

فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی

سال سیزدهم، شماره اول، پاییز ۱۴۰۰ (پیاپی ۴۹)

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان حوزه مالی وزارت آموزش و پرورش)
صابر صالح نژاد بهرستاقی^۱، سیده عصمت رسولی^۲ و علی حیدری پرچکوهی^۳

چکیده

هدف این تحقیق بررسی نقش میانجی یادگیری سازمانی در تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی در آموزش و پرورش بود. روش پژوهش بر حسب هدف کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده ها توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل ۳۶۰ نفر از کارکنان حوزه مالی وزارت آموزش و پرورش بود که از این میان با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه-گیری تصادفی ساده ۱۸۶ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. تحلیل پرسشنامه‌های جمع-آوری شده از جامعه‌ی تحقیق و آزمودن فرضیه‌ها با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و به کمک نرم‌افزار Smart PLS^۲ در دو بخش مدل اندازه‌گیری و بخش ساختاری انجام پذیرفت. پایایی، روایی همگرا و روایی واگرایی پرسشنامه در بخش مدل اندازه‌گیری بررسی گشت و در بخش دوم، ضرایب معناداری نرم‌افزار برای بررسی فرضیه‌های پژوهش مورد استفاده قرار گرفتند. نتایج پژوهش تأثیر معنادار رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیک؛ رهبری معنوی بر یادگیری سازمانی؛ یادگیری سازمانی بر کارآفرینی الکترونیک و همچنین نقش میانجی یادگیری سازمانی در تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیک تأیید کرد.

واژه‌های کلیدی: رهبری معنوی، کارآفرینی الکترونیک، یادگیری سازمانی، آموزش و پرورش

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی فلسفه تعلیم و تربیت، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، مازندران، ایران

^۲ دکتری برنامه ریزی درسی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، مازندران، ایران

^۳ کارشناسی ارشد برنامه ریزی درسی، دانشکده علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اسلامشهر، تهران، ایران

مقدمه

امروزه سازمان های خدماتی نقش تعیین کننده ای در پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا می کنند و در این میان نقش و اهمیت جایگاه آموزش و پرورش به عنوان سازمان مولد و حمایت کننده از سازمان های دیگر بر کسی پوشیده نیست. از سوی دیگر سازمان های آموزشی به سرعت در حال تغییر و تحول و رقابتی شدن است و لازمه پیشرفت، ادامه حیات و باقی ماندن در صحنه، درک درست نیازهای مشتریان و جلب رضایت آنان می باشد (شاهین و ابوالحسنی، ۱۳۸۹). رضایت مشتری جلوه - دهنده فعالیت های درونی سازمان است و در صورتی که فرآیندهای درونی به درستی پیش نروند، محصول/خدمت به درستی ارائه نخواهد شد و در نتیجه مشتری شامل، دانش آموزان، والدین و جامعه نیز ناراضی می شود. از این رو توجه به عوامل درونی اهمیت ویژه ای دارد (Burgers, & Covin, ۲۰۱۶). در پژوهش حاضر نیز سه مورد از مهمترین عوامل درونی که سازمان ها با آن ها درگیرند، یعنی رهبری معنوی، کارآفرینی الکترونیکی و یادگیری سازمانی مورد تمرکز قرار گرفته است (رضوانی و عرفانی، ۱۳۹۷).

در جوامع امروزی، همه به دنبال یافتن دوباره معنویت به منزله یک بعد گمشده یا دست کم پنهان در یک جهان عمدتاً مادی هستند. در این شرایط بسیاری از نوشته ها از معنویت سخن می گویند، تا آن جا که این موضوع حتی در مبحث مدیریت و سازمان نیز مطرح شده است (Paal, Neenan, ۲۰۱۸). معنویت از مهمترین طرحهایی است که در اواخر سده بیستم و اوایل سده بیست و یکم برای پیوند ارزش های نوین و سنتی و معنادار کردن روابط سالم سازمانی مطرح گردیده است (Howard, ۲۰۰۳). رهبری معنوی بر بسیاری از عوامل سازمانی موثر است از جمله بر گسترش فعالیت های کارآفرینانه و بهبود وضعیت کارآفرینی در سازمان (Fernando, ۲۰۰۷). نیاز به نوآوری در خدمات و محصولات و از طرفی داشتن کارکنانی کارآفرین باعث شده است بسیاری از سازمان ها به تجدید نظر در وضعیت رهبری در خود بپردازند. این سازمان ها، کارآفرینی و نوآوری را بعنوان فرهنگ سازمانی تلقی می کنند، تا سازمان مربوطه بطور اثربخش تری به حیات خود ادامه دهد (Sodiqov, ۲۰۲۰). در واقع امروزه، نقش کارآفرین بعنوان موتور توسعه اقتصادی، قهرمان توسعه صنعتی، محرک و مشوق سرمایه گذاری، گزینه اصلی انتقال - فناوری، گزینه رفع خلل و تنگناهای بازار و گزینه اصلی ایجاد اشتغال است (فدائی کیوانی و نساج حسینی، ۱۳۸۷، ص ۵). البته امروزه، تحولات سریع فناورانه منجر به تغییرات روزافزونی شده است، بر همین اساس، تغییرات زیادی نیز در زمینه مقوله کارآفرینی پدیدار شده است که همه سازمانها را تحت

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی ... ۱۸۷ □

تأثیر قرار داده است. امروزه، کارآفرینی به کارآفرینی الکترونیکی^۱ تبدیل شده است و در واقع، جایگزین روش‌های سنتی شده است (Ming Hsiun, ۲۰۰۹). در این میان یادگیری سازمانی می‌تواند نقش موثری ایفا کند. به طوری که ارزش ایجاد شده از طریق اتخاذ شیوهی رهبری معنوی مناسب، با استفاده از یادگیری در تمامی سیستم‌ها و مکانیزم‌های سازمان جاری شده و باعث بهبود وضعیت کارآفرینی در سازمان شود. امروزه بر کسی پوشیده نیست که یادگیری انفرادی در کنار یادگیری تیمی برای تأمین منافع همگان و کل سازمان مفید می‌باشد و برخلاف نگاه سنتی و محافظه کار ارتباطی با فاش شدن اطلاعات سری سازمان ندارد (Pantouvakis, & Bouranta, ۲۰۱۷). سازمان-های کارآفرین با کمک توانمند سازها و فرهنگ حامی یادگیری فردی و تیمی، به عنوان یک کل یاد می‌گیرند (Argyris & Schon, ۱۹۸۷). با توجه به نیاز مطالعاتی در خصوص رابطه‌ی میان سه متغیر اصلی درون‌سازمانی، در مقاله حاضر، هدف، بررسی نقش میانجی یادگیری سازمانی بر رابطه میان رهبری معنوی و کارآفرینی الکترونیکی است.

مروری بر مبانی نظری پژوهش

رهبری معنوی

رهبری معنوی مفهوم جدیدی است که به تازگی وارد ادبیات سازمان و مدیریت شده است. برای تعریف بهتر این مفهوم، ابتدا باید معنویت را تعریف نمود. در زیر به برخی تعاریف اندیشمندان درباره معنویت اشاره شده است:

عبارت معنویت به توانایی‌های مذهب گفته می‌شود. طبق گفته ی گریفین (۱۹۹۸) معنویت یک مشخصه اساسی از انسان است که در خود به معنای مذهب اشاره می‌کند. لذا از این نقطه نظر معنویت یک ویژگی اختیاری نیست که ما بتوانیم بین داشتن یا نداشتن یکی را انتخاب کنیم. هر کسی معنویتی دارد و این می‌تواند معنویت مادی گرایانه یا معنویت نفی‌گرایانه باشد (Ghasemi, ۲۰۰۸).

در جایی دیگر محققان معنویت را به عنوان یک موضوع اخلاقی تعریف کردند و بیان نمودند که در معنویت، صحت، درستی، صداقت، خوبی، شناخت، کامل بودن، همخوانی و تجانس و ارتباط و کار تیمی مطرح و گنجانده شده است (Dent & Higgins, ۲۰۰۸).

درباره حساسیت تعریف معنویت، آندر هیل (۱۹۹۵) در کتاب زندگی معنوی می‌گوید: درحالی‌که از یک سوناگزیبریم از ابهام و انتزاع جلوگیری کنیم، از سوی دیگر باید مانع تعاریف سخت و شتابزده

شویم، چرا که هیچ واژه ای در زبان انسانی ما در مورد واقعیت های معنوی مناسب و صحیح نیستند (ضیایی، ۱۳۸۷، ص ۷۰).

اما تعریف دیگری که تقریباً جامع تر از بقیه تعاریف می باشد، معنویت را این گونه تعریف کرده است: تلاشی در جهت پرورش حساسیت نسبت به خویشتن، دیگران، محیط طبیعی و متافیزیک (ماوراء الطبیعه) که این تلاش و کوشش همواره در پی وحدت بخشیدن و یگانگی به این حساسیت هاست و جهت دادن به سوی سعادت در جهت انسان شدن کامل می باشد (شیروانی و همکاران، ۱۳۹۷).

در پژوهشهایی که میتروف^۱ و دنتون^۲ (۱۹۹۹) انجام داده اند، در تعریف های مختلف معنویت، نکته های کلیدی اینگونه آمده است: رسمی، منسجم و سازمان یافته نیست؛ کاملاً جامع و فراگیر و پذیرای هرکسی؛ منبع نهایی معنا و هدف در زندگی با تقدس هرچیزی؛ منبعی لایزال از ایمان و نیروی اراده؛ هدف نهایی؛ فراترازفرقه ها؛ جهانی و بدون بعد زمانی؛ ایهت در حضور وجودی تعالی؛ احساس عمیق ارتباط متقابل با هرچیزی؛ با آسایش و آرامش درونی.

معنویت و رهبری

معنویت در شاخه های بسیاری از علم و دانش نفوذ کرده و در زمینه های گوناگونی تجلی یافته است. براک (۱۹۹۹) سه رکن اصلی برای محیط کار معنوی شامل: درونی، بیرونی و تلفیقی مشخص می سازد که آنها را به چهار نتیجه متفاوت، اما بسیار مرتبط تقسیم می کند که جنبه های مختلف ظهور معنویت در سازمان را نشان می دهد:

۱. رهبری و سازمان: علاقه به کارکنان، احترام به دیگران، سازگاری اعمال و هشیاری آشکار؛
۲. کارکنان: مهارت استادانه و پیشرفت دانش، تطبیق پذیری و عملکردهای مستمر؛
۳. کیفیت بیرونی: سازگاری، آگاهی محیطی و احساس مسئولیت نسبت به جامعه؛
۴. اعتماد متقابل و مسئولیت های مشترک برای منافع مشترک.

موارد یک و سه نشانه های بیرونی یک محیط کار معنوی از دیدگاه یک کارمند هستند. گزینه دو، بعضی از محرک های درونی را برای یک کارمند معنوی تبیین می کند و گزینه چهار به عامل تلفیقی یعنی روابط متقابل بین گروه های درگیر در کار، اشاره دارد (شیخی نژاد، ۱۳۸۸، ص ۳).

سطوح معنویت در سازمان

قبل از تشریح و بیان سطوح معنویت در سازمان، لازم است بین معنویت در کار و معنویت در محیط کار فرق گذاشته شود. معمولاً این دو اصطلاح به جای یکدیگر به کار می روند، اما با هم

۱-Mitroff

۲-Denton

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی... ۱۸۹ □

متفاوتند. معنویت در کار به جنبه های سازمانی آن اشاره دارد. معمولاً معنویت در کار در سطح فردی، و معنویت در محیط کار در سطح سازمانی نمایان می شود. در برخی از نوشته ها واژه «روح در کار»^۱ را برای معنویت در کار، یعنی سطح فردی می آورند و واژه «روح در محیط کار»^۲ برای معنویت در محیط کار، یعنی سطح سازمانی به کار می گیرند (ناصری فر، ۱۳۸۸، ص ۱۹).

گی بنز (۲۰۰۲) در تجزیه و تحلیل سطوح معنویت در سازمان، به دو سطح اصلی تحت عنوان «معنویت فردی در محیط کار» و «معنویت سازمانی در محیط کار» اشاره دارد. در نظر وی معنویت فردی در محیط کار، یک راه و مسیری فردی است به سوی یکپارچه ساختن کار با زندگی معنوی، و معنویت سازمانی در محیط کار، یک راه و مسیری سازمانی به سوی معنویت است که می تواند شامل تلاشهای سازمانی برای ایجاد معنویت فردی در محیط کار باشد، اما جهت گیری سازمانی آن به سوی اهداف و توانایی های سازمانی است که باید محقق شود (تمدنی و همکاران، ۱۳۹۷).

جدول ۱ چارچوب سازماندهی پیشنهادی را برای معنویت در محیط کار در دو سطح سازمانی و فردی با ابعاد درونی و بیرونی ارائه می دهد.

جدول ۱) چارچوب سازماندهی پیشنهادی برای معنویت در کار (منبع: رستگار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۳)

ابعاد سطوح	بیرونی	درونی
فردی	رفتارهای قابل مشاهده نمادها و گفتمان معنوی معنویت و بهبود مسیر شغلی پژوهشهای تجربی، مانند (خوب بودن، اثربخشی در کار، انگیزش)	مراقبه و نیایش خصوصی ایجاد نگرشهای معنوی نسبت به کار و همکاران باورهای عمیق درباره ماهیت و ذات خدا، هستی، انسانیت، نظم / بی نظمی، لطف و غیره
سازمانی	ویژگیهای ساختاری (مثل: سلسله مراتب اختیار، سیستمهای پاداش، مقیاسها)	اصول سازماندهی (مثل اصول سازماندهی ارائه شده توسط میتروف و دنتون)

۱-Spirit at work

۲-Spirit in the work place

اهداف معنوی (سهامداران چندجانبه، پیامدهای غیرمادی)	برنامه هایی درباره ارزشها
راه های معنوی (مشارکتی، در اوقات فراغت)	اوضاع و احوال نگرشها
مرزها (بیان خط مشی های معنویت در محیط کار)	تاریخچه و رسالت و ماموریت سازمانی
ایجاد معنویت فردی (از نظر زمان و مکان)	فرهنگ، داستانها، اسطوره ها

این جدول، جنبه های فردی و سازمانی معنویت را بر اساس ابعاد درونی و بیرونی سازمان ارائه می دهد، پدیده های بیرونی سازمان با روشهای مطالعات تجربی قابل مشاهده و سنجش است. اما پدیده های درونی و سازمانی نیازمند روشها و رهیافت های پدیدار شناسانه، قیاسی یا روایتی است. اما در تجزیه و تحلیل سطوح معنویت در سازمان، سطوح ارائه شده توسط میلیام و همکارانش (۲۰۰۳) حائز اهمیت بیشتری است، زیرا با سه سطح رفتار سازمانی یعنی سطح فردی، گروهی و سازمانی پیوند برقرار می کند. هر چند معنویت در سازمان مفهوم فلسفی و فردی عمیقی به همراه دارد، با این وجود، تقریباً در تمام تعاریف ارائه شده توسط مراکز علمی و دانشگاهی، معنویت در برگیرنده مفهومی از تمامیت، کمال، پیوستگی در محیط کار و ارزشهای عمیق در کار است (Fry, Latham, Clinebell & Krahnke, ۲۰۱۷). بنابراین، معنویت در سازمان در سطح فردی، تلاش برای یافتن معنا و هدف در زندگی کاری، در سطح گروهی، ارتباط قوی بین همکاران و افرادی که به نحوی در کار مشارکت دارند و در سطح سازمانی، هماهنگی بین اعتقادات و باورهای اصلی و ارزشهای سازمان است (رستگار، ۱۳۸۶، ص ۱۱۵ و ۱۱۴).

رهبری معنوی

فایر هولم یکی از اولین دانشمندانی بود که واژه های معنویت و رهبری را در کنار هم به کار برد و در این راستا مدل ویژه ای نیز طراحی کرد تا معنویت را در زمینه رهبری محیط کار شرح دهد (خائف الهی، ۱۳۸۹، ص ۳۰). نویسندگان دیگری نظیر بایرمن و همکاران (۱۹۹۹) از دیدگاه سازه ای به رهبری معنوی به عنوان اخلاق و ارزش ها در سازمان، مدیریت احساس و سایر نظریه هایی همچون رهبری کاریزماتیک، مشارکتی، تحولی و خادم نگاه کرده اند. اما تشیص این سازه ها از یکدیگر مشکل است و به تشخیص ویژه ای نیاز دارد (فرای، ۲۰۰۳، ص ۷۰۴).

از دیدگاه جیمز گرگوربرنز در کتاب «رهبری»^۲، رهبری معنوی از قدرت فراتر می رود و بدانجا می رسد که رابطه بین رهبر و پیروان بر پایه آرزوها، هوس ها و نیازهای متقابل طرفین گذارده می شود. رهبران معنوی مجبورند تا به عهد خود و آنچه را که قول داده اند وفا کنند. اگر رهبری از ویژگی

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی ... ۱۹۱ □

های برجسته خود چون فرهمندی استفاده کند و افراد را مطیع خود سازد نمی تواند شاخصی برای ارزیابی در مورد رهبری موفق یا موثر ارائه دهد (ضیائی، ۱۳۸۷، ص ۷۰).

در واقع نهضت رهبری معنوی شامل مدل های خدمتگذار رهبری، مشارکت دادن کارکنان و توانمند سازی آنان می باشد و براساس فلسفه رهبری خدمتگذار بنا نهاده شده است. نوعی رهبری که بر ارائه خدمت به دیگران، دیدگاه کلی نسبت به کار، توسعه فردی و تصمیم گیری مشترک تاکید دارد (کراک، ۲۰۰۲، ص ۱۶۸).

منظور از رهبری معنوی، ایجاد و تحقق چشم انداز و همسانی ارزش ها، ورای رهبری استراتژیک است. یک رهبر معنوی به ارزش ها توجه می کند و به پیروان خود دانش یا آگاهی لازم و کافی را می دهد و تا آنجا پیش می رود که از آنها می خواهد که رهبری بقیه را برعهده بگیرند و با فراست و آگاهانه تصمیم بگیرند و به ندای وی پاسخ مثبت دهند. مساله مهم دیگر رابطه بین رهبر و پیروان است که باید براساس اصول اخلاقی قرار گیرد (Dent & Higgins, ۲۰۰۸).

کارآفرینی الکترونیکی

برای پرداختن به کارآفرینی الکترونیکی، نیاز است تا مختصری در ارتباط با کارآفرینی در سازمانها صحبت شود. از اینرو، ابتدا به کارآفرینی سازمانی پرداخته می شود. تا اوایل دهه ۱۹۷۰ تحقیقات در زمینه کارآفرینی بر اقدامات یا ویژگی های افراد متمرکز بود. محققان متعاقباً تشخیص دادند که خود سازمانها نیز مبادرت به فعالیت های کارآفرینانه می نمایند. این امر باعث شکل گیری ایده کارآفرینی-سازمانی گردید. کارآفرینی سازمانی مفهومی است که بر سازمان نه بر افراد، و بر فرهنگها و فرایندهای سازمانی متمرکز است (Cornwall & Perlman, ۱۹۹۰).

نخستین گام جهت شناخت، درک و توصیف مفهوم کارآفرینی سازمانی مطالعه سیر تحول آن است. بدین منظور سیر تحول این مفهوم طی چهار دهه را در شکل ۱-۲ بررسی می کنیم (هادی زاده مقدم و رحیمی فیل آبادی، ۱۳۸۴، ص ۸۶).

سیر تحول مفهوم کارآفرینی سازمانی

۱۹۷۰: برای اولین بار مفهوم کارآفرینی سازمانی در سوئد مطرح شد. در این دوره کارآفرینی تکنولوژیکی رایج‌تر از کارآفرینی سازمانی بود.

۱۹۸۰: در این دوره اهمیت تفکر کارآفرینانه و ترویج روحیه کارآفرینی مورد تأکید قرار گرفت و کارآفرینی سازمانی بعنوان مزیت رقابتی ارزشمند مطرح شد.

۱۹۹۰: کارآفرینی سازمانی بعنوان شرط بقا برای سازمان‌ها مطرح شد. مفاهیم کارآفرینی در مدیریت راهبردی مطرح شد.

۲۰۰۰: به دلایلی چون نیاز روزافزون شرکت‌ها برای نوآوری و تغییر مفهوم سازمان کارآفرینی سازمانی در سطح جهان گسترش یافت.

شکل (۱) سیر تحول مفهوم کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی الکترونیکی

طی چند سال گذشته، فرایند های ارتباطی و اطلاعاتی در داخل و خارج کسب و کارها به طور فزاینده ای در اکثر بخش های صنعتی تحت پوشش فناوری های اطلاعات الکترونیکی قرار گرفته است. مزایای عمده این گونه فناوری ها (از جمله؛ اینترنت)، خصوصاً با توجه به کارایی و اثربخشی آنها، ادامه این روند را در آینده تضمین می نماید. توسعه سریع و پیوسته فناوری به همراه اقتصاد شبکه ای به طور قطع تأثیر قابل ملاحظه ای در انواع امکانات برای گسترش مفاهیم کسب و کار خلاقانه ای که برپایه شبکه های اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی ایجاد گردیده، دارند و به واسطه تأسیس یک شرکت جدید قابل درک می باشند. به رغم این چشم انداز، بالطبع، عمل تأسیس " کارآفرینی الکترونیکی " اصطلاح شرکت های جدید خصوصاً در اقتصاد شبکه ای را توصیف می نماید (اگراوال^۱، ۲۰۲۱).

کارآفرینی الکترونیکی، نوعی از کسب و کار است که با نیازسنجی و فرصت سازی بهینه، نیازهای بازار را بر مبنای پتانسیل IT فراهم کرده و زمینه اشتغال‌زایی حجم کثیری از مشتاقان فعالیت در این حوزه را ایجاد می‌کند. شاید کمتر نوعی از کارآفرینی را در دنیای پیرامون بتوان یافت که اثربخشی، فراگیری و تنوع فعالیتی به اندازه کارآفرینی الکترونیکی در اختیار داشته باشد.

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی ... ۱۹۳ □

مزیت رقابتی این نوع کارآفرینی عبارت است از سادگی در شروع کار، سرمایه‌ی اولیه پایین و کم هزینه بودن و ارزش افزوده فوق‌العاده. کارآفرینی الکترونیکی با جریان ارزش همراه است. فرایند ایجاد ارزش الکترونیکی، فعالیت‌های اطلاعاتی و / یا رشته فعالیت‌های اطلاعاتی را توصیف می‌نماید که در مجموع ارزش افزوده برای مشتری خلق می‌نماید. و مستلزم فرایند‌های اصلی و هم خدماتی می‌گردد. فرایند‌های اصلی، کارکرد عمده ایجاد ارزش را بر عهده داشته، در حالی که فرایند‌های خدماتی از فرایند‌های کسب و کار در طول زنجیره ارزش حمایت می‌نمایند. به عنوان یک قاعده معمول؛ فرایند زنجیره ارزش الکترونیکی با ورود اطلاعات برای فعالیت مخاطره آمیز الکترونیکی آغاز می‌گردد (قوش و پراساد^۱، ۲۰۲۱).

یادگیری سازمانی

بر اساس تعریف رایج از یادگیری، یادگیری عبارتست از هر نوع تغییر در رفتار به صورت نسبتاً دائمی، که در نتیجه تجربه رخ می‌دهد (Robbins, ۱۹۸۸). با این تعریف بدیهی است که یادگیری قابل رویت نیست، بلکه تغییرات هستند که قابل مشاهده‌اند. یادگیری معمولاً در چهار سطح فردی، گروهی، بین گروهی و سازمانی در بر می‌گیرد. یادگیری زمانی اتفاق می‌افتد که هر خطایی شناسایی شده و اصلاح گردد یا زمانی که برای اولین بار یک هماهنگی بین خواسته‌ها و نتایج ایجاد شود (Argyris, ۱۹۹۵). حداقل دو راه برای اصلاح خطا وجود دارد. راه اول، ایجاد تغییر در رفتار است (مثل کاهش غیبت و بدگویی از دیگران در میان افراد). این نوع یادگیری به یادگیری تک حلقه‌ای نیاز دارد. اما دومین راه برای اصلاح خطا، اصلاح برنامه‌هایی است که افراد را به سمت بدگویی از دیگران هدایت می‌کند، حتی زمانی که افراد بدگویی نمی‌کنند. این مورد یادگیری دو حلقه‌ای است (Argyris & Schon, ۱۹۸۷).

اما «یادگیری سازمانی» واژه‌ای است که احتمالاً سایرت و مارچ^۲ برای اولین بار آن را به کار برده‌اند. از نظر این دو محقق، سازمان‌ها از طریق یادگیری سازمانی به تولید، تکمیل و سازماندهی دانش پرداخته و فعالیت خویش را بر اساس آن عادی می‌سازند و وارد فرهنگ خویش می‌کنند. از نظر این دو محقق یادگیری سازمانی عبارتست از تغییرپذیری در اهداف، در مسایل مورد توجه و قواعد جستجو، که در فرایند تصمیم‌گیری سازمانی نقش ویژه‌ای دارد. (Cyert & March, ۱۹۶۳).

^۱ Ghosh & Prasad

^۲ R. M. Cyert and J. G. March

صاحب نظران زیادی به تعریف یادگیری سازمانی پرداخته اند که به تعریف برخی از مهمترین آنها می پردازیم:

سایمون (۱۹۹۴) یادگیری سازمانی را اینگونه تعریف می کند:

یادگیری سازمانی رشد بینش و تجدید ساخت دهی و بازنگری موفقیت آمیز مشکلات سازمانی است که توسط افراد منعکس می شود.

فایول و لایلز (۱۹۹۶) یادگیری سازمانی را اینگونه تعریف می کنند:

یادگیری سازمانی فرایند بهبود اقدامات از طریق دانش بهتر و شناخت موثرتر است.

باب گانز (۱۹۹۶) یادگیری سازمانی را اینگونه تعریف می کند:

یادگیری سازمانی اکتساب و کاربرد دانش، مهارت ها، ارزش ها، عقاید و نگرش های ثمربخش در جهت نگه داری، رشد و توسعه سازمان است (موحدی سبحانی، ۱۳۸۳).

یادگیری سازمانی ظرفیت یا فرآیندهای درون سازمانی برای نگهداری یا بهبود عملکرد سازمان بر اساس تجارب است (Duffield, & Whitty, ۲۰۱۵). به عبارتی، یادگیری سازمانی فرایند جمعی اکتساب و خلق شایستگی ها است که در روش مدیریت موقعیت ها تغییر ایجاد کرده و شرایط و متحول خواهد کرد (Akoff, ۲۰۰۳). می توان گفت که یادگیری سازمانی، یک وضعیت ثابت یا هدف محدود نیست، بلکه فرآیند مستمر تطبیق با شرایط محیطی و تکامل است که طی آن، گروه های درون سازمان تشویق می شوند مهارت ها دانش و اجماع درباره مقصد سازمان را توسعه دهند. یادگیری سازمانی متشکل از مجموعه ای از تعاملات بین انطباق های فردی و گروهی و انطباق در سطح سازمانی است (Lusier, ۲۰۰۲).

یادگیری سازمانی فرایندی پویا تلقی می شود که سازمان را قادر می سازد تا به سرعت با تغییر سازگاری یابد. این فرایند شامل تولید دانش جدید، مهارت ها و رفتارها می شود. یادگیری سازمانی راه اصلی ایجاد کار دانشی و بهبود کارایی سازمان است (همان منبع) پس یک سازمان موفق باید در یادگیری پویا باشد، گاروین^۱ (۱۹۹۳) سازمان یادگیرنده سازمانی است که در ایجاد، کسب، انتقال دانش، و اصلاح رفتار خود در واکنش به دانش و بصیرت های جدید مهارت دارد (رضائیان ۱۳۸۶). از نظر پیتر سنگه^۲ سازمان یادگیرنده، سازمانی است که با استفاده از افراد، ارزش ها و سایر خرده سیستم ها و با تکیه بر درس ها و تجربه هایی که به دست می آورد، به طور پیوسته عملکرد خود را تغییر داده و آن را بهبود می بخشد. وی اجزای اصلی سازمان یادگیرنده را در پنج اصل بیان می کند که

^۱. A. David Garvin

^۲. Peter M. Sange

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی... ۱۹۵ □

عبارتند از: ۱. تفکر نظام‌گرا (سیستمی)، ۲. تسلط یا قابلیت‌های شخصی، ۳. مدل‌های ذهنی، ۴. آرمان مشترک، و ۵. فراگیری گروهی. این اصول به همراه تعریفی کوتاه از آن‌ها در جدول ذیل آمده است (سنگه، ۱۳۸۸).

جدول ۲. اصول سازمان‌های فراگیر، منبع: پیتر سنگه، ۱۳۸۸

اصول	تعریف
۱. تفکر نظام‌گرا (سیستمی)	همه‌ی اعضای این سازمان‌ها یاد می‌گیرند که کل سازمان چگونه کار می‌کند.
۲. مدل‌های ذهنی	همه‌ی افراد شیوه‌های قدیمی اندیشیدن را کنار می‌گذارند.
۳. تسلط و یا قابلیت‌های شخصی	در این سازمان‌ها، افراد خودآگاه بوده و به طور باز با دیگران برخورد می‌کنند.
۴. آرمان مشترک	همه‌ی اعضای این سازمان‌ها به شناسایی و تعریف برنامه‌های عملی خود می‌پردازند و در مورد آن‌ها توافق حاصل می‌کنند.
۵. فراگیری تیمی	همه‌ی اعضای این سازمان‌ها برای به اجرا درآوردن برنامه‌های مورد توافق، همکاری می‌کنند.

پیشینه پژوهش

ظهور مفهوم رهبری معنوی در ادبیات مدیریت و سازمان موجب شده است تا پژوهش‌هایی در مورد عوامل تأثیرپذیر از این متغیر انجام گردد. در ادامه به برخی از این مطالعات اشاره می‌شود: مخلوفی و همکاران (۲۰۲۱) به رابطه یادگیری سازمانی با کارآفرینی الکترونیکی می‌پردازد. در پژوهش ایشان، یادگیری سازمانی به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده است و نتایج پژوهش نشان می‌دهد که یادگیری سازمانی بر مولفه‌های کارآفرینی از جمله کارآفرینی الکترونیکی تأثیر می‌گذارد.

بی آر و همکاران^۱ (۲۰۱۸)، در پژوهشی به بررسی تأثیر رهبری بر کارآفرینی الکترونیکی پرداختند و اذعان کردند که رهبری اصول‌گرا بر کارآفرینی الکترونیکی تأثیر می‌گذارد.

حیدری و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی به بررسی تأثیر رهبری معنوی بر یادگیری سازمانی پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از تأثیر **رهبری معنوی** بر **یادگیری سازمانی** بود.

فرای و همکاران^۲ (۲۰۰۵) با بررسی تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد سازمان به این نتیجه رسیده‌اند که رهبری معنوی از طریق ارتقای وضعیت معنویت در سازمان و بهبود شرایط اعتقادی و فرهنگی

^۱ Br, et al

^۲ Fry et al.

۱۹۶ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال سیزدهم، شماره اول، پاییز ۱۴۰۰

افراد سازمان، باعث پیشرفت عملکرد سازمان می‌شود. آنها در این پژوهش رهبری معنوی را با سه بعد چشم‌انداز^۱، امید/اعتقاد^۲ و عشق به هم‌نوع^۳ معرفی نموده‌اند.

رسته مقدم (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای چهار ویژگی سازمان یادگیرنده از نظر ویک و لئون را در یک سازمان آموزشی مورد بررسی قرار داده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سازمان مورد بررسی به میزان خیلی پایینی از ویژگی‌های سازمان یادگیرنده برخوردار بوده و با وضعیت مطلوب خود فاصله‌ی زیادی دارد و این به دلیل نبود احترام به ارزش‌های سازمان بوده است که ضعف رهبری معنوی یکی از دلایل آن به شمار می‌رفته است.

اسماعیلی و قلی‌پور (۱۳۸۷) در پژوهش خود به رابطه‌ی بین عوامل درون‌سازمانی و یادگیری سازمانی پرداخته و نتیجه گرفته‌اند که ساختار سازمانی یک سازمان یادگیرنده به صورت ارگانیک، مسطح، غیرمتمرکز و با کمترین رسمیت در محیط کار می‌باشد. در پژوهش‌های دیگر نوع رهبری بر ساختار سازمانی موثر تشخیص داده شده است و از این رو سبک رهبری معنوی مناسب می‌تواند باعث ارتقای یادگیری در سازمان گردد.

اسمیت (۲۰۰۳) در مقاله‌ی خود با عنوان "دانشگاه به عنوان یک سازمان یادگیرنده" به ارائه‌ی الگوی مفهومی به منظور ایجاد یک دانشگاه یادگیرنده پرداخته است. در مدل ارائه شده وی شکل‌گیری یک سازمان یادگیرنده با مشخصه‌های کارآفرینی سازمانی متأثر از عوامل مختلفی معرفی شده است که یکی از آنها پایبندی به ارزش‌ها در سازمان است. اجرای رهبری معنوی به تقویت ارزش‌ها و باید و نبایدها در سازمان کمک نموده و از این رو در شکل‌گیری یک سازمان کارآفرین یادگیرنده موثر می‌باشد.

سبحانی نژاد و همکاران (۱۳۸۵ ص ۶۲-۶۱) روی ویژگی‌های یادگیری سازمانی مطالعه کرده و موارد زیر را در این رابطه بر می‌شمرند:

- فرآیندی پیچیده: متأثر از ارتباط متقابل عوامل متعدد و متنوع درون و برون فردی، محیطی و درون و برون سازمانی)
- برنامه ریزی نشده: مانند متون آموزش‌های دوره‌های رسمی از پیش تدوین نشده است)
- هوشیار و هدفمند: فضاهای پرجاذبه‌ای از یادگیری و بهبود بر فرد افراد و گروه‌های سازمان حاکم می‌شود و افراد و گروه‌ها با دقت و کنجکاوی و همسو با استراتژی سازمان، مترصد یادگیری‌اند.

^۱ Vision

^۲ Hope/Faith

^۳ Altruistic love

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی ... ۱۹۷ □

- تعامل و پویایی: همواره یک نفر به عنوان استاد یا مهارت آموز در جایگاه انتقال اطلاعات و آموخته ها قرار نمی گیرد. بلکه افراد، گروه ها و سازمان، هم زمان نقش دریافت اطلاعات، تجارب و آموخته های خود و انتقال آن به دیگران را ایفا می کنند. این فرآیند بازخوردی مداوم، سریع و موثر در سطح فردی و گروهی ایجاد می کنند.
 - مستمر و مداوم: مانند دوره های آموزشی رسمی به ساعات و مکان مشخص محدود نمی شود.
 - متحول و رشد یابنده: تعامل، پویایی و تداوم یادشده، ویژگی زایندهگی به سازمان می بخشد. تحول، رشد و بهبود مستمر، یادگیری سازمانی را به دنبال دارد.
- ویژگی های پویایی، استمرار و تحول که در تحقیق سبحانی نژاد و همکاران اشاره شده است، مستلزم ایجاد ارزش های پایدار در سازمان و احترام به آنها از سوی کارکنان است. رهبری معنوی در پی گیری این ارزش ها نقشی موثر ایفا می کند.
- لیندا آرگوت (۲۰۰۳) در پژوهشی به سه حوزه ی نزدیک و متفاوت بین تغییر استراتژیک در عوامل درون سازمانی و یادگیری سازمانی اشاره می کند. او به نقش تجربه در یادگیری، انتقال دانش در داخل و بین سازمان ها و درونی کردن دانش افراد در نظام حافظه ی سازمانی و امور فرافردی به عنوان سه حوزه نزدیک و در عین حال متفاوت یادگیری سازمانی و تغییر استراتژیک ساختار سازمانی نام می برد. دانشی که آرگوت در تحقیق خود به آن اشاره می کند، از طریق سبک رهبری مناسب می تواند به طور مناسب در تمامی مکانیزم های درونی سازمان جاری شود که این امر به بهبود وضعیت کارآفرینی الکترونیک در سازمان منجر می گردد.

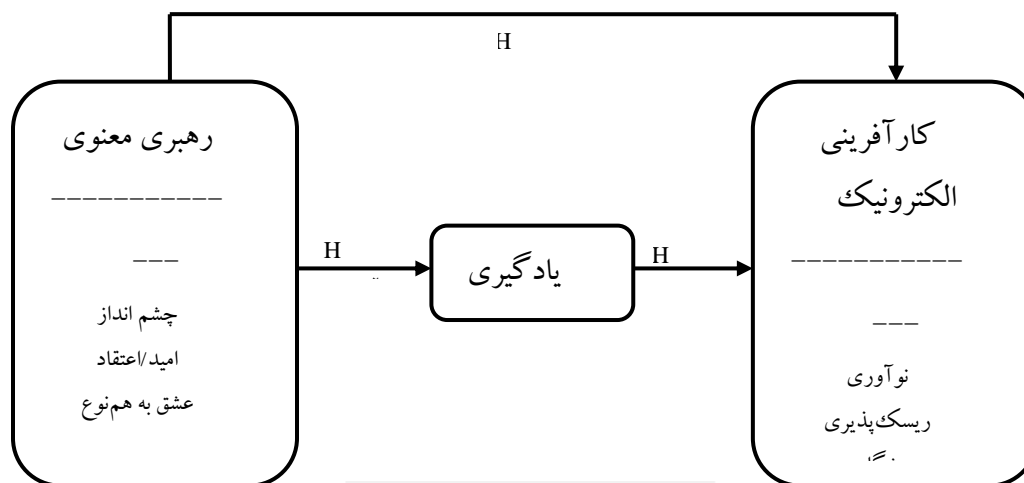
مدل مفهومی تحقیق

پس از بیان مبانی نظری و پیشینه پژوهش مدل مفهومی تحقیق در ادامه ارائه خواهد شد (شکل ۲). همانگونه که در این مدل مشخص می باشد، به دنبال بررسی فرضیه های زیر می باشیم:

فرضیه اول (H_1): رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیک نقش دارد.

فرضیه دوم (H_2): رهبری معنوی بر یادگیری سازمانی موثر است.

فرضیه سوم (H_3): یادگیری سازمانی بر کارآفرینی الکترونیک تأثیر دارد.



شکل ۲) مدل مفهومی

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر مبنای هدف از نوع کاربردی و از حیث روش به دست آوردن داده‌ها از نوع توصیفی-همبستگی بود. همچنین بر مبنای نوع داده‌های گردآوری شده از نوع کمی می‌باشد که در این راستا پرسشنامه‌هایی برای دریافت نظرات کارکنان حوزه مالی وزارت آموزش و پرورش توزیع شده و نتایج درج گردیده است. از آنجایی که در این پژوهش یک رابطه علت و معلولی بررسی می‌شود، روش تحقیق از نظر رابطه بین متغیرها از نوع علی می‌باشد که برای بررسی همه جانبه مدل مفهومی تحقیق از مدل معادلات ساختاری^۱ استفاده شده است. مدل معادلات ساختاری از دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری تشکیل شده است و متغیرهای مدل در دو دسته متغیرهای پنهان و آشکار تقسیم‌بندی می‌شوند (Kline, ۲۰۱۰). در شکل ۲ متغیرهای پنهان در پژوهش حاضر به همراه ابعاد آنها ترسیم گشته است. در قسمت تحلیل داده‌ها از نرم افزار Smart PLS^۲ استفاده شده است.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری پژوهش شامل ۳۶۰ نفر از کارکنان حوزه مالی وزارت آموزش و پرورش بود که از این میان با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۱۸۶ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد.

^۱ Structural Equation Modeling (SEM)

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی... ۱۹۹ □

ابزار گردآوری داده‌ها

پرسشنامه پژوهش حاضر شامل سه بخش می‌باشد؛ بخش اول حاوی سوالات مربوط به رهبری معنوی است که از پرسشنامه استاندارد فرای و همکاران (۲۰۰۵) برای سنجش این متغیر استفاده شده است. این بخش دارای ۱۷ گویه (سوال) می‌باشد که به ترتیب ۵ سوال مربوط به چشم انداز، ۵ سوال مربوط به امید/ اعتقاد و درنهایت ۷ سوال مختص عشق به هم‌نوع است. بخش دوم پرسشنامه مربوط به کارآفرینی الکترونیک است که از پرسشنامه استاندارد کارآفرینی الکترونیکی دالستراند (۲۰۱۶) استفاده شده است، این پرسشنامه شامل ۷ گویه بسته پاسخ بر اساس طیف پنج درجه ای لیکرت می‌باشد، این پرسشنامه توسط میرباقری (۱۳۹۶) اعتباریابی شده است. در آخر بخش سوم پرسشنامه ویژه یادگیری سازمانی است. پرسشنامه استاندارد تیبینز و سوهی^۱ (۲۰۰۳) برای این کار انتخاب شد که از پنج سوال برای سنجش یادگیری سازمانی تشکیل شده است.

پایایی

برای بررسی میزان پایایی پرسشنامه از روش PLS استفاده شده است. در این روش پایایی با سنجش مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی^۲ مورد سنجش واقع می‌گردد که مقدار بالای ۰.۷ در مورد این دو معیار نشان از پایایی قابل قبول دارد (Hulland, ۱۹۹۹). در تحقیق حاضر نتایج مربوط به این دو معیار در جدول زیر آمده است و همانگونه که نمایان است، بیشتر بودن تمامی مقادیر از ۰.۷ نشان از پایایی مناسب پرسشنامه تحقیق دارد:

جدول (۳) مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای سنجش پایایی

متغیرها	رهبری معنوی			یادگیری سازمانی	کارآفرینی الکترونیک		
	چشم انداز	امید/اعتقاد	عشق به هم‌نوع		نوآوری	ریسک پذیری	پیشگامی
آلفای کرونباخ	۰.۷۱۳	۰.۷۹۲	۰.۸۰۲	۰.۸۰۱	۰.۸۳۳	۰.۸۰۱	۰.۷۸۰
پایایی ترکیبی	۰.۸۰۴	۰.۸۲۱	۰.۸۳۲	۰.۸۲۸	۰.۸۹۲	۰.۸۱۱	۰.۸۰۴

روایی پرسشنامه توسط دو معیار روایی همگرا و واگرا که مختص مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد PLS است، بررسی گشت. در قسمت روایی همگرا از معیار AVE (میانگین واریانس استخراج شده) استفاده شد. مقدار ملاک برای سطح قبولی AVE، ۰.۵ می‌باشد (Hulland, ۱۹۹۹).

^۱ Tippins & Sohi

^۲ Composite Reliability (CR)

۲۰۰ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال سیزدهم، شماره اول، پاییز ۱۴۰۰

(۱۹۹۹). همانگونه که از جدول پایین مشخص است، تمامی مقادیر AVE مربوط به سازه‌ها از مقدار ۰.۵ بیشتر بوده و این مطلب نشان از روایی همگرای قابل قبول پرسشنامه پژوهش حاضر دارد.

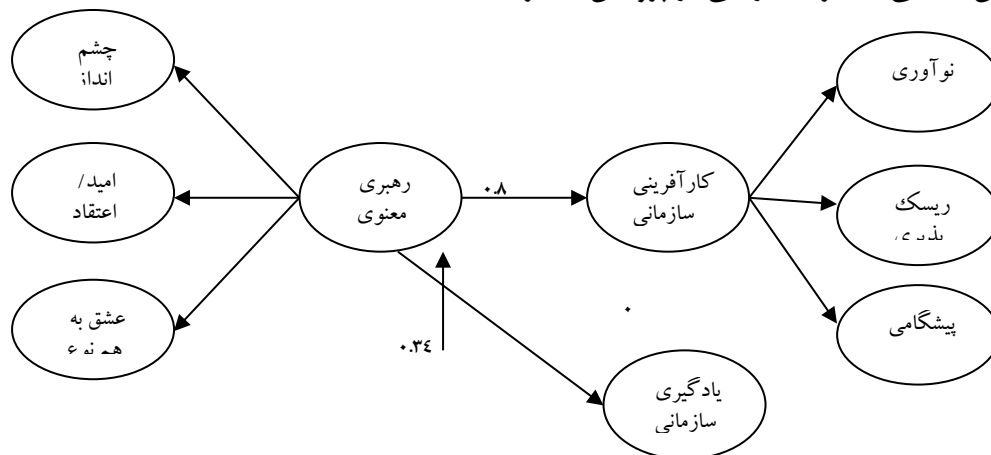
جدول (۴) مقادیر AVE برای سنجش روایی همگرا

کارآفرینی الکترونیک			یادگیری سازمانی	رهبری معنوی			متغیرها
پیشگامی	ریسک پذیری	نوآوری	یادگیری سازمانی	عشق به هم‌نوع	امید/اعتقاد	چشم انداز	ابعاد متغیرها
۰.۷۵۵	۰.۶۸۸	۰.۸۰۱	۰.۶۱۷	۰.۵۸۷	۰.۶۵۴	۰.۵۳۶	AVE

در قسمت روایی واگرا، میزان تفاوت بین شاخص‌های یک سازه با شاخص‌های سازه‌های دیگر در مدل مقایسه می‌شود. این کار از طریق مقایسه جذر AVE هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها محاسبه می‌گردد. خروجی نرم‌افزار ۲ Smart PLS در جدول Latent Variable Correlations نشان داد که مقادیر جذر AVE هر سازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر شده است که این مطلب حاکی از قابل قبول بودن روایی واگرای سازه‌ها می‌باشد.

یافته‌های تحقیق

در این مرحله روابط علی بین رهبری معنوی، یادگیری سازمانی و کارآفرینی الکترونیک در سازمان در قالب بخش ساختاری سنجیده شده است. همانطور که در شکل زیر نمایان است، تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیک سازمانی، مثبت و معنی‌دار است بدین معنی که با تقویت سبک رهبری معنوی، کارآفرینی الکترونیک در سازمان ارتقا می‌یابد. علاوه بر این تأثیر مثبت و معنی‌دار رهبری معنوی بر یادگیری سازمانی و همچنین یادگیری سازمانی بر کارآفرینی الکترونیک حاکی از نقش میانجی یادگیری سازمانی در پژوهش حاضر است.



شکل (۳) مدل نهایی پژوهش (خروجی نرم افزار ۲ Smart PLS)

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی ۲۰۱۰ □

خروجی PLS اثبات کننده فرضیه‌های تحقیق است که در جدول زیر نمایان است. از آنجایی که تمامی مقادیر t بالای ۱.۹۶ هستند، تمامی فرضیه‌ها تایید می‌شوند.

جدول ۵) نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

اثر کل	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	فرضیه‌ها
۰.۹۷	۰.۱۶=۰.۴۶*۰.۳۴	۰.۸۱	رهبری معنوی ← کارآفرینی الکترونیک
----	----	۰.۳۴	رهبری معنوی ← یادگیری سازمانی
----	----	۰.۴۶	یادگیری سازمانی ← کارآفرینی الکترونیک

بحث و نتیجه‌گیری

همانگونه که در مبانی نظری گفته شد، رهبری معنوی یک تلاش سیستمی مدیران سازمان‌ها برای پاسخ به خواسته‌ها و موضوعات معنوی چالش‌برانگیز در درون سازمان‌ها است. سال‌هاست که محققان به دنبال بررسی این عامل در رهبران کارا و موفق هستند و مطالعاتی چند در رابطه با این موضوع انجام داده‌اند (مانند Dent & Higgins, ۲۰۰۸; Wright & Quick, ۲۰۱۱; Fry, ۲۰۰۶). بر اساس یافته‌های تحقیقات آنها، موفقیت رهبری را می‌توان از سه دیدگاه بررسی کرد: اول، موفقیت رهبر در رهبری پیروان، دوم، موفقیت رهبر در رهبری گروه و سوم، موفقیت رهبر از جنبه‌های شخصی. در دیدگاه اول نقش ایجاد و انتقال دانش بسیار مهم و برجسته است. به طوری که دانش یک رهبر در شیوهی رهبری پیروان موثر جلوه می‌نماید. اگر این دانش را با مقوله یادگیری سازمانی مرتبط بدانیم، رابطه‌ی میان رهبری معنوی و یادگیری در سازمان مشخص می‌گردد. این نتیجه‌گیری با تأیید فرضیه‌ی دوم پژوهش حاضر نیز همخوانی دارد. از این رو پژوهش حاضر با نتایج تحقیقات مذکور از این لحاظ هم‌سو است. دیدگاه دوم که به موفقیت رهبری در گروه اشاره دارد، متأثر از عوامل بسیاری است ولی پیشگامی مهمترین عامل به نظر می‌رسد. بدین معنی که پیشگامی رهبر نسبت به رهبران سایر سازمان‌ها، باعث جذب کارکنان به او شده و شخصیت کاریزمای او در این راستا شکل خواهد گرفت. با توجه به اینکه پیشگامی یکی از ابعاد کارآفرینی الکترونیکی است، این فرضیه که رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیک تأثیر مثبت دارد (فرضیه‌ی اول پژوهش حاضر) تأیید می‌شود و از این رو پژوهش حاضر با مطالعات بالا هم‌سو است. در دیدگاه سوم که به جنبه‌های شخصی رهبر اشاره دارد، ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران از قبیل نوآوری و ریسک‌پذیری بسیار مهم نشان می‌دهند. رهبری که به شیوه‌ها و فعالیت‌های جدید و خلاقانه بهای زیادی دهد و ریسک انجام اینگونه فعالیت‌ها را بپذیرد، ویژگی‌های شخصی کاملی از خود بروز می‌دهد که باعث پیروی کارمندان می‌گردد. از سوی دیگر یادگیری سازمانی با در نظر داشتن این دو بعد

۲۰۲ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال سیزدهم، شماره اول، پاییز ۱۴۰۰

کارآفرینی الکترونیک (نوآوری و ریسک پذیری) هر چه بیشتر به تأثیر رهبری معنوی بر بهبود وضعیت کارآفرینی در سازمان کمک می‌کند. با تأیید فرضیه‌ی سوم پژوهش حاضر نیز تأثیر مثبت یادگیری سازمانی بر کارآفرینی الکترونیک تأیید گشت. از این رو پژوهش حاضر از این جنبه نیز با پژوهش‌های پیشین هم‌سو است.

منابع

- تمدنی جهرمی، مریم، ذوالفقاری، رشید و کلانتری، مهدی. (۱۳۹۷). ارائه مدلی به منظور نهادینه کردن آموزش و پرورش معنوی در مدارس ابتدایی. پژوهش در نظامهای آموزشی، ۲(۵)، ۸۱۷-۸۰۰
- حیدری گوجانی، محمد و صادقیان، شهرام و ترابی مفرد، معصومه. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رهبری معنوی بر یادگیری سازمانی، همایش بین المللی مدیریت، تهران، ۳۴۰۷۸، <https://civilica.com/doc/34078>
- رستگار، ع و ح، عابدی جعفری. ۱۳۸۶. ظهور معنویت در سازمانها، فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۲(۵)، ۹۵ - ۱۲۱.
- رضائیان، علی، (۱۳۸۶)، «مبانی سازمان و مدیریت»، تهران، انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
- رضوانی، فاطمه و عرفانی، مرتضی، (۱۳۹۷)، پیشینه فلسفه تعلیم و تربیت، همایش علم و فراعلم، پیشرفت های نوین و افق های پیش رو، مشهد.
- سنگه، پیتر (۱۳۸۸) پنجمین فرمان: خلق سازمان یادگیرنده، ترجمه: حافظ کمال هدایت و محمد روشن، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- شاهین، آرش و ابوالحسنی، زهرا (۱۳۸۹) سنجش تفاوت مشخصات کیفیتی خدمات و نحوه ارائه خدمات در صنعت بیمه (بررسی موردی شرکت بیمه ایران در استان اصفهان). مجله دانش و توسعه، ۱۸(۳۱)، ۷۵-۹۶.
- شیخی نژاد، فرهاد و احمدی، گودرز. (۱۳۸۸). مدیریت و معنویت، نشریه مدیریت، ۱ - ۵.
- شیروانی، علی، خشنود، مرضیه و صفری، فهیمه. (۱۳۹۷). تاملی در معنای «صدق» در قرآن و دلالت‌های تربیتی و آموزشی آن. آموزش پژوهی، ۱۵، ۶۴-۴۵
- صمدآقایی، جلیل. (۱۳۸۲). سازمان‌های کارآفرین. تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- ضیایی، محمد صادق. (۱۳۸۷). نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان. دانشگاه تهران. نشریه مدیریت دولتی، ۱(۱)، ۶۷ - ۸۶
- عزتی، منصور و سیدنقوی، میرعلی. (۱۳۸۸). مبانی کارآفرینی. تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- فدائی کیوانی، رضا و نساج حسینی، محسن. (۱۳۸۷). کارآفرینی. رشت: انتشارات حق شناس.
- ناصحی فر، وحید. (۱۳۸۸). جایگاه معنویت کاری در جامعه سازمانی امروز، فصلنامه اخلاق در علوم فن آوری، ۴(۳۰)، ۱۷ - ۲۷.
- هادی زاده مقدم، اکرم و رحیمی فیل آبادی، فرج الله. (۱۳۸۴). کارآفرینی سازمانی. تهران: نشر جانان
- Akoff, R. I. (۱۹۹۹). "on learning and the systems that facilitate it", N. J. :Rutgers university press.
- Argyris, C., Schoon, D., (۱۹۸۷). Organizational Learning: A Theory of Action Perspective. Addison Wesley Publications.
- Aggarwal, P. (۲۰۲۱). A Contemporary Model of Business: E-entrepreneurship and its Prospects, Constraints, and Prerequisites in the Indian Perspective.

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی الکترونیکی با توجه به نقش میانجی یادگیری سازمانی ...۲۰۳ □

- Argyris, Chris, (۱۹۹۵), "Action Science and Organizational Learning". *Journal of Managerial Psychology*, Vol. ۱۰, No. ۶, pp. ۲۰-۲۶.
- Barringer, B.R., & Bluedorn, A.C. (۱۹۹۹). The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. *Strategic Management Journal*, ۲۰: ۴۲۱-۴۴۴.
- BR, G. K., Majumdar, S. K., & Menon, S. (۲۰۱۸). Manoeuvre of electronic entrepreneurial ecosystem to contemporary indicator of techno business leadership in industry ۴.۰: Digital entrepreneurship. *Global Journal of Enterprise Information System*, 10(۳), ۲۵-۳۳.
- Burgers, J. H., & Covin, J. G. (۲۰۱۶). The contingent effects of differentiation and integration on corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 37(۳), ۵۲۱-۵۴۰.
- Cornwall, J. and Perlman, B. (۱۹۹۰). *Organizational entrepreneurship*. Richard Irwin Publications.
- Cyert, R. M., March, J. G., (۱۹۶۳), "A Behavioral Theory of the Firm", Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Dent, D and Higgins, G. (۲۰۰۸), *Spiritual and Leadership: An Empowerment Review*. P: ۱-۵۲۰.
- Duffield, S., & Whitty, S. J. (۲۰۱۵). Developing a systemic lessons learned knowledge model for organisational learning through projects. *International journal of project management*, 33(۲), ۳۱۱-۳۲۴.
- Fernando, M. (۲۰۰۷). *Spiritual leadership in the entrepreneurial business: a multi faith study*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Fry L. W. Vitucci, T. S., Cedillo M. (۲۰۰۵) *Spiritual leadership and army transformation: Theory, measurement, and establishing a baseline*. *The Leadership Quarterly* ۱۶, ۸۳-۸۶۲.
- Fry, L. W. (۲۰۰۳). *Toward a theory Of Spiritual Leadership*. *The Leadership Quarterly*, ۱۴ (۶), ۶۹۳.
- Fry, L. W., Latham, J. R., Clinebell, S. K., & Krahnke, K. (۲۰۱۷). *Spiritual leadership as a model for performance excellence: a study of Baldrige award recipients*. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 14(۱), ۲۲-۴۷.
- Fry, L.W. (۲۰۰۶). *Spiritual Leadership and Organizational Performance : An Exploratory – Study*, Tarleton State University _ central Texas.
- Ghasemi , h. (۲۰۰۸). *Toward spiritual system in organization through spiritual leadership*. p: ۱-۱۲.
- Ghosh, N., & Prasad, S. K. (۲۰۲۱). *Sustainopreneurship and E-Entrepreneurship: A Strategic Perspective*. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEI)*, 11(۱), ۳۶-۵۴.
- Howard, s. (۲۰۰۳). *A spiritual perspective on learning in the workplace*. *Journal of management psychology*. ۱۷(۳), ۲۳۰-۲۴۲
- Hulland, J. (۱۹۹۹). 'Use of partial least squares (pls) in strategic management research: A review of four recent studies', *Strategic Management Journal*, ۲۰(۲), pp. ۱۹۵-۲۰۴.
- Kline, R. B. (۲۰۱۰). *Principles and practice of structural equation modeling* (۳th ed.). New York: Guilford Press.
- Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (۱۹۷۰). *Determining sample size for research*. *Educational and Psychological Measurements*, ۳۰, ۶۰۷-۶۱۰.
- Kumar, R., & Kumar, A. (۲۰۱۸). *Conceptualizing corporate entrepreneurship capability and its linkages towards firm performance*. In *Global Entrepreneurship and New Venture Creation in the Sharing Economy* (pp. ۱۲-۳۶). IGI Global.

۲۰۴ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال سیزدهم، شماره اول، پاییز ۱۴۰۰

- Makhloufi, L., Laghouag, A. A., Ali Sahli, A., & Belaid, F. (۲۰۲۱). Impact of Entrepreneurial Orientation on Innovation Capability: The Mediating Role of Absorptive Capability and Organizational Learning Capabilities. *Sustainability*, 13(۱۰), ۵۳۹۹.
- Lussier, R.(۲۰۰۲)." Human Relations in organizations", fifth Edition, McGraw-Hill companies.
- Paal, P., Neenan, K., Muldowney, Y., Brady, V., & Timmins, F. (۲۰۱۸). Spiritual leadership as an emergent solution to transform the healthcare workplace. *Journal of nursing management*, 26(۴), ۳۳۵-۳۳۷.
- Pantouvakis, A., & Bouranta, N. (۲۰۱۷). Agility, organisational learning culture and relationship quality in the port sector. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28(۳-۴), ۳۶۶-۳۷۸.
- Robbins, Stephen. P.(۱۹۹۸)."Organization theory" New York, Prentice hall.
- Sodiqov, H. (۲۰۲۰). PLACE OF FOLK SONGS IN THE SPIRITUAL EDUCATION OF THE STUDENT-YOUTH. *Архив Научных Публикаций JSPI*, ۱-۱۰.
- Tippins, M. J., and Sohi, R. S. (۲۰۰۳) "IT Competency and Firm Performance: Is Organizational Learning a Missing Link?," *Strategic Management Journal* (۲۴:۸), August, pp. ۷۴۵-۷۶۱.
- Wright, T. A., & Quick, J. C. (۲۰۱۱). The role of character in ethical leadership research. *The Leadership Quarterly*. Volume ۲۲, Issue ۵, Pages ۹۷۵-۹۷۸.