال معنی و مفهوم از فردی به فرد دیگر یا اثرگذاری و نفوذ بر دیگران به کار می‌رود. در واقع به فرآیند تبادل اطلاعات و انتقال معانی از فرستنده به گیرنده به گونه‌ای که گیرنده عیناً نظر فرستنده را درک و بازخور دهد ارتباطات گفته می‌شود. پس موفقیت مدیر و سازمان در تحقق اهداف مورد نظر منوط به طراحی و استقرار سیستم ارتباطی اثربخش خواهد بود. که البته در توضیح این تعریف می‌توان گفت چنانچه بازخور دریافت شود ارتباطات دوجانبه (دو طرفه) است و در صورت عدم دریافت ارتباطات یکجانبه (یکطرفه) خواهد بود و اگر گیرنده مقصود فرستنده را به طور کامل درک نماید، ارتباطات کامل و در صورت عدم درک کامل پیام، ارتباطات ناقص خواهد بود. با این تفسیر ارتباطات سازمانی، به طور وسیع به عنوان پردازش، تعبیر و تفسیر پیامها، اطلاعات، معانی و فعالیت‌های نمادین در درون و در بین سازمانها تعریف می‌شود. (تدبیری، شاه آبادی، ۱۳۹۶)

- سبک رهبری تحول آفرین

رهبران تحول آفرین صاحب بینش بوده و دیگران را برای انجام کارهای استثنایی به چالش و تلاش و می‌دارند. رهبری تحول آفرین به نوعی رهبری اطلاق می‌شود که در آن رهبران دارای موهبت الهی و برای پیروان خود انگیزش معنوی و توجه ویژه‌ای فراهم و با نفوذ بر قلبشان آنها را هدایت می‌کنند. رهبران تحول آفرین یک چشم انداز سازمانی پویا خلق می‌کنند. یک دگرگونی در ارزش‌های فرهنگی برای انعکاس نوآوری بیشتر را ضروری می‌سازد. رهبری تحول آفرین همچنین به دنبال برقراری یک رابطه بین علائق فردی و جمعی است تا به زیر دستان اجازه کار کردن برای اهداف متعالی را بدهد. (عارفی، ۱۳۹۶)

- مدیریت دانایی در ارتباط

در اقتصاد مبتنی بر دانش امروز، مزیت رقابتی، به طور فزاینده‌ای در تسهیل روندهای اطلاعاتی انجام کار یافت می‌شود تا در دسترسی به منابع و بازارهای خاص. پس دانش و سرمایه فکری به عنوان مبنای اولیه دستیابی به شایستگی‌های اصلی و راهبردی برای عملکرد برتر مطرح می‌شوند. در راستای رسیدن به مزیت رقابتی پایدار نیز توجه به دانش موجود، چگونگی استفاده موثر از آن و ایجاد ساختاری برای استفاده از اطلاعات و دانش جدید امری مهم و حیاتی شمرده می‌شود، که سازمان‌ها باید توجه ویژه‌ای به آن داشته باشند. مدیریت ارتباط با مشتری از مباحثی است که در اقتصاد جهانی امروز، سازمان‌ها را به دوباره اندیشی در راهکارهای برقراری ارتباط با دامنه وسیع مشتریان و تسخیر این دانش گسترده برانگیخته است. اما به جرئت می‌توان به این نکته اشاره کرد که برقراری ارتباط موثر با مشتریان بدون به کارگیری مدیریت دانایی امکان پذیر نیست. برای افزایش کارایی و اثربخشی سازمان و اطمینان از آرایه مطلوب کالا و خدمات به مشتریان و کسب رضایت آنان، باید دانش خود را درباره مشتریان مدیریت کنیم. بنابراین مدیریت دانایی جز جدانشدنی مدیریت ارتباط با مشتری است. (جعفری، علیپور، ۱۳۹۵)

- ارتباط بین سبک‌های رهبری و ارتباطات سازمانی

صاحب نظران در یک دسته بندی سبک‌های رهبری را به چهار نوع تقسیم کرده اند.

سبک اول، مدیریت آمرانه: هدف گذاری و تصمیم گیری در سطوح بالای سازمان انجام می‌شود و از طریق سلسله مراتب ابلاغ می‌گردد؛ همچنین کنترل از سطوح بالا و به صورت متمرکز اعمال می‌گردد و سازمان‌های غیر رسمی مورد مخالفت شدید قرار گرفته، وجود آنها نوعی تعارض با اهداف سازمان محسوب می‌شود.

سبک دوم، آمرانه اما توأم با دلسوزی پدرانه (خیرخواهانه): مدیر در حد مطلوبی به کارکنان خود اعتماد و اطمینان دارد. بسیاری از تصمیم‌ها در قالب چارچوبی از پیش تعریف شده در سطوح پایین سازمان اتخاذ می‌گردند، کنترل تا حدی تفویض اختیار می‌شود. سازمان غیررسمی نیز وجود دارد؛ ولی برابر اهداف سازمانی از خود مقاومت چندانی نشان نمی‌دهند.

سبک سوم، مشارکت جو: مدیران در این سبک به میزان قابل ملاحظه‌ای به کارکنان خود اعتماد و اطمینان دارند. خط مشی‌ها و تصمیمات عمده در سطح بالا اتخاذ می‌شوند؛ ولی میان مدیران و کارکنان ارتباطات دو طرفه برقرار است. این ارتباطات نسبتاً متقابل است و با اعتماد و اطمینان همراه

است. قسمت عمده کنترل به سطوح پایین سلسله مراتب سازمانی تفویض می گردد و احساس مسئولیت در برابر تحقق اهداف سازمان در همه سطوح سازمانی وجود دارد. سازمان های غیر رسمی معمولاً از اهداف و مقاصد سازمان رسمی حمایت می کند یا گاهی مقاومت جزئی در برابر آن ایجاد می کند. سبک چهارم، کاملاً مشارکتی: مدیران به کارکنان خود کاملاً اعتماد و اطمینان دارند. ارتباطات در مجاری افقی عمودی و مورب جریان دارد و قدرت تصمیم گیری به طور وسیعی در سراسر سازمان توزیع می شود. در فرایند کنترل نیز عملاً کلیه رده های سازمانی مشارکت دارند؛ سازمانهای رسمی و غیر رسمی تقریباً در هم ادغام می شوند؛ بنابراین همه نیروها برای تحقق اهداف تعیین شده تلاش می کنند. (سعیدی مقدم، ۱۳۹۹)

فرضیه های تحقیق

- مدیریت دانایی بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان تاثیر دارد.
- سبک رهبری تحول آفرین بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان تاثیر دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر یک تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی از نوع توصیفی - پیمایشی است که در جامعه ای از کارکنان شرکت آراین اجرا خواهد شد. این تحقیق به بررسی و تحلیل میزان تاثیر مدیریت دانایی بر موفقیت مدیریت ارتباطات و سواد اطلاعاتی کارکنان با میانجیگری رهبری تحول آفرین در شرکت آراین قائمشهر خواهد پرداخت. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه ی کارکنان شاغل در شرکت آراین قائمشهر که ۶۰۰ نفر می باشند، تشکیل خواهند داد. از بین جامعه آماری بر اساس جدول مورگان به صورت تصادفی ساده، تعداد ۲۳۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این تحقیق، با توجه به متغیرها، از سه پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. پرسشنامه مدیریت دانایی فاضلی (۱۳۹۰) پرسشنامه محقق ساخته مدیریت ارتباطات، سوالات پرسشنامه بر اساس تحقیق گاردیو - مورنو (۲۰۱۱) طراحی شده است و پرسشنامه رهبری تحول آفرین، ریاحیان (۱۳۹۰) در تجزیه و تحلیل داده ها از دو روش آماری شامل آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

یافته ها

۱- مدیریت دانایی بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر تاثیر دارد.

جدول ۱: نتایج آزمون

مسیر مورد مطالعه در مدل	ضریب مسیر (تخمین استاندارد)	مقدار آماره t	معناداری	نتیجه آزمون
مدیریت دانایی - ← موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان	۰.۵۷	۹.۲۱	۰.۰۰۰**	پذیرش

نتیجه تحلیل مسیر فرضیه فرعی اول طبق جدول ۱ نشان می دهد، ضریب مسیر مدیریت دانایی بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر برابر با ۰/۵۷ بوده است. با توجه به اینکه مقدار آماره t آزمون برابر با ۹/۲۱ و در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگتر از ۱/۹۶ می باشد، می توان نتیجه گرفت که از لحاظ آماری مدیریت دانایی بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

۲- سبک رهبری تحول آفرین بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر تاثیر دارد.

جدول ۲ نتایج آزمون

نتیجه آزمون	معناداری	مقدار آماره t	ضریب مسیر (تخمین استاندارد)	مسیر مورد مطالعه در مدل
پذیرش	۰/۰۰۰**	۸/۲۰	۰/۵۲	رهبری تحول آفرین - ← موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان

نتیجه تحلیل مسیر فرضیه فرعی چهارم طبق جدول ۲ نشان می‌دهد، ضریب مسیر سبک رهبری تحول آفرین بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر برابر با ۰/۵۲ بوده است. با توجه به اینکه مقدار آماره t آزمون برابر با ۸/۲۰ و در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که سبک رهبری تحول آفرین بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد.

تحلیل یافته ها

فرضیه اول: مدیریت دانایی بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر تاثیر دارد. ، در تبیین این نتیجه می‌توان گفت: سازمان‌ها برای افزایش بهره‌وری سازمانی و استفاده هر چه بهینه‌تر از منابع بودجه و نیروی انسانی، نیاز دارند مدیریت ارتباط با کارمندان را به‌صورت جدی دنبال کنند. تا وقتی شیوه‌های سنتی ارتباط مدیران با کارکنان باشد، نمی‌توان به رشد و توسعه آن کسب‌وکار امید داشت. در واقع اهمیت مدیریت ارتباط با کارکنان به نقش آن در رشد و تعالی سازمان بر می‌گردد. بنابراین لازم است صاحبان هر کسب‌وکاری در جهت پاسخگویی به انتظارات اعضا، برقراری ارتباط مدیران با کارکنان را به شکل ویژه دنبال کنند. از مهمترین عوامل موفقیت هر سازمان، وجود رابطه مدیریت با کارکنان و مدیریت دانایی است. در نتیجه مدیرانی که برای برآوردن چنین فضایی در کسب‌وکار خود تلاش می‌کنند، موفقیت خود را تضمین کرده‌اند. مدیریت ارتباط با کارکنان از وظایف اولیه مدیران است. وظیفه‌ای سنگین که برنامه‌ریزی و نظارت بر عملکرد کارکنان را به همراه دارد. این واقعیت انکار ناپذیر است که در صورت فقدان ارتباط مدیران با کارکنان، اداره آن سازمان ممکن نخواهد بود. یافته‌های این فرض با یافته‌های پژوهشی: واریاله، کامران، میشلینو، کاپوتو (۲۰۲۳)، ناپروسکی، توماس (۲۰۲۱)، کیانتو (۲۰۱۸)، بیراسناوا (۲۰۱۴)، الوسی و همکاران (۲۰۱۴)، حسینی، چراغی (۱۴۰۱)، محمداسماعیل، تهم (۱۴۰۰)، نازی، گلوی، حسن زهی (۱۳۹۸) هماهنگ بود و تایید شد.

فرضیه دوم: سبک رهبری تحول آفرین بر موفقیت مدیریت ارتباطات کارکنان در شرکت آراین قائمشهر تاثیر دارد. در تبیین این نتیجه می‌توان گفت: رهبری تحول آفرین یک سبک رهبری است که در آن رهبران کارمندان را تشویق می‌کنند و به آن‌ها الهام و انگیزه می‌دهند تا نوآوری ایجاد کرده و تغییراتی ایجاد کنند که به رشد و شکل‌گیری موفقیت آینده شرکت کمک نمایند. این امر از طریق ایجاد احساس قوی فرهنگ شرکتی، مالکیت کارکنان و استقلال در محل کار محقق می‌شود. اقدامات رهبری تحول گرا این امکان را به سازمان ها می‌دهد تا به هنگام رقابت در یک محیط متلاطم و غیر قابل پیش بینی عملکرد خود را ارتقا دهند. هنگامی که اجزاء رهبری تحول گرا به عنوان مکمل سایر اقدامات رهبری به کار رود، می‌تواند به یک منبع مزیت رقابتی برای سازمان تبدیل شود و استفاده از این مزیت رقابتی می‌تواند کمک قابل توجهی در رقابت استراتژیک و کسب بازده بالاتر در کوتاه مدت و بلند مدت کند. در واقع بدون رهبری تحول گرای اثر بخش، احتمال اینکه سازمان بتواند به هنگام مواجهه با چالشهای اقتصاد جهانی به عملکرد برتر و حتی رضایت بخش دست یابد، کاهش خواهد یافت. یافته‌های این فرض با یافته‌های پژوهشی: ناپروسکی، توماس (۲۰۲۱)، کیانتو (۲۰۱۸)، بیراسناوا (۲۰۱۴)، الوسی و همکاران (۲۰۱۴)، هماهنگ بود و تایید شد.

نتیجه گیری :

امروزه مدیریت دانایی به درک يك ضرورت انکارناپذیر تبدیل شده است به طوری که سازمانها برای رقابت و حفظ بقا بدون مدیریت دانایی منفعل هستند. توجه به افراد سازمان به عنوان کسی که صاحبان دانایی هستند و مهمترین سرمایه اجتماعی محسوب می شوند. حائز اهمیت است. سازمان ها دریافته اند که هیچ چیز به اندازه دانایی نمی تواند آنها را در دنیای رقابتی مطلوب قرار دهد. لذا بیش از هر چیز کارکنان سازمان به عنوان صاحبان دانایی و مهمترین سرمایه سازمان مورد توجه قرار گرفته اند، و مدیریت دانایی به عنوان ابزاری که می تواند دانایی موجود را گردآوری و نظم و پویایی بخشیده و در کل سازمان اشاعه دهد اهمیت یافته است. محققان همیشه بر اهمیت توسعه منحصر به فرد تاکید کردند دانش درون شرکت ها برای ارائه محصولات / خدمات جدید و تمایز آن از رقبا برای دستیابی به مزیت ارائه محصولات / خدمات منحصر به فرد به مشتریان کمک می کند و شرکت های تولیدی برای بهبود رضایت مشتری و حجم فروش، و شرکت های خدماتی جهت بالابردن سطح دانش کارکنان و ارائه خدمات پیشرفته تر ، تأثیر توسعه دانش بر عملکرد را مشاهده کردند. (بیراسناوا، ۲۰۱۹: ۱۶۲۴)



مدیریت دانش در سازمان‌ها، نوپا و در مراحل اولیه خود است و با وجود دلایل محکمی که برای استفاده استراتژیک از مدیریت دانش به‌منظور بهبود عملکرد سازمانی وجود دارد، موانع مختلفی برای پیاده‌سازی مدیریت دانش در سازمان، به چشم می‌خورد که در پژوهش‌های مختلف در این حوزه نیز به آن اشاره شده است. این موانع را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود موانع انسانی، موانع سازمانی، موانع فرهنگی و محیطی، موانع سیاسی، موانع فنی و تکنولوژیکی (حسینی، چراغی، ۱۴۰۱) محققان در دهه گذشته تأثیرات رهبری تحول آفرین بر عملکرد پیروان و سازمان‌ها را مورد مطالعه قرار داده اند (به عنوان مثال، دویر و همکاران، ۲۰۰۲؛ هاول و آوولیو، ۱۹۹۳؛ لو و همکاران، ۱۹۹۶)، اما تنها تعداد کمی از مطالعاتی که انجام شده است. مورد بررسی قرار گرفت چندین مطالعه گزارش می‌دهند که رهبران تحول آفرین به پیروان خود قدرت می‌بخشند (به عنوان مثال، یونگ و سوسیک، ۲۰۲۲) و یک جو نوآورانه ایجاد می‌کنند (یونگ و همکاران، ۲۰۲۳).



منابع :

فاضلی، سیده سکینه، حیدری، مریم (۱۴۰۱) بررسی رابطه سواد اطلاعاتی و مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی کارکنان در دوران همه گیری اپیدمی کوید۱۹، فصلنامه پژوهش های کاربردی در مدیریت و علوم انسانی سال سوم، شماره هفتم، تابستان ۱۴۰۱، صص ۲۴۴ الی ۲۵۴

مژده کانلو، داوود، کمالی، یاسمین، (۱۴۰۰) بررسی رابطه عوامل تاثیرگذار و قابلیت های مدیریت ارتباط با مشتری و عملکرد کسب و کار، مجله پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری، شماره ۲۱، بهار ۱۴۰۰، صص ۲۱-۳۲

تدبیری، سیروس، شاه آبادی، مرتضی (۱۳۹۵)، فن آوری اطلاعات و ارتباطات سازمانی، اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی، تهران

عارفی، جواد، (۱۳۹۶)، رهبری تحول آفرین و یادگیری سازمانی، تهران، انتشارات جادوی قلم

Aino Kianto, Muhammad Shujahat, Saddam Hussain, Faisal Nawaz, Murad Ali, (2019) "The impact of knowledge management on knowledge worker productivity", Baltic Journal of Management, [https:// doi.org/10.1108/BJM-12-2017-0404](https://doi.org/10.1108/BJM-12-2017-0404) Permanent link to this document: <https://doi.org/10.1108/BJM-12-2017-0404>

Birasnav, M (2019), Knowledge management and organizational performance in the service industry: The role of transformational leadership beyond the effects of transactional leadership, Journal of Business Research, 1622–1629



The effect of knowledge management and transformational leadership on the success of employee communication management

Maryam Taqvai

Assistant Professor, Department of Educational
Management, Islamic Azad University of Sari, Iran

Zahra Adibi

Master's student in educational management of Sari
Azad University

Mahsa Gholamhosseinzadeh

Assistant Professor, Department of Educational
Management, Islamic Azad University of Sari, Iran

Abstract - ۱-۱

The purpose of this research was to investigate the effect of knowledge management and transformational leadership on the success of employee communication management (case study of Arin Qaemshahr Company). In terms of practical purpose, this research is a field data collection method, and in terms of non-descriptive implementation method, correlation type. The statistical population of this research is all the employees working in Arin Qaemshahr company, which are 600 people, and 234 people were randomly selected as a sample based on Morgan's table. The results showed that knowledge management and transformational leadership have an effect on the success of employee relations management in Arin Qaemshahr Company.

1-2- Keywords: knowledge management, transformational leadership, communication management