



ORIGINAL RESEARCH PAPER

The effect of intelligent leadership on organizational loyalty; the mediation role of knowledge-creation

N. Heydari Sorshjani¹, F. Nasiri^{*2}, S. Ganbari¹¹ Department of Educational Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran² Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities, Shahid Rajae Teacher Training University, Tehran, Iran

ABSTRACT

Received: 13 December 2022
Reviewed: 20 February 2023
Revised: 13 May 2023
Accepted: 20 May 2023

KEYWORDS:

Intelligent Leadership,
Organizational Knowledge
Creation
Organizational Loyalty

* Corresponding author

✉ fnsasiri@sru.ac.ir

☎ (+98912) 8469760

Background and Objectives: Undoubtedly, one of the crucial factors in achieving the goals of education is loyal and committed human resources. In this regard, one of the factors that make the members of the organization dedicate themselves to the organization and remain loyal is the leadership style of the managers. Among the leadership styles, the intelligent leadership style has a great influence on teachers' organizational loyalty. This style provides the basis for cooperation, consultation and modeling among teachers and causes them to have a stronger bond with the organization. In this study, the mediating role of organizational knowledge-creation in the relationship between intelligent leadership and organizational loyalty of teachers in Chaharmahal and Bakhtiari province was investigated.

Methods: The method was descriptive, a type of correlation study and especially a structural equation modeling. The statistical population included all teachers of the second grade of high schools in Chaharmahal and Bakhtiari province including a total number of 2687, who were selected as a sample via proportional stratified random sampling based on the Cochran formula. To collect data, the researcher-made intelligent leadership questionnaires were used based on Sidanmanlaka's model (2008) including four dimensions of spiritual, emotional, rational and collective leadership as in 22 items on a five-point Likert scale. The researcher-made questionnaire of organizational knowledge-creation was designed based on the model of Nonoka and Takeuchi (2006) enjoying four dimensions of socialization, internalization, externalization, and combination as in 15 items on a five-point Likert scale. Moreover, the organizational loyalty questionnaire of Wells et al. (2011), having two dimensions of attitudinal loyalty and behavioral loyalty including 7 items with a five-point Likert scale, was used. Cronbach's alpha tests and second-order exploratory and confirmatory factor analysis were used to determine the reliability and validity of the questionnaires. Cronbach's alpha of intelligent leadership (95%), organizational knowledge-creation with alpha (90%) and organizational loyalty (94%) were obtained and, the statistical methods used in this research included descriptive and inferential statistics as well as structural equation modeling by the help of SPSS v 21, AMOS v 26 software.

Findings: The correlation coefficients between intelligent leadership and organizational loyalty (45%), intelligent leadership and organizational knowledge-creation (48%), and knowledge-creation and organizational loyalty (86%) were obtained. There was a positive and significant relationship between intelligent leadership, organizational loyalty and organizational knowledge-creation at the level of 0.001. Moreover, the effect of smart leadership on teachers' organizational loyalty through organizational knowledge-creation with total effect and coefficient of (45%) with indirect effect and coefficient of (39%) was significant at $p=0.001$.

Conclusion: The results indicated that as the intelligent leadership increases, organizational loyalty increases. In addition, the mediating effect of organizational knowledge-creation causes an increase in organizational loyalty. Considering the effect of intelligent leadership on organizational loyalty through the mediation of organizational knowledge-creation in teachers, it is recommended that the authorities of education organization in Chaharmahal and Bakhtiari province hold training workshops for teachers to familiarize them with four dimensions of rational, emotional, spiritual and collective leadership and, provide conditions for group and collaborative decision-making by establishing and enhancing interaction and cooperation among teachers.



NUMBER OF REFERENCES

55



NUMBER OF FIGURES

4



NUMBER OF TABLES

10

مقاله پژوهشی

تأثیر رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی؛ نقش میانجی دانش آفرینی

نسرین حیدری سورشجانی^۱، فخرالسادات نصیری ولیک بنی^{۲*}، سیروس قنبری^۱^۱ گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران^۲ گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

چکیده

پیشینه و اهداف: بدون تردید یکی از عوامل اصلی تحقق اهداف آموزش و پرورش، نیروی انسانی وفادار و متعهد است. در این راستا، یکی از عواملی که موجب می‌شود اعضای سازمان، خود را وقف سازمان کنند و وفادار بمانند، سبک رهبری مدیران است. از میان سبک‌های رهبری، سبک رهبری هوشمند، تأثیر زیادی بر وفاداری سازمانی معلمان دارد. این سبک، زمینه همکاری، همفکری و سرمشق‌گیری را در میان جامعه معلمان فراهم می‌کند و موجب پیوند محکم‌تر آن‌ها با سازمان می‌شود. در این مطالعه نقش میانجی دانش آفرینی سازمانی در رابطه بین رهبری هوشمند با وفاداری سازمانی معلمان در استان چهارمحال و بختیاری تبیین شده است.

روش‌ها: روش مطالعه، توصیفی از نوع مطالعات همبستگی و به‌ویژه الگویابی معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه معلمان سال دوم مقطع متوسطه دوم استان چهارمحال و بختیاری به تعداد ۲۶۸۷ نفر بودند که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی متناسب و بر مبنای فرمول کوکران تعداد ۳۳۷ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های محقق‌ساخته رهبری هوشمند براساس الگوی سیدانمانلاکا (۲۰۰۸) شامل چهار بعد رهبری معنوی، هیجانی، عقلانی و جمعی در ۲۲ گویه در طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت استفاده شد. پرسش‌نامه محقق‌ساخته دانش آفرینی سازمانی براساس الگوی نونوکا و تاکوچی (۲۰۰۶)، در چهار بعد اجتماعی‌سازی درونی‌سازی و برونی‌سازی و ترکیب‌سازی در ۱۵ گویه در طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت، طراحی شد. پرسش‌نامه وفاداری سازمانی از ولز و همکاران (۲۰۱۱)، دارای دو بعد وفاداری نگرشی و وفاداری رفتاری در ۷ گویه با طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت استفاده شد. برای تعیین پایایی و روایی پرسش‌نامه‌ها آزمون‌های آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی مرتبه دوم به کار گرفته شد. آلفای کرونباخ رهبری هوشمند (۹۵٪)، دانش آفرینی سازمانی با آلفای (۹۰٪) و وفاداری سازمانی (۹۴٪) به‌دست آمد و روش‌های آماری به کار رفته در این پژوهش شامل آمار توصیفی و آمار استنباطی و نیز الگویابی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار AMOS v 26, SPSS v 21 بود.

یافته‌ها: ضریب همبستگی بین رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی (۴۵٪) و رهبری هوشمند و دانش آفرینی سازمانی (۴۸٪) و دانش آفرینی و وفاداری سازمانی (۸۶٪) به‌دست آمد. بین رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی و دانش آفرینی سازمانی در سطح (۰/۰۰۱) رابطه مثبت و معنادار بود. همچنین، رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی معلمان از طریق دانش آفرینی سازمانی با اثر کل و ضریب (۰/۴۵) با اثر غیرمستقیم و ضریب (۰/۳۹) در سطح (p= ۰/۰۰۱) معنادار بود.

نتیجه‌گیری: نتایج پژوهش نشان داد، رهبری هوشمند افزایش پیداکننده وفاداری سازمانی افزایش می‌یابد و همچنین، با اثر میانجی دانش آفرینی سازمانی، وفاداری سازمانی افزایش می‌یابد. با توجه به تأثیر رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی با میانجی‌گری دانش آفرینی سازمانی در معلمان، پیشنهاد می‌شود متولیان آموزش و پرورش استان چهارمحال و بختیاری برای مدیران سطوح مختلف به برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای معلمان برای آشنایی با هر چهار بعد، یعنی رهبری عقلانی، رهبری هیجانی، رهبری معنوی و رهبری جمعی اقدام کنند و با ایجاد تعامل و همکاری بین معلمان، فراهم و شرایط تصمیم‌گیری گروهی و مشارکتی را ایجاد کنند.

تاریخ دریافت: ۲۲ آذر ۱۴۰۱
تاریخ داور: ۱۷ اسفند ۱۴۰۱
تاریخ اصلاح: ۲۳ اردیبهشت ۱۴۰۲
تاریخ پذیرش: ۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۲

واژگان کلیدی:

رهبری هوشمند
دانش آفرینی سازمانی
وفاداری سازمانی

* نویسنده مسئول

✉ fsnasiri@sru.ac.ir

① ۰۹۱۲-۸۴۶۹۷۶۰

مقدمه و بیان مسأله

آموزش و پرورش از پایه‌های اساسی رشد و توسعه هر کشوری است که نیروی انسانی متعهد و مسئول این نهاد، دستیابی به هدف رشد و توسعه را تضمین می‌کند [۱]. برآوردن رشد و توسعه چندان آسان نیست و مستلزم استفاده از شیوه‌هایی مبتنی بر یافته‌های علمی، عقلی و اصولی است تا از این طریق، نیروی انسانی متخصص مورد نیاز جامعه تربیت شود. برای دستیابی به این مهم، به کارگیری سبک‌های مدیریتی یا رهبری یک منجر به تسهیل این فرایند می‌شود؛ زیرا موضوع مدیریت و رهبری یکی از مطالب بسیار مهم رفتار سازمانی است [۲]. در واقع، اساسی‌ترین دلیل شکست برخی سازمان‌ها در تحقق اهداف سازمانی، فقدان رهبری توانمند و مؤثر است. امروزه، رهبری سازمانی برای انطباق با تغییرات متنوع، بقا و رشد در محیط‌های متلاطم سازمانی، نیازمند ویژگی‌های خاصی است که عموماً مدیران، آن‌ها را در اختیار ندارند و برای دستیابی به آنان، با مشکلات متعددی مواجهند. بدون شک در هزاره سوم، سازمان‌ها به انعطاف‌پذیری بیشتری برای پاسخ‌گویی به فشارها و تهدیدهای درون و برون سازمان نیاز دارند و مدیران مجبور به بازنگری و بازنویسی در شیوه‌ها، روش‌ها، اهداف و رفتارهای مدیریتی خود هستند [۳]. یکی از سبک‌های رهبری در اداره و هدایت مدارس، رهبری هوشمند است که در این سبک رهبری، بر مدیریت سازمان براساس هدف مشخص تأکید می‌شود. بر همین اساس، مدیران ارشد و پایین دست سازمان، اهداف مشترکی را برای سازمان ترسیم می‌کنند و با مشخص کردن حدود وظایف کارمندان و انتظارات و معیارها، برای تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند [۴].

رهبری هوشمند سبب افزایش تأثیر رهبران از افراد به تیم و از تیم به سازمان‌ها و اجتماع می‌شود. رهبری هوشمند باید به کارکنان برای پیشرفت جامع خودشان به‌عنوان یک موجود فعال، کمک کند. رهبری هوشمند باید نیروی انسانی را در جهت رسیدن به تیم‌های خودگردان پیش‌تنبانی کنند. همچنین، آن‌ها باید سازمان‌ها را به سمت هوشمندی سوق دهند و در رسیدن به سازمان هوشمند نقش فعالی داشته باشند [۵]. مسأله درخور توجه در رهبری هوشمند، برقراری ارتباط و تعامل براساس ارزش‌های سازمانی و فرهنگی است. در سازمانی که رهبری هوشمند وجود دارد، راه‌حل‌های گوناگونی برای حل مشکلات ارائه می‌شود و هیچ فعالیتی بدون معنا و هدف در سازمان شکل نمی‌گیرد. رهبری هوشمند دارای چهار بعد است؛ رهبری عقلانی که بر مبنای هدف است؛ رهبری هیجانی که بر مبنای عواطف و احساسات است و رهبری معنوی که بر پایه معنا و هدفمندی است [۶]. رهبری جمعی نیز به‌عنوان بعد چهارم رهبری هوشمند است [۷]. عامل اصلی موفقیت سازمان‌های امروزی، بهبودبخشیدن هوش ذاتی موجود و پرورش هوش جمعی بالا است [۸]. همه سیستم‌های انسانی، تعبیه‌شده با ساختارهای دانش پیچیده و توانایی‌های پردازش اطلاعات و یادگیری و ارتباط درست و هوشمند هستند [۹]. رهبری هوشمند به معنای حرکت از یک جفت دست به سوی یک انسان کامل و فرد باهوش است که دارای ابعاد

حرفه‌ای، فیزیکی، ذهنی، اجتماعی و معنوی است و در پی حرکت از سازمان‌های وظیفه‌مدار به سمت سازمان‌های فرایندمدار است. مدیریت و رهبری هوشمند، زمینه را برای همکاری، همفکری و الگویی در میان جامعه کارکنان فراهم می‌کند و موجب پیوند محکم‌تر آن‌ها با سازمان می‌شود و با شناخت و ایجاد آگاهی کامل کارکنان، بر توانایی‌های رفتاری و عملکردی آن‌ها افزایش می‌یابد. رهبری هوشمند از یک طرح نوآورانه به نام چرخ رهبری موفقیت بهره می‌گیرد [۱۰]. این فرآیند در سازمان‌های با ارزش‌های فرهنگی مشارکتی روی می‌دهد که محیط کلان صنعتی و اجتماعی بر آن اثرگذار است [۱۱]. براساس مبانی نظری و پژوهش‌های صورت گرفته به نظر می‌رسد یکی از عواملی که موجب می‌شود اعضای سازمان، خود را وقف سازمان کنند و وفادار بمانند، شیوه رهبری سازمان است. با توجه به پژوهش‌های انجام‌شده می‌توان گفت آیا رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی معلمان تأثیر دارد؟ وفاداری یک ساختار روانی پنهان است [۱۲]. بکر وفاداری را یک فرآیند توصیف می‌کند. او معتقد است فرد زمانی به سازمان وفادار می‌ماند که از شرایط شغلی بهتر و دستمزد بالاتر آگاهی داشته باشد؛ اما برای حفظ شغل فعلی خود از پذیرش آن شغل خودداری می‌کند [۱۳]. وفاداری سازمانی، به‌منزله احساس دلبستگی و علاقه به حفظ عضویت و ارتباط با سازمان است و بر احساس وابستگی، علاقه زیاد به پیوستن به سازمان، آمادگی برای همکاری، حس اعتماد، همسویی داوطلبانه با گروه و علاقه به پیروی از هدف‌های سازمان اشاره دارد [۱۴]. وفاداری سازمانی باعث ایجاد الگوی مشترک و به اشتراک گذاشتن اطلاعات و احساسات و افکار مثبت کارکنان سازمان می‌شود [۱۵]. کارکنانی که هدف ترک کار در سازمان را دارند، عدم وفاداری شاخص مهمی برای از دست دادن و ترک سازمان است [۱۶]. وفاداری به سازمان، به‌کارگیری تمام توان کارکنان برای به‌دست‌آوردن اهداف سازمان، مسئولیت‌پذیری، با اشتیاق کار را انجام دادن، و همچنین کوشش دوچندان در انجام وظایف، هماهنگی با تغییرات و مواردی از این قبیل است [۱۷].

وفاداری سازمانی نتیجه تعامل بسیاری از پدیده‌های انسانی، سازمانی و مدیریتی در سازمان است [۱۸]. وفاداری سازمانی به‌منزله احساس تعلق و تمایل به حفظ عضویت و ارتباط با سازمان است و بر احساس وابستگی، اشتیاق شدید به عضو شدن در سازمان، آمادگی برای همکاری، حس اعتماد، همسویی داوطلبانه با گروه و تمایل به پیروی از هدف‌های سازمان دلالت دارد. وفاداری سازمانی تأثیر چشمگیری در موفقیت سازمان‌ها در زمینه رقابت دارد؛ به‌طوری‌که پیتر دراکر، وجود کارکنان وفادار را مزیتی رقابتی برای سازمان برمی‌شمارد [۱۹]. وفاداری سازمانی کارکنان به‌طور کلی ناشی از دلبستگی کارکنان یا تصور کلی آنان از ارتباط متقابل رفتار کارکنان و سازمان است و می‌توان آن را به‌عنوان ادراک چندجانبه کارکنان از وابستگی به سازمان تعریف کرد. وفاداری سازمانی کارکنان، علاوه بر آنکه یک نگرش مهم در سازمان است، جزء اقدامات بنیادین نیز هست. برخی از رفتارهای کارکنان که نشان‌دهنده وفاداری سازمانی آن‌ها است، در شرح شغل کارکنان تعیین شده است؛

سیستم دانش سازمان تعریف می‌کنند [۲۸]. تعامل میان دانش پنهان و آشکار منبع دانش آفرینی است [۲۹]. فرآیند دانش آفرینی به سازمان اجازه می‌دهد تا دانش داخلی را تقویت کند و دانش را به فعالیت‌های عملیاتی، به منظور افزایش کارایی و خلق ارزش کسب و کار انتقال دهد [۳۰]. دانش آفرینی سازمانی توانایی سازمان به عنوان یک کل در دانش آفرینی، انتشار و تجسم بخشیدن دانش در خدمات، محصولات و سازمان‌ها و فرآیندی فراتر از اشخاص و سازمان است که به طور مداوم در سازمان بازتولید می‌شود [۳۱]. دانش آفرینی برای برطرف کردن مشکلات در سازمان، بسیار تأثیر دارد. دانش آفرینی و کاربرد دانش شامل کاربرد دانش برای حمایت از تصمیم‌گیری، اقدام و حل مسأله است و در نهایت به دانش آفرینی سازمانی ختم می‌شود [۳۲].

حال با توجه به مبانی نظری ذکر شده و دیدگاه صاحب نظران می‌توان به اهمیت عوامل تأثیرگذار بر وفاداری سازمانی از جمله رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی پی برد؛ ضمن اینکه پیشینه پژوهش نیز دلالت مستقیم بر این امر دارند. در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

کیخا (۱۴۰۰) با انجام تحقیقی میدانی دریافت رهبری هوشمند با ضریب مسیر (۰/۳۳) بر عملکرد آموزشی تأثیرگذار است و مؤلفه رهبری جمعی با ضریب مسیر (۰/۳۸) بیشترین تأثیر را بر عملکرد آموزشی اعضای هیأت علمی دارد. با برآزش الگوی مفهومی پژوهش، فرض بر آن شد که رهبری هوشمند به عنوان متغیر مکنون به طور مستقیم بر عملکرد آموزشی اعضای هیأت علمی تأثیر می‌گذارد [۳۳].

قنبری و عبدالملکی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای به این نتایج دست یافتند که رهبری اخلاقی اثر مستقیم مثبت (۰/۲۶)، اثر غیرمستقیم مثبت (۰/۳۹۶) و اثر کل مثبت (۰/۶۵۶) و معنادار بر وفاداری سازمانی در سطح ۰/۰۵ دارد. متغیر فضیلت سازمانی نیز اثر مستقیم مثبت (۰/۶۲) و معنادار بر متغیر وفاداری سازمانی در سطح ۰/۰۵ دارد. متغیر رهبری اخلاقی با ضریب مسیر غیرمستقیم به واسطه فضیلت سازمانی اثر غیرمستقیم، مثبت و معنادار بر متغیر وفاداری سازمانی است [۳۴].

زینی‌وند و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی نشان دادند: رهبری هوشمند بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین، هریک از ابعاد رهبری هوشمند، یعنی بعد عقلایی، بعد هیجانی و بعد معنوی نیز به نوبه خود بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارند [۳۵].

حجازی و نظریوری (۱۳۹۹) در تحقیقی نشان دادند «آگاهی درخصوص موقعیت» با ضریب تشخیص (۰/۸۹۲) مهم‌ترین بعد رهبری هوشمند را تشکیل می‌دهد. همچنین، «مهارت اجتماعی» و «خودآگاهی» به عنوان مهم‌ترین ابعاد هوش عاطفی، بر رهبری هوشمند تأثیر مهمی دارند [۳۶].

شفیعی و فضل‌الهی قمشی (۱۳۹۸) به مطالعه «رابطه مدیریت دانش و رهبری هوشمند با یادگیری سازمانی» پرداختند. یافته‌ها نشان داد بین سه متغیر مورد پژوهش، رابطه وجود دارد و همچنین، رهبری هوشمند

اما آن دسته از رفتارهایی که در شرح شغل ذکر نشده‌اند، بر مبنای سیاست‌های نانوشته یا هنجارهای فرهنگ سازمانی است [۲۰]. وفاداری سازمانی به عنوان یکی از مهم‌ترین نگرش‌های سازمانی، مهم‌ترین عامل اثرگذار بر عملکرد کارکنان است [۲۱]. وفاداری سازمانی شامل دو بعد است: بعد وفاداری نگرشی و بعد وفاداری رفتاری. وفاداری نگرشی نوعی احساس پیوند، تقابل و اعتماد به همراه درک و اعتقاد قوی به پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمانی است. وفاداری نگرشی تمایل شدید به حفظ عضویت در سازمان محل استخدام، تلاش زیاد در قبال سازمان یا فراتر از توان خود عمل کردن در جهت منافع سازمان است. وفاداری رفتاری زمانی ایجاد می‌شود که فرد با نوع خاصی از رفتار هویت می‌یابد و نگرش خود را با آن رفتار هماهنگ می‌کند [۲۲].

از طرف دیگر، رفتار رهبری یکی دیگر از عوامل مهمی است که تأثیر زیادی بر اثربخشی دانش در سازمان دارد و همچنین وفاداری سازمانی تأثیر زیادی بر دانش آفرینی سازمان می‌گذارد. دانش به عنوان کلیدی برای مزیت رقابتی پایدار برای تمام سازمان‌های موفق در حال رشد است و ظرفیت یک سازمان را برای اقدام مؤثر افزایش می‌دهد [۲۳]. بیشتر سازمان‌ها مخزن گسترده‌ای از دانش را دارند و در فرایندهای سازمانی، بهترین شیوه‌ها، دانش فنی، اعتماد مشتری، سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت، فرهنگ و هنجارها قرار هستند [۲۴]. دانش در سازمان همواره به عنوان منبع راهبری مطرح بوده و دانش آفرینی، انتشار و به کارگیری دانش اصلی سازمان است [۲۵]. نوناکا تا کوچی برای نخستین بار، مفهوم دانش آفرینی سازمانی را مطرح کرد و بعد از او اندیشمندان زیادی به بحث درباره این موضوع پرداختند. دانش آفرینی یک فرآیند تعالی بخش است که در طول آن افراد با کسب زمینه جدی، دیدگاه و دانش تازه‌ای از جهان به دست آورده، مرز خود قدیمی را به خود جدید افزایش می‌دهند. دانش آفرینی از بودن به شدن است که طی آن سطوح خرد و کلان با همدیگر تعامل دارند و تغییرات در هر دو سطح رخ می‌دهد. یک فرد (سطح خرد) به وسیله محیطی که در تعامل با آن است (سطح کلان)، تحت تأثیر قرار می‌گیرد و بر آن تأثیر می‌گذارد [۲۶]. طبق الگو نوناکا و تا کوچی دانش آفرینی سازمانی با ابعاد اجتماعی سازی، بیرونی سازی، ترکیب سازی و درونی سازی به منظور درک پویایی دانش در سازمان ارائه شده و شامل چهار سبک تبدیل دانش، از دانش ضمنی یا اجتماعی سازی، از دانش ضمنی به دانش صریح یا بیرونی سازی، از دانش صریح به دانش صریح یا ترکیب و از دانش صریح به دانش ضمنی یا درونی سازی است. دانش آفرینی سازمانی، توانایی سازمان به عنوان یک کل در ایجاد دانش، انتشار و تجسم بخشیدن دانش در خدمات، محصولات و سازمان‌هاست [۲۷]. الگوی دانش آفرینی تمرکز خود را بر دو نوع دانش آشکار و پنهان قرار داده است و به تبدیل آن‌ها به یکدیگر و نیز چگونگی ایجاد آن در کلیه سطوح سازمانی (فردی، گروهی و سازمانی) کمک می‌کند.

دانش آفرینی سازمانی را به عنوان فرآیند در دسترس ساختن و توسعه دانش ایجاد شده توسط کارکنان و نیز شکل دادن و ارتباط دادن آن با

هوشمند معنوی و تعهد کارکنان پرداختند. نتایج نشان داد رهبری هوشمند معنوی بر تعهد کارکنان اثر مثبت دارد [۴۷]. نتایج پژوهش جیانگ (۲۰۱۹) نشان داد بین دانش‌آفرینی سازمانی و گرایش کارآفرینی، رابطه مثبت وجود دارد [۴۸]. سالما (۲۰۲۰) طی پژوهشی دریافت که رابطه مثبت و معنادار بین مدیریت دانش و وفاداری سازمانی وجود دارد. سوکور (۲۰۲۰)، در مطالعه‌ای نشان داد استرس شغلی تأثیر چشمگیری بر وفاداری سازمانی و قصد ترک سازمان دارد [۴۹].

درحقیقت آنچه اهمیت پرداختن به مطالعه حاضر را ضروری می‌کند، نارسایی‌های قابل توجه در مطالعات گذشته در زمینه بررسی تأثیر متغیرهای ذکرشده در این پژوهش در سطح آموزش و پرورش و مدارس متوسطه است. به‌طور کلی، مطالعات اندکی در ارتباط با رهبری هوشمند، وفاداری سازمانی و درنهایت، دانش‌آفرینی، به‌خصوص با یکدیگر، در داخل ایران انجام شده است و اینکه مرور مطالعات انجام‌شده در این زمینه، تأکید پژوهشگران بر اهمیت این متغیرها را در سازمان‌های مختلف نشان می‌دهد؛ اما بیشتر این مطالعات به‌صورت جداگانه و آن هم در سطح سازمان‌های غیرآموزشی صورت گرفته‌اند و درباره اهمیت آن در سازمان‌های آموزشی غفلت شده است؛ و این متغیرها در کنار یکدیگر بررسی نشده‌اند؛ بنابراین، با توجه به اهمیت نقش رهبری هوشمند در دستیابی به اهداف سازمان آموزش و پرورش، ایجاد دانش‌آفرینی سازمانی و تحقق وفاداری ضروری است. همچنین، در پژوهش‌های داخل کشور، خلأ و کمبود پژوهش در زمینه رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی و دانش‌آفرینی سازمانی در معلمان احساس شد و همچنین، باید تأکید کرد اهمیت این موضوع، به‌ویژه در مدارس متوسطه دوم، به سبب توجه به مهارت‌های متعدد و حساسیت از جهت انتخاب رشته تحصیلی دانشجویی دانش‌آموزان قابل توجه است. با توجه به اینکه استان چهارمحال و بختیاری یک منطقه محروم است و شرایط حاکم بر آن کاملاً متفاوت از کلان‌شهرهاست، نیروی انسانی متعهد و مسئول می‌تواند به کاهش این شکاف کمک کند. بر این اساس، محقق درصدد یافتن پاسخ علمی به این سؤال است که آیا بین سبک رهبری هوشمند با وفاداری سازمانی با میانجی‌گری دانش‌آفرینی سازمانی در مدارس دوره دوم متوسطه استان چهارمحال و بختیاری رابطه وجود دارد؟ در راستای پاسخ به این سؤال فرضیه‌های زیر بررسی و الگوی مفهومی زیر ارائه شد:

فرضیات پژوهش

رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی معلمان استان چهارمحال و بختیاری تأثیر مثبت و معنادار دارد.
رهبری هوشمند بر دانش‌آفرینی سازمانی معلمان استان چهارمحال و بختیاری تأثیر مثبت و معنادار دارد.
رهبری هوشمند به‌واسطه دانش‌آفرینی سازمانی بر وفاداری سازمانی معلمان استان چهارمحال و بختیاری تأثیر مثبت و معنادار دارد.

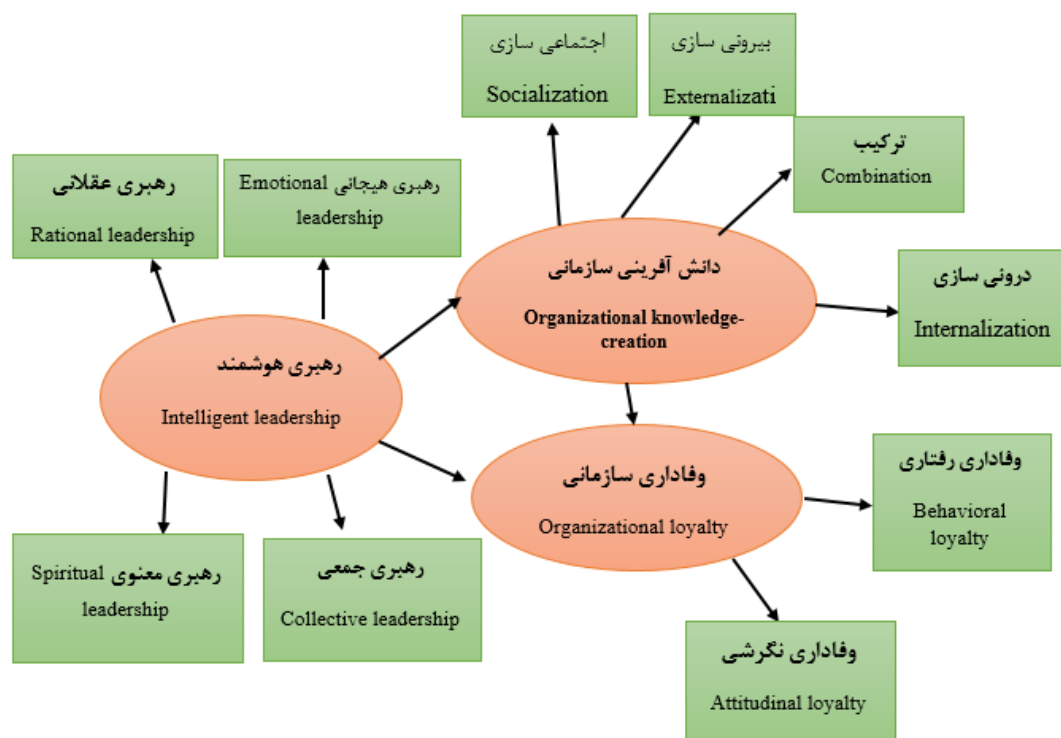
و یادگیری سازمانی دارای رابطه مثبت و معنادارند. مدیریت دانش و رهبری هوشمند دارای رابطه مثبت و معنادار است [۳۷].
کیخا (۱۳۹۶) طی پژوهشی به این نتایج دست یافت که رهبری هوشمند با تأکید بر مدیریت هدف و عواطف، احساس و معنا و توسعه روحیه تیمی بر عملکرد آموزشی تأثیرگذار است [۵]. نتایج پژوهش اسماعیلی و همکاران (۱۳۹۶) نشان داد رضایت شغلی بر وفاداری سازمانی و وفاداری سازمانی بر عملکرد شغلی تأثیر مثبت دارد [۳۸].
نتایج پژوهش ولی‌پور (۱۳۹۵) نشان داد بین حمایت سازمانی ادراک‌شده با وفاداری سازمانی رابطه وجود دارد [۳۹]. عباس‌زاده و همکاران (۱۳۹۴) با انجام مطالعاتی دریافتند براساس نتایج تحلیل رگرسیونی، به‌ترتیب آثار ابعاد جامعه‌پذیری، ترکیب و درونی‌سازی سازه دانش‌آفرینی بر متغیر وابسته (ظرفیت انطباق‌پذیری سازمانی) معنی‌دار است و متغیرهای یادشده توانستند ۵۹٪ تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند [۴۰].

اردلان و همکاران (۱۳۹۴) طی پژوهشی به این نتایج دست یافتند که رهبری هوشمند اثر مستقیم و مثبت بر کارآفرینی اجتماعی و یادگیری سازمانی دارد [۴۱]. میرکمالی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی نشان دادند عوامل مرتبط با دانش‌آفرینی دانشگاهی در سه بعد عوامل سازمانی، فردی و پشتیبانی دسته‌بندی شدند و مؤلفه‌های آن شامل فرهنگ دانش‌آفرینی، ساختار توانمندساز، شبکه دانش، توسعه منابع انسانی، فرصت مطالعاتی، دوره‌های تحصیلات تکمیلی، مدیریت مشارکتی، ارتباطات میان‌رشته‌ای، سرمایه اجتماعی، یادگیری فردی، مسئولیت‌های تدریس برای دانش‌آفرینی، عوامل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، کتابخانه و آزمایشگاه، هستند [۴۲].

مزدای (۲۰۱۲) به ارائه الگوی چندگانه رهبری هوشمند پرداخت و به این نتایج رسید که رهبری هوشمند، بهتر می‌تواند پدیده‌های رهبری را در سطوح مختلف، فردی، تیمی، سازمانی، اجتماعی، منطقه‌ای و جهانی توصیف کند [۴۳].

گلدنبرگ و کنتاد (۲۰۱۳) به مطالعه رهبری هوشمند در سازمان‌های مبتنی بر دانش پرداختند. یافته‌ها نشان داد رهبری هوشمند فاصله بین رهبران دانشگاهی و اعضای هیأت‌علمی را کاهش می‌دهد و با پرورش تفکر انتقادی، بر عملکرد اعضای هیأت‌علمی تأثیر می‌گذارد [۴۴].

کاناتلی (۲۰۱۷) به ارائه الگو رهبری توزیع‌شده در دانش‌آفرینی سازمانی پرداخت و نتایج نشان داد اشکال مختلف رهبری توزیع‌شده در ایجاد دانش بین وفاداری سازمانی در طول زمان تأثیر دارد [۴۵]. اکبر و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود به این نتایج رسیدند که دانش‌آفرینی سازمانی، توانایی سازمان به‌عنوان یک کل در ایجاد دانش، انتشار و تجسم‌بخشیدن دانش در خدمات، محصولات و سازمان‌ها است [۲۷].
ارکو شوباک (۲۰۱۸) طی پژوهشی به این نتایج دست یافت که رابطه مثبت و معنادار بین عدالت رویه‌ای و وفاداری سازمانی وجود دارد [۴۶].
واتسون و کوفیه (۲۰۱۸)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین رهبری



شکل ۱: الگوی مفهومی پژوهش

Fig. 1: The conceptual model of research

روش پژوهش

همچنین، مقدار آزمون بارتلت $4829/638$ و درجه آزادی 231 و سطح معنادار $(0/001)$ تأیید شد. پرسشنامه دانش آفرینی سازمانی با مقدار شاخص KMO برابر $(0/939)$ (بیشتر از $0/6$) است. همچنین، مقدار آزمون بارتلت $3362/482$ و درجه آزادی 105 و سطح معنادار $(0/001)$ تأیید شد.

اطلاعات جدول شماره (۲) نشان می‌دهد در تمام شاخص‌های برازش متغیر رهبری هوشمند، استانداردهای مربوط رعایت شده و ضرایب به‌دست‌آمده شاخص‌های $TLI=0/947$ ، $CFI=0/954$ ، $PCFI=0/824$ و $RMSER=0/057$ برازش خوبی از الگو را نشان داده است. در تمام شاخص‌های برازش متغیر وفاداری سازمانی، استانداردهای مربوطه رعایت شده است و ضرایب به‌دست‌آمده شاخص‌های $TLI=0/973$ ، $CFI=0/991$ و $PCFI=0/330$ و $RMSER=0/071$ از الگو را نشان داده است. در متغیر دانش آفرینی سازمانی، استانداردهای مربوطه رعایت شده است و ضرایب به‌دست‌آمده شاخص‌های $TLI=0/950$ ، $CFI=0/961$ و $PCFI=0/759$ و $RMSER=0/068$ از الگو را نشان داده است. سه متغیر با داده‌های به‌دست‌آمده، برازش و تأیید شده است. روش‌های آماری استفاده‌شده شامل آمار توصیفی و آمار استنباطی نظیر آزمون‌های ضریب همبستگی، پارامتریک تحلیل عاملی و تحلیل مسیر برای بررسی ارتباط بین متغیر ملاک و متغیر پیش‌بین به کمک نرم‌افزار Amos v 23 و Spss v 25 بود.

روش پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ اجرا توصیفی و از نوع مطالعات همبستگی و به‌ویژه الگویابی معادلات ساختاری، کوواریانس محور بود. جامعه آماری شامل کلیه معلمان مقطع متوسطه دوم استان چهارمحال و بختیاری به تعداد 2687 نفر بودند. نمونه‌گیری بر مبنای فرمول کوکران انجام شد که تعداد 337 نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. برای طبقات جامعه پژوهش نوع منطقه (برخوردار، نیمه‌برخوردار و محروم)، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبتی استفاده شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های محقق‌ساخته رهبری هوشمند براساس الگو سیدانمانلاکا (۲۰۰۸) شامل چهار بعد رهبری معنوی، هیجانی، عقلانی و جمعی در ۲۲ گویه در طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت استفاده شد. پرسشنامه محقق‌ساخته دانش آفرینی سازمانی براساس الگوی نونوکا و تاکوچی (۲۰۰۶)، در چهار بعد اجتماعی‌سازی، درونی‌سازی، برونی‌سازی و ترکیب‌سازی بود که در ۱۵ گویه طراحی شد. پرسشنامه وفاداری سازمانی از ولز و همکاران (۲۰۱۱) دارای ۷ گویه و دو بعد وفاداری نگرشی و وفاداری رفتاری در طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت بود. برای تعیین پایایی و روایی پرسشنامه‌ها از تکنیک‌های آلفای کرونباخ و تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی مرتبه دوم استفاده کردیم. آلفای کرونباخ رهبری هوشمند $(0/95)$ ، وفاداری سازمانی $(0/90)$ و دانش آفرینی سازمانی $(0/94)$ محاسبه شد. پرسشنامه رهبری هوشمند محقق‌ساخته با مقدار شاخص KMO برابر $(0/955)$ (بیشتر از $0/6$) است.

یافته‌ها

منطقه نیمه‌برخوردار و (۲۳/۷۴) درصد محروم بودند و همچنین، (۴۷/۲) درصد از معلمان دارای مدرک لیسانس بودند که درصد بیشتری از نمونه آماری پژوهش را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به جدول (۳)، چون مقادیر ستون کشیدگی در بازه $+10$ و -10 و چولگی در بازه $+3$ و -3 قرار دارند، شرط نرمال بودن برای اجرای الگو ساختاری برقرار است.

توصیف نمونه آماری پژوهش براساس جنسیت و ناحیه آموزش و پرورش نشان داد (۵۵/۸) درصد از نمونه آماری پژوهش را زنان و (۴۴/۲) درصد را مردان تشکیل داده‌اند؛ بنابراین، زنان درصد بیشتری از نمونه آماری پژوهش را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین، نتایج نشان داد به ترتیب (۴۳/۴۲) درصد نمونه آماری از منطقه برخوردار، (۳۳/۸۳) درصد از

جدول ۱: شاخص‌های ارزیابی روایی و پایایی ابزار رهبری هوشمند، دانش آفرینی سازمانی و وفاداری سازمانی

Table 1: Validity and reliability evaluation indicators of the variables intelligent leadership, organizational loyalty and organizational knowledge-creation.

پایایی Reliability	روایی ممیز Controller validity			روایی همگرا Convergent validity	سؤالات Items	ابعاد Domension
	پایایی مرکب Compositional reliability	آلفای کراباخ Cronbach's Alpha	HTMT	بارهای عاملی متقاطع Cross factor loadings		
905%	95%				0/655	رهبری هوشمند Intelligent leadership
91%	90%	تأیید Confirmed	تأیید Confirmed	تأیید Confirmed	669%	وفاداری سازمانی Organizational loyalty
908%	94%				%/711	دانش آفرینی سازمانی Organizational knowledge-creation

جدول ۲: تحلیل عاملی مرتبه دوم (رهبری هوشمند، دانش آفرینی سازمانی و وفاداری سازمانی)

Table 2: second-order factor analysis (intelligent leadership, organizational loyalty and organizational knowledge creation)

برازش الگو Fitness of model	سطح معناداری Significance level	برازش مقتصد Parsimonious fit			برازش تطبیقی Comparative fit			متغیر Variable
		MSEA	X2	DF	PCFI	CFI	TLI	
تأیید Confirmed	0/01	0/057	2/85	202	0/834	0/957	0/947	رهبری هوشمند Intelligent leadership
تأیید Confirmed	0/01	0/051	18/89	7	0/330	.991	.973	وفاداری سازمانی Organizational loyalty
تأیید Confirmed	0/01	0/053	213/45	83	0/759	.961	.950	دانش آفرینی سازمانی Organizational knowledge-creation

جدول ۳: بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

Table 3: Examining the normality of data distribution

شاخص index	متغیر Variable		
	کشدگی kurtosis	چولگی (کجی) skewness	میانگین mean
	-0/37	-0/21	5/00
	0/50	-0/70	5/00
	0/51	-0/62	5/00

نتایج جدول (۶) نشان داد ضریب رگرسیون میان رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی ۰/۴۶ در سطح (P=۰/۰۰۱) معنادار است. با توجه به اطلاعات به دست آمده از شکل (۲)، ضریب استاندارد میان رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی (۰/۵۴) در سطح (p= ۰/۰۰۱) معنادار است. طبق جدول (۶) و شکل (۲)، به علت معنادار بودن رابطه، می توان به بررسی میانجی گری متغیر دانش آفرینی سازمانی پرداخت. با بررسی اطلاعات جدول (۷) مشخص شد اثر کامل رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی باز بوده و سایر مسیرها بسته شده است تا اثر کامل رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی قبل از وارد شدن متغیر دانش آفرینی سازمانی مشخص شود. نتایج نشان داد ضریب رگرسیون بین رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی برابر است با (۰/۰۶) که در سطح (p=۰/۰۰۱) معنادار است و ضریب رگرسیون میان رهبری هوشمند و دانش آفرینی سازمانی (۰/۳۹) و میان دانش آفرینی سازمانی و وفاداری سازمانی (۰/۹۸) در سطح (p= ۰/۰۰۱) معنادار است.

با توجه به جدول شماره (۴)، میانگین رهبری هوشمند (۳/۶۱)، وفاداری سازمانی (۴/۱۵) و دانش آفرینی سازمانی (۴/۲۴) بود. و انحراف معیار رهبری هوشمند (۰/۶۷)، وفاداری سازمانی (۰/۶۴) و دانش آفرینی سازمانی (۰/۶۰) بود. و همچنین خطای استاندارد رهبری هوشمند (۰/۴)، وفاداری سازمانی (۰/۴) و دانش آفرینی سازمانی (۰/۳) بود. رهبری هوشمند بین مدیران مدارس، مطلوب و مناسب است. وضعیت وفاداری سازمانی معلمان و همچنین، وضعیت دانش آفرینی سازمانی در معلمان نیز مطلوب است.

با توجه به جدول (۵)، ضریب همبستگی بین رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی (۰/۴۹) و رهبری هوشمند و دانش آفرینی سازمانی (۰/۴۸) و دانش آفرینی و وفاداری سازمانی (۰/۸۶) برآورد شد. بین رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی در سطح (۰/۰۰۱) رابطه مثبت و معنادار وجود دارد و همچنین، نتایج نشان داد بین دانش آفرینی سازمانی و وفاداری سازمانی در سطح (۰/۰۰۱) رابطه مثبت و معنادار است.

جدول ۴: وضعیت رهبری هوشمند، وفاداری سازمانی و دانش آفرینی سازمان

Table 4: status of intelligent leadership, organizational loyalty and organizational knowledge-creation

وضعیت Status	سطح معناداری Sig (2-tailed)	فاصله اطمینان ۹۵٪ Confidence Interval		آماره T	تفاوت میانگین Mean difference	میانگین مفروض Working mean	FD درجه آزادی	خطای استاندارد SE	SD انحراف استاندارد	ave میانگین	متغیر مورد سنجش variable
		بالا High	پایین low								
مطلوب Favourable	0/001	0/68	0/53	16/53	0/61	3	336	0/04	0/67	3/61	رهبری هوشمند intelligent leadership
مطلوب Favourable	0/001	1/22	1/08	32/85	1/15	3	336	0/04	0/64	4.15	وفاداری سازمانی Organizational loyalty
مطلوب Favourable	0/001	1/3	1/17	38/8	1/24	3	336	0/03	0/60	4/24	دانش آفرینی سازمانی Organizational knowledge-creation

جدول ۵: ضریب همبستگی بین متغیرهای رهبری هوشمند و دانش آفرینی سازمانی و وفاداری سازمانی

Table 5: correlation coefficient between variables

وفاداری سازمانی Organizational loyalty	رهبری هوشمند Intelligent leadership	رابطه بین متغیرها Relationships between variables
	0/495**	ضریب همبستگی correlation coefficient وفاداری سازمانی Organizational loyalty
0/863**	0/484**	ضریب همبستگی correlation coefficient دانش آفرینی سازمانی Organizational knowledge-creation

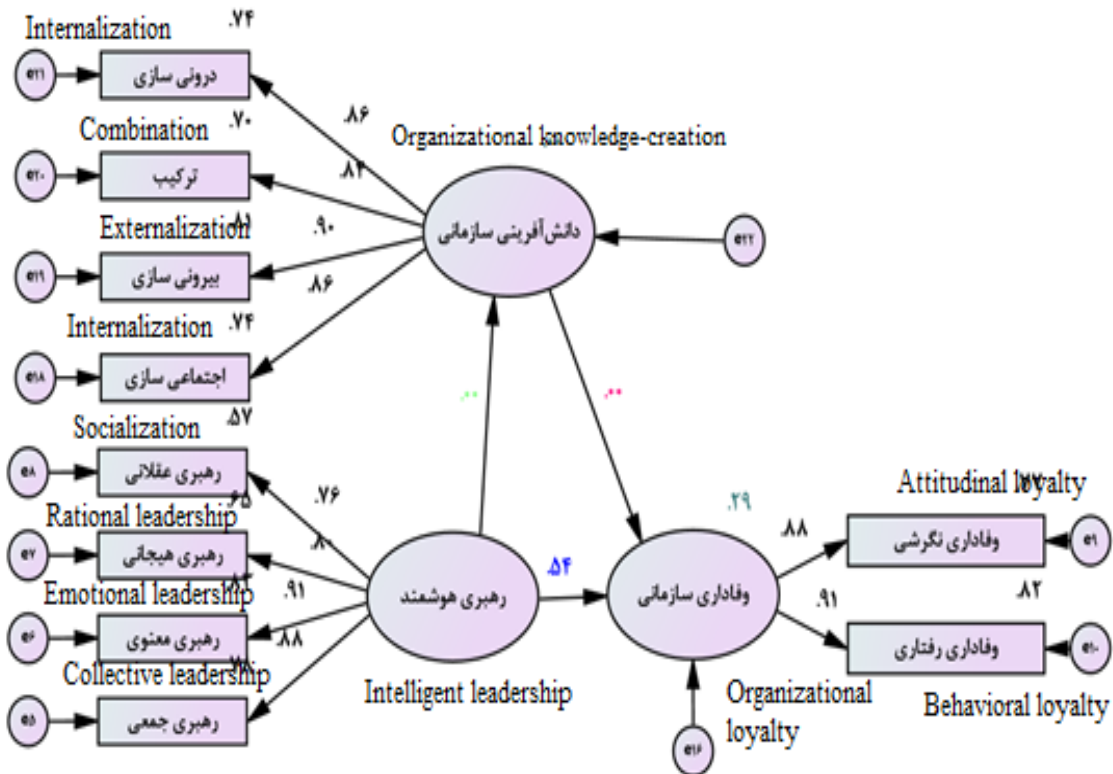
** همبستگی در سطح ۰/۰۰۱ معنادار است (۲ طرفه)
Correlation is significant at the level of 0.001 (two sided)

جدول ۶: نتیجه ضرایب رگرسیونی مسیر الگو با اثر کامل
Table 6: Estimating the effect

برچسب Tag	سطح معناداری SL	نسبت بحرانی C.R.	خطای استاندارد S.E.	برآورد ضرایب Estimation of coefficients	متغیر وابسته DV	مسیر path	متغیرهای پیش‌بین predictor variables
C1	0/001	8/96	0/05	0/46	وفاداری سازمانی Organizational loyalty	<---	رهبری هوشمند intelligent leadership

جدول ۷: نتیجه ضرایب رگرسیونی مسیر مدل با اثر میانجی
Table 7: Result of the regression coefficients of the model path with mediation effect

برچسب Tag	سطح معناداری SL	نسبت بحرانی C.R.	خطای استاندارد S.E.	برآورد ضرایب Estimation of coefficients	متغیر وابسته DV	مسیر path	متغیرهای پیش‌بین predictor variables
A1	0/001	8.90	.04	.39	دانش‌آفرینی سازمانی Organizational knowledge-creation	<---	رهبری هوشمند intelligent leadership
C1	0/001	2.13	.03	.06	وفاداری سازمانی Organizational loyalty	<---	رهبری هوشمند intelligent leadership
B1	0/001	17.57	.06	.98	وفاداری سازمانی Organizational loyalty	<---	دانش‌آفرینی سازمانی Organizational knowledge-creation



شکل ۲: مدل معادله ساختاری متغیرهای پژوهش
Fig. 2: Structural equation model of the principal variables

ضریب (۰/۴۵) در سطح (p=۰/۰۰۱) و با اثر غیرمستقیم و ضریب (۰/۳۹) در سطح (p=۰/۰۰۱) معنادار است و با اثر میانجی و ضریب ۰/۰۰۶ در سطح معناداری (p=۰/۰۰۵) نقش میانجی را دارد. با توجه به اینکه این اثر از طریق دانش آفرینی سازمانی بر وفاداری سازمانی وارد می‌شود، نقش واسطه‌ای دانش آفرینی سازمانی در رابطه بین رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی تأیید می‌شود. پس دانش آفرینی سازمانی با نقش میانجی موجب بهبود وفاداری سازمانی معلمان می‌شود؛ بنابراین، فرضیه سوم پژوهش تأیید می‌شود.

طبق نتایج گزارش شده از جدول (۱۰)، شاخص‌های ارزیابی کلیت الگوی معادله ساختاری، با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها نشان می‌دهد الگوی مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شود. به عبارت دیگر، برازش داده‌ها به الگو برقرار است و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت الگوی معادله ساختاری دارند.

با توجه به شکل (۳)، ضریب استاندارد میان رهبری هوشمند و وفاداری سازمانی برابر است با (۰/۰۸) که در سطح (p=۰/۰۰۱) معنادار است و ضریب استاندارد میان رهبری هوشمند و دانش آفرینی سازمانی (۰/۵۰) و میان دانش آفرینی سازمانی و وفاداری سازمانی (۰/۹۱) در سطح (p=۰/۰۰۱) معنادارند.

طبق نتایج گزارش شده در جدول (۸)، ضریب رگرسیون میان رهبری هوشمند و دانش آفرینی سازمانی (۰/۴۰) و میان دانش آفرینی سازمانی و وفاداری سازمانی (۰/۹۴) در سطح (p=۰/۰۰۱) معنادار است.

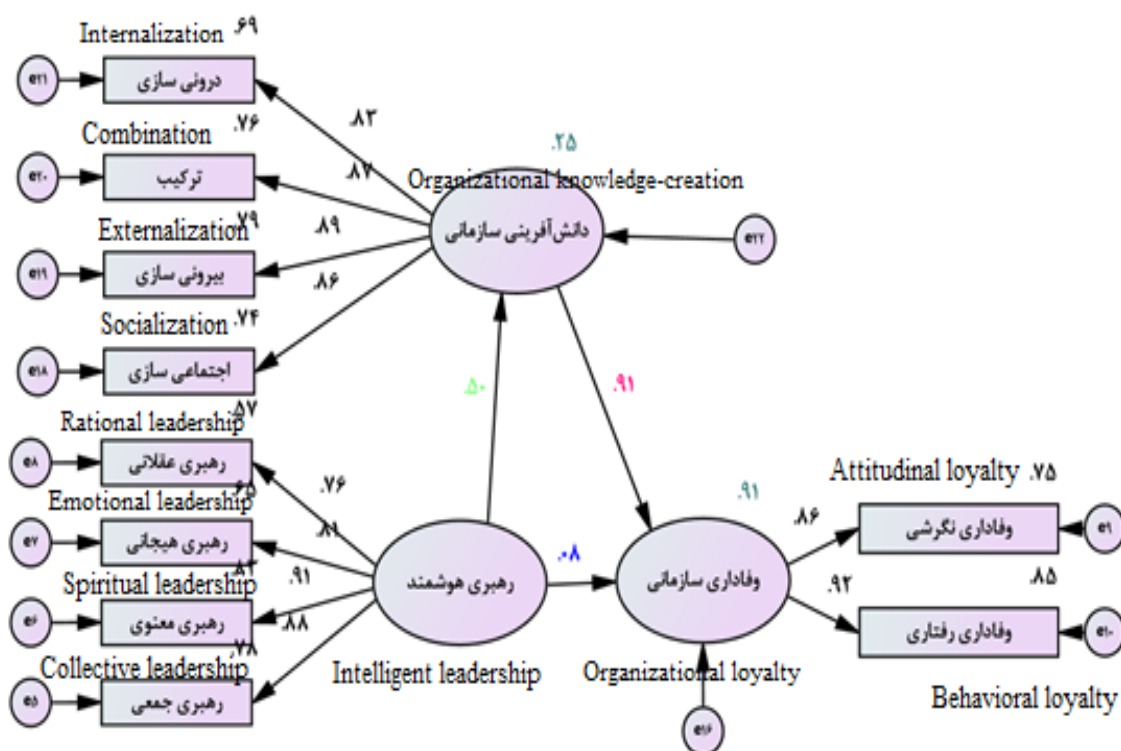
مطابق نتایج گزارش شده، ضرایب استاندارد میان رهبری هوشمند و دانش آفرینی سازمانی (۰/۵۲) و میان دانش آفرینی سازمانی و وفاداری سازمانی (۰/۹۵) در سطح (p=۰/۰۰۱) معنادارند.

طبق نتایج گزارش شده، متغیر دانش آفرینی سازمانی تأثیر مثبت رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی را میانجی‌گری می‌کند. رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی معلمان از طریق دانش آفرینی سازمانی با اثر کل و

جدول ۸: نتایج ضرایب رگرسیونی مسیرهای غیرمستقیم الگوی پیش‌بینی

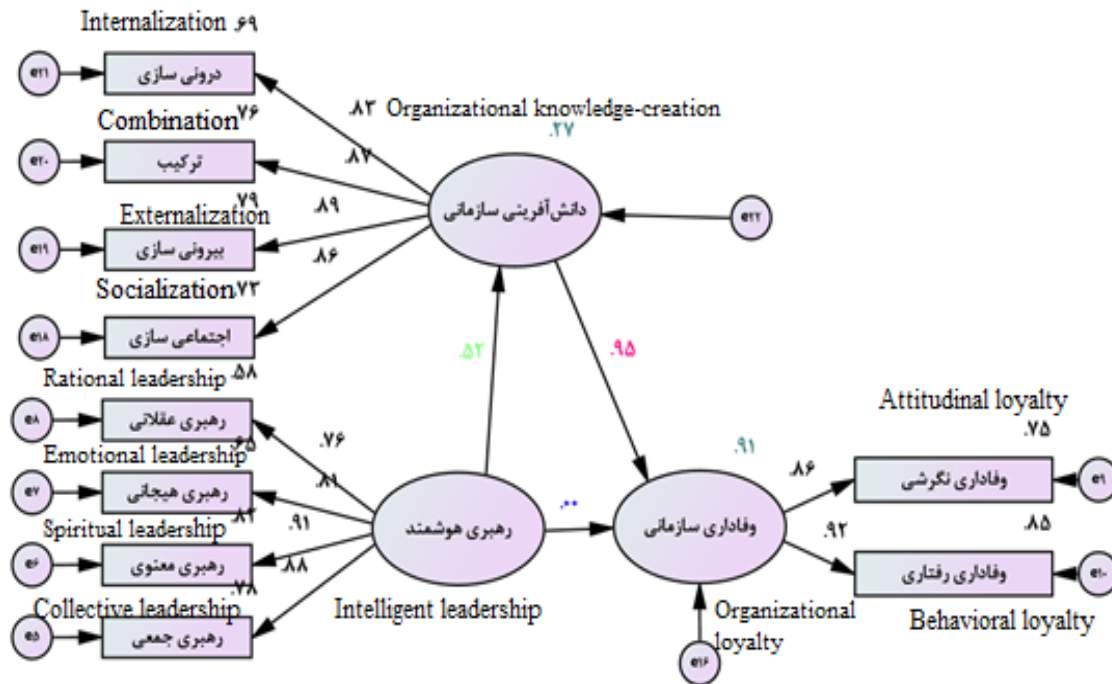
Table 8: Results of the indirect effects of mediation variable (organizational knowledge-creation)

برچسب Tag	سطح معناداری SL	نسبت بحرانی C.R.	خطای استاندارد S.E.	برآورد ضرایب complete effect	متغیر وابسته DV	مسیر Path	متغیرهای پیش‌بین IV
A	0/001	9.03	.04	0/40	دانش آفرینی سازمانی Organizational knowledge-creation	<---	رهبری هوشمند intelligent leadership
B	0/001	19.14	.05	0/94	وفاداری سازمانی Organizational loyalty	<---	دانش آفرینی سازمانی Organizational knowledge-creation



شکل ۳: نتایج ضرایب مسیرهای الگو با اثر میانجی‌گری

Fig. 3: Results of the coefficients of path models with mediation effect



شکل ۴) ضرایب مسیرهای غیرمستقیم الگو پیش بینی
 Fig. 4: Coefficients of indirect paths of prediction model

جدول ۹: نتایج الگو میانجی (دانش آفرینی سازمانی)

Table (9) results of the indirect effects of mediation variable (organizational knowledge-creation)

برچسب Tag	اثر میانجی C' Mediation effect C'	سطح معناداری SL	اثر غیرمستقیم (a*b) Indirect effect (a*b)	سطح معناداری SL	اثر کامل C complete effect C	متغیر وابسته DV	مسیر Path	متغیر مستقل IV
C	0/60	0/001	0/39	0/001	0/45	وفاداری سازمانی Organizational loyalty	<---	رهبری هوشمند intelligent leadership

جدول ۱۰: برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت الگوی معادله ساختاری

Table 10: estimating the values of evaluation indicators of the structural equation model generality

هولتر Holter	برازش مقتصد Parsimonious fit		برازش تطبیقی Comparative fit			برازش مطلق Absolute fit		شاخص index
	MSEA	CMIN/DF	DF	PCFI	CFI	TLI	CMIN	
123	0/074	2/85	2839	0/932	0/912	0/726	8116/786	مقدار value

که رهبری اخلاقی به واسطه فضیلت سازمانی بر متغیر وفاداری سازمانی تأثیر دارد [۳۴]. زینی‌وند و همکاران، در پژوهشی نشان دادند رهبری هوشمند بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد [۳۵]. آرنی [۵۰]، غمشادی‌زاده و همکاران [۵۱] ارکوشوباک، طی پژوهشی به این نتایج دست یافت که رابطه مثبت و معنادار بین عدالت رویه‌ای و وفاداری سازمانی وجود دارد [۴۵]. واتسون و کوفیه، در

بحث و نتیجه‌گیری

هدف مطالعه حاضر، بررسی نقش رهبری هوشمند بر وفاداری سازمانی با تحلیل نقش میانجی‌گری دانش آفرینی سازمانی بود. نتایج نشان داد بین رهبری هوشمند و دانش آفرینی سازمانی با وفاداری سازمانی همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های قبلی و همکاران، طی پژوهشی به این نتایج دست یافتند

از رفتارهای معلمان که نشان‌دهنده وفاداری سازمانی معلمان است (همچون بدون خطر کارکردن، رعایت قوانین، پیروی از دستورات، حفظ کیفیت خروجی‌ها و ...) در شرح شغل کارکنان تعیین شده است؛ اما آن دسته از رفتارهایی که در شرح شغل ذکر نشده‌اند (نظیر تا دیر وقت کارکردن برای تکمیل یک پروژه، شرکت در فعالیت‌های فوق برنامه، مشارکت در همکاری‌های آموزش و پرورش، ارائه پیشنهاد و باقی ماندن در آموزش و پرورش)، بر مبنای سیاست‌های نانوشته یا هنجارهای فرهنگ سازمانی هستند. رهبری هوشمند در ایجاد این هنجارها و فرهنگ سازمانی نقش و تأثیر بسزایی دارد.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادت زیر ارائه می‌شود:

- با توجه به تأثیر رهبری هوشمند بر دانش‌آفرینی و وفاداری سازمانی، می‌توان گفت حتماً متولیان آموزش و پرورش برای مدیران سطوح مختلف به برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای آشنایی با ابعاد رهبری هوشمند بپردازند؛ برای مثال، به برگزاری کارگاه flip it over برای تدریس و آموزش رهبری هوشمند اقدام شود.

- به مدیران مدارس پیشنهاد می‌شود با همکاری معلمان به تعیین اهداف پرداخته و در صورت ایجاد مشکل، از نظرات و پیشنهادات معلمان استفاده کنند؛ زیرا باعث می‌شود تا معلمان خود را در تحقق اهداف سهیم بدانند و تمام تلاش خود را در جهت تحقق اهداف سازمان انجام دهند.

- توصیه بعدی این است که دست‌اندرکاران امور آموزشی با انعطاف‌پذیری و توجه به ابعاد روانشناسی سازمانی، محیط امن روانی ایجاد کنند تا با ایجاد تعاملات صمیمانه، بستری برای ابراز عقاید و طرح‌های نوآورانه مهیا شود و دانش‌آفرینی سازمانی بین معلمان اتفاق بیفتد. پیشنهاد می‌شود برای درونی کردن دانش سازمانی به ایده‌های نو، افکار خلاق و اندیشه‌های نوین معلمان ارجح نهاد شود و از این افراد تقدیر به عمل آید.

و در نهایت اینکه مدیران با معلمین طوری رفتار کنند که باور کنند بخش مهمی از نظام آموزشی بوده و عهده‌دار وظایف و نقش‌هایی حساسند؛ برای مثال، مدیران، معلمان را در تصمیم‌گیری و انجام فعالیت‌ها مشارکت دهند؛ به گونه‌ای که احساس کنند حضور معلمان در مدرسه ضروری است و این باعث می‌شود وفاداری و تعهد و وابستگی معلمان به نظام آموزش پایدارتر شود و انگیزه و تمایل آن‌ها در انجام فعالیت‌ها بالا رود.

از مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش حاضر، کمبود منابع و پیشینه پژوهش‌های جدید در زمینه متغیرهای پژوهش برای مقایسه نتایج بود. از دیگر محدودیت‌های پژوهش حاضر، انتخاب اعضای نمونه، تنها در بین معلمان مقطع متوسطه دوم استان چهارمحال و بختیاری بود که تعمیم یافته‌های این پژوهش را به تمام مدارس کشور با محدودیت مواجه می‌کند. بنابراین، توصیه می‌شود در سایر مدارس کشور نیز چنین پژوهشی انجام شود. همچنین، محدودیت بعدی، عدم حضور معلمین و دسترسی نداشتن به آنان در مدارس برای توزیع پرسش‌نامه‌ها بود که

پژوهشی به این نتایج دست یافتند که رهبری هوشمند معنوی بر تعهد کارکنان اثر مثبت دارد [۴۷]. سالما، طی پژوهشی نشان داد مدیریت دانش بر وفاداری سازمانی تأثیر گذار است [۴۷]، موج سوکور، در مطالعه‌ای خاطرنشان کرد استرس شغلی تأثیر چشمگیری بر وفاداری سازمانی و قصد ترک سازمان دارد [۴۹] و نتایج پژوهش گلدنبرگ و کنتاد، نشان داد رهبری هوشمند فاصله بین رهبران دانشگاهی و اعضای هیأت‌علمی را کاهش می‌دهد [۴۴]، نتایج پژوهش جیانگ و وانگ، نشان داد بین دانش‌آفرینی سازمانی و گرایش کارآفرینی رابطه مثبت وجود دارد [۵۲]، یانگ چین [۵۳]، به مزدا، به این نتایج رسیدند که رهبری هوشمند، بهتر می‌تواند پدیده‌های رهبری را در سطوح مختلف، فردی، تیمی، سازمانی، اجتماعی، منطقه‌ای و جهانی توصیف کند [۴۳]. وان کروج و نوناکا و بکلس (۲۰۱۸) [۵۴]، همسو است. در تبیین این پژوهش باید یادآور شد رهبری هوشمند، قدرت سازمان‌ها را برای مواجهه با مشکلات و حل بحران‌ها بالا می‌برد و اینکه سازمان‌ها چگونه از بحران‌ها عبور و راه‌حلی برای مشکلات خود انتخاب کنند، بستگی به تصمیمات هوشمندانه رهبران دارد [۵۵]. اهمیت رهبری هوشمند و نقشی که در موفقیت مراکز آموزشی دارد، قابل توجه است. رهبری هوشمند سبب گسترش حوزه نفوذ رهبر از فرد به گروه و از گروه به مدرسه می‌شود. رهبران هوشمند در مدارس باید زمینه ایجاد خلاقیت و نوآوری و ایجاد دانش را فراهم آورند. رهبران شرایط دانش‌آفرینی را در سطح مدرسه به صورت ایجاد دانش، پیوند دانش و تبدیل دانش فراهم می‌آورند. معلمان یک منبع بسیار مهم برای آموزش و پرورش هستند. آموزش و پرورش با تعداد بیشتر معلمان وفادار نسبت به سازمان‌هایی که کارکنان وفادار کمتری دارند، مزایای رقابتی، نرخ بقا و نرخ موفقیت بالاتری خواهند داشت. معلمان با استعداد و وفادار همیشه یک دارایی برای سازمان محسوب می‌شوند. حفظ معلمان با استعداد و وفادار کلید موفقیت آموزش و پرورش است. رهبران مدارس در ایجاد احساس تعلق خاطر و تعهد نقش تأثیر زیادی دارند. رهبران هوشمند از طریق ایجاد تعامل بین معلمان و فراهم آوردن زمینه گفتگو و تبادل نظر بین رهبر و معلمان که به دنبال یاری همدیگر برای رسیدن به یک بینش مشترک هستند، باعث ایجاد تعهد و دلبستگی بالا به سازمان شده و حتی گاه در مواقع سختی و دشواری، تمایل داشتن به انجام کارهای اضافی (رفتارهای فراتر از) باعث دستیابی به اهداف سازمانی می‌شوند. وفاداری معلمان در نظام آموزش و پرورش بسیار مهم است و باعث بالا رفتن کیفیت فعالیت‌های آموزش و پرورش می‌شود. رهبری هوشمند در آموزش و پرورش زمینه را برای همکاری و همفکری و الگو در میان معلمان و مدیران فراهم می‌کند و موجب پیوند محکم‌تر آن‌ها با آموزش و پرورش شده و با شناخت و ایجاد معرفت همه‌جانبه معلمان، قابلیت‌های رفتاری و عملکردی آن‌ها را افزایش می‌دهد. این الگو و همفکری مانع ترک مدرسه توسط معلمان، بهره‌وری بیشتر آنان، کاهش غیبت‌های ناموجه و ماندگاری شغلی می‌شود. وفاداری سازمانی معلمان، علاوه بر آنکه یک نگرش در مدرسه است، جزء اقدامات بنیادی نیز محسوب می‌شود. برخی

[8] Knowles R. Self-organizing leadership: A way of seeing what is happening in organizations and a pathway to coherence (Part II). *Journal of Emergence*. 2002; 4(4): 86-97.

[9] Liang T. The new intelligence leadership strategy for iCAS. *Journal of Human Systems Management*. (2007); 26(2): 111-122. DOI: 10.3233/HSM-2007-26204.

[10] Mattone J. Intelligent leadership: what you need to know to unlock your full potential. *American management association*. 2013.

[11] Cherniss C, Roche C. *Leading with Feeling: Nine Strategies of Emotionally Intelligent Leadership*. Oxford University Press; 2020.

[12] Wymer W, Rundle-Thiele S. Supporter loyalty: Conceptualization, measurement, and outcomes. *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 2016; 45(1):172-191.

[13] Esmaeilpour M, Ranjbar M. INVESTIGATING THE IMPACT OF COMMITMENT, SATISFACTION, AND LOYALTY OF EMPLOYEES ON PROVIDING HIGH-QUALITY SERVICE TO CUSTOMER. *Journal of Studies in Business & Economics*. 2018; 13(1): 47-53

[14] Vuong B, Tung D, Tushar H, Quan T, Giao H. Determinates of factors influencing job satisfaction and organizational loyalty. *Journal of Management Science Letters*. 2021; 11(1): 203-212.

[15] Otto K, Mamatoglu N. Why does interactional justice promote organizational loyalty, job performance, and prevent mental impairment? The role of social support and social stressors. *The Journal of psychology*. 2015; 149(2): 193-218.

[16] Sukor M, Panatik S, Yunus W M. The Influence of Job Stressor on Organizational Loyalty and Intention to Quit among Health Care Staff. *Indian Journal of Public Health Research & Development*. 2020; 11(1): 1779-1783

[17] Gharechah M, Daboeian M. Interaction of Employee Loyalty and Customer Loyalty in the Service Industry. *Journal of New Marketing Research*. 2011; 1(3): 27-46.

[18] Zanini F. Organizational Loyalty among University Professors and its Impact on Job Performance - Comparative Case Study between the Universities of Tunis-Algeria-Morocco". [master's thesis]. Hassiba Ben Bouali University; 2013.

[19] Dutta T, Dhir S. Employee Loyalty: Measurement and Validation. *Global Business Review*. 2021; 1-18.

[20] Kumar D N S, Shekhar N. Perspectives envisaging employee loyalty: A case analysis. *Journal of Management Research*. 2012; 12(2): 100-112.

جمع‌آوری اطلاعات را دچار مشکل کرده بود و موجب شد تا پژوهشگر به‌سختی از طریق پرسش‌نامه برخط، این اطلاعات را جمع‌آوری کند.

مشارکت نویسندگان

این مقاله مستخرج‌شده از رساله دکتری نسرين حیدری سورشجانی با عنوان «بررسی نقش رهبری هوشمند بر جوسازمانی نوآورانه بر وفاداری سازمانی و تاب‌آوری سازمانی با نقش میانجی‌گری دانش‌آفرینی سازمانی» بود که با راهنمایی دکتر فخرالسادات نصیری ولیک بنی و مشاوره دکتر سیروس قنبری انجام شد.

تشکر و قدردانی

از همکاری صمیمانه معلمان مقطع دوم متوسطه استان چهارمحال و بختیاری تشکر و قدردانی می‌شود.

تعارض منافع

نتایج این پژوهش با منافع هیچ سازمانی در تعارض نیست و هیچ حمایت مالی نشده است. هیچ‌گونه تعارض منافع بین نویسندگان وجود ندارد.

منابع و مآخذ

- [1] Kadivar P. *Educational psychology*. Tehran: Samt Publications; 2006. Persian.
- [2] Michel J, Pichler S, Newness K. Integrating leader affect, leader work-family spillover, and leadership. *Leadership. Organization Development Journal*. 2014; 35(4): 410 – 428.
- [3] Taghva Yazdi M. A new approach to leadership in the third millennium. Tehran: Nashre shiveh; 2015. Persian.
- [4] Sydänmaanlakka P. Intelligent leadership and creativity: Supporting creativity through intelligent leadership. The 2nd International Conference "Creativity And Innovation Management: Integrating Inquiry and Action: 2008.
- [5] Keykha A, Hoveyda R, Yghoubi N. [Studying the effect of intelligent leadership on educational performance of faculty members of public universities in Zahedan city with the mediating role of critical thinking]. *Journal of Public Management Researches*. 2017; 10(35): 61-83. Persian.
- [6] Sydänmaanlakka P. *Intelligent leadership and leadership competencies: developing a leadership framework for intelligent organizations* [dissertation]. 2003.
- [7] Nespeca A, Chiocchi M. The Impact of Business Intelligence Systems on Management Accounting Systems: The Consultant's Perspective. *Journal of Network, Smart and Open*. 2019; 14(3): 283-297.

- [32] Ahn J, Hong A. Transforming I into we in organizational knowledge creation: A case study. *Journal of Human Resource Development Quarterly*. 2019; 30(4): 565-582.
- [33] Keikha A. [Predicting educational performance of faculty members Based on intelligent leadership model]. *Journal of Higher Education Letter*. 2021; 14(54): 1-18. Persian.
- [34] Ghanbari S, abdoImaleki J. [The Role of Ethical Leadership in Organizationalloyaltyby Mediating Organizational Virtue]. *Journal of Strategic Rssearch on Social Problems in Iran*. 2021; 11(38): 47-66. Persian.
- [35] zeinivand Z, shiri A, abbaspour H. [Investigating The Impact of Intelligent Leadership on Organizational citizenship Behavior of Teachers and Female Staffs of Dare Shahr and Abdanan Girls' Schools]. *Quarterly Journal of Women and Society*. 2021; 12(47): 85-100. Persian.
- [36] hejazi A, nazarpoori A. Investigating the effect of emotional intelligence dimensions on intelligent leadership in knowledge age organizations. *Journal of New Approaches in Educational Administration*. 2020; 11(45): 249-268.
- [37] shafiee Z, Fazlollahi Ghomshi S. [Relationship of knowledge management and intelligent leadership with the organizational learning]. *New Approach in Educational Sciences*. 2019; 1(1): 19-31. Persian.
- [38] Esmaeili M, Seidzadeh H. [The Survey of Job Satisfaction Eeffect on Performance with Mediating Role of Organizational Loyalty]. *Management Studies in Development and Evolution*. 2017; 25(83): 51-68. Persian.
- [39] Valipoor Z. The relationship between perceived organizational supports with organizational citizenship in schools in Sari]. *Quarterly journal of management and entrepreneurship studies*. 2016; 4(2): 71-85. Persian.
- [40] Abbaszadeh M, AlizadehAghdam M, Kouhi K, Boudaghi A. [The effect of organizational knowledge creation on organizational adaptive capacity Case study: employees of University of Tabriz]. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*. 2015; 4(3): 431-454. Persian.
- [41] Ardalan M, Soltanzadeh V. [Affected Social entrepreneurship of intelligent leadership with the role of mediator organizational learning]. *Journal of Entrepreneurship Development*. 2015; 8(3): 493-512. Persian.
- [42] Mirkamali S M, Hamidzadeh M, Narenji Thani F. [Input factors related to knowledge creation at universities: a qualitative study]. *Research and Planning in Higher Education*. 2016; 21 (4): 121-147. Persian.
- [21] Syanevets T, Sudakova T. Organizational loyalty as a characteristic of management quality for an energy company. *E3S Web of Conferences*. 2019; 124(05050): 1-4.
- [22] Saifi M, Farhadpour S. Moderating role of ethical climate and organizational loyalty in impact managers' ethical behaviors on caring behaviors of nurses. *Journal of Nursing management*. 2019; 3(5): 35-50.
- [23] Sin A, Zailani S, Iranmanesh M, Ramayah T. Structural equation modelling on knowledge creation in Six Sigma DMAIC project and its impact on organizational performance. *International Journal of Production Economics*. 2015; 168: 105-117.
- [24] Sujatha R, Krishnaveni R. Knowledge creating ba as a determinant of work performance of employees: An empirical analysis among pump manufacturing firms in South India. *Journal of Asia Pacific Management Review*. 2018; 23(1): 45-52.
- [25] Bandera C, Keshtkar F, Bartolacci M R, Neerudu S, Passerini K. Knowledge management and the entrepreneur: Insights from Ikujiro Nonaka's Dynamic Knowledge Creation model (SECI). *International Journal of Innovation Studies*. 2017; 1(3): 163-174.
- [26] Cannatelli B, Smith B, Giudici A, Jones J, Conger M. An expanded model of distributed leadership in organizational knowledge creation. *Journal of Long Range Planning*. 2017; 50(5): 582-602.
- [27] Akbar H, Baruch Y, Tzokas N. Feedback loops as dynamic processes of organizational knowledge creation in the context of the innovations' front-end. *British journal of management*. 2018; 29(3): 445-463.
- [28] Janhonen M, Johanson J. «Role Of Knowledge Conversion And Social Networks In Team Performance». *International Journal Of Information Management*. 2011; 31: 217-225.
- [29] Nonaka I, Toyama R. The knowledge-creating theory revisited: knowledge creation as a synthesizing process. *The essentials of knowledge management*. 2015: 95-110.
- [30] Vidic Franc. Entrepreneurial Orientation (EO) and Knowledge Creation (KC). *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*. 2013; 6 (2): 103-124.
- [31] Goucher N. *Organizational Knowledge Creation to Enhance Adaptive Capacity Exploratory Case Studies in Water Resource Management* [master's thesis]. Waterloo, Ontario, Canada; 2007.

[55] Tusi A, Senjari A, Ghayoumi, Abbas Ali, Parviz Ahadi . [Presenting a model of intelligent leadership for the central organization of Islamic Azad University]. *Quarterly Journal of Educational Leadership and Management*. 2019; 2(14): 1-19. Persian.

[43] Mazdai K, Mohammadi A. Present the intelligent leadership multiple model, according to the organizations management systems in Iran. *Journal of Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2012; 47: 83-89.

[44] Goucher N. Organizational Knowledge Creation to Enhance Adaptive Capacity Exploratory Case Studies in Water Resource Management [master's thesis]. Waterloo, Ontario, Canada. 2017.

[45] Cannatelli B, Smith B, Giudici A, Jones J, Conger. An expanded model of distributed leadership in organizational knowledge creation. *Journal of Long Range Planning*. 2017; 50(5): 582-602.

[46] Arqawi S M, Al-HilaA, Abu Naser, Al Shobaki M J. The effect of procedural justice on the organizational loyalty of faculty staff in universities. *International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR)*. 2018; 2(10): 30-44.

[47] Watson M, Kuofie M, Dool R. Relationship between Spiritually Intelligent Leadership and Employee Engagement. *Journal of Marketing and Management*. 2018; 9(2): 1-24.

[48] Jiang F, Wang G, Jiang X. Entrepreneurial orientation and organizational knowledge creation: A configurational approach. *Asia Pacific Journal of Management*. 2019; 36(4):1193-1219.

[49] Sukor M, Panatik S, Yunus W. The Influence of Job Stressor on Organizational Loyalty and Intention to Quit among Health Care Staff. *Indian Journal of Public Health Research & Development*. 2020; 11(1): 1779-1783.

[50] Azari Arani G, Rezaeenour J. The Structural Model of National Knowledge Creation Processes: An Interpretative Structural Modeling Approach. *Technology of Education Journal (TEJ)*. 2019. 13(2): 386-400.

[51]. Ghamshadzahi P, nastiezaie N. The Relationship between Workplace Spirituality and Work Engagement with the Mediating Role of Organizational Loyalty (Case study: Elementary School Teachers of Khash City). *Knowledge & Research in Applied Psychology*. 2019; 20(4): 5-46.

[52] Jiang F, Wang G, Jiang X. Entrepreneurial orientation and organizational knowledge creation: A configurational approach. *Asia Pacific Journal of Management*. 2019; 36(4): 1193-1219.

[53] Yuan Y, ChenT. The Influence of Enterprise Culture Innovation on Organizational Knowledge Creation and Innovation under the Ecological Environment. *Journal of Environmental and Public Health*. 2022.

[54] Beckles A P. *The relationship between emotional intelligence, leadership style, and leader effectiveness: A quantitative correlation study* [dissertation]. Northcentral University; 2018.

معرفی نویسندگان

AUTHOR(S) BIOSKETCHES



نسرين حیدری سورشجانی دانشجوی دکتری رشته مدیریت آموزشی دانشگاه بوعلی سینا همدان است. ایشان مدرک کارشناسی ارشد را از دانشگاه رازی کرمانشاه سال ۱۳۹۵ دریافت نمود. زمینه مطالعاتی ایشان مدیریت رفتار سازمانی می باشد.

Heydari Sorshjani, N, PhD Student in Educational Management, Department of Educational Sciences, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran.

✉ Naheidari93@gmail.com



فخرالسادات نصیری ولیک بنی عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی می باشند. ایشان دارای مدرک دکتری مدیریت آموزشی بوده و فعالیت علمی خود را از سال ۱۳۸۵ در دانشگاه بوعلی سینا در گروه علوم تربیتی آغاز کرده اند و تاکنون پژوهش های

متعددی در زمینه تخصص خود انجام داده و دارای چندین مقاله و کتاب نیز در این زمینه هستند. زمینه مطالعاتی ایشان نظارت راهنمایی آموزشی و مدیریت رفتار سازمانی می باشد.

Corresponding author Fakhrossadat Nasiri, Faculty Member and Associate Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities, Shahid Rajaei Teacher Training University, Tehran, Iran.

✉ fsnasiri@sru.ac.ir



سیروس قنبری استاد مدیریت آموزشی گروه علوم تربیتی دانشگاه بوعلی سینا می باشند. ایشان مدرک کارشناسی مدیریت و برنامه ریزی آموزشی را از دانشگاه شیراز و مدرک کارشناسی ارشد و دکتری مدیریت آموزشی را از دانشگاه خوارزمی دریافت نمودند. تألیف و ترجمه پنج

کتاب و نگارش بیش از ۱۴۰ مقاله پژوهشی بخشی از کارهای پژوهشی ایشان در زمینه های مدیریت منابع انسانی، رفتار سازمانی و روابط انسانی در سازمان های آموزشی است.

Ghanbari, S. professor, Department of Educational Sciences, faculty of Humanities, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran.

✉ s.ghanbari@basu.ac.ir

Citation (Vancouver): Heydari Sorshjani N, Nasiri F, Ganbari S. [The effect of intelligent leadership on organizational loyalty; the mediation role of knowledge-creation]. *Tech. Edu. J.* 2023; 17(3): 573-588

 <https://doi.org/10.22061/tej.2023.9403.2842>



COPYRIGHTS



©2023 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.