



Investigating the relationship between the use of smart technology and the perception of authentic leadership with entrepreneurial enthusiasm among elementary school principals in Shahrekord

Mohsen Khosravi¹, Parvin Jafari Nafchi²

1- Department of Educational Administration, Farhangian University, Tehran, Iran

2- Master's of Educational Management

Article info	Abstract
Article type: Research Article Received: 2025/06/08 Accepted: 2025/07/28 pp: 32- 45 Keywords: Perception of Authentic Leadership, Entrepreneurial Enthusiasm, Smart Technology, School Principals.	Objective: To investigate the relationship between the use of smart technology and the perception of authentic leadership with entrepreneurial enthusiasm among school principals. Methodology: This research was applied and conducted using a descriptive-correlation method. The statistical population of the research included all principals of elementary schools in Shahrekord city in the academic year 2023-2024 (144 people). A statistical sample equal to the size of the statistical population was considered and they responded to the research questionnaires including the use of researcher-made smart technology, authentic leadership by Olio and Gardner (2008), and entrepreneurial enthusiasm by Branbeck et al. (2016) after confirming their validity and reliability. Descriptive and inferential statistics such as Pearson correlation coefficient were used to analyze the data. Results: It showed that there was a positive and significant relationship between the use of smart technology and the dimensions of entrepreneurial enthusiasm (developmental enthusiasm $R=0.25$, founding enthusiasm $R=0.34$, and innovative enthusiasm $R=0.28$) of school principals. There was also a significant positive relationship between the dimensions of perception of authentic leadership and the dimensions of entrepreneurial enthusiasm (the "self-awareness" component with developmental enthusiasm $R=0.15$, founding enthusiasm $R=0.16$, and innovative enthusiasm $R=0.18$), (the "ethical" component with developmental enthusiasm $R=0.27$, founding enthusiasm $R=0.19$, and innovative enthusiasm $R=0.15$), (the "balanced processing" component with developmental enthusiasm $R=0.37$, founding enthusiasm $R=0.34$, and innovative enthusiasm $R=0.26$), and (the "relational transparency" component with developmental enthusiasm $R=0.25$) of school principals. Conclusion: The entrepreneurial enthusiasm of school principals is a phenomenon that can be explained by a set of interrelated factors, and there is a significant relationship between the use of smart technology and the perception of leadership with entrepreneurial enthusiasm.



Citation: Khosravi, M., & Jafari Nafchi, P. (2025). Investigating the relationship between the use of smart technology and the perception of authentic leadership with entrepreneurial enthusiasm among elementary school principals in Shahrekord. *Journal of New Approaches in Educational Management*, 1(3), 32-45.



© The Author(s).

Publisher: Urmia University.

DOI: <https://doi.org/10.30466/ntea.2025.56255.1024>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.30606810.1404.1.3.3.1>



بررسی رابطه استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه میان مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر کرد

محسن خسروی^۱ پروین جعفری نافچی

۱- گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

۲- دانش آموخته ارشد مدیریت آموزشی

چکیده	اطلاعات مقاله
هدف: بررسی رابطه استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه میان مدیران مدارس بود. روش تحقیق: این پژوهش از نوع کاربردی و به روش توصیفی-همبستگی انجام پذیرفت. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران مدارس دوره ابتدایی شهر شهرکرد در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۲ بود (۱۴۴ نفر). نمونه آماری برابر با حجم جامعه آماری در نظر گرفته شد و به پرسشنامه‌های پژوهش شامل، به کارگیری فناوری هوشمند محقق ساخته، رهبری اصیل اوولپو و گاردنر (۲۰۰۸) و اشتیاق کارآفرینانه برانیک و همکاران (۲۰۱۶) پس از تأیید روایی و پایایی آن‌ها پاسخ دادند. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی و استنباطی نظیر ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد، بین استفاده از فناوری هوشمند با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای $R=0/25$، اشتیاق تأسیسی $R=0/34$ و اشتیاق ابداعی $R=0/28$) مدیران مدارس رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است؛ همچنین بین ابعاد ادراک از رهبری اصیل با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه («مؤلفه خودآگاهی» با اشتیاق توسعه‌ای $R=0/15$، اشتیاق تأسیسی $R=0/16$ و اشتیاق ابداعی $R=0/18$)، («مؤلفه اخلاق‌مداری» با اشتیاق توسعه‌ای $R=0/27$، اشتیاق تأسیسی $R=0/19$ و اشتیاق ابداعی $R=0/15$)، («مؤلفه پردازش متوازن» با اشتیاق توسعه‌ای $R=0/37$، اشتیاق تأسیسی $R=0/34$ و اشتیاق ابداعی $R=0/26$) و («مؤلفه شفافیت رابطه‌ای» با اشتیاق توسعه‌ای $R=0/25$) مدیران مدارس رابطه مثبت معناداری وجود داشته است. نتیجه‌گیری: اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس پدیده‌ای است که در مجموعه‌ای از عوامل در هم تنیده قابل تبیین است و بین استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری با اشتیاق کارآفرینانه رابطه معنادار است.	نوع مقاله: مقاله پژوهشی دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۱۸ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۶ صص: ۳۲-۴۵ واژگان کلیدی: ادراک از رهبری اصیل، اشتیاق کارآفرینانه، فناوری هوشمند، مدیران مدارس.

استناد: خسروی، محسن؛ و جعفری نافچی، پروین. (۱۴۰۴). بررسی رابطه استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه میان مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد. نشریه رویکردهای نوین در مدیریت آموزشی، (۳)، ۳۲-۴۵.

ناشر: دانشگاه ارومیه.

© نویسنده‌گان



DOI: <https://doi.org/10.30466/ntea.2025.56255.1024>

DOR: <https://dorl.net/dor/20.1001.1.30606810.1404.1.3.3.1>



مقدمه

امروزه کارآفرینی، بیشتر به عنوان سیاست کلی و خط‌مشی اقتصادی و سیاسی کشورهای پیشرفته در نظر گرفته می‌شود که توجه و تمرکز مسئولان سیاسی و اقتصادی را به خود معطوف کرده است (Atonasi et al., 2014- Onileowo et al., 2022). کارآفرینان به طور مثبت در ایجاد ارزش برای سازمان‌ها، سهام‌داران و به طور کلی جامعه کمک می‌کنند (Grichnik et al., 2017). در این میان، اشتیاق کارآفرینانه یکی از پیش‌شرط‌های اصلی توسعه کارآفرینی محسوب می‌شود و متأثر از عوامل گوناگون روان‌شناختی است. اشتیاق کارآفرینانه را باید میلی تعریف کرد که در افراد برای بروز رفتار کارآفرینی وجود دارد؛ مانند به وجود آوردن و شناخت فرصت‌ها و استفاده از روش‌های نوین (Feng & Chen, 2020). اشتیاق کارآفرینانه به احساسات مثبت شدید و آگاهانه‌ای که از طریق مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینی مرتبط با نقش‌هایی که برای هویت شخصی کارآفرین معنادار و برجسته تجربه می‌شوند اشاره دارد (Hoang & Trong, 2025).

در سازمان‌های آموزشی، رفتار کارآفرینانه با توانایی کشف مؤثر ایده‌های نوآورانه، تشویق افراد به تفکر انتقادی و خلاقانه، جستجوی مداوم برای پیشرفت‌های جدید در زمینه‌های مرتبط با رشته تحصیلی، توسعه پروژه‌های فناوری‌محور جذاب در داخل و خارج از کلاس درس و یافتن منابع لازم برای بهبود یادگیری دانش‌آموزان ارتباط دارد (Amorim Neto et al., 2017). نگرش مثبت مدیران مدرسه نسبت به اقدامات کارآفرینانه می‌تواند بر موفقیت مدرسه تأثیر بگذارد. این گونه است که کارآفرینی به عنوان یکی از ویژگی‌های فردی مدیر مدرسه در اولویت قرار می‌گیرد (Baltasy, 2017). مدیران مدارس به عنوان یکی از عاملان تولید و ارائه خدمات آموزشی، نقشی اساسی در مدیریت و هدایت توسعه مدارس و ایجاد شیوه‌های جدید کارآفرینی دارند. بدین ترتیب، فعالیت‌های کارآفرینی در مدارس باید بیش از هر چیز از طریق توسعه اشتیاق کارآفرینانه مدیران گسترش یابد (Hämäläinen et al., 2018). از این رو، یکی از معیارهای مهم برای کارآفرین کردن مدارس، پرورش اشتیاق کارآفرینانه در بین مدیران می‌باشد؛ اما متأسفانه نیاز به پرورش اشتیاق کارآفرینانه، هنوز به میزان قابل‌توجهی ریشه نگرفته است، این در حالی است که توسعه رفتارهای کارآفرینانه مدیران به عنوان سازوکار مهم برای تشویق نوآوری در سازمان‌ها تلقی می‌شود (مختاری و همکاران، ۱۴۰۲).

بررسی ادبیات مرتبط در حوزه کارآفرینی گویای آن است که فعالیت‌های کارآفرینانه نیازمند سطح بالایی از اشتیاق کارآفرینانه هستند (Cardon et al., 2019)؛ به گونه‌ای که اشتیاق کارآفرینانه یک پدیده قابل‌مشاهده در فرایند کارآفرینی می‌باشد (Bam & Lock, 2014). در حقیقت، افرادی که اشتیاق به کار دارند، آمادگی ذهنی و انرژی روانی بالاتری برای آغاز و ادامه کار دارند که نتیجه این کار، قصد جدی‌تر آنان به ویژه برای انجام فعالیت‌های پرخطر است. کاردون و همکاران^۲ (۲۰۰۹) مؤلفه‌های اشتیاق کارآفرینانه را شامل اشتیاق ابداعی^۳، اشتیاق تأسیسی^۴ و اشتیاق توسعه‌ای^۵ مطرح کردند. بر اساس نظر این محققان، اشتیاق ابداعی موجب انجام فعالیت‌های مربوط به شناسایی، خلق و کشف فرصت‌های جدید کسب‌وکار می‌گردد؛ اشتیاق تأسیسی به فعالیت‌های تجاری‌سازی و بهره‌برداری از فرصت‌ها مربوط است و اشتیاق توسعه‌ای موجب انجام فعالیت‌های مربوط به رشد کسب‌وکاری می‌گردد که پیش از این ایجاد شده است.

از نظر عملی، تقریباً همه سازمان‌ها متعهد به دستیابی به توسعه پایدار هستند، هدفی که به شدت به رهبری واقعی مدیران آن‌ها بستگی دارد (Corriveau, 2020). رهبری اصیل به عنوان ترکیبی از استعداد ذهنی مثبت و یک محیط سازمانی مساعد تلقی می‌شود که رشد خودآگاهی و خودتنظیمی در رفتار را در بین رهبران و پیروان تقویت می‌کند (Duarte et al., 2021). این شکل از رهبری نه تنها باعث ایجاد ارتباط بین رهبران و پیروان می‌شود، بلکه به عنوان مجرای برای شکل‌دهی روابط ارتباطی با کیفیت بالا در سازمان نیز عمل می‌کند. ارزش‌های اخلاقی رهبران را می‌توان از طریق استراتژی‌های مدیریت مثبت به طور مؤثر به پیروان منتقل کرد و فضای سازمانی را که با گشودگی، شفافیت، اعتماد و برابری مشخص می‌شود، تقویت کرد. در عوض، پیروان با نشان دادن سطوح بالاتری از مشارکت کاری و نشان دادن رفتارهایی که نشان‌دهنده شهروندی سازمانی خوب است، به طور مثبت واکنش

¹ Entrepreneurially² Kardon et al.³ Creative Passion⁴ Established Passion⁵ Passion for Development

نشان می‌دهند (Chen & Sriphon, 2022). به‌طور خلاصه، رهبری اصیل، که توسط شایستگی‌های روان‌شناختی مثبت هدایت می‌شود، تأثیر عمیقی بر رفتارهای فردی در سازمان می‌گذارد و درنهایت توسعه پایدار سازمانی را به پیش می‌برد. رهبری اصیل^۱ به‌مثابه یک منبع شغلی بر اشتیاق کارآفرینانه اثرگذار است. رهبری اصیل، الگوی رفتاری رهبر برای پرورش خودآگاهی^۲، پردازش متعادل اطلاعات^۳، شفافیت ارتباط^۴ با کارکنان و دیدگاه اخلاقی^۵ درونی شده است که به ترویج و بهبود ظرفیت‌های روان‌شناختی مثبت و ایجاد جو اخلاقی مثبت می‌پردازد (Walumbwa et al., 2018). اگرچه رهبری اصیل به‌منزله یک رویکرد نوین مطرح شده است، اما آولیو و گاردنر^۶ (۲۰۰۸)، رهبری اصیل را ریشه تمام اشکال مثبت و جدید رهبری می‌دانند (Ladkin & Taylor, 2020). همچنین تأکیدی در الگوی رهبری اصیل وجود دارد که آن را از دیگر سبک‌های موجود متمایز ساخته است. به‌عنوان مثال تأکید بر داشتن روابط باز و مثبت و همچنین ثبات و تداوم رفتاری از مهم‌ترین وجوه رهبری اصیل است (Avelio & Gardner, 2008). رهبری اصیل با برقراری روابط مثبت و باز، ارزش‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و حتی نقاط ضعف و اشتباهات خود را در معرض دید و نظر همگان قرار می‌دهد و سبب پیامدهای مثبتی هم چون ایجاد حس اعتماد متقابل، آزادی بیان در ارائه ایده‌های جدید و حتی غیرمعارف می‌شود و این امر اثربخشی سازمان را در پی خواهد داشت (Norman et al., 2019). رهبران اصیل افرادی هستند که به خودشناسی رسیده و از چگونگی رفتار و افکار خودآگاهی دارند. آن‌ها از بینش ارزشی، اخلاقی برخوردارند و از دانش و توانایی‌های دیگران و بستری که در آن فعالیت می‌کنند، شناخت دارند. رهبران اصیل، مطمئن، امیدوار، خوش‌بین و معطف هستند و شخصیت بسیار اخلاقی دارند (Gardner et al., 2011). گاردنر و همکاران^۷ (۲۰۲۱) در پژوهش خود نشان دادند که رهبران اصیل با ایجاد ظرفیت‌های روانی مثبت و همچنین جو اخلاقی مثبت در محیط سازمان تأثیر مثبت و معناداری بر اشتیاق کارآفرینانه افراد سازمان دارند. نتایج مطالعات آولیو و همکاران (۲۰۰۸) نشان داد که رهبران اصیل انگیزش درونی کارکنان را بالا می‌برند؛ انگیزش درونی برای اشتیاق کارآفرینانه حیاتی است. رهبران اصیل از طریق تبادلات اجتماعی مثبت با پیروان‌شان ممکن است سبب شوند که کارکنان با علاقه و شور بیشتری کار کنند و احساسات مثبت بیشتری را نیز تجربه کنند. والومبا و همکاران (۲۰۱۸) تأکید می‌کنند که رهبری اصیل می‌تواند اشتیاق به کار را در بهبود عملکرد خلاق کارکنان توجیه کند. نتایج پژوهش سیدنقوی و کاهه (۱۳۹۳) نشان داد که رهبری اصیل با تأثیرگذاری روی اشتیاق به کار کارکنان، می‌تواند نقشی بسزا داشته باشد. کریمی و مردانی (۱۳۹۹) نشان دادند که رهبری اصیل از طریق واسطه‌گری با اشتیاق شغلی رابطه مثبت دارد.

از ویژگی‌های مدیران با رهبری اصیل ارائه ایده‌های جدید و نوین هم چون استفاده از فناوری هوشمند در مدارس است. بر اساس این رویکرد، مدارس بهترین و مناسب‌ترین مکان برای اجرای برنامه‌های نوآورانه به شمار می‌روند (جعفری، ۱۴۰۲). واضح به نظر می‌رسد که اصلاحات و تغییرات آموزشی مختلف مبتنی بر فناوری هوشمند، تأثیر قابل‌توجهی بر شکل‌گیری ذهنیت‌های معاصر معلمان داشته و درعین‌حال نقش‌ها و مسئولیت‌های معلمان را برای خدمت‌رسانی بهتر به سیستم‌های آموزشی نوظهور بازطراحی کرده است (Lee & Lee, 2024). جنبش‌های اصلاح آموزش مبتنی بر فناوری با هدف ادغام فناوری‌های هوشمند در کلاس‌های درس برای نوآوری در آموزش، از اوایل دهه ۲۰۱۰ در بسیاری از کشورها مشاهده شده‌اند. چند نمونه از چنین ابتکاراتی را می‌توان در اینجا فهرست کرد: «آموزش هوشمند» در کره جنوبی، پروژه استفاده از فناوری هوشمند در ترکیه (Milla et al., 2019). نتایج مطالعات آبرین (۱۴۰۲) نشان داد که بین پذیرش فناوری‌های هوشمند^۸ نوین و سبک رهبری مدیران مدارس همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین دسترسی به منابع اطلاعاتی و مواد آموزشی، امکان جلسه و تعامل از طریق ویدیو پروژکتور و تخته هوشمند و ... و به‌کارگیری فناوری‌ها و اپلیکیشن‌ها در مدرسه به‌منظور نمایش دادن موضوع و محتوای جلسات و توصیه‌های مدیریتی به میزان ۴۳ درصد بر سبک رهبری مدیران مدارس اثرگذار هستند.

¹ Genuine leadership

² Self-awareness

³ Balanced information processing

⁴ Transparency of communication

⁵ Ethical perspective

⁶ Avelio & Gardner

⁷ Gardner et al.

⁸ Smart Technologies

بنابراین، با در نظر گرفتن اهمیت اشتیاق کارآفرینانه به عنوان مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده رفتار کارآفرینانه مدیران مدارس از یک سو و با توجه به نقش ادراک از سبک رهبری اصیل در بهبود و ارتقاء سطح تمایل مدیران مدارس به بهره‌گیری از فناوری هوشمند و همچنین بهبود اشتیاق کارآفرینانه، مسئله اصلی پژوهش حاضر این بود که آیا استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر شهرکرد رابطه دارد؟

پیشینه و مبانی نظری پژوهش

اشتیاق کارآفرینی از طریق احساسات و انگیزه‌های قوی که با هویت کارآفرینی فرد درهم‌تنیده شده‌اند، تجربه می‌شود. اشتیاق کارآفرینی از تعامل با فعالیت‌های خود-تعریف‌کننده در طول زمان سرچشمه می‌گیرد. کارآفرینان با اشتیاق متولد نمی‌شوند، بلکه آن را توسعه می‌دهند. تحقیقات نوظهور پیرامون اشتیاق کارآفرینی نشان می‌دهد که می‌تواند اثرات قدرتمندی، چه مثبت و چه منفی، داشته باشد. در مورد جنبه مثبت، اشتیاق کارآفرینی منجر به پیامدهای شناختی و رفتاری مفیدی مانند خلاقیت، تعهد و تلاش می‌شود. در مورد جنبه منفی، اشتیاق کارآفرینی همچنین می‌تواند باعث سفتی و فرسودگی شغلی شود. علاوه بر این، تحقیقات نشان می‌دهد که اشتیاق کارآفرینی می‌تواند مسری باشد. این قدرت را دارد که دینفعان اطراف کارآفرینان را تحت تأثیر قرار دهد و سرمایه‌گذاران جدید را برای تأمین بودجه در مراحل اولیه جذب کند (Murnieks & Cardon, 2023) و آموزش مهارت و پرورش انسان خلاق و نوآور در تولید علم و فناوری و ارتقای کارآفرینی از جمله گزاره‌هایی است که در سند چشم‌انداز نظام تحول بنیادین آموزش و پرورش به صورت ویژه به آن‌ها پرداخته شده است. در این سند به تعامل اثربخش مدارس و مراکز کارآفرینی هم‌راستا با اسناد بالادستی مانند نقشه جامع علمی کشور، برنامه پنجم توسعه و چشم‌انداز بیست‌ساله کشور اشاره شده است. بدون تردید یکی از چالش‌های اصلی مدارس در تمامی کشورها در عصر جدید، مسئله ظرفیت اشتغال‌پذیری فارغ‌التحصیلان مدارس است (Shimum Wahab et al., 2024 -Harvey, 2022).

کارآفرینی با ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، پیش‌زمینه‌ای اساسی برای ارتقای فرهنگ جامعه است (Thompson et al., 2022 به نقل از جعفری، ۱۴۰۲)؛ بنابراین، ارتقای اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس، راهکار مناسبی برای حل چالش و بحران‌های تحصیلی و اجتماعی پرسنل و دانش‌آموزان به شمار می‌آید (Brauckmann & Pashiardis, 2022). این موضوع در چند سال گذشته مورد توجه محققان مختلف نیز قرار گرفته، به گونه‌ای که آنان اشتیاق کارآفرینانه را به عنوان عامل پیش‌بینی کننده فعالیت‌های کارآفرینی در نظر گرفته‌اند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵).

مدیران مدارس می‌توانند در شکل‌گیری زیرساخت‌های تفکر کارآفرینانه تأثیرگذارتر از سایر کارکنان باشند. مدیران در مدارس به حکم جامعه‌ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخصی را به وجود می‌آورد، باید بتوانند از طریق اشتیاق کارآفرینانه خود در شکوفایی ویژگی‌هایی چون خلاقیت، خودباوری، آینده‌نگری، خطرپذیری و تمایل به کامیابی دانش‌آموزان و سایر همکاران تأثیرگذار باشند. رهبری اصیل به مثابه یک منبع شغلی بر اشتیاق کارآفرینانه اثرگذار است (کریمی و مردانی، ۱۳۹۹). ایجاد جو و فضایی مناسب و مطلوب که زمینه بروز این ویژگی‌ها را فراهم آورد، یکی از وظایف مدیران مدارس و رسالت‌های مسئولان آموزش و پرورش است (Lotan, 2019). رهبران اصیل انگیزش درونی بالایی دارند؛ انگیزش درونی برای اشتیاق کارآفرینانه حیاتی است. رهبران اصیل از طریق تبادلات اجتماعی مثبت با پیروانشان ممکن است باعلاقه و شور بیشتری کار کنند و احساسات مثبت بیشتری را نیز تجربه کنند. در حقیقت داشتن تعاملات اجتماعی مثبت، این حس را درون آن‌ها برمی‌انگیزد که اشتیاق کارآفرینانه بیشتری را تجربه نمایند (Elise et al., 2015).

رهبری اصیل عاملی حیاتی برای دستیابی به موفقیت در زمینه‌های مختلف در قرن بیست و یکم محسوب می‌شود. ادبیات گسترده نشان می‌دهد که نظریه رهبری اصیل تأثیر مثبتی بر جنبه‌های مختلف سازمان‌ها، مانند اعتماد سازمانی، تعهد، هویت و رفتار شهروندی دارد (Shie & Chang, 2022). در بافت سازمان‌های آموزشی، اهمیت رهبری اصیل در تأثیر مثبت آن بر بهبود فضای مدرسه آشکار می‌شود. از طریق رهبری اصیل، قابلیت‌های یادگیری سازمانی معلمان، توانمندسازی، رفتار شهروندی سازمانی و کاهش فرسودگی شغلی معلمان می‌تواند افزایش یابد. مطالعه رهبری اصیل در بین مدیران می‌تواند نکات مثبتی را برای مدیریت کارآمد شرکت‌ها و مؤسسات مختلف ارائه دهد. علاوه بر این، یک استراتژی رهبری مؤثر می‌تواند مستقیماً به بهبود نقاط قوت خود

رهبران کمک کند. بر اساس چهار بُعد کلیدی رهبری اصیل، خودآگاهی، شفافیت رابطه‌ای، پردازش متعادل و دیدگاه اخلاقی درونی‌شده، رهبران اصیل از انواع استراتژی‌های خاص رهبری استفاده می‌کنند که می‌توان انتظار داشت تفاوت مثبتی در سازمان‌های مدرسه ایجاد کنند. (Jiewen et al., 2024). کولوفاس و هالینگر^۱ (۲۰۲۱)، یک مطالعه رفتاری رهبری اصیل از مدیران مدارس ابتدایی در تایلند انجام دادند. این مطالعه از روش مطالعه موردی برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدیران محلی که رهبری اصیل را اجرا می‌کردند، استفاده کرد و در نهایت استراتژی‌های مؤثر مورد استفاده مدیران در کار مدیریتی خود را خلاصه کرد. این مطالعه نشان داد که بر اساس اصول نظری شفافیت رابطه‌ای و پردازش متعادل در فرآیند ترویج تغییر مدرسه، مدیران از ایجاد اعتماد، رفتار برابر با دیگران و تمرکز بر ارتباطات به عنوان استراتژی‌های رهبری استفاده می‌کنند. در فرآیند تسهیل تغییر مدرسه، مدیران محتوا و هدف یک سیاست جدید مدرسه را برای طیف وسیعی از مردم توضیح می‌دهند، با معلمان و والدین مشورت می‌کنند و نظرات آن‌ها را جویا می‌شوند که منجر به افزایش مشارکت معلمان و شناخت مدیر می‌شود. به صورت خلاصه نتایج پژوهش‌ها در مورد موضوع پژوهش در جدول (۱) بیان شده است.

جدول ۱- خلاصه نتایج پژوهش رابطه استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه میان مدیران مدارس

پژوهشگر	سال انتشار	نتایج پژوهش
رستگار و همکاران	۱۴۰۲	خدمت‌رسانی، تواضع‌وفروتنی، قابلیت اعتماد و مهرورزی (مشابه شفافیت رابطه و اخلاق‌مداری) به صورت مستقیم بر روی متغیر اشتیاق کارآفرینانه در نمونه مورد بررسی تأثیر می‌گذارند.
جعفری	۱۴۰۲	دانش‌آموزان توانسته‌اند با استفاده از فناوری‌های نوین هوشمند مدارس، شایستگی‌هایی از جمله تفکر خلاق، استقلال‌طلبی، توفیق‌طلبی، مخاطره‌پذیری و مرکز کنترل درونی را در خود پرورش دهند، موفقیت بیشتری را در این مدارس احساس کنند و با انگیزش و عزت نفس بیشتر به خلق ایده‌های جدید بپردازند که منجر به پرورش تفکر کارآفرینانه می‌شود.
فتحی چگنی و همکاران	۱۴۰۲	رابطه بین سبک رهبری اصیل و فرهنگ مدرسه با اشتیاق شغلی معلمان مثبت و معنادار می‌باشد.
صیهدالدراجی	۱۴۰۲	دانش‌آموزان در مدارس هوشمند، عملکرد هیجانی بهتری داشتند و سطوح بالاتری از اشتیاق را نشان دادند.
جیون و همکاران	۲۰۲۴	رهبران اصیل از انواع استراتژی‌های خاص رهبری استفاده می‌کنند که می‌توان انتظار داشت تفاوت مثبتی در سازمان‌های مدرسه ایجاد کنند.
ادکوه و لیو ^۲	۲۰۲۴	گنجاندن فناوری هوشمند و نوآوری در آموزش کارآفرینی برای افزایش قصد کارآفرینی و انگیزه کارآفرینی برای انقلاب فناوری و توسعه اقتصادی ضروری است.
هو و همکاران ^۳	۲۰۲۲	حمایت از سیاست‌های کارآفرینی در سطح محیطی می‌تواند تأثیر اشتیاق کارآفرینی بر انباشت سرمایه روان‌شناختی را افزایش داده و از طریق سرمایه روان‌شناختی، تبدیل اشتیاق کارآفرینی به موفقیت کارآفرینی در مدارس را ارتقا دهد.

مواد و روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش‌شناسی، روشی که دنبال می‌کند توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه مدیران مرد و زن مدارس مقطع ابتدایی شهر شهرکرد در سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۴ تشکیل دادند که تعداد آن‌ها بنابر نظر گروه آمار، طرح و برنامه اداره کل آموزش و پرورش استان چهارمحال و بختیاری ۱۴۴ نفر بود. برای تعیین حجم نمونه آماری در این پژوهش، به دلیل تعداد نسبتاً کم مدیران و پراکندگی آنان در گستره جغرافیایی کوچک و دسترسی نسبتاً آسان به تک‌تک آنان، حجم نمونه آماری برابر با حجم جامعه آماری در نظر گرفته شده است. پس از تهیه فهرستی از تمامی مدارس، پرسشنامه‌ها بین تمامی مدیران آن‌ها توزیع گردید. در نهایت پس از کنار گذاشتن پرسشنامه‌های بلا استفاده، مابقی پرسشنامه‌ها جهت تجزیه و تحلیل آماری وارد پژوهش شد (۱۲۰ پرسشنامه). ملاک‌های ورود به پژوهش برای مدیران: داشتن حداقل ۲ سال سابقه مدیریتی، داشتن تحصیلات حداقل لیسانس، رضایت از شرکت در پژوهش بود. در این پژوهش جهت گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه شامل پرسشنامه رهبری اصیل اوولیو و گاردنر (۲۰۰۵)، پرسشنامه استاندارد اشتیاق کارآفرینانه برانک و همکاران (۲۰۱۶)

^۱ Kulophas & Hallinger

^۲ Udekwe & Iwu,

^۳ Hu et al.

و پرسشنامه محقق ساخته فناوری هوشمند استفاده شده است. در مطالعه‌ی حاضر آلفای کرونباخ برای مقیاس‌های اشتیاق ابداعی ۰/۸۸، اشتیاق تأسیسی ۰/۹۴ و اشتیاق توسعه‌ای ۰/۹۱ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی انجام شد، در سطح توصیفی فراوانی، شاخص‌های گرایش به مرکز و پراکندگی ویژگی‌های متغیرهای مورد مطالعه، انحراف استاندارد، حداقل و حداکثر نمره استفاده شد و در سطح آمار استنباطی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۴ استفاده گردید.

بحث و ارائه یافته‌ها

در ابتدا به بررسی ویژگی جمعیت‌شناسی پرسشنامه‌های تکمیلی در جدول شماره ۲ پرداخته شده است:

جدول ۲- ویژگی جمعیت‌شناسی

متغیر	فراوانی	درصد
سن	زیر ۳۱ سال	۱۶٪
	۳۱ تا ۴۰ سال	۳۳٪
	۴۱ تا ۵۰ سال	۴۶٪
	بالای ۵۰ سال	۳٪
جنسیت	مرد	۵۵٪
	زن	۴۵٪
مدرک تحصیلی	لیسانس	۶۵٪
	فوق لیسانس	۳۲٪
	دکتری	۳٪
سابقه مدیریت	از ۳ تا ۶ سال	۲۶٪
	۷ تا ۱۵ سال	۵۶٪
	۱۶ تا ۲۵ سال	۱۳٪
	بالتر از ۲۵ سال	۳٪

در ادامه به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های این مطالعه از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳- نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف در مورد پیش فرض نرمال بودن توزیع نمرات

متغیر	آماره	سطح معناداری
فناوری هوشمند	۰/۰۴۲	۰/۲۰
خودآگاهی	۰/۰۷۵	۰/۰۹
اخلاق‌مداری	۰/۰۷۸	۰/۰۷
پردازش متوازن	۰/۰۷۶	۰/۰۷
شفافیت رابطه‌ای	۰/۰۸۷	۰/۰۵
اشتیاق توسعه‌ای	۰/۰۶۶	۰/۲۰
اشتیاق تأسیسی	۰/۰۷۵	۰/۰۹
اشتیاق ابداعی	۰/۰۸۰	۰/۰۵

با توجه به نتایج جدول (۳) پیش فرض نرمال بودن توزیع نمرات تأیید شده است؛ لذا انجام آزمون همبستگی با مشکلی مواجه نیست $(p > ۰/۰۵)$.

فرضیه اصلی پژوهش: بین استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه وجود دارد.

جدول ۴- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

اشتیاق کارآفرینانه			متغیرها	
اشتیاق ابداعی	اشتیاق تأسیسی	اشتیاق توسعه‌ای		
۰/۲۸**	۰/۳۴**	۰/۲۵**	به‌کارگیری فناوری هوشمند	
۰/۱۸*	۰/۱۶*	۰/۱۵*	خودآگاهی	ادراک از رهبری اصیل
۰/۱۵*	۰/۱۹**	۰/۲۷**	اخلاق‌مداری	
۰/۲۶**	۰/۳۴**	۰/۳۷**	پردازش متوازن	
۰/۱۱	۰/۱۳	۰/۲۵**	شفافیت رابطه‌ای	

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از جدول (۴) می‌توان گفت، میزان ضریب همبستگی پیرسون بین استفاده از فناوری هوشمند با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای ۰/۲۵، اشتیاق تأسیسی ۰/۳۴ و اشتیاق ابداعی ۰/۲۸) معنادار بوده است؛ بنابراین بین استفاده از فناوری هوشمند با اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است. همچنین میزان ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد ادراک از رهبری اصیل با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه («مؤلفه خودآگاهی» و اشتیاق توسعه‌ای ۰/۱۵، اشتیاق تأسیسی ۰/۱۶ و اشتیاق ابداعی ۰/۱۸)، («مؤلفه اخلاق‌مداری» و اشتیاق توسعه‌ای ۰/۲۷، اشتیاق تأسیسی ۰/۱۹ و اشتیاق ابداعی ۰/۱۵)، («مؤلفه پردازش متوازن» و اشتیاق توسعه‌ای ۰/۳۷، اشتیاق تأسیسی ۰/۳۴ و اشتیاق ابداعی ۰/۲۶) و («مؤلفه شفافیت رابطه‌ای» و اشتیاق توسعه‌ای ۰/۲۵) معنادار بوده است، بنابراین بین ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است. لذا فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر «بین استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه وجود دارد» تأیید شده است.

فرضیه فرعی اول: بین استفاده از فناوری هوشمند با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه وجود دارد.

جدول ۵- ضریب همبستگی بین استفاده از فناوری هوشمند با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس دوره ابتدایی

سطح معناداری	همبستگی پیرسون	تعداد	متغیر وابسته	متغیر مستقل
۰/۰۰۳**	۰/۲۵	۱۲۰	اشتیاق توسعه‌ای	فناوری هوشمند
۰/۰۰۱**	۰/۳۴	۱۲۰	اشتیاق تأسیسی	
۰/۰۰۲**	۰/۲۸	۱۲۰	اشتیاق ابداعی	

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

با توجه به جدول (۵) می‌توان گفت که میزان ضریب همبستگی پیرسون بین استفاده از فناوری هوشمند با اشتیاق توسعه‌ای ۰/۲۵، اشتیاق تأسیسی ۰/۳۴ و اشتیاق ابداعی ۰/۲۸ با سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۱ معنادار بوده است ($p < ۰/۰۱$)؛ لذا فرضیه فرعی اول پژوهش تأیید می‌گردد؛ بنابراین بین استفاده از فناوری هوشمند با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است.

فرضیه فرعی دوم: بین مؤلفه خودآگاهی با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه وجود دارد.

جدول ۶- ضریب همبستگی بین مؤلفه خودآگاهی با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس دوره ابتدایی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	تعداد	همبستگی پیرسون	سطح معناداری
خودآگاهی	اشتیاق توسعه‌ای	۱۲۰	۰/۱۵	۰/۰۳*
	اشتیاق تأسیسی	۱۲۰	۰/۱۶	۰/۰۳*
	اشتیاق ابداعی	۱۲۰	۰/۱۸	۰/۰۳*

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

با توجه به جدول (۶) می‌توان گفت که میزان ضریب همبستگی پیرسون بین مؤلفه خودآگاهی با اشتیاق توسعه‌ای ۰/۱۵، اشتیاق تأسیسی ۰/۱۶ و اشتیاق ابداعی ۰/۱۸ با سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنادار بوده است ($p < 0/05$)؛ لذا فرضیه فرعی دوم پژوهش تأیید می‌گردد؛ بنابراین بین مؤلفه خودآگاهی با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است.

فرضیه فرعی سوم: بین مؤلفه اخلاق‌مداری با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه وجود دارد.

جدول ۷- ضریب همبستگی بین مؤلفه اخلاق‌مداری با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس دوره ابتدایی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	تعداد	همبستگی پیرسون	سطح معناداری
اخلاق‌مداری	اشتیاق توسعه‌ای	۱۲۰	۰/۲۷	۰/۰۰۲**
	اشتیاق تأسیسی	۱۲۰	۰/۱۹	۰/۰۰۴**
	اشتیاق ابداعی	۱۲۰	۰/۱۵	۰/۰۳*

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

با توجه به جدول (۷) می‌توان گفت که میزان ضریب همبستگی پیرسون بین مؤلفه اخلاق‌مداری با اشتیاق توسعه‌ای ۰/۲۷ و اشتیاق تأسیسی ۰/۱۹ با سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۱ و میزان ضریب همبستگی بین مؤلفه اخلاق‌مداری و اشتیاق ابداعی ۰/۱۵ با سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنادار بوده است ($p < 0/05$) و ($p < 0/01$)؛ لذا فرضیه فرعی سوم پژوهش تأیید می‌گردد؛ بنابراین بین مؤلفه اخلاق‌مداری با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است.

فرضیه فرعی چهارم: بین مؤلفه پردازش متوازن با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه وجود دارد.

جدول ۸- ضریب همبستگی بین مؤلفه پردازش متوازن با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس دوره ابتدایی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	تعداد	همبستگی پیرسون	سطح معناداری
پردازش متوازن	اشتیاق توسعه‌ای	۱۲۰	۰/۳۷	۰/۰۰۱**
	اشتیاق تأسیسی	۱۲۰	۰/۳۴	۰/۰۰۱**
	اشتیاق ابداعی	۱۲۰	۰/۲۶	۰/۰۰۱**

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

با توجه به جدول (۸) می‌توان گفت که میزان ضریب همبستگی پیرسون بین مؤلفه پردازش متوازن با اشتیاق توسعه‌ای ۰/۳۷، اشتیاق تأسیسی ۰/۳۴ و اشتیاق ابداعی ۰/۲۶ با سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۱ معنادار بوده است ($p < 0/01$)؛ لذا فرضیه فرعی چهارم پژوهش تأیید می‌گردد؛ بنابراین بین مؤلفه پردازش متوازن با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر شهرکرد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است.

فرضیه فرعی پنجم: بین مؤلفه شفافیت رابطه‌ای با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی، اشتیاق ابداعی) مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه وجود دارد.

جدول ۹- ضریب همبستگی بین مؤلفه شفافیت رابطه‌ای با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس دوره ابتدایی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	تعداد	همبستگی پیرسون	سطح معناداری
شفافیت رابطه‌ای	اشتیاق توسعه‌ای	۱۲۰	۰/۲۵	۰/۰۰۱**
	اشتیاق تأسیسی	۱۲۰	۰/۱۳	۰/۰۶
	اشتیاق ابداعی	۱۲۰	۰/۱۱	۰/۱۱

* معنی‌داری در سطح ۰/۰۵

** معنی‌داری در سطح ۰/۰۱

با توجه به جدول (۹) می‌توان گفت که میزان ضریب همبستگی پیرسون بین مؤلفه شفافیت رابطه‌ای با اشتیاق توسعه‌ای ۰/۲۵ در سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۱ معنادار بوده است؛ اما میزان ضریب همبستگی بین مؤلفه شفافیت رابطه‌ای با اشتیاق تأسیسی ۰/۱۳ و اشتیاق ابداعی ۰/۱۱ با سطح معناداری کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنادار نبوده است ($p > 0/05$)؛ لذا فرضیه فرعی پنجم پژوهش فقط در ارتباط بین شفافیت رابطه‌ای و اشتیاق توسعه‌ای تأیید می‌گردد؛ و در ارتباط بین مؤلفه شفافیت رابطه‌ای با ابعاد اشتیاق تأسیسی و اشتیاق ابداعی مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر شهرکرد رد شده است.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان گفت، میزان ضریب همبستگی بین استفاده از فناوری هوشمند با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی و اشتیاق ابداعی) معنادار بوده است؛ بنابراین بین استفاده از فناوری هوشمند با اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر شهرکرد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است. همچنین میزان ضریب همبستگی بین ابعاد ادراک از رهبری اصیل (خودآگاهی، اخلاق‌مداری-وجدان درونی، پردازش متوازن، شفافیت رابطه‌ای) با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه (اشتیاق توسعه‌ای، اشتیاق تأسیسی و اشتیاق ابداعی) معنادار بوده است، بنابراین بین ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهر شهرکرد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشته است. لذا فرضیه اصلی پژوهش مبنی بر «بین استفاده از فناوری هوشمند و ادراک از رهبری اصیل با اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس مقطع ابتدایی شهرکرد رابطه وجود دارد» تأیید شده است. این یافته در بعد استفاده از فناوری هوشمند با نتایج پژوهش‌های سلام‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)، جیون و همکاران (۲۰۲۴)، ادکوه و لیو (۲۰۲۴) و هو و همکاران (۲۰۲۲) که همگی به نوعی نشان دادند فناوری هوشمند و مؤلفه‌های آن باعث بهبود اشتیاق کارآفرینانه می‌شود همخوانی دارد؛ همچنین در بعد ادراک از رهبری اصیل با پژوهش‌های فتحی چگنی و همکاران (۱۴۰۲) و سیدنقوی و کاهه (۱۳۹۴) که نشان دادند که رابطه بین سبک رهبری اصیل با اشتیاق شغلی معلمان مثبت و معنادار می‌باشد؛ همچنین پژوهش والومبا و همکاران (۲۰۱۸) که تأکید می‌کنند یک فرایند روان‌شناختی رهبری اصیل را با رفتارهای پیروان پیوند می‌دهد و این می‌تواند اشتیاق کارآفرینانه کارکنان را توجیه کند؛ پژوهش پنجر و کرنه (۲۰۱۶) که در تحقیق خود نشان دادند رهبران اصیل با ایجاد ظرفیت‌های روانی مثبت و همچنین جو اخلاقی مثبت در محیط سازمان تأثیر مثبت و معناداری بر اشتیاق کارآفرینانه افراد سازمان دارند تا حدودی هم‌خوان بوده است؛ اما با نتایج پژوهش کریمی و مردانی (۱۳۹۹) که نشان دادند مسیر مستقیم رهبری اصیل به اشتیاق شغلی معنادار نبود تا حدودی ناهمسو بوده است.

جعفری (۱۴۰۲) در پژوهشی بیان کرد، دانش‌آموزان توانسته‌اند با استفاده از فناوری‌های نوین هوشمند مدارس، شایستگی‌هایی از جمله تفکر خلاق، استقلال طلبی، توفیق طلبی، مخاطره‌پذیری و مرکز کنترل درونی را در خود پرورش دهند، موفقیت بیشتری را در این مدارس احساس کنند و با انگیزش و عزت نفس بیشتر به خلق ایده‌های جدید بپردازند که منجر به پرورش تفکر کارآفرینانه می‌شود. صیهدالدراجی (۱۴۰۲) نشان داد دانش‌آموزان در مدارس هوشمند، عملکرد هیجانی بهتری داشتند و سطوح بالاتری از اشتیاق را نشان دادند. به نظر می‌رسد مدیران مدارس که از فناوری‌های هوشمند در انجام کار به‌طور مرتب استفاده می‌کنند با دانش‌آموزان، همکاران، پرسنل، خانواده، دوستان و اساتید خود ارتباط برقرار می‌سازند و این ارتباط بر هنجارهای اجتماعی و ذهنی مدیران تأثیر گذاشته و در نهایت باعث تبعیت این مدیران از این هنجارها می‌شود. پس خواه یا ناخواه فناوری هوشمند باعث تأثیر در هنجارهای اجتماعی افراد می‌شود. ممکن است هنجارهای اجتماعی در مورد کارآفرینی بر روی ذهن‌شان تأثیر بگذارد و در نهایت خودباوری کارآفرینانه را در خود تقویت نمایند. تأثیر فناوری هوشمند بر تمام این مؤلفه‌ها باعث شده است تا در افراد قصد کارآفرینانه و در نهایت اشتیاق کارآفرینانه ایجاد شود. فناوری هوشمند و شبکه‌های ارتباطی باعث شده است تا مدیران مدارس به فکر کسب‌وکاری مستقل باشند و به این باور برسند که در شرایط سخت کسب‌وکار کنونی و با محدودیت‌ها، کارآفرینی بهترین راه برای برون رفت از این شرایط است. به‌طور کلی می‌توان گفت استفاده از فناوری هوشمند الکترونیکی و نیز یادگیری الکترونیکی در حد بالا، تسلط شغلی مدیران مدارس نیز بالا خواهد بود، از سویی استفاده زیاد از شبکه‌های اجتماعی، بالا بودن کارآمدی مدیران را به دنبال دارد، از سوی دیگر استفاده زیاد از نرم‌افزارهای توانمندی الکترونیکی و نیز کار الکترونیکی، حمایت سازمانی بسیار بالا و رقابت‌پذیری بسیار بالا را به دنبال دارد، و در آخر ارتباطات الکترونیکی، ممکن است موجب افزایش مشارکت و التزام گردد، به نظر می‌رسد مجموعه این عوامل درهم‌تنیده منجر به اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس گردد.

از طرفی با توجه به نتایج پژوهش حاضر مدیران مدارس با سبک رهبری اصیل با فراهم آوردن محیطی سرشار از حس اعتماد متقابل، آزادی بیان و بهره‌گیری از مشارکت کارکنان می‌تواند نقشی مؤثر در افزایش اشتیاق کارآفرینانه خود داشته باشند. در تحلیل می‌توان گفت که رهبران اصیل با کارکنان خود روابط مثبت و باز ایجاد می‌کنند و با قبول کاستی‌های خود از دیگران می‌خواهند برای اتخاذ بهترین تصمیمات نظراتشان را بیان کنند، چنین رویکردی از آن‌ها منجر به ایجاد حس اعتماد و آزادی بیان در ارائه ایده‌های افراد می‌شود، این تعاملات اجتماعی مثبت با پیروان این حس را در مدیران برمی‌انگیزاند که نسبت به کار خود اشتیاق کارآفرینانه داشته باشند.

در تبیینی دیگر می‌توان بیان کرد، رهبری اصیل رابطه بین شخصیت پویا و اشتیاق کارآفرینانه را تعدیل می‌کند، از طرفی مدیران مدارس با ادراک از رهبری اصیل دارای شخصیتی پویا هستند و طبق نظر هاینی و همکاران^۱ (۲۰۱۷) افراد با شخصیت پویا تا زمانی که تغییرات معنادار و با ارزشی را در محیط کار خود به وجود آورند، به تلاش ادامه می‌دهند و در این راه ثابت قدم هستند. این افراد نگرشی مثبت نسبت به افزایش بهره‌وری در شغل خود دارند، بنابراین سعی می‌کنند تقاضاها و منابع شغلی‌شان را با توانایی‌ها و نیازهای خود متناسب سازند به همین دلیل بیشتر درگیر کار خود می‌شوند و اشتیاق کارآفرینانه بیشتری نیز خواهند داشت. همچنین مدیرانی که ادراک از رهبری اصیل دارند انتظارات و توقع‌هایی از سازمان خود دارند، آن‌ها انتظار دارند که در قبال توانایی‌ها و مهارت‌هایی که دارند و در قبال تعهدی که نسبت به سازمان و انجام وظایف خویش دارند و تلاشی که برای رسیدن سازمان به اهدافش انجام می‌دهند، سازمان نیز توجه لازم را به آن‌ها داشته باشد و زمینه لازم را برای شکوفایی آن‌ها مهیا سازد. بر این اساس مدیران مدارس با ادراک از رهبری اصیل تمام توان خود را در قبال سازمان مدرسه به کار خواهند گرفت و با میل و اشتیاق کارآفرینانه وظایف خود را انجام خواهند داد.

در تبیین فرضیه‌های فرعی پژوهش باید گفت که به‌کارگیری فناوری هوشمند توسط مدیران مدارس، محیطی دیداری و شنیداری که اطلاعات اضافه و تکمیل‌کننده را فراهم می‌نمایند و افراد می‌توانند با این محیط تعامل برقرار کنند را در اختیار خود و دیگران قرار می‌دهد. امروزه فناوری هوشمند بسیار پیشرفته و پیچیده است و کاملاً با پردازش در قدیم متفاوت است. مهم‌ترین مزیت به‌کارگیری فناوری هوشمند توانایی منحصربه‌فرد آن در ایجاد محیط‌های آموزشی ترکیبی با استفاده از ترکیب اشیاء دیجیتال و فیزیکی است و مخاطب را هرچه طبیعی‌تر و راحت‌تر درون خود غرق می‌کند؛ به همین دلیل استفاده از این تکنولوژی در محیط

^۱ Heiney et al.

آموزشی هم در سطوح پایین برای دانش‌آموزان و هم سطوح بالاتر برای خود مدیران می‌تواند بسیار مفید واقع شود و به دنبال آن افزایش سطح اشتیاق کارآفرینانه رخ می‌دهد. همچنین احساس مثبت می‌تواند موجب گسترش دامنه توجه کارکنان و دامنه شناخت شود و در نهایت به‌طور بالقوه سبب ارتقا و بهبود فعالیت‌های فرد شود. در واقع اشتیاق کارآفرینانه می‌تواند نتیجه ارتباطات دوطرفه میان افراد باشد، به‌نحوی که مدیران مدارس فلسفه رهبری اصیل از جمله اخلاق‌مداری و وجدان درونی را به‌کارگیرند، که نقش اصلی مدیر حمایت و خدمت به کسانی است که آن‌ها را رهبری می‌کند، آن‌ها و محیط آنان مستعد اشتیاق کارآفرینانه می‌شود و احساسات مثبتی که مدیران مدارس با ویژگی پردازش متوازن ایجاد و تجربه می‌نمایند می‌تواند منجر به برانگیختن اشتیاق کارآفرینانه، شامل اشتیاق برای انجام فعالیت‌های مربوط به شناسایی، خلق و کشف فرصت‌های جدید کسب‌وکار، اشتیاق برای فعالیت‌های مربوط به تجاری‌سازی و بهره‌برداری از فرصت‌های درون مدرسه و اشتیاق انجام فعالیت‌های مربوط به رشد محیط آموزشی و تربیتی گردد. در تبیین رابطه فرضیه شفافیت با ابعاد اشتیاق کارآفرینانه، این ویژگی‌ها منجر به یک تعامل دوطرفه حس توانمندی در انجام کار، در دسترس قرار دادن منابع و داشتن اختیار، ایجاد فرهنگ مدیریت مشارکتی و تیمی و در نهایت بازخوردهای مثبت و سازنده‌ای بین مدیران مدارس و سایر پرسنل و دانش‌آموزان می‌گردد که می‌توانند موجبات انگیزه جهت توسعه و رشد کارایی مدیران را فراهم نماید. از آنجا که اشتیاق توسعه‌ای نیازمند انگیزه‌ای آگاهانه برای رشد و بسط کسب‌وکار است. لذا این انگیزه ایجاد شده در شفافیت رابطه‌ای منجر به اشتیاق کارآفرینانه جهت توسعه در مدیران مدارس می‌گردد.

در مجموع یافته‌های پژوهش حاضر بیانگر این بود، اشتیاق کارآفرینانه مدیران مدارس ابتدایی پدیده‌ای است که در مجموعه‌ای از عوامل متعامل و درهم‌تنیده قابل تبیین است و هرگونه تبیین تک‌علیتی از آن، گویای درستی از ماهیت آن نخواهد بود. برای محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به این نکته اشاره کرد که ممکن است مدیران به علت مطلوبیت اجتماعی و محافظه‌کاری میزان بیشتری از اشتیاق کارآفرینانه را گزارش کرده باشند که پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات بعدی از گزارش‌های همکاران یا مدیران ارشد نیز استفاده گردد. پیشنهاد می‌شود محیط‌کاری دوستانه ایجاد شود، به‌گونه‌ای که مدیران بتوانند در گروه‌های کاری مختلف با یکدیگر همکاری و هماهنگی نزدیک و صمیمانه‌ای داشته باشند، افزایش یابد و به‌منظور افزایش میزان مؤلفه‌های رهبری اصیل بین مدیران مدارس مقطع ابتدایی، استقرار نظام پاداش‌دهی مناسب برای نظریات و پیشنهادهای خلاق؛ شناسایی ویژگی‌های فردی و شخصیتی افراد برای واگذاری مسئولیت به آن‌ها؛ تدوین آیین‌نامه‌هایی برای حمایت از نظریات مدیران اصیل و تشویق آنان به ارائه نظرات فراهم آید.

منابع

- آبرین، فرزاد. (۱۴۰۲). تأثیر پذیرش فناوری‌های نوین بر سبک رهبری مدیران مدارس شهرستان لردگان در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت آموزشی، مؤسسه آموزش عالی شفق تنکابن.
- جعفری، محدثه. (۱۴۰۲). رویکرد مقایسه‌ای مدارس هوشمند و غیرهوشمند در ارتقاء تفکر کارآفرینانه دانش‌آموزان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- رستگار، احمد؛ صیف، محمدحسن؛ و علی‌زاده، سیما. (۱۴۰۲). ارائه مدل علی روابط رهبری خدمت‌گزار و اشتیاق کارآفرینانه باتوجه به نقش واسطه‌ای جوسازمانی در میان دبیران فنی و حرفه‌ای ناحیه یک شیراز. نظریه و عمل در تربیت معلمان، ۹(۱۶)، ۲۱۳-۲۴۰.
- <https://doi.org/10.48310/itt.2023.3115>
- سلام‌زاده، آیدین؛ هادی‌زاده، مرتضی؛ و مرتضوی، سمیرا سادات. (۱۴۰۰). تحقق آموزش کارآفرینانه آنلاین مبتنی بر فناوریهای نوین دیجیتال در ایران با رویکرد سناریونویسی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۴(۳)، ۴۸۱-۵۰۰.
- <https://doi.org/10.22059/jed.2021.319839.653617>
- سیدنقوی، میرعلی؛ و کاهه، مریم. (۱۳۹۳). نقش رهبری اصیل در بهبود سطح خلاقیت و اشتیاق به کار کارکنان. مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۳(۷۶)، ۲۸-۱.
- <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.22518037.1393.23.76.1.2>
- صیهدالدراجی، عدی عبدالحسین. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر مدارس هوشمند بر عملکرد و هیجانات تحصیلی دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی بغداد در درس هنر، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شیراز، پردیس بین‌الملل.
- فتحی چگنی، فریبا؛ عباسی، محمد؛ و قدم‌پور، عزت‌الله. (۱۴۰۲). رابطه علی سبک رهبری اصیل، فرهنگ مدرسه و شخصیت پویا با اشتیاق شغلی معلمان: نقش میانجی قرارداد روان‌شناختی. رهبری آموزشی کاربردی، ۴(۴)، ۵۱-۶۸.
- <https://doi.org/10.22098/ael.2023.12411.1234>

کریمی، فرهاد؛ و مردانی، محمد. (۱۳۹۹). رابطه رهبری اصیل با اشتیاق شغلی کارکنان آموزش و پرورش با میانجیگری سرمایه روانشناختی، فصلنامه خانواده و پژوهش، ۱۷(۲)، ۷-۳۱. <https://qjfr.ir/article-1-1498-fa.html>

مختاری، زهرا؛ قرونه، داود؛ و آهنگیان، محمدرضا. (۱۴۰۲). راهکارهای بهبود رفتار کارآفرینانه مدیران مدارس متوسطه اول شهر بیرجند، مدیریت بر آموزش سازمان‌ها، ۱۲(۳)، ۲۶۳-۲۹۰. <https://journalieaa.ir/article-1-613-fa.html>

References:

- Amorim Neto, R. D. C., Picanço Rodrigues, V., & Panzer, S. (2017). Exploring the relationship between entrepreneurial behavior and teachers' job satisfaction. *Teaching and Teacher Education*, 63, 254-262. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.01.001>
- Antonaci, A., Bellotti, F., Berta, R., Dagnino, F. M., De Gloria, A., Lavagnino, E., & Ott, M. (2014). Educazione all'imprenditorialità: spunti di riflessione. *IJET*, 22(2), 68-73. doi: 10.17471/2499-4324/142
- Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 315-338. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.03.001>
- Baltacı, A. (2017). Relations between prejudice, cultural intelligence and level of entrepreneurship: A study of school principals. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 9(3), 645-666. Retrieved from <https://iejee.com/index.php/IEJEE/article/view/181>
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *The Journal of applied psychology*, 89(4), 587-598. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.4.587>
- Brauckmann-Sajkiewicz, S., & Pashardis, P. (2022). Entrepreneurial leadership in schools: linking creativity with accountability. *International Journal of Leadership in Education*, 25(5), 787-801. <https://doi.org/10.1080/13603124.2020.1804624>
- Cardon, M. S. & G. (2017). Passion for what? Expanding the domains of entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing Insights*, 8(C), 24-32. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/eee/jobuve/v8y2017icp24-32.html>
- Chen, J. K., & Sriphon, T. (2021). Authentic Leadership, Trust, and Social Exchange Relationships under the Influence of Leader Behavior. *Sustainability*, 14(10), 5883. <https://doi.org/10.3390/su14105883>
- Corriveau, A. (2020). Developing authentic leadership as a starting point to responsible management: A Canadian university case study. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100364. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100364>
- Duarte, A. P., Ribeiro, N., Semedo, A. S., & Gomes, D. R. (2021). Authentic Leadership and Improved Individual Performance: Affective Commitment and Individual Creativity's Sequential Mediation. *Frontiers in psychology*, 12, 675749. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.675749>
- Feng, B., & Chen, M. (2020). The Impact of Entrepreneurial Passion on Psychology and Behavior of Entrepreneurs. *Frontiers in Psychology*, 11, 548653. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01733>
- Gardner, W. L., Karam, E. P., Alvesson, M., & Einola, K. (2021). Authentic leadership theory: The case for and against. *The Leadership Quarterly*, 32(6), 101495. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2021.101495>
- Grichnik, D. & S. (2010). The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 15-29. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/eee/jeborg/v76y2010i1p15-29.html>
- Hämäläinen, M., Oikkonen, E., & Pihkala, T. (2018). Principals promoting entrepreneurship education: The relationships between development activities and school practises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/324601514_Principals_promoting_entrepreneurship_education_The_relationships_between_development_activities_and_school_practises
- Harvey, V. (2022). The student voice in employability within tertiary business and management education (p. 80). SAGE.
- Haynie, J. J., Flynn, C. B., & Mauldin, S. (2017). Proactive personality, core self-evaluations, and engagement: the role of negative emotions. *Management Decision*, 55(2), 450-463. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2016-0464>
- Hoang, G., & Luu, T. T. (2025). The Curvilinear Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions: The Roles of Entrepreneurial Passion and Resilience. *Journal of Management Education*. <https://doi.org/10.1177/10525629241263801>
- Hu, W., Xu, Y., Zhao, F., & Chen, Y. (2022). Entrepreneurial Passion and Entrepreneurial Success—The Role of Psychological Capital and Entrepreneurial Policy Support. *Frontiers in Psychology*, 13, 792066. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.792066>
- Jiwen, X., Binti Ahmad, J., & Xiaoyang, L. (2024). A Comprehensive Review of Authentic Leadership Previous Study: Challenge, Strategies and Practices. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(9), 1476-1483. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i9/22802>

- Kulophas, D., & Hallinger, P. (2021). Leading when the mouth and heart are in unison: a case study of authentic school leadership in Thailand. *International Journal of Leadership in Education*, 24(2), 145–156. <https://doi.org/10.1080/13603124.2019.1591519>
- Ladkin, D., & Taylor, S. S. (2010). Enacting the ‘true self’: Towards a theory of embodied authentic leadership. *The Leadership Quarterly*, 21(1), 64-74. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2009.10.005>
- Lee, S., & Lee, K. (2024). Smart teachers in smart schools in a smart city: teachers as adaptive agents of educational technology reforms. *Learning, Media and Technology*, 49(3), 456–477. <https://doi.org/10.1080/17439884.2023.2207143>
- Milla, A. C., Kurt, O., & Mataruna-Dos-Santos, L. J. (2019). User Perceptions of Technology Integration in Schools: Evidence from Turkey’s Fatih Project. *International Journal of Education and Practice*, 7(4), 430–437. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/pkp/ijoeap/v7y2019i4p430-437id613.html>
- Murnieks, C., & Cardon, M. (2023, September 20). *Entrepreneurial Passion*. Oxford Research Encyclopedia of Business and Management. Retrieved 12 Dec. 2025, from <https://oxfordre.com/business/view/10.1093/acrefore/9780190224851.001.0001/acrefore-9780190224851-e-426>
- Norman, S. M., Avey, J. B., Nimnicht, J. L., & Pigeon, N. G. (2010). The Interactive Effects of Psychological Capital and Organizational Identity on Employee Organizational Citizenship and Deviance Behaviors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*. <https://doi.org/10.1177/1548051809353764>
- Onileowo, T. T., Muharam, F. M., & Ramily, M. K. (2022). Financial Structure and Business Development in Southwest Nigeria. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 49(10), 198-203. Retrieved from <https://doi.org/10.55463/issn.1674-2974.49.10.21>
- Shie, H., & Chang, H. (2022). Perceived Principal’s Authentic Leadership Impact on the Organizational Citizenship Behavior and Well-Being of Teachers. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/21582440221095003>
- Shimum Wahab, M. H., Hosen, M., Islam, M. A., Matin Chowdhury, M. A., Jantan, A. H., & Wahab, S. A. (2024). Graduate employability: A bibliometric analysis. *Global Business and Organizational Excellence*, 44(2), 38-57. <https://doi.org/10.1002/joe.22267>
- Udekwe, E., & Iwu, C. G. (2024). The Nexus Between Digital Technology, Innovation, Entrepreneurship Education, and Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Motivation: A Systematic Literature Review. *Education Sciences*, 14(11), 1211. <https://doi.org/10.3390/educsci14111211>
- Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., & Peterson, S. J. (2008). Authentic Leadership: Development and Validation of a Theory-Based Measure†. *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/0149206307308913>
- Xu, Z., Yang, F., & Peng, J. (2023). How does authentic leadership influence employee voice? From the perspective of the theory of planned behavior. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 42(3), 1851–1869. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01464-6>