



Research Article



Vol. 16, No. 2, 2025, p. 362 - 415

Exploring the Dimensions and Components of Business School Leadership Adopting an Entrepreneurial Development Approach**M. Chezgi¹, N. Naseri^{2*}, M. Moradi³, A. Akbari⁴**

1- PhD student in Educational Management, Department of Educational Sciences, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

2- Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

3- Associate Professor, Department of Management, Mashhad Branch, Imam Reza International University, Mashhad, Iran

4- Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

(*- Corresponding Author Email: Naseri5586@mshdiau.ac.ir)

<https://doi.org/10.22067/tmj.2024.89363.1596>

Received: 2024/08/12	How to cite this article: Chezgi, M.; Naseri, N.; Moradi, M., & Akbari, A. (2025). Exploring the Dimensions and Components of Business School Leadership Adopting an Entrepreneurial Development Approach. <i>Transformation Management Journal</i> , 16(2): 362-415. (in Persian with English abstract). https://doi.org/10.22067/tmj.2024.89363.1596
Revised:2024/10/15	
Accepted:2024/10/27	
Available Online: 2024/10/27	

1- INTRODUCTION

Leadership is the cornerstone of organizational success, influencing internal operations in line with the ability to achieve strategic goals in a dynamic and competitive environment. In entrepreneurship schools, leadership is key to fostering creativity, innovation, and entrepreneurial thinking among students. This study investigates the dimensions and components of leadership in entrepreneurial schools, emphasizing its

significance in promoting entrepreneurial development through strategic and adaptive approaches.

2- THEORETICAL FRAMEWORK

This research is anchored in leadership theories that include transformative, participatory, and strategic paradigms. Transformative leadership emphasizes inspiring and empowering team members, fostering innovation, and achieving long-term organizational goals. Participatory leadership focuses on collaborative decision-making, ensuring the active engagement of all stakeholders. Strategic leadership, on the other hand, integrates vision and planning to ensure alignment with long-term objectives. These frameworks are synthesized to create a conceptual model tailored to entrepreneurial schools, aligning leadership styles with the unique demands of entrepreneurship education and development.

3- METHODOLOGY

The study employs a qualitative meta-synthesis methodology, systematically analyzing literature from 2010 to 2023. Using predefined criteria, 53 articles were selected from a pool of 62 based on relevance, data richness, and academic credibility. The meta-synthesis process followed the seven-stage model proposed by Sandelowski and Barroso, including systematic review, data extraction, and thematic coding. Validity and reliability were confirmed through triangulation, expert reviews, and iterative analysis, ensuring a robust synthesis of findings.

4- RESULTS & DISCUSSION

The findings reveal critical dimensions of leadership that contribute to the success of entrepreneurial schools:

1. Entrepreneurial Education: This includes innovative teaching methods, financial literacy training, and practical entrepreneurial activities integrating technology and fostering critical thinking. Examples include

tailored curricula, online learning platforms, and interactive workshops to develop entrepreneurial skills.

2. **Technological Entrepreneurship:** Leveraging technology in education promotes innovative practices, such as integrating advanced tools for collaborative learning and entrepreneurship development. This approach aligns with global trends in technology-driven education.

3. **Empowerment Strategies:** The study identifies leadership approaches that empower students and teachers, focusing on capacity building, mentorship programs, and creating an enabling environment for innovation. Key strategies include fostering self-efficacy and enhancing collaborative skills.

4. **Organizational Excellence:** Leadership styles that prioritize organizational alignment and continuous improvement were shown to have significant impacts on institutional success. Participatory and transformative leadership models emerged as particularly effective in achieving organizational goals in entrepreneurial schools.

The analysis demonstrates that these leadership dimensions collectively enhance educational outcomes and prepare students to navigate complex entrepreneurial landscapes.

5- CONCLUSIONS & SUGGESTIONS

The study concludes that entrepreneurial leadership is indispensable for fostering students' innovation, adaptability, and market readiness. To maximize the impact of entrepreneurial schools, leadership strategies must integrate transformative and participatory approaches with a focus on continuous development and adaptability. Suggestions include:

- **Curriculum Development.** To design educational programs emphasizing entrepreneurial skills, financial literacy, and real-world problem-solving.
- **Policy Reforms.** To advocate for policies that support leadership training in schools to bridge the gap between education and entrepreneurial ecosystems.

- **Training Programs.** To implement leadership development initiatives for educators and administrators to align their practices with entrepreneurial objectives.

- **Technology Integration:** Leverage technology to enhance learning experiences and promote innovative teaching methods.

This research underscores the transformative potential of leadership in entrepreneurial schools, offering a roadmap for fostering creativity, resilience, and strategic thinking in educational institutions.

Keywords: Leadership, Business School Leadership, Entrepreneurship, Meta-Synthesis

پژوهش نامه مدیریت تحول، سال شانزدهم، شماره ۲، پیاپی ۳۲، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

<https://tmj.um.ac.ir>

واکاوی ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی

مریم چزگی

دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

نازیا سادات ناصری*

استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

محسن مرادی

دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، مشهد، ایران

احمد اکبری

استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

<https://doi.org/10.22067/tmj.2024.89363.1596>

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

بحث رهبری و تأثیر آن بر سازمان‌ها، غیرقابل‌انکار است و پژوهش در مورد آن، از الزامات حیاتی سازمان‌های امروزی است. زیرا رهبر می‌تواند با ایجاد انگیزه و ارتباط مؤثر، کارکنان را از روی علاقه و میل به انجام وظایف سازمانی ترغیب کند و رسیدن به اهداف سازمانی را تسهیل نماید. هدف پژوهش حاضر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی بوده است. مطالعه به شیوه کیفی - سنتز پژوهی صورت پذیرفته است. جامعه آماری شامل کلیه مقالات منتشر شده داخلی و خارجی در سال‌های ۲۰۲۳-۲۰۱۰ بوده است. نمونه‌گیری به شیوه هدفمند تا حد اشباع داده‌ها و به صورت غربالگری در مرحله اول ۶۲ مقاله انجام گرفت و در نهایت تعداد ۵۳ مقاله ادامه یافت. ابزار گردآوری اطلاعات، اسناد و مدارک چاپی و الکترونیکی موجود در سایت‌های معتبر داخلی و خارجی بوده است. برای روایی و اعتباریابی داده‌ها از چهار روش قابلیت اعتبار یا باورپذیری، قابلیت انتقال یا انتقال‌پذیری، قابلیت تأیید یا تأیید پذیری و اطمینان‌پذیری استفاده به عمل آمد. شیوه تحلیل داده‌ها بر اساس نظام دسته‌بندی مفاهیم باز، سازمان‌دهنده و فراگیر صورت پذیرفت. براساس وجوه تشابه و تفاوت داده‌ها دسته‌بندی‌ها انجام گرفت. به‌طور کلی نتایج نشان داد، ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی به ترتیب اولویت (رهبری کارآفرینی، رهبری تعالی ساز، رهبری مشارکتی، رهبری کنشگر، رهبری برنامه درسی، رهبری استراتژیک، رهبری تحولی، رهبری برند ساز، رهبری آینده‌پژوه، رهبری مدیریت دانش) استوار گردید.

کلیدواژه‌ها: رهبری، رهبری مدرسه کسب‌وکار، کارآفرینی، فراترکیب.

* نویسنده مسئول: Naseri5586@mshdiau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۰۶

صفحات: ۴۱۵-۳۶۲

مقدمه

مدرسه به‌عنوان جامعه‌ای کوچک که ارتباط اعضای آن با یکدیگر فضای اجتماعی مشخصی را به وجود می‌آورد، باید بتواند در بروز خصایصی چون خلاقیت، خودباوری، آینده‌نگری، ریسک‌پذیری و تمایل به کامیابی (روحیه کارآفرینی) در دانش‌آموزان مؤثر باشد. ایجاد جو و فضایی مناسب و مطلوب که زمینه بروز این ویژگی‌ها را فراهم آورد، یکی از وظیفه‌ها و رسالت‌های مسئولان آموزش و پرورش است (Akbari et al., 2023). کودکان و نوجوانان در کنار آموزش‌های رسمی که در مدارس می‌آموزند نیازمند کسب مهارت‌های بسیاری در زمینه مهارت‌های رفتاری و شخصیتی، مهارت‌های تحصیلی، مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی می‌باشند اما در کنار همه این مهارت‌ها، یک مجموعه دیگری از مهارت‌ها وجود دارد که کمتر به آن پرداخته شده است آن هم مهارت‌های کسب‌وکار و کارآفرینی کودکان و نوجوانان است. این مهارت‌ها قابلیت فرزندان ما را برای انتخاب رشته تحصیلی و آینده شغلی خود تضمین می‌کند و تفکر کار و تلاش و کسب درآمد را همراه با روش‌های آن به آن‌ها می‌آموزد و از ابتدای دوره کودکی و نوجوانی تفکر خلاق و استفاده از فرصت‌های کارآفرینی را به آن‌ها نشان می‌دهد. قطعاً چنین کودکان و نوجوانانی می‌توانند در آینده از هم‌سالان خود در شغل و کسب‌وکار پیشی بگیرند و با اعتمادبه‌نفس، استقلال و هدفمندی صحیح به موفقیت دست یابند (Najarian-Kakhki et al., 2023).

یکی از مواردی که می‌تواند دستیابی به این اهداف را محقق کند رهبری سازمان است. در دنیای امروز آموزش و پرورش در سطح کلان و مدارس در سطح خرد با چالش‌های عمده‌ای از جمله فراهم ساختن بستری مناسب برای اشتغال‌پذیری دانش‌آموختگان مواجه هستند (Bremner, 2018). در صورتی که مدارس کسب‌وکار با رهبری مؤثر در سطح کشور راه‌اندازی و توسعه یابند، راندمان آموزشی برای دانش‌آموختگان در سطح قابل‌توجهی به‌منظور ورود به بازار کار و فعالیت‌های اقتصادی و اشتغال‌زایی ارتقاء خواهد یافت (Najarian-Kakhki et al., 2023). بحث رهبری و تأثیر آن بر سازمان‌ها، غیرقابل‌انکار است و پژوهش در مورد آن، از الزامات حیاتی سازمان‌های امروزی است. در واقع رهبری به‌عنوان یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر سازمان‌ها به‌طور گسترده‌ای مورد مطالعه و تحقیق قرار گرفته است. میزان موفقیت سازمان در نیل به مطلوبیت‌های مورد نظر، مقدار انگیزه و تلاش کارکنان جهت موفقیت سازمان، گستره نفوذ سازمان در محیط تعاملی خود و البته اثربخشی رهبری، وابسته به نوع و رفتار رهبر دارد (Shoraj & Memetaj, 2017). رهبری را می‌توان فرایندی تعریف کرد که طیان مدیریت سازمان می‌کوشد تا با ایجاد انگیزه و ارتباط مؤثر، کارکنان را از روی علاقه و میل به انجام وظایف سازمانی ترغیب کنند و رسیدن به اهداف سازمانی

را تسهیل نمایند. رهبری سازمان در کنار برنامه‌ریزی، سازماندهی و کنترل از وظایف مهم مدیر تلقی می‌شود و نقشی اساسی در اداره سازمان دارد، تا جایی که مدیران را رهبران سازمانی قلمداد می‌کنند. بنابراین برای اینکه یک سازمان موفق باقی بماند، وجود رهبری ضروری است. سبک رهبری عبارت است از مجموعه‌ای از نگرش‌ها، صفات و مهارت‌های مدیران که بر پایه چهار عامل نظام ارزش‌ها، اعتماد به کارکنان، تمایلات رهبری و احساس امنیت در موقعیت‌های مهم شکل می‌گیرد. به‌طور کلی سبک رهبری تعیین‌کننده فرهنگ و راهبردهای حاکم بر سازمان است، سبک رهبری اساساً شیوه نگرش مدیر نسبت به نقش خود و کارکنان است (Rezaeian, 2011). برای مثال سبک رهبری مشارکتی^۱، سبکی از رهبری است که در آن، همه‌ی اعضای سازمان در تصمیم‌گیری‌ها با یکدیگر همکاری می‌کنند (Arbabi, 2014) و یا سبک رهبری استراتژیک^۲ که به معنای توانایی تأثیر گذاشتن بر دیگران برای تصمیم‌گیری‌های تعمدی می‌باشد که باعث موفقیت بلندمدت سازمان و حفظ ثبات مالی کوتاه‌مدت می‌شود (Danayi fard & Emammi, 2013). و یا سبک رهبری تحولی^۳ که در آن رهبر و پیرو یکدیگر را به سطوح بالاتر ارزش‌ها و انگیزه‌ها ببرند که این محصول تأثیر تحولی متقابل رهبران و پیروان است. رهبری تحولی با قلب و ذهن دیگران سرو کار دارد. رهبر تحولی به همه مشارکت‌کنندگان کمک می‌کند تا رضایت و انگیزش و احساس موفقیت بالاتری داشته باشند (Foudazi & Alamolhoda, 2010). از طرف دیگر توسعه رویکرد کارآفرینی در مدارس کسب‌وکار برای تربیت دانش‌آموزانی خلاق امری ضروری می‌باشد. کارآفرینی خلق و ایجاد دیدگاهی جدید و ارزشمند از هیچ است (Timonez, 1986). تامپسون (۲۰۰۰) کارآفرینی را فرایندی می‌داند که در آن بتوانیم با استفاده از خلاقیت، عنصر جدید را همراه با ارزش جدید با استفاده از زمان، منابع، ریسک و با استفاده از دیگر عوامل به وجود آوریم (Sabze, 2015). استیونسون و لوندسترم (۲۰۰۴) با نگاهی نسبتاً وسیع‌تر به کارآفرینی، توسعه کارآفرینی را در سایه انجام سطوح مختلفی از فعالیت‌های به هم پیوسته می‌داند که مجموع آن‌ها شکل‌دهنده بسترهای لازم برای کارآفرینی می‌باشد.

-
1. Participatory Leadership
 2. Strategic Leadership
 3. Transformational Leadership

برای کارآفرینی سازی در فعالیتهای آموزشی، مدیریت مدارس از جهت رویکرد رهبری باید بازنگری شوند تا آموزش کسب‌وکارها با رویکرد توسعه کارآفرینی میسر گردد. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مدارس کسب‌وکار وجود رهبری مؤثر در جهت هماهنگی برای رسیدن به اهداف و چشم‌انداز این مدارس می‌باشد. مدیران می‌توانند با رهبری پویای خود و ایجاد یک محیط مناسب با بهره‌گیری از امکانات مادی و انسانی زمینه شکوفایی استعدادها و نسل‌های آینده را فراهم سازند. شیوه رهبری از اساسی‌ترین عناصر مدیریتی مؤثر بر ارائه خدمات است (Golafshani & Salehi, 2019). بدون وجود رهبری ممکن است حلقه اتصال موجود در میان اهداف فردی و سازمانی، ضعیف یا گسیخته شود. به‌بیان‌دیگر میزان اثربخشی جمعی افراد، تیم‌ها، گروه‌ها و سازمان‌ها در گرو کیفیت رهبری است.

پیچیدگی محیطی و دشواری‌های اجرای رهبری مدارس کسب‌وکار در بستر پیچیده‌ای از تغییر و افزایش تقاضا به‌شدت چالش‌برانگیز است. تحقیقات صورت پذیرفته در این زمینه یا از بُعد شیوه‌های یاددهی-یادگیری به‌منظور توسعه آموزش کارآفرینی پرداخته‌اند (Hamedani & Marashi, 2017) و یا از منظر سبک مدیریت و رهبری و تغییر، بهبود و ارتقای آن‌ها در جهت توسعه مدارس کارآفرین و بازنگری پارادایم رهبری آموزشی به آن پرداخته‌اند (Hein, Arafah & Page, 2013)؛ این در حالی است که رهبری مدارس کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی نیازمند توجه به هر دو جنبه از جهت مدیریت و رهبری آموزش و بهبود و مدیریت و ارتقا نظام یاددهی-یادگیری است که بر اساس جستجوی پژوهشگر در این زمینه مطالعه‌ای صورت پذیرفته است و پژوهش‌های جمعی که ابعاد و مؤلفه‌های رهبری با رویکرد توسعه کارآفرینی را بررسی کرده باشد ارائه نشده است و اکثر مطالعات به یک یا چند بعد رهبری پرداخته‌اند (Hafeez & Akhtar, 2022). با توجه به اینکه در کشور ایران گام‌هایی در جهت ایجاد مدارس کسب‌وکار از جمله مدرسه اقتصاد اصفهان، صورت پذیرفته است اما نیازمند توسعه بیشتر در این زمینه هستیم؛ پس به دنبال تلفیق این رویکرد کارآفرینی با مدارس کسب‌وکار در جهت تکمیل خلق ایده و ورود به بازار کسب‌وکار بر اساس هدایت و جهت‌دهی مؤثر رهبر هستیم. از این رو مسئله اصلی تحقیق حاضر عبارت است از اینکه ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدارس کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی کدام‌اند؟

پیشینه پژوهش

در پژوهشی با عنوان «درک مدیران مدارس دولتی سنتی ایالات متحده از نقش خود به‌عنوان بازاریاب مدرسه»، مدیران معتقدند یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌هایشان به‌عنوان رهبر مدرسه، بازاریابی مدرسه‌شان برای والدین / سرپرستان و جامعه محلی است. در نتیجه‌ی این باور مدیران زمان قابل توجهی را صرف انجام

کارهای مرتبط با بازاریابی مانند تبلیغ مدرسه خود و ساختن برندی می کنند که برای جامعه قابل تشخیص باشد (Reid, 2023).

بنابه پژوهشی با عنوان «الزامات رهبری کارآفرینانه مدارس (مطالعه موردی؛ هنرستان‌های شهر مشهد)»، الزامات رهبری کارآفرینانه در هنرستان‌ها را می توان در دو سطح الزامات فردی و سازمانی طبقه بندی نمود. الزامات فردی در ۱۱ مفهوم و سه مقوله اصلی شناسایی شدند: ویژگی های شخصیتی (نگرش کارآفرینانه، انگیزه، صبوری، تجربه، و تشویق دیگران)، شایستگی های مدیریتی (سبک رهبری، تیم سازی، ریسک پذیری)، شایستگی های دانشی (دانش کارآفرینی، برنامه ریزی، بازاریابی). الزامات سازمانی نیز در ۱۱ مفهوم شناسایی شدند که در سه مقوله اصلی دسته بندی شدند: الزامات قانونی و ساختاری (شرایط انتخاب مدیران، آیین نامه ها و مقررات، حمایت مدیران ارشد)، الزامات آموزشی (آموزش کارآفرینانه، آموزش های عملی و کاربردی، آموزش پایه و تجربه خلاقانه)، الزامات اقتصادی (سرمایه گذاری و تأمین مالی، سوددهی، تجهیزات مناسب و مشارکت افراد و صنایع، Karimpour, Ghoroneh & Ahanchian, 2023). بر اساس پژوهش دیگری با عنوان «ادغام آموزشگاه های حرفه ای و شرکت های کوچک و متوسط (SMEs)»: تلاش برای ارتقاء روحیه کارآفرینی بر اساس قوت و ضعف در جاوا شرقی»، روحیه کارآفرینی به دانش آموزان می تواند علاقه آن ها را به کارآفرینی افزایش دهد و بهبود کمیت و کیفیت SME ها را توسعه بخشد. علاوه بر این انتظار می رود، از طریق آموزش کارآفرینی که به طور مستقیم با SME ها ادغام شده است، دانش، مهارت و نگرش کارآفرینی را به گونه ای فراهم سازد که بتوانند در آینده شغل ایجاد کنند و نیروی کار را از جامعه جذب کنند. بنابراین، ظهور کارآفرینی مدل آموزشی ادغام شده با SME های محلی بر ظهور کارآفرینان جدید تأثیر می گذارد (Winarno et al., 2019).

پژوهشی با عنوان «ویژگی های برنامه درسی کارآفرینی، برنامه درسی کارآفرینی فناورانه» در مؤلفه هدف بر پرورش صلاحیت های کارآفرینی فناورانه دانش آموزان؛ در مؤلفه محتوا بر محتوای نظری و عملی؛ در مؤلفه فعالیت های یادگیری به فعالیت های عملی و مبتنی بر مسئله؛ در مؤلفه راهبردهای یادگیری بر آموزش عمل محور و اصیل؛ و همچنین در زمینه ارزشیابی بر «ارزشیابی برای یادگیری» تأکید دارد. برنامه درسی کارآفرینی فناورانه نیاز اصلی دانش آموزان دوره ابتدایی برای ایجاد اشتغال و توسعه کسب و کارهای دانش بنیان و فناور خواهد بود (Khavari, Saraji & Yusufzadeh, 2023).

1. Small And Medium Enterprises

بررسی مطالعه‌ای با عنوان «طراحی الگوی مدرسه کسب‌وکار دانش‌آموزی جهت توسعه کارآفرینی در مقطع متوسطه» نشان می‌دهد، هدف پژوهش، طراحی الگوی مدرسه کسب‌وکار دانش‌آموزی جهت توسعه کارآفرینی در مقطع متوسطه در استان خراسان رضوی بود. مقوله اصلی و نهایی تحقیق با عنوان «کارآفرینی به‌مثابه توازن بین منابع نیروی انسانی و منابع اقتصادی طرح‌های مدارس کسب‌وکار» کشف گردید. از شرایط علی؛ کیفیت آموزشی در مدارس، تأمین نیروی انسانی ماهر کارآفرین، تأمین منابع مالی، سیاست‌های کلان نظام آموزش و پرورش در ایجاد و توسعه کسب‌وکار و از مقولات شرایط زمینه‌ای آموزش می‌توان به نیروی انسانی ماهر و موانع موجود در راه‌اندازی مدارس کسب‌وکار کارآفرین اشاره کرد. در ادامه، توجه به نیازهای واقعی در آموزش به‌عنوان شرط مداخله‌گر به دست آمد و شرایط راهبردی با عنوان؛ تغییر ساختار اقتصادی و حقوقی دولت‌ها، سیاست تلفیقی آموزش دولتی و خصوصی، اشتغال کامل، الگوپذیری از برنامه‌های کسب‌وکار مدارس کشورهای توسعه‌یافته و الگوهای حمایتی و تشویق در مدارس کسب‌وکار تعیین گردید. آنچه از شرایط پیامدی می‌توان نام برد، عوامل راه‌اندازی مهارت‌های خلاقانه در مدارس کسب‌وکار از نظر مشارکت‌کنندگان بود (Najarian-Kakhki et al., 2023).

بنابر پژوهشی با عنوان «کالای آموزشی چیست؟ نظریه‌پردازی آموزش به‌مثابه رشد مجدد»، حرص و طمع و قدرت به اشکالی از سرمایه‌داری تبدیل شده است که از چارچوب فلسفی، اخلاقی یا آموزشی استفاده نشده است. نتایج نشان می‌دهد که چگونه این ویژگی‌های ساختاری و ظاهری جدید قدرت، تخیلی را ایجاد می‌کند که دانش‌آموزان و حتی هدف آموزش را تابعی از رشد، استخراج و تجسم بی‌پایان می‌کند. نویسنده با تکیه بر تئوری رشدزدایی و تأکید بر سادگی، مراقبت، شادمانی و تخریب تشریفاتی انباشت، تئوری‌هایی را ارائه می‌کند که آموزش رشد باز ممکن است مستلزم آن باشد (Jones, 2021).

پژوهشی با عنوان «تأثیر سبک رهبری مشارکتی بر بهبود مدرسه: موردی از بخش آموزش متوسطه» به‌منظور ارائه درک اساسی مشارکت جامعه و همکاری ذینفعان مختلف مانند والدین، معلمان و مدیریت مدرسه است که تجربه همکاری و ترکیب تخصص خود را به طور جمعی در طرح‌های بهبود مدرسه داشتند. مفهوم اداره مدارس مبتنی بر اجتماع، رهبری مشارکتی است. سبکی که یک روند در حال ظهور در جهان است. رهبری مشارکتی از مدارسی حمایت می‌کند که برنامه‌های توسعه خود را تنظیم می‌کنند، به منافع ذینفعان برای مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری مدرسه برای اطمینان از تغییر مثبت و پایدار در بخش آموزش توجه می‌کنند. به‌موازات این مفهوم مدیریت مدرسه، همه ذینفعان را جذب می‌کند تا به طور مشترک برای افزایش پتانسیل عملکرد کلی مدرسه کار کنند. ادبیات این مطالعه توصیفی غنی از تأثیر متقابل پویا اجزای پیچیده فرآیند مشارکتی رهبری ارائه می‌کند.

همچنین کانال ارتباطی مؤثری را برای ایجاد روابط قوی تر و شفاف تر بین جامعه، والدین، معلمان و مدیریت مدرسه برای پیشرفت تحصیلی مورد انتظار دانش آموزان فراهم می کند (Hafeez & Akhtar, 2022).

پژوهش دیگری با عنوان «بازنمایی پدیدارشناسانه تجربه رهبری کارآفرینانه در مدارس متوسطه» تحلیل مضمونی جمعاً به ظهور ۹۰ مضمون پایه، ۳۴ مضمون سازمان دهنده و ۹ مضمون فراگیر منجر شد که عبارت بودند از: کارآفرینی اکتسابی، کارآمدی مالی، سواد مالی، کارآفرینی آموزشی، کنشگری اجتماعی، سفیر فرهنگی مدرسه، کارآفرینی سازمانی و کارآفرینی مستقل. بازنمایی تجارب مشارکت کنندگان حاکی از آن بود که رهبران مدارس برای اجرای رهبری کارآفرینانه دو راهکار عمده را اتخاذ می کردند: نخست، سیاست‌هایی را جهت پیشبرد امور مدرسه، برقراری ارتباط با والدین و معلمان، فراهم سازی دوره‌های متنوع و فوق برنامه برای دانش آموزان، اولویت بندی فرآورده‌های دانش آموزان و ترویج انعطاف پذیری در فرایند یاددهی- یادگیری اتخاذ می کردند که راهکارهایی درون مدرسه‌ای بودند. از طرف دیگر، رهبران کارآفرین مدارس از شیوه‌های دیگری مانند فرصت بخشی به عموم مردم برای بازدید از مدرسه، خطر کردن، ترویج کار مشارکتی و دستیابی و افزایش قدرت اعضای مدرسه استفاده می کردند که راهکارهای برون مدرسه‌ای بودند (Vakili, Shirbagi & FarahBakhsh, 2024).

در پژوهشی با عنوان «ارتباط مدیریت در محیط مدرسه کسب و کار: یک یادداشت پژوهشی در مورد یک تحقیق تجربی»، مشکلات بدخیم در بستر مدارس کسب و کار بررسی می شود. هدف این است که درک کنیم که آیا مدارس کسب و کار به طور کامل نیازهای کسب و کار را برآورده می کنند. برای رسیدن به این هدف مأموریت، بینش و استراتژی‌های اعلام شده ۲۰۰ مدرسه کسب و کار جهانی را برای تعیین این که آیا برنامه درسی MBA به مشکلات بدخیم می پردازد، بیان شد. بر اساس یافته‌ها برنامه درسی MBA به طبیعت مشکلات بدخیم نمی پردازد و یا چارچوب‌های فکری و بین رشته‌ای را برای آموزش مدیران در مورد مسائل رقابتی جدی در یک زمینه جهانی ارائه نمی دهد. علاوه بر به چالش کشیدن بسیاری از مباحث برنامه در MBA، فرصت‌هایی برای کمک به مدارس کسب و کار در انطباق با نیازهای درحال توسعه کسب و کار و حل مسائل سازمانی ارائه می دهیم (McMillan & Overall, 2016).

براساس تحقیقی با عنوان «توسعه رهبری در مدارس کسب و کار: دستور کار برای تغییر»، مدارس کسب و کار وظیفه خود را در زمینه تولید رهبران برای سازمان‌های بخش دولتی و خصوصی می بینند. به عنوان مثال، مأموریت مدرسه کسب و کار هاروارد، که اغلب توسط رئیس سابق، کیم کلارک، بیان می شود، آموزش رهبرانی است که در جهان تفاوت ایجاد می کنند. بسیاری از مدارس کسب و کار دیگر،

آرزوهای مشابهی دارند و به فارغ‌التحصیلانی افتخار می‌کنند که به سمت‌های رهبری مهمی دست یافته‌اند. این تمرکز بر آموزش رهبران نه تنها در مدارس کسب‌وکار بلکه بخشی از مأموریت کالج‌ها و دانشگاه‌های ایالات متحده به طور کلی است. برخی از ناظران خاطرنشان کرده‌اند که آموزش رهبرانی که بتوانند یک کشور جدید را هدایت کنند، یکی از اصول پایه‌گذاری اولین مؤسسات آموزش عالی آمریکا بود (Pfeffer, 2011).

در تحقیقی با عنوان "مدیران کسب‌وکار مدرسه در انگلستان: مذاکره درباره هویت مدیران کسب‌وکار"، مدرسه را می‌توان به‌عنوان گروهی از نیروی کار مدرسه که مستقیماً در رهبری آموزشی یا تمرین کلاس درس دخیل نیستند، اما با این وجود نقش مهمی در اکوسیستم مدرسه ایفا می‌کنند؛ درک کرد. از سال ۲۰۰۰، در چارچوب یک سیاست مستمر برای کارآمدی، تغییر مسئولیت‌پذیری به طور فزاینده‌ای عملکردهای مدیریت مبتنی بر سیاست را در سراسر سیستم مدرسه متنوع کرده است. این امر همچنان بر تکامل فعالیت مدیریت کسب‌وکار مدرسه تأثیر گذاشته و منجر به ظهور طیفی از عناوین نقش در دهه گذشته شده است؛ مانند مدیر مالی و مدیر بازرگانی، با عنوان «مدیر کسب‌وکار مدرسه» که هنوز به طور گسترده استفاده می‌شود (Armstrong, 2018).

بر اساس پژوهشی با عنوان «رهبری در مدرسه کسب‌وکار»، مدارس کسب‌وکار بازیگران مهمی در آموزش عالی هستند و رهبران فعلی و آینده را آموزش می‌دهند تا در جهان تغییر ایجاد کنند. با این حال، اطلاعات بسیار کمی در مورد رهبران مدارس کسب‌وکار وجود دارد. در ادامه رهبری مدرسه کسب‌وکار این نقش پیچیده و پویا بیان می‌شود و بینش‌های بین‌المللی را در مورد معضلات مدیران در زمینه‌ها و موقعیت‌های مختلف ارائه می‌دهد. این امر بر اهمیت ایجاد فرهنگ‌های یادگیری چالش‌برانگیز و حمایت‌کننده برای ارتقاء آموزش مدیریت و تجارت، سازمان‌ها و جامعه به طور گسترده‌تر تأکید می‌کند. همچنین ویژگی‌ها و سبک‌های رهبری روسای دانشکده‌های کسب‌وکار بر اساس بررسی ابعاد مختلف نقش‌های آن‌ها ارائه شده است. این‌ها شامل مسائل مربوط به موقعیت استراتژیک، مانند قابلیت مالی، اعتبار، اندازه، مأموریت، سن، مکان و پورتفولیوهای برنامه و همچنین تأثیر رتبه‌بندی، اعتباربخشی بخش، ساختارهای حاکمیتی، شبکه‌ها و سیاست‌های ملی بر اجرای استراتژی است. نویسندگان با تکیه بر مطالعات موردی بین‌المللی و برنامه‌های توسعه روسای در سطح جهانی، محدودیت‌های مربوط به استقلال، دانشگاه و روابط خارجی روسای دانشگاه و اینکه چگونه روسای دانشکده‌های کسب‌وکار در طول دوره تصدی خود به ارزش افزوده می‌پردازند را بررسی می‌کنند (Davies et al., 2023).

در پژوهش «کارآفرینی، مدرسه کارآفرین، الزامات مدرسه کارآفرین» کارآفرینی به عنوان یکی از ضروریات هزاره‌ی جدید، اصلی‌ترین منبع توسعه و یکی از عوامل تغییر در اکثر کشورهای پیشرفته و در حال توسعه بیان شد. مدارس کارآفرین به عنوان مرکز تولید علم و فناوری و محل کاربردی نمودن دانش، می‌توانند نقش بسزایی در پیشرفت و توسعه کشور در عرصه‌های جهانی داشته باشند. از جمله الزامات مدارس کارآفرین می‌توان به تقویت کارگروهی، چگونگی ارائه ایده‌ها، آموزش چگونگی تبدیل ایده‌ها به کسب و کار، آموزش مراحل تبدیل ایده‌های ذهنی به تجاری و آشنایی صاحبان ایده با بازار کسب و کار اشاره نمود (Hoveyda, Ghafouri & Doulati, 2017).

مطالعه دیگری با عنوان «بررسی چالش‌های آموزش مدیریت در مدارس کسب و کار برتر ایران با روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری» بیان می‌کند که مهم‌ترین چالش‌های آموزش مدیریت در مدارس کسب و کار، چالش‌های فرهنگی، قانونی، خانوادگی، اجتماعی و آموزشی (کمبود منابع انسانی) بوده است (Sharbatian, Reshnawadi & Gharin, 2015).

بنابه مطالعه‌ای با عنوان «رهبری مدرسه برای قرن ۲۱: نمای کلی» رهبری برای قرن بیست و یکم باید فراگیر و توزیع کننده باشد و در عین حال ظرفیت‌سازی رهبری را ارتقا دهد. زیربنای این باور است که رهبری در همه سطوح رخ می‌دهد، مدرسه یک سازمان یادگیرنده است و همه پرسنل پتانسیل یادگیری و توسعه را دارند و رهبری مدرسه باید به طور کل نگریده شود و رهبری توزیعی باشد. رهبری مؤثر در این مقاله به فرآیند و عملکرد اختصاص داده شده است. یک دیدگاه مشترک و کل‌نگر که همه پرسنل مدرسه، مدیران و معلمان را در بر می‌گیرد؛ که دنیای معلمان و کلاس‌های درس و رهبری است. کل سیستم مدرسه که باید حمایت و محیطی را برای شکوفایی مدارس فراهم کند. از این رو، رهبری مدرسه برای تسهیل یادگیری یا رهبری برای یادگیری نه صرفاً یادگیری دانش آموز، بلکه یادگیری برای همه است تا مدرسه را مکانی برای یادگیری تبدیل کند. هدف اصلی این مقاله ترویج رهبری توزیعی، به عنوان آینده رهبری و مدیریت مدرسه، به سمت اثربخشی و بهبود مدرسه است (Ahmad & Ghavifekr, 2017).

یافته‌های پژوهشی با عنوان «رهبری و برندسازی در مدارس کسب و کار: تحلیل بوردیوسی» نشان داد، رشد برندسازی مدارس کسب و کار و حرفه‌ای سازی آن‌ها مستلزم رهبری کارآمد است که به تسهیل تغییر فرهنگ سازمانی کمک می‌کند. بوردیو برای تحلیل مطالعات موردی برندسازی در دو مدرسه کسب و کار انگلیسی از دیدگاه دانشگاهیان، مدیریت و کارکنان حرفه‌ای و دانشجویان استفاده می‌کند. یافته‌ها، تعدادی تنش و ناسازگاری بین تجربیات این گروه‌ها را نشان می‌دهد که ماهیت رقابتی برندسازی را برجسته

می‌کند. در عصر رتبه‌بندی، معیارها و هزینه‌های دانشجویی، پیشنهاد می‌شود که برندسازی ابزار مهمی است که از طریق آن رهبران و مدیران در مورد ارزش درک شده اشکال مختلف سرمایه و موقعیت‌های نسبی آن‌ها در این زمینه مذاکره می‌کنند. درحالی‌که برندسازی در سطح عمدتاً ایدئولوژیک عمل می‌کند، تأثیر مادی بر تخصیص قدرت و منابع در نهادها دارد. این یک پیشرفت مهم در بخشی است که معمولاً دارای سرمایه علمی ممتاز است و به درک روش‌های «توزیع» رهبری در دانشگاه‌ها کمک می‌کند (Naidoo et al., 2014).

یافته‌های پژوهش دیگری با عنوان «صحت‌های مبتنی بر شواهد ما: مورد توسعه رهبری در مدارس کسب‌وکار» نشان می‌دهد دانشگاهیان از اینکه افراد همیشه شواهد علمی را در عمل به کار نمی‌گیرند ابراز تأسف کرده‌اند، اما درحالی‌که دانشگاهیان مدیریت مبتنی بر شواهد (EBM)^۱ را پیشنهاد می‌کنند، همیشه آن را اجرا نمی‌کنند. با تجزیه و تحلیل ۶۰ مصاحبه با مدیران دانشگاهی مراکز رهبری در مدارس برتر کسب‌وکار، متوجه شدیم که انتخاب برنامه‌ها همیشه با توصیه‌های علمی مطابقت ندارد و برنامه‌های مدارس همیشه از ارزیابی مطلوبی برخوردار نیستند. بر اساس نظریه یکپارچگی رفتار رهبری، مدارس کسب‌وکار نیازمند مدیریت یکپارچه هستند. در چنین شرایطی است که نظام آموزشی این مدارس از هماهنگی لازم برای اجرای مدیریت برنامه‌های آموزشی و درسی برخوردار هستند (Leroy et al., 2022). در پژوهشی با عنوان «تعییه چابکی استراتژیک: دستور کار رهبری برای تسریع در تجدید مدل کسب‌وکار»، بیان شد، ناپیوستگی‌ها و اختلالات استراتژیک معمولاً نیاز به تغییر در مدل‌های کسب‌وکار دارند. اما، با گذشت زمان، شرکت‌های کارآمد به طور طبیعی مدل‌های کسب‌وکار را برای افزایش ثبات و در نتیجه استحکام تکامل می‌دهند. حل این تناقض را می‌توان با توسعه ۳ قابلیت اصلی برای چابک‌تر کردن سازمان آسان‌تر کرد: حساسیت استراتژیک، وحدت رهبری و سیالیت منابع. مجموعه‌ای از اقدامات رهبری قابلیت‌های مورد نیاز برای تسریع در تجدید و تغییر مدل‌های کسب‌وکار را ممکن می‌سازد (Doz & Kosonen, 2010).

بنابه تحقیقی، با عنوان «چرا مدارس کسب‌وکار به نوآوری‌های اساسی نیاز دارند: محرک‌ها و مسیرهای توسعه» آموزش کسب‌وکار دستخوش تغییرات پارادایمی است و مدارس کسب‌وکار باید این تغییرات را احساس کنند. این تحقیق پیشنهاد می‌کند که کسب‌وکار به‌طور معمول برای مدارس تجاری سنتی به پایان رسیده است.

از منظر مشتریان، تمرکز بر تغییرات تکنولوژیکی و ارزشی می‌باشد. از نظر رقبا، تجزیه و تحلیل بر روی رشد متمرکز است. تعداد زیاد و متنوع مدارس کسب و کار در حال حرکت به سمت مسیرهای توسعه بالقوه هستند. این مقاله نتیجه می‌گیرد که مدارس کسب و کار برای بقا به نوآوری‌های اساسی نیاز دارند (Schlegelmilch, 2020).

پژوهش دیگر با عنوان «رهبری آرمانی در مدارس کسب و کار: یک چارچوب نهادی»، بیان می‌کند که در دهه‌های اخیر شاهد تغییر در محیط مدارس کسب و کار بود است. این تغییرات مسئولیت بزرگی را بر عهده مدیران مدارس به‌عنوان رهبران مدارس می‌گذارد. تا به امروز، کمبود ادبیاتی وجود داشته است که به طور خاص به پاسخ‌های آرمانی از سوی روسای دانشکده‌های کسب و کار به آن تغییرات در محیط سازمانی می‌پردازد. بنابر نتایج این تحقیق یک چارچوب نهادی از رهبری آرمانی در مدارس کسب و کار فراهم شده است که این چارچوب بر پایه رهبری قوی برای رویارویی با مشکلات برای ایجاد هویت و شهرت منحصر به فرد مدرسه، استوار است (Almog-Bareket, 2012).

در مطالعه‌ای با عنوان «ادراک و رضایت دانش‌آموزان از آموزش فرآیند یادگیری یک مدرسه کسب و کار در شهر بمبئی» که با هدف درک و رضایت دانش‌آموزان در مورد روند آموزش مدرسه کسب و کار در شهر بمبئی انجام گرفت، پس از بررسی‌های خود پی بردند که دانش و نوآوری از جمله مسائل مهم در جهت جلب رضایت دانش‌آموزان در مورد آموزشی مدرسه کسب و کار در شهر بمبئی می‌باشد (Ranjith & Kulkarni, 2018).

از مرور ادبیات و پیشینه پژوهش‌ها در زمینه رهبری مدارس کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی این گونه برمی‌آید که غالباً به بررسی یک یا چند بعد در این حوزه پرداخته شده است و بررسی جامعی که به ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدارس کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی پردازد یافت نشد.

روش‌شناسی

روش این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی بر حسب روش کیفی و رویکرد سنتزپژوهی (مرور متون) بوده است. فراترکیب، رویکرد سیستماتیکی برای پژوهشگر ایجاد می‌نماید تا تحقیقات را ترکیب و تم‌ها و استعاره‌های پنهان را شناسایی کند و از این طریق دانش موجود را توسعه دهد و دیدی جامع و گسترده ایجاد کند. برای اجرا از شیوه هفت مرحله‌ای فراترکیب سندلوسکی و بارسو (۲۰۰۶) استفاده به عمل آمد که این هفت مرحله عبارتند:

۱. تنظیم سؤال پژوهش:

ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی کدام‌اند؟
 ۲. بررسی نظام‌مند متون: پژوهشگر به جستجوی سیستماتیک مقالات منتشر شده در مقالات معتبر داخلی و خارجی به جهت تعیین اسناد معتبر، موثق و مرتبط در بازه زمانی مورد نظر پرداخته است. ابتدا کلمات کلیدی مرتبط از قبیل رهبری مدرسه، مدرسه کسب‌وکار، رهبری مدرسه کسب‌وکار و رهبری کارآفرینی از طریق وبگاه‌های معتبر داخلی از قبیل: بانک اطلاعات نشریات کشور، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، پایگاه مجلات تخصصی (نورمگز، ایرانداک، اس آی دی، مگ ایران) و وبگاه‌های معتبر خارجی مانند: امرالد، اشپرینگر، سیج پابلیکیشن، ساینس دایرکت و گوگل اسکولار مورد جستجو قرار گرفت.

۳. جستجو و بررسی مقاله‌های مرتبط و مناسب: بعد از شناسایی کلمات کلیدی پژوهش، مجموعه مقالات بر اساس مواردی مانند عنوان، چکیده، محتوا و روش پژوهش غربال گردیدند و مقالات نهایی استخراج شدند. نمونه‌گیری به شیوه هدفمند تا حد اشباع داده‌ها بوده است. از این رو به صورت غربالگری در مرحله اول ۶۲ مقاله انتخاب شد و سپس براساس غنی بودن برای استخراج داده‌ها تا حد کفایت به تعداد ۵۳ مقاله رسید. همچنین محیط پژوهش مشتمل بر کلیه مقالات منتشر شده داخلی و خارجی بر اساس ملاک‌های ورودی (معتبر بودن نمایه مجله، سال انتشار ۲۰۲۳-۲۰۱۰، ساختار علمی داشتن مقاله، غنی بودن داده‌ها) صورت پذیرفت. در جدول ۱ لیست نهایی مقالات استخراج شده بیان شده است که ترتیب مقالات بر حسب ارتباط آن‌ها می‌باشد.

جدول (۱): جدول مقالات استخراج شده

کد مقاله	نویسنده/ سال انتشار	کد مقاله	نویسنده/ سال انتشار	کد مقاله	نویسنده/ سال انتشار
۱	Vakili, Shirbagi & FarahBakhsh, 2024	۱۹	Hafeez & Akhtar, 2022	۳۷	Mestry, 2016
۲	Karimpour, Ghoroneh & Ahanchian, 2023	۲۰	Ly, 2022	۳۸	Dyllick, 2015
۳	Khavari, Saraji & Yusufzadeh, 2023	۲۱	Cohen, 2022	۳۹	Naidoo et al., 2014
۴	Ahmadpour-Karimabadi, Behmai & Barkat, 2021	۲۲	Zayed & Fareghly, 2023	۴۰	Naylor & Ndaruhutse, 2015
۵	Khodapanah, Musapour, Devai & Ahmadi, 2022	۲۳	Ideland, Jobér & Axelsson, 2021	۴۱	Staiculescu & Lacatus, 2013
۶	Najarian-Kakhki, Amir-Khani, Ashrafi & Saeedi,	۲۴	Jones, 2021	۴۲	Demerjian, Lev & McVay,

2013				2023	
Tsai, 2013	۴۳	Hogan, kortt & Charles, 2021	۲۵	Jamshidi, Faqihi & Yousefzadeh, 2021	۷
Muff, 2013	۴۴	García-Feijoo et al., 2020	۲۶	Naseri-Alashati, Hashem & Safarian 2019	۸
Thomas & Cornuel, 2012	۴۵	Dobson, Rose, Parton & Hart, 2020	۲۷	Rahimi & Dehghani, 2020	۹
Peters & Thomas, 2022	۴۶	Schlegelmilch, 2020	۲۸	Toghraei, Mirvahedi & Hashemi, 2019	۱۰
Almog-Barek et, 2012	۴۷	Brink, Palmer & Costigan, 2018	۲۹	Goya, Firouzian & Gholam-Azad. 2019	۱۱
Pfeffer, 2011	۴۸	Winarno et al., 2019	۳۰	Ekhtiari, Moinikia & Zahid- Bablan, 2019	۱۲
Thomas & Thomas, 2011	۴۹	Ranjith & Kulkarni, 2018	۳۱	Hoveyda, Ghafouri & Doulati, 2017	۱۳
Arafah ,Hein & Page, 2013	۵۰	Armstrong, 2018	۳۲	Khodadade & Khodadade, 2014	۱۴
Wilson & Thomas, 2012	۵۱	Ahmad & Ghavifekr, 2017	۳۳	Zahedi, Ebrahimpour & Jalil, 2010	۱۵
Ford, Harding & Learmonth, 2010	۵۲	Serdyukov, 2017	۳۴	Davies, Thomas, Cornuel & Cremer, 2023	۱۶
Doz & Kosonen, 2010	۵۳	Kaplan, 2017	۳۵	Reid, 2023	۱۷
McMillan & Overall, 2016			۳۶	Leroy et al., 2022	۱۸

۴. استخراج اطلاعات مقالات: محتوای مقالات با دقت کافی مطالعه گردید و شاخص‌های اساسی استخراج شد.

۵. تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی: در این مرحله به شیوه مفاهیم باز، مفاهیم سازمان دهنده و مفاهیم فراگیر تحلیل داده‌ها صورت پذیرفت. براساس وجوه تشابه و تفاوت داده‌ها دسته‌بندی‌ها انجام گرفت.

۶. اعتبار مدل: قابلیت اعتماد را به‌عنوان معیاری برای جایگزینی روایی و پایایی مطرح ساخته‌اند که متشکل از چهار مفهوم جزئی‌تر قابلیت اعتبار، قابلیت انتقال، قابلیت تأیید و اطمینان‌پذیری است (Lincoln & Guba, 1985).

به شیوه تأیید پذیری، داده‌های مستخرجه بر اساس نظرات دو نفر از اساتید مدیریت آموزشی و دو نفر از اساتید و صاحب‌نظران برنامه‌ریزی درسی و یک نفر از اساتید مدیریت کارآفرینی که همگی اساتید از دانشگاه آزاد اسلامی بودند، بازیابی و واریسی شد و توافق در رابطه با داده‌های مستخرجه بررسی گردید که به جز سه مورد با همه داده‌های استخراج شده موافق بودند.

به شیوه انتقال‌پذیری، پژوهشگر تلاش کرد توضیحات را به صورت دقیق و هدفمند بیان نماید. فرآیند تحقیق و فعالیت‌های انجام شده در مسیر مطالعه و امکان پیگیری مسیر تحقیق و خصوصیات مقالات مورد استفاده را برای سایرین فراهم ساخت تا مشخص شود به چه میزان می‌توان از نتایج به دست آمده از تحقیق در زمینه‌های دیگر استفاده نمود.

به شیوه باورپذیری یا قابلیت اعتبار، تلاش شد تا مقالات انتخابی با حداکثر پوشش دهی و تنوع انتخاب شوند و انتخاب مقالات تا حد اشباع نظری ادامه یافت و مناسب‌ترین واحد معنایی انتخاب گردید. متن کامل کلیه مقالات همراه با کدگذاری و طبقات اولیه به اساتید راهنما و متن کامل ۲ مقاله همراه با کدگذاری، برای استاد مشاور ارسال گردید، علاوه بر آن از نظرات تأییدی و تکمیلی اساتید در کلیه مراحل در جهت پیاده‌سازی، کدگذاری و استخراج طبقات اولیه استفاده گردید.

همچنین پژوهشگر به منظور اطمینان‌پذیری از حفظ کیفیت تحقیق، به گام‌های قبل بازگشت تا از صحت آن‌ها اطمینان پیدا کند و در این پژوهش تلاش شد تا با فراهم کردن توضیحات و توصیفات روشن، مستدل و مستند گام‌های اتخاذ شده برداشته و ثبت شود. در ادامه با ارسال داده‌های مستخرجه به دو استاد خبره، تکرارپذیری استخراج داده از نظر آن‌ها بررسی شد چنانکه هر دو استاد خبره نیز به تکرار داده‌ها موافق بودند.

۷. استخراج اطلاعات مقالات: در این مرحله از فراترکیب یافته‌ها در قالب ۱۷۲ مفهوم، ۳۲ زیر مقوله و ۱۰ مقوله اصلی فراهم گردید.

یافته‌ها

سؤال تحقیق

ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی کدام‌اند؟

جدول (۲): رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بعد رهبری کارآفرینی

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
رهبری کارآفرینی	کارآفرینی در آموزش	۳۲	کارآفرینی اکتسابی (کد ۱)، (کد ۱۴)، (کد ۱۷). کارآفرینی آموزشی (کد ۱)، (کد ۲)، (کد ۱۴)، (کد ۲۱)، (کد ۲۲). کارآفرینی سازمانی (کد ۱)، (کد ۲۰). نگرش کارآفرینانه (کد ۲)، (کد ۲۳)، (کد ۳۴). تدریس کارآفرینانه (کد ۴)، (کد ۲۹). تکالیف کارآفرینانه (کد ۱۰)، (کد ۱۳). آموزش سواد مالی (کد ۱۱)، (کد ۲۶). برنامه درسی سواد مالی (کد ۵)، (کد ۲۰)، (کد ۳۴). کارآفرینی فردی (کد ۸)، (کد ۲۴). آموزش سواد تصمیم گیری (کد ۱۱)، (کد ۳۹). مدل کارآفرینی آموزشی (کد ۲۷)، (کد ۳۰). مهارت آموزی برای اشتغال پذیری (کد ۷)، (کد ۱۹)، (کد ۲۶). خلق ارزش جدید (کد ۱۰)، (کد ۳۳).
	کارآفرینی فناوری	۶	کارآفرینی فناوری (کد ۳)، (کد ۲۲). کاربرد فناوری در آموزش (کد ۱۳)، (کد ۳۴). کارآفرینی فناوری دانش آموزان (کد ۳)، (کد ۴۱).
	توانمندسازی کارآفرینانه	۱۰	توسعه توانایی های کارآفرینی (کد ۴)، (کد ۱۵)، (کد ۳۱). راهبردهای توانمندی های کارآفرینی (کد ۴)، (کد ۱۳)، (کد ۲۵). دانش آموز توانمند با مهارت (کد ۱۰)، (کد ۱۱). بهبود مهارت های فردی (کد ۴)، (کد ۱۱).

مطابق جدول ۲، دسته بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری کارآفرین است که بر سه مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

کارآفرینی در آموزش:

کارآفرینی در آموزش به معنای ایجاد و راه اندازی فعالیت های کسب و کاری در حوزه ی آموزش و پرورش است. این می تواند شامل ایجاد مدارس، دوره های آموزشی، آموزش آنلاین، نشر کتب و منابع آموزشی و

سایر فعالیت‌های مرتبط با حوزه‌ی آموزش باشد. کارآفرینان در این حوزه با توجه به نیازها و فرصت‌های موجود، راهکارهای خلاقانه و نوآورانه برای ارائه‌ی خدمات آموزشی متنوع و با کیفیت پیشنهاد می‌دهند و به ارزش‌افزوده‌های جامعه کمک می‌کنند. برای مثال در کد ۱۷، رید (۲۰۲۳)، بیان می‌کند: مدیران معتقدند یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌هایشان به‌عنوان رهبر مدرسه، بازاریابی مدرسه‌شان برای والدین/سرپرستان و جامعه محلی است.

کارآفرینی فناورانه:

کارآفرینی فناورانه یا کارآفرینی با استفاده از فناوری، به معنای ایجاد و توسعه کسب‌وکارهایی است که بر پایه فناوری‌های نوین و نوآوری‌ها مبتنی هستند. این نوع کارآفرینی به دنبال استفاده از فناوری‌های پیشرفته، نوآوری‌های جدید و ایده‌های خلاقانه برای ایجاد محصولات و خدمات جدید است. اهداف اصلی کارآفرینی فناورانه شامل تولید محصولات و خدمات نوآورانه، افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال می‌باشد. برای مثال در کد ۳، خاوری، سراجی و یوسف زاده (۲۰۲۳)، بیان می‌کنند که «برنامه درسی کارآفرینی فناورانه نیاز اصلی دانش‌آموزان دوره ابتدایی برای ایجاد اشتغال و توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و فناور خواهد بود».

توانمندسازی کارآفرینانه:

توانمندسازی کارآفرینانه به معنای ارائه آموزش، اطلاعات، منابع و حمایت‌های لازم به افراد مختلف با هدف ایجاد یا توسعه کسب‌وکارهای خود است. این فرایند شامل ارتقاء مهارت‌های کارآفرینی، انگیزه‌بخشی، ایجاد شبکه‌های ارتباطی، فراهم کردن منابع مالی و فنی، ارائه مشاوره و راهنمایی و ارتقاء زیرساخت‌های لازم برای شروع یا توسعه کسب‌وکارها می‌باشد. این اقدامات باعث افزایش توانمندی و اعتماد به نفس افراد در ایجاد و مدیریت کسب‌وکارهای خود می‌شود. برای مثال در کد ۲ کریم پور، قرونه و آهنچیان (۲۰۲۳) بیان می‌کنند که، «الزامات رهبری کارآفرینانه در مدارس در دو سطح الزامات فردی و سازمانی طبقه‌بندی می‌شوند. الزامات فردی شامل ویژگی‌های شخصیتی (نگرش کارآفرینانه، انگیزه، صبوری، تجربه، و تشویق دیگران)، شایستگی‌های مدیریتی (سبک رهبری، تیم‌سازی، ریسک‌پذیری)، شایستگی‌های دانشی (دانش کارآفرینی، برنامه‌ریزی، بازاریابی) و الزامات سازمانی شامل الزامات قانونی و ساختاری (شرایط انتخاب مدیران، آیین‌نامه‌ها و مقررات، حمایت مدیران ارشد)، الزامات آموزشی

آموزش کارآفرینانه، آموزش‌های عملی و کاربردی، آموزش پایه و تجربه خلاقانه، الزامات اقتصادی (سرمایه‌گذاری و تأمین مالی، سوددهی، تجهیزات مناسب و مشارکت افراد و صنایع) می‌باشد.

جدول (۳): رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری تعالی ساز

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
رهبری تعالی ساز	رهبری تعالی	۲۰	رهبری و مدیریت اثربخش (کد۴۳)، (کد۵۰). بهبود مدیریت مدارس کسب و کار (کد۴۱)، (کد۵۲). رهبری مدرسه برای تغییر (کد۴۱)، (کد۴۸). تعالی مدیریت مدرسه (کد۱۴)، (کد۲۱)، (کد۳۶). مدل تعالی (کد۱۴)، (کد۲۴). مدیریت کیفیت جامع (کد۱۴)، (کد۲۳). مدیریت یکپارچه (کد۱۸). یکپارچگی رفتار رهبری (کد۱۸). آموزش بر اساس نیازهای واقعی دانش آموزان (کد۶)، (کد۱۴). استفاده از مدل‌های تعالی (کد۱۴)، (کد۲۱)، (کد۳۹).
	رهبری ارتقاء ساز	۱۱	ارتقای مدیریت یادگیری مدارس کسب و کار (کد۵۲). کارآمدی آموزش کسب و کار (کد۳۱)، (کد۵۰). تنوع آموزش کسب و کار (کد۴۷)، (کد۵۰). ارتقاء آموزش (کد۱۶). ارتقای مدیریت (کد۱۲)، (کد۱۹)، (کد۳۷). ارتقای ارزش مدرسه (کد۲۴). استانداردهای سطح بالا و بهبود مستمر (کد۵۰).
	رهبری پایدار	۳	مدلی پایدار برای مدارس کسب و کار (کد۴۶). رشد و بهبود مستمر مدرسه (کد۱۴)، (کد۴۸).
	رهبری منفعت ساز	۹	بهره‌گیری از دیدگاه‌های جدید برای توسعه مدرسه کسب و کار (کد۴۹). آموزش مبتنی بر سود و منفعت برای دانش آموزان (کد۲۵). بهبود کمیت و کیفیت (کد۲۱)، (کد۳۰). حرفه‌ای کردن مدرسه (کد۳۰). اجرای مدیریت مدرسه محور در ارتقای کیفیت (کد۲۲).

			ارتقای کیفیت آموزش (کد۲۲).
			کیفیت آموزشی در مدارس (کد۶)، (کد۱۳).

مطابق جدول ۳، دسته‌بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری تعالی ساز است که بر چهار مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

رهبری متعالی:

یک رهبر متعالی، رهبری است که به رهبری بر خود، رهبری بر دیگران و رهبری بر سازمان می‌پردازد و آن‌ها را با یکدیگر تلفیق می‌کند. رهبران متعالی در مدرسه کسب‌وکار می‌توانند تأثیراتی عمیق بر معلمان و دانش‌آموزان داشته باشند و در موفقیت و تعالی این‌گونه آموزش‌ها نقش آفرینی نمایند. برای مثال در کد ۱۴ خداداده و خداداده (۲۰۱۵) بیان می‌کنند که "از آنجا که هر نهاد یا سازمانی برای رشد و بهبود مستمر، به یک الگو نیازمند است، آموزش و پرورش نیز به‌عنوان یک نهاد عظیم و اثرگذار در جامعه برای کارآفرینی اکتسابی، کارآفرینی اجتماعی از این مهم مستثنی نیست و ضرورت اجرای برنامه‌ای که بتواند مسیر تعالی مدیریت را تعریف، تسهیل، تسریع و دست‌یافتنی کند چند برابر می‌شود.

رهبری ارتقاء ساز:

مدرسه کسب‌وکار یک موسسه آموزشی است که به ارائه دوره‌ها و آموزش‌های مرتبط با کسب‌وکار و مهارت‌های مورد نیاز برای اشتغال می‌پردازد. این مدرسه با هدف ارتقاء دانش و توانایی‌های دانش‌آموزان در حوزه کسب‌وکار فعالیت می‌کند. آموزش‌های ارائه شده توسط این مدرسه شامل موضوعاتی از جمله استراتژی‌های کسب‌وکار، بازاریابی و فروش، مدیریت منابع انسانی، مهارت‌های ارتباطی و رهبری، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری و ... می‌باشد. هدف اصلی این مدرسه، ارتقاء دانش و مهارت دانش‌آموزان در حوزه کسب‌وکار و ارزش‌افزوده‌ای که در جامعه ایجاد می‌نماید، است. برای مثال در کد ۲۹ برینک، پالم و کولستیگان (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که «توجه به استانداردهای انجمن‌های معتبر برای تدریس کارآفرینانه در جهت تنظیم آموزش‌ها در مدارس کسب‌وکار لازم و ضروری می‌باشد»

رهبری پایدار:

مدرسه کسب‌وکار به دانش‌آموزان این امکان را می‌دهد که مهارت‌های مدیریتی و کسب‌وکار را به دانش‌آموزان ارائه نماید چنین مدرسه‌ای نیازمند رهبری پایدار و مؤثر است رهبری پایدار کمک می‌کند

مدیران مدارس کسب و کار تا به رهبرانی قدرتمند و اثرگذار تبدیل شوند که می‌توانند به بهترین شکل ممکن توانمندی‌ها و استعدادها را دانش‌آموزان را شناسایی و راهنمایی کنند. در این مدرسه، علاوه بر آموزش‌های مرتبط با کسب و کار، دوره‌ها و کارگاه‌های مرتبط با موضوعاتی مانند توسعه فردی، مدیریت تغییر و اثربخشی سازمانی نیز ارائه می‌شود. برای مثال در کد ۵۳ دوز و کوسونن (۲۰۱۰) بیان می‌کنند که «نایبوستگی‌ها و اختلالات استراتژیک معمولاً نیاز به تغییر در مدل‌های کسب و کار دارند. اما، با گذشت زمان، شرکت‌های کارآمد به طور طبیعی مدل‌های کسب و کار را برای افزایش ثبات و در نتیجه استحکام تکامل می‌دهند. حل این تناقض را می‌توان با توسعه ۳ قابلیت اصلی برای چابک‌تر کردن سازمان آسان‌تر کرد: حساسیت استراتژیک، وحدت رهبری و سیالیت منابع. مجموعه‌ای از اقدامات رهبری قابلیت‌های مورد نیاز برای تسریع در تجدید و تغییر مدل‌های کسب و کار را ممکن می‌سازد»

رهبری منفعت‌ساز:

رهبری منفعت‌ساز به معنای این است که رهبران و مدیران به‌منظور رسیدن به اهداف و روند پیشرفت مدرسه کسب و کار و تیم‌هایشان، به منافع و نیازهای اعضای تیم و سازمان توجه ویژه‌ای داشته باشند. در واقع، رهبری منفعت‌ساز بر اصل و ارزش مشارکت، همکاری و توجه به نیازهای افراد تأکید دارد. اگر مدرسه کسب و کار به رهبری منفعت‌ساز تمرکز کند. این به معنای این است که مدیران و اساتید از مهارت‌ها و مدل‌های رهبری که بر اساس تلاش برای ارتقاء منافع و نیازهای اعضای گروه استوار استفاده می‌کنند. این نوع رهبری باعث افزایش همبستگی و تعامل درون‌سازمانی می‌شود و اعضای تیم را به همکاری و به‌کارگیری توانمندی‌ها و استعدادها خود تشویق می‌کند. بهره‌برداری از رهبری منفعت‌ساز در مدرسه کسب و کار می‌تواند بهبود عملکرد و رضایت شرکت‌کنندگان از دوره‌ها و آموزش‌های ارائه شده را تضمین کرده و از نظر موثریت و اثربخشی در ارائه خدمات آموزشی مؤثر باشد. برای مثال در کد ۴۸ پیفینفر (۲۰۱۱) بیان می‌کند که "تمرکز بر آموزش رهبران نه تنها در مدارس کسب و کار بلکه بخشی از مأموریت کالج‌ها و دانشگاه‌های ایالات متحده به‌طور کلی است. آموزش رهبرانی که بتوانند یک کشور جدید را هدایت کنند، یکی از اصول پایه‌گذاری اولین مؤسسات آموزش عالی آمریکا بود."

جدول (۴): رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری مشارکتی

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
رهبری مشارکتی	کار تیمی	۱۵	تیم‌های کارآفرینانه (کد ۱۰)، (کد ۲۵). تقویت کارگروهی (کد ۱۳)، (کد ۱۸). جلب مشارکت فعال (کد ۱۴)، (کد ۳۱). جلب مشارکت نهادهای پیرامونی (کد ۱۴). رهبری مشارکتی (کد ۱۵)، (کد ۱۹)، (کد ۲۰). همکاری ذینفعان (کد ۱۹). تقویت همکاری (کد ۲۶). الهام از یادگیری مبتنی بر تیم (کد ۲۰). فعالیت کار تیمی (کد ۱۸)، (کد ۲۰).
	ارتباط با جامعه	۱۳	تعامل مدرسه با دنیای واقعی (کد ۱۰)، (کد ۱۶). روابط قوی‌تر و شفاف‌تر با جامعه (کد ۱۹)، (کد ۲۷). مشارکت مدارس و سازمان‌های غیردولتی (کد ۴۱). مشارکت مدارس با جامعه محلی (کد ۳۴)، (کد ۴۱). مشارکت افراد و صنایع (کد ۲)، (کد ۳۷). مدیریت جمعی (کد ۳۵)، (کد ۴۹). مشارکت با جامعه (کد ۱۹)، (کد ۲۰).
	مشارکت ذینفعان	۹	مشارکت ذینفعان (کد ۲۲)، (کد ۴۰). افزایش مشارکت در فعالیت‌های فوق‌برنامه (کد ۲۶). ترویج کار مشارکتی (کد ۱)، (کد ۳۹). استفاده از مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری (کد ۱۹)، (کد ۲۰). مدیریت بر پایه مشارکت‌پذیری (کد ۱۲)، (کد ۲۱).

مطابق جدول ۴، دسته‌بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به‌صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری مشارکتی است که بر سه مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است.

کار تیمی:

مدرسه کسب و کار یا، یک محیط یا برنامه آموزشی است که به افراد کمک می‌کند تا مهارت‌ها و دانش لازم برای موفقیت در کسب و کار و توانایی کار در تیم‌های مؤثر را از طریق آموزش‌ها، کارگاه‌ها، مشاوره‌ها و تلاش‌های عملی کسب کنند. این محیط‌ها معمولاً به دانش‌آموزان ابزارهای مورد نیاز برای توسعه مهارت‌ها، ایجاد شبکه‌های ارتباطی و افزایش دانش کسب و کاری ارائه می‌دهند تا بتوانند به‌عنوان کارآفرینان و اعضا موفق تیم‌ها عمل کنند. برای مثال در کد ۱ و کیلی و همکاران (۲۰۲۴) بیان می‌کنند که: "رهبران کارآفرین مدارس از شیوه‌هایی مانند فرصت‌بخشی به عموم مردم برای بازدید از مدرسه، خطر کردن، ترویج کار مشارکتی و دستیابی و افزایش قدرت اعضای مدرسه استفاده می‌کردند"

ارتباط با جامعه:

رهبری در مدرسه کسب و کار به معنای راهنمایی و انگیزه‌بخشی برای افراد و تیم‌ها در جهت تحقق اهداف و رسیدن به موفقیت در کسب و کارها می‌باشد. رهبران در این محیط‌ها باید بتوانند ارتباط مؤثر با اعضای تیم، فراهم کردن محیط موجود برای رشد و توسعه، تشویق به همکاری و ارتباط با جامعه، تحلیل موقعیت‌ها و ارائه راهکارهای مناسب برای رسیدن به اهداف را به‌خوبی انجام دهند. ارتباط با جامعه در این زمینه نیز به معنای برقراری ارتباط با مشتریان، شرکای تجاری، جامعه محلی و ارگان‌های مرتبط برای ایجاد فرصت‌ها و حمایت‌های لازم برای موفقیت کسب و کار می‌باشد. برای مثال در کد ۱۹ حافظ و اختر (۲۰۲۲) بیان می‌کنند که "رهبری مشارکتی از مدارسی حمایت می‌کند که برنامه‌های توسعه خود را تنظیم می‌کنند، به منافع ذینفعان برای مشارکت در فرآیند تصمیم‌گیری مدرسه برای اطمینان از تغییر مثبت و پایدار در بخش آموزش توجه می‌کنند. به‌موازات این مفهوم مدیریت مدرسه، همه ذینفعان را جذب می‌کند تا به‌طور مشترک برای افزایش پتانسیل عملکرد کلی مدرسه کار کنند"

مشارکت ذینفعان:

در رهبری مدرسه کسب و کار، مشارکت ذینفعان یکی از عوامل مهم برای موفقیت و پیشرفت است. در این رابطه، رهبران باید با مشارکت فعال و مؤثر ذینفعان مختلف نظیر کارکنان، اولیاء دانش‌آموزان، شرکا، سرمایه‌گذاران، ارگان‌های دولتی و جامعه محلی، به اشتراک‌گذاری اهداف، ارزش‌ها و تصمیم‌گیری‌های مهم بپردازند. این ارتباط مؤثر با ذینفعان، باعث افزایش اعتماد متقابل، تعهد بیشتر، افزایش پشتیبانی و حمایت، بهره‌وری بالاتر و رشد پایدار کسب و کار خواهد شد. ارتباط مؤثر و مشارکت ذینفعان در فرآیند

تصمیم‌گیری و اجرای استراتژی‌های کسب‌وکار، به رهبران کمک می‌کند تا به بهترین شکل ممکن به اهداف و مأموریت مدرسه کسب‌وکار دست یابند. برای مثال در کد ۴۱ استایکولیسو و لاکاتوس (۲۰۱۳) بیان می‌کنند که "مدرسه یک نهاد اجتماعی پیچیده با نقشی خاص در یک جامعه است. هر مدرسه با سایر مؤسسات و سازمان‌ها در محیطی خاص با ویژگی‌هایی که ممکن است از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت باشد، کار می‌کند. مدارس به‌منظور دستیابی به اهداف آموزشی مختلف، اشکال مختلفی از مشارکت با سازمان‌های غیردولتی ایجاد کرده‌اند. چنین شکل‌هایی از مشارکت تأثیر و مزایای مثبتی برای دانش‌آموزان و خانواده‌های آن‌ها، معلمان و جامعه نیز دارد. به همین دلیل است که نهادهای درگیر در مشارکت‌های آموزشی باید مسئولیت‌پذیر عمل کنند و اقدامات خود را اساساً بر اساس نیازها و علایق دانش‌آموزان بنا کنند."

جدول (۵): رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری کنشگر

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
رهبری کنشگر	رهبری خودگردان	۱۳	درگیر ساختن کنشگران بومی (کد ۱۲)، (کد ۲۹). کنشگری اجتماعی (کد ۱)، (کد ۸). ارتباطات اجتماعی (کد ۱). آموزش‌های عملی و کاربردی (کد ۲)، (کد ۲۳). فعالیت‌های عملی و مبتنی بر مسئله (کد ۳). بازاریابی (کد ۲)، (کد ۴۵). مدیریت خودگردان (کد ۱۰)، (کد ۱۲)، (کد ۲۸).
	رهبری جامعه‌محور	۶	اثرگذار در جامعه (کد ۱۴)، (کد ۲۹). فعالیت‌های آموزشی جامعه‌محور (کد ۹)، (کد ۱۲). رضایت جامعه و افکار عمومی (کد ۸)، (کد ۳۹).
	رهبری خلاقانه	۱۰	راه‌اندازی مهارت‌های خلاقانه (کد ۶)، (کد ۱۸). آموزش کسب‌وکار (کد ۴)، (کد ۲۳). تربیت دانش‌آموز خلاق (کد ۱۰)، (کد ۲۳)، (کد ۳۰). رهبری خلاق (کد ۷)، (کد ۱۴)، (کد ۲۸).
	رهبری مشروع	۴	ریسک‌پذیری مدیران (کد ۸). مدیریت بر پایه ضروریات هزاره جدید (کد ۱۳). مشروعیت مستمر مدرسه کسب‌وکار (کد ۷)، (کد ۴۵).

مطابق جدول ۵، دسته‌بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری کنشگر است که بر چهار مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

رهبری خودگردان:

مدیریت خودگردان مدارس یک راهبرد برای اصلی آموزش و پرورش از طریق انتقال قدرت تصمیم‌گیری از اداره‌های کل آموزش و پرورش استان و منطقه به مدارس است. به عبارت دیگر، مدیریت مدرسه محوری به عنوان تمرکززدایی از اختیار تصمیم‌گیری و انتقال آن به مدرسه تعریف شده است. برای مثال در کد ۳۰ وینارنو و همکاران (۲۰۱۹) بیان می‌کنند که "روحیه کارآفرینی به دانش‌آموزان می‌تواند علاقه آن‌ها را به کارآفرینی افزایش دهد و بهبود کمیت و کیفیت SMEها را توسعه بخشد. علاوه بر این، از طریق آموزش کارآفرینی که به طور مستقیم با SMEها ادغام شده است، انتظار می‌رود برای دانش مهارت و نگرش کارآفرینی به گونه‌ای فراهم سازد که بتوانند در آینده شغل ایجاد کنند و نیروی کار را از جامعه جذب کنند. بنابراین، ظهور کارآفرینی مدل آموزشی ادغام شده با SMEهای محلی بر ظهور کارآفرینان جدید تأثیر می‌گذارد"

رهبری جامعه‌محور:

رهبری انسان‌محور یک سبک رهبری است که بر روابط بین فردی تأکید می‌کند و به تفاوت‌های فردی احترام می‌گذارد. رهبران انسان‌محور و کارمند محور به دنبال درک نیازها، نقاط قوت و آرزوهای کارکنان خود هستند و پشتیبانی، بازخورد و فرصت‌هایی را برای آن‌ها فراهم می‌کنند که برای رشد و شکوفایی نیاز دارند. برای مثال در کد ۹ رحیمی و دهقانی (۲۰۲۰) بیان می‌کنند که "نظام آموزشی باید مبتنی برنامه درسی مطلوب، فعالیت‌های آموزشی خود را به منظور کارآفرینی دانش‌آموزان بر اساس نیازهای جامعه طراحی و تدوین نماید این در حالی است که انتظارات جامعه و اکاوی شود"

رهبری خلاقانه:

رهبری خلاقانه با ارائه فرصت‌های جدید برای حل مسئله و رشد، به سازمان‌ها به طریقی کمک می‌کند که روش‌های متعارف‌تر رهبری، این امکان را ندارند. دیدگاه‌های جدید در مورد مشکلات، از طریق رویکردی خلاقانه می‌تواند به پیدایش راه‌حل‌های جدید و حتی ناشناخته منجر شود. برای مثال در کد ۱۰ طغرای، میرواحدی و هاشمیان (۲۰۱۹) بیان می‌کنند که "خلق ارزش جدید، تربیت

دانش‌آموز خلاق، نوآور و چندبعدی و دانش‌آموز توانمند بامهارت، پیامدها و برون داد اصلی آموزش کارآفرینانه در مدرسه است که طی آن دانش‌آموزان با قرار گرفتن در مسیر آموزش صحیح تحصیلی و شغلی، به خلق ارزش برای خود و جامعه می‌پردازند."

رهبری مشروع:

مدرسه کسب‌وکار برای پیشبرد اهداف آموزشی نیازمند رهبری مشروع است. این نوع رهبری بر اساس مقتضیات و شرایطی که با آن روبروست دست به تصمیم‌گیری می‌زند و ریسک‌پذیری آگاهانه دارد چنانکه مدیریت مدرسه را بر پایه ضروریات هزاره‌ی جدید به پیش می‌برد. برای مثال در کد توماس و کورنل (۲۰۱۲) بیان می‌کنند که "مشروعیت مستمر مدرسه کسب‌وکار را با توجه به مشروعیت علمی و ارتباط آن با دنیای تجارت و مشروعیت رهبری فکری در جامعه بررسی می‌کنند."

جدول (۶): رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری برنامه درسی

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
رهبری برنامه درسی	بازنگری برنامه درسی	۸	سیاست مستمر بازنگری برنامه درسی برای کارآمدی (کد ۳۲). مدیریت برنامه درسی کسب‌وکار (کد ۱۹)، (کد ۳۲). سیاست‌های اصلاحی برنامه درسی با الهام از تجارت (کد ۲۱). فرایند آموزش مبتنی بر حل مشکل (کد ۲۳). تولید کالای آموزشی (کد ۲۴). حکمرانی برنامه درسی مبتنی بر رویکرد کسب‌وکار (کد ۲۷). مدیریت مسئولانه برنامه درسی (کد ۳۸).
	برنامه درسی مشروع	۸	آموزش بر اساس نیازها و علایق دانش‌آموزان (کد ۴۱). مشروعیت برنامه درسی و ارتباط آن با دنیای تجارت (کد ۳۷)، (کد ۴۵). استفاده از برنامه درسی سیستمی (کد ۳۹)، (کد ۵۰). الگوپذیری از برنامه‌های کسب‌وکار (کد ۶). ارزش افزوده برنامه درسی (کد ۱۶). بازاریابی برنامه درسی مدرسه (کد ۱۷).
	برنامه درسی جدید	۱۰	طراحی الگوی برنامه درسی جدید (کد ۱۱). ارزیابی برنامه درسی (کد ۳۰)، (کد ۴۹). ظرفیت‌سازی برنامه درسی (کد ۲۱)، (کد ۳۳).

			حکمرانی روند کسب و کار بر برنامه درسی (کد ۳۱). تمرکز بر هسته کسب و کار در برنامه درسی (کد ۲۸)، (کد ۵۰). انطباق با نیازهای درحال توسعه کسب و کار (کد ۳۱)، (کد ۳۶).
	برنامه درسی درهم تنیده	۵	مدل‌های یادگیری ترکیبی (کد ۴۶). مدل‌های یادگیری چندگانه (کد ۴۷). ادغام یادگیری و تجربه (کد ۱۹)، (کد ۵۰). هماهنگی اجرای مدیریت برنامه‌های آموزشی و درسی (کد ۱۸).

مطابق جدول ۶، دسته‌بندی مفاهیم مستخرج از مقالات به صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری برنامه درسی است که بر چهار مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

بازنگری برنامه درسی:

برای راه‌اندازی و رهبری مدرسه کسب و کار، نیاز به بازنگری برنامه درسی است. لذا رهبری برنامه‌های درسی با الهام از دنیای تجارت و بازار کار لزوماً باید به بازنگری عناصر برنامه درسی اقدام نماید و به گونه‌ای برنامه درسی را بازسازی نماید که از طریق آن بتواند دانش‌آموزان برای ورود به بازار کار توانمندسازی نماید. برای مثال در کد ۳۳ احمد و قوی فکر (۲۰۱۷) بیان می‌کنند که "رهبری مدرسه برای قرن ۲۱ نیازمند تلاش برای بهره‌گیری از راهبردهای مورد لزوم برای توسعه آموزش کارآفرینی است و این امر لزوماً نیازمند ظرفیت‌سازی و ارتقای سبک رهبری است. به این منظور مدیران و رهبران آموزشی باید در راستای توانمندسازی معلمان و مجریان برنامه‌های درسی، دوره‌های آموزشی کارآمدی را برگزار نمایند."

برنامه درسی مشروع:

مدرسه کسب و کار مستلزم برنامه درسی مشروع است. این نوع برنامه درسی مشتمل بر آموزش و یادگیری مبتنی بر علائق و نیازهای دانش‌آموزان با رویکرد دنیای تجارت، اقتصاد و بازار است. چنانکه بر اساس نیازهای بازار به فعالیت‌های آموزشی برای دانش‌آموزان اقدام می‌شود و برای ورود به جامعه و اشتغال آماده می‌شوند. برای مثال در کد ۴۹ توماس و توماس (۲۰۱۱) بیان می‌کنند که "بحران مالی کنونی و

انتقادات وارده به مدرسه کسب‌وکار در دانشگاه مدرن^۱، روسای دانشگاه را ملزم می‌کند که به مدل‌ها و موارد احتمالی در حال تغییر، جهانی‌سازی و ارزش‌های اخلاقی در ارزیابی برنامه درسی و رهبری دانشکده کسب‌وکار بپردازند"

برنامه درسی جدید:

رهبری مدرسه کسب‌وکار باید برای آموزش به دانش‌آموزان، فعالیت‌هایی را طراحی و اجرا نماید که از ظرفیت‌های جدید و سطحی از نوآوری برخوردار باشند. از این‌رو چنین برنامه درسی از الگوهای جدید برای انطباق با بازار کار پیروی می‌نماید. به‌طوری‌که ظرفیت‌های ورود به دنیای کار را برای دانش‌آموزان فراهم سازد. برای مثال در کد ۳ خاوری، سراجی و یوسف زاده (۲۰۲۳) بیان می‌کنند که "برنامه درسی کارآفرینی فناورانه نیاز اصلی دانش‌آموزان دوره ابتدایی برای ایجاد اشتغال و توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و فناور خواهد بود"

برنامه درسی درهم‌تنیده:

مدرسه کسب‌وکار و رهبری آن برای آموزش و مهارت‌آموزی به دانش‌آموزان باید از شیوه‌های آموزش ترکیبی استفاده نماید. استفاده از مدل یادگیری ترکیبی مبتنی بر ادغام یادگیری و تجربه است. چنانکه در اجرای برنامه درسی از راهبردهای یادگیری چندگانه استفاده به عمل می‌آید و مهارت‌های دانش‌آموزان ابعاد شناختی، عاطفی و روانی-حرکتی تقویت می‌شود. برای مثال در کد ۵۲ فورد و همکاران (۲۰۱۰) بیان می‌کنند که "بهبود مدیریت مدارس کسب‌وکار وابسته به داشتن تفکر انتقادی از سه وجه دانش‌آموزان، معلمان و محتوای درسی است. تحلیل‌های انتقادی منجر به ارتقای مدیریت یادگیری مدارس کسب‌وکار می‌شود و در چنین حالتی است که ابزارها و روش‌های آموزش کسب‌وکار در این مدارس بهبود می‌یابد"

جدول (۷): رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری استراتژیک

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
رهبری استراتژیک	مأموریت آموزش کسب و کار	۱۱	برنامه ریزی استراتژیک (کد ۸)، (کد ۴۱). رهبری بر پایه موقعیت استراتژی (کد ۱۶)، (کد ۳۶). پژوهش بیشتر بر رهبری استراتژیک (کد ۴۹). پی گیری مأموریت مدرسه کسب و کار (کد ۳۵)، (کد ۴۳). هدایت مدرسه در دستیابی به اهداف آموزشی کسب و کار (کد ۳۷). ایجاد چشم انداز کارآفرینانه (کد ۱۵). رهبری بر پایه مأموریت مدرسه (کد ۱۶). ارزش مدارس کسب و کار (کد ۲۵).
	روش های مختلف آموزش کسب و کار	۶	بررسی استراتژی های مختلف برای مدارس کسب و کار (کد ۵۱). حساسیت استراتژیک (کد ۵۳). وحدت رهبری (کد ۳۰)، (کد ۵۳). رفع چالش های مدرسه (کد ۴۵). جای گذاری آموزش کسب و کار در چشم انداز مدرسه (کد ۲۸).
	تسریع روند آموزش کارآفرینی	۵	تسریع در روند رهبری کسب و کار (کد ۲۸)، (کد ۵۳). چابک سازی رهبری (کد ۲۹)، (کد ۵۳). رهبری برای تسریع در تجدید مدل کسب و کار (کد ۵۳).
	شناسایی فرصت ها/تهدیدها	۸	رهبری بر پایه چالش ها (کد ۱۵). رهبری بر پایه فرصت ها (کد ۱۵)، (کد ۲۴). رهبری بر پایه تهدیدها (کد ۱۵)، (کد ۴۳). رهبری بر پایه قابلیت ها (کد ۱۶). استفاده از فرصت های تجاری (کد ۲۱)، (کد ۲۲).

مطابق جدول ۷، دسته بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری استراتژیک است که بر سه مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

مأموریت آموزش کسب و کار:

آموزش کسب و کار به معنای ارائه دانش، مهارت ها و ابزارهای لازم برای موفقیت در جهان کسب و کار است. مأموریت آموزش کسب و کار معمولاً به تعیین هدف ها، ارزش ها و هدف کلی آموزش

می‌پردازد. با تعیین مأموریت، مدرسه کسب‌وکار مشخص می‌کند که چه اهدافی را دنبال می‌کند، چه ارزش‌هایی را ترویج می‌دهد و چه نقشی در جامعه و بازار کسب‌وکار دارد. هدف اصلی آموزش کسب‌وکار معمولاً شامل ارتقاء کارآفرینی، توانمندسازی افراد برای موفقیت در محیط کسب‌وکار، ارائه دانش و مهارت‌های عملی برای موفقیت در حرفه و تدریس چگونگی مدیریت و راهبری یک کسب‌وکار است. برای مثال در کد ۱۶ دیویس و همکاران (۲۰۲۳) بیان می‌کنند که "ویژگی‌ها و شبکه‌های رهبری مدیران دانشکده‌های کسب‌وکار بر اساس بررسی ابعاد مختلف نقش‌های آن‌ها شامل مسائل مربوط به موقعیت استراتژیک، مانند قابلیت مالی، اعتبار، اندازه، مأموریت، سن، مکان و پورتفولیوهای برنامه و همچنین تأثیر رتبه‌بندی، اعتباربخشی بخش، ساختارهای حاکمیتی، شبکه‌ها و سیاست‌های ملی بر اجرای استراتژی است"

راه‌های مختلف آموزش کسب‌وکار:

در بررسی راه‌های مختلف آموزش کسب‌وکار، می‌توان به انواع مختلف آموزش‌های تخصصی مدیریت کسب‌وکار اشاره کرد از جمله آموزش‌های آنلاین، آموزش‌های حضوری، کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی متنوع. همچنین آموزش‌های مهارت‌های نرم، مثل مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های ارتباط با مشتریان، مهارت‌های رهبری و همکاری تیمی نیز برای موفقیت در کسب‌وکار بسیار اهمیت دارند. این‌ها تنها چند نمونه از راه‌های آموزش کسب‌وکار هستند و می‌توان در برنامه‌های آموزشی کسب‌وکار به راه‌های دیگر نیز توجه کرد تا افراد مجهز شوند برای رقابت در بازار کسب‌وکار. برای مثال در کد ۱۳ هویدا و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که "مدارس کارآفرین به‌عنوان مرکز تولید علم و فناوری و محل کاربردی نمودن دانش، راهبردهای توانمندی‌های کارآفرینی و تکالیف کارآفرینانه می‌توانند نقش بسزایی در پیشرفت و توسعه کشور در عرصه‌های جهانی داشته باشند. از جمله الزامات مدارس کارآفرین می‌توان به تقویت کارگروهی، چگونگی ارائه ایده‌ها، آموزش چگونگی تبدیل ایده‌ها به کسب‌وکار، آموزش مراحل تبدیل ایده‌های ذهنی به تجاری و آشنایی صاحبان ایده با بازار کسب‌وکار اشاره نمود"

تسریع روند آموزش کارآفرینی:

برای تسریع روند آموزش کارآفرینی، می‌توانید از روش‌های مختلفی استفاده کنید. اولین گام می‌تواند تشویق و انگیزه‌بخشی به افراد برای شروع یک کسب‌وکار باشد، مثلاً برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های تشویقی و انگیزشی. همچنین ارائه آموزش‌های عملی و کاربردی به افراد در موضوعات مربوط به راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار نیز می‌تواند روند آموزش کارآفرینی را تسریع کند. استفاده از فناوری و

ابزارهای آموزشی مدرن نیز می‌تواند به بهبود و تسهیل آموزش کارآفرینی کمک کند. همچنین ایجاد شبکه‌های حمایتی و همکاری با سازمان‌ها و مؤسسات مرتبط نیز می‌تواند به ترویج کارآفرینی و تسهیل آموزش کارآفرینی کمک کند. برای مثال در کد ۵۳ دوز و کوسونن (۲۰۱۰) بیان می‌کنند که " ناپیوستگی‌ها و اختلالات استراتژیک معمولاً نیاز به تغییر در مدل‌های کسب‌وکار دارند. اما، با گذشت زمان، شرکت‌های کارآمد به طور طبیعی مدل‌های کسب‌وکار را برای افزایش ثبات و در نتیجه استحکام تکامل می‌دهند. حل این تناقض را می‌توان با توسعه ۳ قابلیت اصلی برای چابک‌تر کردن سازمان آسان‌تر کرد: حساسیت استراتژیک، وحدت رهبری و سیالیت منابع. مجموعه‌ای از اقدامات رهبری قابلیت‌های مورد نیاز برای تسریع در تجدید و تغییر مدل‌های کسب‌وکار را ممکن می‌سازد."

شناسایی فرصت‌ها/تهدیدها:

فرصت‌های آموزش کسب‌وکار شامل افزایش دسترسی به منابع آموزشی، استفاده از فناوری‌های نوین برای ارائه آموزش‌های مدرن، افزایش تقاضا برای آموزش کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی در صنایع مختلف می‌باشد. تهدیدهای آموزش کسب‌وکار شامل نبود منابع کافی برای آموزش به کیفیت مطلوب، عدم تطابق آموزش‌ها با نیازهای واقعی بازار کار، رقابت شدید با دیگر مؤسسات آموزشی و تغییرات ناگهانی در فناوری و بازار که موجب ابطال آموزش‌های قدیمی و نیاز به آموزش مجدد می‌شود. با تحلیل و شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای موجود، می‌توان برنامه‌های آموزش کسب‌وکار منطبق با نیازهای بازار طراحی کرد و از فرصت‌ها به بهترین نحو استفاده نمود و از تهدیدها پیشگیری کرد. برای مثال در کد شیگیلمیچ (۲۰۲۰) بیان می‌کند که " مدارس کسب‌وکار باید تغییرات را احساس کنند. کسب‌وکار به‌طور معمول برای مدارس تجاری سنتی به پایان رسیده است. از منظر مشتریان، تمرکز بر تغییرات تکنولوژیکی و ارزشی می‌باشد. از نظر رقبا، تجزیه و تحلیل بر روی رشد متمرکز است."

جدول (۸): رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری تحولی

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
	رهبری تفویضی	۶	مدیریت بر پایه تمرکززدایی (کُد ۱۲)، (کُد ۲۵)، (کُد ۴۷). مدیریت بر پایه تفویض اختیار (کُد ۱۲)، (کُد ۳۳). بهره‌گیری از راهبرد مدیریت سهامداری مدرسه (کُد ۲۱).

رهبری تحولی	رهبری پیشرو	۱۰	طراحی و اجرای استراتژی‌های تحول‌آفرین (کد ۵۰). رهبری آرمانی در مدارس کسب‌وکار (کد ۴۷). تغییر سیاست‌های مدیریت مدرسه (کد ۲۷). بهره‌گیری از الگوهای تحول‌آفرین (کد ۴۴). فرآیندهای مدیریت در مسیر تحول (کد ۱۴)، (کد ۴۲). مدیریت بر پایه سند تحول بنیادین (کد ۱۴). رهبری تحول‌گرا (کد ۱۵)، (کد ۲۷)، (کد ۴۳).
	رهبری روزآمد	۹	انطباق در محیط‌های متحول (کد ۱۵)، (کد ۴۴). رهبری نوآور (کد ۱۵)، (کد ۳۳). سیستم آموزشی مبتنی بر برنامه (کد ۱۴)، (کد ۲۹). سیستم آموزشی مبتنی بر عمل (کد ۱۴). بازنگری مدل‌های موجود مدرسه کسب‌وکار (کد ۴۶)، (کد ۴۹).

مطابق جدول ۸، دسته‌بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری تحولی است که بر سه مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

رهبری تفویضی:

در رهبری تفویضی، رهبر به اعضای گروه خود اعتماد می‌کند و آن‌ها را به اتخاذ تصمیمات و انجام وظایف تشویق می‌کند. این اعتماد و توانایی افراد در انجام وظایفشان می‌تواند به آن‌ها انگیزه بیشتری بدهد و به افزایش خلاقیت و نوآوری در کارهایشان منجر شود. آموزش کارآفرینی همچنین به افراد کمک می‌کند تا مهارت‌ها و دانش لازم برای راه‌اندازی و مدیریت یک کسب‌وکار را به دست آورند. با ترکیب این دو مفهوم، رهبری تفویضی می‌تواند به افراد این امکان را بدهد که به عنوان کارآفرین‌ها عمل کنند و وظایف خود را با خلاقیت و انگیزه بیشتری انجام دهند. این رویکرد می‌تواند به توسعه کارآفرینی در سازمان‌ها و ایجاد فضایی برای نوآوری و تحول مثبت کمک کند. برای مثال در کد ۱۲، اختیاری و همکاران (۲۰۱۹) بیان می‌کند " تجدید ساختار نظام آموزشی مشخص‌کننده نوعی نیاز به اصلاح نظام مدارس است. گرایش عدم تمرکز به منظور ارتقای حساب پس دهی، کسب دانش محلی، درگیر ساختن کنش‌گران بومی و مدرسه‌ای و کسب حمایت‌های سیاسی و اجتماعی برای اداره‌ی مدارس نمونه‌ای از این دست می‌باشند."

رهبری پیشرو:

مدرسه کسب و کار برای بهبود و پیشرفت مستمر خود، به یک رهبری پیشرو نیاز دارد. یک رهبر پیشرو با داشتن چشم‌انداز و اهداف واضح، قادر است تیم و سازمان را به سمت رشد و توسعه هدایت کرده و به نوآوری‌ها و تغییرات مؤثر در مدرسه دست پیدا کند. رهبری پیشرو باید دارای ویژگی‌هایی مانند جسارت، انعطاف‌پذیری، ابتکار و ارتقای مداوم باشد تا بتواند در مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌های مختلف، تصمیمات صحیح و جسورانه بگیرد و از فرصت‌ها به بهترین شکل ممکن بهره‌برداری کند، با حضور یک رهبر پیشرو در مدرسه کسب و کار، این موسسه به محیطی پویا و پیشرفته تبدیل می‌شود که به شرکت‌کنندگان خود فرصت‌های بیشتری برای یادگیری و پیشرفت ارائه می‌دهد. از این رو، تعیین یک رهبر پیشرو برای مدرسه کسب و کار بسیار اهمیت دارد. برای مثال در کد ۱۵، زاهدی و همکاران (۲۰۱۱) بیان می‌کنند که "در رهبری تحولی، رهبر قادر به پشتیبانی از نوآوری و انطباق در محیط‌های متحول و نامطمئن است همچنین باعث ایجاد چشم‌انداز کارآفرینانه و الهام بخشیدن به تیم برای عملیاتی کردن چشم‌انداز در محیط‌های نامطمئن و با سرعت زیاد است"

رهبری روزآمد:

مدرسه کسب و کار برای پیشرفت و توسعه خود نیازمند یک رهبری روزآمد و پایدار است. یک رهبر روزآمد باید با تغییرات روزمره در علم و فناوری، بازار و محیط کسب و کار آشنا باشد و بتواند استراتژی‌های جدید و نوآورانه را برای مدرسه تعیین کرده و اجرا کند. رهبری روزآمد باید دارای مهارت‌ها و دانش لازم برای مدیریت تغییر و پیشگامی در حوزه کسب و کار باشد تا بتواند مدرسه را در مسیر رشد و توسعه پایدار هدایت کند. او باید توانایی داشته باشد تا با چالش‌ها و مخاطرات مختلف که در مسیر پیشرفت وجود دارند، مواجهه کند و راه کارهای مناسب را برای حل آن‌ها ارائه دهد. با یک رهبر روزآمد در مدرسه کسب و کار، این موسسه به محیطی پویا و نوآورانه تبدیل می‌شود که به شرکت‌کنندگان خود فرصت‌های بیشتری برای یادگیری و پیشرفت ارائه می‌دهد. از این رو، اهمیت انتخاب یک رهبر روزآمد و پایدار برای مدرسه کسب و کار بیش از پیش احساس می‌شود. برای مثال کد ۱۲ اختیاری و همکاران (۲۰۱۹) بیان می‌کنند که "سازمان‌ها برای ادامه حیات ناچار هستند تا به طور مداوم به بازسازی و بازنگری خود بپردازند که البته مؤسسات آموزشی و کارآموزی نیز از این پدیده مستثنی نیستند"

جدول (۹): رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری برندساز

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
رهبری برندساز	رهبری رقابتی	۱۷	شهرت منحصر به فرد مدرسه (کد ۴۷). برندسازی آموزش کسب‌وکار (کد ۲۳)، (کد ۵۰). تغییر در مدل‌های کسب‌وکار (کد ۳۷)، (کد ۵۳). رشد برندسازی مدارس کسب‌وکار (کد ۳۹)، (کد ۴۱). ماهیت رقابتی برندسازی (کد ۳۹). برندسازی مدرسه (کد ۱۷)، (کد ۳۰). آموزش‌های با کیفیت بالا (کد ۳۷)، (کد ۴۲). نتایج یادگیری با کیفیت بالا (کد ۲۶)، (کد ۳۳). انجام باز دیدهای علمی (کد ۴۰). تجهیزات آموزشی (کد ۴۰). تجهیزات مناسب (کد ۲).
	رهبری حرفه‌ای	۶	ابزارها و روش‌های آموزش کسب‌وکار (کد ۵۲). منطبق سازی مدرسه با اهداف کسب‌وکار (کد ۱۸)، (کد ۲۹). برنامه‌های آموزشی کارآمد (کد ۲۷). رشد حرفه‌ای مدرسه کسب‌وکار (کد ۳۹)، (کد ۴۸).

مطابق جدول ۹، دسته‌بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری برندساز است که بر دو مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

رهبری رقابتی:

در مدرسه کسب‌وکار، وجود یک رهبر رقابت‌ساز واقعاً امری ضروری و حیاتی است. یک رهبر رقابت‌ساز، با توانایی‌ها، اراده و انگیزه‌ای که دارد، توانایی ایجاد فضای رقابتی و خلاق در مدرسه را دارد. او می‌تواند با افزایش تحریک و انگیزه شرکت‌کنندگان، توانایی‌های آن‌ها را تقویت کند و از آن‌ها برای رشد و پیشرفت بیشتر الهام بگیرد. رهبر رقابت‌ساز باید همچنین دارای بینش و دانش کافی در حوزه کسب‌وکار و رهبری باشد تا بتواند هدف‌ها و استراتژی‌های مناسبی برای مدرسه تعیین کند و تمام تلاش

خود را برای دستیابی به اهداف ارتقاء دهد. او باید توانایی‌های تیم خود را به بهترین شکل ممکن ترغیب به همکاری و همراهی کند و برای تیمش یک انگیزه‌بخش و الهام‌بخش باشد. درنهایت، حضور یک رهبر رقابت‌ساز در مدرسه کسب‌وکار می‌تواند باعث افزایش مهارت‌ها، افزایش بهره‌وری و بهبود کیفیت آموزش‌ها و دوره‌های ارائه شده شود و درنهایت به رشد و توسعه مدرسه کمک کند. برای مثال در کد ۱۷، رید (۲۰۲۳) بیان می‌کند که "مدیران زمان قابل توجهی را صرف انجام کارهای مرتبط با بازاریابی مانند تبلیغ مدرسه خود و ساختن برندی می‌کنند که برای جامعه قابل تشخیص باشد"

رهبری حرفه‌ای:

مدرسه کسب‌وکار بدون شک همیشه به یک رهبر حرفه‌ای و ماهر نیاز دارد. یک رهبر حرفه‌ای با داشتن دانش، تجربه و مهارت‌های لازم، قادر است به بهترین شکل ممکن مسئولیت‌های مدیریتی و رهبری مدرسه را بر عهده بگیرد و به دستاوردهای بزرگی دست یابد. رهبر حرفه‌ای باید دارای مهارت‌های مدیریتی، انگیزشی، ارتباطی و استراتژیکی بسیار قوی باشد تا بتواند به بهترین شکل ممکن تمامی منابع و توانمندی‌های مدرسه را به کارگیری کند و هدف‌های مدرسه را به دست آورد. او باید توانایی داشته باشد تا با چالش‌های مختلف روبرو شود و راهکارهای مناسبی را برای حل مشکلات پیشنهاد دهد. به کمک یک رهبر حرفه‌ای، مدرسه کسب‌وکار به رشد و توسعه پایدار خود ادامه داده و به خدمات بهتری به شرکت‌کنندگان خود ارائه خواهد داد. از این رو، انتخاب یک رهبر حرفه‌ای برای مدرسه کسب‌وکار بسیار اهمیت دارد. برای مثال در کد ۳۹، نادینو و همکاران (۲۰۱۴) بیان می‌کنند که "در عصر رتبه‌بندی، معیارها و هزینه‌های دانشجویی، پیشنهاد می‌شود که برنندسازی ابزار مهمی است که از طریق آن رهبران و مدیران در مورد ارزش درک شده اشکال مختلف سرمایه و موقعیت‌های نسبی آن‌ها در این زمینه مذاکره می‌کنند. درحالی‌که برنندسازی در سطح عمدتاً ایدئولوژیک عمل می‌کند، تأثیر مادی بر تخصیص قدرت و منابع در نهادها دارد. این یک پیشرفت مهم در بخشی است که معمولاً دارای سرمایه علمی ممتاز است و به درک روش‌های «توزیع» رهبری در دانشگاه‌ها کمک می‌کند"

جدول (۱۰): رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری آینده‌پژوه

مفاهیم باز	فراوانی	مفاهیم سازمان دهنده	مفاهیم فراگیر
شناخت فزاینده تنوع دنیای چندقطبی (کد ۵۱). چالش‌های اساسی پیش روی نقش مدارس کسب‌وکار (کد ۳۸). رهبری آینده محور (کد ۱۵)، (کد ۱۹). مدیریت بر پایه مدرسه فردا (کد ۱۲)، (کد ۳۶). رهبری بر پایه آینده (کد ۱۶)، (کد ۲۵).	۸	رهبری بر پایه عاملیت در آینده	رهبری آینده‌پژوه
رهبری مدرسه برای قرن ۲۱ (کد ۳۳). آموزش براساس آینده شغلی (کد ۱۹)، (کد ۳۰). آموزش دانش‌آموزان برای اشتغال آینده (کد ۴۳)، (کد ۴۸).	۵	رهبری بر پایه اشتغال آینده	
آموزش مبتنی بر شرایط آینده (کد ۴۲)، (کد ۴۸). توسعه مدرسه کسب‌وکار برای توسعه پایدار (کد ۳۵)، (کد ۴۳).	۴	رهبری بر پایه شرایط آینده	

مطابق جدول ۱۰، دسته‌بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به‌صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری آینده‌پژوه است که بر سه مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

رهبری بر پایه عاملیت در آینده:

مدرسه کسب‌وکار برای پیشرفت و توسعه خود نیازمند یک رهبری روزآمد و پایدار است. یک رهبر روزآمد باید با تغییرات روزمره در علم و فناوری، بازار و محیط کسب‌وکار آشنا باشد و بتواند استراتژی‌های جدید و نوآورانه را برای مدرسه تعیین کرده و اجرا کند. رهبری روزآمد باید دارای مهارت‌ها و دانش لازم برای مدیریت تغییر و پیشگامی در حوزه کسب‌وکار باشد تا بتواند مدرسه را در مسیر رشد و توسعه پایدار هدایت کند. او باید توانایی داشته باشد تا با چالش‌ها و مخاطرات مختلف که در مسیر پیشرفت وجود دارند، مواجهه کند و راه کارهای مناسب را برای حل آن‌ها ارائه دهد. با رهبر روزآمد در مدرسه کسب‌وکار، این موسسه به محیطی پویا و نوآورانه تبدیل می‌شود که به شرکت‌کنندگان خود فرصت‌های بیشتری برای یادگیری و پیشرفت ارائه می‌دهد. از این رو، اهمیت انتخاب یک رهبر روزآمد و پایدار برای مدرسه کسب‌وکار بیش‌ازپیش احساس می‌شود. برای مثال در کد ۳۳، احمد و قوی فکر

(۲۰۱۷) بیان می‌کنند که "رهبری برای قرن بیست و یکم باید فراگیر و توزیع کننده باشد، و درعین حال ظرفیت‌سازی رهبری را ارتقا دهد"

رهبری بر پایه اشتغال آینده:

مدارس کسب و کار به دانش‌آموزان مهارت‌ها، دانش و توانایی‌هایی را آموزش می‌دهند که آن‌ها را برای ورود به بازار کار آماده می‌کنند. در این مسیر، رهبری نقش بسیار حیاتی و مؤثری ایفا می‌کند. یک رهبر خوب و متعهد به آینده، به دانش‌آموزان انگیزه و تحرک می‌دهد تا به بهترین شکل ممکن از فرصت‌های آموزشی استفاده کنند و مهارت‌ها و توانایی‌های خود را برای اشتغال آینده بهبود بخشند. او با ایجاد یک فضای محیط دوستانه و حمایت‌کننده، دانش‌آموزان را به همکاری و تعامل بیشتر تشویق می‌کند. به وسیله رهبری منفعت‌ساز، رهبری رقابت‌ساز، رهبری حرفه‌ای، رهبری پیشرو و رهبری روزآمد، مدرسه کسب و کار می‌تواند دانش‌آموزان را به سوی شغل و اشتغال آینده هدایت کرده و آن‌ها را برای موفقیت در بازار کار آماده کند. این امر بسیار اهمیت دارد زیرا آینده افراد و تیم‌ها وابسته به تلاش و سرمایه‌گذاری در آموزش و رهبری مدرسه کسب و کار است. به عنوان مثال در کد ۳۵، کاپلان (۲۰۱۷) بیان می‌کند که "مدارس کسب و کارهای اروپایی باید دانش و مهارت‌هایی را به دانش‌آموزان خود منتقل کنند تا بتوانند مدیران اروپایی موفق را در دنیای جهانی شده تشکیل دهند. رویکرد مدیریت مدارس کسب و کار مدیریت جمعی و تقاضا محور است".

رهبری بر پایه شرایط آینده:

مدرسه کسب و کار برای بقای خود و توسعه مستمر، نیازمند یک رهبری است که بتواند بر اساس شرایط آینده و چشم‌اندازی روشن، استراتژی‌های مناسبی برای مدرسه تعیین کند و اجرا کند. رهبری بر اساس شرایط آینده باید دارای دیدی بلندمدت و تصمیماتی دانا و باارزش باشد. او باید توانایی داشته باشد تا با تغییرات سریع در بازار، فناوری و جوامع جهانی روبرو شده و مناسباتی تطبیقی داشته باشد. رهبری بر اساس شرایط آینده، باید دانش و تجربه لازم را برای پیش‌بینی روندها و انتخاب استراتژی‌های مناسب داشته باشد تا بتواند به بهترین شکل ممکن منابع و توانمندی‌های مدرسه را به کار بگیرد. او باید توانایی داشته باشد تا به بهبود مستمر و پیوسته فرآیندها و ساختارهای موجود در مدرسه کار کند و بهره‌وری و کیفیت آموزش‌ها را ارتقا دهد. با حضور یک رهبر بر اساس شرایط آینده در مدرسه کسب و کار، این موسسه به محیطی پویا،

نوآورانه و انعطاف‌پذیر تبدیل می‌شود که به تلاش‌های دانش‌آموزان برای شغل و اشتغال آینده، پاسخ مناسبی ارائه می‌دهد. از این رو، اهمیت انتخاب یک رهبر بر اساس شرایط آینده برای مدرسه کسب‌وکار بسیار زیاد است. برای مثال در کد ۲۶، گارسیافیجو و همکاران (۲۰۲۰) بیان می‌کنند که "نقشی که مدارس کسب‌وکار باید در دستیابی به اهداف توسعه پایدار ایفا کنند شامل: اقدامات مرتبط با ایجاد آگاهی، زیر سؤال بردن پارادایم‌های فعلی، تقویت همکاری و بین‌رشته‌ای با ذینفعان و کار بر روی انسجام می‌باشد"

جدول (۱۱): رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی در بُعد رهبری مدیریت دانش

مفاهیم فراگیر	مفاهیم سازمان دهنده	فراوانی	مفاهیم باز
رهبری مدیریت دانش	رهبری سازمان یادگیرنده	۶	تبدیل ایده‌های ذهنی به تجاری (کد ۱۳)، (کد ۳۴). تبدیل ایده‌ها به کسب‌وکار (کد ۱۳)، (کد ۴۲). مدرسه یک سازمان یادگیرنده (کد ۱۵)، (کد ۳۳).
	رهبری ظرفیت بخشی دانش سازمانی	۷	رهبری مدرسه برای تسهیل یادگیری (کد ۳۳)، (کد ۴۵). هدایتگری و ایجاد ظرفیت دانش سازمانی (کد ۵۰). مدیریت آکادمیک کسب‌وکار (کد ۳۸)، (کد ۴۱). مدیریت دانش محور (کد ۳۵)، (کد ۴۶).

مطابق جدول ۱۱، دسته‌بندی مفاهیم مستخرجه از مقالات به صورت فراگیر نشان داد، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری مدیریت دانش است که بر سه مفهوم سازمان دهنده ذیل استوار است:

رهبری سازمان یادگیرنده:

مدرسه کسب‌وکار به عنوان یک سازمان یادگیرنده، به دنبال بهبود مستمر و رشد پایدار است. یک سازمان یادگیرنده، به ایجاد بستری منعطف و پویا برای یادگیری فردی و سازمانی می‌پردازد و همچنین از تجربیات و دانش‌های خود و دیگران به بهترین شکل ممکن بهره می‌گیرد. مدرسه کسب‌وکار باید توانایی داشته باشد تا از اشتباهات گذشته یاد بگیرد و از تجارب موفق خود استفاده کند تا به بهبود مستمر فرآیندها و عملکردهای خود برسد. این سازمان باید توانایی داشته باشد تا با تغییرات در بازار و فناوری روبرو شده و به تأمین آموزش‌های جدید و نوآورانه بپردازد. با برقراری سازمان یادگیرنده در مدرسه کسب‌وکار، این

موسسه به محیطی پویا و رشدآور تبدیل می‌شود که به همه اعضا و شرکت‌کنندگان خود فرصت‌های بیشتری برای یادگیری و پیشرفت ارائه می‌دهد. از این رو، تأکید بر یک سازمان یادگیرنده برای مدرسه کسب و کار بسیار اهمیت دارد. برای مثال در کد ۱۳ هویدا و همکاران (۲۰۱۸) بیان می‌کنند که "مدارس کارآفرین به‌عنوان مرکز تولید علم و فناوری و محل کاربردی نمودن دانش، می‌توانند نقش بسزایی در پیشرفت و توسعه کشور در عرصه‌های جهانی داشته باشند. از جمله الزامات مدارس کارآفرین می‌توان به تقویت کارگروهی، چگونگی ارائه ایده‌ها، آموزش چگونگی تبدیل ایده‌ها به کسب و کار، آموزش مراحل تبدیل ایده‌های ذهنی به تجاری و آشنایی صاحبان ایده با بازار کسب و کار اشاره نمود"

رهبری ظرفیت بخشی دانش سازمانی:

مدرسه کسب و کار مستلزم رهبری ظرفیت ساز است. ظرفیت‌هایی از قبیل انسانی، مالی؛ کالبدی، اجتماعی، سازمانی ایجاد می‌کند ولی این مادامی است که از دانش سازمانی برخوردار باشد. دانش سازمانی عمدتاً بر دو دسته دانش صریح و آشکار و دانش ضمنی است. دانش آشکار مشتمل بر دانش بیانی است که صریحاً رهبری سازمانی باید از آن برخوردار باشند و عملاً از طریق آموزش کسب می‌شود و دانش ضمنی که از طریق تجربه و سابقه کاری فراهم می‌شود. لذا رهبری مدرسه کسب و کار نیازمند هر دو دسته دانش است چنانکه بتواند برای مدرسه ظرفیت‌سازی نماید و موجب ارتقای مدرسه در ابعاد مختلف شود. برای مثال در کد ۳۳، احمدی و قوی فکر (۲۰۱۷) بیان می‌کنند که "رهبری در همه سطوح رخ می‌دهد، مدرسه یک سازمان یادگیرنده است، و همه پرسنل پتانسیل یادگیری و توسعه را دارند و رهبری مدرسه باید به طور کل نگریسته شود. رهبری مؤثر به فرآیند و عملکرد اختصاص داده شده است. یک دیدگاه مشترک و کل نگر که همه پرسنل مدرسه، مدیران و معلمان را در بر می‌گیرد؛ که دنیای معلمان و کلاس‌های درس و رهبری است. کل سیستم مدرسه که باید حمایت و محیطی را برای شکوفایی مدارس فراهم کند. از این رو، رهبری مدرسه برای تسهیل یادگیری یا رهبری برای یادگیری نه صرفاً یادگیری دانش آموز، بلکه یادگیری برای همه است تا مدرسه را مکانی برای یادگیری تبدیل کند، هرچند که اهمیت مدیر را در ارتقای یک محیط یادگیری تضعیف نکند. هدف اصلی این مقاله ترویج رهبری توزیعی، به‌عنوان آینده رهبری و مدیریت مدرسه، به سمت اثربخشی و بهبود مدرسه است. این دیدگاه را ارائه می‌دهد که چه چیزی می‌تواند رهبری مدرسه مؤثر در هزاره سوم باشد"

پژوهشگر با جستجوی سیستماتیک مقالات منتشر شده و بررسی مقاله‌های مرتبط و مناسب و استخراج اطلاعات مقالات و تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی و همچنین استخراج اطلاعات و تم‌ها و

استعاره‌های پنهان پیرامون ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی به نتایج زیر دست یافت.

ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی به ترتیب اولویت (رهبری کارآفرینی، رهبری تعالی ساز، رهبری مشارکتی، رهبری کنشگر، رهبری برنامه درسی، رهبری استراتژیک، رهبری تحولی، رهبری برند ساز، رهبری آینده‌پژوه، رهبری مدیریت دانش) شناسایی شد. در شکل زیر ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی به صورت شماتیک ارائه شده است.



شکل ۱. ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب و کار با رویکرد توسعه کارآفرینی به شیوه فرا ترکیب

بحث و نتیجه

مطالعه حاضر به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی پرداخته و ابعاد مختلف رهبری را در این نوع مدارس تبیین کرده است.

مهارت‌آموزی دانش‌آموزان وابسته به توسعه مدارس کسب‌وکار با رویکرد کارآفرینی است که این مدارس برای مدیریت آموزش نیازمند رهبری متناسب می‌باشند. هدف این پژوهش شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی بوده است. براساس یافته‌ها، یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری کارآفرینی بوده است که بر محورهای کارآفرینی در آموزش، کارآفرینی فناورانه، توانمندسازی کارآفرینانه استوار شد. یافته‌ها با نتایج هویدا، غفوری و دولتی (۲۰۱۷)، کریم‌پور و همکاران (۲۰۲۳)، ماف (۲۰۱۳)، آیدلند و همکاران (۲۰۲۱)، حفیظ و اختر (۲۰۲۲) و رید (۲۰۲۳) همسویی داشته است. این مطالعات نشان داد، رهبری مدرسه کسب‌وکار مترتب بر رهبری کارآفرینی است.

رهبری تعالی ساز، بعد دیگر رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی بود. رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی مستلزم رهبری تعالی ساز است. بنابر یافته‌ها، رهبری تعالی ساز بر محور رهبری متعالی، رهبری پایدار، رهبری منفعت ساز و رهبری ارتقاء ساز استوار است. نتایج تحقیق با مطالعات نجاریان کاخکی و همکاران (۲۰۲۳)، پففر (۲۰۱۱)، هین و همکاران (۲۰۱۳)، مک میلان و اورال (۲۰۱۶)، جونز (۲۰۲۱)، زاید و فارقلی (۲۰۲۳) و وینارنو (۲۰۱۹) همسویی داشته است.

بعد دیگر رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری مشارکتی بوده است. بنابه یافته‌ها، رهبری مشارکتی مبتنی بر محورهای کار تیمی، ارتباط با جامعه و مشارکت ذینفعان استوار است. نتایج تحقیق با مطالعات جمشیدی و همکاران (۲۰۲۱)، وکیلی و همکاران (۲۰۲۴)، وینارنو (۲۰۱۹)، کوهن (۲۰۲۲)، دیویس و همکاران (۲۰۲۳) همسویی داشته است. این مطالعات نشان داد، رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی مشروط به رهبری مشارکتی است.

از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری کنشگر بوده است. رهبری کنشگر مستلزم فعالیت‌های مدیران مدارس برای مدیریت بر مبنای استقلال و فعالیت‌های خلاقانه است. این سبک رهبری بر محورهای رهبری خودگردان، رهبری جامعه‌محور، رهبری خلاقانه و رهبری مشروع استوار بوده است. نتایج تحقیق با مطالعات اختیاری و همکاران (۲۰۱۹)، خاوری و همکاران (۲۰۲۳)، برینک و همکاران (۲۰۱۸)، شلگمیلچ (۲۰۲۰) آیدلند و همکاران (۲۰۲۱) همسویی داشته است. این مطالعات نشان داد، رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی مشروط به رهبری کنشگر است.

بعد دیگر رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری برنامه درسی بوده است که بر محورهای بازنگری برنامه درسی، برنامه درسی مشروع، برنامه درسی جدید و برنامه درسی درهم تنیده استوار شد. رهبری برنامه درسی مستلزم بازنگری مستمر برنامه درسی برای کارآمدی، مدیریت برنامه درسی کسب‌وکار، سیاست‌های اصلاحی برنامه درسی با الهام از تجارت و مواردی از این قبیل است. یافته‌های تحقیق با مطالعات توماس و توماس (۲۰۱۱)، ویلسون و توماس (۲۰۱۲)، دایلیک (۲۰۱۵)، آرمسترانگ (۲۰۱۸)، دابسون و همکاران (۲۰۲۰) و دیویس و همکاران (۲۰۲۳) همسویی داشته است. نتایج این مطالعات حاکی از این است که رهبری مدرسه کسب‌وکار نیازمند مدیریت و رهبری برنامه درسی آن است.

رهبری استراتژیک یکی دیگر از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی می‌باشد. بنابر یافته‌ها، رهبری استراتژیک بر محور مأموریت آموزش کسب‌وکار، راه‌های مختلف آموزش کسب‌وکار، تسریع روند آموزش کارآفرینی، راه‌های مختلف آموزش کسب‌وکار، شناسایی فرصت‌ها/تهدیدها استوار است. نتایج تحقیق با مطالعات دز و کاسونن (۲۰۱۰)، سای (۲۰۱۳)، شلگمیلیچ (۲۰۲۰)، هوگان و همکاران (۲۰۲۱) و دیویس و همکاران (۲۰۲۳) همسویی داشته است.

رهبری تحولی یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی می‌باشد. رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی با رهبری تحولی پیشرفت می‌کند. بنابر نتایج پژوهش، رهبری تحولی بر اساس محورهای رهبری پیشرو، رهبری روزآمد و رهبری تفویضی استوار است. نتایج تحقیق با مطالعات توماس و توماس (۲۰۱۱)، المونگ (۲۰۱۲)، دمریجان و همکاران (۲۰۱۲)، ماف (۲۰۱۳)، رید (۲۰۲۳)، رانجیث و کالکارنی (۲۰۱۸) همسویی داشته است. این مطالعات حاکی از این است که رهبری مدرسه کسب‌وکار مستلزم رهبری تحولی است.

یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری برندساز بوده است. رهبری برندساز منجر به توسعه مدرسه کسب‌وکار با هدف کارآفرینی می‌شود. بر اساس یافته‌ها، رهبری برند ساز مبتنی بر دو محور رهبری رقابتی و رهبری حرفه‌ای استوار است. نتایج تحقیق با مطالعات کریم‌پور و همکاران (۲۰۲۳)، نایدو و همکاران (۲۰۱۴)، مستری (۲۰۱۶)، لروی و همکاران (۲۰۲۲) همسویی داشته است.

یکی از ابعاد رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی، رهبری آینده‌پژوه بوده است. بنابر یافته‌ها، رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد کارآفرینی بر پایه عاملیت در آینده، رهبری بر پایه اشتغال

آینده و رهبری بر پایه شرایط آینده قرار دارد. یافته‌های تحقیق با مطالعات اختیاری و همکاران (۲۰۱۹)، پفر (۲۰۱۱)، دامرون و دوراند (۲۰۱۳)، دایلیک (۲۰۱۵)، مک میلان و اورال (۲۰۱۶)، حفیظ و اختر (۲۰۲۲) همسویی داشته است. این مطالعات حاکی از این است که رهبری مدرسه کسب‌وکار مستلزم رهبری آینده‌پژوه است.

رهبری مدیریت دانش، بعد دیگر از رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی است. نتایج این مطالعه حاکی از این است که رهبری مدرسه کسب‌وکار نیازمند رهبری مدیریت دانش است. یافته‌های تحقیق با مطالعات هویدا و همکاران (۲۰۱۷)، زاهدی و همکاران (۲۰۱۰)، دمیرجان و همکاران (۲۰۱۲)، احمد و قوی‌فکر (۲۰۱۷)، کاپلان (۲۰۱۷) همسویی داشته است. نتایج این مطالعات حاکی از این است که رهبری مدرسه کسب‌وکار مستلزم رهبری مدیریت دانش در مدرسه است.

رهبری در مدارس کسب‌وکار یکی از عوامل کلیدی برای موفقیت برنامه‌های آموزشی کارآفرینی است. این نوع رهبری باید ترکیبی از چندین بعد مختلف باشد که هرکدام نقشی منحصر به فرد در تقویت فرآیندهای آموزشی و کارآفرینی ایفا می‌کنند. طبق بررسی‌های انجام شده در پژوهش حاضر، ابعاد و مؤلفه‌های رهبری مدرسه کسب‌وکار با رویکرد توسعه کارآفرینی شامل: رهبری کارآفرینی، رهبری تعالی ساز، رهبری مشارکتی، رهبری کنشگر، رهبری برنامه درسی، رهبری استراتژیک، رهبری تحولی، رهبری برند ساز، رهبری آینده‌پژوه و رهبری مدیریت دانش به دست آمد. که مدارس کسب‌وکار ایران می‌توانند با بهره‌گیری از این ابعاد رهبری به توسعه رویکرد کارآفرینی در مدارس کسب‌وکار بپردازند. با توجه به اهمیتی که مدارس کسب‌وکار دارند، توجه به نوع رهبری آن نیز حائز اهمیت است؛ لذا پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی بر اساس ابعاد و مؤلفه‌های به دست داده شده مدلی جهت پیاده‌سازی آن مورد تحقیق واقع شود.

References

Ahmad, R. H., & Ghavifekr, S. (2017). School leadership for the 21st century: A conceptual overview. *MOJEM: Malaysian Online Journal of Educational Management*, 2(1), 48-61.

Ahanchian, M., & Ghoroneh, D. (2018). Educational entrepreneurship, Tehran: Samt.

Ahmadpour-Karimabadi, F.; Behmai, L., & Barkat, G. (2021). Presenting the model of development of entrepreneurial capabilities in sixth grade female students of Bandar Mahshahr city. *Educational Leadership and Management Quarterly*, 15(1), 61-95.

Akbari, A.; Taghipour, H.; Taghipourian Gilani, M. J.; Ghaffari Mejles, M. (2023). Designing a Model of Characteristics of Entrepreneurial Schools in Iran Based on Grounded Theory. *Quarterly Journal of Family and Research*, 20(1), 119-136

Almog-Bareket, G. (2012). Visionary leadership in business schools: an institutional framework. *Journal of management development*, 31(4), 431- 440.

Armstrong, P. W. (2018). School business managers in England: negotiating identity. *International journal of educational management*, 32(7), 1266- 1277.

Bartoněk, D., & Dermeková, S. (2015). The Use of Decision Theory in the Business Geography. *Advanced Science Letters*, 21(1), 88-92.

Bennis, W. G., & O'Toole, J. (2005). How business schools have lost their way. *Harvard business review*, 83(5), 96-104.

Bisoux, T. (2008). Uniting nations, uniting business. *BizEd*, July/August, 16-21.

Brink, K. E.; Palmer, T. B., & Costigan, R. D. (2018). Business school learning goals: Alignment with evidence-based models and accreditation standards. *Journal of Management & Organization*, 24(4), 474-491.

Brailsford, I. (2011). "We know no such profession as a university teacher" New Zealand academics' teaching capabilities and student performance in the years of academic boom and student strife. *History of Education Review*, 40(1), 30-46.

Cohen, R. F. (2022). The relationships between dimensions of inclusive leadership and aspects of employee engagement: Crucial connections for organizational success. Antioch University.

Danaifard, H., & Emami, M. (2013). *Grounded Theory Strategy in Organizational and Management Studies* (2nd ed.). Tehran: Safar Publications.

Davies, J.; Thomas, H.; Cornuel, E., & Cremer, R. (2023). *Leading a Business School*. Routledge.

Davies, D. (2003). Understanding biofilm resistance to antibacterial agents. *Nature reviews Drug discovery*, 2(2), 114-122.

Demerjian, P.; Lev, B., & McVay, S. (2012). Quantifying managerial ability: A new measure and validity tests. *Management science*, 58(7), 1229-1248.

Dobson, T.; Rose, A.; Parton, G., & Hart, M. (2020). Boundary crossing in school governing bodies: Perspectives from the business community. *Educational Management Administration & Leadership*, 48(3), 532-548.

Doz, Y. L., & Kosonen, M. (2010). Embedding strategic agility: A leadership agenda for accelerating business model renewal. *Long range planning*, 43(2-3), 370-382.

Dyllick, T. (2015). Responsible management education for a sustainable world: The challenges for business schools. *Journal of Management Development*, 34(1), 16-33.

Ekhtiari, F.; Moinikia, M., & Zahid- Bablan, A. (2019). Explaining the autonomous and decentralized management system for the schools of tomorrow, the first national conference of the schools of tomorrow. <https://isnac.ir/XBGZ-EBZCD>

Ford, J.; Harding, N., & Learmonth, M. (2010). Who is it that would make business schools more critical? Critical reflections on critical management studies. *British Journal of Management*, 21(4), 71-81

Foudazi, S., & Alamolhoda, J. (2010). Transformational Leadership in School. In *Proceedings of the First Conference on Islamic Approach in Educational Management*

Fraguiero, F., & Thomas, H. (2011), *Strategic Leadership in the Business School: Keeping One Step Ahead*, Cambridge University Press, Cambridge.

García-Feijoo, M.; Eizaguirre, A., & Rica-Aspiunza, A. (2020). Systematic review of sustainable-development-goal deployment in business schools. *Sustainability*, 12(1), 440.

Golafshani, A., & Salehi, M. (2019). Presenting a model to explain the impact of visionary leadership on the academic independence of macro-medical sciences universities in the country's first health center region. *Medicine and Cultivation*, 28(1), 114-129.

Goya, Z.; Firouzian, A., & Gholam-Azad, S. (2019). Improving financial literacy and financial decision-making through school math curriculum. *Curriculum Studies*, 14(54), 1-36.

Hafeez, A., & Akhtar, N. (2022). Impact of collaborative leadership style on school improvement: A case of secondary education sector. *Journal of Positive School Psychology*, 6(9), 3460-3474.

Hamdani, M.; Marashi, S. H. (2017). Project-based learning: a constructivist method to develop students' learning skills, international security conference, progress and sustainable development of border areas, territories and metropolises, solutions and challenges with a focus on non-agent defense and crisis management.

Hogan, O.; Korrt, M., A., & Chharles, M., B. (2020). Mission Impossible? Are Australian Business Schools Creating Public Value? *International Journal of Public Administration*. 44(4).

Hoveyda, R.; Ghafouri, K., & Doulati, A. A. (2017). Entrepreneurship, entrepreneur school, requirements of entrepreneur school, the first national conference of entrepreneur schools (approaches, theories, dimensions and practical experiences from successful countries). Esfehan. <https://civilica.com/doc/781389>

Ideland, M.; Jobér, A., & Axelsson, T. (2021). Problem solved! How eduprenuers enact a school crisis as business possibilities. *European Educational Research Journal*, 20(1), 83-101.

Jamshidi, H.; Faqihi, A., & Yousefzadeh, M. R. (2021). Extracting the characteristics of the basic elements of the curriculum of the second-year high school students. *Research in curriculum planning*, 18(68), 73-85.

Jones, A. H. (2021). What is an educational good? Theorising education as degrowth. *Journal of Philosophy of Education*, 55(1), 5-24.

Kaplan, A. (2017). European management and European business schools: Insights from the history of business schools. *European Management Journal*, 32(4), 529-534

Karimpour-Ahmadi, S.; Ghoroneh, D., & Ahanchian, M.R. (2023). Entrepreneurial leadership requirements in schools (case study: Mashhad conservatories). *Management Journal of Organizations Education*, 12(2), 225-247.

Khavari, S.; Saraji, F., & Yusufzadeh, M.R. (2023). Features of technological entrepreneurship curriculum in elementary school. *Curriculum Studies*, 18(68), 57-78.

Khodapanah, M.; Musapour, N.; Devai, M., & Ahmadi, G. (2022). Designing financial literacy curriculum model for primary school students. *Curriculum Studies*, 17(65), 47-74.

Khodadade, N., & Khodadade, A. (2014). investigating the effectiveness of the excellence-oriented management plan in schools of the province, national

conference of educational management in the era of information and communication technology, Kermanshah, <https://civilica.com/doc/524024>

Khorramfar, A., & Chini Pardaz, M. (2019). The role of Internet of Things in business innovation and development, the first national conference of entrepreneurial universities.

Leroy, H.; L., Anisman-Razin, M.; Avolio, B. J.; Bresman, H.; Stuart Bunderson, J.; Burris, E. R., & Vongswasdi, P. (2022). Walking our evidence-based talk: The case of leadership development in business schools. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 29(1), 5-32.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. London. SAGE Publications, Inc.

Lorange, P. (2019). *The business school of the future*. New York. Cambridge University Press.

Ly, A. (2022). Developing Future Global Leaders' Competencies in a Business School Course: A Case Study of a Course Design Inspired by Team-based Learning. *Emerald Publishing Limited*, 14(3), 227-245.

Lyons, R. (2011). Haas School of Business: Building innovative leaders. The Exchange. MBA Roundtable, 1-14.

Mestry, R. (2016). The management of user fees and other fund-raising initiatives in self-managing public schools. *South African Journal of Education*, 36(2), 1-11.

McDaniel, J. E., & Miskel, C. G. (2002). Stakeholder salience: Business and educational policy. *Teachers College Record*, 104(2), 325-356.

McMillan, C., & Overall, J. (2016). Wicked problems: Turning strategic management upside down. *Journal of Business Strategy*, 37(1), 34-43.

Mintzberg, H. (2004). Managers not MBAs: A hard look at the soft practice of managing and management development. *Language*, 12(464), 24.

Montazeri, M., & Pourhossein-Ali, N. (2019). The relationship between school principals' transformational leadership and teachers' performance: clarifying the moderating role of public service motivation. *Journal Of School Administration*. 7(3), 45-67

Muff, K. (2013). Developing globally responsible leaders in business schools: A vision and transformational practice for the journey ahead. *Journal of Management Development*, 32(5), 487-507.

Naidoo, R.; Gosling, J.; Bolden, R.; O'Brien, A., & Hawkins, B. (2014). Leadership and branding in business schools: a Bourdieusian analysis. *Higher education research & development*, 33(1), 144-156.

Najarian-Kakhki, M.; Amir-Khani, A.h.; Ashrafi, M., & Saeedi, P. (2023). Designing a student business school model to develop entrepreneurship in high school. *Iranian Political Sociology Monthly* 5(12), 1655-1667.

Nowzari, H. (2020). The problem of skill learning: theoretical and critical reading. *Iranian Journal of Sociology*, 21(3), 105-128.

Naylor, R., & Ndaruhutse, S. (2015). Non-government organizations as donors to education. Education for all 2000-2015: Achievements and challenges-education for all global monitoring report. *The Academic Journal of Contemporary Commercial Research*, 3(2), 18-42.

Naseri-Alashati. M.; Hashem. N. A. F., & Safarian. H. S. (2019). Localization model of skill learning branding and individual and social entrepreneurship in Iranian schools, *School Management Scientific Quarterly*, 8(3). 68-94

Peters, K., & Thomas, H. (2022). A sustainable model for business schools? In *The Value & Purpose of Management Education*: 80-85, Routledge.

Pfeffer, J. (2011). *Leadership development in business schools: An agenda for change*. In *The future of leadership development: Corporate needs and the role of business schools*: 218-237. London: Palgrave Macmillan UK.

Prince, C. (2007). Strategies for developing third stream activity in new university business schools. *Journal of European Industrial Training*, 31(9), 742-757.

Rahimi, B., & Dehghani, M. (2020). Analyzing the nature of the elements of the community-oriented curriculum model in the higher education system based on the metacombination approach. *Bi-Quarterly Journal of Higher Education Curriculum Studies*, 11(21), 163-200.

Reid, D. B. (2023). US traditional public-school principals' sensemaking of their role as school marketers. *NASSP Bulletin*, 107(1), 25-40.

Ranjith, P. V., & Kulkarni, S. (2018). Students Perception and Satisfaction about teaching learning process of a business School in the City of Mumbai. *Indian Journal of Applied Research*, 8(4).

Rubin, R. S., & Dierdorff, E. C. (2011). On the road to Abilene: Time to manage agreement about MBA curricular relevance. *Academy of Management Learning & Education*, 10(1), 148-161.

Sabzeh, B. (2015). Designing a curriculum model for preschool entrepreneurship and its evaluation from the perspective of curriculum specialists. *Journal of Preschool and Elementary Studies*, 1(1), 140-160.

Sadler, P. (2003). *Leadership* (2nd Ed). London: Kogan Page.

Sandelowski, M., & Barroso, J. (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer publishing company. New York. Springer Publishing Company

Serdyukov, P. (2017). Innovation in education: what works, what doesn't, and what to do about it? *Journal of research in innovative teaching & learning*, 10(1), 4-33.

Schlegelmilch, B. B. (2020). Why business schools need radical innovations: Drivers and development trajectories. *Journal of Marketing Education*, 42(2), 93-107.

Sharbatian, A.; Reshnawadi, Y., & Gharin, H. (2015). Examining the challenges of management education in Iran's top business schools with interpretive structural modeling. Government - Ministry of Science, Research, and Technology - Kharazmi University - Faculty of Management and Accounting.

Shoraj, D & Memetaj, (2017), Impact of Leadership Versus Organizational Effectiveness in the Secondary Banking Sector in Albania, *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(5), 170- 176

Staiculescu, C., & Lacatus, M. L. (2013). School and non-governmental organizations partnership in benefit of the local community. *Revista de Management Comparat International*, 14(3), 377.

Tagvai-Yazdi, M., & Nikroy, z. (2020). The effect of the use of Internet of Things on the identification of entrepreneurial opportunities with the mediating role of knowledge creation. *A new approach in educational management*, 44(11), 121-136.

Toghraei, M. T.; Mirvahedi, S. S., & Hashemi, S. (2019). Designing a model of entrepreneurial education in school. *Educational Innovations*, 18(3), 59-82.

Thomas, H., & Thomas, L. (2011), "Perspectives on leadership in business schools", *Journal of Management Development*, 3(5). 526 – 540.

Tsai, J. (2013). Strategies for implementing education for sustainable development in business schools. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 9(2), 172.

Vakili, D.; Shirbagi, N., & FarahBakhsh, S. (2024). Phenomenological representation of entrepreneurial leadership experience in secondary schools. *Management and Planning in Educational Systems*. doi: 10.48308/mpes.2023.232819.1365.

Wilson, D. C., & Thomas, H. (2012). The legitimacy of the business of business schools: what's the future? *Journal of Management Development*, 31(4), 368-376.

Winarno, A.; Wijijayanti, T.; Agustina, Y.; Churiyah, M., & Basuki, A. (2019). Integration of vocational school and Small-Medium Enterprises (SMEs) learning: An effort of elevating entrepreneurship spirit based on strength and weakness in East Java. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(1), 1-11.

Zahedi, S., Ebrahimpour, H., & Jalil, H. (2010). "Leadership and Entrepreneurship: Commonalities, and Differences", National Conference on Entrepreneurship, Cooperation, Economic Jihad

Zali, M. R., & Razavi, M. (2008). "Barriers to Entrepreneurship Development in Iran.", Tehran. Publisher: Faculty of Entrepreneurship.

Zayed, A., & Farghly, R. N. (2023). Analyzing the expected role of strategic leadership and supportive culture in executing business strategies: The mediating role of employee engagement. *The Academic Journal of Contemporary Commercial Research*. 3(2). 18-42. Doi: 10.21608/AJCCR.2023.304706