

پیرا پیرا
سلاسل
الذبیحہ
کتاب

پروفیسر انیس ریاضات شاہ
پتوختونخوا

بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها

مورد مطالعه: مدیران دانشگاه‌های آزاد مازندران

عباس غریب^۱
علی علی طالب^۲
ستاره عباسی*^۳
اردشیر شیری^۴

چکیده

مدیریت جهادی در منظومه فکری رهبر معظم انقلاب در حکم الگوی مطلوب مدیریتی است؛ الگویی که قابلیت‌های لازم برای تحقق آرمان‌های انقلاب اسلامی را دارا بوده و واجد آن توانایی‌ها و ارزش‌هایی است که از یک نظام مدیریتی کارآمد اسلامی انتظار داریم. هدف پژوهش، بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها در میان مدیران دانشگاه‌های آزاد اسلامی مازندران است. روش تحقیق حاضر، تحلیلی از نوع کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه، مدیران عالی، میانی و عملیاتی دانشگاه‌های آزاد مازندران است، که با استفاده از فرمول کرجسی و مورگان تعداد ۱۱۳ نفر به روش تصادفی ساده مورد پرسش قرار گرفته‌اند. پرسشنامه مورد استفاده در مدیریت جهادی شامل بخش رویکردی، مدیریتی، انسانی

۱. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه ایلام.

setarehabbasi95@gmail.com

۲. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه ایلام.

۳. کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه ایلام. (نویسنده مسئول).

۴. دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه ایلام.

و ساختاری می‌باشد، و سنجش آموزش کارآفرینی نیز دارای سه بعد: نگرشی، دانش و مهارتی می‌باشد که از پایایی بالایی برخوردار بودند. همچنین برای بررسی مدل مفهومی از روش معادلات ساختاری و از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس و نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است. نتایج نیز بیانگر آن است که مدیریت جهادی موجب جهش نوینی در کارآفرینی دانشگاهی شده و بازخوردهای بهتر نسبت به دیگر سبک‌های مدیریتی از خود بروز می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت جهادی، کارآفرینی، سطوح مدیریتی، آموزش کارآفرینی

مقدمه و طرح مسئله

سازمان‌های امروزی تحت تأثیر عوامل بی‌شماری از قبیل افزایش رقابت جهانی، دگرگونی‌های ناگهانی، منابع محدود، فشارهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی قرار دارند. در این راستا، در پارادایم‌های جدید به جای تأکید بر الگوهای سنتی فرماندهی و کنترل سازمانی، بر هدایت به سمت پارادایم‌های منعطف‌تر و توجه به روش‌های مدیریتی که به نیروی انسانی احترام بگذارد و ... تأکید بیش از پیش صورت گرفته است. در حقیقت، پویایی و تعالی برنامه‌ها و راهبردهای سازمان‌های امروزی در گرو اعمال سازوکارهای نوین مدیریتی، انسانی، رفتاری و اخلاقی محور بوده و ایجاد زمینه توسعه خلاقیت پایدار در سازمان‌ها امروزه به یکی از رسالت‌های غایی مدیران عالی در سازمان‌ها مبدل گردیده است (احمدی، ۱۳۹۱). در این راستا، یکی از ضرورت‌های رشد نوآوری، خلاقیت و تربیت نیروی انسانی هدفمند و همچنین تربیت و رشد مدیران شایسته در هر جامعه، توجه آن جامعه به بخش آموزشی خود به عنوان مهم‌ترین بخش می‌باشد. پژوهش‌ها در همین زمینه نشان می‌دهد که در دهه‌های اخیر، سازمان‌های آموزشی و دانشگاهی، به مرور پی بردند که در شرایط پیچیده امروزی، مدیران کاردان و کارآفرین دانشگاهی بدون توجه به موضوع ضرورت پرورش قادر نخواهند بود که پاسخگوی مسئولیت فزاینده خویش در جهت رشد و تعالی جامعه و نیروی انسانی تحت نظارت خود باشند. در این بین، در نظام آموزشی کشورمان نیز، از یک سو مسئله کارآفرینی، اشتغال و مهارت‌های آن از دغدغه‌های اصلی دولت، مراکز آموزشی و صنعتی، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران، خانواده‌ها و دانشجویان شده است، و از سوی دیگر جایگاه رفیع دانشگاه در جامعه نیز موجب ایجاد انتظاراتی جدید شده که سیاست‌گذاران، مجریان و مدیران دانشگاهی را ملزم می‌کند تا ضمن درک نیازهای متحول دنیای کار و اشتغال، آموزش‌های خود را کارآمد و معطوف به حل مسئله نمایند. بی‌شک موفقیت و رشد جامعه و دانشگاه عالی‌ترین سطح در میدان‌ها و عرصه‌های رقابتی در

سایه‌ی اعتماد به نفس، ایجاد روابط صمیمانه‌ی انسانی، معاشرت و مشاورت، پیشگامی در کارها، دوری از صفات زشت نفسانی همچون خودپسندی و افزون‌خواهی، اخلاص در عمل، دوری از منت نهادن و دوری از جدایی از مردم و دیگر اخلاقیات و شئون مدیریت اسلامی است (محمدی، ۱۳۸۸). تمامی این الزامات یادشده (اعتماد به نفس، ایجاد روابط صمیمانه‌ی انسانی، معاشرت و...) در واقع زیرمجموعه‌های مدیریت نوین به‌عنوان مدیریت جهادی می‌باشد. مدیریت جهادی نیز به لحاظ معیارهای علمی مدیریت و نیز ویژگی‌های دینی و ارزشی ممتاز، از توانایی‌های خاصی برخوردار است که عبارت‌اند از:

الف) تصمیم‌گیری مشارکتی توسط افرادی که به موضوع تصمیم ارتباط دارند. ب) سبک خاص رهبری که به‌طور عمده جنبه‌ی هدایتی و تفویضی دارد و نه دستوری و تحکمی. ج) انعطاف‌پذیری سازمانی به نحوی که همواره ساختار و نیروی انسانی، متناسب با وظایف و مأموریت‌های جدید متحول شوند. د) برخورداری از نیروی انسانی متعهد، متخصص و باانگیزه که همواره در یک فرآیند رشد و ارتقای علمی و تجربی قرار گرفته‌اند. ر) فضای باز سازمانی برای ابراز نظرات و دیدگاه‌ها و برخورد آراء که زمینه‌ی بروز خلاقیت‌ها و ابتکارات را فراهم سازد (بیدخوری، ۱۳۸۶). با توجه به توضیحات بیان‌شده، در خصوص اهمیت جامعه و اهمیت موضوع پژوهش می‌توان بیان داشت که دانشگاه‌ها و نظام آموزش عالی کشور با برخی چالش‌ها و مشکلات در خصوص پرورش نیروی انسانی شایسته و توانمند و نیز ایجاد و گسترش هدفمند کارآفرینی در میان نیروی انسانی جامعه خود مواجه می‌باشند؛ از جمله این چالش‌ها می‌توان به مواردی چون توان منابع مالی ناکافی، کمبود استاد و مدرس در زمینه‌های شناسایی محرک‌های درست رشد نیروی انسانی شایسته و کارآفرین در دانشگاه‌ها، تجربه ناکافی در طراحی و اجرای برنامه‌های مختلف، کمبود منابع علمی و مطالب تئوریک، نبودن مشاوران پژوهشی مجرب و توانمند و عدم استقبال کافی از برنامه‌های آموزشی و پژوهشی، ظرفیت محدود بازار کار و دانشگاه، رشد جمعیت و افزایش بیکاری و ... اشاره داشت. طبق آمار منتشرشده توسط مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری حدود ۱۱ درصد و نرخ رشد جمعیت ۱،۲۹ درصد و میزان شهرنشینی ۷۱،۴ درصد می‌باشد (اطلاعات ارائه شده طبق اطلاعات مرکز آمار ایران در مورد هر کدام از متغیرهای بیان‌شده می‌باشد). بیکاری افراد قابل توجهی از کشورمان و نرخ رشد صعودی جمعیت که بعد از مدتی می‌توانند به جمعیت بیکارمان اضافه شوند و همچنین درصد بالای شهرنشینی (معمولاً در صورتی که افراد از روستا به شهر مهاجرت کنند ممکن است از جمعیت کشاورز و تولیدکننده کشور کم کرده و به جمعیت نیازمند به کار اضافه کنند) لزوم ارائه راهکارهای مناسب برای جلوگیری از افزایش بیکاری و بسیاری از آسیب‌های دیگر که می‌توانند به بیکاری مربوط باشند مانند آسیب‌های فرهنگی (مثل بزهکاری و ...) و آسیب‌های اجتماعی را به شدت به ما گوشزد می‌-

کند. در این میان یکی از عوامل مهمی که می‌تواند حل‌کننده بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی و ... باشد بهره‌مندی از روحیه کارآفرینی و درنهایت انسان کارآفرین است (احمدپورداریانی، ۱۳۸۷). از این رو و با توجه به ضرورت و اهمیت‌های یاد شده و نبود پژوهش‌های داخلی در این زمینه، از جمله اهداف این پژوهش شناسایی خلأهای به وجود آورنده عدم موفقیت‌های لازم در زمینه کارآفرینی و نیز بررسی تأثیرگذاری مؤلفه مدیریت جهادی (ارزش‌مداری، مردم‌گرایی، پویایی، خودباوری، نوآوری، استمرار، انعطاف‌پذیری، ولایت‌محوری، دین‌محوری و فرهنگ خاص سازمانی عنوان داشت) بر رشد آموزش کارآفرینی در محیط دانشگاهی می‌باشد. از این رو، هدف اصلی پژوهش بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها، از دیدگاه برخی از مدیران دانشگاهی می‌باشد.

ادبیات پژوهش، پیشینه پژوهش

۱- مدیریت جهادی

مدیریت جهادی در نخستین گام‌های مبارزان انقلابی جهت ایجاد حکومت اسلامی در کشور و تلاش برای سرعت بخشیدن به استقرار دولتی کاملاً منطبق با ارزش‌های انقلابی و اسلامی در ایران شکل گرفت؛ بنابراین می‌توان فرهنگ جهادی را زاینده روحیه انقلابی جهادگران که خود برخاسته از فرهنگ و تربیت اسلامی بود دانست. مدیریت جهادی بکارگیری مؤثر و کارآمد و بهتر بسیج و سازمان‌دهی نیروی انسانی از طریق علم و هنر و قوانین مدیریت برای نیل به هدف‌های مطلوب در چارچوب نظام ارزشی موجود که همان اسلام ناب محمدی (ص) است می‌باشد. این ارزش‌های اسلامی مبنای قوانین علمی مدیریت قرار می‌گیرد و به حرکت‌ها جهت ارزشی می‌بخشد. در مدیریت به‌عنوان جهادی یا اسلامی، مراقبت و امانت‌داری، تکلیف و ادای وظیفه، خدمت‌گزاری گسترده و خادم بودن، جنبه‌های هدایت‌های آگاهانه و ارشادات دلسوزانه جلوه‌گری داشته و از اهمیت بیشتری برخوردار بوده، و محوریت همه حرکت‌ها به‌سوی تحقق اهداف است (واشقانی فراهانی، ۱۳۹۰). مدیریت جهادی با درون‌زایی و تکیه بر توانمندی‌ها و ظرفیت‌های داخل کشور از طریق پیگیری سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در پی مقام‌سازی، بحران‌زدایی و ترمیم ساختارها و نهادهای فرسوده و ناکارآمد موجود اقتصادی خواهد بود. مفهومی که با واژگانی از قبیل: حمایت از تولید ملی، کارآفرینی، اتخاذ سیاست‌های درست، تصحیح سیاست‌های بازرگانی، توجه به نخبگان، اصلاح الگوی مصرف، اجرای اصل تولید دانش کاربردی و استفاده از فناوری نوین که از محورهای مهم تحقق آن هستند، معنای عملیاتی می‌یابد. بر اساس این رویکرد جهش درآمدی و مدیریت بر هزینه‌ها از مهم‌ترین شاخصه‌های حاصل از مدیریت جهادی در عرصه اقتصادی است (اسحاقی، ۱۳۹۳).

برخی از خصیصه‌های این سبک مدیریتی را به شرح زیر می‌توان بیان نمود: تصمیم‌گیری مشارکتی در موضوعات و حوزه‌هایی که نیاز به مشورت وجود دارد- سبک رهبری عمدتاً جنبه هدایتی، حمایتی و تفویض اختیاری بوده و کمتر به سبک دستوری گرایش دارد- انعطاف‌پذیری ساختار سازمانی به نحوی که همراه با تغییر وظایف و مأموریت‌ها باشد، ساختار و نیروی انسانی آرایش جدیدی به خود می‌گیرد- ایجاد فضای بازسازی به منظور امکان ابراز نظرات، دیدگاه‌ها و ایده‌هایی که زمینه بروز خلاقیت‌ها و ابتکارات را در جهاد فراهم نموده است- تأکید بر انجام فعالیت‌های اثربخش- وجود نیروی انسانی متعهد و متخصص و دارای انگیزه قوی که به طور مستمر در معرض کسب تجربه، رشد و ارتقاء علمی قرار گرفته‌اند- برقراری ارتباطات اثربخش میان مردم، اعضا و مدیران جهاد سازندگی- توجه به برنامه‌ریزی از پائین به بالا. (بوداقتی و شادی، ۱۳۹۳) آقای علی نجفی (۱۳۸۸) مدیریت جهادی را از منظر اقتصادی کارا می‌داند و این سبک مدیریت را برای شرکت‌های ایرانی پیشنهاد می‌کند، و آقای رضا میقانی (۱۳۸۸) مسئولیت‌پذیری مدیران جهادی را گوشزد کرده و بیان می‌دارد که این مسئولیت‌پذیری می‌تواند علاوه بر جلوگیری از اتلاف منابع منجر به دستیابی به اهداف گردد. همچنین محسن نیازی (۱۳۸۸) بیان می‌دارد که افزایش میزان اعتماد اجتماعی و سازمانی در مدیریت جهادی باعث افزایش میزان سرمایه اجتماعی در مدیریت گردیده و این امر خود زمینه‌ای افزایش میزان آگاهی، مسئولیت‌پذیری، انسجام گروهی و در نهایت مشارکت اجتماعی در سازمان می‌گردد. برآیند نهایی این فرایند، افزایش میزان کارایی و اثربخشی سازمانی می‌باشد. بوداقتی و شادی (۱۳۹۳) مهم‌ترین ابعاد مدیریت جهادی را به شرح زیر ارائه نمودند:

الف) بعد ساختاری دارای مؤلفه‌هایی نظیر مدیریت برای خدا، مدیریت ولایتی، انعطاف‌پذیری ساختار و تشکیلات متناسب با شرایط و مقتضیات. ب) بعد رفتاری دارای مؤلفه‌هایی نظیر خودباوری، پرکاری، تحول‌آفرینی، پویایی، سخت‌کوشی و سرعت عمل در کارها ج) بعد زمینه‌ای دارای مؤلفه‌هایی نظیر مشارکت‌پذیری، قناعت، نهادینه کردن اخلاق و ارزش‌های دینی در محیط کار و اهمیت دادن.

۲- کارآفرینی

اقتصاددانان نخستین کسانی بودند که در نظریه‌های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند. ژوزف شومپتر کارآفرینی را نیروی محرکه اصلی در توسعه اقتصادی و عامل تغییر می‌داند و می‌گوید: ارائه روشی جدید در فرآیند تولیدی، گشایش بازاری تازه، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت و ... از جمله فعالیت‌های کارآفرینان است (دایان^۱ و همکاران، ۲۰۱۶) از نظر

اسلام نیز، کارآفرین فرد تلاش‌گری است که بتواند با اتکا به خداوند از حداکثر توانایی‌های جسمی، مادی و تخصصی خود برای کسب منافع حلال در جامعه‌ای که زندگی می‌کند استفاده کند. یک کارآفرین می‌کوشد تا با قدرت، خلاقیت، ابتکار، تصمیم‌گیری به‌جا، تکیه بر وجدان کاری و انضباط، اطلاعات شغلی خود را همواره توسعه داده و محیط کاری خود را به یک محیط کاری بهره‌ور، پویا و شاداب و خداپسندانه تبدیل کند (مقیمی، ۱۳۸۴). در کشور ما تا شروع اجرای برنامه سوم توسعه، توجه چندانی به کارآفرینی نشده بود. حتی در محافل علمی و دانشگاهی نیز به‌جز موارد بسیار نادر، فعالیتی در این زمینه صورت نگرفته بود (سلجوقی، ۱۳۸۷).

در کشور ما آموزش و پرورش کارآفرینان، در نظام آموزش عالی با بیش از ۲۰ سال تأخیر نسبت به کشورهای توسعه‌یافته در اواخر سال ۱۳۷۹ در وزارت علوم، با عنوان طرح کاراد مورد توجه قرار گرفت. بر اساس برنامه سوم توسعه کشور، طرحی تحت عنوان طرح توسعه کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور که به اختصار «کاراد» نام گرفته است تدوین و اجرای آن با نظر سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و وزارت علوم در ۱۲ دانشگاه کشور شروع و اجرا و امور ستادی آن از سوی وزارت علوم، در اواخر سال ۱۳۷۹ به سازمان سنجش آموزش کشور واگذار گردید. که هم‌اکنون در سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران قرار دارد (ملکی، بهاره. ۱۳۸۶).

اولین دوره آموزش کارآفرینی در سال ۱۳۸۳ در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران تحت عنوان مدیریت بازرگانی (گرایش کارآفرینی) برگزار شد. در سال ۱۳۸۵ دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران با همکاری وزارت علوم و وزارت کار و دانشگاه تهران راه‌اندازی شده است. دانشگاه نسل سوم یا کارآفرینانه، دانشگاهی است که از حالت ایزوله و فاصله‌دار با جامعه و صنعت، خارج شده و به‌طور کامل به‌سازمانی با ارتباط هوشمندانه و سازمان‌یافته با صنعت و جامعه به‌ویژه در جهت شناسایی و رفع نیازهای واقعی آن‌ها تبدیل شده است. (قاسم نژاد مقدم و سیدی، ۱۳۸۸). این برنامه‌ها عمدتاً با هدف ایجاد تجربه‌های علمی و تربیت نیروهایی با ویژگی‌های کارآفرین طراحی شده‌اند و معمولاً این برنامه‌ها به دانشجویان در تولید ایده‌های نوین و برنامه‌ریزی به‌منظور علمی ساختن این ایده‌ها کمک می‌کنند (حسینی لرگانی، میر عرب، رضایی، ۱۳۸۸).

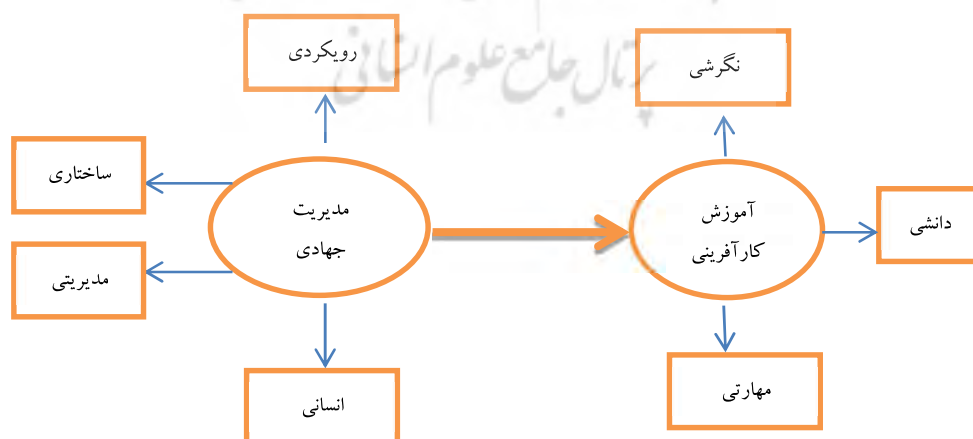
یکی از جدیدترین پژوهش‌ها، پژوهش اسلیدی (۱۳۹۰) است که در پژوهش خود عنوان می‌کند، کارآفرینی هم‌اکنون به‌عنوان یک حرفه ظهور کرده است و همانند دیگر حرفه‌ها باید توسعه یابد و از طریق برنامه‌های آموزشی و دانشگاهی خاص مبتنی بر مطالعات رفتاری و تجربی، پرورش پیدا کند.

از جمله پژوهش‌های دیگر می‌توان به پژوهش‌های حسینی (۱۳۸۷) اشاره کرد، او در پژوهش خود بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر ادراک دانشجویان از کارآفرینی را مورد بررسی قرار داد؛ مرادی (۱۳۸۹)، تأثیر آموزش‌های تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان رشته پرستاری را مورد بررسی قرار داد. و یا (ون دن^۱ و همکاران، ۲۰۱۶) هم این موضوع را مورد تحقیق قرار دادند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که آموزش کارآفرینی در افزایش نگرش کارآفرینانه تأثیر داشته و تغییر قابل توجهی در نگرش کارآفرینانه مشاهده شد. و یا پژوهش کلارک (۱۹۸۴) بر روی دانشجویانی که در دوره درآمدی بر کارآفرینی ثبت‌نام کرده‌اند نشان می‌دهد که ۸۰٪ از این دانشجویان در نظر دارند کسب و کاری را شروع کنند (پاپلت^۲، ۲۰۱۶).

تدوین فرضیه‌ها و ارائه الگوی مفروض پژوهش

هر الگوی پژوهشی نیازمند مبنای نظری و تجربی پشتیبان می‌باشد که در آن بایستی بتوان برون‌داد نهایی الگو را بر اساس چیدمان منطقی و تجربی متغیرها تبیین و توجیه نمود. براساس مبانی نظری و تجربی عنوان‌شده، این پژوهش دارای دو فرضیه زیر می‌باشد و بر این اساس الگوی نظری پژوهش به شرح نمودار شماره ۱ می‌باشد.

فرضیه پژوهش: مدیریت جهادی بر آموزش کارآفرینی دانشگاه‌ها تأثیر مثبت دارد.



1. Van Den
2. Poblete

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از حیث روش گردآوری داده‌ها به صورت پیمایشی و از لحاظ روش آزمون فرضیات از نوع همبستگی می‌باشد. همچنین برای تشریح داده‌ها از آمار تحلیلی استفاده گردید. جامعه آماری مورد مطالعه شامل مدیران عالی میانی و عملیاتی دانشگاه‌های آزاد مازندران می‌باشد که با استفاده از فرمول کرجسی و مورگان تعداد ۱۱۳ نفر به روش تصادفی ساده انتخاب و مورد پرسش قرار گرفته‌اند. پرسشنامه مورد استفاده در مدیریت جهادی از پرسشنامه استفاده‌شده محمدرضا سلطانی (۱۳۹۳) می‌باشد. این موضوع قابل ذکر است که بنا به نظر متخصصان و خبرگان مدیریتی و نیز نظر اساتید از بخش الزامات مدیریت جهادی که شامل بخش رویکردی، مدیریتی، انسانی و ساختاری بود استفاده‌شده؛ که شامل ۶۹ سؤال نیز می‌باشد. برای سنجش آموزش کارآفرینی نیز از پرسشنامه مورد استفاده در پایان‌نامه حامد بردبار (۱۳۹۱) استفاده شده که دارای سه بعد، نگرشی، دانشی و مهارتی می‌باشد و شامل ۳۱ سؤال است.

روایی و پایایی پرسشنامه

به منظور تعیین روایی پرسشنامه از نظرات متخصصان و خبرگان مدیریت استفاده شده است که پس از تأیید، پرسشنامه در جامعه مورد مطالعه توزیع شد. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که میزان پایایی (آلفای کرونباخ) مدیریت جهادی (۰,۷۸) و آموزش کارآفرینی (۰,۸۸) می‌باشد. همچنین، در این پژوهش برای بررسی همه‌جانبه مدل مفهومی از روش معادلات ساختاری (SEM) و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است.

آمار استنباطی

در این پژوهش برای پاسخ به فرضیه از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) از دو طریق نرم‌افزار لیزرل و روش کم‌ترین توان دوم جزئی (PLS) و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. در این پژوهش ابتدا به بررسی روایی سازه‌ها پرداخته می‌شود. روایی سازه توسط دو معیار روایی همگرا و واگرا در نرم‌افزار اسمارت پی ال اس برای بررسی دقیق‌تر ابزار به کار گرفته شده است. برای ارزیابی روایی همگرا از معیار

AVE^۱ (میانگین واریانس استخراج شده) استفاده شد که نتایج این معیار برای متغیرهای پژوهش و ابعاد مربوط در جدول زیر نشان داده شده است. میانگین واریانس استخراج شده (AVE): با کمک این شاخص مشخص شد که تمام سازه‌های مورد مطالعه دارای میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۵ هستند که شرط لازم برای مطلوبیت و مورد قبول واقع شدن را دارند. هم‌چنین در مورد اعتبار ترکیبی (CR^۲)، تمام سازه‌های مورد مطالعه مقادیر بیش از ۰/۷ را دارا می‌باشند که مورد قبول می‌باشد و نیز همان‌طور که در جدول شماره ۱ مشخص است ضریب (CA^۳) آلفای کرونباخ همه عوامل عددی بالاتر از ۰/۷ را به خود اختصاص داده که عددی مطلوب و مورد قبول می‌باشد.

جدول ۱. شاخص‌های روایی و پایایی متغیرهای پژوهش

| متغیر پژوهش | میانگین واریانس استخراج شده | اعتبار ترکیبی | آلفای کرونباخ |
|-----------------|-----------------------------|---------------|---------------|
| مدیریت جهادی | ۰/۸۷ | ۰/۸۴ | ۰/۷۸ |
| آموزش کارآفرینی | ۰/۸۲ | ۰/۸۸ | ۰/۸۸ |

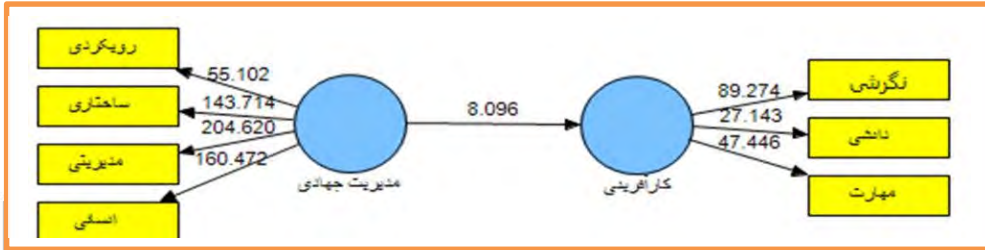
یافته‌های پژوهش

برای آزمودن فرضیه‌های پژوهش از بخش ساختاری روش مدل‌سازی استفاده شده است. به منظور تأیید یا رد فرضیه‌ها، از تخمین ضرایب و معناداری ضرایب استفاده شده است. برای معنادار بودن یک ضریب، عدد معناداری باید کوچک‌تر از ۱/۹۶- یا بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد. منظور از ضریب مسیر مقادیر همبستگی دوتایی است و هرچه این ضریب بیشتر باشد به معنای اثرگذاری بیشتر متغیر مستقل بر وابسته است.

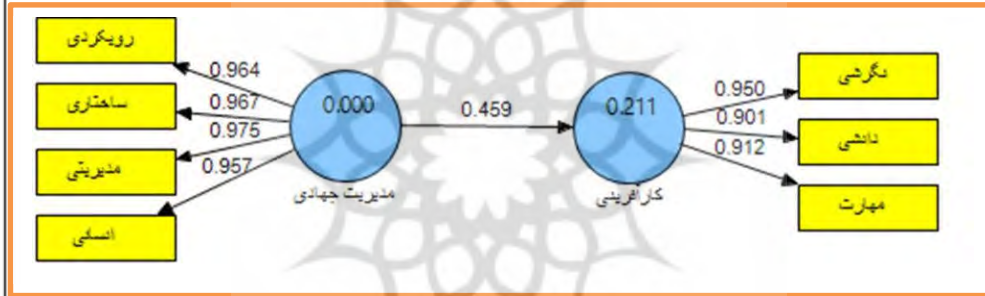
آزمون فرضیه بر اساس نرم‌افزار پی ال اس

با توجه به نمودار ۱ و ۲، اجرای مدل نشان می‌دهد که اثر مدیریت جهادی بر آموزش کارآفرینی معنادار می‌باشد زیرا ضریب t برابر است با ۸/۰۹۶ که از ۱/۹۶ بیشتر است و نیز مدل در حالت تخمین استاندارد خود به منظور بررسی شدت رابطه میان دو متغیر عدد ۰/۴۵۹ را نشان می‌دهد. از این رو فرضیه مورد تأیید قرار می‌گیرد.

1. Average Variance Extracted
2. Composite Reliability
3. Cronbach's Alpha



نمودار ۱. ضریب مسیر فرضیه

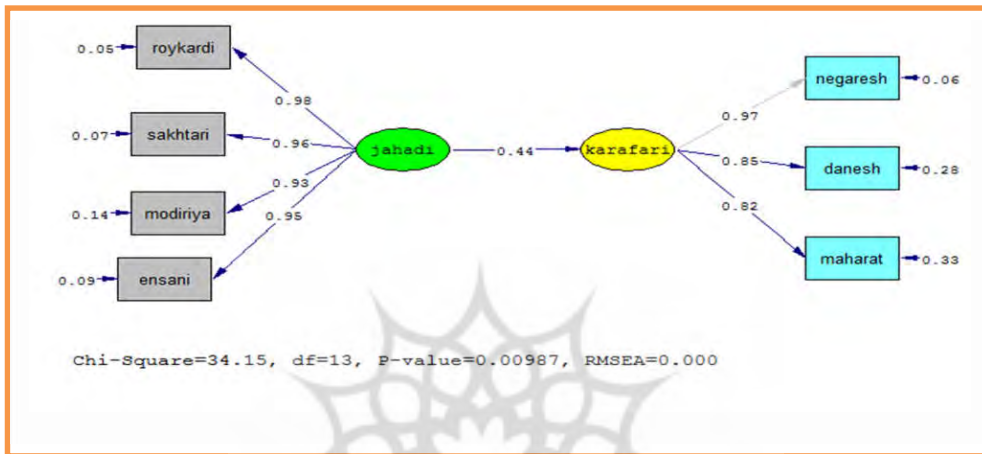


نمودار ۲. ضریب تی فرضیه

آزمون فرضیه

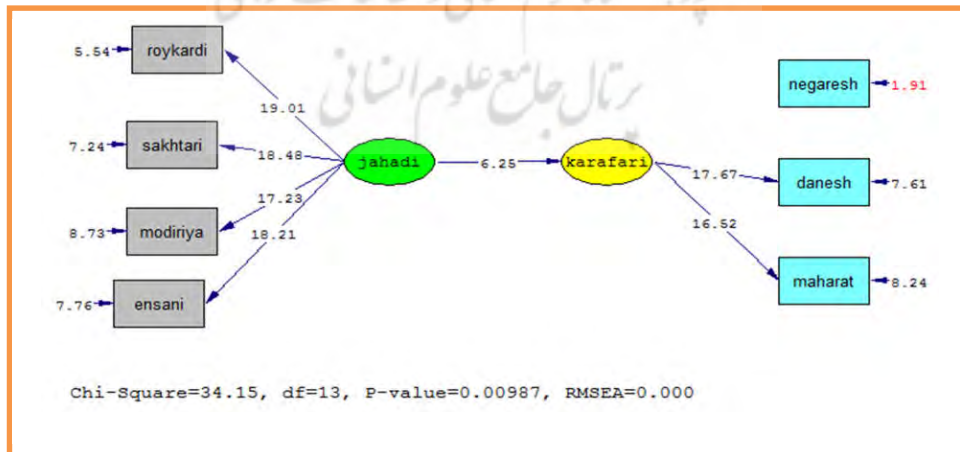
در این پژوهش تحلیل با استفاده از نرم افزار LISREL انجام شده است. لازم به ذکر است که به منظور کاهش متغیرها و در نظر گرفتن آن‌ها به عنوان یک متغیر مکنون، بار عاملی به دست آمده باید بیشتر از ۰/۵ باشد (مؤمنی و فعال قیوم، ۱۳۸۶) شاخص‌های GFI، AGFI، NFI هرچقدر مقدارشان بیشتر باشد بهتر است. مقدار پیشنهادی برای چنین شاخص‌هایی ۰/۹ یا ۰/۸ می‌باشد. همچنین شاخص‌های بد بودن نیز شامل $df/2\chi$ و $RMSEA$ می‌باشد که هرچقدر مقدار آن‌ها کمتر باشد مدل دارای برازش بهتری است. حد مجاز $df/2\chi$ عدد ۳ و حد مجاز $RMSEA$ ، ۰/۰۸ می‌باشد. همان‌طور که در شکل شماره یک مشخص است این نگاره مربوط به مدل استاندارد حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌باشد. براساس این نمودار بار عاملی همه مؤلفه‌های پژوهش بالاتر از ۰,۴ می‌باشد. لذا می‌توان عنوان کرد که مؤلفه مزبور به خوبی بر روی متغیرهای اصلی بار شده‌اند.

نمودار شماره ۳. مدل استاندارد



رويکړدي (roykardi)، ساڅکاري (sakhtari)، مدير بندي (modiriya)، انساني (ensani)
 نگرش (negaresh)، دانسي (danesh)، مهارت (maharat)

نمودار شماره ۳: مدل معنی دار



در ادامه جهت بررسی قابلیت تعمیم مدل ساختاری پژوهش، مدل معنی داری پژوهش (مدل T)، نیز در

شکل شماره دو ارائه شده است و از آنجایی که همه مقادیر بالای ۱/۹۶ می باشد لذا می توان گفت مدل نهایی پژوهش قابل تعمیم به جامعه می باشد.

جدول ۲. شاخص های نیکویی

| ردیف | معیارهای برازش مدل | شاخص | بعد | حد مطلوب | نتیجه |
|------|----------------------------|-------------|-------|----------|-----------|
| ۱ | کای دو نسبی | χ^2/df | ۲/۶۲۶ | ۳ < | قابل قبول |
| ۲ | ریشه میانگین مجذورات تقریب | RMSEA | ۰/۰۰۰ | ۰/۱ < | برازش خوب |
| ۳ | ریشه مجذور مانده ها | PMR | ۰/۰۱ | حدود صفر | قابل قبول |
| ۴ | شاخص برازش هنجار شده | NFI | ۰/۹۱ | ۰/۹۰ > | بسیار خوب |
| ۵ | شاخص نرم برازندگی | NNFI | ۰/۹۶ | حدود یک | بسیار خوب |
| ۶ | شاخص برازش تطبیقی | CFI | ۰/۹۱ | ۰/۹۰ > | بسیار خوب |
| ۷ | شاخص برازش نسبی | RFI | ۰/۹۳ | ۰/۹۰ > | بسیار خوب |
| ۸ | شاخص برازش اضافی | IFI | ۰/۹۳ | ۰/۹۰ > | بسیار خوب |
| ۹ | شاخص برازندگی | GFI | ۰/۹۷ | ۰/۹۰ > | بسیار خوب |
| ۱۰ | برازندگی تعدیل یافته | AGFI | ۰/۹۳ | ۰/۹۰ > | بسیار خوب |

نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر آموزش کارآفرینی در دانشگاه‌ها در میان مدیران دانشگاه‌های آزاد مازندران می‌باشد. در این راستا تحلیل کمی داده‌ها (ضریب مسیر ۰/۴۵۹) و ضریب معناداری (۸,۰۹۶) که بالاتر از ۱,۹۶ می‌باشد نشان می‌دهد که فرضیه پژوهش مورد تأیید می‌باشد. بنا به آنچه در این پژوهش مورد بحث و بررسی قرار گرفت و با توجه به خروجی‌های کمی و مطالعات مربوطه می‌توان چنین نتیجه گرفت که در مدیریت جهادی، اصول هر سازمان بیش از این که حفظ منافع خود سازمان و اعضای آن باشد، حفظ منافع ملی و اجتماعیش است. وقتی که یک مدیر یا یک سازمان بیش از حفظ منافع خودش به منافع جامعه بیندیشد، به صورت خودکار از رقابت‌های غیرسازنده، آمارسازی و روش‌های تسکینی پرهیز می‌کند و به همکاری سازنده، جمع‌آوری دقیق اطلاعات برنامه‌ریزی مؤثر و کارا در جهت حل دائمی مسائل و پیشرفت پایدار می‌پردازد. در خصوص مدیریت جهادی نیز مدیران، تصمیماتی می‌گیرند که ساختار شکنانه است و وضع موجود را به علت داشتن نقاط ضعف اساسی به چالش می‌کشند؛ که این خود مستلزم استفاده از نیروهایی است خلاق و نیز نیروهایی که جسارت لازم و حمایت کافی را داشته باشند. در واقع، شیوه مشارکت مردم در تصمیمات در مدیریت جهادی باعث می‌گردد تا ضمن حفظ اقتدار سیاست‌ها در مرکز، مردم با حس مشارکت و توجه ویژه به مسئولیت‌پذیری و فرایند دخالت در امور اجتماعی و احساسی جامعه، در میزان سهم و نقش خود در قدرت سیاسی، اجتماعی و اقتصادی با مرکز کاملاً همراه باشند. ارائه این نوع مدیریت (مشارکت) از سوی جهاد باعث گردید تا جامعه همه امکانات، منابع و اطلاعات خود را به صورت آگاهانه (شناخت نسبت به اهداف و برنامه‌ها) در اختیار مجریان قرار داده و با علم و آگاهی به آینده در جهت تحقق اهداف گام‌های اساسی بردارند. در خصوص جامعه مورد پژوهش می‌توان بیان داشت که دانشگاه‌ها می‌توانند از طریق زمینه‌سازی فرهنگی اقبال عمومی به کارآفرینی را افزایش و خطرهای غیرمالی فرایند کارآفرینانه را کاهش دهند و در ارزیابی ریسک-پاداش، وزنه را به طرف کارآفرینی سنگین‌تر کنند. در یک دید کلی‌تر، رویکرد حاکم بر فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، رویکردی نیازگرا در تعامل با سازمان‌های بیرونی دانشگاه است. این تعامل و واکنش متقابل محیط‌های دانشگاهی با بنگاه‌های اقتصادی و سازمان‌های بیرونی، چنانچه سازمان‌یافته و با مکانیزم‌های اثربخشی همراه باشد، حاصلی جز بهره‌وری بیشتر از منابع انسانی و غیرانسانی را به دنبال نخواهد داشت. همچنین می‌توان بیان داشت که یکی از مؤلفه‌های مهم در قضاوت درباره کارایی داخلی و خارجی آموزش عالی جامعه، پرورش و آموزش نیروی انسانی در هماهنگی با نیازها و تغییرات بازار کار است. نیروی انسانی از جمله مهم‌ترین دارایی‌های سازمانی محسوب می‌شود. بنابراین مدیران عالی با شناسایی، درک و اهمیت دادن به توانمندی‌ها و پتانسیل‌های کارکنان خود می‌توانند در چارچوب پاداش‌های پولی، آگاهی و درک از محیط، حمایت‌های لجستیکی، ارائه امکانات و وسایل و... در پی افزایش و توسعه خلاقیت در پرسه‌های کاری در سازمان خود موثر باشند. در دانشگاه‌ها، کارآفرینی در واقع، فکرآفرینی است و مدیران دانشگاهی باید بستر فکر کردن را برای کل سازمان فراهم سازند. مدیران میانی برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت را انجام داده و برای اظهار نظر مدیریت عالی، برنامه‌های بلندمدت و جامع‌تر را فراهم می‌کنند؛ همچنین تقویت و ایجاد دوره‌ها و رشته‌های منطبق با نیاز داخل که متأثر از ارتباط دانشگاه و صنعت است باعث می‌شود تا فرصت‌های شغلی مناسب بیشتری برای دانش‌آموختگان در داخل کشور فراهم شود.

منابع

- احمدپورداریانی، م (۱۳۸۷)، کارآفرینی: تعاریف، الگوها، نظریات. تهران: پردیس.
- احمدی، رضا (۱۳۹۱)، «راهبردهای مدیران در زمینه توسعه نوآوری در سازمان»، تدبیر. شماره ۱۸، ص ۴۲.
- سحافی، سید حسین (۱۳۹۳)، مولفه‌های مدیریت جهادی. قم: مرکز نشر هاجر.
- بوداقتی، حسین، و شادی، سمیرا (۱۳۹۳)، «ابعاد، شاخص‌ها و مؤلفه‌های مدیریت جهادی در فرهنگ غدیر»، تهران: سومین همایش بین‌المللی فرهنگ غدیر الگوی مدیریت جهادی.
- پالوج، مجتبی و نقی پور فر، ولی الله (۱۳۸۶)، «تقویت و توسعه سرمایه‌های اجتماعی و مشارکت مردمی»، تهران: همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی.
- حسینی لرگانی، سیده مریم (۱۳۸۷)، «آموزش کارآفرینی در هزاره جدید؛ زیرساختی برای اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی. شماره ۵۰.
- دانیالی، ته‌مینه و موسوی، فروغ السادات (۱۳۸۶)، «شناخت و تبیین مبانی و رویکردهای فرهنگی و مدیریت جهادی»، تهران: همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی.
- زندیه، عبدالله (۱۳۷۵)، «فرضیه‌هایی در قلمرو مدیریت اسلامی»، نشریه دانش مدیریت. ۳۴، ۸.
- سلجوقی، سید محمد (۱۳۸۷)، کارآفرینی ایجاد و توسعه کسب و کار جدید. انتشارات خدمات فرهنگی.
- قاسم نژاد، نیما (۱۳۸۸)، «دانشگاه کارآفرین پارادایمی نوین در رشد و توسعه صنعت»، همایش کارآفرینی دانشگاه پیام نور. اسفند ماه.
- محمدی، مظاهر (۱۳۸۸)، «تبیین فرهنگ و مدیریت جهادی و شاخص‌های آن»، مجموعه مقالات دومین همایش ملی فرهنگ و مدیریت جهادی.
- ملکی، بهاره (۱۳۸۸)، «کارآفرینی در دانشگاه‌ها»، ماهنامه تدبیر. سال هجدهم، شماره ۱۸۲.
- میرزایی اهرنجانی، حسن و مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۲)، «ارائه الگوی مطلوب سازمانی برای سازمان‌های غیر دولتی ایران با استفاده از رویکرد کارآفرینی»، مجله دانش مدیریت. شماره ۱۶، ۱۰۱-۱۳۸.
- میقانی، رضا (۱۳۸۸)، «مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی در مدیریت و فرهنگ جهادی»، دومین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی.

- نجفی، علی (۱۳۸۸)، «توجه به فرهنگ جهادی، راهکاری مناسب در نیل به اصلاح الگوی مصرف در کشور»، دومین همایش فرهنگ و مدیریت جهادی.
- نیازی، محسن (۱۳۸۸)، تحلیل جامعه شناختی نقش اعتماد اجتماعی در توسعه فرهنگ و مدیریت جهادی.
- واشقانی فراهانی، سمیه (۱۳۹۰)، چگونگی بسط و گسترش فرهنگ جهادی در سازمانها، مدیریت امور سازمان و برنامه ریزی بانک سپه تهران.
- Dayan, Mumin, Zacca, Robert, Husain, Zafar, Di Benedetto, Anthony, Ryan, James, Johnston, WesleyJ, & Johnston, WesleyJ. (2016). The effect of entrepreneurial orientation, willingness to change, and development culture on new product exploration in small enterprises. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(5).
- Gumusluoglu, Lale, & Ilsev, Arzu. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of business research*, 62(4), 461-473 .
- Poblete, Carlos. (2016). Expectation vs. Reality in the Field of Entrepreneurship. University of Essex .
- Peterson, C., (2010), A Service Quality Model and Its sell strategy Implications, *European Journal of Marketing*.
- Trimi, Silvana, & Berbegal-Mirabent, Jasmina. (2012). Business model innovation in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 449-465 .
- Tuncdogan, Aybars, Boon, Ad, Mom, Tom, Van Den Bosch, Frans, & Volberda, Henk. (2016). Management teams' regulatory foci and organizational units' exploratory innovation: The mediating role of coordination mechanisms. *Long Range Planning* .
- Walton, Andre P. (2003). The impact of interpersonal factors on creativity. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 9(4), 146-162 .
- Zhang, Yanlong, & Zhang, Xiu'e. (2012). The effect of entrepreneurial orientation on business performance: A role of network capabilities in China. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(2), 132-142 .