

# تأثیر استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان\*

علی عطافر<sup>۱</sup>، سعیده کتابی<sup>۲</sup>، زهرا مؤمنی نورآبادی<sup>۳</sup>

## چکیده

**مقدمه:** در عصر دانش، محور بهره‌گیری از پتانسیل‌های بالقوه و توانمند نمودن افراد جهت ایجاد خلاقیت و نوآوری ضروری است. مدیریت بر خود مجموعه‌ای از استراتژی‌هایی است که یک شخص جهت نفوذ و بهبود رفتارش به کار می‌گیرد و به عنوان سرمایه‌ای پنهان، نقش به‌سزایی در ایجاد نوآوری ایفا می‌کند. هدف از این مقاله، شناسایی نقش استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان بوده است.

**روش بررسی:** مقاله‌ی حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی بود و برای سنجش اطلاعات از پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته با روایی صوری و ضریب پایایی ۰/۹۱ استفاده شده است. جامعه‌ی آماری، دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان در سال ۸۹-۱۳۸۸ بودند و حجم نمونه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۱۹۶ نفر تخمین زده شد. در این راستا، بر اساس ادبیات پژوهش، مدلی جهت بررسی نقش استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان رشته‌ی مدیریت طراحی و با استفاده از نرم‌افزار LISREL مورد آزمون قرار گرفت.

**یافته‌ها:** استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان تأثیر به‌سزایی داشت که در این بین، نقش استراتژی‌های رفتاری پررنگ‌تر بود. همچنین کانون تمرکز درونی دانشجویان به عنوان متغیر پنهان اثر تعیین‌کننده بر نوآوری آنان داشت، که نمی‌توان آن را نادیده پنداشت. علاوه بر آن، مقطع تحصیلی دانشجویان بر نوآوری‌شان تأثیرگذار است، چرا که دانشجویان مقطع دکتری نسبت به سایر دانشجویان، به دلیل کسب مهارت و تجربه در طی دوران دانشجویی، نوآورتر بودند. در مدل مورد بررسی، مقدار شاخص‌های برازش نشان‌دهنده‌ی مناسب بودن مدل بود.

**نتیجه‌گیری:** التزام عملی دانشجویان نسبت به سیستم مدیریت بر خود باعث تسهیل خلاقیت و نوآوری آنان می‌گردد، چرا که درک بالا از این کارراهه، نگرشی متفاوت را از طریق روش‌های حرفه‌ای و خود‌هدایتی به سمت ارزش‌های فرد منعکس می‌کند.

**واژه‌های کلیدی:** مدیریت بر خود؛ نوآوری؛ دانشجویان.

**نوع مقاله:** تحقیقی

پذیرش مقاله: ۹۰/۲/۲۱

اصلاح نهایی: ۱۹/۱۲/۲۳

دریافت مقاله: ۱۹/۹/۱۷

**ارجاع:** عطافر علی، کتابی سعیده، مؤمنی نورآبادی زهرا. تأثیر استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان. مدیریت اطلاعات سلامت ۱۳۹۰؛ ۸ (۸): ۱۱۲۱-۱۱۱۲.

## مقدمه

\* این مقاله حاصل پایان‌نامه‌ی دانشجویی در مقطع کارشناسی ارشد می‌باشد.

۱. استادیار، مدیریت استراتژیک، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.
۲. استادیار، تحقیق در عملیات، دانشگاه اصفهان و عضو مرکز تحقیقات مدیریت و اقتصاد سلامت، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران.
۳. کارشناس ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.  
(نویسنده‌ی مسؤل)

Email: za.momeni@yahoo.com

امروزه نقش دانشجویان در توسعه‌ی اجتماعی و فرهنگی کشور تعیین‌کننده است. مدیریت و رهبری این خیل عظیم افراد به عنوان چالش اساسی در دانشگاه محسوب می‌شود. آنان نه تنها به دانش و اطلاعات بسیار وسیع نیاز دارند، بلکه به استقلال، خود-اتکایی، اعتماد به نفس و خلاقیت بیشتری

نیازمندند و موظفند مدیریت قابلیت‌ها و شایستگی‌ها را در خود پرورش دهند (۱).

در رویکرد جدید مدیریت، دید نوینی نسبت به رهبری و مدیریت ارایه می‌شود که در آن هر فرد، توانایی تصمیم‌گیری در مورد وظایف و کارهای خود را دارد و مسئولیت کارهای خویش را خود قبول می‌کند (۲). فرآیند جهانی‌سازی رقابت بر روی افراد با مهارت و خلاق را افزایش داده است. بنابراین مطالعه بر روی انگیزه‌ها و عوامل ایجادکننده‌ی خلاقیت و نوآوری از اهمیت خاصی برخوردار است (۳). مدیریت بر خود یک الزام و به عنوان یکی از راهکارهای مدیریت آینده و بخشی از برنامه‌های آموزشی دانشجویان محسوب می‌شود (۴) که نقش به‌سزایی در ایجاد نوآوری دارد. بنابراین دانشگاه‌ها باید با توجه به شرایط و مقتضیات خود، سازوکارهای مناسب جهت توانمند نمودن دانشجویان در ایجاد رفتار نوآورانه را شناسایی نمایند.

مدیریت بر خود، مجموعه‌ای از استراتژی‌هایی است که یک شخص جهت نفوذ و بهبود رفتارش استفاده می‌کند و به عنوان فرآیند جهت‌دهی شخصی تمایلات، رفتار و شناخت افراد به سمت بر آورده شدن وظایف و یا اهداف تعریف می‌شود (۵). از دیدگاه Gerhardt و همکاران نیز مدیریت بر خود مجموعه‌ای از رفتارها و استراتژی‌های شناختی است که به افراد در ساختاردهی محیط، ایجاد خود-انگیزی و ایجاد عملکرد استاندارد، کمک و مساعدت می‌کند (۶). همچنین McGowan معتقد است که تسلط بر خود و مدیریت بر خویشتن کلید موفقیت و به عنوان پایه و شالوده‌ی اساسی رویکرد توانمندسازی است (۷).

نوآوری نیز فعالیتی است که هدفش ایجاد، انتقال، تغییر و واکنش به ایده‌های جدید است. در واقع، نوآوری نه تنها ابداع آگاهانه‌ی ایده‌های جدید است، بلکه معرفی و به کار بردن ایده‌ها را نیز شامل می‌شود و هدف کلی آن ارتقا و موفقیت افراد است. نوآوری یک فرآیند چند مرحله‌ای است که طی آن فرد مسأله را درک می‌کند و برای بهبود آن ایده، مدل و نمونه‌ای عملی معرفی می‌نماید که این امر، به خودی خود

می‌تواند باعث کسب مزیت رقابتی گردد (۸). نوآوری به عنوان یکی از اجزای کلیدی ارتقا و پیشرفت و خلق ارزش (۹) تحت تأثیر شدید شایستگی‌های افراد می‌باشد (۱). مدیریت بر خود، به عنوان یک قابلیت منحصر به فرد، تسهیل‌کننده‌ی رفتار نوآورانه‌ی فرد می‌باشد و برای ایجاد رفتار نوآورانه نقش انگیزاننده‌ای را ایفا می‌کند (۱۰).

Neck و Houghton ظهور مفهوم «مدیریت بر خود» را مربوط به سال ۱۹۸۰ می‌دانند که توسط مانز و سیمز ارایه گردیده است (۱۱). خود-مدیریتی، در پاسخ به نیازهای روانشناسی و مدیریتی ظهور کرده و مبتنی بر تئوری یادگیری اجتماعی است (۴). در دهه‌ی اخیر، پژوهش در این زمینه رشد قابل توجهی داشته است (۱۲-۱۳). مدیریت بر خود مرکب از استراتژی‌های طراحی شده‌ی رفتاری و روانشناختی است (۱۴). Mace و همکاران مدیریت بر خود را به عنوان فرآیند کشف و ثبت رفتار یک فرد در پنج بعد خود-نظارتی، خود-ارزیابی، آموزش استراتژی، خود-تعلیمی و هدف‌گذاری مطرح می‌کنند (۱۵). در حالی که از دیدگاه Yukl مدیریت بر خود در سه طبقه استراتژی‌های مبتنی بر رفتار، استراتژی پاداش طبیعی و استراتژی الگوی فکری سازنده تقسیم‌بندی می‌شود (۱۶).

استراتژی رفتاری بر افزایش خود-آگاهی و مدیریت رفتارهای اصلی تأکید دارد (۱۷). این استراتژی شامل خود-بازبینی، تنظیم اهداف شخصی، خود-انگیزی، پاسخ‌خواهی از خود، پاسخ‌دهی به خود و خود-آموزشی است (۱۸).

خود-بازبینی به توانایی فرد برای منطبق کردن رفتارش با عوامل خارجی و موقعیت اطلاق می‌شود که از طریق آن فرد به این نتیجه می‌رسد که کدام رفتارها نیاز به تغییر، اصلاح و یا حذف دارد (۱۹). هدف‌گذاری نیز اشاره به فرآیندی دارد که دانشجویان رفتار هدف خود را انتخاب و آن را تعریف و تشریح نمایند، تشریح و تعریف اهداف چالش‌انگیز باعث می‌شود دانشجویان به سمت انجام وظایفشان ترغیب و راهنمایی شوند (۲۰) و فرصت‌هایی را جهت واکنش مناسب ایجاد خواهند کرد (۲۱). پاسخ‌دهی صحیح و پاداش به خود به شکل واقعی انتظار، در مقایسه با انتقاد از خود، تأثیری مثبت بر انگیزه‌های فرد دارد

برای کسب موفقیت و تأمین هدف دارند و همواره می‌کوشند تا کارها و وظایفشان را بهتر انجام دهند (۲۸). در واقع، مهارت‌های خود-مدیریتی در افرادی که باور دارند نتایج از تلاش آنان ناشی می‌شود، قوی‌تر می‌باشد (۲۹). اینگونه افراد، نتایج مثبت قبول شدن در یک درس را حاصل توانایی‌های خود و وقایع منفی مانند قبول نشدن در امتحان را به علل کوتاهی و قصور شخصی یا نتیجه‌ی عدم مطالعه‌ی کافی می‌دانند (۳۰).

استعداد و خلاقیت افراد، سرمایه‌ی اصلی آن‌ها محسوب می‌شود. بنابراین، ایجاد بستر مناسب برای خلاقیت و نوآوری افراد ضرورتی اجتناب ناپذیر می‌باشد. شواهد زیادی دال بر رابطه‌ی مثبت بین خود-مدیریتی و نتیجه‌ی کار وجود دارد، اما با وجود چنین شواهدی، رابطه‌ی بین استراتژی‌های مدیریت بر خود و نوآوری باید بیشتر مورد بررسی قرار گیرد؛ چرا که فرد نقش مهمی در افزایش پتانسیل سازمان برای نوآوری از طریق ایجاد محیطی مناسب و تصمیم‌گیری برای عملی کردن ایده‌های ارایه شده، ایفا می‌کند (۳۱). Muscatello نیز معتقد است که افراد جهت کسب مزیت‌های رقابتی به طور دایم به دنبال رفتار نوآورانه‌اند (۳۲). از دیدگاه Howell نیز موفقیت رفتارها به قهرمان بستگی دارد. در واقع افرادی که این رفتارها را با عزم راسخ، پایداری و اقتدار ارایه می‌دهند، به صورت خاص، موقعیت و شهرت خود را حاصل ویژگی‌های فردی و رفتار خود می‌دانند (۳۳).

مقطع تحصیلی دانشجویان می‌تواند بر سطح نوآوری آنان تأثیرگذار باشد، دانشجویان با گذشت زمان تجربه و مهارت می‌یابند و میزان ریسک‌پذیری آن‌ها بیشتر می‌شود و در راستای ایجاد نوآوری با هم به رقابت می‌پردازند (۳۰). آن‌ها طی دوران دانشجویی توانایی‌ها، ارزش‌ها و شیوه‌های عملکرد خود را می‌شناسند و نسبت به آن التزام عملی پیدا می‌کنند. در حقیقت، این دوران فرصت مناسبی برای بالفعل نمودن پتانسیل‌های بالقوه‌ی آنان است.

با وجود این ادعا که اثربخشی دانشگاه‌ها و ایجاد نوآوری توسط دانشجویان به میزان بهره‌گیری آنان از رویکرد مدیریت بر خود، وابسته است و با وجود اهمیت و ضرورت توانمند

(۱۸). خود-آموزشی نیز به آموزش یک سری از گام‌ها به دانشجویان جهت تعقیب استقلال در حل مسأله یا رسیدن به نتایج اشاره دارد (۲۲).

استراتژی پاداش طبیعی، دال بر ایجاد شرایطی است که در آن فرد به طور ذاتی برای جنبه‌های لذت‌بخش وظایف و فعالیت برانگیخته می‌شود (۲۳). این استراتژی به تجربیات مثبت در ارتباط با انجام یک کار و فرآیند رسیدن به آن مربوط است. انجام موفقیت‌آمیز یک کار به خودی خود انگیزاننده است و نوعی پاداش محسوب می‌شود (۲۴). دانشجویان باید کار را به شکل یک عمل خوشایند، لذت‌بخش و سودمند درک کنند، چرا که چنین دیدی آنان را مجهز به حس توانایی، رقابت و کنترل بر خود می‌کند که در نهایت به بهبود عملکرد و خلاقیت می‌انجامد.

استراتژی الگوی فکری سازنده به الگوهای فکری مربوط می‌شود که به طور ذاتی سازنده هستند و برای کمک به تکوین الگوها و عادت‌های سازنده طراحی می‌شود که می‌تواند بر عملکرد افراد اثر مثبت داشته باشد (۱۹). افراد به واسطه‌ی الگوهای فکری خود می‌توانند فرصت‌هایی را ایجاد کنند که از طریق آن بهتر بتوانند با مشکلات مقابله نمایند، چرا که افراد تمایل دارند تفکرات بدبینانه و خوش‌بینانه را در خود ایجاد کنند. در واقع، عقیده و باورهای شدید نسبت به اینکه مدیریت قابلیت‌ها و مهارت‌ها می‌تواند از طریق تکنیک‌های توسعه به خلق ارزش بیانجامد، بسیار سازنده است (۲۵).

«کانون کنترل» درجه‌ای است که فرد باور دارد که علت نتایج، کوشش‌ها و تلاش خودش است، یا اینکه به شانس و تصادف یا بعضی عوامل پیش‌بینی نشده بستگی دارد. بر این اساس، افراد از نظر کانون کنترل دو دسته‌اند: افراد با کانون کنترل درونی و افراد با کانون کنترل بیرونی (۲۶).

کانون تمرکز درونی به عنوان یکی از ویژگی‌های شخصیتی، اثر تعیین‌کنندگی در رویکرد مدیریت بر خود دارد و به گونه‌ای متمایز باعث به وجود آمدن الگوهای رفتاری متفاوت می‌شود (۲۷). دانشجویان با کانون تمرکز درونی به عنوان مکانیزم پشتیبانی‌کننده‌ی مدیریت بر خود، انگیزه‌ی بیشتری

تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸ تحصیل می‌کردند. نمونه‌گیری با استفاده از شیوه‌ی تصادفی ساده انجام گرفت و ۱۹۶ نفر دانشجوی رشته‌ی مدیریت انتخاب شدند.

نمونه‌ی مورد مطالعه شامل ۱۱۹ دانشجوی زن (۶۰/۷ درصد) و ۷۷ دانشجوی مرد (۳۹/۳ درصد) بود. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته با طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی کم (۱) تا خیلی زیاد (۵) استفاده شد. برای روایی سؤالات پرسش‌نامه از روش روایی صوری استفاده شد، همچنین سؤالات پژوهش با توجه به مقدار آرایه شده برای Cronbach's alpha (۰/۹۱ درصد) از اعتبار لازم برخوردار بود.

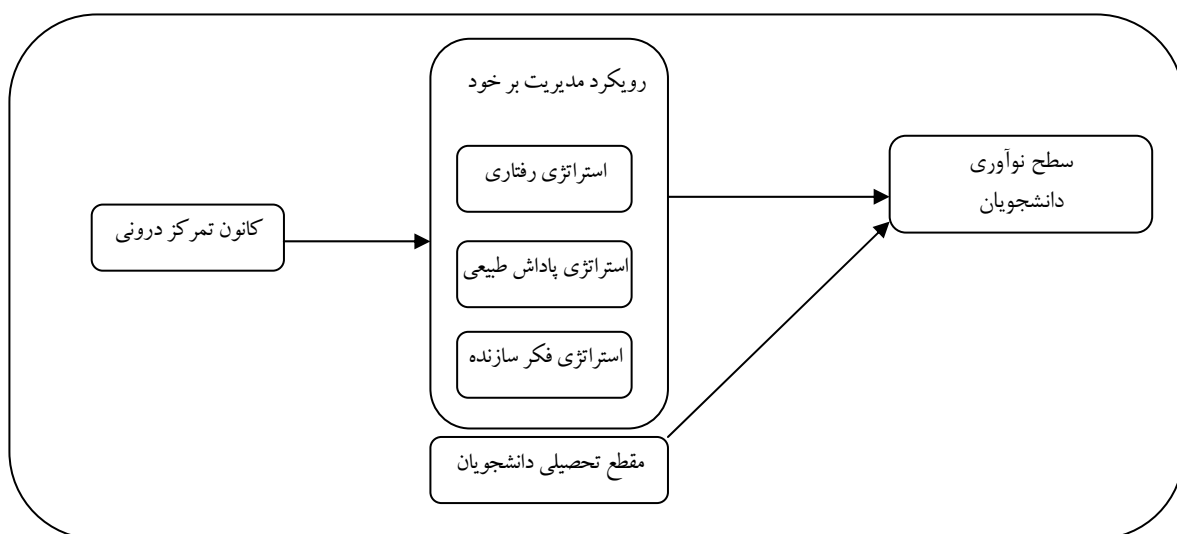
همچنین در پژوهش حاضر از مدل‌سازی معادلات ساختاری، LISREL ۸/۵۴ استفاده شد. مدل‌سازی معادلات ساختاری یکی از فنون مدل‌سازی آماری می‌باشد که روابط علت و معلولی میان متغیرهای غیر قابل مشاهده به طور مستقیم را با توجه به خطاها استنتاج می‌نماید و میزان همبستگی و شدت اثرگذاری هر یک را بر دیگری مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد (۳۴). بنابراین از آنجایی که در پژوهش حاضر چند متغیر مستقل وجود داشت که می‌بایستی اثر آن‌ها بر روی متغیر وابسته مورد بررسی قرار می‌گرفت، استفاده از مدل معادلات ساختاری ضرورت یافت.

نمودن دانشجویان در این زمینه، تحقیقات اندکی در این خصوص انجام شده است. از این‌رو هدف اصلی در پژوهش حاضر، شناسایی نقش استراتژی‌های مدیریت بر خود، بر سطح نوآوری دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان و همچنین بررسی اثر کانون تمرکز درونی بر رویکرد مدیریت بر خود و تأثیر مقطع تحصیلی دانشجویان بر نوآوری آنان بوده است؛ تا از این طریق سطح نوآوری در میان دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان ارتقا یابد.

بر اساس فرضیه‌ها و نیز تأثیر استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان و نیز اثر کانون تمرکز درونی و مقطع تحصیلی آنان بر ایجاد نوآوری و مطالعات صورت گرفته در این خصوص، مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل ۱ آرایه شده است.

### روش بررسی

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها، از نوع توصیفی-پیمایشی بود که به دنبال شناسایی تأثیر استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان بود. جامعه‌ی آماری این پژوهش، دانشجویان رشته‌ی مدیریت بودند که در سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری در سال



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

## یافته‌ها

با استفاده از نرم‌افزار LISREL روابط میان متغیرها و معنی‌داری فرضیه‌ها مورد آزمون قرار گرفت. بر اساس خروجی این نرم‌افزار، مدل اصلی در شکل ۲ ارائه شده است که در آن روابط میان متغیرها و ضرایب هر یک از آن‌ها مشخص گردیده است.

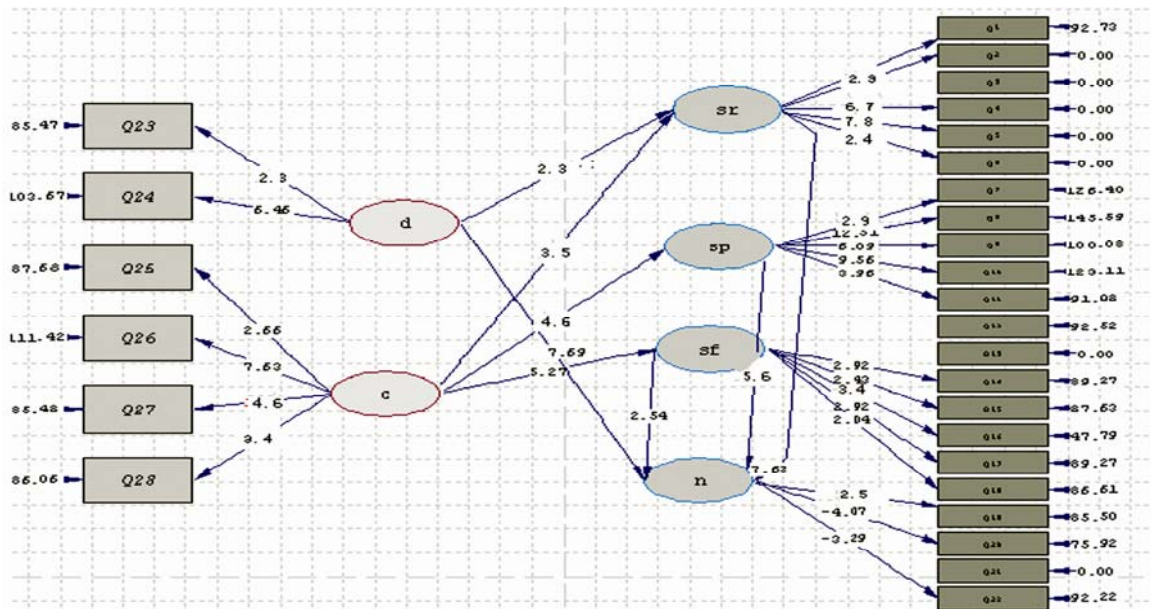
سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل، مدل مناسبی می‌باشد؟ برای پاسخ به این پرسش، بایستی آماره‌ی  $\chi^2/df$  و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به خروجی LISREL مقدار  $\chi^2/df$  محاسبه شده برابر با ۱/۶۰ می‌باشد. پایین بودن مقدار  $\chi^2/df$  نشان دهنده‌ی برازش مناسب مدل است؛ چرا که هر چه این مقدار کمتر باشد، مدل ارائه شده مدل مناسب‌تری می‌باشد. با توجه به نتایج خروجی نرم‌افزار LISREL ( $RMSES = ۰/۰۱$ ،  $P = ۰/۱۲$  و  $\chi^2/df = ۱/۶۰$ )، مقدار P بیشتر از مقدار سطح معنی‌داری استاندارد ( $\alpha = ۰/۰۵$ ) می‌باشد، بنابراین مدل ارائه شده مدل مناسبی است.

به منظور بررسی معنی‌داری هر کدام از پارامترهای مدل، از آماره‌ی t استفاده شد. این آماره از نسبت ضریب هر پارامتر به خطای انحراف معیار آن پارامتر به دست می‌آید، مقدار استاندارد

شاخص t باید بزرگ‌تر از ۲ باشد تا تخمین‌ها از لحاظ آماری معنی‌دار شود. با توجه به میزان t مشاهده شده در خروجی LISREL، کلیه‌ی تخمین‌های ارائه شده از لحاظ آماری معنی‌دار می‌باشند. جدول ۱ به صورت خلاصه معنی‌داری متغیرها و روابط آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱: ارزیابی معنی‌داری روابط مدل

نام رابطه	مقدار استاندارد شاخص t	مقدار شاخص t در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
معنی‌داری بین استراتژی رفتاری و نوآوری	بیشتر از ۲	۷/۶۳	معنی‌داری وجود دارد.
معنی‌داری بین استراتژی پاداش و نوآوری	بیشتر از ۲	۵/۶	معنی‌داری وجود دارد.
معنی‌داری بین استراتژی فکر سازنده و نوآوری	بیشتر از ۲	۲/۵۴	معنی‌داری وجود دارد.
معنی‌داری کانون تمرکز درونی و مدیریت بر خود	بیشتر از ۲	۱۳/۳۷	معنی‌داری وجود دارد.
معنی‌داری بین مقطع تحصیلی دانشجویان و نوآوری	بیشتر از ۲	۷/۶۹	معنی‌داری وجود دارد.



Chi-square = ۵۴۵/۸۹ و df = ۳۴۱, P = ۰/۱۲, RMSES = ۰/۰۱

شکل ۲: خروجی نهایی

تقریب می‌باشد. شاخص RMSEA برای مدل‌های خوب برابر ۰/۰۵ یا کمتر است.

شاخص‌های CFI و NFI برای مقادیر بالای ۰/۹ قابل قبول و نشانه‌ی برازندگی مدل هستند. بر طبق نتایج به دست آمده در جدول ۲ به طور تقریبی همه‌ی شاخص‌ها رضایت‌بخش نشانگر مقبولیت مدل جامع بودند (۳۴).

### بحث

یافته‌ها نشان می‌دهد استراتژی رفتاری رویکرد مدیریت بر خود (۷/۶۳) نسبت به دو استراتژی پاداش طبیعی (۵/۶) و الگوی فکر سازنده (۲/۵۴) نقش پر رنگ‌تری بر سطح نوآوری دانشجویان دارد. این نتیجه، با نتایج پژوهش Levendoski و Cartledge هم‌راستا است؛ زیرا آنان نیز به نقش واکنش‌های رفتاری بر بهبود نتایج و عملکرد اشاره می‌کنند (۳۵). همچنین Niesyn نیز به این نتیجه رسید که افراد جهت رسیدن به موفقیت می‌توانند رفتاری را که بایستی تغییر یابد، انتخاب کنند (۳۶). به علاوه Mooney و همکاران در پژوهش خود دریافتند که مداخله‌های مدیریت بر خود بر شاخص‌های رفتاری و عاطفی مؤثر و متمرکز است، چرا که افراد با بی‌نظمی‌های رفتاری با فعالیت‌های هدفمند مبارزه می‌کنند و این نتیجه‌ی عدم مدیریت رفتار در این افراد می‌باشد (۳۷).

استراتژی پاداش نیز در ایجاد نوآوری نقش به‌سزایی را ایفا می‌کند، اگر چه این استراتژی در مورد رفتار، متناسب با موقعیت

با توجه به خروجی LISREL و جدول ۱ می‌توان نتیجه‌گیری کرد که هر سه استراتژی مدیریت بر خود (رفتاری، پاداش طبیعی و الگوی فکری سازنده) تأثیر معنی‌داری بر سطح نوآوری دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان داشته‌اند. به علاوه کانون تمرکز درونی به طور غیر مستقیم از طریق استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان تأثیرگذار است. همچنین مقطع تحصیلی دانشجویان بر سطح نوآوری آنان مؤثر است. به بیان دیگر، دانشجویان در مقطع دکتری به تناسب طولانی بودن دوران دانشجویی نسبت به سایر دانشجویان نوآورتر می‌باشند. با توجه به موارد ذکر شده، تمامی اهداف پژوهش مورد تأیید است. مدل مفهومی جامع نیز با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری بر اساس شاخص‌های مربوط تحلیل گردیده است.

شاخص GFI (Goodness of fit index) مقدار نسبی واریانس‌ها و کوواریانس‌ها را به گونه‌ای مشترک از طریق مدل ارزیابی می‌کند. دامنه‌ی تغییرات GFI بین ۰ و ۱ است، مقدار GFI باید برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۹ باشد. شاخص AGFI (Goodness of fit index adjusted) همان مقدار تعدیل یافته‌ی شاخص GFI برای درجه‌ی آزادی است. این مشخصه معادل با کاربرد میانگین مجزورات به جای مجموع مجزورات در صورت و مخرج (GFI-۱) است.

شاخص (Root mean square error of approximation) RMSEA ریشه‌ی میانگین مجزورات

جدول ۲: بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه‌گیری
$\chi^2/df$	کمتر از ۲	۱/۶	برازش مدل مناسب است.
P	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۱۲	برازش مدل مناسب است.
GFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	برازش مدل مناسب است.
AGFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	برازش مدل مناسب است.
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰/۰۰۹۹	برازش مدل مناسب است.
CFI	بیشتر از ۰/۹	۱	برازش مدل مناسب است.
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲	برازش مدل مناسب است.



خود التزام عملی داشته باشند، سطح نوآوری آنان نسبت به سایر دانشجویان چندین برابر می‌شود. شایان توجه است که Weng و McElroy نیز در پژوهش خود دریافتند که دانشجویان برای اینکه در مسیر تحصیل و زندگی خود پیشرفت کنند، باید درک بالایی از کارراهی مدیریت بر خود داشته باشند، چرا که این کارراهی، نگرشی متفاوت را از طریق روش‌های حرفه‌ای و خود هدایتی به سمت ارزش‌های فرد منعکس می‌کند (۴۱). همچنین نتایج پژوهش Cheng و Cheung نیز این ادعا را پوشش می‌دهد و مدیریت بر خود را به عنوان کلید اصلی موفقیت و ارتقا دهنده‌ی کیفیت عملکرد می‌داند (۴۲).

### پیشنهادها

با توجه به یافته‌ها مشخص گردید که استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان تأثیرگذار است و التزام عملی نسبت به این کارراهی موجب موفقیت دانشجویان را فراهم می‌کند. از این رو آموزش دانشجویان به منظور ارتقای کیفی فرهنگ مدیریت بر خود به جای مدیریت دیگران از طریق ترویج این فرهنگ در دانشگاه، آگاه نمودن دانشجویان از این نیروی خدادادی، رهنمون کردن نگرش آنان به سوی کارراهی مدیریت بر خود، تفویض اختیار به دانشجویان و آموزش آنان در این زمینه، برگزاری سمینارها و همایش‌های مرتبط و ... توصیه می‌گردد.

در دانشگاه‌ها نیز باید دوره‌های آموزشی آشنایی با ابعاد کارراهی مدیریت بر خود برگزار گردد، تا زمینه‌ی توسعه و پیشرفت دانشجویان فراهم گردد.

پیگیری استراتژی مدیریت بر خود و استفاده از الگوهای آزمون شده‌ی آن برای سازمان‌دهی بهتر و اثربخشی بیشتر تلاش‌های انجام شده به منظور خلق نوآوری و عملکرد بالایی دانشجویان توصیه می‌گردد.

اجرا می‌شود، اما مطالعات نشان می‌دهند که افراد به ندرت به عملکردهای ضعیف خود پاداش می‌دهند و این خود می‌تواند باعث ایجاد ناکامی شود و یا حتی از ایجاد اشتباهات هوشمند جلوگیری کند (۳۸-۳۹).

استراتژی الگوی فکر سازنده نیز بر نوآوری تأثیر می‌گذارد، چرا که تصور ذهنی و باورهای مثبت نسبت به قابلیت‌ها منجر به خلق ارزش و افزایش احتمال موفقیت فرد می‌شود (۲۷). معنی‌دار بودن رابطه‌ی کانون تمرکز درونی با استراتژی‌های مدیریت بر خود با یافته‌های پژوهش Chiaburu و همکاران هم‌خوانی دارد (۴۰).

کانون تمرکز درونی، به عنوان متغیر پنهان از طریق رویکرد مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان تأثیر می‌گذارد. مقطع تحصیلی دانشجویان به عنوان یک عنصر محوری در ایجاد رفتار نوآورانه ایفای نقش می‌کند. در این پژوهش، دانشجویان مقطع دکتری بیشتر از سایر دانشجویان رفتار نوآورانه را بروز می‌دهند، چرا که این دوران فرصت مناسب برای ریسک کردن و رقابت می‌باشد (۳۰).

### نتیجه‌گیری

این مقاله به شناسایی تأثیر استراتژی‌های مدیریت بر خود بر سطح نوآوری دانشجویان رشته‌ی مدیریت دانشگاه اصفهان و همچنین به تبیین اثر کانون تمرکز درونی فرد بر رویکرد مدیریت بر خود و اثر مقطع تحصیلی دانشجویی بر نوآوری دانشجویان پرداخته است. چنانچه یافته‌ها نشان می‌دهد استراتژی‌های مدیریت بر خود به عنوان محرکی جهت برنامه‌ریزی استراتژیک و هدایت مسؤلیت‌های جدید در دانشگاه‌ها لازم می‌باشد و منجر به ارتقای سطح نوآوری و عملکرد دانشجویان می‌شود. بنابراین اگر دانشجویان رشته‌ی مدیریت در طول تحصیل خود نسبت به سیستم مدیریت بر

### References

1. Monavvarian A, Khamda Z. Towards successful knowledge management: people development approach. Business Strategy Series 2010; 11(1): 20-42.
2. Fletcher JK, Kaufer K. Shared leadership; paradox and possibility. In: Pearce CL, Conger JA, Editors. Shared leadership: reframing the hows and whys of leadership. Thousand Oaks, California: Sage Publications; 2003.
3. Scott SG, Bruce RA. Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the

- Workplace. *Academy of Management Journal* 1994; 37(3): 580-607.
4. Ellis A, Vega G. *Self-Management: Strategies for Personal Success*. New York, NY: Inst Rational Emotive Therapy; 1990.
  5. Manz CC, Sims HP. Self-Management as a Substitute for Leadership: A Social Learning Theory Perspective. *Academy of Management Review* 1980; 5(3): 361-7.
  6. Gerhardt MW, Rode JC, Peterson SJ. Exploring mechanisms in the personality Go performance relationship: Mediating roles of self-management and situational constraints. *Personality and Individual Differences* 2007; 43(6): 1344-55.
  7. McGowan P. Self management new perspectives. *Proceedings of the International Conference on Patient Self Management Education*; 2005 Sep 12-14; Victoria, BC, Canada; 2005.
  8. Chen WY, Weng CS, Hsu HY. A study of the entrepreneurship of Taiwanese youth by the Chinese Entrepreneur Aptitude Scale. *Journal of Technology Management in China* 2010; 5(1): 26-39.
  9. Wang Y, Zhang X. Operationalization of corporate entrepreneurship and its performance implications in China: An empirical study. *Journal of Chinese Entrepreneurship* 2008; 1(1): 8-20.
  10. Antikainen M, Makipaa M, Ahonen M. Motivating and supporting collaboration in open innovation. *European Journal of Innovation Management* 2010; 13(1): 100-19.
  11. Neck CP, Houghton JD. Two decades of self-leadership theory and research: Past developments, present trends, and future possibilities. *Journal of Managerial Psychology* 2006; 21(4): 270-95.
  12. Briscoe J, Hall D, Frautschdemuth R. Protean and boundary less careers: An empirical exploration. *Journal of Vocational Behavior* 2006; 69(1): 30-47.
  13. King Z. Career Self-Management: Its Nature, Causes and Consequences. *Journal of Vocational Behavior* 2004; 65(1): 112-33.
  14. Sims HP, Lorenzi P. *The new leadership paradigm: social learning and cognition in organizations*. Thousand Oaks, California: Sage Publications; 1992.
  15. Mace FC, Belfiore PJ, Hutchinson JM. Operant theory and research on self-regulation. In: Zimmerman BJ, Schunk DH, Editors. *Self-regulated learning and academic achievement: theoretical perspectives*. London, UK: Routledge; 2001.
  16. Yukl GA. *Leadership in organizations*. 6<sup>th</sup> ed. New York, NY: Pearson/Prentice Hall; 2006.
  17. Manz CC, Neck CP. *Mastering Self-Leadership: Empowering Yourself for Personal Excellence*. 3<sup>rd</sup> ed. New York, NY: Pearson/Prentice Hall; 2004.
  18. Murphy SE, Ensher EA. The Role of Mentoring Support and Self-Management Strategies on Reported Career Outcomes. *Journal of Career Development* 2001; 27(4): 229-46.
  19. Farrel CA. Impact of a self- management package on the math fluency of students with disabilities during independent practice [PhD Thesis]. Honolulu, HI: University of Hawaii; 2007.
  20. Schunk DH. Social cognitive theory and self-regulated learning. In: Zimmerman BJ, Schunk DH, Editors. *Self-regulated learning and academic achievement: theoretical perspectives*. 2<sup>nd</sup> ed. London, UK: Routledge; 2001. p. 125-51.
  21. Barton-Arwood SM, Wehby JH, Falk KB. Reading Instruction for Elementary-Age Students with Emotional and Behavioral Disorders: Academic and Behavioral Outcomes. *Exceptional Children* 2005; 72(1): 7-27.
  22. Coyne MD, Kame'enui EJ, Simmons DC. Prevention and intervention in beginning reading: Two complex systems. *Learning Disabilities Research & Practice* 2001; 16(2): 62-73.
  23. Manz CC, Sims HP. *The New Super Leadership: Leading Others to Lead Themselves*. San-Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers; 2001.
  24. Lane K, Graham S, Harris K, Weisenbach J. Teaching writing strategies to young students struggling with writing and at risk for behavioral disorders. *Self-regulated strategy development*. *Teaching Exceptional Children* 2006; 39(1): 60-4.
  25. Conger JA. Training leaders for the twenty-first century. *Human Resource Management Review* 1993; 3(3): 203-18.
  26. Selart M. Understanding the role of locus of control in consultative decision-making: a case study. *Management Decision* 2005; 43(3): 397-412.
  27. Rotter JR. External control internal control, *Psychology Today* [Online]. 1971 [cited 1971 Jun]; Available from: URL: [www.youtube.com/watch/](http://www.youtube.com/watch/).
  28. Dittmann W. *A Case Study of Degree Completion Graduates' Transition from Technician to Manager* [Thesis]. New York, NY: University of Minnesota; 2009.



29. Lefton LA, Garrison M. Psychology. 5<sup>th</sup> ed. Boston, MA: Allyn and Bacon; 1994.
30. Kreitner R, Kinicki A. Organizational behavior. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin; 2007.
31. Storey J. The management of innovation problem. *International Journal of Innovation Management* 2000; 4(3): 347-69.
32. Muscatello JR. 'The potential use of knowledge management for training. A review and directions for future research. *Business Process Management Journal* 2003; 9(3): 382-94.
33. Howell JM. The right stuff: Identifying and developing effective champions of innovation. *Academy of Management Executive* 2005; 19(2): 108-19.
34. Ranjbarian B, Shekarchizade Z, Momeni Z. Celebrity Endorser Influence on Attitude toward Advertisements and Brands. *European Journal of Social Sciences* 2010; 13(3): 399-407.
35. Levendoski LS, Cartledge G. Self-Monitoring for Elementary School Children with Serious Emotional Disturbances: Classroom Applications for Increased Academic Responding. *Behavioral Disorders* 2000; 25(3): 211-24.
36. Niesyn ME. Strategies for Success: Evidence-Based Instructional Practices for Students with Emotional and Behavioral Disorders. *Preventing School Failure* 2009; 53(4): 227-33.
37. Mooney P, Ryan JB, Uhing BM, Reid R, Epstein MH. A Review of Self-Management Interventions Targeting Academic Outcomes for Students with Emotional and Behavioral Disorders. *Journal of Behavioral Education* 2005; 14(3): 203-21.
38. Landrum TJ, Tankersley M, Kauffman JM. What Is Special about Special Education for Students with Emotional or Behavioral Disorders? *Journal of Special Education* 2003; 37(3): 148-56.
39. Sutherland KS, Wehby JH. The Effect of Self-Evaluation on Teaching Behavior in Classrooms for Students with Emotional and Behavioral Disorders. *Journal of Special Education* 2001; 35(3): 161-71.
40. Chiaburu S, Baker L, Pitariu H. Beyond being proactive: what matters for career self management behaviors? *Career Development International* 2006; 11(7): 619-32.
41. Weng Q, McElroy JC. Vocational self-concept crystallization as a mediator of the relationship between career self-management and job decision effectiveness. *Journal of Vocational Behavior* 2010; 76(2): 234-43.
42. Cheng YC, Cheung WM. Profiles of Multi-Level Self-Management in Schools. *International Journal of Educational Management* 2003; 17(2-3): 100-15.

## Effects of Self-Management Strategies on the Innovation of Management Students in Isfahan University, Iran\*

Ali Attafar, PhD<sup>1</sup>; Saeedeh Ketabi, PhD<sup>2</sup>; Zahra Momeni Noorabadi<sup>3</sup>

### Abstract

**Introduction:** In the present knowledge-oriented era, potential capabilities of individuals need to be used and innovation and creativity should be created. Self-management is a set of strategies that an individual applies in order to improve and influence his behavior. It plays a significant role as a hidden capital in establishing a suitable environment for creating innovation. The purpose of this paper was to study the role of self-management strategies on innovation level of students of management in Isfahan University, Isfahan, Iran.

**Methods:** This descriptive survey study used a verified researcher-made questionnaire with formal validity and reliability coefficient of 0.91 to collect data. The statistical population consisted of management students in Isfahan University during 2009-2010. The required number of participants was calculated as 196 students who were selected by simple random sampling method. Based on available literature, a model was designed to evaluate the role of self-management strategies on innovation level among the students of management. This model was then tested by LISREL software.

**Results:** Self-management strategies, particularly behavioral strategies, had a significant effect on students' innovation level. In addition, students' internal focus, as a hidden variable, had a great effect on their innovation level. Moreover, level of education affected students' innovation level, i.e. PhD students were more innovative than other students due to the skills and experiences they acquired during their course of study. The amounts of fit indexes in the studied model showed the suitability of the model.

**Conclusion:** Practical commitment to self-management system creates a different attitude toward personal values through a professional approach and self guidance and can thus facilitate creativity and innovation in students.

**Keywords:** Self Management; Innovation; Students.

**Type of article:** Original article

*Received: 8 Dec, 2010*

*Accepted: 11 May, 2011*

**Citation:** Attafar A, Ketabi S, Momeni Noorabadi Z. **Effects of Self-Management Strategies on the Innovation of Management Students in Isfahan University, Iran.** Health Information Management 2012; 8(8): 1121.

---

\* This article was extracted from an MSc thesis.

1. Assistant Professor, Strategic Management, The University of Isfahan, Isfahan, Iran

2. Assistant Professor, Operations Research, The University of Isfahan And Member of Health Management and Economic Research Center, Isfahan University of Medical Sciences, Isfahan, Iran

3. MSc, Business Management, The University of Isfahan, Isfahan, Iran (Corresponding Author)  
Email: za.momeni@yahoo.com