

ارائه الگوی رهبری کسب و کار در شرکت های دانش بنیان

سمیه سربازقدیم^۱، مجید باقرزاده خواجه^{۲*}، کمال‌الدین رحمانی^۳

^۱. گروه مدیریت، واحد بین‌المللی ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

ایمیل: 1490842004@iaiu.ir

^۲. گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

ایمیل: Bagherzadeh@iaut.ac.ir

^۳. گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

ایمیل: kr13452000@yahoo.com

چکیده

هدف این تحقیق ارائه الگوی رهبری کسب و کار در شرکت های دانش بنیان با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون می باشد. در این بخش میدان پژوهش دربرگیرنده مدیران ارشد شرکتهای دانش بنیان کسب و کار های کوچک و متوسط شهرتبریز و خبرنگان دانشگاهی بوده که ۲۶ نفر از آنها با روش نمونه گیری نظری انتخاب شدند. سپس با آنها مصاحبه نیمه ساختار یافته انجام گرفت و داده های حاصله به اشباع نظری رسید. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از چارچوب براون و کلارک (۲۰۰۶) و از نرم افزار MAXQDA استفاده شد و در نهایت توسط دلفی فازی اهمیت و رتبه بندی مضامین انجام گرفت. بدین ترتیب یافته ها حاکی از آن است پنج معیار اصلی، مهارت های رهبری با ۱۹۹ امتیاز (۲۹٪)، مولفه های شخصیتی رهبری با ۱۳۲ امتیاز (۲۰٪)، مولفه های رهبری محیطی سازمان با ۱۳۰ امتیاز (۱۹٪)، رویکردهای رهبری، ۱۱۲ امتیاز (۱۷٪)، تعاملات اخلاقی رهبری با ۱۰۳ امتیاز (۱۶٪) روی رهبری کسب و کار موثر بوده و از نظر اهمیت رتبه اول مهارت های رهبری، مولفه های شخصیتی رهبری رتبه دوم، مولفه های رهبری محیطی سازمان رتبه سوم، رویکردهای رهبری رتبه چهارم، مولفه های اخلاقی رهبری رتبه پنجم، را کسب نموده اند. در پایان پیشنهادات کاربردی بر اساس نتایج تحقیق، برای جامعه آماری ارائه گردید.

واژه های کلیدی: رهبری، شرکت های دانش بنیان، کسب و کار

۱- مقدمه

توجه دانشمندان رشته مدیریت به اقتصاد دانش محور، ریشه در میانی جدید اقتصادی دارد که خلق ارزش را مبتنی بر توانمندی شرکت ها در خلق و انتشار دانش می داند. در حالی که دانش منبعی استراتژیک در ایجاد مزیت رقابتی است، رهبری سرمایه های فکری به توسعه عملکرد و بهبود شاخص های بهره‌وری در سازمان ها کمک می کند؛ از این رو منطقی است که در اقتصاد دانش محور امروز، مدیران رویکردی اثربخش تر برای مدیریت سرمایه های فکری خود در پیش گیرند. دانش در سازمان ها در حوزه های مختلفی وجود دارد؛ از جمله در سطوح مدیریتی، کارکنان، فرهنگ و سیستم ها و رویه های سازمانی. نقش اساسی دانش در سازمان ها کمک به بهبود عملکرد سازمان است. دانش سازمانی تنها حاصل جمع شدن دانش تک تک نیروی انسانی سازمان نیست؛ بلکه برابندی سیستماتیک از دانش سرمایه های فکری سازمان است که از طریق تسهیم دانش بین نیروی کار به عنوان رویه ای کاربردی در حل مسائل سازمانی، خود را نشان می دهد. این تحقیق، الگوی رهبری کسب و کار را بررسی می کند امروزه سازمانها با تحولات زیادی در محیط کسب و کار خود مواجه شده اند. گستره ی تحولات به حدی رسیده است که بسیاری از سازمانها به تجدیدنظر در برنامه های مرتبط با خود نیاز دارند. دلیل این امر، موفقیت و بقاء در محیط کسب و کار امروزی می باشد و به همین دلیل است که محققان، بیش از گذشته به پژوهش در موضوعات مربوط به رهبری روی آورده اند. رهبری همواره جزئی از وظایف چهارگانه مدیریت تلقی شده است. فایول این وظایف چهارگانه را شامل کنترل، برنامه ریزی، هماهنگی و رهبری می داند. اکنون رهبری نه تنها جزئی از این وظایف چهارگانه مدیریت که پیش نیازی اساسی برای تحقق اثربخشی سازمانهای دانش مدار شمرده شده است. مطالعات

گذشته، ریشه رهبری را نه در جهان معاصر که در روزگاران کهنی همچون ایران و روم باستان نشان می دهند. این مطالعات همچنین نشان میدهند که این رهبران بوده اند که در جهان باستان، قبایل را شکل می دادند و عامل موفقیت نظامهای اجتماعی بودند. از این رو محققان حوزه مدیریت معتقدند که مطالعه رهبری، به واقع هنر تاریخ نگاری است. در حال حاضر ادبیات موضوعی رشته مدیریت به علت بیش از حد پرداختن به موضوعات مدیریتی همچون کنترل و هماهنگی و نادیده گرفتن جایگاه و اهمیت رهبری در سازمانها به چالش گرفته شده است. مروری بر کتب مدیریتی این موضوع را آشکار می سازد که این کتب رایج در رشته مدیریت همواره نکاتی مشابه را با خود دارند که جز سردرگمی و گاه پیامهای متناقض چیزی برای مدیران به ارمغان نمی آورد. در عین حال می توان عنوان کرد که رهبری در حوزه های خرد و کلان نقشی غیر قابل انکار دارد که غیاب آن، سازمانها در اجرای اثربخش تغییرات ناتوان هستند (Atashi، ۲۰۱۸). یکی از اصول اساسی تئوری رهبری کسب و کار این است که این رهبران به طور همزمان در پی برآورده ساختن نیازهای بنیادین و همچنین تمایلات عالی بشری است تا از این طریق هم راهکارهای نوآورانه تری را نسبت به مسائل ارائه بدهند و هم محیط کسب و کار را برای نیروی انسانی جذابتر سازند (Ahmadi، ۲۰۲۴). یکی از اصول اساسی تئوری رهبری کسب و کار این است که این رهبران به طور همزمان در پی برآورده ساختن نیازهای بنیادین و همچنین تمایلات عالی بشری است تا از این طریق هم راهکارهای نوآورانه تری را نسبت به مسائل ارائه بدهند و هم محیط کسب و کار را برای نیروی انسانی جذابتر سازند (Amar & Hlupic، ۲۰۱۶). به واقع این رهبران رفتارهای کاربزماتیکی را به خدمت می گیرند تا ستاده بهتری برای سازمانهایشان به ارمغان بیاورند. بر این اساس اثربخشی این دسته از رهبران به میزان نفوذشان بر زیردستان سنجیده می شود و اینکه چقدر زیردستان واقعا این دسته از رهبران را افرادی مورد احترام و قابل تحسین می دانند. این رهبران پلی بین ارزشهای فردی نیروی انسانی و عملکرد سازمانی می زنند و زیردستان را بر می انگیزانند تا سهم بیشتری در تحول و تغییر سازمانهایشان بازی کنند (Dinha، ۲۰۲۰). بنابراین، برای سازمان ها به ویژه سازمان های دانش بنیان، بسیار حیاتی است که رهبران مدافع خلق و اشتراک دانش داشته باشند. بر این اساس، مهمترین چالش رهبری دانش مدار کسب و کار، هدایت و طراحی سیستمهای متوازن کسب و کار است که به طور مداوم، خلق و کاربرد دانش را برای دستیابی به مزایای رقابتی پایدار به کار میبرند (Jabbari، ۲۰۱۹). رهبری کسب و کار، چشم انداز دانشی پیش روی کسب و کار شرکت را ایجاد و برای دستیابی به آن، از تمامی کارکنان دانشی حمایت می کند. درحقیقت، رهبری کسب و کار دانش مدار هر نگرش یا عملی (گروهی یا فردی و عینی و ضمنی) است که دانش جدید و مهم را در روش هایی که درنهایت، موجب تفکر و پیامدهای دست جمعی می شود، تهییج می کند تا خلق، تسهیم و استفاده شود (Salem، ۲۰۲۰). این رهبران می کوشند محیطی بدون ترس و مبتنی بر اعتماد ایجاد کنند که اعضای آن حاضرند دانش خود را بایکدیگر به اشتراک بگذارند محیطی که به حداکثرسازی دانش منجر شود و دانش را ب سمت نوآوری سوق دهد (Marx، ۲۰۲۱). هر سازمان با توجه به اهداف و مقاصد خاص خود، از الگوی رهبری منحصر به فرد به منظور تحقق اهداف خاص خود بهره مند می باشد که شرکتهای دانش بنیان نیز از این مساله مستثنی نیستند. شرکت دانش بنیان یا شرکت متمرکز بر دانش، به شرکتهایی گفته می شود که دانش و فناوری، جزئی جدایی ناپذیر از دارایی آنها باشد (Ghafouri، ۲۰۱۹). طبق آیین نامه مصوب، شرکت های دانش بنیان، اهدافی نظیر، ترغیب هیئت علمی دانشگاه ها و واحدهای پژوهشی برای فعالیت های بیشتر در رفع نیاز جامعه و امکان افزایش درآمد اعضای هیئت علمی، تجاری سازی یافته های پژوهشی، افزایش درآمدهای اختصاصی دانشگاه ها و واحدهای پژوهشی موضوع کلی فعالیت دانش بنیان را دنبال می کنند. شرکتهای دانش بنیان یکی از اساسی ترین کارها در مقوله اقتصاد مقاومتی است و مورد تأیید و تصدیق همه اطراف مسائل کشور قرار گرفته است (Mumford، ۲۰۲۰). سهم صنایع دانش بنیان در اشتغال دانش آموختگان دانشگاهی کشورهای مختلف و سهم ۲۰ تا ۵۰ درصدی صنایع دانش بنیان در خلق مشاغل جدید از یکسو و از سوی دیگر شکل گیری فضای رقابتی در بازارهای جهانی و ظهور اکوسیستم های مدرن کسب و کار و جایگاه شرکتهای دانش بنیان و نوآور در مواجهه با این فضای رقابتی، موجب شده است تا در سالهای اخیر مقوله مدیریت شرکتهای دانش بنیان و نوآور به واسطه نقش این قبیل از شرکتهای در گذار جوامع از عصر صنعتی به عصر اطلاعات بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد (Ghafari، ۲۰۱۸). نیلی پور طباطبائی و

همکاران (۲۰۱۷) اژدری و همکاران (۲۰۱۶) بر این باورند که علیرغم توجه روزافزون به مدیریت شرکتهای دانش بنیان، مقوله رهبری کسب و کار در این شرکتهای کمتر مورد توجه قرار گرفته است (Zia, ۲۰۲۳).

مهمترین دسته از عوامل اثرگذار بر رشد و پایداری شرکتهای دانش بنیان را میتوان: ویژگی مؤسسان، مشخصات عمومی شرکت، ایده محوری شرکت، نیروی انسانی، بازار و رقابت سازماندهی، زیرساختها، منابع انسانی، تأمین مالی و عوامل محیطی برشمرد. سازمانهای دانش بنیان به دلیل اینکه خلاق، خودانگیخته، سیار، یادگیرنده، مستقل، متفکر، انعطاف پذیر، دارای اعتماد به نفس و دورنگر هستند از منابع انسانی دیگر سازمانها متمایزند (Salem, ۲۰۲۰). رهبری کسب و کار در این نوع سازمانها باید متعهد باشد که از طریق طراحی درست مشاغل، فرصتها، روابط سازمانی، ایجاد جو روانی نشاط آفرین و ویژه با اعمال نوعی مدیریت متناسب با شرایط روحی پژوهشگران، زمینه بروز و تقویت بهره وری آنها را فراهم نماید (Shirini, ۲۰۲۱). در رهبری کسب و کار، هفت اصل مهم وجود دارد که به عنوان مسئولیت‌های رهبری شناخته می‌شوند. این اصول به‌طور مستقیم بر موفقیت و تأثیر رهبر در سازمان تأثیر می‌گذارند. رهبری با تعیین اهداف تجاری و دستیابی به آنها آغاز می‌شود. عدم دستیابی به اهداف تجاری، یکی از دلایل اصلی شکست مدیریتی است. این مسئولیت بر برنامه‌ریزی استراتژیک، بازار، محصولات، خدمات، افراد، بازدهی و رقابت تأثیر می‌گذارد. نوآوری و بازاریابی نیز از اصول مهم است. هدف یک کسب و کار، ایجاد و حفظ مشتری است. نوآوری مداوم در محصولات و خدمات، کلید جذب و حفظ مشتری است. برنامه‌ریزی استراتژیک در واقع برنامه‌ریزی بازاریابی است. رهبران باید توانایی حل مشکلات و تصمیم‌گیری را داشته باشند. حل مشکلات و توانایی تصمیم‌گیری، برای موفقیت بسیار مهم است. هر هدف تحقق نیافته، مشکلی است که حل نشده است. استفاده بهینه از منابع محدود، به‌ویژه منابع انسانی و مالی، در حوزه‌هایی که بیشترین کمک را به موفقیت شرکت می‌کنند، ضروری است. این به اولویت‌بندی و تمرکز بر وظایف کلیدی نیاز دارد. زمان، کمیاب‌ترین منبع است و روش اختصاص آن، عامل تعیین‌کننده در دستیابی به اهداف است. تشویق دیگران و الهام بخشی نیز از وظایف مهم است. بهترین رهبران کسانی هستند که رهبران دیگری را تربیت می‌کنند. آنها افراد را تشویق می‌کنند تا ابتکار عمل داشته باشند و از آزادی عمل برای پیشبرد اهداف استفاده کنند. در نهایت، عمل کردن و نتیجه‌گرفتن از مهم‌ترین مسئولیت‌های رهبری است. توانایی رسیدن به نتایج مورد انتظار، عامل اصلی تعیین‌کننده موفقیت است. رهبران باید به‌طور مداوم به دنبال دستیابی به نتایج باشند (Ghafari, ۲۰۱۲). هدف از انجام این تحقیق ارائه الگوی رهبری کسب و کار در شرکت‌های دانش بنیان می‌باشد.

۲- نوع و روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، از نوع مطالعات توسعه‌ای- کاربردی به شمار می‌رود و از نظر ماهیت داده‌ها، از نوع پژوهش‌های کیفی و از نظر قطعیت داده‌ها، از نوع اکتشافی است. از نظر روش، تحقیق ترکیبی (کیفی- کمی) می‌باشد. برای این منظور، ابتدا به گردآوری داده‌های کیفی پرداخته می‌شود و با توصیف جنبه‌های مختلف پدیده مورد مطالعه شناسایی می‌شوند. با استفاده از این شناسایی اولیه، امکان صورت بندی فرضیه‌ها یا سؤالاتی درباره پدیده مورد مطالعه فراهم می‌شود. در مرحله بعدی می‌توان از طریق گردآوری داده‌های کمی، فرضیه‌ها یا سؤالات را مورد آزمون قرار داد.

۲-۱- روش پژوهش در بخش کیفی:

هر پژوهشی مبتنی بر نوعی جهت‌گیری فلسفی، روش‌شناسی و روش است. جهت‌گیری فلسفی نوعی جهان‌بینی است که مبنا و هدایت‌گر روش‌شناسی و روش تحقیق است. در این پژوهش از روش تحلیل مضمون استفاده شده است.

– تحلیل مضمون

تحلیل مضمون روشی است برای شناسایی و درک اشتراکات مربوط به موضوعی که درباره اش صحبت شده یا نوشته شده است. این اشتراکات ضرورتاً به خودی خود مهم یا معنادار نیستند. الگوهای معانی که تحلیل مضمون امکان شناسایی آنها را برای محقق فراهم می سازد باید در رابطه با موضوع یا سؤالات تحقیق مهم باشند. تحلیل مضمون صرفاً محدود به شمارش کلمات یا عبارت آشکار مرتبط به سؤالات و اهداف تحقیق نمی باشد بلکه فراتر از این رفته و بر شناسایی و توصیف ایده های آشکار و ضمنی درون داده ها یعنی مضامین تمرکز می کند. سپس کدها به عنوان معرف مضامین شناسایی شده استخراج و به داده های خام خلاصه شده برای تحلیل های بعدی ارتباط داده می شوند. چنین تحلیلی ممکن است دربرگیرنده مقایسه فراوانی کد، شناسایی تقارن کدها و ترسیم گرافیکی روابط بین کدها درون مجموعه داده ها باشد. در تحلیل مضمون محقق هم می تواند معانی آشکار داده ها را گزارش دهد و هم معانی، باورها و ایده های پنهان کلمات، عبارات و جملات را استخراج کند. کدها با مضامین که واحد تحلیل و اغلب گسترده تر هستند تفاوت دارند. مضامین از درون کدها استخراج می شوند و با تحلیل تفسیری داده ها توسعه می یابند؛ ضمن اینکه بحث درباره پدیده مورد بررسی با توجه با مضامین استخراج شده انجام می شود نه کدها (امیری و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۳۳).

روش دلفی فازی :

روش دلفی برای نخستین بار توسط دالکی و هلمر در سال ۱۹۶۳ ارائه شد. این تکنیک، روشی پیمایشی مبتنی بر نظرهای متخصصان است و سه خصوصیت اصلی دارد که عبارت اند از: پاسخ بی نام، تکرار و بازخورد کنترل شده و درنهایت پاسخ گروهی آماری. این تکنیک، روشی نظام مند به منظور جمع آوری و هماهنگی قضاوتهای آگاهانه گروهی از متخصصان درباره سؤال یا موضوعی خاصی است (شفیعی، ۲۰۱۷). در بسیاری از موقعیت های واقعی، قضاوت متخصصان نمی تواند به صورت اعداد کمی قطعی بیان و تفسیر شود؛ به عبارت دیگر داده ها و اعداد قطعی به منظور مدل کردن سیستمهای دنیای واقعی به علت ابهام و عدم قطعیت موجود در قضاوت تصمیم گیرندگان ناکافی است. در این راستا به منظور غلبه بر این مشکل «نظریه مجموعه های فازی» ابزار مناسبی برای مقابله با ابهام و عدم قطعیت موجود در فرآیند تصمیم گیری است. بنابراین در این پژوهش از روش دلفی فازی به منظور تأیید و غربالگری شاخصهای شناسایی شده استفاده گردیده است.

جدول ۱- طیف نه درجه فازی برای ارزش گذاری شاخصها

معیار عدد فازی	متغیر زبانی	معادل قطعی
(1,1,1)	خیلی بی اهمیت	۱
(1,2,3)	خیلی بی اهمیت تا بی اهمیت	۲
(2,3,4)	بی اهمیت	۳
(3,4,5)	بی اهمیت تا اهمیت متوسط	۴
(4,5,6)	متوسط	۵
(5,6,7)	متوسط تا با اهمیت	۶
(6,7,8)	با اهمیت	۷
(7,8,9)	با اهمیت تا خیلی با اهمیت	۸
(9,9,8)	خیلی با اهمیت	۹

در گام بعدی میانگینهای فازی نمرات افراد حساب شده است برای محاسبه میانگین نظرات ۲۶ پاسخ دهنده، میانگین فازی بصورت زیر محاسبه گردیده است.

رابطه ۱

$$\tau_j = (L_j, M_j, U_j)$$

$$L_j = \min(X_{ij})$$

$$M_j = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n X_{ij}}$$

$$U_j = \max(X_{ij})$$

اندیس i به فرد خبره اشاره دارد. به طوری که

τ_j : میانگین فازی معیار z ام

X_{ij} : مقدار ارزیابی خبره i ام از معیار z ام

L_j : حداقل مقدار ارزیابی‌ها برای معیار z ام

M_j : میانگین هندسی مقدار ارزیابی خبرگان از عملکرد معیار z ام

U_j : حداکثر مقدار ارزیابی‌ها برای معیار z ام

در واقع این روش‌های تجمیع، روش‌هایی تجربی هستند که توسط پژوهشگران مختلف ارائه شده‌اند. برای نمونه یک روش مرسوم برای تجمیع مجموعه‌ای از اعداد فازی مثلثی را کمینه l و میانگین m و بیشینه u در نظر گرفته‌اند.
رابطه ۲ :

$$F_{AGR} = \left(\min\{l\}, \left\{ \frac{\sum m}{n} \right\}, \max\{u\} \right)$$

(سو^۲ و همکاران، ۲۰۱۰)

در این مطالعه ما از روش میانگین فازی استفاده کرده‌ایم. میانگین فازی n عدد فازی مثلثی با محاسبه شده است
رابطه ۳ :

$$\tilde{F}_{AVE} = (L, M, U) = \left(\frac{\sum l_i^k}{n}, \frac{\sum m_i^k}{n}, \frac{\sum u_i^k}{n} \right)$$

که در این رابطه عدد فازی مثلثی $\tilde{f}_i = (l_i^k, m_i^k, u_i^k)$ معادل فازی دیدگاه خبره k ام پیرامون معیار i ام است.
برای فازی‌زدایی از روش مرکز سطح به صورت زیر استفاده شده است.
رابطه ۴ :

$$DF_{ij} = \frac{[(u_{ij} - l_{ij}) + (m_{ij} - l_{ij})]}{3} + l_{ij}$$

۲-۲- جامعه آماری

در این پژوهش کیفی، جامعه آماری شامل خبرگان شرکت‌های دانش‌بنیان آشنا به رهبری کسب‌وکار، مدیران و کارشناسان شرکت‌های کوچک و متوسط تبریز، کارآفرینان برتر و اعضای هیئت علمی با تجربه در این زمینه بوده است. در بخش کمی، کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط تبریز مورد بررسی قرار گرفتند. نمونه آماری شامل ۲۶ نفر از مدیران و معاونان آشنا با رهبری کسب‌وکار بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. جمع‌آوری داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختارمند انجام شد و از دو پرسشنامه برای شناسایی مضامین و رتبه‌بندی معیارها با استفاده از دلفی فازی استفاده گردید.

۳- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها (مرحله کیفی)، از فرایند سه مرحله‌ای کدگذاری باز، محوری و انتخابی مطابق با فرایند نظریه تحلیل مضمون استفاده شده است. در مرحله کمی تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در سطح آمار توصیفی با استفاده از مشخصه‌های آماری نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته و در سطح آمار استنباطی به منظور تحلیل داده‌ها، از مدل یابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. معادله ساختاری یک تحلیل چند متغیری و از خانواده رگرسیون چند متغیری یا به بیان دقیق‌تر بسط مدل خطی کلی است که امکان آزمون همزمان مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را فراهم می‌کند. از نرم افزار SPSS برای تحلیل توصیفی داده‌ها و انجام آزمون‌های پایایی و از نرم افزار SMART PLS برای مدل یابی

معادلات ساختاری استفاده شده است. معادله ساختاری یک تحلیل چند متغیری و از خانواده رگرسیون چند متغیره یا به بیان دقیق تر بسط مدل خطی کلی است که امکان آزمون همزمان مجموعه ای از معادلات رگرسیون را فراهم می کند. دو رویکرد برای برآورد پارامترهای یک مدل معادلات ساختاری وجود دارد که شامل رویکرد مبتنی بر کوواریانس و رویکرد مبتنی بر واریانس است. هر دو رویکرد، مدل تحقیق را در قالب دو مؤلفه برآورد می کند. مؤلفه اول یک مدل اندازه گیری است که روابط بین متغیرهای مشاهده شده و متغیرهای مکنون را برای آن ها برآورد تقریبی به کار می رود، تعریف می کند. مؤلفه دوم، یک مدل ساختاری است که ساختار علی مفروض بین متغیرهای مکنون را مشخص می کند (شاه رحمانی، ۱۴۰۲).

حجم نمونه بالا و نرمال بودن توزیع داده ها دو پیش شرط مهم برای استفاده از رویکرد مبتنی بر کوواریانس است. در مقابل حساسیت اندک به حجم نمونه و توزیع نرمال داده ها نیز دو ویژگی مهم رویکرد مبتنی بر واریانس تلقی می شود در تحقیق حاضر رویکرد مبتنی بر واریانس استفاده شده است. در بررسی مدل اندازه گیری با استفاده از این روش، پایایی و روایی آن مورد اندازه گیری می گیرد. پایایی مدل اندازه گیری با استفاده از محاسبه پایایی تک بعدی (بارهای عاملی) و سازگاری درونی و روایی مدل اندازه گیری در دو بخش روایی همگرا و روایی واگرا مورد بررسی قرار می گیرد. در بررسی مدل ساختاری نیز برازش مدل ساختاری و ضرایب مسیر مورد اندازه گیری قرار می گیرد. لازم به ذکر است بررسی مدل اندازه گیری به مثابه تحلیل عاملی تأییدی و بررسی مدل ساختاری به مثابه تحلیل مسیر در رویکرد مبتنی بر کوواریانس است. همچنین برای اولویت بندی مؤلفه ها و معیارهای اصلی الگوی رهبری کسب و کار از روش دلفی در محیط فازی استفاده گردیده است.

۱-۳- روایی^۳ و پایایی^۴ ابزار سنجش

الف: روایی صوری^۵ (ظاهری)

روایی صوری از نگاه گروه هدف (یا همان پاسخ دهندگان) پرسشنامه را مورد ارزیابی قرار می دهد و ربطی به متخصصین ندارد، پاسخ دهندگان به این سوالات پاسخ می دهد که: آیا ابزار طراحی شده بصورت ظاهری با هدف مطالعه مرتبط است؟ روایی صوری به صورت کیفی در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. از این رو برای یافتن دشواری در درک عبارات و کلمات، تناسب و ارتباط مطلوب شاخصها، احتمال وجود ابهام و برداشت های نارسا از عبارات و یا وجود نارساییهایی که ممکن است در معانی کلمات وجود داشته باشد پرسشنامه در بین ۱۰ نفر از پاسخ دهندگان توزیع شد و نقطه نظرات آنان در پرسشنامه اعمال و جملات دارای ابهام از نظر آنان تغییر داده شد.

ب- روایی محتوا^۶

در روایی محتوا گروه هدف، خبرگان و متخصصان حوزه مورد بررسی هستند که اشراف علمی لازم در مورد موضوع مورد بررسی را دارند. جهت تعیین روایی محتوای ابزار در هر پژوهش از دو روش کیفی و کمی روایی محتوا استفاده می شود. که در این پایان نامه از هر دو روش روایی محتوای کیفی و کمی استفاده شده است.

ب-۱) روایی محتوا کیفی

در روایی محتوایی کیفی گروه هدف خبرگان و متخصصان حوزه مورد بررسی هستند که اشراف علمی لازم در مورد موضوع مورد بررسی را دارند. در این صورت پرسشنامه از طریق صاحب نظران در زمینه رهبری کسب و کار و روایی آن مورد تایید قرار گرفت.

³- Validity

⁴- Reliability

⁵-Face Validity

⁶-Content Validity

ب-۲) روایی محتوا کمی

این مفهوم توسط شاخص نسبت روایی محتوا^۷ (CVR) در این پژوهش اندازه گیری می شود. این شاخص توسط لاوشه^۸ طراحی شده است. جهت محاسبه این شاخص از نظرات کارشناسان متخصص در زمینه محتوای آزمون مورد نظر استفاده شده است از آنجا که تمامی سوالات CVR بالاتر از عدد مورد نظر بودند بنابراین روایی محتوای کمی پرسشنامه تایید گردید.

ج: روایی سازه ای^۹

روایی سازه ای این موضوع را بررسی می کند که آیا مولفه و سوالات مورد نظر توانایی تشکیل مقیاس را دارند یا برخی از آن ها نامرتبند. این نوع روایی اغلب روایی عاملی نیز نامیده می شود و دلیل آن نیز نحوه ی ارزیابی این نوع روایی با روش های تحلیل عاملی است. سازه ی نامناسب سازه ای است که توافق نظری در محتوای آن وجود ندارد. (اسمیت^{۱۰}، ۲۰۱۰) روایی سازه از طریق روایی همگرا در این پژوهش عملیاتی شده و مورد تایید قرار گرفته است.

د: پایایی^{۱۱} پرسشنامه

برای سنجش پایایی در این تحقیق از روش آلفای کرونباخ بهره جسته و برای اطمینان بیشتر و به منظور برآورد همسانی درونی بین سؤال ها و مؤلفه ها، از روش محاسبه آلفای کرونباخ در یک پیش تست استفاده شد با استفاده از داده های بدست آمده از این پرسش نامه ها به کمک نرم افزار آماری SPSS میزان آلفای کرونباخ محاسبه شد. نتایج حاصل از این تجزیه و تحلیل در جدول (۲) نشان داده شده است.

جدول (۲) پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ

معیار	تعداد سوالات	آلفای کرونباخ
رویکردهای رهبری	۵	۰,۷۹۱
مولفه های محیطی رهبری	۶	۰,۸۱۲
مهارتهای رهبری	۹	۰,۷۸۱
مولفه های شخصیتی رهبری	۶	۰,۸۳۱
تعاملات اخلاقی رهبری	۶	۰,۷۸۸
کل پرسشنامه	۳۲	۰,۸۰۲

از آنجایی که پایایی مقادیر تمامی پرسشنامه ها از ۰,۷ بیشتر می باشند لذا پایایی پرسشنامه ها تایید می شوند.

۴- یافته های تحقیق

پژوهش حاضر با هدف ارائه الگوی رهبری در شرکت های دانش بنیان انجام شده است. برای شناسایی شاخص ها و معیارهای موثر در این الگو، از مصاحبه با مدیران، کارشناسان و اساتید دانشگاه استفاده شده است. داده ها با روش تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری کلارک و براون تجزیه و تحلیل شدند. در این فرآیند، محتوای مصاحبه ها به متن تبدیل شده و پاسخ ها بر اساس سوالات تحقیق طبقه بندی شدند. پس از کدگذاری اولیه، کدها بازبینی و تم های فرعی و اصلی تعریف شدند. داده های جمع آوری شده از مصاحبه با ۲۶ نفر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت و کدهای اولیه استخراج شدند.

⁷ content validity ratio

⁸ - Lawshe

⁹ -Construct validity

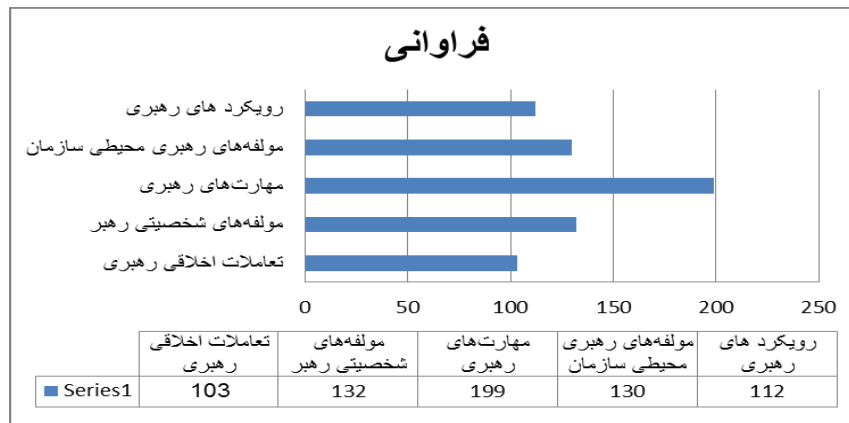
¹⁰ - Smith

¹¹ -Reliability

جدول (۳) تم های اصلی و فرعی مستخرج از متون مصاحبه ها با خبرگان

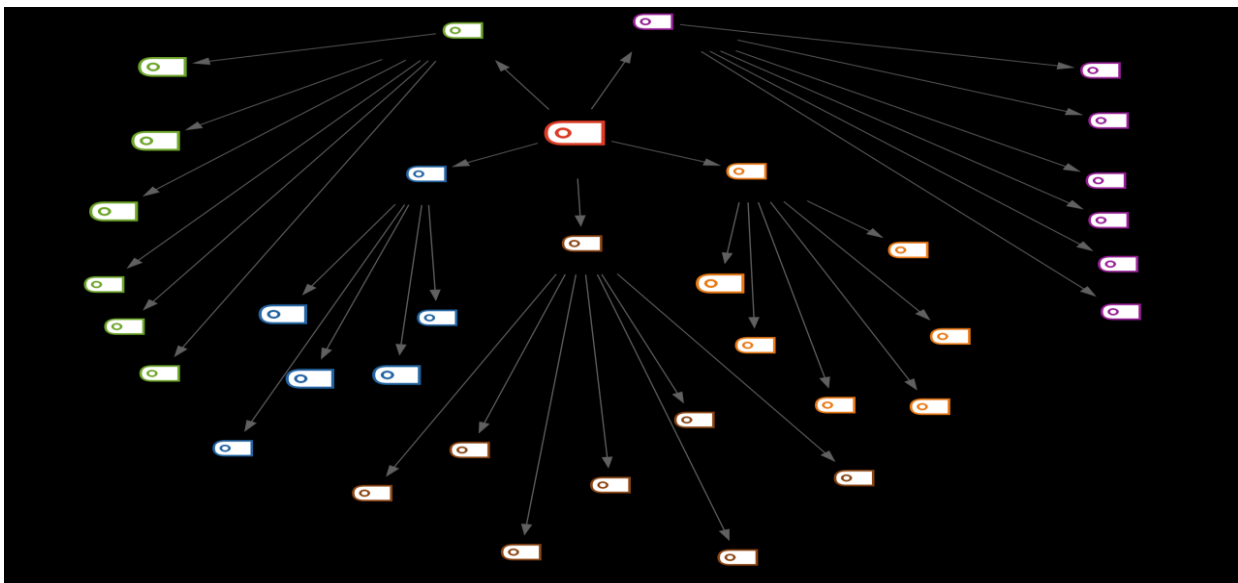
ارجاعات	تم فرعی (کدهای اولیه)	تعداد کد	تم اصلی(مقولات اصلی)	ردیف
۱۱۲	رهبری مشارکتی	۵	رویکردهای رهبری	۱
	رهبری الگو محور			۲
	رهبری مبتنی بر اعتماد			۳
	رهبری جسور و با اراده			۴
	رهبری فروتنانه			۵
۱۳۰	ایجاد فرهنگ سازمانی نوآورانه	۶	مولفه های رهبری محیطی سازمان	۶
	ایجاد ساختار سازمانی چابک			۷
	سیستم های پاداش و انگیزشی مناسب			۸
	رعایت انضباط و دیسپلین کاری			۹
	تخصیص مناسب و بهینه منابع در سازمان			۱۰
	ایجاد بستر ساختاری و کنترلی			۱۱
۱۹۹	مهارت های ارتباطی قوی	۹	مهارت های رهبری	۱۲
	توانایی ایجاد تیم های قوی			۱۳
	مدیریت بحران			۱۴
	مدیریت تغییر			۱۵
	توانمندسازی زیردستان			۱۶
	مهارت های رهبر دانش مدار			۱۷
	استفاده از ظرفیتهای بالقوه خارج از سازمان			۱۸
	ایجاد استراتژی های زیرساخت محور مانند استانداردسازی و مدیریت کیفیت			۱۹
	استراتژی های تا مین مالی و حفظ بازار			۲۰
۱۳۲	دیدگاه آینده نگر و نوآورانه	۶	مولفه های شخصیتی رهبر	۲۱
	خلاقیت و نوآوری			۲۲
	انعطاف پذیری و سازگاری با تغییر			۲۳
	اشتیاق به یادگیری			۲۴
	ایجاد فضای امن برای ایده ها			۲۵
	اشاعه فرهنگ ژرف نگری و نکته سنجی در سازمان			۲۶
۱۰۳	تدوین انتظارات اخلاقی مثبت	۶	تعاملات اخلاقی رهبری	۲۷
	تدوین وظایف افراد برای مشارکت در اهداف مسئولانه اجتماعی			۲۸
	بیان صریح و شفاف در مورد ارزشها و هنجارهای گروه			۲۹
	پاسخگوی اعمال خود بودن با توجه به آموزشهای دینی			۳۰
	داشتن وجدان کاری			۳۱
	داشتن عدالت و انصاف			۳۲

در جدول (۳) مشاهده میشود که کدهای به دست آمده در مرحله قبل، در قالب مفهوم و مقوله های کلی تر جایگذاری شده اند که بر این اساس پنج مقوله اصلی برای شناسایی شاخص ها و معیارهای رهبری کسب و کار در شرکت های دانش بنیان تعیین شده است که عبارت اند از: رویکردهای رهبری ، مولفه های محیطی رهبری سازمان ، مهارت های رهبری، مولفه های شخصیتی رهبر ، تعاملات اخلاقی رهبری در شکل (۵) نمای کلی از مضامین اصلی استخراج شده، نشان داده شده است.



شکل (۵) نمای کلی از مضامین اصلی استخراج شده

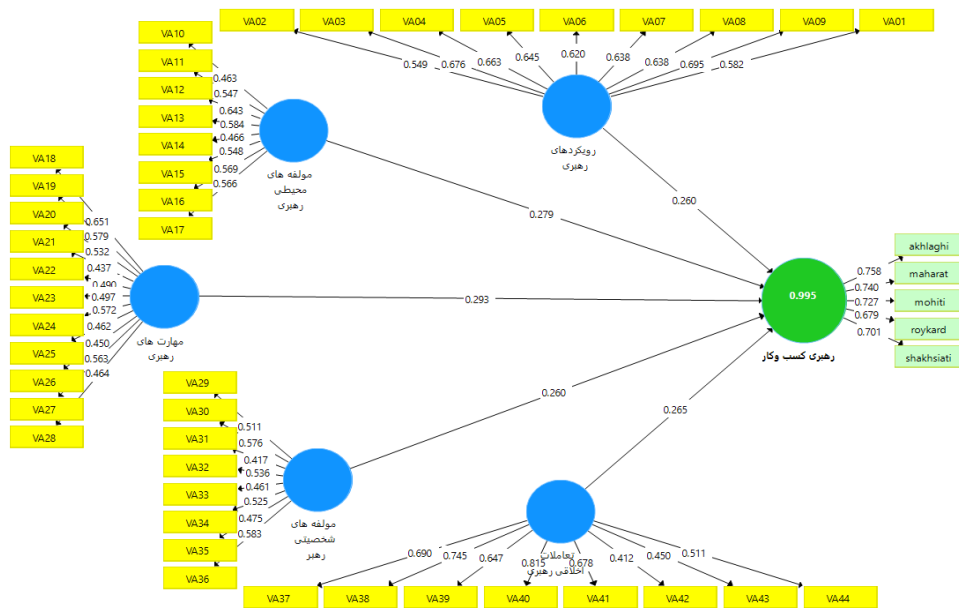
همانطوریکه ملاحظه میشود بیشترین وزن معیارهای اصلی را، مهارت های رهبری با ۱۹۹ امتیاز (۲۹٪) و بعد از آن مولفه های شخصیتی رهبری با ۱۳۲ امتیاز (۲۰٪) و بعد از آن، مولفه های رهبری محیطی سازمان با ۱۳۰ امتیاز (۱۹٪) و بعد از آن رویکردهای رهبری، ۱۱۲ امتیاز (۱۷٪) و بعد از آن تعاملات اخلاقی رهبری با ۱۰۳ امتیاز (۱۵٪) تشکیل داده اند



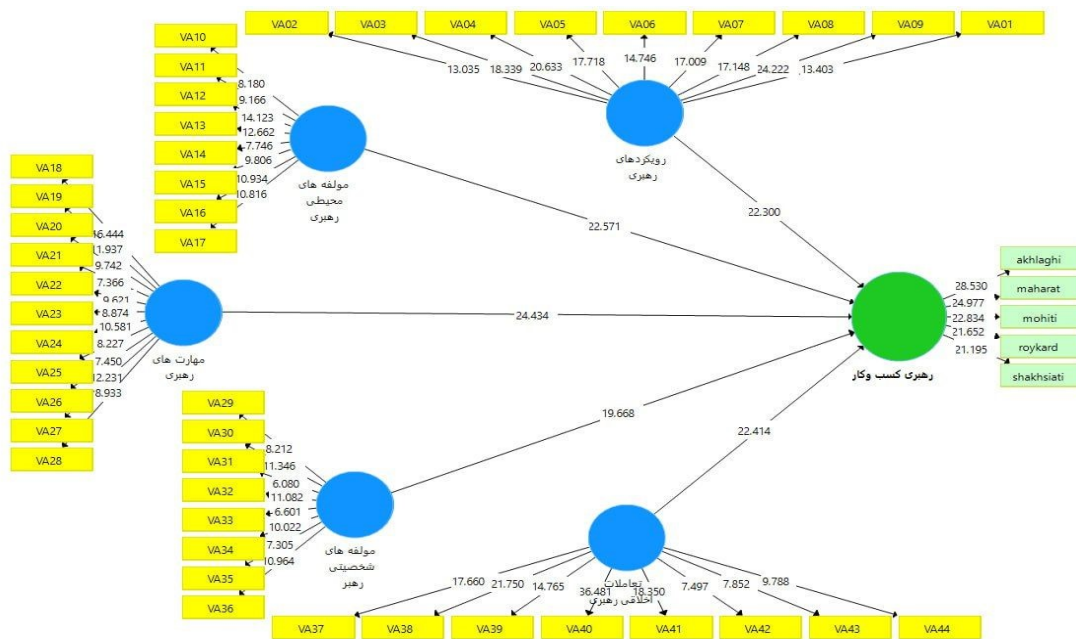
شکل (۶) خروجی نرم افزار برای مدل مفهومی مستخرج از مصاحبه ها در بخش کیفی

۱-۴-آزمون همگن بودن سوالات (بارهای عاملی)

آزمون همگن بودن به معنای این است که کلیه سوالات اندازه گیری کننده یک متغیر یا مولفه، حول یک مفهوم می چرخند. اگر بار عاملی که همان ضریب همبستگی بین متغیر مکنون و آشکار (سوالات هر متغیر) است بالای ۰/۴ شود، می توان ادعا نمود آن سوال با سوالات دیگر همگن می باشد (مک کلور^{۱۲}، ۲۰۲۱). در غیر این صورت سوال باید از مدل پژوهش حذف گردیده و اصطلاحاً مدل اصلاح گردد.



شکل (۷) مدل پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد (بار عاملی)



شکل (۸) مدل پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد (t-value)

با توجه به شکل فوق، نتایج حاکی از آن است که بار عاملی تمامی سوالات مدل از نقطه برش $0.4/0$ بالاتر هستند. در ادامه به بررسی پایایی و روایی ابزار اندازه‌گیری پرداخته شد. پایایی شرط لازم ولی ناکافی است. پس ابتدا به بررسی پایایی ابزار اندازه‌گیری و سپس روایی ابزار اندازه‌گیری گردید.

۲-۴-آزمون بررسی کیفیت مدل اندازه‌گیری

در رویکرد واریانس محور، مانند کواریانس محور، شاخص‌های برازش دقیق وجود ندارد. محققان تلاش کرده‌اند تا شاخص‌های برازشی برای PLS ارائه دهند، اما این آزمون‌ها با انتقادات مواجه شده‌اند. به جای شاخص‌های برازش، آزمون‌هایی برای ارزیابی

کیفیت مدل‌های درونی و بیرونی استفاده می‌شود. از جمله این آزمون‌ها، روایی متقاطع شاخص اشتراکی سازه (CV COM) است که کیفیت مدل بیرونی را می‌سنجد. این شاخص با مقادیر ۰,۰۲، ۰,۱۵ و ۰,۳۵ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی ارزیابی می‌شود.

جدول (۳) آزمون روایی متقاطع شاخص اشتراکی سازه

متغیر	SSO	SSE	$Q^2 = 1 - SSE/SSO$
تعاملات اخلاقی رهبری	4890.000	3080.000	0.370
رهبری کسب و کار	1925.022	947.604	0.508
رویکردهای رهبری	3465.053	2005.000	0.421
مهارت های رهبری	4235.003	2211.000	0.477
مولفه های شخصیتی رهبر	2770.000	1308.000	0.527
مولفه های محیطی رهبری	2571.340	1030.000	0.599

نتایج جدول برای متغیرهای رهبری کسب و کار بیشتر از ۰/۳۵ است و می‌توان ادعا کرد مدل بیرونی برای متغیرها از کیفیتی بسیار قوی برخوردار است و این نشان داد سوالات از قدرت پیش‌بینی بسیار بالایی در اندازه‌گیری متغیرهای خود برخوردارند. حال بعد از سنجش کیفیت مدل بیرونی، نوبت به تجزیه و تحلیل مدل درونی (ساختاری) پژوهش می‌رسد.

۳-۴- آزمون واریانس تبیین شده (ضریب تعیین)

برای ارزیابی مدل درونی (ساختاری) از ضریب تعیین متغیرهای درون‌زا (R^2) استفاده می‌شود. آزمون مربوط به واریانس تبیین شده به بررسی دقت پیش‌بینی رفتار متغیرهای درون‌زا توسط ترکیب خطی متغیرهای برون‌زا می‌پردازد. آنچه امروزه مورد قبول تمامی محققین قرار دارد سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ یعنی دقت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی می‌باشد. در همین راستا محقق برای متغیرهای درون‌زا R^2 را محاسبه نموده و آنها را بر اساس این سه مقدار تفسیر می‌کند.

جدول (۴) جدول واریانس تبیین شده از متغیرهای درون‌زا

متغیر	R Square (R^2)
رهبری کسب و کار	0.995

۴-۴- آزمون GOF

شاخص نیکویی برازش (GOF) نیز به عنوان جمع‌بندی کننده دو مدل بیرونی و درونی است که اگر مقدار آن بالای ۰/۳۶ شود، آنگاه مدل کلی پژوهش در PLS و نتایج آن دقتی برابر با ۹۷٪ نتایج کواریانس محورها دارد. البته برای این شاخص سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به ترتیب به عنوان کیفیت کلی ضعیف، متوسط و قوی ارائه شده است.

$$GOF = \sqrt{Communality \times R^2}$$

$$GOF = \sqrt{0.808 \times 0.995} = 0.896$$

با توجه به مقدار بدست آمده برای آزمون نکوتی برازش (۰/۸۹۶)، کیفیت مدل کلی بسیار قوی است و مقدار GOF بسیار بیشتر از ۰/۳۵ است. بنابراین می‌توان ادعا نمود که دقت و کیفیت بسیار مناسب است.

الف: آزمون و تحلیل مسیر مدل

آنالیز مسیر در این بخش با تکیه بر نرم افزار PLS انجام شده است. این نرم افزار هر یک از سازه های تحقیق را به صورت یک متغیر آنالیز می‌کند در این صورت با تکیه بر بخش های قبلی سازه های تشکیل شده در قالب یک متغیر مشاهده گر تحلیل می‌شود. همچنین از آنجا که تعداد سازه ها و مسیر ها در مدل مفهومی تحقیق زیاد است نرم افزار PLS مناسب ترین نرم افزار برای تحلیل مسیر در این تحقیق است.

جدول (۵) خلاصه نتایج تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای تحقیق

نتیجه تحلیل مسیر	آماره t	بار عاملی	سازه های فرعی و معیار اصلی
LA			
معنی دار	۱۳.۰۳۵	۰.۵۴۹	LA1
معنی دار	۱۸.۳۳۹	۰.۶۷۶	LA2
معنی دار	۲۰.۶۳۳	۰.۶۶۳	LA3
معنی دار	۱۷.۷۱۸	۰.۶۵۵	LA4
معنی دار	۱۴.۷۴۶	۰.۶۲۰	LA5
معنی دار	۱۷.۰۰۹	۰.۶۳۸	LA6
معنی دار	۱۷.۱۴۸	۰.۶۳۸	LA6
معنی دار	۲۴.۲۲۲	۰.۶۹۵	LA6
معنی دار	۱۳.۴۰۳	۰.۵۸۲	LA6
LI			
معنی دار	۸.۱۸۰	۰.۴۶۳	LI1
معنی دار	۹.۱۶۶	۰.۵۴۶	LI2
معنی دار	۱۴.۱۲۳	۰.۶۴۳	LI3
معنی دار	۱۲.۶۶۲	۰.۵۸۴	LI4
معنی دار	۷.۷۴۶	۰.۴۶۶	LI5
معنی دار	۹.۸۰۶	۰.۵۴۸	LI6
معنی دار	۱۰.۹۳۴	۰.۵۶۹	LI7
معنی دار	۱۰.۸۱۶	۰.۵۶۶	LI8
LS			
معنی دار	۱۶.۴۴۴	۰.۶۵۱	LS1
معنی دار	11.۹۳۷	۰.۵۷۹	LS2
معنی دار	۹.۷۴۲	۰.۵۳۲	LS3
معنی دار	۷.۳۶۶	۰.۴۳۷	LS4
معنی دار	۹.۶۲۱	۰.۴۹۰	LS5
معنی دار	۸.۸۷۴	۰.۴۹۷	LS6
معنی دار	10.۵۸۱	۰.۵۷۲	LS7
معنی دار	8.۲۲۷	۰.۴۶۲	LS8
معنی دار	۷.۴۵۰	۰.۴۵۰	LS9
معنی دار	۱۲.۲۳۱	۰.۵۶۳	LS10
معنی دار	۸.۹۳۳	۰.۴۶۴	LS11
LP			
معنی دار	8.۲۱۲	۰.۵۱۱	LP1
معنی دار	۱۱.۳۴۶	۰.۵۷۶	LP2
معنی دار	۶.۰۸۰	۰.۵۳۶	LP3
معنی دار	۱۱.۰۸۲	۰.۵۳۲	LP4
معنی دار	۶.۶۰۱	۰.۴۵۵	LP5
معنی دار	۱۰.۰۲۲	۰.۵۲۵	LP6
معنی دار	۷.۳۰۵	۰.۴۷۵	LP7
معنی دار	۱۰.۹۶۴	۰.۵۹۳	LP8

نتیجه تحلیل مسیر	آماره t	بار عاملی	LE
معنی دار	۱۷.۶۶۰	۰.۶۹۰	LE1
معنی دار	۲۱.۷۵۰	۰.۷۴۵	LE2
معنی دار	۱۴.۷۶۵	۰.۶۴۷	LE3
معنی دار	۳۶.۴۸۱	۰.۸۱۵	LE4
معنی دار	۱۸.۳۵۰	۰.۶۷۱	LE5
معنی دار	۷.۴۹۷	۰.۴۱۲	LE6
معنی دار	۷.۸۵۲	۰.۴۵۰	LE7
معنی دار	۹.۷۸۸	۰.۵۱۱	LE8

*حد متوسط بر اساس طیف لیکرت از بین اعداد ۱ تا ۵ عدد ۳ خواهد بود

با توجه به جدول فوق، ملاحظه میشود که تمامی مضامین اصلی استخراج شده از مصاحبه ها و پرسشنامه در تجزیه و تحلیل آماری مورد تأیید واقع شده و مولفه ها، ابعاد و شاخصهای شناسایی شده از نظر نمونه بررسی شده نیز در بحث معیارهای الگوی رهبری کسب و کار شرکتهای دانش بنیان اثرگذار هستند.

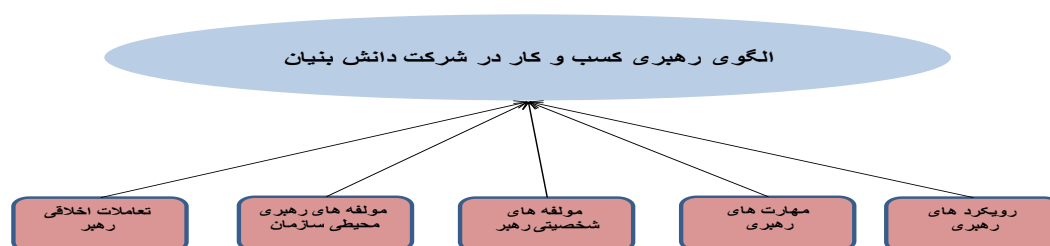
کلیه ابعاد مبنی بر اینکه روی الگوی رهبری کسب و کار شرکتهای دانش بنیان تأثیر معنی داری دارند زیرا سطح معنی داری کمتر از ۵ صدم بوده به عبارت دیگر "تأثیر معیارهای پنج گانه رویکردهای رهبری، مولفه های محیطی رهبری، مهارتهای رهبری، مولفه های شخصیتی رهبری، تعاملات اخلاقی رهبری در الگوی رهبری کسب و کار شرکتهای دانش بنیان تأیید شد.

ب: تحلیل مسیر مدل مفهومی کلی پژوهش:

جدول (۶) نتایج آزمون t برای مضامین اصلی

نام مسیر	بار عاملی	آماره t	نتیجه تحلیل مسیر
رهبری کسب و کار -> رویکردهای رهبری	۰.۲۶۰	۲۳.۳۰۰	معنی داری
رهبری کسب و کار -> مهارت های رهبری	۰.۲۶۹	۲۴.۴۳۴	معنی داری
رهبری کسب و کار -> مولفه های شخصیتی رهبر	۰.۲۸۰	۱۹.۶۶۸	معنی داری
رهبری کسب و کار -> مولفه های محیطی رهبری	۰.۲۹۷	۲۲.۵۷۱	معنی داری
رهبری کسب و کار -> تعاملات اخلاقی رهبری	۰.۲۶۵	۲۲.۴۱۴	معنی داری
رویکردهای رهبری -> رهبری کسب و کار	۰.۶۵۲	۲۱.۶۵۲	معنی داری
مهارت های رهبری -> رهبری کسب و کار	۰.۷۴۰	۲۴.۹۷۷	معنی داری
مولفه های شخصیتی رهبر -> رهبری کسب و کار	۰.۷۰۱	۲۱.۱۹۵	معنی داری
مولفه های محیطی رهبری -> رهبری کسب و کار	۰.۷۲۷	۲۲.۸۳۴	معنی داری
تعاملات اخلاقی رهبری -> رهبری کسب و کار	۰.۷۵۸	۲۸.۵۳۰	معنی داری

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول (۶) ضریب ده مسیر مثبت و آماره t آن مسیرهها بزرگتر از مقدار بحرانی است (۱/۹۶). لذا فرض صفر رد شده و در نتیجه ادعای مطرح شده تأیید می گردد .



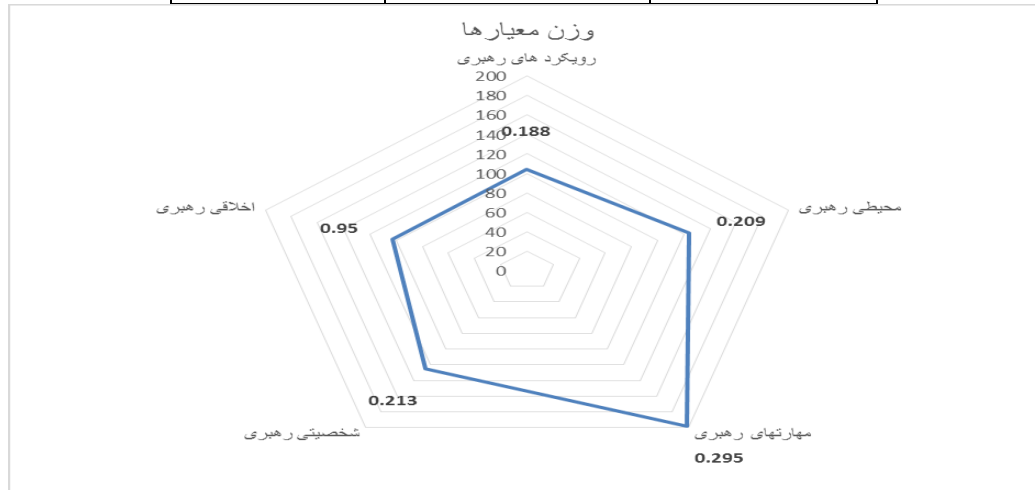
شکل (۹) مدل نهایی تحقیق

۵-۴- اولویت بندی معیارهای شناسایی شده با استفاده از روش دلفی فازی

نتیجه نهایی محاسبات با استفاده از نرم افزار اکسل به شرح جدول زیر میباشد

جدول (۷) وزن معیارهای اصلی الگوی رهبری کسب و کار برای شرکتهای دانش بنیان

وزن معیارها	نام معیارها	معیارها
0.188	رویکردهای رهبری	C1
0.209	مولفه های محیطی رهبری	C2
0.295	مهارتهای رهبری	C3
0.213	مولفه های شخصیتی	C4
0.95	تعاملات اخلاقی رهبری	C5



شکل (۱۰) نمودار رادار وزن معیارهای اصلی الگوی رهبری کسب و کار برای شرکتهای دانش بنیان

در شکل (۱۰) اهمیت معیارهای اصلی ارائه الگوی رهبری کسب و کار در شرکت های دانش بنیان از نظر نمونه آماری به ترتیب وزن آنها، رتبه اول مهارت های رهبری، مولفه های شخصیتی رهبری رتبه دوم، مولفه های رهبری محیطی سازمان رتبه سوم، رویکردهای رهبری رتبه چهارم، مولفه های اخلاقی رهبری رتبه پنجم، را کسب نموده اند.

۶-۴- نتیجه گیری و پیشنهادها

از آنجاییکه رهبری کسب و کار به معنای نفوذ در افراد است و می توان از طریق یک رهبری مؤثر، موفقیت یک کسب و کار را تضمین کرد و مبحث این پژوهش به طور کلی مرتبط با منابع انسانی و رفتار سازمانی است، پیشنهادهایی که ارائه میشود به صورت تکنیکی یا فنی نیست بلکه جنس رفتاری خواهند داشت. این پژوهش پس از بررسیهای همه جانبه و عوامل اثرگذار بر رهبری کسب و کار در بافت شرکتهای دانشبنیان به این نتیجه دستیافت که مدیران شرکتهای دانشبنیان با توجه به شایستگیها، مهارتها و ویژگیهایی که دارا هستند، نمونه عملی یک رهبر کسب و کار میباشند. آنها همواره یادگیری را حمایت نموده و جوی مناسب دانش و فعالیتهای دانشی ایجاد مینمایند. اعمال، رفتار و خصوصیات آنها همواره به صورت الگویی برای سایر کارکنان مدنظر قرار میگیرد. چنین رهبرانی در بستر شرکتهای دانشبنیان با ویژگیهای خاصی نظیر توانایی ایجاد تیمهای قوی، مدیریت تغییر، مهارتهای رهبر دانش مدار، استفاده از ظرفیتهای بالقوه خارج از سازمان، دیدگاه آینده نگر و نوآورانه، خلاقیت و نوآوری، پاسخگویی اعمال خود بودن با توجه به آموزشهای دینی، داشتن وجدان کاری، داشتن عدالت و انصاف و... بسیار موفق ظاهر میشوند. اما مواردی چون وضعیت اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و... به عنوان متغیرهای مداخله گر فعالیت آنها را با اما و اگرهایی مواجه میکند. که البته با اتخاذ راهبردهایی نظیر مهارت های ارتباطی قوی و ایجاد استراتژیهای زیرساخت محور مانند استانداردسازی و مدیریت کیفیت، مدیریت بحران، استراتژیهای تامین مالی و حفظ بازار، استفاده از ظرفیت های برون سازمانی و... میتوان بر آنها فایز آمد و تقویت رهبری کسب و کار را رقم زد. نهایتاً رهبری کسب و کار میتواند پیامدهایی چون بهبود عملکرد شرکت و مزیت رقابتی، ایجاد فرهنگ سازمانی

نوآورانه، ایجاد ساختار سازمانی چابک، رهبری مشارکتی، رهبری الگو محور، رهبری مبتنی بر اعتماد، رهبری جسور و با اراده، رهبری فروتنانه بهبود کیفیت زندگی کاری و ... را به ارمغان آورد. از این رو پیشنهادهای ذیل برای تلفیق با نتایج فوق ارائه میگردد. اهمیت و لزوم توجه به ویژگیها و نیازهای خاص کارکنان مشغول در شرکتهای دانشبنیان که اصلیتترین سرمایه و مزیت رقابتی شرکتهای دانشبنیان، تمرکز رهبر کسب و کار بر ویژگیهای شخصی خود و برندسازی شخصی با توجه به موضوع الگو بودن رهبر خلاق و کارآفرین برای کارکنان، برگزاری دوره های آموزشی برای مدیر و کارکنان شرکتهای دانشبنیان، توجه به ابزارهایی همچون انگیزش و اعتماد به نفس، صداقت و ویژه گی های الهام بخش، استقبال از ایده های نو و ارتباط شفاف با تاکید بر گوش دادن فعال، اصلاح شیوه برخورد با اشتباهات کارکنان در راستای حل مسئله و تقویت ریسک پذیری و اعتماد به نفس کارکنان.

منابع:

- Ahmadi, M., & Sofiabadi, M. (2024). Examining leadership styles and their compatibility with human resources systems. *The First International Conference on Psychology, Educational Sciences, Management, and Social Sciences, Tabriz*. (in Persian)
- Amar, A. D., & Hlupic, V. (2016). Leadership for knowledge organizations. *European Journal of Innovation Management*, 19(2), 239-260.
- Atashi, A., & Colleagues. (2018). A model for leadership in Iranian knowledge-based organizations. *Organizational Behavior Studies*, 7(3), 31. (in Persian)
- Dinha, J. E., Lord, R. G., Gardner, W. L., Meuser, J. D., Liden, R. C., & Hu, J. (2020). Leadership theory and research in the new millennium: Current theoretical trends and changing perspectives. *Leadership Quarterly*, 25(1), 36-62.
- Ghafouri, M. H., Elyasi, M., Amiri, M., & Seyed Naqavi, M. A. (2012). Identifying dimensions of organizational leadership in Iranian knowledge-based companies transitioning to rapid growth: A multiple case study. *Entrepreneurship Development*, 11(4), 118-121. (in Persian)
- Ghafouri, S. M. H., Elyasi, M., Amiri, M., & Seyed Naqavi, M. A. (2019). Comparative study of effective leadership styles on the success of Iranian knowledge-based startups - Multiple case study. *Technology Development Management Quarterly*, 7(4). (in Persian)
- Hasanzadeh Amiri, M. (2020). Organizational leadership development in the wisdom model. *The Fifth International Conference on Innovation and Research in Educational Sciences, Management, and Psychology, Tehran*. (in Persian)
- Jabbari, M. R., Dorani, K., & Rahimi-Nejad, A. (2019). Explanation of leadership styles and communication skills of managers. *Quarterly Journal*. (in Persian)
- Marx, T. G. (2015). The impact of business strategy on leadership. *Journal of Strategy and Management*, 8(2), 110-126. <https://doi.org/10.1108/JSMA-06-2014-0042>
- McClure, K., Jacobucci, R., & Ammerman, B. A. (2021). Are items more than indicators? An examination of psychometric homogeneity, item-specific effects, and consequences for structural equation models.
- Mumford, T. V., Campion, M. A., & Morgeson, F. P. (2007). The leadership skills strataplex: Leadership skill requirements across organizational levels. *The Leadership Quarterly*, 18(2), 154-166.
- Saffie, N. A. M., & Rasmani, K. A. (2016, July). Fuzzy Delphi method: Issues and challenges. In *2016 International Conference on Logistics, Informatics and Service Sciences (LISS)* (pp. 1-7). IEEE.
- Salem, S. (2020). Designing a knowledge-based leadership model (Case study: Knowledge-based companies in Isfahan). *PhD Thesis in Business Administration, Organizational Behavior and Human Resource Management, University of Isfahan*, 1-322.
- Salem, S., Teimouri, H., Mosharraf Jowadi, M. H., & Shaemi Barzaki, A. (2020). Analysis of knowledge-based leadership patterns in knowledge-based companies. *Strategic Research on Social Issues in Iran*, 10(1), 99-118. (in Persian)
- Shahrahmani, S., Hedayee, A., & Heydari Abravan, M. J. (2023). Investigating Likert's leadership style and its relationship with organizational culture improvement in industrial knowledge-based companies in Tehran. *Behavioral Studies and Organizational Excellence Quarterly*, 1(1). (in Persian)
- Shirini, N. (2021). Examining the impact of strategic leadership on organizational effectiveness in Iranian knowledge-based companies. *Applied Educational Leadership Quarterly*, 2(4). (in Persian)

Smith, G. T., & Combs, J. E. S. I. C. A. (2010). Issues of construct validity in psychological diagnoses. *Contemporary Directions in Psychopathology: Scientific Foundations of the DSM-V and ICD-11*, 205-222.

Zia, B., & Karami Zandi, S. (2023). The role of leadership in implementing an agile business model. *The Sixth International Conference on Management, Accounting, and Economics in Sustainable Development, Mashhad*. Retrieved from <https://civilica.com/doc/1904786> (in Persian)

Providing a business leadership model in knowledge-based companies

Abstract

The aim of this research is to present a business leadership model in knowledge-based companies using thematic analysis approach. In this section, the research field included senior managers of knowledge-based companies, small and medium-sized businesses in Tabriz and academic experts, 26 of whom were selected using theoretical sampling. Then, a semi-structured interview was conducted with them and the resulting data reached theoretical saturation. In order to analyze the data, the Brown and Clarke (2006) framework and MAXQDA software were used, and finally, the importance and ranking of themes were performed using Fuzzy Delphi. Thus, the findings indicate that the five main criteria, leadership skills with 199 points (29%), leadership personality components with 132 points (20%), organizational environmental leadership components with 130 points (19%), leadership approaches, 112 points (17%), and leadership ethical interactions with 103 points (16%) are effective on business leadership and in terms of importance, leadership skills have obtained the first rank, leadership personality components have the second rank, organizational environmental leadership components have the third rank, leadership approaches have the fourth rank, and leadership ethical components have the fifth rank. At the end, practical suggestions were presented for the statistical community based on the results of the research.

Keywords: Business, Knowledge-Based Companies, Leadership.